

Avrupa Birliği (15) Piyasasında Türk Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü ve Ürün Haritası (2004-2017)¹

MURAT OZAN BAŞKOL² & SERDAR ÖZÖZEN³

Geliş Tarihi: 15.11.2019 / Kabul Tarihi: 30.11.2019

Öz: Bu çalışmanın amacı, Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması (ATC) sonrası Avrupa Birliği (15) piyasasında 2004-2017 dönemi için Türk Hazır Giyim Sektörünün rekabet gücünü ölçmektir. SITC Rev.3'e göre dört haneli ürün grupları esas alınarak hazır giyim sektörüne ait 37 alt ürün grubu için Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA) ve Ticaret Dengesi Endeksi (TBI) hesaplanmıştır. Gerek RCA endeksleri gerekse de TBI Endeks değerlerinden hareketle Wido-do (2009) modeli referans alınarak, Türk hazır giyim sektörünün AB (15) piyasasında ürün haritası çıkarılmıştır. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Ticaret Dengesi Endeksi sonuçlarına göre, Türk hazır giyim sektörünün AB (15) piyasasında rekabet üstünlüğüne sahip olduğu, 37 alt sektörün neredeyse tamamının net ihracatçı yapısıyla dikkat çektiği gözlenmiştir. 2004 yılında hazır giyim sektörüne ait 37 alt sektörün 34 tanesinin yüksek rekabet gücüne sahip olduğu ve aynı zamanda bu alt sektörlerin net ihracatçı konumunda oldukları görülmektedir. 2017 yılı referans alınarak bir değerlendirme yapıldığında da benzer yapının devam ettiği, bununla birlikte 2004 yılında net ithalatçı durumda olan SITC 8452 ve SITC 8461 alt sektörlerinde de net ihracatçı durumuna gelindiği gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Ticaret Dengesi Endeksi, Ürün Haritalama

¹ Bu makale 02-03 Kasım 2019 tarihinde İstanbul'da düzenlenen International Congress of Management Economy and Policy (ICOMEPE) isimli kongrede sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

² Uludağ Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, obaskol@uludag.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3432-7365

³ Uludağ Üniversitesi, SBE, İktisat ABD, 711411004@ogr.uludag.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5089-6069

Competitiveness and the Product Mapping of Turkish Clothing Sector in European Union (15) Market

Abstract: This study aims to measure the competitiveness of Turkish clothing sector for the period 2004-2017 in the EU (15) market post-ATC. According to SITC Rev.3, Revealed Comparative Advantages (RCA) and Trade Balance Indices (TBI) were calculated for 37 sub-product groups belonging to the clothing sector, based on four-digit product groups. Furthermore, product mapping of Turkish clothing sector also was prepared by taking as a reference Widodo's product mapping model (2009) based on RCA and TBI indices. According to the results of RCA and TBI indices, it was observed that the Turkish clothing sector had a competitive advantage in the EU (15) market and that almost in all of the 37 sub-sectors, it had a net exporter structure. In 2004, it was seen that 34 of the 37 sub-sectors belonging to the clothing sector had high competitiveness and that these sub-sectors were net exporters. When an evaluation was made based on 2017, it was seen that the similar structure continued, however, the situation of being a net importer in the sub-sectors of SITC 8452 and SITC 8461 in 2004, turned into being a net exporter in 2017.

Keywords: Revealed Comparative Advantages, Trade Balance, Product Mapping

Giriş

Türk hazır giyim sektörü katma değer, istihdam, net döviz girdisi bakımından Türkiye'nin lokomotif sektörlerinin başında gelmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2014:4).

Katma değer açısından, Türkiye ihracatının kg başına ihracat değeri 2016 yılında 1,37 dolar olmuştur. Sektörel bazda incelendiğinde, 2016 yılında kilogram başına ihracat değerinde 849,46 dolarla mücevher sektörü birinci, savunma ve havacılık sektörü 39,72 dolarla ikinci, hazır giyim sektörü ise 15,29 dolarla üçüncü olmuştur. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) 2016 verilerine göre, Türk hazır giyim sektörü kg başına ihracat değeri, Türkiye'nin kg başına toplam ihracatı değerinin 11 katı olup, yüksek katma değer üreten sektör olarak sektörler içinde ilk üçte yer almaktadır.

İstihdam açısından, 81 ilde üretimin yaygın bir şekilde yapıldığı ve işletmelerin büyük kısmının küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluştuğu hazır giyim sektöründe 2016 yılı itibariyle toplam 536.829 kişi istihdam edilmektedir. Diğer bir ifadeyle, imalat sanayiinde istihdam edilen toplam 3.922.221 kişinin %13,69'u hazır giyim sektöründe istihdam edilmektedir.

Uluslararası rezerv birikimine katkı ya da net döviz girdisi bakımından hazır giyim sektörü 1990-2018 döneminde Türkiye'nin uluslararası rezerv birikimine toplam 255,6 milyar dolar katkı sağlayarak tekstil sektörü dahil ihracatçı sektörler içinde en büyük katkıyı sağlayan birinci sektördür.

Türk hazır giyim sektörü ihracatında AB piyasası ön plana çıkmaktadır. 2018 yılı itibariyle 15,6 milyar dolar olan Türk hazır giyim ihracatının 11,3 milyar doları diğer bir ifadeyle %72,3'ü AB piyasasına yöneliktir.

Son yıllarda hazır giyim sektörüne ilişkin iki önemli gelişmeden bahsedebilir. Bunlardan birincisi, 1 Ocak 1995 yılında yürürlüğe giren Dünya Ticaret Örgütü Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması (ATC) ile 10 yıllık geçiş döneminde, dört aşamada ve her aşamada artan oranlarda ve son aşama olan 2005 yılında

ise tamamen kotaların kaldırılmasıdır (Nordas, 2004:13-14, Öngüt, 2007:61). İkinci gelişme ise 2008 yılından itibaren Çin'den yapılan ithalattan uygulanan kotaların tamamen kaldırılmasıdır. Bu iki gelişme ile birlikte sektörde yeni bir döneme girilmiş, sektörde özellikle Vietnam ve Bangladeş gibi Uzakdoğu ülkelerinin ihracatını önemli oranlarda arttırması ile rekabet hızlanmıştır. Çalışmanın ana hareket noktası, sektörde hızlanan rekabet ortamında Türk Hazır Giyim sektörünün AB(15) piyasasındaki rekabet gücünü analiz etmek ve sektörün ürün haritasını ortaya koyabilmektir. Bu amaç doğrultusunda çalışma da ilk olarak hazır giyim sektöründe AB ve Türkiye'nin konumu ele alınacak ve sektörün Türkiye ekonomisi için önemine değinilecektir. Ardından çalışmada konuyla ilgili literatür incelendikten sonra veri, yöntem ve ampirik bulgulara yer verilecektir. Çalışmanın sonuç bölümünde ise sektörün rekabet gücünün sürdürülebilmesi için politika önerileri geliştirilecektir.

AB Hazır Giyim Sektörü ve Hazır Giyim Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçin Önemi

Çalışmanın ilk bölümünde AB hazır giyim pazarına ihracatta öne çıkan ülkeler ve Türkiye'nin durumu ele alınacak ardından Türk hazır giyim sektörünün Türkiye ekonomisi için önemine değinilecektir.

Tablo 1'e göre, 2018 yılı itibarıyla AB piyasasına yönelik hazır giyim ihracatında ilk 10'da Çin (%32,4), Bangladeş (%18,30), Türkiye (%11,10), Hindistan (%6,0), Kamboçya (%4,40), Vietnam (%3,90), Pakistan (%3,40), Fas (%3,10), Tunus (%2,30), Myanmar'ın (%1,90) yer aldığı görülmektedir. Tablo 1'den Türkiye'nin AB piyasasına hazır giyim ihracatında Çin ve Bangladeş'den sonra 3'üncü sırada olduğu ve bu piyasa da Asya ve Uzakdoğu ülkelerinin Türkiye'nin rakibi durumda olduklarını görmek mümkündür. Türkiye'nin de yer aldığı ilk 6 ülkenin AB piyasası hazır giyim ihracat payı %76,10 olduğu diğer bir ifadeyle AB hazır giyim ithalatının 3/4'lük kısmının ilk 6 ülke tarafından karşılandığını söylemek mümkündür.

Tablo 1: AB Pazarına Hazır Giyim İhracatında Öne Çıkan Ülkeler (2018)

Sıra	Ülkeler	2018	Pay (%)
1	Çin	34.302.662.173	32,40
2	Bangladeş	19.350.923.536	18,30
3	Türkiye	11.703.497.516	11,10
4	Hindistan	6.314.928.295	6,00
5	Kamboçya	4.681.214.206	4,40
6	Vietnam	4.166.707.581	3,90
	İlk 6 Ülkenin Toplam Payı		76,10
7	Pakistan	3.556.638.522	3,40
8	Fas	3.248.926.688	3,10
9	Tunus	2.457.788.618	2,30
10	Myanmar	2.031.125.774	1,90
	İlk 10 Ülkenin Toplam Payı		86,70
	AB'nin Toplam Hazır Giyim İthalatı	105.856.845.647	100,00

Kaynak: Uncomtrade verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

Hazır giyim sektöründe kotaların tamamen kaldırıldığı 2005 yılı sonrası dönemde Çin, Bangladeş, Kamboçya, Vietnam, Pakistan ve Myanmar'ın AB piyasasına yaptıkları ihracatı artırdıklarını, Türkiye, Fas, Tunus'un ise bu piyasaya yönelik ihracatlarının azaldığını söylemek mümkündür.

Çin hala AB piyasasında %32,4 pay ile hala en önemli hazır giyim ihracatçısı durumda olmasına rağmen özellikle 2010'dan günümüze AB hazır giyim ihracatı içindeki payının düşüş eğilimi sergilediğini ifade edebiliriz. Çin'in hazır giyim ihracatındaki düşüş eğilimi göstermesinin nedeni, artan üretim maliyetleri nedeniyle üretim ve yatırımlarını ülke dışındaki

üçüncü ülkelere kaydırmasıdır (TSGD, 2016:74).

Türkiye 2005-2018 döneminde 2012 yılına kadar AB hazır giyim pazarında 2.büyük ihracatçı ülke iken, 2012 yılından sonra sırasını Bangladeş'e kaptırması ve 3.sıraya gerilemiştir. 2005-2018 döneminde özellikle ucuz işgücü avantajını da kullanan Bangladeş, Vietnam, Kamboçya ve Pakistan AB piyasasında hazır giyim ihracatında öne çıkan dört ülke olmuştur.

Tablo 2: Hazır Giyim Sektöründe Dış Ticaret (2009-2018)

Yıllar	Toplam Hazır Giyim İhracatı	Toplam Hazır Giyim İthalatı	Net İhracat
2009	11.553.511.153	2.147.856.859	9.405.654.294
2010	12.745.640.500	2.835.238.624	9.910.401.876
2011	13.945.010.196	3.271.400.135	10.673.610.061
2012	14.275.624.192	2.677.183.060	11.598.441.132
2013	15.393.251.483	3.139.926.679	12.253.324.804
2014	16.667.624.429	3.228.715.516	13.438.908.913
2015	15.120.787.791	3.015.623.076	12.105.164.715
2016	15.047.490.299	2.824.459.329	12.223.030.970
2017	15.087.707.625	2.390.182.838	12.697.524.787
2018	15.645.348.726	1.946.500.231	13.698.848.495

Kaynak: Uncomtrade verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Hazır giyim sektörü Türkiye'nin en büyük ihracatçı sektörlerinden biridir. Tablo 2'de görüldüğü üzere, 2009-2018 dönemini içeren 10 yıllık dönem incelendiğinde, kümülatif olarak Türk hazır giyim sektörünün 145,4 milyar dolarlık toplam ihracat gerçekleştirdiği ve 118 milyar dolarlık net ihracata sahip olduğunu söylemek mümkündür. Net ihracat sıralamasında açık ara birinci olan Türk hazır giyim sektörü 2013-2018 döneminde yıllık ortalama 12 ila 13 milyar dolar dış ticaret fazlası vererek Türkiye'nin uluslararası rezerv birikimine katkı sağlamakta, dış ticaret açığını küçültücü bir etki yapmaktadır.

Tablo 3: Türk Hazır Giyim İhracatı İçinde AB Ülkelerinin Payı (2018)

Ülkeler	Hazır Giyim İhracatı	Pay (%)
Almanya	2.744.007.321	17,54
İspanya	2.338.901.108	14,95
İngiltere	1.932.579.510	12,35
Hollanda	907.594.462	5,80
Fransa	780.577.866	4,99
İtalya	496.688.761	3,17
Danimarka	395.688.542	2,53
Belçika	266.527.462	1,70
İsveç	240.366.191	1,54
Yunanistan	89.954.519	0,57
Avustralya	87.585.363	0,56
İrlanda	59.722.026	0,38
Finlandiya	18.464.841	0,12
Portekiz	8.741.618	0,06
Lüksemburg	381.460	0,01
AB 15	10.367.781.050	66,28
AB 28	11.307.843.673	72,28
Toplam Hazır İhracatı	15.645.348.726	100,00

Kaynak: Uncomtrade verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Tablo 3’de görüldüğü üzere, 2018 yılında Türk hazır giyim sektörü ihracatının %72,28’ini AB ülkelerine yöneliktir. Türkiye toplam hazır giyim ihracatının 2/3’si AB-15 ülkelerine yöneliktir. AB piyasasına yönelik Türk Hazır Giyim sektörü ihracatının yaklaşık % 56’sı 5 ülkeye (Almanya (% 17,5), İspan-

ya (% 14,9), İngiltere (% 12,3), Hollanda (%5,8) ve Fransa (% 4,9)) yöneliktir.

Literatür Özeti

Literatürde hazır giyim sektörünün rekabet gücünü analiz eden çalışmalara rastlamak mümkün olsa da özellikle sektörün ürün haritasını çıkarmaya yönelik son derece sınırlı çalışmadan bahsetmek mümkündür.

Erkan (2013) 1993-2009 döneminde Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünü belirlemek amacıyla Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Vollrath Endeksi ve İhracat-İthalat Oranı Endekslerini kullanmış, SITC Rev.3 4 haneli bazda yapılan hesaplamalar sonucunda Türk hazır giyim sektörüne ait 37 alt ürün grubundan 34'ünde rekabet avantajına sahip olduğunu tespit etmiştir.

Gacaner Atış (2014) 1995-2012 dönemi için Türkiye'nin en önemli pazarları olan AB, ABD, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da Türk Tekstil ve hazır giyim sektörünün rakip ülkelere göre karşı rekabet gücünü SITC Rev.3 3 haneli 26/65/84 kodlu ürün gruplarında Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, Görelî Rekabet Üstünlüğü ve Karşılaştırmalı İhracat Performansı indeksleri kullanılarak hesaplamıştır. Analiz sonuçlarına göre, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün söz konusu pazarlarda belli ürün gruplarında rekabet üstünlüğünü sürdürdüğü ve ancak bu rekabet üstünlüğünün düşüş eğiliminde olduğu tespit edilmiştir.

Başkol (2018) 1989-2015 dönemine ait Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü Balassa ve Vollrath endeksleri yardımıyla hesaplamış ve Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün dünya piyasasında belli bir rekabet gücüne ulaştığını ancak son yıllarda özellikle Türk hazır giyim sektörünün rekabet gücündeki düşüşe dikkat çekmiştir.

Altay Topcu & Sarıgül Sümerli (2015) 2000-2014 döneminde hazır giyim sektörünün de yer aldığı Türkiye'nin ihracatında en büyük paya sahip olan 5 sektörün rekabet gücü Balas-

sa ve Vollrath'ın Rekabet Gücü İndeksleri, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlük İndeksi ve Ticaret Dengesi İndeksi yardımıyla analiz edilmiştir. Ayrıca analiz sonuçlarına göre üretim haritası oluşturulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, hazır giyim sektörünün rekabet gücü açısından karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu, ticaret dengesi açısından ise net ihracatçı bir sektör olduğu tespit edilmiştir.

Bakkalcı (2018) 2001-2016 dönemi için Türk tekstil sektörünü ürün haritalaması modeliyle analiz ettiği çalışmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Ticaret Dengesi Endeksinden yararlanmış ve Widodo modelinden hareketle Türk tekstil sektörünün 15 fasılda (Fasıl No 50-64) ürün haritasını çıkarmıştır. Çalışma da Tekstil hammaddeleri fasıllarında (Fasıl no 50-56 arası) rekabet gücüne sahip olduğu ancak tekstil hammaddeleri faslında 56 nolu fasıl hariç sektörün net ithalatçı olduğu ifade edilmiştir. Çalışma da ayrıca halı grubunun (Fasıl No 57-58) net ihracatçı sektör olduğu ve hazır giyim ve tekstil sektörünün (Fasıl No 59-64 arası) -59 ve 64 nolu fasıllar hariç rekabet gücüne sahip olduğu ve net ihracatçı yapısıyla dikkat çektiği vurgulanmıştır.

Veri, Yöntem ve Bulgular

Çalışmanın 3. bölümünde çalışmada kullanılan veri, yöntem ve ampirik bulgulara yer verilecektir.

Veri

2005-2017 yılları arasında SITC Rev.3 4 haneli hazır giyim sektörüne ait 37 ürün grubuna (Ek 1) ilişkin veriler UN COMTRADE veri tabanından elde edilmiştir.

Yöntem

Çalışmada Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ve Ticaret Dengesi Endeksinden yararlanmış ve hesaplanan endeks değerlerinden hareketle Widodo (2009) modeli referans alınarak, Türk hazır giyim sektörünün AB (15) piyasasında ürün haritası çıkarılmıştır

Balassa tarafından geliştirilen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (Revealed Comparative Advantage Index-RCA) şu şekilde gösterilmektedir:

$$RCA = \ln \left(\frac{X_{ij}}{X_{it}} \right) \times \left(\frac{M_{ij}}{M_{it}} \right)$$

RCA_{ij} = Türkiye'nin j ürünü için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi

X_{ij} = Türkiye'nin AB piyasasına yaptığı j ürünü ihracat

X_{it} = Türkiye'nin AB piyasasına yaptığı toplam ihracat

M_{ij} = Türkiye'nin AB piyasasından yaptığı j ürünü ithalatı

M_{it} = Türkiye'nin AB piyasasından yaptığı toplam ithalat

RCA endeksi ise şu şekilde yorumlanmaktadır:

$RCA > 0,5$ ise Türkiye'nin j endüstrisinin AB pazarında karşılaştırmalı üstünlüğünün yüksek olduğu,

$-0,5 < RCA < 0,5$ ise Türkiye'nin j endüstrisinin AB pazarında karşılaştırmalı üstünlüğünün marjinal sınırdaki olduğu,

$RCA < -0,5$ ise Türkiye'nin j endüstrisinin AB pazarında karşılaştırmalı üstünlüğünün düşük olduğu şeklinde yorumlanır. Ticaret Dengesi Endeksi (Trade Balance Index- TBI) formülü ise şu şekilde gösterilmektedir:

$$TBI = \frac{(X_{ij} - M_{ij})}{(X_{ij} + M_{ij})}$$

X_{ij} = Türkiye'nin AB pazarına yaptığı j ürünü ihracat

M_{ij} = Türkiye'nin AB pazarından yaptığı j ürünü ithalatı

-1 ile +1 arasında değer alan TBI endeks değerinin 0'dan küçük yani negatif olması net ithalatçı, endeks değeri 0'dan büyük ise net ihracatçı olduğunu göstermektedir.

Buna göre,

$TBI > 0$ ise Türkiye'nin j endüstrisinin AB pazarında net ihracatçı olduğu,

$TBI < 0$ ise Türkiye'nin j endüstrisinin AB pazarında net ithalatçı olduğunu gösterir.

Çalışma da kullanılan RCA hesaplamasına uygun olarak Widodo (2009) modeli Tablo 4’de yeniden tanımlanmış ve hesaplanan RCA ve TBI endekslerinden hareketle sektöre ait ürün haritalama Tablo 4’e göre değerlendirilmiştir.

Tablo 4: Ürün Haritalaması

RCA > 0,5	GRUP B:	GRUP A:
	Karşılaştırmalı Üstünlük/Avantaj	Karşılaştırmalı Üstünlük/Avantaj
	Net İthalatçı	Net İhracatçı
	$RCA(\ln) > 0,5$	$RCA(\ln) > 0,5$
	$TBI < 0$	$TBI > 0$
-0,5 < RCA < 0,5	GRUP D:	GRUP C:
	Karşılaştırmalı Üstünlük/Avantaj Marjinal Sınırdadır	Karşılaştırmalı Avantaj/Üstünlük Marjinal Sınırdadır
	Net İthalatçı	Net İhracatçı
	$-0,5 < RCA(\ln) < 0,5$	$-0,5 < RCA(\ln) < 0,5$
	$TBI < 0$	$TBI > 0$
RCA < -0,5	GRUP F:	GRUP E:
	Karşılaştırmalı Dezavantaj	Karşılaştırmalı Dezavantaj
	Net İthalatçı	Net İhracatçı
	$RCA(\ln) < -0,5$	$RCA(\ln) < -0,5$
	$TBI < 0$	$TBI > 0$
	TBI < 0	TBI > 0

Kaynak: Widodo (2009) modeli referans alınarak oluşturulmuştur

Bulgular

2004-2017 döneminde Türk hazır giyim sektörünün ana ürün grubunda (SITC 84) AB(15) piyasasında rekabet gücünün yüksek ve ticaret dengesi açısından net ihracatçı olduğu tespit edilmiştir.(Tablo 5 ve Tablo 6)

Tablo 5'e göre, ATC sonrası kotaların tamamen kaldırıldığı 2005 yılında Türk hazır giyim sektörünün 37 alt ürün grubundan 1 alt ürün grubunda (SITC 8482 Plastikten kauçuk giyim eşyası ve aksesuarı) rekabet gücünün olmadığı, 2 alt ürün grubunda (SITC 8452 Emdirilmiş, sıvanmış, vb. mensucattan giyim eşyası ve SITC 8461 Mendil, şal, eşarp, vb.) rekabet gücünün marjinal sınırda, geri kalan 34 alt ürün grubunda ise rekabet gücünün yüksek olduğu görülmüştür. 2015 yılında 3 alt ürün grubunda (SITC 8461 Mendil, şal, eşarp vb. , SITC 8482 Plastikten kauçuk giyim eşyası ve aksesuarı ve SITC 8484 Şapkalar, başlıklar, saç fileleri) rekabet gücünün marjinal sınırda, geri kalan 34 alt ürün grubunda rekabet gücünün yüksek olduğu görülmüştür. 2017 yılında ise 2 alt ürün grubunda (SITC 8461 Mendil, şal, eşarp, vb. ve SITC 8482 Plastikten kauçuk giyim eşyası ve aksesuarı) rekabet gücünün marjinal sınırda, 35 alt ürün grubunda rekabet gücünün yüksek olduğu tespit edilmiştir. Görüldüğü üzere, Türk hazır giyim sektörünün AB (15) pazarında 2005 yılından 2017 yılına rekabet gücü yüksek alt ürün sayısı 34'den 35'e yükselmiş, geriye kalan 2 ürün grubunda ise rekabet gücü marjinal sınırda kalmıştır.

Tablo 5: Hazır Giyim Sektörü RCA Değerleri (2004-2010)

Yıllar	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
84	3,86	3,90	3,66	3,54	3,38	3,61	3,73
8411	2,64	2,52	2,11	2,07	2,02	2,25	2,24
8412	2,34	2,06	1,76	1,73	1,83	2,01	2,28
8413	2,21	2,38	2,13	1,83	1,82	2,23	2,23
8414	3,31	3,60	3,74	3,71	3,59	3,83	3,93
8415	4,30	4,20	3,79	3,63	3,43	3,49	3,79

8416	5,09	4,94	5,15	4,75	4,06	4,85	5,52
8421	2,55	2,49	1,85	1,87	1,53	1,74	1,98
8422	3,04	3,21	3,01	2,81	2,73	3,51	3,77
8423	3,50	3,56	3,09	2,94	2,61	2,96	2,96
8424	2,66	2,54	2,44	2,24	2,00	2,36	2,63
8425	4,02	3,81	3,70	3,58	3,27	3,81	3,80
8426	4,39	4,39	3,94	3,96	3,69	3,88	4,09
8427	3,72	3,68	3,46	3,49	3,25	3,49	3,66
8428	4,96	5,20	5,10	4,89	5,32	5,45	5,41
8431	3,78	4,33	4,13	4,63	4,06	3,94	4,06
8432	4,63	4,44	4,22	4,38	4,55	5,20	4,44
8437	3,86	4,21	4,08	4,15	4,04	4,27	4,05
8438	4,65	4,78	4,93	4,63	4,67	4,56	4,80
8441	4,29	4,11	3,66	3,50	3,39	3,26	3,15
8442	4,69	4,71	4,56	4,16	3,93	4,16	4,30
8447	4,41	4,48	4,45	4,48	4,29	4,44	4,68
8448	4,61	4,93	5,03	4,28	4,56	4,50	4,76
8451	3,79	4,21	3,54	3,78	3,44	3,55	3,83
8452	-0,11	-0,10	0,67	1,06	1,42	2,12	2,31
8453	3,89	3,96	3,66	3,62	3,55	3,74	3,87
8454	4,89	4,97	4,61	4,44	4,39	4,43	4,68
8455	2,89	3,32	3,46	3,14	3,31	3,18	3,35
8456	1,79	1,79	2,05	1,80	1,64	1,92	2,19
8458	3,35	3,78	2,92	3,01	2,96	2,84	3,06
8459	4,26	4,23	4,15	4,17	3,64	3,95	4,38
8461	-0,03	-0,17	-0,21	-0,43	-0,48	0,11	0,24
8462	4,44	4,38	4,03	4,09	3,93	4,36	3,93
8469	2,24	2,35	2,18	2,21	2,19	2,64	2,60
8481	3,35	3,20	2,87	2,58	2,51	2,58	2,53

8482	-1,08	-1,06	-1,40	-1,21	-0,76	-0,61	-0,39
8483	3,67	2,96	3,39	2,76	2,88	3,09	3,02
8484	0,76	0,56	-0,02	0,10	0,28	0,38	0,67

Kaynak: UNCOMTRADE verilerinden hareketle yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 5: Hazır Giyim Sektörü RCA Değerleri (2011-2017)

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
84	3,70	3,76	3,70	3,58	3,48	3,44	3,49
8411	2,07	1,96	2,01	1,95	1,82	1,55	1,75
8412	2,12	2,19	2,07	1,77	1,66	1,81	1,98
8413	2,28	2,63	2,42	2,22	2,26	2,25	2,64
8414	3,96	3,96	3,86	3,69	3,53	3,45	3,42
8415	3,73	3,85	3,67	3,44	3,42	3,39	3,45
8416	5,45	5,16	5,48	4,88	5,14	5,46	5,31
8421	1,86	2,00	2,01	1,87	1,65	1,50	1,45
8422	3,39	3,53	3,36	3,29	2,90	2,78	3,53
8423	2,94	3,06	3,01	2,71	2,59	2,75	2,89
8424	2,58	2,69	2,61	2,64	2,75	2,88	2,82
8425	3,57	3,61	3,64	3,34	3,17	3,09	3,41
8426	4,19	4,38	4,16	4,16	4,00	3,96	4,00
8427	3,62	3,74	3,59	3,60	3,44	3,44	3,47
8428	5,53	5,23	5,67	5,59	5,77	5,51	5,76
8431	3,80	3,70	3,71	3,72	3,44	2,94	3,04
8432	4,58	4,40	4,79	4,54	4,14	4,04	3,87
8437	3,80	3,79	3,85	3,54	3,47	3,27	3,45
8438	4,64	4,93	4,92	5,10	4,88	5,11	5,00
8441	3,28	3,42	3,06	3,00	2,63	2,43	2,49
8442	4,32	4,17	4,89	4,21	4,05	3,94	3,92
8447	4,68	4,57	3,64	4,43	4,35	4,62	4,33

8448	4,84	4,89	5,16	5,43	4,74	4,97	4,98
8451	3,69	4,01	3,86	3,77	3,83	3,91	3,95
8452	1,98	2,54	1,91	2,60	2,64	2,05	1,28
8453	3,87	3,92	3,86	3,66	3,69	3,62	3,67
8454	4,67	4,68	4,39	4,40	4,40	4,14	4,31
8455	3,19	3,41	2,82	1,96	1,30	1,17	0,78
8456	2,29	2,15	2,27	2,52	2,59	2,49	2,51
8458	2,94	3,12	3,03	3,24	2,64	2,49	2,44
8459	4,73	4,38	4,23	4,09	3,96	3,48	3,50
8461	0,20	0,39	0,70	0,49	0,35	0,54	0,44
8462	3,96	3,90	4,63	4,65	4,75	4,73	4,81
8469	2,62	2,68	2,84	2,36	2,34	2,56	1,60
8481	2,40	2,31	2,29	2,24	2,02	2,13	2,08
8482	-0,35	-0,25	-0,20	-0,31	-0,17	-0,25	-0,32
8483	3,25	3,13	2,86	2,70	2,57	2,78	2,74
8484	0,75	0,87	0,46	0,03	-0,05	0,14	1,22

Kaynak: UNCOMTRADE verilerinden hareketle yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 6: Hazır Giyim Sektörü TBI Değerleri (2004-2010)

Yıllar	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
84	0,95	0,95	0,94	0,93	0,92	0,94	0,94
8411	0,83	0,81	0,74	0,74	0,72	0,77	0,75
8412	0,78	0,72	0,65	0,66	0,68	0,72	0,76
8413	0,75	0,79	0,74	0,69	0,67	0,77	0,75
8414	0,91	0,93	0,94	0,94	0,94	0,95	0,95
8415	0,97	0,96	0,95	0,94	0,92	0,93	0,94
8416	0,98	0,98	0,99	0,98	0,96	0,98	0,99
8421	0,82	0,81	0,67	0,70	0,58	0,65	0,69
8422	0,88	0,90	0,89	0,87	0,85	0,93	0,94

8423	0,92	0,93	0,89	0,88	0,84	0,88	0,87
8424	0,83	0,82	0,80	0,78	0,72	0,79	0,82
8425	0,95	0,95	0,94	0,94	0,91	0,95	0,94
8426	0,97	0,97	0,95	0,96	0,94	0,95	0,96
8427	0,94	0,94	0,92	0,93	0,91	0,93	0,93
8428	0,98	0,99	0,99	0,98	0,99	0,99	0,99
8431	0,94	0,97	0,96	0,98	0,96	0,95	0,95
8432	0,97	0,97	0,96	0,97	0,97	0,99	0,97
8437	0,95	0,96	0,96	0,96	0,96	0,97	0,95
8438	0,98	0,98	0,98	0,98	0,98	0,97	0,98
8441	0,97	0,96	0,94	0,93	0,92	0,91	0,89
8442	0,98	0,98	0,97	0,96	0,95	0,96	0,96
8447	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,98
8448	0,97	0,98	0,98	0,97	0,97	0,97	0,98
8451	0,94	0,96	0,93	0,95	0,93	0,93	0,94
8452	-0,18	-0,17	0,22	0,43	0,55	0,75	0,76
8453	0,95	0,95	0,94	0,94	0,93	0,94	0,95
8454	0,98	0,98	0,98	0,97	0,97	0,97	0,98
8455	0,87	0,91	0,93	0,90	0,92	0,90	0,91
8456	0,64	0,65	0,72	0,68	0,62	0,70	0,74
8458	0,91	0,94	0,88	0,89	0,88	0,87	0,88
8459	0,96	0,96	0,96	0,96	0,94	0,95	0,97
8461	-0,15	-0,20	-0,21	-0,28	-0,32	-0,04	-0,03
8462	0,97	0,97	0,96	0,96	0,95	0,97	0,95
8469	0,76	0,78	0,75	0,77	0,76	0,84	0,82
8481	0,91	0,90	0,87	0,84	0,82	0,83	0,81
8482	-0,59	-0,57	-0,67	-0,59	-0,44	-0,38	-0,33
8483	0,94	0,88	0,92	0,86	0,87	0,90	0,88
8484	0,24	0,16	-0,12	-0,02	0,05	0,09	0,18

Kaynak: UNCOMTRADE verilerinden hareketle yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 6: Hazır Giyim Sektörü TBI Değerleri (2011-2017)

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
84	0,93	0,93	0,93	0,93	0,93	0,93	0,93
8411	0,69	0,66	0,67	0,69	0,67	0,61	0,66
8412	0,70	0,72	0,69	0,63	0,62	0,69	0,72
8413	0,74	0,81	0,77	0,75	0,77	0,79	0,85
8414	0,95	0,95	0,94	0,94	0,93	0,93	0,93
8415	0,93	0,94	0,93	0,92	0,92	0,93	0,93
8416	0,99	0,98	0,99	0,98	0,99	0,99	0,99
8421	0,63	0,67	0,67	0,66	0,62	0,60	0,57
8422	0,91	0,92	0,90	0,91	0,87	0,87	0,93
8423	0,86	0,87	0,87	0,84	0,83	0,86	0,88
8424	0,80	0,82	0,80	0,83	0,85	0,88	0,87
8425	0,92	0,92	0,93	0,91	0,90	0,90	0,93
8426	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96
8427	0,93	0,93	0,92	0,93	0,92	0,93	0,93
8428	0,99	0,98	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99
8431	0,94	0,93	0,93	0,94	0,92	0,89	0,89
8432	0,97	0,96	0,98	0,97	0,96	0,96	0,95
8437	0,94	0,94	0,94	0,93	0,93	0,92	0,93
8438	0,97	0,98	0,98	0,98	0,98	0,99	0,98
8441	0,90	0,91	0,87	0,88	0,84	0,82	0,82
8442	0,96	0,96	0,98	0,96	0,96	0,96	0,95
8447	0,97	0,97	0,93	0,97	0,97	0,98	0,97
8448	0,98	0,98	0,98	0,99	0,98	0,98	0,98
8451	0,93	0,95	0,94	0,94	0,95	0,96	0,96
8452	0,67	0,79	0,64	0,82	0,84	0,75	0,51

8453	0,94	0,94	0,94	0,93	0,94	0,94	0,94
8454	0,97	0,97	0,96	0,97	0,97	0,96	0,97
8455	0,89	0,91	0,84	0,69	0,50	0,48	0,31
8456	0,74	0,71	0,74	0,81	0,83	0,83	0,83
8458	0,86	0,88	0,87	0,90	0,84	0,83	0,82
8459	0,97	0,96	0,96	0,96	0,95	0,93	0,93
8461	-0,08	0,00	0,16	0,11	0,07	0,21	0,14
8462	0,95	0,94	0,97	0,98	0,98	0,98	0,98
8469	0,81	0,82	0,84	0,78	0,79	0,84	0,62
8481	0,77	0,74	0,74	0,75	0,72	0,76	0,75
8482	-0,35	-0,31	-0,29	-0,28	-0,19	-0,18	-0,23
8483	0,89	0,88	0,84	0,84	0,83	0,87	0,86
8484	0,19	0,23	0,03	-0,12	-0,13	0,01	0,49

Kaynak: UNCOMTRADE verilerinden hareketle yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 7: Rekabet Gücü ve Ticaret Dengesi Haritalaması (2004-2010)

Yıllar	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
84	A	A	A	A	A	A	A
8411	A	A	A	A	A	A	A
8412	A	A	A	A	A	A	A
8413	A	A	A	A	A	A	A
8414	A	A	A	A	A	A	A
8415	A	A	A	A	A	A	A
8416	A	A	A	A	A	A	A
8421	A	A	A	A	A	A	A
8422	A	A	A	A	A	A	A
8423	A	A	A	A	A	A	A
8424	A	A	A	A	A	A	A
8425	A	A	A	A	A	A	A

8426	A	A	A	A	A	A	A
8427	A	A	A	A	A	A	A
8428	A	A	A	A	A	A	A
8431	A	A	A	A	A	A	A
8432	A	A	A	A	A	A	A
8437	A	A	A	A	A	A	A
8438	A	A	A	A	A	A	A
8441	A	A	A	A	A	A	A
8442	A	A	A	A	A	A	A
8447	A	A	A	A	A	A	A
8448	A	A	A	A	A	A	A
8451	A	A	A	A	A	A	A
8452	D	D	A	A	A	A	A
8453	A	A	A	A	A	A	A
8454	A	A	A	A	A	A	A
8455	A	A	A	A	A	A	A
8456	A	A	A	A	A	A	A
8458	A	A	A	A	A	A	A
8459	A	A	A	A	A	A	A
8461	D	D	D	D	D	D	D
8462	A	A	A	A	A	A	A
8469	A	A	A	A	A	A	A
8481	A	A	A	A	A	A	A
8482	F	F	F	F	F	F	D
8483	A	A	A	A	A	A	A
8484	A	A	D	D	C	C	A

Kaynak: UNCOMTRADE verilerinden hareketle yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 7: Rekabet Gücü ve Ticaret Dengesi Haritalaması (2011-2017)

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
84	A	A	A	A	A	A	A
8411	A	A	A	A	A	A	A
8412	A	A	A	A	A	A	A
8413	A	A	A	A	A	A	A
8414	A	A	A	A	A	A	A
8415	A	A	A	A	A	A	A
8416	A	A	A	A	A	A	A
8421	A	A	A	A	A	A	A
8422	A	A	A	A	A	A	A
8423	A	A	A	A	A	A	A
8424	A	A	A	A	A	A	A
8425	A	A	A	A	A	A	A
8426	A	A	A	A	A	A	A
8427	A	A	A	A	A	A	A
8428	A	A	A	A	A	A	A
8431	A	A	A	A	A	A	A
8432	A	A	A	A	A	A	A
8437	A	A	A	A	A	A	A
8438	A	A	A	A	A	A	A
8441	A	A	A	A	A	A	A
8442	A	A	A	A	A	A	A
8447	A	A	A	A	A	A	A
8448	A	A	A	A	A	A	A
8451	A	A	A	A	A	A	A
8452	A	A	A	A	A	A	A
8453	A	A	A	A	A	A	A
8454	A	A	A	A	A	A	A

8455	A	A	A	A	A	A	A
8456	A	A	A	A	A	A	A
8458	A	A	A	A	A	A	A
8459	A	A	A	A	A	A	A
8461	D	D	A	C	C	A	C
8462	A	A	A	A	A	A	A
8469	A	A	A	A	A	A	A
8481	A	A	A	A	A	A	A
8482	D	D	D	D	D	D	D
8483	A	A	A	A	A	A	A
8484	A	A	C	D	D	C	A

Kaynak: UNCOMTRADE verilerinden hareketle yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Ticaret Dengesi Endeksi sonuçlarını gösteren Tablo 6'ya göre, 2005 yılında Türk hazır giyim sektörü AB (15) pazarında 3 alt ürün grubunun (SITC 8452 Emdirilmiş, sıvanmış vb. mensucattan giyim eşyası, SITC 8461 Mendil, şal, eşarp vb. ve SITC 8482 Plastikten kauçuk giyim eşyası ve aksesuarı) net ithalatçı, 34 alt ürün grubunun net ihracatçı olduğu gözlenmiştir. 2015 yılında 2005 yılında net ithalatçı durumunda olan SITC 8452 Emdirilmiş, sıvanmış vb. mensucattan giyim eşyası sektörünün net ihracatçı bir kimliğe büründüğü, ancak diğer iki sektörün hala net ithalatçı oldukları tespit edilmiştir. 2017 yılında sadece 1 alt ürün grubunda (SITC 8482 Plastikten kauçuk giyim eşyası ve aksesuarı) net ithalatçı olduğu, geriye kalan 36 alt ürün grubunun ise net ihracatçı olduğu ifade edilebilir. Öz olarak, Türk hazır giyim sektörünün 2005 yılında 34 alt ürün grubunda net ihracatçı iken, 2015 yılında 35, 2017 yılında 36 alt sektör grubunda net ihracatçı konuma geldiği söylenebilir.

Tablo 7'de Türk hazır giyim sektörünün ürün haritasını görmek mümkündür. Buna göre, 2004-2017 döneminin tamamında 37 alt ürün grubundan 33 alt ürün grubu A Grubunda

yer almaktadır. Bu alt ürün grupları hem rekabet gücü yüksek hem de net ihracatçıdır. 2004 yılı ürün haritalamasında 8452 ve 8461 alt ürün grupları D Grubunda (Rekabet gücü marjinal sınırda, net ithalatçı) 8482 alt ürün grubu F Grubunda (Rekabet gücü dezavantajlı, net ithalatçı) yer almaktadır. 2017 ürün haritalamasında alt ürün gruplarından 8452 A Grubu (Rekabet gücü yüksek, net ihracatçı), 8461 C Grubu (Rekabet gücü marjinal sınırda, net ihracatçı), 8482 D Grubunda (Rekabet gücü marjinal sınırda, net ithalatçı) yer alarak, bu alt sektörlerin durumlarında iyileşme olduğu tespit edilmiştir. Son olarak 8484 alt ürün grubu A Grubunda yer alırken yıllar içinde rekabet gücü ve ticaret dengesi açısından dalgalanmalar yaşansa da A Grubunda kalmaya devam etmiştir. 2004-2017 döneminde B Grubu ve E Grubunda yer alan bir alt ürün grubu yoktur.

Sonuç

Çalışmada Türk hazır giyim sektörünün rekabetçi ve net ihracatçı bir sektör olduğu sonucuna ulaşılsa da, 2015-2018 yılları arasında Türk hazır giyim sektörünün toplam ihracat değerinin ortalama olarak 15 milyar dolar ile yatay bir seyir izlediği düşünüldüğünde sektörün 2023 hedefi olan 60 milyar doları yakalayabilmesi için yeni bir yapılanmaya ihtiyacı olduğu açıktır.

Türk hazır giyim sektörü mevcut altyapısı ile kg başına ihracat değerini iki katına çıkaracak bir projeksiyon çalışmasıyla 15 milyar dolar olan yıllık hazır giyim ihracatını 30 milyar dolara çıkarabilir. Bu seviyede ihracat değerine ulaşabilmek için mutlaka katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun içinde sektörü rakiplerine göre üst soralara taşıyacak tasarıma, inovasyona, yeterli sayıda nitelikli işgücüne sahip olması gerekmektedir. Aynı zamanda markalaşmaya öncelik verilmek suretiyle (İspanya gibi), küresel düzeyde 100 marka içinde 1 markaya sahip olan Türkiye'nin küresel marka sayısını arttırması gerekmektedir.

Türkiye'nin hedeflerine ulaşması için 'tedarikçi ülke' konumundan özellikle katma değeri yüksek ve markalı ürün

satan ülkeler gibi 'piyasa yapıcı' ülke konumuna gelmesi gerekmektedir. Hızlı moda kavramı ile sektör dış ticaretinde tedarik hızı ve sıklığı arttığından Türkiye'nin değişen piyasa koşullarına ayak uyduracak şekilde üretim ve lojistik alanında dijitalleşmeye ağırlık vermesi gerekmektedir.

Türkiye, hazır giyim ihracatında öne çıkan ülkeler (Asya ve Uzakdoğu Asya ülkeleri) içinde ortalama işgücü maliyeti açısından en yüksek maliyetli ülke olarak ilk sırada yer almaktadır. 2017 yılı itibariyle istihdam üzerinden alınan toplam vergi oranlarına bakıldığında OECD ortalaması %35,92 iken Türkiye'de bu oran %38,65 olup, OECD ortalamasının üzerindedir. Türk hazır giyim sektöründe hammadde, işgücü ve enerji maliyetleri üç önemli maliyet unsuru olarak dikkat çekmektedir. 2007 yılında 100 olan endeks değeri 2015 yılında hammadde maliyetlerinde 214,09'a, işgücü maliyetlerinde 222,26'ya, enerji maliyetlerinde 212,69'a yükselmiştir (TSGD, 2016:51). Türk hazır giyim sektörünün rekabet gücünün sürdürülebilirliğini sağlamak için maliyet düşürücü politikalara da öncelik verilmesi gerekmektedir.

Türkiye 2018 yılı itibariyle toplam hazır giyim ihracatının %72'sini AB ülkelerine gerçekleştirmektedir. Ana pazar konumunda olan AB ülkelerine ihracat coğrafi yakınlık avantajı sonucu yakın tedarik ve katma değeri yüksek ürünlerle daha da arttırılabilir. Öte yandan Türk hazır giyim ihracatında AB ülkelerinin payının yüksekliği düşünöldüğünde özellikle ekonomik kriz dönemlerinde sektörün zor duruma düşmesinin önüne geçebilmesi için hazır giyim ihracatının yoğun ticaretten yaygın ticarete dönüşmesi bir başka ifadeyle AB dışındaki piyasalarda da ihracat payını arttıracak stratejilerin izlenmesine ihtiyaç olduğu açıktır.

Kaynaklar

Atış, A. (2014). Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Karşılaştırmalı Rekabet Analizi. Ege Akademik Bakış, 14(2), 315-334.

Bakkalcı, A. (2018). Küresel Sistemde Türk Tekstil Sektörünün Ürün Haritalaması Yöntemiyle Analizi, Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 25(3):569-585.

Balassa, B. (1965). Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage, *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 33(2), 99-123.

Başkol, M. (2018), International Competitiveness in Turkish Textile and Clothing Sector, *Int. Journal of Management Economics and Business*, 14(3), 643-658.

Erkan, B. (2013). Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 93-110.

Kalkınma Bakanlığı (2014). Onuncu Kalkınma Planı Tekstil,-Deri-Hazır Giyim Çalışma Raporu. Ankara.

Nordas, H. (2004). "The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing", WTO Discussion Paper, No.5.

Öngüt, E. (2007). "Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sanayinin Değişen Dünya Rekabet Şartlarına Uyumu". *DPT Uzmanlık Tezleri*, Yayın No: DPT:2703.

Widodo, T. (2009). Comparative Advantage: Theory, Empirical Measures and Case Studies. *Review of Economic and Business Studies*, Issue 4, November, 57-82.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM). "İhracatın Gelişimi 2001-2016".

<https://www.tim.org.tr/files/downloads/%C4%B0hracat%C4%B1n%20Geli%C5%9Fim%202001-2016.pdf>. (Erişim Tarihi: 15.11.2019).

Topcu, B. ve Sarıgül, S. (2015). Comparative Advantage and the Product Mapping of Exporting Sectors in Turkey, *The Journal of Academic Social Science*, 18(3), 330-348.

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD). "Türk Ha-

zır Giyim Sektöründe Global Yeniden Konumlanma” Ufuk 2010. <https://tgsd.org.tr/wp-content/uploads/2018/08/Ufuk2010.pdf>. (Erişim Tarihi: 18.09.2018).

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TSGD) (2016). “Türk Hazır Giyim Sektörü İçin Yol Haritası” Ufuk 2030. <https://tgsd.org.tr/wp-content/uploads/2018/07/ufuk2030kitab.pdf>. (Erişim Tarihi: 17.06.2018).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). “Uluslararası Ticaret Sınıflaması, SITC Rev.3”. <https://biruni.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaSatirListeAction.do?suru-mId=13&detay=H&turId=3&turAdi=%203.%20D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret%20S%C4%B1n%C4%B1flamalar%C4%B1&kod=8411&ustKod=8411&tip>. (Erişim Tarihi:02.11.2019).

Ek Tablo: Hazır Giyim Sektörü SITC Rev3 4 Haneli Ürün Sınıflandırması

84	Giyim eşyaları ve bunların aksesuarları
8411	Erkek için palto, kaban, pelerin, anorak, rüzgarlık
8412	Erkek için takım elbiseler, mesleki kıyafetler
8413	Dokumaya elverişli maddelerden erkek için ceketler, blazerler
8414	Dokumaya elverişli maddelerden erkek için pantolon ve şortlar
8415	Erkek gömlekleri
8416	Erkek için külotlar, slipler, fanilalar, pijamalar, bornozlar
8421	Kadın için manto, yağmurluk, kaban, kap, pelerin, rüzgarlık
8422	Kadın için takım elbiseler, takımlar
8423	Kadın için ceketler, blazerler
8424	Kadın için elbiseler
8425	Kadın için etekler, pantolon etekler
8426	Kadın için pantolon, tulum, şortlar

8427 Kadın için bluz, gömlek, gömlek-bluzlar
8428 Kadın için fanila, kaşkorse, kombinezon, jüpon, slip, gecelik
8431 Erkek için örme palto, kaban, pelerin, anorak
8432 Erkek için örme takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler
8437 Erkek için örme gömlekler
8438 Erkek için örme külot, slip, gece gömlekleri, pijama, bornoz
8441 Kadın için örme manto, kaban, pelerin, anorak, rüzgarlık
8442 Kadın için örme takım elbise, takım, ceket, blazer, etek, pantolon
8447 Kadın için örme bluz, gömlek-bluzlar, gömlekler
8448 Kadın için örme kombinezon, jüpon, jüp, slip ve külot, pijama
8451 Bebekler için giyim eşyası, aksesuarı
8452 Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış vb. mensucattan giyim eşyası
8453 Örme kazak, süveter, hırka, yelek
8454 Örme tişört, fanila, atlet, kaşkorse ve diğer iç giyim eşyası
8455 Sütyenler, korseler, pantolon askıları, jartiyerler
8456 Yüzme kıyafetleri
8458 Kayak, mesleki kıyafetler
8459 Örme spor kıyafetleri
8461 Mendil, şal, eşarp, kaşkol, kravat, eldiven
8462 Örme külotlu çorap, çorap, soketler
8469 Örme eldivenler, giyim eşyasının diğer aksesuarı
8481 Deri köseleden giyim eşyası ve aksesuarı
8482 Plastikten kauçuk giyim eşyası ve aksesuarı
8483 Kürkten, taklit kürkten giyim eşyası ve aksesuarı
8484 Şapkalar , başlıklar, saç fileleri

Kaynak: TÜİK