



TÜRKİYE VE ÇİN'İN TEKSTİL VE HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNDE REKABET GÜCÜNÜN ANALİZİ

Dilek ŞAHİN¹

ÖZ

Emek-yoğun bir sektör olan tekstil, dünyanın en eski ekonomik faaliyet alanlarından biridir. Tekstil sektörü sanayi devriminden sonra gelişmiş ülkelerin ekonomik kalkınmalarında öncü bir rol oynamıştır. Daha sonra Türkiye ve Çin gibi gelişmekte olan ülke ekonomisi açısından öncü bir sektör olmuştur. Tekstil ve hazır giyim sektörü dünyada uluslararası rekabetin en yoğun olduğu ve her geçen gün arttığı sektörlerden biridir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye ve Çin'in tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünü ortaya koyabilmektir. Bu amaç doğrultusunda, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü Çin ile karşılaştırılmıştır. Çalışma 1995-2013 yıllarını kapsamaktadır. Rekabet gücü göstergesi olarak, Balassa tarafından geliştirilmiş olan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı esas alınmıştır ve SITC Rev.3 iki ve üç haneli ürün grupları açısından hesaplama yapılmıştır. Sonuç olarak Türkiye ve Çin'in tekstil ve hazır giyim sanayinde rekabet gücünün yüksek olduğu görülmüştür. Ancak Türkiye'nin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük katsayısının Çin'e göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü, Rekabet Gücü, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi.

ANALYSIS OF COMPETITIVENESS TURKEY AND CHINA'S TEXTILE AND CLOTHING INDUSTRY

ABSTRACT

Labor-intensive textile industry which is one of the world's oldest economic activity. After the Industrial Revolution, the textile industry has played a leading role in the economic development of developing countries. Then, developing the economy of the country such as Turkey and China has been a pioneer in the industry. Textile and garment industry is the most intense international competition in the world and is one of the sectors is increasing every day. The purpose of this study, Turkey's textile and apparel industry is to demonstrate competitiveness. For this purpose, the competitiveness of Turkey's textile and apparel industry compared with China. Study covers the years 1995-2013. As an indicator of competitiveness, which was developed by Balassa revealed comparative advantage was based approach and SITC Rev. 3 calculations were made for two and three-digit product groups. As a result, Turkey and China's textile and garment industry was found to be high competitiveness. However, Turkey's Revealed Comparative Advantage coefficient seems to be higher than China.

Key Words: Textile and Apparel Industry, Competitiveness, Revealed Comparative Advantage Index.

1. GİRİŞ

Tekstil ve hazır giyim sektörü sağlamış olduğu istihdam olanakları, üretim sürecinde ortaya çıkarmış olduğu katma değer ve ihracattaki payı nedeniyle ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan sanayi dalıdır. Dolayısıyla bu sektör ülkelerin kolaylıkla vazgeçemediği sektörler arasında yer almaktadır. Gelişmekte olan ülkeler için kalkınmanın motoru olarak tanımlanan sektörün dünya ihracat pazarında en yüksek payını Çin almaktadır. Türkiye içinde bu sektör oldukça önemlidir. 1990'lardan itibaren dünya ekonomisinde hızlı bir dönüşüm süreci yaşanmaktadır. Bu dönüşüm sürecinde rekabet kavramı gittikçe önem

¹ Öğr.Gör., Cumhuriyet Üniversitesi, Yıldızeli MYO, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü,
dilek58sahin@hotmail.com



kazanmaktadır. Yaşanan bu süreçte tekstil ve hazır giyim sanayinde daha çetin bir rekabet yaşanmaya başlamıştır. Bu çalışmanın esas amacı, dünya piyasalarında Türkiye ve Çin'in tekstil ve hazır giyim endüstrilerinin karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet gücünde meydana gelen değişimin incelenmesidir. Sektörün karşılaştırmalı üstünlük ve rekabetçiliğinin belirlenmesinde Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılarak hesaplama yapılmıştır. Türkiye ve Çin'in tekstil ve hazır giyim sektörünün 1995 ve 2013 yılları arasında hesaplanan AKÜ değerleri birden büyük bulunmuş ve bu ülkelerin ilgili sektörlerde rekabet avantajına sahip olduğunu görülmüştür.

2. REKABET GÜCÜ KAVRAMI ve TEKSTİL SEKTÖRÜNDE REKABET

Rekabet ve rekabet gücü ile ilgili literatürde çok sayıda tanımlama yapılmasına rağmen ortak bir tanım bulunmamaktadır. Bu nedenle literatürde yapılan tanımlara bakmak faydalı olacaktır. Rekabet, iktisadi faaliyetlerin etkin bir şekilde devamı için gerekli olan ve stratejik öneme sahip olan bir unsurdur. Aslında rekabet, kıt kaynakların sınırsız ihtiyaçları karşılama durumu nedeniyle ortaya çıkan bir olaydır (Aktınış ve Akpolat,2013: 37). Rekabet gücü ise yerli bir firmanın ulusal ya da uluslararası bir piyasada rekabet gücüne sahip olması, ilgili firmanın yerli veya yabancı rakiplerine karşı fiyat-kalite, zamanında teslim ve satış sonrası hizmet gibi unsurlar açısından hali hazırda ve gelecekte onlara eşit veya onlardan daha üstün olma durumudur (Kibritçioğlu, 1996: 4). Diğer bir ifadeyle rekabet gücü, ülkelerin serbest ve yerleşmiş pazar koşulları altında vatandaşların reel gelirleri artırmaya çalışırken, aynı anda ürettiği ürün ve hizmetleri uluslararası pazarlara sunabilmesi ve başarılı olabilmesidir (Çivi, 2001: 22). Rekabet gücünün elde edilmesinde en önemli amaç, ülke vatandaşlarının reel gelirlerini ve refah düzeylerini artırarak belirli bir yaşam düzeyine ulaşmalarının sağlanmasıdır. Ülkelerin rekabet gücü Ar-Ge faaliyetlerinin gelişmişlik düzeyine, yüksek teknoloji mal üretimine ve yetişmiş insan gücüne bağlı olarak değişmektedir.

Bir ülkenin uluslararası piyasalarda rekabet gücü fiyat rekabeti ve yapısal unsurlar tarafından belirlenmektedir. Fiyat rekabeti, reel kurlar, nispi pozisyon gelişmeleri, birim ücretler ve ihracat kar marjı ile ölçülürken; yapısal unsurlar verimlilik, makroekonomik performans ile satış sonrası hizmetler ve uygun standartlar gibi niteliksel unsurlardan oluşmaktadır (Erkekoğlu,2008:7).

Günümüz piyasalarında rekabet gücünü belirleyen en önemli faktörler arasında maliyetler, kalite ve pazarlama faaliyetleri yer almaktadır. Fiyat dışı rekabet dar anlamda kaliteye dayalı rekabet olarak adlandırılmaktadır (Bedir,2009:39). Dış pazarlarda ihracat yapabilmek için maliyetler kadar kaliteli mal üretimin de yapılması gerekmektedir. Çünkü dünya pazarlarında artan rekabetin ortaya çıkardığı en önemli unsurlardan biri de kalitedir. Dış pazarlarda kaliteli ürünler satmak isteyen firmaların uluslararası kuruluşlardan kalite standartları alması önem verilmesi gereken konulardan biridir (Atik,2005:60-61).

Kalitenin artırılması daha iyi ve daha fazla kalifiye işgücü, makine ve firma ya da üretim düzeyinde daha üstün organizasyonları gerektirir. En iyi ürün ve süreçlerin taklit edilmesinin yanı sıra araştırma ve geliştirme ile yenilik ve icatlar kalitenin en önemli kaynağıdır (Aktan ve Vural, 2004: 56). Kalite unsuru ülkelerin gelişmişlik seviyesi, ürünlerin kalitesiyle fiyatı, maliyeti, verimliliği, ihracat performansı, piyasa payı gibi hususlar arasında ilişki bulunmaktadır (Bedir,2009,42). Pazarlama ise, özellikle ihraç edilen ürünün satışında önem taşımaktadır. İhracat yapan firmalar, reklam, sergi, teslim sonrası hizmetler vb.



pazarlama faaliyetlerini yoğun olarak kullanan rakiplerle rekabet etmektedirler. Dış pazarlarda rekabet gücünü artırmak isteyen firmaların pazarlama stratejilerinin iyi olması gerekmektedir aksi takdirde, ürünleri kaliteli dahi olsa bunları tanıtmaya fırsatı olmayacaktır (Atik,2005:60-61).

Tekstil (diğer bir ifadeyle dokumacılık), çeşitli lif türlerinin önce iplik haline getirilmesi, ardından da belirli desenlerde ve renklerde birleştirilmesi sayesinde kumaş ve daha sonrada nihai ürün elde edilmesi aşamalarından oluşan dünyadaki en eski üretim faaliyetidir (Çoban ve Kök,2005:69).Bir sanayi kolu olarak tekstilin ortaya çıkması ise sanayi devrimi ile İngiltere’de başlamıştır.

Tekstil, hazır giyim, deri ve deri ürünleri sektörü moda kavramıyla tüketiciye ulaşan ürünlerden oluşarak birbiriyle yakın ilişkiler içindedir. Özellikle tekstil sektörü hazır giyim sektörünün tedarik zincirinde yer alarak bu sektörün bir parçası haline almıştır. Her iki sektör çoğu zaman tekstil sektörü olarak tek bir isim altında değerlendirilmektedir (Ekti,2013:6). Tekstil ve konfeksiyon ticaretinde giderek artan uluslararası rekabet nedeniyle, sahip oldukları pazar paylarını korumak isteyen gelişmiş ülkeler, yeni kapasite artışı yaratmaksızın üretim süreçlerinin modernizasyonuna yönelik yatırımlar gerçekleştirmişlerdir. Gelişmiş ülkeler gerçekleştirdikleri yatırımlarla bir tarafta üretim verimliliğinde artış sağlamışlar, diğer taraftan ise Ar-Ge faaliyetleri sonucu tekstil ürünlerinin esneklik, yanmazlık, kolay ütülenebilir gibi özelliklerini geliştirerek katma değeri yüksek olan ürünlerin üretimine yönelmişlerdir (Güleryüz,2011:15).

Rekabet gücü kavramı tüm sektörlerde olduğu gibi tekstil ve hazır giyim sanayinde de son derecede önemlidir. Tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücünü bol hammadde ve yoğun, ucuz işgücü belirlemektedir. Özellikle de hazır giyim sektörünün yoğun işgücüne ihtiyaç duyması ve ülkeden ülkeye değişen işçi ücretlerinin seviyesi bu alandaki rekabetin yönünü belirlemektedir. Bu faktörlerin yanı sıra üretim maliyetini etkileyen diğer temel faktörlerden biri de enerji tüketimidir. Tekstil ürünleri üretiminde bol miktarda su tüketildiğinden ülkeden ülkeye değişen su tüketim fiyatı da tekstil üretim maliyetini etkilemektedir. Tekstil üretiminde belirtilen temel girdiler dışında ülkeden ülkeye değişen arsa fiyatları ve inşaat maliyetleri dolaylı da olsa rekabet gücünü etkilemektedir (Uğur,2004: 42-44). Tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücünü doğrudan ya da dolaylı etkileyen temel girdilerle birlikte üretilen ürünün kalitesi, teknolojik seviyesi, moda ve markaların oluşturulması, fabrika organizasyonu, kalifiye eleman bulundurma, iplik düzgünlüğü ve kalite, pazar şartlarının iyi tanınması, pazarlama ve pazara yakınlık sektördeki rekabet güçlerini etkileyen diğer önemli faktörleri oluşturmaktadır (Uğur,2004: 44-45).

3. DÜNYADA TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU

Tekstil ve hazır giyim sanayi, ülkelerin ekonomik kalkınma sürecinde önemli rol oynayan bir sanayi dalıdır. Gelişmiş ülkelerin 18. yüzyılda gerçekleştirdikleri sanayileşme sürecine önemli katkısı olan tekstil ve hazır giyim sanayi, günümüzde de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarında benzer bir rol oynamaktadır (Ekti,2013:5). 1980’lerden itibaren hız kazanan küreselleşme eğilimi tekstil ve hazır giyim sanayinde ticaret akışını hızlandırmış ve son 30 yıl içerisinde yaklaşık olarak sektörün toplam kapasitesinin yarısı gelişmiş ülkelere doğru kaymıştır. Bu nedenle bu sektör



günümüzde en fazla “küreselleşmiş endüstrilerden” biri olarak bilinmektedir (Aydoğdu,2012:4).

Günümüzde işgücü maliyetleri tarafından şekillenen tekstil ve hazır giyim sektörü dünya genelinde daha çok gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Çin, Bangladeş, Hindistan, Hong Kong ve Endonezya gibi işgücü maliyetlerinin çok düşük olduğu ülkeler sektörün imalat kısmında ilk sırada yer almaktadır. Tekstil ve hazır giyim tüm ülkelerde tüketimin temel ürününü oluşturması, yeni girişimcilerin küçük sermayeler ile bu piyasaya girişlerinin kolay oluşu; tekstil ve hazır giyim sektörlerinin sanayileşme sürecinin her döneminde dünya ticareti içerisinde önemli bir yere sahip olmasına neden olmuştur.

Tekstil ve hazır giyim sektörü, ülkelerin daha ileri sanayilere geçiş için yarattığı sermaye birikimi ve yetişmiş iş gücü sebebiyle ellerindeki en önemli basamak taşlarından birisi konumundadır (Aydoğdu, 2012:28). Tekstil ve hazır giyim sanayi ürünlerinin kolayca taşınabilir olması, bu sanayi mallarının dünyaya daha hızlı yayılmalarına imkan tanımış ve bu yayılma gelişmiş ülkelerin üretim etkinliklerinin bir bölümünü geliştirmekte olan ülkelere aktarmalarını sağlamıştır(Dilber,2004:86). Başlangıçta hammadde ve emek-yoğun üretime dayalı olan tekstil ve hazır giyim sektörü küreselleşmenin de etkisiyle son yıllarda önemli bir dönüşüm yaşamış ve bu sektörde rekabetin temel belirleyicisi teknoloji, marka ve tasarım olmuştur.

Dünya Ticaret Örgütü tarafından 1995 yılında imzalanan ve 2005 sonrası tekstil ve hazır giyim ticaretinin tamamen serbestleştirilmesini öngören “Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşmasıyla” birlikte 2001 yılında Çin’in DTÖ’ye üyeliği dünya tekstil ve hazır giyim sektöründe yeni bir dönem başlatmıştır.

Tekstil ve hazır giyim anlaşmasında tekstil ve hazır giyim ürünlerine uygulanan kısıtlamaların 2005 yılına kadar dört kademe ve her kademe artan oranlarda kaldırılması öngörülmüştür (Uzunoğlu,2008:23). Böylelikle Çin’in üretim merkezi olma dönemi başlamış, Bangladeş ve Vietnam gibi ülkeler gerek üretim maliyetlerinin düşük olması gerekse önemli ithalatçı ülkelerle imzalamış olduğu tercihli ticaret anlaşmaları ve düzenlemeleri sayesinde önemli üretici ve ihracatçı ülkeler konumuna erişmişlerdir. Tekstil ve hazır giyim sektörleri birbirleriyle doğrudan ilişkili sektörler olduğundan her dönem gelişmeleri paralellik göstermiştir. Tablo 1’de dünya tekstil ve hazır giyim ihracatının toplam dünya ihracatı içindeki payı yer almaktadır.1995’de tekstil sektörünün dünya ihracatındaki payı %31,18 iken; 2013 yılına gelindiğinde bu oran %17,05 düzeyinde gerçekleşmiştir. Benzer şekilde 1995’de hazır giyim endüstrisinin dünya toplam ihracatındaki payı %32,44 iken; bu oran 2013 yılına gelindiğinde %24,30 seviyesinde gerçekleşmiştir. Genel itibariyle değerlendirildiğinde emek yoğun endüstri olan tekstil ve hazır giyim sektörünün halen önemini korumasıyla birlikte dünya ihracatındaki payının azaldığı görülmektedir.



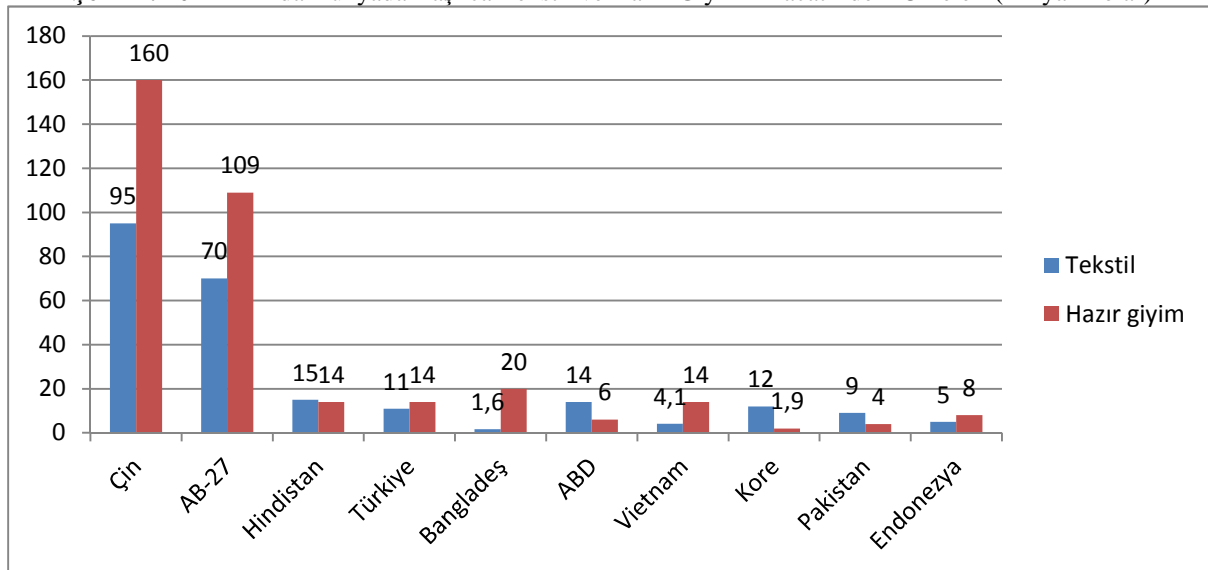
Tablo 1: Dünya Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı (1995-2013) (Milyar Dolar - %)

Yıllar	Toplam Dünya İhracatı (milyar dolar)	Dünya Tekstil İhracatı (milyar dolar)	Tekstil İhracatının Toplam İhracattaki % Payı	Dünya Hazır Giyim İhracatı (milyar dolar)	Hazır Giyim İhracatının Toplam İhracattaki % Payı
1995	946.416	295.181	31,18	307.059	32,44
2000	1.232.560	307.132	24,91	392.816	31,86
2005	1.996.130	405.805	20,32	571.992	28,65
2006	2.332.460	436.118	18,69	639.854	27,43
2007	2.663.430	471.666	17,70	718.954	26,99
2008	3.086.930	492.622	15,95	757.356	24,53
2009	2.401.880	441.460	18,37	665.065	27,68
2010	2.911.770	497.592	17,08	736.937	25,30
2011	3.475.990	577.984	16,62	861.757	24,79
2012	3.378.640	547.286	16,19	810.182	23,97
2013	3.275.460	558.529	17,05	796.203	24,30

Kaynak : UN Comtrade Veri tabanından yola çıkarak tarafımızca düzenlenmiştir.

Şekil 1’de dünyada başlıca tekstil ve hazır giyim ihraç eden ülkeler yer almaktadır. Mevcut pazarlarda ve kotasız yeni rekabet döneminde ülkelerin ihracat oranları rekabet güçlerine göre artıp azalmaktadır. 2012 yılında 95 milyar dolar tekstil ihracatı, 160 milyar dolar hazır giyim ihracatı yapan Çin’in hem tekstil hem de hazır giyim ihracatında dünyanın en büyük üreticisi ve ihracatçısı konumunda olduğunu görmekteyiz. Ayrıca Çin’in hazır giyim ihracatının tekstilden daha fazla olduğu da dikkat çeken bir durumdur. Çin’i sırasıyla AB-27 ülkeleri, Hindistan ve Türkiye takip etmektedir. Türkiye’nin ihraç ettiği tekstil ve hazır giyim endüstrisi rakamlarının birbirine oldukça yakın olduğu görülmektedir.

Şekil 1: 2012 Yılında Dünyada Başlıca Tekstil ve Hazır Giyim İhracat Eden Ülkeler (Milyar Dolar)



Kaynak: WTO, International Trade Statistics,2013

http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2013_e/its13_merch_trade_product_e.pdf



4. TÜRKİYE'DE VE ÇİN'DE TEKSTİL VE HAZIR GIYIM SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU

Ülkemizde tekstil ve hazır giyim sanayi imalat sanayi içinde öncü sektör konumunda olmakla birlikte üretim, ihracat ve istihdam açısından ilk sırada yer almaktadır.

Türkiye ekonomisinde tekstil sanayi uzun yıllardır rekabetçi düzeyde diğer ülkelere karşı üstün gelmekte ve ulusal geliri arttıran en önemli dış ticaret kalemi olmayı sürdürmektedir. Emek yoğun sektörden çok sermaye yoğun bir sektör olan hazır giyim sektörü, tekstil sektörü kadar olmasa da Türkiye ekonomisinin ulusal gelirini artırıcı lokomotif sektörlerinden birisidir. Türkiye'de tekstil endüstrisi istihdam ve ihracata sağlamış olduğu katkıdan dolayı, sosyo-ekonomik açıdan oldukça önemlidir (Özkaya, 2010: 144).

Tekstil endüstrisinin ekonomiye katkısı dikkate alındığında, rekabetçiliğin artırılarak sürdürülmesi hayati önem taşımaktadır (Çoban ve Kök, 2005: 71). 2005 yılından itibaren dünyada yapılan serbestleşmeyle birlikte Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörü, Çin ve Asya ülkeleriyle çetin bir rekabet içine girmiştir. Rekabet baskısı karşısında Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektöründe daha yüksek katma değerli, kaliteli ürünlerin üretimine geçilmiştir. Ancak, katma değeri yüksek ürün ihracatının daha kaliteli girdi ile sağlanması yurtiçinden temin edilmeyen bazı ürünlerin ithalatını gerektirmektedir (Uzunoğlu, 2008: 24).

Tekstil sanayinin diğer sanayi dallarına göre daha az sermaye gerektiren, işgücü yoğun üretime dayalı yapısı nedeniyle bu sektör Türkiye'nin üretim faktörleri yapısına da oldukça uygundur (Yücel, 2010: 231). Türk tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik yapılan SWOT analizi, sektörün güçlü yönlerinin ve fırsatlarının çokluğu kadar zayıf yönlerini ve tehditlerinin çokluğunu da ortaya koymaktadır. Sektörde SWOT analizini değerlendirdiğimizde güçlü yönler olarak esneklik, marka bilinci, doğal kaynaklar, tecrübe, hız, know-how, pamuk üretimi; zayıf yönler olarak iş gücü maliyetleri, hammadde maliyetleri, enerji maliyetleri ve dalgalanmaları, pazarlama ve dağıtım kanalı sorunları, kamu ve özel sektör kaynak yetersizliği sektörün doymuşluğu, kayıt dışılığın yaygınlığı; fırsatlar olarak AB pazarına ve gelişen pazarların bir çoğuna yakınlık, komşu ülkelerle ticaretin gelişmesi, 2005 sonrası Çin, ABD ve Japonya'ya giriş kolaylığı; tehditler olarak ise dünyada kotaların kalkması dolayısıyla Çin'in oluşturduğu haksız rekabet ortamı, ihracat benzerliği bulunan ülkelerin (Asya ülkeleri) maliyet avantajı uluslararası rekabetin artması, Çin'in üretimde katma değerinin artması sıralanabilir (Erkan, 2011: 100).

Gelişmiş ülkelere farklı olarak Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe hem hammadde hem de işgücü ve iç tüketim açısından büyük kapasiteye sahip olması, bu sanayi kolunu daha da önemli kılmaktadır. Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörü bugün, diğer sanayi kollarına kadar oldukça geniş bir yelpazede ülke ekonomisini etkilemektedir. Bu nedenle sektörün dış ticarete gireceği yeni rekabet dönemi ülke ekonomisi açısından hayati bir önem taşımaktadır. Türkiye'nin dış ticareti içinde tekstil ve hazır giyim sektörünün bugünkü yerinin anlaşılabilmesi ve bu sektörün dış ticaret içindeki ve dolayısıyla ülke ekonomisi içindeki gelişiminin analiziyle mümkündür. Tablo 2'de Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ihracatının yıllar itibarıyla gelişimi yer almaktadır. 1995'den itibaren gerek tekstil gerekse hazır giyim sektörü ihracatı yıllar itibarıyla artış göstermektedir. Ancak 2008 Küresel finansal krizin etkisi tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde tekstil ve hazır giyim ihracatında da etkisini göstermiş ve 2009 yılında sektördeki ihracat miktarı azalmıştır. Tekstil ve hazır giyim ihracatının toplam ihracat içindeki payına baktığımızda 1995'de %40,02 olan oranın giderek azaldığı ve 2013 yılına gelindiğinde bu oranın %18,14'e düşmüştür. Bunun nedenini



Türkiye'nin toplam ihracatı içinde emek-yoğun sektörün payının azalması olarak açıklanabilir.

Tablo 2: Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı (1995-2013) (Milyar Dolar- %)

Yıllar	Toplam İhracat	Tekstil (65)	Hazır Giyim(84)	Toplam Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı (65+84)	Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı (%)
1995	21.598	2.526	6.118	8.644	40,02
2000	27.485	3.672	6.533	10.205	37,12
2005	73.476	7.075	11.833	18.908	25,73
2006	85.534	7.584	12.051	19.635	22,95
2007	107.271	8.942	13.886	22.828	21,28
2008	132.002	9.399	13.590	22.989	17,41
2009	102.138	7.723	11.555	19.278	18,87
2010	113.979	8.963	12.760	21.723	19,05
2011	134.915	10.772	13.947	24.719	18,32
2012	152.536	11.054	14.289	25.343	16,61
2013	151.796	12.150	15.395	27.545	18,14

Kaynak : UN Comtrade Veri tabanından yola çıkarak tarafımızca düzenlenmiştir.

Türkiye tekstil ve hazır giyim sanayinde, rekabetçi özelliğini devam ettirmesine karşın, özellikle belirli ülkelerin daha hızlı rekabet avantajı kazanması karşısında 2005 yılından itibaren dünya ihracatında pazar payını kaybetme eğilimindedir. Kotaların sona erdiği, ekonomik krizlerin dünya ticaretine damga vurduğu, siyasi gelişmelerin ekonomi ve ticaret üzerindeki etkilerinin yoğunlaştığı ve çeşitli rekabetçilik dinamiklerinin ortaya çıktığı 2005 sonrası dünya tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatında pazar payı anlamında en fazla kazanan ülkeler arasında Çin'in yanı sıra diğer Asya ülkelerinin olduğu görülmektedir (Kalkınma Bakanlığı,2014:103).

Çin tekstil ve hazır giyim sanayinde tüm dünyada en büyük rakip ve tehdit olarak görülmektedir (Güleryüz,2011: 55). Çin'in 11 Aralık 2001 tarihinde Dünya Ticaret Örgütüne üyeliğiyle beraber Tekstil ve Konfeksiyon Anlaşmasına tabi olması ve bunun sonucunda anlaşma gereği 2005 yılında kotaları kaldırılarak Dünya Ticaret Örgütü üyelerine uygulanan tarifelerden yararlanması dünya tekstil ve konfeksiyon sanayinde rekabetin daha çetin yaşanmasına neden olmuştur.

Çin'in tekstil sektöründe rekabet durumunu genel itibariyle değerlendirdiğimizde; Çin ihracatının, büyük pazarların ihracat boyutlarına ulaştığını, pamuk, örme, lif, iplikte en büyük kapasiteye sahip ülke olduğunu, Çin'in tekstil ve konfeksiyon endüstrisinin pazarlama, finans, yönetim alanlarında yabancı yatırımcılardan yararlandığını ve hazır giyim ürünlerinin yarısından fazlasının Tayvan, Japonya, Kuzey Kore tarafından ithal edildiğini görmekteyiz (Arslan,2008:33). Ayrıyeten, hazır giyim sektörünün emek yoğun bir üretim gerektirmesi ve Çin'in bol ve düşük maliyetli işgücü açısından sahip olduğu avantaj, bu sanayinin büyüme potansiyelini artırmaktadır (Dilber,2004: 94). Çin kaynaklı konfeksiyon ürünlerinin büyük çoğunluğunun düşük ve orta kalitede olmasına rağmen, Çin'in hazır giyim sanayisinin yüksek katma değerli ve kaliteli üretime yöneldiği de dikkat çeken gelişmelerden biridir.



Bu gelişmelerin yanı sıra sektörde teknolojik yenilenme ve yeniden yapılanma devam etmekle birlikte makine teçhizat yatırımlarında daha ileri teknolojiye sahip makineler tercih edilmektedir. Bununla beraber, daha kaliteli ithal malzemeler kullanarak katma değeri daha yüksek üretime ve markalaşmaya önem verilmekte, tekstil üretimi, tekstil kimyasalları ve makineleri ile ilgili Ar-Ge çalışmalarının yapılması, özel sektörün ve KOBİ'lerin desteklenmesi ve sektörde bilgi teknolojilerinin kullanımının yaygınlaştırılmaya başlanmıştır (Gülyüz, 2011: 56). Çin'in tekstil ve hazır giyim sektöründe önde gelen ülke olmasında ve rekabetçiliğinin gelişmesinde çok sayıda faktörün etkili olduğunu görmekteyiz. Tekstil ve hazır giyim sektöründe kullanılan hammaddenin %80'nine yakını pamuğun oluşturması ve Çin'de pamuk üretiminin diğer ülkelere göre yüksek olması tekstil ve hazır giyim ihracatı rekabetinde önemli bir avantaj sağlamaktadır. Sektörde pamuktan sonra en fazla kullanılan ikinci hammadde olan yün elyaf üretiminde ise Çin'in Hindistan, Pakistan gibi ülkelere göre ön sıralarda yer alması Çin'in hammaddeden kaynaklanan avantajlarını artırmaktadır. Hammadde yönünden güçlü olan Çin, işçi ücretleri yönünden de saati en düşük ülkeler arasında yer almaktadır. Çin'de hammadde ve işgücüyle birlikte üretim maliyetini etkileyen temel etkenlerden biri de enerji ve su tüketimidir. Çin dünyanın en ucuz su ve elektriğini kullanan ülkesidir.

Tablo 3'de Çin'in tekstil ve hazır giyim ihracatının yıllar itibariyle gelişimini görmekteyiz. 1995'den itibaren gerek tekstil gerekse hazır giyim sektörü ihracatı yıllar itibariyle artış göstermektedir. Tekstil ve hazır giyim ihracatının toplam ihracat içindeki payına baktığımızda 1995'de %109 olan oranın giderek azaldığı ve 2013 yılına gelindiğinde bu oranın %56,27'e düştüğü görülmektedir.

Çin'in tekstil ve hazır giyim sektöründe öncü ihracatçı ülke konumu devam etmekle birlikte, diğer sanayilerde gerçekleştirilen ihracat ve orta ve ileri teknoloji yoğun sektörlerin daha fazla teşvik edilmesi nedeniyle tekstil ve hazır giyim sektörüne olan bağımlılık giderek azaltılmaktadır. Bu durum sanayide faaliyet gösteren firmaların üretim maliyetleri daha düşük olan komşu ülkelere olan yatırımı artırmaktadır. Bu nedenle Bangladeş, Endonezya gibi Asya bölgesinin diğer önde gelen tekstil ve hazır giyim üreticisi ülkelere Çin yatırımları hızla artmaktadır (Kalkınma Bakanlığı,2014:106).

Tablo 3: Çin'in Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı (1995-2013) (Milyar Dolar- %)

Yıllar	Toplam İhracat	Tekstil (65)	Hazır Giyim(84)	Toplam Tekstil ve Hazır Giyim İhracatı (65+84)	Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı %
1995	148.779	139.181	24.048	163.229	109
2000	249.203	161.346	36.070	197.416	79,21
2005	761.953	410.501	74.162	484.663	63,60
2006	968.936	486.830	95.387	582.217	60,08
2007	1.220.059	560.321	115.520	675.841	55,39
2008	1.430.693	653.665	120.404	774.069	54,10
2009	1.201.646	598.235.	107.263	705.498	58,71
2010	1.577.763	768.714	129.820	898.534	56,94
2011	1.898.388	944.107	153.773	1.097.880	57,83
2012	2.048.782	954.501	159.613	1.114.114	54,37
2013	2.209.007	1.065.779	177.434	1.243.213	56,27

Kaynak: Un Comtrade Veri Tabanından hareketle tarafımızca oluşturularak hesaplanmıştır.



5. LİTERATÜR TARAMASI

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler(AKÜ) endeksi aracılığıyla, sektörel düzeyde rekabet gücünü ölçen çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Literatürde AKÜ kapsamında yapılan bazı çalışmaları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

Altıntaş ve Akpolat (2013); Çalışmada Türkiye'nin AB-27 ülkeleri ile olan dış ticaretinde tekstil sektörünün rekabet gücü ölçülmüştür. 2004-2011 dönemi verileri kullanılarak Balassa, Vollrath ve KİP endeksleri ile rekabet düzeyi incelenmiş ve 2004-2011 döneminde Türkiye'nin AB-27 ülkelerine karşı karşılaştırmalı rekabet avantajına sahip olduğu ve 2011 yılına gelindiğinde söz konusu rekabet avantajının en yüksek düzeye ulaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Erkan (2011); 1993-2009 yılları arasında Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücünü açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı ile ölçmüştür. SITC Rev.3, dört haneli bazda tekstil sektörüne ait 59, hazır giyim sektörüne ait 37 ürün grubuna ilişkin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayıları hesaplanmıştır. AKÜ katsayılarının hesaplanmasında Vollrath Endeksi ve İhracat-İthalat Oranı endeksi kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda Türkiye'de tekstil sektörünün alt ürün grubu ihracatından 43'ünde, hazır giyim sektörünün alt ürün grubu ihracatında, 34'ünde rekabet avantajı bulunduğu tespit edilmiştir.

Çoban ve Kök (2005); 1989-2001 dönemine ilişkin Türkiye'nin AB ülkeleri karşısında tekstil ve hazır giyim sektörlerindeki rekabet gücü SITC Rev.3 iki ve üç haneli sınıflandırmaya göre analiz edilmiştir. Türkiye'nin hem tekstil, hem de hazır giyim ihracatında AB ülkeleri karşısında rekabet gücüne sahip olduğu fakat son yıllarda rekabet gücünün azaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Şimşek vd. (2007); 1993-2005 arasında Türkiye'nin AB ülkeleri karşısındaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri SITC Rev.3, üç haneli bazda teknoloji sınıflandırmasına göre analiz etmiştir. Sonuç olarak, Türkiye'nin hammadde ve emek yoğun malların ihracatında avantaja sahip olduğu; sermaye yoğun malların ihracatında da mutlak olarak olmasa da, nispi anlamda üstünlük sağladığı görülmüştür. Ar-Ge bazlı malların ihracatında ise karşılaştırmalı dezavantaj durumu olduğu görülmüştür.

6. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Çalışmada Türkiye ve Çin'in tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünü analiz etmek için Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (AKÜ) kullanılmıştır. AKÜ endeksi bir ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğü olan malları belirlemek amacıyla kullanılan bir yöntemdir.

"j" ülkesinin "t" döneminde "k" malındaki (sektöründeki) açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük (AKÜ) katsayısı Balassa tarafından aşağıdaki gibi formüle edilmiştir (Balassa, 1965:99-123):

$$AKÜ_{kt}^j = \frac{X_{kt}^j / X_t^j}{X_{kt}^w / X_w^t}$$

(X_{kt}^j / X_t^j) : j ülkesinin k malı ihracatının dünya ihracatı içindeki payı,

(X_{kt}^w / X_w^t) : ; j ülkesinin toplam ihracatının dünya toplam ihracatı içindeki payı



Endeksin birden büyük bir değer alması o ülkenin ilgili malda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu, diğer bir ifadeyle o malın ülkenin toplam ihracatı içinde payının dünya ticaretindeki payından daha büyük olduğunu ifade etmektedir. Endeksin birden küçük olması o malda karşılaştırmalı dezavantajın olduğunu belirtmektedir.

Uluslararası Ticaret Sınıflandırması (SITC) tekstil endüstrisini, tekstil ürünleri ve hazır giyim/konfeksiyon olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir. Bunlar, tekstil ipliği, dokuma, mensucat ve ilgili ürünleri içeren SITC 65 (Tekstil) kodlu ürün grubu ve konfeksiyon ve aksesuarların yer aldığı SITC 84 (Hazır Giyim) kodlu ürün grubudur. Tekstil endüstrisi bağlamında ülkelerin ticari performanslarının karşılaştırılmasında genellikle SITC 65 ve SITC 84 kodlu ürün grupları dikkate alınmaktadır. Bu iki grup birbirine yakın ilişki içinde olsa da talep yapıları birbirinden oldukça farklı olduğundan dolayı ayrı ayrı değerlendirilmektedir.

Çalışmada, Balassa'nın AKÜ endeksi SITC iki haneli ürün grubu ve her bir alt sektör için hesaplanmıştır. AKÜ endeksini hesaplayabilmek için gerekli olan ihracat verileri Birleşmiş Milletlerin <http://comtrade.un.org/> adlı veri tabanından derlenmiş olup, veriler 1995-2013 dönemini kapsamaktadır. SITC Rev.3'e göre tekstil ve hazır giyim endüstrisinin çalışma kapsamına alınan iki ve üç haneli ürün grupları Ek.1'de yer almaktadır.

7. AKÜ ENDEKSİNİN TÜRKİYE VE ÇİN'İN TEKSTİL VE HAZIR GİYİM ENDÜSTRİSİNE UYGULANMASI

Burada, yukarıda bahsedilen teorik çerçeveye dayanılarak Türkiye ve Çin'in tekstil ve hazır giyim ürünlerinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri hesaplanmıştır. Gerek iki gerekse üç haneli ürün gruplarında birden büyük bir değer alan AKÜ endeksi, tekstil ve hazır giyim ürünleri sanayinin bu ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlüğüne işaret etmektedir. Bu nedenle, bir ülkenin AKÜ katsayısı ne kadar büyükse, ülkenin rekabet gücü ve üstünlüğü daha fazla olmaktadır.

Sonuçların yer aldığı tablo 4'de görüldüğü üzere, Türkiye'de gerek tekstil gerekse hazır giyim sanayinde AKÜ katsayıları birden büyük çıkmıştır. Bu durum, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sanayinde rekabet gücü ve üstünlüğünün yüksek olduğunu ifade etmektedir. 1995 yılında hazır giyim sektörünün (SITC 84) rekabet gücünün tekstil sektörüne göre (SITC 65) daha yüksek olduğunu görmekteyiz. 2013 yılına geldiğinde ise, tekstil sektörünün (SITC 65), hazır giyim sektörüne göre (SITC 84) rekabet gücünün daha yüksek olduğunu dikkat çekmektedir.

1995 yılından itibaren hazır giyim ürün grubunun rekabet gücünün giderek azaldığı görülmektedir. Tekstil sektöründe ise endeks değeri istikrarlı bir eğilim izlemektedir. Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücü halen yüksek olmasına rağmen, düşme eğilimi gösterme nedenini rekabet gücünü etkileyen faktörler bazında düşünmek gerekmektedir. Sektörde özellikle girdi maliyetlerinin yüksekliği rekabet gücünü azaltan temel etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

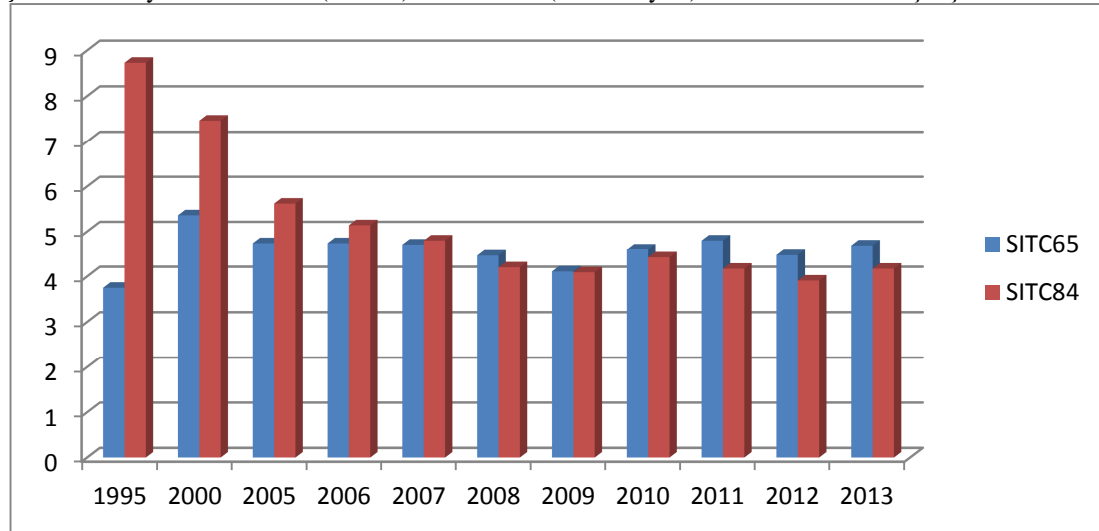


Tablo 4: Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe AKÜ Endeks Değerleri (1995-2013)

Yıllar	SITC 65 (Tekstil Dokumacılık Grubu)	SITC 84 (Konfeksiyon Hazır Giyim ve Aksesuarları Grubu)
1995	3,75	8,73
2000	5,36	7,46
2005	4,74	5,62
2006	4,74	5,14
2007	4,71	4,80
2008	4,46	4,20
2009	4,11	4,09
2010	4,60	4,42
2011	4,80	4,17
2012	4,47	3,91
2013	4,69	4,17

Kaynak: UN, Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE) verilerine dayanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

Şekil 2 Türkiye'nin SITC 65 (Tekstil) ve SITC 84 (Hazır Giyim) Endüstrilerinin Karşılaştırmalı Analizi



Kaynak : Tablo 4 verileri doğrultusunda tarafımızca hazırlanmıştır.

SITC üç haneli ürün grupları dikkate alınarak dokuz alt ürün grubu altında değerlendirilen tekstil ürünleri ile yedi alt ürün grubu altında değerlendirilen hazır giyim ürünlerine ait endeks değerlerinin yer aldığı tablo 5 ve tablo 6'da Türkiye'nin AKÜ katsayılarının birden büyük çıktığı dolayısıyla rekabet gücünün yüksek olduğunu görmekteyiz. Ayrıca Türkiye'nin tekstil grubunda rekabet gücü en yüksek alt ürün gruplarının sırasıyla (SITC 658) Dokunmuş Hazır Eşya ve (SITC 659) Yer Kaplamaları ve Halılar grupları olduğu görülmektedir. (SITC 658) Dokunmuş Hazır Eşya sektöründe 2000 yılından itibaren düşme eğilimi gözlenmesine rağmen, (SITC 659) Yer Kaplamaları ve Halılar grubunda AKÜ endeksinin giderek yükseldiğini görmekteyiz. (SITC 654) Pamuk, sentetik, suni elyaf dışı liflerden Mensucat ve (SITC 657) Özel dokumalar ve bunlardan mamul eşya sektörlerinde diğer alt sektörler göre AKÜ endeksinin ve rekabet gücünün daha düşük seviyede olduğu görülmektedir.



Tablo 5. Türkiye'nin Tekstil Sektörünün Alt Ürün Grupları İtibariyle AKÜ Endeksi (1995-2013)

SITC 65 (Tekstil Sektörü)									
Yıllar	651	652	653	654	655	656	657	658	659
1995	3,67	3,85	3,69	1,39	2,05	3,13	1,41	9,09	6,44
2000	5,47	4,31	4,57	2,51	2,22	7,27	1,78	13,3	7,53
2005	11,5	4,18	4,96	1,91	2,76	7,29	1,69	8,51	7,90
2006	3,84	4,13	5,33	1,81	3,20	5,93	1,77	7,65	8,14
2007	3,37	4,90	5,17	1,97	3,22	5,48	1,69	6,99	9,16
2008	3,26	4,44	5,20	1,96	3,26	4,97	1,52	5,92	9,79
2009	3,49	4,57	4,98	1,81	3,76	4,21	1,50	4,99	10,9
2010	3,52	4,61	5,07	1,90	4,58	4,24	1,68	5,29	11,5
2011	3,98	4,59	4,80	1,93	4,89	4,53	1,92	5,40	13,3
2012	3,65	4,17	4,54	1,75	4,50	4,44	1,74	4,26	15,3
2013	3,90	4,52	4,66	1,74	5,13	4,61	1,86	5,13	15,3

Kaynak: UN, Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE) verilerine dayanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

Türkiye'nin hazır giyimde ise (SITC 842) Kadın giyim eşyası, (SITC 845) Diğer giyim eşyası ve (SITC 846) Külotlu çorap, çorap, soket, eldiven, şal, atkı vb. ürün gruplarının rekabet gücünün diğer alt ürün gruplarına kıyasla yüksek olduğunu görmekteyiz. (SITC 848) Dokuma dışındaki materyalden mamul giyim eşyası ve (SITC 843) Erkekler için örme giyim eşyası alt ürün gruplarında rekabet gücünün diğer alt ürün gruplarına göre daha düşük seviyede olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Türkiye'nin Hazır Giyim Sektörünün Alt Ürünler İtibariyle AKÜ Endeksi (1995-2013)

SITC 84 (Hazır Giyim Sektörü)							
Yıllar	841	842	843	844	845	846	848
1995	5,38	7,25	8,31	2,03	10	5,75	8,57
2000	4,86	7,82	5,28	1,18	8,80	5,72	5,92
2005	4,75	5,98	3,12	6,87	6,52	6,18	2,48
2006	4,22	5,49	3,08	6,36	5,69	5,97	2,69
2007	4,18	5,30	2,83	5,69	5,12	5,81	2,44
2008	3,84	4,46	2,94	5,30	4,35	4,79	2,21
2009	3,67	4,12	2,98	5,26	4,24	5,41	1,90
2010	4,04	4,53	2,62	5,67	4,73	5,49	1,97
2011	3,72	4,47	2,40	5,04	4,55	5,16	1,90
2012	3,84	4,47	2,40	3,90	4,42	4,30	1,58
2013	3,51	4,80	2,71	3,84	4,93	4,60	1,55

Kaynak: UN, Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE) verilerine dayanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

(SITC 65) Tekstil ve (SITC 84) hazır giyim endüstrisine Çin için baktığımızda tablo 7'de Çin'de gerek tekstil gerekse hazır giyim endüstrisinde AKÜ katsayılarının birden büyük olduğunu dolayısıyla Çin'in iki endüstride de rekabet gücüne sahip olduğunu görmekteyiz. Ancak Çin'in (SITC 84) hazır giyim endüstrisinde AKÜ değerlerinin daha yüksek olduğunu dolayısıyla rekabet gücünün bu sektörde daha fazla olduğunu görmekteyiz. Tekstil ve hazır giyim endüstrisinde endeksin istikrarlı bir eğilim seyrettiği görülmektedir.

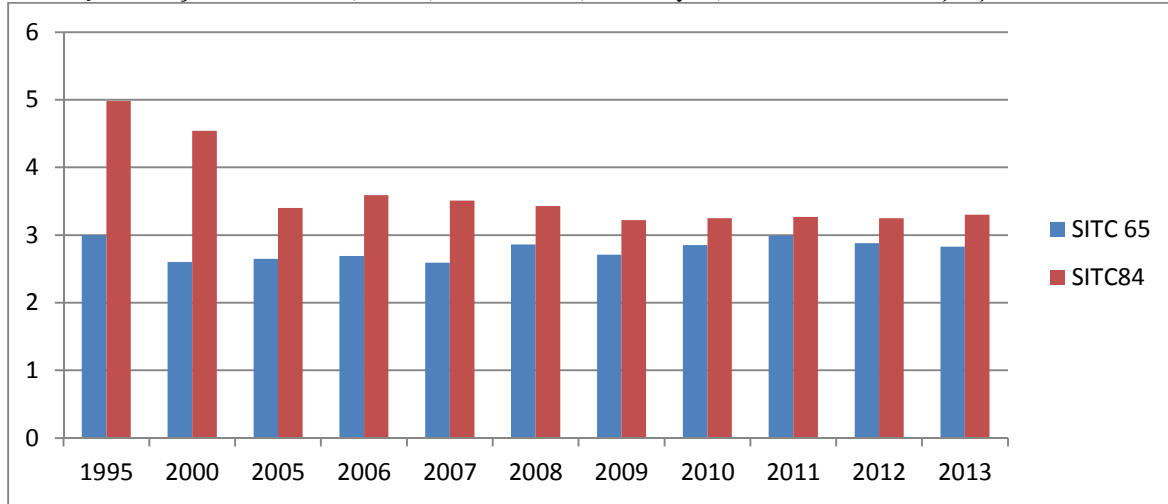


Tablo 7: Çin'in Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe AKÜ Endeks Değerleri (1995-2013)

Yıllar	SITC 65 (Tekstil (Dokumacılık Grubu))	SITC84 (Konfeksiyon Hazır Giyim ve Aksesuarları Grubu)
1995	3,00	4,98
2000	2,60	4,54
2005	2,65	3,40
2006	2,69	3,59
2007	2,59	3,51
2008	2,86	3,43
2009	2,71	3,22
2010	2,85	3,25
2011	2,99	3,27
2012	2,88	3,25
2013	2,83	3,30

Kaynak: UN, Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE) verilerine dayanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

Şekil 3: Çin 'in SITC65 (Tekstil) ve SITC 84 (Hazır Giyim) Endüstrilerinin Karşılaştırmalı Analizi



Kaynak: Tablo 7 verileri doğrultusunda tarafımızca hazırlanmıştır.

SITC üç haneli ürün grupları dikkate alınarak dokuz alt ürün grubu altında değerlendirilen tekstil ürünleri ile yedi alt ürün grubu altında değerlendirilen hazır giyim ürünlerine ait endeks değerlerinin yer aldığı tablo 8 ve tablo 9'da Çin'in tekstil grubunda rekabet gücü en yüksek alt ürün gruplarının sırasıyla (SITC 652) Pamuklu dokumalar, (SITC 653) Sentetik-suni elyaftan dokuma ve (SITC658) Dokunmuş hazır eşya olduğu görülmektedir. (SITC655) Poliester liflerden mensucat alt sektöründe AKÜ katsayısının birden küçük olduğunu dolayısıyla rekabet gücünün düşük seviyede seyrettiğini görmekteyiz.



Tablo 8. Çin'in Tekstil Sektörünün Alt Ürün Grupları İtibariyle AKÜ Endeksi (1995-2013)

SITC 65 (Tekstil Sektörü)									
Yıllar	651	652	653	654	655	656	657	658	659
1995	2,22	5,12	2,43	3,40	0,27	1,74	0,91	6,24	2,05
2000	2,16	3,58	2,73	2,65	0,40	1,29	0,92	5,05	1,35
2005	5,75	3,24	3,51	2,39	0,41	2,37	1,22	4,31	1,06
2006	1,93	3,23	3,48	2,38	0,45	2,94	1,26	4,24	1,03
2007	1,94	3,16	3,21	2,19	0,49	3,05	1,33	3,95	1,07
2008	2,08	3,64	3,44	2,18	0,53	3,17	1,63	4,36	1,27
2009	1,99	3,57	3,32	2,22	0,47	2,95	1,80	4,31	1,31
2010	1,90	3,72	3,38	2,33	0,48	2,86	1,92	4,09	1,30
2011	2,00	3,85	3,71	2,45	0,48	3,03	2,10	4,05	1,39
2012	1,88	3,58	3,65	2,34	0,46	2,88	1,93	3,97	1,39
2013	1,84	3,71	3,56	2,24	0,45	2,97	1,88	3,67	1,05

Kaynak: UN, Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE) verilerine dayanılarak hesaplanmıştır.

Çin'in hazır giyimde endüstrisinde ise, (SITC 843) Erkekler için örme giyim eşyası, (SITC 844) Kadınlar için örme giyim eşyası ürün gruplarının rekabet gücünün diğer alt ürün gruplarına kıyasla daha yüksek olduğunu buna karşılık; SITC (841) Erkek giyim eşyası alt ürün grubunda rekabet gücünün diğer alt ürün gruplarına göre daha düşük seviyede olduğu görülmektedir. Ancak genel itibariyle değerlendirdiğimizde (SITC 84) hazır giyim sektörünün alt ürün grupları itibariyle rekabet gücünün yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Çin'in Hazır Giyim Sektörünün Alt Ürün Grupları İtibariyle AKÜ Endeksi (1995-2013)

SITC 84 (Hazır Giyim Sektörü)							
Yıllar	841	842	843	844	845	846	848
1995	5,87	5,46	3,38	3,19	4,44	3,20	7,30
2000	4,66	1,59	4,27	4,20	4,47	3,52	7,05
2005	3,03	3,22	3,55	3,18	3,37	3,33	5,20
2006	3,11	3,26	4,37	4,20	3,69	3,41	3,99
2007	2,86	3,00	5,08	4,40	3,56	3,44	3,41
2008	2,86	3,09	4,75	4,11	3,40	3,85	3,30
2009	2,78	3,05	4,18	3,87	3,04	3,72	3,29
2010	2,73	3,05	4,13	4,11	3,05	3,63	3,29
2011	2,71	2,97	4,15	4,34	3,04	3,72	3,28
2012	2,69	2,83	4,26	4,44	2,96	3,61	3,13
2013	2,75	3,00	4,23	4,42	3,00	3,39	3,05

Kaynak: UN, Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE) verilerine dayanılarak hesaplanmıştır.

Türkiye ve Çin'in (SITC 65) tekstil sektörü ve (SITC 84) Hazır Giyim sektörünü karşılaştırdığımızda karşımıza şöyle bir tablo çıkmaktadır. Her iki ülkenin de hem (SITC 65) hem de (SITC 84) ürün grubunda AKÜ değerleri birden büyük dolayısıyla iki ülkede bu sektörlerde rekabet gücüne sahiptir. (SITC 65)'de Türkiye'nin AKÜ katsayılarının Çin'e göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye'nin AKÜ endeksi dört civarlarında istikrarlı bir eğilim gösterirken; Çin'in AKÜ endeksi iki civarlarında bir eğilim sergilemektedir. Türkiye'nin (SITC 84) hazır giyim sektöründe rekabet gücü azalmakla birlikte dört



civarlarında bir endeks değerine sahiptir. Çin’de ise Türkiye’deki endeks değerlerinden daha düşük seviyede üç civarlarında endeks değeri değişmektedir.

Tekstil sektörüne alt sektörler itibariyle baktığımızda ise genel itibariyle Türkiye’nin Çin’e göre rekabet gücünün daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Türkiye’de (SITC 655) Poliester liflerden mensucat, alt sektöründe rekabet gücü yüksek seviyede iken ,Çin’de bu ürün grubunda endeks değerinin birden küçük olduğu bu nedenle bu sektörde Çin’in rekabet gücünün olmadığı görülmektedir. (SITC 659) Yer kaplamaları, halılar alt sektöründe Türkiye’de rekabet gücü artan biçimde Çin’e göre daha yüksek seviyededir. Çin’in (SITC 654) Pamuk, sentetik, suni elyaf dışı liflerden mensucat alt sektöründe rekabet gücünün Türkiye’ye göre yüksek olduğu görülmektedir. (SITC 657) Özel dokumalar ve bunlardan mamul eşya alt sektöründe ise Türkiye ve Çin’in rekabet güçlerinin birbirine yakın olduğu dikkat çekmektedir.

Hazır giyim sektörüne alt sektörler itibariyle baktığımızda ise genel itibariyle, Türkiye’nin Çin’e göre rekabet gücünün daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Çin’in (SITC 843) Erkekler için örme giyim eşyası, (SITC 844) Kadınlar için örme giyim eşyası, (SITC 848) Dokuma dışındaki materyalden mamul giyim eşyası alt sektörlerinde rekabet gücünün Türkiye’ye göre yüksek olduğu görülmektedir.

8. SONUÇ

Tekstil ve hazır giyim sektörü, ülkemizde ihracat ve üretimdeki yüksek payı nedeniyle oldukça önemli bir sektördür. Dünyada yaşanan gelişmeler nedeniyle sektörün rekabet gücü her geçen gün artmaktadır. 1995-2013 yıllarını esas alarak Türkiye ve Çin’in tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücünün analiz edildiği bu çalışmada, Türkiye’nin ve Çin’in tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücünün yüksek olduğu tespit edilmiştir. Analiz doğrultusunda, hem SITC iki haneli hem de üç haneli ürün grupları açısından Türkiye tekstil endüstrisinin, Çin karşısındaki rekabet gücünün oldukça yüksek ve alt sektörler bağlamında dünya ölçeğinde rekabetçi bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye’de rekabet gücünün sürdürülmesi için özellikle sektördeki maliyetleri azaltıcı önlemler alınmalıdır. Bununla beraber Ar-Ge’ye gerekli önem verilerek yüksek kalitede mal üretimine geçilmelidir. Hazır giyim sektöründe katma değeri yüksek moda ve markalaşmaya yönelik ürünler üretilerek bu yarışa devam edilmelidir. Türkiye’de tekstil ve hazır giyim üretiminin ve ihracatının sürekliliğinin sağlanması ancak geniş pazar alanlarına ulaşması ile mümkündür. Ayrıca, Türkiye’nin küresel koşullarda yeni üstünlükler sağlayan ve dünya ticaretinde payı giderek artan ve katma değeri yüksek yeni sanayi alanlarında yatırımlara ağırlık vermesi büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Aktan, C; Vural, İ.(2004). “Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri” *Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Rekabet Dizisi-2*. Ankara.

Altıntaş, N. ve Akpolat, A. (2013). “Tekstil Sektöründe Avrupa Birliği ile Türkiye Arasındaki Rekabet Analizi”, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:4,Sayı:6, s. 33-42.



Arslan, K. (2008). “Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Dönüşüm Stratejileri ve Yeni Yol Haritası”, *MÜSİAD, Araştırma Raporları*, ss.1-160.

Atik, H. (2005). “Yenilik ve Ulusal Rekabet Gücü”, *Detay Yayıncılık*, Ankara.

Aydoğdu, Gül.(2012). “ Hazır Giyim ve Konfeksiyon Raporu”, *Çukurova Kalkınma Ajansı Raporu*, s.1-34.

Balassa, B. (1965). “Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage”, *The Manchester School of Economic and Social Studies*, Vol:33, No:2.

Bedir.A.(2009). “ Uluslararası Ticarete Fiyata Dayalı Rekabet Gücü ve Endüstri-İç Ticaret Arasındaki İlişki: Türk İmalat Sanayi Örneği”, *DPT Yayınları*. Ankara.

Çakmak, A. Ö. (2005). “ Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Gücü: Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama” *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 1-2, 65-76.

Çivi, E. (2001). “ Rekabet Gücü : Literatür Araştırması”, *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt: 8, Sayı: 2, ss.21-38.

Çoban, O. ve Kök, R. (2005). “Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği, 1989-2001”, *İktisat İşletme ve Finans*, Cilt:20, Sayı:228, s.68-81.

Dilber, İ. (2004). “Tekstil ve Konfeksiyon Sanayinin Rekabet Gücü”, *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt :11, Sayı :2, s.85-97.

DPT. (2007). “Dokuzuncu Kalkınma Planı Tekstil, Deri ve Giyim Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu”, *DPT yayınları*, Ankara.

Ekti, E. (2013). “Tekstil Sektörü Raporu”, *Doğu Marmara Kalkınma Ajansı Düzce Yatırım Destek Ofisi*, ss.1-39.
<http://www.dogumarmarabolgeplani.gov.tr/pdfs/TEKST%C4%B0L%20SEKT%C3%96R%C3%9C.pdf>

Erkan, B. (2011). “Türkiye’nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslar arası Rekabet Gücünün Belirlenmesi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:13, Sayı:1, ss.93-110

Erkekoğlu, H.(2008). “İmalat Sanayi Rekabet Gücü Araştırması Kayseri Örneği”, *Palme Yayıncılık*, Ankara.

Gülyüz, Ö. (2011). “Küresel Gelişmeler Işığında Türkiye’de Tekstil Sektörü ve Geleceği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Bitirme Projesi*, ss.1-142.

Kalkınma Bakanlığı (2013); “Tekstil-Deri-Hazır Giyim Çalışma Grubu Raporu (2014-2018)”, ss.1-184.
<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zet%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/243/tekstil%20deri%20haz%C4%B1r%20giyim%20OIK.pdf>

Kibritçioğlu, A. (1996). “Porter’in Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımı ve İktisat Kuramı”, http://dialup.ankara.edu.tr/~kibritci/wp5_porter.html, Erişim Tarihi:14.11.2014



Özkaya, H. (2010). “Tekstil Sektöründe Endüstri-İç Ticareti Etkileyen Faktörler Üzerine Ampirik Çalışma.” *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 136-157.

Özkıvrak, Ö. ve Dileyci D. (2001). “Globalleşme, Bölgeselleşme, Mega Rekabet ve Türkiye”, *Dış Ticaret Dergisi*, 20, 134-162

Şimşek, N. Seymen, D. ve Utkulu, U. (2007). “Turkey’s Competitiveness in the EU Market: A Comparison of Different Trade Measures”, *European Trade Study Group (ETSG) 9th Annual Conference 2007*, Atina.

Timurçin, D.(2010). “Türkiye’de KOBİ’lerin Rekabet Gücü ve Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Kümelenenin Etkisi”, *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı Doktora Tezi*, Aralık-2010, İstanbul, 1-303.

Uğur, A. (2004). Türkiye’nin Dış Ticaretinde Tekstil-Giyim Sektörünün Yeri ve Yeni Rekabet Dönemi”, ss.26-49. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/33/825/10464.pdf>

Uzunoglu, H. (2008).“ Türk Hazır Giyim ve Tekstil Sektörünün 2008 Yılı Rekabet Durumu”, *Ar-Ge Bülten*, s.23-27.
http://www.izto.org.tr/portals/0/iztogenel/dokumanlar/turk_hazir_giyim_ve_tekstil_sektorunu_n_2008_ii_h_uzunoglu_26.04.2012%2020-25-02.pdf Erişim Tarihi :16.11.2014

Yücel, Y. (2010). “Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Sürecinde Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü ve Çin Tehdidi.” *Marmara Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 29(2), 227-250.

Ek 1: SITC Rev.3’e Göre Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi

Sektörler		Sektörler	
SITC65	Tekstil ipliği, dokuma mençusat ilgili ürünler	SITC84	Hazır giyim ve aksesuarları
651	Dokuma İplikleri	841	Erkek giyim eşyası
652	Pamuklu Dokumalar	842	Kadın giyim eşyası
653	Sentetik-suni elyaftan dokuma	843	Erkekler için örme giyim eşyası
654	Pamuk, sentetik, suni elyaf dışı liflerden Mensucat	844	Kadınlar için örme giyim eşyası
655	Poliester liflerden mensucat	845	Diğer giyim eşyası
656	Kordela, etiket, arma ve benzeri Dokumalar	846	Külotlu çorap, çorap, soket, eldiven, şal, atkı vb.
657	Özel dokumalar ve bunlardan mamul Eşya	848	Dokuma dışındaki materyalden mamul giyim eşyası
658	Dokunmuş hazır eşya		
659	Yer kaplamaları, halılar		

Kaynak: UN, Commodity Trade Statistics Database (COMTRADE)