

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
PARA VE BANKA PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**AVRUPA BİRLİĞİ İLE ENTEGRASYON SÜRECİNDE
TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİNİN
REKABET GÜCÜ VE GELİŞME OLANAKLARI**

Hayriye İMER

Danışman

Prof. Dr. Utku UTKULU

2006

Yemin Metni

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum **“Avrupa Birliğı ile Entegrasyon Sürecinde Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Rekabet Gücü ve Gelişme Olanakları”** adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

01/08/2006

Hayriye İMER

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI

Öğrencinin

Adı ve Soyadı : Hayriye İMER
Anabilim Dalı : İKTİSAT
Programı : PARA VE BANKA
Tez Konusu : AVRUPA BİRLİĞİ İLE ENTEGRASYON
SÜRECİNDE TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİNİN REKABET GÜCÜ
VE GELİŞME OLANAKLARI
Sınav Tarihi ve Saati :

Yukarıda kimlik bilgileri belirtilen öğrenci Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün tarih ve Sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Lisansüstü Yönetmeliğinin 18.maddesi gereğince yüksek lisans tez sınavına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini dakikalık süre içinde savunmasından sonra jüri üyelerince gerek tez konusu gerekse tezin dayanağı olan Anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI	<input type="radio"/>	OY BİRLİĞİ ile	<input type="radio"/>
DÜZELTME	<input type="radio"/>	OY ÇOKLUĞU	<input type="radio"/>
RED edilmesine	<input type="radio"/>	ile karar verilmiştir.	

Jüri teşkil edilmediği için sınav yapılamamıştır. O*** |

Öğrenci sınava gelmemiştir. O** |

* Bu halde adaya 3 ay süre verilir.
** Bu halde adayın kaydı silinir.
*** Bu halde sınav için yeni bir tarih belirlenir.

Tez burs, ödül veya teşvik programlarına (Tüba, Fullbright vb.) aday olabilir.	Evet
Tez mevcut hali ile basılabilir.	<input type="radio"/>
Tez gözden geçirildikten sonra basılabilir.	<input type="radio"/>
Tezin basımı gerekliliği yoktur.	<input type="radio"/>

JÜRİ ÜYELERİ

İMZA

.....	<input type="checkbox"/>	Başarılı	<input type="checkbox"/>	Düzeltilme	<input type="checkbox"/>	Red
.....	<input type="checkbox"/>	Başarılı	<input type="checkbox"/>	Düzeltilme	<input type="checkbox"/>	Red
.....	<input type="checkbox"/>	Başarılı	<input type="checkbox"/>	Düzeltilme	<input type="checkbox"/>	Red

ÖNSÖZ

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Para ve Banka Yüksek Lisans Programı dahilinde hazırlanan bu yüksek lisans tezi çalışmasında, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yaklaşımı teorik ve ampirik boyutta ele alınarak Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii'nin Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii karşısındaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri araştırılmış ve bu çerçevede Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii'nin gelişme olanakları tartışılmıştır.

Bu çalışmanın hazırlanması sürecinde gerek bilgisi ve emeği, gerekse zamanı ile büyük destek veren değerli hocalarım Prof. Dr. Utku UTKULU ve Yrd. Doç. Dr. Nevzat ŞİMŞEK'e teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca manevi açıdan büyük desteklerini ve katkılarını gördüğüm kardeşlerim Taner İMER ve Onur İMER ile değerli arkadaşım Z. Ceren MİRAL'a da teşekkür ederim.

Hayriye İMER

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Avrupa Birliği ile Entegrasyon Sürecinde Türk Tekstil ve Konfeksiyon
Sanayiinin Rekabet Gücü ve Gelişme Olanakları

Hayriye İMER

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Anabilim Dalı
Para ve Banka Programı

Çoğu gelişmekte olan ülkede olduğu gibi, Türkiye’de de ihracata dayalı büyümede gösterilen başarının ana kaynağını oluşturan Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii, Türkiye toplam ihracatının yaklaşık olarak yüzde otuzunu tek başına karşılamakta ve toplam istihdama yüzde onun üzerinde önemli bir katkıda bulunmaktadır. Sanayi, Avrupa Birliği ile olan ticari ilişkilerimizde de oldukça önemli bir konumda bulunmakta ve Türkiye’nin AB’ne toplam mamül ürünler ihracatının büyük bir bölümünü tek başına karşılamaktadır. Bu açıdan Tekstil ve Konfeksiyon sanayiinin gerek Türkiye ekonomisi, gerekse AB ile olan ticari ilişkilerimiz bakımından taşıdığı önem çok büyüktür.

Sektör bazında rekabet edebilirlik açısından Balassa ve Vollrath yaklaşımı Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük endeksleri yardımıyla Türk Tekstil ve Konfeksiyon sanayiinin AB Tekstil ve Konfeksiyon sanayii karşısındaki global düzeyde rekabet gücünün analiz edildiği bu çalışmada, elde edilen bulgular, rekabet gücü oldukça yüksek olarak bilinen sektörlerimizden tekstil sektöründe, Vollrath yaklaşımı iki AKÜ endeksi itibariyle, SITC üç basamaklı ürün gruplarının ikisinde [654 Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensucat (ipek, yün, keten vb.) ile 657 Özel İplikler ve Dokunmamış Mensucat (keçe, votka, sicim, ip, şapka taslakları, eknik eşya)] ve dört basamaklı ürün gruplarının çoğunluğunda, Türkiye’nin AB karşısında açıklanmış karşılaştırmalı dezavantajları olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Konfeksiyon sektörünün rekabet edebilirliği ile ilgili olarak ise, sektörün AB karşısında oldukça yüksek, fakat zaman içinde, özellikle Gümrük Birliği’nden sonra azalan AKÜ endeksi değerlerine rastlanmıştır. AB pazarındaki rekabet gücünün sürdürülebilmesi için Ar-Ge’ye dayalı olarak sektörde moda, marka ve yeni ürün üretimine odaklanmış bir yapı oluşturulmalı, kaliteli ve katma değer yüksek ürünlerin üretimine geçilmelidir.

Anahtar Kelimeler: 1) Tekstil ve Konfeksiyon, 2) Türkiye ve Avrupa Birliği (AB), 3) Uluslararası Rekabet Gücü, 4) Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük, 5) Entegrasyon

ABSTRACT

Master Thesis

**The Competitiveness and Developing Possibilities of Turkish Textile and
Clothing Industry During Integration with European Union**

Hayriye İMER

**Dokuz Eylul University
Institute of Social Sciences
Department of Economics**

Textile and Clothing Industry which is the main contributor to the success in export-based developing like in most of other developing countries, raises about thirty per cent of Turkey's total export by itself and contributes more than ten per cent to the total employment. Industry is in the key position in Turkey-EU trade relations and provides the biggest part of Turkey's manufactured product's export to EU by itself. In this view the importance of Textile and Clothing Industry for Turkish economy and for the commercial relations with EU is so much.

In this study the global competitiveness of Turkish Textile and Clothing industry, against EU's Textile and Clothing industry is analysed by Balassa and Vollrath's Revealed Comparative Advantage (RCA) approach. The output of this study reveals that textile sector, one of which competitiveness is considered as high, has revealed comparative disadvantages (RCD) against EU in two groups of three-digit SITC [654 (Woven Textile Fabric n.e.s.), 657 (Special Yarns/Fabrics)] and most of four-digit product groups according to Vollrath's two RCA indices. On the other side clothing sector's competitiveness is high against EU however, by the time (especially after Customs Union) decreasing RCA indices are found out. To maintain the competitiveness in EU market, a new structure should be established, which is based upon trend, trademarks, new products and research and development. High quality and high value-added products should be produced in the near future.

Key Words: 1) Textile and Clothing, 2) Turkey and European Union (EU),
3) International Competitiveness, 4) Revealed Comparative Advantage,
5) Integration

AVRUPA BİRLİĞİ İLE ENTEGRASYON SÜRECİNDE TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİNİN REKABET GÜCÜ VE GELİŞME OLANAKLARI

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	II
TUTANAK.....	III
ÖNSÖZ.....	IV
ÖZET.....	V
ABSTRACT.....	VI
İÇİNDEKİLER.....	VII
KISALTMALAR.....	XI
TABLOLAR LİSTESİ.....	XIII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XIV
EKLER LİSTESİ.....	XV
GİRİŞ.....	XVI

BİRİNCİ BÖLÜM

AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER VE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ

1.1. GENEL OLARAK REKABET.....	1
1.1.1. Rekabet Kavramı ve Önemi.....	2
1.1.2. Rekabetin Çeşitleri.....	4
1.1.3. Rekabetin Fonksiyonları.....	7
1.1.3.1. Rekabetin Toplumsal Fonksiyonu.....	7
1.1.3.2. Rekabetin Ekonomik Fonksiyonu.....	7
1.1.4. Rekabetin Ön Koşulları.....	9
1.2. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ.....	10
1.2.1. Uluslararası Rekabet Gücü Kavramı ve Önemi.....	10
1.2.2. Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Etkenler.....	13

1.2.2.1. Firmalara Özgü Etkenler.....	14
1.2.2.2. Firma Dışı Etkenler.....	18
1.3. KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER VE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ ÖLÇÜM YÖNTEMLERİ.....	23
1.3.1.Karşılaştırmalı Üstünlükleri ve Rekabet Edebilirlik Avantajlarını Esas Alan Klasik ve Neoklasik Dış Ticaret Teorileri.....	24
1.3.1.1. Ricardo Teorisi (Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi).....	24
1.3.1.2. Heckscher-Ohlin Teorisi (Faktör Donatımı Teorisi).....	25
1.3.2. Yeni Dış Ticaret Teorileri.....	26
1.3.2.1.Yeni Dış Ticaret Teorilerinin Ortaya Çıkma Nedenleri.....	27
1.3.2.2. Yeni Dış Ticaret Teorilerinin Belli Başlı Varsayımları ve Çeşitleri.....	30
1.3.3. Michael E. Porter’ın “Uluslararası Rekabet Üstünlükleri” Teorisi....	31
1.3.3.1. Uluslararası Rekabet Üstünlüklerinin Belirleyenleri.....	34
1.3.3.2. Rekabetçi Gelişme Aşamaları.....	39
1.3.4. Uluslararası Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri.....	42
1.3.4.1. Uluslararası Kuruluşlarca Rekabet Gücü.....	42
1.3.4.2. Tam Entropi Endeksi-Absolute Entropy Index (AEI).....	45
1.3.4.3. Karşılaştırmalı İhracat Performansı (CEP) (Donges, 1982).....	46
1.3.4.4. Uygunluk (Conformity) Katsayısı.....	46
1.3.4.5. İhracat Benzerlik Endeksi (Finger ve Kreinin, 1979).....	47
1.3.4.6. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (AKÜ) Endeksi ve Alternatifleri.....	48
1.3.4.7. Trade Overlap (Ticaret Çakışması) Endeksi.....	53

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİ VE AVRUPA BİRLİĞİ - TÜRKİYE İLİŞKİLERİ

2.1. TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİNİN TANIMI, KAPSAMI VE ÖNEMİ.....	56
2.2. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	59
2.3. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİNİN MEVCUT EKONOMİK YAPISI VE AVRUPA BİRLİĞİ İLE İLİŞKİLER.....	66
2.3.1. Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi.....	66
2.3.2. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Rekabet Gücünü Azaltan Temel Sorunlar ve Çözüm Önerileri.....	71
2.3.2.1. Kayıt Dışı İstihdam Sorunu.....	72
2.3.2.2. Dahilde İşleme Rejimi'nin Kötüye Kullanılması.....	73
2.3.2.3. Enerji Sorunu.....	75
2.3.2.4. Temel Hammadde Pamuk ile İlgili Sorunlar.....	76
2.3.2.5. KOBİ'lere İlişkin Sorunlar.....	79
2.3.2.6. Gerçekçi Olmayan Kur Politikası.....	85
2.3.2.7. Diğer Birtakım Yapısal Sorunlar ve Öneriler.....	85
2.3.3. Avrupa Birliği-Türkiye İlişkileri ve Tekstil ve Konfeksiyon Sanayi.....	91
2.3.3.1. Avrupa Birliği-Türkiye Ticari İlişkilerinin Gelişimi.....	91
2.3.3.2. Avrupa Birliği – Türkiye Ticari İlişkilerinde Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Yeri ve Önemi.....	100
2.4. DÜNYA TEKSTİL VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ TİCARETİNE UYGULANAN TİCARET POLİTİKASI ÖNLEMLERİNİN DÜNÜ BUGÜNÜ VE GELECEĞİ.....	105
2.4.1. Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA) Dönemi ve Öncesi.....	105
2.4.2. Tekstil ve Giyim Anlaşması (ATC) Dönemi.....	109
2.4.3. Tekstil ve Konfeksiyonda Kotasız Rekabet Dönemi ve Sanayinin Geleceği.....	110

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AB TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİ KARŞISINDA TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİNİN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK ÖLÇÜMLERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

3.1. AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER ÜZERİNE SEÇİCİ LİTERATÜR İNCELEMESİ VE TÜRKİYE’NİN SEKTÖREL REKABET GÜCÜ.....	113
3.2. UYGULAMANIN AMACI VE YÖNTEMİ.....	127
3.2.1. Uygulamanın Amacı ve Önemi.....	127
3.2.2. Uygulamanın Yöntemi.....	128
3.3. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİNİN AB TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİ KARŞISINDAKİ AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLERİNİN ENDEKS YÖNTEMİYLE ANALİZİ (B.BALASSA VE T.L.VOLLRATH).....	130
3.3.1. Türkiye-Avrupa Birliği Tekstil Sanayii Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeks Bulgularının Analizi ve Değerlendirmesi (1994–2005).....	130
3.3.2. Türkiye-Avrupa Birliği Konfeksiyon Sanayii Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeks Bulgularının Analizi ve Değerlendirmesi (1994–2005).....	137
3.3.3. Tekstil Sanayiine İlişkin AKÜ Ölçüm Sonuçlarının İstikrarlılığı.....	144
SONUÇ.....	147
KAYNAKÇA.....	157
EKLER.....	167

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
AET	Avrupa Ekonomik Topluluğu
AKÜ	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük
AR-GE	Araştırma-Geliştirme
bkz.	Bakınız
CE	Conformity European (AB uygunluk belgesi)
CIRFS	Uluslararası Rayon ve Sentetik Elyaf lar Birliği
ÇEA	Çok Elyaf lılar Anlaşması
DEİT	Dikey Endüstri-İçi Dış Ticaret
DİE	Devlet İstatistik Enstitüsü
DİR	Dahilde İşleme Rejimi
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	Dış Ticaret Müsteş arlığı
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
EFTA	Avrupa Serbest Ticaret Birliği
EİT	Endüstri İçi Ticaret
ERA	Avrupa Araştırma Alanı
EURATEX	Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Sanayii
EUROCOTON	AB Pamuklu ve Benzeri Tekstil Sanayileri Birliği
EUROSTAT	Avrupa Birliği İstatistik Ofisi
GAP	Güneydoğu Anadolu Projesi
GATT	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
GB	Gümrük Birliği
G – L	Grubel ve Lloyd
GOÜ	Geliş mekte Olan Ülkeler
GSMH	Gayrisafi Milli Hasıla
GSYİH	Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
GTİP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonları
H-O	Heckscher-Ohlin
H-O-S	Heckscher-Ohlin-Samuelson
IMD	Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü
IMF	Uluslararası Para Fonu

ISIC	Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması
İKV	İktisadi Kalkınma Vakfı
İTKİB	İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
KDV	Katma Değer Vergisi
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
LTA	Uzun Vadeli Pamuklu Dokuma Uluslararası Ticaret Anlaşması
MFA	Multi Fiber Arrangement
n.e.s.	Not Elsewhere Specified
OGT	Ortak Gümrük Tarifesi
OECD	İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı
OKK	Ortaklık Konseyi Kararı
ÖİK	Özel İhtisas Komisyonu
RCA	Revealed Comparative Advantage
SITC	Uluslararası Standart Ticaret Sınıflandırması
SSK	Sosyal Sigortalar Kurumu
STA	Kısa Vadeli Pamuklu Dokuma Uluslararası Ticaret Anlaşması
TEKSİF	Türkiye Tekstil Örne ve Giyim Sanayii İşçileri Sendikası
TGSD	Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği
T-O	Trade Overlap (Ticaret Çakışması)
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği
TÜTSİS	Türkiye Tekstil Sanayicileri ve İşadamları Sendikası
URG	Uluslararası Rekabet Gücü
VOB	Vadeli İşlemler ve Opsiyon Borsası
WEF	Dünya Ekonomik Forumu
WTO	Dünya Ticaret Örgütü
YEİT	Yatay Endüstri-İçi Dış Ticaret

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Yıllar İtibariyle Tekstil ve Konfeksiyon İhracatının Türkiye'nin Toplam İhracatındaki Payı (1000 dolar).....s.	63
Tablo 2: Yıllar İtibariyle Tekstil ve Konfeksiyon İthalatının Türkiye'nin Toplam İthalatındaki Payı (1000 dolar)..... s.	65
Tablo 3: Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Ait Kapasite Kullanım Oranları (Üretim Değeri Ağırlıklı) (%).....s.	68
Tablo 4: Dünyada ve Türkiye'de Sanayi Kesimi Elektrik Fiyatları.....s.	75
Tablo 5: Türkiye Pamuk Tüketimi.....s.	77
Tablo 6: Türkiye Pamuk İthalatı.....s.	77
Tablo 7: Türkiye-AB Dış Ticareti (milyar dolar, %).....s.	96
Tablo 8: Türkiye-AB Dış Ticaret Dengesi..... s.	96
Tablo 9: AB'nin En Çok Tekstil Dış Ticareti Yaptığı İlk Beş Ülke (1000 €)..... s.	100
Tablo 10: AB'nin En Çok Konfeksiyon Dış Ticareti Yaptığı İlk Beş Ülke (1000 €)..... s.	101
Tablo 11: Türkiye'nin AB ile İhracatının Sektörel Dağılımı (milyon dolar, %).....s.	102
Tablo 12: Türkiye'nin En Fazla Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Avrupa Birliği Ülkeleri (Dolar, %)..... s.	103
Tablo 13: Türkiye'nin En Fazla Tekstil ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Avrupa Birliği Ülkeleri (Dolar, %).....s.	104
Tablo 14: Ulusal Literatürde Mevcut, Türkiye'nin Rekabet Gücünü Ölçen Çalışmalar ve Bu Çalışmalara İlişkin Bazı Bilgiler (2000-).....s.	126
Tablo 15: Balassa Endeksinin (AKÜ ₂) Dağılımı.....s.	145

ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil 1: Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firmalara Özgü Etkenler.....s. 15
- Şekil 2: Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firma Dışı Etkenler.....s. 21
- Şekil 3: Ulusal Avantajların Belirleyenleri.....s. 35
- Şekil 4: Sistem Bütünü.....s. 39
- Şekil 5: Yıllar İtibariyle Tekstil ve Konfeksiyon İhracatının Türkiye'nin Toplam İhracatındaki Payı.....s. 64
- Şekil 6: Türkiye'nin İhracatının Sektörel Dağılımı (%).....s. 69
- Şekil 7: Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü İhracat Pazarları–2005 (%).....s. 70
- Şekil 8: SITC Rev. 3 Ürün Grupları İtibariyle AB'nin Türkiye'den İthalatı (%).....s. 103

EKLER LİSTESİ

- EK 1:** Türk Tekstil Sektörünün AB Tekstil Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₂ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>1).....s. 168
- EK 2:** Türk Tekstil Sektörünün AB Tekstil Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₆ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>0).....s. 171
- EK 3:** Türk Tekstil Sektörünün AB Tekstil Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₇ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>0).....s. 174
- EK 4:** Türk Tekstil Sektörünün AB Tekstil Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₈ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>0).....s. 177
- EK 5:** Türk Konfeksiyon Sektörünün AB Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₂ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>1).....s. 180
- EK 6:** Türk Konfeksiyon Sektörünün AB Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₆ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>0).....s. 182
- EK 7:** Türk Konfeksiyon Sektörünün AB Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₇ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>0)..... s. 184
- EK 8:** Türk Konfeksiyon Sektörünün AB Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₈ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>0).....s. 186
- EK 9:** SITC Rev. 3 Tekstil Sektörü 4 Basamaklı Sınıflandırması.....s. 188
- EK 10:** SITC Rev. 3 Hazır Giyim Sektörü 4 Basamaklı Sınıflandırması.....s. 191

GİRİŞ

Araştırmanın Konusu

Bu çalışmada Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii ele alınmakta ve incelenmektedir. Çoğu gelişmekte olan ülkede olduğu gibi Türkiye’de de ilk kurulan ve ülkenin gerek sanayileşmesinde, gerekse dışa açılma politikalarında lokomotif sanayi olan Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii hala ülkemizin istihdam ve ihracat bakımından en önemli sanayi sektörü olma özelliğini korumaktadır. Geçmiş Osmanlı İmparatorluğu’nun kuruluş dönemlerine hatta Selçuklulara kadar uzanan Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii, Türkiye imalat sanayii üretiminin yaklaşık yüzde onsekizini, toplam ihracatının yaklaşık olarak yüzde otuzunu tek başına karşılamakta ve toplam istihdama yüzde onun üzerinde önemli bir katkıda bulunmaktadır.

Faktör donatımıyla da ilgili olarak günümüzde, global düzeyde oldukça önemli bir rekabet gücüne sahip olan Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin en önemli ihracat pazarı yüzde 65-70 oranı ile AB pazarıdır. Türkiye’nin AB’ne toplam mamül ürünler ihracatının önemli bir bölümünü (yaklaşık %30-35’ini), sanayi tek başına karşılamaktadır. Bu anlamda sanayi, AB ile ticari ilişkilerimizde kilit rolü üstlenmektedir.

Çalışmada, hem Türkiye ekonomisi, hem de AB ile ticari ilişkilerimiz açısından bu kadar önem taşıyan tekstil ve konfeksiyon sanayiinin, AB karşısındaki rekabet gücü ve derecesi araştırılmaktadır. Bu amaçla, Balassa ve Vollrath yaklaşımı AKÜ endekslerinden (Basit Balassa Endeksi, Vollrath Görelî Ticaret Avantajı, Basit Balassa Endeksinin logaritması ve Açıklanmış Rekabet Edebilirlik) yararlanılarak tekstil ve konfeksiyonda rekabet edebilirlik, Türkiye ve AB için ölçülmüş ve ölçüm sonucunda ulaşılan bulguların analizi ve değerlendirmesi yapılmıştır. Ayrıca, sadece tekstil sanayiine ait olmak üzere AKÜ endekslerinin istikrarlılığı da hesaplanmış ve değerlendirilmiştir. Tekstil ve konfeksiyonda rekabet edebilirlik global düzeyde incelenmiştir. Türkiye ve AB, her ikisi de dünyaya ihracat ve dünyadan ithalat yapıyor şeklinde farzedilerek hesaplamalar yapılmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir.

Tekstil sanayiine ilişkin AKÜ ölçüm sonuçlarının istikrarlılığı Hinloopen ve Marrewijk (2001) tarafından önerilen Balassa endeksinin (Basit Balassa Endeksi) dağılımının incelenmesi yoluyla test edilmiş ve değerlendirilmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgular, rekabet gücü oldukça yüksek olarak bilinen sektörlerimizden tekstil sektöründe, Vollrath yaklaşımı iki AKÜ endeksi itibariyle, SITC üç basamaklı ürün gruplarının ikisinde [654 Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensucat (ipek, yün, keten vb.) ile 657 Özel İplikler ve Dokunmamış Mensucat (keçe, votka, sicim, ip, şapka taslakları, eknik eşya] ve alt ürün gruplarına inildikçe, dört basamaklı ürün gruplarının çoğunluğunda, Türkiye'nin AB karşısında açıklanmış karşılaştırmalı dezavantajları olduğu gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Sözü edilen durum rekabet gücü ölçümlerinde basamak sayısı arttırıldıkça sektörün genelinden daha farklı bir durumla karşılaşılabilceğini ve bu konunun dikkate alınmasının önemini göstermektedir.

Araştırmanın Önemi

Tekstil ve konfeksiyon sanayii ulusal literatürde, incelemeye konu olan önemli bir sanayi dalı olmasına karşın Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin rekabet gücünün SITC dört basamağa kadar çıkan bazda ölçüm ve analizinin yapıldığı herhangi bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Oysa endüstrilerin kapsamında bulunan ürün grupları genişletildikçe endüstriye ait alt ürün grupları itibariyle sektör genelinden daha farklı durumlarla karşılaşılabilir. Bu nedenle çalışma dört basamağa kadar çıkan SITC ürün grupları itibariyle tekstil ve konfeksiyonda Türkiye'nin AB'ne karşı rekabet gücünü araştırmaktadır. Ayrıca bilindiği üzere 2004 Mayıs ayı itibariyle AB(15) genişleyerek AB(25) halini almış, 2005 Ocak ayı itibariyle de tekstil ve konfeksiyonda yeni bir dönem –tekstil ve konfeksiyonda kotasız rekabet dönemi– başlamış bulunmaktadır. Türkiye tekstil ve konfeksiyon endüstrisinin sözü edilen dönemden olumsuz etkilenmesi muhtemeldir. Dolayısıyla, bu muhtemel olumsuz etkilerin manipüle edilebilmesi ve sektörün yeniden yapılandırılmasının yanı sıra AB pazar payının ve rekabet gücünün korunabilmesi için mevcut durumun tespit edilerek, politika önerilerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, 1994-2005 dönemi itibariyle tekstil ve konfeksiyonda SITC iki, üç ve dört basamaklı ürün gruplarına ilişkin, Türkiye'nin AB karşısındaki rekabet gücünün ve rekabet gücünde meydana gelen değişimlerin ortaya konulmasıdır. Ayrıca, 1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği'nden sonra oluşan yeni süreçte sektörün rekabet gücünde meydana gelen değişimler de ele alınmış ve incelenmiştir. Bunlara ilaveten, AB'nin 2004 yılı itibariyle genişlemesi ve AB (25) haline gelmesi konusu da göz önünde bulundurularak sektöre ilişkin dört basamağa kadar çıkan tekstil ve konfeksiyon ürün grupları bazında, rekabet gücünün bu genişleme sürecinden ne ölçüde ve ne yönde etkilendiği de ortaya konulmuş ve değerlendirilmiştir.

Ayrıca, sadece tekstil sanayiine ait olmak üzere, endekslerin istikrarlılığı test edilerek, tespit edilmeye ve ayrıca endüstrinin yeniden yapılandırılmasına ve rekabet gücünün artırılmasına yönelik politika önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın yöntemi, hem Türkiye ekonomisindeki, hem de AB ile ticari ilişkilerimizdeki önemli konumu itibariyle, 1994-2005 dönemine ait olmak üzere, tekstil ve konfeksiyon sanayiinin AB karşısındaki rekabet gücünü belli yaklaşımlar çerçevesinde endeks yöntemiyle test etmeye dayanmaktadır.

Rekabet edebilirliğe ilişkin yapılan analizlerde Balassa ve Vollrath yaklaşımli AKÜ endekslerinden yararlanılmıştır. Rekabet gücünü global düzeyde ölçen Balassa'nın bir (Basit Balassa Endeksi) ve Vollrath'ın üç endeksi (Görelî Ticaret Avantajı, Basit Balassa Endeksinin logaritması ve Açıklanmış Rekabet Edebilirlik) yardımıyla tekstil ve konfeksiyondaki rekabet edebilirlik hesaplanmış ve daha sonra bulgular temelinde analiz ve değerlendirmeler yapılmıştır. Global düzeyde, Türkiye ve AB'nin rekabet edebilirliği, her ikisi de dünyaya ithalat ve dünyadan ihracat yapıyor şeklinde farz edilerek karşılaştırılmış, son olarak da sadece tekstil sanayiine ait olmak üzere, endekslerin istikrarlılığı, Balassa endeksinin (AKÜ₂) dağılımı ile [Hinloopen ve Marrewijk (2001)] test edilmiş ve değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Planı

Çalışmanın birinci bölümünde öncelikle, genel olarak rekabet ve rekabet gücü kavramları üzerinde durulmuş, uluslararası rekabet gücünü belirleyen etkenler irdelenmiş, karşılaştırmalı üstünlükleri ve rekabet edebilirlik avantajlarını esas alan klasik ve neoklasik dış ticaret teorileri ile yeni dış ticaret teorileri ve M. E. Porter'ın "Uluslararası Rekabet Üstünlükleri Teorisi" ele alınmış, uluslararası rekabet gücü ölçüm yöntemleri, özellikle tezin de ana temasını oluşturan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi ve alternatifleri ayrıntısıyla açıklanmıştır.

İkinci bölümde, önce, tekstil ve konfeksiyon sanayiinin tanımı, kapsamı ve önemi üzerinde durulmuş, Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin tarihsel gelişimi incelenmiş, daha sonra sektörün mevcut ekonomik yapısı ile ilgili bilgi verilerek, rekabet gücünü azaltan temel sorunları ve bunların çözümüne yönelik öneriler yer yer AB ile karşılaştırma içinde sunulmuş, AB-Türkiye ticari ilişkilerinin gelişimi ve bu ilişkilerde Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin yeri ve önemi ortaya konulmuştur. Bu bölümde son olarak da dünya tekstil ve konfeksiyon ürünleri ticaretine uygulanan ticaret politikası önlemlerinin dün ve bugün incelenmiş, sanayinin geleceği ile ilgili birtakım tahminler hakkında bilgi verilmiştir.

Üçüncü ve son bölümde ise öncelikle açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ve Türkiye'nin sektörel rekabet gücü üzerine seçici bir literatür incelemesi ile konuya ilişkin, literatürde var olan çeşitli çalışmalar ortaya konulmuş, daha sonra da Balassa ve Vollrath endeksleri bazında, global düzeyde Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon sanayiinin AB tekstil ve konfeksiyon sanayii karşısındaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi hesaplamaları sonucunda ulaşılan bulgular temelinde sonuç ve değerlendirmeler yapılmıştır. Bu bölümde son olarak, sadece tekstil sanayiine ilişkin olmak üzere AKÜ ölçüm sonuçlarının istikrarlılığı test edilmiş ve test sonuçlarına ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

Sonuç kısmında, genel bir değerlendirme yapılmış ve önerilere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER VE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ

Gerek küreselleşmenin, gerekse bölgesel bütünleşme girişimlerinin yoğun bir biçimde yaşandığı günümüz dünyasında bütün ülkeler için olduğu gibi, Avrupa Birliği ile entegrasyon sürecinde olan Türkiye için de rekabet gücü kavramı, uluslararası rekabet gücü ve bunu etkileyen faktörler büyük bir önem taşımaktadır. Çalışmanın bu bölümünde genel olarak rekabet ve rekabet gücü kavramları üzerinde durulmuş, uluslararası rekabet gücünü belirleyen etkenler irdelenmiş, karşılaştırmalı üstünlükleri ve rekabet edebilirlik avantajlarını esas alan klasik ve neoklasik dış ticaret teorileri ile yeni dış ticaret teorileri ve M. E. Porter'ın "Uluslararası Rekabet Üstünlükleri Teorisi" ele alınmış, rekabet gücü ölçüm yöntemleri, özellikle tezin de ana temasını oluşturan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi ve alternatifleri ayrıntısıyla açıklanmıştır.

1.1. GENEL OLARAK REKABET

Günümüzde dünyada yaşam tarzlarımızın, hayallerimizin ve isteklerimizin birbirine gittikçe daha fazla yaklaştığı bir süreç yaşanmaktadır. Dünyayı oluşturan ülkeler birbirinden haberdar şekilde davranmaktadır. 1989 yılında Doğu Bloku'nun yıkılmasıyla başlatabileceğimiz bu süreç 'globalleşme' (küreselleşme) olgusuyla tanımlanmaktadır. Sermayenin, teknolojinin, işgücünün ve mal piyasalarının uluslar arası nitelik kazanması şeklinde ifade edebileceğimiz söz konusu süreç tüm dünya ülkelerini yoğun bir şekilde etkileyecek kadar hızlı ve etkindir. Bugün hiçbir ülke, kendisini bu değişimden soyutlamak gibi bir lükse sahip değildir. İşte, sözü edilen süreçte temel dinamik 'rekabet' kavramı olarak ortaya çıkmakta, rekabet gücü ve bunu etkileyen faktörler değişime ayak uydurmakta ve uluslararası rekabet yarışında öne geçmek, en kötüsünden geri kalmamak için öncelikli unsurlar olmaktadır. Bu bölümde, rekabet kavramı ve önemi, çeşitleri, fonksiyonları ve rekabetin ön koşulları açıklanmıştır.

1.1.1. Rekabet Kavramı ve Önemi

Rekabet sık olarak kullanılan, ancak üzerinde anlam açısından fikir birliğinin tam olarak sağlanmadığı bir kavramdır. Bu açıdan rekabet literatüründe çeşitli rekabet tanımları mevcuttur. Söz konusu tanımlardan ilgi çeken bir kısmı aşağıda açıklanmıştır.

Genel olarak rekabet, “*piyasada ekonomik amaç ve çıkarlarını gerçekleştirmek isteyen ekonomik birimler arasında, zaman içinde ortaya çıkan bir yarış ve karşılıklı ilişki süreci*”¹ olarak tanımlanmaktadır.

Modern ekonomi kuramına göre rekabet, bilgi akışının tam, malın homojen, hiçbir alıcı ve satıcının kendi başına fiyatı ve toplam arz miktarını etkileme gücüne sahip olmadığı ve giriş ve çıkışın serbest olduğu bir piyasa şeklidir².

Rekabet kavramı ülkemizde 13 Aralık 1994 tarihinde yürürlüğe giren 4054 sayılı ‘Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’ da da tanımlanmıştır. Buna göre rekabet, “Mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilmesini sağlayan yarış” şeklinde ifade edilmiştir.

Nasıl tanımlanırsa tanımlansın rekabet kavramı bir dinamizmi ifade etmektedir. Rekabet süreci birden çok taraf arasında gerçekleşen dinamik bir süreçtir. Rekabet yarışında taraflar kendileri için en iyi olan ekonomik sonucu gerçekleştirmek gayesindedirler. Rekabetin sürükleyici unsuru, tarafların bireysel ekonomik çıkar ve yararlarıdır. Rekabet yarışında taraflar, piyasa paylarını, satış ve kazançlarını koruma ve artırma uğraşındadırlar³. Sözü edilen yarışta taraflar birbirlerini karşılıklı etkileyerek, başarmaya ve kazanmaya zorlarlar. Rekabet, kişileri, firmaları, endüstrileri ve bunun ötesinde ülkeleri bilgi ve becerilerinin tümünü kullanmaya teşvikte bilinen en etkin yöntemdir. Kişilerin diğerlerinden daha başarılı olmak için tüm faydalı bilgi ve becerilerinden yararlanması da toplumsal bir

¹ Hüsnü Erkan, **Sosyal Piyasa Ekonomisi, Ekonomik Sistem ve Piyasa Ekonomisine İşlerlik Kazandırılması**, İzmir, 1987, s. 121.

² Kerem Can Sanlı, “**Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’ da Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği**”, Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi No:3, Başak Matbaacılık, Ankara, Ekim 2000, s. 4.

³ Canan Erkan, “Avrupa Topluluğu Karşısında Türk Sanayiinin Rekabet Yeteneği”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üni. Sos. Bil. Ens., İzmir, 1992, s. 39.

kazançtır. En iyisinin tespiti usulü olan rekabet, en fazla yeni toplumsal değerin de ortaya çıkmasını sağlar⁴.

Piyasa ekonomilerinde fonksiyonel işlerliğin sağlanması ve sürdürülmesi büyük ölçüde rekabetin varlığına bağlıdır. Bu açıdan piyasa ekonomisi rekabet ekonomisi olarak adlandırılabilir.

Rekabet, üreticileri piyasadaki pazar paylarını korumak ve karlarını arttırabilmek için maliyetlerini düşürüp daha kaliteli mal üretmeye yöneltecektir. Dolayısıyla, sonuç olarak tüketiciler daha kaliteli malları daha ucuza üretme imkanına sahip olacaklardır. Başka bir bakış açısından da üretimde verimlilik doğacak, daha az ve daha etkin kaynak kullanımı sağlanacaktır. Zira, çok iyi bilindiği üzere ekonomik kaynaklar sınırlıdır. Rekabet, kaynak dağılımında verimliliğin sağlanmasında en etkili yöntemdir ve tüketicilerin her bir malı elde etme arzusu ve o mala verdiği ekonomik değere göre kaynakların dağılımını sağlayarak, genel mutluluk ve refahın artmasını gerçekleştirir⁵.

Bir zaman süreci içinde ortaya çıkan rekabet⁶:

- Arz ve talep arasında ortaya çıkan bir uyum süreci
- Teknik gelişmeyi yaratan bir yenilik süreci
- Piyasada başarılı olmayanları ayıklayan bir ayıklama süreci ve
- Piyasa fiyatının, sosyal açıdan zorunlu olan maliyetlere yaklaşmasını sağlayan bir sosyal düzenleme sürecidir.

Buraya kadar hep rekabetin varlığı halinde oluşacak durumlar tartışıldı. Olaya bir de tam tersinden bakılacak olursa, yani rekabet şartlarının yeterince oluşmadığı veya rekabetin yeterince korunamadığı bir ortamda ne gibi durumların ortaya çıkabileceği tartışılabilir. Böyle bir ortamda; piyasalarda faaliyet gösteren teşebbüsler, kendilerini çok yönlü motive eden ve iktisadi davranışlarını kontrol eden bir motivasyondan yoksun olarak sahaya çıkarlar ve deyim yerindeyse serbest

⁴ Arif Uğur, “Rekabet Hukuku Açısından İşletme Birleşmeleri-I”, **Vergi Sorunları Dergisi**, Sayı:148, Ocak 2001, ss. 127–128.

⁵ Ateş Akıncı, **Rekabetin Yatay Kısıtlanması**, Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi No:5, Başak Matbaacılık, Ankara, 2001, ss. 12-13.

⁶ Helmut Arndt, “Macht und Wettbewerb”, Çık.: H. Cox vd., **Handbuch des Wettbewerbs**, Vahlen, München 1981, ss. 51-54. (Aktaran: Erkan, 1987, a.g.e. s.123.)

rekabet düzeni yerini “Anarşi” düzenine bırakır. Bu düzende iktisadi özgürlüklerin yerini kartelleşme ve ekonomik yoğunlaşma (konsantrasyon) olgusu alırken, toplum refahı ve tatmininin yerine, kartel firmalarının refahı ve tatmini ön plana çıkar⁷. Söz konusu ortamda firmaların fiyatta anlaşmaya varması yüzünden daha düşük maliyetle (daha ucuz) daha kaliteli mal ve hizmet üretme çabası ve güdüsü ortadan kalkar ve böylece haksız ve aşırı kazançlar, kalitesiz mallar, kaynak israfı ve dengesiz bir gelir dağılımı ortaya çıkar. Bu durum rekabetin varlığının önemini bir kez daha gözler önüne sermektedir.

1.1.2. Rekabetin Çeşitleri

Rekabetin çeşitlerini açıklamaya neoklasiklerin önemle üzerinde durdukları tam rekabetle başlanabilir ki; bu durum sadece teoride var olan ideal (birinci en iyi) bir durumdur, pratikte hiçbir zaman ve hiçbir yerde var olmamıştır ve bundan sonra da olmayacaktır. Tam rekabette aşırı karlar yok olmuştur, ancak maliyetin bir unsuru olarak normal karın elde edildiği, homojen mallar, homojen hizmetler, çok sayıda alıcı ve satıcı, tam bilgi, piyasalara giriş çıkış serbestisi gibi temel özellikler ihtiva eden tam rekabet tamamen varsayımsal bir durumdur. Doğal olarak fiyat ve kalite rekabetine imkan vermeyen tam rekabet, aslında açıkça görüldüğü üzere rekabetin olmadığı bir durumu, etkin olmayan sözde kalan bir rekabeti ifade etmektedir. Pratikte tam rekabetin aksine eksik rekabete rastlanmaktadır ve bu durum ileride ele alınacağı üzere yeni dış ticaret teorilerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Klasik ekonomistler ise serbest rekabeti savunmuşlardır. Serbest rekabette kendi kendini yönlendiren bir sürecin varlığı ve gerek devletin gerekse piyasada yer alan birimlerin piyasaya giriş çıkışı engellememesi ön koşulu bulunmaktadır. Tam rekabettekinin aksine devlet ekonomiyeye müdahale etmemelidir. Ekonomideki görünmeyen el dengeyi sağlayacaktır. Fiyatlar piyasa mekanizması tarafından mal ve faktörlerin görece kıtlık derecesine ve zaman içindeki değişimine göre belirlenmektedir. Serbest rekabet çalışma ve başarıya dayalıdır, yani ‘çalışma ve başarı rekabeti’ söz konusudur. Rekabet yarışındaki taraflar birbirlerini karşılıklı olarak etkileyerek çalışmaya, başarmaya ve kazanmaya zorlarlar. Çalışma ve başarı

⁷ Sanlı, 2000, a.g.e., ss. 3-4.

rekabetine dahil edilmeyen rekabet ise haksız rekabettir. Haksız rekabette rakiplerin kötülenmesi, önlenmesi vb. yollara başvurulur.

Tam rekabeti aksatan tekelci unsurlar ve ürünlerin aslında homojen değil de heterojen olması gibi unsurları göz önünde tutarak, gerçeğe daha uygun bir rekabet tanımına ulaşma çabası ile John Maurice Clark, 1939'daki bir tebliği ile rekabet teorisinde yeni bir çığır açmış ve fonksiyonel rekabete ulaşmıştır⁸. Clark, tam rekabetin var olmadığını; geçmişte de gerçekleşmediği ve gelecekte de büyük bir ihtimalle hiçbir zaman gerçekleşmeyeceği sonucuna varmıştır ve tam rekabeti birinci en iyi çözüm (first-best solution) olarak değerlendirmiştir. Piyasada ortaya çıkacak engellenemeyen aksaklıklar nedeniyle birinci en iyi çözüme ulaşamayacağına göre, rekabet politikası ancak ikinci en iyi çözümü (second-best solution) gerçekleştirmeye yönelik olacaktır. Piyasadaki zorunlu aksaklıklarla birlikte ortaya çıkan bu rekabeti, fonksiyonel açıdan işleyebilir veya fonksiyonel rekabet (workable competition) olarak adlandırmıştır. Fonksiyonel rekabet tam rekabet ile serbest rekabetin sentezini ifade etmektedir. Clark'a göre rekabet ne klasiklerin ifade ettiği gibi serbesttir, ne de neoklasiklerin belirttiği gibi tam rekabettir. Çok sayıda firmanın olduğu ortamlar, az sayıda firmanın olduğu ortamlarda rekabet yoktur. Kalite, hizmet ve fiyatta rekabet edebilecek sayıda firmanın bulunduğu piyasa, rekabet için en uygun piyasadır. Piyasada bir takım aksaklıkların ortaya çıkması, yani malların kalitesinin, fiyatının, satış sonrası hizmetlerinin farklılaşması rekabeti arttırmaktadır. Rekabetin etkin (fonksiyonel) işlemesi için piyasa yapıları, piyasa davranışları ve piyasa sonuçları itibarıyla rekabetçi olması gereklidir. Hizmet, fiyat ve kalite farklılaşmasına dayalı bir piyasa yapısında kalite ve hizmet olabilecek en yüksek düzeyde, fiyat ise olabilecek en düşük düzeyde olmalıdır.

Rekabet, konusu açısından fiyat rekabeti, kalite rekabeti ve ürün rekabeti olarak ortaya çıkarken çalışma ve başarıyı teşvik etmektedir⁹.

⁸ Fonksiyonel rekabet konusunda daha geniş bilgi için bkz; J.M. Clark, "Toward a concept of workable competition" *AER* 30, 1940, ss. 241-246. (Aktaran: Erkan, 1987, a.g.e., ss. 138-149.)

⁹ Hüsnü Erkan, Mikro Ekonomi Politikaları: Rekabet ve Rekabet Politikaları, D.E.Ü.İ.B.F., BİMER Ders Notları, İzmir 1988, s. 2. (Aktaran: Erkan, 1992, a.g.t., s. 40.)

Rekabet, rekabet politikası ile yönlendirilip yönlendirilmeyişine göre serbest ve yönlendirilmiş rekabet olarak adlandırılmaktadır. Eğer devlet tarafından yönlendirilmeyen, kendi akışına bırakılmış bir rekabet süreci varsa, serbest rekabet; buna karşın devletin etkileyip yönlendirdiği bir rekabet varsa düzenlenmiş veya yönlendirilmiş rekabet söz konusudur. Rekabet kendiliğinden var olamamaktadır. Zira piyasalarda zamanla rekabeti ortadan kaldıracı ekonomik güç yoğunlaşması ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle rekabet, ekonomi politikası içinde korunma, teşvik ve geliştirilmeye ihtiyaç göstermektedir. Devletin bu alanda izlediği politika ile rekabet süreci etkilendiği için, yönlendirilmiş rekabet söz konusudur. Bu nedenle, yönlendirilmiş rekabet, serbest rekabet aleyhine genişleme eğilimindedir¹⁰.

Rekabet rekabete katılan tarafların bilgisi dahilinde yürütülüyorsa açık, bilgisi olmaksızın yürütülüyorsa gizli rekabetten söz edilir. Gizli rekabet daha çok fiyat rekabeti şeklinde gerçekleştirilmektedir. Özellikle devlet ve özel kartellerin bulunduğu, fiyat bildiriminin zorunlu olduğu ve fiyat kontrollerinin bulunduğu piyasalarda gizli rekabete başvurulmaktadır¹¹.

Piyasada bazı ekonomik birimler yenilikçi ve sürükleyici olurken diğerleri ise, taklitçi ve izleyicidirler. Yenilikçi işletmelerin getirdiği yenilik belli bir süre aşırı karla ödüllendirilirken, piyasaya taklitçi firmaların girmesiyle aşırı kar zamanla ortadan kalkar. Böylece rekabetin çeşitleri arasında yenilikçi ve taklitçi rekabet de sayılabilir.

Rekabet ayrıca arz ve talep rekabeti olarak da ayrılmaktadır.

Belli fonksiyonları yerine getirip getirmediğine bakılarak, rekabet, fonksiyonel ve fonksiyonel olmayan rekabet şeklinde de ayrıma tabi tutulabilmektedir. Örneğin rakip firmaları piyasanın dışında bırakmak amacına yönelik olan rekabet yıkıcı (fonksiyonel olmayan) rekabettir.

Öte yandan, yapılan araştırmalar, rekabette 1960'dan günümüze son 40 yılda yaşanan gelişmelere ilişkin olarak, 1960'larda üretim üstünlüğü, 1970'li yıllarda

¹⁰ Gerd Aberle, **Wettbewerbstheorie und Wettbewerbspolitik**, Kohlhammer; Stuttgart, 1980, s. 12. (Aktaran: Erkan, 1987, a.g.e., s. 122.)

¹¹ Erkan, 1987, a.g.e., s. 124.

maliyet ve ürün özellikleri, 1980-1990'lı yıllarda kalite, yenilik, esneklik, hız ve farklılık, 2000'li yıllarda ise kalite, yenilik, esneklik, hız ve farklılığa ilaveten mükemmeliyetçiliğin de ön plana çıktığını göstermektedir. Bu durum da, rekabetin sürekli gelişen ve genişleyen bir süreç olduğunu ifade etmektedir.

Günümüzde, 18. yüzyılın sonlarından itibaren ortaya çıkan sanayileşme olgusunun önem kazandığı liberal düşünce ve küreselleşmenin getirdiği ekonomik entegrasyon olgusunun da etkisiyle ulusal ekonomilerin önemli bir kısmında, bu arada ülkemizde de serbest piyasa ekonomisi ve dolayısıyla serbest rekabet işlemektedir. Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren serbest rekabet benimsenmiş ve önemli ölçüde liberizasyona gidilmiştir.

1.1.3. Rekabetin Fonksiyonları

Rekabetin fonksiyonları toplumsal ve ekonomik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır ve aşağıda madde madde açıklanmıştır ¹².

1.1.3.1. Rekabetin Toplumsal Fonksiyonu

Rekabetin toplumsal fonksiyonu, ekonomik davranış, karar ve seçme özgürlüğünü korumaya yöneliktir. Hatta rekabet özgürlüğü, rekabetin tek ve temel unsuru olarak görülmektedir.

1.1.3.2. Rekabetin Ekonomik Fonksiyonu

Rekabetin ekonomik fonksiyonları ise çeşitlidir:

- *Ekonomiyi Yönlendirme Fonksiyonu:* Bu fonksiyon piyasaların malların kıtlık derecesini gösterme, başarısızlıklarını ayıklama ve koordinasyon fonksiyonları ile birlikte gerçekleşmektedir.
- *Kaynak Dağılımını Düzenleme Fonksiyonu:* Üretim faktörlerinin en etkin biçimde kullanılması ve optimum kaynak dağılımının ve dolayısıyla optimal verimliliğin sağlanmasında, fonksiyonel işlerliğe sahip rekabet en iyi araçtır.

¹² Erkan, 1987, a.g.e., ss. 124-126.

Kaynak dağılımını düzenleme fonksiyonu rasyonelleşmeyi sağlamakta ve böylece de ekonominin bütününde kaynak tasarrufu ve refah artırıcı etki ortaya çıkmaktadır.

- *Yenilik ve Teknik Gelişmeyi Sağlama Fonksiyonu:* Rekabet bir yenilik baskısı yaratarak teknik gelişmenin yayılmasını gerçekleştirmekte ve tekel durumunu sona erdirmektedir.
- *Ekonomik Konjonktürdeki Gelişmelere Uyumu Arttırma Fonksiyonu:* Rekabet sayesinde işletmeler üretim kapasitelerini, üretim programlarını ve üretim yöntemlerini konjonktürel ve yapısal dalgalanmalara uyum sağlayabilecek şekilde değiştirebilmektedirler ve bu sayede ekonomik krizler daha az zararlı atlatılabilmektedir.
- *Gelir Dağılımını Düzenleme Fonksiyonu:* Fonksiyonel işlerliğe sahip rekabet, çalışma ve başarı rekabetini ön plana çıkarmaktadır ve böylece faktör piyasasında gelirin ekonomik çaba ve başarıya göre belirlenmesini sağlayarak haksız kazanç, karaborsa vb. gibi herhangi bir çabaya ve fonksiyona sahip olmayan gelirleri ortadan kaldırmaktadır.
- *Ekonomik Gücün Sınırlandırılması ve Kontrolü Fonksiyonu:* Etkin rekabet kontrol edilemeyen ekonomik gücün ortaya çıkmasını engeller. Bu şekilde rekabet, ekonomik gücün kontrolünü, belli bir boyuttan sonra da siyasal gücün kontrolünü sağlamaktadır.

Yukarıda sayılan bütün fonksiyonları yerine getiren rekabet “etkin”, “fonksiyonel” ve “başarı” rekabeti olarak adlandırılmaktadır¹³. Ayrıca aşağıdaki birkaç fonksiyondan da bahsedilebilir:

- *Bireylerin Tercih ve Davranışlarında Özgürlük Sağlama Fonksiyonu:* Fonksiyonel rekabet, girişimcilere maksimum davranış ve seçim özgürlüğü sağlar. Bu özgürlük etkin bir rekabetin temel koşullarından biri olmanın

¹³ Helmut Cox ve H. Hübner, “Wettbewerb: Eine Einführung in die Wettbewerbs-theorie und Wettbewerbspolitik”, **Handbuch des Wettbewerbs**, Çık.: H. Cox vd., F. Vahlen: München, 1981, s. 54. (Aktaran: Erkan, 1992, a.g.t., s. 42.)

dışında, başlı başına bir değer de içerir.

- *Tüketici Tercihlerini Karşılama Fonksiyonu:* Bilindiği üzere uzun dönemde neyin, ne kadar ve kimler için üretileceği tüketicilerin talebine bağlıdır. Ekonomik ve teknolojik gelişmeler tüketici tercihlerine de yansımıştır. Günümüzde içinde bulunduğumuz ortamda tüketicilerin artan ve çeşitlenen ürün talebine ancak etkin rekabet sayesinde cevap verilebilir.

1.1.4. Rekabetin Ön Koşulları

Rekabet ancak gerekli koşulların varlığı halinde gerçekleşmektedir. Rekabet için en önemli ön koşul özgürlüktür. Özgürlüğün olmadığı bir ekonomik sistemde rekabetin varlığından bahsedilemez. Piyasa ekonomisinde rekabetin ön koşullarını üç ana grupta toplamak mümkündür¹⁴.

- Rekabet düzenini oluşturan şekli-yasal düzenlemeler,
- Rekabetin işlerliğini sağlayan motivasyon ve uyarı unsurları,
- Rekabete uygun politikaların bulunması.

Rekabet için gerekli olan şekli-yasal düzenlemeler, bu alana ilişkin hukuk düzeninden oluşmaktadır. İşyeri açma özgürlüğü, sözleşme özgürlüğü, fonksiyonel işlerliğe sahip para düzeni ile rekabet sınırlamalarını belirleyen yasal düzenlemeler rekabetin varlığı için şekli koşullardır. Bunlar hep birlikte rekabetin işleyeceği şekli ortamı, yani rekabet özgürlüğü alanını belirleyerek ekonomik birimlere rekabet şansı yaratmaktadır.

Rekabet için ayrıca rekabete arzulu ve istekli olmak yani rekabet ruhu (spirit of competition), yenilikçilik ve yaratıcılık ve küresel düşünmek gereklidir. Rekabet ruhu, girişimcilerin başarı ve çalışmaya önem veren tutumunu ifade etmektedir.

Rekabetin varlığında piyasa yapıları da oldukça önemlidir. Piyasanın yeni girişlere açık olması etkin rekabeti gerçekleştirir.

¹⁴ Erkan, 1987, a.g.e., s. 130.

1.2. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ

Global düzeyde, iktisadi açıdan özellikle 1980'li yıllardan itibaren, liberalleştirme ve özelleştirme eğilimlerinin artmasıyla birlikte hız kazanan ve 1990'lı yıllarda tamamen belirgin hale gelen küreselleşme, rekabetin boyutunu da değiştirmiştir. 1980'lerin sonunda dünyada ekonomik ve siyasal açıdan hızlı bir değişim süreci başlamış, bu süreç ulusal egemenlik kavramının yeniden yorumlanmasına ve daha önceden ulusal düzeyde değerlendirilen unsurların uluslar arasılaşmasına, sermayenin serbest dolaşımının artmasına, ülkeler arasındaki coğrafi sınırların önemsizleşerek ulusal rekabetin bölgesel hatta küresel rekabete dönüşmesine yol açmıştır. Söz konusu ortamda devletler, bankalar ve özellikle de firmalar arasında yaşanan yoğun bir uluslararası rekabet olgusu ortaya çıkmıştır. Günümüzde dünya üretiminin yaklaşık beşte birine yakın bir payı, Çok Uluslu Şirketler tarafından ulusal sınırların ötesinde gerçekleştirilmektedir. Rekabet gücüne sahip olanlar sistemde varlıklarını devam ettirmekte ve gücü ele geçirmekte, diğerleri ise çekilmek zorunda kalmaktadır. İşte bu noktada uluslararası rekabet gücü kavramı ve bunu etkileyen faktörler büyük önem taşımaktadır. Çalışmanın bu bölümünde uluslararası rekabet gücü kavramı ve taşıdığı önem üzerinde durulmuş ve uluslararası rekabet gücünü etkileyen faktörler açıklanmıştır.

1.2.1. Uluslararası Rekabet Gücü Kavramı ve Önemi

Uluslararası rekabet gücü kavramına geçmeden önce genel olarak rekabet gücü kavramı üzerinde durmakta yarar vardır.

Rekabet gücü (competitiveness) kavramı genel olarak bu konudaki literatürde; firma, endüstri ve ulusal (uluslararası) düzeyde olmak üzere üç farklı düzeyde ele alınmakta ve tanımlanmaya çalışılmaktadır¹⁵.

Firma düzeyinde rekabet gücü, herhangi bir firmanın ulusal ya da global piyasalarda rakiplerine kıyasla düşük maliyette üretimde bulunabilme (fiyat ve maliyette rekabet gücü), ürünün kalitesi, sunulan hizmet ve ürünün çekiciliği

¹⁵ Coşkun Can Aktan, Türkiye'de Üretim ve İstihdama Yönelik Ulusal Rekabet Gücü Politikası, Erişim:23.11.2005, <http://www.tisk.org.tr>

(kalitede rekabet gücü) gibi unsurlar açısından rakiplerine denk veya daha üstün bir durumda olma, ayrıca yenilik ve icat yapabilme yeteneğidir.

Endüstriyel rekabet gücü, bir endüstrinin rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilik düzeyine ulaşması ve bu düzeyi sürdürme yeteneği ya da rakiplerine kıyasla eşit ya da daha düşük maliyette ürün üretme veya satma yeteneğidir. Başka bir ifadeyle, endüstri düzeyinde rekabet gücü, bir sanayinin rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilik düzeyinde uluslararası piyasanın gereklerine uygun mal ve hizmet üretebilme ve daha düşük maliyetlerle uluslararası piyasaların standart ve taleplerine uygun mal ve hizmetleri üretebilmesini sağlayan icat ve yenilikleri gerçekleştirme yeteneğidir.

Buraya kadar yapılan açıklamalardan anlaşıldığı üzere rekabet gücü tek bir boyuttan öteye çok boyutlu bir kavramdır.

Uluslararası rekabet gücünün tanımı konusunda gerek ulusal gerekse uluslararası iktisat literatüründe yeterince açık ve üzerinde tam bir uzlaşmanın sağlandığı fikir birliği bulunmamaktadır. Rekabet literatüründe genellikle tanımlanmadan ölçülmeye çalışılan uluslararası rekabet gücünün (URG) kendisi ile unsurları, göstergeleri, belirleyicileri, ölçü(t)leri ve sonuçları da içinden zor çıkılacak bir biçimde birbirine karış(tırıl)maktadır. Bu kavram kargaşasının başka bir nedeni de URG kavramının tek bir kuramsal temelini bulunmayışı; başka bir deyişle, dış ticaret kuramının yanı sıra *sanayi iktisadı* ve *işletme iktisadı* veya *endüstriyel organizasyon* gibi hem iktisatçı hem de işletmecilerin çalışma konularını yakından ilgilendiren bir kavram oluşudur¹⁶. Aşağıda uluslararası rekabet gücüyle ilgili ilgi çekici birkaç tanım bulunmaktadır.

Uluslararası rekabet gücü, her ne kadar makroekonomik açıdan ülkelerin rekabet gücünü karşılaştıran bir kavram olarak görünse de esasen mikro ekonomik üretici birimlerinin (firmaların) uluslararası piyasada rekabet yönünden üstünlüklerini karşılaştırmalı olarak ortaya koyan bir kavramdır. Bir ülkenin rekabet gücü, o ülkenin ürettiği malların diğer ülke mallarıyla fiyat ve kalite yönünden

¹⁶ Aykut Kibritçioğlu, "Uluslararası Rekabet Gücüne Kavramsal Bir Yaklaşım", **Verimlilik Dergisi**, MPM Yayını, 1996/3, ss. 109-111

yarışabilecek düzeyde olması demektir¹⁷. Rekabet gücü genel olarak bu şekilde ifade edilmektedir. Bu genel tanım dışında başka tanımlar da bulunmaktadır.

Ulusal (uluslararası) düzeyde rekabet gücü “bir ülkenin, serbest ve adil piyasa koşulları altında, bir yandan uzun vadede halkının reel gelirini arttırırken; öte yandan, uluslararası piyasaların koşullarına ve standartlarına uygun mal ve hizmetleri üretebilme yeteneğidir”. Uluslararası rekabet gücünün arttırılması, üstün bir verimlilik performansına ve yüksek reel ücretlere sahip olan iktisadi faaliyetlere ülke kaynaklarının yönlendirilmesi yeteneğine bağlıdır. Rekabet gücü, sadece dışarıya mal satma ve dış ticaret dengesini sağlama yeteneği değildir; bunun yanı sıra bir ülkenin gelir ve istihdam düzeyini arttırabilme ve yaşam kalitesinde kabul edilebilir ve sürekli artışlar sağlayabilme ve uluslararası pazarlardaki payını arttırabilme yeteneėidir¹⁸.

Yerli bir firmanın bir dış satım piyasasında veya yurtiçi piyasada uluslararası rekabet gücüne sahip olması demek, rakip yerli ve yabancı firmalara kıyasla (1) ürün fiyatı ve / veya (2) ürün kalitesi, teslimde dakiklık ve satış sonrası servis gibi fiyat-dışı unsurlar açısından şu anda ve gelecekte aynı durumda veya onlardan daha üstün olmasıdır¹⁹.

AB Komisyonu, 1994 yılında OECD'nin tanımına atıfta bulunarak yayınladığı “Avrupa Birliği İçin Endüstriyel Rekabet Politikası” başlıklı tebliğinde rekabet gücünü şu şekilde tanımlamıştır: Rekabet gücü, uluslararası rekabete maruz kalan ve maruz kalmaya devam eden ticaretin, sanayinin, bölgelerin, ülkelerin ve uluslarüstü kuruluşların verdikleri hizmetlerle ürettikleri katma değeri ve yaratacakları istihdam potansiyelini yüksek tutabilme kapasiteleridir²⁰.

Her yıl ülkelerin rekabet gücünün kıyaslanması konusunda çalışmalar yapan “Dünya Ekonomik Forumu (WEF)” da bir ülkenin rekabet gücünü, rakiplerine

¹⁷ Coşkun Can Aktan, **Türkiye Dünyanın Neresinde?**, EGİAD Yıllık Rapor 1998, s. 111.

¹⁸ Aktan (2005), a.g.e.

¹⁹ Kibritçioğlu, 1996/3, a.g.m., s. 111.

²⁰ İKV, **Avrupa Birliği' nin Girişimcilik (Sanayi ve KOBİ) Politikası ve Türkiye' nin Uyumuna**, İstanbul, Haziran 2001, s. 13.

kıyasla uzun vadede daha fazla katma değer yaratma ve sürdürebilme yeteneği olarak tanımlamıştır.

Günümüzde rekabet gücü (competitiveness) bütün ülkeler açısından aynı derecede önem taşımaktadır. Gelişmiş ülkeler mevcut paylarını korumak veya dünya ekonomisinden daha fazla pay alabilmek, geliştirmekte olan ülkeler (GOÜ) ise ekonomik büyümelerini hızlandırarak refah seviyelerini arttırabilmek için rekabet gücü konusuna ülke gündemlerinde ilk sıralarda yer vermektedirler.

Rekabet gücünün artması, ülke ekonomisinde zincirleme bir reaksiyonun oluşmasına yol açmaktadır. Bu artış üretim ve ihracatta genişlemeyi sağlamakta; söz konusu durum karlılığın büyümesine böylece yatırımlarda hızlanmaya ve istihdamın gelişmesine etki etmektedir. Dolayısıyla rekabet gücü üretimin ve verimliliğin artması, yaşam standartlarının iyileşmesi ve istihdamın geliştirilmesi için bir ön koşuldur²¹.

Rekabet gücü ile ekonomik büyüme hızı ve dolayısıyla ekonomik refah arasında yakın bir ilişki mevcuttur. Rekabet gücü yüksek olan ülkelerde ekonomik refah düzeyinin daha yüksek olması asla tesadüfi değildir²². İçinde bulunduğumuz yüzyılda rekabet gücüne gereken önemi veren ülkeler kazançlı çıkacaktır, bir anlamda 'rekabet gücü kavramı ülkelerin geleceğine şekil verecektir' denilebilir. Rekabet gücüne gereken önemi vermeyen ülkeler ise geri kalmaya mahkumdur.

1.2.2. Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Etkenler

Uluslararası rekabet gücünü belirleyen etkenler firma içi etkenler ve firma dışı etkenler olarak iki ana kategoride toplanabilir. Firma içi etkenler; kısa veya uzun vadede firma tarafından kontrol edilmeleri, değiştirilmeleri ve geliştirilmeleri mümkün olan faktörlerdir. İşgücü maliyetleri, verimlilik, kalite, karlılık, bilim ve teknoloji düzeyi, yönetim, nitelikli işgücü, uluslararası standartlar ve fiyat firma içi etkenlerdir. Firmanın ürettiği malların kalitesi, maliyeti ve fiyatı firma içi etkenler arasında önem taşımaktadır. Maliyetler içinde de işgücü maliyeti, sermaye maliyeti,

²¹ TİSK İnceleme Yayınları, **Türkiye'nin Rekabet Gücü (AB Ülkeleri, Japonya ve ABD Karşılaştırmalı)**, Yayın No: 152, s. 6.

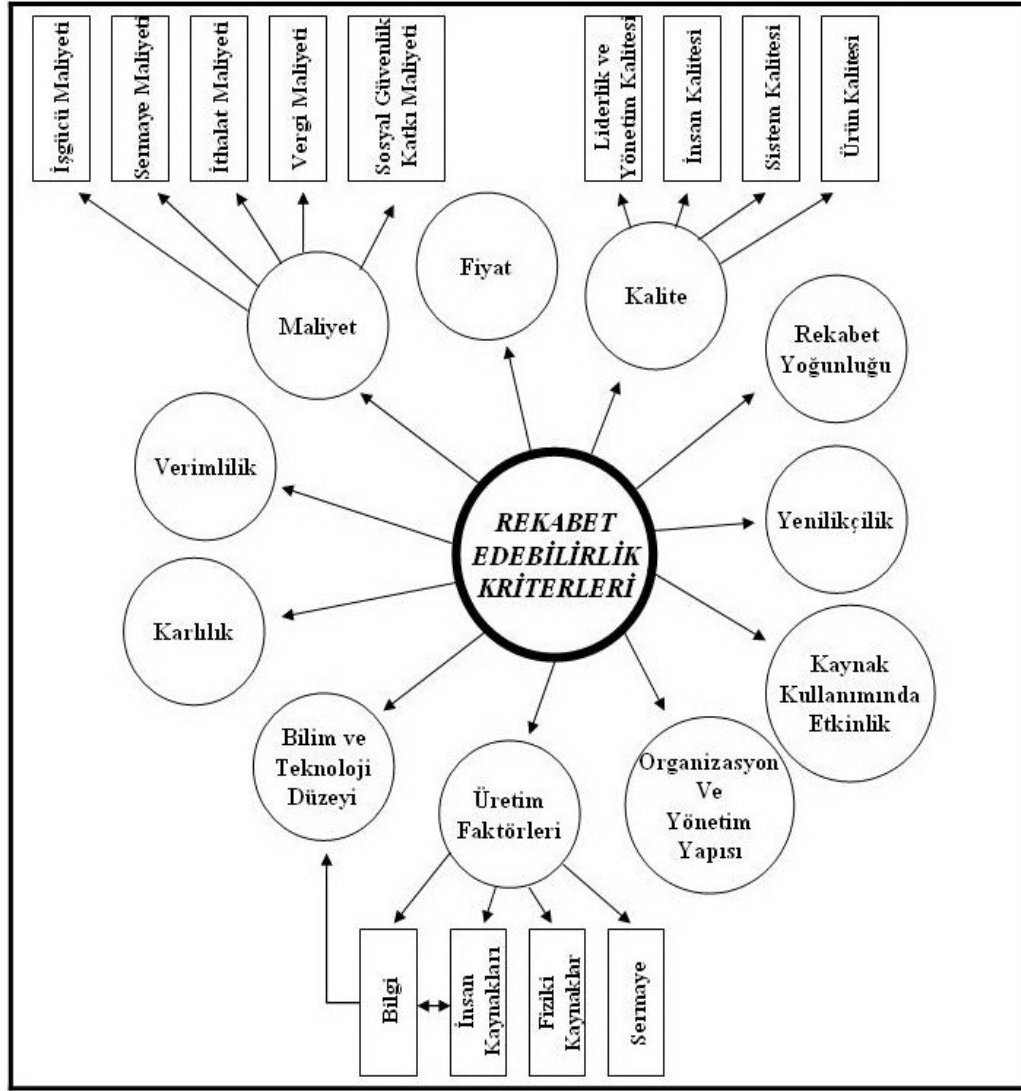
²² Aktan, 1998, a.g.r., s. 118.

ithalat maliyeti, vergi maliyeti, sosyal güvenlik maliyeti vb. dikkate alınabilir. Ayrıca verimlilik, karlılık, firmada kullanılan bilgi teknolojisi, organizasyon ve yönetim yapısı, kaynakların etkin kullanımı, yenilikçilik ve yaratıcılık gibi etkenler de firma içi etkenler olarak belirtilebilir. Firma dışı faktörler ise firma tarafından kontrol edilemeyen faktörlerdir. Devletin ekonomideki yeri ve ekonomiye olan müdahaleleri, altyapı, işgücü piyasalarının esnekliği, dış ticaret politikası, yabancı sermaye, yurtiçi rekabet ortamı, coğrafi konum, ülke imajı, ülke içi talep yapısı, doğal kaynaklar, finans sektörü ve teşvikler (devlet yardımları) firma dışı etkenler arasında sayılabilir.

1.2.2.1. Firmalara Özgü Etkenler

Firmalara özgü etkenler arasında firmanın ürettiği malların kalitesi, maliyeti ve fiyatı önem taşımaktadır. Maliyetler arasında da işgücü maliyeti, sermaye maliyeti, ithalat maliyeti, vergi maliyeti, sosyal güvenlik maliyeti vb. maliyet faktörlerini göz önüne almak gerekir. Bunun dışında verimlilik, karlılık, firmada kullanılan bilgi teknolojisi, organizasyon ve yönetim yapısı, kaynakların etkin kullanımı, yenilikçilik ve yaratıcılık gibi faktörler rekabet gücünü belirleyen firma içi diğer etkenlerdir. Ayrıca, başka firma içi etkenler de bulunmaktadır. Bu etkenler arasında, firmanın faaliyette bulunduğu sektördeki rekabet yoğunluğu, firmanın malın fiyatını tespit etmede ne ölçüde güçlü olduğu, sektördeki ölçek ekonomileri, işgücünün verimliliği, firmanın organizasyon ve yönetim biçimi, kapasite kullanım oranı, sermaye piyasalarındaki finansman koşulları vb. faktörler sayılabilir. Sözü edilen etkenler çalışmanın ilerleyen kısımlarında topluca verilmiştir (bkz: Şekil 1).

1990'lı yıllarda şekillenen yeni rekabet anlayışıyla birlikte işletmeler kalite olgusuna daha çok önem vermeye başlamışlardır. Dünyada yaşanan hızlı değişim sürecinde tüketicilerin artan istek ve ihtiyaçlarına etkin bir şekilde cevap verebilme arzusu, üretilen mal ve hizmetlerdeki çeşitlilik, teknolojik ilerlemeler, uluslararası ticarete liberizasyon ve küreselleşmenin getirdiği yeni rekabet koşulları firmaları daha kaliteli ürün ve hizmet üretmeye zorlamıştır. Günümüzde ancak değişen ve gelişen tüketici istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek kalite anlayışı ve uygulamalarını benimseyen ve bunun sürekliliğini sağlayabilen firmalar rakipleri karşısında rekabet üstünlüğü elde edebilirler.



Şekil 1: Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firmalara Özgü Etkenler

Kaynak: Aktan, 1998, a.g.e., s. 112.

Teknoloji, gelişme seviyesini daha ileri noktalardaki üretim araçlarına, ürünlere ve yöntemlere götüren bilgiler bütünüdür. Teknolojide, AR-GE faaliyetleri sonucunda meydana gelecek her yenilik, verimlilik ve kalite artışı da beraberinde getirecektir²³. Verimlilik ve kalite artışı ise uluslararası pazarlara maliyetlerin düşüşü ve ürünün fiyatının ucuzlaması şeklinde yansiyacaktır. Ayrıca teknolojik gelişmeler, hem yeni ürünlerin geliştirilmesine hem de var olan ürünlerin farklılaştırılması

²³ Mahmut Tekin ve Muammer Zerenler, “Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerin Teknoloji Kullanımının İşletme Üzerindeki Etkileri”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi**, Yıl:2000, Sayı:4, Konya, s. 3.

yoluyla artan, değişen ve gelişen tüketici ihtiyaçlarının daha etkin bir şekilde karşılanmasına imkan verir.

Kaliteye bu şekilde önem verilmesi, günümüzde kalitenin rekabet gücünü arttırmada en önemli unsurların başında geldiğini göstermektedir. Çünkü diğer faktörlere bakıldığında hemen hemen tümünün kalite ile ilişkili olduklarını görebiliriz. Kalite kavramı; maliyetler, verimlilik, karlılık gibi avantajların sağlanmasında da etkilidir. Örneğin; kalite standartlarına uygunluk verimlilik artışını ve maliyetlerin düşmesini sağlar. Düşük maliyet ve yüksek verimlilik ile pazara giren firma da yüksek karlılık ve büyüme sağlar. Sonuçta kalitenin rekabet gücünü elde etmede ve sürdürmede oldukça önemli nitelikteki unsurların başında geldiği söylenebilir.

20. yy.'ın sonlarından itibaren bilim ve teknoloji alanında meydana gelen gelişmeler, dünyada insanlık için yeni bir çağın başladığının önemli bir göstergesidir. Bu inanılmaz değişim ve gelişim sürecinde teknolojiye ve onun kaynağı olan bilime hakim olan ülkeler uluslararası alanda rekabet üstünlüğünü ele geçiren ülkeler olacaktır.

Günümüzde kendi teknolojisini üretebilen veya yeni teknolojileri yapılarına en kısa zamanda adapte edebilen, uzun dönemde de sürekli araştırma ve geliştirme faaliyetleriyle bu teknolojik yapılarını besleyebilen ülkeler, yakaladıkları rekabetçi yapıyla dünya pazarlarında güçlü ve sağlam konumlara erişebilmektedirler. İşte, dünya ekonomisinde söz sahibi olan Amerika, Japonya, Almanya başta olmak üzere gelişmiş ülkelerin en büyük avantajları da ihtiyaç duyulan teknolojileri yaratmaları ve bunları kullanabilmeleridir. Bu ülkeler birbirlerine ürün ticareti açısından üstünlük sağlamaktan çok yeni bilgi ve teknoloji üretme açısından üstünlük sağlama çabası içerisindedirler. Çünkü günümüzde, en basit gibi görülen imalat sanayii ürünlerinden tarımsal ürünlere kadar tüm mal ve hizmetlerin üretiminde en stratejik girdi bilgi ve teknolojidir²⁴. Bütün bunlardan çıkarılacak sonuç bilim ve teknoloji alanında gerekli altyapıyı oluşturamayan ve AR-GE faaliyetlerine gerekli yatırımı yapmayan

²⁴ Yakup Kepenek ve Nurhan Yentürk, **Türkiye Ekonomisi**, Remzi Kitabevi, İstanbul, Ocak 2000, s.506.

ülkelerin gelecekte rekabet gücü elde edemeyecekleri ve rekabet üstünlüğüne sahip olanların da bu üstünlüğü kaybedecekleridir.

Rekabet gücünü etkileyen firmalara özgü etkenlerin en önemlilerinden biri de maliyetlerdir. Başlıca maliyet unsurları; işgücü, sermaye, vergi, ithalat ve sosyal güvenlik maliyetleridir. Bunların içinde de en önemlisi işgücü maliyetleridir. İşgücü maliyeti; birim işgücü başına maliyeti (TL/saat, TL/gün) ifade etmektedir²⁵. Bir firma için, işgücü maliyetlerinin artması demek, üretim maliyetlerinin ve dolayısıyla da malın/hizmetin piyasaya sunum fiyatının artması demektir. Sonuçta firmanın hem iç hem de dış piyasalarda fiyat açısından rekabet etme şansı azalır. Uluslararası piyasalarda Türkiye'nin de önemli bir rakibi halindeki Çin'in rekabet avantajı işgücü maliyetlerinin düşüklüğünden ayrıca önemli ölçüde de fiyat kırımından ileri gelmektedir.

Başka bir firma içi etken verimlilik, uluslararası alanda rekabet gücünün en önemli kavramlarından birisidir. Verimlilik kısaca çıktı ile girdi arasındaki oran şeklinde tanımlanmaktadır. Verimlilik kavramı içinde işgücü verimliliği, sermaye verimliliği ve toplam faktör verimliliği vb. unsurları kapsamaktadır. Burada, yine en önemli belirleyici işgücü verimliliğidir. İşgücü verimliliği kavram olarak çalışan başına katma değeri ifade eder²⁶. İşgücü verimliliğinin yüksek olması işgücü faktörünün etkin olarak çalıştırıldığına göstergesidir. Verimlilikteki artış üretim artışını, üretim faktörlerinin etkin olarak kullanılmasını, uzun vadede bireylerin yaşam standartlarının yükselmesini, firmaların varlıklarını devam ettirmelerini, yeni iş sahalarının yaratılmasını ve sonuç olarak rekabet gücündeki artışı sağlayan önemli bir faktördür.

Günümüzde hızla değişen ve gelişen teknoloji insan kaynakları alanında da önemli değişimlere sebep olmuştur. Çalışanlarda ihtiyaç duyulan nitelikler artmıştır. Firmaların rekabet güçlerini arttırmada yetişmiş, nitelikli insan gücü önemli rol oynamaktadır. Doğal kaynaklar açısından sınırlı olan çoğu gelişmiş ülke (en iyi

²⁵ TÜSİAD, **21. Yüzyıla Doğru Türkiye: Geleceğe Dönük Bir Atılım Stratejisi**, (Dört Cilt), Yayın No: TÜSİAD-T/91.3.141, İstanbul, Mart 1991, s. 27.

²⁶ TİSK , a.g.y., s. 50.

örnek Japonya) sahip oldukları nitelikli işgücü sayesinde ekonomik ilerlemede büyük yol kat etmişlerdir.

Günümüzün rekabetçi ortamında firmaların kendilerini sürekli yenilemeleri, geliştirmeleri, alışlagelmiş ürünlerin dışına çıkarak tüketicilerin değişen ve gelişen yeni ihtiyaçlarına cevap veren yeni ürünler üretebilmeleri açısından yenilikçilik önemli bir firmalara özgü etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

Fiyat avantajı da rekabet gücü elde edilmesinde etkili bir araçtır. Fakat kısa dönemde etkilidir. Ayrıca, günümüzde fiyat rekabeti yerini giderek kalite ve hizmet rekabetine bırakmaktadır. Bu açıdan fiyat rekabetinin kalite rekabetiyle birlikte sağlanması uluslararası rekabet üstünlüğü elde etmede daha yüksek başarılar getirmektedir.

Özel sektörde faaliyet gösteren firmaların en önemli amacı bilindiği üzere kar elde etmektir. Daha fazla kar elde eden firmalar rekabet gücünü de ele geçirmekte ve ayakta durabilmekte, diğerleri ise piyasadan çekilmek zorunda kalmaktadırlar.

Sonucu olarak belirtilecek bir firma içi etken de işletmecilikle alakalı olan organizasyon ve yönetim boyutudur. Üretim girdilerini organize etmek ve dolayısıyla verimliliği arttırmak yöneticilerin görevidir. Bunun için de yöneticilerin uyguladıkları yönetim tekniklerinin kalitesi ve yeniliği verimliliği ve dolayısıyla da firmaların rekabet güçlerini arttıracak önemli bir faktördür²⁷.

1.2.2.2. Firma Dışı Etkenler

Uluslararası rekabet gücünü etkileyen firma dışı etkenler de firmalara özgü etkenlerde olduğu gibi pek çoktur. (bkz: Şekil 2) Söz konusu faktörler firma tarafından kontrol edilemeyen faktörlerdir. Burada ilk önce devletin ekonomideki yeri ve ekonomiye olan müdahalelerinden bahsedilebilir. Devletin ekonomide geniş bir yer kaplamasından yani görev ve fonksiyonlarının genişliğinden firmalar olumsuz etkilenir. Devletin ekonomide geniş bir yer tutması kamu harcamalarının artmasına neden olacaktır. Bu da vergi ile finanse edileceğinden firmaların vergi yükünün

²⁷ TİSK , a.g.y., s. 30.

artması anlamına gelir ve özel kesim tarafından verimli yatırımlarda kullanılacak olan fonlar, devlet tarafından verimsiz şekilde kullanılmış olur [“crowding-out” (özel kesimin piyasa dışına itilmesi) etkisi]. Bürokrasi ve kırtasiyecilik artar. Rüşvet, kayırmacılık vb. türde yozlaşmalar yaygınlaşır. KİT’lerin zararları bütçeye yük oluşturur ve aynı etkiler oluşur²⁸.

Ülke içindeki ekonomik istikrar bilindiği üzere ülkede uygulanan makro ekonomi politikalarıyla sağlanmaktadır. Firmaların daha etkili ve verimli olarak üretim yapabilecekleri, yatırım kararları verecekleri ve rekabet gücünü sürdürebilecekleri ortamı yaratma görevi devletindir. Döviz kurlarını dengede tutmak, para ve fiyat istikrarını sağlamak, faiz oranlarını düşük tutmak bu görevlerden bazılarıdır. Ülke içindeki ekonomik istikrarsızlık (örneğin yüksek enflasyon, döviz kurlarındaki belirsizlik ve dalgalanmalar, yüksek faiz oranları vb.) ekonomideki karar alma birimlerini, gerek yerli gerekse yabancı yatırımcıları olumsuz etkiler, kararları saptırır, yatırımların azalmasına, ülkeden yabancı sermaye çıkışına ya da ülkeye yabancı sermaye girmemesine sebep olur. Fiyat istikrarının olmadığı bir ekonomide spekülasyon hareketleri yaşanmakta, geleceğe ilişkin belirsizlikler firmaların yatırım ve maliyet kararlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Döviz kurlarındaki belirsizlikler ihracatçının riskini artırır ve bu yüzden ihracatçıların ihracat bağlantılı üretim yapmaktan vazgeçmelerine neden olabilir. Görüldüğü üzere enflasyon ve döviz kurlarındaki belirsizliğin rekabet gücünü olumsuz bir şekilde etkilediği çok açıktır.

Diğer bir firma dışı etken de uluslararası ticaret sistemidir. Uluslararası ticaret sisteminde korumacılık benimsenmişse (gümrük tarifeleri, kotalar, ithalat yasakları gibi) rekabet gücü gelişemez. Yukarıda da anlatıldığı üzere rekabetin yaşaması özgürlük ortamına bağlıdır. Serbest ticaret sistemi uygulanıyorsa firmalar sistemden kopmamak için maliyet minimizasyonu, kalite maksimizasyonu ya da optimum kapasite kullanımı yoluyla rekabet gücünü yükseltmeye çalışacaktır.

²⁸ Aktan, 1998, a.g.r., s. 111.

Tüketicilerin bilinç düzeyi de firma dışı etkenlerden bir diğeridir. Bilinçli bir tüketici kesiminin var olduğu ekonomilerde firmalar sürekli yeniliğe ve yaratıcılığa yönelmek durumunda kalır, bu da rekabet gücünü yükseltir.

İşgücü piyasalarının esnekliği de uluslararası rekabet gücünü etkileyen firma dışı etkenler arasında sayılabilir. Devletin iş piyasasına yönelik olarak getirdiği esnek olmayan kurallar üretim sürecine katkısı az olan kişilerin işten çıkarılmasını güçleştirmekte, sonuç olarak firmanın karlılık yapısı bozulmakta, rekabet gücü düşmektedir.

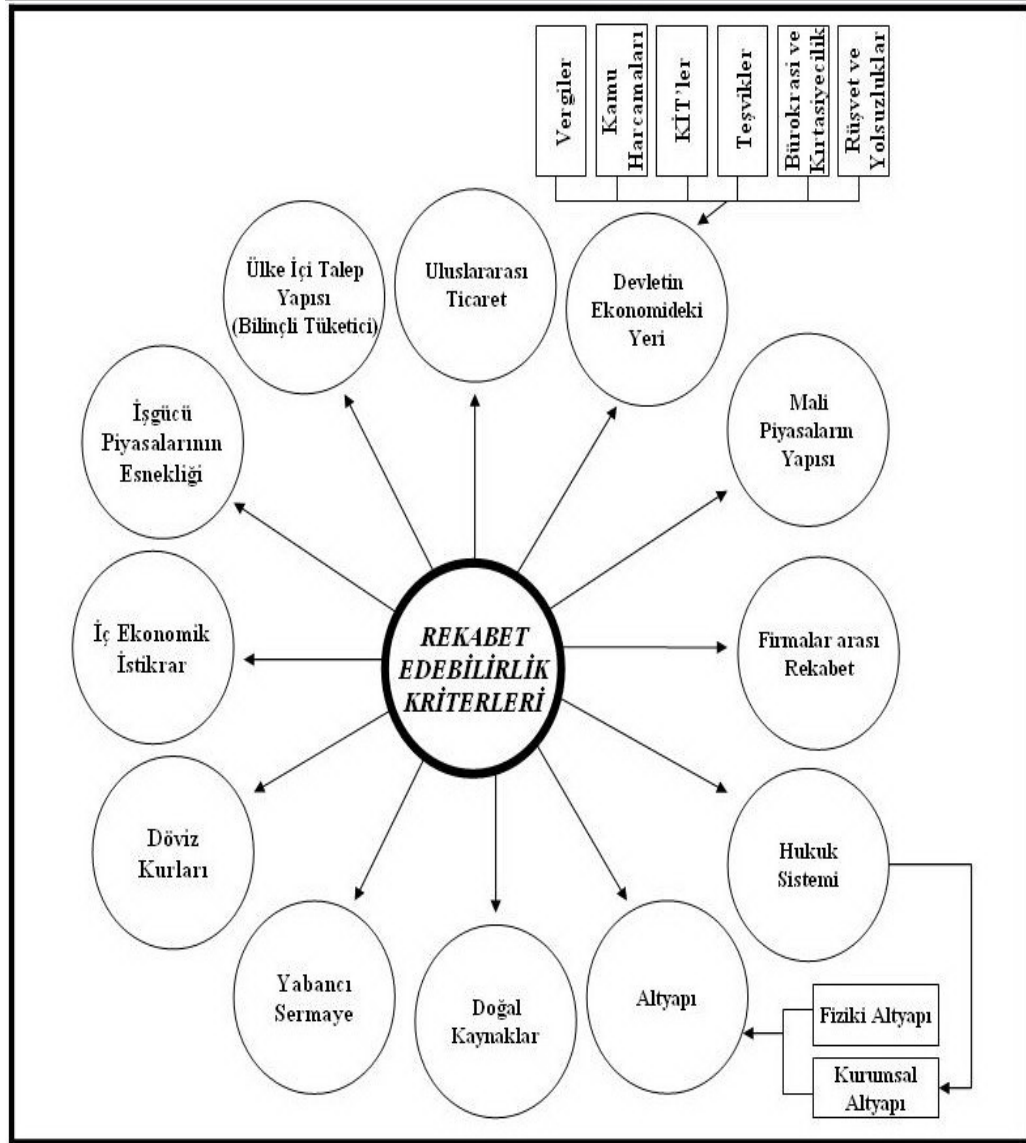
Yabancı sermaye uluslararası rekabet gücünü olumlu yönde etkileyen bir firma dışı etkidir. Daha çok gelişmekte olan ülkeler açısından önemli rol oynamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarının finansmanında var olan yapısal darboğazlar ve ülke içi sermaye yetersizliği yabancı sermaye sayesinde aşılmaktadır.

Doğal kaynaklar ve iklim koşulları da şüphesiz ki uluslararası rekabet gücüne olumlu yönde etkide bulunan firma dışı etkenlerdendir. Fakat günümüz şartlarında hammaddeler uluslararası rahatlıkla dolaşabildiği için zengin doğal kaynaklara sahip olmak her zaman bir ülkenin uluslararası yüksek bir rekabet gücüne sahip olacağını göstermez. Burada Sovyetler Birliği örneği verilebilir.

Uluslararası rekabet gücünü belirleyen bir diğer firma dışı faktör de rakip ülkelere göre coğrafi konum avantajına sahip olmaktır. Özellikle zengin ülkelere coğrafi yakınlık hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için daha büyük ve yüksek gelir elde edilebilecek pazarlar bulma anlamına gelmektedir²⁹. Gelişmiş ülke pazarlarına yakınlık daha az taşıma masrafıyla birlikte ürünün maliyetini dolayısıyla fiyatını ucuzlatacak ve söz konusu ülkeye rekabet avantajı sağlayacaktır. Coğrafik konum bir ülkenin dünya ticaretinde belli bir rolü üstlenmesini olanaklı kılan bir faktör olarak da görülebilir. Örneğin, Singapur'un Japonya ve Orta Doğu arasındaki ana ticaret hattında bulunması bu ülkenin gemi tamir ve bakımında merkez olmasını

²⁹ Murat Ali Dulupçu, **Küresel Rekabet Gücü (Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme)**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, Haziran 2001, s. 85.

kolaylaştırmıştır. Ayrıca pazarın talebine anında cevap verebilme önceliği ülkeye geçecektir, bu da ülkenin fiyatı etkileyebilme gücünü arttıracaktır.



Şekil 2: Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firma Dışı Etkenler

Kaynak: Aktan, 1998, a.g.e., s. 114.

Ülkenin fiziki altyapısının (ulaşım, iletişim, enerji) güçlü olması da uluslararası rekabet gücü elde etme ve sürdürme açısından önemlidir. Ulaşım (otoyolları, demiryolları, denizyolları), iletişim (telekomünikasyon hizmetleri,

gelişmiş bir internet ağı) ve enerji hizmetleri (güvenilir ve ucuz enerji) alanlarında güçlü bir altyapıya sahip olan ülkelerin firmaları uluslararası alanda diğer ülke firmaları karşısında rekabet üstünlüğü kazanırlar.

Uluslararası rekabet gücünü etkileyen firma dışı etkenler arasında finans piyasaları da sayılabilir. Ülkenin gelişmiş bir finansal sisteme sahip olması, finans kuruluşlarının fazlalığı, güçlü yapısı ve hizmet kalitelerinin yüksekliği rekabet gücü açısından önem taşır. Bilindiği üzere finans piyasaları fon arz edenlerle fon talep edenleri bir araya getiren piyasalardır. Finansal sistemin gelişmişliği ve güvenilirliği sayesinde müteşebbisler ihtiyaç duydukları sermayeyi kolaylıkla temin edebileceklerdir, böylece üretim ve yatırım artacaktır.

Rekabet ekonomiye dinamizm getirmektedir. İç piyasada oluşacak rekabetçi yapı (rekabet yoğunluğu) firmaları varlıklarını devam ettirebilmek için daima en kaliteliyi en ucuza üretmeye zorlayacaktır. En kaliteliyi en ucuza üretme uğraşı beraberinde verimlilik artışını ve dolayısıyla rekabet üstünlüğünü ayrıca kaynakların da etkin kullanımını getirecektir. Bu noktada devlete de önemli görevler düşmektedir. Devlet iç piyasada rekabeti önleyen ve bozan müdahaleleri engelleyen önlemleri almalıdır, rekabet ortamının bozulmasına izin vermemelidir.

Uluslararası rekabet gücünü etkileyen firma dışı etkenlerden bir diğeri de teşviklerdir. Teşvikler; üretimin, yatırımların ve ihracatın özendirilmesinde çok önemli katkılar sağlayan bir etkidir.

Ülke imajı da ürünün imal edildiği ülkenin uluslararası alanda sahip olduğu imaja bağlı olarak rekabet gücünü olumlu ya da olumsuz yönde etkileyen önemli bir firma dışı etkidir.

Son olarak uluslararası rekabet gücünü belirleyen diğer bir firma dışı etken olarak hukuk sistemi belirtilebilir. Hukuk sistemi bir ülkedeki kurumsal altyapıyı ifade etmektedir. Gerek özel hukuk, gerekse kamu hukuku kurallarının çok iyi düzenlenmiş olduğu ülkelerde piyasa ekonomisi daha da güçlenir³⁰.

³⁰ Aktan, 1998, a.g.r, s. 113.

1.3. KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER VE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ ÖLÇÜM YÖNTEMLERİ

Günümüz dış ticaret teorisinin temelleri aradan geçen yaklaşık ikiyüz yıla rağmen hala David Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'ne (Theory of Comparative Advantages) dayanmaktadır. Ricardo 1817 yılında Londra'da yayınladığı ünlü eseri "*On the Principles of Political Economy and Taxation*"da Adam Smith'ten yaklaşık kırk yıl sonra Mutlak Üstünlük Teorisi'ne (Theory of Absolute Advantages) ilişkin analizleri geliştirerek "Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi"ni ortaya atmıştır. Sözü edilen teorinin günümüzde hala kabul görmesi son derece güçlü bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Zamanla karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin bazı eksikleri olduğu görülmüş ve bunları gidermek üzere Ricardo'dan yaklaşık bir asır sonra faktör donatımı teorisi (factor endowment theory) ortaya atılmıştır. İsveçli İktisatçı Eli Heckscher'in 1919 yılında yayımlanan bir makalesine dayanan bu yeni teoriye "Faktör Oranları Teorisi" (factor proportions theory) de denmektedir. Teori daha sonra 1930'larda Heckscher'in öğrencisi Bertil Ohlin tarafından geliştirilmiştir. Bu nedenle teoriye literatürde yaygın biçimde Heckscher-Ohlin Teorisi denmektedir. Amerikalı ünlü İktisatçı Paul Samuelson da daha sonradan teoriye yeni katkılar getirdiği için Heckscher-Ohlin-Samuelson teorisi dendiği de görülmektedir. Karşılaştırmalı avantajları esas alan iki temel teori çalışmanın ana temasını oluşturan 'açıklanmış' karşılaştırmalı avantajların da temelini oluşturmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde sözü edilen teoriler konuyla ilgili bağlantıları açısından gereği ve yeteri kadar ele alınmıştır. Konunun bütünlüğünü bozmamak için çok fazla ayrıntıya girmekten (varsayımlar, eleştiriler, formüller ve grafikler vb.) kaçınılmıştır. Daha sonra yeni dış ticaret teorileri ve Michael E. Porter'ın "Uluslararası Rekabet Üstünlükleri Teorisi" ile ilgili olarak kısaca bilgi verilmiştir. Ayrıca son olarak rekabet gücü ölçüm yöntemleri incelenmiş, uluslararası rekabet gücünü ölçen kuruluşların araştırmaları üzerinde durularak Türkiye'nin uluslararası rekabet gücü açısından dünya ülkeleri arasındaki yeri ortaya konulmuştur.

1.3.1. Karşılaştırmalı Üstünlükleri ve Rekabet Edebilirlik Avantajlarını Esas Alan Klasik ve Neoklasik Dış Ticaret Teorileri

Karşılaştırmalı üstünlükleri ve rekabet edebilirlik avantajlarını esas alan bilinen iki önemli klasik ve neoklasik dış ticaret teorisi bulunmaktadır. Bunlar yukarıda da belirtildiği üzere Ricardo Teorisi (Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi) ve Heckscher-Ohlin Teorisi (Faktör Donatımı Teorisi) dir. Sözü edilen iki teorinin ana düşünceleri aşağıda açıklanmıştır.

1.3.1.1. Ricardo Teorisi (Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi)

Ricardo (Ricardian) teorisi karşılaştırmalı avantajların ülkelerin karşılıklı teknoloji farklılıklarından doğduğunu farz eder. Ricardo'ya göre uluslararası ticareti mutlak üstünlüklere dayandırmaya gerek yoktur. Böyle bir yaklaşım ayrıca teorinin kapsamını daraltır. Uluslararası ticaret için üzerinde durulması gereken nokta, ülkelerin bazı malları ucuza üretmeleri yani bu mallarda mutlak üstünlük sahibi olmaları (Adam Smith'in belirttiği gibi) değildir. Tersine, önemli olan üstünlüklerinin derecesidir. Bir ülke, diğeriyle karşılaştırıldığında, hangi malların üretiminde daha yüksek bir üstünlüğe sahipse o mallarda uzmanlaşmalıdır. Başka bir deyişle Ricardo'ya göre uluslararası ticaretin temelini mutlak değil karşılaştırmalı üstünlükler oluşturur. Eğer bir ülke bütün malların üretiminde diğerdinden daha üstün durumdaysa mutlak üstünlükler teorisine göre ticaret yapmaya gerek yoktur, ülke bütün malları kendisi üretir³¹.

Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'ne göre ülkeler arasında karlı dış ticaret için zorunlu koşul, bu ülkelerde iç üretim maliyetlerinin (yurtiçi fiyatların) birbirinden farklı olmasıdır³². Ricardo için de, maliyeti oluşturan tek faktör, Adam Smith'te olduğu gibi homojen, ülke içinde tam hareketli ve ülkeler arasında tam hareketsiz olduğu varsayılan emektir.

Ricardo'nun bu ünlü teorisine “karşılaştırmalı avantajlar teorisi”, “karşılaştırmalı maliyetler doktrini” gibi değişik isimler de verilmektedir. Yaklaşık iki asırdır birtakım eksikleriyle birlikte kabul gören bu teori kendinden sonra gelen

³¹ Halil Seyidoğlu, **Uluslararası İktisat Teori, Politika ve Uygulama**, Güzem Yayınları, No.14, İstanbul 1998, ss. 17-18.

³² y.a.g.e., s. 19.

dış ticaret teorilerine öncülük etmiş, zaman zaman bazı eleştirilere de maruz kalmıştır.

1.3.1.2. Heckscher-Ohlin Teorisi (Faktör Donatımı Teorisi)

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi, malların nispi fiyat farklılıklarını üretim fonksiyonu farklılıklarına, içerdikleri emek verimlilik farklılıklarına bağlamış, fakat bu farklılığın kaynağının ne olduğunu açıklamamıştır³³. Klasik Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'ne göre, aralarındaki üretim maliyetleri farklı olduğu sürece, ülkeler karlı dış ticaret yapabilirler. Ancak bu analizlerde eksik bırakılan çok önemli bir nokta vardır. O da uluslararası ticaretin asıl nedeninin, ya da başka bir deyişle, ülkeler arasında üretim maliyetlerinin neden farklı olduğu konusunun açıklanmamasıdır. Ricardo bunu emek verimliliğinin uluslararası farklılığına bağlamış fakat emeğin veriminde farklılık doğuran etkenlerle ilgilenmemiştir³⁴. İşte bu eksikliğı gören İsveçli İktisatçı Eli Heckscher yeni bir teori ortaya atmıştır. “Faktör Donatımı Teorisi”. Söz konusu teori daha sonra, aynı zamanda Heckscher'in öğrencisi olan Bertil Ohlin tarafından geliştirilmiştir ve Heckscher-Ohlin Teorisi (kısaca H-O teorisi) adını almıştır. Teoriye ikinci katkı İkinci Dünya Savaşı yıllarında Amerikalı İktisatçı Paul Samuelson'dan gelmiştir. Bu nedenle teori Heckscher-Ohlin-Samuelson (H-O-S) teorisi olarak da bilinmektedir.

H-O teorisine göre ülkelerin karşılıklı teknolojileri Ricardo teorisinin aksine aynıdır. Onun yerine bu teoride karşılaştırmalı avantaj ülkelerin karşılıklı faktör fiyatlarındaki farklılığın sonucu oluşan maliyet farklılıklarına yüklenir. Yani dış ticaretin temel nedeni Ricardo Modeli'nde olduğu gibi ülkeler arasındaki teknoloji farklılıkları değil ülkeler arasındaki faktör donanımları farklılıklarından kaynaklanan karşılaştırmalı üstünlüklerdir.

Faktör Donatımı Teorisi'nde savunulan ana düşünce şu şekilde ifade edilebilir: Bir ülke hangi üretim faktörüne (emek ya da sermaye) zengin olarak sahipse, üretimi o faktörü yoğun biçimde gerektiren mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder, yani onları daha ucuza üretir ve o alanlarda uzmanlaşır. (örneğin

³³ Emin Ertürk, **Uluslararası İktisat**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2001, s.24.

³⁴ Seyidoğlu, 1998, a.g.e., s. 61.

Türkiye'nin tekstilde ve bazı işlenmiş tarım ürünlerinde olduğu gibi) Faktör Donatımı Teorisi'nin dayandığı iki temel varsayım ülkelerin faktör donatımlarının birbirinden farklı olduğu ve ayrıca malların faktör yoğunluklarının da birbirinden farklı olduğudur³⁵.

Karşılaştırmalı üstünlük analizinde üretim faktörü olarak yalnızca emek ele alınmakta idi. Ancak Heckscher ve Ohlin buna ikinci bir faktörü (sermaye) ilave ederek analizi genişletmişlerdir.

Daha sonraları Faktör Donatımı Teorisi test edilmiş ve bazı türevleri ortaya atılmıştır. Faktör Fiyatlarının Eşitliği Teoremi, Stolper Samuelson Teoremi ve Rybczynski Teoremi.

Heckscher-Ohlin Teorisi'ne de birtakım eleştiriler olmuştur. Örneğin zamanla faktör yoğunlukları tersine dönebilir. Oysa teoride değişmeyeceği kabul edilmiştir. Ayrıca zevk ve tercihler faktörü dikkate alınmamıştır. Ülkeler aynı üretim faktörlerine sahip olsalar bile zevk ve tercihlerdeki farklılıklar sayesinde dış ticaretten kazançlı çıkabilirler ve diğer eleştiriler... Bu konulara uluslararası iktisat kitaplarında ayrıntısıyla yer verilmiştir.

1.3.2. Yeni Dış Ticaret Teorileri

Ülkelerin uluslararası ticaretinde gözlenen birtakım olgular ve klasik ve neoklasik dış ticaret teorilerinin bu olguları açıklamakta yetersiz kalması hatta kimi durumlarda teori ile çelişmesi, 1970'li yılların sonlarından itibaren “yeni dış ticaret teorileri” olarak adlandırılan ve uluslararası ticaret alanında yeni bir çığır açan teorilerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Yeni Dış Ticaret Teorileri (New Trade Theories), hiçbir zaman klasik teoriyi bütünüyle reddetmemekte; sadece klasik teorinin öngördüğü sebepler olmasa da, yine de dış ticaret yapılabileceğini öne sürerek, dış ticaret için yeni argümanlar sunmaktadırlar. Burada söz konusu teorilerin ortaya çıkma nedenleri, belli başlı varsayımları ve belli başlı çeşitleri olarak gerektiği kadar değinilmiştir.

³⁵ Seyidoğlu, 1998, a.g.e., s. 62.

1.3.2.1. Yeni Dış Ticaret Teorilerinin Ortaya Çıkma Nedenleri

Yeni Dış Ticaret Teorileri'nin ortaya çıkmasının en önemli iki nedeni benzer faktör donatımlarına ve benzer teknolojilere sahip ülkeler arasındaki ticaret ve endüstri-içi ticarettir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemden günümüze dünya ticaretinin benzer faktör donatımlarına sahip ülkeler arasında yapıldığı ve bu ticaretin oranının sürekli arttığı görülmektedir. Bu durum hiç kuşkusuz klasik ve neoklasik teorinin varsayımlarıyla çelişmektedir. Çok iyi bilindiği üzere Ricardo teorisine göre ülkelerin teknolojik farklılıkları, H-O teorisine göre ise faktör donatımı farklılıkları dış ticaretin temel nedeni sayılmaktadır ve bu şekilde karşılıklı ülkeler dış ticareten kazançlı çıkmaktadır.

İkinci bir neden ülkeler arasındaki ticaretin endüstriler-arası (inter-industry trade) olmaktan çıkıp endüstri-içi (intra-industry trade) ticaret (EİT) şekline bürünmesidir. Endüstri-içi ticaret yerine aynı anlamı olarak "İki Yönlü Ticaret" ve "Ticaret Çakışması" terimleri de kullanılmaktadır. Son yıllarda dünya ticareti ülkeler arasında benzer ürünler üzerinden yapılan endüstri-içi ticaret halini almıştır. Aynı endüstri grubuna giren fakat dış görünüş, kalite, renk, desen, model ve marka açısından farklılaştırılmış malların eşanlı olarak hem ihraç hem de ithal edilmesi şeklinde tanımlayabileceğimiz endüstri-içi ticaret klasik ve neoklasik dış ticaret teorileriyle açıklanamamaktadır. Geleneksel dış ticaret teorisine göre bir ülkenin aynı malda hem karşılaştırmalı avantaja sahip olması (yani malın ihracatının yapılması), hem de dezavantaja sahip olması (yani malın ithal edilmesi) mümkün olmadığından, endüstri-içi ticaret olgusu geleneksel teorinin öngörülerıyla çelişmektedir. Geleneksel dış ticaret teorisi endüstri-içi ticareti açıklayamamasına karşın endüstriler-arası ticareti açıklamaktadır³⁶.

Uluslararası ticaretin endüstriler-arası olduğuna dair yaygın kanaat 1960'lı yıllardan itibaren değişmeye başlamıştır. 1960'lı yıllarda Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun (AET'nin) kurulmasıyla birlikte gümrük birliği oluşumunu izleyen dönemde AET-içi ticarete görülen artışın en önemli nedeninin endüstri-içi ticaret olduğu, Verdoorn (1960), Balassa (1963,1966) ve Grubel-Lloyd (1975) tarafından

³⁶ Arzu Akkoyunlu, "Yeni Dış Ticaret Teorileri", **Ekonomik Yaklaşım**, Cilt:7, Sayı:21, Yaz 1996, s.72.

yapılan bazı ampirik ve teorik çalışmalarla tespit ve tahmin edilmiştir. Söz konusu araştırmacılar ayrıca uygulamalı çalışmalarında benzer faktör donatımları ve benzer teknolojiye sahip gelişmiş ülkeler arasında sanayi malları ticaretinin yüksek miktarlarda olduğu ve bu ticaretin önemli bir bölümünün de aynı endüstriye ait malların çift yönlü ticaretinden kaynaklandığı sonucuna ulaşmışlardır.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki yıllarda endüstri-içi ticaret, sınai ürünler ticaretinde görülen önemli artışlarla karakterize edilmektedir. Dolayısıyla dünya ticaretinin liberalleştirilmesi ve ekonomik entegrasyonlara gidilmesi, dünya sınai ürünler ticaretini arttırırken gelişmiş ülkelerin belirli endüstrilerde daha dar bir ürün yelpazesinde uzmanlaşıp ticaret yapmalarını ve böylece sınai ürünler endüstri içi ticaretinin artışını motive etmiştir³⁷.

EIT'nin ortaya çıkmasına yol açan başlıca etkenler arasında özellikle Faktör Donatımı Teorisi'nin ihmal ettiği ürün farklılaştırması ve ölçek ekonomileri ile sınır ticareti gibi etkenler sayılabilir. Piyasalarda tam rekabet koşulları, ölçeğe göre sabit getiri ve homojen ürün varsayımlarına dayanan, neoklasik dış ticaret teorisi tarafından açıklanamayan söz konusu kavram, yeni dış ticaret teorileri içinde ele alınmaktadır. Yeni dış ticaret teorisi, ölçeğe göre artan getiri, eksik rekabet ve ürün farklılaştırması gibi unsurlarla EİT kavramını açıklanabilir bir duruma getirmiştir.

Endüstri-içi ticaret, neden ticaret yapıldığının cevabını aramaktan ziyade, mevcut ticaretin yapısı ve işleyişine yönelik bir analizdir³⁸.

1990'lı yıllardan itibaren endüstri-içi ticaret her bir endüstride geçerli olan ürün farklılaştırmasına göre “dikey ve yatay endüstri-içi dış” ticaret olmak üzere sınıflandırmaya tabii tutulmaya başlanmıştır. Dikey endüstri-içi dış ticaret de kendi içinde “düşük kalite dikey endüstri-içi dış ticaret” ve “yüksek kalite dikey endüstri-içi dış ticaret” olarak ikiye ayrılmaktadır. Yatay endüstri-içi dış ticarete ürün farklılaştırması model, desen, renk vb. açılardan gerçekleştirilir. Dikey endüstri-içi dış ticarete ise kalite farklılaştırmasına gidilir. Ülkenin ihraç ettiği mal çeşidinin

³⁷ Nursen Vatansever Deviren, “Türkiye ile Avrupa Birliği Ülkeleri Arasındaki Sınai Ürünleri Endüstri- İçi Ticareti”, **İktisat, İşletme ve Finans**, Yıl:19, Eylül 2004, s. 109.

³⁸ Ertürk, 2001, a.g.e., s. 44.

kalitesi ithal ettiği aynı mal çeşidinin kalitesinden daha düşükse düşük kalite dikey endüstri-içi dış ticaretten, daha yüksekse yüksek kalite dikey endüstri-içi dış ticaretten bahsedilir. Dikey endüstri-içi dış ticaret (DEİT), ticaretin ara tipini yansıtmaktadır. Ülkeler arasında aynı malın çeşitlerinin üretimi ve ticareti yapılmakta, fakat mal çeşitlerinin üretiminde karşılaştırmalı avantaj sağlayacak kadar farklılık görülmektedir. Dış ticaret yazınında DEİT, daha ziyade gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler (Kuzey-Güney) arasındaki ticareti, YEİT ise daha ziyade gelişmiş ülkelerin kendi arasındaki (Kuzey-Kuzey) ticareti açıklamak için kullanılmaktadır. Fakat son dönemdeki çalışmalarda gelişmiş ülkeler arasındaki ticarete bile DEİT'in, YEİT ile karşılaştırıldığında daha önemli olduğuna dair bulgular elde edilmektedir³⁹. Ayrıca endüstri-içi dış ticaretle ilgili yapılan çalışmalarda elde edilen diğer bir bulgu da yatay endüstri-içi dış ticaretin daha çok endüstrilere özgü faktörlerden etkilenirken, dikey endüstri-içi dış ticaretin ise ülkelere özgü faktörlerden etkilendiğidir. Bunlara ilaveten nihai malların yatay endüstri-içi dış ticarete, bir malın üretiminde kullanılan ara mallarının ise dikey endüstri-içi dış ticarete yol açtıkları kabul edilmektedir. Ancak dış ticaret istatistiklerinde malların nihai mal ya da ara malı olduklarına dair kesin bir bulgu bulunmadığı için, endüstri-içi ticaret analizlerinde kullanılması mümkün olmamaktadır⁴⁰.

Endüstri-içi ticaret düzeyi ile ürün farklılaştırması düzeyi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla, ileri teknoloji ürünlerindeki ürün farklılaştırması düzeyi ara ve standart teknoloji ürünlerine göre daha yüksektir. Bu bağlamda; gelişmiş ülkeler arasındaki endüstri-içi ticaretin ileri teknoloji ürünlerinde yoğunlaşması beklenirken, gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasındaki endüstri-içi ticaretin ise standart teknoloji ürünlerinde yoğunlaşması beklenmektedir⁴¹.

³⁹ Yatay ve dikey endüstri-içi dış ticaret konusunda daha ayrıntılı bilgi için bkz; Nevzat Şimşek, "Türkiye'nin Yatay ve Dikey Endüstri-İçi Dış Ticareti", **D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt: 20, Sayı: 1, 2005(a).

⁴⁰ Pınar Narin, "Endüstri İçi Ticaret ve İhracata Dayalı Sektörler Açısından Türkiye Uygulaması", (Yayınlanmış Doktora Tezi), D.E.Ü. Sos. Bil. Ens., İzmir, 2002, s. 4.

⁴¹ Deviren, 2004, a.g.m., s. 120.

Endüstriler-arası ticarete görelî fiyatların değişmesi nedeniyle gelir dağılımının bir ÷lke aleyhine bozulması sonucunda, ticaretten bir ÷lke kazanırken diğeri kaybedebilir. Endüstri içi ticarete ise ticaretin gelir dağılımı üzerindeki olumsuz etkilerine rağmen iki ÷lke de ticaretten kazanmaktadır. Ayrıca endüstri içi ticaretin uluslararası ticarete endüstriler-arası ticaretin kazanımlarına ilave kazanımlar sağladığı tespit edilmiştir. Çünkü endüstri içi ticaret ÷lkelerin daha büyük piyasalardan yararlanmalarını sağlamaktadır. Endüstri içi ticareti gelişen bir ÷lkenin bir yandan ürettiği ürün çeşidi azalırken, diğer yandan yerli tüketicilerin daha çok çeşitte mal tüketme imkanı ortaya çıkmaktadır. ÷lkeler daha az çeşitte mal üreterek her malı daha verimli, daha düşük maliyetle daha büyük ölçekte üretebilirler, tüketiciler de daha fazla ürün seçeneğine sahip olurlar.

EİT ile ilgili yapılan çalışmalar endüstri içi ticaretin gelişmişlik düzeyi yüksek, birbirine komşu, gümrük duvarları aşağı çekilmiş veya entegrasyona gitmiş, iç pazarı geniş, fert başına gelir düzeyi yüksek ÷lkeler arasında olduğunu tespit etmiştir. Bu mallar ise monopolcü rekabet şartlarında üretilir, ölçek ekonomisine tabidir, mal farklılaştırmasına uygun mallardır⁴². Hızla küreselleşen dünyada endüstri-içi ticaret de hızla gelişmektedir. Bu gelişimin sonucunda da teknoloji transferi önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. ÷lkelerin yeni teknolojileri alıp kendi bünyelerine adapte edebilmesi ve dünya ÷lkelerinin gerisinde kalmamaları için farklılaştırılmış sanayi ürünlerinin ürünleri ve ticaretine önem vermeleri gerekmektedir. Endüstri-içi ticaret yapan sanayi dallarının desteklenmesi de özelde ihracatın ve genel olarak da ekonominin bütünü için büyük önem arz etmektedir.

1.3.2.2. Yeni Dış Ticaret Teorilerinin Belli Başlı Varsayımları ve Çeşitleri

Paul Krugman'ın öncülüğünü yaptığı yeni dış ticaret teorilerinin temel özelliği, geleneksel dış ticaret teorilerinin temel varsayımları olan tam rekabet ve ölçeğe göre sabit getiri varsayımlarını terk ederek, ölçeğe göre artan getiri ve eksik rekabet piyasalarını analizin temeline almasıdır. Teorinin yeni olarak nitelendirilmesi ölçek ekonomileri ve eksik rekabet varsayımlarının dış ticaret teorisi içine ilk kez

⁴² Ertürk, 2001, a.g.e., s. 44.

ilave edilmesinden dolayı değildir. Ölçek ekonomilerinin dış ticaret teorisi ile ilişkilendirilmesi klasik iktisatçılara kadar uzanmaktadır. Teoriye ‘yeni’ adının verilmesinin nedeni matematiksel olarak formüle edilmesinin ancak 1970’li yılların sonunda başarılmasından ileri gelmektedir⁴³.

Faktör Donatımları Teorisi endüstriler-arası ticareti açıklarken endüstri-içi ticareti açıklamak üzere tekelci rekabet dış ticaret teorileri ve oligopolistik dış ticaret teorileri geliştirilmiştir. Tekelci rekabet teorisi, ürün farklılaştırması (product differentiation) ve içsel ölçek ekonomileri ile karakterize edilmektedir. Yeni Dış Ticaret Teorileri’nden diğer bazıları da Nitelikli İşgücü Teorisi (Skilled Labor-Keessing ve Kenen), Teknoloji Açığı Teorisi (Posner ve Shumpeter), Ürün Dönemleri Hipotezi (Product Cycle Model), Tercihlerde Benzerlik Hipotezi (Similarity in Preferences-Brunstam Linder) ve Ölçek Ekonomileri Hipotezi (Economies of Scale)’dir⁴⁴.

Burada son olarak yeni dış ticaret teorilerinin yeni bir dış ticaret politikasını gerektirip gerektirmediği sorusu akla gelebilir. Söz konusu soruya Krugman 1992 yılında The World Economy’de yayınlanan bir yazısında cevap aramıştır ve sonuçta gerektirmediği sonucuna varmıştır, fakat ister istemez yeni bir dış ticaret politikasına doğru yol alındığını da sözlerine eklemiştir⁴⁵.

1.3.3. Michael E. Porter’in “Uluslararası Rekabet Üstünlükleri” Teorisi

Günümüz dünyasında üretimi etkileyen faktörler artık yalnızca emek ve sermaye değildir. Bunların yanında üretimi etkileyen çok çeşitli ve de önemli faktörler ortaya çıkmıştır. Bu yüzden de uluslararası rekabet üstünlüklerini açıklamaya çalışan modern yaklaşımlar analizlerinde sadece emek ve sermayeyi değil bu çok çeşitli faktörleri dikkate almaktadırlar. Artık günümüzde, ulusal verimliliğin kaynağını ileri teknoloji ile nitelikli işgücü oluşturmaktadır. Zira

⁴³ Akkoyunlu, 1996, a.g.m., s. 71.

⁴⁴ Bu konularda daha geniş bilgi için bkz; Seyidoğlu, 1998, a.g.e., ss. 78-88.

⁴⁵ Paul Krugman, “Does the New Trade Theory Require a New Trade Policy?”, **The World Economy**, Cilt: 15, No: 4, 1992, ss. 423-441.

günümüz endüstrileri işgücü ve sermaye yoğun teknolojilerden ziyade bilgi yoğun teknolojilere yönelmişlerdir. Bol ve ucuz faktörlerin yarattığı karşılaştırmalı avantajlar yerini teknolojik gelişmelere ve yeniliklere bırakmaktadır. Yeni üretimde sermaye, teknoloji ve bilgi temel üretim faktörleri olmaktadır. Uluslararası rekabette teknolojik farklılık, rekabet üstünlüğü ve avantajların merkezi unsuru olarak ortaya çıkmaktadır⁴⁶. Firmalar teknolojik yenilikler sayesinde yeni üretim teknolojileri geliştirmekte ve de böylece kıt kaynakların en etkin şekilde kullanılmasını sağlamaktadırlar. Sonuç olarak verimlilik artmakta ve daha kaliteli ürünler piyasaya sunulmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin, rekabet üstünlüğü elde etmede merkezi unsur olduğundan hareketle rekabet üstünlüğünü açıklamaya yönelik olarak yeni teoriler ortaya atılmıştır. Bunlar içerisinde de en tanınan ve en çok kabul göreni Michael E. Porter'ın "Uluslararası Rekabet Üstünlükleri Teorisi"dir.

Michael E. Porter, *Rekabetçi Strateji* (Competitive Strategy, 1980), *Rekabetçi Avantaj* (Competitive Advantage, 1985) ve *Küresel Endüstrilerde Rekabet* (Competition in Global Industries, 1986) adlı kitaplarında rekabet gücünü firma ve sektör düzeyinde analiz edebilmek için aşama aşama geliştirdiği çerçeveyi, seçilmiş 10 ülkenin (ABD, Almanya, Japonya, Danimarka, İtalya, İsveç, İsviçre, Birleşik Krallık, Güney Kore ve Singapur) çok sayıdaki örnek sektörleri üzerinde yaptığı uzun süren araştırmalara da dayalı olarak yazdığı *Ulusların Rekabetçi Avantajı* (The Competitive Advantage of Nations, 1990) adlı kitabında daha da geliştirmiş ve kendi deyişiyle soyutluktan uzaklaştırarak güncel rekabetin tüm karmaşıklık ve zenginliğini daha iyi kapsar bir hale getirmiştir⁴⁷.

Porter Modeli'nde, rekabet gücü konusunda Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'nin ötesinde bir açıklama sunulmaya çalışılmaktadır. Ülkelerin sahip oldukları karşılaştırmalı üstünlükler zaman içinde hızla değiştiği için bu üstünlükler kalıcı değil esnek bir içerik kazanmaktadır. Teoride doğal kaynak, sermaye ve işgücü yanında maliyet, kalite, ürün farklılaştırması, yeni ürün, teknolojik farklılıklar, ölçek

⁴⁶ Canan Erkan, "Uluslararası Rekabet Üstünlüklerinin Belirleyenleri", **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa, Yıl: 1995, Sayı: 1, s. 84.

⁴⁷ Kibritçioğlu, 2006, a.g.m., ss. 7-8.

ekonomileri ve piyasa yapıları gibi faktörler hep birlikte rekabet avantajı yaratan unsurlar olarak dikkate alınmaktadır⁴⁸.

Porter'a göre rekabet avantajını ülkeler değil firmalar yaratır. Çünkü uluslararası piyasalarda rekabet edenler ülkeler değil firmalardır. Bunun için de firmaların rekabetçi stratejileri önemlidir⁴⁹. Porter, firmaların başarılı olabilmeleri için toplam maliyet liderliği, farklılaştırma ve odaklanma olmak üzere üç tür strateji önermiştir.

Toplam maliyet liderliği stratejisinin amacı, bir sektörde toplam maliyet liderliğine ulaşmaktır. Bu da sıkı maliyet ve gelir giderler kontrolünü, ar-ge, servis, reklamlar vb. konularda maliyetlerin mümkün olan en az düzeye indirilmesini ve verimli işleyen faal tesislerin kurulmasını gerektirmektedir. Toplam maliyet liderliği stratejisi, fiyatlara duyarlı tüketiciler için ürünlerin çok düşük maliyetlerle üretilmesi üzerinde durur⁵⁰. Düşük maliyet rakiplere nazaran daha düşük fiyat belirleme avantajını da beraberinde getirmektedir.

Farklılaştırma stratejisi, firmanın sunduğu ürün veya hizmeti farklılaştırarak, tüm sektörde benzersiz olarak kabul edilen bir şey yaratmaktır. Gerçekleştirilebilmesi halinde farklılaştırma, bir sektörde ortalamanın üzerinde getiriler elde etmek açısından uygulanabilir bir stratejidir⁵¹.

Son strateji olan odaklanmada ise firmalar bir alıcı grubu, ürün yelpazesinin bir kesiti veya coğrafi pazar üzerine odaklanmaktadır.

İlk iki strateji piyasanın geniş bölümünde rekabetçi bir avantaj sağlamaya yönelikken, odaklanma stratejisi dar bir piyasa bölümünde bir maliyet avantajı (Maliyet odaklanması) ya da bir farklılaştırma avantajı (Farklılaştırma odaklanması)

⁴⁸ Erkan, 1995, a.g.m., s. 85.

⁴⁹ Erkan, 1995, a.g.m., s. 85.

⁵⁰ Michael E. Porter, **Rekabet Stratejisi: Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri** (Çev. Gülen Ulubilgen), Sistem Yayıncılık, Yayın No: 206, İstanbul, Kasım 2000, s. 44.

⁵¹ Porter, 2000, a.g.e., s. 47.

sağlamayı amaçlar. Ayrıca ilk iki strateji, orta ve büyük ölçekli firmalar tarafından tercih edilirken, üçüncü strateji küçük ölçekli firmalar tarafından tercih edilir⁵².

Porter'a göre firmalar, başarılı olabilmek için sözü edilen üç stratejiden birini seçip uygulamalıdır. Başarıya ulaşmak için stratejilerden birine sürekli olarak bağımlılık şarttır. Porter, bu üç strateji arasında kendi stratejisini geliştiremeyen ve karma bir strateji izleyen firmaları "Arada sıkışıp kalan firmalar" olarak nitelendirmekte ve bu durumda başarı şanslarının az olduğunu savunmaktadır⁵³.

Porter, geliştirdiği teoride ulusal rekabet avantajlarını yaratabilmek için şunların olmasını öngörür⁵⁴:

- Endüstride rekabet avantajı için gerekli yetenek ve kaynakların varlığı,
- Fırsatlar ile kaynak ve yeteneklerin yöneldiği alanlara ilişkin yeterli bilginin varlığı,
- Sermayedar, yönetici ve çalışanların rekabet amacına yönlendirilmesi ve
- Şirketi yatırım ve yeniliklere yönelten baskının varlığı.

1.3.3.1.Uluslararası Rekabet Üstünlüklerinin Belirleyenleri

Porter, ulusal rekabet avantajlarını dört temel boyut veya belirleyen içinde inceleme konusu yapmaktadır⁵⁵:

- Faktör Koşulları
- Talep Koşulları
- Bağlı ve Destek Endüstriler
- Firma Stratejisi, Endüstriyel Yapı ve Rekabet.

Yukarıda sayılan dört belirleyenin her biri veya ikisi yoluyla rekabet avantajı yaratılabilir. Fakat küresel rekabet ortamında esas olan tüm unsurların birlikte var olmasıdır. Aksi takdirde sürdürülebilir bir rekabet gücünden bahsedilemez. Çünkü bu

⁵² Murat Çetin, Soner Taslak ve Aykut Karakaya, "Gümrük Birliği Süreci'nde Rekabet Stratejilerinin Değerlendirilmesi", **Verimlilik Dergisi**, 2000/1, s. 61.

⁵³ Porter, 2000, a.g.e., s. 52.

⁵⁴ Michael E. Porter, **The Competitive Advantage of Nations**, Macmillan, London, 1990, s. 71.

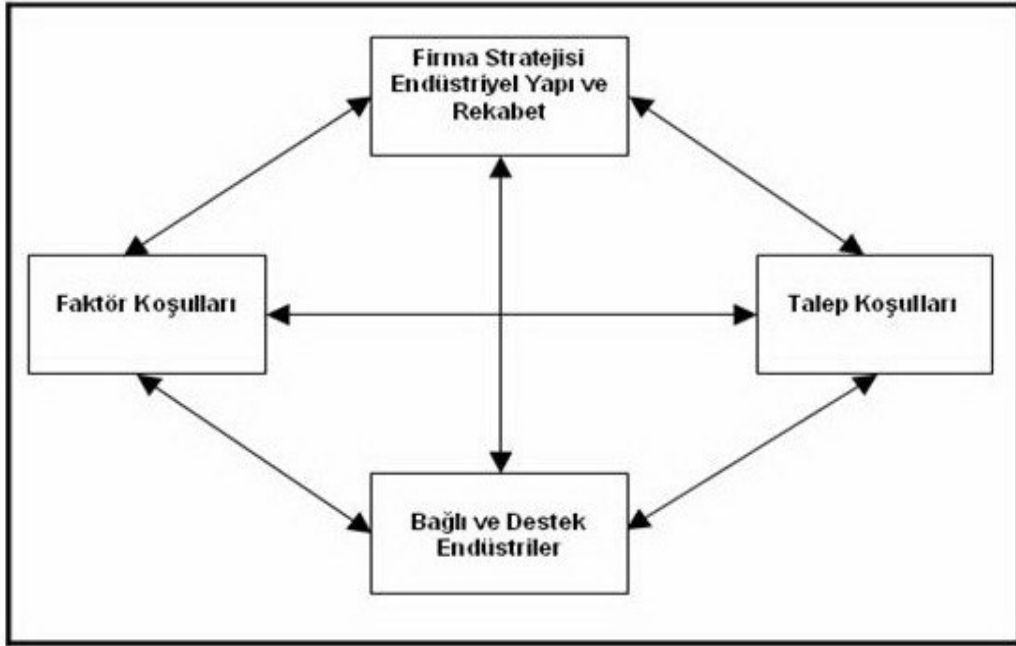
⁵⁵ Canan Erkan, **Küreselleşme ve Avrupa Topluluğu Karşısında Türkiye'nin Rekabet Yeteneği**, Takav Yayıncılık, İzmir, Aralık 1993, ss. 65-66.

unsurların hepsi birden dinamik bir karşılıklı bir etkileşim içinde birbirlerinin daha da gelişmesini etkilemektedirler. Bu belirleyenleri Porter, “Diamond”, “Elmas” olarak isimlendirmiş ve Şekil 3’deki gibi şematize etmiştir. Porter’ın elmas adını telaffuz etmesi şeklin dört köşeli (kutuplu) olmasından kaynaklanmaktadır. Elmas yerine “karo” ya da “baklava” biçimli de denilebilir.

Rekabet avantajlarının, elmasta yer alan dört belirleyenine ilaveten “elmas”a etki eden ve dolayısıyla da ulusal rekabet avantajlarının değişiminde etkili olan iki de dolaylı (Dışsal) belirleyen söz konusudur.

- Devletin Rolü ve
- Karşılaşılan Fırsatlar ve Şanslar

Bu iki unsurun da eklenmesiyle “Elmas”, Dört içsel ve iki dışsal belirleyenden oluşan bir sistem bütünü oluşturmaktadır. Sistem bütünüün yer aldığı şekil çalışmanın ilerleyen kısımlarında gösterilmiştir.



Şekil 3: Ulusal Avantajların Belirleyenleri

Kaynak: Porter, 1990, a.g.e., s. 72.

Faktör koşulları kısaca ve toplu olarak ülkenin üretim faktörleri açısından içinde bulunduğu durumu yansıtmaktadır ve rekabetçi firmanın ihtiyaç duyacağı nitelikli işgücü, doğal kaynaklar, sermaye ve altyapı donanımını içermektedir. Çok açıktır ki; sadece bu faktörlere sahip olmak rekabet gücünün elde edilmesi için yeterli değildir. Önemli olan bu faktörlerin etkili ve verimli bir şekilde kullanılmasıdır. Doğal kaynaklar, iklim, kuruluş yeri, niteliksiz işgücü gibi unsurlar temel faktörler, nitelikli işgücü, modern ulaşım ve haberleşme sistemleri, üniversite ve araştırma kurumları gibi faktörler ise ileri düzeydeki faktörler olarak sayılmıştır ve rekabet üstünlüğü sağlamada temel faktörlere göre daha kıt, üretimi daha zor ve dış piyasalardan temini de daha sınırlı olan ileri düzey faktörlerin daha etkili olduğu Porter tarafından ileri sürülmüştür. Temel faktörler daha çok tarım ve madencilik alanında önemli rol oynarken bunların tedariki uluslararası düzeyde bile bir sorun yaratmamaktadır. Örneğin, Porter'a göre, Japonya'nın kalkınmasında mühendis yoğunluğu belirleyici ve sürükleyici üretim faktörü olmuştur⁵⁶.

Porter'a göre ulusal rekabet avantajlarını belirleyen diğer önemli bir faktör de ülke içi talep koşullarından kaynaklanmaktadır. İç pazardaki talebin yapısı ve bileşimi, iç talebin genişliği ve büyüme kalıbı ve iç talepteki tercih yapısının dış piyasalara yansıma mekanizmaları firmalardaki ilerleme ve yeniliğin hızının ve niteliğinin belirlenmesinde önemli üç değişken olarak göze çarpmaktadır. Bunlardan son ikisi, ilk belirleyene bağlı bulunmaktadır. Başka bir deyimle, rekabet avantajlarının yaratılması açısından, iç talebin niteliği sayısal büyüklüğünden çok daha önemli olmaktadır⁵⁷.

İç talebin yapısı ve bileşimi açısından tüketici ihtiyaçlarının firmalarca algılanması, yorumlanması ve dikkate alınması iç talebin yapısını ve niteliğini belirlemektedir. Firmalar için, ülke içi alıcılardan kaynaklanan baskı dış rakiplerden kaynaklanan baskılardan daha etkili ve öncelikli bir konuma sahip olmaktadır. Gelişmiş bir iç talebe sahip ülkelerin firmaları, dış piyasalarda rekabet üstünlüğü elde etme açısından daha avantajlı bir konuma sahiptirler⁵⁸.

⁵⁶ Porter, 1990, a.g.e., s. 78.

⁵⁷ Porter, 1990, a.g.e., ss. 84-85.

⁵⁸ Erkan, 1995, a.g.m., s. 89.

İç talebin yapısı ve bileşimi içinde de talebin dağılım yapısı, alıcı taleplerinin niteliği ve beklentileri önceden görme ve erken davranma olmak üzere üç temel etken ulusal rekabet avantajı yaratmada önem kazanmaktadır⁵⁹. İç talebin yüksek ve geniş payının olduğu alanlarda rekabet avantajı gerçekleşmektedir. Örneğin; ABD'deki şehirlerin coğrafi dağılımı ulaşımda uçağa ihtiyacı arttırmış, bunun sonucunda da uçak sanayii ilk kez ABD'de gelişmiştir. Böylece ABD uçak sanayiinde uluslararası rekabet avantajı elde etmiştir.

Mal ve hizmete ilişkin olarak daha yüksek kalitenin arandığı ülkelerde, nitelikli taleple firmalar rekabet avantajları yaratmaya yönlendirilmektedir. Ürün kalitesi, rahatlığı ve hizmetler açısından daha yüksek standartların arandığı ülke firmaları yeniliklere daha çok yönlendirilirken, daha düşük maliyetli üretim teknikleri ve daha yeni ve kaliteli ürünler sayesinde uluslararası piyasalarda daha avantajlı konuma sahip olmaktadır⁶⁰. Yani alıcı taleplerinin niteliği rekabet avantajı yaratılmasında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konu talebin genişliğinden daha önemli bir unsurdur.

Tüketici beklentilerini önceden görerek ona göre erken davranan ve yeni stratejiler üreten firmalar rekabet üstünlüğü elde etme açısından avantaj sağlarlar. İç talebin genişliği, yatırımları ve dinamizmi teşvik edecek türde olması durumunda rekabet avantajı yaratabilmektedir. Aksi durumda avantajsızlığa dönüşmesi olasıdır⁶¹.

İç talepteki tercih yapısının dış piyasalara yansımaya mekanizmaları ile ilgili olarak da kısaca şunlar söylenebilir: Eğer bir ülke kendi iç talebindeki zevk ve tercihleri uluslararası alana yayabiliyorsa, o ülkenin firmaları uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğü elde edeceklerdir. Porter bu konuda ABD'nin "Fastfood" ve "Kredi kartı kullanımı"ni diğer ülkelere yaydığı ve bu alanlarda bir rekabet üstünlüğü elde ettiği örneğini vermektedir⁶².

⁵⁹ Porter, 1990, a.g.e., ss. 87-92.

⁶⁰ Erkan, 1992, a.g.t., s. 74.

⁶¹ Erkan, 1992, a.g.t., s. 75.

⁶² Hakan Kum, "Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler: Yeni Yaklaşımlar", **Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı: 14, Yıl: 1999, s. 168.

Porter'a göre bir ülkenin rekabet gücünü belirleyen bir diğer önemli faktör de bağlı ve destek endüstrilerin varlığıdır. Bir ülkede bağlı ve destek endüstrilerin varlığı, firmanın girdi temininde, yeniliklerin geliştirilmesi ve uygulanmasında ve faaliyetin uluslararasılaştırılmasında, dolayısıyla rekabet gücünü arttırmakta etkili olmaktadır.

Ulusal rekabet avantajı yaratmanın dördüncü önemli belirleyeni firma stratejisi, yapı ve rekabet konusunda da firmanın amaçları, izlediği strateji ve organizasyon yöntemindeki farklılıklar, rekabet avantajına kaynaklık etmektedir. Ülke içinde rekabetin gerçekleşme biçimi, yenilik sürecini belirleyerek uluslararası düzeyde başarısının ana nedeni olmaktadır⁶³.

Son olarak ulusal rekabet avantajları yaratılmasında etkili olan dışsal belirleyenler ile ilgili de kısaca şunlar söylenebilir: Uluslararası alanda değişen koşullar yeni fırsatlar ve şanslar yaratırlar. Söz konusu değişkenler yenilikler, teknolojik gelişmeler, girdi maliyetlerindeki ani değişimler (petrol şoku gibi), dünya finans piyasalarında ve döviz kurlarında değişiklikler, dünya piyasaları ve yerel piyasalardaki talepte dalgalanmalar, dış ülkelerin uyguladığı politikalar ve savaşlar olarak sayılabilir⁶⁴. Bu değişkenler bazı ülke firmalarının avantajlarını kaybetmelerine neden olurken, yenilikçi girişimcilerin bulunduğu, belli bir dinamiğe sahip bazı ülke firmaları için de yeni fırsatlar ve şanslar yaratabilirler.

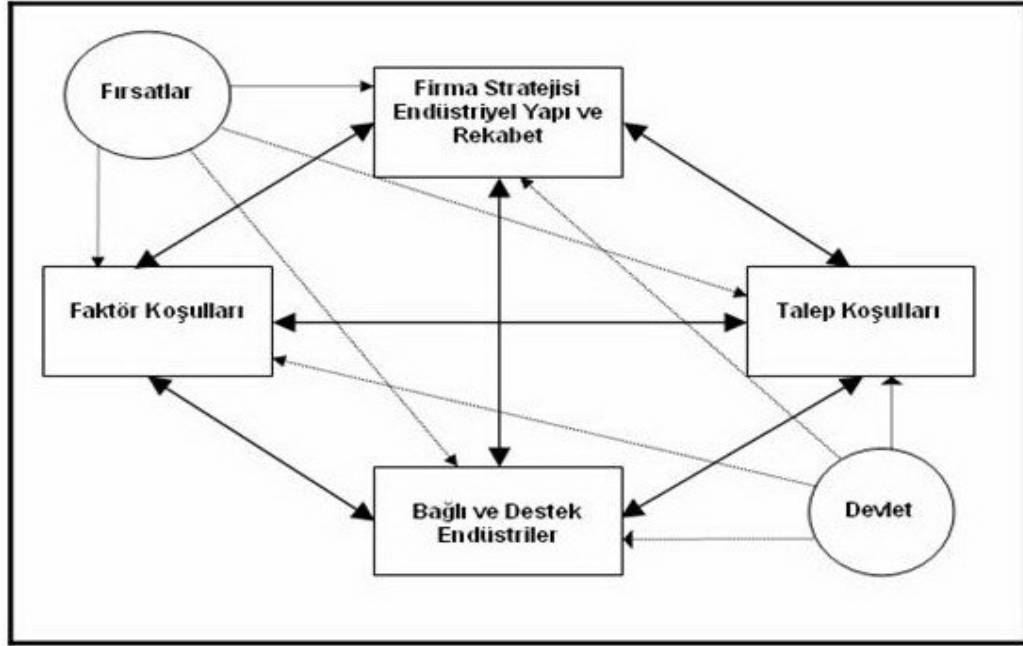
Porter'a göre devlet, rekabet gücünü dolaylı olarak etkileyen (Dışsal) bir faktördür. Devlet, ortaya çıkan yeni fırsatlar, değişen koşullar veya krizler durumunda gerekli tedbirleri alarak ve uygun politikalar uygulayarak firmaların rekabet güçlerinin artmasına ya da korunmasına yardımcı olabilecek bir faktördür⁶⁵. Devlet politikaları pozitif veya negatif etki yaratabilir.

Rekabet üstünlüğünün belirleyicisi olan bu altı unsurun hepsi karşılıklı olarak dinamik bir etkileşim içindedirler. Bu etkileşim dolayısıyla elmas bir sistem bütünü haline gelmektedir. Oluşan sistem bütünü aşağıda Şekil 4'de gösterildiği gibidir.

⁶³ Porter, 1990, a.g.e., s. 107 ve devamı.

⁶⁴ Erkan, 1992, a.g.t., ss. 82-83.

⁶⁵ Kum, 1999, a.g.m., s. 169.



Şekil 4: Sistem Bütünü

Kaynak: Porter, 1990, a.g.e., s.127.

1.3.3.2. Rekabetçi Gelişme Aşamaları

Porter'in Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımı'na göre rekabetçi gelişme dört aşamada gerçekleşmektedir:

- Faktör GÜdümlü Gelişme Aşaması
- Yatırım GÜdümlü Gelişme Aşaması
- Yenilik GÜdümlü Gelişme Aşaması
- Refah GÜdümlü Gelişme Aşaması

Her ülkenin içinde bulunduğu gelişme aşaması onun uluslararası düzeydeki rekabetçi konumunu yansıtır⁶⁶.

Yukarıda sayılan aşamaların birinden diğerine geçişte sırayı takip etme zorunluluğu yoktur. Aşamalar arasında sıçrama yapmak ve geri dönüşler mümkündür.

⁶⁶ Doğan Uysal, "Teknolojik Gelişim ve Global Rekabet Üzerine Etkisi", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Konya, Yıl: 2000, Sayı: 6, s. 8.

Ekonomik gelişme ve zenginleşme ilk üç aşamada olmakta, ulusal verimlilik artmaktadır. Bazı ülkeler sadece faktör avantajı ile zenginleşebilirler. Fakat verimliliği ve ekonomik gelişmeyi sağlayamazlar. Kuveyt ve Suudi Arabistan buna en iyi örnektir. Bu ülkelerin uluslararası düzeyde rekabet şansları yoktur. Diğer yandan birçok ülke faktör veya yatırım güdümlü gelişme aşamasından öteye geçememektedir. Yenilik güdümlü gelişme aşamasına geçen ülkeler ise dünya ticaretinde büyük bir üstünlüğe sahip olmaktadır⁶⁷.

Rekabetçi gelişme aşamalarının ilk aşaması olan faktör güdümlü gelişme aşamasında ekonomik gelişme, ülkenin temel üretim faktörleri olan doğal kaynaklarla yetersiz düzeydeki sermaye birikimi ve yarı uzmanlaşmış işgücü donatımına dayalı olarak gerçekleşmektedir. Bu aşamada elmastaki değişkenlerden yalnızca faktör koşulları etkili olmakta ve rekabet avantajı üretim faktörlerinin ucuzluğundan kaynaklanmaktadır. Ürün, üretim süreci ve teknoloji açısından rekabet avantajlarının söz konusu olmadığı bu aşamada rekabet ucuz faktör maliyetinin doğurduğu fiyat rekabeti alanında gerçekleşmektedir. Ülke içinde teknoloji üretilemez ve dışarıdan sermaye malı ithal edilerek karşılanır. Faktör güdümlü gelişme aşamasındaki ülke dünyadaki ekonomik dalgalanmalardan çok fazla etkilenir. Sektörlerde verimlilik seviyeleri düşüktür. Gelişmekte olan ülkelerin çoğu bu aşamadır⁶⁸. Fiziki sermaye ve özellikle insan sermayesi bu aşamanın geçilmesi için gerekli temel faktörlerdir. Faktör avantajları her zaman kaybedilebilir.

Yatırım güdümlü gelişme aşamasında rekabet avantajları, ülkenin ve firmaların yatırım isteği ve yeteneğine bağlıdır. Firmalar modern, etkin ve büyük ölçekli üretim yapabilmek için dünya pazarlarından elde edilebilen ileri teknoloji donanımlarına yatırım yaparlar. Ayrıca, firmalar, sadece ithal ettikleri yabancı teknoloji ve yöntemleri kullanmakla kalmazlar, bunları geliştirmeye de çalışırlar. Bu aşamanın faktör güdümlü gelişme aşamasından ayrılan yönü, teknolojiyi özümseme ve geliştirme yeteneğidir. Firmalar, tüketicilerle bağlantılarını güçlendirmek, maliyet düşürücü yöntem ve tekniklere ulaşmak, ürün kalitesini yükseltmek ve modern üretim teknolojisine dayalı yeni üretim yöntemlerini geliştirmek için yatırım

⁶⁷ Erkan, 1993, a.g.e., s. 113.

⁶⁸ Erkan, 1993, a.g.e., s. 106.

yaparlar. Yatırımlar, sermaye ve teknoloji yoğun özellik gösterirler⁶⁹. Bu aşamada bağlantılı ve destek endüstriler henüz gelişmemiştir. Ekonomi küresel şoklara nispeten daha az duyarlıdır⁷⁰. Sözü edilen aşamada özellikle ihracatı ve yatırımları teşvik programları yoluyla, devletin de önemli bir rolü vardır.

Yenilik güdümlü gelişme aşaması, elmastaki tüm değişkenlerin en güçlü şekilde karşılıklı etkileşim halinde bulunduğu aşamadır. Ülke firmaları uluslararası düzeyde rekabet edebilecek durumdadır. Faktör maliyetlerine dayalı avantajlar yerlerini ürün ve üretim sürecine ilişkin teknolojik yeniliklere bırakmıştır. Firmalar teknolojileri ithal edip geliştirmekle kalmayıp kendileri de yenilerini yaratırlar. Bu aşamada ayrıca bilimsel ve teknolojik ilerlemelerin gerçekleştirildiği araştırma kurumları ve üniversiteler ön plandadır. Gelişen arz ve talep koşulları, iç rekabetin etkisi, uzmanlaşmış faktörlerin ve bağlı endüstrilerin ortaya çıkması firmaları yeniliğe yönlendirir. Söz konusu aşamada bulunan ülkenin firmaları uluslararası alanda rekabet gücünü yakalamışlardır. Rekabet avantajları faktör avantajlarının sürmesi yanında, nitelikli işgücü ve ileri teknolojinin yarattığı verimlilik avantajından kaynaklanmaktadır. Bu aşamada bulunan bir ekonominin, konjonktür hareketleri ve dışsal şoklara karşı dayanıklılığı ve uyum esnekliği daha yüksektir. Burada devletin rolü de diğer aşamalardan farklıdır. Devlet bu aşamada doğrudan müdahaleleri bırakarak dolaylı yollardan, iç rekabetin teşviki ve yeniliklerin uyarılması gibi konulara önem vermektedir. Devletten çok özel sektör ön plandadır ve uluslararası firmaların, artık devletin önderliğine ihtiyacı yoktur⁷¹.

Diğer üç aşamanın aksine bir ilerleme değil gerilemenin olduğu refah güdümlü gelişme aşamasında geçmişte ulaşılan refah seviyesinin korunması temel sorun olmaktadır. Bu aşamada devlet desteğinin yetersizliği, rekabetin ve yatırımların azalması gibi nedenlerle firmaların rekabet üstünlüklerini kaybetmeye başladıkları görülür. Eğitime verilen önem azalırken, yüksek gelir düzeyi çalışma motivasyonunun kaybolmasına neden olur. Yatırımlar sürekli olarak düşer ve yatırımların amacı sermaye sağlamaktan çok mevcut sermayenin korunmasına yönelir. Firmalar riske girmekten kaçınarak birleşmelere yönelir, bu da rekabetin,

⁶⁹ Erkan, 1993, a.g.e., ss. 105-106.

⁷⁰ Erkan, 1993, a.g.e., ss. 106-107.

⁷¹ Erkan, 1993, a.g.e., ss. 107-110.

dolayısıyla yeniliklerin azalmasına neden olur. Ülkeye giren yabancı sermaye yerli firmaların zor durumda kalmalarına ve daha fazla devlet desteğine ihtiyaç duymalarına neden olur. Bu aşamada rekabet avantajları, gelişmiş ve ileri talebin söz konusu olduğu refah birikimine dayalı alanlar ile nitelikli işgücü birikimine bağlı lüks ihtiyaç alanlarında sürdürülebilmektedir Ayrıca ülkenin faktör avantajı ile bazı sektörlerde ilk olmaktan kaynaklanan avantajlar da sürdürülebilir. Diğer yandan, bu aşamada ülke içindeki rekabetin kaynağı daha çok yabancı firmaların getirdiği dinamizme bağlıdır⁷².

1.3.4. Uluslararası Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri

Farklı kategorilerdeki ticaretin ve ülkelerin merak edilen rekabet gücü performansını analiz etmeye yönelik çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Burada söz konusu yaklaşımlardan önemli bir kısmı rekabet gücü ölçüm yöntemleri adı altında incelenmeye çalışılmıştır.

1.3.4.1. Uluslararası Kuruluşlarca Rekabet Gücü

Son derece dinamik yapısı ve birçok faktörle olan bağlantısı sebebiyle, rekabet edebilirliğin veya rekabet gücünün ölçülebilmesi oldukça zordur. Uluslararası düzeyde çeşitli ülkelerin rekabet güçlerini geniş kapsamlı birer veri setine dayalı olarak rekabet gücü endeksleri hesaplamalarıyla ölçmeye çalışan ve bunlarla ilgili yıllık uluslararası rekabet raporları hazırlayan, dünyada bilinen iki tanınmış kuruluş bulunmaktadır. Dünya Ekonomik Forumu (WEF) ve Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD). Çalışmanın ilerleyen kısımlarında bu kuruluşlar ve çalışmalarıyla ilgili bilgi verilmektedir.

Halen dünyada ülkelerin rekabet edebilirlik (competitiveness) yönünden konumlarını ölçen iki tanınmış kuruluş bulunmaktadır. Bunlardan birincisi tüm dünyada ünlü Davos toplantılarını organize eden Dünya Ekonomik Forumu (WEF)'dur. İkincisi ise Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD) adlı bir kuruluştur. İsviçre'de faaliyet gösteren her iki kuruluşun da uluslararası rekabet gücü

⁷² Erkan, 1993, a.g.e., ss. 111-112.

üzerine yayınladıkları araştırmaların bilimsel bir temele dayandığı genel olarak kabul edilmektedir.

Merkezi İsviçre'nin Cenevre kentinde bulunan Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum-WEF) adlı uluslararası bir araştırma enstitüsü, her yıl Global Rekabet Raporu (Global Competitiveness Report) adı altında bir rapor yayınlamaktadır. Bu raporda "global rekabet endeksi" adı verilen bir endeks yardımıyla ülkelerin uluslararası rekabet gücü açısından yeri tahmin edilmektedir.

Söz konusu global rekabet araştırmasında "rekabet gücü", bir ülkenin ekonomik refah ve yaşam standardını yükseltebilmesi için gerekli ekonomik güç olarak tanımlanmaktadır. Bu araştırmada uluslararası rekabet gücü tespit edilirken çoğunlukla yukarıda firmalara özgü ve firma dışı etkenler olarak açıklanan kriterler dikkate alınmaktadır. 8 ana kategoride toplanan toplam 155 kriter esas alınarak 'Global Rekabet Endeksi' hesaplanmaktadır. 0 ile 2 arasında değişen bu endekste 0 ülkenin rekabet gücünün en düşük, 2 ise en yüksek olduğunu ifade etmektedir. Dünya Ekonomik Forumu'nun "büyüme rekabet gücü endeksi" (growth competitiveness index-GCI), adını verdiği endeks, bir ülkenin gelecek 5-10 yıl içerisindeki büyüme potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Merkezi İsviçre'nin Lozan kentinde bulunan Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (International Institute for Management Development-IMD) de her yıl Dünya Rekabet Yıllığı (World Competitiveness Yearbook) adıyla bir rapor yayınlamaktadır. IMD'ye göre rekabet gücü büyük ölçüde bir ülkenin sürdürülebilir bir şekilde katma değer üretmesini sağlayan bir ortam oluşturması yeteneğine dayanır.

IMD, rekabet gücünü 8 ana kriter ve toplam 250 alt kriter çerçevesinde belirlemektedir. Kullanılan kriterlerin bir kısmı GSYİH, enflasyon, patent sayısı v.b. gibi rekabet gücünün ölçülebilir boyutlarını belirleyen kriterler iken diğerleri dünya çapında yapılan bir araştırma sonucunda elde edilen eğitim, değer sistemleri ve bireylerin motivasyonu gibi rekabet gücünün gayri maddi niteliği ağır basan boyutlarını dikkate alır.

Önemle belirtelim ki, Global Rekabet Endeksi kişi başına milli gelir dışında bir takım sosyo-ekonomik göstergeler (8 yapısal faktör) esas alınarak bir ülkenin gelecek 5-10 yıl içerisindeki büyüme potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Global Rekabet Endeksi, bir ülkenin orta vadede ne tür bir gelişme trendi içerisinde olduğunu görmemiz açısından önem taşımaktadır. Şüphesiz, endeks sıralaması bir tahminden öteye gitmemektedir. Bir ülkenin sosyo-ekonomik yapısal faktörlerinde ani bir iyileşme veya bozulma ülkenin rekabet endeksindeki yerini de pekala değiştirebilmektedir.⁷³

Gerçekte, mal ve hizmet piyasalarında birbirleriyle rekabet edenler, tek tek ülke veya uluslar değil firmalardır. Bu nedenle de kimi iktisatçılara göre, haklı olarak Uluslararası Rekabet Gücü (URG)'nin ülke düzeyinde araştırılması hemen hemen tümüyle anlamsızdır. Ülkeler ve hükümetler açısından söz konusu olabilecek olan, yalnızca bir tür *kuruluş yeri* rekabetidir. Böylece, yukarıda sözü edilen kuruluşların yayınladıkları raporlar sadece bu anlamdaki bir URG'nin analizi olarak değerlendirilmelidir⁷⁴.

Dünya Ekonomik Forumu'nun yayımladığı 2004-2005 raporuna göre Türkiye 2004-2005'te 104 ülke arasında yapılan rekabet sıralamasında önceki döneme nazaran bir sıra gerileyerek 65. sırayı almıştır. Ülkenin rekabetçiliğinin ölçüldüğü raporda 2003-2004 araştırmasının birincisi Finlandiya, 2004-2005'te de birinci olurken, bu durumda "devamlı yenilikçi teknolojilere dayalı yatırım yapması, kamu ve özel sektör kurumlarında tam bir yönetsel etkinliğin sağlanması" belirleyici olmuştur.

İskandinav ülkelerinin üst sıralarda yer aldığı raporda, bu ülkelerin üst sıralarda yer almasına neden olarak, "bütçe fazlası vermeleri, yolsuzluğun çok düşük düzeye gerilemesi, ekonomik performanslarının artması, özel şirketlerin de, hukuka saygılı olarak, profesyonel bir şekilde yönetilmesi" gösterilmiştir.

⁷³ Aktan, 1998, a.g.r., s. 118.

⁷⁴ Aykut Kibritçioğlu, "Porter'ın Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımı ve İktisat Kuramı", Erişim: 10.04.2006, http://dialup.ankara.edu.tr/~kibritci/wp5_porter.html, ss. 1-2.

2004-2005'te de ilk üç sıra değişmeyerek önceki yıl olduğu gibi Finlandiya'yı ABD ve İsveç izlemiştir. Rapordaki sıralamada, Japonya 9. sırada, İngiltere 11. sırada, Almanya 13. sırada Fransa ise 27. sırada yer almıştır. 2003-2004 raporunda Türkiye'nin bulunduğu 65. sırada 2004-2005'te Jamaika yer almıştır. En son 104. sırada ise Çad bulunmaktadır.

Önceki yıllarda yapılan Global Rekabet Raporu sonuçları incelenirse coğrafik açıdan küçük fakat ekonomisi dışa açık olan ülkelerin (Singapur, Hong Kong gibi) ve ekonomisi imalata ve bu malların ihracına dayanan ülkelerin (Japonya, Çin, Güney Kore gibi) rekabet gücünün yüksek olduğu görülmektedir⁷⁵.

Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü'nün (IMD) yıllık yayını olan "Dünya Rekabet Yıllığı" da ülkelerin rekabet güçlerini ortaya koymaktadır. Söz konusu yıllığa göre, dünya genelinde en rekabetçi ülke ABD'dir. Bu ülkeyi sırasıyla Finlandiya, Hollanda, Singapur, Danimarka, İsviçre, Kanada, İrlanda, İsveç ve Avustralya izlemektedir. Türkiye ise 1997 yılında bu listede 35. sırada bulunurken, 2005 yılı itibariyle 48. sıraya düşmüştür. Karşılaştırma yapılan ülkeler içinde Türkiye'ye en yakın rekabet gücüne sahip ülkeler ise Meksika, Romanya, Polonya ve İtalya'dır. Bu araştırmaların sonuçları, genel olarak Türkiye'nin rekabet gücünün birçok ülkeye göre düşük olduğu ve ülkemizin "rekabet gücü düşük ülkeler" kategorisinde değerlendirildiğini göstermektedir.

1.3.4.2. Tam Entropi Endeksi -Absolute Entropy Index (AEI)

Aşağıdaki formülasyon ihracat (ithalat) Tam Entropi Endeksi'ni hesaplamak için kullanılmaktadır⁷⁶.

$$I_i = \sum_j b_{ij} \ln(1/b_{ij}) \text{ with } 0 < b_{ij} < 1 \text{ and } \sum_j b_{ij} = 1$$

b_{ij} = i ülkesinin j ülkesine (ülkesinden) ihracatı (ithalatı)'nı ifade etmektedir.

Bu gösterge incelenen ülkenin ticaret akışlarının dağılımı veya toplulaştırılmış halini

⁷⁵ Aktan, 1998, a.g.r., s. 118.

⁷⁶ Bahri Yılmaz ve Selim Jürgen Ergun, "The Foreign Trade Pattern and Foreign Trade Specialisation of Candidates of The European Union", **Ezoneplus Working Paper**, No: 19, September 2003, ss.5-6.

ölçmek için kullanılmaktadır. Endeks ne kadar yüksek olursa ülkenin ihracat (ithalat)'ının da o derece dağılmış olduğunu göstermektedir. Endeksin günümüzdeki geçerli hali her unsurun payının (b_{ij}) , $\ln(1/b_{ij})$ ile bağlantılı olarak ağırlıklandırılmasından türemiştir. Bu da şu anlama gelmektedir ki; eğer bir ülke için b_{ij} çok yüksekse, $\ln(1/b_{ij})$ kesiri tarafından küçültülebilecektir ve bütün paylar eşitse en yüksek değer elde edilecektir.

1.3.4.3. Karşılaştırmalı İhracat Performansı (CEP) (Donges, 1982)

Karşılaştırmalı İhracat Performansı Endeksi yalnızca ihracat paylarını baz alır ve iki ölçü arasındaki bulguların karşılaştırılmasına imkan verir. Oysa ileride ele alınacağı üzere, çalışmanın da ana konusunu oluşturan AKÜ (Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük) endeksleri gözlenen, gerçek ihracat ve ithalat akışlarını temel alır ve ithalat üzerindeki tarifeler veya tarife-dışı engeller, ihracat teşvikleri vb. AKÜ hesaplamalarını çarpıtabilir⁷⁷. CEP endeksi aşağıdaki gibidir:

$$CEP = (x_{ij} / X_{iw}) / (\sum x_{ij} / \sum X_{iw})$$

j inceleme konusu olan ülkeyi, w ise karşı ülkeyi veya ülkeler grubunu (örneğin AB'yi) temsil etmektedir. Söz konusu endeksin 1'den yüksek (veya 1'den düşük) olması ülkenin, başlı başına belirli sektörlerde sahip olduğu toplam ihracat payının AB'nin bütün olarak sahip olduğu paya nazaran daha büyük (daha küçük) olduğu anlamına gelmektedir. Böylece, inceleme konusu ülke bu ürünlerin ihracatında bir avantaja (dezavantaja) sahip olur.

1.3.4.4. Uygunluk (Conformity) Katsayısı

0 ile 1 arasında değer alan bu katsayının formülü aşağıdaki gibidir⁷⁸.

$$CC = \frac{\sum_{i=1}^n x_i m_i}{\sqrt{(\sum_{i=1}^n X_i X_i)(\sum_{i=1}^n M_i M_i)}}$$

⁷⁷ Yılmaz ve Ergun, 2003, a.g.e., ss. 13-14.

⁷⁸ Yılmaz ve Ergun, 2003, a.g.e., s. 22.

Denklemdaki xi ve mi iki yapının karşılaştırılmasını göstermektedir; incelenen ülkenin ihracatı ve diğer ülkenin veya ülkeler grubunun ihracatı. İki ülkenin birlikte karşılaştırılmış ihracat yapıları ne kadar aynı ise uygunluk (conformity) katsayısı da o kadar yüksek çıkacaktır.

1.3.4.5. İhracat Benzerlik Endeksi (Finger ve Kreinin, 1979)

Herhangi bir ülkenin (veya ülkeler grubu) üçüncü bir piyasaya ihracatlarının benzerliğini ölçen ihracat benzerlik endeksi, Finger ve Kreinin (1979) tarafından aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir:

$$S_i(ab,c) = \{ \text{Minimum} [X_i(ac), X_i(bc)] \} 100$$

Söz konusu formülde $S_i(ab, c)$, (i) malı ihracatının yapıldığı üçüncü ülke (c) piyasasında, a ve b ülkelerinin ihracatlarının benzerliğini göstermektedir. $X_i(ac)$ ve $X_i(bc)$ sırasıyla; a ülkesinin c ülkesine gerçekleştirdiği toplam ihracat içinde (i) malı ihracatının payını göstermektedir. Eğer a ve b ülkelerinin ihracat yapıları tamamen birbirlerine benziyorsa ($X_i(ac) = X_i(bc)$) birim değer alacak olan endeks, ihracat yapılarının birbirinden tamamen farklılaşması durumunda ise 0 değerini alacaktır. Endeks değerinin 1'e yaklaşması, iki ülke ihracat yapılarının giderek benzeştiğini gösterirken, 0'a yaklaşan endeks değeri de iki ülke arasında ihracat benzerliğinin giderek azaldığını gösterecektir.

İhracat Benzerlik Endeksi ile iki ülke veya ülke grupları arasındaki ihracat benzerliğinin zaman içindeki değişimi de gözlenebilir. Böylece ülkenin ihracat yapısı ve ekonomik yapısının zaman içinde daha benzer ya da daha farklı hale gelme derecesi konusunda bir yorum yapılması mümkün olabilir. İhracat benzerlik endeksinin diğer endekslere göre avantajı, sadece standartlaştırılmış uluslararası ticaret verilerinin kullanılmasını gerektirmesidir⁷⁹.

⁷⁹ J.M. Finger ve M.E. Kreinin, "A Measure of Export Similarity and Its Possible Uses", **The Economic Journal**, 89, December 1979, ss. 905-912. (Aktaran: Murat Ferman, Sedef Akgüngör ve A. Hakan Yüksel, "Türkiye'nin İhracat Rekabet Gücü ve Sürdürülebilirliği: Avrupa Birliği Pazarında Rakip Ülkeler ve Türkiye Açısından Bir Karşılaştırma", 2004 Türkiye İktisat Kongresi'ne Sunulan Bildiri, 5-9 Mayıs 2004, İzmir.)

1.3.4.6. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (AKÜ) Endeksi ve Alternatifleri

Bir ülkenin mal ya da sektör bazında ihracatının yapısı bazı iktisatçılara göre o ülkenin sahip olduğu karşılaştırmalı avantajlarını, ithalatının yapısı ise ülkenin karşılaştırmalı dezavantajlarını yansıtır. Bu iktisatçılara göre herhangi bir malın ticaret dengesi (ihracat-ithalat) artı ise, ülke o malda karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Tersine durumda ise ülkenin o malda karşılaştırmalı dezavantajı olduğu ifade edilebilir⁸⁰. Karşılaştırmalı üstünlükleri yukarıda özetlenen yöntem ile ampirik literatüre kazandıran ilk araştırmacı, Liesner (1958)'dir⁸¹.

İngiltere'nin Avrupa Ortak Pazarı (AET) karşısındaki karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sektörleri belirlemek amacıyla Liesner (1958), aşağıdaki basit RCA (Revealed Comparative Advantage) (AKÜ) ölçüsünü kullanmıştır:

$$\text{AKÜ}_1 = X_{ij} / X_{nj}$$

X= ihracat, i= ülke, j= mal (veya sanayi), n= ülkeler grubu (örneğin AB)

X_{ij} = i ülkesinin j malı ihracatı,

X_{nj} = n ülkesinin/ülkeler grubunun j malı ihracatı.

AKÜ yaklaşımı daha sonra Balassa (1965; 1977) tarafından geliştirilmiştir. Macar iktisatçı Bela Balassa tarafından geliştirilen "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler" yaklaşımı⁸² literatürde görece rekabet edebilirliğin ölçümünde genel kabul gören ve sıklıkla kullanılan bir ölçüttür. Bu ölçüt, ihracat performansı ölçütü olarak da bilinmektedir. Balassa'ya göre H-O teorisi ile karşılaştırmalı üstünlüğün belirlenmesinde ticaret-öncesi görece fiyatların bilinmemesi yüzünden birtakım zorluklar bulunmaktadır⁸³. Bu nedenle, Balassa gözlenen ticaret verilerinden yola çıkılarak karşılaştırmalı üstünlüklerin açıklanabileceği sonucuna ulaşmıştır ve

⁸⁰ Sübidey Togan, **1980'li Yıllarda Türk Dış Ticaret Rejimi ve Dış Ticaretin Liberizasyonu**, Türk Eximbank Araştırma Dizisi, No:1, Ankara, s. 262.

⁸¹ H. H. Liesner, "The European Common Market and British Industry", **Economic Journal**, Cilt: 68, No: 270, 1958, ss. 302-316.

⁸² Bela Balassa, "Trade Liberalisation and 'Revealed' Comparative Advantage", **The Manchester School of Economic and Social Studies**, Cilt: 33, May 1965, ss. 99-117.

⁸³ Bela Balassa, **Comparative Advantage, Trade Policy and Economic Development**, Harvester Wheatsheaf, New York, 1989, ss. 42-44.

böylece gözlenen verilerden çıkarılan avantajı ‘açıklanmış’ karşılaştırmalı avantaj olarak isimlendirmiştir. Balassa Endeksi, karşılaştırmalı avantajın kaynaklarının altını çizerek belirlemekten ziyade, bir ülkenin ‘açıklanmış’ karşılaştırmalı avantaja sahip olup olmadığını saptamaya çalışmaktadır. Balassa yaklaşımında ticaret sonrası verilere dayalı olarak ölçüm yapılmakta ve uluslararası ticaret modelinin ülkeler arasındaki göreceli maliyetler kadar fiyat dışı faktörleri de (kalite farklılıkları, hizmet, iyi niyet, standardizasyon vb.) yansıttığı varsayılmaktadır⁸⁴. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler kavramı genellikle ülkelerin zayıf veya güçlü ihracatçı sektörlerini belirlemeye yönelik ampirik araştırmalarda kullanılmaktadır. Balassa tarafından geliştirilen söz konusu yaklaşımla endüstri-içi analizlerden sektör ve alt-sektör karşılaştırmalarına kadar birçok alanda ampirik araştırmalar yapılmış ve bu yaklaşım sayesinde bölgesel ve/veya ülkeler arası kıyaslamaların yapılması kolaylaşmıştır⁸⁵. İleride gösterilen endeks “Basit Balassa Endeksi” veya “Görelî İhracat Avantajı” olarak anılmakta olup daha sonradan alternatifleri türetilmiştir. Alternatif Balassa endeksleri çalışmanın ilerleyen kısımlarında sunulmaktadır.

$$\text{AKÜ}_2 = (X_{ij} / X_{it}) / (X_{nj} / X_{nt}) = (X_{ij} / X_{nj}) / (X_{it} / X_{nt})$$

X= ihracat, i= ülke, j= mal (veya sektör), t= mallar grubu (veya sektörler) ve n= ülkeler grubunu temsil etmektedir.

X_{ij} = i ülkesinin j malı ihracatı,

X_{nj} = n ülkesinin/ülkeler grubunun j malı ihracatı,

X_{it} = i ülkesinin toplam ihracatı,

X_{nt} = n ülkesinin/ülkeler grubunun toplam ihracatı.

$\text{AKÜ}_2 < 1$ ise ülkenin mal/sanayide karşılaştırmalı dezavantaja, > 1 olduğu durumda ise karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu söylenir. Bu endekste ithalata yer verilmemesi tartışmalara yol açmıştır.

⁸⁴ Bela Balassa, “Revealed Comparative Advantage Revisited: An Analysis of Relative Export Shares of the Industrial Countries 1953-1971”, **The Manchester School of Economic and Social Studies**, Cilt: 45, No: 4, December 1977, s. 327.

⁸⁵ Orhan Çoban ve Recep Kök, “Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği, 1989-2001”, **İktisat, İşletme ve Finans**, Sayı: 228, Mart 2005, s.73.

Alternatif bir AKÜ endeksi (AKÜ₃) ülkenin sadece kendi başına ticari performansı ile ilgili olarak türetilmiştir. Endeks aşağıdaki gibidir:

$$\text{AKÜ}_3 = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$$

M= ithalat

M_{ij} = i ülkesinin j malı ithalatı

AKÜ₃ Endeksi'nde endeks değeri -1'den (X_{ij}=0 ve açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj) +1'e (M_{ij}=0 ve açıklanmış karşılaştırmalı avantaj) uzanmaktadır. Karşılaştırmalı avantaj, endeks 0'dan büyükse var olmaktadır.

Başka bir alternatif AKÜ endeksi de "Basit Balassa Endeksi"nden türetilerek aşağıdaki şekilde yapılmıştır:

$$\text{AKÜ}_4 = (X_{ij} X_{it}) / (M_{ij} M_{it}) = (X_{ij} / M_{ij}) / (X_{it} / M_{it})$$

M_{it} = i ülkesinin toplam ithalatı

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük olabilmesi için AKÜ₄ endeks değerinin 1'den büyük olması gerekmektedir. AKÜ₄ endeksine Görelî İhracat-İthalat ölçütü adı verilmektedir.

AKÜ₄'ün benzer yorumu da alternatif bir endeks olarak aşağıdaki gibidir:

$$\text{AKÜ}_5 = \ln(X_{ij} / X_{it}) / (M_{ij} / M_{it}) * 100 = \ln(X_{ij} / M_{ij}) / (X_{it} / M_{it}) * 100$$

AKÜ₅ endeks değerinin ilgili ürün veya sektör için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük ifade edebilmesi için 0'dan büyük olması gerekmektedir. Aksi takdirde karşılaştırmalı dezavantaj belirtecektir.

Vollrath (1991) Balassa'nın AKÜ endekslerini geliştirmiş ve literatüre üç yeni endeks kazandırmıştır ki; bu üç endeks⁸⁶ günümüzde rekabet gücü ile ilgili araştırmaların uygulama kısımlarında en çok başvurdukları yöntemlerdir. Bunlar "görelî ticaret avantajı" RTA (GTA), "görelî ticaret avantajının logaritması" ln RTA

⁸⁶ T. L. Vollrath, "A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage", *Weltwirtschaftliches Archiv*, Cilt: 130, 1991, ss. 265-279.

[ln(GTA)] ve ‘açıklanmış’ rekabet edebilirlik (revealed competitiveness) RC (ARE)’dir ve bu endeksler çalışmada sırasıyla AKÜ₆, AKÜ₇ ve AKÜ₈ olarak isimlendirilmiştir. Vollrath’ın önerdiği bu üç alternatif ölçünün pozitif değerleri (>1) bir açıklanmış karşılaştırmalı avantajı ifade ederken; negatif değerleri (<1) ise bir açıklanmış karşılaştırmalı dezavantajı belirtmektedir. Sözü edilen endeksler aşağıdaki gibidir:

$$\text{AKÜ}_6 = \text{RTA} = \text{GTA} = \text{GİHA} - \text{GİTA} = (\text{RXA} - \text{RMA})$$

Bu endekste görelî ihracat avantajı orijinal Balassa endeksine (AKÜ₂’ye) eşittir. Vollrath’ın görelî ihracat avantajının Basit Balassa endeksinden farkı ülke ve malın çift sayımını önlemesidir⁸⁷.

$$\text{RXA} = \text{GİHA} = \text{AKÜ}_2 = (X_{ij} / X_{it}) / (X_{nj} / X_{nt}) \text{ ve}$$

$$\text{RMA} = \text{GİTA} = (M_{ij} / M_{it}) / (M_{nj} / M_{nt})$$

$$\text{AKÜ}_6 = (X_{ij} / X_{it}) / (X_{nj} / X_{nt}) - (M_{ij} / M_{it}) / (M_{nj} / M_{nt})$$

RTA= Relative Trade Advantage= GTA= Görelî Ticaret Avantajı

RXA= Relative Export Advantage= GİHA= Görelî İhracat Avantajı

RMA= Relative Import Advantage= GİTA= Görelî İthalat Avantajı

$$\text{AKÜ}_7 = \ln \text{RXA} = \ln \text{GİHA} = \ln \text{AKÜ}_2$$

$$\text{AKÜ}_8 = \text{RC} = \text{ARE} = \ln \text{RXA} - \ln \text{RMA} = \ln \text{GİHA} - \ln \text{GİTA}$$

Vollrath (1991) önerdiği bu üç endeks arasında en uygun endeksin arz ve talep dengesini daha iyi ifade ettiği için RC (relative competitiveness- ‘açıklanmış rekabet edebilirlik’) endeksi, AKÜ₈ (bu çalışmada) olduğunu söylemektedir. Uygulamalı araştırmalarda ise ithalat kısıtlamaları, ihracat teşvikleri vb. gibi (örneğin, ihracat teşviklerinin olması durumunda endeks değerleri olması gerekenden daha yüksek çıkabilir). AKÜ endekslerinde çarpıtmalara neden olan etkileri azalttığı için görelî ihracat üstünlüğünün logaritması (bu çalışmada AKÜ₇ endeksi) daha

⁸⁷ Utku Utkulu ve Dilek Seymen, “Trade, Competitiveness and Revealed Comparative Advantage: Evidence for Turkey towards the EU”, *European Trade Study Group 6th, Annual Conference*, ETSG 2004, Nottingham, 9-11 September 2004, s. 10.

yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Balassa ve Vollrath endeksleri farklı konseptlerin üzerine kuruldukları için doğrudan mukayese edilemezler⁸⁸. AKÜ₇ ve AKÜ₈ endeksleri orijinal Balassa endeksiyle simetrik bir görünüm taşımaktadır⁸⁹.

Buraya kadar ülke içindeki firmaların, ülkeler grubuna (örneğin AB pazarına) ihracat gerçekleştiren dünya firmalarıyla rekabetten ziyade, ülkeler grubu (örneğin AB) içindeki yerli firmalarla rekabet ettiği varsayılarak endeksler düzenlenmiştir. Ülke firmalarının ülkeler grubuna (AB'ne) ihracatta bulunan dünya firmalarıyla rekabet ettiği düşünülürse endeks aşağıdaki şekli alacaktır:

$$\text{AKÜ}_9 = (X_{ij} / X_{it}) / (X_{wnj} / X_{wnt})$$

X_{wnj} = Dünya ülkelerinin j malı ihracatı, X_{wnt} = Dünya ülkelerinin toplam ihracatı

AKÜ₉ endeksinin üründe/ sektörde bir açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük belirtebilmesi için 1'den büyük olması gerekmektedir. Bir başka deyişle söz konusu endeksin 1'den küçük olması karşılaştırmalı dezavantaj durumunu yansıtır.

AKÜ₂, AKÜ₆, AKÜ₇, AKÜ₈ ve AKÜ₉ ölçütleri rekabet edebilirliği global düzeyde, AKÜ₃, AKÜ₄ ve AKÜ₅ ise ikili düzeyde ölçmektedir. Global düzeyde, tarafların her ikisi de dünyaya ihracat ve dünyadan ithalat yapıyor şeklinde farz edilmektedir, ikili düzeyde ise taraflar arasındaki ticaret sadece iki taraflı rekabet edebilirlik göz önüne alınarak incelenmektedir.

İthalat kısıtlamaları (tarifeler ve tarife-dışı engeller), ihracat teşvikleri (sübvansiyonlar vb.) ve devletin birtakım koruyucu politikaları AKÜ endekslerinde birtakım sapmalara neden olabilmektedir.

Lafay (1992) başka bir alternatif AKÜ endeksi formülü daha geliştirmiştir⁹⁰.

Lafay endeksi $f_{ik} = y_{ik} - z_{ik}$ olarak tarif edilir.

88 Utku Utkulu, **Türkiye'nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler**, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, No: 09.1600.0000.000 / DK.05.055.389, İzmir, 2005, s. 15.

89 Utkulu ve Seymen, 2004, a.g.m., s. 10.

90 Yılmaz ve Ergun, 2003, a.g.e., s. 11.

$$y_{ik} = a (e_k^t X_{ik} - I_k^t M_{ik}) / Y_i$$

$$Z_{ik} = g_{ik} y_{ik}$$

$$g_{ik} = (e_k^t X_{ik} + I_k^t M_{ik}) / (e_k^t X_i + I_k^t M_i)$$

$$X_i = \sum_k X_{ik}$$

$$M_i = \sum_k M_{ik}$$

$$Y_i = \text{GDP}$$

a: sabit değişken, ampirik çalışmada 1000 olarak alınır.

$$e_k^t, I_k^t: \text{ağırlıklar} = (W_k^0 / W^0) / (W_k^t / W^t)$$

W = Dünya ticaretinin hacmi

i = incelenen ülke, k = farklı sektörler, st indis t = incelenen yıl, st indis 0 = baz yıl, X = ihracat ve M = ithalatı ifade etmektedir.

Lafay endeksi, Balassa endeksinin aksine, ithalat ve ihracat değerleri arasındaki farkı hesaba katmaktadır. Bu AK lt incelenen sektörün karşılaştırmalı bir avantaja ya da dezavantaja sahip olup olmadığını GDP (GSYİH) ile bağlantılı olarak incelemektedir. Lafay endeksi farklı sektörleri karşılaştırmalı avantaj durumları açısından tasnif etmekte kullanılabilir. Bu endeks Balassa endeksinin bazı kusurlarının üstesinden gelebilmek için, endüstri-içi ticaret akışlarını, GSYİH'yı ve global düzeyde ürünlerin karakteristiklerini yansıtan ağırlıklandırılmış Őemayı dikkate almaktadır.

1.3.4.7. Trade Overlap (Ticaret akışması) Endeksi

Endüstri- içi ticaret (EİT) tanımı, gelişimi ve eşitleri açısından yeni dış ticaret teorileri bölümünde açıklandığı için bu kısımda sadece ölüm yöntemleri olarak ele alınmıştır. Literatürde endüstri-içi ticaret ölüm yöntemleri olarak pek çok yöntem bulunmaktadır. Bunlar arasında en yaygın kullanıma sahip olanı ise ‘‘Standart Grubel-Lloyd Endeksi’’ veya ‘‘Grubel-Lloyd’un Ağırlıklı Ortalaması’’ olarak bilinen endekstir.

EİT'i ölçmeyi amaçlayan ampirik çalışmaların ilk olarak 1960'lı yılların ortalarından itibaren (zellikle Balassa (1966) ile) ortaya çıktığı kabul edilmektedir.

Daha sonradan birçok endeks geliştirilmesine rağmen pek çok çalışma, EİT'i ölçmek için hala Grubel ve Lloyd (1971, 1975) tarafından ortaya konan standart (düzeltilmemiş) endeksi kullanmıştır/kullanmaktadır⁹¹. Sözü edilen ünlü endeks aşağıdaki gibidir:

$$EİT_{G-L} = 1 - \frac{|Xi - Mi|}{(Xi + Mi)} \cdot 100$$

X_i ve M_i sırasıyla ele alınan ülkenin j ülkesine i ürün grubu ihracatını ve j ülkesinden i ürün grubu ithalatını göstermektedir. Mutlak değer içerisinde gösterilen $X_i - M_i$, ticaret dengesi işaretinin dikkate alınmadığını, bir başka ifadeyle iki ülke arasında varsa ticaret dengesizliğini endeksin göz ardı ettiğini göstermektedir.

Grubel-Lloyd Endeksi (intra-industry trade index) “endüstri-içi ticaret endeksi”, aynı endüstrideki çift yönlü ticareti gösterir ve 0 ile 100 arasında değişir. Eğer bir ülkenin bir sektördeki ithalat ve ihracatı birbirine oldukça yakın miktarlarda ise endeks 100'e yaklaşır ve söz konusu endüstride endüstri-içi ticaretin varlığına işaret eder. Herhangi bir endüstri/ürün için EİT endeksinin yüksek çıkması söz konusu endüstri/üründe karşılaştırmalı üstünlüğün olmadığını gösterir. Aksi durumda da tersi geçerlidir.

G-L endeksi, ayrı ayrı endüstriler için hesaplanan endüstri-içi ticaret endekslerinin toplamının alınmasıyla ülkeler arasında da EİT ölçümleri yapmaya imkan verir.

Endüstri-içi ticaret, genellikle 3 digit derneştirme düzeyinde ölçülür. Endüstri-içi ticaretin bu derneştirme düzeyinde bile bazen fazla tahmin edildiği ileri sürülmektedir⁹². Dış ticaret yazımına uygun olarak 3 basamak düzeyi endüstriyi temsil eden en uygun toplulaştırma düzeyidir⁹³.

G-L endeksinin ticaret dengesizliğini dikkate almaması ve temelde statik karakterli (tek bir yılı ölçen) bir endeks olması daha sonradan bu konulardaki

⁹¹ Nevzat Şimşek, “Endüstri İçi Dış Ticaret (Türkiye'nin Endüstri İçi Dış Ticaretinin Analizi)”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üni., Sos. Bil. Ens., İzmir, 2005 (b), ss. 126-132.

⁹² Deviren, 2004, a.g.m., s. 113.

⁹³ Şimşek, 2005 (b), a.g.t., s. 212.

eksikleri gidermek üzere pek çok endüstri-içi ticaret endeksinin ortaya atılmasına neden olmuştur⁹⁴.

Burada son olarak karşılaştırmalı avantaj ile rekabet edebilirlik arasındaki ayrıma kısaca değinmek gerekirse; “Karşılaştırmalı avantaj” ve “rekabet edebilirlik” iki açıdan birbirinden ayrılır. Rekabet edebilirlik ülkeye, karşılaştırmalı avantaj ise ürün / ürün grubu ve/veya sektöre bağlı bir durumdur. Yani ülkenin rekabet edebilirliğinden, ürün / ürün grubu ve/veya sektörün ise karşılaştırmalı avantajından bahsedilir. İkinci olarak da rekabet edebilirlik (rekabet gücü) makroekonomik dalgalanmalara (döviz kuru veya ücret oranları) maruz kalırken, karşılaştırmalı avantaj yapısal bir özellik arz eder⁹⁵.

⁹⁴ Alternatif Endüstri-içi Dış Ticaret Endeksleri ile ilgili daha geniş bilgi için bkz; Şimşek, 2005 (b), a.g.t.

⁹⁵ Gerhard Lafay, “**The Measurement of Revealed Comparative Advantages**”, in M.G. Dagenais and P.A. Muet (eds), *International Trade Modelling*, London, Chapman & Hall, 1992, ss. 209-234, (Aktaran: Yılmaz ve Ergun, 2003, a.g.e., dipnot 3, s. 2.)

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİ VE AVRUPA BİRLİĞİ - TÜRKİYE İLİŞKİLERİ

Türkiye imalat sanayii üretiminin yaklaşık %18'ini, toplam ihracatının yaklaşık olarak %30'unu tek başına karşılayan ve toplam istihdama %10'un üzerinde önemli bir katkıda bulunan tekstil ve konfeksiyon sektörü, AB ile olan ticari ilişkilerimizde de oldukça önemli bir konumda bulunmaktadır. Türkiye'nin AB'ne toplam mamül ürünler ihracatının oldukça önemli bir bölümünü tekstil ve konfeksiyon sektörü karşılamaktadır. Bu açıdan tekstil ve konfeksiyon sektörünün gerek Türkiye ekonomisi, gerekse AB ile olan ticari ilişkilerimiz bakımından taşıdığı önem tartışılmayacak derecede büyüktür. Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, AB karşısındaki rekabet gücü ihmal edilemeyecek oranda yüksek nadir sektörlerimizden biridir. Çalışmanın bu bölümünde öncelikle tekstil ve konfeksiyon sanayiinin tanımı, kapsamı ve önemi üzerinde durulmuş, Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin tarihsel gelişimi incelenmiş, daha sonra sektörün mevcut ekonomik yapısı ile ilgili bilgi verilerek, rekabet gücünü azaltan temel sorunları ve bunların çözümüne yönelik öneriler yer yer AB ile karşılaştırma içinde sunulmuş, AB-Türkiye ticari ilişkilerinin gelişimi ve bu ilişkilerde Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin yeri ve önemi ortaya konulmuştur. Bu bölümde son olarak da dünya tekstil ve konfeksiyon ürünleri ticaretine uygulanan ticaret politikası önlemlerinin dünü ve bugünü incelenmiş, sanayinin geleceği ile ilgili birtakım tahminler hakkında bilgi verilmiştir.

2.1. TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİNİN TANIMI, KAPSAMI VE ÖNEMİ

Bilindiği üzere insanların yaşamını devam ettirebilmesi için vazgeçilmez üç temel ihtiyacı bulunmaktadır. Bunlar önem sırasına göre; beslenme, giyinme ve barınmadır. Tekstil ve konfeksiyon sanayii giyinme ihtiyacı ile direkt, barınma ihtiyacı ile ise dolaylı bağlantılı bir özellik taşıyan ve bu sayede yüksek ve sürekli talebe cevap verebilen son derece stratejik bir sanayi dalıdır.

Aralarındaki tamamlayıcılık ilişkisi nedeniyle tekstil ve konfeksiyon sanayilerini birbirinden ayırmak mümkün olmamakta, bu iki sanayi birlikte anılmaktadır. Tekstil sanayiinin temel işlevi konfeksiyon ve hazır giyim sanayiinin temel hammaddesini oluşturan kumaş üretimidir. Tekstil denince, dar anlamda konfeksiyon sanayiinde kullanılan kumaş akla gelmektedir. Geniş anlamda ise, büro ve konutlarda iç döşemelerde kullanılan perde, battaniye, halı vb. kumaşlar (ev tekstili) ile endüstriyel kumaşlar anlaşılır. Bunun yanı sıra dikiş iplikleri, endüstriyel ipler ve kablolar ile bunların hammaddesi durumundaki liflerin üretimi de tekstil sanayiinin konuları arasında yer almaktadır⁹⁶. Ayrıca inşaat sektöründe kullanılan ve “jeotekstil” olarak bilinen karolar, yer kaplamaları vb. birtakım ürünler de tekstil sektörünün kapsamına girmektedir. Konfeksiyon sanayii ise kendi içinde, dokumadan giyim eşyası, örme giyim eşyası ve hazır giyim gibi birçok alt sanayiden ve fermuar, düğme, metal aksesuar, etiket, çıt çıt, kopça, tela vb. yan sanayilerden oluşan geniş bir alanı kapsamaktadır. Buna göre, tekstil ve konfeksiyon sanayii hammadde ve elyaf üretimi ile başlayıp iplik ve dokuma aşamalarından geçerek, hazır giyim ve sınai kullanıma yönelik nihai ürünle kapanan bir üretim sürecinden oluşmaktadır⁹⁷.

Özellikle yeni sanayileşmekte olan ülkelerin ihracata dayalı büyümede gösterdikleri başarının ana kaynağını tekstil ve konfeksiyon sanayii oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkelerin, sanayileşme yolunda geçirdiği aşamalar incelendiğinde, gelinen noktanın başlangıcında tekstil ve konfeksiyon sanayiinde elde edilen başarılar olduğu görülmektedir⁹⁸.

Zamanla tekstil ve konfeksiyon sanayii alt yapı yatırımlarını tamamlayan ülkeler ve Avrupa Birliği konfeksiyona ilişkin yatırımlarını emek-yoğun ve genelde işgücünün ucuz olduğu gelişmekte olan ülkelere kaydırmıştır. İşgücünün ucuz olduğu ülkelerde pasif fason üretim yaptırılmaktadırlar. Tasarım, moda yaratma ve pazarlama faaliyetlerini ise ağırlıklı olarak kendi bünyelerinde toplamışlardır. Üretim

⁹⁶ Aslıhan Özgün, **Tekstil ve Konfeksiyon İhtisas Merkezi Fizibilite Etüdü**, KOSGEB, İzmir, 1994, s. 1.

⁹⁷ Senem Çeşmecioğlu ve Müge Çakar, **Türk Konfeksiyon Yan Sanayii ve İsrail’e İhracat Olanakları**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 1999-53, İstanbul, 1999, s. 3.

⁹⁸ DTM, 2005 (a), **Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü**, Erişim: 10.09.2005, <http://www.foreigntrade.gov.tr/IHR/sector/tekstil.htm>

faaliyetlerinin yoğunlaşma eğilimindeki ülkelerde uygulanan serbest bölgeler, liberal yatırım yasaları, gümrük muafiyetleri, çeşitli teşvik ve yatırım avantajlarının yanı sıra sendikaların yetersiz yapılanması gibi politika ve uygulamalar, ilgili firmalara yüksek kar marjlarına ulaşma ve bunları artırma imkanını sağlamaktadır⁹⁹.

Bugün dünyada tekstil ve konfeksiyon üretimi yapmayan ülke hemen hemen yok gibidir. Gelişmiş ülkeler bile hala ilk göz ağrıları diye nitelendirebileceğimiz tekstil sanayiinden vazgeçememektedirler, 1960'lı yılların sonları ile 1980'li yılların sonları arasındaki yirmi yıl içerisinde bu ülkelerin tekstil sanayiine yatırımları, dünya genelinde yaşanan teknolojik gelişmeler ve elektroniğin tekstil makinelerine girişi tekstil sektörünü sermaye-yoğun bir sektör haline getirmiştir. Günümüzde tekstil sanayii, petro-kimya, kağıt ve bazı metal sanayilerinin arkasından dördüncü sermaye-yoğun sektör olarak bilinmektedir, konfeksiyon sektörü ise hala emek yoğun yapısını korumaktadır. Konfeksiyon sektörünün bu özelliği yüksek oranlı işsizliğin bulunduğu ülkelerde bu sektöre yapılan yatırımları da arttırmaktadır. Konfeksiyon sanayii gelişmekte olan ülkelerde ve bu arada Türkiye'de istihdam yaratan sektörlerin başında gelmektedir, bu açıdan ekonomik etkilerine ilaveten söz konusu sanayinin göz ardı edilemez ve önemsenemez bir sosyal boyutu da vardır ve bu sosyal boyut çoğu zaman ekonomik etkilerinin de önüne geçmektedir. Tekstil sektörünün de konfeksiyonla etkileşimi ve tamamlayıcılığı düşünüldüğünde bu iki sanayinin, özellikle gelişmekte olan ülkeler için taşıdığı hayati önem tartışmasızdır.

Tekstil ve konfeksiyon sanayiinin önemi, ileriye ve geriye doğru bağlantı katsayılarının yüksek olmasından da kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla sektörde meydana gelebilecek herhangi bir olumsuz gelişme diğer sektörleri de olumsuz yönde etkilemektedir.

Son 10-15 yılda tekstil teknolojisindeki ilerlemeler, yenilikçi uygulamalar ve küreselleşme ile birlikte artan, değişen ve gelişen tüketici talepleri tekstil ve konfeksiyon sanayiinde yer alan ürünlerin kapsamını da genişletmiştir. Geleneksel tekstil ürünlerine ilaveten tekstil sektörü içinde, akıllı tekstiller veya teknik tekstiller olarak adlandırılan yeni bir sektör ortaya çıkmıştır ve bu sektörün önemi her geçen

⁹⁹ Çoban ve Kök, 2005, a.g.m., s.70.

gün artmaktadır. Tekstil ve hazır giyim ürünleri artık sadece giyinme, barınma ve dekorasyon ihtiyacına cevap vermemektedir. Kendini vücut sıcaklığına göre ayarlayan giysiler, nabız, tansiyon, kalp atışı vb. hayati önem taşıyan yaklaşık otuz göstergelyi ölçerek ilgili yerlere aktaran giysiler, ter tutmayan nefes alabilen, yanmaz kumaşlar, müzik dinlemeye ve iletişim kurmaya imkan veren, stresi azaltan giysiler, uyumak üzere olan sürücülerini uyandıran araba koltukları, kalp atışlarını dinleyen yatak çarşafı, çelikten 15 kat daha dayanıklı elyaflar ve burada saymadığımız daha birçok yenilikçi ürün tekstil sektörüne dahil olmuştur. Şüphesizdir ki; bu akıl almaz gelişmeler hem hayatı kolaylaştırmakta ve daha zevkli bir hale getirmekte hem de insan yaşamını korumakta, belki de hayat kurtarmaktadır.

Teknik tekstiller ileri teknoloji, yüksek Ar-Ge çalışmaları gerektiren ve yüksek katma değer yaratan bir sektördür, bu açıdan özellikle gelişmiş ülkelerin ve bu arada AB'nin teknik tekstillere verdiği önem daha belirgin olarak göze çarpmaktadır.

2.2. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Türk tekstil sanayiinin geçmişi Osmanlı İmparatorluğu'nun kuruluş dönemlerine hatta Selçuklulara kadar uzanmaktadır. Söz konusu dönemlerde Avrupa'ya ulaşan Türk kumaşları büyük beğeni toplamıştır. Ancak, Avrupa'nın sanayileşme sürecini tamamlamasıyla diğer sektörlerle birlikte tekstil sektöründe de rekabet gücü azalmış ve sektör gerileme sürecine girmiştir.

Türkiye'de pamuk iplik dokumacılığının desteklenmeye başlaması ve öncelikli sanayi dalları arasında yer alması 1923 İzmir İktisat Kongresi ile başlamıştır. Ancak o yıllarda üretim ve kapasite yetersizliğinden sektördeki faaliyetler sadece pamuk ihracatından ve tekstil ürünleri ithalatından öteye gidememiştir¹⁰⁰. Tekstil sektörü, Cumhuriyet dönemiyle birlikte, 1933 yılında Sümerbank'ın kurulmasıyla Türkiye'de kurulan en eski ve en büyük endüstrilerden biri olmuştur ve öncelikle devlet, 1950'li yıllarda ise özel sektör firmaları bu alanda faaliyete başlamışlardır. Özel sektör yatırımlarının sektörün gelişmesinde çok önemli

¹⁰⁰ Çeşmecioğlu ve Çakar, 1999, a.g.y., s. 4.

katkıları olmuştur. 1952 yılında % 28 civarında olan özel sektör payı; 1962 yılında %62'ye ve 1990 yılında ise % 90'ın üzerine çıkmıştır¹⁰¹.

Planlı kalkınma politikaları ve ithal ikameci sanayileşme politikasının uygulandığı 1960'lı yıllarla birlikte sektöre uygulanan teşviklerin de etkisiyle Türk tekstil sanayii gelişmeye başlamış ve 1967 yılında önemli kapasite artışları gerçekleştirilmiştir. 1950'li yıllarda kurulmaya başlanan ve ancak iç tüketimi karşılayan giyim sanayiinin gelişmesi ise 1970'li yılların sonuna kalmıştır¹⁰². Türk tekstil sanayiinin bugün için önemli bir üretici ve ihracatçı sektör olması, bir başka deyişle “modern tarihi” 1972 yılı ile birlikte başlamaktadır¹⁰³.

Türkiye, Cumhuriyetin ilk yıllarında net tekstil ve konfeksiyon ithalatçısı iken, tekstil sektöründe 1950, konfeksiyon sektöründe ise 1970 yılından itibaren net ihracatçı konumuna ulaşmıştır.

Tekstil ve konfeksiyon sanayii, 1980'li yıllarda ihracata dönük kalkınma modeliyle beraber önemli bir atılım göstermiş ve toplam üretiminin yarısından fazlasını ihraç eden, ülke ekonomisinin lokomotif sektörü haline gelmiştir¹⁰⁴. 1980'lerde ihracattaki patlamanın asıl kaynağı, tekstil ve hazır giyim sanayileri olmuştur¹⁰⁵. Ancak burada şu nokta önemle belirtilmelidir ki; tekstil sektörünün 1980'lerdeki üretim artışının hemen hemen tek nedeni konfeksiyon ihracatındaki artıştır. Başka bir deyişle konfeksiyon ihracatındaki artış durursa tekstil sanayiinin genişlemesi de duraklayacaktır¹⁰⁶. Sektör, 1980'li yıllarda ihracatta yakaladığı başarıyı, göstermiş olduğu üstün ekonomik performans ile bütünleştirerek günümüze taşımıştır.

¹⁰¹ DPT, **3. İzmir İktisat Kongresi**, 4-7 Haziran 1992, 11. Cilt, 1923-1981-1982, -gıda sanayii, - tekstil ve konfeksiyon, -demir, çelik, -elektronik, -bilişim çalışma grupları rapor ve tartışmalar, 1993, s. 157.

¹⁰² DPT, **Sector Profiles of Turkish Industry: A General Outlook**, Şubat 2004 (a), Erişim: 05.05.2006, <http://www.dpt.gov.tr>

¹⁰³ DPT (1993), a.g.r., s. 177.

¹⁰⁴ DTM, 2005 (a), a.g.r.

¹⁰⁵ Ozan Eruygur, Emre Özçelik ve Erol Taymaz, “Tekstil ve Hazır Giyim Sanayilerinde Uluslararası Rekabet”, **İktisat, İşletme ve Finans**, Yıl:19, Sayı: 217, Nisan 2004, s. 6.

¹⁰⁶ Atilla Alptekin, “Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Son On Yılda Sergilediği Gelişme ve Gelecek On Yılda Beklentileri”, Uluslararası Korumacılık Eğilimleri Karşısında Türk Tekstil Sektörünün Sorunları Semineri'ne Sunulan Bildiri-TEKSİF (Türkiye Tekstil Örne ve Giyim Sanayii İşçileri Sendikası), 16 Mayıs 1990, İstanbul.

İşgücünün nispi olarak ucuz, hammaddenin kaliteli ve fiyatların dünya fiyatlarının altında olmasına bağlı olarak Türk tekstil sanayii, 1980'li yıllarda başlayan yeni ekonomik süreçten ve özellikle dış ticarete liberizasyon politikalarından en fazla yararı sağlayan sektörlerden biri olmuştur¹⁰⁷. 1980 yılında 605 milyon dolar olan sektör ihracatı, 1984 yılında 1,8 milyar dolara ve 1988 yılında ise 3,3 milyar dolara ulaşmıştır¹⁰⁸. 1980-1988 döneminde tekstil ihracatındaki genişleme dünya tekstil ticaret hacmindeki genişlemenin yaklaşık sekiz katı olarak gerçekleşmiştir. Bu büyüme konfeksiyon ihracatında daha belirgindir. Ülkemiz tekstil ve konfeksiyon ihracatının dünya ihracatındaki payı 1980'den günümüze sürekli artmıştır.

Tekstil (iplik ve kumaş) ihracatında AB ülkelerinin birlik dışı ülkelere yaptığı ithalat içinde Türkiye 1984 yılında % 5,9 pay ile dördüncü sıraya yükselmiştir. Sonrasında tekstil ihracatında bir durgunluk başlamış ve 1993 yılında Türkiye sözü edilen pazarda % 6 pay ile altıncı sıraya düşmüştür. Konfeksiyon ihracatı ise 1980'li yıllarda sürekli artmıştır. En büyük pazar olan AB'nin birlik dışı ülkelere yaptığı ithalat içinde Türkiye 1989 yılında % 10,5 pay ile ikinci sırayı almıştır¹⁰⁹.

1990-97 döneminde Türkiye, tekstil ve konfeksiyon ihracatını % 98 oranında arttırarak, bu dönemde, dünyanın en fazla ihracat artışı gerçekleştiren sekizinci ülkesi olmuştur¹¹⁰.

AB ile gümrük birliği öncesinde sektörde karlılığın oldukça yüksek seviyelere çıktığı 1995 yılında AB ile gümrük birliği sonrasında rekabet gücünün en fazla tekstil ve konfeksiyon sektöründe olacağı ve gümrük birliğiyle miktar kısıtlamalarının kalkacağı beklentisi, ile 1995-1998 döneminde sektörde kapasite yaratımına yönelik oldukça büyük yatırımlar yapılmış, Türkiye dünyada en fazla

¹⁰⁷ Çoban ve Kök, 2005, a.g.m., s. 72.

¹⁰⁸ DPT, **VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı Öncesinde Gelişmeler 1984-1988**, Yayın No: 2190, Ankara, 1990, s. 187.

¹⁰⁹ DPT, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Tekstil ve Giyim Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Yayın No: DPT: 2549, ÖİK:565, Ankara, 2001, s. 1.

¹¹⁰ DTM, 2005 (a), a.g.r.

tekstil makinelerine yatırım yapan ülkeler sıralamasında en önlere yer almıştır¹¹¹. 1995'ten sonra tekstil ve konfeksiyon sektörüne verilen yaklaşık 55 milyar dolarlık yatırım teşvikleri kapsamında Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü AB'nde en büyük, dünyada ise üçüncü büyük entegre elyaf, iplik, dokuma, boya/terbiye ve konfeksiyon kapasitesine sahip bir sektör olmuştur. Yatırımlardaki bu ani artış, sektörde aşırı kapasitenin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Aşırı kapasiteye ilaveten euro'nun dolar karşısında değer kazanmasıyla birlikte Avrupa piyasalarında görülen durgunluğun yanı sıra kapasite kullanım oranının düşmesine bağlı olarak üretim maliyetlerindeki artış, Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiini olumsuz yönde etkilemiştir¹¹².

Türkiye'nin 1996 yılında girmiş olduğu Gümrük Birliği ile artacağı düşünülen ihracatımız, gümrüklerin sıfırlanmasıyla birlikte aksine azalmış, ithalat ise artmıştır. "En avantajlı ve rekabet edebilecek sektör" olarak nitelendirilen tekstil sektörü, Gümrük Birliği sürecinde rekabet imkanlarını kaybeder hale gelmiştir¹¹³. Bu açıdan, GB'nin Türk tekstil ve konfeksiyon sanayii üzerinde olumsuz etkilere yol açtığı söylenebilir.

Türk tekstil ve konfeksiyon sanayii 1997 yılından bu yana önemli sıkıntılar geçirmiştir. Bunda etkili olan en önemli faktör ise kuşkusuz globalizasyondur. Globalizasyon sürecinde, açılan pazarlar fırsat ve imkanlar yaratabildiği gibi kriz ve riskleri de bünyesinde barındırmaktadır. Türkiye de bu olumsuzluklardan kendine düşen payı almıştır. 1997-1998 yıllarında dünyada yaşanan krizler büyük ölçüde Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünü de negatif yönde etkilemiştir ve sektörde 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren ihracatta daralma, ithalatta ise artışlarla ortaya çıkan bir küçülme süreci başlamıştır. Ayrıca bu krizlerin ve sektörde yaşanan genel sorunların bir sonucu da, yerli sanayicilerin ülkeyi terk ederek üretimlerini başka ülkelere, özellikle Balkan ülkeleri ve Orta Asya'ya kaydırmalarıdır.

¹¹¹ DPT, 2001, a.g.r., s. 1.

¹¹² Barış Tan, **Overview of the Turkish Textile and Apparel Industry**, Harvard Center for Textile and Apparel Research, 2001, Erişim: 02.09.2004, <http://www.hctar.org/pdfs/GSO6.pdf>, s. 9.

¹¹³ Öziplik-İş Sendikası, **Tekstil Sektörü Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, Mart 2005, Erişim: 09.08.2005, http://www.oziplikis.org.tr/haberler_duyurular/basin_bildirileri_2005sorun.htm

1994-2001 yılları arasında tekstil sektörü büyük bir atılım yaparak ihracatta yüzde 52,9'luk bir artış sağlamıştır. 2001'de yaşanan Cumhuriyet tarihinin en büyük ikinci krizinden de tahmin edileceği üzere en büyük zararı yine bu sektör görmüş olmakla birlikte, kendisini toparlayarak gelişim trendini yukarılara taşımayı başarmıştır¹¹⁴.

Tablo 1: Yıllar İtibariyle Tekstil ve Konfeksiyon İhracatının Türkiye'nin Toplam İhracatındaki Payı (1000 dolar)

Yıllar	Top. İhr.	Konf. İhr.	Konf. Payı (%)	Tekstil İhr.	Tekstil Payı (%)	T+K İhr.	T+K Payı (%)
1985	7.958.000	936.000	11,8	1.151.000	14,5	2.087.000	26,2
1986	7.457.000	1.069.000	14,3	1.043.000	14,0	2.112.000	28,3
1987	10.190.000	1.728.000	17,0	1.133.000	11,1	2.861.000	28,1
1988	11.662.000	2.127.000	18,2	1.334.000	11,4	3.461.000	29,7
1989	11.625.000	2.448.000	21,1	1.338.000	11,5	3.786.000	32,6
1990	12.959.289	2.898.349	22,4	1.424.249	11,0	4.322.598	33,4
1991	13.593.539	3.219.350	23,7	1.374.357	10,1	4.593.707	33,8
1992	14.365.414	4.009.615	27,9	1.369.322	9,5	5.378.937	37,4
1993	15.345.000	4.157.997	27,1	1.457.490	9,5	5.615.487	36,6
1994	18.107.000	4.490.043	24,8	1.944.818	10,7	6.434.861	35,5
1995	21.637.041	6.188.502	28,6	2.130.665	9,8	8.319.167	38,4
1996	23.224.465	6.344.252	27,3	2.352.142	10,1	8.696.394	37,4
1997	26.261.072	7.088.669	27,0	2.730.421	10,4	9.819.090	37,4
1998	26.973.952	7.644.051	28,3	2.811.763	10,4	10.455.814	38,8
1999	26.588.264	7.145.053	26,9	2.733.641	10,3	9.878.694	37,2
2000	27.774.906	7.194.609	25,9	2.818.768	10,1	10.013.377	36,1
2001	31.339.991	7.335.856	23,4	3.060.947	9,8	10.396.803	33,2
2002	36.059.089	8.951.802	24,8	3.204.383	8,9	12.156.185	33,7
2003	47.252.836	11.178.370	23,7	3.943.499	8,3	15.121.869	32,0
2004	63.167.153	12.652.587	20,0	4.952.271	7,8	17.604.858	27,9
2005	73.122.150	13.414.946	18,3	5.466.999	7,5	18.881.945	25,8

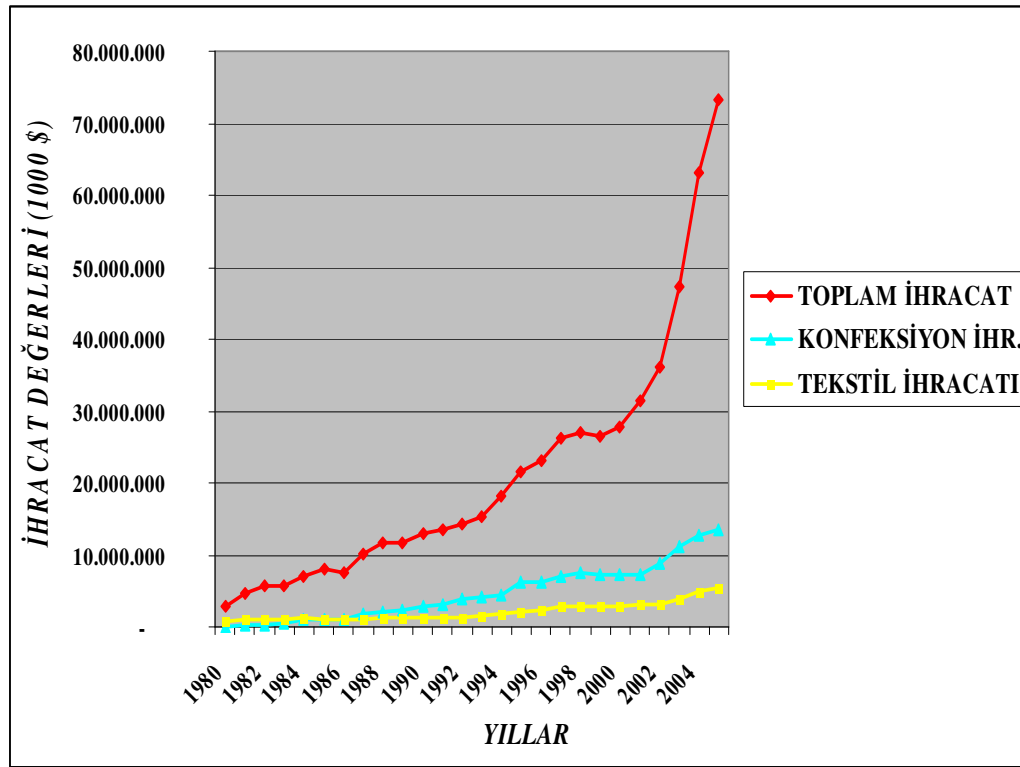
Kaynak: DTM Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü, Nisan 2006.

Zaman içinde tekstil ve konfeksiyon sanayii ihracatının bileşiminde değişiklik meydana gelmiş ve yukarıdaki Tablo 1'den de görüleceği üzere konfeksiyon sanayiinin ihracatı tekstil ihracatına oranla daha fazla artmıştır. Yani son yıllarda tekstil ve konfeksiyon sanayii ihracatında meydana gelen artış, konfeksiyon sanayiinden

¹¹⁴ Öziplik-İş Sendikası, a.g.r.

kaynaklanan bir artıştır. Şekil 5 de bu durumu çok açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Ayrıca Tablo 2'den izleneceği üzere tekstil ve konfeksiyon ithalatı da yıllar itibariyle artmış, bu artış tekstil sektöründe daha büyük oranda gerçekleşmiştir. Tekstil ithalatı değer olarak da konfeksiyon ithalatından çok daha fazladır. Türkiye'nin 2005 yılında gerçekleştirdiği 116.048.269.000 dolarlık toplam ithalatından tekstilin aldığı pay %5,13 iken konfeksiyonun aldığı pay ise sadece %0,65'tir.

2005 yılı itibariyle 73.122.150.000 dolarlık Türkiye'nin toplam ihracatında konfeksiyonun payı %18,3 iken, tekstilin payı %7,5'da kalmıştır. Sonuç olarak şu söylenebilir ki; Türkiye açısından konfeksiyon sektörünün toplam ihracattaki yeri ve önemi tekstil sektörüne kıyasla daha büyük olmuştur ve olmaya da devam etmektedir.



Şekil 5: Yıllar İtibariyle Tekstil ve Konfeksiyon İhracatının Türkiye'nin Toplam İhracatındaki Payı

Kaynak: DTM verilerine dayanılarak, yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2: Yıllar İtibariyle Tekstil ve Konfeksiyon İthalatının Türkiye'nin Toplam İthalatındaki Payı (1000 dolar)

Yıllar	Top. İth.	Konf. İth.	Konf. Payı (%)	Tekstil İth.	Tekstil Payı (%)	T+K İth.	T+K Payı (%)
1985	11.343.000	1.467	0,01	287.839	2,54	289.306	2,55
1986	11.105.000	2.136	0,02	334.484	3,01	336.620	3,03
1987	14.158.000	2.309	0,02	548.491	3,87	550.800	3,89
1988	14.335.000	3.050	0,02	521.338	3,64	524.388	3,66
1989	15.762.573	6.617	0,04	624.280	3,96	630.897	4,00
1990	22.302.000	17.984	0,08	1.049.012	4,70	1.066.996	4,78
1991	21.047.000	26.516	0,13	872.912	4,15	899.428	4,27
1992	22.871.000	35.067	0,15	1.189.310	5,20	1.224.377	5,35
1993	29.429.000	47.473	0,16	1.591.948	5,41	1.639.421	5,57
1994	23.270.000	36.586	0,16	1.600.698	6,88	1.637.284	7,04
1995	35.709.011	59.279	0,17	2.621.797	7,34	2.681.076	7,51
1996	43.626.642	169.658	0,39	2.812.620	6,45	2.982.278	6,84
1997	48.558.721	230.545	0,47	3.379.316	6,96	3.609.861	7,43
1998	45.921.392	230.893	0,50	3.305.229	7,20	3.536.122	7,70
1999	40.691.529	199.636	0,49	2.573.359	6,32	2.772.995	6,81
2000	54.502.821	256.327	0,47	3.197.751	5,87	3.454.078	6,34
2001	41.399.085	222.996	0,54	2.745.768	6,63	2.968.764	7,17
2002	51.553.797	263.340	0,51	3.830.920	7,43	4.094.260	7,94
2003	69.339.692	406.097	0,59	4.665.940	6,73	5.072.037	7,31
2004	97.539.766	622.574	0,64	5.661.232	5,80	6.283.806	6,44
2005	116.048.269	750.778	0,65	5.947.821	5,13	6.698.599	5,77

Kaynak: DTM Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü, Nisan 2006.

Tekstil sektöründe 1980'lerden başlayarak önemli yatırımlar yapılmış ve son 15 yılda yapılan 75 milyar dolarlık yatırımla Türk tekstil sektörü, Avrupa'da birinci, dünyada ise üçüncü sıraya yerleşmiştir.

Türk tekstil ve konfeksiyon sanayii geçmişten bugüne lider konumunu korumakla birlikte zaman süreci içinde büyük değişimler geçirmiştir. Başlangıçta katma değeri düşük ham ve yarı mamül ürünlerin üretildiği sektör, günümüzde üretimde kaliteyi oldukça arttırmıştır.

Türkiye'nin geleneksel sanayi sektörlerinden biri olan tekstil ve konfeksiyon sanayii, hem devlet hem de özel sektör tarafından sarf edilen büyük emeklerle bugüne

kadar gelmiştir. Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin geçmişten bugüne ve geleceğe uzanan var olma sürecinde en dikkati çeken özelliği, ülke ekonomisi içinde her zaman öncelikli bir yere sahip olması ve var olmaya da devam edeceğidir.

2.3. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİNİN MEVCUT EKONOMİK YAPISI VE AVRUPA BİRLİĞİ İLE İLİŞKİLER

Türkiye ekonomisinin lokomotif gücünü oluşturan tekstil ve konfeksiyon sanayii, hammadde temininden enerji maliyetine, kapasite kullanım oranından yatırımlarına ve dış ticaretten AB ülkeleriyle ilişkilerine kadar uzanan geniş bir bakış açısını ortaya koymaktadır. Çalışmanın bu bölümünde öncelikle Türkiye ekonomisinde tekstil ve konfeksiyon sanayiinin yeri ve önemi incelenmiş, sektörün rekabet gücünü azaltan sorunlar ve bunların çözümüne ilişkin alınması gerekli önlemler tartışılmış, daha sonra ise AB-Türkiye ticari ilişkilerinin gelişimi ile Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin bu ilişkilerdeki yeri ve önemi ortaya konulmuştur.

2.3.1. Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

Tekstil ve konfeksiyon sanayii, Türkiye ekonomisi, özellikle de imalat sanayii içinde, yarattığı katma değer, istihdam, yatırımlar ve ihracat açısından oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Sektörle ilgili istatistiki rakamlara bakıldığında, tekstil sektörünün Türkiye ekonomisi açısından önemi daha rahat kavranabilecektir. Sektörün önemine işaret eden rakamlar aşağıda kısaca belirtilmiştir:

- Tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye GSMH'sının yaklaşık olarak %12'sini (tekstil %7,5, konfeksiyon %4,5) oluşturmaktadır,
- İmalat sanayii üretiminin takribi olarak %18'ini üretmektedir,
- Türkiye'nin toplam ihracatının yaklaşık % 30'unu tekstil ve hazır giyim sektörü gerçekleştirmektedir. Tekstil ve konfeksiyon sektörü dış ticaret fazlası veren en önemli sektörümüzdür. 2004 yılında 10,5 milyar dolarla en çok dış ticaret fazlası veren sektörümüz hazır giyim sektörü olmuştur. Hazır giyim sektörünü sırasıyla meyve ve sebze sektörü ile dokumacılık sektörü takip etmiştir.

- İmalat sanayii istihdamının yaklaşık olarak %30-35'ini (2005 yılı itibariyle %33'ünü) sağlamaktadır,
- Sanayi işgücünün yaklaşık olarak %20'si ve toplam işgücünün %10'undan fazlası tekstil ve hazır giyim sektörü tarafından istihdam edilmektedir, AB'nde ise tekstil ve hazır giyim sektörü, Eurostat'a göre toplam AB istihdamının sadece %3'ünü sağlamaktadır. Bu açıdan AB'nin aksine, Türkiye için tekstil ve konfeksiyon sektörü vazgeçilemez sektörlerin başında gelmektedir.
- Tekstil ve hazır giyim sektörü 2,5 milyonun üzerinde çalışan sayısı ile toplam istihdama %20'nin üzerinde katkı ve pamuk üreten çiftçiden yurtdışındaki dağıtıcılara kadar dolaylı olarak, yaklaşık 10 milyon kişiye geçim olanağı sağlamaktadır.

Türkiye açısından bu derece önem arz eden tekstil ve konfeksiyon sektörü iç ve dış gelişmelerden çok çabuk ve çok derinden etkilenmekte, kendisi ile birlikte Türkiye ihracatını ve diğer sektörleri adeta felç etmektedir. Tekstil sektörü, kriz ortamlarında Türkiye'nin yumuşak karnı olurken, kalkınma ve büyüme yıllarında ise en büyük umut olmaktadır¹¹⁵.

2002 yılında DİE tarafından gerçekleştirilen “Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı Anketi” çalışmasının sonuçlarına göre, Türkiye’de 1,9 milyon adet işyeri bulunmaktadır. Bunların 267 bini imalat sanayiinde faaliyet göstermekte olup imalat sanayiinde faaliyet gösteren firmaların yüzde 21’ini tekstil ve giyim sektörlerindeki firmalar oluşturmaktadır. Tekstil ve giyim sektöründe faaliyet gösteren yaklaşık 56 bin firmanın da 2/3’ünü giyim sektöründeki firmalar oluşturmaktadır.

Tekstil ve konfeksiyon sanayiinde faaliyet gösteren firmaların çoğunu (yüzde doksanından fazlasını) KOBİ’ler oluşturmaktadır. Konfeksiyon sanayiinde faaliyet gösteren firmaların büyük çoğunluğu da genellikle ihracata yönelik fason üretim yapan firmalardan oluşmaktadır. 2001 yılı itibariyle, dokuma, giyim eşyası ve deri sanayii toplamında üretimde bulunan ve 1-9 kişi çalıştıran işyeri sayısı istatistiklerde 45.199 olarak gözükmektedir. Geçen süre zarfında bu rakamda birtakım iniş çıkışlar

¹¹⁵ Öziplik-İş Sendikası, a.g.r.

olmakla birlikte, tekstil ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin sayısı ile ilgili takribi olarak 40.000 civarındadır denilebilir. Türkiye'deki ve dünyadaki değişme ve gelişmelerle birlikte bu firmaların bir kısmı ya kapanmış ya da başka bir sektöre yönelmiştir. Yüzde yetmişin üzerinde aşırı değerli TL, Çin faktörü ve tekstil ve konfeksiyonda 2005 yılıyla birlikte kotasız rekabet dönemine girilmesi vb. nedenlerle rekabete karşı koyamayan ve değişikliklere kendini adapte edemeyen firmalar sektörü terk etmiştir. 2005 yılında tekstil ve konfeksiyon sektöründeki istihdam kaybı 151 bini bulmuştur. İhracat yapan birçok firma üretimlerini, rekabet avantajlarını kaybetmemek için Romanya, Bulgaristan, Mısır, Ürdün, Moldovya ve Özbekistan'a taşımıştır.

Tekstil ve konfeksiyon sektöründe kapasite kullanım oranları 1970'li yıllardan başlayarak sürekli iyileşmiştir. Söz konusu sanayi için kapasite kullanım oranları son yıllarda yaklaşık olarak yüzde seksenlerde seyretmektedir. Aşağıdaki tabloda ISIC Rev. 3 sınıflamasına göre sektörün 2000-2004 dönemine ait kapasite kullanım oranları gösterilmiştir.

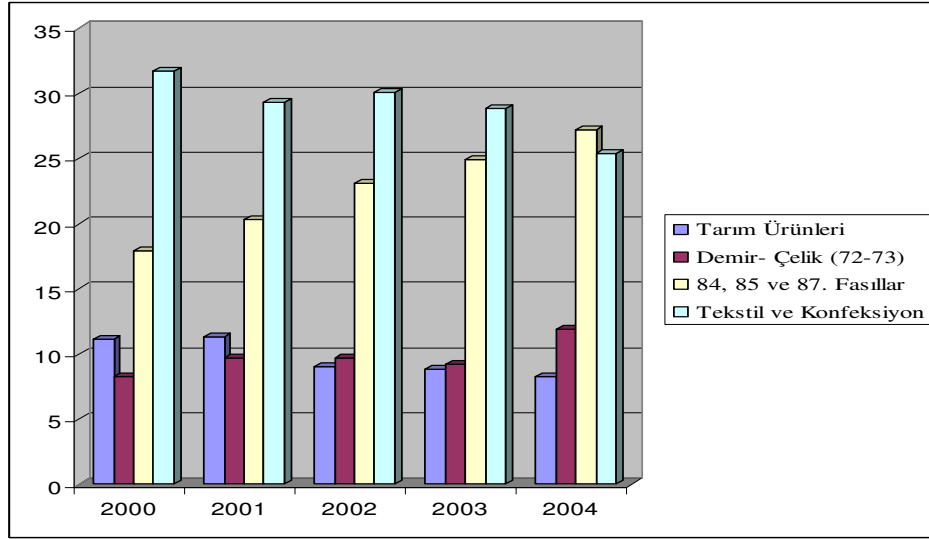
Tablo 3: Tekstil ve Konfeksiyon Sektörüne Ait Kapasite Kullanım Oranları (Üretim Değeri Ağırlıklı) (%)

ISIC Rev.3	2000	2001	2002	2003	2004
Tekstil Ürünleri İmalatı	79,4	76,2	82,5	81,0	80,4
Giyim Eşyası İmalatı*	82,7	79,0	84,1	84,7	83,5

*Kürkün işlenmesi ve boyanması dahil

Kaynak: DİE

Günümüzde Türk tekstil ve konfeksiyon sanayii önemli ölçüde ihracata yönelik bir sanayidir ve sektörde faaliyet gösteren firmaların yaklaşık dörtte biri aktif ihracatçı konumundadır. Türkiye'nin ihracatının sektörel dağılımında tekstil ve konfeksiyon sektörü ilk başta yer almaktadır.



Makineler (84), Elektrikli ve elektronik ürünler (85), Motorlu taşıtlar ve parçaları (87)

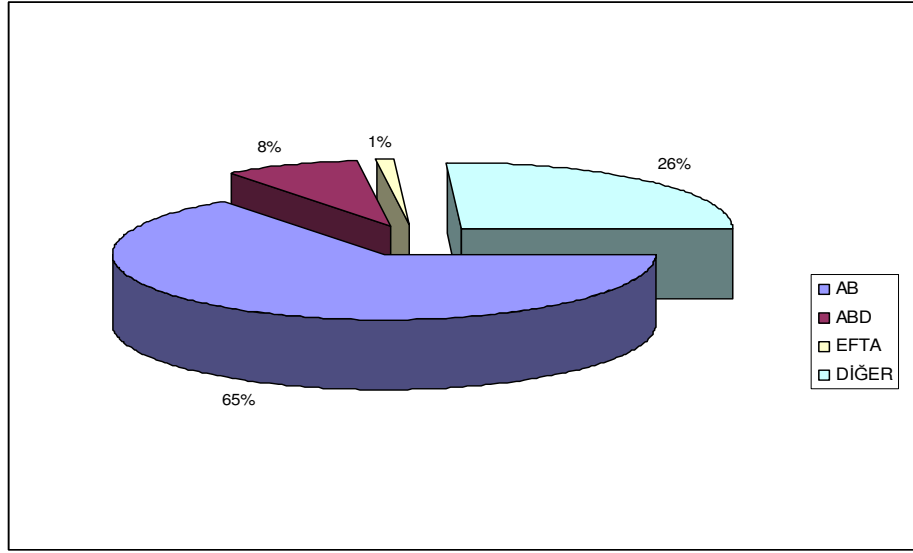
Şekil 6: Türkiye'nin İhracatının Sektörel Dağılımı (%)

Kaynak: DTM verilerine dayanılarak, yazar tarafından oluşturulmuştur.

2000-2004 dönemine ait Türkiye'nin ihracatının sektörel dağılımına ilişkin dış ticaret verileri incelendiğinde tekstil ve konfeksiyon sektörünün tek başına, bütün yıllar boyunca diğer sektörleri gerisinde bıraktığı görülmektedir. Fakat son yıllarda ihracatta belirgin bir azalma, özellikle 2002 yılı ve sonrası dönemde ise ithalatta belirgin bir artış göze çarpmaktadır. Sektörün 2000 yılında Türkiye toplam ihracatında sahip olduğu %31,7'lik pay 2001'de %29,3'e düşmüş, 2002'de tekrar artarak %30,1'e çıkmış, 2003 ve 2004 yıllarında ise tekrar düşüş trendine girerek 2003'de %28,8 ve 2004'te de %25,4 olarak gerçekleşmiştir. 2001 yılında 2.769 milyon dolar olan toplam tekstil ve konfeksiyon ithalatı 2002'de 3.831 milyona ve 2004'te 5.863 milyona yükselmiştir.

Tekstil ve konfeksiyon sektörü toplamında değer olarak en büyük pazar AB'dir. AB içinde ise ihracatta Almanya, ithalatta ise İtalya başta gelmektedir. AB'ne Mayıs 2004 itibariyle dahil olan on ülke göz önünde tutulduğunda ise ihracatta Polonya ve Macaristan, ithalatta ise Çek Cumhuriyeti göze çarpmaktadır. İkinci ve üçüncü pazarlar ise sırasıyla ABD ve EFTA pazarlarıdır. 2005 yılı itibariyle AB %65 ihracat payı ile birinci sırada yer almaktadır. İkinci büyük Türk tekstil ve

konfeksiyon sektörü ihracat pazarı ABD'nin ihracattaki payı %8 ve EFTA'nın payı ise %1'dir.



Şekil 7: Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü İhracat Pazarları–2005 (%)

Kaynak: DTM verilerine dayanılarak, yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dış ticaret yapısı, özellikle ihracat açısından tek pazara (AB'ne) ve tek ülkeye (Almanya'ya) aşırı bağımlılık gösteren Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü açısından söz konusu durum strateji eksikliğini belirtmektedir ve ilerleyen zamanlarda bir olumsuzluğa yol açabilir. Söz konusu muhtemel olumsuzluğun önlenmesine yönelik olarak pazar ve ülke çeşitlendirmesine yönelik stratejiler geliştirilmelidir.

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün istihdama olan katkısı oldukça yüksek düzeylerde. Sektör 2,5 milyon kişiye doğrudan, 10 milyon kişiye de dolaylı olarak istihdam sağlamaktadır. Kayıtlı istihdam ise 500.000 kişi civarındadır. Bu durum da şunu belirtmektedir ki; tekstil ve konfeksiyon sektöründe yaklaşık 2 milyon kişi kayıt dışı çalışmaktadır. Kayıt dışılık sektör için büyük bir sorun oluşturmaktadır. Bu konu ileride ele alınacaktır.

Türkiye’de üretilen hazır giyim ürünlerinin büyük bir kısmını pamuklu ürünler oluşturmaktadır. Sektör üretiminin yaklaşık %70’i ihraç edilmektedir. Yine, ihraç edilen ürünlerin yaklaşık %80’i pamuklu ürünlerdir¹¹⁶.

Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin günümüzde sahip olduğu, yetişmiş nitelikli girişimci ve kalifiye işgücü ile yüksek tasarım kabiliyeti gibi önemli üstünlükleri bulunmaktadır. Ayrıca, dünyanın çok az ülkesinde kalifiye elemanlar Türkiye’deki kadar düşük ücretle çalışmaktadır. İşgücünün aleyhine olan bu durum sektör için bir fırsat oluşturmaktadır¹¹⁷.

Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin önemli rekabet üstünlükleri bulunmaktadır. Dünya tekstil sektöründe sadece Çin ve G. Kore’de olan entegre altyapı ülkemizde de bulunmaktadır. Bu entegre altyapı sektör için oldukça büyük bir fırsat olarak değerlendirilmelidir¹¹⁸. Entegre altyapı Quick Response (hızlı teslimat) avantajını da ortaya çıkarmaktadır. Hızlı teslimat avantajı AB için de söz konusudur.

Ayrıca, tasarım geliştirmede Bilgisayar Destekli Tasarım Sistemleri son yıllarda konfeksiyon sanayiinde uygulanmaya başlanmıştır. Üretim sürelerinde kısalma, kalitede artma ve firelerde azalma sağlayan bu durum sektör ve ülke açısından sevindiricidir.

2.3.2. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Rekabet Gücünü Azaltan Temel Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin pek çok sorunu bulunmaktadır. Ancak sanayi bütün sorunlarına rağmen lider sektör olma özelliğini sürdürmektedir. Çalışmanın bu kısmında Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin rekabet gücünü azaltan temel sorunlar yer yer AB ile karşılaştırma içinde ele alınmış, bunlara ilişkin günümüze kadar alınan ve bundan sonra da alınması gereken orta ve uzun vadeli önlemler ile ilgili olarak değerlendirmeler yapılarak, öneriler sunulmuş, AB ile

¹¹⁶ Ümit Sevim ve Alpaslan Emek, **Hazır Giyim**, Erişim: 16.01.2006, <http://www.igeme.org.tr/>

¹¹⁷ Turan Atılgan, "Türk Tekstil Sektörünün Fırsat ve Riskleri", **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı:261, Eylül 2001, s. 17.

¹¹⁸ y.a.g.m., s. 18.

entegrasyon sürecinin Türk tekstil ve konfeksiyon sektörüne sağlayabileceği yararlar, Türkiye'nin AB'ne muhtemel katkıları ile birlikte değerlendirilmiştir.

2.3.2.1. Kayıt Dışı İstihdam Sorunu

Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin en önemli sorununu %75-80'lere varan kayıt dışı istihdam oluşturmaktadır. Sektörde çalışan 2,5 milyon kişiden yaklaşık 2 milyonu herhangi bir emeklilik hakkı ve sağlık sigortası olmadan kayıt dışı çalışmaktadır. Bu durumun işsizlikle de birleşerek vahim sosyal sorunlara yol açması kaçınılmazdır. Diğer taraftan bu durum sosyal güvenlik kurumlarının dengesini ve verginin adil dağılımını da bozmakta, vergi kaybına yol açmakta ve yapısal kamu açıklarını artırmaktadır. Bu vahim durum sektörün hem ulusal hem de uluslararası rekabet gücünü kırmaktadır. Kayıt dışı istihdam sendikal örgütlenmenin önünü de tıkamaktadır. Örgütlenmenin en yoğun olması gereken tekstil sektörü ne yazık ki en düşük yoğunluklu sektörler arasındadır¹¹⁹.

Kayıt dışı ekonominin en büyük nedenlerinden biri olarak içinde bulunduğumuz yıla kadar temel hammadde olan pamukta, pamuk çırçırılama faaliyetlerinde ve tüm elyaflarda %1 olan vergi oranının, ara malı olarak kullanılan iplik ve kumaş ile hazır giyimde %18 olması görülmüştür. Bu durum KDV hırsızlığını cazip hale getirmiş, kayıt dışı istihdama yol açmıştır. Kayıt dışı istihdam kaçak enerji kullanımını, kaçak/yanlış beyanlı ithalatı, faturasız ve/veya düşük faturalı ticareti, naylon fatura ticaretini, hayali ihracatı, kaçak üretimi ve vergi kayıplarını inanılmaz boyutlara çıkarmıştır.

Kayıt dışı faaliyetlerin ana sebebi olarak görülen ve son üç yıldır sürekli dile getirilen, fakat bütçe disiplini bozacağını gerekçe gösteren IMF yüzünden indirilemeyen yüksek KDV (%18) oranları 2006 yılı itibariyle iplik ve kumaş ile hazır giyimde 10 puan indirilerek %8'e düşürülmüştür. Aksesuar, boya ve fason işçilikte KDV yine yüzde 18'dir. (bilindiği üzere Kurumlar Vergisi oranı da daha önce 2005 yılında yapılan ve 1 Ocak 2006'dan itibaren geçerli olacak indirimle yüzde 33'ten yüzde 20'ye indirilmiştir). Bu şekilde sahte fatura kullanımı vb. yolsuzlukların önlenmesi, kayıt içi üretim ve ticaretin teşvik edilmesi amaçlanmaktadır. KDV indiriminin kayıt dışılığı önleyip önleyemeyeceğini zaman gösterecektir. Fakat en azından kayıt dışı ekonomiyi

¹¹⁹ Öziplik-İş Sendikası, a.g.r.

frenleyeceği, kayıtlı istihdamı arttıracığı kesindir. Ayrıca kayıt içi üretim ve ticaret artacağı için devletin vergi gelirleri de artacaktır. KDV indiriminin giyim fiyatlarına da yansıtıldığı takdirde yaklaşık yüzde 8-9'luk bir indirimle tüketicilerin de yararına olması beklenmektedir, böylelikle KDV indirimi TÜFE'yi de yaklaşık 1 puan düşürecekler. Görüldüğü üzere KDV indiriminin çok yönlü faydaları bulunmaktadır.

Kayıt dışı istihdamı önlemeye, en azından azaltmaya yönelik olarak devlet, teşvik ve kredileri kontrol altına alarak, büyük bölümü parasal olarak değil, enerji indirimi, istihdam oranında vergi indirimi vb. yollarla üretimi ve istihdamı fiilen teşvik edici şekilde uygulamalara başvurabilir.

Kayıt dışına yönelmenin bir ikinci sebebi de yüksek SSK primleridir. Türkiye'de istihdam üzerindeki vergi ve prim yükleri çok yüksektir. Hatta, Türkiye işletmelerin gelir vergisi ile işsizlik sigortası dahil SSK'ya ödediği işçi ve işveren primlerinden oluşan istihdam vergilerinde OECD ülkeleri arasında yıllardır birinciliği kimseye kaptırmamaktadır. 2005 yılı itibariyle yüzde 42.1 olan bu yük 2006 yılı başında yüzde 42.7'e ulaşmıştır. Söz konusu yük kayıt dışını beslemekte, devletin vergi ve prim kaybına neden olmaktadır. İstihdam üzerindeki vergiler arttıkça kayıt dışı da, devlete faturası da artmaktadır. Kayıt içi ekonomi, yerli üretim, yabancı sermaye yatırımları ve kayıtlı istihdamın önündeki en büyük engellerden biri olan istihdam üzerindeki toplam vergi oranlarımız hassas sektörler bazında ve ülke genelinde OECD'nin ortalama seviyeleri olan %20 oranına indirilmelidir¹²⁰.

2.3.2.2. Dahilde İşleme Rejimi'nin Kötüye Kullanılması

Tekstil ve konfeksiyon sektörünün rekabet gücünü azaltan bir başka sorun da Dahilde İşleme Rejimi¹²¹ nin kötüye kullanılmasıdır. Dahilde İşleme Rejimi (DİR)

¹²⁰ TOBB ve TÜTSİS, "2005 ve Sonrasında Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Uluslararası Pazarlarda Rekabet Edebilmesi İçin Gerekli Mevzuat Değişiklikleri ve Önlemler", TOBB ve TÜTSİS tarafından DTM'ye sunulan Rapor, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 302, Şubat 2005, s. 28.

¹²¹ Dahilde İşleme Rejimi, firmaların öngörülen süre zarfında işlendikten sonra ihraç edilmek şartıyla, ihraç ürünlerinin üretiminde ihtiyaç duydukları malları, ithalatta alınması gereken her türlü vergiden muaf olarak ve ticaret politikası önlemlerine tabi olmaksızın getirmelerine imkan sağlayan bir tür ihracatı teşvik sistemidir. Türkiye'de DİR'nden en çok yararlanan sektörlerin başında tekstil sektörü gelmektedir. Ülkemizde DİR, AB ile ülkemiz arasında imzalanan 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı'nın ilgili hükümleri çerçevesinde, AB'nin DİR'ne ilişkin mevzuatı paralelinde, Türkiye ekonomisi ve dış ticaret yapısı da gözetilmek suretiyle oluşturulmuştur. Bu nedenle aradaki gelişmişlik farkından dolayı Türkiye ve AB uygulamaları bazı farklılıklar gösterebilmektedir.

kapsamında, özellikle Uzakdoğu'dan çok büyük miktarlarda, aşırı ucuz (önemli kısmı da dampingli) ve KDV'den muaf olarak ithal edilen tekstil ürünleri iç piyasaya faturasız olarak satılmakta, belge taahhütleri hayali ve/veya yanlış beyanlı ihracatlar ile kapatılmakta, bu durum inanılmaz bir haksız rekabete yol açmaktadır. Yeterli yerli üretim ve aşırı kapasiteye rağmen yapılan bu tür ithalat hazır giyim sektörünün rekabet şansını azaltmaktadır.

Avrupa Birliği Gümrük Mevzuatına uyum çerçevesinde düzenlenen 4458 sayılı Gümrük Kanunu'nun içerdiği ekonomik etkili gümrük rejimlerinden biri olan DİR AB'nde giderek azalan bir kullanımdaki teşvik sistemi olmasına karşın Türkiye'nin ihracatı teşvik sisteminde önemli bir yer tutmaktadır¹²². Birbirine son derece sıkı entegre olmuş iki alt sektör, tekstil ve konfeksiyonda, yapılan ithalatın %90 kadar bir oranı tekstilde gerçekleştiğinden tekstil firmaları bu konuda daha sıkı bir uygulama istemektedirler¹²³.

DİR'nin kötü amaçlarla kullanılarak haksız rekabete yol açtığı bir ortamda şu önlemler alınabilir; ithalatın önüne geçilmesi için kota konulmalı, anti-damping yasası daha hızlı çalıştırılmalıdır. DİR kapsamında ithal edilen iplik ve kumaşların yurtiçinde satışı engellenmeli, bu konuda sıkı denetimler getirilmelidir. Yerli üretim daha fazla gözetilmeli ve katma değeri yüksek ihracat teşvik edilmelidir. DİR mevzuatı AB normlarında düzenlenmeli, gümrükler denetlenmelidir. AB ülkelerinde olduğu gibi sadece iç piyasada yetersizliği kanıtlanan mallar için DİR kapsamında ithalat izni verilmeli, Türkiye'de yeterli miktarda üretimi olan standart mallar için ithal izni verilmemeli ve/veya yurtiçinde yeterli üretimi olan sektörlerde DİR belgeleri kapsamında ithalat girdi oranı azami %60 ile sınırlanmalıdır¹²⁴. Bu şekilde yerli üretim girdisi teşvik edileceğinden yatırım ve istihdam artışı sağlanacak, hızla artan dış ticaret açığı azalacak, haksız rekabet önlenecek, sektörün rekabet gücü artacaktır.

¹²² Binhan Oğuz, **Dahilde İşleme Rejimi ve Tekstil Sektörüne Etkileri**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 2000-22, s. 11.

¹²³ y.a.g.y., s. 25.

¹²⁴ TOBB ve TÜTSİS, 2005, a.g.r., s. 30.

2.3.2.3. Enerji Sorunu

Türkiye, önemli girdi kalemlerinden enerjide AB ülkelerine göre İtalya'dan sonra en pahalı ülke durumundadır. Sanayinin kullandığı enerji maliyetleri yüksektir. Ayrıca Türkiye'de elektrik enerjisi güç ve hat açısından yetersizdir, hatların bakımları zamanında yapılmamaktadır. Dünyada ve Türkiye'deki sanayi kesimi elektrik enerjisi fiyatları Tablo 4'de gösterilmiştir. Türk sanayicisi, elektriğe OECD ülkeleri içinde yer alan İtalya ve Japonya'dan sonra dünyadaki en yüksek fiyatı ödemektedir. Enerji maliyetlerinin fiyatlarının aşağıya çekilebilmesi için enerji tüketimi üzerinden alınan vergi ve fonların (Türkiye'de sanayi elektriğine uygulanan vergi oranı yüzde 16.1'dir.) azaltılması gerekmektedir. Vergi ve fonlarla birlikte 10 cent/kws'ı bulan enerji fiyatının AB ortalamalarına/ortalamlarının altına düşürülmeli, ihracat üretiminde 4-5 cent/kws olarak uygulanmalıdır.

Türkiye'de elektrik fiyatlarının yüksekliği, elektriğin yasadışı yollardan kullanımını hızlandırmakta, kaçak kullanım ise fiyatların daha da artmasına yol açmaktadır. Türkiye yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımında Avrupa'nın çok gerisindedir, bu tür kaynaklardan elektrik üretimi teşvik edilmelidir.

Tablo 4: Dünyada ve Türkiye'de Sanayi Kesimi Elektrik Fiyatları

ÜLKE	Sanayi Kesimi Elektrik Fiyatı-cent/kws
İtalya	14,7
Japonya	12,2
Türkiye	10
Slovakya	8,3
Macaristan	7,8
Çek Cumhuriyeti	6,6
Almanya	6,5
Polonya	6
Norveç	4,3
Avustralya	3,6

Kaynak: Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD), 2005

AB’nde enerji maliyetlerinin Türkiye’ye göre düşük olması (5-6 cent/kws) ülkemize göre AB’nin, bu konudaki rekabet üstünlüğünü oluşturmaktadır. Ancak Avrupa Birliği de son yıllarda “emniyetli, rekabetçi ve sürdürülebilir” bir Avrupa enerji sistemi oluşturmak için birtakım yeni stratejiler üretmektedir. Yeşil Kitap’ta (8 Mart 2006), enerji ile ilgili olarak önümüzdeki 20 yılda AB'nin, enerji ihtiyacına cevap verebilmesi ve yaşlanan alt yapısını yenileyebilmesi için bin milyar Euro tutarında yatırım yapması gerektiği, ayrıca gelecek 20-30 yıllık perspektifte AB'nin bugün % 50 civarında olan enerji ithalatı bağımlılığının % 70'lere çıkacağı belirtilmiştir. Yani, enerji konusu AB için de gelecekte bir tehdit oluşturmaktadır. AB'nin enerjideki yeni jeopolitiği açısından Türkiye, taşıma hatlarının kesiştiği ve önemli diğer doğal kaynakları ile hızla büyüyen bir öneme sahiptir ve bu durum düğümlenme ihtimali olan müzakerelerin de kilidi olacaktır¹²⁵. Türkiye’nin AB’ne karşı bu konumunu kullanması yararına olabilecektir.

2.3.2.4. Temel Hammadde Pamuk ile İlgili Sorunlar

Türkiye’de ihracatın önemli bir bölümünü gerçekleştiren sektör, büyük ölçüde dışa bağımlı bir görünüm çizmektedir. Tekstil ve konfeksiyonun stratejik hammaddesi olan pamukta yerli üretim avantajı kaybedilmeye başlanmış, bir zamanlar pamuk ihraç eden Türkiye, tekstil sektörünün ihtiyaç duyduğu miktarda pamuk üretimi yapamayınca net ithalatçı konumuna gelmiştir. Ege, Çukurova ve Antalya’da pamuk üretim alanları daralırken, uzun yıllardan beri uygulanan yanlış ve yetersiz destekleme politikaları nedeniyle üretici pamuk üretiminden vazgeçerek ağırlıklı olarak mısır ve buğday üretimine yönelmiştir. Hatta Ege’de pamuk tarlalarına meyve ağacı dikilmeye başlanmıştır¹²⁶. Dünya standartlarında kaliteye sahip Ege’de bu durum düşündürücüdür. Pamuğun geleceği endişe veren bir boyuta ulaşmıştır. Bu boyut ilerleyen dönemlerde ihracatı da tehdit edebilen bir hale dönüşebilir.

¹²⁵ Binhan Oğuz, “Türkiye-AB Müzakerelerine ‘Enerjik’ Bir Yaklaşım”, Erişim: 04.05.2006, <http://www.tekstildergi.org/content/view/102/37/>

¹²⁶ Ali Ekber Yıldırım, “Tekstil ve Konfeksiyonun Hammaddesi Pamukta Yerli Üretim Avantajı Kaybediliyor”, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 306, Haziran 2005, ss. 24-29.

Tablo 5: Türkiye Pamuk Tüketimi

Yıllar	Tüketim Miktarı (Ton)
1999/2000	1.200.000
2000/2001	1.150.000
2001/2002	1.231.000
2002/2003	1.365.000
2003/2004	1.385.000

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı

Tablo 6: Türkiye Pamuk İthalatı

Sezon	İthalat (Ton)
2001/2002	626.000
2002/2003	494.000
2003/2004	517.000

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı

GAP (Güneydoğu Anadolu Projesi)'in bütünüyle hayata geçirilmesi hem enerji sorununun, hem de pamuk sorununun çözümüne büyük katkı sağlayacaktır. Yaklaşık 30 yıl kadar önce dünyanın en büyük sekizinci projesi olarak başlayan projenin halen küçük bir kısmı tamamlanmış durumdadır. Bugün Türkiye'deki 46 milyar kilovat hidroelektrik enerjisinin 22,4 milyar kilovattı GAP'ta üretilmektedir. Bu rakam Türkiye'nin elektrik ihtiyacının yüzde 49'unu karşılamaktadır. Resmi açıklamalarda GAP'ın 2010'da biteceği belirtilmektedir¹²⁷.

Türkiye pamuk üretim verimliliğinde dünyadaki 80 kadar üretici ülke arasında ABD ve Hindistan'dan sonra üçüncü sırada yer alırken 400 hektarın üzerindeki büyük pamuk üretimi ülkeleri kıyaslamasında da birinci sıradadır. Ancak Türkiye, dünya pamuk üretiminde Çin, ABD, Hindistan, Pakistan ve Bağımsız

¹²⁷ Hüseyin Sümer, "Güney Doğu Anadolu Projesi hala OHALde", Erişim: 17.05.2006, <http://www.aksiyon.com.tr/detay.php?id=21621>

Devletler Topluluğu'ndan sonra 6. sırada yer almaktadır¹²⁸. Bugün için, Türk tekstil fabrikaları giderek daha cazip fiyatlarla Yunanistan'dan 115 cent'e, Özbekistan vb. Orta Asya ülkelerinden 115-120 cente, uzun vadeli ve düşük faizli GSM-General Sales Manager kredileriyle desteklenen Amerika'dan da 110 cente pamuk ithal etmektedir. Yerli pamuk fiyatları, devlet pamuk üreticisini yeterince desteklemediğinden, pahalı kalmakta ve maalesef yerli pamuğa olan talep giderek azalmaktadır. Türkiye'de en az 10 milyon insan pamuktan geçimini sağlamaktadır. Güç şartlar altında dünyanın en verimli pamuk tarımı, pamuk üretimi için en elverişli koşullara sahip olan ülkemizde yapılabilmektedir¹²⁹. Tekstil sektörünü bugünkü konumuna getiren de işte bu özelliğidir. AB ülkelerinin pamuk üretimi açısından yetersiz olmaları sebebiyle, bu durum değerlendirildiği takdirde Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün AB'ne karşı rekabet gücünün artışı ve sürdürülmesinde oldukça önemli bir faktördür.

Türkiye'de ayrıca pamukla ilgili bir başka sorun da kirlilik sorunudur. Bu sorun maliyetleri yükseltmektedir ve büyük boyutlarda tazminatlara neden olmaktadır. Pamukla ilgili bu kalite probleminin aşılması Türkiye'nin yararına olacaktır.

Uzun vadede pamuk üretiminin artırılması, ithalatın aşağıya çekilmesi için sadece Türkiye'nin iç piyasada alacağı önlemler yeterli olmayabilir. Konu ile ilgili bazı çevrelerce ayrıca, dünyada piyasaların işleyebilmesi için Amerika ve Avrupa Birliği'nin haksız rekabete neden olan pamuk desteklerini kaldırmaları gerektiği düşünülmektedir¹³⁰.

Son yıllarda doğaya dönüş ve çevre ekolojisi gibi etmenler ekolojik tekstili ortaya çıkarmıştır. Çevre dostu organik pamuk da ekolojik tekstilin en önemli hammadde kaynağıdır. Ülkemiz 1997 yılından bu yana dünyadaki en büyük organik pamuk üreticisidir. Organik pamuk üretiminde belki de dünyadaki en uygun ülke Türkiye'dir. Türkiye'de genetik olarak modifiye edilmiş tohumlar kullanılmaz;

¹²⁸ Yıldırım, 2005, a.g.m., s. 24.

¹²⁹ Mehmet Kumbaracı, "Pamuk Stratejik Hammadde", Erişim: 19.09.2005, <http://www.tekstildergi.org/content/view/65/45/lang,8859-9/Mart2005>

¹³⁰ Ali Ekber Yıldırım, "Pamuğun Geleceği Endişe Verici", Erişim: 04.02.2006, <http://www.tekstildergi.org/content/view/405/45/>

pamuk elle toplanır; aşırı zirai ilaç kullanılmaz; el emeği nispeten ucuzdur ve boldur. Ayrıca Türkiye’de pamuk ziraati çok iyi bilinmektedir. Hektar başına mahsul verimi yüksektir. Pamuk elyafı kalitelidir. Dünyanın en büyük organik pamuk pazarı olan Avrupa’ya da yakındır¹³¹. Türkiye’de, özellikle Avrupa’daki alıcıların talepleri doğrultusunda organik pamuk üretimi her yıl artış göstermektedir. Bu durum sektörün geleceği açısından sevindirici bir durumdur.

AB’nde pamuk piyasalarında borsa oluşumu mevcut değilken Türkiye’de 4 Şubat 2005 tarihi itibarıyla pamuk arz ve talebini karşılaştıran ve böylece fiyatın oluşmasını sağlayan “Vadeli İşlemler ve Opsiyon Borsası-VOB” faaliyete geçmiş bulunmaktadır.

Pamuk sorununa yönelik olarak ayrıca şu öneriler geliştirilebilir; pamuk çiftçisi, direkt olarak zamanında ve uygun bir bedelle desteklenmelidir. Günümüzde destekleme primleri bir yıl gecikmeli olarak ödenmektedir. AB’nde uygulanan pamuk destekleme sistemine Türkiye’nin uyumu sağlanmalıdır. Ayrıca AB’nden makinalı tarım ve teknoloji desteği sağlanmalıdır.

2.3.2.5. KOBİ’lere İlişkin Sorunlar

Sektördeki firmaların büyük çoğunluğunun KOBİ (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler)’lerden oluşması yüzünden KOBİ’lere ilişkin bütün sorunlar tekstil ve konfeksiyon sektörünün de sorunlarını da oluşturmaktadır.

Türkiye’de KOBİ’lerin birçok sorunu bulunmaktadır. Bu sorunlardan başta gelenleri genellikle sermayenin yetersizliği, işletmelerin bozuk finansal yapıları ve kredi temininde karşılaşılan güçlükler, sermaye piyasası imkanları ve modern finansman yöntemlerinden yeterince yararlanamamaları, birtakım pazarlama sorunları, know-how (teknik bilgi) yetersizliği ve düşük teknolojik seviye vb. sorunlardır. Şirketlerdeki diğer önemli bir sorun da kaynakların yanlış kullanımınıdır. KOBİ’lerde girişimciliğin, yöneticiliğin ve mülkiyetin aynı kişide, yani işletme sahibinde bütünleşmesi ve firma sahiplerinin elde edilen gelirleri bireysel

¹³¹ Işık Tarakçıoğlu, “Organik Pamuk Fantazi mi, Fırsat mı?”, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 309, Eylül 2005, s. 29.

yatırımlarında kullanması da KOBİ'lere ait bir başka önemli sorunu daha beraberinde getirmektedir. Söz konusu sorunlar, KOBİ'lerin uluslararası rekabet güçlerini her geçen gün kaybetmelerine neden olmaktadır.

Türk KOBİ'lerinin teknolojik düzeyi Avrupalı firmalara göre çok düşük kalmakta, KOBİ'lerimiz genellikle modası geçmiş tasarımlar, verimsiz üretim metodları ve eski makine-ekipman kullanarak katma değeri düşük olan alt kalitede ürünlerin üretimiyle meşgul olmaktadır. Ayrıca, KOBİ'lerde danışmanlık kullanma ve Ar-Ge siparişi geleneği de bulunmamaktadır¹³².

Bilindiği üzere KOBİ'ler üretime ve istihdama olan katkıları, değişen pazar koşullarına hızla uyum sağlayan esnek ve dinamik yapılarıyla ekonomilerin vazgeçilmez parçalarıdır. Kalkınma ve büyümede önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler Avrupa Birliği'nde de çok önemli bir yer tutmakta, tüm işletmelerin %99'unu, istihdamın ise yaklaşık üçte ikisini oluşturmaktadır. KOBİ'lerin rekabet üstünlüğü ve istihdam yaratmada AB geleceğinin temelini oluşturduğu kabul edilmiştir. 2000 yılında kabul edilen AB'nin Lizbon Stratejisi'nin ortaya koyduğu hedef olan rekabetçi bir ekonomi yaratılmasında KOBİ'ler merkezi oluşturmakta ve KOBİ'lerin kalifiye eleman temini, finansal kaynaklara erişim, idari düzenlemeler ve altyapı ile ilgili birtakım sorunlarının çözümüne yönelik olmak üzere AB, programlarında ve destek mekanizmalarında KOBİ'lere büyük yer ayırmaktadır.

AB'ne uyum süreci içinde KOBİ'ler konusunda gerekli düzenlemeleri gerçekleştirme yolunda ilerleyen Türkiye'de KOBİ politikaları ve gelişiminden sorumlu ve KOBİ'lere danışmanlık, eğitim, yurtdışı ihracat geliştirme desteği, iş geliştirme ve AR-GE desteği, teknoloji geliştirme desteği, CE (Conformity European) işaretlemesine ilişkin test ve analiz desteği ve finansal destek olmak üzere önemli hizmetler veren en önemli kuruluş KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı)'dir. Finansal destek, kredi kullanan KOBİ'lere KOSGEB'in mali kaynaklarından bir miktar destek sağlanarak aldıkları kredinin faizinin yumuşatılmasıdır. Danışmanlık hizmetleriyle ilgili bilgi eksikliği olan KOBİ'lere danışmanlık hizmeti verecek ve yol gösterecek bu tür kurumların

¹³² DPT, KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, Ocak 2004 (b), Erişim: 17.03.2006, <http://www.ekutup.dpt.gov.tr/esnaf/kobi/strateji.pdf>, s. 36.

arttırılması ve söz konusu hizmetlerle ilgili bilgi verilmesi gereği, önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye’de KOBİ.’lere sağlanan devlet yardımlarının nitelikleri, çeşitlilikleri ve mali büyüklükleri, KOBİ’lerin sağladığı istihdam, katma değer, ödedikleri vergi miktarı vb. gibi değerlerle orantılı olarak da ele alındığında, AB üyesi ülkelerdeki destek ve hizmetler karşısında görece olarak yetersiz kalmaktadır. Türkiye-AB Gümrük Birliği’nin KOBİ’ler üzerindeki olumsuz etkilerini telafi edecek etkili sistemler de bulunmamaktadır¹³³. Gümrük Birliği’nin olumsuz etkileri büyük işletmelerden ziyade KOBİ’ler üzerinde ağırlıklı olarak hissedilmiştir ve hissedilmektedir. Bu açıdan KOBİ’lere sağlanan destek arttırılmalıdır. Ar-Ge faaliyetlerinde, personel ve finansman açısından desteklenmelidirler. Ayrıca, uluslararası pazarlara açılabilmesi için, fuarlar ve sergilere katılmalarının özendirilmesi, kısa vadeli ihracat kredileri ve ihracat sigortasından daha fazla yararlandırılmaları sağlanmalıdır.

KOBİ’ler için risk sermayesi uygulamalarına gidilmesi, onların finansman konusundaki sıkıntılarını çözmelerine yardımcı olabilecektir. Risk sermayesi ile yeni bir fikir, buluş ve teknolojik yenilikleri, ticari bir ürün elde etmek amacı ile çok yönlü desteklemek mümkün olabilecektir. Risk sermayesi, KOBİ’lerin kuruluş ve gelişme aşamasında, karşılaştıkları finansal sorunların çözümüne uygun bir kaynak olacaktır.

KOBİ’ler genellikle aile işletmesi özelliği taşıdıklarından, ortak yatırımlara girme konusunda tereddüt etmektedirler. Bu da, onların büyümesini ve gelişmesini engelleyen en önemli faktör olmaktadır. Oysa KOBİ’ler ulusal sınırlar dışında da, uluslararası olarak, özellikle ‘joint venture’ (Ortak Girişim) tipi ortaklıklarla başarıya ulaşabilirler. Ancak bu tür ortaklıklarda, ortak girişimden önce girişim yapılacak piyasa ve ortaklar hakkında geniş çaplı bir analiz yapılmalıdır, aksi takdirde yüksek bir yatırım riski üstlenilmektedir. Ayrıca, KOBİ’lerin kendi aralarında teknik ve ekonomik güçlerini bir araya getirerek yaptıkları iş birliği (kümelenme-cluster yaklaşımı) ile de bir sinerji yaratılabilir ve tek tek elde edilemeyen rekabet gücü bu

¹³³ DPT, 2004 (b), a.g.y., s. 39.

şekilde sağlanabilir. Küresel rekabet çağında kümelenme yaklaşımı iş birliği ve yenilikçilik (inovasyon) faaliyetlerini destekleyerek rekabet gücünün artırılması için etkin ve verimli yöntemler sunmaktadır.

AB ülkelerinde, 1990'lerden itibaren KOBİ'lerin rekabet güçlerinin artırılmasında etkin bir araç olarak kullanılabilecek farklı kümelenme yaklaşımları politika olarak geliştirilmekte ve uygulanmaktadır. Bu süreçte, gerekli yenilikçilik, ticaret ve yatırım ilişkilerinin geliştirilmesi aracılığıyla, "yükselen" sektörler yaratılması oldukça önemlidir. Nihai hedef, sürdürülebilir ve rekabetçi sektörler oluşturmaktır. Lizbon hedeflerine ulaşmak için AB tarafından oluşturulan Bölgesel Kalkınma, Girişimcilik ve Yenilikçilik politikalarının uygulanmasında, kümelenme yaklaşımı en önemli araçlardan biri olarak belirlenmiştir.

Türk KOBİ'lerinin, özellikle AB'ndeki emsalleri gibi çağdaş, bilimsel, işletme ve yönetim fonksiyonlarına göre yapılanmış olmaları ve kurumsallaşmalarını tamamlamaları gerekmektedir. Bu doğrultuda Türkiye AB'ne üyelik sürecini hızlandıracak politika ve tedbirleri içeren ulusal programı yürürlüğe koymuş, gelişime hız kazandırmak için ulusal program ve VIII. 5 yıllık plan arasında uyum sağlamıştır. Hazırlanan ulusal program ve 5 yıllık planda AB tarafından da özellikle ele alınan KOBİ'lere önemli bir yer ayrılmıştır. VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda, küçük ve orta boy işletme (KOBİ)'lere yönelik olarak geliştirilen temel strateji, KOBİ'lerin verimliliklerinin, katma değer içindeki paylarının ve uluslararası rekabet güçlerinin arttırılmasına dayanmaktadır.

2005 yılı Kasım ayına kadar, AB'nin KOBİ'lere ilişkin mevzuatı incelendiğinde AB KOBİ'leriyle Türkiye KOBİ'lerinin tanımlarında bazı nüans farklılıkları göze çarpmaktaydı. Bu tarihten sonra, AB ile uyum çerçevesinde ve Türkiye'de, birden çok kurum tarafından oluşturulması nedeniyle, birbirinden farklı KOBİ tanımları bulunmasının özellikle destekler ve AB ile işbirliği gibi konularda yarattığı sıkıntıları ortadan kaldırması amacıyla, Türk KOBİ tanımı AB ile uyumlaştırılmıştır. Bakanlar Kurulu'nun 2005/9617 sayılı kararı ile kabul edilen "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik", 18 Kasım 2005 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

Yönetmeliğin, yayım tarihinden altı ay sonra yürürlüğe girmesi kararlaştırılmıştır. Türkiye'nin KOBİ tanımını uyumlaştırması sonucunda; işletmelerin bağımsızlığına ilişkin olarak da AB limitleri benimsenecektir. Söz konusu yönetmeliğin 4. maddesine göre “yasal statüsü ne olursa olsun, bir veya birden çok gerçek veya tüzel kişiye ait olup, bir ekonomik faaliyette bulunan birimler” işletme olarak tanımlanmıştır. KOBİ'ler ise yönetmelikte şu şekilde tanımlanmıştır:

- Mikro işletme: 10 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 1 milyon YTL'yi aşmayan çok küçük ölçekli işletmeler,
- Küçük işletme: 50 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 5 milyon YTL'yi aşmayan işletmeler,
- Orta büyüklükteki işletme: 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 25 milyon YTL'yi aşmayan işletmeler.

Yönetmeliğe göre KOBİ'ler, diğer işletmeler ile olan sermaye veya oy hakkı ilişkilerine göre bağımsız işletmeler, ortak işletmeler ve bağlı işletmeler olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Yeni tanımla getirilen bağımsızlık ilkesi ise yönetmelikte şu şekilde tanımlanmaktadır:

Gerçek veya tüzel kişilerin sahip olduğu ve bu yönetmeliğe göre ortak veya bağlı işletme sayılmayan bir işletme;

- Başka bir işletmenin % 25 veya daha fazlasına sahip değilse,
- Herhangi bir tüzel kişi veya kamu kurum ve kuruluşu veya birkaç bağlı işletme tek başına veya müştereken bu işletmenin % 25 veya daha fazla hissesine sahip değilse,
- Konsolide edilmiş hesaplar düzenlemiyorsa ve konsolide hesaplar düzenleyen başka bir işletmenin hesaplarında yer almıyorsa ve bu nedenle bağlı bir işletme değilse, bağımsız işletme kabul edilmiştir.

AB, KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırmak ve arttırıcı tedbirler almak, KOBİ'lerin esnek piyasa şartlarına entegre olmasını sağlamak, KOBİ'lerin

profesyonellik ruhunu geliştirmek, KOBİ'lerin esnek bir işgücü arz ve talebini oluşturmak, eğitim gibi imkanları sağlamak için tedbirler almakta, KOBİ'leri bu konularda hassasiyetle yönlendirmektedir. Yapıları itibariyle ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenen, yeniliklere daha kolay uyum sağlayabilen ve bireysel girişimciliği yönlendiren KOBİ'ler, bu özellikleriyle söz konusu entegrasyon hareketi çerçevesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda, Türk KOBİ'lerinin rekabet güçlerinin geliştirilmesi ve AB'ndeki potansiyel ortaklarıyla ülke ekonomisine çok daha fazla katkı sağlayacak girişimleri değerlendirme olanağının sağlanması büyük önem kazanmaktadır.

Dinamik bir yapı oluşturan KOBİ'ler, Avrupa pazarında ve küresel pazarda güçlü bir mücadele vermektedirler. Hayatta kalabilmek ve büyüebilmek için sürekli inovasyon yapmak zorunda olan KOBİ'ler yeni teknolojileri kendi bünyelerinde üretmekte ya da başkalarının ürettiği yeni teknolojileri özümsemektedir. 2002-2006 yıllarında yürürlükte kalacak olan, Avrupa'yı 2010 yılında dünyanın en dinamik ve rekabet gücü en yüksek bilgi ekonomisi haline getirmeyi ve ERA'nın (Avrupa Araştırma Alanı) gerçekleştirilmesine katkıda bulunmayı amaçlayan Altıncı Çerçeve Programı da KOBİ'lere hedeflerine ulaşabilmeleri için yardımcı olan bir programdır. Program, KOBİ katılımcıları için 2.1 milyar Euro'luk fonu ile dünyada KOBİ'lere verilen en büyük araştırma ve inovasyon desteklerinden birine sahiptir. Bu mali taahhüt Avrupa'nın gelecekteki başarısında KOBİ'lerin rolüne verilen önemin ciddi bir göstergesini ifade etmektedir.

AB, KOBİ'lere yönelik destek politikaları geliştirirken, aday ülkeleri de bu yönde teşvik etmektedir. Adaylık statüsü 1999 Helsinki Zirvesi ile teyit edilen ve 3 Ekim 2005 tarihinde adaylık sürecinin son aşaması olan katılım müzakerelerine başlayan Türkiye'nin de AB'deki yapıya benzer bir destek sistematiği oluşturması ve sektörün temel yapı taşları olan KOBİ'lere gereken önemi vermesi gerekmektedir. Ayrıca KOBİ ve KOSGEB teşviklerinin anlaşılır bir biçimde sektöre anlatılması sağlanmalıdır. 2005 yılı itibariyle AB'ne aday üç ülkeden (Türkiye, Romanya ve Bulgaristan) araştırma altyapılarının güçlendirilmesi ve Mükemmelliyet Merkezleri oluşturulması amacıyla Avrupa Komisyonu'nun yayınladığı 6. Çerçeve Program çağrısı neticesinde hem sayısal hem de parasal olarak en çok desteği alan ülke

Türkiye olmuştur¹³⁴. AB, şu anda Türkiye’de pek çok KOBİ projesini finanse etmektedir ve bunun için harcanan toplam para tutarı 90 milyon Euro’ya ulaşmıştır. AB’nin Türk tekstil sanayii ile ilgili destekleri tekstil ve moda konusunda “kümeleme” çalışması yapılması hakkındadır. Projenin amaçları bir moda enstitüsü kurulması, tekstil-hazır giyim AR-GE merkezi oluşturulması ve danışmanlık vermek için bir merkez oluşturulmasını içermektedir.

2.3.2.6. Gerçekçi Olmayan Kur Politikası

Gerçekçi olmayan düşük kur uygulaması, son üç yıldır, özellikle ihracata yönelik çalışan sanayicilerin gelirlerini azaltmış, enerji ve işçilik maliyetlerini döviz bazında çok aşırı arttırmıştır. TL’nin aşırı değer kazanmasından dolayı hemen hemen tüm ihracatta kar marjları iyice daralmış, ithalat hızlı bir şekilde artmıştır. Son üç yılda TL yüzde 78 oranında değerlenmiştir. Yüzde 78 değerli TL üreticiler açısından büyük bir yük oluşturmuştur. TL’nin değerlenmesine karşılık girdi maliyetleri azalmamış ve son 3 yılda yüzde 50 oranında artmıştır. İhracata yönelik üretim yapan ve katma değer yaratan tekstil sanayicilerinin zararına olan bu durumu engellemek için üretime, istihdama ve katma değer yaratımına yönelik ihracatta gerçeğe uygun rekabetçi bir kur politikası uygulanmalıdır.

Ayrıca, 2006 Mayıs’tan itibaren döviz kuru artışlarının önceki dönemlerin aksine, çok hızlı ve artan bir düzeyde gerçekleşmesi de paniğe yol açmıştır. Artışın makul sürede ve makul düzeyde olması gerekirken, çok büyük zigzaglar ortaya çıkınca endişe verici bir durum oluşmakta, ileriye görememek, ekonomik ve aynı zamanda siyasi belirsizlik reel ekonomiyi temsil eden üretici ve ihracatçıyı olumsuz yönde etkilemektedir.

2.3.2.7. Diğer Birtakım Yapısal Sorunlar ve Öneriler

Tekstil sektörüne verilen teşvikler yıllar itibariyle incelendiğinde verimliliği arttırıcı ve yeni ürünlerin üretimine yönelik olmayan yatırımlara yönelmiş olduğu görülebilir. Söz konusu durum sektörde atıl kapasiteye yol açmıştır. Fazla

¹³⁴ TÜBİTAK-AB 6. Çerçeve Programı Ulusal Koordinasyon Ofisi, **Türkiye ve AB Çerçeve Programları**, 10 Ağustos 2005, Ankara, s. 4.

kapasitenin önüne geçebilmek için yeni ürünlerin üretimine yönelik, kaliteyi ve verimliliği arttıran çevreyle uyumlu üretim süreçlerine sahip ve maliyet avantajı sağlayan yatırımlar teşvik edilmelidir. EXIMBANK kredi limitleri, dönemlere göre arttırılmalı ve sanayicilere "istihdam-üretim-istihdamı kayıt içine alma" artışı endeksi oluşturularak verilmelidir¹³⁵. Tekstil sektöründeki yatırımlara devlet teşviki 2005 yılı sonu itibariyle kolaylaştırılmıştır. Tekstil sektöründeki yatırımlara sağlanacak devlet yardımı için aranan özsermaye tutarı %50'den, öbür sektörlerde olduğu gibi % 20'ye indirilmiştir.

Türk tekstil ve konfeksiyon sanayii dış ticaret yapısı itibariyle incelendiğinde ülke grubu bazında AB'ne, ülke bazında ise Almanya'ya bağımlı bir yapı çizmektedir. Bu durumun yaratacağı orta ve uzun vadeli sakıncalar dikkate alınarak devletin de desteğiyle yeni pazarlara açılım ve hedef pazarlara yönelik programların geliştirilmesi gerekmektedir. Tekstil sektörünün en önemli sorunlarından stratejik vizyon eksikliği burada da karşımıza çıkmaktadır. Sektör bazında ülke, ülke bazında ise ürün çeşitliliği sağlanmalıdır. Çeşitlilik sağlanmazsa ihracatın yoğunlaştığı ülkede yaşanan ekonomik durgunluk, talepte daralma vb. olumsuzlukların Türkiye'ye direkt olarak yansması kaçınılmazdır.

Türkiye bugün, kendi teknolojisi olmayan bir ülke durumundadır. Bugün Türk işletmeleri ancak, bünyelerine uygun imalat yöntemlerini almakta ve uygulamaktadırlar. Bu yöntemleri de dışarıdan, lisans, know-how (teknik bilgi) v.b. yollarla, büyük ücretler karşılığında satın almaktadırlar. Uzun vadede teknolojik dışa bağımlılıktan kurtulmanın yolları araştırılmalıdır.

Türkiye AR-Ge faaliyetleri açısından da son derece yetersiz bir görünüm sergilemektedir. AB ülkeleri ve diğer gelişmiş ülkeler GSMH'larının %2-3'ünü Ar-Ge faaliyetlerine ayırırlarken Türkiye'de bu oran yüzde 0,7'den daha düşüktür. Bunun da ötesinde, Türkiye GSMH'sının %10 kadarını tek başına sağlayan tekstil ve konfeksiyon sanayiinin, Türkiye'nin, oldukça küçük olan Ar-Ge pastasından aldığı pay ise sadece %1,5'tur¹³⁶. Türk tekstil sektöründe uzun vadeli olarak bakıldığında

¹³⁵ Öziplik-İş Sendikası, a.g.r.

¹³⁶ Işık Tarakçıoğlu, "Tekstil Sanayii Gelecekte Nerede Üretecek?", **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 299, Kasım 2004, s. 40.

araştırma-geliştirme faaliyetlerinin bu derece sınırlı kalması düşündürücüdür. Tekstil ve konfeksiyon sanayiinde Ar-Ge çalışmaları desteklenmeli ve artırılmalıdır. Ar-Ge yetersizliğinin çözüme kavuşturulabilmesi için sektörde faaliyet gösteren firmalar tarafından ortak bir ‘Ar-Ge Fonu’ oluşturulabilir. Bu fonda biriken küçük meblağlar büyük yatırımlara zemin hazırlar. Söz konusu Ar-Ge fonunda biriken paralar yeni teknolojiler satın alınmasında ya da yeni teknolojiler yaratılmasında önemli bir rol oynayabilir.

Tekstil sektörü Ar-Ge çalışmalarında bağlantılı olduğu sektörlerin, özellikle de makina ve kimya sektörlerinin desteğine ihtiyaç duyacaktır. Ancak Türkiye’de bu sektörler (özellikle de makina sektörü) çok zayıftır ve bu şekilde destek sağlayabilecek bir konumda değildir¹³⁷.

AB pazarındaki rekabet gücünün sürdürülebilmesi için Ar-Ge’ye dayalı olarak sektörde moda, marka ve yeni ürün üretimine odaklanmış bir yapı oluşturulmalı, kaliteli ve katma değeri yüksek ürünlerin üretimine geçilmelidir. Sözü edilen ürünlerin üretiminde ayrıca iyi eğitilmiş işgücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Bu amaçlarla TÜBİTAK ve Ege Üniversitesi işbirliği ile Tekstil Araştırma Merkezi kurulmuştur. Marka yaratılması durumunda rekabet gücü daha da artacak, fiyat odaklı rekabete karşı duyarlılık azalacaktır. Üretilen ürünlerde “Olumlu Türk Malı İmajı” yaratılmalı, reklam ve pazarlama ile Ar-Ge’ye bağlı olarak geliştirilen yeni moda ve yeni marka ürünler ile mesleki örgütlenmeler desteklenmeli, tanıtım amaçlı fuarlara ağırlık verilmelidir.

İstanbul, Paris, New York, Londra ve Milano’nun yanında dünyanın beşinci Moda Merkezi haline getirilebilir. Buna ilişkin olarak DTM koordinasyonunda AB ve İTKİB (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri) önderliğinde Avrupa Birliği Fonları’ndan temin edilen proje bazlı 8,5 milyon Euro tutarındaki hibeyle İstanbul’da bir Moda Enstitüsü’nün kurulması projesi uygulamaya konulmuştur¹³⁸.

¹³⁷ Özgürcañ Yazkurt, “Dünya Pazarlarında Yaşanan Son Değişiklikler ve Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü Üzerindeki Etkileri, **Tekstil & Teknik Dergisi**, Sayı: 180, Ocak 2000, s. 157.

¹³⁸ Ziya Altunyalız, “Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Zorlaşan Uluslararası Rekabet ve Çin Tehdidine Karşı Alınabilecek Tedbirler”, Erişim: 16.01.2006, <http://www.igeme.org.tr/tur/bakis/sayi%2026/bakis2614.htm>

Moda, marka ve yeni ürün üretiminin Türkiye’de son yıllarda artış sürecine girdiği bir gerçektir. Ancak bu artış rekabet gücü artışı ve devamlılığı açısından son derece yetersiz bir artıştır.

Rekabet gücünü etkileyen diğer faktörlerden eğitim ve altyapı alanındaki olanaklarını geliştirmek üzere üniversite ve meslek liselerinde teknolojiyi kavrayacak, yaratıcı nitelikte elemanlar yetiştirecek bir eğitim felsefesi temel alınmalıdır. Sektörün gereksinim duyduğu ara insan gücü eğitimi desteklenmelidir. Üniversite-sanayi işbirliği, sonuçları kestirilemez katkılar sağlayacaktır¹³⁹. Sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli işgücü ihtiyacı da bu şekilde karşılanabilir.

Hazır giyim sektörünün emek yoğun olması, ilk yatırım maliyetlerinin düşüklüğü ve kalifiye işgücü ihtiyacının nispeten düşük olması nedeniyle geri kalmış bölgelerde daha kolay yatırım imkanları oluşabilir. Bu imkanlardan yararlanmak isteyen girişimciler yatırımlarını Türkiye’nin bu geri kalmış bölgelerine kaydırabilirler, böylelikle birtakım bölgesel teşviklerden de faydalanabilirler. Halen 5048 sayılı teşvik yasasının sağladığı avantajlarla Türkiye’nin geri kalmış 49 ilinde tekstil ve konfeksiyon sektörüne özel teşvikler verilmektedir. Bu sayede geri kalmış bölgelerin kalkınması da sağlanabilir ve istihdam sorunu da kısmen çözülebilir. Son dönemlerde Türkiye’de hazır giyim üretiminde Anadolu’ya kaymalar başlamıştır.

Son yıllarda tekstil sektörüne verilen banka kredilerinin büyük bir miktarının batık krediye dönüşmesi ve bu sebeple bankaların bu kesime kredi vermek istememeleri sektörün finansman sorununu oluşturmaktadır. Bankalar kredibilite değerlendirmesini sektöre göre değil, firma bilançosuna göre yapmalıdır.

Gelecekte giyenlere, kullananlara örtünme ve süslenmenin yanında başta sağlık, güvenlik ve enformasyon alanlarında olmak üzere başka hizmetler de sunabilen çok fonksiyonlu, akıllı (interaktif) tekstil ürünlerinin üretimi ve kullanımı artacaktır. Uzun vadede en cazip pazar bu sözü edilen pazar olacaktır¹⁴⁰. Nitekim diğer sanayileşmiş ülkeler gibi AB de son 10-15 yıldır geleneksel tekstil ürünleri ve

¹³⁹ DPT, 2001, a.g.r., s. 258.

¹⁴⁰ Işık Tarakçıoğlu, “Türk ve Dünya Tekstili”, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 276, Aralık 2002, ss. 34-39.

yan ürünlerinin üretimini tamamen bırakarak bu alana yönelmiş, ve liderliği ele geçirmiştir. Son yıllarda teknik tekstiller, AB tekstil ve giyim sanayiinin çok önemli bir parçası olmuştur. 1998 yılında toplam tekstil sektörünün % 25,8'ini oluştururken, 1999 yılında bu oran % 27,6'ya ve 2002 yılında ise % 29'a çıkmıştır. Verilerden de görüleceği üzere AB'nin teknik tekstil sektörü sürekli gelişim içerisindedir. AB içerisinde en büyük üreticiler sırasıyla Almanya (toplam AB teknik tekstil ve giyim sektörü içerisinde %17 pay), Fransa ve İngiltere (%16), Belçika (%15) ve İtalya (%14)'dir¹⁴¹. Teknik tekstil olarak da adlandırılan ve yüksek katma değerli, yüksek kaliteli, yenilik yoğun ve know-how yoğun bu özel tekstil ürünleri 6. Çerçeve Programı'nda da önemli bir yer tutmaktadır.

Türkiye, tekstil ve konfeksiyon sanayiinde AB'ne karşı sahip olduğu rekabet üstünlüğünü kaybetmemek için teknik tekstiller konusunda çalışmalıdır. Türkiye'nin şu an itibariyle AB'ne karşı sahip olduğu ucuz işgücü avantajı (AB tekstil ve konfeksiyon sanayiinin tek ciddi dezavantajı) yakın bir gelecekte anlamını yitirebilecektir. Bu nedenle, Türkiye'nin sıradan, geleneksel ve ucuz tekstil ürünlerinin üretimine ağırlık vermekten vazgeçmesi yararına olabilecektir.

Sadece AB-Türkiye ikili ilişkileri açısından değil de global açıdan duruma bakılacak olursa; dünyada bu alanda yüksek nüfus ve ucuz işgücünün meydana getirdiği son derece düşük maliyetler ve fiyat açısından Türkiye'nin önüne geçmiş bir Çin faktörü ve hemen takibindeki Uzakdoğu ülkeleri bulunmaktadır. 2005 yılında kotaların kalkmasıyla beraber özellikle Çin tekstili sözü edilen özellikleri sayesinde tüm dünyayı istila etmiştir ve diğer ülkelerle beraber, dünyada sektöre ait büyük bir arz fazlasının yaşanmasına sebep olmuştur. Çin, inanılmaz düşük maliyetlerle ve önemli ölçüde fiyat kırarak AB pazarındaki birinciliğini kimseye ve Türkiye'ye de kaptırmamaktadır. Tekstil ve konfeksiyonda alt yapı yatırımlarını tamamlamış, AB'ne aday bir ülke olarak Türkiye'nin, ucuz, sıradan ve geleneksel tekstil ürünlerinin üretimini ve moda, marka ve yenilik içermeyen konfeksiyon ürünleri de dahil olmak üzere artık tümüyle bu ülkelere bırakması, sözü edilen ürünleri bu ülkelerden ithal etmesi, ya da dışarıda işleme tabi tutma yöntemiyle söz konusu

¹⁴¹ Alpaslan Emek, "Teknik Tekstiller Dünya Pazarı, Türkiye'nin Üretim ve İhraç İmkanları", **İGEME'den Bakış Dergisi**, Yıl: 9, Sayı: 29, Ocak-Nisan 2005, s. 101.

ürünlere ilişkin üretimini işgücünün daha ucuz olduğu başka ülkelere kaydırarak, ve tasarım, moda yaratma ve pazarlama faaliyetlerini ise kendi bünyesinde toplamak yoluyla daha karlı çıkılabilecektir. Çünkü Türkiye'nin bu ülkelerle rekabet etme imkanı oldukça zayıftır. AB ile de rekabet edebilirlik açısından, Türkiye'de orta ve uzun vadede maliyet dışı rekabet unsurlarına ağırlık verilerek tekstil ve konfeksiyonda yeni bir üretim, ürün, ihracat, pazarlama ve rekabet stratejisi oluşturulması gerekmektedir. İşte teknik tekstiller bu noktada sektörde yeni ve oldukça karlı bir alternatif alan olarak karşımıza çıkmaktadır. AB bu konuda epey yol almıştır. Teknik tekstillerde Ar-Ge faaliyetlerine duyulan ihtiyaç yüksektir.

Günümüz itibariyle değerlendirildiğinde Türkiye teknik tekstiller konusunda oldukça zayıf bir yapıdadır. Bütün sektörü hemen hemen birkaç firma oluşturmaktadır.

Avrupa Birliği de dahil olmak üzere dünya genelinde son yıllarda hazır giyim tüketiminde bir azalma gözlenmektedir. Beslenme ve barınma ihtiyaçları ile birlikte giyim insan hayatının en önemli temel ihtiyacı olmakla birlikte, ailelerin harcamaları içinde hazır giyim payı düşmektedir. Tüketiciler daha kaliteli ürünü daha ucuza talep etme eğilimindedirler¹⁴². Fiyat rekabeti önemini korumakla birlikte kalite ve hizmet rekabeti ön plana çıkmıştır. Son yıllarda ev tekstili ürünleri ve giyimde kullanışlılığa sahip ürünlerin tüketiminde bir artış gözlenmektedir. Ayrıca AB'nde nüfus artış hızının yavaşlaması ve hayat standartlarının yüksekliği gibi nedenlerle yaşlı bir nüfus yapısı ortaya çıkmakta, 40 yaş ve üstü pazar önem kazanmaktadır. Üretim planlamalarında bu pazarın tüketim modeli ve beklentileri ile belirtilen konuların dikkate alınması yarar sağlayacaktır.

Firmalarda sürekli olarak maliyeti düşürücü, kaliteyi yükseltici, modernizasyona yönelik, enerji ve malzeme tüketimini azaltıcı stratejiler uygulanmalıdır. Çevreye ve insan sağlığına zarar vermeyen ürünlere yönelmeli ve gerekli testlerin yapılabileceği kontrol laboratuvarlarının sayısı arttırılmalıdır. Tekstil ve konfeksiyon sektöründe toplam kalite anlayışı sürekli uygulanmalı, sektörde faaliyet gösteren firmaların rekabet gücünün arttırılabilmesine hizmet edecek ISO

¹⁴² DPT, 2001, a.g.r., s. 1.

9000, ISO 14001 ve özellikle AB'nin aradığı CE işareti gibi kalite ve standardizasyon uygulamalarına gidilmelidir.

AB, dünyanın en güçlü tekstil sanayiine sahiptir. AB tekstil ve konfeksiyon sanayiinin en önemli üstünlükleri yüksek kalite, ileri teknoloji, yenilikçilik-yaratıcılık ve güçlü Ar-Ge ile birlikte gelen inovasyon yeteneğidir. Türkiye ise Avrupa'nın en büyük tekstil ve konfeksiyon üretim gücüne sahip ülkesidir. Türkiye'nin söz konusu güçlü AB pazarında rekabet gücünün korunması ve daha da artırılması oluşturulacak orta ve uzun vadeli stratejiler ile mevcut imkanların ve doğacak fırsatların değerlendirilmesine bağlıdır.

2.3.3.Avrupa Birliği-Türkiye İlişkileri ve Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii

Küreselleşme olgusu çerçevesinde hızla dışa açılan ülkemiz bölgesel bütünleşme ve işbirliği hareketleri içindeki yerini almış, bölgesel entegrasyonlar arasında tercihini coğrafi ve siyasi şartları da göz önüne almak suretiyle Avrupa Birliği'nden yana kullanmıştır. Avrupa Komisyonu'nun 1999 yılında Helsinki'de aldığı tavsiye kararı ile beraber resmen aday ülke olarak kabul edilen Türkiye 3 Ekim 2005 tarihi itibarıyla AB ile tam üyelik müzakerelerine başlamıştır. 10-15 yıl kadar sürmesi düşünülen müzakere sürecinde Türkiye'nin AB'nin 83 bin sayfalık yasasını uygulamaya koyması ve ekonomik yapısını AB normlarına getirmesi gerekmektedir. Çalışmanın bu bölümünde AB-Türkiye ticari ilişkilerinin gelişimi dönemler itibarıyla incelenmiş ve Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin bu ilişkiler içindeki yeri ve önemi ortaya konulmuştur.

2.3.3.1. Avrupa Birliği-Türkiye Ticari İlişkilerinin Gelişimi

Türkiye'nin AB'ne ortak olma çabaları, bir anlamda AB yolculuğu 1959 yılında Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)'na yaptığı ortaklık başvurusu ile başlamaktadır. 12 Eylül 1963 tarihinde AET ile ortaklık kuran ve Gümrük Birliği'nin temellerini oluşturan Ankara Anlaşması imzalanmıştır. Söz konusu anlaşma 1 Aralık 1964'te yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşma Avrupa Birliği'nin kurucu antlaşması olan Roma Antlaşmasının temel esaslarına dayandırılmıştır. Ankara Anlaşması ile Kurucu Antlaşmanın da altın kuralları olan malların, hizmetlerin ve sermayenin serbest

dolaşımı ilkesinin Gümrük Birliği marifetiyle gerçekleştirilmesi ve üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulaması düzenlemeleriyle önce ekonomik ve ardından da siyasi bütünleşmenin sağlanması hedeflenmiştir¹⁴³. Ankara Anlaşması'na göre Türkiye-AB arasında üç aşamadan geçilerek (I. Hazırlık Dönemi, II. Geçiş Dönemi, III. Son Dönem olmak üzere) gümrük birliğinin kurulması belirlenmiştir.

1964-1973 yılları arasında, dokuz yıl boyunca devam eden Hazırlık Dönemi'nde Türkiye'nin yüklenimi sadece kendi ekonomisini güçlendirmek olmuştur. Bu dönemde uygulanan I. Mali Protokol ile Türkiye'ye 175 milyon ecu tutarında yardım verilmiştir.

Ankara Anlaşması Türkiye'ye Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'nin kapılarını açmıştır. 23 Aralık 1970'te imzalanıp 1 Ocak 1973'te yürürlüğe giren ve yürürlüğe girmesiyle birlikte hukuken Geçiş Dönemi'ni başlatan Katma Protokol ise, Türkiye ile Avrupa Birliği ticari ve mali politikalarının uyumunu öngörmüştür. Katma Protokole göre taraflar karşılıklı olarak dış ticaretlerinde yeni gümrük vergileri ve eş etkili vergi ve resim koymayacaklar, Protokol'ün yürürlüğe girişinde uyguladıkları gümrük vergileri ve resimleri arttırmaktan kaçınacaklardı. Bunun tek istisnası Ortaklık Konseyi Kararı (OKK) ile ve ortaklık amaçlarının gerçekleşmesi için gerekli olmak koşuluyla ihracata yeni gümrük vergisi ya da eş etkili vergi veya resim konulabilmesi olacaktır. Ancak Türkiye Protokol'ün ticari hükümlerinin yürürlüğe girdiği, 1 Eylül 1971 tarihinden sonra 1972'de gümrük vergilerini %10 oranında arttırmıştır. Topluluk ise Katma Protokol'ün ticari hükümlerinin yürürlüğe girdiği 1 Eylül 1971'de Türkiye çıkışlı sanayi mallarına uyguladığı bütün gümrük vergilerini 4 istisna dışında sıfırlamıştır. İstisnalar: bazı petrol ürünleri, perakende satışa arz edilmeyen pamuk ipliği, diğer işlenmiş pamuklu dokumalar, yün veya ince hayvan kılından yapılan makine dokuma halılarıdır. Petrol ürünleri dışındaki diğer üç tekstil sanayiine ait üründe gümrükler, 12 yıllık dönemde sıfırlanmak üzere %25'lik dilimler halinde indirilecekti. Bu üç ürün için (pamuk iplikleri, diğer pamuklu

¹⁴³ Arif Esin, "AB'ye Tam Üyelik Sürecinde Ekonomik Mevzuat Uyumu ve Ekonomiye Etkileri", **İktisat Dergisi**, İFMC Aylık Dergisi, No: 408, Aralık 2000, s. 31.

dokumalar ve yün veya ince kıldan makine halıları) belirlenen tarife kontenjanları daha sonra tamamen kaldırılmıştır¹⁴⁴.

1976 sonunda Türkiye'nin tek taraflı kararı sonucunda Katma Protokol Madde 60'a dayanarak Türkiye yükümlülüklerini dondurmıştır. 1976 yılından itibaren devamlı ertelenen gümrük indirimleri 1987 yılında tam üyelik başvurusuyla birlikte yeniden başlamıştır¹⁴⁵.

Katma Protokol'de sanayi malları için gümrük birliği, tarım ürünleri için ise tercihli bir rejim öngörülmüştür ve Türkiye'nin AT ülkelerine karşı rekabet gücünün yeterli olduğu ürünlerde 12 yılda, rekabet gücünün görece olarak yetersiz olduğu ürünlerde ise 22 yılda gümrük vergilerinin kademeli olarak kaldırılması, ayrıca OGT'ne uyum sağlaması kararlaştırılmıştır. 1995 yılına kadar çeşitli tarihlere gümrük vergisi indirimleri yapılmıştır. 1995 yılı sonunda yapılan düzenlemelerle 12 ve 22 yıllık listedeki ürünlerde tarife uyumu %100 düzeyine ulaşmıştır.

6 Mart 1995'te Brüksel'de imzalanan Türkiye-AB 1/95 Sayılı Ortaklık Konseyi Kararı (OKK) ile birkaç kez kesintiye uğrayan 22 yıllık geçiş dönemine son verilerek son döneme geçilmesi ve Ankara Anlaşması ile Katma Protokol hükümlerine dayalı olarak Gümrük Birliği'nin 1 Ocak 1996 tarihinde başlatılması kararlaştırılmıştır. Böylece Türkiye-AB arasında endüstriyel ürünleri kapsayan Gümrük Birliği 1996 yılı başlangıcında yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşma ayrıca topluluğun ticaret ve rekabet politikalarına uyumunu gerektirmektedir.

Gümrük Birliği sürecinin tamamlanabilmesi için tekstil ve konfeksiyoncular çok yoğun ve etkin olarak faaliyette bulunmuştur. Bir başka ifadeyle, gümrük birliğinin kurulmasını, bir ölçüde tekstil ve konfeksiyon sektörünün başarısı olarak kabul etmek mümkündür¹⁴⁶.

Bilindiği üzere Gümrük Birliği, üye ülkeler arasında ticaret engellerini kaldıran ve üçüncü ülkelere karşı ortak bir gümrük tarifesi (OGT) ve ticaret politikası

¹⁴⁴ Aygün Ergün, "Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin Dış Ticaretine Etkileri", **Uzman Gözüyle Bankacılık Dergisi**, Yıl: 7, Sayı: 26, Haziran 1999, s. 9.

¹⁴⁵ Ibid.

¹⁴⁶ Yaşar Uysal, **Türkiye ve Ege Bölgesi'nde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü**, Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD) Yayını, İzmir 1998, ss. 171-172.

uygulamayı öngören bir ekonomik entegrasyon modelidir. Ülkemiz, 1996 yılında Avrupa Birliği ile gerçekleştirdiği Gümrük Birliği nedeniyle, bu tarih itibariyle Avrupa Birliği pazarına kotasız ihracat yapma imkanını elde etmiştir. Ayrıca, Avrupa Birliği'nin Ortak Ticaret Politikasına uyum yükümlülüğümüz çerçevesinde Avrupa Birliği ile üçüncü ülkeler arasındaki Tekstil Kısıtlama Anlaşmaları ülkemizce üstlenilmiş ve bu ülkelerden yapılan tekstil ve hazır giyim ürünleri ithalatında kota uygulaması başlatılmıştır.

Gümrük Birliği, temelde sanayi ürünlerini kapsamaktadır. Ancak, hassas maddeler olarak nitelendirilen otomobiller, ayakkabılar, deriden mamüller ve mobilyalar gibi bazı sanayi ürünlerinin üçüncü ülkelere ithalatında Topluluk tarafından uygulanan Ortak Gümrük Tarifesi hadlerine uyum, 1.1.2001 tarihi itibariyle gerçekleştirilmiştir. Tarım ürünleri GB kapsamı dışında bırakılmıştır. Tarım ürünlerinin serbest dolaşımı ancak, Türkiye'nin topluluk Ortak Tarım Politikası'na uyumu sonrasında mümkün olabilecektir.

Gümrük Birliği Türkiye'nin Avrupa Birliği ve dolayısıyla da küresel ekonomi ile bütünleşmesinin en önemli aracıdır. Ancak Gümrük Birliği'ne entegrasyon sürecinde AB ülkeleri ile Türkiye arasındaki gelişmişlik farkı olumsuz bir durum yaratmıştır¹⁴⁷. 1996 yılı ve sonrası Türkiye ekonomisinin rekabet gücü açısından son derece önemli bir dönemeç durumuna gelmiştir¹⁴⁸. GB ile birlikte rekabet baskısı artmıştır. GB sonrasında Türkiye ihracatı açısından en olumlu gelişme ise tekstilde uygulanan kotaların kaldırılması olmuştur.

Gümrük tarifelerinin liberizasyonu ve AB'nin endüstriyel ürünler ve Türkiye tarafından işlenmiş tarımsal ürünlerin endüstriyel unsurları için AB'nin genel dış tarifelerinin kabulünden başka, anlaşma birtakım yekpare elementler de benimsemiştir, bunlar topluluğun üçüncü ülkelere karşı tekstil kotalarını içeren ticaret politikasının kabulünü, AB'nin bütün tercihli (öncelikli) ticaret partnerleriyle serbest ticaret anlaşmalarının kabulünü, tarımsal politikanın uyumu üzerinde

¹⁴⁷ Aypar Topkara Uslu, "Gümrük Birliği'nin Olası Etkileri ve Türk Tekstil Sektörüne İlişkin Değerlendirme", **Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye Dergisi**, Sayı: 25-26, Eylül-Ekim-Kasım-Aralık 1996, s. 21.

¹⁴⁸ Osman Küçükahmetoğlu, "Gümrük Birliği ve Türkiye'nin Rekabet Gücü", **Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye Dergisi**, Sayı: 21-22, Ocak-Şubat-Mart-Nisan 1996, s. 24.

işbirliğini, hizmetler içinde ticaret üzerindeki kısıtlamanın karşılıklı minimizasyonunu ve rekabet politikası alanında Türkiye'nin AB kurallarına uyumu ile ticarete teknik engelleri içerir¹⁴⁹.

Kopenhag kriterleri içinde yer alan ekonomik nitelikli önemli bir kriter, ülke açısından, işleyen ve birlik içinde rekabetçi baskılara ve diğer serbest piyasa güçlerine dayanabilecek bir serbest piyasa ekonomisinin varlığını gerektirmektedir. AB'nin Ortak Rekabet Politikası'na uyum amacı ile Rekabet Kanunu yürürlüğe girmiş ve 27.2.1997 tarih 22918 sayılı R.G'de yayımlanan 97/9090 sayılı Kararname ile Rekabet Kurulu oluşturulmuştur.

GB ile birlikte Türkiye ve AB arasındaki ticaretin miktarının arttığı şüphesiz bir gerçektir. Ancak GB ile birlikte Türkiye'nin AB'ne ihraç değerlerinin çok üstünde ithalat değerleri gözlenmiştir. İthalat artışları ihracat artışlarından daha hızlı bir seyir izlemiştir. Türkiye'nin AB'den ithalatı GB'nin yürürlüğe girdiği ilk yıl olan 1996'da %36,7'lik bir artışla 23,1 milyar dolara ulaşmıştır. 1996'da Türkiye'nin toplam ithalatındaki %22,1'lik artış hesaba katılırsa, GB'nin Türkiye'nin ithalatındaki artış üzerinde kesin bir etkiye sahip olduğu anlaşılabilir. Aynı yılda Türkiye'nin AB'ne ihracatı ise %3,6'lık bir artışla toplam 11,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir, bu artış 1996'daki %7,4'lük toplam ihracat artışından daha düşüktür. Sonuç olarak, Türkiye'nin AB ile ilgili dış ticaret açığı GB ile birlikte neredeyse ikiye katlanmış ve 1996'da 11,6 milyar dolara çıkmıştır (1995'te 5,8 milyar dolar iken). 1997'de Türkiye, GB'nin olumsuz etkilerini engelleyebilmiştir ve toplam ithalat içinde AB'nden yapılan ithalattaki değişme oranı %36,7'den %7,8'e düşmüştür. 1999 ve 2001'deki ekonomik durgunluk yıllarında Türkiye'nin ticareti bu durumdan olumsuz etkilenmiş ve sözü edilen yıllarda ihracatla birlikte AB'nden ithalat da azalmıştır. Ekonomik kriz dönemlerinin haricinde AB'nden ithalattaki artış ihracattaki artıştan daha büyüktür. 2005'te Türkiye'nin AB'ne ihracatı önceki yıla oranla %11'lik artışla 38,3 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'nin AB'nden ithalatı ise yine önceki yıla oranla % 7,9'luk artışla 49 milyar olarak gerçekleşmiştir.

¹⁴⁹ WTO, Trade Policy Review-Turkey, Geneva, 1999.

Tablo 7: Türkiye-AB Dış Ticareti (milyar dolar, %)

Yıllar	(TR) Top. İhr.	Değ. (%)	AB'ye Top. İhr.	Değ. (%)	İhr. AB'nin Payı	(TR) Top. İth.	Değ. (%)	AB'den Top. İth.	Değ. (%)	İth. AB'nin Payı
1995	21,6	-	11,1	-	51,2	35,7	-	16,9	-	47,2
1996	23,2	7,4	11,5	3,6	49,7	43,6	22,1	23,1	36,7	53,0
1997	26,3	13,3	12,2	6,1	46,6	48,6	11,5	24,9	7,8	51,2
1998	27,0	2,7	13,5	10,7	50,0	45,9	-5,6	24,1	-3,2	52,4
1999	26,6	-1,5	14,3	5,9	54,0	40,7	-11,3	21,4	-11,2	52,6
2000	27,8	4,5	14,5	1,4	52,2	54,5	33,9	26,6	24,3	48,8
2001	31,3	12,6	16,1	11,0	51,4	41,4	-24,0	18,3	-31,2	44,2
2002	35,8	14,4	18,1	12,4	50,5	51,3	23,9	23,1	26,2	45,1
2003	47,3	32,1	24,5	35,4	51,7	69,3	35,1	31,7	37,2	45,7
2004	63,1	33,4	32,6	33,0	51,7	97,5	40,7	42,4	33,8	43,5
2004*	63,1	33,4	34,5	5,8	54,7	97,5	40,7	45,4	7,1	46,6
2005*	73,1	15,8	38,3	11,0	52,4	116,0	18,9	49	7,9	42,2

* 25 üyeli AB, diğerleri 15 üyeli AB

Kaynak: DPT, DTM, DİE ve IMF Financial Statistics, çeşitli yıllar.

Tablo 8: Türkiye-AB Dış Ticaret Dengesi

Yıllar	Türkiye-AB Dış Ticaret Dengesi
1995	-5,8
1996	-11,6
1997	-12,7
1998	-10,6
1999	-7,1
2000	-12,1
2001	-2,2
2002	-5
2003	-7,2
2004	-9,8
2004*	-10,9
2005*	-10,7

* 25 üyeli AB, diğerleri 15 üyeli AB

Kaynak: DPT, DTM, DİE ve IMF Financial Statistics, değişik yıllar.

GB AB ile dış ticaretimizde olumsuz bir değişime neden olmuştur. Fakat bu tek başına etkili olan bir faktör değildir, etkili olan bir diğer faktör de ihracatımızın standart teknoloji içeren ürünlere, ithalatımızın ise ileri teknoloji ürünlere bağlı olması ve ikinci bahsedilen ürünlerin fiyatlarının, ilk bahsedilenin fiyatlarına göre daha yüksek olmasıdır. Türkiye'nin bu olumsuzluktan kurtulabilmesi için ileri teknoloji ürünlere yatırım yapması gerekmektedir¹⁵⁰.

AB, Gümrük Birliği'nden önce de sonra da Türkiye'nin en büyük ticari partneri durumundadır. Dış ticaretimizin hemen hemen yarısı AB ile gerçekleştirilmektedir. (2005 yılı itibariyle Türkiye toplam ihracatının % 52,4'ünü ve toplam ithalatının ise % 42,2'sini AB ile gerçekleştirmiştir). Söz konusu durum, Türkiye ve AB'nin geçmişten beri geleneksel ve sabit ticaret partnerleri olduğunu göstermektedir. Bu gerçek ekonomik kriz yıllarında ve daha sonrasında da değişmemiştir.

Türkiye için AB önemli bir ticaret ortağı olduğu gibi, AB için de Türkiye önde gelen ticaret partnerlerinden birisidir. 2004 yılı itibariyle Türkiye, AB'nin (AB/25) en çok ithalat yaptığı ülkeler sıralamasında ABD, Çin, Rusya, Japonya, İsviçre ve Norveç'ten sonra yedinci sırada, en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler sıralamasında ABD, İsviçre, Çin, Rusya ve Japonya'nın ardından altıncı sırada, toplam dış ticaret itibariyle ise ABD, Çin, İsviçre, Rusya, Japonya ve Norveç'ten sonra yedinci sırada yer almıştır.

AB'ye tam üyelik başvurusu kapsamında AB ile Gümrük Birliği yapan tek aday ülke olarak Türkiye, AB'nin tek taraflı dış ticaret politikasını, yeterli geçiş sürelerini, mali yardımları ve milli sanayimizi koruma tedbirlerini almadan 1996 yılında kabul etmiştir. Türkiye için hayati önem taşıyan, istihdam yaratan ve AB ile rahatça rekabet edebilen emek yoğun sektörlerde AB, Ortak Gümrük Tarifelerini Türkiye'nin hayati çıkarlarını gözetmeksizin ve diğer üçüncü dünya ülkelerinin, hatta ABD'nin aksine, çok düşük seviyelere çekmiştir. Tekstil ve hazır giyim sektöründe ABD ve üçüncü dünya ülkeleri kendi milli sanayilerini korumak için halen % 25-40 arasında gümrük vergileri ve tarife dışı engeller uygularken, AB % 0-12 arasında

¹⁵⁰ Küçükahmetoğlu, 1996, a.g.m., s. 37.

(ortalama %9) çok düşük OGT uygulamakta ve herhangi bir tarife dışı engel de uygulamamaktadır. Bu durum Türkiye'yi AB pazarında Uzakdoğulu ülkelerin, özellikle de Çin'in haksız rekabetine maruz bırakmış, çok sayıda firma kapanmış, büyük istihdam kayıpları verilmiş, ülkemiz Uzakdoğu'nun çift faturalı ve sübvansiyonlu mallarının istilasına uğramıştır¹⁵¹. Türkiye, AB ile Gümrük Birliği nedeniyle karşılığında hiçbir taviz alamadan açık pazar olmakta, buna rağmen tam üyelik hakkı askıda kalmakta ve mali yardımlardan veya AB'nin imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmaları'ndan da faydalanamamaktadır. AB pazarında Türkiye'nin Çin'e karşı az sayıdaki üstünlüklerinden biri (Türk tekstil ve konfeksiyon ürünleri kalite olarak daha iyidir, fakat Çin'de de son yıllarda kalite bilinci gelişmektedir. Çin kaynaklı konfeksiyon ürünlerinin büyük çoğunluğu düşük ve orta kaliteli ürünler olmasına rağmen Çin hazır giyim sanayii, özellikle Hong Kong'daki üreticilerin girişim ve faaliyetleri ile yüksek katma değerli ve kaliteli üretime doğru yönelmektedir. Diğer taraftan elyaf, iplik ve kumaş gibi sermaye yoğun nitelikteki tekstil ürünlerinde de Çin, eski ve fazla kapasitenin elden çıkarılması ve üretimin modernleştirilmesi suretiyle tekstil sanayii yeniden yapılandırma sürecine girmiştir) olan Türk mallarının AB pazarına gümrüksüz girmesi avantajı da böylelikle 'bir anlam ifade etmez' hale gelmiştir. Çünkü görüldüğü üzere AB'nin uyguladığı gümrük tarifeleri dünyanın en düşük gümrük tarifeleridir. Bu durumda, Avrupa Birliği'nin isteğinin, kendi tekstil sanayicilerinin iddialı oldukları moda-marka ve teknik tekstiller gibi katma değeri yüksek ürünlerin Çin ve Hindistan pazarlarına girişini kolaylaştırmak olduğu düşünülebilir. Zira gittikçe zenginleşen 2,5 milyarlık nüfusu ile Çin ve Hindistan, AB ülkeleri için son derece cazip ve önemli pazarlardır. Başta Çin ve Hindistan olmak üzere büyük tekstil üreticisi ülkelerde gümrük tarifeleri yüksek ve tarife dışı engel uygulamaları ise fazladır. Eğer üçüncü ülkeler düşük bir gümrük tarifelerini kabul ederlerse AB, ortalama %9'la şu anda dünyanın en düşük gümrük tarifesi olan kendi tarifelerini AB mallarının Çin ve Hindistan pazarlarına girmesinin kolaylaşması için daha da düşürmeye hazırdır¹⁵². Bu durum gerçekleşirse zararlı çıkacak olanlar da doğal olarak başta Türkiye olmak üzere tekstil ve konfeksiyon ticaretinde AB ile özel statüye sahip ülkelerdir. Çünkü AB ile

¹⁵¹ TOBB ve TÜTSİS, 2005, a.g.r., s. 28.

¹⁵² Işık Tarakçıoğlu, "Avrupa Birliği Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii'ni Harcıyor mu?", **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 287, Kasım 2003, s. 31.

kiyaslandığında Türkiye ve/veya diğer özel statülü ülkelerin Çin'e satabilecekleri pek fazla moda-marka ve teknik tekstil ürünleri yoktur.

GB öncesinde ve sonrasında Türk tekstil ve konfeksiyon sanayii ile AB özel sektör kuruluşları arasında yakın ilişkiler geliştirilmiş ve Eurocoton (AB Pamuklu ve Benzeri Tekstil Sanayileri Birliği), Euratex (Avrupa Tekstil ve Hazır Giyim Sanayii), CIRFS (Uluslararası Rayon ve Sentetik Elyaf Birliği) gibi önemli sektör kuruluşları içinde tam üye statüsüne erişilmiştir. Euratex dahilinde Türkiye'yi TÜTSİS, İTKİB ve TGSD beraber temsil etmektedir.

GB tekstil sektöründe kalite ve standardın yükselmesi, gümrük vergi ve fonlarının düşmesi, miktar kısıtlamalarının son bulması, ihracat imkanlarının genişlemesi, ithalatın kolaylaşması şeklinde olumlu etkilerde bulunmuştur. Ancak, GB sonucunda tekstil ürünleri ithalatı artmış, ihracatı ise azalmıştır¹⁵³.

1996-2005 GB sonrası dönemde tekstil ve konfeksiyon sektörünün AB'ne olan toplam ihracat içindeki payı 2004 yılı itibariyle %42,5'ten %30,5'e düşmüştür. 2004 yılı Ocak-Haziran dönemiyle 2005 yılı Ocak-Haziran dönemi karşılaştırıldığında ise yine %32,5'den %30,8'e bir düşüş söz konusudur. Bu durumda tekstil ve konfeksiyonda kotaların kalkması ile beraber özellikle Çin'in AB pazarındaki nüfuzunun artması etkili olmuş olabilir (bkz; Tablo 11).

GB ile birlikte ihracatta büyük artışlar olacağı düşünülerek girişilen büyük tekstil yatırımları atıl kapasiteye yol açmıştır. Ayrıca halen devam eden anti-dumping uygulamaları rekabet performansını olumsuz etkilemektedir.

Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girmesinden bu yana gerçekleşen radikal değişikliklere rağmen Türkiye, AB ülkelerinin rekabetçi baskısına karşı koyabilmede başarılı olmuştur. Bu bağlamda, Türkiye'nin rekabetçi bir yapıya, dinamik ve esnek bir sanayiye sahip olduğu, özel sektörü, gelişmiş bir girişimcilik anlayışının yönlendirdiği söylenebilir¹⁵⁴.

¹⁵³ Sezer Mavituncalılar, "GB'nin Dış Ticaretimiz Üzerindeki Etkileri", **Ekonomik Forum Dergisi**, TOBB Aylık Dergisi, Yıl:4, Sayı: 10, Ekim 1997, ss. 41-42.

¹⁵⁴ DTM, 2005 (b), AB ile Gümrük Birliği Çerçevesinde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü, Erişim: 01.12.2005, <http://www.dtm.gov.tr/Ab/textil/gumtexnot.htm>

2.3.3.2. Avrupa Birliği - Türkiye Ticari İlişkilerinde Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Yeri ve Önemi

Türkiye uzun süredir AB'nin tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihtiyacını karşılamaktadır. AB'ne olan coğrafi yakınlık ve özellikle GB anlaşması, AB'ni Türkiye'nin en önemli ihracat pazarlarından biri haline getirmiştir.

AB'nin Çin'den sonraki ikinci büyük tekstil ve konfeksiyon ürünleri tedarikçisi Türkiye'dir. Tablo 9 ve Tablo 10'dan da izleneceği üzere, Türkiye, Ocak-Eylül 2005 döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre % 0,2'lik artışla ve % 12,9 oranıyla AB'nin en çok tekstil ithalatı yaptığı ilk beş ülke arasında Çin'den sonra ikinci sırayı almıştır. Konfeksiyon açısından duruma bakıldığında ise; Türkiye yine aynı dönemde (Ocak-Eylül 2005), bir önceki yılın aynı dönemine göre, önemsiz bir düşüşle (-%0,2) ve %15,5'lik pay ile AB'nin en çok konfeksiyon ithalatı yaptığı ilk beş ülke arasında Çin'den hemen sonra ikinci sırada kendine yer edinmiştir.

Tablo 9: AB'nin En Çok Tekstil Dış Ticareti Yaptığı İlk Beş Ülke (1000 €)

Ülkeler	Ocak-Eylül 2004			Ocak-Eylül 2005		
	İthalat	İth.Pay %	İhracat	İthalat	İth. Pay %	İhracat
Dünya	10.757.847	100	14.583.323	10.472.627	100	14.321.815
Çin	1.551.085	14,4	541.170	1.907.698	18,2	606.235
Türkiye	1.364.431	12,7	1.267.796	1.350.551	12,9	1.144.088
Hindistan	975.191	9,1	136.531	955.817	9,1	152.887
İsviçre	701.321	6,5	651.530	629.488	6	649.161
ABD	650.708	6	1.679.515	653.807	6,2	1.702.197

Kaynak: Eurostat, 28/11/2005

**Tablo 10: AB'nin En Çok Konfeksiyon Dış Ticareti Yaptığı İlk Beş Ülke
(1000 €)**

Ülkeler	Ocak-Eylül 2004			Ocak-Eylül 2005		
	İthalat	İth.Pay %	İhracat	İthalat	İth. Pay %	İhracat
Dünya	41.829.055	100	12.190.071	44.067.978	100	12.728.422
Çin	9.785.025	23,4	72.589	14.507.769	32,9	101.046
Türkiye	6.580.959	15,7	245.943	6.852.528	15,5	250.783
Romanya	3.038.336	7,3	605.618	2.814.356	6,4	552.979
Bangladeş	2.953.729	7,1	1.274	2.700.776	6,1	4.693
Hindistan	2.468.293	5,9	17.198	3.039.311	6,9	20.234

Kaynak: Eurostat, 28/11/2005

Tablo 9 ve Tablo 10'da göze çarpan önemli bir diğer nokta ise; AB'nin dünyadan ve Türkiye'den yaptığı tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatında ağırlıklı olarak konfeksiyon ürünlerinin yer almasıdır. AB'nin dünyadan yaptığı toplam tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatı açısından, konfeksiyon ürünleri ithalatı değer olarak tekstil ürünleri ithalatının yaklaşık olarak 4-4,5 katıdır. AB'nin Türkiye'den yaptığı konfeksiyon ürünleri ithalatında ise tekstil ürünleri ithalatının yaklaşık beş katına dahi ulaşan değerler söz konusudur. Bu durum da yine, çalışmanın bundan önceki kısımlarında değinildiği gibi AB'nin sıradan ve ucuz konfeksiyon ürünlerinin üretimini bıraktığını göstermektedir.

Tekstil ve konfeksiyon sanayii 2004 yılı itibariyle AB'ye yapılan toplam 34.417 milyon dolarlık ihracatımız içinde 10.501 milyon dolar ve %30,5'lik pay ile ilk sırada yer almaktadır. 1996'dan bu yana tekstil ve konfeksiyon sektörünün AB'ne toplam ihracattaki payı Tablo 11'de de görüldüğü üzere düşüş eğilimindedir.

Tablo 11: Türkiye'nin AB ile İhracatının Sektörel Dağılımı (milyon dolar, %)

Yıl	Tarım	Pay %	T+K	Pay %	Demir ve Çelik	Pay %	84, 85 ve 87. Fasıllar	Pay %	AB'ye Top. İhr.
1996	1.616	14	4.914	42,5	420	3,6	1.503	13	11.549
1997	1.791	14,6	5.146	42	621	5,1	1.548	12,6	12.248
1998	1.719	12,7	5.690	42,2	702	5,2	2.082	15,4	13.498
1999	1.662	11,6	5.619	39,2	817	5,7	2.704	18,8	14.348
2000	1.354	9,3	5.764	39,7	907	6,3	2.864	19,7	14.510
2001	1.489	9,2	6.046	37,5	996	6,2	3.753	23,2	16.118
2002	1.479	8	6.497	35,2	936	5,1	4.923	26,7	18.459
2003	1.830	7,5	8.750	35,7	1.433	5,9	7.097	29	24.484
2004*	2.542	7,1	10.501	30,5	2.592	7,5	11.593	33,7	34.417
2004**	971	6,1	5.147	32,5	1.087	6,9	5.182	32,7	15.828
2005**	1.294	7	5.671	30,8	1.233	6,7	6.345	34,5	18.414

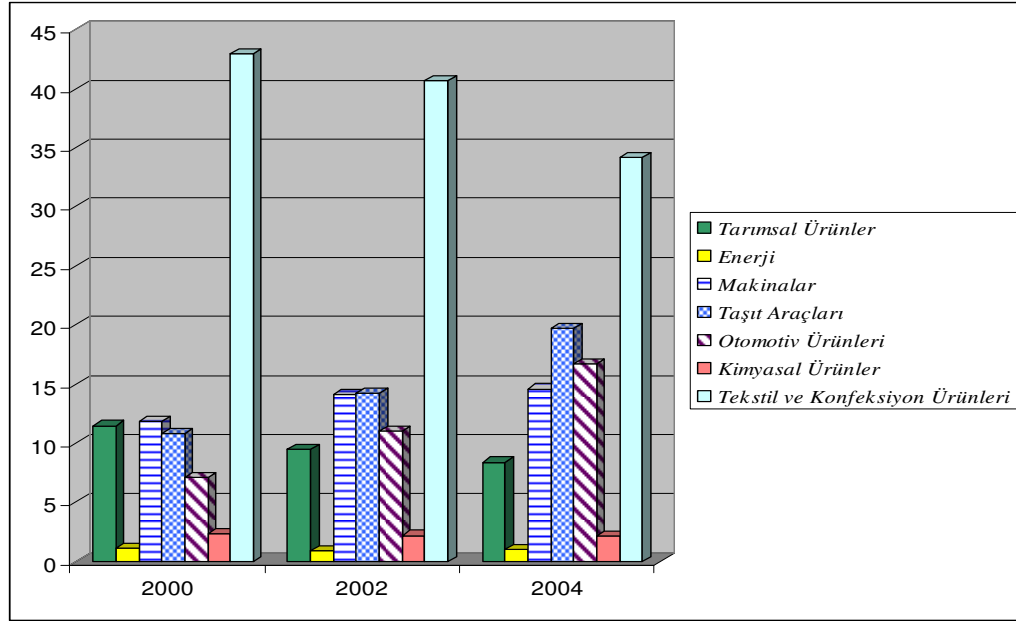
*1 Mayıs 2004'ten itibaren 25 üyeli AB

**Ocak-Haziran

Not: Tarım ürünleri temel tarım ürünleri, işlenmiş tarım ürünleri ve su ürünlerini kapsamaktadır, T+K= Tekstil ve Konfeksiyon ürünleri, (84) Makineler, (85) Elektrikli ve elektronik ürünler, (87) Motorlu taşıtlar ve parçalarını ifade etmektedir.

Kaynak: DTM, DİE

Avrupa İstatistik Kurumu Eurostat'a göre de AB'nin Türkiye'den ithal ettiği ürünler içinde tekstil ve konfeksiyon ürünleri başı çekmektedir. 2005 yılı Eurostat verilerine göre SITC Rev. 3 ürün grupları itibariyle AB, Türkiye'den en çok tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithal etmiştir. Tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatının payı tek tek diğer ürünlerin ithalattaki payının neredeyse iki katını, 2000 ve 2002 yılları itibariyle hatta daha fazlasını ve AB'nin Türkiye'den ithalatının %30'undan fazlasını oluşturmaktadır. Şekil 8 bu durumu çok açık bir şekilde ifade etmektedir. Ancak, AB'nin Türkiye'den ithalatında tekstil ve konfeksiyonun liderliği devam etse de 2002'den bu yana sektörün payında belirgin bir düşüş izlenmektedir.



*AB 25 üyeli olarak dikkate alınmıştır.

Şekil 8: SITC Rev. 3 Ürün Grupları İtibariyle AB'nin Türkiye'den İthalatı (%)

Kaynak: EUROSTAT, 2005 verilerine dayanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

İkişer yıl arayla 2000-2002-2004 dönemleri incelendiğinde 2000'de AB'nin Türkiye'den ithal ettiği SITC Rev. 3 ürün grupları bazında %43 paya sahip olan tekstil ve konfeksiyon ürün grubunun payının 2002'de %40,7'ye ve 2004'te %34,2'ye düştüğü görülmektedir. Sözü edilen düşüş süreci Çin'in DTÖ'ne üyelik statüsünü kazandığı döneme rastlamaktadır.

Tablo 12: Türkiye'nin En Fazla Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı Yaptığı Avrupa Birliği Ülkeleri (Dolar, %)

Ülkeler	2004	Pay %	2005	DEĞ. %	Pay %
ALMANYA	3.887.033.672	34	3.900.015.863	0,3	31,8
İNGİLTERE	2.186.224.190	19,1	2.409.336.207	10,2	19,6
FRANSA	1.064.280.230	9,3	1.128.255.408	6,0	9,2
İTALYA	934.329.929	8,2	1.051.495.538	12,5	8,6
HOLLANDA	829.044.423	7,3	955.597.163	15,3	7,8
POLONYA	216.089.313	1,9	240.730.590	11,4	1,96
AB (25) TOPLAMI	11.428.281.231	100	12.276.743.687	7,4	100

Kaynak: DTM Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü

2004-2005 döneminde Türkiye'nin AB'ne gerçekleştirdiği tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihracatı ülkeler itibariyle incelendiğinde ilk üç ülke sırasıyla Almanya, İngiltere ve Fransa olmaktadır. Tablo 12'den de izleneceği üzere AB'ne gerçekleştirilen toplam tekstil ve konfeksiyon ürünleri ihracatının %30'undan fazlası tek başına Almanya'ya gitmiştir.

Türkiye'nin AB'nden yaptığı tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatında ise ilk üç ülke sırasıyla İtalya, Almanya ve Yunanistan olmaktadır. Tablo 13'den izleneceği üzere toplam ithalatın yaklaşık üçte biri sadece İtalya'dan yapılmıştır. Yeni üye ülkeler itibariyle başı çeken ülkeler ise, ihracatta Polonya, ithalatta ise Çek Cumhuriyeti olmaktadır. Türkiye uzun vadede kendisi gibi ucuz işgücü avantajını kullanan Çek Cumhuriyeti'nin ve ayrıca eski üyelere İtalya'nın rekabet gücünü göz ardı etmemelidir. AB içinde Türkiye'nin en büyük rakibi, AB'ne büyük miktarlarda tekstil ve konfeksiyon ihracatı olan İtalya'dır. İtalya özellikle hazır giyimde büyük bir rekabet kapasitesine sahiptir ve uluslararası bir marka haline gelmiştir. İtalya'nın enerji maliyetlerinin Türkiye'ye kıyasla yüksek olması Türkiye'nin İtalya'ya karşı bu konudaki bir avantajını oluşturmaktadır.

Tablo 13: Türkiye'nin En Fazla Tekstil ve Konfeksiyon İthalatı Yaptığı Avrupa Birliği Ülkeleri (Dolar, %)

Ülkeler	2004	Pay %	2005	DEĞ. %	Pay %
İTALYA	728.328.753	32,7	754.823.949	3,6	34
ALMANYA	440.272.907	19,7	416.194.041	-5,5	18,7
YUNANİSTAN	193.556.773	8,7	194.464.804	0,5	8,8
FRANSA	156.790.861	7,03	150.132.502	-4,2	6,8
ÇEK CUMHURİYETİ	58.763.848	2,6	66.756.079	13,6	3
POLONYA	8.165.470	0,37	10.098.637	23,7	0,5
AB (25) TOPLAMI	2.230.716.210	100	2.221.873.061	-0,4	100

Kaynak: DTM Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü

2.4. DÜNYA TEKSTİL VE KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ TİCARETİNE UYGULANAN TİCARET POLİTİKASI ÖNLEMLERİNİN DÜNÜ BUGÜNÜ VE GELECEĞİ

Tekstil ve konfeksiyon ticareti yıllar boyunca GATT (Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması) kurallarından ayrı yönetilmiştir. Tekstil ve konfeksiyon ticareti, gümrük vergisi, kota ve diğer engellerle uzun yıllar kontrol edilmiştir. Bunun sebebi gelişmiş ülkelerin, gelişmekte olan / azgelişmiş ülkelere gelen ithalatı kısıtlayarak ülke içi endüstrilerini koruma istekleri olmuştur. 1 Ocak 2005 tarihi itibarıyla tekstil ve konfeksiyon ürünleri ticaretinde uygulanan sözü edilen kısıtlamalar tümüyle kaldırılmış, tekstil ve konfeksiyonda yeni bir dönem, ‘kotasız rekabet dönemi’ başlamıştır. Bu dönemde rekabet baskısının daha da artacağı çok açıktır. AB dünyanın en büyük tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatçısı ve aynı zamanda ihracatçısı (dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretinin yaklaşık üçte birini gerçekleştirmektedir) olarak dünya tekstil ticareti politikasını belirlemede ve yönlendirmede etkin bir rol oynamakta, kendi tekstil sanayinin çıkarlarını korumaya önem vermektedir. Çalışmanın bu kısmında dünya tekstil ve konfeksiyon ürünleri ticaretine uygulanan ticaret politikası önlemleri dünden bugüne incelenmiş ve sanayinin geleceği ile ilgili birtakım tahminler hakkında bilgi verilmiştir.

2.4.1.Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA) Dönemi ve Öncesi

30 Ekim 1947 tarihinde Cenevre’de 23 ülke tarafından imzalanan ve Dünya Ticaret Örgütü’nün kuruluşuna kadar tek, çok taraflı kurum olarak uluslararası ticareti yönlendirme faaliyetini üstlenen GATT’ın 1 Ocak 1948 tarihinde yürürlüğe girmesiyle birlikte, gelişmekte olan / azgelişmiş ülkelerin (Hindistan ve Hong Kong gibi bazı Asya ülkeleri) ucuz hammadde ve işgücü sayesinde elde ettikleri karşılaştırmalı avantajlarını kullanarak pamuklu tekstil ürünleri ihracatçısı olarak piyasa pazar paylarını genişletmeleri sonucunda sektördeki korumacılık eğilimleri de artmıştır. Bu çerçevede, 1960 ve 1970’li yıllarda ‘Gönüllü İhracat Kısıtlamaları’ veya “Çok Elyaflılar Anlaşması”na (ÇEA/MFA) temel teşkil edecek olan miktar kısıtlamaları (kotalar) uygulanmaya başlanmıştır. Gelişmiş ülkeler kendi tekstil ve konfeksiyon sanayilerini koruyabilmek, az gelişmiş / GOÜ’lerden gelen rekabet baskılarının ülkelerinde yol açtığı istihdam kaybını önleyebilmek için GATT 47 –

Madde 19¹⁵⁵ a dayanarak, pamuklu tekstil dokuma üreticisi ve ihracatçısı ülkelerle ‘Gönüllü İhracat Kısıtlamaları’ anlaşmaları imzalamışlardır. Bu bağlamda yapılan çok taraflı anlaşmalardan ilki olarak kabul edilen 1961 yılında 19 ülke arasında imzalanan ve sadece pamuklu dokuma sanayiini kapsayan ‘Kısa Vadeli Pamuklu Dokuma Uluslararası Ticaret Anlaşması’ (The Short-term Arrangement Regarding International Trade in Cotton Textiles – STA)’dır. 1962 yılında da GATT ilkeleri çerçevesinde 29 ülke arasında imzalanan ve 1974 yılına, Çok Elyaflılar Anlaşması’nın yürürlüğe girmesine kadar geçerliliğini koruyan ve yine sadece pamuklu dokuma sanayiini kapsayan ‘Uzun Vadeli Pamuklu Dokuma Uluslararası Ticaret Anlaşması’ (The Long-term Arrangement Regarding International Trade in Cotton Textiles – LTA) imzalanmıştır. 1960-1970 yılları arasında, gelişmiş ülkelerin piyasalarını korumayı amaçlayan ve pamuklu tekstil ürünlerine ayırıcı miktar kısıtlamalarını içeren bu anlaşmalar geçerliliğini 1974 yılında imzalanan Çok Elyaflılar Anlaşması’na kadar korumuştur¹⁵⁶.

1961 yılından itibaren uzun yıllar boyunca tekstil ve konfeksiyon ticareti GATT’ın temel ilkelerinin dışında tutulmuş ve ayırıcı ticaret sınırlamalarına tabi olmuştur. Bunun sebebi az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin bu sektördeki avantajlarının daha fazla olması ile açıklanabilir. GATT miktar kısıtlamalarının iç piyasayı korunma için kullanımını yasaklarken ve tüm tedarikçi ülkelerin eşit şartlarda olduğu ‘En Çok Kayırılan Ülke’ ilkesini benimsemişken; uzun yıllar boyunca tekstil ve konfeksiyon sektörü için bu ilkelerin geçerli olmadığı ve miktar kısıtlamalarının uygulandığı görülmektedir¹⁵⁷. GATT Bölüm I’de ele alınan “En Çok Kayırılan Ülke” kuralına göre, GATT’a taraf olan ülkeler ikili görüşmeler sonucu gümrük tarifelerinde birbirlerine tanıdıkları kolaylıkları ve indirimleri diğer tüm GATT üyelerine de tanımak durumundadırlar. Bu uygulama sadece gümrük indirimleri ile sınırlı değildir, aynı zamanda ithalata ve ihracata ilişkin her türlü vergi, resim ve gümrük formalitelerinin azaltılmasını da içermektedir.

¹⁵⁵ GATT 47- İthalata Acil Eylem Planı (Emergency Action on Imports of Particular Products) başlıklı 19. Madde’ye göre ; “Eğer üye ülkenin yaptığı ithalat öngörülme-yen olumsuz bir gelişmeye yol açarsa ve iç üretime ciddi bir zarar verirse veya tehdit yaratırsa, ithalatçı üye ülke bu zarar giderilinceye kadar geçici bir süre için karşılıklı anlaşma yapılarak ihracatın sınırlandırılması yoluna gidilebilir.”

¹⁵⁶ Binhan Oğuz, **Uluslararası Ticarete Korumacılığın Kaldırılmasının İç ve Dış Piyasalarda Türkiye Ekonomisine Muhtemel Etkileri**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 2004-46, İstanbul, 2004, ss. 146-147.

¹⁵⁷ y.a.g.y., s. 146.

1961 ve 1962 yıllarında imzalanan ve 1974'e kadar geçerliliklerini koruyan sözü edilen anlaşmalar sadece pamuklu dokumayı kapsamakta iken, kısıtlama dışı bırakılan sentetik elyaf ihracatındaki artışın ABD gibi bazı gelişmiş ülkeler açısından tekstil ve konfeksiyonda yeni bir tehdit olarak algılanması sebebiyle 1974 yılında kısıtlama alanı genişletilerek, pamuklu dokumaya ilaveten, yün, ipek ve sentetik iplik gibi tekstil ürünlerini de kapsayan Çok Elyaflılar Anlaşması (Multi Fiber Arrangement Regarding International Trade in Textiles – MFA) imzalanmış, 1 Ocak 1974'te yürürlüğe girmiş ve 1994 yılına kadar geçerliliğini korumuştur. Çok Elyaflılar Anlaşması çok taraflı olarak ve çoklu ürün bazında imzalanan ilk anlaşmadır¹⁵⁸. Bu anlaşma GATT'ın serbest ticaret ilkesine aykırı bir durum sergilemekte, kota uygulaması yoluyla 'ticarete kısıtlama' ve GATT'ın ticarete ayırmacılığı yasaklayan ilkesine ters düşerek 'ayırmacı ticaret kısıtlaması' getirmektedir.

Toplam dört defa yenilenen ÇEA'na, dünya tekstil ve konfeksiyon ticaret hacminin %80'ini oluşturan 41 ülke ve AB taraf olmuştur¹⁵⁹.

MFA'nın kapsamı, öncüleri olan STA ve LTA'ya göre daha geniş olup, pamuktan, yünden, suni ve sentetik elyaftan ve bunların karışımından üretilmiş iplikler, kumaşlar, hazır giyim eşyaları, konfeksiyon ürünleri ve bunlara benzer bütün ürünleri içermektedir¹⁶⁰.

Çok Elyaflılar Anlaşması'nın iki temel organı Tekstil İzleme Organı ve Tekstil Komitesi'dir. Tekstil İzleme Organı, MFA anlaşmasındaki yükümlülüklerin ifasını denetlemekte, Tekstil İzleme Organı ise ithalatın üye ülkenin yerel sanayiine zarar verme veya tehdit oluşturma durumunda uygulanacak korunma önlemlerini incelemektedir.

Çok Elyaflılar Anlaşması'na taraf olan bir ülke olarak Türkiye de ABD, Kanada ve özellikle AB ülkelerinin birtakım kota önlemlerine maruz kalmıştır. Katma Protokol'e aykırı olmasına rağmen, Türk pamuk ipliğinin 1980'li yılların

¹⁵⁸ Oğuz, 2004, a.g.y., s. 147.

¹⁵⁹ DPT, **Küreselleşme, Bölgesel Entegrasyonlar ve Türkiye**, VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, Ocak 1995, s. 19.

¹⁶⁰ Ertuğ Yaşar, **Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü**, İTKİB, İstanbul, 1994, s. 263.

başında Avrupa piyasalarını istila etmesi ve Avrupalı iplikçileri tedirgin etmesi, Türkiye’yi 1982 yılında tekstilde “gönüllü kısıtlama anlaşmaları” ile tanıştırmıştır¹⁶¹. Kota artış oranları açısından bakıldığında, ilk başta birçok kategoride artışlar yüksek olmasına karşın sonraları kota artış oranları düşmüştür. Bu konu Türk tekstil ihracatçıları oldukça zor durumda bırakmıştır. Ancak, AB 1992 yılına kadar kota artışı konusunda Türkiye’ye karşı ayrıcalıklı tutumunu korumuştur. MFA çerçevesinde kota artış oranı %6 iken, Türkiye için daha büyük artış oranları sağlanmıştır. AB, MFA sistemi ile diğer ülkelerin ihracatlarının kontrollü olarak gelişmesine izin verirken, Türkiye’nin Topluluk pazarına hızla yerleşmesine yardımcı olmuştur¹⁶².

AB ile GB anlaşmasını imzalamış bir ülke olarak Türkiye, yalnız kota uygulamasına maruz kalan taraf değil, aynı zamanda Çok Elyaflılar Anlaşması’na dayanarak AB’nin kota uyguladığı üçüncü ülkelere de kota uygulayan taraf olmuştur.

Uluslararası ticarete sınırlayıcı engellerin varlığı Karşılaştırmalı Üstünlükler Kuramı’nın işlerliğini ortadan kaldırmaktadır. MFA çerçevesinde getirilen kısıtlamalar ülkeler arası serbest ticaretin ve rekabetçi ortamın gelişmesini engellediğinden tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı ülkelerin dünya ticaretinden almaları gerekli paydan daha az almalarına neden olmuştur. Bununla birlikte, bütün ülkelerin ihracatlarını kısıtladığı için bir anlamda ülkelerin pazar paylarını sabitlemektedir. Bu ise, ülkeler arasında olması gereken rekabet ortamını zayıflatmaktadır¹⁶³. Çok Elyaflılar Anlaşması’nın getirdiği kotalar ile tekstil ve giyim üzerinden alınan gümrük vergileri hem gelişmiş ülkelerin, hem de gelişmekte olan ülkelerin gelir ve istihdam kaybına uğramalarına yol açmıştır. Ancak gelişmekte olan ülkelerin ticaretine getirilen sınırlamalar dolayısıyla uğradıkları gelir kaybının daha büyük olduğu görülmektedir¹⁶⁴.

¹⁶¹ İTKİB, **Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü 1996**, İstanbul, 1996, s. 36.

¹⁶² Erkan Çakıroğlu, **Avrupa Topluluğu’nun Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii Ticareti ve Türkiye’nin AT’nin İthalatı İçindeki Payı**, HDTM, Ankara, Ağustos 1993, s. 12.

¹⁶³ Hülya Özdemir, **GATT Sistemi Kapsamında Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii Dış Ticaretinin Değerlendirilmesi**, İzmir Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 31, İzmir 1997, s. 105.

¹⁶⁴ Nisfet Uzay, “Değişen Dünya Koşullarında Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Geleceği”, **İktisat, İşletme ve Finans**, Yıl: 20, Sayı: 228, Mart 2005, s. 61.

31.12.1994 tarihinde Çok Elyafllılar Anlaşması sona erdiğinde, anlaşmaya taraf 39 ülkenin sekizi gayri resmi ithalatçı, diğerlerinin tümü ise ihracatçı olarak gözükmekteydi¹⁶⁵. Bu da tekstil ve konfeksiyonda korunma oranının ne kadar yüksek olduğunun bir kanıtıdır.

2.4.2. Tekstil ve Giyim Anlaşması (ATC) Dönemi

GATT'ın çok taraflı ticaret görüşmelerinin temelinde yatan felsefeyle ve bunun dayandığı karşılaştırmalı üstünlükler ilkesiyle bağdaşmayan MFA, 1986 yılında başlayan Uruguay Round'da ilk kez görüşülecek konular arasında yer almıştır. 1993 yılının Aralık ayında sona eren Uruguay Round ile uluslararası serbest ticaret sisteminin varlığını gölgeleyen MFA'nın GATT'a uyumunu öngören 'Tekstil ve Konfeksiyon Anlaşması' (ATC) (Agreement on Textiles and Clothing) kabul edilmiştir¹⁶⁶. Tekstil ve Giyim Anlaşması Dönemi Tekstil ve Giyim Anlaşması'nın 1.1.1995 tarihinde yürürlüğe girmesi ile başlamış olup, Çok Elyafllılar Anlaşması'na dayalı olarak getirilen miktar kısıtlamalarının 1995 yılından başlayarak 10 yıllık geçiş döneminde aşamalı olarak kaldırılmasını öngörmüştür. Böylece tekstil ve giyim ticareti de GATT kapsamına alınmıştır. Aynı tarihte GATT Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) dönüştürülmüştür. Bir kuruluş olmaktan çok bir anlaşma niteliğini taşıyan GATT, 1 Ocak 1995 tarihinde Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO-World Trade Organization) kurulması ile daimi bir yapıya kavuşmuştur.

Tekstil ve giyim sektörünün GATT'a entegrasyonuna yönelik kurallar, Tekstil ve Giyim Anlaşması'nda yer almaktadır. Bu anlaşma, tekstil ve giyim ticaretinin 1995 yılından başlamak üzere 10 yıllık bir geçiş döneminde, 4 aşamada (Ocak 1995'de %16, Ocak 1998'de %17, Ocak 2001'de %18 ve Ocak 2005'de %49) serbestleştirilmesi ile ilgili kuralları içermektedir. Günümüz itibariyle bu aşamaların hepsi tamamlanarak tekstil ve giyim ticareti üzerindeki bütün kotalar kalkmış bulunmaktadır.

¹⁶⁵ Oğuz, 2004, a.g.y., s 148.

¹⁶⁶ Özdemir, 1997, a.g.y., s. 108.

2.4.3. Tekstil ve Konfeksiyonda Kotasız Rekabet Dönemi ve Sanayinin Geleceği

31 Aralık 2004 tarihi itibarıyla Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması (ATC) son bulmuş ve 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren tekstil ve konfeksiyonun uluslararası ticaretinde mevcut kota sistemi geçerliliğini yitirmiştir. Böylece uluslararası tekstil ve konfeksiyon ürünleri ticaretinde yeni bir dönem başlamıştır. 2005 yılından başlayarak sektör tamamen Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşmasına (GATT'a) tabi olmuş, uluslararası tekstil ve konfeksiyon ticareti üzerindeki mevcut bütün kotalar kalkmıştır. Sadece gümrük tarifeleri pazara giriş mekanizması olarak mevcudiyetini korumaya devam etmektedir. Bu yeni dönemde alıcılar satın alma kararlarını ülkeden ülkeye değişen ithalat kotalarına göre değil, serbest pazar anlayışının gereklerine göre vereceklerdir. Bundan sonraki süreçte DTÖ üyeleri Doha Anlaşması çerçevesinde gümrük tarifelerindeki indirimleri, indirim yöntemlerini ve tarifelerin yükseltilmesi vb. konuları tartışmaya başlayacaklardır.

Milli gelirleri büyük oranda giyim eşyası ihracatına bağlı olan geçiş ekonomilerinin, gelişen ülkelerin gerçekleştirdiği ihracat tekstil ve konfeksiyonda başlayacak bu yeni yoğun rekabet döneminden fazlasıyla etkilenmesi beklenmektedir. Bu ülkelerin, pazarlarını korumak için çaba göstermeleri veya artacak işsizlik ve yoksulluk ile yüzleşmeleri gerekecektir. Pazar koşullarının beklenen değişimine yeterince hazırlıkları olmayan gelişmekte olan ülkeler tekstil sektöründeki ticari liberalizasyon nedeniyle önemli ölçüde kayba uğrayacaklardır.

Tekstil ve hazır giyim sektörünün Avrupa Birliği üye ülkeleri endüstrilerindeki yeri önemsizdir ve bu ülkeler tekstil sektöründe verilecek olan kayıpları ve tarife değişikliğini kaldırabilecek ekonomiye sahiptirler¹⁶⁷. Ancak 2004 yılında AB'ne katılan yeni üye ülkelerin yeni rekabet döneminden negatif etkilenmeleri olasıdır. Çünkü söz konusu ülkeler ekonomik yapıları itibarıyla diğer AB ülkelerinden farklı, Türkiye'ye benzer bir durum sergilemektedirler. Bu nedenle, tekstil ve konfeksiyonda 2005 yılıyla birlikte başlayan yeni dönemin AB açısından

¹⁶⁷ Gisele Lange ve Björn Radtke, "İthalat Kotalarının Kaldırılmasından Sonra Türk Tekstil Sektörünün Geleceğine İlişkin Görüşler", Çeviren: Semin Çetin, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 299, Kasım 2004, s. 43.

herhangi bir olumsuzluğa yol açması beklenmemektedir. Ayrıca AB son 10-15 yıldır geleneksel, ucuz ve sıradan tekstil ve konfeksiyon ürünlerinin üretimini bırakarak katma değeri yüksek markalı ürünler ve teknik tekstil alanına yönelmiş, teknik tekstilde liderliği ele geçirmiştir. En azından AB, Çin'e yapacağı katma değeri yüksek ürünlerin ihracatı ile bu kayıpları telafi etmeyi planlamaktadır. Bu durum AB'nin Çin karşısında önlem alma ihtiyacını ortadan kaldırdığından, şu ana kadar AB Çin karşısında hiçbir önlem almamıştır, almayı da planlamamaktadır. AB için önemli olan, AB mallarının Çin pazarlarına girişinin kolaylaşmasıdır. AB'nin Çin'e karşı önlem almaması, Çin'in AB pazarındaki payını arttırmasına ve Türkiye'nin bu durumdan olumsuz etkilenmesine yol açacaktır¹⁶⁸.

2005'de kotaların kalkmasıyla, bu durumdan ilerleyen dönemlerde en yüksek oranda olumsuz etkilenecek ülkelerin AB'ne önemli ölçüde tekstil ve konfeksiyon ihracatı gerçekleştiren özel statüye sahip ülkelerle, kota ve gümrük uygulamayan kişi başına düşen geliri düşük olan Türkiye, Romanya, Bulgaristan, Fas, Tunus gibi ülkeler olacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca çok fakir oldukları için kota uygulanmayan ve gümrük ödemeyen Bangladeş ve bazı Afrika ülkeleri de bunlar arasında sayılmaktadır.

Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) 11 Aralık 2001 tarihi itibariyle DTÖ'ne üye olmuş, 1 Ocak 2002 tarihi itibariyle Dünya Ticaret Örgütü üyesi statüsünü kazanmıştır. ÇHC'nin DTÖ üyesi olmasıyla birlikte, dünya ticaretinde oldukça büyük boyutta ihracat potansiyeline sahip olan Çin'e karşı, tek taraflı kısıtlamalar ve yasaklar gibi ayırıcı önlemler alınamayacak ve ÇHC'nin ihracatında önemli artışlar gerçekleşebilecek bir hale gelmiştir. İhracatın artacağı tahmin edilen sektörlerin başında da tekstil ve konfeksiyon sektörü gelmektedir. Çin'in DTÖ'ye üye olması, DTÖ'nün "Tekstil ve Konfeksiyon Anlaşması"na tabi olması, bunun sonucunda da Anlaşma uyarınca 2005 yılında kotaların kaldırılmasından ve DTÖ üyelerine uygulanan tarifelerden yararlanması, dünya tekstil ve konfeksiyon pazarlarında daha çetin bir rekabet yaşanacağı anlamına gelmektedir. Öte yandan, Çin'in DTÖ'ye Katılım Protokolü uyarınca, 2008 yılı sonuna kadar olan dönemde, Çin'den tekstil ve konfeksiyon ithalatındaki artışın pazar bozucu bir etkisi yaratması durumunda,

¹⁶⁸ Uzay, 2005, a.g.m., s. 64.

korunma önlemlerine (safeguard uygulamalarına) başvurulabilecektir. Bu, Çin'e kota uygulamakta olan tüm ülkeler tarafından başvurulabilecek bir önlemdir. Sözü edilen korunma önlemi 2008 yılı sonuna kadar Çin'i A.B.D. ve AB pazarlarında bir ölçüde kontrol altına alabilecek bir mekanizma olarak görülmektedir.

Başka bir bakış açısından da; ATC Döneminin sona ermesinden sonra geçerli olacak zorlu rekabet koşullarına rağmen Türkiye pek çok ülkeye göre avantajlı bir konumda olacaktır. Fiyatın yanı sıra esneklik ve kalite de liberal piyasada başarılı olmak için gerekli kriterlerdir. Bu bağlamda diğer ülkelerle olan rekabet düzeyi performans standardına bağlıdır. Türkiye ve Avrupa Birliği arasındaki uzun süreli tedarik ilişkileri Türkiye'nin kalite gerekliliklerine adapte olmasını sağlamıştır. Türkiye'deki üretim Avrupa çevre koruması standartlarıyla örtüşmekte, üretimin yüksek kalitede gerçekleştirildiğini belgeleyen denetçiler Türk şirketlerinde olumlu karşılanmaktadır. Uluslararası müşteriler Türk hizmet anlayışı ve esnekliğini takdir etmektedirler¹⁶⁹. Türkiye'nin AB'ne coğrafik yakınlığı, AB'ndeki tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte ürünler üretmesi, bir anlamda AB'ndeki tüketicilerin beğenisine hitap etmesi ülkemize bu konuda bir avantaj sağlamaktadır. Söz konusu özellikler Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün rekabet gücünü arttıran önemli faktörlerdir.

Özet olarak 2005 Ocak ayı ile birlikte Türk tekstil ve hazır giyim sektörü oldukça sert bir rekabet ortamıyla karşı karşıya gelmiş bulunmaktadır, ancak Türk tekstil ve konfeksiyon firmaları geliştirilmiş kalite standartlarıyla örtüşen kendi markalarının dizayn ve üretimini yaparak, hükümetin desteği ile birlikte, çevresel ve sosyal normlara saygı gösteren bir üretim anlayışıyla üretilmiş kaliteli ürünler sunabilirlerse tüketici pazarlarını genişletme imkanı bulabileceklerdir¹⁷⁰.

Tekstil ve konfeksiyonda kotaların kalkmasıyla yeni korumacılık önlemleri olarak çevre, kalite ve sağlıkla ilgili birtakım düzenlemeler gelişmiş ülkeler tarafından yoğunlukla uygulanacaktır. Günümüzde tekstil ve giyim işletmelerinin rekabet güçlerini devam ettirebilmeleri için bu düzenlemeleri dikkate almaları ve gerekli uyumu sağlamaları zorunlu bir hale gelmiştir.

¹⁶⁹ Lange ve Radtke, a.g.m., s. 43.

¹⁷⁰ Ibid.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AB TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİ KARŞISINDA TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİNİN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK ÖLÇÜMLERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Çalışmanın bundan önceki bölümlerinde rekabet ve rekabet gücü ile açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler kavramları teorik olarak açıklanmış, rekabet gücünü ve açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri ölçmeye yönelik geliştirilen endeksler çeşitli yönleriyle irdelenmiş, Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin yapısı, sorunları ve bu sorunların çözümüne ilişkin öneriler ile sektör bazında AB-Türkiye ilişkileri, tekstil ve konfeksiyonda dünya ölçeğinde uygulanan ticaret politikası önlemlerinin dünü ve bugünü ile ilerleyen zaman sürecinde Türkiye, AB ve dünya genelinde ortaya çıkması muhtemel beklentiler tartışılmıştır. Bu bölümde ise öncelikle açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ve Türkiye'nin sektörel rekabet gücü üzerine seçici bir literatür incelemesi ile konuya ilişkin, literatürde var olan çeşitli çalışmalar ortaya konulmuş, daha sonra da Balassa ve Vollrath endeksleri bazında, global düzeyde Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon sektörünün AB tekstil ve konfeksiyon sektörü karşısındaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi hesaplamaları sonucunda ulaşılan bulgular temelinde sonuç ve değerlendirmeler yapılmıştır. Bu bölümde son olarak, sadece tekstil sanayiine ilişkin olmak üzere AKÜ ölçüm sonuçlarının istikrarlılığı test edilmiş ve test sonuçlarına ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

3.1. AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER ÜZERİNE SEÇİCİ LİTERATÜR İNCELEMESİ VE TÜRKİYE'NİN SEKTÖREL REKABET GÜCÜ

Sektörel verilerden yola çıkılarak ülkelerin ekonomik gelişimi ile ilgili çıkarımlar yapılabilmektedir. Son yıllarda gerek ulusal gerekse uluslararası literatürde sektörel düzeyde rekabet gücünü ölçen çalışmalarda belirgin bir artış gözlenmektedir. Bu çalışmaların çoğunun ortak özelliği ise Balassa Endeksi ve onun alternatiflerini (özellikle Vollrath'ın endekslerini) kullanmalarıdır. Ayrıca birinci

bölümde rekabet gücü ölçüm yöntemleri adı altında açıklanan diğer endeksler de (ekseriyetle ihracat benzerlik endeksi ve endüstri-içi ticaret endeksi) söz konusu çalışmaların uygulama kısımlarında Balassa ve/veya Vollrath endekslerine ek olarak hesaplanmış ve yorumlanmıştır. Çalışmanın bu bölümünde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri ve rekabet edebilirlik avantajlarını esas alan ulusal ve uluslararası literatüre ait uygulamalı araştırmalar sunulmakta, Türkiye'nin sektörel rekabet gücünü inceleyen araştırmaların tespitlerine yer verilmektedir.

Türkiye'nin rekabet gücüyle ilgili bilinen en eski araştırma, İKV (1985)¹⁷¹ nin araştırmasıdır. 1985 tarihli bu çalışmanın amacı, Türk sanayiinin AT karşısındaki rekabet gücünü araştırmaktır. Çalışmada herhangi bir formül veya model kullanılmamış, onun yerine ele alınan 53 sanayi kolunda çalışan sanayicilerin kendileriyle görüşülmüş ve çeşitli yayın organları ile araştırmadaki veri ve bulgular karşılaştırılarak rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. Söz konusu araştırmada, AT'na uyum için gerekli olduğu düşünülen 10 yıllık bir geçiş dönemi sonrasında ulaşılabilecek durum dikkate alınmaya çalışılmıştır.

Türkiye'nin sektörel rekabet gücüyle ilgili başka bir çalışma da 1988 yılında Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)¹⁷² bünyesinde oluşturulan Özel İhtisas Komisyonu'nun "Türk Sanayiinin AT Karşısında Rekabet İmkanları" başlığı altında yapılan çalışmadır.

Gerek DPT, gerekse İKV'nin çalışmalarında aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Hazır giyim, basım-yayım, elektrikli makineler, dayanıklı tüketim malları, cam, seramik, demir-çelik vs. sektörlerinde rekabet gücünün yüksek olduğu belirtilmiştir. 20 yılı aşkın süre önce yapılan bu araştırmaların sonuçlarının günümüz için anlamlı olduğunu söylemek zordur.

Türkiye'nin sektörel rekabet gücüyle ilgili başka bir kapsamlı çalışma, Togan (1990)¹⁷³, 1980'li yıllar için hesaplamalar yapmış ve giyim eşyaları (SITC 84) ,

¹⁷¹ İKV, **Avrupa Topluluğu (AET) Karşısında Türk Sanayiinin Durumu (53 Sanayi Kolunu Kapsayan Araştırma)**, Yayın No: 13, Eylül, 1985.

¹⁷² DPT, **Türk Sanayiinin AT Sanayii Karşısında Rekabet İmkanları**, C: I-II-III. Ö.İ.K.Raporu, Yayın No: 2141, Aralık 1988.

¹⁷³ Togan, 1990, a.g.e.

mamül gübreler (SITC 56) , demir ve çelik (SITC 67), sabit bitkisel yağlar (SITC 42), işlenmiş hayvansal ve bitkisel yağlar (SITC 43), çeşitli yenilebilir mallar (SITC 09), sıhhi tesisat ve seyahat eşyaları (SITC 81 ve SITC 83) vb. ürün gruplarının yüksek ve zaman içinde artan AKÜ değerleri gösterirken, kağıt hamuru ve döküntü (SITC 25), deri, kösele ve kürkler (SITC 21), içkiler (SITC 11), yağlı tohumlar (SITC 22), odun ve kereste (SITC 24) ve çeşitli mamül eşya (SITC 89) ile mobilya (SITC 82) sektörlerinin düşük ve zaman içinde azalan AKÜ değerlerine sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. “Tarım”, “gıda”, “dokuma-giyim”, “deri ve kürk ürünleri” ile “demir-çelik ana sanayii” lokomotif sektörler olarak nitelendirilmiştir.

Güran (1990)¹⁷⁴, sadece 1988 yılı için, Türkiye'nin sektör ve madde bazında genel ve AT karşısındaki rekabet gücünü AKÜ endekslerini kullanarak (bu çalışmada AKÜ₅ olarak geçiyor) belirlemeye çalışmıştır. Yapılan hesaplamalarda, 1974 Uluslararası Sanayi Sınıflandırması Standardı (ISIC)'nin 50 sektörü ve madde sınıflandırmasında ise, Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonları (GTİP) dikkate alınmıştır¹⁷⁵. Söz konusu çalışmada AKÜ endeks değeri +50'den büyük olan sektörlerin “rekabet gücü yüksek”, AKÜ endeks değeri -50'den küçük olan sektörlerin “rekabet gücü düşük”, AKÜ endeks değerleri +50 ile -50 arasında olan sektörlerin ise “Marjinal Sektörler” olduğu kabul edilmiştir¹⁷⁶. Araştırmaların sonunda 22, 04, 12, 20, 21, 09, 16, 19, 08, 01, 18, 33, 15, 37, 10, 26 ve 03 ISIC kodlu sektörlerin rekabet gücü yüksek, 07, 05, 49, 47, 27, 43, 30, 50, 28, 13, 46, 44, 48, 32, 38, 14, 45, 42, 36, 34, 40, 39, 02, 31, 29, 23 ve 41 ISIC kodlu sektörlerin ise rekabet gücü düşük sektörler arasında yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. İsim olarak vermek gerekirse; gerek genel, gerekse AT karşısında rekabet gücü yüksek olan sektörler; dokuma-giyim, bazı tarımsal alt sektörler (bitkisel üretim ve su ürünleri), gıda-içki-tütün sanayiinin bazı alt dalları (sebze ve meyve işleme sanayii, şeker üretimi ve tasfiyesi, alkolsüz içkiler ve tütün sanayii ve diğer besin maddeleri üretimi), bazı madencilik alt sektörleri (demir-dışı metal ve metalik olmayan madenler çıkarımı, taş ocakçılığı), ağaç-mobilya, mefruşat sanayii ve cam sanayii olarak sıralanabilir. Petrol tasfiyesi ve ormancılık sektörlerinde Türkiye'nin AT karşısındaki rekabet gücünün

¹⁷⁴ Nevzat Güran, **Dışa Açılma Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Rekabet Gücü**, DPT, Yayın No: 2231-AETB: 24, Avrupa Topluluğu ile İlişkiler Başkanlığı, Ankara, Eylül 1990.

¹⁷⁵ y.a.g.e., s. 68.

¹⁷⁶ Ibid., s. 69.

genel rekabet gücüne göre daha yüksek olduğu, genel rekabet gücü yüksek olup ta AT karşısında rekabet gücü sınırda ya da düşük olan sanayilerin ise, ayakkabı sanayii, alkollü içkiler, kauçuk ve lastik, hayvancılık ve un üretimi gibi sektörler olduğu sonucuna varılmıştır.

Güran (1990) çalışmasından sonra tamamlanan TÜSİAD (1991)¹⁷⁷ çalışmasında da Türkiye'nin rekabet gücü konusu incelenmiş; Türkiye'nin rekabet gücünü artırma çabalarını hangi sektörlerde odaklaştırması ve devletin teşvik politikalarını hangi temellere dayandırması gerektiği araştırılmıştır. TÜSİAD (1991) çalışmasında sektör seçiminde iki ölçüt kullanılmıştır: sektörün rekabet üstünlüklerinden yararlanabilme veya ileride yararlanma olanağı ve sektörün önemli bir sosyo-ekonomik etki yaratabilmesi. Her iki sorunun da olumlu cevaplandırıldığı ihracata yönelik ve istihdam yaratan sektörler, “lokomotif sektörler” olarak tanımlanmakta; her iki sorunun da olumsuz cevaplandırıldığı sektörler ise, “etkinliği düşük” sektörler olarak isimlendirilmektedir. TÜSİAD'a bağlı Sektör Çalışmaları Grubu'nun belirlemelerine göre, ülkemizde sağlıklı rekabetin olduğu tek sektör tekstil sektörüdür. Bu sektörde hem rekabetçi bir piyasanın varlığı, hem de üretim ölçeğinin genel olarak optimal olması dolayısıyla rekabetin sağlıklı olduğu belirtilmektedir. Yine TÜSİAD analizlerine göre, ülkemizde üretim ölçeğinin büyük olduğu, ancak tekelci piyasa yapısının geçerli olduğu sektörler ise şunlardır; Petrokimya, cam, savunma sanayiine dönük elektronik üretimi ve petrol ürünleri. Tekelci piyasa yapısının geçerli olduğu alkollü içkiler, sigara, demiryolu taşımacılığı, kağıt ve kağıt ürünleri sektöründe üretim ölçeği orta büyüklüktedir. Bu belirtilen iki grubun tekelci piyasa yapısı, uluslararası rekabet gücünün bu sektörlerde düşük olduğu biçiminde yorumlanmaktadır. Rekabetçi piyasa yapısının mevcut olduğu unlu mamüller, plastik ve tüketim malı olarak elektronik eşyalar sektöründe ise üretim ölçeği son derece küçük olarak saptandığı için, “rekabet gücü zayıf sektörler” olarak nitelendirilmiştir. TÜSİAD'ın bu raporunda sektörel rekabet güçlerinin belirlenmesinden daha çok, işletmelerin rekabetçi stratejileri ortaya konmuştur. Rekabet üstünlüğü sağlayan (rekabet gücünü elde etmede öncelikli faktörler) 14 ölçüt ise sırasıyla şöyledir: Kalite, özellikler, teknoloji, hammadde bulunabilirliği,

¹⁷⁷ TÜSİAD, 1991, a.g.y.

işgücü verimliliği, sermaye maliyeti, işgücü maliyeti, alt yapı, coğrafi konum, dış bağlantılar, yurtiçi rekabet ortamı, nitelikli işgücü, ülke imajı ve benzersizlik.

TÜSİAD çalışmasının sonuçlarına göre “dokuma-giyim”, “diğer taş ve toprağa dayalı sanayi”, “tarım”, “cam ve camdan mamül eşya”, “gıda”, “deri ve kürk ürünleri”, “kauçuk ve kauçuk ürünleri”, “demir-çelik ana sanayii”, “turizm”, “bitkisel ürünler”, “lastik”, “inşaat” ve “seramik” sektörleri lokomotif sektörler, ”demir-dış madenler”, “kağıt”, “enerji”, “kimya”, “gübre”, “çimento” vs. sektörler gelişme sektörleri, “petro-kimya”, “içki”, “hayvancılık”, “elektriksiz makineler” vs. sektörler ise büyümeye açık sektörler olarak adlandırılmıştır.

TÜSİAD’ın yapmış olduğu bu çalışma sonuçları 1991 yılına ilişkin verileri değerlendirmektedir. Aradan geçen 15 yılda sektörlerde önemli değişimler ve gelişmeler yaşanmıştır.

Küçükahmetoğlu (2000)¹⁷⁸, AKÜ endeksi (bu çalışmada AKÜ₉) ve ağırlıklı ortalama (standart G-L) endüstri-içi ticaret endeksi ile dış ticarete (ortaya çıkabilecek) dengesizliğin endüstri-içi ticaret endeksinde yol açacağı sapmayı gidermek amacıyla önerilen düzeltilmiş (uyarlanmış) G-L endeksini kullanarak Türk sanayi ürünlerinin AB karşısındaki rekabet edebilirliğini araştırmıştır. Çalışmanın sonucunda Türkiye’nin standart sanayi ürünlerinin (tekstil ve hazır giyim sektörüne ait ürünler, cam ürünleri, demir-çelik vs.) yaklaşık yarısında karşılaştırmalı avantaja sahipken, AB ülkelerine göre, ileri teknoloji gerektiren ürünlerde belirli bir karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca endüstri-içi ticaret endeksi uygulama sonuçlarına göre, düzeltilmiş endeksi göz önüne alarak Türkiye’nin AB ülkeleri ile olan endüstri-içi ticaretinin 1989-1998 döneminde tüm ürün gruplarında artış gösterdiği, bu artışın GB’nden sonraki dönemde daha yüksek olduğu, ürünlerin teknolojik özellikleri göz önünde tutulduğunda standart teknoloji ürünlerindeki (özellikle mamül ürünler) endüstri-içi ticaretin ara ve ileri teknoloji ürünlerindeki nazaran daha yüksek olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. GB’nin Türkiye’nin rekabet gücüne olumsuz bir etkisi olmadığı, aksine Türkiye’nin

¹⁷⁸ Osman Küçükahmetoğlu, “Türkiye-AB Gümrük Birliği’nin İktisadi Etkileri”, **İktisat Dergisi**, İFMC Aylık Dergisi, No. 408, Aralık 2000, ss. 34-47.

endüstriyel ürünlerdeki rekabet gücünü arttırmış olduğu, AB ülkelerine karşı karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olunan endüstriyel nitelikteki ürün grubu sayısının 1990'da 31 iken, GB'nin ilk yılı olan 1996'da 41'e yükseldiği de çalışmanın diğer bulguları arasındadır.

Gönel (2001)¹⁷⁹, Türkiye'nin tekstil ürün grubuna (dokumacılık) (SITC 65) ilişkin, 1990-1997 dönemine ait AKÜ endeks değerini (bu çalışmada AKÜ₉ olarak geçiyor) ve endüstri-içi ticaret endeksi değerlerini hesaplayarak ele alınan dönem içerisinde dokumacılık endüstrisinin AKÜ endeksi açısından çok da parlak ilerlemediğini tespit etmiştir. Bunda etkili olan faktörler olarak da Güney Kore, Tayvan, Çin gibi Uzakdoğu ülkelerinin daha da ucuz maliyetlerle önemli ölçüde fiyat kırarak uluslararası piyasalarda daha avantajlı konuma geçmelerini, başta petrol fiyatları olmak üzere pek çok etki ile yükselen sentetik elyaf fiyatlarını, yükselen ücretleri ve kredi, elektrik enerjisi, su gibi faktör girdilerinde meydana gelen artışların üretici/ihracatçıya yansımaları göstermiştir. Ayrıca analiz sonuçlarına göre; sözü edilen dönemde endüstri-içi ticaretin toplam tekstil grubu (SITC 65) ticareti içindeki payı sürekli artış göstermiştir. Bu artışta etkili olan en önemli unsurlar ise, ticaret liberalizasyonu ve AB ile yapılan GB anlaşmasıdır. Çalışma sonuçlarına göre tekstil ürün grubu içinde sentetik dokuma (653 grubu) güçlü bir endüstri-içi ticaret özelliğine sahipken; mefruşat (658) ve yer döşemeleri (659) ürün alt gruplarının endüstri-içi ticaretteki payının düşük olduğu gözlenmiştir.

Karakaya ve Özgen (2002)¹⁸⁰, AKÜ endekslerine başvurarak Türkiye ve AB için ekonomik entegrasyonun potansiyel ticaret yaratıcı ve saptırıcı etkilerini araştırmaktadır. Ayrıca söz konusu araştırmada AKÜ endeksleri, Türkiye'nin birliğe dahil olmasının güneydeki ülkeler (Yunanistan, Portekiz, ve İspanya) için ticareti tehlikeye atıp atmayacağını incelemek için de kullanılmıştır. Çalışma 1980, 1986, 1990 ve 1993 yıllarını içine almaktadır. Sonuçlar, Türkiye ve AB arasında ihracat yapıları açısından dikkate değer bir farklılık olduğunu doğrulamaktadır. Araştırmaya

¹⁷⁹ Feride Doğaner Gönel, "Tekstil Sektöründe Endüstri-İçi Ticaret", **DTM Dergisi**, Yıl:6, Sayı: 21, Nisan, 2001, ss. 15-31.

¹⁸⁰ Etem Karakaya ve Ferhat Başkan Özgen, "Economic Feasibility of Turkey's Economic Integration with the EU: Perspectives from Trade Creation and Trade Diversion", ODTÜ 6. Uluslararası Ekonomi Kongresi'ne Sunulan Bildiri, Ankara, 11-14 Eylül 2002.

göre; Türkiye muhtemelen AB pozisyonunu, ülkenin AB ile ilgili düşük ticaret hacminden dolayı manalı bir şekilde değiştirmez. Türkiye'nin AB pazarına ticaret engeli olmadan ulaşması, güneydeki AB ülkelerinin ihracat pozisyonunda baskıya yol açabilir.

Akgüngör, Barbaros ve Kumral (2002)¹⁸¹ da sektörel düzeyde, Türk Meyve ve Sebze İşleme Sanayii'nin AB pazarındaki rekabet gücünü ölçmüşlerdir. Çalışma, Türkiye'nin domates, üzüm ve turunçgil işleme sanayii ürün ihracatının (Türkiye'nin toplam meyve ve sebze ihraçlarında en yüksek paya sahip ürünler) AB pazarındaki rekabet gücünü araştırmaktadır. İhracat benzerlik endeksi; Yunanistan, İspanya ve Portekiz'in Türkiye'nin rakipleri olduğunu açığa çıkarmıştır. AKÜ endeksi ve karşılaştırmalı ihracat performansı endeksi Türkiye'nin rekabet gücünün işlenmiş üzüm ihracatında İspanya ve Portekiz'den, turunçgil ihracatında ise Yunanistan ve Portekiz'den daha yüksek olduğunu göstermiştir. İşlenmiş domates ihracatı için rekabet gücü göstergesi bulunamamıştır. Ekonometrik ithalat talep modeli, Türkiye'nin AB içindeki işlenmiş domates ve üzüm pazarlarındaki rekabet gücüne karar verirken, görece ihracat fiyatlarının önemini açığa vurmaktadır.

Yılmaz (2003)¹⁸², 1996-1999 dönemine ilişkin, Türkiye ekonomisinin uluslararası rekabet edebilirliğini ve ticaretteki uzmanlık yapısını, söz konusu dönemde AB'ye aday beş ülke¹⁸³ ile karşılaştırma içinde incelemektedir. Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Romanya, Polonya ve AB/15. Rekabet edilebilirliğin ölçüsü olarak dört farklı ölçü cisimlendirmiş ve bunları açıklanmış karşılaştırmalı avantaj (RCA), karşılaştırmalı ihracat performansı (CEP), ticaret çakışması (trade overlap-TO) ve ihracat benzerlik (ES) endeksi olarak isimlendirmiştir. Ampirik bulgular ileri sürmektedir ki; Türkiye hammadde-yoğun [SITC 0, 2-26, 3-35, 4,

¹⁸¹ Sedef Akgüngör, Funda Barbaros ve Neşe Kumral, "Competitiveness of the Turkish Fruit and Vegetable Processing Industry in the EU Market", **Russian and East European Finance and Trade**, 38(3), May-June, 2002.

¹⁸² Bahri Yılmaz, "Turkey's Competitiveness in the European Union: A Comparison with Five Candidate Countries- Bulgaria, The Czech Republic, Hungary, Poland, Romania- and the EU 15", **Ezoneplus Working Paper**, No: 12, February, 2003.

¹⁸³ Çek Cumhuriyeti, Macaristan ve Polonya 2004 Mayıs'tan itibaren AB'ye tam üye iken; Romanya ve Bulgaristan hala aday ülkelerdir.

56]¹⁸⁴ ve emek-yoğun [SITC 26, 6-(62, 67, 68), 8-(87, 88)] mallarda güçlü bir karşılaştırmalı avantaja sahiptir. Kolay taklit edilemeyen araştırma-yönlü mallar [SITC 57, 7-(75, 76, 78), 87, 88] ve kolay taklit edilebilen araştırma-yönlü mallarda [SITC 51, 52, 54, 58, 59, 75, 76] ise karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. Böylece ülke Romanya, Polonya ve kısmen de Bulgaristan ile aynı ihracat yapısını paylaşmaktadır. İncelenen altı ülke içinde, sadece Bulgaristan ve Çek Cumhuriyeti sermaye-yoğun mallarda rekabet gücünü sağlayacak gibi görünmektedir. Bundan başka, kolay taklit edilebilen araştırma-yönlü malların ihracatında karşılaştırmalı avantaja sahip tek ülke ise Macaristan'dır.

Yılmaz ve Ergun'un benzer çalışması (2003)¹⁸⁵, aday ülkelerin (Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Romanya, Polonya ve Türkiye) merak edilen rekabet gücünü Yılmaz (2003)'in dört endeksini içeren yedi farklı ölçünün kullanılmasıyla hesaplamaktadır. Çalışma, 1996-2000 dönemini kapsamaktadır. Bulgular, bütün ülkelerin genel başarısızlığının temelinde ürün performansındaki zayıflık ve yine araştırma-yönlü mallardaki rekabet gücünün zayıflığının bulunduğunu ileri sürmektedir. Burada Macaristan bir dereceye kadar hariç tutulabilir. Türkiye kısa bir zaman periyodunda AB'yi yakalayacak gibi görünmektedir. Sonuçlar, Türkiye'nin 1990'ların başından beri ticaret çeşitliliğini geliştirdiğini de göstermektedir. 1996'dan sonra ticaret çeşitliliğinde büyük bir hızlanma gözlenmektedir ve bu AB ile GB'nin Türk ticaret modeli üzerinde olumlu etkiler sağladığını kanıtlamaktadır. Araştırmacılar, teknoloji transferi ve ticaret modellerinin yeniden şekillendirilmesinde anahtar faktörün çekilen dolaysız yabancı sermaye olduğunu belirtmektedirler. Polonya, Çek Cumhuriyeti ve Macaristan AB ile çok benzer ticaret modellerine sahiptirler, halbuki Türkiye, Bulgaristan ve Romanya'nın ticaret yapıları AB'den oldukça farklılık göstermektedir. Bundan dolayı, Doğu Avrupa'ya yatırılan dolaysız yabancı sermayenin üçte ikisinin Çek Cumhuriyeti, Macaristan ve Polonya'ya gitmesi şaşırtıcı değildir.

¹⁸⁴ SITC 3-35 SITC 35 hariç bütün SITC 3 grubunu, SITC 6-(62, 67, 68) SITC 62, 67 ve 68 hariç diğer bütün SITC 6 grubunu içine almaktadır, diğerleri de aynı şekildedir.

¹⁸⁵ Yılmaz ve Ergun, 2003, a.g.e.

Ferman, Akgüngör ve Yüksel (2004)¹⁸⁶, Balassa endeksinin bir versiyonunu ve ihracat benzerlik endeksini kullanarak, Türkiye'nin AB pazarındaki rekabet edebilirliğini belirlemeye çalışmıştır. Ampirik sonuçlar, AB pazarında Türkiye'nin yakın rakiplerinin Çin ve Hindistan olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin uluslararası düzeyde rekabet edebilirliği, emek-yoğun ve kolay taklit edilebilir araştırma-yönlü ürünlerle sınırlı bulunmuştur. Taklit edilebilmesi zor olan araştırma-yönlü ürünlerdeki rekabet gücü ise düşüktür.

Deviren (2004)¹⁸⁷, Türkiye ile Avrupa Birliği ülkeleri arasında 1993-2003 döneminde SITC 3 digit düzeyindeki sınai ürünleri endüstri-içi ticaretini Grubel-Lloyd'un ağırlıklı ortalaması ve düzeltilmiş endeksi yardımıyla belirlemeye çalıştığı araştırmasında endeksin 0,50 değerini aştığı ürünleri gerek SITC sınai ürün gruplarına göre gerekse teknolojik yapıya göre sınıflandırarak incelemektedir. Sonuçta endeksin 0,50 değerini aştığı 3 digit düzeyindeki ürün gruplarının SITC sınai ürün gruplarına göre 6 nolu mamül ürünlerde yoğunlaşırken, teknolojik yapıya göre ise standart teknoloji ürünlerinde yoğunlaştığı ortaya çıkmıştır. Tekstil ürün gruplarında endüstri-içi ticaret endeksleri çok yüksek seyretmektedir. Hesaplamalar ışığında, Türkiye ile Avrupa Birliği ülkeleri arasındaki sınai ürünler ve tüm ürünlere ilişkin endüstri-içi ticaretin 0,50 endeks değerinin altında kaldığı ve dolayısıyla Türkiye ile Avrupa Birliği ülkeleri arasındaki dış ticaretin endüstriler-arası ticaret yapısı sergilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Utkulu ve Seymen (2004)¹⁸⁸, Türkiye'nin AB karşısındaki rekabet edebilirliğine ilişkin, hem global (AKÜ₂, AKÜ₆, AKÜ₇ ve AKÜ₈) ve hem de ikili düzeyde (AKÜ₃, AKÜ₄ ve AKÜ₅), 1990-2003 dönemine ait hesaplamalar yapmışlardır. SITC Rev. 3 iki basamaklı verilerin kullanıldığı araştırmada bazı ürün grupları için üç, hatta dört basamaklı verilere de ihtiyaç duyulmuştur. 63 ürün grubunun incelendiği söz konusu çalışmada, bu 63 ürün grubunun 7'sinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük saptanmıştır: giyim eşyaları ve bunların aksesuarları (84); meyve ve sebzeler (05); şeker, şeker ürünleri ve bal (06); tütün ve tütün mamülleri

¹⁸⁶ Ferman vd., 2004, a.g.m.

¹⁸⁷ Deviren, 2004, a.g.m.

¹⁸⁸ Utkulu ve Seymen, 2004, a.g.m.

(12); yağlı tohumlar ve yağ veren meyveler (22); başka yerde belirtilmeyen kauçuk eşya (62); başka yerde belirtilmeyen tekstil iplikleri, kumaşlar, şekil verilmiş mensucattan eşyalar(65). Çalışmada ayrıca, 1994, 1999 ve 2001'deki ekonomik krizlerin ve GB'nin etkilerine rağmen AKÜ endekslerinin oldukça sabit kaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Hesaplama sonuçlarına göre, tüm endeksler dikkate alındığında en yüksek AKÜ değerlerine sahip ürün gruplarının “giyim eşyaları ve bunların aksesuarları” ile “meyve ve sebzeler” olduğu görülmektedir. Diğer yandan, bu ürün gruplarının karşılaştırmalı avantajlarında azalma görülmüştür. İlk bahsedilenin GB yüzünden AB pazarında karşılaştırmalı avantajı düşerken, dünya pazarında ise artmıştır. Son bahsedilenin AKÜ endeksi değerleri ise GB'nden ziyade sanayileştirme politikaları yüzünden hem AB, hem de dünya pazarında düşmüştür.

Utkulu (2005)¹⁸⁹, ekonometrik yöntem (1963-2002 dönemine ilişkin) ve AKÜ endeks yöntemi (1990-2003 dönemine ilişkin) ile Türkiye'nin AB karşısındaki rekabet gücünü araştırdığı çalışmasında, AKÜ endeksi bulgularına göre, Türkiye'nin AB'ne karşı toplam 63 ürün grubunun yedisinde (giyim; sebze ve meyve; şeker, şeker ürünleri ve bal; tütün; yağlı tohumlar ve yağ veren meyveler; kauçuk imalatı; tekstil ve konfeksiyon ürünleri) açıklanmış karşılaştırmalı avantajlara sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca GB öncesi ve sonrası dönemde katma değeri yüksek ürünlerde ülkenin açıklanmış karşılaştırmalı avantajlarında artış yönündeki değişim dikkat çekici bulunmuş ve gözlenen değişim başlangıcı ve değişimdeki ivme yakın gelecek için umut verici olarak görülmüştür.

Şimşek (2005, b)¹⁹⁰, ulusal literatürde Türkiye'nin OECD'nin tümü ve dünya ile endüstri-içi ticaretinin analiz edildiği en geniş kapsamlı çalışmadır. Çalışma 1992-2003 dönemini kapsamaktadır. Aynı zamanda bir doktora tezi olan bu çalışma ile Şimşek (2005, a)¹⁹¹ bulgularına göre Türkiye'nin endüstri-içi ticareti içinde daha ziyade düşük kalite dikey endüstri-içi ticaret egemendir (söz konusu kavramlar Bölüm-1'de açıklanmıştı). Hesaplama sonuçlarına göre tekstil ürün gruplarında yine diğer çalışmaların sonuçlarında da olduğu gibi endüstri-içi ticaret olduğu ortaya çıkmaktadır.

¹⁸⁹ Utkulu, 2005, a.g.e.

¹⁹⁰ Şimşek, 2005(b), a.g.t.

¹⁹¹ Şimşek, 2005 (a), a.g.m.

Çoban ve Kök (2005)¹⁹², Balassa tarafından geliştirilmiş olan AKÜ yaklaşımını esas alarak 1989-2001 dönemi için, Türk tekstil endüstrisinin AB ülkeleri tekstil endüstrileri karşısındaki rekabet gücünü ölçtüğü çalışmada yapılan analizler sonucu hem SITC iki basamaklı, hem de SITC üç basamaklı ürün grupları açısından Türk tekstil endüstrisinin rekabet gücünün oldukça yüksek ve alt sektörler bağlamında dünya ölçeğinde rekabetçi bir yapıya sahip olduğunu tespit etmiştir.

Çakmak (2005)¹⁹³, 1995-2002 periyodunda Cam ve Cam Ürünleri Endüstrisi'nde Türkiye'nin üç Doğu Avrupa ülkesi (Çek Cumhuriyeti, Polonya ve Macaristan) ile ihracat benzerliğinin araştırılması ve Türkiye'nin AB piyasasında bu ülkelere karşı rekabet gücünün ölçülmesini amaç edindiği çalışmada Finger ve Kreinin (1979) tarafından formüle edilen ihracat benzerlik endeksini ve kendi ifadeleriyle AKÜ endeks değerinin (Basit Balassa Endeksi'nin) logaritmasını kullanarak endeksin yorumlanmasını kolaylaştıran Vollrath'ın (1991) formülasyonunu kullanmıştır. Çalışmalar sonucunda Türk Cam Endüstrisi'nin AB pazarında sözü edilen üç ülkeye karşı güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğü olduğu ortaya çıkmıştır. İhracat benzerlik endeksi hesaplamalarının sonucuna göre ise ihracat yapısı Türkiye ile en çok benzeşen ülkenin Çek Cumhuriyeti olduğu, en çok farklılaşan ülkenin ise Macaristan olduğu tespit edilmiştir.

Seymen ve Şimşek (2006)¹⁹⁴, 1995-2002 dönemine ait, Türkiye ile Çin'in OECD pazarında rekabet gücü karşılaştırmasını yaptıkları çalışmalarında açıklanmış karşılaştırmalı avantaj endeksleri ve Brülhart'ın marjinal endüstri-içi dış ticaret endeksini (Brülhart B endeksi) kullanarak şu sonuçlara ulaşmışlardır; Türkiye'nin genelde emek-yoğun ve hammadde-yoğun endüstrilerde açıklanmış karşılaştırmalı avantajı bulunmakta ve yıllar itibariyle bu avantajını devam ettirdiği görülmektedir. Çin'in de emek-yoğun endüstrilerde rekabet gücü yüksektir, bu nedenle bir çakışma söz konusudur. Bu grupta yer alan endüstriler açısından OECD pazarında Türkiye ve Çin rakip ülkeler durumundadır. Özellikle, tekstil sektörü içinde yer alan ve kısaca

¹⁹² Çoban ve Kök, 2005, a.g.m., ss. 68-81.

¹⁹³ Özge Aynagöz Çakmak, "Türkiye, Çek Cumhuriyeti, Polonya ve Macaristan'ın Cam Endüstrilerinin Avrupa Birliği Piyasasında Rekabet Gücü, **Ekonomik Yaklaşım**, Cilt: 16, Sayı: 54, 2005, ss. 55-67.

¹⁹⁴ Dilek Seymen ve Nevzat Şimşek, "Türkiye ile Çin'in OECD Pazarı'nda Rekabet Gücü Karşılaştırması", **İktisat, İşletme ve Finans**, Yıl: 21, Sayı: 244, Temmuz 2006.

dokumacılık olarak değerlendirilebilecek endüstrilerde ve konfeksiyon ve aksesuarları olarak değerlendirilebilecek endüstrilerde de yine hem Türkiye, hem de Çin'in karşılaştırmalı avantajlarının olduğu çalışmanın diğer bulguları arasındadır. Türkiye'nin geleneksel olarak karşılaştırmalı avantajı yüksek olan, özellikle konfeksiyon ve aksesuarları sektöründe, 1995-2002 dönemi arasında avantajlarını kaybetme eğilimi hesaplanmıştır. Buna karşılık Çin'in söz konusu dönemde rekabet gücünü arttırdığı görülmektedir.

OECD (2003)¹⁹⁵ araştırmalarına göre; yüksek sayıdaki OECD ülkesi –düşük, orta teknoloji ve –düşük teknoloji gerektiren sanayilerde hala güçlü bir karşılaştırmalı avantaja sahiptirler. Bu sanayilerdeki yapısal fazla; Yeni Zelanda ve İzlanda'da toplam imalat sanayii ticaretinin %20'si, Türkiye, Yunanistan ve Avustralya'da ise %10'undan fazlası civarında sayılabilir.

Sektörel rekabet gücü konusu uluslararası literatürde de çok merak edilen ve araştırılan konuların başında gelmektedir. İnceleme yapılırsa, ülkelerin sektörel rekabet gücünü ölçen çok sayıda araştırmaya rastlanacaktır. Söz konusu araştırmalar da yöntem olarak en çok, yine AKÜ endeksleri ve onun alternatiflerine, ihracat benzerlik endeksine ve ticaret çakışması endeksine başvurmuşlardır. Aşağıda bunların seçilmiş birkaçından bahsedilecektir.

Havrila ve Gunawardana (2003)¹⁹⁶, Avustralya'nın tekstil ve konfeksiyondaki karşılaştırmalı avantajını ve rekabet edebilirliğini Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi(AKÜ) ve Vollrath'ın rekabet gücü ölçütlerini kullanarak analiz etmiştir. Balassa'nın endeksleri temelinde analizler, Avustralya'nın bütün mal grupları olarak tekstil ve konfeksiyonda güçlü bir karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğunu göstermektedir, fakat özel tekstil ürünlerinin bazı alt kategorilerinde (yer kaplamaları, goblen etc). ve 'kürk giyim'de karşılaştırmalı avantaj vardır. Vollrath'ın endeksleri temelinde yapılan analizler de Avustralya'nın dünya pazarında tekstil ve konfeksiyon sektörünün toplu mal gruplarıyla ilgili olarak

¹⁹⁵ OECD, STI Scoreboard 2003, ss. 150-151.

¹⁹⁶ Inka Havrila ve Pemasiri Gunawardana, "Analysing Comparative Advantage and Competitiveness: An Application to Australia's Textile and Clothing Industries", **Australian Economic Papers**, Blackwell Publishing, Vol: 42, March 2003, ss. 103-117.

rakip olmadığını göstermektedir. Grubel-Lloyd endeksi tekstil sektörünün 7 ve konfeksiyon sektörünün 2 kategorisi için hesaplanmıştır. Sonuçlar Avustralya'nın ithalat ve ihracatının gittikçe artarak değiştirilmiş tekstil ve konfeksiyon ürünlerini de içine alarak, bunların bazılarında endüstri-içi ticarete artan bir trend göstermektedir. Araştırmacılara göre, Avustralya tekstil ve konfeksiyon sanayii, ürün çeşitlendirmesi ve geliştirilmiş kalite ve dizayn sayesinde global markette ihracatını ilerletebilir gözükmektedir.

Fertö ve Hubbard (2003)¹⁹⁷, 1992-1998 dönemi için SITC 4 digit düzeyde (253 ürün kategorisi) ve bunlara ilave edilen iki tane 5 digit ürün grubu ile toplamda 255 ürün grubu için yedi yıllık AKÜ hesaplamaları yapmaktadır. Yıllık AKÜ endekslerinin 4 digit hesaplandığı, ancak 2 digit olarak rapor edildiği söz konusu çalışmada Macaristan gıda sektörünün açıklanmış karşılaştırmalı avantajı olup olmadığına ve rekabet edebilirliğine cevap aranmaktadır. Balassa'nın orijinal endeksi ve Vollrath'ın üç rekabet gücü ölçütünün kullanıldığı çalışmada ülkeler grubu AB ile sınırlandırılmıştır. Toplulaştırılmış 22 ürün grubunun yarısında (canlı hayvanlar; et ve et ürünleri; hububat hububat ürünleri; meyve ve sebzeler; içkiler; şeker şeker ürünleri ve bal; yağlı tohumlar ve yağ veren meyveler; mantar, odun ve kereste; hayvanlar için gıda maddeleri; çeşitli yenilebilir ürünler ve başka yerde belirtilmeyen hayvansal ve bitkisel menşeli hammaddeler) karşılaştırmalı avantaja rastlanmıştır. Araştırmada ayrıca ikili endeksler arasında korelasyon katsayıları da hesaplanmış, Basit Balassa Endeksi ile Görelî Ticaret Avantajı (bu çalışmada AKÜ₂ ve AKÜ₇ olarak geçiyor) ve Basit Balassa endeksinin logaritması ile Açıklanmış Rekabet Edebilirlik Endeksi (bu çalışmada AKÜ₆ ve AKÜ₈ olarak geçiyor) arasında yüksek korelasyon (≥ 0.75) görülmüştür.

Ulusal literatürde mevcut, Türkiye'nin rekabet gücünü uluslararası düzeyde ölçen ve 2000 yılı ve sonrası döneme ait seçilen çalışmalar ve bunlara ilişkin bazı bilgiler (araştırmacılar, inceleme dönemi, taraflar ve kullanılan rekabet gücü ölçüm yöntemi veya yöntemleri) Tablo 14'de toplu bir şekilde gösterilmiştir.

¹⁹⁷ Imre Fertö ve L.J. Hubbard, "Revealed Comparative Advantage and Competitiveness in Hungarian Agri-Food Sectors", **The World Economy**, Blackwell Publishing, Vol: 26, No:2, February 2003, ss. 247-259.

Tablo 14: Ulusal Literatürde Mevcut, Türkiye'nin Rekabet Gücünü Ölçen Çalışmalar ve Bu Çalışmalara İlişkin Bazı Bilgiler (2000-)

ARAŞTIRMACILAR	DÖNEM	TARAFLAR	YÖNTEM
Küçükahmetoğlu (2000)	89-98	Türkiye-AB	AKÜ ve EİT
Gönel (2001)	90-97	Türkiye - Dünya	AKÜ ve EİT
Karakaya ve Özgen (2002)	80,86,90,93	Türkiye-AB	AKÜ
Akgüngör, Barbaros ve Kumral (2002)	94-97	Türkiye-AB	AKÜ ve İhracat Benzerlik Endeksi
Yılmaz (2003)	96-99	Türkiye-AB/15 ve AB'ye aday 5 ülke	AKÜ, CEP, TO, İhracat Benzerlik Endeksi
Yılmaz ve Ergun (2003)	96-2000	Türkiye-AB/15 ve AB'ye aday 5 ülke	7 farklı rekabet gücü ölçüm yöntemi*
Ferman, Akgüngör ve Yüksel (2004)	90-01	Türkiye-AB	AKÜ ve İhracat Benzerlik Endeksi
Deviren (2004)	93-03	Türkiye-AB	EİT
Utkulu ve Seymen (2004)	90-03	Türkiye-AB	AKÜ
Utkulu (2005)	63-02 ve 90-03	Türkiye-AB	Ekonometrik Yöntem ve AKÜ Endeks Yöntemi
Şimşek (2005,a)	92-03	Türkiye-OECD ve Türkiye-Dünya	EİT
Şimşek (2005, b)	92-03	Türkiye-OECD ve Türkiye-Dünya	EİT
Çakmak (2005)	95-02	Türkiye-Çek. Cumhuriyeti, Polonya ve Macaristan	AKÜ ve İhracat Benzerlik Endeksi
Çoban ve Kök (2005)	89-01	Türkiye-AB	AKÜ
Seymen ve Şimşek (2006)	95-02	Türkiye ve Çin - OECD	AKÜ ve EİT

CEP= Karşılaştırmalı İhracat Performansı, TO= Ticaret Çakışması

* Çalışmanın birinci bölümünde 'rekabet gücü ölçüm yöntemleri' adı altında ele alınan yöntemlerin tamamı.

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Türkiye'nin sektörel rekabet gücünü ölçen ve yukarıda değinilen daha önceki çalışmalardan çıkarılacak ortak sonuç özetle şu olabilir: Tekstil ve konfeksiyon sektörleri rekabetçi bir yapıya sahiptir; rekabetçi yapı konfeksiyon sektöründe daha belirgindir, ancak, tekstil sektöründeki endüstri-içi ticaret göz ardı edilmemelidir. Çünkü bilindiği üzere endüstri-içi ticaret karşılaştırmalı avantajlara göre uzmanlaşmaya imkan vermemektedir. SITC Rev. 3 84 grubu (giyim eşyası ve bunların aksesuarları) ise Türkiye açısından çok yüksek bir karşılaştırmalı üstünlük sergilemesinin yanı sıra tamamen endüstriler-arası ticaret özelliğini taşımaktadır.

3.2. UYGULAMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu kısımda çalışmanın uygulama boyutunun amacı ve önemi ile birinci bölümde teorik olarak geniş bir şekilde incelenen rekabet gücü ölçümüne konu olan endeks ve yöntemlerden tezin kapsamına esas teşkil edenleri ele alınmıştır.

3.2.1. Uygulamanın Amacı ve Önemi

Uygulamanın amacı çalışmanın birinci bölümünde teorik çerçeve ve yöntem analizleri olarak ele alınan AKÜ endekslerinin seçilenlerinden hareketle; Türkiye'nin AB'ne karşı tekstil ve konfeksiyon sektöründeki rekabet edebilirliğini, SITC Rev. 3 dört basamağa kadar çıkan tüm tekstil ve konfeksiyon alt ürün grupları ve 1994-2005 dönemi dış ticaret verileri bazında ölçerek konu ile ilgili literatüre katkı sağlamaktır.

Türkiye'nin uluslararası rekabet gücü açısından öne çıkan sektörlerinin başında yer alan tekstil ve konfeksiyon sektörü incelemeye konu olan önemli sektörlerimizden birini oluşturmaktadır. Ancak, literatürde Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük ölçümlerine yönelik, sektör dahilinde dört basamağa kadar çıkan alt ürün gruplarını içeren bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Bu çalışma, AB ve Türkiye'nin, tekstil ve konfeksiyonda rekabet edebilirliğini, birinci bölümde ele alınan AKÜ endekslerinden seçilen dördü yardımıyla, karşılaştırma içinde ve sektör kapsamında dört basamağa kadar çıkan tüm alt ürün grupları itibarıyla belirlemeyi amaçlamaktadır. Bunlara ilaveten çalışmada ayrıca, AB'nin 2004 yılı itibarıyla genişlemesi ve AB (25) haline gelmesi de göz önünde bulundurularak rekabet gücünün bu genişleme sürecinden ne ölçüde ve ne

yönde etkilendiği de ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda çalışmanın literatüre bir katkıda bulunması ve konu ile ilgilenen kesime yararlı olması umulmaktadır.

3.2.2. Uygulamanın Yöntemi

Uygulamada yöntem olarak, birinci bölümde rekabet gücü ölçüm yöntemleri içerisinde ele alınan AKÜ endekslerinden, rekabet gücünü global düzeyde ölçen Balassa'nın bir (Basit Balassa Endeksi-AKÜ₂) ve Vollrath'ın üç endeksi (AKÜ₆, AKÜ₇ ve AKÜ₈) kullanılmıştır. Tekstil ve konfeksiyondaki rekabet edebilirlik global düzeyde hesaplanmış ve incelenmiştir. Global düzeyde, Türkiye ve AB'nin rekabet edebilirliği, her ikisi de dünyaya ithalat ve dünyadan ihracat yapıyor şeklinde farz edilerek karşılaştırılmış, daha sonra da sadece tekstil sanayiine ait olmak üzere, endekslerin istikrarlılığı test edilmiştir. AKÜ endekslerinin istikrarlılık testi için Hinloopen ve Marrewijk (2001) tarafından önerilen Balassa endeksinin dağılımı yöntemine başvurulmuştur.

Türkiye'nin dünya ile gerçekleştirdiği toplam ihracat ve toplam ithalat değerleri 1994-2005 dönemine ilişkin olarak DTM'den, AB'nin dünya ile gerçekleştirdiği toplam ihracat ve toplam ithalat değerleri ise 1994-2004 dönemi itibariyle Extra-AB-15, 2004-2005 dönemi itibariyle de Extra-AB-25 toplam ithalat ve toplam ihracatını kapsayacak şekilde EUROSTAT ve DTÖ'nden derlenmiştir. Bu şekilde, AB'nin 2004 yılı itibariyle genişlemesi ve AB(25) haline gelmesi de göz önünde bulundurularak 2004 yılı için tekstil ve konfeksiyondaki rekabet edebilirlik hem AB(15) hem de AB(25) olmak üzere iki boyutuyla da ele alınmış ve incelenmiştir.

Çalışmada Türkiye'nin AB ile ilgili olarak tekstil ve konfeksiyon sektöründe global rekabet edebilirliği manasında AKÜ₂, AKÜ₆, AKÜ₇ ve AKÜ₈'i hesaplamak için gerekli veriler yıllık olarak, SITC Rev. 3 ürün grupları itibariyle (3 basamaklı toplam 16, 4 basamaklı toplam 96 ürün grubu -tezin kapsamına giren toplamda iki basamak da dahil 114 ürün grubu bazında- 1994-2005 periyodu için DIE (yeni adıyla TÜİK)'den alınmış ve düzenlenmiştir. İncelenen zaman diliminin

12 yıllık bir süreyi kapsamaması, rekabet gücünün zaman süreci içinde ne yönde ve ne ölçüde değiştiğinin izlenebilmesine de imkan tanımaktadır.

Uluslararası karşılaştırmaların yapıldığı çalışmalarda standart tanım ve kapsamların çerçevesinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle uluslararası kuruluşlar tarafından ürün tanımlamaları yapılmış ve endüstriyel bağlamda sektörlerin kapsamları sınıflandırılmıştır. Bazı durumlarda tanım ve yaklaşımların birtakım farklılıklar içermesinden dolayı sistemler arasında bir tercih yapma zorunluluğu ortaya çıkarken, bu sorun genellikle Birleşmiş Milletlerin Standart Uluslararası Ticaret Sınıflaması (SITC) sistemi ile giderilmeye çalışılmıştır. SITC Rev.3 sistemi geniş kapsamlı bir sınıflandırma sistemidir. Bu çalışmada da ürün gruplandırılmasında SITC Rev. 3 sistemi kullanılmıştır.

Uluslararası ticaret sınıflandırmasında en genel anlamı ile tekstil endüstrisi üç temel başlık altında incelenmektedir. Bunlar, tekstil elyafları ve bunların artıklarını içeren bir hammadde grubu olarak SITC 26 grubu, tekstil ipliği, dokuma, mensucat ve ilgili ürünleri içeren SITC 65 grubu (dokumacılık) ve oldukça geniş konfeksiyon (hazır giyim) ve aksesuarlarının yer aldığı SITC 84 grubudur. SITC 65 grubu içinde 9 adet üç basamaklı, 59 adet dört basamaklı alt ürün grubu bulunmaktadır. SITC 84 grubu ise 7 adet üç basamaklı, 37 adet de dört basamaklı alt ürün grubunu içermektedir.

Tekstil endüstrisi bağlamında ülkelerin ticaret performanslarının karşılaştırılmasında genellikle imalat sanayii ürünleri, dolayısıyla SITC 65 ve 84 grupları ele alınır. Bu iki grup her ne kadar birbirleriyle yakın ilişki içerisinde olsalar da talep yapıları birbirlerinden oldukça farklı olduğundan dolayı ayrı ayrı değerlendirilmektedir. Bu çalışmada da esas olarak SITC 65¹⁹⁸ grubu (bundan sonra bu gruba kısaca tekstil ürün grubu denilecektir) ve SITC 84¹⁹⁹ (bundan sonra bu gruba kısaca konfeksiyon ürün grubu denilecektir) grubu ele alınacaktır. Tekstil ürün grubu sözü edilen sınıflandırma sisteminde *6.Başlıca Sınıflara Ayrılan İşlenmiş*

¹⁹⁸ SITC Rev. 3 65 grubu 4 basamağa kadar çıkan ürün gruplarının kodlarının karşılıkları ve kapsamları için EK 9'a bakılabilir.

¹⁹⁹ SITC Rev. 3 84 grubu 4 basamağa kadar çıkan ürün gruplarının kodlarının karşılıkları ve kapsamları için EK 10'a bakılabilir.

Mallar, konfeksiyon ürün grubu ise 8.Çeşitli Mamül Eşya kategorisi içinde değerlendirilmektedir.

3.3. TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİNİN AB TEKSTİL VE KONFEKSİYON SANAYİİ KARŞISINDAKİ AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLERİNİN ENDEKS YÖNTEMİYLE ANALİZİ (B.BALASSA VE T.L.VOLLRATH)

Çalışmanın bu kısmında uygulamanın yöntemi kısmındaki açıklamalar doğrultusunda Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin AB karşısındaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerinin ölçümü sonucunda ulaşılan bulguların analizi ve değerlendirmesi yapılmıştır. Ayrıca, bu kısımda son olarak, sadece tekstil sanayiine ilişkin olmak üzere AKÜ endekslerinin istikrarlılığı test edilmiş ve değerlendirilmiştir.

3.3.1. Türkiye-Avrupa Birliği Tekstil Sanayii Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeks Bulgularının Analizi ve Değerlendirmesi (1994–2005)

Türkiye ve AB tekstil endüstrilerinin global düzeyde uluslararası rekabet gücünü tanımlayan, hesaplanan dört AKÜ endeksinden ikisi itibariyle (AKÜ₂ -Basit Balassa Endeksi ve AKÜ₇ -Vollrath Görelî Ticaret Avantajı) Türkiye'nin AB karşısında SITC iki, SITC üç ve SITC dört basamaklı tekstil ürün grupları açısından [6517 Suni filament iplikleri (dikiş ipliği hariç), 6545 Jüt-bitki iç kabuğundan dokum ve iplikler, 6574 Kapitoneli mensucat-parçalı ve 6591 Kağıt, karton esaslı yer kaplamaları ve linoleum(ölçüsüne göre kesilmiş olsun olmasın) tekstil ürün grupları haricinde] açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü bulunduğunu belirten AKÜ endeksi değerleri bulunmaktadır. Ancak, yine Türkiye ve AB tekstil endüstrilerinin global düzeyde uluslararası rekabet gücünü belirten Vollrath yaklaşımli hesaplanan diğeri iki AKÜ endeksi (AKÜ₆ -Basit Balassa Endeksinin logaritması ve AKÜ₈ - Açıklanmış Rekabet Edebilirlik) incelendiğinde AKÜ₂ ve AKÜ₇ endekslerinin belirttiği durumdan çok farklı bir görüntü ortaya çıkmakta, 654 Dokumaya elverişli diğeri maddelerden dokunmuş mensucat (ipek, yün, keten vb.) ile 657 Özel İplikler ve

Dokunmamış Mensucat (keçe, votka, sicim, ip, şapka taslakları, eknik eşya) SITC üç basamaklı tekstil ürün grupları ve SITC dört basamaklı tekstil ürün gruplarının çoğunluğu (hemen hemen yarısı) itibariyle, Türkiye için AB karşısında açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj belirten AKÜ endeksi değerlerine rastlanmaktadır.

Tekstil sektörü genelinde ve üç ve dört basamaklı ürün grupları itibariyle Türkiye ile AB'nin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endekslerinin analizi ve yorumu ileride maddeler halinde ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yapılan analizde hesaplanan dört endeks için de açıklanmış karşılaştırmalı avantaja/dezavantaja sahip olan ürün grupları, zaman periyodu içinde açıklanmış karşılaştırmalı avantajları artan/azalan ürün grupları, zaman periyodu içinde açıklanmış karşılaştırmalı avantajlarını kaybeden ve günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahip olan ürün grupları, geçmişte açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahipken günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı avantaja sahip olan ürün grupları sunulmuştur. Ayrıca, çalışmanın uygulama kısmında analiz yılı Türkiye'nin AB ile GB'ne gittiği 1996 yılının iki yıl gerisine götürülmüş ve GB'nin sektöre ve alt ürün gruplarına etkileri de araştırılarak tartışılmış ve ortaya konulmuştur. GB'nden sonra rekabet gücünde “düşüklük” yaşanmaya başlandığı düşünülen (açıklanmış karşılaştırmalı avantajının düştüğü) ürün grupları, GB'nden sonra rekabet gücünün arttığı düşünülen (açıklanmış karşılaştırmalı avantajının arttığı) ürün grupları, GB'nden önce açıklanmış karşılaştırmalı avantaja sahipken GB'nden sonra açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahip olan ürün grupları, GB'nden önce açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj gösterirken günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı avantaj ifade eden ürün grupları maddeler halinde ortaya konulmuş ve tartışılmıştır. Bunlara ilaveten son olarak AB'nin 2004 yılı itibariyle genişlemesi ve AB (25) haline gelmesi de göz önünde bulundurularak sektöre ilişkin dört basamağa kadar çıkan tekstil ürün grupları bazında, rekabet gücünün bu genişleme sürecinden ne ölçüde ve ne yönde etkilendiği de ortaya konulmuş ve değerlendirilmiştir.

Hesaplanan AKÜ₂, AKÜ₆, AKÜ₇ ve AKÜ₈ endeksleri bilindiği üzere rekabet gücünü global düzeyde ölçen endeksler olduğu için aşağıda yer alan, sektöre ilişkin ortaya konulan analiz ve yorumlar tekstil sektöründe Türkiye'nin AB karşısındaki global düzeyde rekabet edebilirliğini (Türkiye'nin AB karşısında dünya

pazarında sahip olduğu açıklanmış karşılaştırmalı avantaj/dezavantajı) ifade etmektedir.

Ayrıca yorumlamada ürün grupları SITC Rev. 3 sisteminde yer alan kodları ile birlikte verilmiştir. Sektöre ilişkin AKÜ endeksi hesaplama sonuçları 1994-2005 dönemi ve dört basamağa kadar çıkan bütün ürün grupları itibariyle EKLER kısmında verilmiştir (bkz; EK 1, EK 2, EK 3 ve EK 4). Ürün gruplarının kodları ve açıklamaları için de yine EKLER kısmına bakılabilir (bkz; EK 9).

i. Hesaplamaya konu olan dört endeksin tümü itibariyle ‘açıklanmış karşılaştırmalı avantaj’ ifade eden ürün grupları

3 basamaklı ürün grupları

- Tekstil iplikleri (651)
- Pamuklu mensucat (652)
- Sentetik veya suni filamentler ve devamsız liflerden mensucat (653)
- Örne mensucat (655)
- Kordelalar, etiketler, armalar, tüller vb. (656)
- Dokumaya elverişli maddelerden diğer hazır eşya ve takımlar (658) –üç basamak bazında en yüksek AKÜ endeksi değerleri bu ürün grubunda bulunmuştur.
- Halılar ve diğer yer kaplamaları (659)

4 basamaklı ürün grupları

- Pamuktan dikiş iplikleri (6512)
- Pamuk ipliği(dikiş ipliği hariç) (6513)
- Sentetik filamentlerden tekstürize iplikler (6515)
- Suni ve sentetik devamsız liflerden iplikler (dikiş ipliği hariç) (6518)
- Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil iplikleri (6519)
- Ağartılmamış pamuklu mensucat (6522)
- Pamuklu mensucat(ağırlık %85 >= pamuk içerenler) (M2 si 200gr. <) (6523)
- Pamuklu mensucat, ağırlık %85 >= pamuk içerenler (M2 si 200gr. >) (6524)

- Sentetik iplik, monofil, şeritlerle dokumalar (6531)
- Diğer devamsız sentetik liften dokumalar (6534)
- Viskoz ipeği mukavemetli ipliğinden dokunmuş mensucat (6535)
- Suni devamsız liflerden dokunmuş mensucat (ağırlık %85< suni devamsız lif içerenler) (6538)
- Sentetik ve suni liflerden atkı iplik, peluş ve kadifeler (6539)
- Örme tüylü mensucat (6551)
- Diğer örme mensucat (6552)
- Gipe iplikler ve parça halinde kordon, işleme yapılmamış süs eşyası(örme olanlar hariç) (6563)
- Tüller ve diğer mensucat-parça, şerit, motifler halinde (6564)
- İşlemeler (parça, şerit, motif halinde) (6565)
- Dokumaya elverişli maddelerden hortumlar, taşıyıcı kolonlar vs. (6579) (657 tekstil ürün grubu içindeki tek açıklanmış karşılaştırmalı avantaj gösteren alt ürün grubu) -AKÜ₆ ve AKÜ₈'e göre-
- Parça halinde keçe, dantel, dokuma maddelerinden şapka, başlık (6581)
- Battaniyeler, diz battaniyeleri (elektrikli battaniyeler hariç) (6583)
- Yatak çarşafı, masa örtüleri, bezler, örtüler (6584) –dört basamak bazında en yüksek AKÜ endeksi değerleri bu alt ürün grubunda bulunmuştur.
- Perde, iç storlar, perde-yatak farbaları ve örtüler. (6585)
- Başka yerde belirtilmeyen diğer hazır eşya (6589)
- Düğümlü ve sarmalı halılar ve yer kaplamaları (6592)
- Dokunmuş halılar, yer kaplamaları-kilim, sumak, karaman vb. (6593)
- Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları (6595)

ii. Hesaplamaya konu olan dört endeksin tümü itibariyle ‘açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj’ ifade eden ürün grupları

3 basamaklı ürün grupları

Hesaplamaya konu olan dört endeksin tamamında ‘açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj’ ifade eden üç basamaklı ürün grubu bulunmamıştır. 654 ve 657 tekstil

alt ürün gruplarında AKÜ₆ ve AKÜ₈ endeksleri 'açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj' belirtmektedir.

- Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensucat (ipek, yün, keten vb.) (654)
- Özel iplikler ve dokunmamış mensucat (keçe, vatka, sicim, ip, şapka taslakları, eknik eşya) (657)

4 basamaklı ürün grupları

- Suni filament iplikleri (dikiş ipliği hariç) (6517)
- Jüt-bitki iç kabuğundan dokum ve iplikler (6545)
- Kapitoneli mensucat-parçalı (6574) (dönem ortalamaları itibariyle)
- Kağıt, karton esaslı yer kaplamaları ve linoleum(ölçüsüne göre kesilmiş olsun olmasın) (6591) -belirgin açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj-

AKÜ₆ ve AKÜ₈ endeksleri itibariyle tekstil sektörü ürün gruplarının çoğunluğunda (hemen hemen yarısında) açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj ifade eden endeks değerlerine rastlanmıştır. Hesaplanan 4 endeks için de açıklanmış karşılaştırmalı avantaj belirten ve Madde i'de açıklanan ürün gruplarının dışında kalan sektörün kapsamına giren bütün ürün grupları AKÜ₆ ve AKÜ₈ endekslerine göre açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj göstermektedir.

iii. Zaman periyodu içinde açıklanmış karşılaştırmalı avantajlarını kaybeden ve günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahip olan ürün grupları

- Sentetik filament iplikler (6516)
- Pamuktan gaz, kadife, havlu cinsi bukleli ve tırtıl mensucat (6521)
- Dokunmamış mensucat, suni devamsız lif=>%85 (6536)
- Karde edilmiş, taranmış yün/kıldan dokunmuş mensucat (%85 >= yün/ince kıl içerenler) (6542)
- Şapka taslakları: keçeden, keçeden diskler, silindirler ve şeritlerden örülmüş (6576)

iv. Geçmişte açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahipken günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı avantaja sahip olan ürün grupları

- Sentetik/suni devamlı/devamsız liflerden dikiş ipliği (6514)
- Pamuklu mensucat ağırlık %85 <= pamuk içerenler sentetik ve suni liflerle karıştırılmış (M2 si 200gr <) (6525)
- Pamuklu mensucat ağırlık %85 <= pamuk içerenler sentetik ve suni liflerle karıştırılmış(M2 si 200gr >) (6526)
- Sentetik devamsız liflerden dokunmuş mensucat (ağırlık %85<, M2 si 170 gr. >pamukla karışık sentetik lif içerenler) (6533)
- Sentetik ve suni liflerden atkı iplik, peluş ve kadifeler (6539)
- Gipe iplikler ve parça halinde kordon, işleme yapılmamış süs eşyası(örme olanlar hariç) (6563)
- Vagon, mavna örtüleri, dış storlar, çadır, kamp eşyası vs. (6582)
- Başka yerde belirtilmeyen diğer hazır eşya (6589)
- Tuftedilmiş halılar, tuftedilmiş yer kaplamaları (6594)
- Keçeden halılar, tufted-floke edilmemiş karolar ve diğer halı ve yer kaplamaları (6596)

v. Zaman periyodu içinde açıklanmış karşılaştırmalı avantajları artan ürün grupları

- Sentetik/suni devamlı/devamsız liflerden dikiş ipliği (6514)
- Pamuklu mensucat ağırlık %85 <= pamuk içerenler sentetik ve suni liflerle karıştırılmış (M2 si 200gr <) (6525)
- Sentetik ve suni liflerden atkı iplik, peluş ve kadifeler (6539)
- Gipe iplikler ve parça halinde kordon, işleme yapılmamış süs eşyası(örme olanlar hariç) (6563)
- İşlemeler (parça, şerit, motif halinde) (6565)
- Dokumaya elverişli maddelerden hortumlar, taşıyıcı kolonlar vs. (6579)

vi. Zaman periyodu içinde açıklanmış karşılaştırmalı avantajları azalan ürün grupları

- Sentetik filamentlerden tekstürize iplikler (6515)
- Suni ve sentetik devamsız liflerden iplikler (dikiş ipliği hariç) (6518)

- Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil iplikleri (6519)
 - Pamuklu mensucat(ağırlık %85 >= pamuk içerenler)(M2 si 200gr. <.) (6523)
 - Viskoz ipeği mukavemetli ipliğinden dokunmuş mensucat (6535)
 - Parça halinde keçe, dantel, dokuma maddelerinden şapka, başlık (6581)
 - Perde, iç storlar, perde-yatak farbaları ve örtüler (6585)
 - Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları. (6595)
- vii. GB’nden sonra rekabet gücünde “düşüklük” yaşanmaya başlandığı düşünülen (açıklanmış karşılaştırmalı avantajının düştüğü) ürün grupları
- Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil iplikleri (6519)
 - Suni devamsız liflerden dokunmuş mensucat (ağırlık %85< suni devamsız lif içerenler) (6538)
 - Yatak çarşafları, masa örtüleri, bezler, örtüler. (6584)
- viii. GB’nden sonra rekabet gücünün arttığı düşünülen (açıklanmış karşılaştırmalı avantajının arttığı) ürün grupları
- Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç) (6513)
- ix. GB’nden önce açıklanmış karşılaştırmalı avantaja sahipken GB’nden sonra açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahip olan ürün grupları
- Karde edilmiş, taranmış yün/kıldan dokunmuş mensucat (%85 >= yün/ince kıl içerenler) (6542) (AKÜ₆ ve AKÜ₈ için geçerlidir)
- x. GB’nden önce açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahipken günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı avantaja sahip olan ürün grupları
- Gipe iplikler ve parça halinde kordon, işleme yapılmamış süs eşyası(örme olanlar hariç) (6563)
 - İşlemeler (parça, şerit, motif halinde) (6565)
- xi. AB (15) karşısında açıklanmış karşılaştırmalı avantaj gösterirken AB (25) karşısında açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj gösteren ürün grupları
- Şapka taslakları: keçeden, keçeden diskler, silindirler ve şeritlerden örülmüş (6576)

- xii. AB (15) karşısında açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj gösterirken AB (25) karşısında açıklanmış karşılaştırmalı avantaj gösteren ürün grupları
- Kapitoneli mensucat-parçalı (6574)
 - Keçeden halılar, tufte-floke edilmemiş karolar ve diğer halı ve yer kaplamaları (6596)
- xiii. AB'nin 2004 yılındaki genişleme sürecinden olumlu etkilenen -rekabet güçlerinin AB (15) dönemine göre arttığı düşünülen- ürün grupları
- Pamuklu mensucat ağırlık %85 <= pamuk içerenler sentetik ve suni liflerle karıştırılmış (M2 si 200gr <) (6525)
 - Sentetik ve suni liflerden atkı iplik, peluş ve kadifeler (6539)
 - Tufte edilmiş halılar, tufte edilmiş yer kaplamaları (6594)
- xiv. AB'nin 2004 yılındaki genişleme sürecinden olumsuz etkilenen -rekabet güçlerinin AB (15) dönemine göre azaldığı düşünülen- ürün grupları
- Perde, iç storlar, perde-yatak farbaları ve örtüler (6585)
 - Düğümlü ve sarmalı halılar ve yer kaplamaları (6592)
 - Dokunmuş halılar, yer kaplamaları-kilim, sumak, karaman vb. (6593)

3.3.2. Türkiye - Avrupa Birliği Konfeksiyon Sanayii Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeks Bulgularının Analizi ve Değerlendirmesi (1994–2005)

Türkiye ve AB konfeksiyon endüstrilerinin uluslararası rekabet gücünü tanımlayan, hesaplanan dört AKÜ endeksi genel olarak incelendiğinde, AB karşısında Vollrath yaklaşımlı AKÜ₆ -Basit Balassa Endeksinin logaritması ve AKÜ₈-Açıklanmış Rekabet Edebilirlik endeksleri hesaplamalarındaki birkaç ürün grubu dışında [8452 - Keçe, dokunmamış, sıvanmış mensucattan hazır giyim eşyası, 8461 - Mendil, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, vb.(örülmemiş), 8482 - Vulkanize kauçuktan/plastikten; eldiven, giyim eşyası ve aksesuarı] oldukça yüksek açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi değerleriyle karşılaşılmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin AB karşısında konfeksiyonda rekabet gücünün 'oldukça yüksek' olduğu söylenebilir.

Çalışmanın önceki kısmında Türkiye tekstil endüstrisinin dört basamağa kadar çıkan tekstil ürün grupları bazında AB tekstil endüstrisi karşısındaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksleri ile ilgili yapılan analiz ve yorum aynı şekilde konfeksiyon sektörü için de üç ve dört basamaklı ürün grupları itibariyle ilerleyen kısımlarda maddeler halinde ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yapılan analizde hesaplanan dört endeks için de açıklanmış karşılaştırmalı avantaja/dezavantaja sahip olan ürün grupları, zaman periyodu içinde açıklanmış karşılaştırmalı avantajları artan/azalan ürün grupları, zaman periyodu içinde açıklanmış karşılaştırmalı avantajlarını kaybeden ve günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahip olan ürün grupları, geçmişte açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahipken günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı avantaja sahip olan ürün grupları sunulmuştur. Ayrıca çalışmanın uygulama kısmında analiz yılı Türkiye'nin AB ile GB'ne gittiği 1996 yılının iki yıl gerisine götürülmüş ve GB'nin sektöre ve alt ürün gruplarına etkileri de araştırılarak tartışılmış ve ortaya konulmuştur. GB'nden sonra rekabet gücünde “düşüklük” yaşanmaya başlandığı düşünülen (açıklanmış karşılaştırmalı avantajının düştüğü) ürün grupları, GB'nden sonra “rekabet gücünün arttığı” düşünülen (açıklanmış karşılaştırmalı avantajının arttığı) ürün grupları, GB'nden önce açıklanmış karşılaştırmalı avantaja sahipken GB'nden sonra açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahip olan ürün grupları, GB'nden önce açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj gösterirken günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı avantaj ifade eden ürün grupları madde madde ortaya konulmuş ve tartışılmıştır. Bunlara ilaveten son olarak AB'nin 2004 yılı itibariyle genişlemesi ve AB (25) haline gelmesi de göz önünde bulundurularak sektöre ilişkin dört basamağa kadar çıkan ürün grupları bazında, rekabet gücünün bu genişleme sürecinden ne ölçüde ve ne yönde etkilendiği de irdelenmiş ve değerlendirilmiştir.

Hesaplanan $AKÜ_2$, $AKÜ_6$, $AKÜ_7$ ve $AKÜ_8$ endeksleri bilindiği üzere rekabet gücünü global düzeyde ölçen endeksler olduğu için aşağıda yer alan sektöre ilişkin ortaya konulan analiz ve yorumlar konfeksiyon sektöründe Türkiye'nin AB karşısındaki global düzeyde rekabet edebilirliğini (Türkiye'nin AB karşısında dünya pazarında sahip olduğu açıklanmış karşılaştırmalı avantaj/dezavantajı) ifade etmektedir.

Ayrıca yorumlamada ürün grupları SITC Rev. 3 sisteminde yer alan kodları ile birlikte verilmiştir. Sektöre ilişkin AKÜ endeksleri hesaplama sonuçları 1994-2005 yılları ve dört basamağa kadar çıkan bütün ürün grupları itibariyle EKLER kısmında verilmiştir (bkz; EK 5, EK 6, EK 7 ve EK 8). Ürün gruplarının kodları ve açıklamaları için de yine EKLER kısmına bakılabilir (bkz; EK 10).

- i. Hesaplamaya konu olan dört endeksin tümü itibariyle ‘açıklanmış karşılaştırmalı avantaj’ ifade eden ürün grupları

3 basamaklı ürün grupları

- Erkek/erkek çocuklar için örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarlar (841)
- Kadın/kız çocuklar için örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarları (842)
- Erkek/erkek çocuklar için örme giyim eşyası (843)
- Kadın/kız çocuklar için örme giyim eşyası (844) –üç basamak bazında en yüksek AKÜ endeksi değerleri bu ürün grubunda bulunmuştur.
- Örülmiş olsun olmasın diğer giyim eşyası (845)
- Giyim eşyası iç aksesuar ve giyim eşyası parçaları (çorap, mendil, eldiven vb.) (846)
- Tekstil dışında kalan giyim eşyası, şapka vs. (848)

AKÜ hesaplamaları sonucunda hesaplanan bütün endeksler itibariyle 3 basamaklı ürün gruplarının tümünde konfeksiyonda Türkiye’nin AB karşısında ‘oldukça yüksek’ açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük belirten endeks değerlerine rastlanmıştır.

4 basamaklı ürün grupları

- Erkek/erkek çocuklar için dış giyim (8411)
- Erkek/erkek çocuklar için takım elbiseler ve takımlar(örülmemiş) (8412)
- Erkek/erkek çocuklar için ceket ve blazerler (8413)
- Erkek/erkek çocuklar için kısa pantolon/pantolon/tulum ve şort (8414)
- Erkek/erkek çocuk için gömlekler (8415)
- Erkek/erkek çocuklar için atlet, fanila, külot, bornoz vs. (8416)
- Kadın/kız çocuklar için dış giyim (8421)

- Kadın/kız çocuklar için takım ve takım elbiseler (8422)
- Kadın/kız çocuklar için ceket, blazer (8423)
- Kadın/kız çocuklar için elbiseler (8424)
- Kadın/kız çocuklar için etek ve pantolon etek (8425)
- Kadın/kız çocuklar için pantolon, tulum, şort (8426)
- Kadın/kız çocuklar için gömlek, bluz, vs. (8427)
- Kadın/kız çocuklar için fanila, jüpon, slip, külot, gecelik, pijama, bornoz, sabahlık vs. (8428) -dört basamak bazında en yüksek AKÜ endeksi değerleri bu ürün grubunda bulunmuştur.
- Erkek/erkek çocuk için örme dış giyim (8431)
- Erkek/erkek çocuklar için örme takım, takım elbise, ceket vs. (8432)
- Gömlekler-erkek/erkek çocuk için (örme) (8437)
- Erkek/erkek çocuklar için örme iç ve gece giyim eşyası (8438)
- Kadın/kız çocuklar için dış giyim-örme (8441)
- Kadın/kız çocuklar için takım elbise, takım, ceket, blazer, şortlar vs.-örme (8442)
- Kadın/kız çocuklar için gömlek bluz/gömlek bluz-örme (8447)
- Kadın/kız çocuklar için iç ve gece giyim eşyası-örme (8448)
- Bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı (8451)
- Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya-örülmüş (8453)
- Tişörtler, fanilalar, diğer iç giyim eşyası-örülmüş (8454)
- Sutyen, korse kemerleri ve kuşakları, korse pantolonlar, çorap bağı, vb. (örülmemiş) (8455)
- Yüzme kıyafeti (8456)
- Diğer giyim eşyası (örülmemiş) (8458)
- Spor, kayak ve diğer giyim eşyası(örülmüş) (8459)
- Külotlu, kısa-uzun konçlu çoraplar, soketler-örülmüş (8462)
- Eldiven, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, duvak vb.(örülmüş) (8469)
- Deri/köseleden giyim eşyası, eldiven ve diğer aksesuarlar (8481)
- Kürkten/taklit kürk giyim ve diğer eşyası-aksesuarları (8483)

- Şapkalar, başlıklar, saç fileleri ve başlıklara mahsus şerit, astar vs. astarlı, astarsız (8484)

AKÜ₂ ve AKÜ₇ endeksleri itibariyle 2, 3 ve 4 basamaklı ürün grupları itibariyle konfeksiyon sektörünün tamamında AB'ne karşı 'oldukça yüksek' açıklanmış karşılaştırmalı avantaj ifade eden endeks değerlerine rastlanmıştır.

- ii. Hesaplamaya konu olan dört endeksin tümü itibariyle 'açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj' ifade eden ürün grupları

3 basamaklı ürün grupları

Hesaplamaya konu olan dört endeksin tamamında 'açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj' ifade eden üç basamaklı ürün grubu bulunamamıştır.

4 basamaklı ürün grupları

Hesaplamaya konu olan dört endeksin tamamında 'açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj' ifade eden dört basamaklı ürün grubu bulunamamıştır. Aşağıda sadece AKÜ₆ ve AKÜ₈ için geçerli olan açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj ifade eden dört basamaklı ürün grupları belirtilmiştir.

- Keçe, dokunmamış, sıvanmış mensucattan hazır giyim eşyası (8452)
- Mendil, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, vb.(örülmemiş) (8461)

Yukarıda belirtilen iki alt ürün grubu önceki yılların aksine, son yıllarda açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj belirten bir süreç içerisine girmiştir. 8461 konfeksiyon ürün grubunun açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj ifade eden bir süreç içine girmesi 1999 yılı ile birlikte başlamaktadır. Bu açıdan 1999 krizinin sözkonusu ürün grubunun AKÜ endeksi üzerinde etkili olduğu açıktır.

- Vülkanize kauçuktan/plastikten; eldiven, giyim eşyası ve aksesuarı (8482)
-belirgin açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj-

- iii. Zaman periyodu içinde açıklanmış karşılaştırmalı avantajlarını kaybeden ve günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahip olan ürün grupları

- Keçe, dokunmamış, sıvanmış mensucattan hazır giyim eşyası (8452)

- Mendil, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, vb.(örülmemiş) (8461)

AKÜ₆ ve AKÜ₈ endeksleri için geçerlidir.

iv. Geçmişte açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahipken günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı avantaja sahip olan ürün grupları

- Eldiven, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, duvak vb.(örülmüş) (8469)

v. Zaman periyodu içinde açıklanmış karşılaştırmalı avantajları artan ürün grupları

- Erkek/erkek çocuk için örme dış giyim (8431)
- Eldiven, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, duvak vb.(örülmüş) (8469)

vi. Zaman periyodu içinde açıklanmış karşılaştırmalı avantajları azalan ürün grupları

Konfeksiyon sektörüne ait alt ürün grupları yukarıda Madde v’de belirtilen iki ürün grubu dışında diğer tümünde zaman periyodu içinde ‘azalan açıklanmış karşılaştırmalı avantaj’ ifade eden bir görünüm çizmektedir. Bu azalış özellikle GB’nden sonra artan bir yapıdadır.

vii. GB’nden sonra rekabet gücünde “düşüklük” yaşanmaya başlandığı düşünülen (açıklanmış karşılaştırmalı avantajının düştüğü) ürün grupları

3 basamaklı ürün grupları

- Kadın/kız çocuklar için örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarları (842)
- Giyim eşyası iç aksesuar ve giyim eşyası parçaları (çorap, mendil, eldiven vb.) (846)

4 basamaklı ürün grupları

- Erkek/erkek çocuklar için takım elbiseler ve takımlar(örülmemiş) (8412)
- Erkek/erkek çocuklar için ceket ve blazerler (8413)
- Kadın/kız çocuklar için takım ve takım elbiseler (8422)
- Kadın/kız çocuklar için ceket, blazer (8423)

- Kadın/kız çocuklar için elbiseler (8424)
- Kadın/kız çocuklar için etek ve pantolon etek (8425)
- Kadın/kız çocuklar için pantolon, tulum, şort (8426)
- Kadın/kız çocuklar için gömlek, bluz, vs. (8427)
- Gömlekler-erkek/erkek çocuk için (örme) (8437)
- Kadın/kız çocuklar için takım elbise, takım, ceket, blazer, şortlar vs.-örme (8442)
- Kadın/kız çocuklar için gömlek bluz/gömlek bluz-örme (8447) GB'nden olumsuz yönde en fazla etkilenen bu ürün grubu olmuştur. AKÜ₂ ve AKÜ₆ endeksleri itibariyle, GB'nden önce, 1994-1995 döneminde rekabet gücünün yaklaşık olarak iki kat arttığı bu ürün grubunda GB ile birlikte takribi 24 misli azalış görülmüştür.
- Bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı (8451)
- Keçe, dokunmamış, sıvanmış mensucattan hazır giyim eşyası (8452)
- Yüzme kıyafeti (8456)
- Mendil, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, vb.(örülmemiş) (8461)
- Şapkalar, başlıklar, saç fileleri ve başlıklara mahsus şerit, astar vs. astarlı, astarsız (8484)

viii. GB'nden sonra rekabet gücünün arttığı düşünülen (açıklanmış karşılaştırmalı avantajının arttığı) ürün grupları

Bu kategoriye ait ürün grubu bulunamamıştır!

ix. GB'nden önce açıklanmış karşılaştırmalı avantaja sahipken GB'nden sonra açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahip olan ürün grupları

Bu kategoriye ait ürün grubu bulunamamıştır!

x. GB'nden önce açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahipken günümüzde açıklanmış karşılaştırmalı avantaja sahip olan ürün grupları

Bu kategoriye ait ürün grubu bulunamamıştır!

- xi. AB (15) karşısında açıklanmış karşılaştırmalı avantaj gösterirken AB (25) karşısında açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj gösteren ürün grupları
Bu kategoriye ait ürün grubu bulunamamıştır!
- xii. AB (15) karşısında açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj gösterirken AB (25) karşısında açıklanmış karşılaştırmalı avantaj gösteren ürün grupları
Bu kategoriye ait ürün grubu bulunamamıştır!
- xiii. AB'nin 2004 yılındaki genişleme sürecinden olumlu etkilenen -rekabet güçlerinin AB (15) dönemine göre arttığı düşünülen- ürün grupları
- Erkek/erkek çocuk için örme dış giyim (8431)
 - Bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı (8451)
 - Sutyen, korse kemerleri ve kuşakları, korse pantolonlar, çorap bağı, vb. (örülmemiş) (8455)
 - Eldiven, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, duvak vb.(örülmüş) (8469)
- xiv. AB'nin 2004 yılındaki genişleme sürecinden olumsuz etkilenen -rekabet güçlerinin AB (15) dönemine göre azaldığı düşünülen- ürün grupları

3 basamaklı ürün grupları

- Tekstil dışında kalan giyim eşyası, şapka vs. (848)

4 basamaklı ürün grupları

- Kadın/kız çocuklar için dış giyim (8421)
- Keçe, dokunmamış, sıvanmış mensucattan hazır giyim eşyası (8452)
- Deri/köseleden giyim eşyası, eldiven ve diğer aksesuarlar (8481)
- Kürkten/taklit kürk giyim ve diğer eşyası-aksesuarları (8483)

3.3.3. Tekstil Sanayiine İlişkin AKÜ Ölçüm Sonuçlarının İstikrarlılığı

Bu bölümde son olarak AKÜ endeksi hesaplama sonuçlarının, tekstil sanayiine ilişkin olarak istikrarlılığının değerlendirilmesi yapılmıştır. Endeksler, istikrarlılık açısından teste tabi tutulmuş ve değerlendirilmiştir. Sözü edilen teste ilişkin hesaplama sonuçları Tablo 15'de gösterilmiştir.

Tekstil sanayiine ilişkin AKÜ endekslerinin istikrarlılığını belirlemeye yönelik olarak, Hinloopen ve Van Marrewijk (2001)²⁰⁰ tarafından önerilen yöntem kullanılmıştır. Sözü edilen yöntemde, Balassa endeksinin (AKÜ₂) dağılımındaki değişme araştırılmaktadır.

Tablo 15: Balassa Endeksinin (AKÜ₂) Dağılımı

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
Ort.	2067,4	1249,0	171,5	190,6	274,4	318,2	347,2	472,9	344,9	275,2	269,8	236,1	177,9
Maks.	40451	20027	3310,5	3351	8013,8	7240	9774	6767,8	6106	2824	2710,6	2416	2189,9
AKÜ₂													
(%)													
<1	7	11	6	9	12	4	4	7	6	9	4	4	4
<2	10	15	12	15	13	7	9	10	9	9	10	10	7
<3	13	17	13	19	17	13	10	12	13	15	13	13	12
<4	13	19	16	20	22	13	15	12	17	16	16	16	13

*25 üyeli AB dikkate alınarak yapılan hesaplamalar, diğerleri AB-15 dikkate alınarak hesaplanmıştır.

Kaynak: SITC 4 basamak verileri ile yazar tarafından yapılan hesaplamalar.

Balassa endeksinin (AKÜ₂) dağılımını gösteren Tablo 15'e göre, 1994-2005 döneminde Türk tekstil sanayiinin AKÜ₂ ile ölçülen karşılaştırmalı avantajlarında istikrarsız bir durum görülmektedir. Söz konusu dönemde AKÜ₂ endeksinin ortalamasında (2067,4'den 177,9'a) ve maksimum değerinde (40451'den 2189,9'a) oldukça yüksek bir düşüş eğilimi söz konusudur. Ayrıca endeksin aldığı değerlere göre toplam içindeki payları incelenen yıllar itibariyle değişme göstermiştir. Örneğin, 4'den küçük hesaplanan AKÜ₂ endekslerinin toplam içindeki payı 1994'de yüzde 13 iken, 1997'de yüzde 20'ye ve 1998'de de yüzde 22'ye kadar çıkmıştır.

Burada son olarak çalışmada ulaşılan bulgular ve konu ile ilgili literatürde mevcut diğer çalışmaların bulguları karşılaştırılarak genel bir değerlendirme yapılmak istenirse kısaca şunlar söylenebilir: Sektör bazında rekabet edebilirlik açısından Balassa ve Vollrath yaklaşımı Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük endeksleri yardımıyla Türk Tekstil ve Konfeksiyon sanayiinin AB Tekstil ve

²⁰⁰ Jeroen Hinloopen ve Charles Van Marrewijk, "On the Empirical Distribution of the Balassa Index", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 137, 2001, ss. 1-35.

Konfeksiyon sanayii karşısındaki global düzeyde rekabet gücünün analiz edildiği bu çalışmada elde edilen bulgular, rekabet gücü oldukça yüksek olarak bilinen sektörlerimizden tekstil sektöründe, Vollrath yaklaşımli iki AKÜ endeksi itibariyle (AKÜ₆-Basit Balassa Endeksinin logaritması ve AKÜ₈-Açıklanmış Rekabet Edebilirlik), SITC üç basamaklı ürün gruplarının ikisinde [654 Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensucat (ipek, yün, keten vb.) ile 657 Özel İplikler ve Dokunmamış Mensucat (keçe, votka, sicim, ip, şapka taslakları, eknik eşya)] ve dört basamaklı ürün gruplarının çoğunluğunda (hemen hemen yarısında), Türkiye'nin AB karşısında açıklanmış karşılaştırmalı dezavantajları olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Çalışma bu yönüyle (üç basamaklı tekstil ürün grupları itibariyle) konu ile ilgili literatürde mevcut diğer çalışmalardan farklı bir durumu göstermektedir. Ayrıca mevcut literatürde tekstil ve konfeksiyon sanayii ile ilgili dört basamağa kadar çıkan bazda rekabet gücünün analiz edildiği ve değerlendirildiği herhangi başka bir çalışmaya rastlanmaması da çalışmayı diğerlerinden ayırmaktadır. Bu anlamda, çalışmanın konu ile ilgili literatüre bir katkı getirdiği umulmaktadır. Konfeksiyon sektörünün rekabet edebilirliği ile ilgili olarak ise, konu ile ilgili literatürde var olan diğer çalışmalarla benzer sonuçlara ulaşılmış ve sektörün AB karşısında oldukça yüksek, fakat zaman içinde, özellikle Gümrük Birliği'nden sonra azalan AKÜ endeksi değerlerine rastlanmıştır.

SONUÇ

İnsanların, "beslenme", "giyinme" ve "barınma" şeklindeki üç temel ihtiyacından giyinme ihtiyacını doğrudan, barınma ihtiyacını ise dolaylı olarak karşılayan ve bu sayede yüksek ve sürekli talebe cevap veren son derece stratejik bir sanayi dalı niteliğindeki Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii, dünyada ilk kurulan ve gelişen bir sanayi dalı olup, özellikle yeni sanayileşmekte olan ülkelerin ihracata dayalı büyümede gösterdikleri başarının ana kaynağını oluşturmaktadır.

Çoğu gelişmekte olan ülkede olduğu gibi Türkiye'de de ilk kurulan ve ülkenin gerek sanayileşmesinde, gerekse dışa açılma politikalarında lokomotif sanayi olan Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii, hala ülkemizin istihdam ve ihracat bakımından en önemli sanayi sektörü olma özelliğini korumaktadır. Ülkeye küçümsenmeyecek oranda döviz kazandırması nedeniyle kalkınmanın finansmanında öncü rol üstlenen Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii dışa açılmada rekabet gücü yüksek olan az sayıdaki sektörden biridir.

Türk tekstil sektöründe 1980'lerden başlayarak önemli yatırımlar yapılmış ve son 15 yılda yapılan 75 milyar dolarlık yatırımla Türk tekstil sektörü, Avrupa'da birinci, dünyada ise üçüncü sıraya yerleşmiştir. Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii üretim kapasitesi bakımından Avrupa'nın en büyük tekstil ve konfeksiyon sanayiidir.

Türkiye imalat sanayii üretiminin yaklaşık %18'ini, toplam ihracatının yaklaşık olarak %30'unu tek başına karşılayan ve toplam istihdama %10'un üzerinde önemli bir katkıda bulunan tekstil ve konfeksiyon sektörü, AB ile olan ticari ilişkilerimizde de oldukça önemli bir konumda bulunmaktadır. Türkiye'nin AB'ne toplam mamül ürünler ihracatının büyük bir bölümünü tekstil ve konfeksiyon sektörü karşılamaktadır. Bu açıdan tekstil ve konfeksiyon sektörünün gerek Türkiye ekonomisi, gerekse AB ile olan ticari ilişkilerimiz bakımından taşıdığı önem son derecede büyüktür. Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, AB karşısındaki rekabet gücü ihmal edilemeyecek oranda yüksek nadir sektörlerimizden biridir. Dolayısıyla Türkiye'nin tekstil sanayiini gözden çıkarması mümkün değildir. Tekstil sanayiinde

meydana gelecek büyük boyutlu bir kriz ve ani bir çökme ya da küçülme, Türkiye için çok tehlikeli ekonomik ve sosyal çalkantılara neden olabilecektir.

Sektördeki firmaların büyük çoğunluğunu KOBİ'lerin oluşturması ve Türk KOBİ'lerinin teknolojik düzeyinin Avrupalı firmalara göre çok düşük bir düzeyde kalması, KOBİ'lerimizin genellikle modası geçmiş tasarımlar, verimsiz üretim metodları ve eski makine-ekipman kullanarak katma değeri düşük olan alt kalitede ürünlerin üretimiyle ilgilenmeleri, ayrıca, KOBİ'lerde danışmanlık ve Ar-Ge çalışmaları noksanlığının da bulunması sektör açısından bir handikap oluşturmaktadır.

Kalkınma ve büyümede önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler Avrupa Birliği'nde de çok önemli bir yer tutmakta, tüm işletmelerin %99'unu, istihdamın ise yaklaşık üçte ikisini oluşturmaktadır. KOBİ'lerin rekabet üstünlüğü ve istihdam yaratmada AB geleceğinin temelini oluşturduğu kabul edilmiştir. 2000 yılında kabul edilen AB'nin Lizbon Stratejisi'nin ortaya koyduğu hedef olan 'rekabetçi bir ekonomi' yaratılmasında KOBİ'ler merkezi oluşturmakta ve KOBİ'lerin kalifiye eleman temini, finansal kaynaklara erişim, idari düzenlemeler ve altyapı ile ilgili birtakım sorunlarının çözümüne yönelik olmak üzere AB, programlarında ve destek mekanizmalarında KOBİ'lere büyük yer ayırmaktadır.

Türk KOBİ'lerinin, özellikle AB'deki emsalleri gibi çağdaş, bilimsel, işletme ve yönetim fonksiyonlarına göre yapılanmış olmaları ve kurumsallaşmalarını tamamlamaları gerekmektedir. Bu doğrultuda Türkiye AB'ye üyelik sürecini hızlandıracak politika ve tedbirleri içeren ulusal programı yürürlüğe koymuş, gelişime hız kazandırmak için ulusal program ve VIII. 5 yıllık plan arasında uyum sağlanmıştır. Hazırlanan ulusal program ve 5 yıllık planda AB tarafından da özellikle ele alınan KOBİ'lere önemli bir yer ayrılmıştır. VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda, küçük ve orta boy işletme (KOBİ)'lere yönelik olarak geliştirilen temel strateji, KOBİ'lerin verimliliklerinin, katma değer içindeki paylarının ve uluslararası rekabet güçlerinin arttırılmasına dayanmaktadır.

AB, KOBİ'lere yönelik destek politikaları geliştirirken, aday ülkeleri de bu yönde teşvik etmektedir. Adaylık statüsü 1999 Helsinki Zirvesi ile teyit edilen ve 3

Ekim 2005 tarihinde adaylık sürecinin son aşaması olan katılım müzakerelerine başlayan Türkiye'nin de AB'deki yapıya benzer bir destek sistematiği oluşturması ve sektörün temel yapı taşları olan KOBİ'lere gereken önemi vermesi gerekmektedir. Ayrıca KOBİ ve KOSGEB teşviklerinin anlaşılır bir biçimde sektöre anlatılması sağlanmalıdır. 2005 yılı itibariyle AB'ye aday üç ülkeden (Türkiye, Romanya ve Bulgaristan) araştırma altyapılarının güçlendirilmesi ve Mükemmeliyet Merkezleri oluşturulması amacıyla Avrupa Komisyonu'nun yayınladığı 6. Çerçeve Program çağrısı neticesinde hem sayısal hem de parasal olarak en çok desteği alan ülke Türkiye olmuştur. AB, şu anda Türkiye'de pek çok KOBİ projesini finanse etmektedir ve bunun için harcanan toplam para tutarı 90 milyon Euro'ya ulaşmıştır. AB'nin Türk tekstil sanayii ile ilgili destekleri tekstil ve moda konusunda "kümeleme" çalışması yapılması hakkındadır. Projenin amaçları bir moda enstitüsü kurulması, tekstil-hazır giyim AR-GE merkezi oluşturulması ve danışmanlık vermek için bir merkez oluşturulmasını içermektedir. AB ile entegrasyon sürecinde olan aday ülke olarak bu konu Türkiye tekstil ve konfeksiyon sanayiinin gelişme olanaklarını arttıracak önemli bir konudur.

Marka yaratılması durumunda rekabet gücü daha da artacak, fiyat odaklı rekabete karşı duyarlılık azalacaktır. Üretilen ürünlerde "Olumlu Türk Malı İmajı" yaratılmalı, reklam ve pazarlama ile Ar-Ge'ye bağlı olarak geliştirilen kaliteli ve katma değeri yüksek yeni moda ve yeni marka ürünler ile mesleki örgütlenmeler desteklenmeli, tanıtım amaçlı fuarlara ağırlık verilmelidir.

Zaman süreci içinde, özellikle son 10-15 yılda tekstil teknolojisindeki ilerlemeler, yenilikçi uygulamalar ve küreselleşme ile birlikte artan, değişen ve gelişen tüketici talepleri tekstil ve konfeksiyon sanayiinde yer alan ürünlerin fonksiyonunda (insanlara sağladığı hizmette, kullanılma nedenlerinde) gittikçe hızlanan bir şekilde önemli değişikliklere yol açmıştır. İnsanlık tarihi boyunca sadece örtünmek (doğal atmosfer şartlarından korunmak) ve süslenmek için giyinen insanlar, artık kullanacakları giysilerin kendilerine, sağlık, güvenlik ve bilişim alanlarında olmak üzere bugün hayal bile edemeyeceğimiz her türlü alanda ek hizmetler de vermesini, ek fonksiyonlar da sağlamasını istemeye başlamışlardır.

Geleneksel tekstil ürünlerine ilaveten tekstil sektörü içinde, akıllı tekstiller veya teknik tekstiller olarak adlandırılan bu yeni sektör, son 10-15 yılda ortaya çıkmıştır ve sektörün önemi her geçen gün artmaktadır. Tekstil ve hazır giyim ürünleri artık sadece giyinme, barınma ve dekorasyon ihtiyacına cevap vermemektedir. Kendini vücut sıcaklığına göre ayarlayan giysiler, nabız, tansiyon, kalp atışı vb. hayati önem taşıyan yaklaşık otuz göstergeyi ölçerek ilgili yerlere aktaran giysiler, ter tutmayan nefes alabilen, yanmaz kumaşlar, müzik dinlemeye ve iletişim kurmaya imkan veren, stresi azaltan giysiler, uyumak üzere olan sürücülerini uyandıran araba koltukları, kalp atışlarını dinleyen yatak çarşafı, çelikten 15 kat daha dayanıklı elyaflar ve burada saymadığımız daha birçok yenilikçi ürün tekstil sektörüne dahil olmuştur. Şüphesizdir ki; bu akıl almaz gelişmeler hem hayatı kolaylaştırmakta ve daha zevkli bir hale getirmekte hem de insan yaşamını korumakta, belki de hayat kurtarmaktadır.

Gelecekte giyenlere, kullananlara örtme ve süslenmenin yanında başta sağlık, güvenlik ve enformasyon alanlarında olmak üzere başka hizmetler de sunabilen yukarıda söz edilen çok fonksiyonlu, akıllı (interaktif) tekstil ürünlerinin üretimi ve kullanımı daha da artacaktır. Uzun vadede en cazip pazar bu sözü edilen pazar olacaktır. Nitekim diğer sanayileşmiş ülkeler gibi AB de son 10-15 yıldır geleneksel tekstil ürünleri ve yan ürünlerinin üretimini tamamen bırakarak bu alana yönelmiş, ve bu alanda liderliği ele geçirmiştir. Teknik tekstil olarak da adlandırılan ve yüksek katma değerli, yüksek kaliteli, yenilik yoğun ve know-how yoğun bu özel tekstil ürünleri 6. Çerçeve Programı'nda da önemli bir yer tutmaktadır.

Türkiye, tekstil ve konfeksiyon sanayiinde AB'ne karşı sahip olduğu rekabet üstünlüğünü kaybetmemek için teknik tekstiller konusunda çalışmalıdır. Türkiye'nin şu an itibariyle AB'ne karşı sahip olduğu ucuz işgücü avantajı (AB tekstil ve konfeksiyon sanayiinin tek ciddi dezavantajı) yakın bir gelecekte anlamını yitirebilecektir. Türk Tekstil Sanayii'nin, AB 15 ülkeleri ve A.B.D.'nin 1970'li yıllarda terk etmeye başladığı katma değeri düşük, standart hazır giyim ve ev tekstillerinin üretiminde ve tedarikçi ülke olarak kaldığı sürece, uzun vadede rekabet gücünü, sürdürmesi oldukça zor görünmektedir. Tekstil ve konfeksiyonda gerekli altyapı yatırımlarının tamamlanmış bir ülke olarak Türkiye'nin, bu aşamadan sonra

ucuz, sıradan ve geleneksel tekstil ürünlerinin üretimini ve moda, marka ve yenilik içermeyen konfeksiyon ürünleri de dahil olmak üzere bırakarak, sözü edilen ürünleri daha düşük maliyetlerle Çin, Hindistan vb. ülkelere ithal etmesi, ya da dışarıda işleme tabi tutma yöntemiyle söz konusu ürünlere ilişkin üretimini işgücünün daha ucuz olduğu başka ülkelere kaydırarak, AB'nin yaptığı gibi tasarım, moda yaratma ve pazarlama faaliyetlerini ise kendi bünyesinde toplaması yoluyla daha karlı çıkabilecektir. Duruma, sadece AB-Türkiye ikili ilişkileri olarak değil de global açıdan bakıldığında Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyonda inanılmaz düşük maliyetlerle üretim yapan Çin gibi ülkelerle rekabet etme imkanı oldukça zayıftır. AB ile de rekabet edebilirlik açısından, Türkiye'de orta ve uzun vadede maliyet dışı rekabet unsurlarına ağırlık verilerek tekstil ve konfeksiyonda yeni bir üretim, ürün, ihracat, pazarlama ve rekabet stratejisi oluşturulması gerekmektedir. İşte teknik tekstiller bu noktada sektörde yeni ve oldukça karlı bir alternatif alan olarak karşımıza çıkmaktadır. AB bu konuda epey yol almıştır.

Teknik tekstillerde Ar-Ge faaliyetlerine duyulan ihtiyaç yüksektir. Uzun vadede önemi artacak olan bu ürünlerin geliştirilmesi uzun süreli ve çok yönlü araştırma çalışmalarını gerektirmekte olup, gerekli Ar-Ge çalışmaları yapılmadığı takdirde uzun vadede rekabet gücü kayıplarına uğranılabilecektir.

Türkiye AR-Ge faaliyetleri açısından da son derece yetersiz bir görünüm sergilemektedir. AB ülkeleri ve diğer gelişmiş ülkeler GSMH'larının %2-3'ünü Ar-Ge faaliyetlerine ayırırlarken Türkiye'de bu oran yüzde 0,7'den daha düşüktür. Ayrıca, Türkiye GSMH'sının %10 kadarını tek başına sağlayan tekstil ve konfeksiyon sanayiinin, Türkiye'nin oldukça küçük olan Ar-Ge pastasından aldığı pay ise sadece %1,5'tur. Türk tekstil sektöründe uzun vadeli olarak bakıldığında, Ar-Ge faaliyetlerinin bu derece sınırlı kalması düşündürücüdür. Tekstil ve konfeksiyon sanayiinde Ar-Ge çalışmaları desteklenmeli ve artırılmalıdır. Ar-Ge yetersizliğinin çözüme kavuşturulabilmesi için sektörde faaliyet gösteren firmalar tarafından ortak bir 'Ar-Ge Fonu' oluşturulabilir. Bu fonda biriken küçük meblağlar büyük yatırımlara zemin hazırlayacak ve yeni teknolojiler satın alınmasında ya da yeni teknolojiler yaratılmasında da önemli bir rol oynayacaktır.

Türk Tekstil Sanayii şu anda, maliyet-fiyat rekabetinin belirleyici olduğu, daha ziyade orta ve orta-üst sınıf kalitede seri ve parti üretim yapan ve Avrupa'nın Çin'den sonra gelen ikinci büyük tedarikçisi konumundadır. Uzun vadede, amaçlanan, bu yapıya, kalite rekabetinin belirleyici olduğu, üst sınıf yüksek kalitede moda, marka ürünlerin tasarlandığı, üretildiği ve satıldığı bir yapı kazandırmak olmalıdır. Burada önemli olan, "kalite" kavramının kapsamında meydana gelen değişimdir. Kalite teriminin kapsamında zaman süreci içinde önemli değişim ve gelişimler yaşanmıştır. Günümüzde kalite terimi artık sadece kusursuzluk, mükemmellik, sağlamlık ve ürünün özelliklerinde (kir tutmama, kolay bakım, vs.) ve fonksiyonlarında (konfor, sağlıklı oluş, ekolojik oluş, çeşitli dış etkenlerden koruyuculuk, vs.) rakiplerine karşı olan üstünlüklerini de kapsayacak şekilde genişlemiştir.

Bilindiği üzere 2005 Ocak itibariyle tekstil ve konfeksiyonda yeni bir dönem -kotasız rekabet dönemi- başlamış bulunmaktadır. Dünyada kota uygulamasının kalkması ve başta Çin ve Hindistan olmak üzere el emeğinin çok ucuz olduğu ülkelerden gelen anormal düşük fiyatlı tekstil ürünlerinin dünya pazarlarını istila etmeye başlaması ile TL'nin aşırı değer kazanmasının aynı döneme rast gelmesi sonucu, Türk tekstil ve konfeksiyon sanayiinin en önemli sorunu "fiyat tutturamamak" olmuştur. KDV oranının yüzde 18'den yüzde 8'e indirilmesi, sevindirici bir gelişme ise de, sektörün rahatlamasını sağlamak için yeterli görülmemekte, bunun yanında çok yönlü ve uzun vadeli tedbirlerin de alınmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Günümüz itibariyle tekstil sanayii dünyanın dördüncü sermaye-yoğun sanayi dalı olmasına rağmen konfeksiyon sanayii hala emek-yoğun yapısını korumaktadır. Emek-yoğun yapısı nedeniyle, konfeksiyon sanayiinin, şu anda en yoğun olarak bulunduğu ve Türkiye'de işçiliğın en pahalı olduğu İstanbul'da ve diğer büyükşehirlerde varlığını sürdürebilmesi oldukça zor gözükmektedir. Bu nedenle konfeksiyon sanayiinin, büyükşehirlerden el emeğinin daha ucuz olduğu Anadolu şehirlerine (özellikle 5084 Sayılı Kanun kapsamında vergi ve sigorta primi teşvikleri ve enerji desteği olan illere) kaydırılmasında yarar vardır. Konfeksiyon sanayii büyük sabit yatırımlar gerektirmediğinden, mevcut tesislerin taşınması da kolaydır.

Bu nedenle asıl teşvik edilmesi gereken konu, teşvik alan illerde yeni konfeksiyon işletmelerinin kurulması değil, örneğin, İstanbul'da, İzmir'de mevcut olan işletmelerin üretimlerini (özellikle kesim, dikim ve dikim sonrası işlemlerini) teşvik alan illere kaydırmalarıdır. Çünkü Türkiye'de konfeksiyon sanayiinde kapasite fazlalığı bulunmaktadır. Bu bölgelerde 'tekstil ve konfeksiyon kümeleri' oluşturulması yararlı olabilir.

İşletmeler için günümüzde en geçerli yerleşim dağılım modeli "kümeleşme" modelidir. Bu modelde birbirleriyle ilişkili (aynı alanda çalışan ve/veya birbirinin tedarikçisi-müşterisi) olan kuruluşlar aynı bölgelerde toplanmaktadırlar. AB, şu anda Türkiye'de pek çok KOBİ projesini bu anlamda finanse etmektedir ve bunun için harcanan toplam para tutarı 90 milyon Euro'ya ulaşmıştır. Projenin amaçları bir moda enstitüsü kurulması, tekstil-hazır giyim AR-GE merkezi oluşturulması ve danışmanlık vermek için bir merkez oluşturulmasını içermektedir. Kümeleşme modelinin en iyi uygulandığı AB üye ülkelerinden İtalya'da, bazı şehir ve bölgelerde belirli ürün gruplarında ihtisaslaşmış kümeler oluşturulmuştur.

AB dünyanın en büyük tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatçısı ve aynı zamanda ihracatçısı (dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretinin yaklaşık üçte birini gerçekleştirmektedir) olarak dünya tekstil ticareti politikasını belirlemede ve yönlendirmede etkin bir rol oynamakta, kendi tekstil sanayiinin çıkarlarını korumaya önem vermektedir. Ayrıca AB dünyanın en güçlü tekstil sanayiine sahiptir. AB tekstil ve konfeksiyon sanayiinin en önemli üstünlükleri yüksek kalite, ileri teknoloji, yenilikçilik-yaratıcılık ve güçlü Ar-Ge ile birlikte gelen inovasyon yeteneğidir. Türkiye ise Avrupa'nın en büyük tekstil ve konfeksiyon üretim gücüne sahip ülkesidir. Türkiye'nin söz konusu güçlü AB pazarında rekabet gücünün korunması ve daha da arttırılması, oluşturulacak orta ve uzun vadeli stratejiler ile mevcut imkanların ve doğacak fırsatların değerlendirilmesine bağlıdır.

Bilindiği üzere 2005 Ocak ayı itibariyle dünya çapında tekstil ve konfeksiyonla ilgili yeni bir döneme, 'kotasız rekabet dönemi'ne girilmiştir. ATC Döneminin sona ermesinden sonra geçerli olacak zorlu rekabet koşullarına rağmen Türkiye pek çok ülkeye göre avantajlı konumda olabilecektir. Günümüzde fiyatın

yanı sıra esneklik ve kalite de serbest piyasada başarılı olmak için gerekli kriterler içinde sayılmaktadır. Türkiye ve Avrupa Birliği arasındaki uzun süreli tedarik ilişkileri sonucunda Türkiye AB'nin kalite gerekliliklerine uyum sağlamayı başarmıştır. Ayrıca Türkiye'deki üretim Avrupa çevre koruması standartlarıyla da örtüşmekte, üretimin yüksek kalitede gerçekleştirildiği denetçiler tarafından belgelenmektedir. Uluslararası müşteriler Türk hizmet anlayışı ve esnekliğini takdir etmektedirler. Türkiye'nin AB'ne coğrafik yakınlığı, AB'ndeki tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte ürünler üretmesi, bir anlamda AB'ndeki tüketicilerin beğenisine hitap etmesi ülkemize bu konuda bir avantaj sağlamaktadır. Söz konusu özellikler Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün rekabet gücünü arttıran önemli faktörlerdir.

Tekstil ve konfeksiyonda kotaların kalkmasıyla yeni korumacılık önlemleri olarak çevre, kalite ve sağlıkla ilgili birtakım düzenlemeler önümüzdeki dönemde gelişmiş ülkeler tarafından yoğunlukla uygulanacaktır. Günümüzde tekstil ve giyim işletmelerinin rekabet güçlerini devam ettirebilmeleri için bu düzenlemeleri dikkate almaları ve gerekli uyumu sağlamaları zorunlu bir hale gelmiştir.

Sektör bazında rekabet edebilirlik açısından Balassa ve Vollrath yaklaşımını Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük endeksleri yardımıyla, 1994-2005 dönemine ait, SITC 65 (tekstil ürün grubu) ve SITC 84 (konfeksiyon ürün grubu) ürün gruplarında dört basamağa kadar çıkan bazda, Türkiye'nin AB karşısında 'dünya pazarında' sahip olduğu açıklanmış karşılaştırmalı avantaj/dezavantajlarının analizinin yapıldığı bu çalışmada AKÜ₂-Basit Balassa Endeksi ve AKÜ₇-Vollrath Göreli Ticaret Avantajı ile AKÜ₆-Basit Balassa Endeksinin logaritması ve AKÜ₈-Açıklanmış Rekabet Edebilirlik endekslerinin birbirine paralel sonuçlar verdiği görülmüştür. Ayrıca, sadece tekstil sanayiine ilişkin olarak yapılan istikrarlılık testi ile ürün/ürün gruplarına ait AKÜ endeksi ölçüm sonuçlarına göre, endekslerin inceleme dönemi boyunca, istikrarsız bir görünüm çizdiği tespit edilmiştir.

Türkiye ve AB tekstil endüstrilerinin global düzeyde uluslararası rekabet gücünü tanımlayan, hesaplanan dört AKÜ endeksinden ikisi itibarıyla (AKÜ₂-Basit Balassa Endeksi ve AKÜ₇-Vollrath Göreli Ticaret Avantajı) Türkiye'nin AB

karşısında SITC iki basamaklı, SITC üç basamaklı ve SITC dört basamaklı tekstil ürün grupları açısından [6517 Suni filament iplikleri (dikiş ipliği hariç), 6545 Jüt-bitki iç kabuğundan dokum ve iplikler, 6574 Kapitoneli mensucat-parçalı ve 6591 Kağıt, karton esaslı yer kaplamaları ve linoleum(ölçüsüne göre kesilmiş olsun olmasın) tekstil ürün grupları haricinde] açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü bulunduğunu belirten AKÜ endeksi değerleri bulunmuştur. Ancak, yine Türkiye ve AB tekstil endüstrilerinin global düzeyde uluslararası rekabet gücünü belirten Vollrath yaklaşımı diğer iki AKÜ endeksi (AKÜ₆-Basit Balassa Endeksinin logaritması ve AKÜ₈-Açıklanmış Rekabet Edebilirlik) incelendiğinde AKÜ₂ ve AKÜ₇ endekslerinin belirttiği durumdan çok farklı bir görüntü ortaya çıkmakta, 654 Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensucat (ipek, yün, keten vb.) ile 657 Özel İplikler ve Dokunmamış Mensucat (keçe, votka, sicim, ip, şapka taslakları, teknik eşya) SITC üç basamaklı tekstil ürün grupları ve SITC dört basamaklı tekstil ürün gruplarının çoğunluğu (hemen hemen yarısı) itibariyle, Türkiye için AB karşısında açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaj belirten AKÜ endeksi değerlerine rastlanmaktadır. AKÜ₂ ve AKÜ₇ endeksleri itibariyle tekstil sektörünün neredeyse tamamında AB'ne karşı 'açıklanmış karşılaştırmalı avantaj' ifade eden AKÜ endeksi değerleri bulunmaktadır.

Türkiye ve AB konfeksiyon endüstrilerinin uluslararası rekabet gücünü tanımlayan, hesaplanan dört AKÜ endeksi genel olarak incelendiğinde, AB karşısında Vollrath yaklaşımı iki AKÜ endeksi (AKÜ₆-Basit Balassa Endeksinin logaritması ve AKÜ₈- Açıklanmış Rekabet Edebilirlik) hesaplamalarındaki birkaç ürün grubu dışında [8452 - Keçe, dokunmamış, sıvanmış mensucattan hazır giyim eşyası, 8461 - Mendil, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, vb.(örülmemiş), 8482 - Vulkanize kauçuktan/plastikten; eldiven, giyim eşyası ve aksesuarı] sektörün oldukça yüksek açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi değerleriyle karşılaşılmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin AB karşısında konfeksiyonda rekabet gücünün 'oldukça yüksek' olduğu söylenebilir. AKÜ₂ ve AKÜ₇ endeksleri itibariyle 2, 3 ve 4 basamaklı ürün grupları itibariyle konfeksiyon

sektörünün tamamında AB'ne karşı 'oldukça yüksek' açıklanmış karşılaştırmalı avantaj ifade eden endeks değerlerine rastlanmıştır.

Ayrıca, AKÜ₆ ve AKÜ₈ endeksleri itibariyle konfeksiyon ürün grupları iki ürün grubu dışında [Erkek/erkek çocuk için örme dış giyim (8431) ve Eldiven, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, duvak vb.(örülmüş) (8469)] diğer tümünde zaman periyodu içinde azalan açıklanmış karşılaştırmalı avantaj ifade eden bir görünüm çizmektedir. Açıklanmış karşılaştırmalı avantaj endeksi değerlerindeki azalma özellikle GB'nden sonra daha da artan bir yapıdadır. GB'nin olumsuz etkileri tekstil sektöründen ziyade konfeksiyon sektöründe ağırlıklı olarak hissedilmiştir.

Tüm endeksler dikkate alındığında Türkiye'nin AB karşısında konfeksiyondaki rekabet gücünün tekstildeki rekabet gücüne nazaran daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. SITC ürün grupları bazında inceleme yapıldığında ise en yüksek AKÜ değerlerine sahip ürün gruplarının üç basamak bazında tekstilde Dokumaya elverişli maddelerden diğer hazır eşya ve takımlar (658), dört basamak bazında ise ev tekstili kategorisine giren Yatak çarşafı, masa örtüleri, bezler, örtüler (6584), üç basamak bazında konfeksiyonda Kadın/kız çocuklar için örme giyim eşyası (844), dört basamak bazında da Kadın/kız çocuklar için fanila, jupon, slip, külot, gecelik, pijama, bornoz, sabahlık vs. (8428) olduğunu göstermektedir.

Konfeksiyon sektöründeki rekabet gücünün korunması ve daha da artırılması, sektörde Ar-Ge'ye dayalı yeni moda ve yeni marka içeren ürünlerin üretimine odaklanmış bir yapının oluşturulmasına bağlıdır. Tekstil sektörü ile ilgili olarak da Türkiye'de, günümüz itibariyle AB dahil çoğu gelişmiş ülke tarafından üretilen ve satılan, katma değeri oldukça yüksek teknik tekstil kategorisine ait ürünlerin geliştirilmesi ve ülkemizin dünya teknik tekstiller pazarında söz sahibi olabilmesi rekabet gücünün korunması ve artırılmasında önemli bir rol üstlenebilecektir. Ayrıca, çalışmada kullanılan uygulama yöntemi ve sonuçları da dikkate alındığında Türkiye'nin, özellikle ev tekstili alanına giren ürünlerde, AB karşısında oldukça yüksek bir açıklanmış karşılaştırmalı avantajının bulunması, bu ürün gruplarına özel bir önem verilmesinin sektörün rekabet gücü açısından olumlu olabileceğini göstermektedir.

KAYNAKÇA

AKGÜNGÖR, Sedef , F. Barbaros ve N. Kumral., “Competitiveness of the Turkish Fruit and Vegetable Processing Industry in the EU Market”, **Russian and East European Finance and Trade**, 38(3), May-June, 2002.

AKINCI, Ateş., **Rekabetin Yatay Kısıtlanması**, Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi No: 5, Başak Matbaacılık, Ankara, 2001.

AKKOYUNLU, Arzu., “Yeni Dış Ticaret Teorileri”, **Ekonomik Yaklaşım**, Cilt:7, Sayı: 21, Yaz 1996.

AKTAN, C. Can., **Türkiye Dünyanın Neresinde?**, EĞİAD Yıllık Rapor, 1998.

AKTAN, C. C. (2005), *Türkiye’de Üretim ve İstihdama Yönelik Ulusal Rekabet Gücü Politikası*, Erişim:23.11.2005, <http://www.tisk.org.tr>.

ALPTEKİN, Atilla., “Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Son On Yılda Sergilediği Gelişme ve Gelecek On Yıldaki Beklentileri”, Uluslararası Korumacılık Eğilimleri Karşısında Türk Tekstil Sektörünün Sorunları Semineri’ne Sunulan Bildiri-TEKSİF (Türkiye Tekstil Örme ve Giyim Sanayii İşçileri Sendikası), 16 Mayıs 1990, İstanbul.

ALTUNYALDIZ, Z. (2006), “*Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Zorlaşan Uluslararası Rekabet ve Çin Tehdidine Karşı Alınabilecek Tedbirler*”, Erişim: 16.01.2006, <http://www.igeme.org.tr/tur/bakis/sayi%2026/bakis2614.htm>

ATILGAN, Turan., ”Türk Tekstil Sektörünün Fırsat ve Riskleri”, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı:261, Eylül 2001.

BALASSA, Bela., “Trade Liberalisation and ‘revealed’ Comparative Advantage”, **The Manchester School of Economic and Social Studies**, Vol.33, May 1965.

BALASSA, Bela., “Revealed Comparative Advantage Revisited: An Analysis of Relative Export Shares of the Industrial Countries 1953-1971”, **The Manchester School of Economic and Social Studies**, Vol. 45, No: 4, December 1977.

BALASSA, Bela., **Comparative Advantage, Trade Policy and Economic Development**, Harvester Wheatsheaf, New York, 1989.

ÇAKIROĞLU, Erkan., **Avrupa Topluluğu’nun Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii Ticareti ve Türkiye’nin AT’nin İthalatı İçindeki Payı**, HDTM, Ankara, Ağustos 1993.

ÇAKMAK, Özge Aynagöz., “Türkiye, Çek Cumhuriyeti, Polonya ve Macaristan’ın Cam Endüstrilerinin Avrupa Birliği Piyasasında Rekabet Gücü”, **Ekonomik Yaklaşım**, Cilt: 16, Sayı: 54, 2005.

ÇEŞMECİOĞLU, Senem ve M. Çakar., **Türk Konfeksiyon Yan Sanayii ve İsrail’e İhracat Olanakları**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 1999-53.

ÇETİN, Murat, S. Taslak ve A. Karakaya., “Gümrük Birliği Süreci’nde Rekabet Stratejilerinin Değerlendirilmesi”, **Verimlilik Dergisi**, 2000/1.

ÇOBAN, Orhan ve R. Kök., “Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği, 1989-2001”, **İktisat, İşletme ve Finans**, Sayı: 228, Mart 2005.

DEVİREN, Nursen Vatansever., “Türkiye ile Avrupa Birliği Ülkeleri Arasındaki Sınaî Ürünleri Endüstri-İçi Ticareti”, **İktisat, İşletme ve Finans**, Yıl: 19, Eylül 2004.

DPT, **Türk Sanayinin AT Sanayii Karşısında Rekabet İmkanları**, C: I-II-III. Ö.İ.K.Raporu, Yayın No: 2141, Aralık 1988.

DPT, **VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı Öncesinde Gelişmeler 1984-1988**, Yayın No: 2190, Ankara, 1990.

DPT, **3. İzmir İktisat Kongresi**, 4-7 Haziran 1992, 11. Cilt, 1923-1981-1982,-gıda sanayi, -tekstil ve konfeksiyon, -demir, çelik, -elektronik, -bilişim çalışma grupları rapor ve tartışmalar, 1993.

DPT, **Küreselleşme, Bölgesel Entegrasyonlar ve Türkiye**, VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, Ocak 1995.

DPT, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1996-2000, Tekstil ve Giyim Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Yayın No: DPT: 2549, ÖİK:565, Ankara, 2001.

DPT (2006), *KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı*, Ocak 2004 (b) , Erişim: 17.03.2006, <http://www.ekutup.dpt.gov.tr/esnaf/kobi/strateji.pdf>

DPT (2006), *Sector Profiles of Turkish Industry: A General Outlook*, Şubat 2004 (a), Erişim: 05.05.2006, <http://www.dpt.gov.tr>

DTM (2005, a), *Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü*, Erişim: 10.09.2005, <http://www.foreigntrade.gov.tr/IHR/sector/tekstil.htm>

DTM (2005, b), *AB ile Gümrük Birliği Çerçevesinde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü*, Erişim: 01.12.2005, <http://www.dtm.gov.tr/Ab/textil/gumtexnot.htm>

DULUPÇU, M. Ali., **Küresel Rekabet Gücü (Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme)**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, Haziran 2001.

EMEK, Alpaslan., “Teknik Tekstiller Dünya Pazarı, Türkiye’nin Üretim ve İhraç İmkanları”, **İGEME’den Bakış Dergisi**, Yıl: 9, Sayı: 29, Ocak-Nisan 2005.

ERGÜN, Aygün., “Gümrük Birliği’nin Türkiye’nin Dış Ticaretine Etkileri”, **Uzman Gözüyle Bankacılık Dergisi**, Yıl: 7, Sayı: 26, Haziran 1999.

ERKAN, Canan., “Avrupa Topluluğu Karşısında Türk Sanayiinin Rekabet Yeteneği” (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üni. Sos. Bil. Enstitüsü, İzmir, 1992.

ERKAN, Canan., **Küreselleşme ve Avrupa Topluluğu Karşısında Türkiye’nin Rekabet Yeteneği**, Takav Yayıncılık, İzmir, Aralık 1993.

ERKAN, Canan., “ Uluslararası Rekabet Üstünlüklerinin Belirleyenleri”, **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa, Sayı:1, 1995.

ERKAN, Hüsnü., **Sosyal Piyasa Ekonomisi, Ekonomik Sistem ve Piyasa Ekonomisine İşlerlik Kazandırılması**, İzmir, 1987.

ERTÜRK, Emin., **Uluslararası İktisat**, Alfa Yayınları, Eylül 2001, İstanbul.

ERUYGUR, Ozan, E. Özçelik ve E. Taymaz., “Tekstil ve Hazır Giyim Sanayilerinde Uluslararası Rekabet”, **İktisat, İşletme ve Finans**, Yıl:19, Sayı: 217, Nisan 2004.

ESİN, Arif., “AB’ye Tam Üyelik Sürecinde Ekonomik Mevzuat Uyumu ve Ekonomiye Etkileri”, **İktisat Dergisi**, İFMC Aylık Dergisi, No: 408, Aralık 2000.

FERMAN, Murat, S. Akgüngör ve A. H.Yüksel., “Türkiye’nin İhracat Rekabet Gücü ve Sürdürülebilirliği: Avrupa Birliği Pazarında Rakip Ülkeler ve Türkiye Açısından Bir Karşılaştırma”, 2004 Türkiye İktisat Kongresi’ne Sunulan Bildiri, 5-9 Mayıs 2004, İzmir.

FERTÖ, Imre ve L.J. Hubbard., “Revealed Comparative Advantage and Competitiveness in Hungarian Agri-Food Sectors”, **The World Economy**, Vol: 26, No: 2, February 2003.

GÖNEL, Feride Doğaner., “Tekstil Sektöründe Endüstri-İçi Ticaret”, **DTM Dergisi**, Yıl:6, Sayı: 21, Nisan, 2001.

GÜRAN, Nevzat., **Dışa Açılma Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Rekabet Gücü**, DPT, Yayın No: 2231-AETB: 24, Avrupa Topluluğu ile İlişkiler Başkanlığı, Ankara, Eylül 1990.

HAVRILA, Inka ve P. Gunawardana., “Analysing Comparative Advantage and Competitiveness: An Application to Australia’s Textile and Clothing Industries”, **Australian Economic Papers**, Blackwell Publishing, Vol: 42, March 2003.

HINLOOPEN, Jeroen ve C.V. Marrewijk., “On the Empirical Distribution of the Balassa Index”, **Weltwirtschaftliches Archiv**, 137, 2001.

İKV., **Avrupa Topluluğu (AET) Karşısında Türk Sanayiinin Durumu (53 Sanayi Kolunu Kapsayan Araştırma)**, Yayın No: 13, Eylül, 1985.

İKV., **Avrupa Birliği'nin Girişimcilik (Sanayi ve KOBİ) Politikası ve Türkiye'nin Uyumu**, İstanbul, Haziran 2001.

İTKİB., **Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü 1996**, İstanbul, 1996.

KARAKAYA, Etem ve F.B. Özgen., “Economic Feasibility of Turkey’s Economic Integration with the EU: Perspectives from Trade Creation and Trade Diversion”, ODTÜ 6. Uluslararası Ekonomi Kongresi’ne Sunulan Bildiri, Ankara, 11-14 Eylül 2002.

KEPENEK, Yakup ve N. Yentürk., **Türkiye Ekonomisi**, Remzi Kitabevi, İstanbul, Ocak 2000.

KİBRİTÇİOĞLU, Aykut., “Uluslararası rekabet gücüne kavramsal bir yaklaşım”, **Verimlilik Dergisi**, MPM Yayını, 1996/3.

KİBRİTÇİOĞLU, A. (2006), “*Porter’in Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımı ve İktisat Kuramı*”, Erişim:12.04.2006, http://dialup.ankara.edu.tr/~kibritci/wp5_porter.html.

KRUGMAN, Paul., “Does the New Trade Theory Require a New Trade Policy?”, **The World Economy**, Vol.15, No: 4, 1992.

KUM, Hakan., “Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler: Yeni Yaklaşımlar”, **Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı:14, 1999.

KUMBARACI, M. (2005), “*Pamuk Stratejik Hammadde*”, Erişim: 19.09.2005, <http://www.tekstildergi.org/content/view/65/45//lang,8859-9/,Mart2005>.

KÜÇÜKAHMETOĞLU, Osman., “Gümrük Birliği ve Türkiye'nin Rekabet Gücü”, **Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye Dergisi**, Sayı: 21-22, Ocak-Şubat-Mart-Nisan 1996.

KÜÇÜKAHMETOĞLU, Osman., “Türkiye-AB Gümrük Birliği’nin İktisadi Etkileri”, **İktisat Dergisi**, İFMC Aylık Dergisi, No. 408, Aralık 2000.

LANGE, Gisele ve Björn Radtke., “İthalat Kotalarının Kaldırılmasından Sonra Türk Tekstil Sektörünün Geleceğine İlişkin Görüşler”, Çeviren: Semin Çetin, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 299, Kasım 2004.

LİESNER, H. H., “The European Common Market and British Industry”, **Economic Journal**, 68, 1958.

MAVİTUNCALILAR, Sezer., “GB’nin Dış Ticaretimiz Üzerindeki Etkileri”, **Ekonomik Forum Dergisi**, TOBB Aylık Dergisi, Yıl:4, Sayı: 10, Ekim 1997.

NARİN, Pınar., “Endüstri İçi Ticaret ve İhracata Dayalı Sektörler Açısından Türkiye Uygulaması”, (Yayınlanmış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üni. Sos. Bil. Enstitüsü, İzmir, 2002.

OECD., STI Scoreboard 2003.

OĞUZ, Binhan., **Dahilde İşleme Rejimi ve Tekstil Sektörüne Etkileri**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 2000-22.

OĞUZ, Binhan., **Uluslararası Ticarete Korumacılığın Kaldırılmasının İç ve Dış Piyasalarda Türkiye Ekonomisine Muhtemel Etkileri**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 2004-46, İstanbul, 2004.

OĞUZ, B. (2006), “Türkiye-AB Müzakerelerine ‘Enerjik’ Bir Yaklaşım”, Erişim: 04.05.2006, <http://www.tekstildergi.org/content/view/102/37/>

ÖZDEMİR, Hülya., **GATT Sistemi Kapsamında Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii Dış Ticaretinin Değerlendirilmesi**, İzmir Ticaret Odası Yayını, Yayın No: 31, İzmir 1997.

ÖZGÜN, Aslıhan., **Tekstil ve Konfeksiyon İhtisas Merkezi Fizibilite Etüdü**, KOSGEB, İzmir, 1994.

ÖZİPLİK-İŞ SENDİKASI (2005), *Tekstil Sektörü Sorunlar ve Çözüm Önerileri*,
Mart 2005, Erişim: 09.08.2005,
http://www.oziplikis.org.tr/haberler_duyurular/basin_bildirileri_2005sorun.htm

PORTER, Michael E., **The Competitive Advantage of Nations**, Macmillan,
London 1990.

PORTER, Michael E., **Rekabet Stratejisi: Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri**,
(Çev: Gülen Ulubilgen), Sistem Yayıncılık, Yayın No: 206, İstanbul, Kasım 2000.

SANLI, K.Can., **“Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’da Öngörülen
Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği
Kararlarının Geçersizliği”**, Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi No: 3, Başak
Matbaacılık, Ankara, Ekim 2000.

SEVİM, Ümit ve A. Emek (2006), *Hazır Giyim*, İGEME, Erişim: 16.01.2006,
<http://www.igeme.org.tr/>

SEYİDOĞLU, Halil., **Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama**, Güzem
Yayınları, No: 14, İstanbul, 1998.

SEYMEN, Dilek ve N. Şimşek., “Türkiye ile Çin’in OECD Pazarı’nda Rekabet
Gücü Karşılaştırması”, **İktisat, İşletme ve Finans**, Yıl: 21, Sayı: 244, Temmuz
2006.

SÜMER, H. (2006), *“Güney Doğu Anadolu Projesi hala OHALde”*, Erişim:
17.05.2006, <http://www.aksiyon.com.tr/detay.php?id=21621>

ŞİMŞEK, Nevzat., “Türkiye’nin Yatay ve Dikey Endüstri-İç Dış Ticareti”, **D.E.Ü.
İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt: 20, Sayı: 1, 2005(a).

ŞİMŞEK, Nevzat., “Endüstri İçi Dış Ticaret, Türkiye’nin Endüstri İçi Dış
Ticaretinin Analizi”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üni. Sos. Bil.
Enstitüsü, İzmir, 2005(b).

TAN, B. (2004), *Overview of the Turkish Textile and Apparel Industry*, Harvard Center for Textile and Apparel Research, 2001, Erişim: 02.09.2004, <http://www.hctar.org/pdfs/GSO6.pdf>

TARAKÇIOĞLU, Işık.,“Türk ve Dünya Tekstili”, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 276, Aralık 2002.

TARAKÇIOĞLU, Işık., “Avrupa Birliği Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii’ni Harcıyor mu?”, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 287, Kasım 2003.

TARAKÇIOĞLU, Işık., “Tekstil Sanayii Gelecekte Nerede Üretecek?”, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 299, Kasım 2004.

TARAKÇIOĞLU, Işık., “Organik Pamuk Fantazi mi, Fırsat mı?”, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 309, Eylül 2005.

TEKİN, Mahmut ve M. Zerenler., “Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerin Teknoloji Kullanımının İşletme Üzerindeki Etkileri”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi**, Yıl: 2000, Sayı: 4, Konya.

TİSK İnceleme Yayınları., **Türkiye’nin Rekabet Gücü (AB Ülkeleri, Japonya ve ABD Karşılaştırmalı)**, Yayın No:152.

TOBB ve TÜTSİS., “2005 ve Sonrasında Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Uluslararası Pazarlarda Rekabet Edebilmesi İçin Gerekli Mevzuat Değişiklikleri ve Önlemler”, TOBB ve TÜTSİS tarafından DTM’ye sunulan rapor, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 302, Şubat 2005.

TOGAN, Sübidey., **1980’li Yıllarda Türk Dış Ticaret Rejimi ve Dış Ticaretin Liberizasyonu**”, Türk Eximbank Araştırma Dizisi, No:1, Ankara, 1990.

TÜBİTAK-AB 6. Çerçeve Programı Ulusal Koordinasyon Ofisi., **Türkiye ve AB Çerçeve Programları**, 10 Ağustos 2005, Ankara.

TÜSİAD., **21 Yüzyıla Doğru Türkiye: Geleceğe Dönük Bir Atılım Stratejisi**, (Dört Cilt), Yayın No: TÜSİAD-T/91.3.141, İstanbul, Mart 1991.

UĞUR, Arif., “Rekabet Hukuku Açısından İşletme Birleşmeleri-I”, **Vergi Sorunları Dergisi**, Sayı:148, Ocak, 2001.

USLU, Aypar Topkara., “Gümrük Birliği'nin Olası Etkileri ve Türk Tekstil Sektörüne İlişkin Değerlendirme”, **Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye Dergisi**, Sayı: 25-26, Eylül-Ekim-Kasım-Aralık 1996.

UTKULU, Utku ve D. Seymen., “Trade, Competitiveness and Revealed Comparative Advantage: Evidence for Turkey towards the EU”, *European Trade Study Group 6th, Annual Conference*, ETSG 2004, Nottingham, 9-11 September 2004.

UTKULU, Utku., **Türkiye'nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler**, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, No: 09.1600.0000.000 / DK.05.055.389, İzmir, 2005.

UYSAL, Doğan., “Teknolojik Gelişim ve Global Rekabet Üzerine Etkisi”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:6, Konya, 2000.

UYSAL, Yaşar., **Türkiye ve Ege Bölgesi'nde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü**, Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD) Yayını, İzmir 1998.

UZAY, Nisfet., “Değişen Dünya Koşullarında Türkiye'de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Geleceği”, **İktisat, İşletme ve Finans**, Yıl: 20, Sayı: 228, Mart 2005.

VOLLRATH, T. L., “A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage”, **Weltwirtschaftliches Archiv**, 130, 1991.

WTO., Trade Policy Review-Turkey, Geneva, 1999.

YAŞAR, Ertuğ., **Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü**, İTKİB, İstanbul, 1994.

YAZKURT, Özgürçan., “Dünya Pazarlarında Yaşanan Son Değişiklikler ve Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü Üzerindeki Etkileri”, **Tekstil & Teknik Dergisi**, Sayı: 180, Ocak 2000.

YILDIRIM, Ali Ekber., “Tekstil ve Konfeksiyonun Hammaddesi Pamukta Yerli Üretim Avantajı Kaybediliyor”, **Tekstil İşveren Dergisi**, Sayı: 306, Haziran 2005.

YILDIRIM, A.E. (2006), “*Pamuğun Geleceği Endişe Verici*”, Erişim: 04.02.2006, <http://www.tekstilgergi.org/content/view/405/45/>

YILMAZ, Bahri ve S. J. Ergun., “The Foreign Trade Pattern and Foreign Trade Specialisation of Candidates of The European Union”, **Ezoneplus Working Paper**, No: 19, September, 2003.

YILMAZ, Bahri., “Turkey’s Competitiveness in the European Union: A Comparison with Five Candidate Countries- Bulgaria, The Czech Republic, Hungary, Poland, Romania - and the EU 15”, **Ezoneplus Working Paper**, No: 12, February, 2003.

EKLER

**EK 1: Türk Tekstil Sektörünün AB Tekstil Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₂ Endeksi Değerleri
1994–2005 (>1)**

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
651	6519	224,9	240,7	133,4	123,4	116,5	90,131	106,75	125,54	52,963	55,066	61,704	49,3433	36,283
	6511	6,6625	2,625	1,926	2,3221	3,2581	8,2242	9,3369	10,533	7,9782	8,2975	6,4124	6,21726	10,239
	6513	418,53	149,2	149,5	246,46	383,09	323,24	299,95	285,7	111,56	143,58	144,93	146,356	178,87
	6512	246,31	117,8	20,78	85,999	161,43	412,43	959,52	196,42	131,34	177,96	166,01	155,402	253,35
	6516	45,321	48,22	39,07	28,507	18,834	17,89	32,012	28,483	16,898	13,508	15,427	14,4576	12,68
	6515	142,26	64,58	49,64	63,497	80,035	69,243	57,511	48,191	36,351	43,407	43,337	41,9565	37,455
	6514	9,6394	3,728	3,515	7,4598	11,683	13,77	24,357	27,542	25,128	21,916	26,463	27,9452	24,477
	6517	2,5112	0,203	0,25	0,2524	0,7441	0,8078	0,685	1,54	0,272	0,901	1,1532	0,98452	0,4182
	6518	214,18	111,7	56,73	50,704	51,569	61,587	43,495	36,37	22,787	23,259	18,693	20,7212	30,703
Toplam		82,254	50,36	35,78	41,378	48,6	50,876	49,755	49,844	27,958	28,642	27,693	27,2331	28,332
652	6522	759,36	430,4	86,79	92,939	232,95	176,98	163,55	184,86	70,024	89,508	98,629	86,7843	126,2
	6529	21,181	22,14	4,912	9,3023	2,422	19,922	17,325	7,4289	8,4151	5,0516	4,4705	6,40167	8,5367
	6525	25,627	6,662	6,588	2,644	2,7464	16,895	21,405	23,712	20,584	14,475	20,065	20,3419	46,848
	6526	7,5368	7,5	6,813	8,1916	4,3756	14,18	22,687	36,073	27,538	13,741	18,561	19,0784	19,765
	6524	207,64	110,5	65,68	38,366	38,49	47,114	58,607	48,302	29,926	23,869	25,854	30,9867	38,14
	6523	124,23	107,4	54,65	45,358	37,739	46,616	47,917	46,138	30,4	25,44	20,717	19,7045	20,799
	6521	349,46	225,6	103,4	91,58	50,043	52,79	41,577	43,546	17,896	11,007	10,114	9,43223	11,007
Toplam		223,81	135	63,19	45,777	46,163	53,77	56,129	48,751	29,927	22,984	22,621	24,0309	29,234
653	6534	252,16	164,3	83,74	76,854	129,45	101,54	111,03	136,96	82,725	81,555	49,177	53,544	56,747
	6536	516,61	175,1	81,18	72,401	66,415	58,381	89,881	46,77	33,72	15,43	13,764	12,5888	9,8553
	6533	58,965	44,21	4,664	4,8772	7,1136	9,7627	21,502	21,067	19,766	26,415	26,949	26,3446	24,998
	6532	46,834	12,6	20,46	5,7481	7,5572	6,506	3,7238	5,6539	2,2133	6,0374	6,3489	5,87331	8,259
	6531	111,65	71,65	11,78	15,616	21,104	26,868	36,352	39,789	42,904	62,209	56,447	43,6624	60,529
	6539	110,21	32,57	7,464	5,6617	7,1555	13,033	14,78	13,398	13,265	25,924	38,987	71,4023	101,98
	6538	128,09	144,4	63,74	53,73	36,352	42,516	57,252	64,928	50,047	47,41	47,336	46,7389	37,578
	6535	108,27	102,2	38,52	37,464	71,031	85,836	78,214	54,889	44,292	30,914	20,431	20,8174	20,905
Toplam		164,67	113,7	43,77	36,816	47,683	48,785	56,643	55,454	44,001	48,654	40,895	41,1017	49,302

“EK 1 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
654	6546	10,856	9,36	12,46	7,2889	3,4294	9,4201	7,0428	9,7372	7,066	6,9304	7,3959	5,30666	7,0178
	6549	9,8047	11,81	8,298	4,2899	12,916	36,502	35,251	22,149	42,285	12,973	6,1719	7,0903	10,702
	6541	0,179	0,716	0,143	1,1746	0,4295	1,0008	0,307	0,326	1,0301	2,0648	2,3222	2,06739	2,7952
	6545	20,833	1,696	4,829	1,0947	0	2,2598	2,0158	0	0	0	0,083	0,07411	0
	6543	0,3045	0,671	1,269	0,8509	1,4306	2,0609	1,5249	2,2745	1,4831	0,929	1,3643	1,86754	2,4783
	6542	35,894	45,42	10,61	13,33	15,029	20,543	19,618	20,763	14,775	10,885	6,8968	8,09331	9,5417
	6544	7,0421	2,384	1,256	2,1258	0,9101	4,5813	12,242	4,5613	3,739	6,3984	7,2126	6,29024	7,2654
Toplam		20,491	22,5	7,119	7,1238	8,2841	12,309	10,778	10,975	8,1332	6,7263	5,021	5,53134	6,7899
655	6552	146,45	66,98	46,49	56,229	59,336	61,037	48,783	43,804	34,258	44,202	43,074	42,5406	57,742
	6551	77,815	40,81	23,98	44,336	64,871	78,569	74,656	143,85	71,297	62,287	66,874	63,374	76,217
Toplam		130,1	61,81	41,69	54,247	60,1	63,386	52,587	51,486	40,325	46,812	45,248	44,4342	59,24
656	6561	51,998	22,22	14,89	12,722	15,021	19,754	19,486	15,825	7,1582	2,8118	2,5746	2,57889	3,5373
	6562	15,04	8,381	9,756	1,8325	4,384	10,263	9,0928	12,008	7,8751	8,0064	7,3139	7,17816	8,2121
	6563	27,338	18,63	27,33	12,144	16,468	38,298	29,165	59,894	57,772	52,701	119,46	117,8	64,422
	6565	13,676	21,94	36	84,473	170,57	934,82	572,97	527,26	350,62	188,2	219,48	225,739	259,61
	6564	497,89	508,6	223,1	252,8	171,62	631,41	908,25	1225,6	767,75	732,69	663,17	614,107	337,67
Toplam		76,261	66,73	41,81	32,632	39,769	91,319	87,062	103,74	74,242	59,956	58,766	60,3829	51,772
657	6579	17,963	45,38	40,13	36,62	106,57	149,47	112,33	107,11	125,9	187,23	236,82	206,811	231,6
	6577	0,598	0,748	1,148	0,6554	0,4762	1,3283	1,4204	1,3069	3,5839	3,0495	3,3458	3,04533	2,2853
	6578	8,5102	26,38	45,62	17,852	13,912	2,9218	3,201	0,909	2,8329	0,94	1,5828	1,77563	4,1982
	6572	2,8929	1,847	3,882	3,332	2,5291	2,4445	3,4573	4,6648	2,9472	2,7911	3,1592	3,0211	4,0655
	6573	10,466	12,25	7,015	5,4053	6,3025	8,8153	16,276	13,786	6,0266	5,4526	4,5497	5,73005	6,2814
	6574	0,0138	0,309	0,724	0,1605	0,5762	0,3349	1,159	0,652	0,403	0,172	0,53	1,27084	1,9261
	6571	1,1531	0,234	2,24	0,5086	0,6865	8,071	5,5668	9,8116	7,6424	6,1257	5,1369	4,75008	4,9728
	6575	58,284	66,48	31,78	18,075	12,511	12,55	5,2902	5,7634	3,4796	2,1657	1,9508	1,93812	1,5689
	6576	35,565	1207	191,2	35,676	20,318	71,16	327,97	596,73	2429,2	77,949	---	---	6,3688
Toplam		7,5696	9,96	7,739	6,6194	9,6834	11,645	11,875	11,429	8,2587	7,7885	9,6891	9,5251	10,619

“EK 1 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
658	6589	12,015	35,47	21,56	13,7	17,961	29,3	20,979	30,57	28,447	38,462	26,72	23,497	18,03
	6583	894,12	191,1	90,65	59,666	74,161	95,61	131,06	247,98	408,89	550,86	571,81	480,248	290,14
	6581	40451	20027	3311	3351,4	8013,8	7239,6	9773,9	6767,8	6105,7	2823,7	2710,6	2416,41	2189,9
	6585	6126,4	4229	1285	1432,9	1553,1	2519,5	1854,4	3788,2	3378,8	2894,5	2306,9	1607,54	942,88
	6582	22,598	14,23	131,8	1,8725	3,8022	12,31	12,597	25,094	5,8789	16,421	32,558	28,1903	19,956
	6584	10976	12946	2885	3570,2	4033,6	5177,4	4589,2	6492,4	5884,8	5665,3	5177,9	4610,82	4798,8
Toplam		2995,2	2064	1138	1025,5	1358,2	1623,3	1496,5	2205,6	1609	1827,3	1584,7	1335,03	1063,9
659	6595	903,46	899,5	127,3	316,04	286,44	567,64	517,48	307,44	234,6	185,85	82,365	75,2301	80,234
	6593	39716	30830	163,7	798,12	596,08	152,81	371,02	6575,3	199,87	1505,5	2389,5	2163,61	112,92
	6592	33747	9417	425,6	411,38	348,36	227,24	187,04	1281,7	722,98	739,21	795,81	718,658	102,4
	6591	0	0	0	0,3947	0,0191	0	0,014	0,001	0	0,135	0,884	0,80283	0,2478
	6596	1,3587	0,337	11,16	10,172	10,222	7,3535	12,263	16,527	8,659	10,241	5,1041	4,57308	18,407
	6594	12,409	20,09	5,278	4,4974	4,1179	8,6226	9,1828	18,938	17,315	19,863	17,619	24,8581	32,704
Toplam		785,12	446,4	108,7	98,965	75,394	74,379	59,315	113,17	70,961	63,162	41,587	43,5838	44,775
65 Toplam		116,81	85,86	50,2	47,854	55,449	61,408	62,984	63,381	45,191	45,087	41,389	39,3606	43,754

(* 25 üyeli AB'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini ifade etmektedir. Diğerleri ise 15 üyeli AB 'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini göstermektedir.)

Kaynak: AKÜ endekslerinin hesaplanması için gerekli ham veriler yıllık bazda WTO, EUROSTAT, DTM ve DİE (yeni adıyla TÜİK)'den derlenmiş olup endeks değerleri yazar tarafından hesaplanmıştır.

**EK 2: Türk Tekstil Sektörünün AB Tekstil Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₆ Endeksi Değerleri
1994–2005 (>0)**

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
651	6519	221,14	238,08	129,39	119,78	112,319	83,993	102,11	121,14	45,177	48,958	56,917	44,861	28,887
	6511	-120,4	-237,55	-273,57	-190,28	-146,15	-59,04	-43,74	-41,85	-43,71	-32,23	-39,64	-29,353	-15,97
	6513	416,51	144,94	145,97	244,65	381,822	321,52	298,3	283,77	107,86	141,24	142,89	144,84	177,37
	6512	242,87	112,41	-4,7586	80,799	158,412	411,09	959,01	193,61	128,2	176,07	164,23	153,98	252,29
	6516	26,647	35,139	25,487	12,819	-7,0116	-13,03	16,532	9,113	-7,506	-11,39	-3,716	-0,839	-8,483
	6515	136,32	54,814	38,956	56,453	73,953	61,254	48,894	36,742	25,007	35,659	36,523	36,686	30,29
	6514	-78,16	-165,4	-147,43	-52,494	-29,984	-26,41	4,0116	7,511	8,7176	6,5713	15,303	20,031	13,513
	6517	-334,5	-3110	-2125	-1771,9	-653,48	-684	-722,2	-356,7	-1516	-372,2	-254,9	-223,65	-641,3
	6518	210,23	106,06	47,382	41,883	42,1295	52,605	32,102	21,2	4,6903	8,7988	2,8939	10,048	21,963
Toplam		71,965	37,839	20,948	30,57	38,5843	40,003	39,795	38,776	13,208	16,9	17,028	19,112	18,86
652	6522	758,25	428,95	80,675	88,127	230,86	173,86	160,52	181,88	64,135	85,751	95,635	84,236	124,08
	6529	-18,78	-6,3436	-103,1	-38,776	-198,57	-7,845	-11,28	-66,84	-40,59	-61,52	-61,59	-28,144	-22,9
	6525	-7,398	-87,973	-73,935	-166,51	-174,5	-15,85	-1,747	0,4456	0,5505	-8,76	5,3459	9,4701	41,12
	6526	-104,8	-76,562	-71,057	-46,405	-106,87	-24,83	0,8442	20,779	12,564	-10,74	2,6503	7,4867	6,1868
	6524	203,57	104,81	57,599	26,709	25,8434	35,372	50,151	36,88	16,147	9,7784	14,431	23,85	31,104
	6523	117,42	101,56	44,938	35,498	24,8409	34,748	37,574	34,18	16,835	12,219	6,4624	8,481	7,896
	6521	347,04	222,82	98,243	86,696	40,3162	42,311	29,657	30,876	-5,146	-19,55	-19,09	-14,014	-13,38
Toplam		220,03	130,29	54,791	36,007	35,6181	43,482	47,3	37,435	16,148	8,3518	9,5658	14,828	20,054
653	6534	248,8	160,44	77,407	71,035	125,694	96,09	106,57	132,93	77,74	77,431	43,172	49,414	52,018
	6536	514,97	171,46	74,648	66,223	59,0857	48,905	84,368	34,974	21,491	-6,366	-7,692	-4,9785	-17,38
	6533	44,612	29,943	-109,1	-86,823	-61,317	-46,9	-1,546	-5,122	-1,096	13,683	15,991	17,95	14,262
	6532	28,763	-37,427	-5,4755	-72,058	-56,856	-78,52	-129,4	-91,93	-184,1	-49,67	-40,17	-31,78	-24,23
	6531	104,07	62,849	-33,267	-13,024	-1,9617	6,2776	22,72	25,923	33,293	56,803	51,215	38,597	56,095
	6539	102,53	13,21	-63,613	-73,332	-60,874	-29,41	-18,75	-27,78	-17,82	12,951	31,412	68,305	99,344
	6538	121,48	140,03	55,413	45,406	22,961	29,504	48,596	56,431	41,807	40,316	41,097	42,007	30,437
	6535	100,45	96,07	24,748	25,526	64,178	79,391	71,878	44,837	34,982	20,036	5,9764	10,194	8,0685
Toplam		159,53	108,14	31,655	24,668	37,4743	37,445	47,894	45,505	34,629	41,742	33,673	35,721	43,859

“EK 2 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
654	6546	-67,1	-58,002	-30,102	-54,07	-138,52	-49,31	-63,32	-46,92	-51,29	-41,6	-32,54	-36,368	-31,22
	6549	-76,51	-41,552	-55,639	-99,964	-24,774	21,346	21,193	-2,76	32,532	-12,95	-41,68	-24,101	-14,38
	6541	-4728	-879,52	-3700,8	-379,57	-1132,9	-551,7	-1615	-1695	-399,3	-160,8	-124,9	-104,9	-93,21
	6545	-19,79	-370,15	-105,04	-407,44	---	-242,5	-243,8	---	---	---	-3551	-2984,2	---
	6543	-2779	-939,28	-416,72	-524,74	-338,82	-266,4	-323,4	-240,3	-276,6	-361,2	-215,1	-116,55	-105,8
	6542	12,316	31,539	-39,411	-20,221	-17,36	-6,386	-5,642	-5,808	-13,14	-20,01	-35,92	-19,232	-18,58
	6544	-113,1	-262,1	-421,06	-208,26	-533,94	-116,2	-28,24	-116,4	-106,5	-46,16	-33,73	-28,868	-29,67
Toplam		-20,81	-5,5289	-67,404	-55,657	-50,477	-32,64	-35,2	-39,3	-42,57	-43,27	-53,8	-34,45	-32,73
655	6552	140,67	57,565	35,078	48,275	51,1323	51,973	38,624	31,208	22,221	36,593	36,218	37,342	53,095
	6551	66,939	25,364	1,8632	34,249	57,3666	71,529	68,018	140,01	65,514	56,888	62,458	59,884	72,696
Toplam		123,59	51,606	28,97	46,003	52	54,658	43,163	40,77	30,099	39,628	38,721	39,457	54,71
656	6561	35,722	-6,1505	-20,742	-22,433	-17,385	-8,251	-5,946	-19,04	-50,45	-116,8	-112,1	-83,176	-72,33
	6562	-41,23	-66,845	-44,624	-242,22	-106,65	-43,64	-45,41	-33,94	-44,49	-34	-33,06	-23,631	-24,47
	6563	-3,62	-15,206	7,9158	-24,683	-13,092	23,853	12,173	50,683	50,635	46,32	116,99	115,92	60,257
	6565	-48,2	-6,7975	21,264	79,178	167,719	934,23	572,11	526,21	349,45	186,41	218,14	224,76	258,57
	6564	496,19	507,39	220,7	251,03	168,781	630,53	907,7	1225,1	767,22	732,23	662,73	613,75	336,88
Toplam		65,163	57,283	29,125	18,926	27,5293	85,261	81,37	98,422	68,687	54,346	53,741	56,72	46,589
657	6579	-29,15	31,487	26,913	24,407	102,001	145,77	107,91	101,96	122,62	185,43	235,58	205,74	230,44
	6577	-1415	-842,56	-460,79	-681,74	-1021,8	-415,1	-347,5	-420,8	-111,5	-107,2	-84,92	-69,575	-115,1
	6578	-90,94	2,4852	33,988	-7,1997	-21,077	-186,4	-151,6	-606,2	-142,7	-357	-185	-122,77	-59,73
	6572	-289,7	-339,45	-132,77	-130,89	-189,95	-223,9	-139,9	-113,6	-137	-117,7	-90,32	-70,182	-61,94
	6573	-70,4	-39,235	-68,612	-77,336	-70,935	-53,94	-14,17	-26,23	-62,4	-56,23	-60,36	-32,865	-36,44
	6574	-61509	-2042,1	-731,62	-2786,2	-844,31	-1651	-426,4	-845,9	-1022	-1954	-556,9	-172,75	-137,4
	6571	-732,8	-2699,9	-234,55	-878,9	-708,38	-60,47	-83,45	-46,42	-46,31	-48,78	-52,35	-41,808	-48,99
	6575	43,764	56,999	15,094	-6,6679	-26,399	-31,53	-88,39	-89,96	-115	-153,1	-149,4	-112,17	-169,5
	6576	11,769	1206,6	188,4	23,14	-3,6396	63,386	326,46	595,81	2429,1	73,635	---	---	-35,77
Toplam		-104,2	-53,345	-60,811	-60,945	-40,586	-35,86	-29,86	-36,84	-41,67	-35,39	-20,79	-13,693	-14,65

“EK 2 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
658	6589	-58,42	17,693	-3,0471	-18,944	-9,1415	10,42	-2,642	12,5232	13,951	29,717	15,667	14,085	3,1458
	6583	893,17	187,84	84,802	52,171	67,5975	89,824	127,28	245,757	407,88	550,25	571,29	479,79	289,21
	6581	40451	20027	3310,4	3351,3	8013,7	7239,5	9773,9	6767,76	6105,6	2823,5	2710,5	2416,3	2189,8
	6585	6126,3	4228,8	1284,4	1432,6	1552,81	2519,3	1854,1	3788,02	3378,7	2894,4	2306,7	1607,4	942,6
	6582	-14,85	-30,087	127,82	-236,98	-124,22	-32,63	-26,74	3,10878	-64,26	-4,06	23,487	20,345	6,5084
	6584	10976	12946	2884,4	3570,1	4033,52	5177,3	4589,1	6492,34	5884,8	5665,3	5177,9	4610,8	4798,7
Toplam		2995	2063,9	1137,9	1025	1357,84	1622,9	1496,2	2205,37	1608,7	1827,1	1584,5	1334,9	1063,6
659	6595	902,52	898,83	123,17	314,63	284,736	566,67	516,52	305,641	232,85	184,04	78,78	72,29	76,89
	6593	39716	30830	160,45	797,56	595,259	149,19	369,68	6575,17	197,81	1505,3	2389,4	2163,5	110,54
	6592	33747	9416,7	424,39	410,29	346,963	224,8	184,39	1281,28	722,41	738,76	795,44	718,35	99,781
	6591	---	---	---	-1132,7	-25487	---	-35233	-471105	---	-2484	-333,2	-274,66	-1083
	6596	-621,5	-1868	-36,362	-33,798	-37,398	-67,88	-28,15	-16,857	-38,96	-22,6	-52,76	-43,786	3,8281
	6594	-55,79	-11,284	-95,237	-94,946	-114,09	-55,54	-44,78	-10,1954	-6,5	2,9322	0,8573	15,961	24,498
Toplam		784,04	444,98	103,78	94,446	68,9376	66,941	50,96	108,3	65,149	57,837	34,486	38,51	38,782
65 Toplam		109,56	78,512	39,626	38,508	46,6697	52,399	55,116	54,6759	36,066	37,628	34,254	33,742	37,62

(* 25 üyeli AB'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini ifade etmektedir. Diğerleri ise 15 üyeli AB 'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini göstermektedir.)

Kaynak: AKÜ endekslerinin hesaplanması için gerekli ham veriler yıllık bazda WTO, EUROSTAT, DTM ve DİE (yeni adıyla TÜİK)'den derlenmiş olup endeks değerleri yazar tarafından hesaplanmıştır.

**EK 3: Türk Tekstil Sektörünün AB Tekstil Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₇ Endeksi Değerleri
1994–2005 (>0)**

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
651	6519	5,416	5,4835	4,8931	4,8154	4,7579	4,5013	4,67052	4,833	3,9696	4,009	4,122342	3,8988	3,591
	6511	1,896	0,9651	0,6553	0,8425	1,1811	2,1071	2,23397	2,355	2,0767	2,116	1,858226	1,82733	2,326
	6513	6,037	5,0051	5,0074	5,5072	5,9483	5,7784	5,70362	5,655	4,7146	4,967	4,976227	4,98604	5,187
	6512	5,507	4,7687	3,0338	4,4543	5,0841	6,0221	6,86644	5,28	4,8778	5,182	5,112068	5,04602	5,535
	6516	3,814	3,8757	3,6653	3,3502	2,9357	2,8843	3,46612	3,349	2,8272	2,603	2,736145	2,67122	2,54
	6515	4,958	4,1679	3,9049	4,151	4,3825	4,2376	4,05197	3,875	3,5932	3,771	3,769014	3,73663	3,623
	6514	2,266	1,3158	1,2569	2,0095	2,4581	2,6225	3,19283	3,316	3,224	3,087	3,275757	3,33025	3,198
	6517	0,921	-1,596	-1,388	-1,377	-0,296	-0,213	-0,3776	0,432	-1,302	-0,104	0,142506	-0,0156	-0,872
	6518	5,367	4,7159	4,0384	3,926	3,9429	4,1205	3,77266	3,594	3,1262	3,147	2,928141	3,03116	3,424
Toplam		4,41	3,9192	3,5773	3,7228	3,8836	3,9294	3,90711	3,909	3,3307	3,355	3,321169	3,30443	3,344
652	6522	6,632	6,0648	4,4635	4,5319	5,4508	5,1761	5,09712	5,22	4,2488	4,494	4,591368	4,46343	4,838
	6529	3,053	3,0973	1,5917	2,2303	0,8846	2,9918	2,85218	2,005	2,13	1,62	1,497506	1,85656	2,144
	6525	3,244	1,8965	1,8853	0,9723	1,0103	2,827	3,06361	3,166	3,0245	2,672	2,998959	3,01268	3,847
	6526	2,02	2,0149	1,9188	2,1031	1,4761	2,6519	3,1218	3,586	3,3156	2,62	2,921075	2,94856	2,984
	6524	5,336	4,7051	4,1847	3,6472	3,6504	3,8526	4,07085	3,877	3,3987	3,173	3,252465	3,43356	3,641
	6523	4,822	4,6768	4,0009	3,8146	3,6307	3,8419	3,86946	3,832	3,4144	3,236	3,030976	2,98085	3,035
	6521	5,856	5,4188	4,6384	4,5172	3,9129	3,9663	3,72754	3,774	2,8846	2,399	2,313915	2,24413	2,398
Toplam		5,411	4,905	4,1461	3,8238	3,8322	3,9847	4,02765	3,887	3,3988	3,135	3,118885	3,17934	3,375
653	6534	5,53	5,1016	4,4277	4,3419	4,8633	4,6204	4,70983	4,92	4,4155	4,401	3,895428	3,9805	4,039
	6536	6,247	5,1651	4,3967	4,2822	4,1959	4,067	4,49849	3,845	3,5181	2,736	2,622065	2,53281	2,288
	6533	4,077	3,7888	1,5398	1,5846	1,962	2,2786	3,06813	3,048	2,984	3,274	3,293964	3,27126	3,219
	6532	3,847	2,5339	3,0183	1,7489	2,0225	1,8727	1,31474	1,732	0,7945	1,798	1,848288	1,77042	2,111
	6531	4,715	4,2718	2,4662	2,7483	3,0495	3,2909	3,59326	3,684	3,759	4,131	4,033309	3,77649	4,103
	6539	4,702	3,4833	2,0101	1,7337	1,9679	2,5675	2,6933	2,595	2,5851	3,255	3,663238	4,26833	4,625
	6538	4,853	4,9725	4,1548	3,984	3,5932	3,7499	4,04747	4,173	3,913	3,859	3,857273	3,84458	3,626
	6535	4,685	4,6273	3,6512	3,6234	4,2631	4,4524	4,35944	4,005	3,7908	3,431	3,017059	3,03579	3,04
Toplam		5,104	4,7334	3,779	3,6059	3,8646	3,8874	4,03677	4,016	3,7842	3,885	3,711003	3,71605	3,898

“EK 3 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
654	6546	2,385	2,2364	2,5228	1,9864	1,2324	2,2428	1,952	2,276	1,9553	1,936	2,00093	1,66896	1,948
	6549	2,283	2,4693	2,116	1,4563	2,5584	3,5974	3,5625	3,098	3,7444	2,563	1,820009	1,95873	2,37
	6541	-1,72	-0,334	-1,942	0,161	-0,845	0,0008	-1,1816	-1,122	0,0296	0,725	0,84251	0,72629	1,028
	6545	3,037	0,528	1,5746	0,0905	---	0,8153	0,70102	---	---	---	-2,48689	-2,6023	---
	6543	-1,189	-0,399	0,2384	-0,161	0,3581	0,7232	0,42196	0,822	0,3941	-0,074	0,310651	0,62462	0,908
	6542	3,581	3,816	2,3615	2,59	2,71	3,0225	2,97647	3,033	2,6929	2,387	1,931056	2,09104	2,256
	6544	1,952	0,8687	0,2281	0,7541	-0,094	1,522	2,50484	1,518	1,3188	1,856	1,975835	1,839	1,983
Toplam		3,02	3,1134	1,9628	1,9634	2,1143	2,5103	2,37746	2,396	2,096	1,906	1,613622	1,71043	1,915
655	6552	4,987	4,2044	3,8392	4,0294	4,0832	4,1115	3,88738	3,78	3,5339	3,789	3,762928	3,75046	4,056
	6551	4,354	3,709	3,1774	3,7918	4,1724	4,364	4,31289	4,969	4,2669	4,132	4,202814	4,14905	4,334
Toplam		4,868	4,124	3,7304	3,9936	4,096	4,1492	3,96246	3,941	3,697	3,846	3,812148	3,79401	4,082
656	6561	3,951	3,1011	2,7006	2,5433	2,7095	2,9833	2,96968	2,762	1,9683	1,034	0,94569	0,94736	1,263
	6562	2,711	2,126	2,2779	0,6057	1,478	2,3286	2,20748	2,486	2,0637	2,08	1,989776	1,97104	2,106
	6563	3,308	2,9249	3,3079	2,4968	2,8014	3,6454	3,37296	4,093	4,0565	3,965	4,783016	4,76899	4,165
	6565	2,616	3,0883	3,5835	4,4364	5,1392	6,8404	6,35084	6,268	5,8597	5,237	5,39127	5,41938	5,559
	6564	6,21	6,2317	5,4075	5,5326	5,1453	6,4479	6,81152	7,111	6,6435	6,597	6,497037	6,42017	5,822
Toplam		4,334	4,2007	3,7332	3,4853	3,6831	4,5144	4,46663	4,642	4,3073	4,094	4,073567	4,10071	3,947
657	6579	2,888	3,8151	3,6922	3,6006	4,6688	5,0071	4,7214	4,674	4,8355	5,232	5,467318	5,33181	5,445
	6577	-0,514	-0,291	0,1384	-0,423	-0,742	0,2839	0,35091	0,268	1,2764	1,115	1,207712	1,11361	0,826
	6578	2,141	3,2727	3,8203	2,8821	2,6328	1,0722	1,16346	-0,096	1,0413	-0,062	0,459209	0,57416	1,435
	6572	1,062	0,6137	1,3564	1,2036	0,9278	0,8938	1,24049	1,54	1,0808	1,026	1,150333	1,10562	1,403
	6573	2,348	2,5053	1,948	1,6874	1,8409	2,1765	2,78971	2,624	1,7962	1,696	1,515067	1,74572	1,838
	6574	-4,286	-1,175	-0,322	-1,829	-0,551	-1,094	0,14759	-0,428	-0,908	-1,76	-0,6353	0,23968	0,656
	6571	0,142	-1,455	0,8067	-0,676	-0,376	2,0883	1,71682	2,284	2,0337	1,812	1,636456	1,55816	1,604
	6575	4,065	4,1969	3,459	2,8945	2,5266	2,5297	1,66585	1,752	1,2469	0,773	0,668246	0,66172	0,45
	6576	3,571	7,096	5,2532	3,5745	3,0115	4,2649	5,79293	6,391	7,7953	4,356	---	---	1,851
Toplam		2,024	2,2985	2,0463	1,89	2,2704	2,4549	2,47445	2,436	2,1113	2,053	2,271006	2,25393	2,363

“EK 3 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
658	6589	2,486	3,5687	3,0708	2,6174	2,8882	3,3776	3,04354	3,42	3,348	3,65	3,285414	3,15687	2,892
	6583	6,796	5,253	4,5071	4,0888	4,3062	4,5603	4,87563	5,513	6,0134	6,311	6,348803	6,1743	5,67
	6581	10,61	9,9048	8,1049	8,1171	8,9889	8,8873	9,18748	8,82	8,717	7,946	7,904924	7,79004	7,692
	6585	8,72	8,3497	7,1584	7,2675	7,348	7,8318	7,5253	8,24	8,1253	7,971	7,74365	7,38246	6,849
	6582	3,118	2,6552	4,8816	0,6273	1,3356	2,5104	2,53342	3,223	1,7714	2,799	3,483018	3,33898	2,994
	6584	9,303	9,4685	7,9671	8,1804	8,3024	8,5521	8,43145	8,778	8,6801	8,642	8,552164	8,43616	8,476
Toplam		8,005	7,6325	7,0374	6,9329	7,2139	7,3922	7,31091	7,699	7,3834	7,511	7,36817	7,19671	6,97
659	6595	6,806	6,8019	4,8468	5,7559	5,6575	6,3415	6,24896	5,728	5,4579	5,225	4,411162	4,32055	4,385
	6593	10,59	10,336	5,098	6,6823	6,3904	5,0292	5,91626	8,791	5,2977	7,317	7,778839	7,67953	4,727
	6592	10,43	9,1503	6,0536	6,0195	5,8532	5,426	5,23131	7,156	6,5834	6,606	6,679365	6,57739	4,629
	6591	---	---	---	-0,93	-3,958	---	-4,264	-6,75	---	-1,999	-0,1233	-0,2196	-1,395
	6596	0,307	-1,086	2,4126	2,3196	2,3246	1,9952	2,50662	2,805	2,1586	2,326	1,630041	1,52019	2,913
	6594	2,518	3,0004	1,6636	1,5035	1,4153	2,1544	2,21734	2,941	2,8516	2,989	2,868982	3,21318	3,487
Toplam		6,666	6,1012	4,6882	4,5948	4,3227	4,3092	4,08286	4,729	4,2621	4,146	3,727796	3,77468	3,802
65 Toplam		4,761	4,4527	3,9159	3,8682	4,0155	4,1175	4,14289	4,149	3,8109	3,809	3,72302	3,67276	3,779

(* 25 üyeli AB'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini ifade etmektedir. Diğerleri ise 15 üyeli AB 'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini göstermektedir.)

Kaynak: AKÜ endekslerinin hesaplanması için gerekli ham veriler yıllık bazda WTO, EUROSTAT, DTM ve DİE (yeni adıyla TÜİK)'den derlenmiş olup endeks değerleri yazar tarafından hesaplanmıştır.

**EK 4: Türk Tekstil Sektörünün AB Tekstil Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₈ Endeksi Değerleri
1994–2005 (>0)**

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
651	6519	4,0904	4,5206	3,5123	3,528	3,3279	2,6868	3,135	3,352	1,917	2,199	2,5566	2,39875	1,5904
	6511	-2,948	-4,5162	-4,963	-4,42	-3,826	-2,102	-1,738	-1,604	-1,868	-1,586	-1,97163	-1,7442	-0,94
	6513	5,3326	3,5637	3,7409	4,911	5,7087	5,241	5,202	4,997	3,407	4,1157	4,26437	4,57323	4,7809
	6512	4,2723	3,0908	-0,206	2,806	3,9803	5,7284	7,527	4,248	3,734	4,545	4,53605	4,69318	5,4772
	6516	0,8867	1,3049	1,0567	0,597	-0,316	-0,547	0,727	0,386	-0,368	-0,612	-0,21579	-0,0564	-0,512
	6515	3,1745	1,8892	1,5359	2,199	2,5771	2,1595	1,898	1,437	1,165	1,7232	1,84994	2,07442	1,6539
	6514	-2,209	-3,8149	-3,76	-2,08	-1,272	-1,071	0,18	0,318	0,426	0,3564	0,86343	1,26164	0,8031
	6517	-4,899	-9,6384	-9,049	-8,86	-6,779	-6,743	-6,961	-5,45	-8,626	-6,026	-5,40307	-5,4301	-7,336
	6518	3,9927	2,9853	1,8029	1,749	1,698	1,9252	1,34	0,874	0,23	0,4753	0,1682	0,66346	1,2564
Toplam		2,0787	1,3919	0,8807	1,342	1,5794	1,5431	1,609	1,505	0,639	0,8917	0,95426	1,21002	1,0957
652	6522	6,5241	5,683	2,6531	2,961	4,7138	4,0364	3,989	4,126	2,476	3,1706	3,49465	3,528	4,0834
	6529	-0,635	-0,252	-3,091	-1,64	-4,419	-0,332	-0,501	-2,302	-1,762	-2,579	-2,69307	-1,6857	-1,304
	6525	-0,254	-2,6536	-2,503	-4,16	-4,167	-0,662	-0,078	0,019	0,027	-0,473	0,30983	0,62651	2,1015
	6526	-2,701	-2,4166	-2,436	-1,9	-3,236	-1,012	0,038	0,858	0,609	-0,577	0,15407	0,49826	0,3755
	6524	3,9307	2,9638	2,0956	1,191	1,113	1,3894	1,936	1,442	0,776	0,5271	0,81685	1,46826	1,6902
	6523	2,9034	2,9071	1,7279	1,526	1,0736	1,3681	1,533	1,35	0,807	0,6546	0,37387	0,56284	0,4775
	6521	4,9719	4,3912	3,0029	2,931	1,638	1,6169	1,249	1,235	-0,253	-1,021	-1,06025	-0,9106	-0,795
Toplam		4,0807	3,3635	2,0183	1,544	1,4765	1,6537	1,85	1,46	0,776	0,4516	0,54969	0,95983	1,1583
653	6534	4,3192	3,7567	2,5816	2,581	3,5388	2,9251	3,214	3,526	2,809	2,9845	2,10277	2,56216	2,4849
	6536	5,7537	3,8838	2,5196	2,461	2,204	1,8183	2,791	1,377	1,014	-0,345	-0,44395	-0,3332	-1,016
	6533	1,413	1,1312	-3,194	-2,93	-2,264	-1,759	-0,069	-0,218	-0,054	0,7298	0,89985	1,14367	0,8452
	6532	0,9523	-1,3787	-0,237	-2,61	-2,143	-2,57	-3,576	-2,848	-4,433	-2,222	-1,99151	-1,858	-1,37
	6531	2,6898	2,0971	-1,341	-0,61	-0,089	0,2661	0,981	1,054	1,496	2,443	2,37854	2,15412	2,6139
	6539	2,6639	0,5202	-2,254	-2,64	-2,252	-1,181	-0,819	-1,123	-0,852	0,6923	1,63839	3,13781	3,6571
	6538	2,9646	3,4986	2,0357	1,865	0,9987	1,184	1,889	2,034	1,804	1,8996	2,02646	2,2903	1,6605
	6535	2,6283	2,8081	1,0285	1,144	2,3384	2,5891	2,513	1,698	1,56	1,0444	0,34604	0,67272	0,4877
Toplam		3,467	3,0204	1,2842	1,109	1,5413	1,4591	1,868	1,718	1,547	1,9514	1,73392	2,03325	2,2036

“EK 4 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
654	6546	-1,971	-1,9737	-1,228	-2,13	-3,723	-1,83	-2,302	-1,761	-2,111	-1,946	-1,68622	-2,0609	-1,695
	6549	-2,175	-1,5079	-2,042	-3,19	-1,071	0,879	0,919	-0,117	1,467	-0,692	-2,04806	-1,4814	-0,852
	6541	-10,18	-7,1139	-10,16	-5,78	-7,878	-6,314	-8,569	-8,558	-5,963	-4,368	-4,00306	-3,9463	-3,537
	6545	-0,668	-5,3905	-3,125	-5,92	---	-4,685	-4,804	---	---	---	-10,6619	-10,603	---
	6543	-9,119	-7,2452	-5,797	-6,43	-5,472	-4,869	-5,362	-4,669	-5,234	-5,966	-5,06678	-4,1496	-3,777
	6542	0,4203	1,1854	-1,551	-0,92	-0,768	-0,271	-0,253	-0,247	-0,636	-1,043	-1,82597	-1,2168	-1,081
	6544	-2,837	-4,709	-5,818	-4,59	-6,376	-3,272	-1,196	-3,278	-3,384	-2,106	-1,73641	-1,7209	-1,626
Toplam		-0,701	-0,2197	-2,348	-2,18	-1,959	-1,295	-1,451	-1,522	-1,83	-2,006	-2,46084	-1,978	-1,761
655	6552	3,2325	1,9623	1,4046	1,956	1,9786	1,9072	1,569	1,246	1,046	1,7595	1,83777	2,10207	2,5196
	6551	1,9678	0,9715	0,0809	1,481	2,157	2,4122	2,42	3,624	2,512	2,4455	2,71755	2,89926	3,0748
Toplam		2,9957	1,8015	1,1869	1,884	2,0042	1,9827	1,719	1,57	1,372	1,8742	1,93621	2,18917	2,5709
656	6561	1,1615	-0,2443	-0,873	-1,02	-0,769	-0,349	-0,266	-0,79	-2,085	-3,75	-3,7967	-3,5041	-3,066
	6562	-1,319	-2,1945	-1,718	-4,89	-3,232	-1,659	-1,791	-1,342	-1,894	-1,658	-1,70853	-1,4568	-1,381
	6563	-0,124	-0,5967	0,342	-1,11	-0,585	0,9751	0,54	1,872	2,091	2,1112	3,87795	4,13912	2,7386
	6565	-1,51	-0,2699	0,8932	2,77	4,0905	7,365	6,496	6,222	5,698	4,657	5,09446	5,43991	5,526
	6564	5,6798	6,0169	4,5412	4,962	4,1027	6,5802	7,417	7,909	7,265	7,3754	7,30599	7,44148	6,0518
Toplam		1,9274	1,9549	1,1925	0,867	1,1784	2,713	2,728	2,971	2,593	2,3692	2,45905	2,80256	2,3014
657	6579	-0,964	1,1837	1,1105	1,098	3,1498	3,6984	3,237	3,035	3,649	4,6466	5,24655	5,26476	5,2976
	6577	-7,769	-7,0282	-5,997	-6,95	-7,672	-5,748	-5,504	-5,778	-3,469	-3,588	-3,27266	-3,1716	-3,939
	6578	-2,458	0,0989	1,3667	-0,34	-0,922	-4,171	-3,879	-6,504	-3,939	-5,943	-4,76966	-4,2505	-2,723
	6572	-4,616	-5,219	-3,561	-3,7	-4,332	-4,528	-3,725	-3,233	-3,86	-3,765	-3,38742	-3,1876	-2,787
	6573	-2,045	-1,436	-2,378	-2,73	-2,506	-1,963	-0,626	-1,066	-2,43	-2,426	-2,65795	-1,9074	-1,917
	6574	-15,31	-8,7973	-6,919	-9,76	-7,291	-8,503	-5,911	-7,169	-7,839	-9,338	-6,95869	-4,9195	-4,281
	6571	-6,456	-9,3556	-4,661	-7,46	-6,94	-2,139	-2,772	-1,746	-1,954	-2,193	-2,41517	-2,2825	-2,384
	6575	1,3898	1,9474	0,6441	-0,31	-1,135	-1,256	-2,874	-2,81	-3,528	-4,273	-4,35159	-4,0754	-4,692
	6576	0,4018	7,7455	4,2326	1,046	-0,165	2,2141	5,38	6,47	9,569	2,8941	---	---	-1,89
Toplam		-2,693	-1,8494	-2,181	-2,32	-1,647	-1,406	-1,257	-1,441	-1,799	-1,713	-1,14607	-0,891	-0,867

“EK 4 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
658	6589	-1,769	0,6908	-0,132	-0,87	-0,411	0,4395	-0,119	0,527	0,674	1,4813	0,88275	0,9149	0,1917
	6583	6,8508	4,0595	2,7402	2,074	2,4247	2,8048	3,546	4,714	6,005	6,8049	7,00952	6,94975	5,7484
	6581	14,475	13,363	9,9359	10,13	11,79	11,459	12,17	11,33	11,41	10,074	10,1218	10,1812	9,7909
	6585	10,7	10,253	8,0429	8,432	8,5082	9,3479	8,845	10,17	10,23	10,123	9,79922	9,36607	8,1055
	6582	-0,505	-1,1361	3,4894	-4,85	-3,517	-1,295	-1,139	0,132	-2,479	-0,221	1,27795	1,2791	0,3947
	6584	11,866	12,491	9,6604	10,26	10,417	10,788	10,66	11,24	11,34	11,466	11,4162	11,4735	11,36
Toplam		9,2687	8,8185	7,8009	7,763	8,24	8,4686	8,416	9,084	8,745	9,2031	9,04826	8,99457	8,347
659	6595	6,8716	7,1573	3,4197	5,409	5,1272	6,3673	6,292	5,144	4,894	4,6318	3,13424	3,24225	3,1776
	6593	14,438	14,226	3,9221	7,261	6,5929	3,7427	5,627	11,27	4,573	8,8157	9,86959	9,96021	3,861
	6592	14,112	11,854	5,8333	5,936	5,5187	4,5363	4,257	7,999	7,145	7,3931	7,67065	7,75592	3,6655
	6591	---	---	---	-7,96	-14,1	---	-14,73	-19,81	---	-9,817	-5,93469	-5,8381	-8,383
	6596	-6,128	-8,6192	-1,449	-1,46	-1,539	-2,325	-1,192	-0,703	-1,705	-1,165	-2,428	-2,3585	0,2332
	6594	-1,704	-0,4457	-2,947	-3,1	-3,357	-2,007	-1,771	-0,431	-0,319	0,1597	0,04988	1,02751	1,3826
Toplam		6,5908	5,7559	3,1026	3,086	2,4576	2,3026	1,96	3,145	2,502	2,4734	1,76751	2,15052	2,011
65 Toplam		2,7801	2,4588	1,558	1,633	1,8431	1,9193	2,08	1,985	1,6	1,7992	1,75796	1,94668	1,9648

(* 25 üyeli AB'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini ifade etmektedir. Diğerleri ise 15 üyeli AB 'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini göstermektedir.)

Kaynak: AKÜ endekslerinin hesaplanması için gerekli ham veriler yıllık bazda WTO, EUROSTAT, DTM ve DİE (yeni adıyla TÜİK)'den derlenmiş olup endeks değerleri yazar tarafından hesaplanmıştır.

EK 5: Türk Konfeksiyon Sektörünün AB Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₂ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>1)

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
841	8415	5563,61	5154,54	1460,76	1078,99	854,89	935,14	1103,61	962,097	1179,74	1055,16	1196,85	1061,23	1034,21
	8416	8523,46	6989,47	1599,45	1622,8	1592	7181,4	4672,18	2200,92	3919,71	3215,03	2633,42	2394,78	2163,35
	8413	1470,33	1758,65	439,18	384,323	303,29	333,49	298,352	303,188	240,315	140,031	148,069	132,187	165,256
	8411	3891,03	2642,37	598,895	541,5	469,76	603,44	520,551	589,786	297,549	150,887	228,275	194,889	189,025
	8414	4032,13	3014,22	920,792	772,668	920,68	1155	1512,22	1333,88	1221	1025,74	445,363	353,568	507,243
	8412	451,615	554,837	261,234	146,98	136,44	270,68	296,819	171,204	195,03	154,757	168,058	147,954	115,336
Toplam		2919,61	2747,67	775,128	638,415	600,33	811,14	953,444	819,447	772,154	591,998	436,057	361,53	431,584
842	8425	4413,23	4528,41	809,683	795,077	597,94	787,12	697,127	720,637	624,302	263,124	907,445	774,337	670,925
	8427	4511,6	5186,63	1173,48	1154,82	1145,8	1451,7	1016,75	1020,11	928,105	583,167	671,897	586,863	596,969
	8423	1592,48	2476,82	690,587	441,381	434,78	549,32	467,122	795,87	708,648	452,003	539,89	451,61	504,201
	8421	5053,97	2831,74	1081,8	558,25	405,67	512,56	371,357	558,097	354,577	303,095	207,504	181,875	179,05
	8424	2645,5	4321,74	734,285	442,802	401,12	426,67	343,136	334,109	329,27	171,028	232,592	197,746	190,707
	8428	16260,8	4953,38	1658,68	1865,55	2165,1	1176,8	1565,94	2179,03	3097,22	2452,29	2304,97	2060,11	2912,32
	8426	3523,85	3973,66	1158,65	807,005	883,15	1386,1	1441,75	1443,74	1365,79	1069,86	1312,46	1073,76	1168,62
	8422	977,483	1147,57	414,556	277,435	224,18	555	495,414	521,324	522,989	500,645	340,652	291,591	360,314
Toplam		3300,81	3503,34	957,774	699,684	669,04	908,03	866,423	1034,56	925,705	636,123	824,293	695,797	729,948
843	8431	623,964	259,006	140,984	204,306	145,43	192,89	106,798	190,844	521,906	489,325	711,591	636,134	1152,75
	8438	11666,5	8619,24	3034,91	1509,57	3087	1584,1	1901,35	1754,59	3634,65	2133,23	1689,41	1488,14	1857,28
	8432	4099,82	2870,13	800,564	522,279	556,74	554,39	520,062	848,364	1907,26	1589,73	1660,45	1491,85	1273,86
	8437	23624,5	27723,4	1628,61	2254,26	1986,1	1899,7	1039,54	1171,28	1451,61	452,48	771,797	690,914	1030,23
Toplam		9339,54	6342,56	1160,76	949,57	1004,9	943,74	771,731	1037,1	1813,12	1027,38	1207,54	1080,77	1308,53
844	8441	2085,22	1163,79	358,599	312,747	144,2	228,64	243,551	518,597	523,845	711,42	1188,44	1042,56	941,788
	8447	38841,2	70098,6	2916,37	2250,55	1517	1215,4	1099,65	1248,56	1956,39	1612,95	1332,14	1183,14	1327,18
	8448	19127	12088,1	2437,83	1280,48	1239,2	1813,8	1012,29	1926,73	3101,46	2045,96	1638,06	1471,32	2095,64
	8442	22627,7	23923,4	2069,77	1814,94	1532,9	1475,1	1353,59	2226,54	1112,3	1783,41	1765,5	1572,18	1671,82
Toplam		21489,9	18810,2	2172,17	1551,77	1297,9	1409,9	1135,42	1817,93	1440,98	1702,54	1594,04	1420,36	1600,73

“EK 5 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
845	8451	2726,1	5207,18	1171,93	959,174	939,3	1500,3	891,635	888,068	479,704	741,39	715,728	635,321	1043,53
	8458	4789,02	2373,1	1258	713,099	508,94	548,46	583,229	806,715	407,932	418,467	464,569	408,078	623,41
	8453	9623,27	6779,02	2022,41	1410,95	1199,6	1159,5	788,752	1062,85	979,726	794,235	797,559	695,43	805,402
	8452	936,664	3225,26	743,584	481,261	333,33	254,92	122,319	179,389	120,301	30,636	14,5487	10,9896	13,1935
	8459	13176,1	7144,61	1964,32	1752,19	1251,1	1344,1	694,186	889,535	1268,68	1234,81	1148,46	1033,37	1057,17
	8455	467,92	416,321	96,6102	65,0194	109,75	120,36	115,701	230,788	228,491	176,718	292,618	227,832	373,271
	8454	21055,2	14945,6	2650,89	2497,61	2208,6	2426,4	2232,2	2455,86	1927,31	1755,63	2157,1	1897,17	2215,59
	8456	343,963	490,569	75,2606	71,7082	69,009	81,547	101,476	115,993	208,987	143,26	97,261	78,6442	84,8442
Toplam		7840,8	5891,1	1666,63	1285,99	1206,4	1303,1	1010,63	1268,95	1122,95	1009,95	1164,39	1002,1	1238,34
846	8469	28,7416	94,9453	34,8617	32,1202	27,583	62,992	45,8556	25,2863	40,0775	102,215	151,736	137,072	159,488
	8462	4044,32	2717,97	1456,47	990,587	1396,1	2090,9	2033,35	2120,71	2080,54	1963,83	1379,67	1222,56	1253,77
	8461	93,4745	122,118	41,1804	25,7256	29,982	18,223	18,3927	18,2569	14,748	14,2822	15,7011	14,166	13,5768
Toplam		835,649	936,424	381,5	299,458	347,45	480,88	535,683	528,224	568,604	567,574	534,928	466,524	516,635
848	8481	6780,44	5691,42	1122,85	1217,45	808,73	1055,4	1273,91	1082,73	885,709	620,137	464,117	411,125	375,87
	8483	5118,96	4213,31	681,727	552,435	445,65	1239,4	1249,17	594,586	985,692	457,385	636,573	575,368	306,43
	8484	68,9673	129,57	52,5345	27,9808	26,88	35,2	34,6961	43,8747	49,9312	40,5918	34,5703	30,9572	26,0508
	8482	8,40686	6,02988	4,02446	6,59334	3,3205	2,7062	6,16151	5,19642	9,91427	9,17718	5,51344	5,08976	5,9884
Toplam		3672,71	2571,51	711,054	613,506	427,99	430,5	567,581	530,031	508,891	363,585	251,559	223,356	191,404
84 Toplam		4408,37	3988,2	1116,02	867,732	813,11	964,6	896,821	1012,98	954,365	795,681	800,217	682,924	770,665

(* 25 üyeli AB'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini ifade etmektedir. Diğerleri ise 15 üyeli AB 'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini göstermektedir.)

Kaynak: AKÜ endekslerinin hesaplanması için gerekli ham veriler yıllık bazda WTO, EUROSTAT, DTM ve DİE (yeni adıyla TÜİK)'den derlenmiş olup endeks değerleri yazar tarafından hesaplanmıştır.

EK 6: Türk Konfeksiyon Sektörünün AB Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₆ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>0)

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
841	8415	5563,46	5154,42	1460,4	1078,58	854,32	934,55	1103,16	961,52	1179,39	1054,84	1196,603	1061,03	1033,95
	8416	8523,36	6989,38	1599,12	1622,53	1591,7	7181,3	4672,07	2200,7	3919,6	3214,92	2633,311	2394,69	2163,22
	8413	1469,75	1758,29	437,972	383,159	301,68	331,83	296,691	301,37	238,599	137,629	146,0742	130,514	163,632
	8411	3890,81	2642,13	598,009	540,674	468,72	602,52	519,599	588,85	296,163	148,658	226,9815	193,754	187,606
	8414	4031,92	3014,01	920,216	772,089	920,15	1154,5	1511,89	1333,5	1220,66	1025,42	444,6999	352,943	506,714
	8412	449,741	553,701	259,203	143,937	132,88	268,64	295,149	167,98	192,916	152,584	166,3009	146,459	113,009
	Toplam	2919,32	2747,44	774,443	637,714	599,51	810,46	952,924	818,77	771,62	591,43	435,3796	360,918	430,962
842	8425	4413,04	4528,27	809,027	794,515	597,12	786,41	696,416	719,87	623,642	261,846	907,1192	774,052	670,525
	8427	4511,41	5186,51	1173,03	1154,44	1145,4	1451,4	1016,27	1019,6	927,661	582,59	671,4579	586,486	596,519
	8423	1591,95	2476,57	689,819	440,368	433,66	548,31	466,061	795,18	708,066	451,259	539,3432	451,12	503,669
	8421	5053,8	2831,51	1081,31	557,449	404,47	511,48	370,022	557,11	353,414	301,986	206,0806	180,659	177,551
	8424	2645,18	4321,6	733,562	441,792	399,9	425,38	341,692	332,46	328,017	169,062	231,3227	196,627	189,299
	8428	16260,7	4953,26	1658,36	1865,31	2164,9	1176,3	1565,62	2178,8	3097,09	2452,15	2304,839	2060,01	2912,23
	8426	3523,61	3973,5	1158,19	806,451	882,6	1385,7	1441,4	1443,4	1365,49	1069,55	1312,235	1073,55	1168,39
	8422	976,617	1147,02	413,277	275,823	222,01	554,01	494,414	520,27	522,2	499,973	339,7854	290,832	359,569
	Toplam	3300,56	3503,16	957,22	699,045	668,31	907,42	865,851	1034	925,26	635,595	823,9347	695,479	729,581
843	8431	622,608	256,572	137,221	202,117	142,08	190,02	102,158	187,95	521,116	488,638	711,1758	635,786	1152,52
	8438	11666,5	8619,16	3034,74	1509,28	3086,9	1583,7	1901,09	1754,3	3634,53	2133,07	1689,231	1487,99	1857,14
	8432	4099,61	2869,91	799,902	521,423	555,86	553,39	519,109	847,71	1907,05	1589,52	1660,273	1491,7	1273,65
	8437	23624,5	27723,4	1628,28	2254,06	1985,9	1899,4	1039,06	1170,8	1451,33	451,737	771,4146	690,594	1029,97
	Toplam	9339,45	6342,46	1160,3	949,099	1004,4	943,16	771,089	1036,6	1812,89	1027,05	1207,293	1080,56	1308,33
844	8441	2084,81	1163,25	357,119	311,317	140,82	226,22	241,516	517,53	523,057	710,947	1188,187	1042,35	941,503
	8447	38841,2	70098,6	2916,19	2250,36	1516,6	1214,9	1099,2	1248,1	1956,18	1612,74	1331,92	1182,95	1326,98
	8448	19127	12088,1	2437,61	1280,13	1238,8	1813,5	1011,8	1926,4	3101,33	2045,79	1637,878	1471,17	2095,51
	8442	22627,7	23923,4	2069,52	1814,69	1532,6	1474,8	1353,22	2226,3	1111,93	1783,22	1765,337	1572,04	1671,66
	Toplam	21489,8	18810,2	2171,92	1551,48	1297,5	1409,5	1134,98	1817,6	1440,7	1702,34	1593,857	1420,2	1600,56

“EK 6 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
845	8451	2725,79	5207,06	1171,48	958,708	938,78	1499,9	891,079	887,45	478,844	740,936	715,315	634,973	1043,27
	8458	4788,85	2372,84	1257,58	712,472	507,98	547,45	582,379	806,03	406,921	417,664	463,9334	407,536	622,98
	8453	9623,18	6778,93	2022,14	1410,63	1199,2	1159	788,124	1062,3	979,305	793,812	797,1887	695,112	805,069
	8452	935,761	3225,06	742,87	480,332	331,87	252,75	118,267	176,31	116,873	19,6583	-5,75044	-9,1341	-7,147
	8459	13176	7144,52	1964,05	1751,94	1250,8	1343,7	693,472	888,92	1268,35	1234,54	1148,203	1033,16	1056,92
	8455	466,112	414,806	91,1189	58,1409	105,32	115,76	111,418	228,4	226,686	174,815	291,6088	226,861	372,552
	8454	21055,1	14945,6	2650,69	2497,43	2208,4	2426,2	2231,98	2455,6	1927,09	1755,44	2156,964	1897,06	2215,47
	8456	341,502	489,284	68,2115	65,4713	61,955	74,763	96,5928	111,24	207,014	140,912	94,22451	75,8322	81,6812
Toplam		7840,7	5890,99	1666,31	1285,65	1206	1302,6	1010,14	1268,5	1122,58	1009,62	1164,137	1001,88	1238,12
846	8469	-0,7041	88,3048	19,6438	18,1963	9,9353	54,209	35,0487	3,4677	29,7883	98,9249	149,7899	135,459	157,805
	8462	4044,11	2717,73	1456,11	990,136	1395,8	2090,6	2033,1	2120,5	2080,34	1963,65	1379,46	1222,38	1253,55
	8461	84,4205	116,955	28,2976	8,34061	13,747	-12,135	-8,55053	-11,96	-13,213	-9,2654	-3,10818	-1,4455	-6,18946
Toplam		834,636	935,751	380,11	297,965	346,05	479,73	534,758	527,18	567,878	566,981	534,3762	466,049	516,116
848	8481	6780,31	5691,31	1122,38	1217,09	808,12	1054,9	1273,52	1082,2	885,243	619,595	463,4808	410,587	375,156
	8483	5118,79	4213,16	680,949	551,626	444,56	1238,9	1248,77	593,66	985,274	456,65	636,1091	574,984	305,554
	8484	56,696	124,704	42,436	11,9971	8,771	19,484	20,4133	31,3	41,6726	32,3066	26,02746	23,8134	15,7494
	8482	-92,263	-98,53	-127,8	-61,239	-143,28	-201,72	-74,2667	-100,98	-31,679	-27,469	-48,0515	-38,361	-38,8252
Toplam		3672,48	2571,26	710,308	612,777	426,86	429,21	566,708	528,99	508,08	362,66	250,3852	222,366	190,002
84 Toplam		4408,18	3988,04	1115,55	867,217	812,51	964,03	896,269	1012,4	953,933	795,258	799,8483	682,6	770,317

(* 25 üyeli AB'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini ifade etmektedir. Diğerleri ise 15 üyeli AB 'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini göstermektedir.)

Kaynak: AKÜ endekslerinin hesaplanması için gerekli ham veriler yıllık bazda WTO, EUROSTAT, DTM ve DİE (yeni adıyla TÜİK)'den derlenmiş olup endeks değerleri yazar tarafından hesaplanmıştır.

EK 7: Türk Konfeksiyon Sektörünün AB Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₇ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>0)

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
841	8415	8,624	8,548	7,287	6,984	6,751	6,841	7,006	6,869	7,073	6,961	7,087	6,967	6,941
	8416	9,051	8,852	7,377	7,392	7,373	8,879	8,449	7,697	8,274	8,076	7,876	7,781	7,679
	8413	7,293	7,472	6,085	5,951	5,715	5,81	5,698	5,714	5,482	4,942	4,998	4,884	5,107
	8411	8,266	7,879	6,395	6,294	6,152	6,403	6,255	6,38	5,696	5,017	5,431	5,272	5,242
	8414	8,302	8,011	6,825	6,65	6,825	7,052	7,321	7,196	7,107	6,933	6,099	5,868	6,229
	8412	6,113	6,319	5,565	4,99	4,916	5,601	5,693	5,143	5,273	5,042	5,124	4,997	4,748
	Toplam	7,979	7,919	6,653	6,459	6,397	6,698	6,86	6,709	6,649	6,384	6,078	5,89	6,067
842	8425	8,392	8,418	6,697	6,678	6,393	6,668	6,547	6,58	6,437	5,573	6,811	6,652	6,509
	8427	8,414	8,554	7,068	7,052	7,044	7,281	6,924	6,928	6,833	6,368	6,51	6,375	6,392
	8423	7,373	7,815	6,538	6,09	6,075	6,309	6,147	6,679	6,563	6,114	6,291	6,113	6,223
	8421	8,528	7,949	6,986	6,325	6,006	6,239	5,917	6,325	5,871	5,714	5,335	5,203	5,188
	8424	7,881	8,371	6,599	6,093	5,994	6,056	5,838	5,811	5,797	5,142	5,449	5,287	5,251
	8428	9,697	8,508	7,414	7,531	7,68	7,071	7,356	7,687	8,038	7,805	7,743	7,631	7,977
	8426	8,167	8,287	7,055	6,693	6,783	7,234	7,274	7,275	7,219	6,975	7,18	6,979	7,064
	8422	6,885	7,045	6,027	5,626	5,412	6,319	6,205	6,256	6,26	6,216	5,831	5,675	5,887
	Toplam	8,102	8,161	6,865	6,551	6,506	6,811	6,764	6,942	6,831	6,455	6,715	6,545	6,593
843	8431	6,436	5,557	4,949	5,32	4,98	5,262	4,671	5,251	6,257	6,193	6,568	6,455	7,05
	8438	9,364	9,062	8,018	7,32	8,035	7,368	7,55	7,47	8,198	7,665	7,432	7,305	7,527
	8432	8,319	7,962	6,685	6,258	6,322	6,318	6,254	6,743	7,553	7,371	7,415	7,308	7,15
	8437	10,07	10,23	7,395	7,721	7,594	7,549	6,947	7,066	7,28	6,115	6,649	6,538	6,938
	Toplam	9,142	8,755	7,057	6,856	6,913	6,85	6,649	6,944	7,503	6,935	7,096	6,985	7,177
844	8441	7,643	7,059	5,882	5,745	4,971	5,432	5,495	6,251	6,261	6,567	7,08	6,949	6,848
	8447	10,57	11,16	7,978	7,719	7,324	7,103	7,003	7,13	7,579	7,386	7,195	7,076	7,191
	8448	9,859	9,4	7,799	7,155	7,122	7,503	6,92	7,564	8,04	7,624	7,401	7,294	7,648
	8442	10,03	10,08	7,635	7,504	7,335	7,297	7,211	7,708	7,014	7,486	7,476	7,36	7,422
	Toplam	9,975	9,842	7,683	7,347	7,168	7,251	7,035	7,505	7,273	7,44	7,374	7,259	7,378

“EK 7 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
845	8451	7,911	8,558	7,066	6,866	6,845	7,313	6,793	6,789	6,173	6,609	6,573	6,454	6,95
	8458	8,474	7,772	7,137	6,57	6,232	6,307	6,369	6,693	6,011	6,037	6,141	6,011	6,435
	8453	9,172	8,822	7,612	7,252	7,09	7,056	6,67	6,969	6,887	6,677	6,682	6,545	6,691
	8452	6,842	8,079	6,611	6,176	5,809	5,541	4,807	5,19	4,79	3,422	2,678	2,397	2,58
	8459	9,486	8,874	7,583	7,469	7,132	7,203	6,543	6,791	7,146	7,119	7,046	6,941	6,963
	8455	6,148	6,031	4,571	4,175	4,698	4,79	4,751	5,442	5,431	5,175	5,679	5,429	5,922
	8454	9,955	9,612	7,883	7,823	7,7	7,794	7,711	7,806	7,564	7,471	7,677	7,548	7,703
	8456	5,841	6,196	4,321	4,273	4,234	4,401	4,62	4,754	5,342	4,965	4,577	4,365	4,441
Toplam		8,967	8,681	7,419	7,159	7,095	7,172	6,918	7,146	7,024	6,918	7,06	6,91	7,122
846	8469	3,358	4,553	3,551	3,469	3,317	4,143	3,825	3,23	3,691	4,627	5,022	4,921	5,072
	8462	8,305	7,908	7,284	6,898	7,241	7,645	7,617	7,66	7,64	7,583	7,23	7,109	7,134
	8461	4,538	4,805	3,718	3,247	3,401	2,903	2,912	2,905	2,691	2,659	2,754	2,651	2,608
Toplam		6,728	6,842	5,944	5,702	5,851	6,176	6,284	6,27	6,343	6,341	6,282	6,145	6,247
848	8481	8,822	8,647	7,024	7,105	6,695	6,962	7,15	6,987	6,786	6,43	6,14	6,019	5,929
	8483	8,541	8,346	6,525	6,314	6,1	7,122	7,13	6,388	6,893	6,126	6,456	6,355	5,725
	8484	4,234	4,864	3,961	3,332	3,291	3,561	3,547	3,781	3,911	3,704	3,543	3,433	3,26
	8482	2,129	1,797	1,392	1,886	1,2	0,996	1,818	1,648	2,294	2,217	1,707	1,627	1,79
Toplam		8,209	7,852	6,567	6,419	6,059	6,065	6,341	6,273	6,232	5,896	5,528	5,409	5,254
84 Toplam		8,391	8,291	7,018	6,766	6,701	6,872	6,799	6,921	6,861	6,679	6,685	6,526	6,647

(* 25 üyeli AB'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini ifade etmektedir. Diğerleri ise 15 üyeli AB 'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini göstermektedir.)

Kaynak: AKÜ endekslerinin hesaplanması için gerekli ham veriler yıllık bazda WTO, EUROSTAT, DTM ve DİE (yeni adıyla TÜİK)'den derlenmiş olup endeks değerleri yazar tarafından hesaplanmıştır.

EK 8: Türk Konfeksiyon Sektörünün AB Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Edebilirliğini Belirten AKÜ₈ Endeksi Değerleri, 1994–2005 (>0)

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
841	8415	10,507	10,649	8,2996	7,864	7,314	7,366	7,807	7,425	8,124	8,105	8,487	8,536	8,2905
	8416	11,36	11,258	8,481	8,681	8,558	11,44	10,693	9,08	10,53	10,33	10,06	10,16	9,7665
	8413	7,8456	8,4981	5,896	5,8	5,242	5,303	5,1909	5,116	4,942	4,066	4,307	4,37	4,6227
	8411	9,792	9,3124	6,5163	6,486	6,117	6,49	6,3041	6,446	5,369	4,215	5,173	5,146	4,8914
	8414	9,8632	9,5757	7,3766	7,197	7,462	7,788	8,437	8,079	8,193	8,048	6,51	6,337	6,8656
	8412	5,4848	6,1909	4,857	3,877	3,644	4,886	5,1806	3,973	4,524	4,266	4,561	4,595	3,9034
Toplam		9,2175	9,3905	7,0322	6,815	6,607	7,081	7,5145	7,104	7,276	6,949	6,467	6,382	6,5426
842	8425	10,044	10,39	7,1194	7,254	6,599	7,021	6,8882	6,847	6,851	5,327	7,933	7,905	7,425
	8427	10,088	10,661	7,8616	8	7,9	8,245	7,6431	7,542	7,644	6,919	7,332	7,351	7,1914
	8423	8,0052	9,183	6,8012	6,077	5,962	6,302	6,0875	7,046	7,105	6,409	6,895	6,827	6,8536
	8421	10,315	9,4508	7,6989	6,547	5,823	6,163	5,6286	6,336	5,72	5,61	4,982	5,008	4,783
	8424	9,0203	10,296	6,9239	6,083	5,801	5,796	5,4706	5,31	5,572	4,466	5,21	5,175	4,9091
	8428	12,652	10,569	8,5537	8,96	9,173	7,825	8,5068	9,06	10,05	9,792	9,798	9,862	10,361
	8426	9,5937	10,128	7,8362	7,284	7,379	8,153	8,3415	8,237	8,417	8,133	8,671	8,559	8,5348
	8422	7,0291	7,6443	5,7806	5,148	4,637	6,322	6,2051	6,2	6,497	6,614	5,974	5,952	6,1816
Toplam		9,463	9,8765	7,4554	6,998	6,824	7,307	7,3231	7,57	7,639	7,093	7,741	7,691	7,5936
843	8431	6,1313	4,6672	3,6234	4,536	3,772	4,208	3,1362	4,19	6,493	6,568	7,447	7,512	8,5075
	8438	11,988	11,677	9,762	8,536	9,882	8,42	8,895	8,627	10,37	9,513	9,176	9,212	9,4614
	8432	9,8965	9,4777	7,0968	6,413	6,456	6,32	6,3022	7,174	9,085	8,925	9,142	9,217	8,7073
	8437	13,399	14,014	8,5171	9,338	9	8,783	7,6874	7,819	8,539	6,411	7,609	7,677	8,2827
Toplam		11,543	11,064	7,8398	7,609	7,637	7,384	7,0916	7,575	8,984	8,051	8,505	8,572	8,761
844	8441	8,5444	7,6724	5,4905	5,388	3,755	4,549	4,785	6,189	6,5	7,316	8,473	8,5	8,1032
	8447	14,394	15,869	9,6823	9,335	8,461	7,89	7,7998	7,946	9,136	8,954	8,701	8,753	8,7893
	8448	12,977	12,353	9,3239	8,207	8,057	8,691	7,6342	8,814	10,06	9,429	9,114	9,189	9,7029
	8442	13,313	13,719	8,9965	8,905	8,482	8,277	8,2153	9,103	8,006	9,155	9,264	9,322	9,251
Toplam		13,21	13,238	9,0931	8,591	8,149	8,187	7,8638	8,698	8,524	9,062	9,06	9,118	9,1641

“EK 8 Devam”

SitcR3 3	SitcR3 4	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004*	2005*
845	8451	9,0804	10,669	7,859	7,629	7,502	8,311	7,3804	7,265	6,324	7,399	7,459	7,509	8,3084
	8458	10,207	9,0974	8,0007	7,036	6,277	6,298	6,5315	7,073	6	6,255	6,594	6,624	7,2781
	8453	11,603	11,197	8,9502	8,401	7,992	7,796	7,1352	7,624	7,753	7,537	7,675	7,69	7,7903
	8452	6,9438	9,7111	6,9491	6,25	5,43	4,766	3,4076	4,066	3,558	1,026	-0,33	-0,605	-0,433
	8459	12,231	11,302	8,8919	8,834	8,076	8,091	6,8798	7,268	8,27	8,419	8,404	8,482	8,3344
	8455	5,5557	5,6164	2,8675	2,246	3,209	3,265	3,2963	4,57	4,841	4,531	5,67	5,458	6,2523
	8454	13,169	12,778	9,4914	9,543	9,212	9,273	9,2158	9,299	9,106	9,123	9,665	9,697	9,8142
	8456	4,9402	5,9446	2,3681	2,442	2,281	2,487	3,034	3,194	4,663	4,111	3,467	3,331	3,2893
Toplam		11,193	10,916	8,5633	8,215	8,003	8,029	7,631	7,979	8,026	8,017	8,432	8,421	8,6507
846	8469	-0,024	2,6601	0,8289	0,836	0,447	1,97	1,4453	0,148	1,36	3,436	4,356	4,442	4,5516
	8462	9,8692	9,3688	8,2937	7,694	8,295	8,975	9,0292	9,006	9,259	9,347	8,771	8,819	8,6755
	8461	2,3345	3,1635	1,1621	0,392	0,613	-0,51	-0,3818	-0,5	-0,64	-0,5	-0,18	-0,097	-0,376
Toplam		6,7155	7,2377	5,6144	5,301	5,513	6,036	6,3614	6,226	6,664	6,865	6,876	6,892	6,9023
848	8481	10,903	10,847	7,7734	8,106	7,203	7,608	8,094	7,661	7,551	7,042	6,592	6,639	6,2662
	8483	10,341	10,246	6,7754	6,526	6,011	7,929	8,0548	6,463	7,765	6,433	7,224	7,311	5,8576
	8484	1,7264	3,282	1,6491	0,56	0,395	0,806	0,8876	1,25	1,799	1,589	1,398	1,466	0,9278
	8482	-2,483	-2,853	-3,489	-2,331	-3,788	-4,32	-2,569	-3,02	-1,434	-1,38	-2,27	-2,144	-2,013
Toplam		9,6765	9,258	6,8596	6,735	5,93	5,814	6,4771	6,233	6,443	5,974	5,367	5,419	4,9164
84 Toplam		10,042	10,136	7,7612	7,429	7,214	7,428	7,392	7,528	7,7	7,54	7,682	7,654	7,7022

(* 25 üyeli AB'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini ifade etmektedir. Diğerleri ise 15 üyeli AB 'ne karşı rekabet edebilirlik endeks değerlerini göstermektedir.)

Kaynak: AKÜ endekslerinin hesaplanması için gerekli ham veriler yıllık bazda WTO, EUROSTAT, DTM ve DİE (yeni adıyla TÜİK)'den derlenmiş olup endeks değerleri yazar tarafından hesaplanmıştır.

EK 9: SITC Rev. 3 Tekstil Sektörü 4 Basamaklı Sınıflandırması

65	Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları, hazır eşya)	
	651	Tekstil iplikleri
	6511	Karde edilmiş, taranmış yün ve ince hayvan kıllarından iplikler
	6512	Pamuktan dikiş iplikleri
	6513	Pamuk ipliği(dikiş ipliği hariç)
	6514	Sentetik/suni devamlı/devamsız liflerden dikiş ipliği
	6515	Sentetik filamentlerden tekstürize iplikler
	6516	Sentetik filament iplikler
	6517	Suni filament iplikleri (dikiş ipliği hariç)
	6518	Suni ve sentetik devamsız liflerden iplikler (dikiş ipliği hariç)
	6519	Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil iplikleri
	652	Pamuklu mensucat
	6521	Pamuktan gaz, kadife, havlu cinsi bukleli ve tırtıl mensucat
	6522	Ağartılmamış pamuklu mensucat
	6523	Pamuklu mensucat(ağırlık %85 >= pamuk içerenler)(M2 si 200gr. <.)
	6524	Pamuklu mensucat, ağırlık %85 >= pamuk içerenler(M2 si 200gr. >)
	6525	Pamuklu mensucat ağırlık %85 <= pamuk içerenler sentetik ve suni liflerle karıştırılmış (M2 si 200gr <)
	6526	Pamuklu mensucat ağırlık %85 <= pamuk içerenler sentetik ve suni liflerle karıştırılmış(M2 si 200gr >)
	6529	Diğer pamuklu mensucat (ağartılmış, boyanmış, baskılı)
	653	Sentetik veya suni filamentler ve devamsız liflerden mensucat
	6531	Sentetik iplik, monofil, şeritlerle dokumalar
	6532	Sentetik devamsız liflerden dokunmuş mensucat (ağırlık %85 >= sentetik lif içerenler)
	6533	Sentetik devamsız liflerden dokunmuş mensucat (ağırlık %85<, M2 si 170 gr. >pamukla karışık sentetik lif içerenler)
	6534	Diğer devamsız sentetik lifden dokumalar
	6535	Viskoz ipeği mukavemetli ipliğinden dokunmuş mensucat
	6536	Dokunmamış mensucat, suni devamsız lif=>%85
	6538	Suni devamsız liflerden dokunmuş mensucat (ağırlık %85< suni devamsız lif içerenler)
	6539	Sentetik ve suni liflerden atkı iplik, peluş ve kadifeler

“EK 9 Devam”

654	Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensucat (ipek, yün, keten vb.)
6541	İpekten, ipek döküntüsünden dokumalar
6542	Karde edilmiş, taranmış yün/kıldan dokunmuş mensucat (%85 >= yün/ince kıl içerenler)
6543	Karde edilmiş, taranmış yün ve ince hayvan kıllarından dokunmuş diğer mensucat
6544	Ketenden dokunmuş mensucat
6545	Jüt-bitki iç kabuğundan dokum ve iplikler
6546	Diğer dokunmuş mensucat
6549	Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensucat
655	Örme mensucat
6551	Örme tüylü mensucat
6552	Diğer örme mensucat
656	Kordelalar, etiketler, armalar, tüller vb.
6561	Dokunmuş kordelalar, boldükler
6562	Etiketler, markalar vb. eşya-parça, şerit, şekilli kesilmiş
6563	Gipe iplikler ve parça halinde kordon, işleme yapılmamış süs eşyası(örme olanlar hariç)
6564	Tüller ve diğer mensucat-parça, şerit, motifler halinde
6565	İşlemeler (parça, şerit, motif halinde)
657	Özel iplikler ve dokunmamış mensucat (keçe, vatka, sicim, ip, şapka taslakları, eknik eşya)
6571	Keçe (emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış olsun olmasın)
6572	Dokunmamış mensucat (emdirilmiş, sıvanmış olsun olmasın)
6573	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat, dekorlar, fanlar vs.
6574	Kapitoneli mensucat-parçalı
6575	Sicimler, kordonlar, ip ve halatlar, bunlardan mamül ağlar ve diğer eşya
6576	Şapka taslakları: keçeden, keçeden diskler, silindirler ve şeritlerden örülmüş
6577	Dokumaya elverişli maddelerden vatka, teknik işler için mensucattan eşya
6578	Dokumaya elverişli maddelerle kaplı kauçuk ipler-halatlar
6579	Dokumaya elverişli maddelerden hortumlar, taşıyıcı kolonlar vs.

“EK 9 Devam”

	658	Dokumaya elverişli maddelerden diğer hazır eşya ve takımlar
	6581	Parça halinde keçe, dantel, dokuma maddelerinden şapka, başlık
	6582	Vagon, mavna örtüleri, dış storlar, çadır, kamp eşyası vs.
	6583	Battaniyeler, diz battaniyeleri(elektrikli battaniyeler hariç)
	6584	Yatak çarşafı, masa örtüleri, bezler, örtüler.
	6585	Perde, iç storlar, perde-yatak farbaları ve örtüler.
	6589	Başka yerde belirtilmeyen diğer hazır eşya
	659	Halılar ve diğer yer kaplamaları
	6591	Kağıt, karton esaslı yer kaplamaları ve linoleum(ölçüsüne göre kesilmiş olsun olmasın)
	6592	Düğümlü ve sarmalı halılar ve yer kaplamaları.
	6593	Dokunmuş halılar, yer kaplamaları-kilim, sumak, karaman vb.
	6594	Tufte edilmiş halılar, tufte edilmiş yer kaplamaları
	6595	Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları.
	6596	Keçeden halılar, tufte-floke edilmemiş karolar ve diğer halı ve yer kaplamaları

Kaynak: DİE (yeni adıyla TÜİK)

EK 10: SITC Rev. 3 Hazır Giyim Sektörü 4 Basamaklı Sınıflandırması

84	Giyim eşyası ve bunların aksesuarları
841	Erkek/erkek çocuklar için örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarlar
8411	Erkek/erkek çocuklar için dış giyim
8412	Erkek/erkek çocuklar için takım elbiseler ve takımlar(örülmemiş)
8413	Erkek/erkek çocuklar için ceket ve blazerler
8414	Erkek/erkek çocuklar için kısa pantolon/pantolon/tulum ve şort
8415	Erkek/erkek çocuk için gömlekler
8416	Erkek/erkek çocuklar için atlet, fanila, külot, bornoz vs.
842	Kadın/kız çocuklar için örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarları
8421	Kadın/kız çocuklar için dış giyim
8422	Kadın/kız çocuklar için takım ve takım elbiseler
8423	Kadın/kız çocuklar için ceket, blazer
8424	Kadın/kız çocuklar için elbiseler
8425	Kadın/kız çocuklar için etek ve pantolon etek
8426	Kadın/kız çocuklar için pantolon, tulum, şort
8427	Kadın/kız çocuklar için gömlek, bluz, vs.
8428	Kadın/kız çocuklar için fanila, jupon, slip, külot, gecelik, pijama, bornoz, sabahlık vs.
843	Erkek/erkek çocuklar için örme giyim eşyası
8431	Erkek/erkek çocuk için örme dış giyim
8432	Erkek/erkek çocuklar için örme takım, takım elbise, ceket vs.
8437	Gömlekler-erkek/erkek çocuk için (örme)
8438	Erkek/erkek çocuklar için örme iç ve gece giyim eşyası
844	Kadın/kız çocuklar için örme giyim eşyası
8441	Kadın/kız çocuklar için dış giyim-örme
8442	Kadın/kız çocuklar için takım elbise, takım, ceket, blazer, şortlar vs.-örme
8447	Kadın/kız çocuklar için gömlek bluz/gömlek bluz-örme
8448	Kadın/kız çocuklar için iç ve gece giyim eşyası-örme
845	Örülmüş olsun olmasın diğer giyim eşyası
8451	Bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı
8452	Keçe, dokunmamış, sıvanmış mensucattan hazır giyim eşyası
8453	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya-örülmüş
8454	Tişörtler, fanilalar, diğer iç giyim eşyası-örülmüş
8455	Sutyen, korse kemerleri ve kuşakları, korse pantolonlar, çorap bağı, vb. (örülmemiş)
8456	Yüzme kıyafeti
8458	Diğer giyim eşyası (örülmemiş)
8459	Spor, kayak ve diğer giyim eşyası(örülmüş)
846	Giyim eşyası iç aksesuar ve giyim eşyası parçaları (çorap, mendil, eldiven vb.)
8461	Mendil, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, vb.(örülmemiş)
8462	Külotlu, kısa-uzun konçlu çoraplar, soketler-örülmüş
8469	Eldiven, papyon, kravat ve giyim eşyası teferruatı şal, eşarp, duvak vb.(örülmüş)
848	Tekstil dışında kalan giyim eşyası, şapka vs.
8481	Deri/köseleden giyim eşyası, eldiven ve diğer aksesuarlar
8482	Vülkanize kauçuktan/plastikten; eldiven, giyim eşyası ve aksesuarı
8483	Kürkten/taklit kürk giyim ve diğer eşyası-aksesuarları
8484	Şapkalar, başlıklar, saç fileleri ve başlıklara mahsus şerit, astar vs. astarlı, astarsız

Kaynak: DİE (yeni adıyla TÜİK)