

Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi*

Determining the International Competitiveness in Turkey's Export of Textile and Apparel Sector

Yrd. Doç. Dr. Birol Erkan

Öz

Ülkelerin sektörel bazda ve ürün bazında küresel piyasalardaki ihracat rekabet gücünün (karşılaştırmalı üstünlüklerinin) ölçümü amacıyla kullanılacak en önemli göstergelerden birisi "açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayıları" dır. Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük (AKÜ) katsayıları, ülkenin belli bir ürün ihracatının toplam ihracatına oranının, aynı ürünün dünyadaki ihracatının dünya toplam ihracatına oranına bölünmesi şeklinde hesaplanmaktadır. Genellikle Balassa Endeksi ve/veya Vollrath Endeksi kullanılarak hesaplanabilen AKÜ katsayıları; ülkenin bir sektördeki yurtiçi uzmanlaşmasını, dünyanın veya herhangi bir ülkenin uzmanlaşmasıyla karşılaştırır. Katsayının 1'den büyük olması, söz konusu ürünün ihracatında ülkenin rekabet avantajına sahip olduğunu ve uzmanlaştığını; 1'den küçük olması ise rekabet dezavantajına sahip olduğunu ve uzmanlaşmadığını gösterir. Çalışmada, 1993-2009 yılları arasında Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatındaki rekabet gücünün (karşılaştırmalı üstünlüklerin) belirlenmesi amaçlanmıştır; SITC Rev3 4 haneli bazda tekstil sektörüne ait 59, hazır giyim sektörüne ait 37 ürün grubuna ilişkin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayıları hesaplanmıştır. AKÜ katsayılarının hesaplanmasında Balassa Endeksi ile birlikte Vollrath Endeksi ve İhracat-İthalat Oranı Endeksi kullanılmıştır. Sözü edilen endeks sonuçları; Türkiye'de tekstil sektörünün alt ürün grubu ihracatından 43'ünde, hazır giyim sektörünün alt ürün grubu ihracatından da 34'ünde rekabet avantajı durumunu işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: İhracat Rekabet Gücü, Tekstil ve Hazır Giyim, Balassa , Vollrath.

Abstract

On the product basis and sectoral basis, one of the most important indicators which is able to use in order to measure of export competitiveness (comparative advantages) in global markets of countries is "revealed comparative advantage indexes". Revealed comparative advantage index of a country for a product is often measured by the product's share in the country's exports in relation to its share in world trade. The index of RCA (called as Balassa Index or Vollrath Index), is used to measure the relative importance of a product in a country's export composition relative to that products' relative importance in world trade. If a country's Balassa Index of RCA for an industry exceeds 1 the country is said to have a comparative advantage in industry in question, since this industry is more important for the country's exports than for the exports of the reference countries and vice versa. In this study, between the years 1993-2009, it is intended to determine the international competitiveness in Turkey's export of textile and apparel sector. In this context, SITC Rev3 4 digit basis, revealed comparative advantage indexes were calculated with reference to 59 product group of textile sector and 37 product group of apparel sector. Balassa Index, Vollrath Index and Export-Import Rate Index used in the calculation of RCA indexes. The results of aforementioned index point that 43 pcs of export of sub-product group of textile sector have competitive advantage and that 34 pcs of export of sub-product group of apparel sector have competitive advantage.

Keywords: Export Competitiveness, Textile and Apparel, Balassa , Vollrath.

* Anadolu Üniversitesi tarafından organize edilen "EconAnadolu2011 Kriz Sonrası Dinamikler" (15-17 Haziran 2011) adlı uluslararası iktisat kongresinde sunulan bildirinin revize edilmiş halidir.

Giriş

Ülkelerin küresel boyuttaki ekonomik güçleri ve diğer ülkelere göre nispi üstünlükleri günümüzde daha çok milli gelir, kişi başına gelir, ihracat düzeyi gibi makro ekonomik göstergeler göz önünde bulundurulmuş olarak mukayese edilmekte ve ortaya koyulmaktadır. Hal böyle olunca, söz konusu değişkenlerin mikro boyutları arka planda kalmaktadır. Keza, günümüz dünyasında rekabet daha çok makro değişkenler üzerinden değil, ürün bazında ortaya çıkmakta ve küresel bir arenada sahne almaktadır. Bu bağlamda, ülkelerin küresel piyasalardaki rekabet avantaj ve dezavantajlarını ortaya koyabilmeleri, bu doğrultuda zamanında ve doğru politika tercihlerinde bulunabilmeleri için ürün ve sektör bazlı karşılaştırmalı analizler ve projeksiyonlar ortaya koymaları akılcı olacaktır.

Bu amaçla, çalışmada, Türkiye'nin 1980'li yıllardan itibaren benimsediği ihracata dayalı sanayileşme ve büyüme stratejisinin gerek oluşturduğu katma değer, gerekse sağladığı istihdam bağlamında nüvesini teşkil eden tekstil ve hazır giyim sektörünün küresel piyasalardaki ihracat rekabet gücü ortaya koyulmaya çalışılmıştır. 59 adet tekstil ve 37 adet hazır giyim alt ürün grubunun rekabet gücü profili karşılaştırmalı üstünlükler bazında ortaya koyulmaya çalışılmış, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarından (Balassa Endeksi, Vollrath Endeksi, İhracat-İthalat Oranı Endeksi) yararlanılmıştır.

Çok Elyaflılar Anlaşması'ndan Tekstil ve Giyim Eşyası Anlaşması'na Geçiş

Dünya mal ticaretinin yaklaşık %6'lık payına sahip olan tekstil ve giyim ürünlerinin üretimi başlangıçta gelişmiş sanayi ülkelerinde yoğunlaşmıştır. Daha sonra gelişmekte olan ülkeler, emek yoğun ve nispi olarak daha düşük ve ucuz teknoloji kullandıkları için tekstil ve giyim ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlükleri elde tutmuşlardır. 1950'den beri OECD ülkelerinde, gelişmekte olan ülkelere yapılan ucuz işgücüne dayalı ithalatla nasıl mücadele edileceği konusu üzerinde durulmuştur (Hoekman, 1995, s.206-207). Aynı zamanda, 1955'de Japonya'nın GATT'a girişi münasebetiyle konunun önemi daha da artmıştır. Zira, Japonya aynı zamanda gelişmekte olan ülke ve tekstil ürünleri ihracatçısıydı. Gelişmiş ülkelerdeki yurt içi sanayiler ucuz ithalattan olumsuz etkilenmiş; tekstil ve giyim eşyası üretiminin aşamalı bir şekilde gelişmekte olan ülkelere kayması sonucunda gelişmiş ülkeler kendi sanayilerini korumaya, sosyal baskı-

lar nedeniyle bazı ticareti kısıtlayıcı önlemler almaya (Republic of Turkey Undersecretariat of Foreign Trade, 2002, s.48-49) ve ticaret kısıtlamalarında lobi oluşturmaya başlamışlardır.

Özellikle; Japonya, Mısır, İspanya ve Portekiz gibi ülkelerden yapılan ucuz tekstil ve giyim eşyası ithalatından yurt içi sanayilerin korunması amacıyla "gönüllü ihracat kısıtlamaları" uygulanmaya başlanmıştır. Bu dönemde "piyasa bozulması" kavramı GATT'da ilk defa yoğun bir şekilde tartışılmış, piyasa bozulmasını azaltmak için GATT içindeki Sürekli Tekstil Komitesi'ne tekstildeki ticaretin ortak düzenlenmesine yönelik uluslararası bir anlaşma yapılması önerisi getirilmiştir (Senti, 1998, s.73). Söz konusu çabalar sonucu, 1961'de 19 ülke imzasıyla "Kısa Dönem Pamuklu Sözleşmesi" yapılmıştır. 1962'de de, 5 yıl süreyle geçerli olacak "Uzun Dönem Pamuklu Sözleşmesi" yapılmış, süre sona erdiğinde Sözleşme 1970 yılına kadar uzatılmıştır. 1973 yılında imzalanıp, 1 Ocak 1974'de yürürlüğe giren Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA) ile de; tekstil ve giyim eşyası ticaretinin sınırlandırıldığı ve sektördeki korumanın doruk noktasına ulaştığı şeklinde tarihin kayıtlarına geçen bir dönem başlamıştır (Öztürk, 1999, s.63).

Çok Elyaflılar Anlaşması, 1992 yılı toplam 187 milyar dolar rakamıyla dünya tekstil ve giyim ticaretinin önemli bir kısmını kapsamıştır. Anlaşma, gelişmiş sanayi ülkelerine çoğunlukla gelişmekte olan ülkelere ithal edilen tekstil ve giyim ürünlerine kota koyma olanağı tanımıştır. Ülkeler, Anlaşma çerçevesinde tek taraflı kısıtlamalar ve ikili anlaşmalar çerçevesinde tekstil ve giyim ticaretini sınırlamıştır (GATT, 1994, s.107). Tekstil ve giyim sektöründeki korumacı önlemler esasen politik nedenlere dayanmıştır. Gelişmiş ülkelerin; tekstil sanayilerinde istihdam ettikleri işgücünü başka sanayi dallarına kaydırmak amacını güden yapısal uyumu henüz gerçekleştirememiş olmaları dolayısıyla işgücünün önemli bir bölümünü bu sektörde istihdam etmelerine ve söz konusu ülkelerin ithalatlarını gelişme yolundaki ülkelerin ticaretini kısıtlamak suretiyle koruma altına almalarına neden olmuştur.

Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA) ilk defa imzalandığında, temel amacının uzun vadede gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarına yardımcı olmak ve bu ülkelerin tekstil ve giyim ticaretindeki paylarını artırmak, ancak kısa vadede gelişmiş ülkelerin

söz konusu sektördeki yapısal sorunlarını çözünceye kadar sadece tekstil ürünlerinde korumacı önlemler alabilecekleri şeklinde olmasına rağmen; Anlaşma zaman içerisinde yenilenerek 4 defa uzatılmış ve tüm elyafılları da kapsayarak temel amacından tamamen sapmıştır. MFA sistemi bir taraftan içerdiği kuralların karmaşıklığı ve saydam olmayışı, diğer taraftan söz konusu kurallar çerçevesinde hazırlanan kota dağıtım sistemi esaslarının gelişme yolundaki ülke ihracatçılarına ekstra maliyet yükleyişi gibi hususlar dikkate alındığında, dünya tekstil ve giyim ticaretinin daralmasında baş etken olarak görülmüştür (Güzelhan, 1992, s.4).

Çok Elyafıllar Anlaşması kısmen tekstil ve giyim sanayilerinin dünyadaki birçok ülkeye yayılmasına da yol açmıştır. Zamanla bir ülkede kotalar daha sınırlayıcı hale geldikçe, yatırımlar sınırlamaların olmadığı ülkelere kaymıştır. Örneğin; Kore ihracatı üzerindeki sınırlamalar, yatırımların ASEAN ülkelerine (Tayland, Filipinler, Malezya ve Endonezya) kaymasına yol açmıştır (Uzay, 2005, s.61).

Tekstil ve giyimde uluslararası ticaret 30 yılı aşkın bir süre Çok Elyafıllar Anlaşması ve daha önce yapılan anlaşmalar altındaki miktar kısıtlamalarıyla yönlendirilmiştir. Uruguay Raundu'nun en önemli sonuçlarından biri, söz konusu sektördeki MFA kısıtlamalarının sona erdirilmesini sağlayan Tekstil ve Giyim Eşyası Anlaşması'nın imzalanmasıdır (Macdonald, 2000, s.21).

Tekstil ve Giyim Eşyası Anlaşması ile MFA bazlı mevcut ticaret kısıtlamalarının kaldırılmasının 4 aşamada gerçekleşmesi kararlaştırılmıştır (ITC, 1999, s.165).

- Birinci Aşama; 1.1.1995'de ülkelerin 1990 yılı tekstil ve giyim ithalatlarına uyguladıkları miktar kısıtlamalarının %16'sı kaldırılacaktır.
- İkinci Aşama; 1.1.1998'de söz konusu miktar kısıtlamalarının %17'si kaldırılacaktır.
- Üçüncü Aşama; 1.1.2002'de kısıtlamaların %18'i kaldırılacaktır.
- Dördüncü Aşama; 1.1.2005'de kalan %49'luk kısım kaldırılacaktır.

Çok Elyafıllar Anlaşması'nın sona erdirilmesinin önemli bir başarı olduğu söylenebilir. Tekstil ve giyim sektörünün GATT sistemine entegrasyonunu

sağlayan Tekstil ve Giyim Anlaşması, müzakerelerde gelişmekte olan ülkelerin pozisyonundaki değişmeyi de yansıtır. Keza, anlaşma sonrası tekstil ve hazır giyim rekabet gücü düşük maliyetli üretim yapan Çin, Hindistan ve Pakistan gibi gelişmekte olan ülkelerin eline geçmiştir; A.B.D. ve A.B.'de fiyatlar düşmüş, rekabet gücü azalmıştır (Landes, vd., 2005, s.3). Bunlara rağmen, serbest ticaret ortamının tam olarak sağlandığı ya da yakın bir gelecekte sağlanacağı söylenemez. Günümüzde çoğu ülkede pazara girişte yüksek tarife engeli devam etmektedir. Gelişmiş ülkeler tarafından ülke ayrımcılığı yapılmakta ve en büyük ihracatçı konumundaki gelişmekte olan ülkeler (ASEAN ülkeleri, Çin, Güney Asya ülkeleri vb.) ihracatlarında yüksek tarifelerle karşılaşmaktadır. Bununla birlikte, OECD ülkeleri üreticilerinin anti-damping önlemlerini artıran bir şekilde kullandığı ve kullanmaya devam edeceği yaygın bir kanaattir. Çok Elyafıllar Anlaşması'nın sona erdirilmesiyle (bu bağlamda gönüllü ihracat kısıtlamaların yasaklanması) anti-damping üzerinde çok daha fazla baskı yaratacaktır (Hoekman, 1995, s.207). Bu geçici koruma aracının disiplin altına alınmasının, MFA sonrası dönemde gelişmekte olan ülkelerin karşı karşıya gelmesi sonucunu doğurabileceği de muhtemeldir.

Rekabet Gücü; Kavramsal Analiz

Rekabet gücü, farklı kişiler ve çevrelerce farklı malalarda kullanılmaktadır. Rekabet gücü kavramı; bir ekonomist için "bir ülkenin ulusal verimliliğin ve yaşam standardının yansımaları olarak rakiplerine karşı daha iyi performans göstermesi", politika yapımcıları için "yeni düzenlemelerin iş çevrelerindeki rekabet edebilme yeteneğini değiştirebilmesi", işveren açısından ise "düşük maliyetle üretim yapan mal ve hizmetler için pazar payının yansımaları" olarak ortaya çıkan karlılık anlamına gelmektedir. Kısacası, rekabet gücü kavramı açısından herkes tarafından kabul edilebilir, kesin bir tanımlama yoktur. Bu bağlamda, rekabet gücü kavramının konuya, ihtiyaçlara ve amaca göre yorumlanması gerekmektedir (Saxena ve Lozac'h, 2010, s.16).

OECD, ülkelerin rekabet gücünü "bir ülkenin serbest ve adil piyasa koşulları altında, vatandaşlarının reel gelirlerini sağlarken ve artırırken, aynı zamanda uluslararası piyasaların ihtiyacını karşılayabilecek mal ve hizmeti üretebilmesi anlamına gelmektedir. Bazı bilim adamlarına göre birbiriyle rekabet eden ülkeler değil, ülkelerin firmalarıdır.

Michael E. Porter, gelişmiş ülkelerin ekonomik başarılarını nasıl sürdürdüklerini açıklayabilmek için karşılaştırmalı üstünlükler kavramını geliştirmiştir. Porter, rakiplerinden daha düşük maliyetlerle üretebilme ve aşırı maliyetleri nedeniyle ortaya çıkan yüksek fiyatları değiştirebilme yeteneğine sahip olmak olarak iki farklı karşılaştırmalı üstünlük kavramından söz etmiştir. Söz konusu avantajlardan en az birisine sahip olunması durumunda üstün bir firma veya ülkeden söz edilebilir (Porter, 1991, s.95-117). Porter, karşılaştırmalı üstünlük kavramıyla birlikte rekabet gücü kavramından da söz etmiş¹, her ikisinin de özünde karşılaştırmalı maliyetlerin yattığını ifade etmiştir. Bu bağlamda, bir ülkenin uluslararası piyasalarda karşılaştırmalı üstünlüklerinin bulunmasının, aynı zamanda rekabet gücünün bulunması anlamına da gelebileceği söylenebilir.

Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayısı (Balassa Endeksi) Yardımıyla İhracat Rekabet Gücünün Ölçülmesi

Karşılaştırmalı üstünlüğün altında yatan kaynakların belirlenmesinden ziyade, ülkenin belli mallarda rekabet gücüne sahip olup olmadığını ortaya koymaya çalışan Balassa Endeksi; herhangi bir malın ülkenin toplam ihracatındaki payının, söz konusu malın dünyanın toplam ihracatındaki payına oranını ifade eder. Diğer bir ifadeyle Balassa Endeksi; ülkenin bir maldaki yurtiçi uzmanlaşmasını dünyanın uzmanlaşmasıyla karşılaştırır (Steven, 2005, s.6). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler katsayısı (BAKÜ) değeri, UN Statistics Office ve Standart International Trade Classification (SITC) verilerinden (UN Comtrade ve PC TAS) hesaplanabilir.

"j" ülkesinin "t" döneminde "k" malındaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısını Balassa aşağıdaki gibi formülize etmiştir (Balassa, 1965, s.99-123):

$$BAKÜ_{kt}^j = \left(X_{kt}^j / X_t^j \right) / \left(X_{kt}^w / X_t^w \right)$$

BAKÜ endeksinin pay kısmı, malın ulusal ihracattaki payını (%); payda kısmı ise, söz konusu malın dünya toplam ihracatındaki payını temsil etmektedir (Mykhnenko, 2005, s.27). BAKÜ katsayısının sonucunun 1'den büyük çıkması; ülkenin söz konusu malın ihracatında rekabet avantajına sahip olduğunu ve uzmanlaştığını (Coxhead, 2007, s.1109), 1'den küçük

çıkması; ülkenin söz konusu malın ihracatında rekabet dezavantajına sahip olduğunu ve uzmanlaşmadığını göstermektedir. BAKÜ endeksinin 0 ile 1 arasında olması rekabet dezavantajını, 1 ile 2 arasında değer alması zayıf bir rekabet avantajını, 2 ile arasında değer alması orta derece rekabet avantajını, 4'den büyük olması güçlü rekabet avantajını işaret etmektedir.

Vollrath'ın Nispi İhracat Avantajı Katsayısı (Vollrath Endeksi) Yardımıyla İhracat Rekabet Gücünün Ölçülmesi

Vollrath'ın Nispi İhracat Avantajı Endeksi (VAKÜ), Balassa Endeksinden farklı olarak ülkenin ve malın çifte hesabını önlemektedir.

$$VAKÜ_{kt}^j = \left(X_{kt}^j / X_{-kt}^j \right) / \left(X_{kt}^{-j} / X_{-kt}^{-j} \right)$$

$X_{kt}^j \rightarrow$ "t" döneminde "k" malında "j" ülkesinin ihracatı

$X_{-kt}^j \rightarrow$ "t" döneminde "k" malı haricindeki "j" ülkesinin toplam ihracatı

$X_{kt}^{-j} \rightarrow$ "t" döneminde X_{kt}^j hariç "k" malında dünya ihracatı

$X_{-kt}^{-j} \rightarrow$ "t" döneminde X_{kt}^j ve X_{-kt}^j haricinde dünya toplam ihracatı

VAKÜ endeks değerinin sonuçlarının yorumu, Balassa Endeksi ile aynıdır.

İhracat-İthalat Oranı Endeksi

Herhangi bir malda, ülkenin ihracat payının, ithalat payına oranını ifade eder (Mikic, 2005, s.14).

$$İİO_{kt}^j = \left(X_{kt}^j / X_t^j \right) / \left(M_{kt}^j / M_t^j \right)$$

Balassa tarafından geliştirilen endeks, ülkenin belli bir malın dış ticaretine ilişkin ekonomik performansını, rekabet gücünü ve özellikle de uzmanlaşma düzeyini ifade eder. Öyle ki; $İİO_{kt}^j < 1$ ise ülke "k" malı ihracatında uzmandır, $İİO_{kt}^j > 1$ ise ülke "k" malı ihracatında uzman değildir (Balassa, 1977, 327-344).

Literatür Araştırması

M. Martimore ve R. Zamora tarafından yapılan çalışmada (Martimore ve Zamora, 1999, s.1-131); Kosta Rica'da hazır giyim üreticisi 16 firmanın (12'si yabancı, 4'ü yerli) ihracatındaki uluslararası rekabet gücüne ve rekabet gücünü etkileyen 3 faktöre ilişkin (küresel pazar şirket stratejileri, ulusal politikalar) analizler

1 Günümüz dış ticaretinde karşılaştırmalı üstünlükler artık rekabet gücü kavramı ile aynı anlamda kullanılır hale gelmiştir (Utkulu, 2005:6).

yapılmıştır. Kosta Rika'nın hazır giyim ihracatındaki ana pazarı A.B.D.'dir ve ülke firmaları söz konusu pazarda Asya ülkeleriyle yoğun bir rekabet yaşamaktadır. Asya ülkelerinin yoğun rekabeti karşısında, A.B.D. firmaları Kosta Rica firmalarını destekleme çabasıdadır. Bu çaba, Kosta Rika'nın A.B.D. pazarlarında Asya ülkelerine karşı rekabet avantajı kazanmasına yol açmıştır.

S. Smith ve F. Taşkesen, 1980-2001 yılları arasında Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörlerinin rekabet güçlerini analiz etmiştir. Buna göre, 1980'lerden itibaren Türkiye ekonomisi için önemli bir gelir kaynağı olan tekstil ve hazır giyim sektörü özellikle 1990'larla birlikte önemli bir hızla gelişmiştir. 1990'larda Türkiye ekonomisinin ortalama yıllık büyüme hızı yüzde 5.2 iken, söz konusu sektörlerin ki yüzde 12.2 olmuştur. Bununla birlikte, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün verimliliği oldukça düşük olup, İtalya'nın yarısı kadardır. AB pazarındaki ihracat rekabet gücünü tehdit eden en önemli faktör, rakip ülkelerdeki işgücü maliyet avantajı olarak Türkiye'nin karşısına çıkmaktadır. Türkiye, AB pazarlarında rakiplerine göre daha yüksek kalitede tekstil ve hazır giyim ürünü ihraç ederek söz konusu handikapı aşmaya çalışmaktadır (Smith ve Taşkesen, 2002, s.1-45).

International Development Research Center (Vietnam) Vietnam'ın tekstil ve hazır giyim ihracatındaki rekabet gücünü analiz etmiştir. Buna göre, özellikle hazır giyim ihracatında düşük ücretler ve güçlü işgücü dolayısıyla önemli bir rekabet gücü mevcuttur. Vietnam'ın, hazır giyim sektöründeki karşılaştırmalı üstünlükleri tekstil sektöründe kendisini göstermiştir (IDRC, 2001, s.1-60).

W.E. James ve M. Umemoto ise Asya ülkelerinin 1989-1996 dönemine ilişkin SITC 65 Tekstil ürünleri, SITC 84 Hazır giyim ürünlerinde A.B.D., Meksika ve Kanada (NAFTA) piyasalarındaki rekabet güçlerini analiz etmiştir. Yıllar itibariyle Kanada'nın Asya piyasalarından yaptığı tekstil ithalatı önemli derecede azalırken, NAFTA partnerlerinden yaptığı ithalat artmaktadır. Kanada'nın hazır giyim ithalatında da aynı yönde fakat düşük oranda bir Asya ülkelerinden NAFTA partnerleri lehine sapma mevcuttur. Meksika için de, Kore ve Tayvan haricinde aynı durum söz konusudur. Meksika'nın tekstil ithalatı yaptığı ülkelerin başında A.B.D. gelmektedir. Meksika, hazır giyim ithalatını Çin, Endonezya ve Tayland'dan ziyade Kanada'dan gerçekleştirmektedir. Tekstil ithalatı açısından A.B.D. için de NAFTA lehine bir durum söz

konusu ise de, hazır giyim ithalatı açısından durum farklıdır. Zira, A.B.D.'nin hazır giyim ithalatında Asya ülkeleri baskındır (James ve Umemoto, 1999, s.1-47).

Ö.A. Çakmak tekstil ve hazır giyim endüstrisinde iki ve üç haneli sektörlerle ilişkin Balassa Endeksini ve Vollrath Endeksini hesaplamış, her iki endeks türünde de Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim endüstrilerinin dünya piyasalarında karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet gücüne sahip olduğunu ortaya koymuştur (Vollrath Endeksi sonuçlarına göre, SITC iki haneli ürün gruplarında rekabet gücü daha düşük çıkmıştır). Bununla birlikte, hazır giyim rekabet gücü tekstile göre daha yüksektir. 1989'dan günümüze Türkiye'nin söz konusu sektörlerdeki rekabet gücünde düşüşler yaşanmaktadır (Çakmak, 2005, s.65-76).

U.S. International Trade Commission tarafından yapılan çalışmada (USITC, 2004, s.1-583); A.B.D.'nin tekstil ve hazır giyim talebini karşılayan ihracatçı ülkelerin rekabet güçleri analiz edilmiştir. Buna göre, A.B.D. tekstil ve hazır giyim pazarında rekabet gücü en yüksek ülke Çindir. İşgücü maliyet avantajı bu durumun en önemli nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Çinden sonraki en güçlü ülke coğrafi rekabet avantajına sahip olan Meksika'dır. A.B.D. pazarındaki rekabet üstünlüğüne bakıldığında, Asya ülkelerinin önemli hakimiyeti dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, Türkiye de A.B.D. tekstil ve hazır giyim pazarında önemli bir ihracatçı konumundadır.

S. Verma, Hindistan'ın dünya piyasalarında (özellikle de A.B.D. ve A.B.) tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatındaki rekabet güçlerini analiz etmiştir. Buna göre, Hindistan'ın gerek A.B.D., gerekse A.B. piyasalarında tekstil ve hazır giyim ihracat rekabet gücü yüksektir. Bununla birlikte, Hindistan için sözü edilen piyasalarda en önemli tehdit olarak Çin gözükmektedir (Verma, 2002, s.1-52).

United State Agency International Development da; işgücü, elektrik, ulaştırma (kara, okyanus ve hava) maliyetlerini temel alarak Pakistan'ın tekstil ve hazır giyim ihracat rekabet gücünü incelemiş; sözü edilen kategorilere göre Hindistan, Çin, Bangladeş ve Kamboçya ile kıyaslama yapmıştır. Sözü edilen ülkeler için en önemli pazar niteliğindeki A.B.D.'de, özellikle Bangladeş karşısında Pakistan'ın ve sözü edilen diğer ülkelerin rekabet gücü azalmaktadır. Zira, Bangladeş; ucuz emek ve ucuz elektrik maliyetli üretimini A.B.D. piyasasında ihracat rekabet gücüne çevirebilmeyi başarmıştır (USAID, 2009, s.1-15).

S.B. Saxena ve V.S. Lozac'h, Bangladeş'in 1994-2008 dönemine ilişkin hazır giyim ihracat rekabet gücünü analiz etmiştir. Bangladeş'in hazır giyim sektöründeki en büyük rakibi Çin'dir. Çin, Bangladeş için gerek ihracat benzerliği, gerekse pazar benzerliği bakımından önem taşımaktadır. Bununla birlikte, Bangladeş'in küresel piyasalarda düşük maliyet, nispeten yüksek kaliteli üretim ve pazar ile iyi ilişkiler kurma bağlamında avantajları mevcuttur. Bangladeş'in hazır giyim ihracatı hacim olarak azalmamakla birlikte, karlılık anlamında azalma mevcuttur. Bu da, ülkenin rekabet gücü bakımından kaygı verici bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Saxena ve Lozac'h, 2010, s.1-53).

D. Ulaş, A. Özer ve A. Koçak tarafından yapılan çalışmada (Ulaş, vd., 2005, s.1-16); Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü özellikle firma görüşleri ve sektörün sahip olduğu özellikler dikkate alınarak incelenmiştir. Türkiye'nin ihracat pazarlarındaki en önemli rakibi durumundaki Çin; ucuz ve verimliliği yüksek işgücü, düşük kur ve anti-rekabet politikaları sayesinde rekabet avantajına sahiptir. Bu bağlamda, üretim ve pazarlama sürecinde verimliliğin ve kalitenin artırılması Türkiye'nin Çin karşısında rekabet avantajı sağlamasına yol açabilecektir.

Z. Junli, Çin'in tekstil ve hazır giyim ihracatındaki rekabet gücünü analiz etmiştir (Junli, 2010, s.1-4). Buna göre, son 20 yıl üretim ve ihracat bakımından söz konusu sektörlerde dünya lideri olan Çin'in açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısı (rekabet gücü) önemli derecede azalmıştır (1980'de 5,17 iken 2007'de 3,80).

R. Kök ve O. Çoban ise Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün AB ülkeleri karşısındaki rekabet gücünü 1989-2001 dönemine ilişkin ölçülmüştür. Hesaplama ölçütü olarak Balassa Endeksi (açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısı) kullanılmıştır. Türkiye'nin AB ülkeleri karşısındaki rekabet gücü oldukça yüksektir (Kök ve Çoban, 2005, s.68-81).

M. Bedrine, E. Parrish, N.L. Cassill ve W. Oxenham da ABD'nin tekstil ve hazır giyim sektörlerinin rekabet gücünü 13 şirketle yapılan görüşmeler ve elde edilen bilgiler ışığında ölçmüş, mevcut durumun nasıl geliştirilebileceğini ve rekabet gücünün nasıl artırılabilirliğini analiz etmiştir. Aşırı kapasite ve düşük verimlilik nedeniyle son yıllarda küresel piyasalarda A.B.D.'nin tekstil ve hazır giyim ihracatındaki rekabet gücü azalmıştır. Bununla birlikte, ithalata rakip mal üreten söz konusu sektörlerle ilişkin en önemli olum-

suz etki, düşük maliyetle üretim yapan ülkelere yapılan ithalattaki çarpıcı artışlardır (Bedrine, vd., 2008, s.1-25).

Kosta Rika'nın uluslararası piyasalarda hazır giyim ihracatındaki rekabet gücünü OECD, Amerika Kıtası ve A.B.D.'deki pazar payıyla ölçen M. Martimore ve R. Zamora, Kosta Rika'nın özellikle A.B.D piyasasında ulusal politika ve rekabet stratejileri ile Asya Kaplanlarına karşı rekabet edebildiğini ortaya koymuştur (Martimore ve Zamora, 1999, s.1-131)

E. Taymaz tarafından yapılan çalışmada da (Taymaz, 2002, s.1-24); Türkiye'nin A.B. ve A.B.D. pazarlarındaki tekstil ve hazır giyim ihracat rekabet gücü analiz edilmiştir. Türkiye'nin gerek A.B., gerekse A.B.D. pazarlarındaki rekabet gücü yüksektir ve artmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye'nin A.B. pazarlarındaki rekabet gücü A.B.D. pazarlarına göre daha yüksektir.

Türkiye Kalkınma Bankası tarafından yapılan çalışmada (Türkiye Kalkınma Bankası, 2012, s.1-1035); Türkiye'de tekstil sektörünün rekabet gücü Balassa Endeksine göre ele alınmıştır. Buna göre tekstil sektörü imalat sanayi içinde rekabet gücü en yüksek 4. sektördür. 2005-2008 yılları arasında rekabet gücünde azalma ortaya çıkmıştır.

N. Alüftekin, Ö. Yüksel, A. Taş, G. Çakar, Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücünü kümelenme perspektifinde ele almıştır. Buna göre, bir ağ yapısı içinde üretim bölgeleri oluşturularak, kümelenme modeliyle söz konusu sektörlerde rekabet gücünün artırılması gerekmektedir (Alüftekin, Yüksel, Taş ve Çakar, 2009, s.1-19).

N. Kanoğlu ve Ç.E. Öngüt, Dünyada ve Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörünün mevcut durumunu ortaya koymak suretiyle geleceğe yönelik perspektif sunmuştur. Buna göre, gelişmekte olan ülkelerde sözü edilen sektörlerde rekabet gücü yüksekse de, üretimde sağlanan katma değer artışı bakımından gelişmiş ülkeler avantajlı durumdadır (Kanoğlu ve Öngüt, 2003, s.1-62)

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Türkiye ve Diğer Gelişmekte Olan Ülkeler Açısından Önemi, Yapısal Özellikleri, Perspektifi

Gelişme yolundaki birçok ülkede tekstil ve hazır giyim sektörü, sanayileşmenin ilk adımını oluşturmuş ve sanayileşme çabası içerisinde giren ülkelerin bu çabalarını gerçekleştirebilmesinde kilit rol üstlenmiştir.

Bu sektör hem genel ihracat içerisindeki payı, hem de üretim sürecinde yaratılan katma değer bakımından ekonomik kalkınma sürecindeki ülkeler açısından vazgeçilmez olmuştur. Ekonomik gelişmenin ve refahın artmasının temelini oluşturan sanayileşmede itici güç olan tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye'de de 1980'li yıllardan itibaren benimsenen ihracata dayalı büyüme modelinin başarıyla uygulanabilmesinde önemli bir unsur olmuştur (ŞENOL, s.1).

Tekstil ve özellikle hazır giyim sektörü, Türkiye gibi yoğun genç nüfusa sahip ülkelerde önemli bir istihdam kaynağı olma özelliğine sahiptir. Sektörün üretim ve ticareti uzun yıllar boyunca ağırlıklı olarak gelişmiş ülkelerde yoğunlaşmıştır. Üretimde ve ticaretle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin payı ise günümüzde sürekli artmaktadır. Tekstil üretimi elyaf üreticisi ülkelere, hazır giyim üretimi ise işgücü maliyetlerinin ucuz olduğu ülkelere kaymaktadır. Ekonomik kalkınmanın ileri aşamasına geçmiş gelişmiş ülkelerde tekstil ve hazır giyim sektörünün imalat sanayi üretimi içindeki payı sürekli azalırken, gelişmekte olan ülkelere sektörün imalat sanayi üretimi içindeki payı artmaktadır. Özellikle hazır giyim ticaretinde en önemli ihracat pazarları gelişmiş ülkeler olup bunun süreceği de beklenmektedir (DTM, 2004, s.84).

Tekstil ve hazır giyim sektörü birlikte değerlendirildiğinde, gayri safi yurtiçi hasıla, imalat sanayi ve toplam sanayi üretimindeki payı, ihracatı, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, istihdama katkısı, yapılan yatırımlar, dışa açıklık ve makro-ekonomik büyüklükler açısından Türkiye'nin birinci sektörü konumdadır (T.C. Sanayi Genel Müdürlüğü, 2010, s.5). Tekstil ve hazır giyim sanayi ülkemiz GSYH'nin yaklaşık % 10'unu sağlamaktadır. Tekstil ve hazır giyim, aynı zamanda ihracat performansı açısından da dünyanın belli başlı sektörleri arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, toplam ihracatının yarısına yakını AB ülkelerine gerçekleştiren Türkiye, tekstil ve hazır giyim ihracatının da önemli bir kısmını aynı piyasaya gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda, tekstil ve hazır gi-

yim, AB'ye uyum ve üyelik sürecinde en hızlı yol alan sektörlerin başında gelmektedir (Çetin, 2006, s.257).

AB'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe üçüncü ülkelerden gerçekleştirdiği ithalat 2009 yılında € 74,9 milyar'dır. AB'de, hazır giyim sektöründe toplam € 57,3 milyar olarak gerçekleşen ithalatın en yoğun olduğu ülkeler sıralamasında € 25,6 milyar ile Çin ilk sırada yer alırken, bu ülkeyi € 6,9 milyar ile Türkiye ve € 5,1 milyar ile Bangladeş izlemektedir. AB'de tekstil sektöründe toplam € 17,6 milyar olarak gerçekleşen ithalatın en yoğun olduğu ülkeler sıralamasında da € 5,1 milyar ile Çin ilk sırada yer alırken, ikinci sırada € 2,9 milyar ile Türkiye, üçüncü sırada da € 1,9 milyar ile Hindistan yer almaktadır (İSO, 2010, s.10). Söz konusu veriler, AB piyasasında Türkiye'nin hem tekstil, hem de hazır giyim ihracatındaki ana rakibinin Çin olduğunu göstermektedir.

Dünyanın 5.büyük hazır giyim ihracatçısı konumunda olan Türkiye'de, ihracatın %80 gibi önemli bir bölümü pamuklu ürünlerden oluşmaktadır. Küresel krizin etkisiyle gerileyen ve 2009 yılında \$ 11,2 milyar seviyesinde gerçekleşen hazır giyim ihracatında AB ülkeleri yaklaşık %75'lik pay oluşturmaktadır. İhracatın en yoğun olduğu ülkeler sıralamasında Almanya, İngiltere, İspanya ve Fransa başı çekmektedir. Hazır giyim sektöründe Türkiye'nin en önemli rakipleri düşük ihracat fiyatlarına sahip olan Uzakdoğu ülkeleridir. 2005 yılında tekstil ve hazır giyim ticaretindeki kotaların kalkmasıyla dünyanın en büyük hazır giyim üreticisi ve ihracatçısı haline gelen Çin, sektördeki lider konumunu güçlendirmiştir. Türkiye, tekstil sektöründe de ihracatının önemli bir bölümünü Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya ve Hollanda gibi AB ülkelerine ve A.B.D.'ye yapmaktadır (İSO, 2010, s.10-11).

Türk tekstil ve hazır giyim sektörüne ilişkin yapılan SWOT analizi (Tablo 1), sektörün güçlü yönlerinin ve fırsatlarının çokluğu kadar, zayıf yönlerinin ve tehditlerinin de çokluğunu ortaya koymaktadır (Ulaş, vd., 2008, s.2).

Tablo 1. Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne İlişkin SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLERİ	ZAYIF YÖNLERİ
-Hız -Esneklik -Eğitimli işgücü -Tecrübe -Doğal kaynaklar -Marka bilinci -Know-how -Pamuk üreticisi olması	-İşgücü maliyetleri -Hammadde maliyetleri -Enerji maliyetleri ve dalgalanmaları -Pazarlama ve dağıtım kanalı sorunları -Kamu ve özel sektör kaynak yetersizliği -Ekonomik ve politik istikrarsızlık -Stratejik ortaklık kurulmaması -Sektörün doymuşluğu -Kayıt dışılığın yaygınlığı
FIRSATLAR	TEHDİTLER
-AB pazarına ve gelişen pazarların birçoğuna yakınlık -Komşu ülkelerle ticaretin gelişmesi -2005 sonrası Çin, A.B.D. ve Japonya'ya giriş kolaylığı	-Dünyada kotaların kalkması dolayısıyla Çin'in oluşturduğu haksız rekabet ortamı -İhracat benzerliği bulunan ülkelerin (Asya ülkeleri) maliyet avantajı -Uluslararası rekabetin artması -Çin'in üretimde katma değerinin artması

Kaynak: (Ulaş, vd., 2008, s.2).

Fransız Moda Enstitüsü (IFM) ile birkaç kuruluşun ortaklaşa hazırladıkları "Tekstil ve Hazır giyim Sektöründe 2005 Ticaret Serbestisinin Etkileri" başlıklı raporun; işgücü, hammadde, ekipman ve pazarlama gibi faktörleri tablolara dayalı olarak detaylı bir şekilde analiz eden genel değerlendirmesine göre, Çin, Türkiye ve Güney Kore en rekabetçi ülke konumunda olan ülkelerdir (Tablo 2).

Tablo 2'de, tekstil ve hazır giyim sektöründe işçilik ve ilgili faktörlere ilişkin rekabet gücü değerlendirmesi, 0-5 arasında değişen bir puanlama sistemi ile yapılmıştır. Rekabet gücü göstergesi açısından bir ülke zayıf ise, 0'a yakın bir puan alırken, rekabet gücü yüksek olduğu alanlarda ise 5 ya da 5'e yakın bir değer almaktadır. Örneğin, işçilik ile ilgili faktörleri değerlendiren söz konusu tabloda Türkiye ve Hindistan'ı ele alırsak,

Tablo 2. İşçilik ile İlgili Faktörler: Ülkelerin Avantaj Durumları

İşçilik ve Know How	İşçilik Ücreti	Birim Maliyet	İşçi Sağlama	Operasyon Becerisi	Yönetim Becerisi	Örme/dokuma Bilgisi	Terbiye/Boyama Bilgisi	Konfeksiyon/Örme Bilgisi	Genel Ortalama
Çin	4	5	5	5	4	4	3	5	4
Hindistan	4	4	5	4	3	4	2	4	3
Pakistan	5	3	5	4	3	3	1	2	2
Bangladeş	5	3	5	4	3	2	1	4	2
Güney Kore	0	1	1	5	5	5	5	5	2
Türkiye	2	3	4	4	4	5	4	5	3
Bulgaristan	3	4	3	5	3	4	3	5	3
Romanya	3	4	4	5	3	3	3	5	3
Fas	2	3	4	4	3	2	2	4	2
Tunus	2	3	3	4	3	2	2	4	2

Kaynak: (T.C. Sanayi Genel Müdürlüğü, 2010, s.5)'den; (Consolidated Report, 2004).

Not: 0: Rekabet gücü yok

5: Rekabet gücü çok yüksek

işçi ücretlerinin Hindistan'da düşük olması, Hindistan açısından bir avantaj sağlamaktadır. Hindistan'ın bu faktör açısından rekabetçi olduğunu gösteren değer olarak 5 puan verilmiştir. Türkiye'de işçi ücretlerinin yüksek olması, Hindistan'a kıyasla bir dezavantaj olup Türkiye'nin rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir. Bu alanda Türkiye'nin rekabet gücünün düşük olduğunu gösteren 2 puan verilmiştir.

Bir ülkenin verimlilik konusundaki rekabetçiliği başarının anahtarıdır. Bu çerçevede genel faktörlere göre sonuçlar değerlendirildiğinde (Tablo 3); Hindistan, Pakistan, Bangladeş ve bir ölçüde Fas verimlilik konusunda başarısız olurken, Çin ve Türkiye oldukça başarılıdır.

Tablo 3. Genel Faktörler: Ülkelerin Avantaj Durumları

Genel Faktörler	Finansman Sağlama	Enerji Maliyeti	İşletme Maliyeti	Tasamalık	Altyapı	Genel Ortalama
Çin	5	4	3	4	3	4
Hindistan	3	2	1	3	2	2
Pakistan	3	3	1	2	1	1
Bangladeş	2	2	1	2	1	1
Güney Kore	4	3	4	4	5	4
Türkiye	2	3	5	5	5	4
Bulgaristan	1	3	4	4	2	3
Romanya	2	3	4	4	3	3
Fas	2	2	2	4	2	2

Kaynak: (T.C. Sanayi Genel Müdürlüğü, 2010, s.5)den; (Consolidated Report, 2004).

Not: 0: Rekabet gücü yok 5: Rekabet gücü çok yüksek

Güney Kore bu anlamda gelişmiş bir ekonomi ve sağlam altyapısı nedeni ile iyi bir pozisyonda iken, gelişmişlikten de kaynaklanan nedenlerden ötürü fiyat rekabeti açısından negatif bir görüntü çizmektedir.

Tablo 4. Tekstil Dış Ticaretinde Dünya Sıralaması (2009, \$)

İHRACAT			İTHALAT		
Ülke	Değer	%	Ülke	Değer	%
Çin	59.823.502.481	29,2	A.B.D.	19.211.316.633	10,7
Almanya	12.089.433.000	5,9	Çin	14.944.663.252	8,3
İtalya	11.791.326.731	5,7	Almanya	11.248.522.000	6,2
Hong Kong	9.975.598.270	4,9	Hong Kong	9.964.335.037	5,5
A.B.D.	9.914.605.132	4,8	Fransa	6.973.695.948	3,9
Güney Kore	9.155.442.769	4,5	İtalya	6.958.839.890	3,9
Hindistan	9.110.503.462	4,4	Japonya	6.741.737.958	3,7
Türkiye	7.723.826.434	3,8	İngiltere	6.109.241.269	3,4
Pakistan	6.509.645.182	3,2	Vietnam	5.468.630.871	3,0
Belçika	6.199.169.170	3,0	Türkiye	4.718.389.638	2,6
Japonya	6.109.385.997	3,0	Meksika	4.196.530.868	2,3
Fransa	5.608.281.402	2,7	İspanya	3.848.861.342	2,1
Hollanda	3.997.393.526	1,9	Belçika	3.671.343.720	2,0
İspanya	3.590.111.544	1,8	Kanada	3.568.654.279	2,0
İngiltere	3.445.640.705	1,7	Güney Kore	3.536.259.512	2,0

Kaynak: COMTRADE verileri kullanılarak tarafımızca derlenmiştir.

Tablo 4, dünya tekstil ihracatı ve ithalatındaki sıralamayı ifade etmektedir. Buna göre, dünya tekstil ihracatının 1/3'üne yakını sadece Çin tarafından gerçekleştirilmektedir. Dünya tekstil ihracatının %3,8'ini gerçekleştiren Türkiye 8. sırada yer almaktadır. Dünya tekstil ithalatında da A.B.D. ilk sırada yer almaktadır. Bununla birlikte; Çin, Almanya, A.B.D., Hong Kong ve İtalya tekstil ihracatında ve ithalatında önemli derecede payı olan ülkelerdir. Bu durum, söz konusu sektörde, sözü edilen ülkelerin önemli oranda endüstri içi ticaret gerçekleştirdiklerini göstermektedir.

Tablo 5. Hazır Giyim Dış Ticaretinde Dünya Sıralaması (2009, \$)

İHRACAT			İTHALAT		
Ülke	Değer	%	Ülke	Değer	%
Çin	107.263.731.362	34,0	A.B.D.	72.064.172.023	22,6
Hong Kong	22.825.690.309	7,2	Almanya	30.552.483.000	9,6
İtalya	19.617.089.673	6,2	Japonya	25.552.039.129	8,0
Almanya	16.489.538.000	5,2	İngiltere	21.860.536.867	6,9
Hindistan	12.004.893.437	3,8	Fransa	21.072.122.529	6,6
Türkiye	11.555.926.527	3,7	İtalya	15.539.618.865	4,9
Fransa	10.042.123.287	3,2	Hong Kong	15.507.612.135	4,9
Vietnam	8.539.539.681	2,7	İspanya	13.270.242.877	4,2
Belçika	8.355.666.493	2,7	Belçika	8.910.285.557	2,8
İspanya	7.641.303.750	2,4	Hollanda	8.521.354.796	2,7
Hollanda	5.982.041.887	1,9	Kanada	7.559.994.353	2,4
Endonezya	5.915.036.522	1,9	İsviçre	5.242.454.872	1,6
İngiltere	5.247.239.929	1,7	Avusturya	5.068.507.860	1,6
A.B.D.	4.179.775.403	1,3	Rusya	4.075.152.018	1,3
Meksika	4.112.818.709	1,3	Avustralya	4.058.026.218	1,3

Kaynak: COMTRADE verileri kullanılarak tarafımızca derlenmiştir.

Tablo 5, dünya hazır giyim ihracatı ve ithalatındaki sıralamayı ifade etmektedir. Buna göre, Çin'in dünya hazır giyim ihracatındaki payı, tekstil ihracat payına oranla daha yüksektir (1/3'ünden daha fazlası). Dünya hazır giyim ihracatının %3,7'ini gerçekleştiren Türkiye, 6. sırada yer almaktadır. Bu durum, Türkiye'nin hazır giyim ihracatında, tekstil ihracatına oranla dünya piyasalarında daha hakim olduğunu ifade etmektedir. Dünya tekstil ithalatında olduğu gibi, hazır giyim ithalatında da A.B.D. ilk sırada yer almaktadır. Bununla birlikte, dünya tekstil ithalatının 1/10'unu gerçekleştiren A.B.D., dünya hazır giyim ithalatının 1/5'inden fazlasını gerçekleştirmektedir.

Tablo 4 ve Tablo 5 birlikte incelendiğinde, Türkiye'nin hazır giyim sektöründe, tekstil sektörüne oranla önemli düzeyde net ihracatçı olduğu görülmektedir. Keza, Türkiye'nin hazır giyim net ihracatı \$ 9 milyar civarında iken, tekstil net ihracatı \$ 3 milyar civarındadır.

Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün İhracat Rekabet Gücünün Belirlenmesi

Türkiye'nin gerek tekstil, gerekse hazır giyim ihracatının toplam ihracat içindeki payı yıllar itibariyle istikrarlı bir şekilde azalmaktadır (Tablo 6). Söz konusu

azalış, tekstil sektörüne oranla hazır giyimde daha çarpıcıdır. Bununla birlikte, söz konusu sektörlerin ihracatındaki rekabet gücünün ortaya koyulması bağlamında, sadece ihracat ve ithalat verilerinin varlığı yeterli değildir.

Tablo 6. Türkiye'de Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Yıllar İtibariyle Gelişimi (2009, \$)

Yıllar	Tekstil İhracat	Hazır Giyim İhracat	Toplam İhracat	Tekstil İhracat (%)	Hazır Giyim İhracat (%)	Tekstil + Hazır Giyim İhracat (%)
1993	1.592.262.475	4.339.448.391	15.343.000.000	10,4	28,3	38,7
1994	2.194.370.305	4.581.636.829	18.106.000.000	12,1	25,3	37,4
1995	2.526.550.016	6.118.750.720	21.637.000.000	11,7	28,3	40,0
1996	2.722.355.000	6.067.031.000	23.224.000.000	11,7	26,1	37,8
1997	3.352.044.000	6.697.157.000	26.261.000.000	12,8	25,5	38,3
1998	3.548.964.000	7.057.660.000	26.974.000.000	13,2	26,2	39,3
1999	3.477.802.000	6.515.963.000	26.588.000.000	13,1	24,5	37,6
2000	3.672.206.000	6.533.091.000	27.775.000.000	13,2	23,5	36,7
2001	3.942.657.000	6.661.063.000	31.334.000.000	12,6	21,3	33,8
2002	4.244.052.000	8.056.601.000	36.059.000.000	11,8	22,3	34,1
2003	5.261.660.000	9.961.744.000	47.253.000.000	11,1	21,1	32,2
2004	6.428.472.000	11.193.376.000	63.167.000.000	10,2	17,7	27,9
2005	7.075.503.000	11.833.107.000	73.476.408.000	9,6	16,1	25,7
2006	7.584.693.289	12.051.921.797	85.478.556.000	8,9	14,1	23,0
2007	8.942.139.378	13.886.333.453	107.271.000.000	8,3	12,9	21,3
2008	9.399.326.853	13.590.731.811	132.027.000.000	7,1	10,3	17,4
2009	7.723.826.434	11.555.926.527	102.129.000.000	7,6	11,3	18,9

Kaynak: COMTRADE verileri kullanılarak tarafımızca derlenmiştir.

Çalışmada, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün SITC Rev3 4 haneli mal gruplarının 1993-2009 yılları arasındaki ihracat rekabet gücünün belirlenmesi amacıyla açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarından (AKÜ endeksi) yararlanılmıştır. Bu bağlamda, Balassa'nın AKÜ endeksi, Vollrath'ın AKÜ endeksi, söz konusu endekslerin logaritmik versiyonları ile İhracat-İthalat Oranı endeksi kullanılmıştır.

Türkiye'nin Tekstil Sektöründe İhracat Rekabet Gücü

Balassa Endeksi ve Vollrath Endeksi sonuçları ele alındığında (Tablo 7); Türkiye, SITC Rev3 4 haneli bazda tekstil sektörüne ait 59 adet ürünün 43'ünün ihracatında rekabet avantajına (karşılaştırmalı üstünlüğe) sahiptir. Türkiye'nin rekabet avantajına sahip olduğu 43 üründen 22'sindeki üstünlüğü "güçlü" derecededir. Türkiye'nin güçlü üstünlüklerinin en yüksek olduğu 5 ürün grubu sırasıyla SITC-6593 "Kilim, el dokumaları", SITC-6581 "Ambalaj torbası ve çuvallar", SITC-6564 "Tüller", SITC-6585 "Perdeler"

ve SITC-6592 "Yün sarma halı, yer kaplama" dır. Değişkenlik katsayıları analiz edildiğinde, Türkiye'nin ihracatında güçlü üstünlüğe sahip olduğu ürünlerin, diğerlerine oranla daha istikrarlı olduğu göze çarpmaktadır. Tekstil sektörüne ait 59 adet ürün AKÜ katsayıları iki ayrı dönem itibariyle ele alındığında (1993-2000 ve 2001-2009 dönemleri); 30'unun ihracat rekabet gücünde ikinci dönemde artış olduğu görülmektedir.

Tekstil sektörü ihracatındaki uzmanlaşma düzeyi ele alındığında, ihracat-ithalat oranı endeksinden faydalanılmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye, sözü edilen 59 adet ürünün 41'inin ihracatında uzmandır. İki ayrı dönem itibariyle ele alındığında (1993-2000 ve 2001-2009 dönemleri); 20 ürünün ihracatında uzmanlaşma düzeyinde ikinci dönemde artış gerçekleşmiştir. Türkiye'nin tekstil ihracatında uzmanlaşma düzeyinin en yüksek olduğu 3 ürün grubu sırasıyla SITC-6584 "Yatak çarşafı, masa örtüleri", SITC-6593 "Kilim, el dokumaları" ve SITC-6585 "Perdeler" dir.

Türkiye'nin Hazır Giyim Sektöründe İhracat Rekabet Gücü

Balassa Endeksi ve Vollrath Endeksi sonuçları birlikte ele alındığında (Tablo 8); Türkiye, SITC Rev3 4 haneli bazda hazır giyim sektörüne ait 37 adet ürünün 34'ünün ihracatında rekabet avantajına (karşılaştırmalı üstünlüğe) sahiptir. Türkiye'nin rekabet avantajına sahip olduğu 34 üründen 24'üdeki üstünlüğü güçlü" derecededir. Türkiye'nin güçlü üstünlüklerinin en yüksek olduğu 5 ürün grubu sırasıyla SITC-8454 "Örme tişört, iç giyim", SITC-8428 "Kadın fanila, gecelik", SITC-8448 "Kadın örme kombinezon", SITC-8442 "Kadın örme takım elbise" ve SITC-8462 "Örme çorap" dır. Türkiye'nin SITC Rev3 4 haneli hazır giyim alt ürün gruplarından sadece 3'ünün ihracatın-

da rekabet dezavantajı durumu söz konusudur. Sözü edilen ürün grupları sırasıyla SITC-8482 "Plastikten kauçuk giyim eşyası", SITC-8484 "Şapkalar" ve SITC-8452 "Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat giyim eşyası" dır. Değişkenlik katsayıları analiz edildiğinde, tekstil ihracat rekabet gücünde olduğu gibi hazır giyim ihracat rekabet gücünde de, Türkiye'nin güçlü üstünlüğe sahip olduğu ürünlerin nispi istikrarı göze çarpmaktadır. Hazır giyim sektörüne ait 37 adet malın AKÜ katsayıları iki ayrı dönem itibarıyla ele alındığında (1993-2000 ve 2001-2009 dönemleri); sadece 8'inin ihracat rekabet gücünde ikinci dönemde artış olduğu görülmektedir. Bu durum, Türk sanayisinin ve ihracatının lokomotif konumundaki hazır giyim sektörü açısından kaygı vericidir.

Tablo 7. Türkiye'nin Tekstil Sektöründe İhracat Rekabet Gücü (SITC Rev3 4 Haneli Sınıflandırma)

KOD	BALASSA ENDEKSİ					VOLLRATH ENDEKSİ					İHRACAT-İTHALAT ORANI ENDEKSİ							
	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK ÜD	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK ÜD	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK ÜD			
6511	1,3	0,2	0,8	1,7	43,6	ZÜ	1,3	0,2	0,8	1,7	43,9	ZÜ	0,7	-0,4	0,3	1,0	63,2	DZ
6512	2,5	0,9	2,1	3,0	50,4	OÜ	2,5	0,9	2,1	3,0	52,0	OÜ	6,4	1,9	4,5	8,9	84,3	GÜ
6513	5,5	1,7	7,1	4,4	38,8	GÜ	5,7	1,7	7,4	4,5	40,1	GÜ	2,2	0,8	2,9	1,8	62,1	OÜ
6514	1,7	0,5	1,2	2,1	38,1	ZÜ	1,7	0,5	1,2	2,1	38,4	ZÜ	1,0	0,0	0,7	1,2	46,2	DZ
6515	3,6	1,3	4,0	3,0	24,3	OÜ	3,6	1,3	4,1	3,1	24,5	OÜ	1,4	0,3	2,0	0,9	52,6	ZÜ
6516	4,4	1,5	4,7	4,1	20,3	GÜ	4,5	1,5	4,8	4,2	20,7	GÜ	0,9	-0,1	1,0	0,8	25,8	DZ
6517	0,3	-1,2	0,6	0,2	112,3	DZ	0,3	-1,2	0,6	0,2	112,8	DZ	0,1	-3,0	0,1	0,0	97,4	DZ
6518	7,6	2,0	9,0	6,5	18,0	GÜ	8,0	2,1	9,3	6,8	18,1	GÜ	2,0	0,7	3,1	1,2	54,6	ZÜ
6519	1,9	0,6	1,9	1,8	16,9	ZÜ	1,9	0,6	1,9	1,8	17,0	ZÜ	0,9	-0,1	1,1	0,7	38,3	DZ
6521	4,9	1,6	7,8	2,9	65,6	GÜ	5,1	1,6	8,1	2,9	67,4	GÜ	1,6	0,5	2,3	1,1	54,8	ZÜ
6522	3,8	1,3	5,6	2,3	49,0	OÜ	3,8	1,3	5,8	2,3	49,9	OÜ	1,3	0,3	2,3	0,6	74,5	ZÜ
6523	3,4	1,2	2,8	3,8	20,5	OÜ	3,4	1,2	2,8	3,9	21,0	OÜ	2,5	0,9	2,8	2,2	22,2	OÜ
6524	6,9	1,9	6,7	7,0	10,8	GÜ	7,1	2,0	6,9	7,3	11,5	GÜ	2,2	0,8	3,0	1,8	43,4	OÜ
6525	2,7	1,0	0,7	4,8	89,5	OÜ	2,8	1,0	0,7	5,0	91,3	OÜ	2,3	0,8	1,3	3,3	56,4	OÜ
6526	2,3	0,8	0,6	3,9	78,4	OÜ	2,3	0,9	0,6	4,0	79,3	OÜ	1,3	0,3	1,0	1,6	47,9	ZÜ
6529	1,2	0,1	1,1	1,4	69,2	ZÜ	1,2	0,1	1,1	1,4	69,8	ZÜ	1,7	0,5	2,6	1,3	76,8	ZÜ
6531	2,9	1,1	1,8	4,0	50,3	OÜ	3,0	1,1	1,8	4,1	51,8	OÜ	1,7	0,6	1,2	2,4	51,8	ZÜ
6532	0,5	-0,7	0,5	0,5	24,3	DZ	0,5	-0,7	0,5	0,5	24,4	DZ	1,0	0,0	1,0	0,9	39,3	DZ
6533	0,8	-0,2	0,7	1,0	41,3	DZ	0,8	-0,2	0,7	1,0	41,5	DZ	0,5	-0,7	0,5	0,6	58,4	DZ
6534	12,0	2,5	11,7	12,2	24,8	GÜ	12,9	2,6	12,5	13,3	26,1	GÜ	4,6	1,5	5,0	4,1	29,2	GÜ
6535	5,4	1,7	5,3	5,4	21,6	GÜ	5,5	1,7	5,5	5,6	22,0	GÜ	1,8	0,6	2,3	1,6	38,5	ZÜ
6536	6,8	1,9	10,2	4,0	58,2	GÜ	7,1	2,0	10,7	4,1	59,7	GÜ	1,4	0,3	2,0	0,9	50,8	ZÜ
6538	7,0	2,0	6,8	7,0	25,5	GÜ	7,3	2,0	7,0	7,3	26,0	GÜ	3,5	1,2	3,5	3,5	25,7	OÜ
6539	12,2	2,5	8,2	15,9	36,7	GÜ	13,3	2,6	8,4	18,0	41,0	GÜ	9,9	2,3	8,4	12,2	60,1	GÜ
6541	0,1	-2,4	0,1	0,1	84,2	DZ	0,1	-2,4	0,1	0,1	84,2	DZ	0,1	-2,1	0,1	0,1	68,0	DZ
6542	4,4	1,5	4,5	4,4	19,6	GÜ	4,5	1,5	4,6	4,5	20,0	GÜ	2,0	0,7	2,7	1,4	43,5	ZÜ
6543	0,9	-0,1	0,4	1,5	80,3	DZ	0,9	-0,1	0,4	1,5	81,0	DZ	0,2	-1,5	0,2	0,3	56,8	DZ
6544	0,9	-0,1	0,4	1,4	70,5	DZ	0,9	-0,1	0,4	1,4	70,9	DZ	0,3	-1,1	0,2	0,5	62,9	DZ
6545	0,2	-1,7	1,2	0,1	287,1	DZ	0,2	-1,7	1,2	0,1	289,8	DZ	0,1	-2,7	0,2	0,1	186,3	DZ
6546	0,5	-0,7	0,2	0,8	70,1	DZ	0,5	-0,7	0,2	0,8	70,2	DZ	0,5	-0,6	0,4	0,6	34,6	DZ
6549	2,2	0,8	2,9	1,8	64,7	OÜ	2,2	0,8	3,0	1,9	65,7	OÜ	2,4	0,9	3,3	1,6	55,6	OÜ
6551	3,8	1,3	4,0	3,7	18,1	OÜ	3,9	1,4	4,0	3,8	18,4	OÜ	3,6	1,3	3,8	3,6	48,3	OÜ
6552	3,9	1,4	3,4	4,5	33,4	OÜ	4,0	1,4	3,5	4,7	35,0	GÜ	4,3	1,5	3,1	5,5	43,8	GÜ

Tablo 7. Türkiye'nin Tekstil Sektöründe İhracat Rekabet Gücü (SITC Rev3 4 Haneli Sınıflandırma) (Devamı)

6561	1,0	0,0	1,1	0,9	25,4	ZÜ	1,0	0,0	1,1	0,9	25,5	ZÜ	1,0	0,0	1,6	0,7	60,8	DZ
6562	1,4	0,3	0,7	2,0	56,0	ZÜ	1,4	0,3	0,7	2,0	56,5	ZÜ	1,2	0,1	1,0	1,3	35,8	ZÜ
6563	7,4	2,0	3,5	11,3	56,6	GÜ	7,9	2,1	3,5	12,2	59,6	GÜ	5,9	1,8	2,4	9,7	71,4	GÜ
6564	20,2	3,0	21,8	18,5	40,2	GÜ	22,9	3,1	24,4	21,6	43,5	GÜ	40,0	3,7	39,4	42,4	51,9	GÜ
6565	3,5	1,2	1,6	5,4	71,1	OÜ	3,6	1,3	1,6	5,6	73,2	OÜ	6,2	1,8	5,7	7,1	71,9	GÜ
6571	1,2	0,2	0,4	2,0	73,5	ZÜ	1,2	0,2	0,4	2,0	73,9	ZÜ	1,1	0,1	0,7	1,4	49,2	ZÜ
6572	0,9	-0,1	1,1	1,0	72,7	DZ	0,9	-0,1	1,1	1,0	73,4	DZ	0,5	-0,6	0,8	0,5	82,0	DZ
6573	1,3	0,2	1,1	1,4	22,7	ZÜ	1,3	0,2	1,1	1,4	22,8	ZÜ	1,1	0,1	0,8	1,3	32,7	ZÜ
6574	2,6	0,9	0,9	4,2	70,8	OÜ	2,6	1,0	0,9	4,3	71,8	OÜ	0,2	-1,5	0,0	0,6	155,6	DZ
6575	0,4	-0,9	0,6	0,3	58,7	DZ	0,4	-0,9	0,6	0,3	58,9	DZ	0,9	-0,1	1,5	0,5	74,2	DZ
6576	0,3	-1,1	0,6	0,2	98,1	DZ	0,3	-1,1	0,6	0,2	98,3	DZ	24,5	3,2	4,8	57,0	168,5	GÜ
6577	0,3	-1,4	0,1	0,4	55,3	DZ	0,3	-1,4	0,1	0,4	55,3	DZ	0,2	-1,7	0,1	0,3	51,1	DZ
6578	1,1	0,1	1,0	1,3	69,0	ZÜ	1,1	0,1	1,0	1,3	69,2	ZÜ	1,7	0,5	2,0	1,5	40,0	ZÜ
6579	10,7	2,4	13,1	8,5	26,8	GÜ	11,4	2,4	13,9	9,0	27,3	GÜ	8,9	2,2	8,9	8,8	35,2	GÜ
6581	20,9	3,0	23,5	18,2	24,7	GÜ	23,6	3,2	26,4	20,8	25,9	GÜ	47,8	3,9	54,0	43,5	33,9	GÜ
6582	0,8	-0,3	0,8	0,8	38,0	DZ	0,8	-0,3	0,8	0,8	38,2	DZ	3,6	1,3	6,0	2,6	98,0	OÜ
6583	5,0	1,6	6,4	3,8	31,9	GÜ	5,2	1,6	6,6	3,9	32,4	GÜ	21,1	3,1	23,9	22,5	57,6	GÜ
6584	12,8	2,5	12,6	12,9	22,0	GÜ	13,9	2,6	13,5	14,3	23,5	GÜ	157,9	5,1	168,4	153,0	41,6	GÜ
6585	15,1	2,7	19,3	11,0	38,6	GÜ	16,6	2,8	21,2	12,0	40,0	GÜ	108,0	4,7	159,4	72,3	66,9	GÜ
6589	0,8	-0,2	1,0	0,7	37,4	DZ	0,8	-0,2	1,0	0,7	37,6	DZ	3,1	1,1	3,6	2,7	42,0	OÜ
6591	0,3	-1,1	0,5	0,3	137,4	DZ	0,3	-1,1	0,5	0,3	137,9	DZ	1,0	0,0	0,8	1,3	118,6	DZ
6592	15,1	2,7	21,5	10,9	50,1	GÜ	16,5	2,8	24,1	11,8	54,4	GÜ	64,3	4,2	294,3	2,9	249,7	GÜ
6593	30,8	3,4	50,7	18,5	69,8	GÜ	38,6	3,7	70,0	21,0	88,9	GÜ	123,2	4,8	509,7	2,8	250,7	GÜ
6594	4,8	1,6	2,2	7,2	72,7	GÜ	5,0	1,6	2,3	7,7	75,2	GÜ	7,0	1,9	4,3	10,1	60,5	GÜ
6595	11,7	2,5	12,8	12,3	60,5	GÜ	12,9	2,6	13,5	15,1	76,3	GÜ	53,5	4,0	95,2	30,8	92,7	GÜ
6596	1,0	0,0	0,4	1,7	94,2	DZ	1,0	0,0	0,4	1,7	95,0	DZ	2,7	1,0	1,1	4,6	94,5	OÜ

Kaynak: COMTRADE verileri kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

AKÜ: Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısı (Uygun ortalama şeklinde hesaplanmıştır. En büyük ve en küçük değerler ortalamaya katılmamıştır).

DK: Değişkenlik katsayısı

ÜD: Üstünlük derecesi

DZ: Dezavantaj

ZÜ: Zayıf derece üstünlük

OÜ: Orta derece üstünlük

GÜ: Güçlü üstünlük

Hazır giyim sektörü ihracatındaki uzmanlaşma düzeyinin ölçüldüğü ihracat-ithalat oranı endeksi incelendiğinde (Tablo 8); Türkiye, sözü edilen 37 adet malın 36'sının ihracatında uzmandır. Türkiye'nin ihracatında uzman olmadığı tek hazır giyim alt ürün grubu 8482 "Plastikten kauçuk giyim eşyası" dır. İki ayrı dönem itibariyle ele alındığında (1993-2000 ve 2001-2009 dönemleri); Türkiye'nin, 37 ürün grubundan sadece 1 tanesinin ihracatında (SITC-8431 "Er-

kek örme palto, kaban") ikinci dönemde uzmanlaşma düzeyi artmıştır. Bununla beraber, ikinci dönemde uzmanlaşma düzeylerindeki yüksek oranda azalışlar dikkat çekicidir. Türkiye'nin hazır giyim ihracatında uzmanlaşma düzeyinin en yüksek olduğu 3 ürün grubu sırasıyla SITC-8447 "Kadın örme bluz, gömlek", SITC-8448 "Kadın örme kombinezon" ve SITC-8416 "Erkek külot, fanila" dır.

Tablo 8. Türkiye'nin Hazır Giyim Sektöründe İhracat Rekabet Gücü (SITC Rev3 4 Haneli Sınıflandırma)

KOD	BALASSA ENDEKSİ						VOLLRATH ENDEKSİ						İHRACAT-İTHALAT ORANI ENDEKSİ					
	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK	ÜD	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK	ÜD	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK	ÜD
8411	3,1	1,1	4,7	1,8	55,2	OÜ	3,1	1,1	4,8	1,8	56,2	OÜ	28,2	3,3	70,9	3,5	159,1	GÜ
8412	2,5	0,9	2,3	2,5	15,5	OÜ	2,5	0,9	2,4	2,6	15,7	OÜ	13,9	2,6	18,3	11,1	41,2	GÜ
8413	2,9	1,1	2,9	2,9	18,6	OÜ	2,9	1,1	3,0	2,9	19,0	OÜ	19,0	2,9	33,6	10,1	80,0	GÜ
8414	5,9	1,8	5,5	6,3	17,2	GÜ	6,2	1,8	5,6	6,6	18,1	GÜ	60,8	4,1	113,2	24,8	88,4	GÜ
8415	5,8	1,8	6,4	5,4	20,5	GÜ	6,0	1,8	6,6	5,6	21,1	GÜ	72,5	4,3	138,8	29,5	98,4	GÜ
8416	9,5	2,3	11,7	7,4	33,3	GÜ	10,0	2,3	12,4	7,8	34,1	GÜ	218,0	5,4	304,9	147,4	66,8	GÜ
8421	3,6	1,3	5,5	1,9	58,6	OÜ	3,7	1,3	5,7	2,0	59,4	OÜ	32,0	3,5	74,7	5,3	139,9	GÜ
8422	2,8	1,0	4,1	2,0	41,5	OÜ	2,9	1,1	4,1	2,0	42,1	OÜ	44,6	3,8	58,8	37,5	60,6	GÜ
8423	4,6	1,5	5,4	3,9	25,1	GÜ	4,8	1,6	5,5	4,0	25,4	GÜ	33,2	3,5	54,5	20,9	78,2	GÜ
8424	4,3	1,5	5,6	3,5	33,9	GÜ	4,4	1,5	5,7	3,5	34,7	GÜ	37,8	3,6	86,4	11,0	144,7	GÜ
8425	6,7	1,9	6,6	6,8	17,0	GÜ	6,9	1,9	6,8	7,1	17,6	GÜ	56,9	4,0	113,7	21,0	112,2	GÜ
8426	9,7	2,3	10,2	9,1	17,1	GÜ	10,4	2,3	10,8	9,9	17,8	GÜ	72,8	4,3	125,4	36,2	80,7	GÜ
8427	6,4	1,9	7,4	5,7	17,8	GÜ	6,6	1,9	7,6	5,9	18,1	GÜ	64,3	4,2	125,5	24,5	101,9	GÜ
8428	15,5	2,7	18,2	13,0	21,1	GÜ	16,9	2,8	19,9	14,2	21,3	GÜ	163,5	5,1	307,8	98,2	101,5	GÜ
8431	5,0	1,6	4,2	5,9	33,6	GÜ	5,2	1,6	4,3	6,2	35,2	GÜ	18,5	2,9	17,9	19,9	48,4	GÜ
8432	4,8	1,6	6,5	3,5	40,7	GÜ	4,9	1,6	6,7	3,6	41,5	GÜ	56,3	4,0	82,6	44,6	75,5	GÜ
8437	5,3	1,7	8,1	3,1	53,7	GÜ	5,5	1,7	8,5	3,2	55,1	GÜ	145,3	5,0	456,3	34,5	181,7	GÜ
8438	6,8	1,9	9,1	4,8	37,1	GÜ	7,1	2,0	9,5	5,0	37,9	GÜ	144,6	5,0	260,3	63,8	93,9	GÜ
8441	6,7	1,9	6,6	6,9	39,3	GÜ	7,0	1,9	6,7	7,2	40,9	GÜ	27,6	3,3	42,0	21,0	88,4	GÜ
8442	13,7	2,6	20,7	8,2	53,2	GÜ	15,0	2,7	23,4	8,7	56,9	GÜ	201,5	5,3	456,3	57,0	149,8	GÜ
8447	9,4	2,2	11,6	7,7	37,4	GÜ	10,0	2,3	12,3	8,2	38,7	GÜ	246,4	5,5	839,6	45,1	203,4	GÜ
8448	13,7	2,6	21,4	7,4	57,5	GÜ	15,0	2,7	24,0	7,8	60,6	GÜ	228,2	5,4	473,3	88,1	128,7	GÜ
8451	4,1	1,4	5,4	2,9	35,9	GÜ	4,1	1,4	5,5	3,0	36,4	GÜ	56,5	4,0	122,6	22,2	116,9	GÜ
8452	0,7	-0,3	1,7	0,2	148,6	DZ	0,7	-0,3	1,8	0,2	149,7	DZ	16,7	2,8	53,9	1,3	201,7	GÜ
8453	8,6	2,1	12,0	5,6	42,2	GÜ	9,2	2,2	13,2	5,9	44,2	GÜ	79,7	4,4	179,7	20,9	132,0	GÜ
8454	16,6	2,8	18,7	14,5	18,0	GÜ	18,7	2,9	21,0	16,5	18,6	GÜ	181,6	5,2	365,8	69,5	117,4	GÜ
8455	1,5	0,4	1,3	1,6	28,5	ZÜ	1,5	0,4	1,3	1,6	28,8	ZÜ	6,2	1,8	7,9	5,3	54,1	GÜ
8456	1,3	0,2	1,7	1,0	40,8	ZÜ	1,3	0,2	1,7	1,0	41,1	ZÜ	4,8	1,6	7,5	3,6	74,0	GÜ
8458	2,2	0,8	3,9	1,0	76,2	OÜ	2,2	0,8	3,9	1,0	77,2	OÜ	29,5	3,4	67,7	6,6	144,0	GÜ
8459	7,5	2,0	11,5	4,8	55,2	GÜ	7,9	2,1	12,2	5,0	57,6	GÜ	96,4	4,6	204,1	27,4	128,4	GÜ
8461	1,6	0,5	2,5	0,9	52,7	ZÜ	1,6	0,5	2,5	0,9	53,1	ZÜ	5,5	1,7	10,8	1,8	92,0	GÜ
8462	12,4	2,5	11,6	13,0	15,6	GÜ	13,4	2,6	12,3	14,4	17,1	GÜ	88,4	4,5	103,8	78,6	37,1	GÜ
8469	1,1	0,1	1,1	1,0	25,1	ZÜ	1,1	0,1	1,1	1,0	25,2	ZÜ	3,8	1,3	4,9	3,1	45,8	OÜ
8481	9,5	2,3	15,3	5,2	59,4	GÜ	10,1	2,3	16,7	5,4	62,8	GÜ	49,9	3,9	115,5	11,0	144,2	GÜ
8482	0,1	-1,9	0,1	0,2	35,1	DZ	0,1	-1,9	0,1	0,2	35,1	DZ	0,3	-1,2	0,3	0,2	29,0	DZ
8483	10,8	2,4	13,6	8,7	40,3	GÜ	11,5	2,4	14,6	9,2	42,1	GÜ	96,9	4,6	309,9	44,1	191,7	GÜ
8484	0,4	-1,0	0,4	0,3	34,0	DZ	0,4	-1,0	0,4	0,3	34,1	DZ	1,4	0,3	2,4	0,9	69,2	ZÜ

Kaynak: COMTRADE verileri kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

AKÜ: Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısı (Uygun ortalama şeklinde hesaplanmıştır. En büyük ve en küçük değerler ortalamaya katılmamıştır).

DK: Değişkenlik katsayısı

ÜD: Üstünlük derecesi

DZ: Dezavantaj

ZÜ: Zayıf derece üstünlük

OÜ: Orta derece üstünlük

GÜ: Güçlü üstünlük

Sonuç

Türkiye'nin 1993-2009 yılları arasında tekstil ve hazır giyim sektöründeki ihracat rekabet gücünü ölçmeyi amaçlayan bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran en önemli özellik, Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörüne ilişkin uluslararası rekabet gücü (Balassa ve Vollrath endeksi ile) ile birlikte yurtiçi uzmanlaşma düzeyinin (ihracat-ithalat oranı endeksi ile) aynı anda ölçülmesidir. Buna ilaveten, diğer çalışmalarda Balassa ve/veya Vollrath endeksi ile tekstil ve/veya hazır giyim sektöründeki rekabet düzeyine ilişkin daha dar kapsamlı analizler yapılmış olup, SITC Rev3 2 ve/

veya 3 haneli sınıflandırma ele alınmıştır. Bu çalışmada ise tekstil ve hazır giyim sektörüne ilişkin SITC Rev3 4 haneli tüm alt ürün grupları ele alınarak daha kapsamlı bir analiz yapılmıştır. Rekabet gücünü ölçen endekslerle birlikte, yurtiçi uzmanlaşma düzeyini ölçen ihracat-ithalat oranı endeksinin hesaplanması sonucu, Türkiye'de hazır giyim sektöründeki yurtiçi uzmanlaşma düzeyinin aynı sektördeki uluslararası rekabet gücüne oranla daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durum, Türkiye'nin hazır giyim ihracatındaki uzmanlaşma düzeyinin çok yüksek olduğunu

ifade etmektedir. Bununla birlikte, Türkiye, yurtiçinde yakaladığı uzmanlaşma düzeyini uluslararası alana aynı derecede taşıyamamış, yurtiçi uzmanlaşma düzeyi uluslararası piyasalarda bir miktar aşınmaya uğramıştır. Tekstil sektörü açısından ise sözü edilen durumun tersi söz konusudur.

Çok Elyafılar Anlaşması'nın sona erdirilmesi, GATT Tekstil ve Giyim Anlaşması'nın yürürlüğe girmesi ile birlikte tekstil ve hazır giyim rekabet gücü yüksek maliyetli üretim yapan ülkelerden nispi olarak düşük maliyetli üretim yapan gelişmekte olan ülkelerin eline geçmiştir. Düşük maliyetler dolayısıyla üretimde ve ihracatta fiyat avantajı bulunan Çin, Hindistan, Hong Kong, Endonezya, Vietnam gibi ülkeler artık dünya tekstil ve hazır giyim piyasalarında daha fazla söz sahibi olmaya başlamıştır. Söz konusu ülkelerin Türkiye ile ihracat benzerliği düşünüldüğünde, küresel piyasalardaki gelişmelerin Türk tekstil ve hazır giyim ihracat rekabet gücü açısından tehdit unsuru taşıdığı açıktır. Bununla birlikte, sözü edilen sektörlerde markalaşmanın sağlanamaması, gerekli ar-ge yatırımlarının yapılamaması, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ihracatında piyasa çeşitlendirmesini başaramamış olması (piyasa yoğunlaşmasının yüksek olması), AB ülkelerinin toplam ihracattaki paylarının yüksek oluşu bir handikap olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gelişmeler, özellikle son yıllarda Türkiye'nin rekabet üstünlüklerinde azalma şeklinde kendisini göstermektedir.

Ekonomik gelişmenin ve refahın artmasının temelini oluşturan sanayileşmede itici güç olan tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren benimsenen ihracata dayalı büyüme modelinin başarıyla uygulanabilmesinde önemli bir unsur olmuştur. Bununla birlikte, Türkiye ihracatında lokomotif görevi gören tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü son yıllarda giderek azalmaktadır. Mevcut durum analiz edildiğinde, Türkiye'nin hazır giyim ihracatındaki rekabet gücü tekstil ihracatındaki rekabet gücüne oranla daha yüksektir. Balassa Endeksi, Vollrath Endeksi ve İhracat-İthalat Oranı Endeksi ile hesaplanan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yardımıyla dinamik bir analiz yapıldığında; hazır giyim ihracatının rekabet gücündeki azalışın tekstil ihracatındaki rekabet gücündeki azalışa oranla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Gerek tekstil, gerekse hazır giyim ihracatının hem toplam ihracat içindeki payının, hem de ihracat rekabet gücünün (karşılaştırmalı üstünlüklerin) azalması, ithalata rakip mal üreten söz konusu sektörler

açısından kaygı verici bir durumdur. Gayri safi yurtiçi hasıladada yaratılan katma değer, imalat sanayi ve toplam sanayi üretimindeki pay, ihracat, ekonomiye sağlanan net döviz girdisi, istihdama katkı, sağlanan vergi gelirleri, yatırımlar, dışa açıklık, tarıma dayalı sanayiye katkı, önsel ve gerisel bağlantı katsayıları gibi makro değişkenler dikkate alındığında; tekstil ve hazır giyim ihracatındaki rekabet gücünün artışına yönelik gereken politikaların ivedilikle oluşturulması gerekmektedir. Bu bağlamda, küresel piyasalarda karşılaştırmalı üstünlüklerin ve ihracat rekabet gücünün sağlanması açısından, üretim ve ihracat maliyetini azaltmaya yönelik vergi düzenlemelerine, işgücü, hammadde ve enerji maliyetlerinin düşürülmesine, ihracat teşviklerinin ve pazarlamada devlet yardımlarının arttırılmasına, ar-ge yatırımlarının arttırılmasına, markalaşmaya, üniversite-sanayi işbirliklerinin nicel ve nitel anlamda geliştirilmesine, üretim ve dağıtımda kalite düzeyini arttırmaya yönelik stratejilere öncelik verilmelidir.

Kaynakça

- Alüftekin, N., Yüksel, Ö., Taş, A., Çakar, G., Bayraktar, F. (2009).** Küresel Krizden Çıkışta Kümelenme Modeli: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10):1-19.
- Balassa Bela (1965).** Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies* 33(2): 99-123.
- Balassa Bela (1977).** Revealed Comparative Advantage Revisited: An Analysis of Relative Export Shares of The Industrial Countries (1953-1971). *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 45(4): 327-344.
- Bedrine, M., Parrish, E., Cassill, N.L. ve Oxenham, W. (2008).** Measuring the Competitive Advantage of the US Textile and Apparel Industry. *Alfred P. Sloan Industry Studies, Annual Conference*.
- Beningo, S. (2005),** *Trade and Transportation Between the United States and China, and Between the United States and India*. 2006 Conference of the Society of Government Economists, Washington.
- Coxhead Ian (2007).** *A New Resource Curse? Impacts of China's Boom on Comparative Advantage and Resource Dependence in Southeast Asia*. *World Development* 35(7): 1099-1119.

- Çetin Ali Cüneyt (2006).** Türk Tekstil Sektörü ve Türk Tekstil Firmalarının Etkinlik Düzeylerinin Belirlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* 8(2): 1-24.
- DTM. (2004).** *Tekstil-Hazır Giyim Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu*. Ankara.
- GATT. (1994).** *GATT Activities 1993-An Annual Review of The Work of The GATT*. Geneva.
- Güzelhan, C. (1992).** *Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün AT ve Türkiye İçin Önemi ve Dış Ticareti*. T.C. Başbakanlık Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı AT Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Hinloopen Jeroen ve Marrewick Charles Van (2001).** *On the empirical distribution of the Balassa Index², Review of World Economics*. 137(1): 1-35.
- Hoekman, B. (1995).** *The Political Economy of The World Trading System-From GATT to WTO*. Oxford University Press, New York.
- IDRC. (2001).** *The Liberalisation and Competitiveness of Selected Manufacturing Industries in Vietnam*.
- International Trade Center UNCTAD/WTO and Commonwealth Secretariat. (1999).** *Business Guide to The World Trading System*. Ceneva.
- İSO. (2010).** *Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri: Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi 2010/16*. İstanbul.
- James, W.E. ve Umemoto, M. (1999).** *Rules of Origin and the Competitive Position of Asian Textiles and Apparel Producers in the North American Market*. ICSEAD, Working Paper Series 99-01.
- Junli, Z. (2010).** *The Competitiveness of Chinese Textile and Apparel Industry in Global Value Chain*. Internet Technology and Applications, 2010 International Conference on 20-22 August 2010.
- Kanoğlu, N. ve Öngüt, Ç. E. (2003).** *Dünyada ve Türkiye'de Tekstil-Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiye'nin Rekabet Gücü*. DPT, Yayın No:2668.
- Kök Recep ve Çoban Orhan (2005).** *Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği, 1989-2001*. İktisat İşletme ve Finans 20(228): 68-81.
- Landes, M., Macdonald, S., Singh, S.K. ve Vollrath, T. (2005).** *Growth Prospects for India's Cotton and Textile Industries*. USDA Outlook.
- Macdonald, S. (2000).** *The New Agricultural Trade Negotiations: Background and Issues for The U.S. Cotton Sector*. Economic Research Service/USDA, Cotton and Wool Situation and Outlook/CWS.
- Martimore, M. ve Zamora, R. (1999).** *The International Competitiveness of The Costa Rican Clothing Industry*. Division of Production, Productivity and Management of ECLAC.
- Mikic, M. (2005).** *Commonly Used Trade Indicators: A Note*. ARTNeT Capacity Building Workshop on Trade Research, UNESCAP.
- Mykhnenko, V. (2005).** *What Type of Capitalism in Eastern Europe? Institutional Structures, Revealed Comparative Advantages, and Performance of Poland and Ukraine*. Centre for Public Policy for Regions (CPPR) Discussion Paper, No:6.
- Öztürk H. (1999).** *Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Ticaretine Uygulanan Ticaret Politikası Önlemlerinin Dünü, Bugünü ve Geleceğinin İrdenmesi*. Dış Ticaret Dergisi 4(12): 62-86.
- Porter M. (1991).** *Towards a Dynamic Theory of Strategy*. Strategic Management Journal 12: 95-117.
- Republic of Turkey Undersecretariat of Foreign Trade. (2002).** *Foreign Trade Strategy of Turkey*. Ankara.
- Saxena, S.B. ve Lozac'h, V.S. (2010).** *Competitiveness in the Garment and Textile Industry: Creating a Supportive Environment: A Case Study of Bangladesh*. The Asian Foundation, Occasional Paper No:1.
- Senti, R. (1998).** *WTO Regulation of World Trade After The Uruguay Round*. Zurich, Schulthess Polygraphischer Verlag.
- Smith, S. ve Taşkesen, F. (2002).** *Tekstile, Apparel and Leather Sector in Turkey*. PWC Consulting.
- T.C. Sanayi Genel Müdürlüğü. (2010).** *Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri*. Ankara.

Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü. (2012). Türkiye İmalat Sanayiinin Analizi, Ankara.

Ulaş, D., Özer, A. ve , Koçak, A. (2005). *Hazır Giyim Sektörü İçin Yön Haritası: Örnek Olay İncelemeleri*. 10. Ulusal Pazarlama Kongresi-Doğu Akdeniz Üniversitesi.

U.S. International Trade Commission. (2004). *Textiles and Apparel: Assessment of the Competitiveness of Certain Foreign Suppliers to the U.S. Market*. USITC Publication 3671.

USAID. (2009). *Cost Competitiveness of Pakistan's Textiles and Apparel Industry*.

Uzay Nisfet (2005). *Değişen Dünya Koşullarında Türkiye'de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Geleceği*. İktisat İşletme ve Finans 20(228): 54-67.

Verma, S. (2002). Export Competitiveness of Indian textile and Garment Industry. ICRIR Working Paper No:94.

Çakmak, Özge Aynagöz (2005). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Gücü: Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama. (erişim tarihi 30 nisan 2008) (<http://eab.ege.edu.tr/pdf/5/C5-S1-2-M8.pdf>)

Şenol, Coşkun (2009). Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü. (erişim tarihi 1 mart 2011) (<http://www.gumrukkontrolor.org.tr/Yayinlar/Dergiler/61/11pdf.pdf>).

Taymaz, Erol (2002). Competitiveness of the Turkish Textile and Clothing Industries. (erişim tarihi 2 nisan 2011) (http://www.inovasyon.org/pdf/et.textile%20and%20clothing%20ind.15_09_02.pdf).

Ulaş, Dilber, Özer, Alper, ve Koçak, Akın (2008). Hazır Giyim Sektörü. (erişim tarihi 12mart 2011) (http://80.251.40.59/politics.ankara.edu.tr/ozel/Makalelerim/Hazir_GiyimSektoru.pdf).<http://www.comtrade.org> (erişim tarihi 03 şubat 2011).

Ek Tablo 1. Tekstil Sektörü SITC Rev3 4 Haneli Ürün Sınıflandırması

6511	Yün iplikleri	6549	Dokumaya elverişli diğer maddelerden mensucat
6512	Pamuktan dikiş iplikleri	6551	Örne tüylü mensucat
6513	Pamuk ipliği	6552	Diğer örme mensucat
6514	Sentetik-suni elyaftan dikiş ipliği	6561	Kordelalar
6515	Tekstürize iplikler	6562	Dokunabilir maddelerden etiket, marka vb. eşya (şekilli kesilmiş)
6516	Sentetik filamentlerden dayanıklı iplikler	6563	Gipe iplik, monofil, şerit, turtul iplik, kordon, saçak, ponpon vb.
6517	Suni filament iplikleri, monofilamentler	6564	Tüller, diğer ağ mensucat, motif halinde dantel
6518	Monofilamentler-sentetik-suni devamsız lif iplikleri	6565	Parça, şerit veya motif halinde işlemler
6519	İpek ipliği, bitkisel iplikler, metalize cam iplikleri	6571	Keçeler
6521	Pamuktan, kadife, pelüş, bukledi, gaz mensucat	6572	Dokunmamış mensucat (emdirilmiş, sıvanmış olsun olmasın)
6522	Pamuktan, ağartılmamış mensucat	6573	Sıvanmış, emdirilmiş, kauçuklu, mensucat ve mamulleri
6523	Ağartılmış, boyanmış pamuk mensucat-pamuk (≥ 85 , M2<200 gr)	6574	Dolgu maddeleri ile dikerek elde edilen kapitoneli mamuller
6524	Ağartılmış, boyanmış pamuk mensucat-pamuk (≥ 85 , M2>200 gr)	6575	Sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamuller
6525	Pamuk mensucat-pamuk (< 85 , M2<=200 gr)	6576	Şapka taslakları, keçeden diskler, silindirler
6526	Ağartılmış, boyanmış pamuk mensucat-pamuk (< 85 , M2>200 gr)	6577	Vatkadan mamuller, örme fitiller, mensucattan teknik eşya
6529	Diğer pamuk mensucat (M2<=200 gr)	6578	Dokumaya elverişli maddelerle kaplı ip ve halatlar
6531	Sentetik filament ipliklerden mensucat	6579	Mukavemetli poliamid esaslı ipliklerden teknik eşya
6532	Sentetik devamsız liflerden mensucat-elyaf (≥ 85)	6581	Ambalaj için torba ve çuvalar
6533	Sentetik devamsız liflerden dokumalar-elyaf (< 85)	6582	Vagon, mavna örtüleri, dış storlar, çadır, yelken, şişme yataklar vb.
6534	Sentetik devamsız liflerden diğer dokumalar	6583	Battaniyeler; diz battaniyeleri
6535	Sentetik filament ipliklerden dokumalar	6584	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri
6536	Sentetik devamsız liflerden dokumalar-suni devamsız lif (≥ 85)	6585	Perdeler, iç storlar, perde diğer mefruşat eşyası
6538	Sentetik devamsız liflerden dokumalar-suni devamsız lif (< 85)	6589	Duvar halıları, kilimler, diğer hazır eşya
6539	Sentetik, suni liflerden kadife, pelüş ve turtul mensucat	6591	Yer kaplamaları
6541	İpek, ipek döküntülerinden mensucat	6592	Yünden, ince kıl vb. den düğümlü sarma halılar, yer kaplamaları
6542	Yün, ince hayvan kıllarından dokumalar	6593	Kilim, sumak, karaman vb. el dokumaları, yer döşemeleri
6543	Ağırlıkça < 85 yün-ince kıl dokumalar	6594	Tufte halılar, tufte yer kaplamaları
6544	Ketenden dokunmuş mensucat	6595	Koko liflerinden ve diğer elyaftan yer kaplamaları
6545	Jüt veya diğer bitki iç kabuğundan dokumalar	6596	Keçeden tufte-floke edilmemiş karolar, mensucattan diğer kaplama
6546	Cam elyaftan dokunmuş mensucat		

Kaynak: <http://www.comtrade.org> (erişim tarihi 03 şubat 2011).

Ek Tablo 2. Hazır Giyim Sektörü SITC Rev3 4 Haneli Ürün Sınıflandırması

8411	Erkek için palto, kaban, pelerin, anorak, rüzgarlık vb.	8442	Kadın için örme takım elbise, takım, ceket, blazer, etek, pantolon
8412	Erkek için takım elbiseler, mesleki kıyafetler	8447	Kadın için örme bluz, gömlek-bluzlar, gömlekler
8413	Dokumaya elverişli maddelerden erkek için ceketler, blazerler	8448	Kadın için örme kombinezon, jüpon, jüp, slip ve külot, pijama
8414	Dokumaya elverişli maddelerden erkek için pantolon, şortlar	8451	Bebekler için giyim eşyası, aksesuarı
8415	Erkek gömlekleri	8452	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış vb. mensucattan giyim eşyası
8416	Erkek için külotlar, slipler, fanilalar, pijamalar, bornozlar vb.	8453	Örme kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya
8421	Kadın için manto, yağmurluk, kaban, kap, pelerin, rüzgarlık	8454	Örme tişört, fanila, atlet, kaşkorse ve diğer iç giyim eşyası
8422	Kadın için takım elbiseler, takımlar	8455	Sütyenler, korseler, pantolon askıları, jartiyerler vb.
8423	Kadın için ceketler, blazerler	8456	Yüzme kıyafetleri
8424	Kadın için elbiseler	8458	Kayak, mesleki kıyafetler
8425	Kadın için etekler, pantolon etekler	8459	Örme spor kıyafetleri
8426	Kadın için pantolon, tulum, şortlar	8461	Mendil, şal, eşarp, kaşkol, kravat, eldiven vb. (örülmemiş)
8427	Kadın için bluz, gömlek, gömlek-bluzlar	8462	Örme külotlu çorap, çorap, soketler
8428	Kadın için fanila, kaşkorse, kombinezon, jüpon, slip, gecelik vb.	8469	Örme eldivenler, giyim eşyasının diğer aksesuarı
8431	Erkek için örme palto, kaban, pelerin, anorak vb.	8481	Deri-köseleden giyim eşyası ve aksesuarı
8432	Erkek için örme takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler	8482	Plastikten kauçuk giyim eşyası ve aksesuarı
8437	Erkek için örme gömlekler	8483	Kürkten, taklit kürkten giyim eşyası ve aksesuarı
8438	Erkek için örme külot, slip, gece gömlekleri, pijama, bornoz vb.	8484	Şapkalar, başlıklar, saç fileleri
8441	Kadın için örme manto, kaban, pelerin, anorak, rüzgarlık vb.		

Kaynak: <http://www.comtrade.org> (erişim tarihi 03 şubat 2011)