

Orta Asya Ekonomilerinin Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründeki Uluslararası Rekabet Gücü

Güçgeldi BASHIMOV

Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Öğrencisi, Niğde.

Email: guyc55@gmail.com

ÖZET: Tekstil ve hazır giyim sektörü Orta Asya ekonomilerinin en önemli sanayi dalını oluşturmakta ve bu sanayi dalı Orta Asya'nın dış ticareti ve ekonomik kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Son 15 yılda tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatı %67 oranında bir artış göstermiştir. Bugün, Orta Asya ülkeleri birçok tekstil ve hazır giyim ürünlerinin üreticisi ve aynı zamanda ihracatçısıdır. Bu çalışmada Orta Asya ekonomilerinin tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücü analiz edilmiştir. Bu amaçla çalışmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) ve Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (ASKÜ) indekslerinden yararlanılmıştır. Analiz aşamasında 2001-2014 dönemine ait Uluslararası Ticaret Merkezi'nin verileri kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre, Orta Asya ülkeleri (Kazakistan hariç) tekstil ve hazır giyim sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptirler. Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim ürünleri ticaretindeki uluslararası rekabet gücünün artırılması için üretimde kalite ve tasarıma daha çok önem verilmesi gerekmektedir.

Anahtar kelimeler: İhracat, Orta Asya, Rekabet Gücü

JEL Kodu: F1; F10; F14

The International Competitiveness of Central Asian Economies in the Textile and Apparel Sector

ABSTRACT: Textile and apparel sector one of the key industries of Central Asia's economies. It plays an important role in Central Asia's foreign trade and economic development. In the last 15 years, the export of textile and apparel products has grown 67 percent. Today, Central Asian countries are major producer and exporter of many textile and apparel products. In this study examined the competitive power of Central Asian economies in the textile and apparel sector. With this aim, the Revealed Comparative Advantage (RCA) and Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA) indexes are used. The study used International Trade Centre statistical data for the period 2001-2014. According to the findings the Central Asian countries (except Kazakhstan) have a comparative advantage in textile and apparel sector. To improve the international competitiveness of Central Asian countries in textile and apparel trade should pay attention to the quality and design in production.

Keywords: Export, Central Asia, Competitive Power

JEL Code: F1, F10, F14

1. Giriş

Tekstil endüstrisi, pamuk, pamuklu iplik ve dokuma, yün, yünlü iplik ve dokuma, ipek, ipekli dokuma, sentetik iplik, sentetik dokuma, kord bezi, keten, kenevir ve tüm bunların türevlerinden elde edilen ürünlerin kullanıldığı hazır giyim konfeksiyon ile el ve makine halıları alt sektörlerinden meydana gelmektedir (Aruoba, 1999: 31). Tekstil ve hazır giyim sektörünün gelişmesi, Avrupa ve Kuzey Amerika'da ve sanayileşmiş olarak nitelendirilen ülkelerde yapılan suni ve sentetik elyaf üretimi ile başlamış, özellikle II. Dünya Savaşı'nı izleyen süreçte başta Tayvan, Güney Kore, Çin ve Türkiye olmak üzere birçok gelişmekte olan ülkelerde de yaygınlaşmıştır (Çoban ve Kök, 2005: 70). Bugün tekstil ve hazır giyim sektörü dünyanın en eski, en büyük ve en küreselleşmiş endüstrilerden biridir (Keane ve te Velde, 2008: 7).

Tekstil ve hazır giyim sektörü, sağladığı katma değer, istihdam ve ihracat imkânları nedeniyle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalıdır (Çetin ve Ecevit, 2008: 117). Bugün tekstil ve hazır giyim sektörü hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülke

ekonomilerinin önemli bir ayağını oluştururken, aynı zamanda birçok ülkede bütçe gelirlerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Azhimetova, 2010: 37). Bununla birlikte tekstil ve hazır giyim sektörü dünya genelinde milyonlarca insana istihdam kaynağı sağlamakta (Tandon ve Reddy, 2013: 81) ve birçok gelişmekte olan ülkelerin önemli bir ihracat kalemini oluşturmaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektörü gelişmekte olan ülkelerde sanayi istihdamının %35'ini ve az gelişmiş ülkelerde ise %80-90'nını oluşturmaktadır. Bununla beraber tekstil ve hazır giyim sektörü birçok gelişmekte olan ülkelerde toplam sanayi ürünleri ihracatının %50'den fazlasını oluşturmaktadır (Keane ve te Velde, 2008: 11).

Tekstil ve hazır giyim sektörü gerek ihracat ve gerekse istihdam potansiyeli nedeni ile birçok gelişmekte olan ülkelerde ekonominin itici gücü olarak kabul edilmektedir. Günümüzde de bu sanayi dalı sermaye sıkıntısı yaşayan, ucuz işgücüne sahip gelişmekte olan ülkelerin sanayileşme sürecinde önemli rol oynamaktadır. 1991 yılında bağımsızlığını kazanan ve yeni yeni serbest ticaret politikalarına önem vermeye başlayan Orta Asya ekonomilerinde sanayileşme sürecinin hızlandırılmasında tekstil ve hazır giyim sektörü önemli rol oynamaktadır. Bu bakımdan Orta Asya ülkelerinde tekstil ve hazır giyim sektörünün önemi oldukça büyüktür.

Bu çalışmanın temel amacı Orta Asya (Türkmenistan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan ve Tacikistan) ülkelerinin tekstil ve hazır giyim ticaretindeki rekabet gücünü belirlemektir. Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim üretiminde yüksek potansiyele sahip olması ve sektörün ülke ekonomilerine sosyo-ekonomik anlamda önemli bir katkı sağlaması nedeni ile araştırmaya değer olarak görülmüştür. Çalışmada Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim sektörüne ait dış ticaret verileri kullanılmıştır. Araştırmada Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim ürünleri dış ticaretinin mevcut durumu incelendikten sonra, söz konusu ülkelerin tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabetçilik düzeyi analiz edilmiştir.

2. Rekabet Gücü

Küreselleşmeyle birlikte ekonomik sınırların büyük ölçüde ortadan kalktığı uluslararası pazarlarda, başarının en önemli koşulu rekabet gücü olmaktadır. Küreselleşen dünyada kalkınma, iç dinamikler kadar dış dinamiklerin de belirlediği bir olgudur. Gelişmiş veya gelişmekte olan ekonomiler için rekabetçi üstünlük yaratmak iktisat ve kalkınma politikalarının önemli bir konusu olarak kalmaya devam etmektedir (Kaya ve Oduncu, 2016: 419).

Rekabet gücü kavramının ne olduğu konusunda literatürde henüz bir tanım birliği bulunmamaktadır. Genel olarak rekabet gücü, ülkelerin serbest ve yerleşik pazar koşulları altında vatandaşlarının reel gelirlerini artırmaya çalışırken aynı anda ürettiği ürün ve hizmetleri uluslararası pazarlara sunabilmesi ve bunda başarılı olabilmesidir (Çivi, 2001: 22). Bir başka ifadeye göre rekabet gücü, bir ülkenin ürettiği mallarda diğer ülkelerin malları ile fiyat, kalite, tasarım, güvenilirlik ve zamanında teslim gibi unsurlarda yarışabilir düzeyde olmasıdır (Kelleci, 2009: 11). Rekabet gücü, istihdam olanakları, artan yaşam standardı ve ülkelerin uluslararası yükümlülüklerini yerine getirebilme yeteneğiyle ilgilidir. Rekabet gücünün çok sayıda kaynağı bulunmakla birlikte rekabet gücünün kaynaklarını; teknoloji, beşeri sermaye, örgütsel yapı, sermaye- finansal sektör ve devletin ekonomideki rolü olarak sıralamak mümkündür (Şahin, 2016a: 73).

Rekabet gücü kavramı literatürde firma, endüstri ve uluslararası düzeyde incelenmektedir. Firma düzeyinde yüksek kalitede düşük maliyette üretim becerisi olarak tanımlanan rekabet gücünün temel belirleyicileri kalite, maliyet ve fiyat unsurları olmaktadır. Verimlilik, organizasyon ve yönetim yapısı, etkin kaynak kullanımı ve yenilik yaratma becerisi de rekabet gücünü etkilemektedir. Endüstriyel rekabet ise bir endüstrinin rakiplerine göre daha üst bir verimlilik düzeyine ulaşması, daha düşük maliyetle üretim ve satış yapması ve bu becerileri sürdürülebilir kılması, gereken icat ve yenilikleri gerçekleştirebilmesi olarak tanımlanmaktadır. Uluslararası düzeyde ise serbest ve adil piyasa koşullarında uluslararası piyasaların standartlarına uygun üretim yapabilme yeteneği olarak tanımlanmakta, dış pazar paylarının artırılması ve dış ticaret dengesinin sağlanmasının yanı sıra ülkedeki gelir ve istihdam düzeyini arttırmak ve yaşam kalitesinin sürekli artırılması olarak değerlendirilmektedir (Kırankabeş, 2006).

Yukarıdaki açıklamalara göre rekabet gücüne sahip olmak, ülke refahının ve yaşam standartlarının artması demektir. Bu ise ticaret, yatırım ve üretim faaliyetlerinde artış sağlaması, ülke içi kurumlar arasında işbirliğinin tesis edilmesi ve uzmanlaşma ile mümkün olmaktadır. Mal ve

hizmetlerin üretilmesinde, pazarlanmasında ve dağıtılmasında diğer ülkelerle rekabet edebilmek için ülke yeteneklerinin geliştirilmesi ve yeni potansiyellerin yaratılması gerekmektedir (Çivi, 2001: 25).

3. Literatür Araştırması

Bugüne kadar çeşitli ülkelerde tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünü ölçmek için çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların önemli bir kısmı ise Balassa indeksi olarak da bilinen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi kullanılarak yapılan çalışmalardır (Aynagöz Çakmak, 2005: 66). Bu bölümde söz konusu çalışmaların bazıları hakkında kısa bilgiler sunulmaktadır.

Yang (1999) Çin'in tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabetçilik düzeyi analiz edilmiştir. Araştırmada Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) indeksi kullanılmış ve 1965-1996 dönemi için AKÜ katsayısı hesaplanmıştır. Buna göre Çin'in tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir. Çin'in özellikle hazır giyim sektöründe güçlü bir rekabet gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir.

Altay ve Gacaner (2003) Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün, AB ve ABD piyasalarında Çin'e karşı rekabet gücünü analiz etmiştir. Araştırmada Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) indeksi kullanılmıştır. Analiz sonucunda Türkiye'nin söz konusu sektörde hem AB hem de ABD piyasasında rekabet üstünlüğüne sahip olduğu belirlenmiştir.

Havrila ve Gunawardana (2003) 1965-1996 dönemi için Avustralya'nın tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü analiz edilmiştir. Araştırmada Balassa ve Vollrath tarafından geliştirilen rekabet gücü indeksleri kullanılmıştır. Analiz sonucunda Avustralya'nın tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücüne sahip olmadığı belirlenmiş, ancak alt ürün gruplar bazında özellikle "örme mensucat", "özel iplikler" ve "örülmemiş giyim eşyası" alt ürün grubunda rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir.

Çoban ve Kök (2005) Türk tekstil endüstrisinin AB karşısındaki rekabet gücü incelenmiştir. Araştırmada Balassa tarafından geliştirilen açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) indeksi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Türkiye'nin AB ülkeleri karşısında yüksek bir rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiş, ancak Türk tekstil endüstrisinin rekabet gücünde önemli düşüşler olduğu saptanmıştır.

Aydoğuş ve Diler (2009) Türk tekstil sektörünün Çin karşısındaki rekabet gücü analiz edilmiştir. Araştırmada 1996-2007 yılları için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler katsayısı hesaplanmıştır. Araştırma sonucunda tekstil sektöründe Türkiye'nin rekabet gücünün Çin'e göre yüksek olduğu tespit edilmiştir. Rekabet gücünün devam ettirilebilmesi için sektörde verimlilik, teknolojik gelişme ve AR-GE yatırımlarına önem verilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Jucevicius ve Rybakovas (2010) Litvanya'nın tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücü ölçülmüştür. Analiz aşamasında Balassa'nın AKÜ indeksi kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre Litvanya tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücüne sahiptir. Ancak Asya ülkelerine kıyasla sektördeki rekabet gücünün daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Yücel (2010) Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün Çin karşısındaki rekabet gücünü ölçmüştür. Araştırmada Balassa indeksi ile birlikte Vollrath tarafından geliştirilen indeksler de kullanılmıştır. Buna göre Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak tekstil ve hazır giyim sektöründe Çin'in Türkiye'ye göre daha rekabetçi avantaja sahip olduğu tespit edilmiştir.

Ahmad ve Kalim (2013) Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi yardımıyla Pakistan'ın tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücü analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda Pakistan'ın tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak 2005 yılında tekstil ve hazır giyim ürünlerine yönelik kotaların kalkmasıyla birlikte Pakistan'ın tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücünün giderek zayıfladığı belirlenmiştir.

Altıntaş ve Akpolat (2013) Türkiye'nin tekstil sektöründe AB ülkeleri karşısındaki rekabet gücü analiz edilmiştir. Araştırmada 2004-2011 dönemi verileri kullanılarak Balassa, Vollrath ve karşılaştırmalı ihracat performansı (KİP) indeksleri yardımıyla Türk tekstil sektörünün rekabet düzeyi incelenmiştir. Araştırma sonucunda Türkiye'nin tekstil sektöründe AB ülkeleri karşısında rekabet avantajına sahip olduğu belirlenmiştir.

Assadzadeh vd. (2013) İran'ın tekstil ve hazır giyim sektörünün Türkiye karşısındaki rekabet gücü analiz edilmiş olup araştırmada açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) indeksi

kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre İran tekstil ve hazır giyim sektöründe Türkiye karşısında karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir.

Erkan (2013) Araştırmada Balassa, Vollrath ve ihracat-ithalat oranı indeksleri kullanılarak 1993-2009 dönemi için Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücü analiz edilmiştir. Analiz sonucuna göre Türkiye tekstil sektörünün alt ürün grubunun 43'ünde ve hazır giyim sektörünün alt ürün grubunun 34'ünde rekabet avantajına sahiptir.

Bashimov (2015) 2001-2013 dönemi için Türkmenistan tekstil endüstrisinin rekabet gücünü ürün grupları itibariyle analiz etmiştir. Araştırmada tekstil sektörünü oluşturan alt ürün grupları için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler katsayısı hesaplanmıştır. Araştırma sonucunda Türkmenistan'ın "pamuk" ve "dokunabilir maddelerden hazır eşya" alt ürün gruplarında rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir.

Kumar ve Singh (2015) Hindistan tekstil endüstrisinin uluslararası rekabet gücünü ürün grupları itibariyle analiz etmişlerdir. Araştırmada tekstil sektörünü oluşturan 11 alt ürün grubu için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler katsayısı hesaplanmıştır. Araştırma sonucunda Hindistan'ın 7 ürün grubunda rekabet gücüne sahipken, 4 ürün grubunda ise rekabet gücüne sahip olmadığı belirlenmiştir. Hindistan'ın özellikle "ipek", "pamuk", "kağıt ipliği", "sentetik ve suni lifler", "halılar ve diğer yer kaplamaları" ürün grubunda güçlü bir rekabet gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir.

Şahin (2016b) 2000-2014 dönemi için ASEAN-5 ülkelerinin tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü analiz edilmiştir. Araştırmada pazar payı, ticarete uzmanlaşma indeksi ve açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre Endonezya tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücüne sahipken, Filipinler hazır giyim sektöründe rekabet gücüne sahiptir. Diğer ülkelerin ise tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücüne sahip olmadığı belirlenmiştir.

4. Dünyada Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

Tekstil ve hazır giyim sektörü uzun zamandan beri uluslararası ticarete önemli bir yer tutmaktadır. Dünya tekstil ve hazır giyim ihracatı 1990 yılında 210 milyar dolar iken, 2014 yılında 797 milyar dolara ulaşmıştır. 2014 yılı itibariyle sektörün dünya toplam mal ticaretindeki payı ise %4,3'dür (DTÖ, 2015). Son yirmi yılda tekstil ve hazır giyim ticareti hızlı bir büyüme kaydetmiştir. 1990'lı yıllarda piyasanın yıllık büyüme hızı yaklaşık %5 iken, günümüzde bu oran %10'un üzerinde seyretmektedir (Corovic vd., 2013: 9).

Son otuz yılda küreselleşmenin etkisiyle birlikte dünya tekstil ve hazır giyim ticaretinde önemli değişimler yaşanmaktadır. 1980'li yıllardan itibaren hız kazanan küreselleşme eğilimi dünya tekstil ve hazır giyim sanayinde ticaret akışını hızlandırmış son otuz yıl içerisinde yaklaşık olarak sektörün toplam kapasitesinin yarısı gelişmiş ülkelere doğru kaymıştır (Eraslan vd., 2008: 266). Gelişmekte olan ülkeler son yirmi yıl içerisinde tekstil piyasasındaki pazar paylarını önemli ölçüde arttırmışlardır. Tekstil ve hazır giyim ürünleri ticaretinde önde gelen ülkeler arasında Çin, AB, Hindistan, Türkiye, Bangladeş, Vietnam ve Pakistan gibi ülkeler yer almaktadır. ABD, Japonya ve Güney Kore'nin dünya tekstil ve hazır giyim ticaretindeki payları ise giderek azalmaktadır (Fukunishi vd., 2013). Bununla beraber ABD ve AB ülkeleri gibi gelişmiş sanayi ülkeleri hala güçlü ihracatçı ülkelerdir.

Dünya Ticaret Merkezi'nin verilerine göre Çin dünyanın en büyük tekstil ve hazır giyim ürünleri üreticisi ve aynı zamanda en büyük ihracatçısıdır. Son yirmi yılda Çin'in dünya tekstil ve hazır giyim ticaretindeki payı %10'dan %30'lara kadar yükselmiştir (You vd., 2009: 33). 2014 yılında Çin'in toplam tekstil ve hazır giyim ihracatı bir önceki yıla göre %5 artış göstererek 298 milyar dolara ulaşmış ve dünya tekstil ve hazır giyim ihracatındaki payı ise %37,4 olarak gerçekleşmiştir (DTÖ, 2015). AB, toplam 200 milyar dolar ihracatı ile dünya tekstil ve hazır giyim ihracatında ikinci sırada yer almaktadır. Ancak bunun yarısından fazlası birlik içi ticaretten oluşmaktadır. İtalya, Almanya, Fransa, İspanya ve İngiltere Avrupa tekstil ve hazır giyim ticaretinde önemli paya sahip olan ülkelerdir. Son yıllarda AB'nin dünya tekstil ve hazır giyim ihracatındaki payı sürekli azalmaktadır. Bununla birlikte gelişmiş bazı AB ülkeleri, gelişmiş teknoloji üstünlüklerini de kullanarak yeni rekabet ortamında öne çıkma çabası içindedirler. Modaya bağlı, üretimleri özel know-how gerektiren, yüksek kaliteli ve katma değeri yüksek ürünlerin yanı sıra akıllı tekstiller ve teknik tekstiller üretimine ağırlık vermeye başlamışlardır (Arslan, 2008: 119).

Tablo 1’de dünya tekstil ve hazır giyim ticaretinde önde gelen ülkelerin ihracat değerleri ile ihracattaki paylarına ilişkin veriler sunulmaktadır. 2000-2014 döneminde Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin tekstil ve hazır giyim ihracatındaki payı 2000 yılından bugüne kadar sürekli gerileyerek 2014 yılında %6,94 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde Çin’in ihracattaki payı ise sürekli artarak 2014 yılında %37’ye ulaşmıştır. ABD, Hong Kong ve Güney Kore’nin ihracattaki payları incelenen dönemde sürekli gerilemektedir. Buna karşın Hindistan ve Türkiye’nin ihracattaki payları ise sürekli artmaktadır. 2000-2014 yılları arasında dünya tekstil ve hazır giyim ihracatında gelişmiş ülkelerin payı azalırken, gelişmekte olan ülkelerin payı ise artmıştır.

Tablo 1: Dünya Tekstil ve Hazır Giyim İhracatında Önde Gelen Ülkeler

Ülkeler	2000		2010		2014	
	İhracat (Milyar \$)	Oran (%)	İhracat (Milyar \$)	Oran (%)	İhracat (Milyar \$)	Oran (%)
Çin	52,2	14,80	206,7	34,15	298,2	37,41
AB-28 ^a	28,6	8,11	43,1	7,12	55,3	6,94
Hindistan	11,5	3,26	24,0	3,97	36,1	4,53
Hong Kong	37,6	10,66	35,4	5,85	30,2	3,79
Türkiye	10,1	2,86	23,8	3,93	29,2	3,66
ABD	11,5	3,26	16,8	2,78	20,4	2,56
Güney Kore	17,7	5,02	12,5	2,07	14,1	1,77
Dünya	352,6	100,00	605,2	100,00	797,2	100,00

Kaynak: DTÖ istatistik verileri

a: Birlik dışı

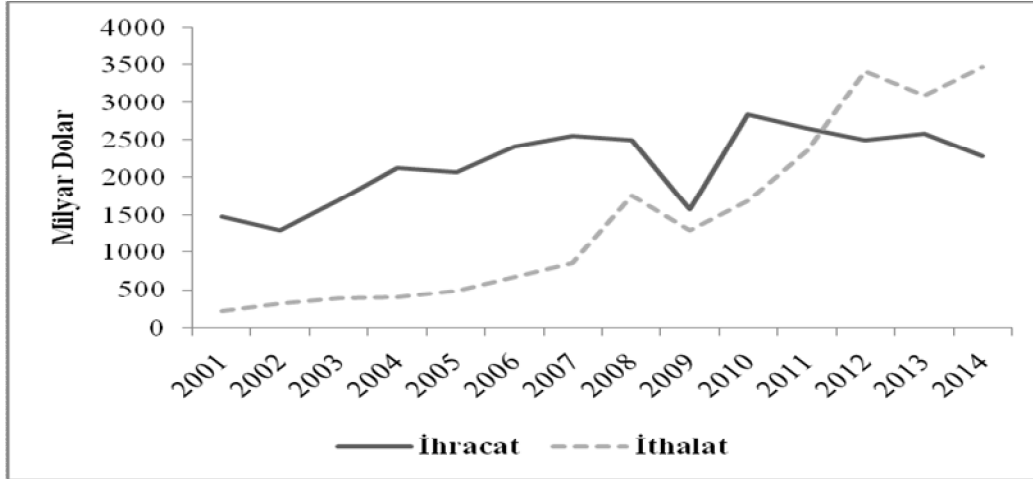
5. Orta Asya’da Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

Tekstil ve hazır giyim sektörü görece emek yoğun ve verimliliği nispeten daha düşük bir sektör olarak karakterize edilmektedir. Tekstil ve hazır giyim sektörü Sanayi Devriminden bu yana hemen hemen bütün ekonomilerin sanayileşme sürecinde önemli rol oynamıştır (Taymaz, 2002: 2). Tekstil ve hazır giyim sektörü nispeten emek yoğun bir sektör olma özelliği yanı sıra, küçük bir sermaye ile yeni iş alanlarının kurulabilmesine olanak sağlayan bir sektördür. Bu yönüyle tekstil ve hazır giyim sektörü özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin daha ileri sanayilere geçişine zemin hazırlamaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektörü Orta Asya ekonomilerinin de sanayileşmesinde lokomotif görevini yerine yetirmektedir. Orta Asya ülkelerinin ucuz hammadde ve işgücü kaynağına sahip olması, söz konusu ülkelerin tekstil ve hazır giyim ihracatında rekabet avantajını artırmaktadır. Enerji kaynakları ve ucuz işgücü gibi faktörlerin sağladığı avantajlarla, Orta Asya ülkeleri günümüzde yeni üretim bölgesi olma yolunda ilerlemektedir (Ener ve Yelkikalan, 2004: 63).

Son 15 yıllık dönemde Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim sektörünün dış ticaret hacminde büyük artışlar elde edilmiştir. 2001-2014 yılları arasında tekstil ve hazır giyim dış ticaret hacmi 2,5 kat artarak 1,6 milyar dolardan 5,7 milyar dolara ulaşmıştır. 2014 yılında Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim ihracatı 2,3 milyar dolar iken, ithalatı ise 3,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Orta Asya ekonomilerinin tekstil ve hazır giyim dış ticaret dengesi incelendiğinde, 2001-2011 yılları arasında dış ticaret fazlası görülürken, 2012 yılından itibaren ise dış ticaret açık vermiştir. Tekstil ve hazır giyim sektöründe 2001 yılında %625 olan ihracatın ithalatı karşılama oranı sonraki yıllarda düşme eğilimine girmiş, 2005 yılında %411, 2010 yılında %161, 2012 yılında %88,5 ve 2014 yılında %65 olarak gerçekleşmiştir. Şekil 1’de Orta Asya ülkelerinin 2001-2014 dönemine ait tekstil ve hazır giyim dış ticaretindeki gelişmeleri sunulmaktadır.

Orta Asya ülkelerinin birçok ülke ile dış ticaret ilişkisi bulunmaktadır. Orta Asya ülkelerinin ihracatında petro-kimya, tekstil ve hazır giyim ve tarımsal ürünler önemli bir pay almaktadır. Orta Asya’da tekstil ve hazır giyim ürünlerinin toplam ihracattaki payı 2001 yılında %10 seviyelerinde iken, bu oran 2014 yılında %2,3 seviyesine gerilemiştir. Ancak bu oran ülkelere göre farklılık göstermektedir. Örneğin, Özbekistan ve Tacikistan’da toplam ihracatta tekstil ve hazır giyim sektörünün payı %15-20 seviyelerindedir.

Şekil 1: Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim ürünleri dış ticaretindeki gelişmeler



Günümüzde Orta Asya ülkeleri birçok ülkeye tekstil ve hazır giyim ürünlerini ihraç etmektedir. 2014 yılında en fazla Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT), Orta Doğu, Uzak Doğu ve Avrupa ülkelerine tekstil ve hazır giyim ihracatı gerçekleştirmektedir. Rusya, Çin, Türkiye, İran, Singapur, Güney Kore ihracat yapılan önemli ülkelerdir. Orta Asya'nın tekstil ve hazır giyim üretiminde kullanılan ham maddeler bakımından zengin bir ülke olması, yetişmiş insan gücü ve önemli pazarlara coğrafi yakınlığı nedeniyle, tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatındaki gelişimin izleyen yıllarda daha da artarak devam edeceği beklenmektedir.

6. Materyal ve Yöntem

Bu çalışmada kullanılan veriler ve bilgiler ikincil kaynaklardan elde edilmiştir. Çalışmada Uyumlaştırılmış Mal Tanım ve Kod Sistemi (Harmonized Commodity Description and Coding System) dikkate alınmıştır. HS sınıflandırması içinde yer alan tekstil ve hazır giyim sektörüne ait fasıllar Tablo 2'de sunulmaktadır. Araştırmada kullanılan veriler dolar bazında olup Uluslararası Ticaret Merkezi'nin (International Trade Centre-INTRACEN) internet sitesinden derlenmiştir. Araştırma 2001-2014 dönemini kapsamaktadır.

Tablo 2: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne Ait Fasıllar

Fasıl	Fasıl Adı
50	İpek
51	Yapağı ve yün, ince veya kaba hayvan kılı; at kılından iplik ve dokunmuş mensucat
52	Pamuk
53	Dokumaya elverişli diğer bitkisel lifler; kağıt ipliği
54	Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik ve suni dokumaya elverişli maddeler
55	Sentetik ve suni devamsız lifler
56	Vatka, keçe ve dokunmamış mensucat; özel iplikler
57	Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları
58	Özel dokunmuş mensucat; tuftedilmiş dokunabilir mensucat; dantela; duvar halıları
59	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş dokunabilir mensucat
60	Örme eşya
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya; takımlar; kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya

Kaynak: INTRACEN veri tabanı

Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim sektöründeki karşılaştırmalı üstünlüğünü belirleyebilmek için Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksi ve Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (ASKÜ) indeksinden yararlanılmıştır. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksi Bela Balassa tarafından geliştirilmiştir. AKÜ indeksi, genellikle ülkelerin güçlü ve zayıf ihracatçı sektörlerini belirlemeye yönelik ampirik çalışmalarda kullanılmaktadır (Hinloopen ve Marrewijk, 2004: 1). AKÜ yaklaşımında ticaret sonrası verilere dayalı olarak ölçüm

yapılmakta ve uluslararası ticaretin ürün bileşiminin ülkeler arasındaki göreceli maliyetler kadar fiyat dışı faktörleri de yansıttığı varsayılmaktadır. Bu varsayım, ticareti yapan ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlükleri 'açıklamak' amacı ile yapılmaktadır (Eroğlu ve Özdamar, 2006: 96-97). AKÜ indeksi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir:

$$AKÜ_{ij} = \left(\frac{X_{ij}}{X_i} \right) / \left(\frac{X_{jw}}{X_w} \right) \quad (1)$$

Formül 1'de, $AKÜ_{ij}$, 'i' ülkesinin 'j' sektörü için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksini, X_{ij} 'i' ülkesinin 'j' sektörünün ihracatını, X_i 'i' ülkesinin toplam ihracatını, X_{jw} 'j' sektörü dünya ihracatını ve X_w toplam dünya ihracatını göstermektedir. AKÜ indeksi 0 ile ∞ arasında bir değer almaktadır. Eğer indeks değeri birden büyükse o ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu söylenir. Başka bir deyişle, o endüstrinin ülkenin toplam ihracatı içindeki payı, dünya ticaretindeki payından daha büyüktür. Eğer indeks değeri birden az ise ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu söylenir (Havriila and Gunawardana, 2003: 108; Aynagöz Çakmak, 2005: 70). Bununla beraber, eğer $AKÜ > 4$ ise güçlü bir karşılaştırmalı üstünlük; $2 < AKÜ < 4$ orta derecede karşılaştırmalı üstünlük; $1 < AKÜ < 2$ zayıf bir karşılaştırmalı üstünlük; $0 < AKÜ < 1$ ise karşılaştırmalı dezavantaj söz konusudur (Hinlopen ve Marrewijk, 2001: 13).

Balassa'nın AKÜ indeksi bazı sorunlar içermesine rağmen, ampirik çalışmalarda en çok kullanılan yöntemlerden biridir (Ferto, 2007: 8). Zamanla Balassa'nın AKÜ indeksine alternatif olarak birçok yeni indeksler geliştirilmiştir. Bunlardan biri de Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (ASKÜ) indeksidir. Bu indeks aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir:

$$ASKÜ_{ij} = (AKÜ_{ij} - 1) / (AKÜ_{ij} + 1) \quad (2)$$

ASKÜ indeksi -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Eğer indeks değeri pozitif ise ülke o üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Eğer indeks değeri negatif ise ülke o ürünün ticaretinde karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir (Dalum ve ark., 1998; Laursen, 1998).

7. Bulgular

Bu bölümde Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabetçilik düzeyi analiz edilmiştir. Analiz aşamasında Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) ve Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (ASKÜ) indeksleri kullanılmıştır. Tablo 3'de açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksine göre rekabet gücü değerleri yer almaktadır. Buna göre, Orta Asya ülkeleri ayrı ayrı incelendiğinde tekstil ve hazır giyim sektöründe Özbekistan'ın güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe ($AKÜ > 4$), Tacikistan'ın orta derecede karşılaştırmalı üstünlüğe ($2 < AKÜ < 4$), Türkmenistan ve Kırgızistan'ın zayıf bir karşılaştırmalı üstünlüğe ($1 < AKÜ < 2$) sahip olduğu görülmektedir. Kazakistan ise bu sanayi dalında karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir ($AKÜ < 1$). 2001-2014 yılları arasında söz konusu ülkelerin tekstil ve hazır giyim sektörüne ait rekabet gücü indeks değerlerinde genel olarak bir düşüş söz konusudur.

Tablo 4'de Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksine göre rekabet gücü değerleri gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Kazakistan hariç Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. Tablo 4'de görüldüğü üzere, Özbekistan'ın tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücü diğer ülkelere göre daha yüksektir. Özbekistan'ı sırasıyla Tacikistan, Kırgızistan ve Türkmenistan izlemektedir. Araştırma sonucunda dikkat çeken bir diğer husus da söz konusu ülkelerin ele alınan sektörde rekabet gücünün giderek azaldığıdır.

Orta Asya ekonomileri bir bütün olarak ele alındığında ise 2000'li yıllarda Orta Asya'nın tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücüne sahip olduğu ve günümüzde ise bu sanayi dalında dezavantajlı konumda olduğu görülmektedir. Orta Asya ekonomisi 2001-2006 yılları arasında tekstil ve hazır giyim sektöründe zayıf bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahipken, 2007-2014 yılları arasında karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir.

Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücünün zayıflamasında birçok faktör etkili olmaktadır. 2000’li yıllardan itibaren uluslararası piyasalarda ham petrol ve doğal gaz fiyatının artışına paralel olarak Orta Asya ülkeleri petrol ve doğal gaz üretimini önemli oranda arttırmışlardır. Zamanla Orta Asya ülkeleri petrol ve doğalgaz ihraç eden önemli ülkeler haline gelmişlerdir. Bununla birlikte söz konusu ülkelerde uygulanan gıdada kendi kendine yeterlilik politikası sonucu tahıl, meyve ve sebze alanlarının pamuk arazileri aleyhine genişlemesi pamuk üretiminin gerilemesine neden olmuştur. Pamuk üretiminin gerilemesi tekstil sektörünün gelişimini olumsuz etkilemiştir. Ayrıca 2008 yılında bütün dünyayı etkisi altına alan küresel ekonomik kriz başta ABD olmak üzere Avrupa ve Asya ülkelerinde resesyona yol açmış ve bunun sonucunda da küresel talepte bir daralma yaşanmıştır. Bu durumun Orta Asya ülkelerinin tekstil ve hazır giyim ihracatını olumsuz yönde etkilediği söylenebilir.

Tablo 3: AKÜ İndeks Değerleri

Yıllar	Türkmenistan	Kazakistan	Kırgızistan	Özbekistan	Tacikistan	Orta Asya
2001	1,54	0,04	1,05	8,21	5,94	1,73
2002	1,23	0,19	2,20	5,84	4,64	1,41
2003	1,42	0,21	1,99	6,90	5,99	1,52
2004	1,66	0,03	2,09	6,83	7,10	1,31
2005	1,27	0,14	2,27	6,61	5,04	1,09
2006	1,30	0,15	2,54	5,86	4,69	1,01
2007	1,39	0,14	2,40	5,26	3,27	0,89
2008	1,00	0,08	1,98	4,95	3,67	0,67
2009	2,72	0,06	1,93	3,76	2,59	0,65
2010	5,05	0,00	2,50	6,20	3,60	0,92
2011	1,65	0,04	2,28	5,48	3,77	0,60
2012	1,05	0,03	2,96	6,94	3,68	0,52
2013	1,34	0,05	1,76	5,33	3,38	0,56
2014	1,34	0,04	2,40	4,22	2,95	0,55

Kaynak: INTRACEN verileri kullanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır

Tablo 4: ASKÜ İndeks Değerleri

Yıllar	Türkmenistan	Kazakistan	Kırgızistan	Özbekistan	Tacikistan	Orta Asya
2001	0,21	-0,93	0,02	0,78	0,71	0,27
2002	0,10	-0,67	0,38	0,71	0,65	0,17
2003	0,17	-0,65	0,33	0,75	0,71	0,21
2004	0,25	-0,94	0,35	0,74	0,75	0,13
2005	0,12	-0,76	0,39	0,74	0,67	0,04
2006	0,13	-0,74	0,43	0,71	0,65	0,00
2007	0,16	-0,76	0,41	0,68	0,53	-0,06
2008	0,00	-0,85	0,33	0,66	0,57	-0,20
2009	0,46	-0,89	0,32	0,58	0,44	-0,21
2010	0,67	-0,99	0,43	0,72	0,57	-0,04
2011	0,25	-0,93	0,39	0,69	0,58	-0,25
2012	0,02	-0,93	0,50	0,75	0,57	-0,31
2013	0,14	-0,90	0,28	0,68	0,54	-0,28
2014	0,15	-0,93	0,41	0,62	0,49	-0,29

Kaynak: INTRACEN verileri kullanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır

8. Sonuç

Tekstil ve hazır giyim sektörü, gelişmişlik durumu ne olursa olsun, tüm ülkeler için büyük bir değere sahiptir. Bu sanayi dalı katma değer, istihdam ve dış satım gelirleri bakımından ayrı bir önem taşımaktadır. Gelişmiş ülkelerde genel olarak tekstil ve hazır giyim sektörünün milli gelir içerisindeki önemi giderek azalırken, başta Asya ülkeleri olmak üzere gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde ise giderek artmıştır. Tekstil ve hazır giyim sektörü diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Orta Asya ekonomilerinde de stratejik önemi yüksek olan sanayi dallarından biridir. Orta Asya ülkelerinde tekstil ve hazır giyim sektörünün üretim ve ihracatta öncü sektör olma potansiyeli bulunmaktadır. Bilindiği gibi tekstil ve hazır giyim sektörünün temel hammaddesini pamuk oluşturmaktadır. Orta Asya ülkeleri sahip olduğu ekolojik yapı ve iklim özellikleri bakımından pamuk yetiştiriciliği açısından önemli bir

potansiyeye sahiptir. Bugün Orta Asya ülkelerinin pamuk üretimi bakımından önemli bir üstünlüğü bulunmaktadır. Bununla birlikte Orta Asya ülkelerinin ucuz enerji ve işgücü kaynağına sahip olmaları, bu ülkelerin tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet avantajı elde etmelerine olanak sağlamaktadır. Zira tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücünü bol hammadde ve ucuz işgücü belirlemektedir (Uğur, 2004: 42). Dolayısıyla yoğun rekabet koşullarında üretim maliyetlerinin minimize edilmesi büyük önem taşımaktadır. Ancak, tekstil ve hazır giyim sanayinin ucuz işgücü avantajından yararlanacağı dönemler geride kalmaktadır. Günümüzde yeni ürünlerin geliştirilmesi, tasarım, ürün ve hizmet kalitesi, müşteri isteklerine göre ürün ve hizmet üretimi, pazardaki ürünün yaşam süresi gibi pek çok faktör artık maliyetlerden çok daha önemlidir (Can, 2009: 58). Rekabet koşullarının yoğunlaştığı günümüzde dünya pazarlarında rekabet edebilmek için sadece ucuz ürün piyasaya sürmek yeterli olmayıp, kaliteli ürünlere yönelilmeli ve kalitenin sürekliliği sağlanmalıdır.

Bu çalışmada 2001-2014 dönemi için Orta Asya ekonomilerinin tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksi ve Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (ASKÜ) indeksi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda Orta Asya ülkelerinden Özbekistan, Tacikistan, Türkmenistan ve Kırgızistan'ın bu sanayi dalında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu belirlenmiştir. Kazakistan'ın ise karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte incelenen dönemde tekstil ve hazır giyim sektörüne ait rekabet gücü indeks değerlerinde bir azalma söz konusudur. Bu da Orta Asya ülkelerinin bu sanayi dalındaki rekabet gücünün zamanla zayıfladığına işaret etmektedir. Nitekim Orta Asya ülkeleri bir bütün olarak ele alındığında 2007 yılından itibaren tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet dezavantajına sahip oldukları görülmektedir. Bunun başlıca nedenleri arasında tekstil ve hazır giyim sektöründe ÜR-GE ve AR-GE faaliyetlerinin yeterli düzeyde olmaması, marka gücünün sınırlı olması ve sektörde kayıt dışılığın fazla olması gelmektedir. Bu bağlamda hem devlet teşvikleri olarak, hem de özel sektör girişimiyle Ar-Ge, inovasyon ve tasarım alanlarında gerekli çalışmaların ve yatırımların yapılması büyük önem taşımaktadır.

Kaynaklar

- Ahmad, N. ve Kalim, R. (2013), Changing Revealed Comparative Advantage of Textile and Clothing Sector of Pakistan: Pre and Post Quota Analysis, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 7(3), 520-544.
- Altay, O., Gacaner, A. (2003), Turkey's Dynamics of Competition: A Comparative Analysis of Competitiveness of the Textile and Clothing Industry, paper presented at the VII.ERC/METU 2003 International Economy Congress, Ankara.
- Altıntaş, N. ve Akpolat, A.G. (2013), Tekstil Sektöründe Avrupa Birliği İle Türkiye Arasındaki Rekabet Analizi, *KAÜ İ.İ.B.F. Dergisi*, 4(6), 33-42.
- Arslan, K. (2008), Küresel Rekabet Baskısı Altında Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dönüşüm Stratejileri ve Yeni Yol Haritası, *MÜSİAD Araştırma Raporları*: 57, İstanbul.
- Aruoba, Ç. (1999), Dünya Tekstil Ekonomisi, Ongun, M.T., (Editör), Anadolu'da Hızla Sanayileşen Kentler: Kahramanmaraş Örneği, Türkiye Ekonomi Kurumu Yayını, Ankara.
- Assadzadeh, A., Behbudı, D., Miyarkolaie, N.F., Moghadam, H.M. (2013), A Study of the Revealed Comparative Advantage in the Textile and Clothing Industries between Iran and Turkey, *International Journal of Economics and Finance Studies*, 5(2), 95-107.
- Aydoğuş, İ. ve Diler, H.G. (2009), Tekstil Ürünleri İhracatında Stratejik Dış Ticaret Yaklaşımı: Türkiye ve Çin Üzerine Bir Uygulama, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(2), 1-17.
- Aynagöz Çakmak, Ö. (2005), Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Gücü: Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 5(1-2), 65-76.
- Azhimetova, G. (2010), Current State of the Cotton and Textile Industry in Kazakhstan, *Perspectives of Innovations, Economics & Business*, 5(2), 37-40.
- Bashimov, G. (2015), Türkmenistan'ın Uluslararası Ticaretteki Karşılaştırmalı Üstünlüğü: Tekstil Endüstrisi Örneği, *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 12-21.
- Can, Ö. (2009), Tekstil Kobilerinde İnovasyon, *Tekstil Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 3(1), 57-63.

- Corovic, E., Jovanovic, P. ve Ristic, L. (2013), Current Trends on the World Textile Market and the Competitiveness of the Serbian Textile Industry, *FIBRES & TEXTILES in Eastern Europe*, 21, 5(101), 8-12.
- Çetin, M. ve Ecevit, E. (2008), İhracatın Sürükleyici Gücü Olarak Tekstil Sektörü: Kahramanmaraş İli Örneği, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15(2), 115-132.
- Çivi, E. (2001), Rekabet Gücü: Literatür Çalışması, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 8 (2), 22-38.
- Çoban, O. ve Kök, R. (2005), Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği (1989–2001), *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 20(228), 68-81.
- Dalum, B., Laursen, K. ve Villumsen, G. (1998), Structural Change in OECD Export Specialization Patterns: De-specialization and 'Stickiness', *International Review of Applied Economics*, 12, 447-467.
- DTÖ. (2015), International Trade Statistics 2015, www.wto.org/statistics, (Erişim: 20.01.2017).
- Ener, M. ve Yelkikalan, N. (2004), Çin'in Dünya Ticaret Örgütüne Üyeliğinin Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Etkileri-SWOT Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 62-79.
- Eraslan, İ.H., Bakan, İ. ve Helvacıoğlu Kuyucu, A.D. (2008), Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), 265-300.
- Erkan, B. (2013), Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 93-110.
- Fukunishi, T., Goto, K. ve Yamagata, T. (2013), Aid for Trade and Value Chains in Textiles and Apparel, *OECD/WTO/IDE-JETRO*.
- Havrila, I. ve Gunawardana, P. (2003), Analysing Comparative Advantage and Competitiveness: An Application to Australia's Textile and Clothing Industries, *Australian Economic Papers*, 42 (1), 103-117.
- Hinloopen, J. ve Marrewijk, C.V. (2001), On the empirical distribution of the Balassa index, *Review of World Economics*, 13 (1), 1-35.
- Hinloopen, J. ve Marrewijk, C.V. (2004), Dynamics of Chinese Comparative Advantage, Tinbergen Institute, Discussion Paper, No: TI 2004-034/2, Rotterdam.
- INTRACEN. (2016), International Trade Statistics, <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics>, (Erişim: 28.10.2016).
- Jucevicius, R. ve Rybakovas, E. (2010), Competitiveness of Lithuanian Textile and Clothing Industry, 6th International Scientific Conference, May 13-14 2010, Vilnius, Lithuania, s. 390-398
- Kaya, Ö. ve Oduncu, A. (2016), Türk Tekstil Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Değerlendirmesi, *Akademik Bakış Dergisi*, 54, 418-428
- Keane, J. ve te Velde, D.W. (2008), The Role of Textile and Clothing Industries in Growing and Development Strategies, Final Draft, Overseas Development Institute, UK.
- Kelleci, S. (2009), Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Türkiye'nin Rekabet Gücü: Karşılaştırmalı Üstünlükler Modeline Göre Sektörel Bir Analiz, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Aydın.
- Kırankabeş, M.C. (2006), Küresel Rekabet Gücü Boyutunda AB Ülkeleri ile Türkiye'nin Karşılaştırmalı Analizi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 231-254.
- Kumar, D. ve Singh, D. (2015), Export Competitiveness of Indian Textile Industry, *Abhinav National Monthly Refereed Journal of Research in Commerce and Management*, 4(2), 1-5.
- Laursen, K. (1998), Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization, Danish Research Unit for Industrial Dynamics (DRUID) Working Paper No: 98-30.
- Şahin, D. (2016a), Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücü: Türkiye, Çin, Hindistan ve Pakistan Örneği, *Kesit Akademi Dergisi*, 2(3), 71-84.
- Şahin, D. (2016b), An Analysis on the International Competitiveness of Textile and Clothing Industry in ASEAN-5 Countries, *International Refereed Journal of Research on Economics Management*, 8, 14-25.

- Tandon, N. ve Reddy, E.E. (2013), A Study on Emerging Trends in Textile Industry in India, AMET International Journal of Management, 5 (5), 81-88.
- Taymaz, E. (2002), Competitiveness of the Turkish Textile and Clothing Industries, http://www.inovasyon.org/pdf/et.textile%20and%20clothing%20ind.15_09_02.pdf, (Erişim: 18.12.2016).
- Uğur, A. (2004), Türkiye'nin Dış Ticaretinde Tekstil-Giyim Sektörünün Yeri ve Yeni Rekabet Dönemi, 26-49.
- Yang, Y. (1999), China's Textile and Clothing Exports: Changing International Comparative Advantage and Its Policy Implications, Asia Pacific Press, CEP 99-3.
- You, S., Cheng, S. ve Yan, H. (2009), The impact of textile industry on China's environment, International Journal of Fashion Design, Technology and Education, 2 (1), 33-43.
- Yücel, Y. (2010), Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Sürecinde Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü ve Çin Tehdidi, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 29(2), 227-250.