



Türkmenistan'ın Uluslararası Ticaretteki Karşılaştırmalı Üstünlüğü: Tekstil Endüstrisi Örneği



Güçgeldi BASHIMOV*

Özet

Tekstil endüstrisi Türkmenistan'ın önde gelen ihracatçı sektörlerinden biridir. Son on yılda tekstil ürünleri ihracatı 3 kat artış göstermiştir. Günümüzde tekstil endüstrisi Türkmenistan'da hidrokarbon sektöründen sonra en önemli sektörlerden biridir. Bu çalışmanın amacı Türkmenistan tekstil endüstrisinin uluslararası ticaretteki karşılaştırmalı üstünlüğünü belirlemektir. Çalışmada Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) indeksi kullanılarak tekstil endüstrisinin 14 ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğü belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma 2001-2013 dönemini kapsamaktadır. Çalışmada kullanılan veriler Uluslararası Ticaret Merkezi'nin veri tabanından elde edilmiştir. Araştırma bulgularına göre Türkmenistan tekstil ürünlerinden 52 (Pamuk) ve 63 (Dokunabilir maddelerden hazır eşya) kodlu ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Diğer 12 ürün grubunda ise karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir.

Anahtar Kelimeler: AKÜ, Rekabet Gücü, Tekstil, Uluslararası Ticaret

Turkmenistan's Comparative Advantage in International Trade: A Case Study of Textile Industry

Abstract

Textile industry is one of Turkmenistan's leading exports. In the last decade, the export of textile industry has grown 3 times. Today, the textile industry is one of the most important sectors in Turkmenistan after hydrocarbons. The aim of this study is to determine the comparative advantage of textile industry of Turkmenistan in the international trade. In this study analyzed the comparative advantage of the textile industry in the 14 commodity groups using Balassa's revealed comparative advantage index. In study export data for the period 2001-2013 was used. The data used in this study was obtained from the international trade center database. According to the study, Turkmenistan has a comparative advantage in only two groups of products, which are 52 (Cotton) and 63 (Other made up textile articles). The other 12 product groups have a comparative disadvantage.

Key Words: RCA, Competitiveness, Textile, International Trade

* Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde, guyc55@gmail.com

1. Giriş

Günümüzde tekstil ve hazır giyim sanayisi özellikle gelişmekte olan ülkelerde ihracat mallarının çeşitlendirilmesi ve sanayi sektörünün gelişmesi açısından önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle tekstil ve hazır giyim sektörü birçok gelişmekte olan ülkelerde lokomotif sektör olarak görülmektedir. Tekstil endüstrisi Türkmenistan ekonomisi ve dış ticaretinde de önemli bir yere sahiptir. Türkmenistan, sahip olduğu zengin doğal kaynakları sayesinde son on yılda hızlı bir büyüme kaydetmiştir. Petrol ve doğal gaz ülke ekonomisinin temel taşı oluşturmaktadır. Bugün ülkenin toplam ihracatının %90'dan fazlasını doğal gaz ve petrokimya ürünleri oluşturmaktadır. Petrokimya ürünleri ile birlikte pamuk ve tekstil ürünleri de ülkenin en önemli ihracat kalemlerini oluşturmaktadır. Türkmenistan'ın bağımsızlığını kazanmasıyla birlikte tekstil endüstrisinin geliştirilmesine yönelik yatırımlara hız verilmiş ve bu çerçevede birçok tekstil fabrikaları inşa edilmiştir. Günümüzde ülkede üretilen pamuğun yarısından fazlası tekstil ürünlerine işlenmekte ve önemli bir kısmı dış piyasalara ihracat edilmektedir. Tekstil endüstrisinin genel ihracattaki payı %5,6'dır (www.intracen.org). Günümüzde tekstil endüstrisi, yarattığı katma değer, istihdam olanakları ve kazandırdığı döviz gelirleri ile Türkmen ekonomisi açısından enerji sektöründen sonra ikinci derece öneme sahiptir.

Bu çalışmanın amacı Türkmenistan'ın tekstil ve hazır giyim ticaretindeki karşılaştırmalı üstünlüğünü ortaya koymaktır. Çalışmada Balassa tarafından geliştirilmiş olan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksinden yararlanılmıştır. Bu çalışma Türkmenistan tekstil endüstrisinin dünyadaki karşılaştırmalı üstünlük yapısının ortaya konması açısından önem arz etmektedir.

2. Materyal ve Metot

Bu çalışmada HS (The Harmonized Commodity Description and Coding Systems) Uyumlaştırılmış (Armonize) Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi sınıflandırması içinde yer alan ve "Dokumaya Elverişli Maddeler ve Bunlardan Mamul Eşya" başlığı altındaki 50-63 kodlu ürün gruplarına ait ihracat verilerinden yararlanılmıştır. Söz konusu veriler Uluslararası Ticaret Merkezi'nin web sitesinden derlenmiştir. Araştırmada kullanılan veriler 2001-2013 dönemini kapsamaktadır. HS 2 haneli ürün sınıflandırmasında yer alan tekstil ve hazır giyim sanayisini temsil eden ürün grupları Çizelge 1'de sunulmaktadır.

Tekstil ve hazır giyim sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğünü belirleyebilmek için Bela Balassa tarafından geliştirilmiş olan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksinden yararlanılmıştır. Söz konusu indeks bugüne kadar birçok bilimsel araştırmalarda kullanılmıştır (Laursen, 1998:1; Startiene ve Remeikiene, 2014: 430). Söz konusu çalışmalardan bazıları Çizelge 2'de özet halinde sunulmaktadır. AKÜ indeksi, genellikle ülkelerin güçlü ve zayıf ihracatçı sektörlerini belirlemeye yönelik ampirik çalışmalarda kullanılmaktadır (Hinlopen ve Marrewijk, 2004: 1).

AKÜ indeksi, bir malın veya sektörün ülkenin toplam ihracatındaki payı ile söz konusu malın veya sektörün dünyanın toplam ihracatındaki payı arasındaki orandır. Balassa'nın AKÜ indeksi, karşılaştırmalı avantajın altında yatan kaynakları belirlemekten

ziyade, bir ülkenin ‘açıklanmış’ karşılaştırmalı avantaja sahip olup olmadığını saptamaya çalışmaktadır (Utkulu ve İmer, 2009: 29). Balassa’nın AKÜ indeksi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir (Balassa, 1965):

$$AKÜ_{ij} = [(X_{ij} / X_j) / (X_{iw} / X_w)]$$

Burada, $AKÜ_{ij}$, ‘j’ ülkesinin ‘i’ sektörü için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksini, X_{ij} ‘j’ ülkesinin ‘i’ sektörünün ihracatını, X_j ‘j’ ülkesinin toplam ihracatını, X_{iw} ‘i’ sektörü dünya ihracatını ve X_w toplam dünya ihracatını göstermektedir. AKÜ indeksi sıfır ile sonsuz arasında değerler almaktadır. Eğer indeks değeri birden büyükse o ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu söylenir. Başka bir deyişle, o endüstrinin ülkenin toplam ihracatı içindeki payı, dünya ticaretindeki payından daha büyüktür. Eğer indeks değeri birden az ise ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu söylenir (Havrila ve Gunawardana, 2003: 108; Amighini, 2005: 211). Bununla beraber, eğer $AKÜ > 2,5$ ise çok güçlü bir karşılaştırmalı üstünlük; $1,25 < AKÜ < 2,5$ güçlü bir karşılaştırmalı üstünlük; $0,8 < AKÜ < 1,25$ orta derecede bir karşılaştırmalı üstünlük; $AKÜ < 0,8$ ise zayıf bir karşılaştırmalı üstünlükten söz edilmektedir (Gong ve Gu, 2011: 129).

Çizelge 1. Türkmenistan’ın Tekstil ve Hazır Giyim Sanayisini Temsil Eden Ürün Grupları

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

Kaynak: www.intracen.org

Çizelge 2. AKÜ İndeksi Kullanılarak Yapılan Bazı Çalışmalar

Yazarlar	Kullanılan Yöntem	Sonuç
Lim (1997)	Balassa'nın AKÜ indeksini kullanarak Kuzey Kore'nin rekabet gücünü analiz etmiştir.	Analiz sonucunda Kuzey Kore'nin hammadde ve emek yoğun mallarda karşılaştırmalı avantaja sahip olduğunu tespit etmiştir.
Kök ve Çoban (2005)	1989-2001 dönemi için Türk tekstil endüstrisinin AB karşısındaki rekabet gücü AKÜ indeksi kullanılarak analiz edilmiştir.	Araştırma sonucunda Türkiye'nin AB ülkeleri karşısında yüksek bir rekabet gücüne sahip olduğu, ancak rekabet gücünde önemli düşüşler olduğu vurgulanmıştır.
Utkulu ve İmer (2009)	Çalışmada AKÜ indeksi kullanılarak Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün AB tekstil ve konfeksiyon sektörü karşısındaki rekabet gücü analiz edilmiştir.	Araştırma bulgularına göre, SITC 3 haneli ürün gruplarının ikisinde ve 4 haneli ürün gruplarının yarısında Türkiye'nin AB karşısında karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu tespit edilmiştir.
Oelgemöller (2012)	AKÜ indeksini kullanarak dört Avrupa ülkesinin (Portekiz, İrlanda, Yunanistan ve İspanya) sektörel düzeydeki rekabet gücünü analiz etmiştir.	Portekiz ve Yunanistan'ın tarımsal hammadde yoğun ürünlerde, İrlanda'nın yüksek teknolojik ürünler ile tıbbi kimyasal ürünlerde rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir.
Assadzadeh vd. (2013)	İran'ın tekstil ve hazır giyim sektörünün Türkiye karşısındaki rekabet gücünü belirlemeye yönelik çalışmada AKÜ indeksini kullanmışlardır.	Araştırma sonucunda İran tekstil ve hazır giyim sektöründe Türkiye karşısında karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu tespit edilmiştir.
Erkan (2013)	AKÜ katsayısını kullanarak 1993-2009 dönemi için Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet	Analiz sonucuna göre Türkiye tekstil sektörünün alt ürün grubunun 43'ünde ve hazır giyim sektörünün alt ürün

	gücünü analiz etmiştir.	grubunun 34'ünde rekabet avantajına sahiptir.
--	-------------------------	-----------------------------------------------

3. Dünya Tekstil ve Hazır Giyim Piyasasındaki Gelişmeler

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

Tekstil ve hazır giyim sektörü, sağladığı katma değer, istihdam ve ihracat imkânları nedeniyle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalıdır (Çetin ve Ecevit, 2008: 117). Tekstil ve hazır giyim sektörü dünya genelinde milyonlarca insana istihdam kaynağı sağlamakta (Tandon ve Reddy, 2013: 81) ve birçok gelişmekte olan ülkelerin önemli bir ihracat kalemini oluşturmaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektörü gelişmekte olan ülkelerde sanayi istihdamının %35'ini ve az gelişmiş ülkelerde ise %80-90'nını oluşturmaktadır. Bununla beraber tekstil ve hazır giyim sektörü birçok gelişmekte olan ülkelerde toplam sanayi ürünleri ihracatının %50'den fazlasını oluşturmaktadır (Keane ve te Velde, 2008: 11).

Günümüzde tekstil ve hazır giyim ticareti uluslararası ticarete önemli bir yer tutmaktadır. Dünya tekstil ve hazır giyim ihracatı 1990 yılında 210 milyar dolar iken, 2013 yılında 766 milyar dolara ulaşmıştır. 2013 yılı itibariyle sektörün dünya toplam mal ticaretindeki payı ise %4,2'dir (DTÖ, 2014). Son yirmi yılda tekstil ve hazır giyim ticareti hızlı bir büyüme kaydetmiştir. 1990'lı yıllarda piyasanın yıllık büyüme hızı yaklaşık %5 iken, 2009 yılından itibaren bu oran %10'un üzerinde seyretmektedir (Corovic vd., 2013: 9).

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

Çin, tekstil ve hazır giyim ihracatındaki liderlik konumunu korumaktadır. Son otuz yılda Çin'in dünya tekstil ve hazır giyim ticaretindeki payı %4'den %30'lara kadar yükselmiştir. 2013 yılında Çin'in toplam tekstil ve hazır giyim ihracatı bir önceki yıla göre %11 artış göstererek 284 milyar dolara ulaşmış ve dünya tekstil ve hazır giyim ihracatındaki

payı ise sırasıyla %35 ve %39 olarak gerçekleşmiştir (DTÖ, 2014). AB, toplam 190 milyar dolar ihracatı ile dünya tekstil ve hazır giyim ihracatında ikinci sırada yer almaktadır. Ancak bunun yarısından fazlası birlik içi ticaretten oluşmaktadır. İtalya, Almanya, Fransa, İspanya ve İngiltere Avrupa tekstil ve hazır giyim ticaretinde önemli paya sahip olan ülkelerdir. Son yıllarda AB'nin dünya tekstil ve hazır giyim ihracatındaki payı sürekli azalmaktadır.

Çizelge 3'de dünya tekstil ve hazır giyim ticaretinde önde gelen ülkelerin ihracat değerleri ile ihracattaki paylarına ilişkin veriler sunulmaktadır. 2001-2013 döneminde AB ülkelerinin tekstil ve hazır giyim ihracatındaki payı önce artış gösterirken, 2009 yılından itibaren ise sürekli gerileyerek 2013 yılında %24,81 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde Çin'in ihracattaki payı ise sürekli artarak 2013 yılında %37'ye ulaşmıştır. Dolayısıyla AB, Çin karşısındaki üstünlüğünü kaybetmiştir. ABD, Japonya ve Güney Kore'nin ihracattaki payları da incelenen dönemde sürekli gerilemektedir. Buna karşın Hindistan, Türkiye ve Bangladeş'in ihracattaki payları artmaktadır.

Çizelge 3. Dünya Tekstil ve Hazır Giyim İhracatında Önde Gelen Ülkeler

Ülkeler	2001		2005		2009		2013	
	İhracat (Milyon \$)	Oran (%)	İhracat (Milyon \$)	Oran (%)	İhracat (Milyon \$)	Oran (%)	İhracat (Milyon \$)	Oran (%)
AB	99.889	29,32	155.939	32,52	159.020	30,19	190.108	24,81
ABD	17.503	5,13	17.377	3,62	14.117	2,68	19.783	2,58
Japonya	6.732	1,97	7.400	1,54	6.582	1,24	7.328	0,95
Çin	53.476	15,69	115.213	24,02	167.082	31,72	284.013	37,06
Hindistan	10.858	3,18	16.880	3,52	20.559	3,90	35.750	4,66
Güney Kore	7.373	2,16	12.972	2,70	10.551	2,00	14.143	1,84
Türkiye	10.604	3,11	18.909	3,94	19.278	3,66	27.565	3,59
Bangladeş	4.730	1,38	8.014	1,67	11.797	2,23	25.394	3,31
Dünya Toplamı	340.670	100,00	479.479	100,00	526.676	100,00	766.166	100,00

Kaynak: DTÖ, 2014

4. Araştırma Bulguları

Türkmenistan'ın tekstil ve hazır giyim sektörünü temsil eden 50-63 kodlu ürünlerin ihracat değerlerinde yıllar itibariyle bir artış söz konusudur. 2001-2013 döneminde tekstil ve hazır giyim ihracatı 3 kattan fazla artış göstermiştir. Tekstil ve hazır giyim ihracatı 2013 yılı itibariyle 640 milyon doları aşmış ve toplam mal ihracatının %5,6'sına tekabül etmektedir (www.intracen.org). Türkmenistan tekstil endüstrisinin önemli ihracat pazarları arasında ABD, Kanada, Türkiye, Çin ve BDT ülkeleri yer almaktadır. Tekstil ve hazır giyim ihracatında en yüksek payı birinci sırada 52 kodlu "Pamuk", ikinci sırada 63 kodlu "Dokunabilir maddelerden hazır eşya" ve üçüncü sırada ise 62 kodlu "Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı" yer almıştır (Çizelge 4). 2001-2013 döneminde 8 ürün grubunun (50, 51, 52, 54, 58, 59, 62 ve 63) ihracat değerlerinde artış yaşanırken, 6 ürün grubunun (53, 55, 56,57, 60 ve 61) ihracat değerlerinde ise bir azalma söz konusudur.

Çizelge 4. Türkmenistan Tekstil ve Hazır Giyim Ürünleri İhracat Değeri ve Oranları

Ürün Kodları	2001		2005		2009		2013	
	İhracat (Bin \$)	Oran (%)	İhracat (Bin \$)	Oran (%)	İhracat (Bin \$)	Oran (%)	İhracat (Bin \$)	Oran (%)
50	286	0,14	453	0,15	252	0,09	902	0,14
51	2.681	1,27	4.868	1,62	2.010	0,72	5.285	0,82
52	162.189	76,90	201.704	66,95	212.319	75,61	561.694	87,17
53	17	0,01	0	0,00	1	0,00	15	0,00
54	1	0,00	6	0,00	6	0,00	19	0,00
55	120	0,06	0	0,00	17	0,01	0	0,00
56	953	0,45	846	0,28	741	0,26	249	0,04
57	1.730	0,82	4.610	1,53	693	0,25	136	0,02
58	19	0,01	1.749	0,58	704	0,25	2.785	0,43
59	0	0,00	3	0,00	150	0,05	89	0,01
60	4.379	2,08	4.837	1,61	2.736	0,97	436	0,07
61	28.506	13,52	34.239	11,36	10.287	3,66	1.570	0,24
62	7.368	3,49	13.733	4,56	29.629	10,55	23.624	3,67
63	2.672	1,27	34.226	11,36	21.260	7,57	47.537	7,38
Toplam	210.921	100,00	301.274	100,00	280.805	100,00	644.341	100,00

Kaynak: www.intracen.org

Burada Balassa'nın AKÜ[†] indeksi kullanılarak Türkmenistan tekstil endüstrisinin uluslararası ticaretteki karşılaştırmalı üstünlüğü ortaya konmaya çalışılmıştır. Türkmenistan tekstil endüstrisini temsil eden 50-63 kodlu ürün gruplarına ait AKÜ indeks değerleri Çizelge 5'de sunulmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre Türkmenistan 14 ürün grubundan sadece 2 ürün grubunda (52 ve 63) karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Diğer 12 ürün grubunda ise karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. Türkmenistan 52 kodlu "Pamuk" ürününde çok güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. 63 kodlu "Dokunabilir maddelerden hazır eşya" ürününde ise orta derece karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. 57 kodlu "Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları" ürününe ait AKÜ indeks değeri 2005 yılına kadar artış gösterirken, 2005 yılından sonra bu üründe karşılaştırmalı avantajını kaybetmiştir. Yine 51 kodlu "Yapağı ve yün, ince veya kaba hayvan kılı" ürününe ait AKÜ indeks değeri sürekli artış göstererek 2009 yılında 1'in üzerine çıkmıştır, ancak son yıllarda tekrar bir gerileme söz konusudur.

Çizelge 5. Türkmenistan Tekstil ve Hazır Giyim Ürünlerine Ait AKÜ İndeks Değerleri

Yıllar	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63
2001	0,34	0,61	11,86	0,02	0,00	0,01	0,27	0,57	0,01	0,00	0,78	0,92	0,19	0,37
2002	0,42	0,38	7,62	0,00	0,00	0,01	0,14	0,69	0,00	0,00	0,58	0,90	0,35	2,00

[†] AKÜ_{ij} = [(X_{ij} / X_j) / (X_{iw} / X_w)]

2003	0,5 0	0,5 9	8,59	0,0 0	0,0 0	0,0 1	0,0 1	1,3 5	0,0 6	0,0 0	0,5 5	1,0 0	0,4 8	1,88
2004	0,3 4	0,7 0	10,88	0,0 0	0,0 0	0,0 0	0,1 5	1,4 1	0,0 8	0,0 0	0,5 0	0,8 1	0,3 8	3,05
2005	0,3 0	0,7 9	9,16	0,0 0	0,0 0	0,0 0	0,1 3	0,8 6	0,3 2	0,0 0	0,5 2	0,5 9	0,2 0	2,18
2006	0,5 6	0,7 3	10,57	0,0 0	0,0 0	0,0 1	0,1 3	0,3 8	0,2 2	0,0 0	0,3 1	0,4 4	0,1 7	1,81
2007	0,1 2	0,8 6	13,38	0,0 0	0,0 1	0,0 0	0,1 9	0,2 5	0,2 2	0,0 1	0,2 4	0,1 9	0,2 3	1,69
2008	0,1 1	0,5 2	8,36	0,0 0	0,0 0	0,0 0	0,1 4	0,1 7	0,0 9	0,0 1	0,2 4	0,1 4	0,1 9	1,18
2009	0,4 9	1,0 5	26,87	0,0 0	0,0 0	0,0 0	0,2 3	0,3 2	0,3 6	0,0 8	0,6 7	0,3 5	1,0 2	2,71
2010	1,4 7	1,8 3	47,78	0,0 0	0,0 1	0,0 2	0,2 5	0,2 4	3,8 2	0,0 3	2,0 2	0,2 7	0,8 5	3,82
2011	0,8 4	0,8 2	14,27	0,0 1	0,0 0	0,1 3	0,2 1	0,0 9	0,9 2	0,0 1	0,5 0	0,1 0	0,3 0	1,92
2012	0,1 9	0,8 0	9,28	0,0 1	0,0 0	0,0 0	0,0 9	0,0 1	0,4 9	0,0 1	0,0 3	0,0 4	0,1 6	1,37
2013	0,4 7	0,5 9	13,01	0,0 1	0,0 0	0,0 0	0,0 2	0,0 1	0,3 5	0,0 1	0,0 2	0,0 1	0,1 8	1,21

Kaynak: INTRACEN verileri kullanılarak araştırmacı tarafından hesaplanmıştır

Genel olarak Türkmenistan, pamuk ürününde güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Türkmenistan, pamuk tarımının yoğun olarak yapıldığı ülkelerden biridir. 1990'lı yıllarda üretilen pamuğun ancak %3 ülkede işlenmekteydi ve geri kalanı ise hammadde olarak yurt dışına ihraç edilmekteydi. Ancak bağımsızlıktan sonra ülke ihracatını çeşitlendirme ve ihracattan elde edilen gelirin artırılması amacıyla pamuğun işlenmiş ürünlerinin ihracatına daha çok önem verilmiştir. Bunun sonucunda 2000 yılında pamuğun %35'i ülkede işlenirken (Lipova, 2001), günümüzde üretilen pamuğun yaklaşık %80'i tekstil ürünlerine işlenmektedir (Anonim, 2012: 7). Bunun sonucunda ham pamuk ihracatı azalmış, buna karşın tekstil ürünleri ihracatı artmıştır. Bugün Türkmenistan, ham pamuk ihracatı ile birlikte iplik, bez, dokuma kumaş ve konfeksiyon ürünleri üretimi ve ihracatında da önemli gelişmeler kaydetmiştir.

Sonuç

Türkmenistan dünyada önemli pamuk üretici ülkelerden biridir. Büyük ölçekli pamuk tarımı ülkede tekstil endüstrisinin de önemini arttırmıştır. Son yirmi yılda tekstil sektörünün gelişmesine yönelik yatırımlarda ciddi artışlar olmuştur. Mevcut durumda ülkede üretilen pamuğun yarısından fazlası tekstil ürünlerine işlenerek hem iç pazara hem de dış pazara yönelik üretim yapılmaktadır. Günümüzde tekstil endüstrisi istihdam ve ihracat bakımından ülkenin önemli bir sanayi kolunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada Türkmenistan'ın tekstil hazır giyim sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğü belirlenmeye

çalışılmıştır. Çalışmada Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) indeksinden yararlanılmıştır.

Araştırma bulgularına göre Türkmenistan 52 kodlu "Pamuk" ve 63 kodlu "Dokunabilir maddelerden hazır eşya" ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Bu iki ürün grubu tekstil ve hazır giyim ihracatının da %94'ünü oluşturmaktadır. Diğer 12 ürün grubunda ise karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. Türkmenistan halen önemli miktarda ham pamuk ihraç eden bir ülkedir. Ancak son yıllarda pamuk ipliği ve pamuklu dokuma ürünleri ihracatında önemli düzeyde bir artış gözlenmektedir. Ham pamuğun ihracı yerine üretilen pamuğun yurt içinde işlenerek ihraç edilmesi katma değer ve istihdam açısından çok daha yararlıdır. Genel olarak değerlendirildiğinde Türkmenistan tekstil ve hazır giyim ihracatındaki gelişmeler umut vericidir. Türkmenistan tekstil endüstrisinin uluslararası rekabet gücünün arttırabilmesi için katma değeri yüksek ürün çeşitleri geliştirilerek, tasarım ve markalaşmaya daha çok önem verilmelidir. Bununla beraber ihracat potansiyeli yüksek olan tekstil ve hazır giyim ihracatına yönelik devlet teşviklerinin de artırılması önem arz etmektedir.

KAYNAKLAR

- AMIGHINI, A. (2005). China in the International Fragmentation of Production: Evidence from the ICT Industry, *The European Journal of Comparative Economics*, 2(2), 203-219.
- ANONİM. (2012). Review of Kazakhstan's Textile and Clothing Market, Development Bank of Kazakhstan.
- ARUOBA, Ç. (1999). Dünya Tekstil Ekonomisi, ONGUN, M.T. (Editör), Anadolu'da Hızla Sanayileşen Kentler: Kahramanmaraş Örneği, Türkiye Ekonomi Kurumu Yayını, Ankara.
- ASSADZADEH, A.; Behbudi, D.; Miyarkolaie, N.F.; Moghadam, H.M. (2013). A Study of the Revealed Comparative Advantage in the Textile and Clothing Industries between Iran and Turkey, *International Journal of Economics and Finance Studies*, 5(2), 95-107.
- BALASSA, B. (1965). Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage, *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 33, 99-123.
- COROVIC, E.; Jovanovic, P. ve Ristic, L. (2013). Current Trends on the World Textile Market and the Competitiveness of the Serbian Textile Industry, *FIBRES & TEXTILES in Eastern Europe*, 21, 5 (101), 8-12.
- ÇETİN, M. ve Ecevit, E. (2008). İhracatın Sürükleyici Gücü Olarak Tekstil Sektörü: Kahramanmaraş İli Örneği, *CBÜ Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15(2), 115-132.
- DTÖ. (2014). International Trade Statistics 2014, www.wto.org/statistics [Erişim: 20.01.2015]

- ERASLAN, İ.H.; Bakan, İ. ve Helvacıoğlu Kuyucu, A.D. (2008). Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 265-300.
- ERKAN, B. (2013). Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 93-110.
- FUKUNISHI, T.; Goto, K. ve Yamagata, T. (2013) Aid for Trade and Value Chains in Textiles and Apparel, OECD/WTO/IDE-JETRO.
- GONG, Z. ve Gu, C. (2011). A Study on Trade of Complementarity among Zinjiang and Its Neighboring Countries, *Asian Social Science*, 7 (1), 128-132.
- HAVRILA, I. ve Gunawardana, P. (2003). Analysing Comparative Advantage and Competitiveness: An Application to Australia's Textile and Clothing Industries, *Australian Economic Papers*, 42(1), 103-117.
- HINLOOPEN, J. ve Marrewijk, C.V. (2004). Dynamics of Chinese Comparative Advantage, Tinbergen Institute, *Discussion Paper*, No: TI 2004-034/2, Rotterdam.
- KEANE, J. ve te Velde, D.W. (2008). The Role of Textile and Clothing Industries in Growing and Development Strategies, Final Draft, Overseas Development Institute, UK.
- KÖK, R. ve Çoban, O. (2005). Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği (1989–2001), *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 20(228), 68–81.
- LAURSEN, K. (1998). Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialization, Danish Research Unit for Industrial Dynamics, *DRUID Working Paper*, No: 98-30, Denmark.
- LIPOVA, E. (2001). Textile Industry: from high-tech to high fashion, <http://www.ogoniok.com/archive/2001/4680-2/80-28-31> [Erişim: 20.04.2015]
- LIM, K.T. (1997). Analysis of North Korea's Foreign Trade by Revealed Comparative Advantages, *Journal of Economic Development*, 22(2), 97-117.
- OELGEMÖLLER, J. (2012). Analyzing the International Competitiveness of the Industry in Portugal, Ireland, Greece and Spain Using Revealed Comparative Advantages (RCA) Indicators, *CAWM Discussion Paper*, No: 61.
- STARTIENE, G. ve Remeikiene, R. (2014). Evaluation of Revealed Comparative Advantage of Lithuanian Industry in Global Markets, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 428-438.
- TANDON, N. ve Reddy, E.E. (2013). A Study on Emerging Trends in Textile Industry in India, *AMET International Journal of Management*, 5(5), 81-88.
- UTKULU, U. ve İmer, H. (2009). Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Gücünün Alt Sektörler Düzeyinde Ölçülmesi, *Rekabet Dergisi*, 36, 3-43.