

PAPER DETAILS

TITLE: AÇIKLANMIS KARSILASTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER ENDEKSI: TÜRKİYE PAMUK
ENDÜSTRISI ÜZERINE BİR UYGULAMA

AUTHORS: Mehmet Arif SAHINLI

PAGES: 227-240

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/289021>

AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER ENDEKSİ: TÜRKİYE PAMUK ENDÜSTRİSİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Mehmet Arif ŞAHİNLİ*

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Türkiye pamuk sektörünün uluslararası alandaki rekabet gücünün tüm alt gruplar itibarıyla ortaya çıkarılmasıdır. Çalışma 2001-2009 yıllarına ilişkin veriler kullanılarak, Türkiye'nin ihracat oranlarının yüksek olduğu endüstriyel ürünler arasında yer alan pamuk ve pamuk ürünleri için yapılmıştır. Bu amaç dahilinde, pamuk sektöründeki tüm alt ürün çeşitlerine ait Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (AKÜ) hesaplanmıştır. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksine göre; 52, 5208, 5205, 5209, 5211, 5210, 5206, 5202, 5204, 5207 kodlu ürünlerde Türkiye'nin pamuk ve pamuk ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. Ancak 5201, 5212 ve 5203 kodlu ürünlerde, bazı yıllarda karşılaştırmalı üstünlük söz konusu değil iken, bazı yıllarda karşılaştırmalı üstünlük söz konusu olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Rekabet

* Doktora Öğrencisi, İstatistikçi, Türkiye İstatistik Kurumu, Eğitim ve Araştırma Merkezi Müdürlüğü

REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE INDEX: AN APPLICATION ON TURKEY COTTON INDUSTRY

ABSTRACT

The purpose of this study, all sub-groups in Turkey as of the competitiveness of the cotton sector in the international arena to reveal. The study using data pertaining to the years 2001-2009, Turkey's exports are industrial products are among the highest rates were for cotton. For this purpose, within the sub-product of all varieties of cotton sector Revealed Comparative Advantage Index (RCA) were calculated.

According to Revealed Comparative Advantage Index, 52, 5208, 5205, 5209, 5211, 5210, 5206, 5202, 5204, 5207 coded products that have comparative advantage is seen that Turkey's cotton. However, 5201, 5212 and 5203 coded products, while in some years there is no question of comparative advantage, comparative advantage in some years there has been the subject.

Keywords: Revealed Comparative Advantage Index, Competition

1. GİRİŞ

Rekabet, günümüz dünyasında artan bir öneme sahip bir olgudur. Ülkeler mevcut piyasada mallarını pazarlayabilmek için rekabet güçlerini artırmak zorunda kalmaktadır. Rekabet gücü, bir ülkenin üretim yeteneği ve kapasitesinin düzenli bir şekilde artışını ifade etmektedir. Uluslararası Rekabet Gücünün ölçülmesinde amaç; firma, sektör ya da ülkenin ekonomik performansını ortaya koyabilmektir.

Türk sanayinin karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet gücünü ölçmek için, ulusal ve uluslararası düzeyde çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bunlardan bazıları ise; (Aktan 2004), (Güran 1990), (Karakaya ve Özgen 2002), (DTM 2003), (Yılmaz 2003), (Altay ve Gacaner 2003), (Çoban ve Kök 2005), (Altay ve Gürpınar 2008), (Hillman 1980), (Bowen 1983), (Kojima 1970) şeklinde sıralanmıştır.

Bu çalışmada, Dünya piyasasında Türkiye pamuk endüstrisinin karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet gücünde meydana gelen değişimlerin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada kullanılan veri aralığı göz önünde

bulundurulduğunda, Türkiye ekonomisinde 2001 yılında meydana gelen ekonomik kriz ve sonrasında yaşanmış olan olumsuzlukların pamuk sektörünü ne oranda etkilediği de gözlemlenebilecektir. Sektörün karşılaştırmalı üstünlük ve rekabetçiliğinin belirlenmesi için, pamuk ve pamuk alt ürünlerine ait, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (AKÜ) hesaplanmıştır.

Bu araştırmada, HS (Harmonized Commodity Description and Coding System) Uyumlaştırılmış Mal Tanım ve kod sistemi)sistemi kullanılmıştır. Bu sınıflandırma, merkezi ürün sınıflamaları için bloklar oluşturulmasını sağlayarak revize edilmiş uluslararası ekonomik sınıflamalar sisteminin gelişmesinde bir anahtar rol üstlenmiştir. HS, Dünya Gümrük Organizasyonu tarafından dış ticaret için kararlaştırılmış, bir uluslararası gümrük ürün sınıflamasıdır. Diğer birçok ülke gibi, Üye Ülkeler 1988'den beri HS'yi hem gümrük tarifeleri hem de dış ticaret istatistikleri için kullanmaktadır. HS, hiyerarşik olarak yapılandırılmış bir mal sınıflamasıdır.

HS sınıflandırması içinde yer alan ve K grubu olarak bilinen “Dokumaya Elverişli Maddeler ve Bunlardan Mamul Eşya” başlığı altındaki, 52 kodlu Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucata ait alt başlıklar Tablo 1’de verilmiştir (TÜİK 2011).

Tablo 1. Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucata ait ürün kod ve isimleri

Ürün Kodu	Ürün Adı
52	Pamuk
5201	Pamuk (kardesiz, taranmamış)
5202	Pamuk döküntü
5203	Pamuk (kardeli/penyeli)
5204	Pamuktan dikiş ipliği
5205	Pamuk (dikiş hariç) ipliği (ağırlık; $\geq$ %85 pamuk) (toptan)
5206	Pamuk (dikiş hariç) ipliği (ağırlık; $>$ %85 pamuk (toptan)
5207	Pamuk (dikiş hariç) ipliği (perakende)
5208	Pamuk men (ağırlıkça %85 ve fazla pamuk m.kare 200gr)
5209	Pamuk men (dokuma %85 < pamuklu 200g/m2 den fazla)
5210	Pamuk men (dokumalar, ağırlıkça %85 ten az pamuk içeren, 200g/m2 den az)
5211	Pamuk men (dokuma, %85 >pamuklu, suni-sentetik karışık, 200g/m2 den ağır)
5212	Pamuk men (diğerleri; m2 $\leq$ 200gr.)

2. TÜRKİYE VE DÜNYA'DA PAMUK

Pamuk bitkisi, yaygın ve zorunlu kullanım alanıyla insanlık açısından, yarattığı katma değer ve istihdam olanaklarıyla da üretici ülkeler açısından büyük ekonomik öneme sahiptir. Artan nüfus, doğal elyafa olan ilginin giderek artması ve yaşam standardının yükselmesi, pamuk bitkisine olan talebi de artırmaktadır. Buna karşın, sınırlı sayıda ülkenin ekolojisi pamuk tarımına el verdiğinden, Dünya üretiminin yaklaşık % 80'i, Türkiye'nin de içinde olduğu sekiz ülke tarafından gerçekleştirilmektedir.

Günümüzde, Türkiye, pamuk ekim alanı yönünden Dünya'da yedinci; birim alandan elde edilen lif pamuk verimi yönünden dördüncü; pamuk üretim miktarı yönünden altıncı; pamuk tüketimi yönünden beşinci; pamuk ithalat yönünden üçüncü ülke konumundadır. Türkiye, organik pamuk üretimi yönünden de Dünya'nın en önde gelen ülkelerinden birisidir.

Pamuk dünya üzerinde çeşitli coğrafi bölgelerde yetiştirilmektedir. Bu bölgelerin başında Asya kıtası gelmekte, bu kıtayı Amerika ve Afrika kıtaları

izlemektedir. Pamuk üretiminde önde gelen 7 ülke sırasıyla, Çin, ABD, Hindistan, Pakistan, Özbekistan, Brezilya ve Türkiye'dir. Dünya'da 76 ülkede pamuk tarımı yapılmaktadır. Ayrıca dekara lif verimi dünya ortalamasının çok üzerinde olup İsrail, Avustralya ve Suriye'den sonra dördüncü sırada yer almaktadır. (Özüdoğru 2007)

Dünya pamuk ihracatının %23.01'ni Çin, %11.80'ni ABD, %8.54'nü Hong Kong, %7.68'ni Pakistan, %7.66'nı Hindistan yapmaktadır. Bu beş ülke toplam dünya pamuk ihracatının %58.69'nu, geri kalan %41.31'i ise diğer ülkeler yapmaktadır. Türkiye, ihracat bakımından az bir farkla Almanya'nın arkasında sekizinci sırada yer almaktadır (Tablo 2).

Tablo 2. Dünya'da pamuk ihracat eden ilk on beş ülkenin dağılımı, 2009 yılı

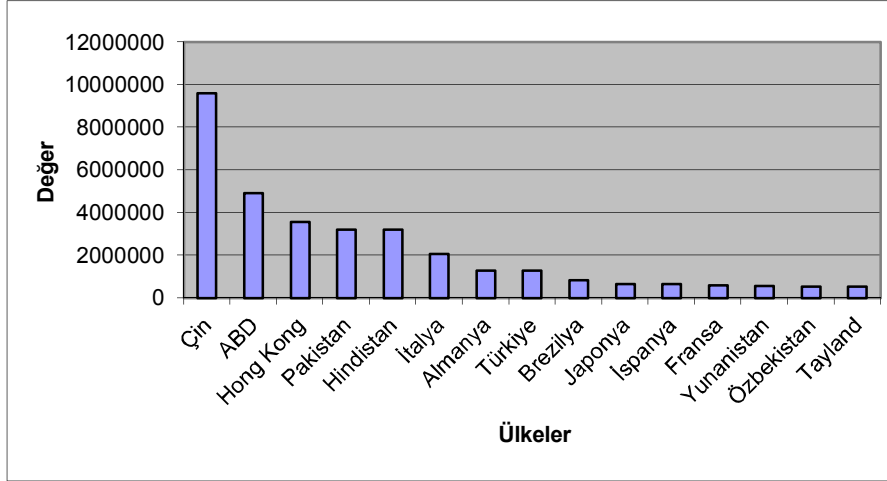
Ülkeler	İhracat Değeri, (US Dolar, Bin)	%
Dünya	41.721.656	100.00
Çin	9.600.864	23.01
ABD	4.924.276	11.80
Hong Kong	3.561.158	8.54
Pakistan	3.203.792	7.68
Hindistan	3.194.769	7.66
İtalya	2.066.084	4.95
Almanya	1.286.478	3.08
Türkiye	1.278.471	3.06
Brezilya	844.674	2.02
Japonya	666.730	1.60
İspanya	662.363	1.59
Fransa	607.138	1.46
Yunanistan	571.243	1.37
Özbekistan	544.154	1.30
Tayland	526.379	1.26

Kaynak: International Trade Centre, 2011

İhracatçı ülkelerin yapmış oldukları ihracat değerlerine göre ülkeler gruplandırılmıştır. Hong Kong, Pakistan, Hindistan birinci grupta, İtalya, Almanya, Türkiye ikinci grupta, Brezilya, Japonya, İspanya, Fransa üçüncü

grupta, Yunanistan, Özbekistan, Tayland ise dördüncü grupta yerini almıştır (Şekil 1).

Şekil 1. İhracatçı Ülkelerin Yapmış Oldukları İhracat Değerleri, 2009 Yılı



Dünya pamuk ithalatının %15.58'ni Çin, %8.69'nu Hong Kong, %5.29'nu Türkiye, %4.88'ni Bangladeş ve %3.72'ni Endonezya, %3.46'nı İtalya, %3.36'nı Vietnam, %3.05'ni Kore Cumhuriyeti ve %3.03'nü Almanya yapmaktadır. Bu dokuz ülke toplam dünya pamuk ithalatının %51.06'nı, geri kalan %48.94'nü ise diğer ülkeler yapmaktadır. Türkiye, ithalat bakımından üçüncü sırada yer almaktadır (Tablo 3).

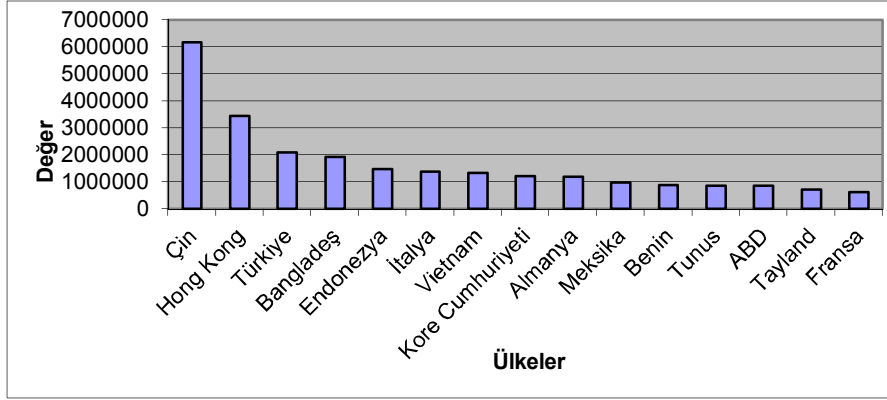
Tablo 3. Dünya’da pamuk ithalat eden ilk on beş ülkenin dağılımı, 2009 yılı

Ülkeler	İthalat Değeri, (US Dolar, Bin)	%
Dünya	39.667.112	100.00
Çin	6.180.050	15.58
Hong Kong	3.445.749	8.69
Türkiye	2.097.946	5.29
Bangladeş	1.934.568	4.88
Endonezya	1.476.115	3.72
İtalya	1.372.981	3.46
Vietnam	1.333.683	3.36
Kore Cumhuriyeti	1.211.443	3.05
Almanya	1.201.151	3.03
Meksika	978.334	2.47
Benin	884.278	2.23
Tunus	863.725	2.18
ABD	861.944	2.17
Tayland	726.982	1.83
Fransa	618.136	1.56

Kaynak: International Trade Centre, 2011

İthalatçı ülkelerin yapmış oldukları ithalat değerlerine göre ülkeler gruplandırılmıştır. Türkiye, Bangladeş birinci grupta, Endonezya, İtalya, Vietnam, Kore Cumhuriyeti, Almanya ikinci grupta, Meksika, Benin, Tunus, ABD üçüncü grupta, Tayland, Fransa dördüncü grupta yerini almıştır (Şekil 2).

Şekil 2. İthalatçı Ülkelerin Yapmış Oldukları İthalat Değerleri, 2009 Yılı



Türkiye'nin pamuk ihracatında en yüksek payı birinci sırada %34.77 ile 5209 ürünü, ikinci sırada %20.50 ile 5208 ürünü ve son sırada %0.19 ile 5203 ürün çeşidi almıştır. Türkiye'nin pamuk ithalatında ise en yüksek payı birinci sırada %47.81 ile 5201 ürünü, ikinci sırada %18.92 ile 5208 ürünü ve son sırada %0.01 ile 5203 ürün çeşidi almıştır (Tablo 4).

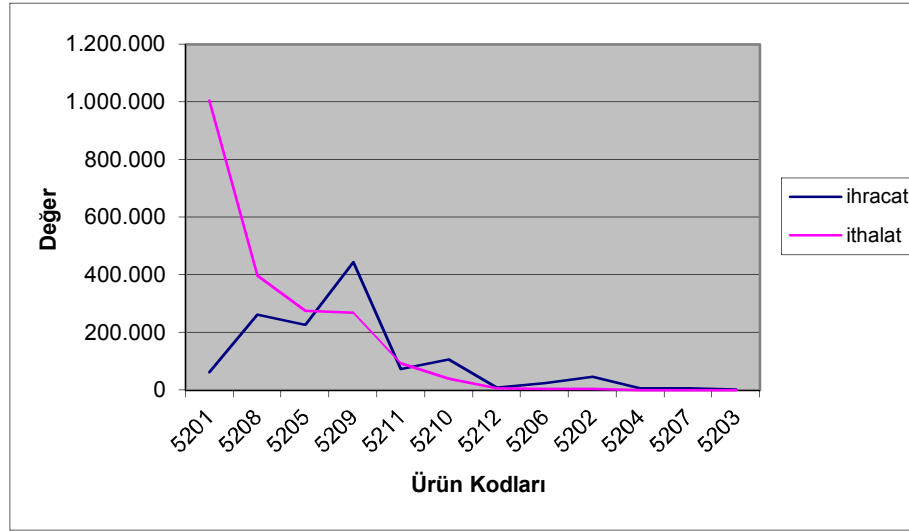
Tablo 4. Ürün Kodlarına Göre, İhracat ve İthalat Değerleri ve Oranları, 2009 Yılı, Türkiye

Ürün Kodu	İhracat	%	İthalat	%	Dış Ticaret Dengesi
52	1.278.471	100.00	2.097.947	100.00	-819.476
5201	62.330	4.88	1.002.940	47.81	-940.610
5208	262.046	20.50	397.012	18.92	-134.966
5205	227.979	17.83	275.952	13.15	-47.973
5209	444.513	34.77	268.316	12.79	176.197
5211	74.590	5.83	93.424	4.45	-18.834
5210	107.773	8.43	40.285	1.92	67.488
5212	9.660	0.76	7.556	0.36	2.104
5206	24.855	1.94	5.316	0.25	19.539
5202	48.312	3.78	5.176	0.25	43.136
5204	7.273	0.57	1.195	0.06	6.078
5207	6.652	0.52	608	0.03	6.044
5203	2.488	0.19	167	0.01	2.321

Kaynak: International Trade Centre, 2011

Türkiye'nin pamuk ürün kodlarına göre, ihracat ve ithalat grafiği Şekil 3'de verilmiştir. İthalat değerlerine göre, Türkiye'nin en yüksek ithalatı 5201 ürününde iken, en düşük ithalatı 5212, 5206, 5202, 5204, 5207 ve 5203 ürünlerindedir. İhracat değerlerine göre ise, 5209 ürünü en yüksek ihracat değerine sahip iken, 5212, 5204, 5207 ve 5203 ürünleri en düşük ithalat değerlerine sahiptir. İhracat ve ithalat değerlerinin birbirine yakın olduğu ürün çeşitleri mevcuttur. Bunlar 5205, 5211 ve 5212 ürünleridir.

Şekil 3. Ürün Kodlarına Göre İhracat ve İthalat Değerleri, 2009 Yılı, Türkiye



3. AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER ENDEKSİ UYGULAMASI

Rekabet gücünü ölçmek için çok sayıda endeks mevcuttur. Ancak burada en çok kullanılan endeksler arasında yer alan, Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (AKÜ) kullanılmıştır. Balassa'nın AKÜ yaklaşımı, karşılaştırmalı üstünlüğün gerçek biçiminin ticaret sonrası verilerden gözlemlenebileceğini varsaymaktadır (Balassa 1965). Bu yaklaşım ile, ilgili mal ya da endüstri için, Balassa ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığını belirlemeye çalışmıştır.

Balassa, indeksi şöyle formüle etmiştir:

$$AKÜ_{ij} = (x_{ij} / X_j) / (x_{iw} / X_w)$$

Burada $AKÜ_{ij}$; j ülkesinin i malı için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksini göstermektedir.

x_{ij} : j ülkesinin i malı ihracatı

X_j : j ülkesinin toplam ihracatı

x_{iw} : i malı dünya ihracatı

X_w : toplam dünya ihracatı

$AKÜ > 1$ olması, j ülkesinin i malında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu göstermektedir. Yani, o malın ülkenin toplam ihracatı içindeki payı, dünya ticaretindeki payından daha büyüktür. $AKÜ < 1$ ise, o malda karşılaştırmalı dezavantaj olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 5. Pamuk ve Alt Ürün Grupları İtibariyle AKÜ İndeksi, 2001-2009 Yılı

Ürün Kodu	Yıl	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
52		4.57	3.87	3.64	3.64	3.51	3.67	3.99	3.74	3.71
5201		1.13	1.35	2.15	1.07	0.76	1.12	1.12	1.22	0.93
5208		3.25	3.29	2.92	2.91	2.95	3.16	3.80	2.98	2.81
5205		7.34	4.21	4.35	4.71	4.02	4.84	3.71	3.55	3.24
5209		7.17	5.98	5.96	6.65	6.82	5.87	7.15	6.98	7.58
5211		3.83	4.07	2.55	3.12	2.63	2.31	4.75	4.27	5.13
5210		1.99	2.72	2.91	3.59	3.99	5.62	6.31	6.47	6.73
5212		0.49	3.22	1.00	0.69	0.96	0.92	1.65	1.50	1.66
5206		3.23	3.04	2.38	2.31	2.61	2.49	2.63	3.06	3.10
5202		21.56	18.63	16.65	17.57	16.18	16.46	17.94	15.35	17.39
5204		2.76	2.33	1.98	1.57	1.82	1.98	3.19	4.58	6.09
5207		1.90	1.23	1.07	1.16	1.53	1.67	2.75	4.44	2.80
5203		0.05	0.10	0.06	0.62	1.18	3.76	2.99	1.99	1.27

2001-2009 yılları arasında yer alan ürünlere ait AKÜ indeks değerleri Tablo 5’de verilmiştir. Ürün kodlarına göre; 52, 5208, 5205, 5209, 5211,

5210, 5206, 5202, 5204 ve 5207 kodlu ürünlerde Türkiye'nin pamuk ve ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. 5201 kodlu üründe 2005 ve 2009 yılları için karşılaştırmalı üstünlük söz konusu değil iken, diğer yıllarda karşılaştırmalı üstünlük söz konusudur.

5212 kodlu üründe, 2001, 2004, 2005 ve 2006 yıllarında karşılaştırmalı üstünlük söz konusu değil iken, diğer yıllarda karşılaştırmalı üstünlük söz konusudur. 5203 kodlu üründe, 2005 yılına kadar karşılaştırmalı üstünlük söz konusu değil iken, 2005 yılından itibaren karşılaştırmalı üstünlük söz konusu olmuştur.

AKÜ indeks değeri, ne kadar yüksekse ülkenin rekabet üstünlüğünün o kadar fazla olduğu bilinmektedir. 5209 ve 5202 kodlu ürünlerde ciddi derecede bir rekabet üstünlüğü göze çarpmaktadır. 52, 5208 ve 5205 kodlu ürünlerde Türkiye'nin rekabet gücü azalmakta iken, 5211, 5210, 5204 ve 5207 kodlu ürünlerde rekabet gücü artmıştır. 5206 kodlu üründe Türkiye'nin rekabet gücü durağan seyretmektedir.

4. SONUÇ

Türkiye pamuk ve pamuk ürünlerinin karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet gücüne ilişkin indeks hesaplanmıştır. Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksine göre, ikili ve dörtlü sınıflandırma düzeyinde, Türkiye bu sektörde, Dünya piyasalarında karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet gücüne sahiptir.

Dünya pazarlarında yeterli bir rekabet deneyimine sahip olan Türkiye, bulunduğu coğrafi konum itibarıyla, eğitilmiş ve nitelikli işgücüne sahip olması, yeterli ve gerekli altyapının mevcudiyeti pamuk ve pamuk ürünleri endüstrisi açısından önemli fırsatlar olarak görülmektedir. Ancak bu sektörün rekabet gücünü olumsuz etkileyebilecek sorunlarının da olduğu görülmektedir.

Analiz sonuçlarına göre, Türkiye'nin bu sektörde bazı ürün kodlarında rekabet gücünü kaybetmesi söz konusu olabilecektir. Türkiye'nin Dünya piyasalarında sahip olduğu rekabet gücünü devam ettirebilmesi için, özellikle bu sektörde altyapı, teknoloji, verimlilik vb. gibi kavramlara önem vermesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AKTAN, C. ve VURAL, İ. (2004) “Rekabet Gücü ve Türkiye”, TİSK Rekabet Dizisi:3, Ankara.
- ALTAY, B. ve GÜRPINAR, K. (2008) Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, (CX, SI, 2008).
- ALTAY, O. ve GACANER, A. (2003) “Turkey’s Dynamics of Competition: A Comparative Analysis of Competitiveness of the Textile and Clothing Industry” (in Turkish), paper presented at the VILERC/METU 2003 International Economy Congress, Ankara.
- BALASSA, B. (1965) “Trade Liberalization and “Revealed” Comparative Advantage”, Manchester School of Economic and Social Studies, 33, 99–124.
- BOWEN, H. (1983) “On the Theoretical Interpretation of Trade Intensity and Revealed Comparative Advantage”, Weltwirtschaftliches Archiv, 119, 464–472.
- ÇOBAN, O. ve KÖK, R. (2005) “Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği (1989–2001)”, İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, 228, 68–81.
- DTM (2003) “Türkiye Dış Ticaret Stratejisi” (2005–2010–2015–2023), Ankara.
- GÜRAN, N. (1990) “Dışa Açılma Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Rekabet Gücü”, Avrupa Topluluğu ile İlişkiler Başkanlığı, Ankara.
- HILLMAN, A. (1980). “Observations on the Relation between “Revealed Comparative Advantage” and Comparative Advantage as Indicated by Pre-Trade Relative Prices”, Weltwirtschaftliches Archiv, 116, 315–321.
- ITC (2011) <http://www.intracen.org/tradstat/>
- KARAKAYA, E. ve ÖZGEN, F. (2002): “Economic Feasibility of Turkey's Economic Integration with The EU: Perspectives from Trade Creation and Trade Diversion”, VI. ODTÜ Uluslararası Ekonomi Kongresi, Ankara.
- KOJIMA, K. (1970) “The Pattern of International Trade among Advanced Countries”, Hitotsubashi Journal of Economics, 5, 16–36.
- ÖZÜDOĞRU, T. (2007) Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü yayınları, Sayı:9, Nüsha:6, Haziran, Ankara.

TÜİK (2011) <http://tuikapp.tuik.gov.tr/DIESS/>

YILMAZ, B. (2003) “Turkey’s Competitiveness in the European Union: A Comparison with Five Candidate Countries and the EU”, Ezoneplus Working Paper No: 12.