



Avrupa Birliği'ne Aday Ülkelerin Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Karşılaştırmalı Rekabet Gücü Analizi: 2010-2020 Dönemi¹

Eyyüp DEMİR^{2*}, Kübra ÖNDER³

Geliş Tarihi/ Received Date: 01.03.2023

Kabul Tarihi/ Accepted Date: 24.04.2023

Araştırma Makalesi/ Research Article

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Avrupa Birliğine aday konumda bulunan Arnavutluk, Sırbistan, Karadağ, Kuzey Makedonya ve Türkiye'nin tekstil sektöründeki rekabet gücünü belirlemek ve karşılaştırmaktır. Çalışmada, STIC. Rev. 3 (Standard International Trade Classification) ürün sınıflandırması 2 haneli 26, 65 ve 84 kodlu tekstil sektörleri ile bunların altında bulunan 3 haneli 24 adet tekstil alt sektörlerine ait ihracat veri seti kullanılmıştır. 2010-2020 dönemi için yapılan analizde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemlerinden (RCA) Balassa endeksi kullanılmıştır. Analizde kullanılan veriler Comtrade veri tabanından temin edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda; Arnavutluk'un 14, Sırbistan'ın 16, Karadağ'ın 21, Kuzey Makedonya'nın 13, Türkiye'nin ise 6 ürün grubunda dezavantajlı durumda olduğu, Sırbistan'ın 5, Kuzey Makedonya'nın 6, Türkiye'nin 5 ürün grubunda zayıf üstünlüğe sahip olduğu, Arnavutluk'un 2, Sırbistan'ın 1, Kuzey Makedonya'nın 1, Türkiye'nin 5 ürün grubunda orta derece uzmanlaştığı, Arnavutluk'un 4, Sırbistan'ın 1, Kuzey Makedonya'nın 2 ve Türkiye'nin ise 8 ürün grubunda güçlü üstünlüğe sahip olduğu ve bu ürün gruplarında uzmanlaşmış olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelime: Rekabet Gücü, Balassa İndeksi, Tekstil Sektörü.

¹ Bu çalışma, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans programında sunulan seminer dersinde hazırlanan çalışmanın yeniden kaleme alınmış versiyonudur.

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, Orcid No: 0000-0002-4794-5760

* Sorumlu yazar/Corresponding author

E-mail/e-ileti: eyyupdemir45@gmail.com

³ Doç. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Orcid No: 0000-0003-3537-3635

Comparative Analysis of The Textile and Apparel Sector of The European Union Candidate Countries: 2010-2020 Period

ABSTRACT

The aim of the study is to determine and compare the competitiveness in the textile sector of Albania, Serbia, Montenegro, North Macedonia and Turkey, which are candidates for the European Union. In the analysis of the study, the export data set of 26, 65 and 84 coded textile sectors within the scope of STIC rev. 3 classification and 24 third level textile sub-sectors under SITC Rev 2 codes were used. The Balassa index, one of the Revealed Comparative Advantage (RCA) methods, was used in the analysis for the 2010-2020 period. The data used in the analysis were obtained from the Comtrade database. As a result of the analysis; it has been determined that Albania is in a disadvantageous position in 14 product groups while Serbia 16, Montenegro 21, North Macedonia 13 and Turkey are in a disadvantageous position in 6 product groups. In addition, in the analysis; it has been determined that Serbia has a weak advantage in 5 product groups, North Macedonia 6 and Turkey in 5 product groups. It has been determined that Albania specializes in 2 product groups, Serbia and North Macedonia 1, and Turkey specializes in 5 product groups moderately. Finally, it has been determined that Albania has a strong advantage in 4 product groups, Serbia 1, North Macedonia 2 and Turkey 8 product groups and specialize in these product groups.

Keywords: Competitiveness, Balassa Index, Textile Industry.

1. GİRİŞ

Sanayi devrimi sonrası endüstriyel üretim farklı bir boyut kazanmış, üretim kapasitesi giderek artmış ve ekonomik büyüme ivme kazanmıştır. Dünyada bir taraftan bu gelişmeler yaşanırken diğer taraftan tüketicilerin ihtiyaçları farklılaşmış ve artan nüfusa bağlı olarak ihtiyaçlar giderek artmıştır. Artan ihtiyaç ve çeşitli ürün talebi küresel boyutta bir ticaretin yaşanmasına sebep olmuştur. Dış ticaret zaman içinde özellikle de ticaretin önündeki engellerin aşılması ile ivme kazandırmıştır. Dış ticarete yaşanan durum küresel rekabette yer edinmek ve uzmanlaştıkları alanda pazar gücüne sahip olmak isteyen ülkeleri küresel bir yarışa sürüklemiştir. Dış ticarete yaşanan bu gelişme tüm sektörleri olumlu yönde etkilemiştir. Bu sektörlerden biri de tekstil sektörüdür.

Tekstil sektörü en eski sanayi dallarından biridir. Tarihin ilk dönemlerine kadar uzanan sektör ilk olarak geleneksel üretim ile ortaya çıkmış, sanayi devrimi ile birlikte kitle üretimine yönelmiş ve ülkeler için vazgeçilmez bir sanayi dalına dönüşmüştür.

Dünyada olduğu gibi tekstil sektörü Türkiye’de de en eski sanayi dallarından biridir. Sektör, yaklaşık üç bin yıllık bir maziye sahiptir. Sektörün geçmişi Hitit ve Asur dönemlerine kadar uzanmasına rağmen Osmanlı dönemi ile birlikte Türkiye tekstil sektörünün merkezi olmuştur. Sektör 1970’li yıllarla birlikte önemli gelişme kaydetmiş ve kişisel zevklerin belirleyicisi olması sebebiyle çok hızlı büyüyen sektörler arasında yerini almıştır. Bu gelişmelere, konut ve turizm sektörlerine bağlı birçok alt sektörde ortaya çıkan tekstil ihtiyacı da olumlu katkı sağlamıştır. Nitekim şimdilerde gerek üretim yapısı gerek ürün kalitesi ve gerekse sevkiyat hızı gibi özelliklerinden dolayı, Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörü küresel piyasada söz sahibi ülkeler arasında yer almaktadır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021:1-2).

Ekonomik kalkınmada ve büyümede kilit rol oynayan tekstil sektörü oluşturduğu istihdam yapısı, sağladığı döviz getirisi ve katma değer ile ekonomilerde büyük öneme sahiptir. Ayrıca tekstil sektörü, Türkiye için dış ticaret fazlası veren bir sektör olmakla birlikte (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2022a:1-7) dünya toplam ihracatının % 4-6’lık bir bölümünü karşılamaktadır (Birleşmiş Milletler Comtrade Veri Tabanı, 2022). Bu nedenle sektör piyasadaki aktörlerin ilgisini kendisine doğru çekmektedir. Bu durum, sektörde faaliyet gösteren/gösterecek olan ülkelerin/firmaların rekabetin getirebileceği potansiyel tehditlere karşı önceden aksiyon almasını ve rekabetin sunacağı imkânlarla karşı da hazırlıklı olunmasını sağlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, sektörün rekabet durumunu tekstil sektörünün pazar gücünü elinde bulunduran ülkeler özelinde incelemekten ziyade potansiyel tekstil ihracatçısı konumunda bulunan ülkeler nezdinde incelemektir. Avrupa Birliği’ne adaylık sürecinde yer alan ve Türkiye’nin rakibi konumunda bulunan ülkelerin tekstil rekabet gücünün bilinmesi gelecekte Türkiye’nin elinde bulundurduğu pazarları kaybetmemesine veya elindeki üretim faktörlerini doğru yerde kullanarak rakiplerine karşı yeni rekabet gücü oluşturması açısından önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada, Avrupa Birliği’ne aday konumunda bulunan 5 ülkenin (Arnavutluk, Sırbistan, Karadağ, K. Makedonya ve Türkiye) tekstil sektöründeki rekabet gücünü belirlemek ve karşılaştırmalı olarak analiz etmek amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışma, dört ana bölümde değerlendirilmiştir. İlk bölümde ulusal ve uluslararası literatürde konuya yönelik yapılmış olan çalışmalara yer verilmiştir. İkinci bölümde, tekstil sektörünün AB’ye aday ülke ekonomileri içindeki yeri ve öneminden bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde, çalışmada kullanılan veri seti ile yöntemden bahsedilmiş olup, takip eden bölümde

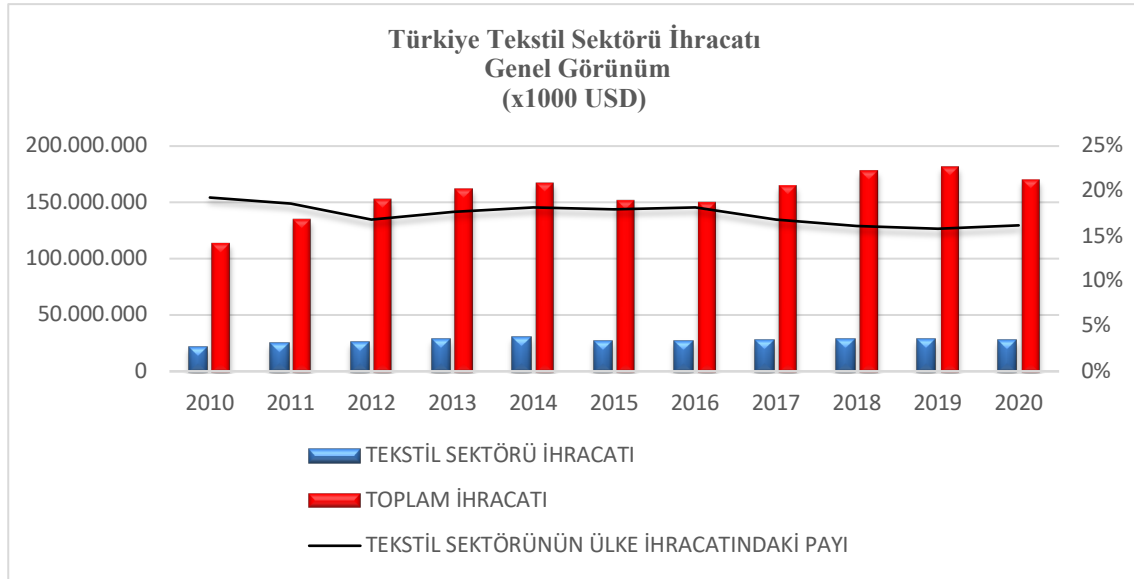
araştırma bulgularına değinilmiştir. Sonuç bölümünde ise elde edilen bulgulardan yola çıkarak sektöre yönelik değerlendirmeler yapılmış ve politika önerisinde bulunulmuştur.

2. AVRUPA BİRLİĞİNE ADAY ÜLKELERDE TEKSTİL SEKTÖRÜ

Tekstil sektörü insanlık tarihi kadar büyük bir geçmişe sahiptir. Sektör ilk olarak ilkel teknoloji ile ifa edilirken sanayi devrimi ile birlikte evrim geçirmiş ve sanayi devrimini milat kabul eden sektör adeta yeni bir yapıya bürünmüştür. Bugün itibariyle tekstil ve hazır giyim sektörü büyük oranda ihracat odaklı bir sektör konumuna kavuşmuştur.

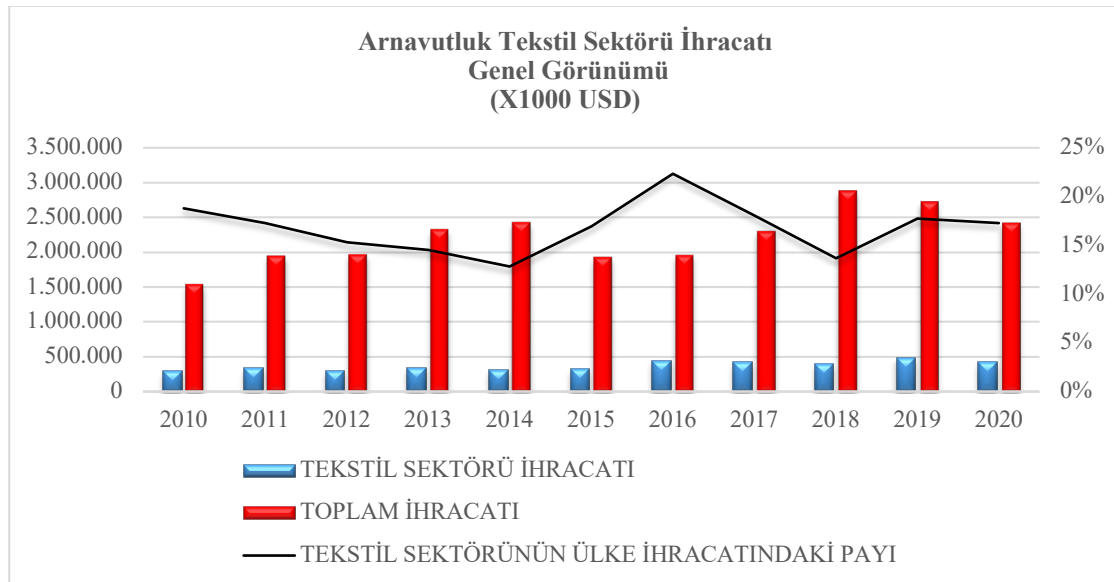
Tekstil sektörünün gelişimi tüm ekonomilerde aynı hızla ilerlememiş bazı ülkeler sektörde lider konumdayken bazıları takipçi bazıları ise ithalatçı ülke pozisyonunda kalmıştır. 2021 yılı tekstil sektörü ihracatı incelendiğinde, Çin'in (%35) lider konumda olduğu ve Çin'i sırası ile Hindistan (%6,9), ABD (%5,3), Türkiye (%4,2) ve Almanya'nın (%4,1) takip ettiği görülmektedir. Türkiye tekstil ve hazır giyim ihracat miktarı ile dünyada 4'üncü sıraya yer almaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye ekonomisi için yadsınamaz bir öneme sahiptir. Nitekim Türkiye'nin tekstil ihracatı her geçen yıl artmaktadır. Son on yıllık periyod incelendiğinde, toplam ihracatın ortalama %17,4'ü tekstil sektöründen karışlanmaktadır. Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörü bir önceki yıla kıyasla yaklaşık %31 artmış ve 16,2 milyar dolar seviyesine yükselmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2022a).

Bugün Türkiye 170'den fazla ülkeye tekstil ve hazır giyim ürünü ihraç etmektedir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021). Türkiye'nin tekstil sektörü ihracatında en büyük pay Avrupa Birliği (AB) ülkelerine aittir. Nitekim sektörden AB ülkelerine yapılan ihracat bir önceki yıl eylül ayına göre yüzde 25 yükselmiş ve 1.285,55 milyon dolara ulaşmıştır.



Şekil 1. Türkiye tekstil sektörü ihracatı genel görünümü

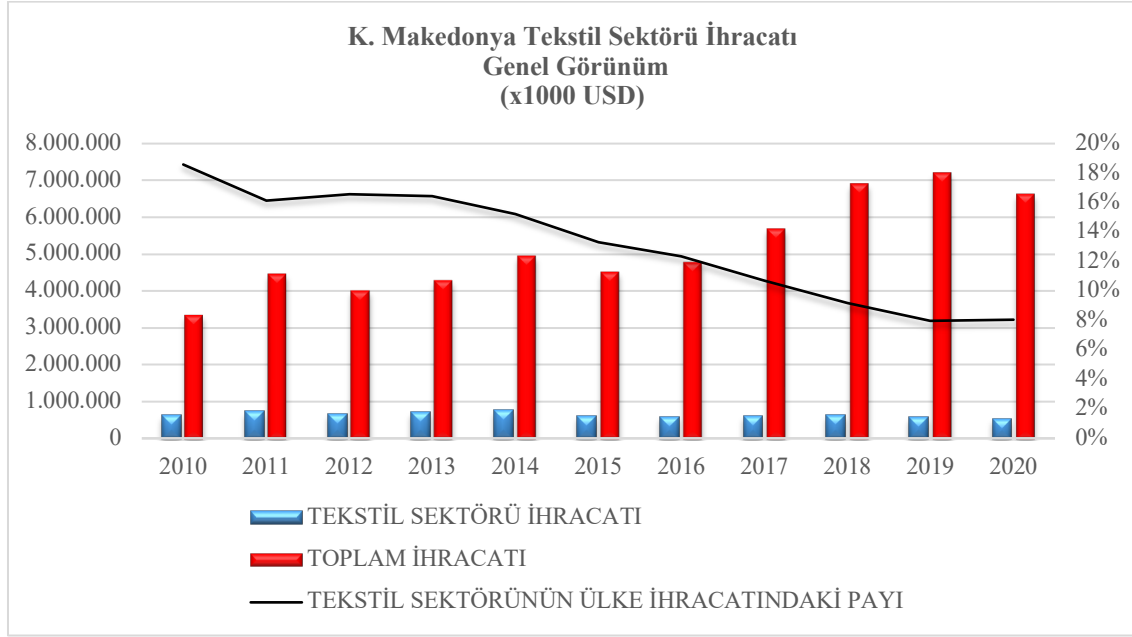
Avrupa Birliği'ne aday ülkeler içinde, tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatı önemli bir yere sahip olan diğer bir ülke de Arnavutluk'tur. Dünyanın 129. en büyük ekonomisi olan Arnavutluk'un toplam ihracat içindeki tekstil sektörünün payı ortalama %17'dir ve 2020 yılı için 485 milyon dolarlık tekstil sektörü ihracat değeri ile Arnavutluk, dünyada 72'inci sırada yer almaktadır. Ülke en büyük ihracatını İtalya'ya (%80) gerçekleştirmekte olup, Arnavutluk İtalya'nın adeta fason üretim merkezi konumundadır (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2020).



Şekil 2. Arnavutluk tekstil sektörü ihracatı genel görünümü

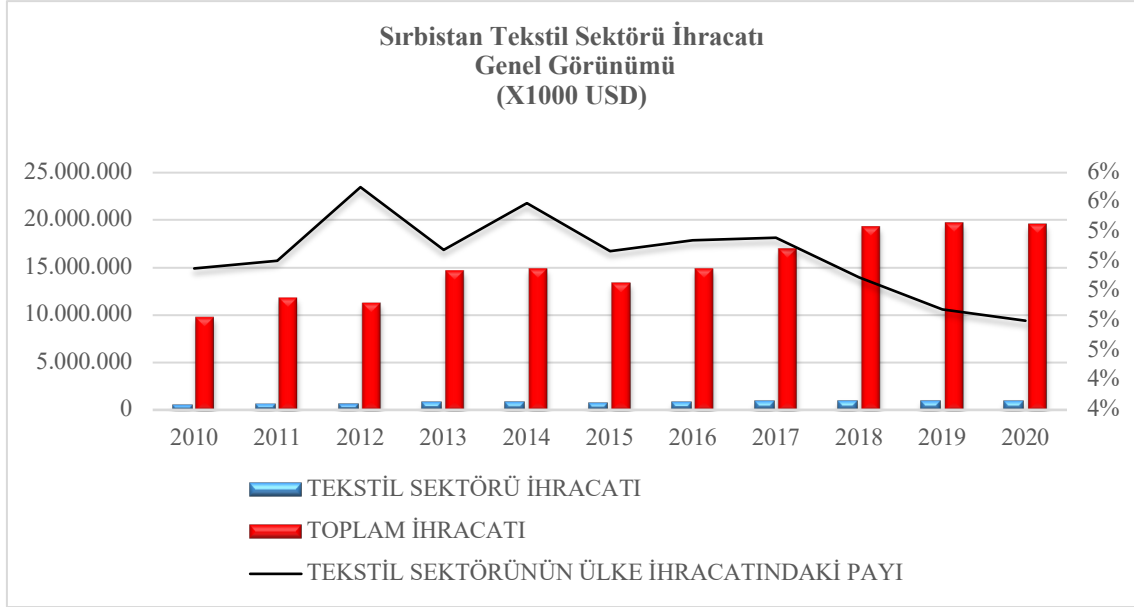
Tekstil ve hazır giyim ihracatının toplam ihracatı içinde önemli bir yere sahip olan bir diğer AB'ye aday ülke ise Kuzey Makedonya'dır. Ülkenin toplam ihracatı 2010-2020 dönem

aralığında ortalama 5,2 milyar dolar olup, tekstil sektörünün ülke ihracatındaki payı ortalama olarak %13'tür. Sektör ihracatının toplam ihracat içindeki oranı ortalamanın üstünde yer almasına rağmen, sektörün toplam ihracat içindeki payı zaman içinde azalan bir trend izlemiştir. Bu durum, sektör ihracatındaki azalıştan kaynaklanmamış ülkenin diğer sektörlerde yaşanan ihracat artışından kaynaklanmıştır. Dolayısıyla Kuzey Makedonya için tekstil sektörü hala önemli bir sektör olarak faaliyetini sürdürmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2022b).



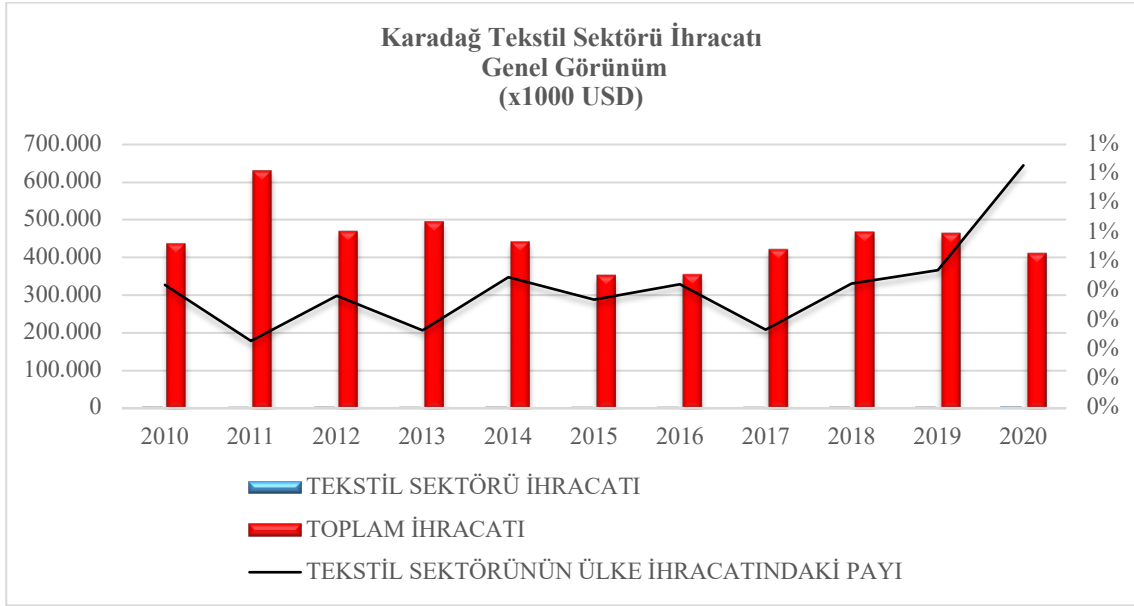
Şekil 3. Kuzey Makedonya'nın tekstil sektörü ihracatı genel görünümü

AB'ye aday Sırbistan'ın 2010-2020 dönemi tekstil ve hazır giyim sektöründeki ihracatının toplam ihracat içindeki payı %5-%6 bandında seyretmektedir. Güçlü bir sanayi potansiyeline sahip olan Sırbistan'ın daha çok hazır giyim sektöründe bulunan belirli ürün gruplarında uzmanlaştığı ve güçlü rekabet düzeyine sahip olduğu görülmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2022c).



Şekil 4. Sırbistan Tekstil sektörü ihracatı genel görünümü

AB'ye aday ülkeleri arasında toplam ihracat içinde en düşük paya sahip ülke Karadağ'dır. Sektörün toplam ihracat içindeki payı %0,41'dir.



Şekil 5. Karadağ tekstil sektörü ihracatı genel görünümü

3. LİTERATÜR TARAMASI

Dünyanın en eski sanayi dallarından biri olan tekstil ve hazır giyim sektörü gerek üretim gerek ihracat geliri içindeki payı sebebiyle özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli bir misyon üstlenmiştir. Bu görevinden dolayı tekstil ve hazır giyim sektörü kendini aktif bir rekabet ortamının içinde bulmuş/bulmaktadır. Bu gelişmelerden

kaynaklı olarak iktisat literatüründe sektör gerek rekabet edilebilirlik gerekse rekabet gücü bağlamında analiz edilmektedir. Bu çalışmaların çoğunda sektörün ihracat paylarına ilişkin veriler kullanılmış ve konu ülke veya ülke grupları düzeyinde ve farklı yöntemler kullanılarak incelenmiştir.

Çalışmaların bazılarında Çin tehdidi altında Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet durumu irdelenmiştir (Ener & Yelkikalan, 2004; Aydoğuş & Diler, 2009; Şahin, 2015; Yücel, 2015). Bu çalışmalardan Aydoğuş ve Diler'in (2009) çalışmasında, tekstil alt sektörleri baz alınarak Türkiye ile Çin arasındaki rekabet gücü Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük (AKÜ) indeksi kullanılarak 1996-2007 yılları için irdelenmiş ve iki ülkenin analiz döneminde birbirinin en büyük rakibi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yücel'in (2015) çalışmasında ise Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) tarafından sektöre yönelik kotaların kaldırılmasıyla birlikte Çin'in Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet düzeyi üzerindeki etkisi açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi, nispi ihracat avantajı endeksi, nispi ithalat avantajı endeksi ve nispi ticaret avantajı endekslerinden yararlanılarak incelemiştir. Çalışmanın analizinde; 1998-2008 dönemine ait veri setleri kullanılmış olup, analiz sonucunda; karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olan Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün 1998 yılı itibariyle tekstil sektöründe 2005 yılı itibariyle de hazır giyim sektöründe üstünlüğünü kaybetmeye başladığı vurgulanmıştır. Şahin (2015) çalışmasında ise, Türkiye ile Çin'in tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücünü 1995-2013 dönemi verilerini kullanarak incelemiş ve yapılan analizde; Türkiye'nin SITC Rev.3 iki ve üç haneli ürün gruplarında Çin'e göre daha yüksek açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet yapısını Çin'in yanı sıra diğer ülke ekonomileri ile veya ülke grupları ile karşılaştıran çalışmalar da bulunmakta olup, bu çalışmaların bazıları aşağıda sunulmuştur:

Çakmak (2005) tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünü belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada, 1989-2003 dönemine ait zaman serilerini kullanmıştır. Yapılan çalışmada, Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi ile Vollraht'ın indeksinden yararlanılmıştır. Yapılan çalışmada, tekstil ve hazır giyim sektöründe Türkiye'nin rekabet avantajına sahip olduğu ancak bu avantajın son yıllarda kaybedildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bostan, Ateş ve Ürüt (2010) yaptıkları çalışmada, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünü Revealed Comparative Advantage (RCA) yöntemini kullanarak analiz etmişler ve elde ettikleri sonuçları AB-15 ülkeleri ile karşılaştırmışlardır. Analizde;

Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe yüksek rekabet gücüne sahip olduğu ancak bu rekabet gücünü 1999-2009 yılları arasında tedrici olarak kaybettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bashimov'un (2014) çalışmasında Türkiye ve Pakistan'ın tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücü 1990-2012 yılları için Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi kullanılarak belirlenmiş ve karşılaştırılmıştır. Analiz sonucunda; Türkiye'nin Pakistan karşısında tekstil ve hazır giyim sektörlerinde karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığı diğer bir ifade ile rekabet avantajına sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bashimov'un (2017) yaptığı bir diğer çalışmada ise Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücünü ASEAN-5 ülkeleri ile karşılaştırmalı olarak incelemiştir. 2000 ile 2014 dönemi verilerinin kullanıldığı bu çalışmada, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler, açıklanmış simetrik karşılaştırmalı üstünlükler ve ticaret dengesi indeksleri kullanmıştır. Yapılan çalışmada, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe ASEAN-5 ülkeleri karşısında güçlü bir rekabet gücüne sahip olduğu ancak bu gücün son yıllarda giderek azaldığı sonucuna ulaşmıştır.

Kaya ve Oduncu'nun (2016) çalışmalarında da Türkiye'nin tekstil sektörü 65 kodlu SITC rev3 2 haneli mal grubu üzerinde incelenmiştir. Balassa'nın RCA indeksi ile Vollrath'ın geliştirdiği Görelî İthalat Üstünlüğü indeksi (RMA), Görelî Ticaret Üstünlüğü indeksi (RTA) ve Görelî Rekabet Üstünlüğü (RC) indekslerinin kullanıldığı çalışmada, RCA endeksi sonuçlarına göre 65 kodlu ürün grubunda tekstil sektörünün rekabet edebilecek düzeyde uzmanlaştığı ve elde ettiği rekabet gücünü incelenen yıllar itibariyle koruduğu belirlenmiştir.

Sarıçoban, Kösekahyaoğlu ve Erkan, (2017) yapmış oldukları çalışmada 1996-2015 dönemi Türkiye'nin tekstil ihracatındaki rekabet gücünün belirlenmesi amacıyla yapmış olduğu çalışmada SITC Rev. 3 düzeyinde bulunan 24 tekstil ürün grubu Vollrath indeksi kullanılarak belirlenmiştir. Çalışma sonucunda Türkiye'nin 24 tekstil ürün grubunun 5 tanesinde rekabet gücünün olmadığı fakat 19 tekstil ürün grubunda ise rekabet avantajına sahip olduğu belirlenmiştir. Rekabet avantajına sahip olduğu ürün grupları dönemsel bazlı incelendiğinde ise Türkiye'nin rekabet avantajını giderek kaybettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürdeki çalışmalar genel bakış açısı ile irdelendiğinde; Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe genel olarak güçlü bir rekabet gücüne sahip olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca yapılan çalışmalardan STIC Rev. 3. tekstil ürünleri ürün grubunda, Türkiye'nin belli başlı ürün gruplarında rekabet gücünün ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Ancak yapılan çalışmalarda genellikle Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü, sektördeki mevcut rakipleri

ile kıyaslamalı olarak irdelenmiş, potansiyel rakipleri ile olan durum ise analizlere konu edilmemiştir. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı Avrupa Birliği'ne aday konumda bulunan 5 ülkenin tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücünü belirlemektir.

4. VERİ SETİ

Avrupa Birliği'ne aday beş ülkenin tekstil ve hazır giyim sektörü rekabet gücünün analiz edildiği çalışmada, karşılaştırmalı üstünlüklerin ölçülmesinde sıkça kullanılan Balassa endeksi kullanılmıştır. SITC Rev. 3 ürün sınıflandırmasında yer alan tekstil sektörünün 26-65 ve 84 oluşan 2 haneli tekstil sektörü kodları ile bu kodların altında bulunan 3 haneli 24 tekstil ürün grubuna ait 2010-2020 dönemi ihracat veri setlerinden yararlanılmış olup, analize dahil edilen sektörlerine ait kodlar ve tanımlar aşağıda sunulan tabloda sunulmuştur. Çalışmada kullanılan veri setleri Birleşmiş Milletlerin Comtrade veri tabanından elde edilmiştir.

Tablo 1. Ürün grupları kodu ve tanımı

Kod	Ürün Grubu
26	Dokuma elyafı ve bunların artıkları
261	İpek
263	Pamuk, Linter Pamuğu Ve Pamuk Döküntüleri
264	Jüt Veya Bitki İç Kabuklarının Dokumaya Elverişli Diğer Lifleri
265	Dokumaya Elverişli Diğer Bitkisel Lifler
266	Sentetik Flament Demetleri Ver Sentetik Devamlı Lifler
267	Diğer Suni Lifler Ve Artıkları
268	Yün/Yapağı Ve Diğer Hayvan Kılı
269	Kullanılmış Giyim Eşyası Ve Parçaları
65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)
651	Tekstil İplikleri
652	Pamuklu Mensucat
653	Sentetik Veya Suni Flamentler Ve Devamsız Liflerden Mensucat
654	Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden Dokunmuş Mensucat (İpek, Yün, Keten vb.)
655	Örme Mensucat
656	Kordelalar, Etiketler, Armalar, Tüller Vb.
657	Özel İplikler Ve Dokunmamış Mensucat
658	Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya Ve Takımlar
659	Halılar Ve Diğer Yer Kaplamaları
84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları
841	Erkek/Erkek Çocuklar İçin Örülmemiş Giyim Eşyası Ve Aksesuarlar
842	Kadın/Kız Çocuklar İçin Örülmemiş Giyim Eşyası Ve Aksesuarları
843	Erkek/Erkek Çocuklar İçin Örme Giyim Eşyası
844	Kadın/Kız Çocuklar İçin Örme Giyim Eşyası
845	Örülmiş Olsun Olmasın Diğer Giyim Eşyası
846	Giyim Eşyası İç Aksesuar Ve Giyim Eşyası Parçaları (Çorap, Mendil, Eldiven vb.)
848	Tekstil Dışında Kalan Giyim Eşyası, Şapka Vs.

Kaynak: Yazarlar tarafından Comtrade.un.org sitesi verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

5. YÖNTEM

Modern ekonominin kurucusu aynı zamanda serbest ticarete yönelik ilk çalışmayı yapan düşünürlerden biri olan Adam Smith (1776), mutlak üstünlük teorisini geliştirmiştir. A.Smith'e

göre bir ülke mutlak maliyet (üstünlük) avantajına sahip olduğu ürün ile uluslararası ticaret yapması daha mantıklıdır. David Ricardo (1819) ise Smith'ten farklı olarak karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olunan ürün ile ticaret yapmanın ülke ekonomisi için daha avantajlı olduğunu ileri sürmüştür. Bu iki teori literatürde birçok çalışmaya konu edilmiş olup, bu çalışmalarda mutlak üstünlük teorisinin iç ticarete karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin ise uluslararası ticarete geçerli olduğu ifade edilmiştir (Seretis & Tsaliki, 2016:1). Bu yaklaşım karşılaştırmalı üstünlük ilkesinin neoklasik teoriye, ticaret yapan ülkeler arasındaki serbest ve eşit mübadele fikirlerine daha uygun olmasından kaynaklanmaktadır. (Krugman & Obstfeld, 2012). Teori, uzmanlaşma ve ölçek ekonomisi üzerine temellendirilmiştir. Nitekim uzmanlaşma uluslararası ihracatta bazı sektörlerde güçlü bazılarında ise daha az olup, bu durum ülkelerin rekabet düzeyi hakkında bilgi sunmaktadır (Laursen, 2015:100).

Ekonomilerin rekabet gücünü ölçmek için kullanılan en önemli gösterge dış ticaret verileridir. Ülkeler, dış ticaret yapma kararını açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük derecelerini göz önünde bulundurarak gerçekleştirirler. Literatürde ihracat yapısı ile rekabet gücü arasındaki bağlantıya ilişkin önemli bir alan yazın bulunmaktadır (Hausmann & Hidalgo 2011). Bu ampirik analizlerde merkezi bir bileşen olarak Revealed Comparative Advantage (RCA) yöntemi kullanılmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada da RCA yönteminden yararlanılmıştır.

RCA indeksi Liesner'in (1958) çalışmasına kadar uzanmaktadır. Çalışmada, rekabet gücünü ölçmek için ihracat verilerinin kullanıldığı bir indeks geliştirmiştir. Liesner'in geliştirdiği indeks Balassa (1965) tarafından genişletilmiştir. Balassa'nın geliştirdiği indeks literatürde Balassa indeksi olarak yer almakta olup, indeks aşağıda sunulan formül ile hesaplanmaktadır:

$$RCA = \frac{\sum X_{ij} / \sum X_j}{\sum X_{wj} / \sum X_w} \quad (1)$$

Balassa indeksi ile bir ülkenin ürün veya ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığı ölçülmektedir (Beningo, 2005:6). Eşitlikte; X ihracatı, i ülkeyi, j endüstriyi (mal grubunu) ve w ise dünyayı ifade etmektedir. Eşitliğin payı belirli bir sektörün o ülkenin toplam ihracat içindeki yüzde payını payda ise ilgili sektöre ait dünya toplam ihracatının dünya toplam ihracatına oranını ifade etmektedir. Bir başka ifade ile RCA indeksinin payı bir ülkenin bir ürünündeki uzmanlaşmasını, payda ise aynı üründe dünyanın uzmanlaşma düzeyini vermektedir. RCA endeksi ulusal ihracat yapısının dünya ihracat yapısı ile karşılaştırılmasını sağlamaktadır. $RCA=1$ ise i ülkesinin j sektörüne ait uzmanlaşma düzeyinin aynı sektörün dünya uzmanlaşma düzeyi ile aynı olduğu, $RCA>1$ olduğu durumda, ülkenin ilgili sektörde dünya ortalamasının

üzerinde bir uzmanlaşmaya sahip olduğu ve $RCA < 1$ olduğu durumda ise ülkenin uzmanlaşma düzeyinin yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Laursen, 2015:101). Ayrıca Balassa indeksi dört ayrı grup altında da yorumlanabilmektedir (Hinloopen & Marrewijk, 2001):

Birinci Grup	$0 < RCA \leq 1$	Karşılaştırmalı üstünlük yoktur (Dezavantaj - D)
İkinci Grup	$1 < RCA \leq 2$	Zayıf karşılaştırmalı üstünlük vardır (Z)
Üçüncü Grup	$2 < RCA \leq 4$	Orta derecede karşılaştırmalı üstünlük vardır (O)
Dördüncü Grup	$4 < RCA$	Güçlü bir karşılaştırmalı üstünlük vardır (Ü)

Rekabet günün ölçülmesinde Liesner ve Balassa indekslerinin yanı sıra farklı indekslerde kullanılmaktadır. Nitekim, Thomas Vollrath (1991), Balassa ve Liesner'in geliştirdiği bu indeksleri sadece ihracat verileri üzerinden hesaplama yapması ve çifte sayma (double counting) yapması sebebiyle eleştirmiş ve RCA indeksi üzerinde temellenen indeksler geliştirmiştir. Bu indekslerin bazıları Nispi İhracat Avantajı İndeksi (RXA), Nispi İthalat Avantajı İndeksi (RMA) ve Nispi Ticaret Avantajı İndeksi (RTA)'dır (Bu konuda daha ayrıntılı bilgi için bkz. Vollrath, 1991). Literatürde, bu indeksler kadar yaygın kullanılmamakla birlikte ülkelerin rekabet gücünün belirlenmesinde kullanılan Ticaret Yoğunlaşma (TII), Karşılaştırmalı İhracat Performansı (CEP) ve İhracat Benzerlik (ESI) indeksleri de bulunmaktadır. Rekabet gücünü ölçmek için farklı yaklaşımlar bulunmasına rağmen bu çalışmada, Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı kullanılmıştır. Bu indeksin kullanılmasında, ürün grubunun yurt içi uzmanlık düzeyinin dünya uzmanlık düzeyi ile kıyaslanmasına imkan tanınması etkili olmuştur.

6. ANALİZ BULGULARI

Avrupa Birliğine aday konumda bulunan ülkelerin tekstil sektörüne ait bütün alt ürün grupları için ayrı ayrı olmak üzere RCA değeri 2010 ile 2020 yılları için hesaplanmıştır. Hesaplanan RCA değerlerinde uç değerler (en yüksek ve en düşük) hariç diğer değerlerler kullanılarak araştırmaya konu edilen tüm yılları kapsayan ortak ortalama bir RCA değeri belirlenmiştir. Elde edilen bu değer baz alınarak tüm ülkelerin her bir ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığı analiz edilmiştir. Bu işlemi takiben ayrıca çalışmada analize dahil edilen ülkelerin tüm ürün gruplarındaki karşılaştırmalı üstünlük durumunun zaman içinde değişip değişmediği incelenmiştir. Bu incelemenin yapılabilmesi için ilk olarak 2010-2015 ile 2016-2020 olmak üzere analiz dönemi ikiye ayrılmıştır. Yukarıda bahsi geçen tüm işlemler ülke düzeyinde gerçekleştirilmiş olup analiz bulguları aşağıda sunulmuştur.

6.1. Türkiye

Türkiye'nin tekstil sektörü ürün gruplarına ait açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığını gösteren RCA katsayıları Tablo 1'de sunulmuştur. Tabloda yer alan uygun ortalama RCA indeksi değerleri incelendiğinde; Türkiye'nin 4,21 RCA katsayı değerine sahip olan 65 kodlu tekstil ürünleri sektörü ile 3,85 RCA katsayı değerine sahip 84 kodlu hazır giyim sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'nin en yüksek RCA indeksine sahip olduğu diğer bir ifade ile karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürün grubu; 659 - Halılar ve Diğer Yer Kaplamaları'dır.

Çalışmanın analiz bulguları dönemsel olarak irdelendiğinde; Türkiye'nin birinci dönemde (2010 ile 2015 yılları arasında) 652, 653, 658 ve 844 ürün gruplarında güçlü rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ancak bu üstünlüğün ikinci dönemde kaybedildiği ve bu dönemde Türkiye'nin bu ürün gruplarında orta derece üstünlük rekabet gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir. 269 kodlu ürün grubunda ise Türkiye'nin ilk dönemde dezavantajlı durumda iken takip eden dönemde uzmanlaştığı ve zayıf üstünlük seviyesine ilerlediği görülmektedir. 657 nolu ürün grubunda da dönemler arasında olumlu yönde bir yol kat ettiği ve zayıf üstünlük durumundan orta derece üstünlük durumuna geçtiği belirlenmiştir.

Tablo 2. Türkiye'nin SITC Rev. 3 Tekstil Sektörü Ürün Gruplarında Karşılaştırmalı Üstünlükleri ve RCA Katsayıları

Ürün Grubu Kodu	2010-2015 ort.	2016-2020 ort.	Uygun Ortalama	Üstünlük Derecesi
26	1,13	1,26	1,19	Z
261	0,07	0,13	0,08	D
263	1,76	1,99	1,85	Z
264	0,06	0,36	0,11	D
265	0,02	0,01	0,01	D
266	1,12	1,10	1,08	Z
267	0,41	0,48	0,44	D
268	0,72	0,62	0,68	D
269	0,70	1,20	0,96	D
65	4,40	3,96	4,21	G
651	3,55	3,79	3,64	O
652	4,29	3,85	4,08	G
653	4,29	3,42	3,86	O
654	1,62	1,31	1,47	Z
655	5,73	4,67	5,23	G
656	3,93	3,09	3,57	O
657	1,77	2,10	1,91	Z
658	4,75	3,56	4,29	G
659	14,19	15,36	14,72	G
84	4,01	3,76	3,85	O
841	3,71	3,55	3,61	O
842	4,34	4,27	4,32	G
843	2,67	3,03	2,84	O
844	4,48	4,00	4,15	G
845	4,43	4,14	4,28	G
846	4,79	4,40	4,54	G
848	1,57	0,95	1,26	Z
D: Dezavantaj Z: Zayıf Üstünlük O: Orta Derece Üstünlük G: Güçlü Üstünlük V: Veri Yok				

Kaynak: Yazarlar tarafından Comtrade.un.org sitesi verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

6.2. Arnavutluk

Arnavutluk'un tekstil sektörü standart ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlüklerini gösteren Tablo 2'de yer alan uygun ortalama RCA değerleri incelendiğinde, ülkenin daha çok 84 kodlu hazır giyim sektöründe (uygun ortalama RCA değeri 6,43) güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. Arnavutluk'un güçlü üstünlüğe sahip olduğu ürün grupları 841- Erkek/Erkek Çocuklar için Örülmemiş Giyim Eşyası ve Aksesuarlar, 843 - Erkek/Erkek Çocuklar İçin Örmeye Giyim Eşyası, 844 - Kadın/Kız Çocuklar İçin Örmeye Giyim Eşyası, 846 - Giyim Eşyası İç Aksesuar ve Giyim Eşyası Parçaları (Çorap, Mendil, Eldiven vb.)'dir. Tablo dönemsel olarak incelendiğinde Arnavutluk'un güçlü üstünlüğe sahip olduğu ürün gruplarında (846 kodlu ürün grubu hariç) açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü artıran bir seyir izlediği görülmektedir. 846 kodlu ürün grubunda sektörün ikinci dönemde rekabet gücünü kaybettiği ve güçlü üstünlükten orta derece üstünlük konumuna gerilediği belirlenmiştir. Ayrıca Arnavutluk'un 2 ürün grubunda orta derece üstünlüğü bulunmaktadır. Bu

ürün grupları: 842- Kadın/Kız Çocukları için Örülmemiş Giyim Eşyası ve Aksesuarları ve 845- Örülmüş Olsun Olmasın Diğer Giyim Eşyası ürün gruplarıdır. Arnavutluk orta derece üstünlüğe sahip olduğu ürün gruplarında da dönemsel olarak yükselen bir eğilime sahiptir.

Arnavutluk, SITC rev. 3 düzeyi 269- Kullanılmış Giyim Eşyası ve Parçaları ürün grubunda birinci dönemde 1,45 RCA katsayısı ile zayıf karşılaştırmalı üstünlüğe sahip iken ikinci dönemde uzmanlaşma yeteneğini kaybetmiş ve dezavantajlı duruma geçmiştir. 658- Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya ve Takımlar ürün grubunda ise birinci dönemde 0,85 RCA katsayısı ile dezavantajlı grupta iken küçük bir artışla takip eden dönemde 1.10 RCA değeri ile zayıf üstünlük durumuna geçmiştir.

Tablo 3. Arnavutluk'un SITC Rev. 3 tekstil sektörü ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlükleri ve RCA katsayıları

Ürün Grubu Kodu	2010-2015 ort.	2016-2020 ort.	Uygun Ortalama	Üstünlük Derecesi
26	0,17	0,02	0,09	D
261	0,00	0,00	0,00	V
263	0,00	0,00	0,00	D
264	0,00	0,00	0,00	V
265	0,00	0,00	0,00	V
266	0,00	0,00	0,00	V
267	0,00	0,00	0,00	D
268	0,14	0,06	0,09	D
269	1,45	0,05	0,64	D
65	0,20	0,32	0,25	D
651	0,02	0,00	0,01	D
652	0,11	0,07	0,09	D
653	0,03	0,03	0,03	D
654	0,04	0,00	0,01	D
655	0,06	0,17	0,11	D
656	0,05	0,09	0,05	D
657	0,15	0,21	0,17	D
658	0,85	1,10	0,97	D
659	0,05	0,06	0,04	D
84	6,10	6,84	6,43	G
841	15,57	18,72	16,96	G
842	3,37	3,80	3,60	O
843	8,42	11,25	9,43	G
844	5,19	8,32	6,43	G
845	3,77	4,00	3,87	O
846	7,05	3,35	5,40	G
848	0,62	0,68	0,51	D

D: Dezavantaj Z: Zayıf Üstünlük O: Orta Derece Üstünlük G: Güçlü Üstünlük V: Veri Yok

Kaynak: Yazarlar tarafından Comtrade.un.org sitesi verileriyle oluşturulmuştur.

6.3. Kuzey Makedonya

AB üyeliğine aday ülkelerden Kuzey Makedonya'nın tekstil ve hazır giyim sektörünün RCA değerleri incelendiğinde; 841- Erkek/Erkek Çocuklar İçin Örülmemiş Giyim Eşyası ve Aksesuarlar ile 842- Kadın/Kız Çocuklar İçin Örülmemiş Giyim Eşyası ve Aksesuarları alt sektörlerinin dünya ortalamasının üzerinde uzmanlaşma seviyesine sahip olduğu yani güçlü üstünlük derecesine; 844 kodlu Kadın/Kız Çocuklar için Örne Giyim Eşyası Ürün alt sektörünün ise orta derece üstünlük derecesine sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak bu süreç ikinci dönemde farklılaşmış diğer bir ifade ile Kuzey Makedonya'nın rekabet avantajına sahip olduğu bu üç ürün grubu ikinci dönemde düşme eğilimi sergilemiştir. Bu üç alt sektör takip eden dönemde olumsuz yönde bir değişim gösterirken 654-Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden Dokunmuş Mensucat (İpek, Yün, Keten vb.) ürün kodu tersi bir durum sergilemiştir. 654 nolu ürün kodu ilk 0,32 RCA katsayısı ile dezavantajlı konumdayken ikinci dönemde 4,20 RCA katsayısı ile güçlü üstünlüğe sahip olmuştur. Bu ürün grubunda ülke kısa sürede dönüşümünü tamamlayarak dünya rekabet ortalamasının üzerinde bir uzmanlaşmaya ulaşmıştır.

Tabloda dikkati çeken bir diğer önemli husus ise, 652-Pamuklu Mensucat ürün grubunun dönemler arasında zayıf üstünlük konumundan dezavantajlı konuma gerilemesi 658-Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Hazır Eşya ve Takımlar ile 845- Örülmüş Olsun Olmasın Diğer Giyim Eşyası ürün gruplarının ise orta derecede üstünlükler grubundan ikinci dönemde rekabet avantajını kaybederek dezavantajlı konuma gerilemesidir.

Tablo 4. Kuzey Makedonya'nın SITC Rev. 3 tekstil sektörü ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlükleri ve RCA katsayıları

Ürün Grubu Kodu	2010-2015 ort.	2016-2020 ort.	Uygun Ortalama	Üstünlük Derecesi
26	0,18	0,10	0,15	D
261	0,00	0,00	0,00	V
263	0,02	0,00	0,01	D
264	0,00	0,00	0,00	V
265	0,00	0,00	0,00	D
266	0,16	0,05	0,11	D
267	0,03	0,03	0,02	D
268	0,84	0,23	0,55	D
269	0,05	0,42	0,20	D
65	0,90	0,85	0,87	D
651	0,75	0,65	0,70	D
652	1,45	0,97	1,20	Z
653	0,55	0,60	0,57	D
654	0,32	4,20	1,82	Z
655	0,65	0,46	0,56	D
656	0,20	0,85	0,47	D
657	0,49	0,44	0,47	D
658	2,03	1,36	1,71	Z
659	0,06	0,09	0,06	D
84	5,69	3,22	4,54	G
841	11,92	7,78	10,00	G
842	11,95	5,31	8,74	G
843	1,03	1,32	1,16	Z
844	4,40	2,93	3,75	O
845	2,18	1,29	1,76	Z
846	1,27	1,03	1,14	Z
848	0,85	0,42	0,64	D

D: Dezavantaj Z: Zayıf Üstünlük O: Orta Derece Üstünlük G: Güçlü Üstünlük V: Veri Yok

Kaynak: Yazarlar tarafından Comtrade.un.org sitesi verileriyle oluşturulmuştur.

6.4. Sırbistan

Sırbistan'ın tekstil sektöründe açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerini gösteren RCA değerleri tablo 4 sunulmuştur. RCA değerleri incelendiğinde; ülkeye ait 846- Giyim Eşyası İç Aksesuar ve Giyim Eşyası Parçaları (Çorap, Mendil, Eldiven vb.) ürün grubunun güçlü üstünlüğe sahip olduğu ve dünya ortalamasının üzerinde uzmanlaştığı tespit edilmiştir. Aynı ürün grubu dönemsel olarak irdelendiğinde; ilk dönemdeki RCA indeksi (10,95) değerinin ikinci dönemde düşüşe geçtiği (8,43) ve sektörün zaman içinde rekabet üstünlüğünü yitirdiği veya yitirmeye başladığına yönelik sinyaller verdiği tespit edilmiştir.

Sırbistan'ın 654 kodlu Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden Dokunmuş Mensucat (İpek, Yün, Keten vb.) ürün grubuna ait RCA katsayı değerleri incelendiğinde; ilk dönemde katsayının 0,33 olduğu yani sektörün zayıf üstünlüğe sahip olduğu ancak bu durumun ikinci dönemde devam etmediği tespit edilmiştir. Sektör ikinci dönemde ciddi bir sıçrama sergilemiş ve zayıf üstünlük pozisyonundan orta derece üstün konuma geçmiştir. 842-Kadın/Kız Çocuklar

İçin Örülmemiş Giyim Eşyası ve Aksesuarları ürün grubu ise birinci dönemde 1,01 RCA katsayısı ile sınırda zayıf üstünlüğü sahip iken ikinci dönemde 0,71 RCA katsayısı ile zayıf olan uzmanlığını kaybetmiş ve dezavantajlı duruma geçmiştir. Benzer durum 844- Kadın/Kız Çocuklar İçin Örme Giyim Eşyası ürün grubunda yaşanmış ve alt sektör dezavantajlı konundan zayıf üstünlük konumuna geçmiştir.

Tablo 5. Sırbistan'ın SITC Rev. 3 tekstil sektörü ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlükleri ve RCA katsayıları

Ürün Grubu Kodu	2010-2015 ort.	2016-2020 ort.	Uygun Ortalama	Üstünlük Derecesi
26	0,17	0,08	0,13	D
261	0,00	0,00	0,00	V
263	0,01	0,01	0,01	D
264	0,00	0,01	0,01	D
265	0,01	0,02	0,02	D
266	0,04	0,03	0,03	D
267	0,05	0,12	0,07	D
268	0,89	0,33	0,62	D
269	0,17	0,07	0,11	D
65	0,66	0,80	0,73	D
651	0,32	0,26	0,30	D
652	0,17	0,13	0,15	D
653	0,19	0,19	0,19	D
654	0,33	2,02	0,93	D
655	0,24	0,75	0,45	D
656	1,89	1,73	1,82	Z
657	1,07	1,21	1,16	Z
658	0,89	0,96	0,93	D
659	2,49	2,35	2,41	O
84	1,64	1,46	1,55	Z
841	1,22	1,05	1,14	Z
842	1,01	0,71	0,85	D
843	0,35	0,35	0,35	D
844	0,91	1,31	1,09	Z
845	1,15	1,26	1,21	Z
846	10,95	8,43	9,75	G
848	0,22	0,23	0,21	D

D: Dezavantaj Z: Zayıf Üstünlük O: Orta Derece Üstünlük G: Güçlü Üstünlük V: Veri Yok

Kaynak: Yazarlar tarafından Comtrade.un.org sitesi verileriyle oluşturulmuştur.

6. 5. Karadağ

Avrupa birliğine aday ülkelerden Karadağ'ın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler analizini gösteren Tablo 5 incelendiğinde; ülkenin hiçbir ürün grubunda rekabet edebilecek uzmanlaşmaya erişemediği görülmektedir. Başka bir ifadeyle Karadağ tekstil sektörü ürün gruplarının tamamında dünya rekabet gücünün altında kalmaktadır yani ülke bu sektörde dezavantajlı konumdadır.

Tablo 6. Karadağ'ın SITC Rev. 3 tekstil sektörü ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlükleri ve RCA katsayıları

Ürün Grubu Kodu	2010-2015 ort.	2016-2020 ort.	Uygun Ortalama	Üstünlük Derecesi
26	0,07	0,04	0,06	D
261	0,00	0,00	0,00	V
263	0,00	0,00	0,00	V
264	0,01	0,00	0,00	V
265	0,00	0,00	0,00	D
266	0,00	0,00	0,00	D
267	0,01	0,01	0,00	D
268	0,36	0,05	0,20	D
269	0,11	0,24	0,16	D
65	0,03	0,06	0,04	D
651	0,00	0,00	0,00	D
652	0,02	0,00	0,01	D
653	0,03	0,00	0,01	D
654	0,03	0,03	0,02	D
655	0,02	0,00	0,01	D
656	0,02	0,01	0,01	D
657	0,02	0,12	0,05	D
658	0,09	0,11	0,09	D
659	0,08	0,19	0,11	D
84	0,11	0,15	0,12	D
841	0,31	0,22	0,26	D
842	0,13	0,19	0,16	D
843	0,04	0,03	0,03	D
844	0,06	0,03	0,04	D
845	0,05	0,17	0,08	D
846	0,02	0,02	0,02	D
848	0,10	0,14	0,11	D

D: Dezavantaj Z: Zayıf Üstünlük O: Orta Derece Üstünlük G: Güçlü Üstünlük V: Veri Yok

Kaynak: Yazarlar tarafından Comtrade.un.org sitesi verileriyle oluşturulmuştur.

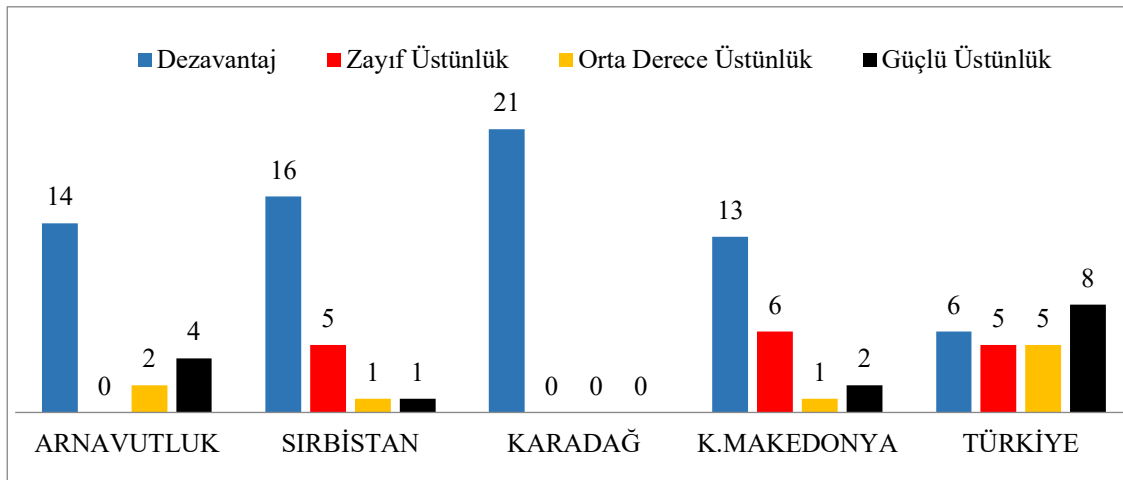
Avrupa Birliğine aday ülkelerini genel bakış açısı ile irdelendiğinde; aday ülkeler arasından Türkiye 659 kodlu “Halılar ve Diğer Yer Kaplamaları” ürün grubunda 14,72 aritmetik ortalama ile en yüksek ikinci RCA katsayısına sahiptir ve diğer aday ülkeler Türkiye'nin uzmanlaştığı bu ürün grubu ihracatında rekabet edecek seviyede uzmanlaşmaya sahip değillerdir.

Çalışma neticesinde elde edilen verilere göre Arnavutluk'un 841 kodlu “Erkek/Erkek Çocuklar İçin Örülmemiş Giyim Eşyası ve Aksesuarlar” ürün grubunda Avrupa Birliğine aday ülkeler arasında 16,96 aritmetik ortalama ile en yüksek RCA katsayısına sahiptir ve bu ürün grubunda dünya ortalamasının üzerinde bir uzmanlaşma sağlamıştır. Diğer bir ifadeyle Arnavutluk, 841 kodlu ürün grubunda rekabet edebilecek düzeyde uzmanlaşmış ve güçlü bir rekabet üstünlüğüne sahiptir. 841 kodlu ürün grubunda Arnavutluk'u Kuzey Makedonya takip etmektedir. Kuzey Makedonya'nın bu ürün grubunda 11 yıllık aritmetik RCA katsayısı

ortalaması 10.04'tür. Buradan anlaşılacağı üzere Arnavutluk ve Kuzey Makedonya 841 kodlu ürün grubu ihracatında rekabet içinde olan iki ülkedir.

844 “Kadın/Kız Çocuklar İçin Örmeye Giyim Eşyası” ürün grubunda Avrupa Birliği aday ülkeleri arasında en fazla uzmanlaşma sağlamış ülke 6,61 RCA katsayı ortalaması ile Arnavutluk olurken bu ülkeyi 4,26 RCA katsayısı ile Türkiye takip etmektedir. Bu ürün grubunda Kuzey Makedonya'nın uzmanlaşma katsayısı 3,74 iken Sırbistan bu ürün grubunda zayıf üstünlüğe sahiptir ve RCA katsayısı ortalaması 1,09 da kalmıştır.

Sırbistan, Türkiye ile birlikte 846 kodlu “Giyim Eşyası İç Aksesuar ve Giyim Eşyası Parçaları (Çorap, Mendil, Eldiven vb.)” ürün grubunda güçlü bir rekabet gücüne sahiptir. Sırbistan'ın 846 kodlu ürün grubunda 11 yıllık aritmetik RCA katsayısı ortalaması 9,80 iken Arnavutluk'un bu ürün grubunda RCA katsayısı ortalaması 5,37, Türkiye'nin ise 4,61'dir. Bu durum, Sırbistan'ın bu ürün grubunda Arnavutluk ve Türkiye'ye göre daha yüksek bir rekabet avantajına sahip olduğunu ve ilgili alanda uzmanlaştığını göstermektedir. Nihai olarak AB'ye aday ülkelerin tekstil ürün grubundaki uzmanlaşma düzeyleri ele alındığında (Şekil 6); Arnavutluk'un 14, Sırbistan'ın 16, Karadağ'ın 21 ve Türkiye'nin ise 6 ürün grubunda dezavantajlı durumda olduğu, Sırbistan'ın 5, Kuzey Makedonya'nın 6, Türkiye'nin 5 ürün grubunda zayıf üstünlüğe sahip olduğu, Arnavutluk'un 2, Sırbistan'ın 1, Kuzey Makedonya'nın 1, Türkiye'nin 5 ürün grubunda orta derece uzmanlaştığı, Arnavutluk'un 4, Sırbistan'ın 1, Türkiye'nin 8 ürün grubunda güçlü üstünlüğe sahip olduğu ve bu ürün gruplarında rekabet edecek düzeyde uzmanlaştığı belirlenmiştir. Ayrıca Arnavutluk'un 4, Sırbistan'ın 1; Karadağ'ın 3, Kuzey Makedonya'nın 2 ürün grubunda hiç ihracatının olmadığı diğer bir ifadeyle sektörün bu ürün grubunda hiçbir faaliyetlerinin olmadığı anlaşılmıştır.



Şekil 6. AB aday ülkeleri tekstil ürün gruplarında uzmanlaşma sayıları genel görünümü

7. SONUÇ

Avrupa Birliğine aday konumda bulunan 5 ülkenin (Arnavutluk, Sırbistan, Karadağ, Kuzey Makedonya ve Türkiye) tekstil sektöründeki rekabet gücünün incelendiği çalışmada, veri kısıtı sebebiyle 2010-2020 dönemlerine ait yıllık veri seti kullanılmıştır. Çalışmanın analizinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri belirlemek üzere Balassa endeksinden yararlanılmıştır.

Yapılan çalışma sonucunda; SITC Rev. 3 sınıflandırmasında yer alan 3 haneli 24 tekstil ürün grubunda, Arnavutluk'un 6, Sırbistan'ın 7, Kuzey Makedonya'nın 9 ve Türkiye'nin 18 ürün grubunda açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiş olup, Sırbistan'ın 846 kodlu "Giyim Eşyası İç Aksesuar ve Giyim Eşyası Parçaları (Çorap, Mendil, Eldiven vb.) ürün grubunda Arnavutluk ve Türkiye'ye kıyasla daha yüksek rekabet avantajına sahip olduğu ve ülkenin bu alanda uzmanlaştığı belirlenmiştir.

841 kodlu "Erkek/Erkek Çocuklar İçin Örülmemiş Giyim Eşyası ve Aksesuarları" ürün grubunda ise Arnavutluk ve Kuzey Makedonya diğer aday ülkelere göre güçlü rekabet gücüne sahiptir. Bu iki ülke kendi arasında karşılaştırıldığında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük bağlamında Arnavutluk Kuzey Makedonya'ya göre daha yüksek rekabet gücüne sahiptir.

Tekstil ve hazır giyim ürün grubu Türkiye özelinde irdelendiğinde; birinci dönemde Türkiye'nin 652, 653, 658 ve 844 kodlu ürün gruplarında güçlü rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ve uzmanlaştığı ancak elinde bulundurduğu rekabet gücünü ikinci dönemde yitirdiği tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç literatürdeki diğer çalışmalarla da uyumluluk göstermektedir (Adıgüzel, 2019; Çakmak, 2005; Erkan, 2009).

Türkiye'nin güçlü rekabet avantajına sahip olduğu ürün gruplarındaki rekabet üstünlüğünü dönemsel olarak kaybetmesinde; yaşanan ekonomik ve finansal krizler (Alüftekin, Yüksel, Taş, Çakar & Bayraktar, 2009; Hatırlı, Özkan & Demircan, 2003;), 1995 yılında yürürlüğe giren Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Tekstil ve Konfeksiyon anlaşması hükümleri gereği kotaların kademeli olarak ortadan kaldırılması ve Çin'in 2001 yılında DTÖ'ye üye olması ile birlikte daha düşük işgücü maliyetine sahip ülkelerin küreselleşme ile birlikte dünya ticaretinde daha fazla pay almasına neden olması ve bu ülkelerin önemli bir hedef pazara dönüşmesi (Ener & Yelkikalan, 2004) ile covid 19 salgını etkili olmuştur. Dolayısıyla Türkiye'nin gerek AB gerekse dünya tekstil ve konfeksiyon pazarında payını koruyabilmesi ve artırabilmesi ve AB adayı ülkelere karşı rekabet üstünlüğü elde edebilmesi için sektörde faaliyet gösteren ancak mali yapıları zayıf olan işletmelere düşük krediler verilmeli veya

teşviklerle desteklenerek güçlendirilmelidir. Ayrıca sektörün rakipleri ile rekabet edebilmesi veya rekabeti sürdürebilmesi için Ar-Ge çalışmalarına büyük önem verilmeli, üretimde dönüşüm hızı yakalanmalı ve tekstil ve hazır giyim sektöründe yaşanan gelişmeler yakından takip edilmelidir. Sektörde marka veya moda yaratılmalı, sektörün ticaret alanı belirli pazarlarla sınırlı tutulmamalı ve pazar ağı genişletilmelidir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2019). Türkiye hazır giyim sektörünün sorunları, çözüm önerileri ve rekabet gücü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 3485-3504.
- Alüftekin, N., Yüksel, Ö., Taş, A., Çakar, G., & Bayraktar, F. (2009). Küresel krizden çıkışta kümelenme modeli: Tekstil ve hazır giyim sektörü örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(10), 1-19.
- Aydoğuş, İ., & Diler, H. G. (2009). Tekstil ürünleri ihracatında stratejik dış ticaret yaklaşımı: Türkiye ve Çin üzerine bir uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), 1-17. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akuiibfd/issue/1626/20368>.
- Balassa, B. (1965). Trade liberalization and “revealed” comparative. *Manchester School of Economic and Social Studies*, (33), 99-124.
- Bashimov, G. (2014). Tekstil ve hazır giyim sektörünün karşılaştırmalı avantajı: Türkiye ve Pakistan Örneği. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 31-42. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bitlissos/issue/3709/49087>.
- 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*, 4(2), 1-15. doi:10.30803/adusobed.297810
- Beningo, S. (2005). Trade and transportation between the United States and China and between the United States and India. 2006 Conference of the Society of Government Economists. 27 Ekim 2005. Washington.
- Birleşmiş Milletler comtrade veri tabanı. (2022). *Comtrade veritabanı*. UN Comtrade Database
- Bostan, A., Ateş, İ., & Ürüt, S. (2010). Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü : Avrupa Birliği ülkeleriyle bir karşılaştırma. *Journal of Management and Economics*, 8(13), 43-58. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yead/issue/21818/234537>.
- Çakmak, Ö. A. (2005). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ve rekabet gücü: Türkiye tekstil ve hazır giyim endüstrisi üzerine bir uygulama. *Ege Academic Review*, 5(1), 65-76. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/eab/issue/39836/472330>.
- Ener, M., & Yelkikalan, N. (2004). Çin'in Dünya ticaret örgütü'ne üyeliğinin Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon sektörüne olası etkileri ve çözüm önerileri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 1-15.
- Erkan, B. (2009). *Ülkelerin ihracat performanslarının belirlenmesinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerin kullanılması* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Manisa: Celal Bayar Üniversitesi.
- Fertô, I., & Hubbard, L. J. (2001). Regional comparative advantage and competitiveness in Hungarian Agri-Food Sectors. *77th EAAE Seminar. NJF Seminar No. 325*. August 17- 18, 2001. Helsinki
- Hatırlı, S. A., Özkan, B., & Demircan, V. (2003). Ekonomik krizin tekstil ve konfeksiyon sektörüne etkilerinin değerlendirilmesi. *Türkiye VI. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri, (24-25 Nisan, Antalya)*, 93-99. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Antalya.
- Hausmann, R., & Hidalgo, C. A. (2011). The network structure of economic output. *Journal of economic growth*, 309-342.
- Hinloopen, J., & Marrewijk, C. V. (2001). On the empirical distribution of the Balassa Index. *Review of World Economics*, 137(1), 1-35.
- Kaya, Ö., & Oduncu, A. (2016). Türk tekstil sektörünün uluslararası rekabet gücü değerlendirmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 54, 418-428. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/abuhsbd/issue/32956/366257>.

- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2012). *International economics: Theory and policy*. (4. bs.) Reading, MA: Addison-Wesley.
- Laursen, K. (2015). Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization. *Eurasian Business Review*(5), 99-115.
- Liesner, H. H. (1958). United States imports and world trade. *The Economic Journal*, 68(271), 556-558.
- Sarıçoban, K., Kösekahyaoglu, L., & Erkan, B. (2017). Türkiye'nin tekstil ihracatındaki rekabet gücü düzeyinin belirlenmesi: 1996-2015 dönemi için bir analiz. *Kesit Akademi Dergisi*(8), 186-203.
- Seretis, S. A., & Tsaliki, P. V. (2016). Absolute advantage and international trade: Evidence from four Euro-zone economies. *Review of Radical Political Economics*, 48(3), 438-451.
- Şahin, D. (2015). Türkiye ve Çin'in tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücünün analizi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*(47), 155-171. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/abuhsbd/issue/32940/365948>.
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2021). *Tekstil sektörü analiz raporu ve kılavuzu TR32 bölgesi (Denizli, Aydın, Muğla)*. Ankara. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/tekstil-tr32-.pdf>.
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2020). *Arnavutluk pazar bilgileri raporu 2020*. https://ticaret.gov.tr/data/5ef9b84c13b87640180840da/Arnavutluk_pazar_bilgileri.pdf.
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2022a). *Tekstil ve hammaddeleri sektör raporu*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. <https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Tekstil%20ve%20Hammaddeleri%20Raporu.pdf>.
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2022b). *Kuzey Makedonya ülke profili*. https://ticaret.gov.tr/data/5f032ff613b876ced4013b1b/K.MAKEDONYA-%C3%9Clke%20Profili_2022.
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2022c). *Sırbistan ülke profili*. https://ticaret.gov.tr/data/5f0465bf13b876fa18e1c829/SIRB%C4%B0STAN-%C3%9Clke%20Profili_2022.
- Vollrath, T. L. (1991). A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv. Bd. 127. H. 2*, 265-280.
- Yücel, Y. (2015). Uluslararası ticaretin serbestleştirilmesi sürecinde türk tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü ve Çin tehdidi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(2), 227-250. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/muiibd/issue/487/4475>.