



TÜRKİYE’DE SERAMİK SEKTÖRÜNÜN DIŞ TİCARET YAPISI: SEÇİLMİŞ ÜLKELER İÇİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ

Dilek ŞAHİN*

Öz

Bu çalışmanın esas amacı, Türkiye’nin seramik sektörü dış ticaret yapısını analiz etmektir. Çalışmada 2000-2014 dönemi esas alınmıştır. Seramik sektörünün dış ticaret yapısı seçilmiş ülkelerle (Çin, Brezilya, Hindistan, İspanya, Meksika, İtalya) karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Çalışmada iki yöntem kullanılmıştır. İlk olarak seramik sektörünün endüstri-içi ticaret yapısı analiz edilmiştir. İkinci olarak seramik sektörünün rekabet gücü analiz edilmiştir. Yöntem olarak Grubel Lloyd Endeksi ve Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılmıştır. Çalışmada sonuç olarak Türkiye’nin seramik sektöründe endüstri-içi ticaretinin yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca analizde ele alınan diğer ülkelerde de (Çin, Brezilya, Hindistan, İspanya, Meksika, İtalya) endüstri içi ticaretin yüksek olduğu görülmüştür. Rekabet gücü analizi sonucunda ise Türkiye’nin seramik sektöründe rekabet gücünün yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca Çin, İspanya ve İtalya’da seramik sektörünün rekabet gücünün yüksek; Brezilya, Hindistan ve Meksika’da ise, seramik sektörünün rekabet gücünün düşük olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Seramik Sektörü, Dış Ticaret, Endüstri içi Ticaret, Rekabet Gücü, Türkiye.

FOREIGN TRADE STRUCTURE OF CERAMIC SECTOR IN TURKEY: COMPARATIVE ANALYSIS FOR SELECTED COUNTRIES

Abstract

The main purpose of this study is to analyze the foreign trade structure of ceramic sector in Turkey. 2000-2014 period was used in this study. Foreign trade structure of the ceramic sector’s was analyzed comparatively with selected countries (China, Brazil, India, Spain, Mexico, Italy). Two methods were used in this study. Firstly, intra-industry trade structure of the ceramic sector was analyzed. Secondly, competitiveness of the ceramic sector was analyzed. As a method, Grubel Lloyd Index and Revealed Comparative Advantage Index was used. As a result, it was seen that intra industry trade is high in Turkey’s ceramic sector. Also it was seen that intra industry trade is high discussed in other countries (China, Brazil, India, Spain, Mexico, Italy). As a result of the competitive analysis, it was observed that high competitiveness in the ceramic sector in Turkey. In additional, it was seen that high competitiveness of ceramic sector in China, Spain and Italy; low competitiveness of the ceramic sector in Brazil, India and Mexico.

Keywords: Ceramic Sector, Foreign Trade, Intra Industry Trade, Competitiveness, Turkey.

1.Giriş

Seramik sektörü dünyanın önde gelen sektörlerinden biridir. Seramik sektörü 1960’lardan sonra inşaat sektöründeki gelişme ve seramiğin kullanım alanlarının hızla artmasıyla birlikte özellikle gelişmiş ülkelerde önemli hacme ulaşmıştır. Seramik sektöründe dünyanın en büyük üreticisi konumunda olan Çin aynı zamanda en büyük tüketici konumundadır. Seramik üretiminde Çin’den sonra sırasıyla Brezilya, Hindistan ve İran gelirken; seramik tüketimde Brezilya, Hindistan ve Endonezya gelmektedir. Seramik sektörü, Türkiye’nin en eski ve en hızlı ilerleyen sektörlerinden biridir. Sektör her yıl ürünlerini

* Yrd.Doç.Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü. E-mail: dilek58sahin@hotmail.com.



geliştirerek çeşitlendirmektedir. Sektör aynı zamanda katma değer açısından da ülkemizin önde gelen sektörleri arasında yer almaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de seramik sektörünün dış ticaret yapısını seçilmiş ülkelerle (Çin, Brezilya, Hindistan, İspanya, Meksika, İtalya) karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Çalışmada ilk olarak seramik sektörünün endüstri içi ticaret yapısı ardından rekabet gücü analiz edilmiştir. Endüstri içi ticaretin ölçümünde Grubel-Lloyd Endeksi kullanılmıştır. Seramik sektörünün rekabet gücü analizinde ise Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Ticaret Dengesi Endeksi kullanılmıştır. Çalışmada 2000-2014 dönemleri analiz edilmiştir. Çalışmada SITC Rev.3 iki ve üç haneli sınıflandırma kullanılmıştır. Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünü takip eden ikinci bölümde Dünyada ve Türkiye’de seramik sektörü hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde literatür taramasına yer verilmiştir. Dördüncü bölüm veri seti ve yöntemden oluşmaktadır. Beşinci bölümde ise bulgular ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

2. Dünyada ve Türkiye’de Seramik Sektörü

Toprağa dayalı sanayileri, tarım ürünlerini işleyen sanayiler ile topraktaki hammaddeleri işleyen sanayiler olarak gruplandırmak mümkündür. Topraktaki hammaddeyi işleyen sanayiler kendi arasında metal sanayi ve metal dışı mineral sanayiler olarak ikiye ayrılmaktadır. Metal dışı mineral sanayiler içerisinde ise, cam ve çimento sektörüyle birlikte seramik sektörü yer almaktadır (Çeştepe ve Ermiş, 2007: 129). Seramik sektörü, seramik yer ve duvar karoları, banyolarda ve mutfaklarda kullanılan lavabolar, klozetler, rezervuarlar gibi inşaat sektörünün girdisi olan malzemeleri, sofrta ve mutfak eşyaları gibi günlük hayatta kullanılan eşyaları ve modern bilim ve tekniğin ürünlerini ve teknolojilerini üreten seramik kaplama malzemeleri, seramik sağlık gereçleri, refrakter ateş tuğlaları, seramik hammaddeleri, seramik mutfak ve sofrta eşyaları, teknik seramik gibi çok sayıda alt sektörü kapsamaktadır (Saatçioğlu, 2010: 3). Özellikle seramik kaplama ve seramik sağlık gereçleri sektörü, seramik sektörünün lokomotif konumundadır. Seramik kaplama malzemelerinin gerek üretimdeki ve dış ticaretteki payı gerekse en hızlı gelişen alt sektör olması nedeniyle sektör içindeki payı oldukça önemlidir. Ayrıca sektörün kapasite büyüklüğü ve ürün çeşitliliği son derecede yüksektir (Çizmeçi, 2010: 51). Seramik malzemeler, geniş ürün yelpazesıyla günlük hayatta en çok kullanılan malzeme türlerinden biridir. Seramik sektörü özellikle inşaat sektörüyle bağlantılıdır. Bunun yanı sıra seramik malzemeler, otomotiv sektöründe, elektrik elektronik sektöründe, tıpta, uzay havacılık alanında ve savunma sanayinde uygulama alanı bulmaktadır (Çeştepe ve Ermiş, 2007: 130).

Seramik sektörü 1960’lardan sonra inşaat sektöründeki gelişme ve seramiğin kullanım alanlarının hızla artmasıyla birlikte özellikle gelişmiş ülkelerde önemli hacme ulaşmıştır. 1980’lerden itibaren ise gelişmiş Avrupa ülkeleri ve ABD’nin yanı sıra gelişmekte olan ülkeler hammaddeye yakınlık, ürünlerin taşınabilirliği ve teknolojiye ulaşım imkânlarından yararlanarak kendi seramik sanayilerini kurmaya başlamışlardır. Seramik sektöründe tasarım, kalite ve markalaşma ile İtalya; teknoloji odaklı üretim ile İspanya; geleneksel seramik ürünlerinde ise Çin ve Brezilya ön plana çıkmaktadır. İngiltere, Almanya, Kuzey Avrupa ve ABD ise seramiğin kullanım alanlarını geliştirerek teknik seramik alanında liderliğini sürdürmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2015: 5). Günümüze kadar geçen süre zarfında ülkelerin Ar-Ge çalışmalarına ağırlık vermesi neticesinde seramik üretim teknolojisinde yaşanan gelişmeler, seramik ürünlerinde kalitenin yükselmesini sağlayarak kullanım alanlarını



genişletmiştir. Seramik kullanım alanlarındaki artış beraberinde seramik tüketimini de artırmıştır.

Seramik sektörü, her ülkede olduğu gibi ülkemizde de stratejik bir öneme sahiptir. Türkiye’de seramik sektörü 1950’li yıllarda üretime başlamış ve kısa bir sürede Türkiye dünyanın sayılı seramik üreticisi ülkelerinden biri haline gelmiştir. Ülkemizde seramik sektörü ihracatta yerli kaynakları en çok kullanan ve ithal ürünlere bağımlılığı en az olan sektörlerinden biridir.

Türkiye’de seramik sanayinde ilk yatırımlar özel sektör tarafından yapılmıştır. 1960 yılında Çanakkale Çan’da yer ve duvar karosu üreten tesis faaliyete geçmiştir. 1968 yılından itibaren seramik ürünlerinin ithalatı minimum düzeylere gerileyerek seramik ihracatına başlanmıştır. Seramik sektöründe esas gelişme, 1990’lı yıllarda yaşanmış ve 2000’lerin başlarından itibaren seramik sektörü Türkiye için öncü sektörlerden biri haline gelmiştir. Türkiye’de seramik kaplama malzemelerinin üretildiği illerin başında Çanakkale, İstanbul, Bilecik, Eskişehir, Kütahya, Uşak, İzmir, Aydın ve Yozgat’ın geldiği görülmektedir. Seramik kaplama malzemeleri tesislerinin %14,61’inin Çanakkale’de; %49,82’sinin Bilecik-Eskişehir-Kütahya bölgesinde; %28,61’inin İzmir-Manisa-Uşak-Aydın bölgesinde; %6,96’sının Çankırı-Yozgat bölgesinde kurulduğu görülmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2015: 27-29). Seramik sektörü içinde en yüksek ihracat ve üretim oranı seramik kaplama malzemeleri ürün grubuna aittir.

Tablo 1’de dünya seramik kaplamaları malzemeleri üretiminde önde gelen ülkelere yer verilmiştir. 2013 yılı verilerine göre, 5700 milyon m² ile üretimle, Çin ilk sırada yer almaktadır. Çin’i sırasıyla 871 milyon m² ile Brezilya, 750 milyon m² ile Hindistan ve 500 milyon m² ile İran takip etmektedir. Türkiye dünya seramik kaplamaları malzemeleri üretiminde 8’inci sırada yer almaktadır. Türkiye’nin 2013 yılı üretimi 340 milyon m²’ye ulaşmıştır.

Tablo 1. Dünya Seramik Kaplamaları Malzemeleri Üretimi

Ülkeler	2010		2011		2012		2013	
	Milyon m ²	%	Milyon m ²	%	Milyon m ²	%	Milyon m ²	%
Çin	4200	43,66	4800	45,28	5200	46,45	5700	47,84
Brezilya	754	7,83	844	7,96	866	7,73	871	7,31
Hindistan	550	5,71	617	5,82	691	6,17	750	6,29
İran	400	4,15	475	4,48	500	4,46	500	4,19
İspanya	366	3,80	392	3,69	404	3,60	420	3,52
Endonezya	287	2,98	320	3,01	360	3,21	390	3,27
İtalya	387	4,02	400	3,77	367	3,27	363	3,04
Türkiye	245	2,54	260	2,45	280	2,50	340	2,85
Vietnam	375	3,89	380	3,58	290	2,59	300	2,51
Meksika	210	2,18	219	2,06	229	2,04	228	1,91
Toplam	7774	80,81	8707	82,14	9187	82,07	9862	82,78
Dünya Toplam	9619		10599		11194		11913	

Kaynak: Türkiye Seramik Federasyonu (<http://www.serfed.com/tr/index.php>), TradeMap (<http://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>).

Tablo 2’de, dünya seramik kaplamaları malzemeleri tüketiminde önde gelen ülkelere yer verilmiştir. Tablodan da anlaşılacağı üzere, Çin seramik tüketiminde de üretimde olduğu gibi ilk sırada yer almaktadır. 2013 yılı verilerine göre, 4556 milyon m² lik tüketimle Çin ilk



sırada yer alırken; Brezilya 837 milyon m², Hindistan 748 milyon m²'lik tüketim yapmaktadır. Türkiye dünya seramik kaplamaları malzemeleri tüketiminde 10'uncu sırada yer almaktadır. Türkiye'nin 2013 yılı tüketimi 226 milyon m² 'ye ulaşmıştır.

Tablo 2. Dünya Seramik Kaplamaları Malzemeleri Tüketimi

Ülkeler	2010		2011		2012		2013	
	Milyon m ²	%	Milyon m ²	%	Milyon m ²	%	Milyon m ²	%
Çin	3500	36,87	4000	38,32	4250	38,87	4556	39,36
Brezilya	700	7,37	775	7,42	803	7,34	837	7,23
Hindistan	557	5,86	625	5,98	681	6,22	748	6,46
Endonezya	277	2,91	312	2,98	340	3,11	360	3,11
İran	335	3,52	395	3,78	375	3,43	350	3,02
Vietnam	330	3,47	360	3,44	254	2,32	251	2,16
S. Arabistan	182	1,91	203	1,94	230	2,10	235	2,03
Rusya	158	1,66	181	1,73	213	1,94	231	1,99
USA	186	1,95	194	1,85	204	1,86	230	1,98
Türkiye	166	1,74	169	1,61	184	1,68	226	1,95
Toplam	6380	67,22	7214	69,12	7534	68,91	8024	69,32
Dünya Toplam	9491		10436		10932		11574	

Kaynak: Türkiye Seramik Federasyonu(<http://www.serfed.com/tr/index.php>), TradeMap (<http://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

Seramik günlük hayatta geniş kullanım alanı ve inşaat sektörüyle bağlantılı olan bir ürün olduğu için yoğun bir şekilde ticareti yapılmaktadır. Tablo 3'de dünya seramik kaplamaları malzemeleri ihracatına yer verilmiştir. 2013 yılında dünya seramik kaplamaları malzemeleri ihracatı 2678 milyon m² 'ye ulaşmıştır. Dünya ihracatının önemli kısmı öne çıkan ilk 10 ülke tarafından gerçekleştirilmektedir. İhracat hacmi açısından ilk sırada 1148 milyon m² ile Çin bulunmaktadır. İspanya, İtalya, İran ve Türkiye, Çin'in ardından en fazla ihracat yapan ülkeler arasında yer almaktadır.

Tablo 3. Dünya Seramik Kaplamaları Malzemeleri İhracatı (miktar bazında)

Ülkeler	2010		2011		2012		2013	
	Milyon m ²	%	Milyon m ²	%	Milyon m ²	%	Milyon m ²	%
Çin	867	40,49	1015	42,75	1086	42,77	1148	50,72
İspanya	248	11,63	263	11,07	296	11,65	318	11,87
İtalya	289	13,49	298	12,55	289	11,38	303	11,27
İran	54	2,52	65	2,73	93	3,66	114	4,25
Türkiye	84	3,92	87	3,66	92	3,62	88	3,28
Meksika	57	2,66	63	2,65	68	2,67	80	2,98
Brezilya	57	2,66	60	2,52	59	2,32	63	2,35
UAE	44	2,05	48	2,02	50	1,96	51	1,90
Vietnam	28	1,30	42	1,81	41	1,61	50	1,86
Polonya	33	1,54	36	1,51	41	1,61	48	1,79
Toplam	1761	82,25	1977	83,27	2115	83,30	2263	84,50
Dünya Toplam	2141		2374		2539		2678	



Kaynak: Türkiye Seramik Federasyonu(<http://www.serfed.com/tr/index.php>), TradeMap (<http://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

3.Literatür Taraması

Literatürde endüstri içi ticaretin ölçümüyle ilgili çalışmalardan bazılarını aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

Hu ve Ma (1999): Çin'in endüstri-içi ticaretindeki artış ölçülmüş, Çin ve 45 ana ticari partneri arasındaki dikey ve yatay endüstri-içi ticaretin belirleyicileriyle ilgili çeşitli ampirik testler yapılmıştır. 1970'lerin sonlarından itibaren Çin hükümetinin açık ekonomi politikasını takip ettiği ve 1979-1996 yılları arasında Çin'de uluslararası ticaretin arttığı ifade edilmiştir. Çalışmada endüstri-içi ticaretin sadece Çin ve benzer faktör donanımına sahip gelişmekte olan ülkeler arasında değil aynı zamanda Çin ve gelişmiş ülkeler arasında da gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çakmak (2006): Türkiye ile Almanya, İtalya, Fransa ve İngiltere arasında imalat endüstrisi dış ticaretinde endüstri içi ticaretinin yapısını ve önemini tespit etmek amacıyla 1991-2004 döneminde SITC (Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırması) Rev.3, üç basamaklı ürün grupları verileri ve standart G-L endeksi kullanılarak bir araştırma yapılmıştır. Buna göre, ilgili dönemde Türkiye ile dört ülke arasındaki endüstri içi ticaret oranlarını temel alan sıralamanın zamanla çok değiştiği, söz konusu dönemin başlarında Türkiye ile imalat endüstrisi endüstri içi ticaret düzeyi en yüksek ülkeler sırasıyla İngiltere, İtalya, Almanya ve Fransa iken, dönemin sonlarına doğru bu sıralama Fransa, İtalya, Almanya ve İngiltere biçiminde olduğu ifade edilmektedir.

Deviren ve Karataş (2007): Türkiye ve Çin arasında 1995-2005 döneminde SITC Rev.3'e göre, gerçekleşen endüstri-içi ticaret endeksinin 0.50 ve üstü değer aldığı ürünler gerek SITC temel ürün gruplarına gerekse teknolojik yapıya göre sınıflandırılarak inceleme konusu yapılmıştır. Her iki sınıflandırma da Grubel-Lloyd'un ağırlıklı ortalaması kullanılmıştır. 1995-2005 yılları arasında Türkiye'nin Çin ile yaptığı endüstri-içi ticaret düzeyi SITC ürün gruplarına göre 0-4 ilksel ürünler, 5-8 sınıai ürünleri, 0-8 tüm ürünlere ilişkin olarak hem Grubel-Lloyd'un ağırlıklı ortalaması hem de düzeltilmiş endeksten yararlanılarak hesaplanmıştır. Hesaplamalara göre ilksel ürünler, sınıai ürünleri ve tüm ürünlere ilişkin endüstri-içi ticaretin endeks değerinin 0.50'nin altında kalmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin Çin ile yaptığı dış ticaretin endüstriler-arası ticaret yapısı gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Xing (2007): 1980-2004 yılları arasında Çin'in önemli ticari partneri olan Japonya ve ABD ile arasındaki endüstri-içi ticaret ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda Çin'in Japonya ve ABD ile olan endüstri-içi ticaretinin payının arttığı ve toplam ticaretinin %35'nin endüstri-içi ticaret şeklinde olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmada yine Japonya ve Çin arasındaki endüstri-içi ticarete Japonya'nın Çin'deki doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının payının önemli olduğu ortaya çıkmıştır.

Erün (2010): Türkiye ve AB ülkeleri arasında gıda ve canlı hayvan sektörü toplamında ve alt sektöründe 1995-2009 dönemleri itibariyle Grubel-Lloyd endeksi ve birim değer oranları hesaplanmıştır. Türkiye ile AB-15 ülkeleri arasındaki endüstri içi ticaretin giderek azaldığı ancak tek tek ülkelere bakıldığında özellikle Macaristan, Bulgaristan, Danimarka, İspanya, İrlanda ve Romanya ile olan gıda ve canlı hayvan sektöründe endüstri içi ticaretinin güçlü olduğu görülmüştür. Türkiye ile AB-15 ve AB-27 arasında yüksek kalitede endüstri içi



ticaret yapısıyla karşılaşılrken tek tek ülkeler için yapılan analize bakıldığında düşük kalitede dikey endüstri içi ticaret yapısıyla karşılaşılmıştır.

Li vd. (2015): Çin ve Güney Kore arasındaki imalat sanayi ürünlerinin ticaretinin yönü belirlenmeye çalışılmıştır. İmalat sanayi ürünlerinde endüstri-içi ticaret seviyesinin ölçümü için statik ölçüm ve dinamik ölçüm hesaplanmıştır. Çalışmada sonuç olarak Çin ve Güney Kore arasında imalat sanayi ürünlerinde endüstri-içi ticaret seviyesinin arttığı görülmüştür. Fakat bu artışın sermaye ve teknoloji yoğun ürünlerde daha yüksek olduğu görülmüştür. Güney Kore'den Çin'e yapılan yabancı sermaye yatırımları, Güney Kore ve Çin'in piyasa büyüklüğü, iki ülkenin kişi başına düşen GSYH'sı, gibi faktörlerin Çin ve Güney Kore arasındaki endüstri-içi ticaretin seviyesini farklı derecede etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Rekabet gücünün ölçümüyle ilgili literatürde yer alan çalışmalardan bazılarını aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

Çeştepe ve Ermiş (2007): Türk seramik sektörünün rekabet gücü 1996-2002 yılları esas alınarak analiz edilmiştir. Rekabet gücü ölçümünde; Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, İhracat/ithalat Oranı, Net ihracat Oranı ve Endüstri içi Ticaret yöntemlerinden yararlanılmıştır. Sonuç olarak, Türk seramik sektörünün Dünya ve AB ile rekabet gücünün olduğu belirlenmiştir. Rekabet gücünün alt sektörler itibariyle, çimento, kireç ve inşaat malzemeleri ile cam ve cam eşya sektöründe yüksek olduğu görülmüştür. Mineral mamullerinde ise rekabet gücünün olmadığı tespit edilmiştir.

Gürpınar ve Barca (2007): Türk mobilya sektörünün uluslararası piyasalarda rekabet gücü analiz edilmiştir. İlk olarak çeşitli endekslerle ilgili sektörün pazardaki rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. Daha sonra, rekabet gücünün dayanakları Porter'in geliştirdiği Elmas Modeli ile analiz edilmiştir. Sonuç olarak Türk mobilya sektöründe hesaplanan endeks değerleri, 2001-2004 döneminde 1'in altında 2005-2006 dönemi için ise 1'in üstünde çıkmıştır. Bu durum Türk mobilya sektörünün uluslararası pazarlarda rekabetçi üstünlüğe sahip bir konum kazandığını göstermektedir. Bu başarının arkasındaki nedenlere Porter'in Elmas Modeli çerçevesinde bakılmış ve ulusal pazarda artan talebin giderek daha sofistike olması, nitelikli işgücü ve firmaların dışa açılma stratejileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bakhshinejad ve Zahed (2012): Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılarak İran'ın seçilmiş tarımsal ürünlerde rekabet gücü analiz edilmiştir. Çalışmada analizler 2007 yılı için yapılmış ve ceviz, badem, fındık, elma ve portakal ürünlerinde rekabet gücü hesaplanmıştır. Sonuç olarak, İran'ın bu ürünlerde rekabet gücüne sahip olmadığı görülmüştür. Çalışmada ayrıca İran'ın rekabet gücünün artırılması için tarımsal verimliliğin artırılması, yerli teknolojinin geliştirilmesi ve iş yapma maliyetinin azaltılması gibi öneriler sunulmuştur.

Shahab ve Mahmood (2013): Pakistan'ın deri endüstrisinin rekabet gücü seçilen ülkelerle (Çin, Hindistan, İran) karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Çalışmada 2002-2009 dönemi analiz edilmiş ve Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılmıştır. Sonuç olarak Pakistan'ın ele alınan dönemde diğer ülkelere göre rekabet gücünün yüksek olduğu görülmüştür.

Sharma ve Bugalya (2014): Hindistan'ın pamuk ürünlerinin rekabet gücü 1996-2011 dönemi için Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Ticaret Yoğunlaşma Endeksi ile analiz edilmiştir. Çalışmada sonuç olarak, Hindistan'ın pamuk üretiminde ve ihracatında son yıllarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmüştür.



Startienė and Remeikienė (2014): Litvanya'nın endüstriyel üretimi 2007-2011 dönemi için Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ile analiz edilmiştir. Her iki endekste Litvanya'nın ele alınan dönemde gıda, kimyasal, odun ve tekstil imalatında güçlü rekabet gücüne sahip olduğunu göstermiştir.

Peker (2015): Türkiye'de hububat-baklagil alt sektörünün Avrupa Birliği pazarı karşısındaki rekabet yapısı Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada 1990-2011 dönemi ele alınmıştır. Sonuç olarak, baklagil grubunda yer alan mercimek ve nohutta Türkiye'nin rekabet gücünün yüksek olduğu görülmüştür. Baklagil grubunda yer alan kuru fasulye ticaretinde ise 2000'li yıllardan itibaren rekabet gücünün düştüğü görülmüştür. Ayrıca buğdayda rekabet üstünlüğünün zaman içinde azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Mısır ticaretinde ise Türkiye'nin AB pazarında rekabet üstünlüğüne sahip olmadığı görülmüştür.

4. Veri Seti ve Yöntem

Türkiye'nin seramik sektörünün dış ticaret yapısının analiz edildiği bu çalışmada, iki uygulama yapılmıştır. İlk uygulama endüstri-içi ticaretin analizidir. İkinci uygulama ise rekabet gücünün ölçümüne yöneliktir.

Endüstri-içi ticaretin ölçümünde literatürde sıklıkla kullanılan Grubel-Lloyd yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde X_i ihracat değeri, M_i ithalat değerini göstermek üzere endüstri-içi ticaret aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Grubel ve Lloyd, 1975: 21):

$$Bi = \frac{\sum_i^n [X_i + M_i - X_i - M_i]}{\sum_i^n X_i + M_i} \text{ veya } Bi = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i} \quad (1)$$

Endeks 0 ile 1 arasında değer almakla birlikte, eğer ülke söz konusu malı yalnızca ihraç ya da ithal ediyorsa (endüstri-içi ticaret yoksa) endeks 0 olmaktadır. Eğer aynı malın ithalatı ve ihracatı birbirine eşit ise endeks değeri 1 olmakta ve bu durum endüstri-içi ticaret seviyesinin maksimum olduğunu göstermektedir.

İkinci uygulama olan rekabet gücü ölçümünde ise; Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Ticaret Dengesi Endeksi kullanılmıştır. Bu yöntemleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Balassa (1965) tarafından geliştirilmiştir. Bu endeks bir ülkenin belirli bir sektör ihracatının toplam ihracatına oranının, aynı sektörün dünya ihracatının dünya toplam ihracatına oranı olarak tanımlanmaktadır (Erkan, 2012: 198). Endeks(RCA-AKÜ) şu şekilde formüle edilmektedir:

$$RCA_{ij} = \left[\left(\frac{X_{ij}}{X_i} \right) \div \left(\frac{X_{jw}}{X_w} \right) \right] \quad (2)$$

Bu eşitlikte, i ülkeyi, j ürünü (sektörü), X ihracatı, M ithalatı göstermekle birlikte; eşitliğin pay kısmı ürünün (sektörün) ulusal ihracattaki payını, payda kısmı ise ürünün (sektörün) dünya toplam ihracatındaki payını göstermektedir. Endeks değeri 0 ile ∞ arasında değer almaktadır. Eğer, endeks değeri 1'den büyükse ($AKÜ > 1$) ilgili ülke ele alınan ürünün



(sektörün) ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir (rekabet gücü yüksek). Endeks değeri 1'den küçükse (AKÜ<1) ilgili ülke ele alınan ürünün (sektörün) ihracatında karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir (rekabet gücü düşük).

Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi şu şekilde formüle edilmektedir:

$$RSCA_{ij} = (RCA_{ij} - 1) / (RCA_{ij} + 1) \quad (3)$$

Bu endeks -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. Eğer endeks değeri pozitif ise ülke o üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Endeks değeri ne kadar yüksekse rekabet gücü de o kadar yüksektir.

Ticaret Dengesi Endeksi (TBI), bir ülkenin ilgili üründe net ihracatçı veya net ithalatçı olup olmadığını göstermektedir. Endeks şu şekilde formüle edilmektedir:

$$TBI_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}} \quad (4)$$

Bu eşitlikte, i ülkeyi, j ürünü, X ihracatı, M ithalatı göstermektedir. Endeks değeri -1 ile +1 arasında değer almaktadır. Endeks -1 ise ülke net ithalatçı, endeks +1 ise ülke net ihracatçı pozisyonundadır.

Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Ticaret Dengesi Endeksi kullanılarak üretim haritası oluşturulmaktadır. Üretim haritası A, B, C, D olarak dört gruptan oluşmaktadır. Bu gruplar şu şekilde açıklanabilir (Widodo, 2009: 67):

Grup A: Karşılaştırmalı Üstünlük-Net İhracatçı (RSCA>0, TIB>0)

Grup B: Karşılaştırmalı Üstünlük- Net İthalatçı (RSCA>0, TBI<0)

Grup C: Karşılaştırmalı Dezavantaj-Net İhracatçı (RSCA<0, TBI>0)

Grup D: Karşılaştırmalı Dezavantaj-Net İthalatçı (RSCA<0, TBI<0)

Uluslararası ticaret istatistikleri yılığında, SITC Rev.2 sınıflandırmasına göre seramik sektörü, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) başlığı altında yer almaktadır. Seramik sektörü, alt sektörler itibariyle SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter Malzemeleri), SITC 663 (Mineral Mamuller), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) başlıkları altında sınıflandırılmaktadır.

Çalışmada kullanılan verilere (ithalat-ihracat) Birleşmiş Milletlerin (UN) Comtrade veri tabanından ulaşılmıştır. Çalışmada 2000-2014 dönemi analiz edilmiştir.

5.Bulgular ve Değerlendirmeler

Bu başlık altında seramik sektörünün dış ticaret yapısı incelenmiştir. İlk olarak sektördeki endüstri-içi ticaretin yapısı analiz edilerek yorumlanmıştır. Ardından sektörün rekabet gücü analizi hesaplanarak yorumlanmıştır.

5.1. Seramik Sektöründe Endüstri içi Ticaretin Ölçümü

Tablo 4'de, seramik sektöründe endüstri içi ticaret seviyesi gösterilmiştir. Türkiye'nin seramik sektöründe endüstri içi ticaret seviyesine bakıldığında; SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe endüstri içi ticaretin yüksek olduğu görülmektedir. SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) ve SITC 662 (Refrakter malzemeleri) sektöründe ise endüstri içi ticaret düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) ve SITC 665 (Cam Eşya) sektöründe ise endüstri içi ticaret artmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'nin seramik sektöründe endüstri içi ticaret seviyesinin yüksek olduğu görülmektedir.



Çin'in seramik sektöründe endüstri içi ticaret seviyesinin yüksek olduğu sektörler arasında; SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) ve SITC 665 (Cam Eşya) bulunmaktadır. SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde ise endüstri içi ticaret seviyesinin düşük olduğu görülmektedir.

Brezilya'nın seramik sektöründe endüstri içi ticaret seviyesinin yüksek olduğu sektörler arasında; SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) ve SITC 665 (Cam Eşya) bulunmaktadır. SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde ise endüstri içi ticaret seviyesi düşüktür.

Hindistan'ın seramik sektöründe endüstri içi ticaret seviyesinin yüksek olduğu sektörler arasında; SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) bulunmaktadır. SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) sektöründe ise endüstri içi ticaret seviyesi düşüktür.

İspanya'nın seramik sektöründe endüstri içi ticaret seviyesinin yüksek olduğu sektörler arasında; SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) bulunmaktadır. SITC 662 (Refrakter malzemeleri) sektöründe endüstri içi ticaret giderek azalmaktadır. SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) sektöründe ise endüstri içi ticaret seviyesinin düşük olduğu görülmektedir.

Meksika'nın seramik sektöründe endüstri içi ticaret seviyesinin yüksek olduğu sektörler arasında; SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) bulunmaktadır. SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) sektöründe ise endüstri içi ticaret seviyesinin giderek yükseldiği görülmektedir.

İtalya'nın seramik sektöründe endüstri içi ticaret seviyesinin yüksek olduğu sektörler arasında; SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) bulunmaktadır. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) ve SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) sektöründe ise endüstri içi ticaretin düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Seramik Sektöründe Endüstri içi Ticaretinin Ölçümü: Grubel Lloyd Endeksi

Ülke/Yıl	Sektör	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Türkiye	66	0,55*	0,41	0,45	0,46	0,50	0,57*	0,71*	0,64*	0,52*	0,46	0,55*	0,62*	0,58*	0,63*	0,67*
	661	0,27	0,13	0,09	0,10	0,12	0,18	0,38	0,28	0,17	0,15	0,18	0,23	0,21	0,25	0,25
	662	0,38	0,29	0,37	0,27	0,32	0,42	0,60*	0,48	0,50	0,38	0,44	0,47	0,48	0,48	0,52*
	663	0,61*	0,53*	0,50	0,63*	0,66*	0,69*	0,65*	0,66*	0,74*	0,81*	0,72*	0,70*	0,76*	0,79*	0,78*
	664	0,91*	0,71*	0,79*	0,88*	0,96*	0,99*	0,94*	0,97*	0,83*	0,87*	0,91*	0,93*	0,94*	0,99*	0,98*
	665	0,37	0,28	0,33	0,38	0,48	0,63*	0,68*	0,64*	0,55*	0,50	0,62*	0,65*	0,55*	0,71*	0,69*
	666	0,99*	0,70*	0,93*	0,98*	0,93*	0,75*	0,55*	0,61*	0,70*	0,76*	0,69*	0,66*	0,67*	0,65*	0,59
Çin	66	0,67*	0,68*	0,65*	0,65*	0,63*	0,54*	0,52*	0,51*	0,47	0,47	0,53*	0,59*	0,54*	0,59*	0,94*
	661	0,16	0,18	0,13	0,13	0,13	0,06	0,04	0,03	0,03	0,03	0,05	0,05	0,03	0,02	0,02
	662	0,51*	0,43	0,25	0,25	0,25	0,16	0,11	0,13	0,08	0,08	0,08	0,08	0,05	0,04	0,05
	663	0,92*	0,91*	0,91*	0,90*	0,90*	0,81*	0,78*	0,75*	0,66*	0,68*	0,65*	0,58*	0,54*	0,49	0,51*
	664	0,73*	0,77*	0,89*	0,93*	0,92*	0,76*	0,69*	0,56*	0,54*	0,61*	0,72*	0,80*	0,86*	0,85*	0,83*
	665	0,68*	0,64*	0,62*	0,63*	0,67*	0,63*	0,64*	0,66*	0,55*	0,48	0,52*	0,50	0,42	0,34	0,30
	666	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02



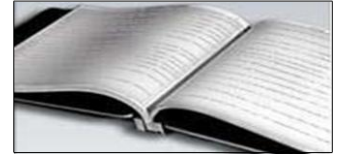
Brezilya	66	0,62*	0,63*	0,51*	0,50	0,49	0,47	0,45	0,53*	0,71*	0,75*	0,90*	0,96*	0,93*	0,96*	0,96*
	661	0,26	0,26	0,20	0,22	0,17	0,12	0,09	0,12	0,19	0,27	0,40	0,51*	0,48	0,39	0,40
	662	0,30	0,30	0,20	0,17	0,17	0,26	0,22	0,33	0,48	0,56*	0,84*	0,95*	0,97*	0,93*	0,92*
	663	0,99*	0,90*	0,98*	0,90*	0,89	0,90*	0,88*	0,99*	0,93*	0,93*	0,84*	0,74*	0,63*	0,59*	0,63*
	664	0,92*	0,90*	0,97*	0,99*	0,97*	0,97*	0,95*	0,85*	0,61*	0,67*	0,64*	0,56*	0,52*	0,48	0,56*
	665	0,99*	0,95*	0,82*	0,55*	0,72*	0,79*	0,84*	0,80*	0,99*	0,85*	0,63*	0,48	0,37	0,33	0,36
	666	0,34	0,38	0,38	0,44	0,54*	0,72*	0,93*	0,80*	0,57*	0,43	0,34	0,19	0,14	0,19	0,32
Hindistan	66	0,84*	0,82*	0,86*	0,82*	0,93*	0,91*	0,81*	0,77*	0,89*	0,94*	0,90*	0,98*	0,97*	0,88*	0,96*
	661	0,03	0,05	0,08	0,08	0,14	0,13	0,16	0,20	0,34	0,39	0,35	0,40	0,48	0,35	0,36
	662	0,78*	0,84*	0,98*	0,85*	0,58*	0,49	0,51*	0,48	0,41	0,52*	0,63*	0,51*	0,59*	0,81*	0,98*
	663	0,84*	0,87*	0,89*	0,80*	0,81*	0,85*	0,82*	0,87*	0,82*	0,84*	0,74*	0,72*	0,78*	0,88*	0,85*
	664	0,85*	0,76*	0,93*	0,97*	0,88*	0,64*	0,84*	0,85*	0,91*	0,80*	0,69*	0,86*	0,65*	0,67*	0,59*
	665	0,67*	0,76*	0,61*	0,64*	0,63*	0,71*	0,74*	0,77*	0,79*	0,87*	0,95*	0,92*	0,88*	0,71*	0,66*
	666	0,47	0,44	0,42	0,40	0,53*	0,89*	0,87*	0,83*	0,61*	0,77*	0,64*	0,54*	0,57*	0,66*	0,70*
İspanya	66	0,62*	0,64*	0,63*	0,67*	0,71*	0,75*	0,76*	0,81*	0,73*	0,65*	0,64*	0,60*	0,51*	0,47	0,52*
	661	0,59*	0,70*	0,69*	0,69*	0,76*	0,90*	0,97*	0,94*	0,83*	0,51*	0,43	0,29	0,19	0,18	0,20
	662	0,09	0,11	0,12	0,14	0,14	0,15	0,17	0,19	0,17	0,15	0,16	0,13	0,11	0,10	0,12
	663	0,96*	0,93*	0,98*	0,98*	0,99*	0,98*	0,98*	0,98*	0,99*	0,82*	0,82*	0,79*	0,73*	0,68*	0,70*
	664	0,99*	0,94*	0,96*	0,96*	0,93*	0,98*	0,99*	0,93*	0,95*	0,99*	0,99*	0,98*	0,91*	0,64*	0,88*
	665	0,81*	0,86*	0,86*	0,83*	0,76*	0,72*	0,77*	0,76*	0,77*	0,76*	0,81*	0,80*	0,82*	0,84*	0,83*
	666	0,99*	0,99*	0,98*	0,97*	0,86*	0,75*	0,78*	0,75*	0,78*	0,82*	0,78*	0,80*	0,85*	0,89*	0,81*
Meksika	66	0,94*	0,94*	0,96*	0,94*	0,97*	0,98*	0,97*	0,98*	0,93*	0,90*	0,94*	0,98*	0,97*	0,93*	0,97*
	661	0,31	0,36	0,47	0,48	0,47	0,46	0,49	0,57*	0,61*	0,68*	0,71*	0,72*	0,67*	0,70*	0,77*
	662	0,85*	0,85*	0,96*	0,99*	0,89*	0,78*	0,82*	0,90*	0,90*	0,77*	0,88*	0,96*	0,96*	0,92*	0,95*
	663	0,72*	0,94*	0,81*	0,87*	0,90*	0,92*	0,92*	0,81*	0,88*	0,85*	0,85*	0,80*	0,86*	0,93*	0,99*
	664	0,94*	0,89*	0,84*	0,77*	0,82*	0,87*	0,89*	0,98*	0,91*	0,92*	0,96*	0,93*	0,95*	0,92*	0,84*
	665	0,57*	0,52*	0,58*	0,53*	0,52*	0,62*	0,71*	0,91*	0,70*	0,61*	0,43	0,51*	0,54*	0,48	0,56*
	666	0,52*	0,74*	0,99*	0,80*	0,91*	0,95*	0,97*	0,82*	0,62*	0,76*	0,61*	0,62*	0,73*	0,84*	0,80*
İtalya	66	0,51*	0,51*	0,50	0,51*	0,53*	0,56*	0,56*	0,58*	0,59*	0,58*	0,61*	0,61*	0,57*	0,55*	0,58*
	661	0,18	0,22	0,25	0,29	0,33	0,37	0,36	0,36	0,36	0,37	0,33	0,31	0,26	0,22	0,21
	662	0,11	0,10	0,11	0,11	0,12	0,13	0,13	0,15	0,15	0,14	0,16	0,16	0,13	0,12	0,13
	663	0,81*	0,80*	0,79*	0,82*	0,82*	0,86*	0,90*	0,90*	0,92*	0,95*	0,95*	0,94*	0,91*	0,88*	0,94*
	664	0,90*	0,91*	0,90*	0,84*	0,82*	0,82*	0,80*	0,84*	0,83*	0,84*	0,87*	0,85*	0,80*	0,82*	0,82*
	665	0,70*	0,70*	0,73*	0,74*	0,74*	0,76*	0,77*	0,76*	0,78*	0,76*	0,78*	0,77*	0,74*	0,72*	0,76*
	666	0,90*	0,88*	0,89*	0,96*	0,98*	0,80*	0,77*	0,71*	0,65*	0,59*	0,61*	0,67*	0,69*	0,82*	0,75*

Kaynak: UN Comtrade veri tabanından yola çıkılarak tarafımızca hesaplanarak düzenlenmiştir. **Not:** Literatürde endeks değeri 0,50'den yüksek ise endüstri-içi ticaretin olduğu kabul edilmektedir. * endüstri-içi ticaretin olduğunu göstermektedir.

5.2. Seramik Sektöründe Rekabet Gücünün Ölçümü

Tablo 5'de seramik sektörünün AKÜ endeks değerine yer verilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere, Türkiye'nin SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde endeks değeri 1'den büyüktür. Diğer bir ifadeyle bu sektörlerde Türkiye'nin rekabet gücü yüksektir. SITC 663 (Mineral mamuller) sektöründe ise rekabet gücünün düşük olduğu görülmektedir. Genel itibariyle değerlendirildiğinde, Türkiye'nin seramik sektöründe rekabet gücü yüksektir.

Çin'in SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde rekabet gücü yüksektir. SITC 663 (Mineral mamuller) sektöründe ise rekabet gücünün düşük olduğu görülmektedir. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) ve SITC 664 (Cam) sektöründe ise rekabet gücünün yükseldiği görülmektedir.



Brezilya'nın SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri) sektörlerinde rekabet gücü yüksektir. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde ise rekabet gücü düşüktür. Genel olarak değerlendirildiğinde, Brezilya'nın seramik sektöründe rekabet gücünün düşük olduğu görülmektedir.

Hindistan'ın SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) ve SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) sektörlerinde rekabet gücü yüksektir. SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde ise rekabet gücünün düşük olduğu görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, Hindistan'ın seramik sektöründe rekabet gücü düşüktür.

İspanya'nın SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) ve SITC 665 (Cam Eşya) sektörlerinde rekabet gücü yüksektir. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe ise son yıllarda rekabet gücünün düştüğü görülmektedir.

Meksika'nın SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) sektöründe rekabet gücü yüksektir. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe rekabet gücü düşüktür. Genel bir değerlendirme yapıldığında, Meksika'nın seramik sektöründe rekabet gücünün düşük olduğu söylenebilir.

İtalya'nın SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) ve SITC 665 (Cam Eşya) sektöründe rekabet gücü yüksektir. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe ise son yıllarda rekabet gücünün düştüğü görülmektedir. Genel bir değerlendirme yapıldığında, İtalya'nın seramik sektöründe rekabet gücünün yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksine Göre Rekabet Gücü Ölçümü

Ülke/Yıl	Sektör	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Türkiye	66	1,90	1,87	1,80	1,75	1,70	1,68	1,65	1,61	1,78	1,99	1,79	1,50	1,41	1,38	1,32
	661	7,81	7,64	8,11	8,01	8,39	8,64	7,51	7,43	8,39	10,10	10,20	8,56	7,14	7,04	6,48
	662	4,90	4,18	4,35	4,11	3,90	3,81	3,35	3,27	3,06	2,99	3,45	3,38	3,11	3,09	2,84
	663	0,71	0,41	0,46	0,59	0,61	0,70	0,60	0,58	0,66	0,73	0,78	0,81	0,76	0,83	0,78
	664	1,60	1,60	1,45	1,32	1,28	1,34	1,37	1,41	1,44	1,30	1,44	1,29	1,08	1,18	1,26
	665	5,09	4,27	4,03	3,59	3,10	2,71	2,53	2,45	2,75	2,94	2,73	2,68	2,28	2,29	2,37
	666	0,80	1,13	0,95	1,04	1,10	1,06	1,07	1,37	1,55	1,46	1,55	1,41	1,04	1,14	1,10
Çin	66	0,97	0,97	0,93	0,90	0,91	0,92	1,02	0,93	1,00	1,05	1,01	1,04	1,17	1,14	1,12
	661	2,22	2,26	2,02	1,89	1,79	2,00	2,16	1,99	1,85	1,88	1,82	1,91	1,77	1,84	1,83
	662	0,63	0,83	1,08	1,16	1,32	1,55	1,70	1,60	1,92	2,13	2,33	2,42	2,72	2,85	2,67
	663	0,50	0,50	0,49	0,50	0,50	0,54	0,58	0,57	0,73	0,71	0,87	1,04	1,05	1,14	1,10
	664	0,84	0,85	0,97	0,93	0,99	1,12	1,15	1,18	1,24	1,19	1,28	1,35	1,38	1,44	1,47
	665	1,16	1,16	1,25	1,21	1,36	1,42	1,44	1,47	1,85	1,84	1,97	2,13	2,45	2,40	2,05
	666	7,13	5,77	5,62	5,06	4,89	5,01	4,99	3,98	3,93	4,61	4,87	5,19	5,21	4,81	4,74
Brezilya	66	0,81	0,75	0,78	0,77	0,78	0,74	0,84	0,77	0,60	0,56	0,49	0,39	0,43	0,46	0,49
	661	2,51	2,32	2,60	2,50	2,93	3,01	3,41	3,31	2,29	2,11	2,26	1,91	2,08	2,42	2,61



	662	2,41	2,09	2,21	2,20	2,24	2,16	2,19	1,77	1,44	1,28	1,15	0,95	0,92	0,90	0,96
	663	1,02	0,84	1,00	1,04	0,99	0,93	0,93	0,79	0,70	0,76	0,70	0,58	0,57	0,55	0,54
	664	0,79	0,67	0,64	0,68	0,62	0,60	0,52	0,47	0,36	0,35	0,35	0,31	0,30	0,29	0,30
	665	0,47	0,41	0,45	0,56	0,41	0,37	0,37	0,49	0,42	0,36	0,33	0,23	0,18	0,16	0,21
	666	0,56	0,50	0,47	0,34	0,32	0,25	0,24	0,26	0,21	0,15	0,14	0,08	0,07	0,06	0,05
Hindistan	66	9,13	7,80	7,97	8,43	6,92	6,97	5,70	5,90	5,49	6,04	6,10	6,27	4,93	5,24	4,55
	661	5,24	4,29	4,19	5,08	4,18	4,26	4,21	3,71	2,84	2,56	2,68	2,36	2,27	2,36	2,56
	662	0,34	0,74	0,61	0,51	0,37	0,36	0,42	0,43	0,40	0,40	0,65	0,52	0,60	0,66	1,10
	663	0,37	0,43	0,41	0,43	0,43	0,45	0,46	0,51	0,52	0,48	0,42	0,39	0,51	0,49	0,48
	664	0,42	0,44	0,47	0,56	0,47	0,31	0,41	0,44	0,49	0,35	0,34	0,38	0,30	0,28	0,29
	665	0,69	0,72	0,85	0,83	0,82	0,88	0,86	0,79	0,87	0,64	0,60	0,70	0,80	0,87	0,99
İspanya	666	0,17	0,25	0,34	0,36	0,26	0,18	0,14	0,18	0,16	0,14	0,13	0,10	0,10	0,12	0,11
	66	1,63	1,71	1,60	1,55	1,49	1,44	1,57	1,53	1,52	1,45	1,28	1,17	1,29	1,27	1,24
	661	3,60	3,37	3,19	3,20	2,94	2,65	2,51	2,50	2,28	2,41	2,59	2,55	2,97	2,55	2,69
	662	10,1	9,66	9,35	8,42	8,12	8,47	8,49	8,14	8,05	7,08	6,96	6,74	6,69	6,43	6,37
	663	1,07	1,13	1,23	1,19	1,32	1,36	1,49	1,43	1,44	1,65	1,56	1,42	1,38	1,39	1,39
	664	1,26	1,33	1,29	1,26	1,20	1,33	1,39	1,46	1,40	1,34	1,31	1,24	1,10	1,75	1,19
Meksika	665	1,10	1,16	1,21	1,18	1,07	1,07	1,21	1,26	1,34	1,20	1,27	1,19	1,14	1,11	1,23
	666	1,54	1,60	1,53	1,40	1,35	1,27	1,18	1,21	1,25	1,03	0,94	0,80	0,69	0,71	0,57
	66	0,57	0,60	0,52	0,52	0,54	0,55	0,57	0,52	0,52	0,49	0,45	0,41	0,44	0,42	0,41
	661	0,88	0,82	0,67	0,69	0,75	0,77	0,72	0,65	0,59	0,45	0,42	0,46	0,48	0,48	0,40
	662	0,79	0,79	0,76	0,72	0,76	0,93	0,99	0,86	0,89	0,88	0,82	0,80	0,76	0,74	0,67
	663	0,70	0,96	0,74	0,83	0,89	0,92	0,91	0,77	0,80	0,75	0,79	0,76	0,85	0,88	0,97
İtalya	664	1,51	1,39	1,39	1,27	1,35	1,47	1,32	1,22	1,14	1,05	1,02	0,86	0,87	0,87	0,74
	665	1,19	1,08	1,11	1,11	1,03	0,96	0,97	0,97	1,12	1,23	1,38	1,30	1,19	1,23	1,18
	666	0,63	0,53	0,46	0,54	0,41	0,39	0,40	0,36	0,32	0,29	0,25	0,23	0,26	0,28	0,28
	66	1,76	1,75	1,61	1,61	1,59	1,46	1,56	1,46	1,44	1,42	1,28	1,20	1,24	1,22	1,20
	661	4,97	4,38	3,98	3,86	3,70	3,32	3,19	3,02	2,74	2,71	2,79	2,77	2,83	2,83	2,73
	662	8,65	7,94	7,80	7,51	7,37	7,28	7,23	6,68	6,49	6,36	6,45	6,08	5,66	5,60	5,61
	663	1,46	1,49	1,52	1,46	1,48	1,41	1,31	1,29	1,28	1,22	1,26	1,18	1,17	1,20	1,12
	664	1,20	1,12	1,14	1,21	1,21	1,17	1,26	1,21	1,18	1,13	1,19	1,20	1,11	1,12	1,08
	665	2,03	1,95	1,92	1,85	1,89	1,85	1,81	1,81	2,02	1,97	1,96	1,98	1,86	1,87	1,88
	666	1,59	1,58	1,42	1,26	1,18	0,98	0,94	0,86	0,88	0,71	0,71	0,71	0,60	0,66	0,55

Kaynak: UN Comtrade veri tabanından yola çıkılarak tarafımızca hesaplanarak düzenlenmiştir. **Not:** Endeks değerinin 1'den büyük olması rekabet gücünün yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 6'da Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksine göre rekabet gücü değerleri gösterilmiştir. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde Türkiye'nin karşılaştırmalı avantaja sahip olduğu görülmektedir. SITC 663 (Mineral mamuller) sektöründe ise karşılaştırmalı dezavantaj durumu söz konusudur.

Çin, SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller) ve SITC 664 (Cam) sektörlerinde karşılaştırmalı dezavantaj durumunun yerini karşılaştırmalı avantaja bıraktığı görülmektedir.

Brezilya, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat



malzemeleri) sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. SITC 662 (Refrakter malzemeleri) sektöründe ise karşılaştırmalı üstünlük durumu yerini son yıllarda karşılaştırmalı dezavantaja bırakmıştır.

Hindistan, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) ve SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) sektörlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde ise karşılaştırmalı dezavantaj durumu söz konusudur.

İspanya, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) ve SITC 665 (Cam Eşya) sektörlerinde karşılaştırmalı avantajla sahiptir. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe ise karşılaştırmalı avantaj yerini son yıllarda karşılaştırmalı dezavantaja bırakmıştır.

Meksika, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. SITC 665 (Cam Eşya) sektöründe ise karşılaştırmalı avantajla sahiptir. SITC 664 (Cam) karşılaştırmalı üstünlük durumu yerini karşılaştırmalı dezavantaja bırakmıştır.

İtalya, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) ve SITC 665 (Cam Eşya) sektörlerinde karşılaştırmalı avantajla sahiptir. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe ise karşılaştırmalı avantaj durumu son yıllarda yerini karşılaştırmalı dezavantaja bırakmıştır.

Tablo 6. Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksine Göre Rekabet Gücü Ölçümü

Ülke/Yıl	Sektör	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Türkiye	66	0,31	0,30	0,28	0,27	0,25	0,25	0,24	0,23	0,28	0,33	0,28	0,20	0,17	0,16	0,13
	661	0,77	0,76	0,78	0,77	0,78	0,79	0,76	0,76	0,78	0,82	0,82	0,79	0,75	0,75	0,73
	662	0,66	0,61	0,62	0,60	0,59	0,58	0,54	0,53	0,50	0,49	0,55	0,54	0,51	0,51	0,47
	663	-0,16	-0,41	-0,36	-0,25	-0,24	-0,17	-0,24	-0,26	-0,20	-0,15	-0,11	-0,10	-0,13	-0,09	-0,12
	664	0,23	0,23	0,18	0,13	0,12	0,14	0,15	0,17	0,18	0,13	0,18	0,12	0,03	0,08	0,11
	665	0,67	0,62	0,60	0,56	0,51	0,46	0,43	0,42	0,46	0,49	0,46	0,45	0,39	0,39	0,40
Çin	66	-0,01	-0,01	-0,03	-0,05	-0,04	-0,03	0,00	-0,03	0,50	0,02	0,00	0,01	0,07	0,06	0,05
	661	0,37	0,38	0,33	0,30	0,28	0,33	0,36	0,33	0,29	0,30	0,29	0,31	0,27	0,29	0,29
	662	-0,22	-0,08	0,03	0,07	0,13	0,21	0,25	0,23	0,31	0,36	0,39	0,41	0,46	0,48	0,45
	663	-0,33	-0,32	-0,33	-0,33	-0,32	-0,29	-0,26	-0,27	-0,15	-0,16	-0,06	0,01	0,02	0,06	0,04
	664	-0,08	-0,07	-0,01	-0,03	-0,00	0,05	0,06	0,08	0,10	0,08	0,12	0,14	0,16	0,18	0,19
	665	0,07	0,07	0,11	0,09	0,15	0,17	0,18	0,19	0,29	0,29	0,32	0,36	0,42	0,41	0,34
Brezilya	66	0,75	0,70	0,69	0,67	0,66	0,66	0,66	0,59	0,59	0,64	0,65	0,67	0,67	0,65	0,65
	66	-0,10	-0,13	-0,12	-0,12	-0,12	-0,14	-0,08	-0,12	-0,24	-0,27	-0,34	-0,43	-0,39	-0,36	-0,33
	661	0,43	0,39	0,44	0,42	0,49	0,50	0,54	0,53	0,39	0,35	0,38	0,31	0,35	0,41	0,44
	662	0,41	0,35	0,37	0,37	0,38	0,36	0,37	0,27	0,18	0,12	0,06	-0,02	-0,03	-0,05	-0,01
	663	0,00	-0,08	0,00	0,01	-0,00	-0,03	-0,03	-0,11	-0,17	-0,13	-0,17	-0,26	-0,27	-0,28	-0,29
664	-0,11	-0,19	-0,22	-0,18	-0,22	-0,24	-0,31	-0,36	-0,46	-0,47	-0,47	-0,52	-0,53	-0,54	-0,53	
665	-0,36	-0,41	-0,37	-0,27	-0,41	-0,45	-0,45	-0,33	-0,40	-0,46	-0,50	-0,62	-0,68	-0,71	-0,65	



	666	-0,28	-0,33	-0,35	-0,49	-0,51	-0,59	-0,60	-0,58	-0,64	-0,73	-0,75	-0,83	-0,86	-0,87	-0,89
Hindistan	66	0,80	0,77	0,77	0,78	0,74	0,74	0,70	0,71	0,62	0,71	0,71	0,72	0,66	0,67	0,64
	661	0,67	0,62	0,61	0,67	0,61	0,62	0,61	0,57	0,47	0,43	0,45	0,40	0,38	0,40	0,43
	662	-0,48	-0,14	-0,23	-0,31	-0,46	-0,46	-0,40	-0,39	-0,42	-0,42	-0,20	-0,31	-0,24	-0,20	-0,04
	663	-0,45	-0,39	-0,41	-0,39	-0,39	-0,37	-0,36	-0,32	-0,30	-0,34	-0,40	-0,43	-0,31	-0,33	-0,34
	664	-0,40	-0,38	-0,35	-0,27	-0,35	-0,51	-0,41	-0,38	-0,34	-0,47	-0,49	-0,44	-0,53	-0,55	-0,54
	665	-0,18	-0,15	-0,08	-0,09	-0,09	-0,06	-0,07	-0,11	-0,06	-0,21	-0,24	-0,17	-0,10	-0,06	-0,00
	666	-0,69	-0,59	-0,48	-0,46	-0,58	-0,69	-0,72	-0,69	-0,72	-0,74	-0,77	-0,80	-0,81	-0,78	-0,79
İspanya	66	0,24	0,26	0,23	0,21	0,19	0,18	0,22	0,20	0,20	0,18	0,12	0,07	0,12	0,11	0,10
	661	0,56	0,54	0,52	0,52	0,49	0,45	0,43	0,42	0,39	0,41	0,44	0,43	0,49	0,43	0,45
	662	0,82	0,81	0,80	0,78	0,78	0,78	0,78	0,78	0,77	0,75	0,74	0,74	0,74	0,73	0,72
	663	0,03	0,06	0,10	0,08	0,13	0,15	0,19	0,17	0,18	0,24	0,21	0,17	0,16	0,16	0,16
	664	0,11	0,14	0,12	0,11	0,09	0,14	0,16	0,18	0,16	0,14	0,13	0,10	0,04	0,27	0,08
	665	0,04	0,07	0,09	0,08	0,03	0,03	0,09	0,11	0,14	0,09	0,11	0,08	0,06	0,05	0,10
	666	0,21	0,23	0,20	0,16	0,14	0,11	0,08	0,09	0,11	0,01	-0,02	-0,11	-0,17	-0,16	-0,27
Meksika	66	-0,27	-0,24	-0,31	-0,30	-0,29	-0,28	-0,26	-0,31	-0,31	-0,33	-0,37	-0,41	-0,38	-0,40	-0,41
	661	-0,05	-0,09	-0,19	-0,17	-0,13	-0,12	-0,15	-0,21	-0,25	-0,37	-0,40	-0,36	-0,34	-0,35	-0,42
	662	-0,11	-0,11	-0,13	-0,15	-0,13	-0,03	-0,00	-0,07	-0,05	-0,05	-0,09	-0,10	-0,13	-0,14	-0,19
	663	-0,17	-0,02	-0,14	-0,08	-0,05	-0,03	-0,04	-0,12	-0,10	-0,14	-0,11	-0,13	-0,08	-0,06	-0,01
	664	0,20	0,16	0,16	0,11	0,14	0,19	0,13	0,09	0,06	0,02	0,00	-0,07	-0,06	-0,08	-0,14
	665	0,08	0,03	0,05	0,05	0,01	-0,01	-0,11	-0,01	0,05	0,10	0,16	0,13	0,08	0,10	0,08
	666	-0,22	-0,30	-0,36	-0,29	-0,41	-0,43	-0,42	-0,47	-0,50	-0,54	-0,59	-0,61	-0,58	-0,55	-0,56
İtalya	66	0,27	0,27	0,23	0,23	0,22	0,18	0,21	0,18	0,18	0,17	0,12	0,09	0,10	0,09	0,09
	661	0,66	0,62	0,59	0,58	0,57	0,53	0,52	0,50	0,46	0,46	0,47	0,46	0,47	0,47	0,46
	662	0,79	0,77	0,77	0,76	0,76	0,75	0,75	0,74	0,73	0,72	0,73	0,71	0,70	0,69	0,69
	663	0,18	0,19	0,20	0,18	0,19	0,17	0,13	0,12	0,12	0,09	0,11	0,08	0,07	0,09	0,05
	664	0,09	0,05	0,06	0,09	0,09	0,07	0,11	0,09	0,08	0,06	0,08	0,09	0,05	0,05	0,03
	665	0,34	0,32	0,31	0,29	0,30	0,29	0,28	0,28	0,33	0,32	0,32	0,32	0,30	0,30	0,30
	666	0,22	0,22	0,17	0,11	0,8	-0,00	-0,02	-0,07	-0,05	-0,16	-0,16	-0,17	-0,24	-0,19	-0,28

Kaynak: UN Comtrade veri tabanından yola çıkılarak tarafımızca hesaplanarak düzenlenmiştir. **Not:** Endeks değeri pozitif ise ülke o üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir.

Tablo 7’de Ticaret Dengesi Endeksine göre rekabet gücü değerleri gösterilmiştir. Türkiye’nin seramik sektöründe net ihracatçı olduğu sektörler arasında, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 664 (Cam) ve SITC 665 (Cam Eşya) bulunmaktadır. SITC 663 (Mineral mamuller) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde ise net ithalatçı konumdadır.

Çin, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde net ihracatçıdır. Diğer bir ifadeyle Çin seramik sektöründe net ihracatçı konumdadır.

Brezilya, SITC 664 (Cam) sektöründe net ithalatçıdır. SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) sektöründe net ihracatçı konumdadır. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde ise net ihracatçı durum yerini son yıllarda net ithalatçı duruma bırakmıştır.

Hindistan, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) ve SITC 665 (Cam Eşya) sektörlerinde net ihracatçı durumdadır. SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) sektörlerinde



ise net ithalatçı durumdadır. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde net ihracatçı durum yerini yol yıllarda net ithalatçı duruma bırakmıştır.

İspanya, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) ve SITC 662 (Refrakter malzemeleri) sektöründe net ihracatçı konumdadır. SITC 663 (Mineral mamuller) sektöründe net ithalatçı durum yerini son yıllarda net ihracatçı duruma bırakmıştır. SITC 664 (Cam) sektöründe İspanya bazı dönemlerde net ihracatçı iken; bazı dönemlerde net ithalatçıdır. SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde ise net ihracatçı durum mevcuttur.

Meksika, SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) ve SITC 662 (Refrakter malzemeleri) ve SITC 665 (Cam Eşya) sektörlerinde net ihracatçı konumdadır. SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) sektörlerinde ise net ithalatçı durum söz konusudur. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe net ihracatçı durum yerini son yıllarda net ithalatçı duruma bırakmıştır. Meksika, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) sektöründe bazı dönemlerde net ithalatçı iken bazı dönemlerde net ihracatçı konumdadır.

İtalya, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) ve SITC 665 (Cam Eşya) sektörlerinde net ihracatçı konumdadır. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe ise net ihracatçı durum yerini son yıllarda net ithalatçı duruma bırakmıştır.

Tablo 7. Ticaret Dengesi Endeksine Göre Rekabet Gücü Ölçümü

Ülke/Yıl	Sektör	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Türkiye	66	0,44	0,58	0,54	0,53	0,49	0,42	0,28	0,35	0,47	0,53	0,44	0,37	0,41	0,36	0,32
	661	0,72	0,86	0,90	0,89	0,87	0,81	0,61	0,71	0,82	0,84	0,81	0,76	0,78	0,74	0,74
	662	0,61	0,70	0,62	0,72	0,67	0,57	0,39	0,51	0,49	0,61	0,55	0,52	0,51	0,51	0,47
	663	-0,38	-0,46	-0,49	-0,36	-0,33	-0,30	-0,34	-0,33	-0,25	-0,18	-0,27	-0,29	-0,23	-0,20	-0,21
	664	0,08	0,28	0,20	0,11	0,03	-0,00	-0,05	0,02	0,16	0,12	0,08	0,06	0,05	0,05	-0,01
	665	0,62	0,71	0,66	0,61	0,51	0,36	0,31	0,35	0,44	0,49	0,37	0,34	0,44	0,28	0,30
Çin	66	0,32	0,31	0,34	0,34	0,36	0,45	0,47	0,48	0,52	0,52	0,46	0,40	0,45	0,40	0,05
	661	0,83	0,81	0,86	0,86	0,86	0,93	0,95	0,96	0,96	0,96	0,94	0,94	0,96	0,97	0,97
	662	0,48	0,56	0,74	0,74	0,74	0,83	0,88	0,86	0,91	0,91	0,91	0,91	0,94	0,95	0,94
	663	0,07	0,08	0,08	0,09	0,09	0,18	0,21	0,24	0,33	0,31	0,34	0,41	0,45	0,50	0,48
	664	-0,26	-0,22	-0,10	-0,06	0,07	0,23	0,30	0,43	0,45	0,38	0,27	0,19	0,13	0,14	0,16
	665	0,31	0,35	0,37	0,36	0,32	0,36	0,35	0,33	0,44	0,51	0,47	0,49	0,57	0,65	0,69
Brezilya	66	0,37	0,36	0,48	0,49	0,50	0,52	0,54	0,46	0,28	0,24	0,09	-0,03	-0,06	-0,03	0,03
	661	0,73	0,73	0,79	0,77	0,82	0,87	0,90	0,87	0,80	0,72	0,59	0,48	0,51	0,60	0,59
	662	0,69	0,69	0,79	0,82	0,82	0,73	0,77	0,66	0,51	0,43	0,15	-0,04	-0,02	-0,06	0,07
	663	0,00	-0,09	0,01	0,09	0,10	0,09	0,11	-0,00	-0,06	-0,06	-0,15	-0,25	-0,36	-0,40	-0,36
	664	-0,07	-0,09	0,02	-0,00	-0,02	0,02	-0,04	-0,14	-0,38	-0,32	-0,35	-0,43	-0,47	-0,51	-0,43
	665	-0,00	0,04	0,17	0,44	0,27	0,20	0,15	0,19	0,00	-0,14	-0,36	-0,51	-0,62	-0,66	-0,63
Hindistan	66	0,65	0,61	0,61	0,55	0,45	0,27	0,06	-0,19	-0,42	-0,56	-0,65	-0,80	-0,85	-0,80	-0,68
	66	0,15	0,17	0,13	0,17	0,06	0,08	0,18	0,22	0,10	0,05	-0,09	-0,01	0,02	0,11	0,03
	661	0,96	0,94	0,91	0,91	0,85	0,86	0,83	0,79	0,65	0,60	0,64	0,59	0,51	0,64	0,63
	662	-0,21	0,15	0,01	-0,14	-0,41	-0,50	-0,48	-0,51	-0,58	-0,47	-0,36	-0,48	-0,40	-0,18	0,01
	663	-0,15	-0,12	-0,10	-0,19	-0,18	-0,14	-0,17	-0,12	-0,17	-0,15	-0,25	-0,27	-0,21	-0,11	-0,14
	664	-0,14	-0,23	-0,06	0,02	-0,11	-0,35	-0,15	-0,14	-0,08	-0,19	-0,30	-0,13	-0,34	-0,32	-0,40
Hindistan	665	0,32	0,23	0,38	0,35	0,36	0,28	0,25	0,22	0,20	0,12	0,04	0,07	0,11	0,28	0,33
	666	0,52	0,55	0,57	0,59	0,46	0,10	-0,12	-0,16	-0,38	-0,22	-0,35	-0,45	-0,42	-0,33	-0,29



İspanya	66	0,37	0,35	0,36	0,32	0,28	0,24	0,23	0,18	0,26	0,34	0,35	0,39	0,48	0,52	0,47
	661	0,40	0,29	0,30	0,30	0,23	0,09	0,02	-0,05	0,16	0,48	0,56	0,70	0,80	0,81	0,79
	662	0,90	0,88	0,87	0,85	0,85	0,84	0,82	0,80	0,82	0,84	0,83	0,86	0,88	0,89	0,87
	663	-0,03	-0,06	-0,01	-0,01	0,00	0,01	-0,01	-0,01	0,00	0,17	0,17	0,20	0,26	0,31	0,29
	664	-0,00	0,05	0,03	-0,03	-0,06	-0,01	-0,00	-0,06	-0,04	0,00	0,00	0,01	0,08	0,35	0,11
	665	-0,18	-0,13	-0,13	-0,16	-0,23	-0,27	-0,22	-0,23	-0,22	-0,23	-0,18	-0,19	-0,17	-0,15	-0,16
	666	-0,00	0,00	0,01	-0,02	-0,13	-0,24	-0,21	-0,24	-0,21	-0,17	-0,21	-0,19	-0,14	-0,10	-0,18
Meksika	66	0,05	0,05	-0,03	-0,05	-0,02	0,01	0,02	-0,01	0,06	0,09	0,05	0,01	0,02	0,06	0,02
	661	0,68	0,63	0,52	0,51	0,52	0,53	0,50	0,42	0,38	0,31	0,28	0,27	0,32	0,29	0,22
	662	0,14	0,14	0,03	-0,00	0,10	0,21	0,17	0,09	0,09	0,22	0,11	0,03	0,03	0,07	-0,04
	663	-0,27	-0,05	-0,18	-0,12	-0,09	-0,07	-0,07	-0,18	-0,11	-0,14	-0,14	-0,19	-0,13	-0,06	-0,00
	664	-0,05	-0,10	-0,16	-0,22	-0,17	-0,12	-0,10	-0,01	0,08	0,07	-0,03	-0,06	-0,04	-0,07	-0,15
	665	0,42	0,47	0,41	0,46	0,47	0,37	0,28	0,08	0,29	0,38	0,56	0,48	0,45	0,51	0,43
	666	0,47	0,24	0,00	0,19	0,08	0,04	-0,02	-0,17	-0,37	-0,23	-0,38	-0,37	-0,26	-0,15	-0,19
İtalya	66	0,48	0,48	0,49	0,48	0,46	0,43	0,43	0,41	0,40	0,41	0,38	0,38	0,42	0,44	0,41
	661	0,81	0,77	0,74	0,70	0,66	0,62	0,63	0,63	0,63	0,62	0,66	0,68	0,73	0,77	0,78
	662	0,88	0,89	0,88	0,88	0,87	0,86	0,86	0,84	0,84	0,85	0,83	0,83	0,86	0,87	0,86
	663	0,18	0,19	0,20	0,17	0,17	0,13	0,09	0,09	0,07	0,04	0,04	0,05	0,08	0,11	0,05
	664	0,09	0,08	0,09	0,15	0,17	0,17	0,19	0,15	0,16	0,15	0,12	0,14	0,19	0,17	0,17
	665	0,29	0,29	0,26	0,25	0,25	0,23	0,22	0,23	0,21	0,23	0,21	0,22	0,25	0,27	0,23
	666	0,09	0,11	0,10	0,03	-0,01	-0,19	-0,22	-0,28	-0,34	-0,40	-0,38	-0,32	-0,30	-0,16	-0,24

Kaynak: UN Comtrade veri tabanından yola çıkılarak tarafımızca hesaplanarak düzenlenmiştir. **Not:** Ticaret dengesi endeksi negatif ise ülke o üründe net ithalatçı konumdadır. Endeks pozitif ise ülke o üründe net ihracatçı konumdadır.

Tablo 8’de seramik sektörü üretim haritası gösterilmiştir. Türkiye, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 664 (Cam) ve SITC 665 (Cam Eşya) sektörlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçı konumdadır. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe 2005 yılında sonra karşılaştırmalı üstünlük, net ithalatçı durumun mevcut olduğu görülmektedir. SITC 663 (Mineral mamuller) sektöründe ise karşılaştırmalı dezavantaj ve net ithalatçı durum mevcuttur.

Çin, SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 665 (Cam Eşya) ve SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektörlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçıdır. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) sektöründe 2007 yılına kadar geçerli olan karşılaştırmalı dezavantaj net ihracatçı durum yerini bu yıldan sonra karşılaştırmalı üstünlük ve net ihracatçı duruma bırakmıştır. SITC 663 (Mineral mamuller) sektöründe 2010 yılına kadar devam eden karşılaştırmalı dezavantaj net ihracatçı durum yerini karşılaştırmalı üstünlük ve net ihracatçı duruma bırakmıştır. SITC 664 (Cam) sektöründe 2005 yılından sonra karşılaştırmalı üstünlük net ihracatçı durumun mevcut olduğu görülmektedir.

Brezilya, SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) ve SITC 662 (Refrakter malzemeleri) sektörlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçıdır. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) sektöründe karşılaştırmalı dezavantaj ve net ihracatçı durum söz konusudur. Brezilya, SITC 664 (Cam) sektöründe karşılaştırmalı dezavantaj ve net ithalatçı konumdadır. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe karşılaştırmalı dezavantaj net ihracatçı durum yerini, karşılaştırmalı dezavantaj net ithalatçı duruma bırakmıştır. SITC 665 (Cam Eşya) sektöründe karşılaştırmalı üstünlük net ithalatçı durum yerini karşılaştırmalı dezavantaj net ithalatçı duruma bırakmıştır. SITC 663 (Mineral mamuller) sektöründe,



Brezilya'nın son yıllarda karşılaştırmalı dezavantaj net ithalatçı durumunda olduğu görülmektedir.

Hindistan, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) ve SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) sektörlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçı konumdadır. SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller) ve SITC 664 (Cam) sektörlerinde ise karşılaştırmalı dezavantaj, net ithalatçı konumdadır. SITC 665 (Cam Eşya) sektöründe karşılaştırmalı dezavantaj ve net ihracatçı konumdadır. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe karşılaştırmalı dezavantaj, net ihracatçı durum yerini karşılaştırmalı dezavantaj, net ithalatçı duruma bırakmıştır.

İspanya, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) ve SITC 662 (Refrakter malzemeleri) sektörlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçı konumdadır. SITC 665 (Cam Eşya) sektöründe karşılaştırmalı üstünlük, net ithalatçı durum söz konusudur. SITC 663 (Mineral mamuller) ve SITC 664 (Cam) sektörlerinde karşılaştırmalı üstünlük, net ithalatçı durum yerini; karşılaştırmalı üstünlük, net ihracatçı duruma bırakmıştır. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe karşılaştırmalı üstünlük, net ithalatçı durum yerini; karşılaştırmalı dezavantaj net ithalatçı duruma bırakmıştır.

Meksika, SITC 663 (Mineral mamuller) sektöründe karşılaştırmalı üstünlük, net ithalatçı konumdadır. SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri) ve SITC 662 (Refrakter malzemeleri) sektörlerinde ise karşılaştırmalı dezavantaj, net ihracatçı konumdadır. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe karşılaştırmalı dezavantaj, net ihracatçı durum yerini, karşılaştırmalı dezavantaj net ithalatçı duruma bırakmıştır. SITC 665 (Cam Eşya) sektöründe karşılaştırmalı üstünlük, net ihracatçı durum söz konusudur. SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller) sektöründe karşılaştırmalı dezavantaj, net ihracatçı durum söz konusudur. SITC 664 (Cam) sektöründe karşılaştırmalı üstünlük, net ithalatçı durum yerini karşılaştırmalı dezavantaj net ithalatçı duruma bırakmıştır.

İtalya, SITC 66 (Metal olmayan mineral mamuller), SITC 661 (Çimento, Kireç ve İnşaat malzemeleri), SITC 662 (Refrakter malzemeleri), SITC 663 (Mineral mamuller), SITC 664 (Cam) ve SITC 665 (Cam Eşya) sektörlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ve net ihracatçı konumdadır. SITC 666 (Seramik ve Porselen Eşya) sektöründe karşılaştırmalı üstünlük, net ihracatçı durum yerini; karşılaştırmalı dezavantaj net ithalatçı duruma bırakmıştır.

Tablo 8. Seramik Sektörü Üretim Haritası

Ülke/Yıl	Sektör	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Türkiye	66	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	661	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	662	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	663	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
	664	A	A	A	A	A	B	B	A	A	A	A	A	A	A	B
	665	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Çin	66	C	C	C	C	C	C	A	C	A	A	A	A	A	A	A
	661	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	662	C	C	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	663	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	A	A	A
	664	D	D	D	D	C	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	665	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
666	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	



Brezilya	66	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	D	D	D	C
	661	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	662	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	D	D	D	C
	663	A	D	A	A	C	C	C	D	D	D	D	D	D	D	D
	664	D	D	C	D	D	C	D	D	D	D	D	D	D	D	D
	665	D	B	B	B	B	B	B	B	B	D	D	D	D	D	D
Hindistan	666	C	C	C	C	C	C	C	D	D	D	D	D	D	D	D
	66	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	B	B	A	A	A
	661	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	662	D	C	C	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
	663	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
	664	D	D	D	C	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
İspanya	665	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
	666	C	C	C	C	C	C	D	D	D	D	D	D	D	D	D
	66	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	661	A	A	A	A	A	A	A	B	A	A	A	A	A	A	A
	662	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	663	B	B	B	B	A	A	B	B	A	A	A	A	A	A	A
Meksika	664	B	A	A	B	B	B	B	B	B	A	A	A	A	A	A
	665	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
	666	B	A	A	B	B	B	B	B	B	B	D	D	D	D	D
	66	C	C	D	D	D	C	C	D	C	C	C	C	C	C	C
	661	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
	662	C	C	C	D	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
İtalya	663	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
	664	B	B	B	B	B	B	B	B	A	A	B	D	D	D	D
	665	A	A	A	A	A	C	C	C	A	A	A	A	A	A	A
	666	C	C	C	C	C	C	D	D	D	D	D	D	D	D	D
	66	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
	661	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
662	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	
663	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	
664	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	
665	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	
666	A	A	A	A	B	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	

Kaynak: Tarafımızca oluşturulmuştur.

Not: Üretim Haritası: Grup A: Karşılaştırmalı Üstünlük-Net İhracatçı, Grup B: Karşılaştırmalı Üstünlük- Net İthalatçı, Grup C: Karşılaştırmalı Dezavantaj-Net İhracatçı, Grup D: Karşılaştırmalı Dezavantaj-Net İthalatçı.

6.Sonuç

Seramik sektörü Türkiye'nin en eski ve hızlı büyüme kaydeden sektörlerinden biridir. Seramik sektörü her geçen yıl ürünlerini geliştirerek çeşitliliğini artırmaktadır. Ayrıca seramik sektörü katma değer açısından da ülkemiz açısından son derecede önemlidir. İhracatta yerli kaynakları en fazla kullanan ve ithal ürünlere bağımlılığı en az olan sektörlerden biri olarak ülke ekonomisine katkısı oldukça önemlidir. Seramik sektörünün dış ticaret yapısının analiz edildiği bu çalışmada SITC Rev.3 iki ve üç haneli sınıflandırma düzeyi kullanılmıştır. Analiz kapsamında sektörün endüstri içi ticaret yapısı ve rekabet gücü hesaplanmıştır. Bu bağlamda Grubel-Lloyd Endeksi ve Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılmıştır.

Genel itibarıyla değerlendirildiğinde, Türkiye, Çin, Brezilya, Hindistan, İspanya, Meksika ve İtalya'da seramik sektöründe endüstri içi ticaret seviyesinin yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye, Çin, İspanya ve İtalya'nın seramik sektöründe rekabet gücünün yüksek olduğu; Brezilya, Hindistan ve Meksika'nın ise seramik sektöründe rekabet gücü



düşük olduğu görülmektedir. Sonuç olarak şunları söylemek mümkündür: Seramik sektörü katma değeri yüksek sektörlerin başında gelmektedir. İlerleyen yıllarda da Türkiye’de seramik sektörünün ihracatındaki gelişmenin artarak devam etmesi beklenmektedir. Türkiye’nin seramik hammaddeler bakımından zengin bir ülke olması, yetişmiş işgücü ve önemli pazarlara coğrafi yakınlığı nedeniyle sektördeki gelişim büyük bir hızla devam edecektir. Bu nedenle katma değeri yüksek olan seramik sektörü uygun sanayi politikaları ile korunarak, kapasite kullanım oranlarını yükseltmek için teşviklerden yararlandırılmalıdır.

Kaynakça

Bakhshinezaj M., Zadeh, A. (2012). Comparative Advantage of Selected Agriculture Products in Iran: A Revealed Comparative Advantage Assessment. *World Applied Sciences Journal*, 19 (10): 1449-1452.

Çakmak, Ö. (2006). Türkiye ile Almanya, İtalya, Fransa ve İngiltere Arasında İmalat Endüstrisinde Endüstri-içi Ticaretin Yapısı: 1991-2004. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1): 30-47.

Çeştepe, H., Ermiş, A. (2007). Türk Seramik Sektörünün Rekabet Gücü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1): 127-143.

Çizmeçi, H. (2010). Türk Seramik Kaplama Malzemeleri Sektörünün Rekabet Gücü. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.

Deviren, N., Karataş, M. (2007). Türkiye İle Çin Halk Cumhuriyeti Arasındaki Endüstri-İçi Ticaret. *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 22: 16-31.

Erün, G., (2010). Türkiye ile AB, Gıda ve Canlı Hayvan Sektörü Dış Ticaretinde Endüstri-içi Ticaret Analizi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2(1): 71-78.

Erkan, B. (2012). Ülkelerin Karşılaştırmalı İhracat Performanslarının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayılarıyla Belirlenmesi: Türkiye-Suriye Örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15):196-218.

Grubel, H., Lloyd, P.,(1975). *Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products* London: MacMillanPres.

Gürpınar, K., Barca, M., (2007). Türk Mobilya Sektörü Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2): 41-61.

Hu, X., Y. Ma. (1999). International Intra-Industry Trade Of China. *Weltwirtschaftliches Archiv Kiel Institute for World Economics*, 135(1): 1-28.

Kalkınma Bakanlığı (2015). *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018), Seramik Çalışma Grubu Raporu*. 1-138.



Li Y., Ling. D., Qing-Bo., H. (2015), Analysis of the Influential Factors of Manufactured Products Intra-Industry Trade Between China-South Korea and China' Policy. Theoretical Economics Letters, 5: 114-124.

Peker, A. (2015). Türkiye Hububat ve Baklagil Alt Sektörünün Avrupa Birliği Pazarı Karşısındaki Rekabet Gücü. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(2): 1-20.

Saatçioğlu, G. (2010). Türk Seramik Sanayi (1990-2009 Yılları). Türkiye Seramik Federasyonu, 1-48.

Shahab, S., Mahmood, M.(2013). Comparative Advantage of Leather Industry in Pakistan with Selected Asian Economies. International Journal of Economics and Financial Issues, 3(1): 133-139.

Sharma, S., Bugalya, K. (2014). Competitiveness of Indian Agriculture Sector: A Case Study of Cotton Crop. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 133(2014), 320 – 335.

Startienea, G., Remeikienea, R. (2014). Evaluation of Revealed Comparative Advantage of Lithuanian Industry in Global Markets Procedia- Social and Behavioral Sciences, 110: 428-438.

Xing, Y. (2007). Foreign Direct Investment and China's Bilateral Intra-Industry Trade with Japan and The US. Bank of Finland BOFIT Discussion Papers, 1-27.

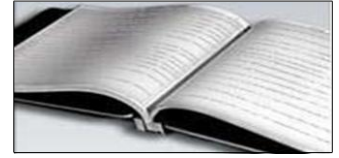
Widodo, T. (2009). Comparative Advantage: Theory, Empirical Measures and Case Studies, 58-81. http://www.rebs.ro/resource/REBS_4/Research%20Paper/Widodo,T_-_Comparative_Advantage_Theory_Empirical_Measures_and_Case_Studies.pdf.

İnternet Kaynakları

Türkiye Seramik Federasyonu (<http://www.serfed.com/tr/index.php>) (Erişim Tarihi: 04.03.2016)

Trade Map (<http://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>) (Erişim Tarihi: 04.03.2016)

UN Comtrade, <http://comtrade.un.org/>. (Erişim Tarihi: 10.05.2016).



Ek1. Türkiye’de Seramik Sektörü GZFT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
<p>1.Seramik malzemelerin diğer malzemelere göre kullanım ömrünün daha uzun olması, 2. Hammadde potansiyeli açısından stratejik avantajlara sahip olunması, 3.Ürün çeşitliliğinin fazla olması, 4.Sektördeki bilgi birikimi ve nitelikli insan kaynağı varlığı, 5.Seramik Sektörü üretici firmalarının örgütlenmesi, 6.Seramik Araştırma Merkezi'nin sektörel Ar-Ge hizmeti, 7.Avrupa'ya kıyasla daha ucuz işçilik imkânlarına sahip olunması.</p>	<p>1.Enerji maliyetlerinin yüksek olması, 2.Nakliyede maliyet avantajı getiren demiryollarının yeterince kullanılamaması, 3.Tonaj sınırlamasının olması nedeniyle nakliye maliyetlerinin yüksek olması, 4. Hammadde kaynaklarının yeterince korunmaması ve arama çalışmalarının yetersiz olması, 5. Seramik Sektörü üreticilerinin Ar-Ge'ye ayırdığı kaynakların yetersiz olması, 6. Yurtdışı pazarlarda güçlü araçlar karşısında üretici firmaların pazarlık gücünün olmaması, 7. Dünya pazarlarındaki kalitesiz ürün imajının henüz silinememesi.</p>	<p>1.Türkiye'nin stratejik konumu, ılıman iklime sahip olması, 2. Kentsel Dönüşüm ve artan şehirleşme oranı, 3. İthalatın en fazla olduğu pazarlara coğrafi olarak yakın olması, 4. Türk toplumunun seramik malzeme kullanım talebinin gün geçtikçe artması, 5. Komşu ülkelerde seramik malzeme tüketiminin artması, 6. Demir çelik sektöründe ve teknolojik gelişmeler sonucunda refrakter ürünlerin kullanımının artması, 7. Sektörün yenilikçi ürün kapasitesi.</p>	<p>1.Cam veya metalden yapılmış banyo gereçlerinin seramik ürünlerinin yerine geçebilmesi, 2. Kapasite kullanım oranlarında düşme yaşanması, 3.Ülkenin ekonomik göstergelerine göre değişen döviz kurunun yarattığı kur riski, 4. Kayıt dışı üretim, 5. Çin menşeli düşük kaliteli ürünlerin yaratmış olduğu haksız rekabet, 6. Küresel krizin Türk Seramik Sektörüne etkisi, 7. Teşvik sisteminin tüm sektörde yaygın olmaması.</p>

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, 2015: 77-79