

PAPER DETAILS

TITLE: KAYSERİ İLİNİN MOBİLYA SEKTÖRÜ REKABET GÜCÜ: AÇIKLANMIŞ
KARSILASTIRMALI ÜSTÜNLÜK ENDEKSİ

AUTHORS: Hatice ERKEKOGLU,Zerrin KILIÇARSLAN,Hülya GÖKNAR

PAGES: 1-22

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/66586>

KAYSERİ İLİNİN MOBİLYA SEKTÖRÜ REKABET GÜCÜ: AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK ENDEKSİ¹

Hatice ERKEKOĞLU*

Zerrin KILIÇARSLAN**

Hülya GÖKNAR***

ÖZ

Mobilya sektörü hem Türkiye’de hem de Kayseri ilinde önemli bir yere sahiptir. Kayseri ili sektörde yarattıkları istihdam, gerçekleştirdikleri üretim ve ihracat ile öne çıkan birçok firmasıyla taşıyıcı bir mobilya kenti durumundadır. Bu çalışmada Kayseri ilinin hem dünya hem de Türkiye’ye göre karşılaştırmalı üstünlüğü ile Türkiye’nin dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlüğünü tespit etmek için 2002-2012 yılları ile sınırlandırılan çalışmada Balassa ve Vollrath tarafından geliştirilen endeksler kullanılmıştır. Bu çalışma üretim, ihracat ve istihdam bakımından ülkemizde önemli bir yeri olan Kayseri ili mobilya sektörünün Türkiye ve dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlük yapısının açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi ile ortaya konması bakımından önem arz etmektedir. Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksi (RC) değerlerine göre ise Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının Dünya ve Türkiye’ye göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmasına rağmen bu üstünlük zaman içerisinde azalma eğiliminde olmuştur.

Anahtar Kavramlar: Kayseri Mobilya Sektörü, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi, Rekabet Gücü.

KAYSERİ CITY’S FURNITURE INDUSTRY COMPETITIVE POWER: REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE INDEX

ABSTRACT

The furniture industry has an important position both in Turkey and in Kayseri. With the emergence of many companies creating employment and engaging in manufacturing and exports, the city has become a major furniture production center. In this study we have tried to determine the comparative advantage of Kayseri compared with both the world and Turkey and to determine the comparative advantage of Turkey compared with the world. This study is of great importance because it is aimed to reveal the structure of comparative advantage by making comparisons with Turkey and the World to explain the revealed comparative advantage index. The revealed Competitive Advantage Index (RCI) shows that the export of the furniture industry in Kayseri has a comparative advantage compared with the world and Turkey but this advantage has experienced a declining trend over time.

Keywords: Furniture Sector in Kayseri, Revealed Comparative Advantages, Competitiveness.

¹ Bu makalenin ilk şekli Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Kayseri Ticaret Odası tarafından, 24-26 Nisan 2014 tarihlerinde, Kayseri’de düzenlenen, "3. Kayseri Ekonomisi Sempozyumu’nda" sunulmuştur.

* Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü.

** Yrd. Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Kayseri Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Dış Ticaret Bölümü.

*** Yrd. Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Kayseri Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Dış Ticaret Bölümü.

Makalenin kabul tarihi: Eylül 2014.

GİRİŞ

Mobilya sektörü hem Türkiye’de hem de Kayseri ilinde önemli bir yere sahiptir. Kayseri İli sektörde yarattıkları istihdam, gerçekleştirdikleri üretim ve ihracat ile öne çıkan birçok firmasıyla önemli bir mobilya kenti durumundadır. Kayseri mobilya sektörü sağladığı istihdam bakımından ülke ortalamasının üzerinde yer almaktadır. Mobilya sektörü emek yoğun bir özellik taşımasına rağmen Kayseri’de bu sektörde teknolojiye yapılan yatırımlar dikkat çekmektedir. Kayseri ilinde çok sayıda ulusal ve uluslararası pazarlara açılmış mobilya firması mevcuttur.

Bu çalışmada ülkemizde mobilya sektöründe önemli bir yere sahip olan Kayseri İlinin hem dünyaya hem de Türkiye’ye göre karşılaştırmalı üstünlüğü ile Türkiye’nin dünyadaki karşılaştırmalı üstünlüğü 2002-2012 dönemi için Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi (Revealed Comparative Advantage-RCA) kullanılarak ortaya konulacaktır. Bu endeks ilk olarak Liesner (1958) tarafından ileri sürülmüş olup Balassa (1965) tarafından geliştirmiştir. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (AKÜ) Endeksi, ülkenin belli bir sektör ihracatının toplam ihracatına oranının, aynı sektörün dünyadaki ihracatının toplam dünya ihracatına oranına bölünmesi şeklinde hesaplanmaktadır. Ülkelerin mevcut ticaret verilerinden yararlanılarak karşılaştırmalı üstünlüğünü gösteren Balassa Endeksi, ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğün nedenine inmeden, görünen bir avantaj farkı olup olmadığını açıklamayı amaçlamaktadır. Bu nedenle çalışmamızda üretim, ihracat ve istihdam bakımından ülkemizde önemli bir yeri olan Kayseri İli mobilya sektörünün Türkiye ve dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlük yapısının ortaya konması amaçlanmıştır.

Ayrıca Vollrath tarafından geliştirilen *Nispi İhracat Üstünlüğü Endeksi*, *Nispi İthalat Üstünlüğü Endeksi* ve bu iki endeksin farkının alınmasıyla elde edilen *Nispi Ticaret Üstünlüğü Endeksi* ile *Nispi İhracat Üstünlüğü Logaritması* ve *Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksi* hesaplanmıştır.

Türkiye mobilya sektörü ile ilgili yapılmış birçok çalışma olmasına rağmen bu çalışma, Kayseri mobilya sektörünün Türkiye ve dünyaya göre rekabet gücünü araştırması bakımından diğer çalışmalardan ayrılmaktadır. Çalışmamız üretim, ihracat ve istihdam bakımından ülkemizde önemli bir yeri olan Kayseri İli mobilya sektörünün Türkiye ve dünyadaki karşılaştırmalı üstünlük yapısının açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi ile ortaya konması bakımından önem arz etmektedir.

Çalışmada ilk olarak rekabet gücünü özellikle de mobilya sektörünün rekabet gücünü incelemiş çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra Balassa endeksi ve Vollrath endeksi ilgili bilgiler ve hesaplama yöntemleri incelenerek

Kayseri'nin Türkiye ve dünyaya göre aynı zamanda Türkiye'nin dünyaya göre mobilya sektörü rekabet güçleri hesaplanarak yorumlanmıştır.

I. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Balassa ve Roland'ın (1989), 1963-1983 dönemini kapsayan çalışmasında Japonya ve ABD'nin karşılaştırmalı üstünlüğü incelenmiştir. Bu çalışmada açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksleri 57 temel ve 167 imalat sanayi ürün kategorisi için elde edilmiştir. Daha sonra bu endeksler 20 ürün grubu için hesaplanmıştır. Sonuçlara göre, Japonya'nın rekabet avantajının niteliksiz emek yoğun ürünlerden beşeri sermaye yoğun ürünlere doğru kaydığı, doğal kaynak yoğun ürünlerde ise karşılaştırmalı dezavantajının arttığı görülmektedir. ABD'nin ise fiziksel ve beşeri sermaye yoğun ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğünün devam ettiği, doğal kaynak yoğun ürünlerde ise karşılaştırmalı üstünlüğünün arttığı sonucuna varmışlardır. Bunun dışında her iki ülkenin de ileri teknoloji ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğünün arttığı görülmektedir.

Arastou Khatibi (1989), tarafından yapılan çalışmada, Kazakistan'ın AB-27'ye göre ihracattaki rekabet gücü ve AB-27 üye ülkeleri arasındaki ihracatı incelenmiştir. Bu ampirik çalışmada Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi dikkate alınmıştır. Bu çalışma 1990-2006 dönemini kapsamaktadır. Yapılan bu çalışmanın sonucuna göre Kazakistan'ın mobilya sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Kutlu (2005), çalışmasında, 1996-2004 döneminde Türkiye ekonomisinin İslam ülkeleri karşısındaki sektörel rekabet gücünü, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksini kullanarak tarım, madencilik, sanayi ve diğer sektörler olarak 4 ana grup için araştırmıştır. Türkiye'nin mobilya sektöründe rekabet gücünün 2002 yılına kadar artış eğilimi gösterdiği ancak son iki yılda rekabet gücünde azalış meydana geldiği dikkat çekmektedir. Bununla birlikte Türkiye'nin mobilya sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir.

Coxhead (2007), tarafından yapılan çalışmada, Çin ve birkaç Güneydoğu Asya ülkesi (Vietnam, Endonezya, Tayland, Filipinler, Malezya) için 2000-2004 yıllarının ortalama değerleri dikkate alınarak tüm sektörler için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler hesaplanmıştır. Mobilya sektörü ile ilgili elde edilen değerlere göre Filipinlerin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü yüksek düzeyde ancak Filipinler dışındaki tüm ülkelerde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük zayıf düzeyde, sadece Endonezya'da orta düzeyde bulunmaktadır.

Gürpınar ve Barca (2007), mobilya sektörünün Türkiye'de gelişip uluslararası pazarlarda rekabetçi bir konuma gelmesini sağlayan nedenlerin neler olduğunu araştırdığı çalışmada mobilya sektörünün karşılaştırmalı üstünlük durumunu ortaya koymak amacıyla açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksini kullanmıştır. Bu çalışmada 2001-2006 dönemi için hesaplanan rekabet gücü ve

karşılaştırmalı üstünlükler endekslerine göre uluslararası piyasada Türk mobilya sektörünün 2001–2004 yılları arasında dezavantajlı, 2005–2006 yıllarında avantajlı bir konumda rekabet üstünlüğü olduğu belirlenmiştir.

Altay ve Gürpınar (2008), Türk mobilya sektörünün uluslararası alanda rekabet gücünün belirlenmesi amacıyla yaptıkları çalışmada, 2001 ve 2006 yılları arasındaki ithalat ve ihracat değerlerini kullanmışlardır. Çalışmada açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi (RCA), göreceli ihracat avantaj endeksi (RXA), göreceli ithalat avantaj endeksi (RMA), göreceli ticaret avantaj endeksi (RTA), ihracatta uzmanlaşma endeksi (ES), ihracatta benzerlik endeksi (ES), göreceli rekabet üstünlüğü endeksi (XS) hesaplanmıştır. RCA değerlerine göre Türk mobilya sektörünün rekabetçi konumunun zaman içerisinde güçlendiği sonucuna ulaşılmıştır. RXA değerlerine göre Türk mobilya ihracatında göreceli olarak bir artışın ortaya çıktığı görülmektedir. ES endeks değerleri de Türkiye'nin, dünyada mobilya sektöründe rekabet üstünlüğüne sahip olduğunu ancak Avrupa Birliği ile ticaretinde mobilya sektöründe rekabet üstünlüğüne sahip olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte zamanla Türkiye ile AB arasında mobilya ticaretinde dezavantaj durumunun avantaj haline geldiği görülmektedir.

Saboniene (2009), ise açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük indeksleriyle 2000-2007 döneminde Litvanya'nın ihracattaki rekabet gücünü incelediği çalışmasında Litvanya'nın ihracattaki rekabet gücü Letonya ve Estonya gibi diğer küçük Baltık ülkeleri ile karşılaştırılmıştır. Sonuçta hayvansal ürünler, hazır gıda, ahşap ve ahşap eşyalar, tekstil ürünleri ve mobilya gibi temel yerli malların 2001-2007 rekabet güçlerini koruduğunu yani RCA indeksinin pozitif değerlerde kaldığı görülmüştür.

Vixathep (2011), Güneydoğu Asya'da Laos'un bir geçiş ekonomisi olarak dış ticaret yapısını incelemiştir. 1985-2005 için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü analiz ederek şu sonuçlara ulaşmıştır: (i) ihracat bazı tarım ürünleri ve ham doğal kaynaklara yoğunlaşmıştır. (ii) ihracat yapısında önemli bir değişiklik olmamıştır. (iii) ticaret çeşitlenmesi düşük düzeydedir. (iv) emek - yoğun konfeksiyon sektörü giderek rekabet gücünü kazanmıştır. (v) bir endüstrinin uzmanlığı basit ürün gruplarından meydana gelme eğilimindedir ve (vi) madencilik sektörü (bakır) rekabet olumlu bir eğilim gösterdi. Bu bulgular Laos'un sanayileşmede büyük ölçüde neoklasik bir yol takip ettiği ve uygun sanayi ve ticaret politikalarının ise ihracatı çeşitlendirmek ve katma değeri yüksek mallar geliştirmek olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca; belirtilen ürünlerin söz konusu yıllar boyunca karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu gözlemlenmiştir. Sebzeler (SITC 054), konserve meyve (SITC 058), bakır (SITC 682), mobilya (SITC 821), mısır ve tahıl (SITC 045, 044), ayakkabı (SITC 851) ve ofis kırtasiye malzemeleri (SITC 895). Bu ürün grupları için, RCA bir artış eğilimi göster-

miştir. Bazıları pozitif endeks değerine sahipken diğerleri hâlâ negatif değere sahiptir. Fakat bunlar ihracat potansiyeli olan ürünler olarak kabul edilebilir.

Migyao Song (2011), 2000-2009 dönemi ve 12 seçilmiş ülkenin (ABD, İngiltere, Japonya, Çin, Fransa, İtalya, Polonya, Kanada, Almanya, Meksika, Malezya, Vietnam) mobilya sektöründeki rekabet gücünü incelediği çalışmada Ballassa'nın Açıklamalı Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksini (RCA) kullanmıştır. Song'un elde ettiği endeks değerleri ABD için 0.32 ile 0.43 arasında değişmektedir. Bu sonuç ABD'nin mobilya sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığını göstermektedir. Analize dahil edilen ülkelerden Çin, Fransa, İtalya, Polonya, Kanada, Almanya, Meksika, Malezya ve Vietnam için hesaplanan endeks değerleri bu ülkelerin mobilya sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle 2009 yılı için hesaplanan endeks değeri dikkate alındığında Polonya'nın (5.71) ve Vietnam'ın (4.69) mobilya sektöründe yüksek karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir.

Ayrıca Migyao Song, 12 ülkenin mobilya sektöründeki rekabet üstünlüğünü belirlemek için 2000-2009 dönemi için Vollrath'ın RXA, RMA, RTA ve RC endekslerini de hesaplamıştır. RXA değerlerine göre ABD ve Japonya'nın nispi ihracat dezavantajı olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte Polonya, Vietnam, Çin ve İtalya'nın nispi ihracat avantajının oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Analiz dönemi boyunca ABD, Almanya, Fransa, İngiltere ve Kanada'nın mobilya ithalatında rekabet avantajı elde ettiği, Çin ve Vietnam'ın RMA değerlerinin çok düşük olduğu ithalatta rekabet dezavantajına sahip olduğu ortaya konmuştur. ABD aynı sektörde dönem boyunca RTA ve RC değerlerine göre açıklanmış rekabet dezavantaja sahiptir. Ayrıca Çin, İtalya, Malezya ve Vietnam'ın RTA ve RC endeks değerleri 2004 yılında nispeten diğer ülkelere daha yüksektir. Bu ülkelerin de açıklanmış rekabet avantajına sahip olduğu söylenebilir.

Erkan (2012), tarafından 2000-2008 dönemi için Türkiye ve Suriye'nin birbirlerine karşı karşılaştırmalı üstünlük ve dezavantajlarını ortaya koymak amacıyla yapılan çalışmada 66 mal grubunun 9'unda Türkiye'nin, Suriye karşısında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte Suriye'nin Türkiye karşısında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu mal grupları ise "0 Grubu (Canlı hayvanlar ve Gıda Maddeleri)" ve "2 Grubu (Akaryakıt Hariç Yenilmeyen Hammaddeler)"dir. Ayrıca bu çalışmada, mobilya sektöründe Türkiye'nin Suriye'ye karşı güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir.

Adıgüzel (2013), çalışmasında makro ve mikro ölçüm yöntemleri kullanarak Türkiye'nin rekabet gücünü incelemiştir. Mikro ölçüm konsepti olarak açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yöntemini kullanılarak 2000-2012 arası yıllar için Türkiye İmalat Sanayiindeki rekabet gücü ortaya konmuştur. Ulaşılan so-

nuçlara göre gıda ve içecek, tütün ürünleri, tekstil ürünleri, giyim eşyası, metalik olmayan diğer mineraller, plastik ve kauçuk ürünleri, makine teçhizat hariç metal eşya sanayisi ve mobilya sektörlerinde Türkiye'nin rekabet gücü yüksektir.

Orta Anadolu Kalkınma Ajansı'nın yaptığı çalışmaya göre 2008-2012 yılları arasında Türkiye'de ISIC Rev3. 2 kodlu sektörler bazında (*sadece imalat sektöründe*) RCA endeksleri (Voltrath) hesaplanmış, karşılaştırmalı rekabet üstünlüğü “yüksek”, “sınırdan” ve “düşük” olan sektörler belirlenmiştir. Türkiye ve TR72 Bölgesi'nin ilgili sektörlerde dış ticareti incelenmiştir. TR72 Bölgesi'nin analizinde kullanılan aynı yöntemle iller Türkiye referansı ile analiz edilmiştir. *Bu analizin sonucundan analiz konusu olan ilin kendi ihracatında öne çıkan sektörler görülebilmektedir.* Kayseri ilinde RCA endeksine göre mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler rekabet gücü yüksek olan sektörler sıralamasında ikinci sırada yer almaktadır.

Kalaycı (2013), Türkiye'nin dış ticarete karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu malların açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi değerlerini 2005, 2008 ve 2010 yılları için hesaplamıştır. Buna göre Türkiye'nin en fazla karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünler 2010 yılı endeks değerine göre yapılan sıralamaya göre ilk sırada kahve, çay, kakao, baharat ve ürünleri (07), yer almaktadır. Bu ürünleri sırasıyla seyahat eşyası, el çantaları vb. taşıyıcı eşya (83), ayakkabılar ve aksesuarları (84), meyve ve sebzeler (05), giyim eşyası ve bunların aksesuarları (84), motorlu kara taşıtları, bisiklet ve gibi mineral maddeler (27), prefabrik yapılar; sıhhi su tesisatı, ısıtma ve sabit aydınlatma cihazları (81) ve tekstil ürünleri (65) takip etmektedir. Mobilya, yatak takımı, yatak payandaları ve yastıklar (82) ise 2010 yılı endeksine göre yapılan sıralamada 15. sırada yer almaktadır. Mobilya, yatak takımı, yatak payandaları ve yastıklar (82)'a ait açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi değerleri 2005 yılı için 5.90, 2008 yılı için 5.31 ve 2010 yılı için 5.04'tür. Ayrıca bu çalışmada Türkiye'nin en fazla karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu ürünler de belirlenmiştir. 2010 yılı endeksi değerlerine göre yapılan sıralamaya göre sırasıyla petrol gazları, doğal gaz ve diğer mamul gazlar (34), taş kömürü, kok kömürü ve briket kömürü (32), hayvanlar için gıda maddeleri (08), mineral kimyasal gübreler (56), hububat, hububat ürünleri (04), kağıt hamuru ve kullanılmış kağıt (25), bitkisel sıvı yağlar ve fraksiyonları (42), demir ihtiva etmeyen madenler (68) ve petrol, petrolden elde edilen ürünler (33) en fazla karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu ürünlerdir.

Baltacı, Burgazoğlu ve Kılıç (2012), Türkiye'nin sektörler bazında uluslararası rekabet gücünü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ile hesaplamışlardır. Rekabet gücüne sahip sektörlerin Trakya Bölgesi'ne katkısı tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda Türkiye'nin rekabetçi sektörlerinin

giyim, tekstil ve meyve-sebze sektörleri olarak tespit edilmiştir. Söz konusu sektörlerle Trakya Bölgesi'nin katkısının %1 civarında olduğu gözlenmiştir.

Yurttañıkma (2013), Türkiye'nin 1995-2009 dönemi için Avrupa Birliği (AB) ile olan dış ticaretinin Endüstri İçi Ticaret (EİT) düzeyinin ve EİT açısından avantajlı olduğu ürünleri belirlemek amacıyla Grubel ve Lloyd ile Balassa Endeksi kullanmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, Türkiye'nin sanayi malları ile makine ve ulaşım araçları sektöründe genel olarak karşılaştırmalı üstünlüğü giderek artarken, tekstil sektörünü de içeren çeşitli mamul eşya sektörü de içeren çeşitli mamul eşya sektörü ise giderek zayıflamaktadır. Yapılan bu çalışma sonucunda mobilyanın 1995 yılına ait karşılaştırmalı üstünlük endeksi 0.5, 2000 yılında bu endeks 1.4, 2005 de 2.6, 2009 yılında da 2.4 olarak tespit edilmiştir. Bu rakamlar mobilya ürünleri sektörlerinde rekabet gücü ve karşılaştırmalı üstünlüğünün arttığını göstermektedir.

Saboniene, Mastaikiene ve Venckuviene (2013), 2006-2011 döneminde Litvanya'nın ihracattaki uzmanlaşma durumunun incelendiği çalışmada imalat sanayi ürün grupları itibariyle Litvanya'nın RCA endeksi hesaplanmıştır. Bu ürün grupları zor-taklit edilebilen araştırma-yoğun ürünler, kolay-taklit edilebilen araştırma-yoğun ürünler, sermaye yoğun mallar, hammadde-yoğun mallar ve emek yoğun ürünlerdir. Mobilya, yatak takımları, şilteler sektörü emek yoğun ürünler arasında hesaplamaya dâhil edilmiştir. Ayrıca 2006 ve 2011 dönemi için iki-haneli düzeyde malların Balassa, RCA ve XCI endeksleri hesaplanmıştır. Yapılan bu çalışma sonucunda, 94 mobilya yatak takımları ve şilteler konusunda Litvanya'nın RCA, Balassa ve XCI endeksleri sırasıyla 72,85, 4,8 ve 1,28 şeklinde belirlenmiştir. Balassa endeksi 2006 ile 2011 yılları arasında dalgalanma göstermiş 2006 ve 2011 yılları için 5.10 ve 4,80 olmuştur. RCA endeksi ise aynı dönemde artarak 62,98 ve 72,85 olmuştur.

Ahasanul, Yasmin ve Anwar (2013), Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (RCA), Sabit Pazar Payı (CMS) ve Kayma Payı yöntemlerini kapsayan veriler ile Malezya mobilya ihracatının rekabet gücünü araştırmışlardır. 2000 ve 2011 arasındaki dönem için Uluslararası Standart Ticaret Sınıflaması (SITC) kapsamında mobilya ürününü temsilen SITC 821 dikkate alınmıştır. RCA yöntemi, mobilya ürünü için ülkelerin rekabet avantajında bir yükselme olduğunu ortaya koymaktadır. CMS yönteminden elde edilen sonuçlar ise Malezya'nın mobilya ürünü ihracatından kazanç elde etmesindeki temel sebebin bu ürünün rekabetçi etkisinden olduğu kadar, piyasanın da büyük ölçüde geniş olmasından kaynakladığını göstermiştir. Ayrıca, CMS analizi aynı zamanda Dönem I ve II, Dönem II ve III ve Dönem III ve I boyunca mobilya endüstrisinin önemli bir iyileşme gösterdiğini ifade etmektedir. Ayrıca, kayma payı analizi verilen süre boyunca mobilya sektöründe önemli gelişmeler olduğunu, Brunei, Cezayir, Norveç, Lübnan ve Kore gibi ülkelerin, en büyük potansiyele sahip başlıca

önemli pazarlar olduğunu göstermektedir. Ancak, rekabet açısından büyük zorlukların esas itibariyle Asya ülkeleri ile mevcut olduğu sonucuna varılmıştır.

II. AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜĞÜN ÖLÇÜLMESİNDE KULLANILAN ENDEKSLER

Karşılaştırmalı üstünlüğün ölçülmesinde yaygın olarak kullanılan endeks Balassa endeksidir. Fakat bu endeks hesaplanırken ithalat verilerinin gözardı edilmesi sebebiyle Vollrath, adıyla anılan Vollrath endeksini ortaya atmıştır. Aşağıda ilk olarak Balassa endeksi hakkında daha sonra Vollrath endeksi ile ilgili bilgi verilecektir.

A. BALASSA ENDEKSİ

Balassa endeksi (BI), ülkeler arasında dış ticaretteki üstünlükler bakımından karşılaştırma yapılmasına olanak sağlamaktadır. Balassa Endeksi, ülkenin bir maldaki yurtiçi uzmanlaşmasını (endeksin payı), dünyanın uzmanlaşmasıyla karşılaştırır (Aktaran, Erkan, 2013: 96). Bu endeks ile belirli bir sektörde/mal grubunda, bir ülkenin belirli bir piyasada, coğrafyada ya da dünya genelinde bir başka ülkeye, ülkeler grubuna, ekonomik birliğe ya da bölgeye karşı sahip olduğu açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük durumu hesaplanabilmektedir (Akdamar, Albeni, 2011: 199). Bu endeks Armonize Sistem sınıflandırmasına göre sektör ve mal düzeyinde kullanılır (Batra, Khan, 2005: 1). Balassa endeksi (BI) şöyle ifade edilmektedir (Utkulu, 2005: 15):

$$BI = (X_{ij} / X_{it}) / (X_j^{ref} / X_t^{ref}) = (X_{ij} / X_j^{ref}) / (X_{it} / X_t^{ref}) \quad (1)$$

Burada X_{ij} i ülkesinin j malı ihracatını, X_{it} bu ülkenin toplam ihracatını, X_j^{ref} j malı toplam referans ülke grubu (dünya) ihracatını ve X_t^{ref} referans ülke grubu (dünya) toplam ihracatını göstermektedir. Balassa endeksinin değerinin 1'den büyük olması ülkenin ilgili malda açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu, endeks değerinin 1'den küçük olması ise ilgili malda ülkenin açıklanmış karşılaştırmalı dezavantajı olduğunu göstermektedir (Hinloopen, Marrewijk, 2000: 1). Endeks değerinin 1'e eşit olması ülkenin söz konusu ürün-deki uzmanlaşma seviyesinin, dünyanın uzmanlaşmasıyla aynı olması anlamına gelir (Erkan, 2012: 199).

Ülkeler arasında uzmanlaşma düzeyi bakımından bir kıyaslama yapılırsa küçük ülkenin belirli bir maldaki dünya payı, daha büyük ülkenin dünyadaki payına eşit olsa bile küçük ülkenin daha fazla uzmanlaştığı söylenebilir. Çünkü endeksin yapısından dolayı, yüksek veya düşük endeks değerleri ilgili malın ülkedeki ihracat payı veya bu ülkenin dünyadaki genel ihracat payı veya her ikisi birlikte yani endeksin pay ve paydası ile ilişkili olabilir (Bebek, 2011: 4).

Hinloopen ve Marrewijk, Balassa endeksini dörtlü bir sınıflandırma yaparak daha detaylı yorumlamışlardır (Hinloopen, Marrewijk, 2000: 9):

- | | |
|---|-------|
| 1. Sınıflandırma: $0 < \text{Balassa Endeksi} \leq 1$ | Yok |
| 2. Sınıflandırma: $1 < \text{Balassa Endeksi} \leq 2$ | Zayıf |
| 3. Sınıflandırma: $2 < \text{Balassa Endeksi} \leq 4$ | Orta |
| 4. Sınıflandırma: $4 < \text{Balassa Endeksi}$ | Güçlü |

Birinci sınıflandırma karşılaştırmalı üstünlüğün olmadığı, diğer üç sınıflandırma karşılaştırmalı üstünlüğün olduğu durumları göstermektedir. İkinci sınıflandırma karşılaştırmalı üstünlüğün “zayıf”, üçüncü sınıflandırma karşılaştırmalı üstünlüğün “orta” ve dördüncü sınıflandırma ise karşılaştırmalı üstünlüğün “güçlü” olduğu anlamına gelmektedir (Hinloopen, Marrewijk, 2000: 9).

Tablo 1: Kayseri İli ve Türkiye’nin Balassa Endeksi’ne Göre Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüğü: Mobilya Sektörü

BI	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kayseri/Dünya	15,42	20,89	21,05	19,08	19,79	20,51	23,31	18,90	20,18	20,19	17,51
Kayseri/Türkiye	19,86	19,98	19,32	18,37	17,72	16,38	16,82	16,65	14,29	13,67	12,85
Türkiye/Dünya	0,77	1,04	1,08	1,09	1,12	1,17	1,28	1,31	1,41	1,47	1,36

Kaynak: TÜİK ve UN Comtrade Statistics verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır.

2002-2012 dönemi için Kayseri ili mobilya sektörünün Dünya ve Türkiye’deki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü ile Türkiye mobilya sektörü ihracatının Dünyadaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü Balassa endeksine göre hesaplanmıştır.

Tablo 1’e göre Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının Dünya’ya göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü 2002 yılında 15,42 iken, bu rakam 2008 yılında analiz dönemindeki en yüksek düzeyine yani 23,31’e yükselmiş ve bu yıldan sonra düşme eğilimine girmiştir. Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının Türkiye’ye göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünde genelde bir düşüş eğilimi olmakla birlikte bu düşüş eğiliminin 2010 yılından itibaren daha belirgin olduğu dikkat çekmektedir. Türkiye mobilya sektörü ihracatının dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlüğü ise 2002 yılında 0,77 iken, 2003 yılından itibaren 1’den büyük değerler almıştır.

Tablo 2: Kayseri İli ve Türkiye'nin Balassa Endeksi Logaritmasına Göre Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüğü: Mobilya Sektörü

lnBI	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kayseri/ Dünya	2,74	3,04	3,05	3,00	2,99	2,96	3,08	3,08	3,01	3,01	2,86
Kayseri / Türkiye	2,99	3,00	2,96	2,91	2,87	2,80	2,82	2,81	2,66	2,62	2,55
Türkiye/ Dünya	-0,25	0,04	0,09	0,09	0,12	0,16	0,25	0,27	0,35	0,39	0,31

Kaynak: TÜİK ve UN Comtrade Statistics verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır.

Hinloopen ve Marrewijk'in sınıflandırmasına göre Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının Dünya ve Türkiye'ye göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü "güçlü" olarak nitelenebilir. Ancak 2002 yılı için Türkiye mobilya sektörü ihracatının dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığı ama 2003 yılından itibaren "zayıf" bir açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük elde ettiği görülmektedir.

Kayseri ilinin ihracatı içinde mobilya sektörünün payı Türkiye'nin toplam ihracatı içinde mobilya sektörünün payına göre oldukça yüksek olduğundan Kayseri İli için hesaplanan Balassa endeksi formülündeki pay Türkiye'nin Balassa endeksi payına göre daha büyük bir rakamdır. Hem Kayseri hem de Türkiye için yapılan endeks hesaplamasında paydalar eşittir. Dolayısıyla Kayseri ilinin Balassa endeks değeri Türkiye'nin Balassa endeksinden büyük çıkmaktadır.

Balassa endeksi Volltrath tarafından logaritması alınarak geliştirilmiştir. $\ln BI > 0$ ise ülke ilgili malda karşılaştırmalı üstünlüğe, $\ln BI < 0$ ise ülke ilgili malda karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir (Bebek, 2011: 5). Tablo 2'de Balassa Endeksinin doğal logaritması alınarak mobilya sektöründe Kayseri İli ve Türkiye'nin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü yeniden değerlendirilmiştir. Tablo 2'ye göre, Kayseri İli, mobilya sektörü ihracat alanında, dünya ve Türkiye'ye göre hesaplanmış lnBI değerleri 2002-2012 döneminde sıfırdan büyük ve yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının Dünya'ya göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü gösteren lnBI değeri 2002 ve 2008 yıllarında sırasıyla 2,74 ve 3,08 iken 2012 yılında 2,86'ya düşmüştür. Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının Türkiye'ye göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü gösteren lnBI değeri 2002 yılında 2,99 iken 2012 yılında 2,55 olmuştur. Türkiye mobilya sektörü ihracatının dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlüğünü gösteren lnBI değeri ilk olarak 2003 yılında sıfırdan büyük bir değer (0,004) almıştır. Tablo 2'deki lnBI değerlerine göre Türkiye'nin mobilya sektörü ihracatının dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlüğünün az da olsa yıllar itibariyle artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Tablo 2'deki lnBI değerlerinden ulaşılan sonuç, Kayseri İlinin, mobilya sektörü ihracatında, dünya ve Türki-

ye'ye göre yüksek açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğudur. Bununla birlikte Türkiye'nin mobilya sektörü ihracatının dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlüğü daha düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

B. VOLLRATH ENDEKSLERİ

Vollrath, Balassa endeksinin ithalat düzeyini ihmal etmesini eleştirmiştir. Dolayısıyla rekabet gücü belirlenirken, ithalat verilerinin de hesaba katılmasını ileri sürmüştür. Buradan hareketle Balassa endeksine alternatif üç farklı endeks geliştirmiştir (Fertö- Hubbard, 2002: 5). Bu endeksler şöyledir (Utkulu, 2005: 15):

- i. Nispi Ticaret Üstünlüğü (RTA)
- ii. Nispi İhracat Üstünlüğü Logaritması (ln RXA)
- iii. Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksi (RC)

Bu endekslerin pozitif değerleri açıklanmış karşılaştırmalı (rekabetçi) üstünlüğe, negatif değerleri ise açıklanmış karşılaştırmalı (rekabetçi) dezavantaja sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

Vollrath (1991) bu endeksler içinde arz ve talep dengesini daha iyi sağlaması sebebiyle açıklanmış rekabet üstünlüğü endeksini önermektedir. Bunun nedeni ise bu endeksin arz ve talep dengesini daha iyi sağlamasıdır. Ancak Nispi İhracat Üstünlüğü Logaritması uygulamada en çok kullanılan endekstir (Utkulu, 2005: 15).

RTA, lnRXA ve RC endekslerinin değeri pozitif olursa karşılaştırmalı üstünlük, negatif olursa karşılaştırmalı dezavantaj söz konusu olur. Bu üç endeksi mal ve ülkenin çift sayımı yapılmamaktadır. Bundan dolayı bu üç endeksin diğer endekslere göre karşılaştırmalı üstünlüğü ölçmede gerçeğe daha yakın olduğu söylenebilir. Çünkü söz konusu üç endekste iki mal ve iki ülke durumu neoklasik teoriye uygundur. RC endeksi, politika kaynaklı bozulmalara daha az duyarlı olduğu için açıklanmış rekabet üstünlüğü endeksi olarak tercih edilebilir (Vollrath, 1991: 276). Vollrath ve Vo (1990), nispi verimlilik (etkinlik) ve faktör donanımlarının ihracat performansını piyasa çarpıklıklarına sebep olan politika araçlarından daha fazla etkilediğini ileri sürmektedir (Vollrath, 1991: 276).

1. Nispi Ticaret Üstünlüğü İndeksi (The Relative Trade Advantage Index- RTA)

Nispi ihracat üstünlüğü endeksi (RXA) ile nispi ithalat üstünlüğü endeksi (RMA) arasındaki farka eşittir. RTA endeksi belli bir mal grubu ya da endüstrinin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünde, hem ihracat hem de ithalatın göreceli katkısını ölçme potansiyeline sahiptir. Endeksin pozitif değeri rekabet avantajını, negatif değeri ise rekabet dezavantajını ifade eder. Nispi ticaret üstünlüğü

endeksi (RTA) aşağıdaki formülle gösterilir (Altay, Gürpınar, 2008: 265; Froberg, Hartmann, 1997: 7):

$$RTA = RXA - RMA \quad (2)$$

$$RTA = \left\{ \frac{[X_{ij}/(X_{it}-X_{ij})]/[(X_{wj}-X_{ij})/(X_{wt}-X_{it})]}{[M_{ij}/(M_{it}-M_{ij})]/[(M_{wj}-M_{ij})/(M_{wt}-M_{it})]} \right\} \quad (3)$$

Bu formülle ülke bazında bir sektörün rekabet avantajı hesaplanırken formülün eksiye kadar olan birinci bölümünde (RXA'da) X_{ij} ; i ülkesinin j malı ihracatını, X_{it} ; bu ülkenin toplam ihracatını, X_{wj} ; j malı toplam dünya ihracatını ve X_{wt} ; dünya toplam ihracatını göstermektedir. Formülün eksiden sonraki ikinci bölümü (RMA) hesaplanırken M_{ij} ; i ülkesinin j malı ithalatını, M_{it} ; bu ülkenin toplam ithalatını, M_{wj} ; j malı toplam dünya ithalatını ve M_{wt} ; dünya toplam ithalatını göstermektedir. Burada nispi ticaret üstünlüğü hesaplandıktan sonra aşağıda ayrı ayrı başlıklar altında nispi ihracat ve nispi ithalat üstünlükleri açıklanacaktır.

Tablo 3: Kayseri İli ve Türkiye'nin Nispi Ticaret Üstünlüğü İndeksi: Mobilya Sektörü

RTA	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kayseri/Dünya	19,07	28,35	27,66	25,66	24,32	23,84	26,45	26,94	23,94	22,76	19,76
Kayseri/Türkiye	29,32	32,42	28,25	26,81	23,64	22,67	22,01	21,26	17,92	16,41	14,22
Türkiye/Dünya	0,35	0,58	0,53	0,44	0,34	0,36	0,51	0,66	0,54	0,50	0,74

Kaynak: TÜİK ve UN Comtrade Statistics verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır.

Tablo 3'te 2002-2012 dönemi için Kayseri ili mobilya sektörünün Dünya ve Türkiye'ye göre nispi ticaret üstünlüğü ile Türkiye mobilya sektörü ihracatının Dünyaya göre nispi ticaret üstünlüğü değerleri gösterilmiştir. Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının Dünya'ya göre nispi ticaret üstünlüğü 2003 yılında 28,35 iken yıllar itibariyle düşmüş ve 2012 yılında bu değer 19,76 olmuştur. Tablo 3'ten de görüldüğü gibi Kayseri ilinin Türkiye'ye göre nispi ticaret üstünlüğü 2002-2012 döneminde azalma eğilimindedir. RTA değeri 2003 yılında 32,42 iken 2012 yılında 14,22'ye düşmüştür. Türkiye mobilya sektörü ihracatının Dünyaya göre nispi ticaret üstünlüğünün ise 2002 yılında 0,35 iken 2012 yılında 0,74'e yükseldiği görülmektedir.

Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının Dünya ve Türkiye'ye göre nispi ticaret üstünlüğünün "*güçlü*" olduğu görülmektedir. Ancak Türkiye mobilya sektörü ihracatının Dünyaya göre nispi ticaret üstünlüğüne sahip olduğu ancak bu

üstünlüğün Hinloopen ve Marrewijk'in sınıflandırmasına göre “*zayıf*” olduğu görülmektedir.

2. Nispi İhracat Üstünlüğü Endeksi (The Relative Export Advantage Index-RXA)

Balassa endeksine denk olan bu endeks, belirli bir üründe herhangi bir ülkenin dünya piyasalarında sahip olduğu ihracat payının diğer bütün mallarda dünya ihracatında sahip olduğu paya oranı olarak tanımlanabilir (Altay, Gürpınar, 2008: 263). Vollrath'ın nispi ihracat üstünlüğü endeksinin Balassa'nın nispi ihracat üstünlüğünden farkı, ülke ve malın çift sayımını önlemesidir (Utkulu, İmer, 2009: 31). Vollrath, RXA endeksinde iki kere hesaplamayı önleyebilmek amacıyla rekabet gücü karşılaştırılan ülkenin ticaret değerlerini dâhil olduğu o ülke grubu veya dünya ticaretinden çıkarmıştır. Nispi ihracat üstünlüğü endeksi aşağıdaki formülle gösterilmiştir (Frohberg, Hartmann, 1997: 7; Utkulu, İmer, 2009: 31):

Tablo 4: Kayseri İli ve Türkiye'nin Nispi İhracat Üstünlüğü Endeksi: Mobilya Sektörü

RXA	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kayseri/ Dünya	19,27	28,59	28,57	26,39	25,86	24,99	28,63	29,54	26,06	25,73	22,03
Kayseri/ Türkiye	30,52	33,68	32,22	29,04	26,96	24,69	25,64	26,41	21,35	20,21	18,44
Türkiye/ Dünya	0,73	0,97	1,02	1,01	1,05	1,12	1,28	1,32	1,40	1,52	1,47

Kaynak: TÜİK ve UN Comtrade Statistics verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır.

$$RXA = [X_{ij} / (X_{it} - X_{ij})] / [(X_{wj} - X_{ij}) / (X_{wt} - X_{it})] \quad (4)$$

RXA ise 1'den büyük ise karşılaştırmalı üstünlüğü, 1'den küçük ise karşılaştırmalı dezavantajı gösterir (Vollrath, 1991: 276).

Tablo 4'te 2002-2012 dönemi için Kayseri İli mobilya sektörü ihracatının dünya ve Türkiye'ye göre nispi ihracat üstünlüğü ile Türkiye mobilya sektörü ihracatının dünyaya göre nispi ihracat üstünlüğü endeks değerleri gösterilmiştir. Analiz döneminde Kayseri İli mobilya sektörü ihracatının dünya ve Türkiye'ye göre nispi ihracat üstünlüğünün “*güçlü*” olduğu görülmektedir. Fakat Kayseri İli mobilya ihracatının Türkiye mobilya ihracatındaki nispi üstünlüğü 2002 yılında 30,52 iken, zamanla azalmış ve 2012'de bu değer 18,4 olmuştur. Bunun durum Türkiye'nin toplam mobilya ihracatının Kayseri mobilya ihracatına kıyasla daha hızlı artmış olmasından kaynaklanabilir.

Buna göre, Türkiye'nin mobilya ihracatında Dünyaya göre nispi ticaret üstünlüğüne sahip olduğu ancak bu üstünlüğün Hinloopen ve Marrewijk'in sınıflandırmasına göre "zayıf" olduğu görülmektedir.

Endeks değerinin 1'den yüksek olması söz konusu ürün veya kategoride ülkenin rekabet avantajına sahip olduğunu, 1'den küçük olması ise ülkenin rekabet dezavantajına sahip olduğunu gösterir (Altay, Gürpınar, 2008: 264).

3. Nispi İthalat Üstünlüğü İndeksi (The Relative Import Penetration Index-RMA)

Bir ülkenin belli bir sektör ithalatının, aynı ülkenin diğer sektörlerle ait toplam ithalatı içindeki payının, dünyanın söz konusu ülkedeki ilgili sektöre ait ithalatı dışındaki toplam ithalatının, dünyanın söz konusu ülke toplam ithalatı dışındaki toplam ithalatına oranıdır. Eğer endeks değeri 1'den büyük ise rekabet dezavantajı, 1'den küçük ise rekabet avantajı söz konusudur.

Nispi İthalat üstünlüğü endeksi aşağıdaki formülle gösterilir (Altay, Gürpınar, 2008: 264; Utkulu, İmer, 2009: 31):

$$RMA = [M_{ij} / (M_{it} - M_{ij})] / [(M_{wj} - M_{ij}) / (M_{wt} - M_{it})] \quad (5)$$

Tablo 5: Kayseri İli ve Türkiye'nin Nispi İthalat Üstünlüğü İndeksi: Mobilya Sektörü

RMA	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kayseri/Dünya	0,20	0,25	0,91	0,73	1,54	1,16	2,18	2,60	2,12	2,97	2,27
Kayseri/Türkiye	1,19	1,26	3,97	2,23	3,33	2,02	3,64	5,15	3,43	3,80	4,21
Türkiye/Dünya	0,37	0,39	0,49	0,57	0,71	0,76	0,77	0,67	0,86	1,01	0,74

Kaynak: TÜİK ve UN Comtrade Statistics verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır.

Tablo 5'de 2002-2012 dönemi için Kayseri ili mobilya sektörü ithalatının Dünya ve Türkiye'ye göre nispi ithalat üstünlüğü ile Türkiye mobilya sektörü ithalatının Dünyaya göre nispi ithalat üstünlüğü endeks değerleri gösterilmiştir. Tablo 4'e göre Kayseri'nin dünyaya göre nispi ithalat üstünlüğü 2006 yılından itibaren 1'den büyük değer almıştır ki bu da Kayseri ilinin rekabet dezavantajını göstermektedir. Kayseri'nin Türkiye'ye göre nispi ithalat üstünlüğü analiz döneminde 1'in üstünde değer almıştır. Endeks değerleri Kayseri ilinin mobilya sektöründe Dünyaya göre rekabet dezavantajının Türkiye için de devam ettiğini göstermektedir.

RXA ve RMA değerlerini birlikte değerlendirdiğimizde Kayseri ilinin mobilya sektörü ithalatında daha çok öne çıktığı görülmektedir. Bu durum Kayseri

ilinde mobilya sektöründe endüstri içi ticaret yapılıyor olmasından kaynaklanabilir.

4. Nispi İhracat Üstünlüğü Endeksi Logaritması

Bu endeks hem asimetri hem de benzer faktör yoğunluğuna sahip rakip ülkelerin aynı hedef pazarda ihracat performanslarına bağlı olarak rekabet güçlerinin kıyaslanmasına imkân verdiği için yaygın olarak kullanılmaktadır. Nispi İhracat Üstünlüğü Endeksi Logaritması şöyle gösterilir (Altıntaş, 2013: 38; Altay, Gürpınar, 2008: 226):

$$\ln RXA = \ln [X_{ij} / (X_{it} - X_{ij})] / [(X_{wj} - X_{ij}) / (X_{wt} - X_{it})] \quad (6)$$

Ülkelerin karşılaştırmalı üstünlük durumunu tespit edebilmek için doğal logaritması alınan nispi ihracat üstünlüğü endeks değerleri ile ilgili üçlü bir sınıflandırma yapılmıştır (Altıntaş, 2013: 38):

1. Sınıflandırma: $0,5 < \ln RXA < \infty$ Karşılaştırmalı üstünlük yüksek
2. Sınıflandırma: $-0,5 < \ln RXA < 0,5$ Karşılaştırmalı üstünlük marjinal sınırdadır
3. Sınıflandırma: $-\infty < \ln RXA < -0,5$ Karşılaştırmalı üstünlük düşük düzeyde

Tablo 6: Kayseri İli ve Türkiye'nin Nispi İhracat Üstünlüğü Endeksi Logaritması: Mobilya Sektörü

Ln RXA	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kayseri/ Dünya	2,96	3,35	3,35	3,27	3,25	3,22	3,35	3,39	3,26	3,25	3,09
Kayseri / Türkiye	3,42	3,52	3,47	3,37	3,29	3,21	3,24	3,27	3,06	3,01	2,91
Türkiye/ Dünya	-0,32	-0,03	0,02	0,01	0,05	0,12	0,25	0,28	0,34	0,42	0,39

Kaynak: TÜİK ve UN Comtrade Statistics verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır.

Tablo 6'da 2002-2012 dönemi için Kayseri İli mobilya sektörü ihracatının dünya ve Türkiye'ye göre nispi ihracat üstünlüğünün logaritması ile Türkiye mobilya sektörü ihracatının Dünyaya göre nispi ihracat üstünlüğünün logaritması gösterilmiştir. Kayseri İli mobilya sektörü ihracatının dünya ve Türkiye'ye göre nispi ihracat üstünlüğünün logaritma değerleri 0,5'ten büyük olduğu için nispi ihracat üstünlüğünün yüksek olduğu şeklinde yorum yapılabilir.

Türkiye mobilya sektörü ihracatının dünyadaki nispi ihracat üstünlüğü logaritma değerleri 2002-2012 döneminde 0,5 ile -0,5 değerleri arasında olduğu için karşılaştırmalı üstünlük marjinal sınırdadır.

5. Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü İndeksi (RC)

Bu endeks nispi ihracat üstünlüğü endeksinin logaritması ile nispi ithalat üstünlüğü endeksinin logaritması arasındaki farka eşittir (Altıntaş, 2013: 38). İthalat kısıtlamaları, ihracat teşvikleri vb. gibi (örneğin, ihracat teşviklerinin olması durumunda endeks değerleri olması gerekenden daha yüksek çıkabilir) çarpıtmalara neden olan etkileri azalttığı için nispi ihracat üstünlüğünün logaritmik formu olan RC endeksi daha yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Utkulu, İmer, 2009: 31). Endekslerin sahip olduğu en önemli sorun, hükümetler tarafından özellikle tarım gibi karşılaştırmalı üstünlükler bakımından önde gelen sektörlerle yönelik müdahaleci politikaların uygulanması sonucunda ülkelerin ticari yapıları ve ticari verilerinde bozulmalar görülmektedir. Logaritmik dönüşümün yapılmasının sebebi ise bahsedilen bu bozulmaların meydana getirdiği endeks değerlerinde yaşanan asimetri sorununu çözmektir (Fertö, Hubbard, 2002: 8; Kılıç, 2013: 26).

Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü İndeksi (RC) şu şekilde gösterilir (Utkulu, İmer, 2009: 31):

$$RC = \ln RXA - \ln RMA \quad (7)$$

Vollrath endeks değerinin pozitif olması ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu, negatif olması ise karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 7: Kayseri İli ve Türkiye'nin Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksi Logaritması: Mobilya Sektörü

RC	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kayseri/Dünya	4,58	4,74	3,44	3,59	2,82	3,07	2,58	2,43	2,51	2,16	2,27
Kayseri/Türkiye	3,24	3,28	2,09	2,57	2,09	2,50	1,95	1,64	1,83	1,67	1,48
Türkiye/Dünya	0,66	0,91	0,74	0,57	0,39	0,39	0,51	0,69	0,49	0,40	0,69

Kaynak: TÜİK ve UN Comtrade Statistics verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır.

Vollrath RC endeksinin, arz ve talep dengesini içerdiği için daha tercih edilebilir bir endeks olduğunu belirtmektedir. Çünkü RC endeksi, bir ülke veya malın karşılaştırmalı üstünlüğünü daha iyi yansıtmaktadır. Ancak söz konusu endeks bazı kısıtlamalara da sahiptir. Özellikle iki yanlı ticaretin söz konusu olmadığı durumlarda (ya ithalat ya da ihracat sıfırda), endeksin uygulanması sınırlı kalacaktır (Şimşek, Sadat, 2009: 140). Bu nedenle analiz yapılırken tüm ülkelerin iki yönlü dış ticaret ilişkisi içinde olduğu varsayılmıştır. Diğer yandan RTA ise belli bir mal grubunun ya da endüstrinin açıklanmış karşılaştırmalı

üstünlüğünde, ihracat ve ithalatın üstünlüklerinin göreceli katkısını ölçme potansiyeline sahiptir (Yücel, 2010: 240).

Tablo 7’de 2002-2012 dönemi için Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının Dünya ve Türkiye’ye göre açıklanmış rekabet üstünlüğü ile Türkiye mobilya sektörü ihracatının dünyaya göre açıklanmış rekabet üstünlüğü endeksi değerleri gösterilmiştir. Kayseri İli mobilya sektörü ihracatının açıklanmış rekabet üstünlüğü endeksi değeri 2002 yılında 4,58 iken bu değer 2012 yılında 2,27’ye düşmüştür. Endeks değerlerine göre Kayseri’nin mobilya sektöründe hem dünyaya göre hem de Türkiye’ye göre açıklanmış rekabet üstünlüğü bulunmaktadır. Ancak bu üstünlüğün yıllar itibarıyla azaldığı da dikkat çekmektedir.

Türkiye’nin dünya karşısındaki açıklanmış rekabet üstünlüğü değerleri de sıfırdan büyük olduğu için Türkiye’nin de mobilya sektöründe açıklanmış rekabet üstünlüğüne sahip olduğunu söyleyebiliriz.

SONUÇ

Türkiye’de mobilya sektörü üretim ve ihracatta önemli bir yere sahiptir. Kayseri ili de mobilya sektöründeki istihdamı, üretimi ve ihracatı ile ön plana çıkan kentlerimizden biri olmuştur. Kayseri İli mobilya sektörünün Türkiye ve dünyadaki karşılaştırmalı üstünlük yapısının açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi ile ortaya konması amaçlanan bu çalışmada özellikle Kayseri mobilya sektörü açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü diğer bir ifadeyle rekabet gücü 2002-2012 dönemi için incelenmiştir. İlk olarak Balassa tarafından geliştirilen açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi ve bu endeksin logaritması hesaplanmıştır. Elde edilen Balassa endeks değerleri Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının Dünya ve Türkiye’ye göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü “güçlü” olduğu ve Türkiye mobilya sektörü ihracatının dünyaya göre karşılaştırmalı üstünlüğünün genel olarak “zayıf” olduğu tespit edilmiştir.

Daha sonra Volltrath endeksleri olarak bilinen Nispi Ticaret Üstünlüğü (RTA), Nispi İhracat Üstünlüğü Logaritması (ln RXA) ve Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksi (RC) hesaplanmıştır. Nispi Ticaret Üstünlüğü (RTA) endeksinin hesaplayabilmek için Nispi İhracat Üstünlüğü Endeksi (RXA) ile Nispi İthalat Üstünlüğü Endeksi’nin (RMA) farkı alınmıştır. Nispi Ticaret Üstünlüğü (RTA), Nispi İhracat Üstünlüğü Endeksi (RXA) ve Nispi İhracat Üstünlüğü Logaritma (ln RXA) değerlerine göre Kayseri İli mobilya sektörü ihracatının dünya ve Türkiye’ye göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü ve rekabet gücünün güçlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksi (RC) değerlerine göre ise Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının dünya ve Türkiye’ye göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmasına rağmen bu üstünlük zaman içerisinde azalma eğiliminde olmuştur. Mobilya sektöründe Volltrath endeksi (RTA, lnRXA ve RC) değerlerine göre Türkiye’nin zayıf bir

üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. Kayseri için hesaplanan endeks değerleri Türkiye ile kıyaslandığı zaman Kayseri endeks değerlerinin büyük olduğu dikkat çekmektedir. Bu sonuç çelişkili durumun endeksin yapısından kaynaklandığı söylenebilir. Literatürde küçük ülke ve büyük ülkenin dünyadaki payları eşit olsa bile uzmanlaşmanın küçük ülkede daha fazla olacağı belirtilmiştir. Kayseri ilini de bu çerçevede değerlendirdiğimizde bu çelişki açıklanabilmektedir. Yüksek endeks değerleri, endeksin yapısından dolayı, mobilya sektörünün Kayseri ilinin toplam ihracatı içindeki payının yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

Kayseri ili mobilya sektöründe sahip olduğu açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü artırarak devam ettirilebilmesi için gerekli politika araçları ile desteklenmesi yerinde olacaktır. Kayseri mobilya sektörünün dünyada ön plana çıkabilmesi firmaların markalaşma, tasarım ve ar-ge faaliyetlerine öncelik vermeleri gerekmektedir. Özellikle bu faaliyetler çerçevesinde devletin teşvik ve desteğine ihtiyaç duyulabilir. Desteklenmediği takdirde yıllar itibarıyla azalma eğilimi gösteren karşılaştırmalı üstünlüğün zamanla yitirilebileceği göz ardı edilmemelidir. Bu bağlamda sektöre verilen devlet yardımlarından hangisine daha fazla ağırlık verileceğinin tespit edilmesi de başka bir araştırma konusu olabilir.

KAYNAKÇA

- ADIGÜZEL, Muhittin; (2013), “Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme”, **Akademik Bakış Dergisi**, 37, ss. 1-21, İnternet Adresi: <http://www.akademikbakis.org/eskisite/37/40.pdf>, Erişim Tarihi: 15.03.2014.
- ALTAY, Bülent ve Koray GÜRPINAR; (2008), “Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, ss.257-274, İnternet Adresi: http://www.iibfdergi.aku.edu.tr/pdf/10_1/15.pdf, Erişim Tarihi: 21.03.2014.
- ALTINTAŞ, Nurullah ve Ahmet Gökçe AKPOLAT; (2013), “Tekstil Sektöründe Avrupa Birliği ile Türkiye Arasındaki Rekabet Analizi”, **Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 4(6), ss. 33-42.
- BALTACI, Adem; Hüseyin BURGAZOĞLU ve Selver KILIÇ; (2012), “Türkiye’nin Rekabetçi Sektörleri ve Trakya Bölgesi’nin Payı”, **Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 2(1), ss. 1-19, İnternet Adresi: http://iibfdergi.karatekin.edu.tr/Makaleler/2000045273_1-19%20Adem.pdf, Erişim Tarihi: 20.02.2014.
- BALASSA, Bela and Marcus NOLAND; (1989), “Revealed Comaparative Advantages in Japan and United States”, **Journal of Internatioanl Economic Integration**, 4(2), pp. 8-22.
- BATRA, Amita and Zeba KHAN; (2005), “Revealed Comparative Advantage an Analysis for India and Chine”, pp. 1-85, İnternet Address: <http://www.icrier.org/pdf/wp168.pdf>, Date of Access: 02.10.2014
- BEBEK, Ufuk Güneş; (2011), “Robustness of the Proposed Measures of Revealed Comparative Advantage”, **University of Kent School of Economics Discussion Papers**, pp. 1-26, İnternet Address: <http://www.kent.ac.uk/economics/documents/research/papers/2011/1121.pdf>, Date of Access: 17.01.2014.
- 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), pp. 1099-1119, İnternet Address: http://ac.elscdn.com/S0305750X07000472/1s2.0S0305750X07000472main.pdf?_tid=11788818-bbf3-11e3-a89800000aab0f27&acdnat=13966140194bd910e3ff1eb0010c3f9cefb2cd4314, Date of Access: 17.02.2014.

- ERKAN, Birol; (2012), “Ülkelerin Karşılaştırmalı İhracat Performanslarının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayılarıyla Belirlenmesi: Türkiye-Suriye Örneği”, **ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, 8(15), ss. 195-218, İnternet Adresi: <http://www.ijmeh.org/index.php/zkesbe%20/article/viewFile/67/47>, Erişim Tarihi: 15.03.2014.
- ERKAN, Birol; (2013), “Türkiye’nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 3(1), ss. 93-110.
- FERTO, Imre and Lionel J. HUBBARD; (2002), “Revealed Comparative Advantage and Competitiveness in Hungarian Agri-Food Sectors”, pp. 1-17. İnternet Address: <http://econ.core.hu/doc/dp/dp/mtdp0208.pdf>, Date of Access: 02.04.2014.
- FROHBERG, Klaus and Monika HARTMANN; (1997), “Comparing Measures Of Competitiveness”, **Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe, Discussion Paper** No: 2, İnternet Address: <http://www.iamo.de/dok/dp02.pdf>, Date of Access: 19.02.2014.
- GÜRPINAR, Koray ve Mehmet BARCA; (2007), “Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 2(2), ss. 41- 43.
- HAQUE, Ahasanul; Yasmin FARZANA; Naila ANWAR and Ibrahim ZARİYAH; (2013), “Export of Furniture Product from Malaysia: Market Prospects and Challenges”, **Journal of Economics and Behavioral Studies**, 5(7), pp. 406-419.
- HİNLOOPEN, Jeroen and Charles van MARREWİJK; (2002), “On the Empirical Distribution of the Balassa Index”, İnternet Address: <http://www2.econ.uu.nl/users/marrewijk/pdf/2000/wp2000a.pdf>, Date of Access: 17.03.2014.
- KALAYCI, Cemalettin; (2013), “Rusya Federasyonu ile Ticarete Türkiye’nin Açmazları”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 8(1), ss. 37-57, İnternet Adresi: http://iibfdergi.ogu.edu.tr/makaleler/1732309_8-1_N%C4%B0SAN%202013_Makale_0.pdf, Erişim Tarihi: 12.02.2014.
- KHATIBI, Arastou; (2008), “Kazakhstan’s Revealed Comparative Advantage Vis-À-Vis the EU-27”, **Ecipe Working Paper**, 3, pp. 1-12.
- KILIÇ, Arzu; (2013), “Türkiye’de Pamukun Uluslararası Rekabet Analizi ve Rekabet Koşullarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adana: Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

- KUTLU, Rasim; (2005), “ Türkiye’nin İslam Ülkeleri Karşısında Rekabet Gücünün Ölçülmesi”, **İslami Araştırmalar Dergisi**, 18(4), ss. 429-436, İnternet Adresi: <http://www.islamiarastirmalar.com /upload /pdf/ b2a7bc63d347ba0.pdf?sid=09abdc1e2a7ace69e53b5aeccda1fdad>, Erişim Tarihi: 10.03.2014.
- Orta Anadolu Kalkınma Ajansı**; (t.y.), “Dış Ticaret”, İnternet Adresi: http://oran.org.tr/ TR72Taslak%20B%C3%B6lge_Planı%202014-2023/ icindekiler/D%C4%B1%C5%9F%20 Ticaret.pdf, Erişim Tarihi: 01.04.2014.
- ÖZDAMAR, Gökhan ve Mesut ALBENİ; (2011), “Türkiye Otomotiv Sanayisi Dış Ticaret Rekabet Gücü Üzerine Bir İnceleme”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 13, ss. 193-216, İnternet Adresi: <http://sbedergi.sdu.edu.tr/assets/uploads/sites/343/files/gokhan-ozdamar-27022013.pdf>, Erişim Tarihi: 25.03.2014.
- SABONIENE, Asta; Ruta MASTEIKIENE and Vitalija VENCKUVIENE; (2013), “Lithuania’s Export Specialization According to Technological Classification”, **Mediterranean Journal of Social Sciences**, 4(11). pp. 346-351.
- SABONIENE, Asta; (2009), “Lithuanian Export Competitiveness: Comparison with other Baltic States”, **Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics**, 2, pp. 49-57.
- SONG, Migyao; (2011), “The U.S. Furniture Industry and Its Competitiveness In International Markets”, Master of Science, Indiana: Purdue University.
- ŞİMŞEK, Nevzat ve Said Aziullah SADAT; (2009), “ECO Pazarında Türkiye: 1997-2005 Dönemi Rekabet Gücü Analizi”, **Sosyoekonomi**, 2, ss. 135-158, İnternet Adresi: <http://www.sosyoekonomi.org /090208.pdf>, Erişim Tarihi: 18.01.2014.
- UTKULU, Utku; (2005), “Türkiye’nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler”, İnternet Adresi: <http://www.deu.edu.tr/userweb/ utku.utkulu/ dosyalar/kitap%20utku%20utkulu%20son.pdf>, Erişim Tarihi: 24.03.2014.
- UTKULU, Utku ve Hayriye İMER; (2009), “Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Gücünün Alt Sektörler Düzeyinde Ölçülmesi (1994–2005)”, **Rekabet Dergisi**, 36, ss. 3-43, İnternet Adresi: <http://www.rekabet.gov.tr/> Fi-

le/?path=ROOT/Documents/Rekabet+Dergisi/dergi36.pdf, Erişim Tarihi: 24.03.20014.

VIXATHEP, Souksavanh; (2011), “Trade Liberalization and Comparative Advantage Dynamics in Lao PDR”, **Lao Trade Research Digest**, 2, pp. 1-34.

YENER, Yücel; (2010), “Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Sürecinde Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü ve Çin Tehdi-di”, **Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 29(2), ss. 227-250, İnternet Adresi: <http://dosya.marmara.edu.tr/ikf/iib-dergi/2010-2/11-yucel.pdf>, Erişim Tarihi: 15.03.2014.

YUTTANÇIKMAZ, Z. Çağlar; (2013), “Türkiye’nin AB Pazarında Endüstri-İçi Ticaret Açısından Avantajlı Olduğu Ürünlerin Belirlenmesi”, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 14(1), ss. 2-22, İnternet Adresi: <http://iibfdergi.cumhuriyet.edu.tr/archive/trkiye8217ninabpazarndaendsriticaretasndanavantajlolduurnlerinbelirlenmesi.pdf>, Erişim Tarihi: 24.03.2014.