



TEKSTİL VE MÜHENDİS
(Journal of Textiles and Engineer)



<http://www.tekstilvemuhendis.org.tr>

Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücünün Analizi

Analyzing the International Competitiveness of Turkish Textile and Clothing Sector

Seher KANAT
Ege Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü, İzmir; Türkiye

Online Erişime Açıldığı Tarih (Available online):30 Haziran 2018 (30 June 2018)

Bu makaleye atıf yapmak için (To cite this article):

Seher KANAT (2018): Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücünün Analizi, Tekstil ve Mühendis, 25: 110, 169-179.

For online version of the article: <https://doi.org/10.7216/1300759920182511012>

Sorumlu Yazara ait Orcid Numarası (Corresponding Author's Orcid Number) :

<https://orcid.org/0000-0001-8367-9773>



Araştırma Makalesi / Research Article

TÜRK TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜN ANALİZİ

Seher KANAT

Ege Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü, İzmir, Türkiye

Gönderilme Tarihi / Received: 15.12.2017

Kabul Tarihi / Accepted: 17.04.2018

ÖZET: Türk tekstil ve hazır giyim sektörü uzun yıllardan bu yana ülke ekonomisindeki ve ihracatındaki yerini ve önemini korumaktadır. Artan uluslararası rekabete rağmen sektör rekabet gücünü koruyarak hem tekstil hem de hazır giyim ihracatında dünyanın önde gelen ihracatçılarından birisi olmaya devam etmektedir. Bu bağlamda, bu çalışma üç farklı indeks (Balassa, Vollrath ve Lafay) kullanarak ve bu indeksleri birbirleriyle karşılaştırarak Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücünü analiz etmeyi amaçlamaktadır. Elde edilen sonuçlara göre, son on yıllık süreçte Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün ihracat bazlı olarak 14 alt ürün grubunun 10'unda yüksek ve orta derecede rekabet avantajına sahip olduğu görülmektedir. Hem ihracat hem de ithalat verileri dikkate alındığında ise sektörün 14 alt ürün grubunun 9'unda rekabet avantajına ve uzmanlığa sahip olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk tekstil ve hazır giyim sektörü, Balassa indeksi, Vollrath indeksi, Lafay indeksi, uluslararası rekabet gücü

ANALYZING THE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF TURKISH TEXTILE AND CLOTHING SECTOR

ABSTRACT: Turkish textile and clothing sector has maintained its place and significance within national economy and exports for many years. It maintains to be one of the leading textile and clothing exporters of the world by protecting its competitiveness in spite of the increasing international competition. Within this context, this study aims to analyze the international competitiveness of Turkish textile and clothing sector by utilizing three different indices (Balassa, Vollrath and Lafay) and comparing these indices with each other. According to the obtained results, Turkish textile and clothing sector possesses export based competitive advantage at intermediate and advanced level in 10 sub-product groups out of 14 sub-product groups within the last decade. If both export and import data are taken into consideration, it can be seen that the sector possesses competitive advantage and specialization in 9 sub-product groups out of 14 sub-product groups.

Keywords: Turkish textile and clothing sector, Balassa index, Vollrath index, Lafay index, international competitiveness

* **Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** seher.kanat@ege.edu.tr <https://orcid.org/0000-0001-8367-9773>

DOI: 10.7216/1300759920182511012, www.tekstilvemuhendis.org.tr

1. GİRİŞ

Farklı şekillerde tanımlanabilen rekabet gücü kavramı ekonomistler tarafından “bir ülkenin ulusal verimliliğinin ve yaşam standardının yansımaları olarak rakiplerine karşı daha iyi performans göstermesi” olarak tanımlanmıştır. OECD ise rekabet gücünü “bir ülkenin serbest ve adil piyasa koşulları altında vatandaşlarının reel gelirlerini sağlarken ve arttırırken aynı zamanda uluslararası piyasaların ihtiyaçlarını karşılayabilecek malları ve hizmetleri üretebilmesi” olarak tanımlamıştır. Michael E. Porter ise rekabet gücü kavramından söz ederken karşılaştırmalı üstünlük kavramını kullanmış ve her ikisinin de özünde karşılaştırmalı maliyetlerin yattığını belirtmiştir. Bu bağlamda, bir ülkenin uluslararası piyasalarda karşılaştırmalı üstünlüklerinin bulunmasının aynı zamanda rekabet gücünün bulunması anlamına da gelebileceği söylenebilir [1].

Hem ulusal hem de uluslararası literatürde karşılaştırmalı üstünlüklerinin belirlenmesi yoluyla ülkelerin ve/veya sektörlerin uluslararası rekabet güçlerini analiz eden pek çok araştırma bulunmaktadır. Ancak bu çalışma Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücünün analiz etmeye odaklandığı için özellikle bu alandaki araştırmalar incelenerek analiz edilmiştir. Bu bağlamda, tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücünü analiz eden ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde, araştırmaların karşılaştırmalı üstünlükleri belirlemeye odaklandığı görülmüştür. Ayrıca hem ulusal hem de uluslararası literatürde bu amaçla en çok Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi ve Vollrath'ın nispi rekabet üstünlüğü indeksi kullanılmaktadır. Bu araştırmalar, farklı dönem aralıklarını kapsamakta ve tek bir ülkenin tekstil ve hazır giyim sektörüne odaklanabildiği gibi, birden fazla ülkenin tekstil ve hazır giyim sektörlerine de odaklanabilmektedir.

Türk tekstil ve hazır sektörünün rekabet gücünü analiz eden çalışmalar [1,2,3,4,5,6,7,8,9,10] incelendiğinde, araştırmaların 1989-2014 yılları arasındaki farklı dönemleri kapsadığı görülmektedir. Çalışmaların büyük çoğunluğu Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücüyle birlikte rakiplerinin rekabet güçlerini de analiz etmiştir. Araştırmalarda Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün/ürünlerinin uluslararası rekabet gücünün veya belirli pazarlardaki (Avrupa Birliği, Amerika Birleşik Devletleri ve Orta Doğu-Kuzey Afrika pazarları) rekabet gücünün belirlenmesi amaçlanmıştır. Yöntem olarak; Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi, Vollrath'ın nispi ihracat avantajı indeksi, Vollrath'ın nispi ithalat avantajı indeksi, Vollrath'ın nispi rekabet üstünlüğü indeksi, ihracat-ithalat oranı indeksi, karşılaştırmalı ihracat performansı indeksi, ticaret dengesi indeksi, ihracat piyasa payı, ihracat benzerlik indeksi ve Lafay indeksi gibi indekslerden birisi veya birkaçı kullanılmıştır. Bazı çalışmalar tekstil ve hazır giyim sektörünü bir bütün olarak ele alırken, bazıları sadece bir veya birkaç ürün grubuna odaklanmış, çoğu çalışma ise tekstil ve hazır giyime ait alt ürün gruplarını detaylı olarak analiz etmiştir. Ürün grupları olarak Uluslararası Ticaret Sınıflandırması Revizyon 3'e göre

iki, üç ve dört haneli ürün grupları ile Uluslararası Harmonize Sistem sınıflandırmasındaki ürün grupları kullanılmıştır. Türkiye'nin rakipleri olarak analiz kapsamına alınan ülkelere Çin, Avrupa Birliği-15 ülkeleri, Hindistan, Endonezya, Pakistan, Bangladeş, Güney Kore, Japonya, İsviçre, Amerika Birleşik Devletleri, Malezya, Tayland, Filipinler ve Singapur'dur. Elde edilen sonuçlara göre, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücü yüksektir ancak belirli dönemlerde düşüşler görülmektedir. Bazı rakiplerine (Endonezya, Malezya, Tayland, Filipinler, Singapur gibi) göre rekabet gücü daha yüksektir ve bazı ürünlerde (halı ve yer döşemelikleri gibi) rakiplerinden daha yüksek rekabet gücüne sahiptir. Ayrıca hazır giyim ürünlerinin rekabet gücü tekstil ürünlerinin rekabet gücünden daha yüksektir.

Literatürde Türkiye dışındaki ülkelerin tekstil ve hazır giyim sektörlerinin rekabet gücünü inceleyen çalışmalar [11,12,13] incelendiğinde, analiz edilen ülkelerin (Hindistan, Bangladeş, Pakistan, Romanya gibi) ekonomilerinde tekstil ve hazır giyim sektörünün önemli payı olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar 1990-2014 yılları arasındaki farklı dönemleri kapsamaktadır ve yöntem olarak Balassa, Vollrath ve Lafay indekslerinin birisi veya birkaçı kullanılmıştır. Araştırmalar belirli ülkelerin tekstil ve hazır giyim sektörlerinin (bir bütün olarak) veya ürünlerinin (detaylı olarak ürünler bazında) rekabet gücünü analiz etmeyi amaçlamaktadır. Elde edilen sonuçlara göre; Hindistan, Pakistan ve Bangladeş tekstil ve hazır giyim sektöründe/ürünlerinde uluslararası rekabet avantajına sahiptirler. Rumen tekstil sektörü ise rekabet avantajına sahip değilken, hazır giyim sektörü azalan bir rekabet avantajına sahiptir.

Görülebileceği gibi literatürde tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünü analiz eden pek çok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışma ise üç farklı indeks (Balassa, Vollrath ve Lafay) kullanarak ve bu indeksleri birbirleriyle karşılaştırarak hem Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün hem de belli başlı rakiplerinin uluslararası rekabet gücünü on yıllık süre bazında analiz etmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca çalışma sektörü hem bir bütün olarak ele almakta hem de ürün gruplarını detaylı olarak analiz etmektedir. Dolayısıyla sektörün hangi ürün gruplarında rekabet avantajına sahip olduğu, hangi ürün gruplarında uluslararası rekabetini kaybettiği, hangi ürün gruplarında hangi rakiplerinin ön plana çıktığı güncel olarak belirlenebilmiştir. Çalışma bu nitelikleri ile diğer çalışmalardan ayrılmaktadır.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI, MATERYALİ VE YÖNTEMİ

Bu çalışma üç farklı indeks (Balassa, Vollrath ve Lafay) kullanarak ve bu indeksleri birbirleriyle karşılaştırarak Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücünü analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün belli başlı uluslararası rakipleri belirlenmiştir. Belirlenen rakipler (Çin, Pakistan, Hindistan, Bangladeş, Vietnam, Endonezya, İtalya ve İspanya) Dünya Ticaret Örgütü'nün 2017 Dünya Ticareti İstatistiksel

Değerlendirmesine [14] göre dünyanın önde gelen tekstil ve hazır giyim ihracatçılarıdır. İkinci aşamada Türkiye'nin ve belirlenen uluslararası rakiplerinin 2007-2016 yılları arasındaki on yıllık tekstil ve hazır giyim ihracat verileri Uluslararası Harmonize Sistem Ürün Sınıflandırmasındaki (Harmonized System Commodity Classification Codes) 14 tekstil ve hazır giyim alt ürün grubu için ayrı ayrı tespit edilmiştir. Bu 14 alt ürün grubuna ait açıklamalar Tablo 1'de gösterilmiştir. Üçüncü aşamada elde edilen veriler kullanılarak tekstil (50-60 kodlu ürün gruplarının tamamı) ve hazır giyim (61-63 kodlu ürün gruplarının tamamı) sektörleri için dokuz ülkenin on yıllık Balassa, Vollrath ve Lafay indeks değerleri hesaplanmıştır. Dördüncü aşamada ise dokuz ülkenin on dört tekstil ve hazır giyim alt ürün grubundaki Balassa, Vollrath ve Lafay indeks değerleri on yıl için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Beşinci aşamada her bir ülke için elde edilen on yıllık Balassa, Vollrath ve Lafay indeks değerlerinin ortalaması alınarak tekstil ve hazır giyim sektörleri ve alt ürün grupları için grafikler çizilmiş ve değerlendirmelerde bulunulmuştur. Son olarak ise Türkiye ve rakibi olan ülkelerin rekabet avantajlarının olduğu tekstil ve hazır giyim ürün grupları bir tablo yardımıyla özetlenmiştir.

Tablo 1. Tekstil ve Hazır Giyim Ürünlerinin Uluslararası Harmonize Sistem Ürün Sınıflandırmasına Göre Dağılımı [15]

HS Kodu	Açıklaması
50	İpek (Lif&İplik&Kumaş)
51	Yün ve Diğer Hayvansal Lifler (Lif&İplik&Kumaş)
52	Pamuk (Lif&İplik&Kumaş)
53	Diğer Bitkisel Lifler (Lif&İplik&Kumaş)
54	Kesiksiz Sentetik Lifler (Lif&İplik&Kumaş)
55	Kesikli Sentetik Lifler (Lif&İplik&Kumaş)
56	Dolgu, Keçe ve Dokusuz Yüzeyler ile Özel İplikler
57	Halı ve Diğer Zemin Döşemelikleri
58	Özel Dokunmuş Kumaşlar ve Nakışlar
59	Emdirilmiş, Kaplanmış ve Laminasyonlu Kumaşlar
60	Örme Kumaşlar
61	Örmeden Mamul Hazır Giyim Ürünleri ve Aksesuarları
62	Dokumadan Mamul Hazır Giyim Ürünleri ve Aksesuarları
63	Ev Tekstili Ürünleri ve Kullanılmış Tekstil Ürünleri

Araştırma yöntemi olarak seçilen indekslerden birisi olan, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi geleneksel ticaret teorisine dayanan ve uluslararası rekabet gücünü belirlemede yaygın olarak kullanılan göstergelerden birisidir. Bu yaklaşımda ülkelerin belirli ürünlerdeki görece ihracat performansları belirlenmeye çalışılmaktadır [3]. İlk olarak Liesner tarafından 1958 yılında ortaya atılan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı daha sonra Balassa tarafından 1965 yılında geliştirilmiştir. İndeks, bir ülkenin bir mal veya endüstri alanındaki ihracatının toplam ihracatı içindeki payını diğer ülkelerin veya ülke gruplarının paylarıyla karşılaştırmaktadır [3,16]. Açıklanmış

karşılaştırmalı üstünlükler indeksi (Balassa indeksi) Balassa tarafından 1965 yılında aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

$$Balassa\ indeks = \frac{\frac{X_{ij}}{X_{ig}}}{\frac{X_{wj}}{X_{wg}}} \quad (1)$$

X ihracatı, i ülkeyi, j ürünü, g ürün gruplarını, w ülke gruplarını temsil etmektedir [17,18]. Balassa indeksinin pay kısmı, malın ulusal ihracattaki payını, payda kısmı ise söz konusu malın toplam dünya ihracatındaki payını temsil etmektedir. Bu indeksin 1'den büyük olması ülkenin söz konusu malın ihracatında rekabet avantajına sahip olduğunu ve uzmanlaştığını, 1'den küçük olması ise ülkenin söz konusu malın ihracatında rekabet dezavantajına sahip olduğunu ve uzmanlaşmadığını göstermektedir. Balassa indeksinin 0 ile 1 arasında olması rekabet dezavantajını, 1 ile 2 arasında değer alması zayıf bir rekabet avantajını, 2 ile 4 arasında değer alması orta derece rekabet avantajını, 4'ten büyük olması ise güçlü rekabet avantajını göstermektedir [1,19]. Balassa indeksi tek başına, sadece ülkenin ihracatında hangi mallarda uzmanlaşma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Ayrıca indeks mevcut ticaret verilerine dayanarak hesaplandığından geleceğe dair potansiyel karşılaştırmalı üstünlükleri göstermediği gibi karşılaştırmalı üstünlüğün ortaya çıkış nedenlerini de açıklamaz [19]. Bu nedenle, ikinci indeks olarak Vollrath'ın nispi rekabet üstünlüğü indeksi seçilmiştir.

Vollrath'a göre indeksin hesaplanmasında ihracat değerleriyle ithalat değerleri birlikte hesaba katılmalıdır. Bu nedenle Vollrath, Balassa indeksine alternatif olarak açıklanmış rekabet avantajını gösteren ve nispi ihracat avantajının logaritmik formu ile nispi ithalat avantajının logaritmik formu arasındaki farktan oluşan nispi rekabet üstünlüğü indeksini geliştirmiştir. Nispi rekabet üstünlüğü indeksi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir [6,12,20,21]:

$$Vollrath\ indeks = \ln \left(\frac{X_{ij}/X_{it}}{X_{nj}/X_{nt}} \right) - \ln \left(\frac{M_{ij}/M_{it}}{M_{nj}/M_{nt}} \right) \quad (2)$$

Formülde; X ihracatı, M ithalatı, i ülkeyi, j ürünü (sektörü), n dünyayı (ülke gruplarını), t ise tüm ürün gruplarını (tüm sektörleri) temsil etmektedir. Bu indeksin pozitif değer alması karşılaştırmalı rekabet avantajını, negatif değer alması ise karşılaştırmalı rekabet dezavantajını göstermektedir [6,12].

Literatürde rekabet gücünün belirlenmesinde yaygın olarak kullanılan Lafay indeksi kullanılacak üçüncü indeks olarak seçilmiştir. Lafay tarafından 1992 yılında tanımlanan indeks, bir ülkenin belirli bir sektörünün uluslararası boyuttaki uzmanlaşmasını göstermektedir. Lafay indeksi her ürünün katkısını o ürünün toplam ticaretteki önemine bağlı olarak ağırlandırmaktadır ve aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir [22,23]:

$$Lafay\ indeks = 100 \frac{\left[\frac{x_j^i - m_j^i}{x_j^i + m_j^i} - \frac{\sum_{j=1}^n [(x_j^i] - m_j^i)}{\sum_{j=1}^n [(x_j^i] + m_j^i)} \right]}{\sum_{j=1}^n [(x_j^i] + m_j^i)} \quad (3)$$

Formülde; i ülkeyi, j ürünü, N seçili ürünler takımını (analiz edilen öğelerin sayısını), x_j^i ülkesinin j ürünü ihracatını, m_j^i ise i ülkesinin j ürünü ithalatını göstermektedir [22,23,24,25]. Lafay indeksinin pozitif değer alması söz konusu üründe rekabet avantajının olduğunu ve ilgili alandaki uzmanlaşmayı gösterirken, negatif değer alması rekabet dezavantajını ve ilgili alanda uzmanlaşma olmadığını gösterir [23]. Lafay indeksinin pozitif değeri arttıkça sahip olunan rekabet avantajı ve uzmanlaşma artmaktadır [23,25].

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE ANALİZİ

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre Türkiye dünya tekstil ve hazır giyim ihracatında güçlü rekabet avantajına sahiptir (Şekil 1). Türkiye'nin 2007-2016 yılları arasındaki ortalama Balassa indeks değeri tekstil için 4,12 iken hazır giyim için 4,34'tür. Balassa indeks değerlerine göre on yıllık süreçte tekstil ihracatında Türkiye dışında güçlü rekabet avantajına sahip olan tek ülke Pakistan'dır (On yıllık ortalama Balassa indeks değeri 13,95'tir). Dünya tekstil ihracatında orta derecede rekabet avantajına sahip olan ülkeler ise Çin, Hindistan ve Bangladeş'tir. Vietnam, Endonezya ve İtalya zayıf rekabet avantajına sahipken, İspanya'nın dünya tekstil ihracatında rekabet avantajı bulunmaktadır. Hazır giyim sektöründe Türkiye dışında güçlü rekabet avantajına sahip olan ülkeler ise Pakistan, Vietnam ve Bangladeş olarak belirtilebilir (On yıllık ortalama Balassa indeks değerleri sırasıyla 12,02; 5,15 ve 30,43'tür). Çin ve Hindistan dünya hazır giyim ihracatında orta derecede rekabet avantajına sahipken, Endonezya, İtalya ve İspanya zayıf rekabet avantajına sahiptir.

Pakistan'ın tekstil ve hazır giyimde bu kadar yüksek rekabet avantajına sahip olmasının nedeni 2016 yılı itibariyle tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatlarının ülkenin toplam ihracatından aldıkları payların sırasıyla %23 ve %40 civarında olmasıdır. Başka bir ifadeyle Pakistan ihracatının önemli bir kısmını (yaklaşık olarak %63'ünü) tekstil ve hazır giyim ürünleri oluşturmaktadır. Diğer yandan Bangladeş'in hazır giyim ihracatındaki yüksek rekabet avantajının nedeni de benzerdir. 2016 yılı itibariyle Bangladeş ihracatının %72'sini tek başına hazır giyim sektörü oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu ürünlerin üretiminde ve ihracatında yaşanacak darboğazlar ülke ihracatını ve ekonomisini olumsuz yönde etkileyecektir.

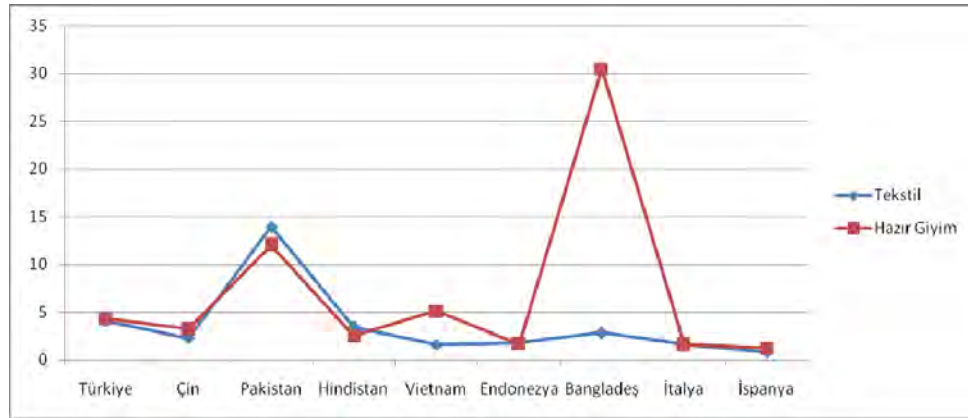
Hesaplanan Vollrath indeks değerlerine göre Türkiye dünya tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet avantajına sahiptir (Şekil 2). Türkiye'nin 2007-2016 yılları arasındaki ortalama Vollrath indeks değeri tekstil için 0,33 iken hazır giyim için 2,19'dur. Vollrath indeks değerlerine göre on yıllık süreçte tekstil sektöründe Türkiye dışında rekabet avantajına sahip olan ülkeler Çin, Pakistan, Hindistan, İtalya ve İspanya'dır. Tekstil sektöründe rekabet avantajına sahip olmayan (başka bir ifadeyle rekabet dezavantajına sahip olan) ülkeler ise Vietnam, Endonezya ve Bangladeş'tir. Hazır giyim sektöründe ise İspanya haricindeki tüm ülkeler rekabet avantajına sahiptir.

Araştırmadan elde edilen Lafay indeks değerleri incelendiğinde, Türkiye'nin dünya tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet

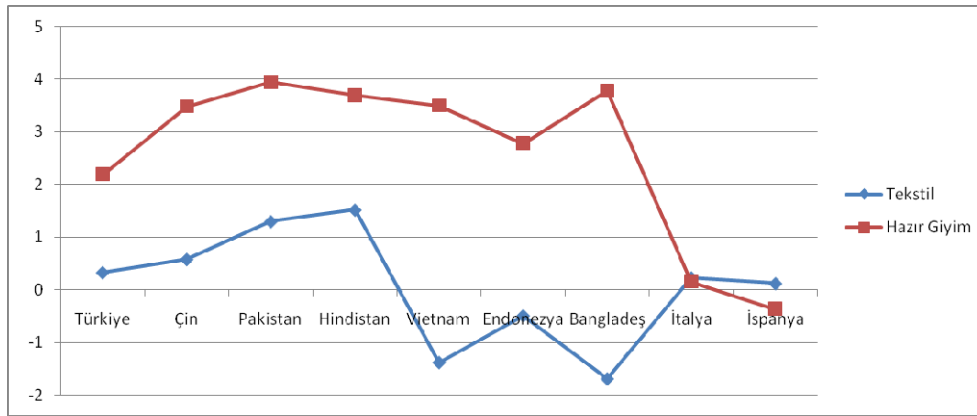
avantajına sahip olduğu ve bu alanlarda uzmanlaştığı görülmektedir (Şekil 3). Türkiye'nin 2007-2016 yılları arasındaki ortalama Lafay indeks değeri tekstil için 1,14 iken hazır giyim için 5,10'dur. Elde edilen değerlere göre Türkiye'nin hazır giyim sektöründeki uzmanlaşma derecesi tekstil sektöründeki uzmanlaşma derecesinden daha fazladır. Lafay indeks değerlerine göre on yıllık süreçte tekstil sektöründe Türkiye dışında rekabet avantajına sahip olan ülkeler Çin, Pakistan, Hindistan, İtalya ve İspanya'dır. Tekstil sektöründe rekabet avantajına sahip olmayan (başka bir ifadeyle bu alanda uzmanlaşmayan) ülkeler ise Vietnam, Endonezya ve Bangladeş'tir. Hazır giyim sektöründe ise İspanya haricindeki tüm ülkeler rekabet avantajına sahiptir. Diğer ülkelerin uzmanlaşma dereceleri Türkiye ile karşılaştırıldığında, Pakistan ve Hindistan'ın tekstil sektöründe, Pakistan, Vietnam ve Bangladeş'in ise hazır giyim sektöründe daha yüksek uzmanlaşmaya sahip oldukları görülmektedir.

Görülebileceği gibi ülkelerin tekstil ve hazır giyim ihracat ve ithalat verileri dikkate alınarak hesaplanan Vollrath ve Lafay indeks değerleri ülkelerin bu alanlardaki rekabet avantajlarının belirlenmesinde birbirleriyle benzer sonuçlar vermektedir. Diğer yandan sadece ihracat verilerini dikkate alan Balassa indeksi ise farklı sonuçlar ortaya koymaktadır. Ancak ihracatın ithalata bağımlı olabileceği dolayısıyla tek başına rekabet avantajı ifade etmeyebileceği dikkate alındığında Vollrath ve Lafay indeks değerlerinin Balassa indeks değerlerine göre daha gerçekçi ve sağlıklı sonuçlar verdiği belirtilebilir.

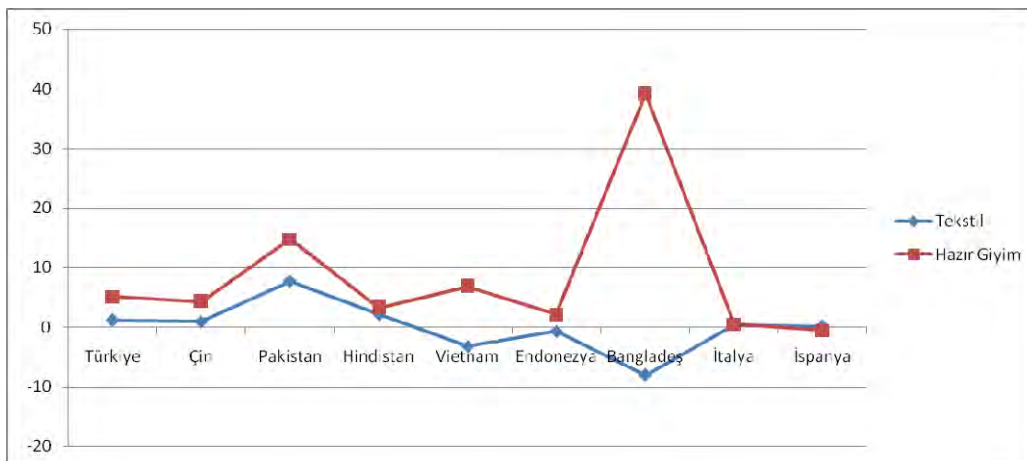
Tekstil ve hazır giyim alt ürün grupları için hesaplanan on yıllık ortalama Balassa indeks değerleri incelendiğinde (Şekil 4 ve 5), ipekli tekstil ürünleri ihracatında Çin, Hindistan ve İtalya'nın güçlü rekabet avantajına sahip olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle bu ülkelerin on yıllık ortalama Balassa indeks değerleri 4'ün üzerindedir. Yünlü tekstil ürünleri ihracatında güçlü rekabet avantajına sahip olan tek ülke İtalya iken, pamuklu tekstil ürünleri ihracatında Pakistan, diğer bitkisel liflerden mamul tekstil ürünleri ihracatında ise Bangladeş güçlü rekabet avantajına sahip olanlar kategorisinde tektirler. Kesiksiz sentetik liflerden mamul tekstil ürünleri, dolgu, keçe ve dokusuz yüzeyler ile özel iplikler ve emdirilmiş, kaplanmış ve laminasyonlu kumaşlar kategorilerinde ise güçlü rekabet avantajına sahip olan ülke bulunmamaktadır. Kesikli sentetik liflerden mamul tekstil ürünleri ihracatında güçlü rekabet avantajına sahip olan ülkeler Türkiye ve Endonezya olurken, halı ve diğer zemin döşemelikleri ihracatında Türkiye, Pakistan ve Hindistan zirvededirler. Özel dokunmuş kumaşlar ve nakışlar kategorisinde Türkiye ve Bangladeş, örme kumaşlar kategorisinde ise Türkiye güçlü rekabet avantajına sahip olan ülkelerdir. Örmenden mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları ihracatında güçlü rekabet avantajına sahip olan ülkeler Türkiye, Pakistan, Vietnam ve Bangladeş olurken, dokumadan mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları ihracatında bu ülkeler Pakistan, Vietnam ve Bangladeş olarak tespit edilmiştir. Son ürün grubu olan ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünleri kategorisinde ise Türkiye, Pakistan, Hindistan ve Bangladeş güçlü rekabet avantajına sahip olan ülkelerdir.



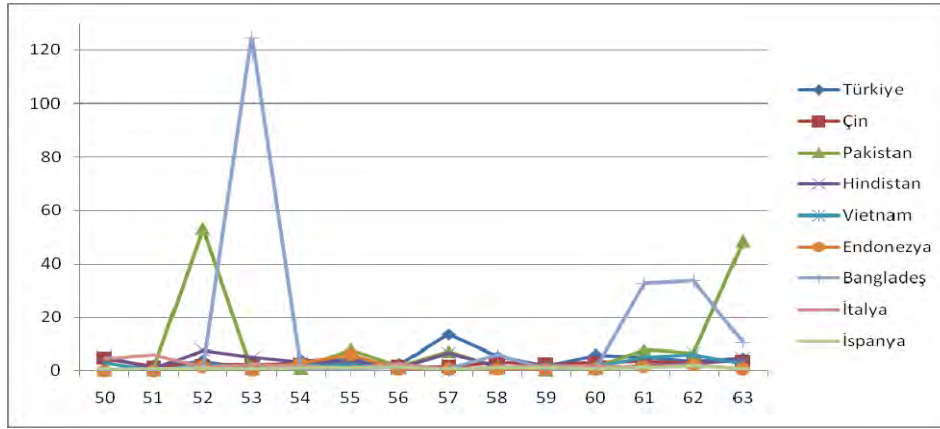
Şekil 1. Türkiye ve belli başlı rakiplerinin tekstil ve hazır giyim sektörleri için hesaplanmış ortalama Balassa indeks değerlerine göre dağılımı



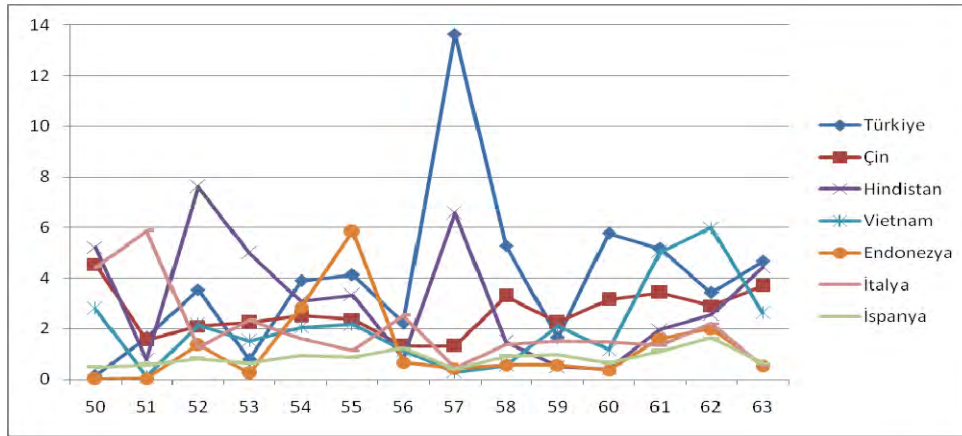
Şekil 2. Türkiye ve belli başlı rakiplerinin tekstil ve hazır giyim sektörleri için hesaplanmış ortalama Vollrath indeks değerlerine göre dağılımı



Şekil 3. Türkiye ve belli başlı rakiplerinin tekstil ve hazır giyim sektörleri için hesaplanmış ortalama Lafay indeks değerlerine göre dağılımı



Şekil 4. Türkiye ve belli başlı rakiplerinin tekstil ve hazır giyim ürün grupları için hesaplanmış ortalama Balassa indeks değerlerine göre dağılımı



Şekil 5. Türkiye ve belli başlı rakiplerinin (Pakistan ve Bangladeş hariç) tekstil ve hazır giyim ürün grupları için hesaplanmış ortalama Balassa indeks değerlerine göre dağılımı

Türkiye'nin dünya ihracatında güçlü rekabet avantajına sahip olduğu tekstil ve hazır giyim alt ürün grupları kesikli sentetik liflerden mamul tekstil ürünleri, halı ve diğer zemin döşemelikleri, özel dokunmuş kumaşlar ve nakışlar, örme kumaşlar, örmeden mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları ve ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünleri olarak belirtilebilir (Şekil 4 ve 5). Diğer yandan orta derecede rekabet avantajına sahip olduğu ürün kategorileri pamuklu tekstil ürünleri, kesiksiz sentetik liflerden mamul tekstil ürünleri, dolgu, keçe ve dokusuz yüzeyler ile özel iplikler ve dokumadan mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları olarak belirtilebilir. Türkiye yünlü tekstil ürünleri ile emdirilmiş, kaplanmış ve laminasyonlu kumaşlar kategorilerinde zayıf rekabet avantajına sahipken, ipekli tekstil ürünlerinde ve diğer bitkisel liflerden mamul tekstil ürünlerinde ise rekabet avantajına sahip değildir.

Diğer yandan Pakistan ve Bangladeş'in bazı kategorilerdeki on yıllık ortalama indeks değerlerinin diğer ülkelerden oldukça yüksek olduğu görülmektedir (Şekil 4). 2016 yılı itibarıyla Pakistan ihracatının %63'ünü tekstil ve hazır giyim ihracatı, Bangladeş ihracatının %72'sini ise hazır giyim ihracatı oluşturmaktadır, dolayısıyla yüksek ihracat rakamları yüksek indeks değerlerine sebep olmaktadır. Pakistan'ın Balassa indeks değerlerinin tavan yaptığı kategoriler 52 (pamuklu tekstil ürünleri) ve

63 (ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünleri) iken; Bangladeş'in Balassa indeks değerlerinin pik yaptığı kategoriler 53 (diğer bitkisel liflerden elde edilen tekstil ürünleri), 61 (örmeden mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları) ve 62 (dokumadan mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları)'dir.

Pakistan'ın pamuklu tekstil ürünleri kategorisinde dünya ihracatında bu kadar yüksek rekabet avantajına (On yıllık ortalama Balassa indeks değeri 53,14'tür) sahip olmasının nedeni pamuklu tekstil ürünlerinin ülkenin toplam ihracatından aldığı payın on yıllık süre içerisinde %18,74 ile %21,23 arasında değişmesidir. Diğer yandan Pakistan, ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünleri kategorisinde dünya ihracatında en yüksek rekabet avantajına sahip olan ülkedir (On yıllık ortalama Balassa indeks değeri 48,38'dir). Pakistan on yıllık süre içerisinde bu kategorideki dünya ihracatının %5,8'i ile %7,8'ini tek başına gerçekleştirmiştir.

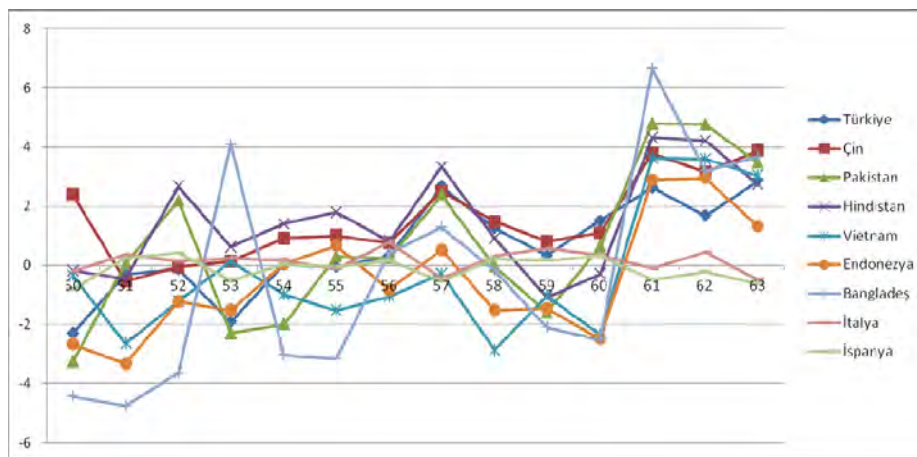
Bangladeş diğer bitkisel liflerden elde edilen tekstil ürünlerinde dünya ihracatının önemli bir kısmını tek başına karşılamaktadır. On yıllık süre içerisinde bu kategorideki dünya ihracatının %17,04 ile %21,49'unu tek başına gerçekleştirmiştir. Dolayısıyla bu kategoride yüksek rekabet avantajına sahiptir (On yıllık ortalama Balassa indeks değeri 124,43'tür). Bangladeş'in yüksek

rekabet avantajına sahip olduğu diğer alt ürün grupları ise örmeden ve dokumadan mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarlarıdır (On yıllık ortalama Balassa indeks değerleri sırasıyla 32,74 ve 33,56'dır). Dokumadan ve örmeden mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarlarının Bangladeş'in toplam ihracatından aldıkları pay on yıllık süre içerisinde %71 ile %90 arasında değişmektedir. Dolayısıyla bu iki ürün grubu Bangladeş ekonomisi için hem oldukça yüksek öneme sahiptir, hem de oldukça yüksek riske neden olmaktadır.

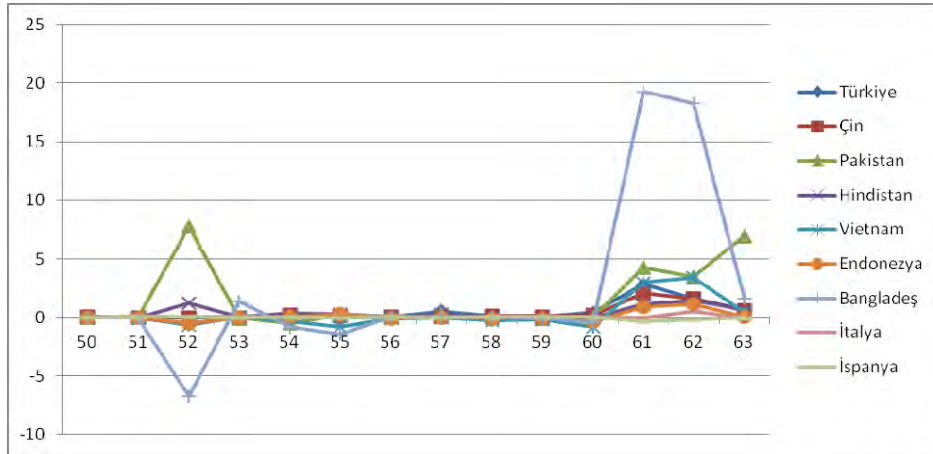
Tekstil ve hazır giyim alt ürün grupları için hesaplanan on yıllık ortalama Vollrath indeks değerleri incelendiğinde (Şekil 6), ipekli tekstil ürünlerinde rekabet avantajına sahip olan tek ülke Çin'dir. Görülebileceği gibi ihracat verilerinin yanı sıra ithalat verileri de dikkate alındığında Hindistan ve İtalya bu kategorideki rekabet avantajlarını kaybetmişlerdir. Yünlü tekstil ürünleri kategorisinde rekabet avantajına sahip olan ülkeler Pakistan, İtalya ve İspanya olurken; pamuklu tekstil ürünlerinde ise Pakistan, Hindistan, İtalya ve İspanya rekabet avantajına sahiptirler. Diğer bitkisel liflerden mamul tekstil ürünlerinde Çin, Hindistan, Vietnam, Bangladeş ve İtalya; kesiksiz sentetik liflerden mamul tekstil ürünlerinde Türkiye, Çin, Hindistan, Endonezya, İtalya ve İspanya; kesikli sentetik liflerden mamul tekstil ürünlerinde Çin, Pakistan, Hindistan, Endonezya; dolgu, keçe ve dokusuz yüzeyler ile özel ipliklerde Türkiye, Çin, Pakistan, Hindistan, Bangladeş, İtalya ve İspanya; halı ve diğer zemin döşemeliklerinde Türkiye, Çin, Pakistan, Hindistan, Endonezya ve Bangladeş; özel dokunmuş kumaşlar ve nakışlarda Türkiye, Çin, Hindistan, İtalya ve İspanya; emdirilmiş, kaplanmış ve laminasyonlu kumaşlarda Türkiye, Çin, İtalya ve İspanya; örme kumaşlarda Türkiye, Çin, Pakistan, İtalya ve İspanya rekabet avantajına sahip olan ülkelerdir. Diğer yandan örmeden mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları kategorisinde İtalya ve İspanya dışındaki tüm ülkeler, dokumadan mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları kategorisinde İspanya haricindeki tüm ülkeler, ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünleri kategorisinde ise İtalya ve İspanya dışındaki tüm ülkeler rekabet avantajına sahiptirler.

Türkiye'nin on yıllık ortalama Vollrath indeks değerlerine göre rekabet avantajına sahip olduğu tekstil ve hazır giyim alt ürün grupları; kesiksiz sentetik liflerden mamul tekstil ürünleri, dolgu, keçe ve dokusuz yüzeyler ile özel iplikler, halı ve diğer zemin döşemelikleri, özel dokunmuş kumaşlar ve nakışlar, emdirilmiş, kaplanmış ve laminasyonlu kumaşlar, örme kumaşlar, örmeden ve dokumadan mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları, ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünleridir. Rekabet avantajının bulunmadığı ürün grupları ise ipekli tekstil ürünleri, yünlü tekstil ürünleri, pamuklu tekstil ürünleri, diğer bitkisel liflerden mamul tekstil ürünleri ve kesikli sentetik liflerden mamul tekstil ürünleri olarak belirtilebilir.

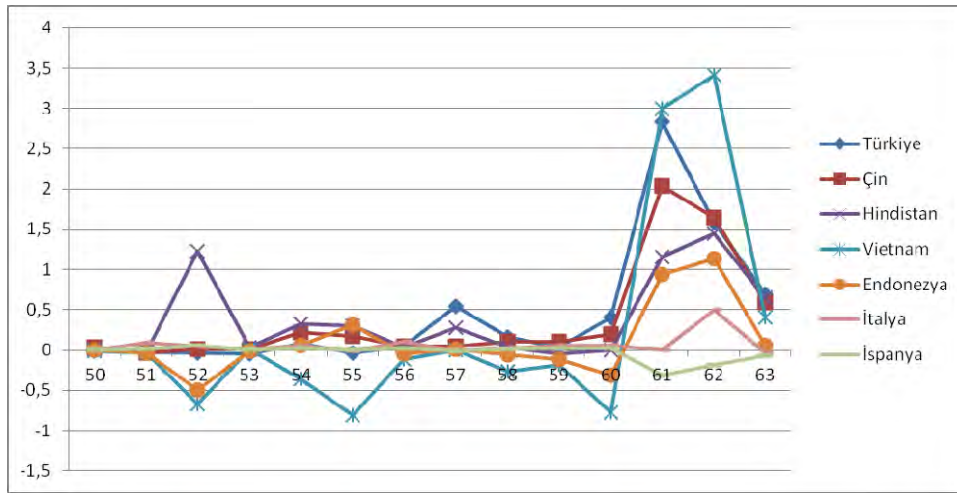
Tekstil ve hazır giyim alt ürün grupları için hesaplanan on yıllık ortalama Lafay indeks değerleri incelendiğinde (Şekil 7 ve 8), ipekli tekstil ürünlerinde Çin ve Hindistan'ın rekabet avantajına sahip oldukları ve bu alanda uzmanlaştıkları görülmektedir. Yünlü tekstil ürünlerinde Pakistan, İtalya ve İspanya; pamuklu tekstil ürünlerinde Pakistan, Hindistan, İtalya, İspanya ve Çin; diğer bitkisel liflerden mamul tekstil ürünlerinde Çin, Hindistan, Vietnam, Bangladeş, İtalya; kesiksiz sentetik liflerden mamul tekstil ürünlerinde Türkiye, Çin, Hindistan, Endonezya, İtalya ve İspanya; kesikli sentetik liflerden mamul tekstil ürünlerinde Çin, Pakistan, Hindistan, Endonezya; dolgu, keçe ve dokusuz yüzeyler ile özel ipliklerde Türkiye, Çin, Pakistan, Hindistan, Bangladeş, İtalya ve İspanya; halı ve diğer zemin döşemeliklerinde Türkiye, Çin, Pakistan, Hindistan, Endonezya ve Bangladeş; özel dokunmuş kumaşlar ve nakışlarda Türkiye, Çin, Pakistan, Hindistan, Bangladeş, İtalya ve İspanya; emdirilmiş, kaplanmış ve laminasyonlu kumaşlarda Türkiye, Çin, İtalya ve İspanya; örme kumaşlarda Türkiye, Çin, Pakistan, İtalya ve İspanya rekabet avantajına sahip olan ülkelerdir. Diğer yandan örmeden ve dokumadan mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları kategorilerinde İspanya dışındaki tüm ülkeler, ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünleri kategorisinde ise İtalya ve İspanya dışındaki tüm ülkeler rekabet avantajına sahiptirler.



Şekil 6. Türkiye ve belli başlı rakiplerinin tekstil ve hazır giyim ürün grupları için hesaplanmış ortalama Vollrath indeks değerlerine göre dağılımı



Şekil 7. Türkiye ve belli başlı rakiplerinin tekstil ve hazır giyim ürün grupları için hesaplanmış ortalama Lafay indeks değerlerine göre dağılımı



Şekil 8. Türkiye ve belli başlı rakiplerinin (Pakistan ve Bangladeş hariç) tekstil ve hazır giyim ürün grupları için hesaplanmış ortalama Lafay indeks değerlerine göre dağılımı

Tekstil ve hazır giyim alt ürün gruplarındaki uzmanlaşma dereceleri incelendiğinde ise (Şekil 7 ve 8), ipeklili tekstil ürünlerinde Çin'in, yünlü tekstil ürünlerinde İtalya'nın, pamuklu tekstil ürünlerinde Pakistan'ın, diğer bitkisel liflerden mamul tekstil ürünlerinde Bangladeş'in, kesiksiz sentetik liflerden mamul tekstil ürünlerinde Çin'in, kesikli sentetik liflerden mamul tekstil ürünlerinde Endonezya'nın, dolgu, keçe ve dokusuz yüzeyler ile özel ipliklerde İtalya'nın, halı ve diğer zemin döşemeliklerinde Türkiye'nin, özel dokunmuş kumaşlar ve nakışlarda Türkiye'nin, emdirilmiş, kaplanmış ve laminasyonlu kumaşlarda Çin'in, örme kumaşlarda Türkiye'nin, örmeden mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarlarında Bangladeş'in, dokumadan mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarlarında Bangladeş'in, ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünlerinde Pakistan'ın uzmanlaşma derecelerinin diğer ülkelerden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Türkiye'nin on yıllık ortalama Lafay indeks değerlerine göre rekabet avantajına sahip olduğu tekstil ve hazır giyim alt ürün grupları; kesiksiz sentetik liflerden mamul tekstil ürünleri, dolgu,

keçe ve dokusuz yüzeyler ile özel iplikler, halı ve diğer zemin döşemelikleri, özel dokunmuş kumaşlar ve nakışlar, emdirilmiş, kaplanmış ve laminasyonlu kumaşlar, örme kumaşlar, örmeden ve dokumadan mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları, ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünleridir. Rekabet avantajının bulunmadığı ürün grupları ise ipeklili tekstil ürünleri, yünlü tekstil ürünleri, pamuklu tekstil ürünleri, diğer bitkisel liflerden mamul tekstil ürünleri ve kesikli sentetik liflerden mamul tekstil ürünleri olarak belirtilebilir. Ayrıca Türkiye halı ve diğer zemin döşemelikleri, özel dokunmuş kumaşlar ve nakışlar ile örme kumaşlar kategorilerinde kıyaslandığı diğer ülkelerin tamamından daha yüksek uzmanlaşma derecesine sahiptir.

Tablo 2'de Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücü ve belli başlı rakipleri üç indekse göre özetlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre Türk tekstil ve hazır giyim sektörü son on yıllık süreçte üç indekse göre de uluslararası rekabet avantajına sahiptir. Balassa indeksine göre hem tekstil hem de hazır giyim sektörü dünya ihracatında güçlü rekabet avantajına sahiptirler. Tekstil ihracatındaki en güçlü rakibimiz

Tablo 2. Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücü

	Balassa İndeksine Göre	Vollrath İndeksine Göre	Lafay İndeksine Göre
Tekstil	Güçlü rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakibi Pakistan'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Pakistan ve Hindistan'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan ve Hindistan'dır.
Hazır Giyim	Güçlü rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan, Vietnam ve Bangladeş'tir.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Pakistan, Hindistan, Vietnam, Endonezya ve Bangladeş'tir.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan, Vietnam ve Bangladeş'tir.
İpek (Lif&İplik&Kum aş)	Rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Çin, Hindistan ve İtalya'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakibi Çin'dir.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Çin ve Hindistan'dır.
Yün ve Diğer Hayvansal Lifler (Lif&İplik&Kum aş)	Zayıf rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakibi İtalya'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Pakistan, İtalya ve İspanya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri İtalya ve İspanya'dır.
Pamuk (Lif&İplik&Kum aş)	Orta derecede rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan ve Hindistan'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Pakistan, Hindistan, İtalya ve İspanya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan, Hindistan, İtalya, İspanya ve Çin'dir.
Diğer Bitkisel Lifler (Lif&İplik&Kum aş)	Rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Bangladeş ve Hindistan'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Hindistan, Vietnam, Bangladeş ve İtalya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Çin, Hindistan, Vietnam, Bangladeş ve İtalya'dır.
Kesiksiz Sentetik Lifler (Lif&İplik&Kum aş)	Orta derecede rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakibi Hindistan'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Hindistan, Endonezya, İtalya ve İspanya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Çin ve Hindistan'dır.
Kesikli Sentetik Lifler (Lif&İplik&Kum aş)	Güçlü rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan ve Endonezya'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Pakistan, Hindistan ve Endonezya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Çin, Pakistan, Hindistan ve Endonezya'dır.
Dolgu, Keçe ve Dokusuz Yüzeyler ile Özel İplikler	Orta derecede rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakibi İtalya'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Pakistan, Hindistan, Bangladeş, İtalya ve İspanya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakibi Çin'dir.
Halı ve Diğer Zemin Döşemelikleri	Güçlü rekabet avantajı bulunmaktadır. En yakın rakipleri Pakistan ve Hindistan'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Hindistan, Pakistan, Bangladeş ve Endonezya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En yakın rakibi Pakistan ve Hindistan'dır.
Özel Dokunmuş Kumaşlar ve Nakışlar	Güçlü rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakibi Bangladeş'tir.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Hindistan, İspanya ve İtalya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En yakın rakibi Çin'dir.
Emdirilmiş, Kaplanmış ve Laminasyonlu Kumaşlar	Zayıf rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri İtalya, Çin ve Vietnam'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, İtalya ve İspanya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Çin ve İtalya'dır.
Örme Kumaşlar	Güçlü rekabet avantajı bulunmaktadır. En yakın rakibi Çin'dir.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Pakistan, İtalya ve İspanya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En yakın rakibi Çin'dir.
Örmeden Mamul Hazır Giyim Ürünleri ve Aksesuarları	Güçlü rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan, Bangladeş ve Vietnam'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Pakistan, Hindistan, Vietnam, Endonezya ve Bangladeş'tir.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan, Vietnam ve Bangladeş'tir.
Dokumadan Mamul Hazır Giyim Ürünleri ve Aksesuarları	Orta derecede rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan, Vietnam ve Bangladeş'tir.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Pakistan, Hindistan, Vietnam, Endonezya, Bangladeş ve İtalya'dır.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Çin, Pakistan, Vietnam ve Bangladeş'tir.
Ev Tekstil Ürünleri ve Kullanılmış Tekstil Ürünleri	Güçlü rekabet avantajı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan, Bangladeş ve Hindistan'dır.	Rekabet avantajı bulunmaktadır. Rakipleri Çin, Pakistan, Hindistan, Vietnam, Endonezya ve Bangladeş'tir.	Rekabet avantajı ve uzmanlığı bulunmaktadır. En güçlü rakipleri Pakistan ve Bangladeş'tir.

Pakistan iken, hazır giyim ihracatında en güçlü rakiplerimiz Pakistan, Vietnam ve Bangladeş'tir. Ayrıca Türkiye tekstil ve hazır giyim ihracatında altı ürün grubunda güçlü rekabet avantajına sahipken, dört ürün grubunda da orta derecede rekabet avantajına sahiptir. Diğer yandan iki ürün grubunda zayıf rekabet avantajına, diğer iki ürün grubunda ise rekabet dezavantajına sahip bulunmaktadır. Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ürün gruplarının ihracatının yaklaşık olarak %71'inde güçlü ve orta düzeyde rekabet avantajına sahip olması, sektörün ülke ekonomisindeki ve ihracatındaki önemini ve gücünü korumaya devam ettiğinin net bir kanıtıdır.

Vollrath ve Lafay indeksleri ihracat değerlerinin yanı sıra ithalat değerlerini de dikkate aldıkları için bu indekslere göre tekstil ve hazır giyim sektörünün rakipleri daha fazladır. Bu indekslere göre tekstil sektörünün dikkat etmesi gereken rakipleri Çin, Pakistan ve Hindistan iken hazır giyim sektörünün rakipleri Çin, Pakistan, Hindistan, Vietnam, Endonezya ve Bangladeş'tir. Hem Vollrath hem Lafay indekslerine göre Türkiye tekstil ve hazır giyim sektöründe dokuz ürün grubunda rekabet avantajına sahipken, beş ürün grubunda ise rekabet avantajına sahip değildir. Görülebileceği gibi Türk tekstil ve hazır giyim sektörü sahip olduğu yüksek ihracat değerleri ve ithalatının ihracatından düşük olması sebebiyle yarattığı katma değerle ürün gruplarının yaklaşık olarak %64'ünde uluslararası arenada söz sahibi olmaya devam etmekte ve sahip olduğu uzmanlığıyla rekabet gücünü korumaktadır.

4. SONUÇLAR VE GENEL DEĞERLENDİRME

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü 2005 yılında kotaların kalkmasından bu yana giderek artan uluslararası rekabete rağmen, ülke ekonomisindeki ve ihracatındaki önemini korumaya devam etmektedir. Sektör, Dünya Ticaret Örgütü verilerine [14] göre 2016 yılı itibariyle dünyanın 5. büyük tekstil ihracatçısı iken, hazır giyimde 7. sıradadır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre de, ihracat bazlı olarak, 14 tekstil ve hazır giyim alt ürün grubunun 10'unda yüksek ve orta düzeyde rekabet avantajına sahiptir. Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ürün gruplarının ihracatının yaklaşık olarak %71'inde güçlü ve orta düzeyde rekabet avantajına sahip olması, sektörün ülke ekonomisindeki ve ihracatındaki önemini ve gücünü korumaya devam ettiğinin net bir kanıtıdır.

Ayrıca, hem ihracat hem de ithalat değerleri dikkate alındığında, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün 14 tekstil ve hazır giyim alt ürün grubunun 9'unda rekabet avantajına sahip olduğu ve bu alanlarda uluslararası düzeyde uzmanlaştığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle Türk tekstil ve hazır giyim sektörü sahip olduğu yüksek ihracat değerleri ve ithalatının ihracatından düşük olması sebebiyle yarattığı katma değerle ürün gruplarının yaklaşık olarak %64'ünde uluslararası arenada söz sahibi olmaya devam etmekte ve sahip olduğu uzmanlığıyla rekabet gücünü korumaktadır.

Türk tekstil sektörünün en güçlü rakibi ihracat bazlı olarak Pakistan'dır. İhracatın yanı sıra ithalat değerleri de dikkate

alındığında ise rakipler Çin, Pakistan ve Hindistan olarak belirlenmiştir. Hazır giyim sektörü incelendiğindeyse ihracat bazlı rakipler Pakistan, Vietnam ve Bangladeş olarak belirlenirken, tüm dış ticaret baz alınarak tespit edilen rakipler Çin, Pakistan, Hindistan, Vietnam, Endonezya ve Bangladeş'tir.

Elde edilen araştırma sonuçlarına göre, Türkiye'nin ihracatta yüksek rekabet avantajına sahip olduğu alt ürün grupları kesikli sentetik liflerden elde edilen tekstil ürünleri, halı ve diğer zemin döşemelikleri, özel dokunmuş kumaşlar ve nakışlar, örme kumaşlar ve örmeden mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları ile ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünleridir. İhracatta orta derecede rekabet avantajına sahip olduğu ürün grupları ise pamuklu tekstil ürünleri, kesiksiz sentetik liflerden elde edilen tekstil ürünleri, dolgu, keçe ve dokusuz yüzeyler ile özel iplikler ve dokumadan mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarlarıdır.

Türkiye'nin ihracatta zayıf rekabet avantajına sahip olduğu ürün grupları yünlü tekstil ürünleri ile emdirilmiş, kaplanmış ve laminasyonlu kumaşlardır. Rekabet avantajının olmadığı başka bir ifadeyle rekabet dezavantajına sahip olduğu ürün grupları ise ipekli tekstil ürünleri ile diğer bitkisel liflerden elde edilen tekstil ürünleridir. Görülebileceği gibi Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ihracatında zayıf olduğu dört alt ürün grubu da tekstile aittir. Türkiye'nin rekabet avantajının olmadığı veya düşük olduğu ürün gruplarındaki güçlü rakipleri ise Çin, İtalya, Bangladeş ve Hindistan'dır. Türkiye zayıf olduğu bu alt ürün gruplarının ihracatını arttırmaya çalışmalıdır ancak esas odaklanması gereken ürün grupları orta derecede rekabet avantajına sahip olduğu ürün gruplarıdır. İhracatta orta derecede rekabet avantajına sahip olduğu tekstil ve hazır giyim ürün gruplarındaki güçlü rakipleri ise Bangladeş, Pakistan, Vietnam, Hindistan ve İtalya'dır.

Diğer yandan Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün (hem ihracat hem ithalat verileri dikkate alınarak hesaplanan indekslere göre) rekabet avantajına sahip olduğu ve uzmanlaştığı alt ürün grupları; kesiksiz sentetik liflerden elde edilen tekstil ürünleri, dolgu keçe ve dokusuz yüzeyler ile özel iplikler, halı ve diğer zemin döşemelikleri, özel dokunmuş kumaşlar ve nakışlar, emdirilmiş, kaplanmış ve laminasyonlu kumaşlar, örme kumaşlar, örmeden mamul hazır giyim ürünleri ve aksesuarları ile ev tekstili ürünleri ve kullanılmış tekstil ürünleridir.

Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet avantajına sahip olmadığı ve yeterince uzmanlaşmadığı ürün grupları ise; ipekli tekstil ürünleri, yünlü tekstil ürünleri, pamuklu tekstil ürünleri, diğer bitkisel liflerden mamul tekstil ürünleri ve kesikli sentetik liflerden mamul tekstil ürünleridir. İhracatın yanı sıra ithalat verileri de dikkate alındığında da benzer bir sonuç elde edilmiş ve uluslararası rekabet avantajının olmadığı ürün gruplarının tamamının tekstil sektörüne ait olduğu belirlenmiştir. Sektörün bu alanlardaki rakipleri ise Çin, Hindistan, Pakistan, Bangladeş, Vietnam, İtalya ve İspanya'dır.

Görülebileceği gibi Türkiye tekstil ve hazır giyim sektöründe özellikle Uzakdoğu ülkeleri ile kıyasıya bir rekabetin içerisinde. Bu noktada bu ülkelerle mücadele edebilmesinin ve rekabet gücünün koruyabilmesinin yolu uygun maliyetlerle, yüksek kalitede, nitelikli ürünler üretmesi ve ihrac etmesidir. Bu konuda yıllardır sahip olduğu sektörel tecrübeyi, nitelikli tedarikçi olmanın getirdiği avantajları (bir ürünün tasarımından paketli hazır giyim ürünü haline gelene kadar tüm aşamalarıyla

üretebilmesi) ve entegreleşmiş sektörel altyapıyı bir bütün halinde kullanarak rekabet gücünü arttırmalıdır. Ayrıca araştırma ve geliştirme faaliyetleri ile tasarıma gereken önemi vermelidir. Böylece rekabet avantajına ve uzmanlığa sahip olduğu tekstil ve hazır giyim ürün gruplarının sayısını arttırabilecek ve ihracat basamaklarında daha üst sıralara çıkabilecektir.

KAYNAKLAR

1. Erkan B., (2013), *Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt.13, Sayı.1, s.93-110
2. Aynagöz Çakmak Ö., (2005), *Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Gücü: Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama*, Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt.5, Sayı.1-2, s.65-76
3. Yücel Y., (2010), *Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Sürecinde Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü ve Çin Tehdidi*, Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt XXIX, Sayı II, s.227-250
4. Aydoğuş İ., Diler H.G., (2009), *Tekstil Ürünleri İhracatında Stratejik Dış Ticaret Yaklaşımı: Türkiye ve Çin Üzerine Bir Uygulama*, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Cilt XI, Sayı II, s.1-17
5. Bostan A., Ürut S., Ateş İ., (2010), *Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü: Avrupa Birliği Ülkeleri ile Bir Karşılaştırma*, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt.8, Sayı.13, s.43-58
6. Gacener Atış A., (2014), *Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Karşılaştırmalı Rekabet Analizi*, Ege Akademik Bakış, Cilt.14, Sayı.2, s.315-334
7. Bashimov G., (2014), *Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Karşılaştırmalı Avantajı: Türkiye ve Pakistan Örneği*, Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt.3, Sayı.1, s.31-41
8. Bashimov G., (2017), *Halı Sektöründe Karşılaştırmalı Üstünlük: Türkiye, Çin ve Hindistan Örneği*, İktisadi Yenilik Dergisi, Cilt.4, Sayı.3, s.39-51
9. Bashimov G., (2017), *Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü: ASEAN-5 Ülkeleri ile Karşılaştırmalı Analiz*, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt.4, Sayı.2, s.1-15
10. Altay H., (2008), *Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Kapsamında Türk Endüstrilerinin Avrupa Birliği (15) Pazarındaki Rekabet Gücü Düzeylerinin İncelenmesi:1995-2007*, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı.21, s.215-239
11. Kathuria L.M., (2013), *Analyzing Competitiveness of Clothing Export Sector of India and Bangladesh: Dynamic Revealed Comparative Advantage Approach*, Competitiveness Review: An International Business Journal, Vol.23, No.2, p.131-157
12. Tripa S., Cuc S., Oana I., (2016), *Revealed Comparative Advantage and Competitiveness in Romanian Textile and Clothing Industry*, Industria Textila, Vol.67, No.5, p.338-344
13. Abbas S., Waheed A., (2017), *Trade Competitiveness of Pakistan: Evidence From the Revealed Comparative Advantage Approach*, Competitiveness Review: An International Business Journal, Vol.27, No.5, p.462-475
14. World Trade Organization, (2017), *World Trade Statistical Review 2017*, 181 p.
15. Foreign Trade Online, *Harmonized System Codes*, <https://www.foreign-trade.com/reference/hscodet.htm?cat=9> , Erişim Tarihi: Kasım 2017
16. Brakman S., Marrewijk C.V., (2017), *A Closer Look at Revealed Comparative Advantage: Gross-Versus Value-Added Trade Flows*, Papers in Regional Science, Vol.96, No.1, p.61-92
17. Bojnec S., Ferto I., (2017), *The Duration of Global Agri-Food Export Competitiveness*, British Food Journal, Vol.119, No.6, p.1378-1393
18. Balassa B., (1965), *Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage*, The Manchester School of Economic and Social Studies, Vol.33, No.2, p.99-123
19. Erkan B., (2016), *Türkiye'nin Canlı Hayvan, Et ve Deniz Ürünleri İhracatındaki Rekabet Gücünün Analizi*, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, Cilt.5, Sayı.7, s.1843-1864
20. Bashimov G., (2016), *Türkmenistan Pamuk Sektörünün Rekabetçilik Düzeyinin Analizi*, Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt.30, Sayı.1, s.47-55
21. Vollrath T.L., (1991), *A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Revealed Comparative Advantage Measures of Intensity*, Review of World Economics, Vol.127, No.2, p.265-280
22. Lafay G., (1992), *Measurement of Revealed Comparative Advantages*, International Trade Modeling, Chapman&Hall, London, p.209-234
23. Maitah M., Kuzmenko E., Smutka L., (2016), *Real Effective Exchange Rate of Rouble and Competitiveness of Russian Agrarian Producers*, Economies, Vol.4, No.12, p.1-19
24. Desai F.P., (2012), *Trends in Fragmentation of Production: A Comparative Study of Asia and Latin America*, Procedia-Social and Behavioral Sciences, Vol.37, p.217-229
25. Smutka L., Rovny P., Hambalkova M., (2016), *Foreign Trade with Agricultural Products in the Slovak Republic*, Proceedings of International Scientific Days (ISD) Conference on Agri Food Value Chain - Challenges for Natural Resources Management Society, p.68-74