

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

TÜRKİYEDE HALI SEKTÖRÜNÜN DIŞ
TİCARETİNİN VE REKABET GÜCÜNÜN
DEĞERLENDİRİLMESİ

Yüksek Lisans Tezi

ALTAN ALPER ERKESİM

İstanbul, 2020

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

TÜRKİYEDE HALI SEKTÖRÜNÜN DIŞ
TİCARETİNİN VE REKABET GÜCÜNÜN
DEĞERLENDİRİLMESİ

Yüksek Lisans Tezi

ALTAN ALPER ERKESİM

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Muhittin ADIGÜZEL

İstanbul, 2020

ÖZET

Küreselleşme, dünyada 1970'lerin sonlarından itibaren ortaya çıkmış, ekonomik, politik, sosyal ve kültürel çevreleri hızlı bir şekilde derinlemesine etkilemiştir. Buna paralel olarak geleneksel ekonomideki korumacılığın son bulması ve teknoloji, iletişim, ulaşımın hızlı gelişmesi, serbest ticaretin ortaya çıkardığı küresel rekabete yeni bakış açıları getirmiştir. Firmalar ülke sınırları içinde rekabet etmenin yanında uluslararası pazarlarda da rekabet etmek zorunda kalmıştır. Artık bir ülkenin ekonomik gönence düzeyini küresel ekonomide başlıca önem arz eden rekabet edebilme gücü ölçmektedir.

Bu çalışmada, küreselleşme ve dış ticaret tanımı ve boyutları ele alındıktan sonra rekabet gücü kavramı incelenmiştir. Daha sonra Türk halıcılığın tarihi, Türk halı sektörünün üretimi ve dış ticareti incelenmiş olup Türkiye'nin 2001-2018 yılları arası baz alınarak 57. Fasılda yer alan makina halıların, el dokuması halıların ve kilimlerin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yöntemi kullanılarak rekabet gücü ölçülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dünya ve Türkiye Halı Sektörü, Dış Ticaret, Rekabet Gücü, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler.

ABSTRACT

Globalization has emerged in the world since the late 1970s, and has deeply influenced economic, political, social and cultural environments. In parallel, the end of protectionism in the traditional economy and the rapid development of technology, communication and transportation have brought new perspectives to the global competition of free trade. Firms had to compete in the international markets as well as to compete within the borders of the country. Now, the level of a country's economic sentiment is the measure of competitiveness that is of prime importance in the global economy.

In this study, after the definition and dimensions of globalization and foreign trade, the concept of competitiveness is examined. Then the Turkish carpet weaving history, Turkey is examined production and foreign trade of carpet industry in Turkey based on the period between the years 2001-2018, 57 Chapter in the carpet machine is located Revealed of hand-woven carpets and Climates comparative advantages are measured competitiveness using the method of Revealed Comparative Advantage.

Keywords: World and Turkey Carpet Industry, External Trade, Competitiveness, Revealed Comparative Advantage

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
TEZ ONAY SAYFASI	iii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLO LİSTESİ	viii
ŞEKİL LİSTESİ	xi
GRAFİK LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ	1
1. KÜRESELLEŞME VE DIŞ TİCARET	2
1.1. Küreselleşme Kavramı.....	2
1.2. Küreselleşmeye İlişkin Yaklaşımlar.....	3
1.2.1 İstihdamın Etkisi.....	3
1.2.2 Büyümenin Etkisi	4
1.2.3 Makro Ekonomik İstikrarın Etkisi.....	5
1.2.4 Sermaye Hareketlerinin Etkisi.....	5
1.3. Küreselleşmenin Ekonomik Alandaki Etkisi	6
1.3.1. Ekonomik Gelişmeler	8
1.3.2. Büyüme Etkisi	9
1.3.3. Politik Gelişmeler	9
1.3.4. İstihdamın Etkisi.....	10
1.3.5. Sermaye Hareketleri Etkisi.....	11
1.3.6. Dış Ticaret Kanalı Etkisi.....	12
1.4. Küreselleşme ve Dış Ticaret İlişkisi.....	12
1.4.1. Ticari Serbestleşme ve Ticari Açıklık İlişkisi	13

1.4.2. Finansal Serbestleşme ve Finansal Açıklık İlişkisi	15
2. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ	19
2.1 Rekabetin Tarifi.....	19
2.2. Rekabet Gücünün Kavramı.....	22
2.3. Uluslararası Rekabet Gücü	25
2.4. Uluslararası Rekabet Gücü Teorik Yaklaşımlar	28
2.4.1. Porter Yaklaşımı “Rekabetçi Üstünlük Teorisi”	28
2.4.2. Dunning Yaklaşımı “Çifte Elmas”	30
2.4.3. Cho Yaklaşımı “Dokuz Faktör Modeli”	33
2.5. Uluslararası Rekabet Gücünü Ölçme Yöntemleri.....	34
3. TÜRKİYE’DE VE DÜNYADA HALI SEKTÖRÜNÜN KONUMU VE DIŞ TİCARETİ.....	40
3.1. Dünya Halı Ticareti	40
3.1.1. Dünya Halı İhracatı.....	40
3.1.2. Dünya Halı İthalatı	47
3.2. Dünya Halı Üretimi	54
3.3. Türkiye Halı Ticareti	54
3.3.1. Türkiye Halı İhracatı.....	55
3.3.2. Türkiye Halı İthalatı.....	60
3.4. Türkiye Halı Üretimi	65
4. TÜRKİYE’DE HALI SEKTÖRÜNÜN DIŞ TİCARETİNİN VE REKABET GÜCÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ	66
4.1. Araştırmanın Amacı	66
4.2. Araştırmanın Önemi	66
4.3. Araştırma Yöntemi	67
4.4. Araştırma Verileri.....	68

4.5. Bulgular	69
SONUÇ	90
KAYNAKÇA	93

TABLO LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1.	Dünya Halı İhracatı, Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları	41
Tablo 2.	Dünya Halı İhracatı, Düğümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Düğümlü Veya Sarmalı Yer Kaplamaları	42
Tablo 3.	Dünya Halı İhracatı, Dokunmuş Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları	43
Tablo 4.	Dünya Halı İhracatı, Halılar ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftedilmiş)	44
Tablo 5.	Dünya Halı İhracatı, Keçeden Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tufted Veya Floke Edilmemiş)	45
Tablo 6.	Dünya Halı İhracatı, Diğer Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları	46
Tablo 7.	Dünya Halı İthalatı, Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları	48
Tablo 8.	Dünya Halı İthalatı, Düğümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Düğümlü Veya Sarmalı Yer Kaplamaları	49
Tablo 9.	Dünya Halı İthalatı, Dokunmuş Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları	50
Tablo 10.	Dünya Halı İthalatı, Halılar ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftedilmiş)	51
Tablo 11.	Dünya Halı İthalatı, Keçeden Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tufted Veya Floke Edilmemiş)	52
Tablo 12.	Dünya Halı İthalatı, Diğer Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları	53

Tablo 13.	Türkiye Halı İhracatı, Düğümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Düğümlü Veya Sarmalı Yer Kaplamaları	55
Tablo 14.	Türkiye Halı İhracatı, Dokunmuş Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları	56
Tablo 15.	Türkiye Halı İhracatı, Halılar ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftedilmiş).....	57
Tablo 16.	Türkiye Halı İhracatı, Keçeden Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tufted Veya Floke Edilmemiş)....	58
Tablo 17.	Türkiye Halı İhracatı, Diğer Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları	59
Tablo 18.	Türkiye Halı İthalatı, Düğümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Düğümlü Veya Sarmalı Yer Kaplamaları	60
Tablo 19.	Türkiye Halı İthalatı, Dokunmuş Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları	61
Tablo 20.	Türkiye Halı İthalatı, Halılar ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftedilmiş)	62
Tablo 21.	Türkiye Halı İthalatı, Keçeden Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tufted Veya Floke Edilmemiş)....	63
Tablo 22.	Türkiye Halı İthalatı, Diğer Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları	64
Tablo 23.	GTIP 570110 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	69
Tablo 24.	GTIP 570190 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	70
Tablo 25.	GTIP 570210 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	71
Tablo 26.	GTIP 570220 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	72
Tablo 27.	GTIP 570231 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	73

Tablo 28.	GTIP 570232 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	74
Tablo 29.	GTIP 570239 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	75
Tablo 30.	GTIP 570241 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	76
Tablo 31.	GTIP 570242 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	77
Tablo 32.	GTIP 570249 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	78
Tablo 33.	GTIP 570250 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	79
Tablo 34.	GTIP 570291 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	80
Tablo 35.	GTIP 570292 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	81
Tablo 36.	GTIP 570299 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	82
Tablo 37.	GTIP 570310 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	83
Tablo 38.	GTIP 570320 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	84
Tablo 39.	GTIP 570330 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	85
Tablo 40.	GTIP 570390 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	86
Tablo 41.	GTIP 5704 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	87
Tablo 42.	GTIP 5705 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri	88

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 1. Genellenmiş Çifte Elmas Modeli	32

GRAFİK LİSTESİ

Sayfa No.

Grafik 1. Düğümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Yer Kaplamaları (El Halıları); Yünden Veya İnce Hayvan Kılılarından.....	69
Grafik 2. Düğümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Yer Kaplamaları (El Halıları); Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden	70
Grafik 3. Kilim, Sumak, Karaman ve Elde Dokunmuş Benzeri Yer Döşemeleri...	71
Grafik 4. Hindistan Cevizi (Koko) Liflerinden Yer Kaplamaları	72
Grafik 5. Dokunmuş Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olmayan, Yünden Veya İnce Hayvan Kılılarından	73
Grafik 6. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olmayan, Sentetik Ve Suni Liflerden.....	74
Grafik 7. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olmayan, Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden	75
Grafik 8. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olanlar, Yünden Veya İnce Hayvan Kılılarından	76
Grafik 9. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olanlar, Sentetik Ve Suni Liflerden	77
Grafik 10. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olanlar, Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden.....	78
Grafik 11. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olmayanlar	79
Grafik 12. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olanlar, Yünden Veya İnce Hayvan Kılılarından.....	80

Grafik 13. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olanlar, Sentetik Ve Suni Liflerden.....	81
Grafik 14. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olanlar, Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden	82
Grafik 15. Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Yünden Veya İnce Hayvan Kollarından (Tufte Edilmiş).....	83
Grafik 16. Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Naylon Veya Diğer Poliamidlerden (Tufte Edilmiş).....	84
Grafik 17. Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Sentetik Ve Suni Liflerden (Tufte Edilmiş).....	85
Grafik 18. Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden (Tufte Edilmiş)	86
Grafik 19. Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer, kaplamaları (tufte veya floke edilmemiş) (hazır eşya halinde olsun, olmasın).....	87
Grafik 20. Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (hazır eşya halinde olsun olmasın)	88

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
akt.,	: Aktaran
AKÜ	: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler
BIS	: Bank for International Settlements (Uluslararası Ödemeler Bankası)
çev.	: Çeviren
DB	: Dünya Bankası
DYY	: Doğrudan Yabancı Yatırım
Ed.	: Editör
GATT	: General Agreement on Tariffs and Trade (Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması)
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GTİP	: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon Kodları
HS	: Harmonized System (Armonize Sistem)
ILO	: International Labour Organization (Uluslararası İş Örgütü)
IMD	: International Institute for Management Development (Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü)
IMF	: International Monetary Fund (Uluslararası Para Fonu)
M.Ö.	: Milattan Önce
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development (İktisadi Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
RC	: Relative Competitive Advantage (Görelî Rekabet Üstünlüğü)
RCA	: Revealed Comparative Advantage (Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük)

RMA	: Relative Import Advantage (Görelİ İthalat Avantajı)
RTA	: Relative Trade Advantage (Görelİ Ticaret Avantajı)
RXA	: Relative Export Advantage (Görelİ İhracat Avantajı)
s.	: Sayfa
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UN	: United Nations (Birleşmiş Milletler)
UNCTAD	: United Nations Conference on Trade and Development (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı)
vb.	: Ve Benzeri
vd.	: Ve Diğerleri
WEF	: World Economic Forum (Dünya Ekonomik Forumu)
WTO	: World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)
yy	: Yüzyıl

GİRİŞ

Geleneksel olarak dokuma yöntemiyle ve günümüzde ise dokunarak ya da tafting (düz zemin kumaşına ipliklerin dikilmesi) yoluyla üretilen havlı tekstil yüzeyleri olarak tanımlanan halının sektörel önemi, dünya ticaretinde de kayda değer ürün gruplarından birini oluşturmuştur.

Dünyada halı ticareti, el halısı ve makine halısı olmak üzere, üretim teknikleri, yatırım eğilimleri, maliyetleri, tüketici profilleri, kullanılış amaçları, pazar yapıları ve sermaye yoğunlukları oldukça farklı olan iki ana grupta incelenmektedir. El halısı, emek-yoğun ve tarihsel-kültürel miras yoluyla gelişen motiflere dayalı bir üretim yapısı sergilerken makine halısı, sermaye-yoğun ve teknik tekstil kategorisinde ele alınabilecek bir üretim yapısına sahiptir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2016).

Türkiye’de el halısının tasarım ve üretiminin köklü bir geçmişi vardır. Binlerce yıllık geçmişe dayanan bu tarih ve temel üretim tekniği hiç değişmeden devam etmesine rağmen teknolojinin hızlı gelişimi ile birlikte sektör içindeki yatırımlar zaman geçtikçe azalmış ve makine halısı sektöre hâkim olmuştur.

Türkiye’nin halı üretimi ve ihracatında güçlü bir altyapıya sahip olması, sektörün istihdama, ihracata sağladığı katkıları nedeni ile araştırmaya uygun görülmüştür. Bu bağlamda çalışmanın esas amacı; 2001-2018 yılları arasındaki 18 yıllık dönemde Türkiye’nin halı sektörü ile alt sektörlerinin dış ticaretteki rekabet gücünü Vollrath’ın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemi ile değerlendirmektir.

Araştırma giriş bölümü dâhil 5 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde küreselleşme ve dış ticaret kavramları açıklanmıştır. İkinci bölümde rekabet ve uluslararası rekabet gücünü kavramlarının açıklamaları yapılmıştır. Daha sonra uluslararası rekabet gücü yaklaşımları ve ölçme yöntemleri incelenmiştir. Üçüncü bölümde Dünyada ve Türkiye’de halı ticareti ile halı üretimi ele alınmış, 2001-2018 yılları arasında dünya ve Türkiye halı ihracat ve ithalat değerleri incelenmiştir. Dördüncü bölümde ise Türkiye’nin 2001-2018 yılları arası baz alınarak 57. fasılda yer alan makina halılarının, el dokuması halılarının ve kilimlerin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Endeksi yöntemi kullanılarak rekabet gücü ölçülmüştür.

1. KÜRESELLEŞME VE DIŞ TİCARET

Küreselleşme kavramı hakkında çok fazla farklı görüş var olduğundan tek bir tanımlama yapılması zordur. Kavramın doğuşundan günümüze kadar çok çeşitli alanlarda tanımlamaları yapılmıştır.

1.1. Küreselleşme Kavramı

Küreselleşme, zaman ve mekâna bağlı olarak çeşitli şekillerde ortaya çıkan pek çok süreci içermektedir. Polonyalı filozof Zygmunt Bauman, küreselleşmenin hem geri dönüşü olmayan hem de hepimizi aynı ölçüde ve aynı şekilde etkileyen ve dünyanın bundan kaçamayacağı bir süreç olduğunu söylemiştir (Bauman, 1999, s. 7).

Giddens'a (1994) göre küreselleşme, "farklı kültürler, farklı coğrafyalar arasında bir bağ kurulması, iletişimin güçlenmesi ve dünyanın küçülmesidir (Özel, 2011, s. 92)." McGrew ise küreselleşme tanımını "sermaye, ürün ve işgücü piyasalarının ulusal politika sınırları içerisinde entegrasyonunu ifade eder" olarak yorumlamıştır (Diamond, 2019). Yapılan açıklamalardan da idrak edileceği gibi Globalleşme fenomeninin etki altına aldığı alanlar çok çeşitlilik göstermekte olup siyasi, ekonomik, kültürel ve teknolojik globalleşme gibi farklı yönlerle etki etmektedir.

"Küreselleşme; temel dinamikleri teknolojik itme ve neo-liberal ideolojik çekme olan dünya bazındaki bütünleşme sürecinde; mesafenin, mekânın, zamanın daralması ile birlikte ekonomide, teknolojiye, siyasette, kültür ve sosyal olaylarda dünya çapında asimetrik karşılıklı bağımlılığın ve organik bütünleşmenin artmasıdır"(Adıgüzel,2011:62).

1.2. Küreselleşmeye İlişkin Yaklaşımlar

1.2.1 İstihdamın Etkisi

Küreselleşme, piyasaların küresel bir şekilde uyum sağladığı bir süreçtir. Küreselleşmenin gitgide hızlanması 50 yıldan daha uzun bir süreyi bulmaktadır. Yeni teknolojiler ve işletme uzmanlığı, ulaşımı ve ulaşım maliyetlerini ve gümrük vergilerini en aza indirdikçe bu hızlanma gittikçe daha çok ivme kazanmış ve uluslararası ticarete engel teşkil edenler ortadan kalkmıştır. Dışarıdan gelen yardımlar, Dünya savaşlarından sonra bile, yıpranmış ve neredeyse harabe haline gelmiş ülkelerin dahi yeniden dirilip, ayağa kalkmasını sağlamıştır. Büyüme gösteren piyasalar dünya çapında ekonomi ile bağlantıya geçtikçe ithal edilen ürünler daha da ucuzladı ve bu durum gerek gelişmiş ülkelerde gerekse de gelişmekte olan ülkelere alıcılara fayda sağlamıştır. Uluslararası tedarik zincirinin kimi bölümlerinin öteki ülkelere geçirilmesi, globalleşmenin her yerde ürünlerin fiyatlarını, iş modellerini ve aylık alınan maaşları ne şekilde etkilediğini göstermektedir (Spence, 2011, s. 29).

Bütünleşme ya da bir başka deyişle entegrasyon, üretkenliği yapılan işe göre değişiklik gösterir bir şekilde etkilemektedir. Gelişmekte olan ülkelere, fabrika çalışanı, çiftçi ya da eczacı ve benzeri işçiler, gelişmiş ülkelere nazaran daha az üretkendir ve daha az kazanç sağlamaktadır. Uluslararası ticaret yapılmasına dair engellerin ortadan kaldırılması, ABD ve Birleşik Krallık gibi ülkelerdeki zengin ekonomilerde yapılan imalat işlerini yok etmiştir ki bu da globalleşme karşıtı olanların yaşadığı bir endişeydi. Eleştirmenlerin verdiği bilgiler ışığında, uluslararası ticaret engellerinin yok olmasıyla işletmeler imalat faaliyetlerini maaş ya da ücret oranlarının daha düşük olduğu ülkelere taşıyabilmektedir. Öte yandan, globalleşme taraftarları ise, yapılan özgür ticaretin ülkelerin etkin bir şekilde üretimini yapamadıkları ürünleri ithal ederken, etkin bir şekilde üretimini yapabildikleri ürünlerin ve hizmetlerin üretiminde uzmanlaşmasını sağlayacağını savunmaktadırlar. Küreselleşme taraftarlarına göre, özgür ticaret bütün ülkelere fayda ve katkı sağlamaktadır, bu aynı zamanda özgür bir ticaret rejimine tabidir.

Bu küreselleşme taraftarları, gelişmiş ekonomiye sahip pek çok gelişmiş ülkedeki vasıfsız işçilerin aldığı maaş ya da ücret oranının son senelerde düşüş yaşamış

olabileceğini onaylamaktadırlar. Öte yandan küreselleşme karşıtları ise, vasıfsız işçi ücretlerinin yabancı ülke topraklarında düşük ücretli maliyete doğru ileriye gitmemesini ve vasıfsız işçi ücretlerinin azalma nedenini, gelişmiş ülkelere doğru gerçekleşmekte olan teknoloji kaymasına bağlamaktadırlar (Charles ve Hill, 2003, s. 30). İktisadi Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ülkelerindeki sınır ötesi üretimin etkisi bir hayli belirgindir. 2005 yılında yapılmış olan bir araştırmada, büyük işletmelerin genel müdürlerinin % 40'ının dış kaynaktan sağlandığını ya da bir veya daha fazla birimini yabancı ülkelere kaydırmaya çalıştığını göstermektedir (Huwart ve Verdier, 2013, s. 92).

1.2.2 Büyümenin Etkisi

Evrensel toplumlar ve ekonomiler giderek daha fazla birleşme ve entegrasyon yolundadırlar. Entegrasyon; ulaşım giderlerinin azaltılması, ticarete engellerin ortadan kalkması, düşüncelerin daha da seri şekilde değiş tokuş etmesi, anapara akışının artışı ve göç kaynaklı baskının artması faktörlerinin bir sonucudur (World Bank, 2002, s. 1).

Kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH), İkinci Dünya Savaşı'nın sonundan itibaren hemen hemen bütün ülkelerde temel politik hedef haline gelmiştir. Bu ekonomik entegrasyonun amacı yaşam standartlarını çoğaltmak ve teorisyenler tarafından ortaya sürülen şüphelere rağmen, hükümet politikasının uzun dönemde büyüme sonuçlarını etkileyebileceğine inanılmaktadır. 21. yy dünyanın pek çok kesiminde eşitlik sağlanmamış bir büyümeye tanık olmuştur lakin büyümenin faydaları gerek ülkeler arasında dengesiz bir şekilde bölüştürülmüş gerekse de büyüme oranları zaman içerisinde büyük farklılık göstermiştir (Crafts, 2000, s. 5).

Bütünleşme veya “küreselleşme” artan eşitsizlik, güç kayması ve kültürel tekdüzelik üzerine endişeler yaratmıştır. Küreselleşme genellikle yoksulluğu azaltır çünkü daha bütünleşmiş hale gelen ekonomiler daha hızlı büyüme yolunda giderler ve bu büyüme genellikle büyük ölçüde yayılmaktadır. Az gelirli ülkeler imalatçı ve hizmetler için küresel piyasalara girdikçe yoksul insanlar kırsal fakirliği sürdürmenin yarattığı zayıflıktan daha iyi işlere geçebilirler. Küreselleşme aynı zamanda hem ülkeler arasında hem de ülkeler içinde galipler ve mağluplar yaratır. Bugünlerde küreselleşme

eşitsizliği azaltma yolunda gitmektedir. “yeni küreselleşen” gelişmekte olan ülkelerde yaklaşık 3 milyar insan yaşamaktadır (World Bank, 2002, s. 1).

1.2.3 Makro Ekonomik İstikrarın Etkisi

Makro Ekonomik Değişken (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) global ve bölgeye özgü ekonomik faaliyetin bir kıstası olarak idrak edilir, ayrıca bütün ekonominin kapsanmasına olanak sunmaktadır (Sheffield, Korotayev ve Grinin, 2013 s. 256). Sanayileşme nedeniyle, birçok yerel ekonomi, ekonomiye dair öteki milletlerle etkileşime geçmek üzere daha fazla emek harcamıştır. Ekonomik etkileşimler; ödeme sorunlarına, kaynak sağlanmasına ve bu kaynakların dağıtımına uluslararası çözümlerin sunulmasının gerektiği etkin bir uluslararası devrin başlangıcını saptamıştır. Örneğin, alım satımı yapılan ürünler için müşterek bir para birimi bulunması her iki taraf için de güç olabilmektedir (Parker, 2005, s. 225).

Geleneksel olarak, gelişmekte olan ülkeler sanayi ile ilgili ekonomilerden daha ziyade makroekonomik istikrarsızlık deneyimlemiştir. Son zamanlardaki finansal kriz, makroekonomik istikrardan kaynaklanabilecek yaşam standartlarındaki zararlı etkileri göstermiştir. Ekonomik faaliyete ilişkin çeşitli değişiklikler, yüksek enflasyon, sürdürülemez borç seviyeleri ve döviz kurlarında oynaklıkların ve finansal piyasalardaki oynaklıkların hepsi iş kaybına ve yoksulluğun artmasına katkıda bulunabilir ve Binyıl Kalkınma Hedefleri'ne ulaşma yolunda ilerlemeyi tehlikeye atabilmektedir. Makroekonomik politikanın büyük amacı, eşitlikçi ve sürdürülebilir bir şekilde ekonomik ve sosyal gelişime katılmaktır (ILO vd., 2012, s. 3).

1.2.4 Sermaye Hareketlerinin Etkisi

Dünya ekonomisi, kurumsal etkinliklere ve uluslararası alım satıma, bununla birlikte özellikle son on yıldır büyük oranda ekonomik globalleşmede çok önemli ve büyük rol oynayan finansa dayanmaktadır. 1970’lerde sınırların yabancı kapitale açılması başlamıştır ve 1980’lerde daha fazla yaygınlaştığı gözlenmiştir. 30 yıl içinde uluslararası finansal akışların değeri, uluslararası ticari akışlara kıyasla orantısız bir şekilde büyümeye göstermiştir. Tüketici kredileri, iş kredileri gibi uluslararası bankacılık işlemlerinin değeri 1972’deki küresel GSYH’nin % 6’sından, 1990ların sonlarında

%40'a ulaşmıştır. Ayrıca, Uluslararası Ödemeler Bankası (BIS) verileri gereğince, yabancı döviz piyasasındaki uluslararası işlemler 1986 senesinde günlük 200 milyar Amerikan dolarından, 2007'de 3 trilyon dolara yükselmiştir. 1970'li seneler ile 2000'lerin ortaları arasında doğrudan yatırımlar ve portföy yatırımlardaki yabancı varlık ve uluslararası yükümlülüklerdeki büyüme, GSYH'nin %20'sinden %140'ına kadar genişleme göstermiştir ve bu veriler uluslararası verilerle karşılaştırıldığında da aynı süreç içinde % 30'dan % 50'ye doğru olan büyümenin daha yavaş bir gelişim gösterdiği görülmektedir (Nouhou, 2017, s. 11).

Doğrudan yabancı yatırım (DYY) özellikle küresel ekonomik entegrasyonu açıklayıcı kalitededir. DYY ve emtiaların ve hizmetlerin uluslararası ticareti, beraber büyüme gösterirler. En güncel Çokuluslu Şirket stratejilerine göre, Doğrudan Yabancı Yatırım'ın çoğalan hisseleri yabancı üretimin ve ihracatın gelişmesi manasına gelmektedir. Aynı zamanda, Doğrudan Yabancı Yatırım finansal globalleşme ve ticari globalleşmenin birleşme noktasıdır. 2007 yılında OECD bölgesinde içeri ve dışarı doğru yapılan toplam DYY tahminen 3,5 trilyon Amerikan dolarıdır (Huwart ve Verdier, 2013, s. 55). Böylelikle, sınır ötesi sermaye hareketleri emtia ticaretinin değerine kıyasla büyük ölçüde artmıştır. Bu durum bizlere, sermaye piyasalarının emtia piyasaları üzerindeki nüfuzunu göstermektedir. Sermayeler daha az riskin ve beklentinin bulunduğu aynı zamanda iyi randıman sağlayan bölgelere doğru kayarlar (Ijioui, Emmerich ve Hagen, 2010, s. 6).

1.3. Küreselleşmenin Ekonomik Alandaki Etkisi

Ekonominin küreselleşmesi; gümrük duvarları, tarifeler, kotalar ve sermaye kısıtlamaları gibi engellerin kaldırılması ya da azaltılması yoluyla eşya, hizmet, işgücü ve sermayenin ülkeler arasında hızlı ve kolay dolaşabilir hale gelerek dünyanın ekonomik olarak bütünleşmesi akla gelmektedir (Adıgüzel, 2013, s. 3). Dünya üzerinde mal ve anaparanın özgür dolaşımının artmasına karşın iş gücü ve emeğin özgür dolaşımının engellenmesinden ötürü ekonomik olarak ifade edildiğinde dünyada tam anlamıyla bir globalleşme meydana gelememiştir. Ayrıca Globalleşme ile beraber kapital ve gelirin homojen olmayan bir yapıda artması devletlerin rekabet güçlerinde de büyük farklılıklar deneyimlenmesine neden teşkil etmektedir. Bu nedenle

globalleşmede ülkeler arasında genel olarak kazan-kazan sistemi oluşmamaktadır. Kazanan ülkelerin varoluşu olduğu kadar, kaybeden ülkelerin varoluşu da bulunmaktadır. Bu kontekstte küreselleşme sisteminde mevcut olan gelişmiş ülkeler kazanan tarafta bulunurken, genel itibariyle az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler kaybeden tarafta bulunmaktadır.

Küreselleşmenin ekonomik boyutu esasında “ticari küreselleşme, mali küreselleşme ve üretimin küreselleşmesi olmak üzere üç saçı ayağına dayanmaktadır (Gültekin ve Üyümez, 2015, s. 406).” Ticari küreselleşme, 1947’de kurulan GATT çerçevesinde gümrük tarifeleri ve kotaların kaldırılarak uluslararası dış ticaretin evrensel boyutlarda serbestleştirilmesini belirtmektedir (Seyidoğlu, 2001, s. 189).

Mali küreselleşmenin temelinde ise 1944 yılında iktisadi sisteme yeni bir regülasyon getirmek ve sermaye hareketlerini denetlemek için ortaya konulan Bretton Woods sistemi bulunmaktadır. İleriki zamanlarda sistemde olan aksamalar nedeniyle bu sistem anlayışında uygulanan sabit kur politikası yerine, her ülkenin kendi finansal dinamiklerine göre kur ayarlaması yapılan bir iktisadi yapı kullanılmaya başlanmıştır. “Böylece ulusal finans piyasalarını ayıran sınırların ortadan kalkması, finans piyasalarını çeşitli kontrol ve sınırlamalardan arındırılarak uluslararası rekabete açılması, piyasaların konvertibiliteye sahip olmaları, kurların dalgalanmaya bırakılması, uluslararası sermaye akımlarının artması ve yatırım fonları ve yatırım ortaklıkları gibi yeni kurumsal yatırımların finans piyasalarındaki rollerinin artması mali küreselleşmeye yeni bir boyut kazandırmıştır (Aydemir ve Kaya, 2007, s. 271).”

Küreselleşmenin finansal boyutu içinde en çok değişime uğrayan ve oldukça hızlı bir gelişim gösteren alanı, üretimin küreselleşmesi meydana getirmektedir. Ülkelerin özellikle 1970’den sonra sanayi alanında yapmış oldukları yatırımlarını fazlaştırmaları ve sermaye üretim etkenindeki yapısal varyasyonlar, ürün ve üretim teknolojisindeki hızlı gelişmeler ile birlikte hız kazanan rekabet, şirketlerin üretim etkinliklerini genişletmiştir. Şirketler bundan böyle üretimde maliyetlerin daha düşük, riskin ise daha az olduğu ve üretimdeki getirinin daha fazla olduğu diğer ülkelerde yatırım yapmaktadır. Üretimde globalleşme ile birlikte bu durum işletmelerin üretim etkinliklerini, gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelerde devam ettirmiştir. Üretim alanı olarak tüm dünyayı bir pazar ve hammadde kaynağı olarak görmek isteyen,

global düzeyde üretim zincirlerinin farklı aşamalarını kontrol edebilen, üretim faktörlerinin ve devlet politikaları ile sağlanan avantajların kullanımında coğrafi farklılıklar nedeniyle ortaya çıkan potansiyeli kullanabilen, kaynak ve faaliyetlerini global ölçekte yönlendirebilen çok uluslu firmaların hem önemi hem de rekabet gücü artmıştır (Aydemir ve Kaya, 2007, s. 275).

Çok uluslu şirketlerin artış göstermesi, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme düzeylerini yükseltmeye duydukları ihtiyaçları ve dünya ticareti üzerinden daha fazla pay sahibi olma arzusundan ötürü ülkeler arasında yapılan mal ve çalışma aktarımını gösteren ve bununla birlikte toplumları ve kültürleri politik ve sosyo-kültürel alanlarda birbirlerine bağlayan ve globalleşmenin önemli bir yapısını meydana getiren dış ticaretin nitelik ve nicelik açısından değerini fazlalaştırmıştır. Bu yönüyle bakıldığında, ülkelerin gerçekleştirdikleri ithalat ve ihracat toplamı, küresel sistemdeki ekonomik faaliyet seviyesini gösteren en önemli alanı meydana getirmektedir.

1.3.1. Ekonomik Gelişmeler

Geçtiğimiz yirmi beş yıl içinde küresel ekonomide bir takım seri değişimler izlenmiştir. Ürün, hizmet ve sermayenin özgür dolaşımına olan engeller, günümüzde daha da azalmaktadır. Uluslararası ticaret ve yatırım, global randımandan daha hızlı olarak büyümektedir. Bu durum, ulusal ekonomilerin tek ve bağımsız olarak global sistem olma yolunda hızlı bir şekilde ilerlediklerini göstermektedir. Ulusal ekonomiler geliştikçe, daha çok ulusta gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler statüsüne girmektedir. Örnek olarak çeyrek yüz yıl önce Güney Kore ve Tayvan gelişmekte olan ülkeler olurken, günümüzde bu ülkeler global nitelikli işletmeleri ile global piyasalarda etkinliklerini artırarak ekonomilerini geliştirmişlerdir. Bununla birlikte, küreselleşme kendi risklerini doğurur. 1997 ve 1998’de Tayland’da finansal bir kriz diğer Doğu Asya ülkelerine ve sonrasında 1998’de Rusya ve Brezilya’ya sıçramıştır. Son olarak finansal kriz, Birleşmiş Milletler de dahil olmak üzere gelişmiş dünyanın ekonomilerini düşüşe geçmekle (iktisadi durgunluk) tehdit etmiştir (Charles ve Hill, 2003, s. 27).

1.3.2. Büyüme Etkisi

Küreselleşme, ticari ilişkilerin kurulması sebebiyle ülkeler arasında bir karşılıklı bağılılığı sağlamıştır. Ticaret ve GSYH büyümesi yakından ilişkilidir. İhracat büyümesi ekonomik büyümeyi arttırmaktadır aynı zamanda ihracatlar çoğunlukla toplam arzın önemli bir kısmını oluşturan mallar ve hizmetlerin ithalatını finanse etmek için gereken dövizin temel kaynağıdır. Örneğin, Güneydoğu Asya ülkeleri 1970'lerden beri belirgin bir büyüme göstermiştir. Asya ülkeleri politikaları yoluyla sermaye birikimi ve üreticilerin ihracatlarını, ithalatlar ve sermaye hareketleri ile birlikte teşvik etmektedirler. 1990'larda Asya ülkeleri ekonomik büyüme hızlandıkça ticari açıklardan kurtulmayı başarmışlardır. Afrika'da ekonomik performans büyük ölçüde emtia gelirlerine dayanmaktadır, büyüme genellikle ticaret dengeleriyle olumlu bir şekilde ilişkilidir. Ekonomik kalkınma kalıcı yapısal transformasyonlar tarafından izlenmektedir. Tarım, endüstri ve hizmetlerin kalkınma sürecinde küresel randımana katkıları uzun vadede değişir, bilakis diğer hizmetlerinki yükselirken tarımın bağıl ağırlığı azalmaktadır. Geçtiğimiz on yıllarda, tarım, balıkçılık ve ormancılık GSYH'de her bölgede azalmıştır. Az gelişmiş ülkelerde GSYH'nin % 28'ini oluştururken, gelişmiş ülkelerde GSYH'nin yalnızca %2'sini oluşturmaktadır (Nouhou, 2017, s. 17).

Gelişmiş ülkelerde sanayinin katkısı genel olarak düşüş gösterirken, gelişmekte olan ve geçiş ekonomilerinde oldukça yüksek durumdadır. Bu duruma örnek olarak Güneydoğu Asya ekonomileri verilebilir. 1980 ile 2006 yılları arasında Güney Asya'daki, Doğu ve Güneydoğu Asya'daki sanayilerin toplam GSYH'ya olan katkısı, Çin ve Güneydoğu Asya ülkelerindeki üretimin yükselmesiyle büyük oranda artmıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan bölgelerdeki genel eğilim, tüm ülkelerde ihracatın ve ithalatın GSYH'ye oranının daha yüksek olduğu ticaret açıklığını artırmaktadır. Bu eğilim Çin, Hindistan gibi ülkelere dış ticarete açılma konusunda yardımcı olmuştur (UNCTAD, 2008).

1.3.3. Politik Gelişmeler

Küreselleşme yalnızca ulus devletlerin özerkliğini yavaşlatması ve ulusal politikalara yakınsallık dayatması ile bilinmez; aynı zamanda demokrasiyi etkisizleştirmesi ve

ulusal sistemlerin meşruiyeti ile egemenliğin doğasını değiştirmesi böylece en nihayetinde uluslararası politikaların temel yapılarını anarşikten küresel yönetime değiştirmesi ile de bilmektedir.

Ancak, piyasalar küreselleştikçe ve iş etkinliğinin artan sayısı sınırların ötesinde olduğu sürece; kurumların, küresel pazarın yönetilmesine, idare edilmesine ve kontrol edilmesine ayrıca küresel iş sistemini yönetmek için çok uluslu antlaşmaların yapılmasının teşvik edilmesine yardımcı olması gerekmektedir. Geçtiğimiz son 50 yılda Dünya Ticaret Örgütü (WTO), Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler gibi birçok kuruluş dünya ekonomisini denetlemek adına kurulmuştur. Dünya ticaret örgütü, en başta dünya ticaret sisteminin kontrol edilmesi ve düzenlenmesinden ayrıca ulus-devletlerin WTO üye devletleri tarafından imzalanan ticaret antlaşmalarında belirtilen kurallara bağlılıklarından emin olmaktan sorumludur. IMF ve Dünya Bankası 1944’de 44 ulus tarafından Bretton Woods, New Hampshire konferansında kurulmuştur. IMF’nin görevi, uluslararası para fonu sistemindeki düzeni korumakken Dünya Bankası’nın görevi ekonomik kalkınmayı teşvik etmektir. 60 yıl önceki kuruluşlarından beri, iki kurum da küresel ekonomide önemli oyuncular oldular. Birleşmiş Milletler 24 Ekim 1945’te kendini uluslararası yardımlaşma ve kolektif güvenlik yoluyla barışı korumaya adanmış 51 ülke tarafından yaratılmıştır. Yani, tüm bu kurumlar ulusların birbiriyle etkileşebileceği daha küresel bir dünya sunmak için kurulmuştur (Charles ve Hill, 2003, s. 10).

1.3.4. İstihdamın Etkisi

Nüfusun ekseriyetle sayısal üstünlüğünün ana bireysel gelir getirisi, ayrıca kapital ve sosyal transferlerin gelir getirisi olabilmektedir. İstihdam, çalışmaya erişmiş kesim için sosyal bir katılma, içinde olma şeklidir. Günümüzde hali hazırda en sıkça rastlanılan ve en dominant problem, global ekonomide sıkça görülen işsizlik ve az istihdam meydana getirmektedir, zira bir tarafta fakirlikle diğer tarafta siyasi istikrar ile oldukça yakından ilişkilidir. Buna karşın, gayri resmi istihdam ve kendi kendini istihdam etme arasındaki değişiklikler, gelişmiş ülkelerde büyüme döngülerinin resmi istihdam üzerindeki etkisini zayıflatmaktadır. GSYH büyümesi, iş alanları açma ve

genel anlamda ekonomilerde işsizliği önleme adına bir itici güç oluşturmaktadır (UNCTAD, 2012, s. 29).”

Küresel kriz GSYH büyümesini etkilemiştir, bu durum aynı zamanda istihdam ve işgücü piyasasında büyük olumsuz etkilere neden olmuştur. Küresel krizden kısa sürede kurtulan ülkelere bazıları, ancak daha sonrasında istihdamda ve işgücü piyasası durumunda kısa süreli bir gerileme yaşamışlardır. Gelişmekte olan ülkeler, iş alanları yaratma ve yoksulluğu azaltmaya ilişkin krizden öncesinde de benzer sorunlar yaşamaktaydılar; bu ülkelerin sorunları, az kullanımdansa üretkenlik kapasitesinin eksikliği ile daha çok ilgiliydi. Ancak bu durum, GSYH’nin olumsuzla düştüğü büyük gelişmiş ülkelere daha farklıdır. Küresel krizin GSYH üzerine etkisi ve istihdam, gelişmiş ülkelerin sorunlarını uygun makroekonomi politikaları sayesinde çözülmesini gerektirmiştir (UNCTAD, 2012, s. 29).

1.3.5. Sermaye Hareketleri Etkisi

Küresel sermaye akışları, küresel ticaretten bile daha hızlı gelişmiştir. Doğrudan yabancı yatırım 1990’lardan bu yana istikrarla artmıştır; özel sermaye akışları hem oldukça döngüsel hem de şaşırtıcı biçimde kararsızdır. Gelişmekte olan birçok ülkede sermaye akışlarını ve ülkelerin finansal şoklara olan maruziyetini arttıran sınır aşırı hisselere ilişkin finansal açıklığı belirgin biçimde arttırmıştır. 1990’ların sonlarından itibaren ortaya çıkan krizler ve 2008-2009 küresel krizi ciddi geri dönüşler yaşayan kırılgan noktaları yaratmıştır. Küresel krizlerin haricinde, ileri şekilde gelişmiş ekonomilerde para politikası ve iş döngüleri, gelişmekte olan ekonomileri ilgilendiren küresel sermaye akışına diğer bir temel itici güç sağlamaktadır (UNCTAD, 2012, s. 15).

Sermaye girişi bölgeler arasında ve gelişmekte olan ekonomiler ile yoksul ekonomiler arasında dengesiz bir şekilde dağılmış olsa da, gelişmekte olan ülkeler grup olarak yeni yüzyılda uluslararası sermaye piyasalarından bağımsızlık kazanmışlardır. Sermaye fazlası, ulusal para piyasaları vasıtasıyla faiz oranlarını azaltmak için ve yurtiçi yatırımı canlandırmak için kullanılabilir (UNCTAD, 2008).

1.3.6. Dış Ticaret Kanalı Etkisi

Son yıllarda uluslararası ticaret önemli ölçüde azalmıştır. Dünyanın tüm ülkelerinin toplam mal ihracatının değeri 12,065 milyar dolar (güncel Amerikan Doları olarak) olarak tahmin edilmektedir. Bununla birlikte bahsi geçen toplam mal ihracatının %60'ı gelişmiş ülkelere gelmektedir. 1960'da dünya mal ihracatının, dünyanın GSYH'sine olan payı yalnızca % 10'iken 2006'da % 35'e yükselmiştir (UNCTAD, 2008). 2015'te dünya mal ticaret hacmi, küresel krizden bu yana en yavaş olan % 1,5'lik çok düşük bir ritimde büyümüştür. 2012-2015 arasındaki dönemde, mal ticaretinde yıllık artış % 3.1'in altında kalmıştır. Önemli gelişmiş ekonomilerdeki yavaş üretim artışı, daha önce zayıf küresel ithalat ve talebin ana katkısını oluşturmuştur; gelişmekte olan ekonomilerdeki ithalat hacminin kötüleşmesi, 2014-2015'te daha gerçek bir hale gelmiştir. Bu, gelişmekte olan ekonomilerin küresel ekonomik yavaşlama ile ayrılmadığını göstermektedir (UN, 2016, s. 2).

Küresel krizden bu yana dünya ticareti, değer terimleriyle, emtia ve hizmetlerde, 2015'te azalma göstermiştir. Dünya mal ihracatının nominal değeri 2014 yılında 19 trilyon dolardan 2015'de 16.5 trilyona düşmüştür. Bu % 13'ün üzerinde bir düşüştür. Dünya ticareti büyümesi de hacim açısından azalmıştır. Bunun nedeni, ABD Doları karşısında önemli döviz kurlarının değer kaybetmesinin dolar cinsinden ticaret değerindeki yavaşlamaya ve emtia fiyatlarında önemli bir düşüşe (kısmen mineral yakıtlar) yol açmasıdır. Tüm gruplar 2015'te düşen ihracat deneyimini yaşarken, geçiş ekonomilerinde en fazla düşen petrol ve emtia fiyatlarında görülen% 30'luk büyük bir düşüş olmuştur. En az gelişmiş ekonomiler ve Afrika da birincil emtia ihracatına olan güvenlerinden dolayı ciddi şekilde etkilenmiştir (UN, 2016, s. 4).

1.4. Küreselleşme ve Dış Ticaret İlişkisi

Dış ticaret, Ülkelerin karşılıklı mal ve hizmet ticaretini, ithalat ve ihracat olmak üzere iki şekilde gerçekleştirdiği, merkezinde gümrüğün yer aldığı belirli mevzuat ve uygulamalara tabi olan işlemlerin bütünüdür. Dış ticaret geniş olarak değerlendirildiğinde ise, yalnızca ekonomi alanıyla sınırlı kalmamaktadır. Uluslararası ticaret, siyaset, sosyal hayat ve kültürel devinimi doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir. Bu nedenle, işsizlik, gelir dağılımı, büyüme, refah artışı gibi toplumsal

hayatın önemli dinamikleri dış ticaret tarafından yönlendirilmektedir (Tüyen, 2016, s. 19).

Küreselleşme sürecinde uluslararası ticaretin, ülke sınırları dışında yapılan bir faaliyet olduğundan risk faktörü çok fazladır. Bu açıdan ticaretin belirli kurallar çerçevesinde yapılması gereklidir. Ticaretin bu kurallar çerçevesinde düzenlenmesi için Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ve Dünya Bankası (DB) gibi uluslararası kuruluşlara ihtiyacı doğmuştur. Uluslararası ticareti düzenleyen bu kuruluşların esas amacı, ekonomik büyümeyi desteklemek, mal ve hizmet üretimini genişletmek, çok taraflı ticaretin serbest olmasını desteklemek, ülkeler arasında ticari engelleri kaldırmak ve iş birliği sağlamak gibi birçok düzenlemeleri vardır. Dış ticaretin yerine getirilmesi için bir başka mühim aşamayı gereken para ve kredi, yani finansman sağlanması oluşturmaktadır. Günümüzde artık küresel ekonomik sistem alanında uzmanlaşmış bulunan finansman kuruluşları dış ticaret işlemleri fon aktarmak suretiyle dış ticaretin görece olarak daha kolay yapılmasına katkı sağlamaktadır.

1.4.1. Ticari Serbestleşme ve Ticari Açıklık İlişkisi

Küreselleşme son 30 yılda iktisadi, siyasi ve sosyo-kültürel alanlar başta olmak üzere aktif bir varlık göstermiş ve işgücü, sermaye ve malların serbest dolaşımına büyük katkıda bulunmuştur. İletişim, taşımacılık, üretim teknolojisi ve politikadaki gelişmeler de küreselleşmenin etki alanını artırmasını sağlamıştır. Küreselleşmenin neden olduğu hızlı teknolojik ilerleme, global finans piyasalarının entegrasyonu, düşük işlem ve bilgi maliyetlerine (verimlilik ve yatırım artışı, optimal kaynak dağılımı ve tam istihdamın sağlanması) yardımcı olarak ülkelerin ekonomik büyüme oranlarını artırmaktadır (İncekara ve Savrul, 2011). Küreselleşmenin en önemli özelliklerinden biri, bilginin, sermayenin, mali hizmetlerin milletlerarası dolaşımının çoğalması, bir başka deyişle önceden bir devletin sınırları içinde gerçekleşen proseslerin giderek devlet sınırlarının ötesine geçmesi ve bunu kolaylaştıracak örgütlerin, yasal sistemlerin, teknolojilerin ve altyapıların geliştirilmesidir (Ceyland, 2001, s. 37). Ekonomik globalleşme sürecinde rastlanan en mühim gelişimlerden birisi de, yoğunlaşan ticari faaliyetler nedeniyle ülkelerarası karşı karşıya gelerek gelişen benzerliğin, bağımlılığın ve işbirliğinin çoğalmasıdır.

Ticaret icraatı içerisinde karşılıklı ilişkileri çoğaldıkça, öte yandan milli ilişkiler değişikliğe yönelmekte, uluslararası tercihler gelişim göstermekte, giderek yaygın duruma gelmekte, üstüne üstlük zorunluluğa dönüşmektedir. Bu süreçte küresel işletmeler oldukça önemli bir işlevi sahiplenmekte ve bu işletmeler vasıtasıyla teknoloji sayesinde gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru genişleme göstermektedir. Aktan'a (2002) göre bilgi, iletişim ve ulaşım teknolojisi hızlı gelişmekte, uluslararası kuruluşların çabasıyla dünya ekonomisinde sağlanan serbestleşme hareketleri sürmekte ve ülkelerin hızlı sürdürülebilir iktisadi gelişmeyi gerçekleştirmede piyasa ekonomisinin önemini anlamaları ekonomik olarak küreselleşmenin oluşmasına ortam sağlamaktadır.

Ekonomik küreselleşme sürecinde yeni doğan uluslararası işbölümü bünyesinde çokuluslu şirketlerin oluşmaya başlaması, küresel alana yayılmasını ve sürecin gelişimini sağlamıştır. Aslında uluslararası ticaretin yaygınlaşması, diğer bir ifadeyle ticaretin küreselleşmesinde bazı gelişimlerin büyük rolleri olmuştur. Küreselleşmenin ekonomik yararları ve toplumsal maliyetlerinin sosyal gruplar arasındaki dağılım eşit olmadığına sayısız ülkede işçilerin bir kısmı ticaretin serbestleştirilmesinden ve üretimin düşük ücrete dayandırılmasından olumsuz yönde etkilenmişlerdir. Bu durum karşısında daha çok yeteneksiz çalışanları etkilerken yetenekli ve profesyonel çalışanların bir kısmı da dış kaynaklı yazılım geliştirmeye birlikte profesyonel hizmetlerin ticarileştirilmesi ve gelişmekte olan ülkelere yetenekli profesyonellerin artmakta olan göçü gibi faktörlerden etkilenmiştir. Bu sırada sanayileşmiş ülkelerdeki örgütlü işgüçleri, küreselleşmenin eşit olmayan bir şekilde finansal gruplar ve çokuluslu ortaklıkların yararına işlediğini öne sürmüştür (Uluslararası Çalışma Örgütü, 2006, s. 46).

Son zamanlarda meydana çıkan gelişimlerle ilgili olarak, özellikle üretim etkinliklerine odaklanmış yöneticiler, farklı çevrelerden gelen baskılamalarla karşı karşıya gelmişlerdir. İşletmelerde maliyetleri azaltmak için oluşan global rekabet baskısı, yüksek kalitede ürün üretme, dağıtım esnekliği, öte yandan rekabeti artırmak için organizasyon tarafından oluşturulan yerel piyasaları aşarak dünya çapında piyasalara hizmet vermek için gerçekleşen pazarlama baskısı bunlardan bazılarıdır (Tağraf, 2002, s. 37).

Politik gelişmeler, teknolojide meydana gelen gelişmeler, iktisadi gelişmeler ve çokuluslu şirketlerin artması globalleşmenin temel dinamikleri olarak sıraya konulmaktadır. Ticaret önündeki yönetsel engellerin azaltılması, haberleşme ve ulaştırma maliyetlerindeki düşüş, üretim süreçlerinin parçalanması ve bilgi ile iletişim teknolojisindeki gelişmelerin küreselleşmenin itici güçleri arasında yer almalarına dayanarak küreselleşme, iktisadi entegrasyonlara eşlik eden mal-hizmet ticaretindeki gelişme ve doğrudan yabancı yatırımlardaki yayılmayı artırmakta ve ülkelerin iktisadi gelişmelerine de katkı sunmaktadır (Gaston ve Khalid, 2010, s. 3).

Ekonomik gelişmeler, bu araştırmaya paralel olarak ele alındığında, bahsi geçen ekonomik gelişmelerin, yükselen ticari serbestleşme ve finansal serbestleşme olarak iki ana başlık altında toplandığını görmekteyiz. Onur’a (2005) göre “ekonomik küreselleşme temel olarak iki farklı aşamada gerçekleşirken, bu aşamalardan birincisi ticari serbestleşme ikincisi ise finansal serbestleşmedir.”

Ticari serbestleşme, mal-hizmet ticareti üzerinde icra edilen kontrollerin ve engellemelerin ortadan kaldırılması, uluslararası ticaretin serbest usullerde icra edilmesini içermektedir. “Finansal serbestleşme ise ulusal bankacılık ve finansal piyasaların üzerindeki devletin müdahale ve sınırlamaları kaldırılarak, yurt içi finans piyasalarının uluslararası piyasalara uyumlu hale getirilmesini kapsamaktadır” (Dağdelen, 2005, s. 6).

1.4.2. Finansal Serbestleşme ve Finansal Açıklık İlişkisi

Ekonomik küreselleşme denildiğinde uluslararası ticaretteki yükseliş ve gelişme ilk aklımıza gelmektedir. Ülkelerin global ekonomiyle küreselleşme derecesi ve bütünleşmeleri, dışa açıklık endeksi olarak adlandırılan ithalat ve ihracat toplamı ile Gayri Safi Yurtiçi Hasılların oranı ile ölçülmektedir (Dorman, 2000, s. 46).

Küreselleşme sürecinde dünya ekonomisi hızlı bir ticari serbestleşme süreci ile birlikte, birçok ülke ticaret politikasını yeniden düzenlemiştir (Dar ve Amirkhalkhali, 2003, s. 1761). Bu düzenlemelerle ülkeler, piyasalara daha fazla serbestlik ve daha az müdahale tanıyan politikalara yönelmiştir (Christiansen, Schindler ve Tressel, 2009, s.4).

Li'ye (2004) göre “ticari serbestleşme hükümet müdahalelerinden kaynaklanan, ticaret akımının engellenmesine yönelik ticaret politikalarının değişmesi olarak ifade edilmekte, bu politika değişiklikleri iki temel gruba ayrılmakta ve bu gruplardan birincisi tarifeler, ek ücretler, vergiler gibi değişkenleri kapsayan fiyat müdahalelerinden ve ikincisi ise kotalar, lisans hakları, yasaklar, gibi tarife dışı engellerden oluşmaktadır.”

Ticaretin küreselleşmesi dış ticarete dair her türlü kısıtlamanın kaldırılmasını temel almaktadır. Uluslararası ticaretin büyük bir kısmı gelişmiş ülkeler arasında yapılmış ve 1980'li yılların sonrasında uluslararası ticaretin artış hızında önemli gelişmeler meydana çıkmıştır (Günsoy ve Kar, 2008, s. 395).

Adıgüzel'e (2011b) göre ticaretteki bu yükselişin önemli nedenleri

- i. Tarife dışı engellerdeki azalmalar ve gümrük tarifelerindeki indirimler,
- ii. Taşıma maliyetlerindeki büyük azalışlar,
- iii. Endüstri içi ticaretin artması,
- iv. Dışarıdan tedarik (outsourcing) artması,
- v. Toplumların memnuniyet ve tüketim kalıplarındaki benzerliğin artması,
- vi. Çokuluslu firmaların küresel pazarlama stratejileri ve faaliyetleri,
- vii. Çokuluslu firmaların firma içi ticaretlerin artması,
- viii. Bölgesel bütünleşmelerin artması,
- ix. GATT ile WTO kuruluşlarının kurulmasıyla dünya ticaret sisteminde sağlanan gelişmeler,
- x. 1980'li yıllardan sonra ve özellikle demir perdenin yıkılışıyla hükümetlerin liberal ekonomik politik tercihlerindeki artış,
- xi. Dış ticaretin finansmanında ve bankacılık sistemindeki gelişmeler,
- xii. Dünyadaki mal-hizmet standardizasyonundaki gelişmeler,
- xiii. Hızlı teknolojik gelişmeler sebebiyle ürün ömür devir sürelerinin kısalması ve bu kapsamda teknolojik yarışın artması,

- xiv. Uluslararası turizmdeki artış,
- xv. Uluslararası teknoloji ticaretinde ve yabancı sermaye yatırımlarındaki artışlar,
- xvi. Ekonomik nedenler,
- xvii. Üretim süreçlerinin parçalanması neticesinde üretimi uluslararasılaşması şeklindedir.

Bir diğer neden Teknolojik gelişmeler ve teknolojinin küreselleşmesidir (Adıgüzel,2011c).

Ticari serbestleşmenin bir neticesi ya da yansıması olarak ticari dışa açıklık; ülkelerin dış dünya ile gerçekleştirdiği ticari ilişkilerinde ne ölçüde serbest ya da ne ölçüde kurallara çok bağlı politikalar uyguladığının ifadesidir. Kruka'ya (2004) göre, serbestleşme, ithalat ve ihracatta uygulanan koruma engellerini yumuşatmak ve ekonomiye yabancı yatırımlar ve rekabet getirmektir. Thirlwall'a (2003) göre ise ticari serbestleşme, engellerin yumuşatılmasını ötesinde ithalat ve ihracata karşı tüm uygulamaların kaldırılması anlamında kullanılmaktadır.

Bu tanımlardan ortaya çıkan netice, ülkenin koruma önlemlerini bütünüyle veya bir bölüm olarak ortadan kaldırmasının başka bir anlatımla serbestleşme basamaklarının, o ülkenin dışa açıklığının bir göstergesi olduğudur. Küreselleşmenin ekonomi üzerindeki etkilerini doğrudan yabancı sermaye yatırımları vasıtasıyla inceleyen Borensztein ve arkadaşlarına (1998) göre özellikle gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru yatırımların sağladıkları teknoloji transferini temelinde yerel yatırımlar bağlantılı büyümeyi daha fazla desteklemektedir. Greenaway ve arkadaşları (1999) ise büyüme ve dış ticaret arasındaki ilişkiyi dinamik bir şekilde incelemiş ve ihracatın ekonomik büyüme üzerinde oldukça etkili olduğunu saptamışlardır.

Küresel üretim, üretim faktörünün uygunluğu, maliyet ve fırsat maliyetlerine dikkat gösterilerek üretimin belirli etaplarının birbirinden farklı bölgelerde gerçekleştirilmesi biçiminde ortaya çıkan bir sistemdir. Üretim dünya çapında pazara yönelik gerçekleştirilmekle birlikte, ülkelerdeki maliyet farkları bir yarar kabul edilir.

Globalleşme ve dış ticaret arasında karşılıklı olarak birbirini besleyen bir ilişki bulunmaktadır. Globalleşme sürecinin ekonomik alandaki neticelerinden bir başkası da dış ticaretin çoğalarak artmasıdır. Özkan'a (2006) göre dünya nüfusunun yükselmesi, iletişim ve ulaşımı kolaylaştıran bilimsel ve teknolojik gelişmeler, soğuk savaşın bitmesiyle planlı ekonomi sistemine bağlı birçok ülkenin serbest piyasa ekonomisine geçmesi ile birlikte milletlerarası ticareti artırmıştır. Buna karşıt olarak, dış ticarete artış görülmesi, karşılıklı olarak bağımlılık tehlikesini de beraberinde getirmektedir.

2. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ

2.1 Rekabetin Tarifi

İktisat biliminde bir hayli sık olarak kullanılan en başlıca kavramlardan birisi de “rekabet”tir. Rekabet kavramının tanımlanmasının kontekst ve anlayış açısından çeşidinin artırılması, bu kavramın iktisat bilimi haricinde diğer bilim dalları tarafından da kullanılıp anlam edinilmesini sağlamaktır.

Rekabet, Türk Dil Kurumu tarafından “aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma ve yarış” ve “belli bir hayat kaynağı için iki organizma ve iki popülasyon arasında süren mücadele” veya “herhangi bir etkinlik alanında ayrı ayrı kişi ya da gruplar arasında sürdürülen üstün olma mücadelesi” şeklinde tanımlanmıştır.

Rekabet, serbest piyasa koşullarında faaliyet gösteren en az iki işletmenin veya tüzel kişinin mevcut pazar payını artırmak ve rakibine karşı üstünlük sağlayabilmek adına yaptığı stratejik girişimdir (Güleş ve Bülbül, 2004, s. 38).

Rekabet, rekabeti olmayan piyasalara gelmesiyle yüksek seviyede tüketici refahına yol açarak rekabet maliyetine yeniliği getirmektedir (Bishop ve Walker, 1999, s. 11).

Rekabet, piyasa ekonomisinde etkinliğin sağlanması için ihtiyaç duyulan unsurlardan bir tanesidir. İktisadi anlamda etkinlik, kıt kaynakların maksimum faydayı sağlayacak şekilde tahsis edilip kullanılmasıdır. Değişen koşullarla şekillenen ihtiyaç ve gereksinimlere diğer rakiplere kıyasla en uygun tepkiyi vererek ürün fiyat ve kalitesinde sürekli rekabeti sağlamak, piyasa ekonomisinde etkinliği artırarak, toplum refahının da artmasına katkı sağlar. Rekabet, kaynak dağılımında ve üretimde etkinliği sağlaması yanında, iktisadi gücün tekelleşmesini önleyerek piyasa ekonomilerinde stratejik bir rol oynar (Aktan ve Vural, 2004, s. 16).

Rekabet kavramını iktisat bilimi bağlamında tanımlayacak olursak; rekabet, herhangi bir kişi veya teşebbüsün belirli bir piyasada yürüttüğü iktisadi faaliyetlerin aynı piyasadaki diğer kişi veya teşebbüslerce kısmen ya da tamamen sınırlanmadığı ve iktisadi faaliyetlerin etkin bir şekilde gerçekleştirilebildiği ideal ortam olarak

tanımlanır. Bundan dolayı rekabet, sınırsız ihtiyaçların kıt kaynaklarla etkin olarak karşılanması prensibiyle ortaya çıkmıştır. Piyasada var olma ve varlığını tüm etmenlere karşı sürdürülebilirlik mücadelesi olan rekabet, içinde bulunulan sistemin işleyişinin benimsenmesini, kurumsal bir yapılanmayı, stratejik bir faaliyet programını, belirli stratejik analizlerle belirlenmiş uygulama kurallarının kabul edilmesini gerektirir (Arıcan, Yücememiş ve Işıl, 2009, s. 15).

Adam Smith'e göre rekabet, "temel amacı kar elde etmek olan ve bu bağlamda iktisadi faaliyetlerde bulunan yarış halindeki sermaye sahiplerinin, sermaye birikimini ve iktisadi gelişiminin sürekliliğini sağlayan bir süreçtir" (Akt.Tanyeri, 2000, s. 308). İşletmeler arasında yaşanan yarış, fiyatları arz ve talep oran eşitliğinin elde edildiği noktaya ulaştıracak ve değişikliğe uğrayan her duruma göre yenilenecektir. Bu tarife göre, bireysel özgürlükler rekabet için mecburi bir öge olarak kabul edilmiş, bununla birlikte pazarda yer almış olan rakip işletme sayılarının da göz önünde bulundurulması gerektiği önemle belirtilmiştir. Üretici firmalar, piyasada yer alan diğer rakiplerden daha ucuza ve daha çok mal satarak daha fazla kar elde etme amacındayken, hane halkı da ihtiyaçlarını daha ucuza karşılamamanın mücadelesini verecektir. Özgür ve genel rekabet bu yönüyle değerlendirildiğinde, belirli bir sistemdeki tüm birimlerin kendilerini diğerlerinden korumak için başvuracakları bir otorite olarak düşünülebilir. Smith rekabeti statik bir durum olarak düşünmek yerine, dengeyi sağlayan dinamik bir süreç olarak ele almıştır. Dinamik rekabet anlayışına göre, daha düşük fiyatla daha çok mal satma mücadelesi, fiyat mekanizmasıyla talebi artıracaktır. Talep ve buna bağlı olarak rekabetin artmasıyla, üretim artırılarak pazar genişleyecek, pazarın büyümesi ise yeni teknolojilerin geliştirilmesini sağlayan iş bölümüne katkı sağlayacaktır. Sermayenin karın yüksek olduğu sektörlerle doğru akmaya devam etmesi bu sektörlerdeki üretim ve istihdamı artıracaktır. Karın yüksek olduğu sektörlerdeki toplam talep ve üretimin tam olarak kontrol edilememesinden dolayı karın yüksek olduğu sektördeki fiyatlar arz fazlasından dolayı düşerek karı azaltacaktır. Bu sürecin, sermayenin karın yüksek olduğu diğer sektörlerle transferi şeklinde devam etmesi sektörler arasındaki kar farklılıklarını zamanla ortadan kaldıracaktır. Buradan anlaşıldığı üzere rekabet, aktif bir unsur olarak doğal fiyatlarla piyasa fiyatlarını eşitleyip denge sağlayıcı bir işlev görmektedir. Aynı zamanda rekabet, dinamik bir unsur olarak iş bölümü ve teknolojik değişim ile üretim niteliğini ve kapasitesini

artırarak mevcut denge noktasından toplum refahının artacağı yeni bir denge noktasına doğru hareket etmeyi sağlamaktadır (Tokathioğlu, 1999, s. 10).

Ricardo rekabeti, Smith'in de yaptığı gibi dinamik bir süreç olarak kabul etmiş ve bu kavramı daha çok rant teorisini açıklamada kullanmıştır. Ricardo'ya göre, iş bölümü ve uzmanlaşma rekabetin temelini oluşturmaktadır. Ayrıca eğer mal arzını artıracak bir ihtimal yoksa ve rekabet sadece alıcılar arasında gerçekleşiyorsa, malların nihai fiyatları monopol durumundaki fiyatlarına eşit olacaktır (Tokathioğlu, 1999, s. 12).

Schumpeter rekabeti, “ekonomik büyümenin lokomotifi olan dinamik bir süreç” olarak tanımlamaktadır. Schumpeter'e göre “yeni buluşlar, üretim tekniklerinin gelişimini sağlayarak oluşan yeni pazarla birlikte rekabeti artırırken ekonomik büyümeye de büyük katkılar sağlamaktadır.” Schumpeter ayrıca, rekabetin varlığının piyasada birden fazla fiyat oluşumunu engellediğini belirterek rekabet kavramının statik yapısına da vurgu yapmıştır (Backhouse, 1990, s. 82).

Marx'a göre rekabet, “mal fiyatlarının, üretim tekniğindeki değişimin ve azalan kar oranlarının şekillenmesinin analizinde kullanılan önemli bir araçtır.” Marx, Smith ve Ricardo gibi rekabeti dinamik bir süreç olarak kabul ederek daha dinamik bir rekabet anlayışı geliştirmiştir (Semmler, 1984, s. 422).

Encyclopedia International'a göre rekabet, etkin ve güçlü bir sermaye ekonomisinin temelidir. Serbest rekabet, diğer adıyla tam rekabet, teorik olarak alıcılara ve satıcılara seçenek farklılığı sunar. Hiçbirinin piyasaya egemen olamamalarını teminen yeterli sayıda küçük, bağımsız, rakip teşebbüsün bulunmasını, aynı zamanda değişime konu mal veya hizmetin benzer birimlerde standardize olmasını gerektirir. Aksi halde, alıcılar veya satıcılar kuvvetli bir tercih edilirlilik kurup rakiplerine karşı avantaj elde edebilir. Nihayet tam rekabet, yeni rakiplerin piyasaya serbest girişini gerektirir. Yeni olası rakiplerin görülmesi, bir piyasayı kontrol etme ya da kısıtlama niyetindeki aktörü caydırabilir. Tam rekabeti belirleyen rakip olma hali ve sınırsız değişim, maliyetleri ve fiyatları olabildiğince aşağı seviyeye inmeye zorlarken, üretimi de olası en yüksek seviyede tutmaya yönlendirecektir. Satıcılar arasındaki rekabet fiyatları yükselmekten, alıcılar arasındaki rekabet de düşmekten koruyacağı için, her ortamda belirli bir ürün için tek bir fiyat oluşacaktır. Böylece ulaşılan tek fiyat (denge fiyatı) tüketicilerin talep

miktarı ile üreticilerin sunum miktarını dengeleyecektir. Bir kez oluşan piyasa fiyatı istem veya sunuma tepki olarak aşağı yukarı oynayabilir.

Kavram olarak “Rekabet”i, konusunda daha terminolojik bir bağlamda tanımlanacak olursak, rekabet için pazarda yer alan işletmeler ve satış uzmanlarının satış, kar ve pazardan paylarını almak için ticari amaçları gerçekleştirmek ve pazardan kalıcı müşterilikler elde etmek hedefiyle birbirlerinden bağımsız bir şekilde gösterdikleri gayret edişin durumudur. “Bu bağlamda rekabet, genellikle yarışma ile eşit kılınmaktadır. Firmalar arasındaki rekabetçi yarış, iki veya daha fazla firma arasında fiyat, kalite ve hizmet bağlamında gerçekleşmektedir. Ayrıca rekabet, piyasada yer alan firmaların daha etkin olmasını sağlamakla beraber, bu firmaların daha fazla seçenekle sundukları mal ve hizmeti daha düşük fiyatlarla arz etmesinde etkili rol oynayarak tüketicini refahını ve kaynak tahsisinin etkinliğini artırır (Khemani ve Shapiro, 1993, s. 22).”

2.2. Rekabet Gücünün Kavramı

Rekabet gücü kavramının birçok araştırmacı tarafından değişik bakış açılarıyla ele alınması, rekabet gücü kavramının literatürde sürekli tartışılmasına ve gündemde kalmasına sebep olmaktadır. Rekabet gücü kavramı, incelenmesi istenilen alana (firma, endüstri veya ülke), rekabet gücünü tespit etmede kullanılan ölçütlere ve rekabet gücü analizinin yapıldığı düzeye (mikro veya makro düzey) bağlı kalınarak değişik şekillerde incelenmiştir (Aktan ve Vural, 2004, s.11)

Rekabet oldukça sık kullanılan bir kavram olmakla birlikte küreselleşmenin etkisi ile yaşanan gelişmelerle rekabete yeni boyutlar kazandırmıştır (Taşkın ve Adalı, 2004). Francis’e (1992) göre rekabet gücü, “bir rekabetçinin, onun rekabeti kazanma ihtimalini belirleyen kalitesidir.” Rekabet gücü, ülkenin ekonomik gelirini artırma yolunda çalışırken, aynı zamanda üretilen ürünlerin verimli bir hizmetle uluslararası piyasaya başarılı bir şekilde sunmasıdır (United States Congress, 1985). Dünya Ekonomik Forumu (1989) ise rekabet gücünü girişimcilerin ürün ve hizmetleri tasarlama, üretme ve fiyatlandırma aşamalarında rakiplerine göre üstünlük kazanmaları olarak tanımlamaktadır.

Rekabet gücü kavramını genel olarak tanımlayacak olursak rekabet, “firmaların, bölgelerin veya ülkenin, uluslararası rekabette göreceli olarak daha yüksek gelir ve istihdam seviyesindeki üretim gücüdür” (Adıgüzel, 2011, s. 12). Rekabet gücü, aktörlerin serbest ve yerleşmiş piyasa şartları kapsamında gerek bireylerin kazançlarını artırırken, gerekse de üretmiş oldukları ürün ve çalışmalarını pazara sokması ve bu hususta başarı göstermesidir.

Rekabet gücü kavramı ile ilgili en temel tanımlama firma düzeyinde yapılabilir. Genel bir ifadeyle kar elde edemeyen bir firma için rekabet gücü söz konusu değildir. Tam rekabet piyasasında faaliyet gösteren bir firmanın piyasaya sunduğu bir ürünün ortalama maliyeti, eğer bu ürünün piyasa fiyatından yüksekse, bu firma piyasada rekabet gücüne sahip değildir. Diğer taraftan bu firma, ürettiği ürünü ortalama maliyetinden daha yüksek bir fiyata satabilse dahi, eğer diğer firmalara kıyasla daha yüksek bir ortalama maliyete sahipse, homojen ürünlerin üretildiği bu piyasada kar elde edemeyebilir. Firmalar etkin bir şekilde yönetilmediklerinde veya optimum ölçekte faaliyet göstermediklerinde rekabet güçlerini kaybederler. Bu durumun aksine, optimum üretim ölçeğinde faaliyet göstererek marjinal maliyetlerini minimum düzeye indiren firmalar genişleyen pazar payları ve artan karlılıklarıyla rekabet güçlerini artırır (Aktan ve Vural, 2004, s. 12).

Firma düzeyinde rekabet gücü göreceli bir kavram olup, firma hissedarlarının ve müşterilerinin değer yargılarına, firmaların rekabetçi çevrede faaliyet gösterme kabiliyetlerini belirleyen finansal güçlerine ve piyasa koşullarına bağlı olarak gerekli stratejik değişikliklerin uygulanmasında en önemli iki unsur olan beşeri sermaye ve teknolojinin kapasitesine bağlıdır. Rekabet gücünün sürekliliği bu üç unsurun arasındaki uygun dengeye bağlıdır. Özet olarak bir firmanın sahip olduğu beşeri sermaye stoku ve yenilik yapma kapasitesi arttıkça rekabet gücü de artar, ayrıca firmanın uzun dönemde elde edeceği rekabet gücü potansiyeli gelişir. Beşeri sermaye ve teknoloji düzeyinin artması, firmaların mevcut rekabet güçlerini koruma ve sürdürme kabiliyetlerini artırır (Feurer ve Chaharbaghi, 1994, s. 58; Aktan ve Vural, 2004, s. 15).

Rekabet gücü kavramını endüstri düzeyinde tanımlamak firma düzeyinde yapılan tanımlamaya nazaran daha zordur. Belirli bir bölgedeki piyasada faaliyet gösteren bir

firmanın rekabet gücü, aynı bölge piyasasında faaliyet gösteren diğer rakiplerinin rekabet güçleriyle karşılaştırılabilirken, bir endüstrinin rekabet gücü, aynı alandaki diğer bölge ve ülke endüstrileriyle karşılaştırılabilir. Bundan dolayı rekabetçi üstünlüğe sahip bir endüstri, bölgesel ya da uluslararası düzeyde rekabet gücüne sahip firmaları bünyesinde barındıran endüstridir (McFetridge, 1995, s. 11). Bu tanımdan hareketle, endüstri düzeyinde rekabet gücü, belirli bir endüstri dalında faaliyet gösteren büyük firmaların sahip olduğu rekabet gücü olarak da kabul edilebilir. Firma ve endüstriler kendilerine özgün, maddi nitelik taşımayan varlık ve değerleri bünyelerinde barındırabilirler. Bir endüstri dalında faaliyet gösteren firmaların belirli bir bölgede yoğunlaşıp kümelenmeleri (cluster) pozitif dışsallıklar doğurarak firmaların ve dolayısıyla da endüstrinin rekabet gücünü artırır (Aktan ve Vural, 2004, s. 16).

Uluslararası rekabet gücü büyük oranda firma ve endüstrilerden sağlansa da, uluslararası rekabet gücünün devamlılığı, rakip dış çevre ile etkileşim halinde kalarak sürekli üretim süreçlerini geliştirmeye ve yeni teknolojilerle yeni icatlar yapmaya bağlıdır. Ekonomik ve toplumsal refahı artırma amacıyla gerçekleştirilen kamu müdahaleleri ile iktisat politikaları, firma ve endüstrilerin piyasa dışı etkileşimlerine kaynaklık eder. Toplumun ekonomik refah seviyesi, kişi başına milli gelirin artmasıyla ve bireylerin bugün ve gelecekteki tüketim olanaklarının artması ile yükselmektedir. Kişi başına milli gelir seviyesinin yükselmesi, sermaye yatırımlarıyla üretim kapasitesi ile verimliliğinin artırılmasına ve tasarrufların artırılarak yeni yatırım olanaklarının sağlanmasına bağlıdır. Toplum refah seviyesinin gelecekte yükselmesi, bugünkü neslin tasarruflarının verimli kullanılmasıyla ve tasarruf kaynaklarının ekonomik ve toplumsal getiri sağlayacak yatırım projelerine tahsis edilmesiyle sağlanır. Bu kaynak tahsis sürecinin doğru bir şekilde gerçekleşmesi, bazı durumlarda kamu müdahalesine bağlıdır. Kamu müdahalelerinin uzun vadede toplumsal ve ekonomik refahı olumsuz etkilememesi gerekmektedir. Bütün bu anlatılanlar ışığında, toplumsal ve ekonomik refahın yüksek bir seviyede olması ve bu yüksek seviyenin sürdürülebilir kılınması, ulusal (uluslararası) düzeyde rekabet gücüne sahip olmakla ilişkilidir. Bundan dolayı, uluslararası rekabet gücü kavramı genel olarak, toplumsal ve ekonomik refah artışı ile birlikte kişi başına milli gelir artışıdaki süreklilik bağlamında tanımlanmaktadır.

Bununla birlikte bazı tanımlamalarda ülkelerin uluslararası piyasalardaki etkinlikleri de göz önünde bulundurulmuştur (Aktan ve Vural, 2004, s. 17).

2.3. Uluslararası Rekabet Gücü

Uluslararası rekabet gücü, farklı kişiler ve çevrelerce çok farklı şekillerde tanımlanabilmektedir. Bir iktisatçı için: “Ülkenin verimliliğinde ki artışla, maliyeti azaltıp üretimi arttırarak, yaşam standartları ve refah seviyesinin yükseltilmesi”, politika yapıcıları için: “Yeni uygulamaların, firmalarca piyasalarda kullanılıp rekabeti arttırması”, işveren açısından: “Üretimini yaptığı ürünlerin hammaddelerini ucuza üreteceği pazarları bulması” olarak ortaya çıkan her taraf için de bir kârlılık anlamına gelmektedir. Kısaca rekabet gücünün, kesin herkes tarafından kabul görmüş bir tanımı bulunmamaktadır (Oğuztürk ve Sarıçoban, 2013, s. 98).

Uluslararası rekabet gücünü anlatırken, ülkelerin birbirleriyle rekabet edebilme yeteneği olarak etimolojik bir tanımın ortaya konması mümkündür. Ülkeler birbirleriyle rakiptir. Bu rekabet dış ticarete daha fazla pazar kapma, ülkeye daha çok yabancı sermaye çekme, uluslararası şirketlerin üretim yeri tercihinde öne çıkma, marka yaratma, patent ve inovasyon birbirlerinden farklı alanlarda ortaya çıkabilmektedir. Ülke ekonomileri arasındaki rekabet küreselleşmenin doğal bir sonucudur. Uluslararası yatırımcılar, tüketiciler, yüksek nitelikli işgücü, kısacası tüm İktisadi aktörler serbest rekabet ve açık piyasa koşullarının geçerli olduğu küresel bir ortamda karar almaktadırlar (Alper, 2014, s. 77).

Uluslararası rekabet gücü, daha elverişli fiyatlar, daha iyi satış koşulları ya da daha iyi kalite arzıyla müşterileri kendine çekmeye çalışan tüccar ya da sanayicilerin karşılıklı durumudur. Serbest rekabet rejimi, fiyatların kamu yetkililerince denetlenmediği, özel işletmeler kurmanın serbest olduğu ve kamu yetkililerinin ancak fiyat mekanizmasının serbest işleyişini güven altında tutmak için müdahalede bulundukları rejimdir. Rekabet, arzı sınırlı olan mal ya da hizmetleri elde etmek ya da, tersine, bir arz bolluğundan kaçınmak isteyen iktisadi birimler arasında bir yarışma biçiminde kendini gösteren bir piyasa davranışdır (Büyük Larousse, 1986; Uçar, 2017, s. 39).

Dünya Ekonomi Formu uluslararası rekabet gücünün belirlenmesinde ülkenin kurumlarının, işlediği politikalarının, o ülkenin verimlik düzeylerini belirleyen en önemli faktörler kümesi olarak açıklamaktadır. Verimlilik düzeyi, ekonominin ulaşabileceği refah düzeyi olarak ifade edilmekte, ayrıca büyüme sürecinde yatırımlar ve getiri arasındaki temel süreç olarak görülmektedir. Başka bir ifadeyle daha rekabetçi ekonomi zaman içinde daha hızlı gelişen ekonomi olarak nitelendirilmektedir (Dünya Ekonomik Forumu, 2013, s. 4). Bu bilgilerin ışığında ülke işletmelerinin ve sanayilerinin sağlayıcı verimlilik artışı, uluslarda yaşanan rekabetin de bir parçasıdır. Dünya Ekonomik Forumunun tanımında iktisadi büyümeye önemli ölçüde önem atfedilmektedir. Bu bağlamda, ülkelerin büyüme performansını etkileyen üç temel eksen söz edilmektedir. Söz konusu eksenler makroekonomik ortam, kamu kurumlarının niteliği ve teknoloji olarak sıralanmaktadır. Bir ülkenin makro iktisadi temellerinin güçlü olması olumlu bir büyüme performansı ve yüksek rekabet gücü için önemlidir. Sözelimi, başta firmalar olmak üzere iktisadi aktörler yüksek bir enflasyon ortamında uzun erimli yatırım kararları alamazlar. İyi yönetim anlamında kamu kurumlarının niteliği de sağlıklı iktisat politikası kararlarının alınması ve uygulanması için elzemdir. Son olarak, büyüme teorisinden de iyi bilindiği üzere teknoloji ve teknik ilerleme de büyümenin ve dolayısıyla rekabet gücünün anahtarı konumundadır.

“Rekabet gücü açık piyasa koşulları altında bir ülkenin dış rekabetin şartlarını yerine getirerek mal ve hizmet üretebilirken eş zamanlı olarak yurtiçi reel gelirini koruyup arttırabilme derecesi olarak tanımlanabilir” (OECD, 1996)

Rekabet gücü kavramı, bilhassa otomotiv sektöründe Japonya kaynaklı rekabet baskısı ile karşı karşıya kalan Reagan dönemi Amerika’sında önemli bir gündem konusu olmuştur. Bu bağlamda, sınai rekabet gücüne ilişkin bir komisyon oluşturulmuştur. Komisyon raporunda kullanılan tanımda, “rekabet gücünün pozitif ticaret dengesi şeklinde tanımlanamaz” olduğu ifade edilmekte ancak bir ülkenin ulusal ihtiyaçlarının karşılanması için gerekli kaynakları yaratma kabiliyetinin rekabet gücünü gösterdiği belirtilmektedir (Francis, 1989). 80’li yıllarda Japonya merkezli rekabet baskısı karşısında Amerika’da yapılan rekabet gücü tartışmalarında öne çıkan çalışmalardan birinde (US Competitiveness in World Economy) yapılmıştır. Buna göre “rekabet gücü bir ülkenin kaynaklarından artan getiri elde ederken uluslararası ticarete mal veya hizmet yaratma, üretme ve satma kapasitesidir” (Scott ve Lodge, 1985).

Rekabet gücü, “serbest piyasa koşulları altında vatandaşlarının gelirlerini arttırmaya çalışırken; aynı zamanda ürettiği ürünleri başarılı bir şekilde uluslararası arena da sunabilmesidir”. Diğer bir görüşe göre ise, ülkelerin bol olduğu kaynaklardan kazançları artarken; bunu piyasada dağıtımına sunması da rekabet gücü olarak adlandırılır. Böylelikle refah artışıyla ülkede ki cari işlemler açığını dengeye gelmesi de ayrı bir tanım olarak ifade edilir (Uçar, 2017, s. 39).

Küreselleşmenin getirdiği değişim rüzgarıyla birlikte, hiç şüphesiz ki dünya çapında ayakta kalabilmek ve güçlü bir rekabet gücü elde ederek dünya piyasalarında egemen olmak isteyen ülke veya firmaların belirli koşulları yerine getirmesi gerektiği ya da bu faktörlere sahip olunması bilinmektedir. Bu faktörlerden belli başlıları: işgücü verimliliği, ihracat payları, ithalat nüfus oranı, net ihracat oranı, sektör içi ticaret, uluslararası rekabette karşılaşma, fiyat ve maliyet marjı, kâr marjı, ARGE harcamaları ve ARGE yoğunluğu vb. gibi faktörlerdir.

Eğer bir firma bir ülkenin çok güçlü olduğu bir pazarda rekabet ediyorsa, bu ev sahibi ülke küresel piyasada işlemleri engelleyebilir ya da tamamen karşı ülkenin firmasında stratejik olarak değişiklikler yapmasına, onun politikalarını bozma yönünde uygulamalara başvurabilir. Bazen firmalar ihracat hacmini arttırmak için büyük pazarlarda satış yapmak isteyebilir, küresel bir strateji oluşturmaya çalışabilir. Dolayısıyla bu pazarda kendisini barındırabilecek yönde bir strateji uygulamalıdır. Bu ihtiyaç ev sahibi ülkeye pazarlık hakkını verir ve firma oluşturduğu stratejisini korumak için ev sahibi ülkeye imtiyazlar vermek zorundadır. Bir diğer etkili olan faktörde rakip analizi faktörüdür. Yabancı firmanın analizinde, firmanın işçilik uygulamaları, üretim, işçilik ve yönetim yapıları gibi faktörlerin iyi bir rekabet elde edebilmek için analiz edilmesi gerekmektedir. Bir diğer faktör de ülkeler arasındaki uçurumun özellikle küreselleşme periyodundan sonra ortadan kalkmasıdır. Küreselleşmeyle birlikte çok uluslu şirketlerin daha da aktif hâle gelmesiyle, o, ülkelerde doğan pozitif dışsallık ve ekonomik gelişim sayesinde ülkeler arasındaki üretimde kullanılan faktör maliyetlerinde ki azalma, gelir vb. gibi elementlerin azalmasıyla birlikte rekabeti azaltabilecek konuma sürüklemektedir. Devletlerin daha aktif sektörlerle yönelerek bu sektörlerin gelişimiyle birlikte uyguladıkları teşvik ve koruyucu sanayi politikalarıyla pazarlarda aktif olan firmalar; aktif olmayan firmaların pazardan çekilmesine sebep olabiliyor. Bu faktörlerin hepsinin bir sonucu olarak ülkeler daha fazla rekabet etmek için çitayı yüksek tutma eğilimindedir. Bunun dışında

teknolojinin daha çok akışkan olması, ulusal tanınma, büyük ölçekli pazarların ortaya çıkması rekabet gücünü tamamen etkilemektedir (Porter, 2000, s. 370).

2.4. Uluslararası Rekabet Gücü Teorik Yaklaşımlar

Uluslararası Rekabet gücü mikro ve makro seviyede üzerinde teorik çalışmalar yapılmış olsa da tanımlanması konusunda net bir uzlaşıya varılamamıştır. Her bir teorik yaklaşımda ileri sürülen eksikliklerin giderilmesi için tamamlayıcı yeni yaklaşımlar ortaya çıkmıştır.

2.4.1. Porter Yaklaşımı “Rekabetçi Üstünlük Teorisi”

Rekabet gücü ile ilgili son yıllarda yapılan araştırmalardan en kapsamlısı tartışmasız Porter’a aittir. Porter sanayileşmiş 10 ülkeyi (ABD, Almanya, İngiltere, Danimarka, İtalya, İsveç, İsviçre, Japonya, Kore ve Singapur) inceleyerek bu ülkelerde faaliyet gösteren firmaların rekabet gücünü belirleyen unsurları açıklamaya çalışmıştır. Porter bu araştırmasıyla rekabet gücünü, klasik karşılaştırmalı üstünlükler teorisinden daha kapsamlı bir model çerçevesinde sunmayı amaçlamıştır (Atik, 2005, s. 47).

Porter (1990), bazı sosyal grupların neden ekonomik kurumların ve ulusların gelişim başarısında daha önde olduklarına dair sistemli bir açıklama getirmektedir. Çalışmada, rekabet gücünü firma ve sektör düzeyinde analiz etmiştir. Analizinde farklı ülkelerin çok sayıda örnek sektörlerine yaptığı araştırmaları yer almaktadır.

Porter (1990), uluslararası rekabet gücü hususunda kabul görmüş bir tanımlamanın bulunmadığına ve daha da önemlisi hangi tanım kabul edilirse edilsin genel olarak uluslararası rekabet gücünü açıklayacak bir teorinin olmadığına dikkat çekmektedir. Söz konusu çalışmasında ortaya konulan teoriyle (yaklaşımla), soyut bir bakış açısından ziyade gerçek rekabetin tüm karmaşıklığıyla ve genişliğiyle ele alındığını belirtmektedir (Akt. Bedir, 2012, s. 22).

Porter (1990), uluslararası rekabet gücü avantajı sağlamada tek anlamlı kaynağın, ulusal koşullar olduğunu ileri sürmektedir. Bu kaynağın en önemli parçası olarak da verimlilik artışını göstermektedir. Bir ülkede makroekonomik istikrarın, güçlü politik ve hukuki kurumların varlığı o ülkede yatırım eğilimi ve verimlilik artışı sağlaması

bakımından oldukça önemli olduğunu belirtmektedir. Ancak bunun tek başına yeterli olmadığını, ekonomideki nihai rekabetin verimliliği yüksek firmalar tarafından sağlanacağını vurgulamaktadır.

Porter yaptığı çalışmada, rekabetteki gücün en önemli etkeninin verimli olma olduğuna dikkat çekmiştir. Verimlilikte yaşanan artışla bir ülkede yaşanan rekabet gücünün birbirlerine doğru orantılı olarak artış elde edeceğini ifade etmiştir. Bu kapsamda, üstünlük teorisi oldukça büyük münakaşalara yol açmasına neden olmuştur. Ülke istihdamının çoğalması, beraberinde ülkenin yaşam standartlarının daha üstün şartlarda standartlara ulaşmasını mecburi kılmıştır. Ulusal düzeyde rekabet edebilirliğin temel etkeni verimliliktir. Ulusun temel hedefi, kendi vatandaşları için yüksek ve artan bir yaşam standardı sağlamaktır. Bunu yapabilme yeteneği ise, emek, sermaye ve teknoloji düzeyindeki etkinliğine bağlıdır. Verimlilik, birim işgücü ya da sermaye başına çıktıdaki artışı ifade etmektedir. Dolayısıyla sürekli verimlilik artışı sağlama yeteneği gösteren ekonomik bir süreç, olumlu yaşam standardını uzun dönemde etkilemektedir. Bunu sağlayan başlıca unsur ise firmaların daha fazla verimlilik ve kalite yaratma kapasitesine bağlı olmaktadır (Porter, 1990, s. 77).

Rekabetçi üstünlük teorisine göre bir ülkede faaliyet gösteren endüstrilerin uluslararası piyasalardaki başarısı, ülke içinde yer alan bazı faktörler tarafında belirlenmektedir. Rekabetçi üstünlük teorisine göre bir ülkenin ulusal rekabet gücünü belirleyen faktörler sırasıyla: Faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstriler ve firmaların yapısı, stratejisi ve rekabeti, şeklindedir. Porter bu faktörler haricinde, devletin de rekabet üstünlüğünü belirleyen önemli bir unsur olduğunu ifade etmiştir. Porter'a göre devletin ekonomideki rolü ve devletle firmalar arasındaki karşılıklı etkileşim ulusların rekabet gücünü belirlemede oldukça önemlidir (Porter, 1990, s. 71).

Porter'ın elmas modeli, sadece ülke içerisindeki yerel dengelerin üstünde durduğu ve uluslararası bağlantıları göz ardı ettiğine dikkat çeken diğer bir eleştiri de Dunning tarafından yapılmıştır. Dunning, çok uluslu işletmelerin dolaylı veya doğrudan olarak ülkelerin rekabet gücünde etkili olduğunu savunmaktadır (Dunning, 1996).

Porter'ın verimlilik özelinde açıklama getirdiği ulusal rekabet gücü avantajına dayanan Elmas Modelinden, farklı ülkelerin farklı firma stratejilerini bu etkilere göre oluşturulması, niteliksel çıkarımlar yapma açısından mümkün olduğu söylenebilir.

Ancak modeli, ulusal bir sektörün uluslararası ticarete kazandığı rekabet gücünün arkasındaki nedenleri açıklamada yeterli olmadığı da düşünülebilir. Porter'ın bu modelini ülkelerin uluslararası rekabet gücünü değerlendirmek üzere kullanabilecek bir araç olarak görmek, uluslararası piyasada ülkeleri rekabet eden firmalarla ilişkilendirmek ve uluslararası ticaretin etkisiz olduğu yönünde değerlendirmeye neden olmaktadır. Diğer taraftan, büyümenin ve dolayısıyla refahın kaynağını, uluslararası piyasalarda başarı elde eden endüstrideki verimlilikte göreme yaklaşımı, pazar payı düşüncesiyle bağdaşmasına karşın, Porter'ın ulusal rekabet gücünü, ülkenin uluslararası piyasadaki aldığı payla ilişkilendirmeme düşüncesiyle örtüşmemesi çelişki olarak değerlendirilebilir.

2.4.2. Dunning Yaklaşımı “Çifte Elmas”

Porter'ın rekabet gücünü saptamaya dair yaklaşımını bir adım daha ileriye götüren Rugma ve D'Cruz (1993), rekabet gücünün belirlenmesine yönelik temelinde Elmas Modelini alarak Çifte Elmas Modelini geliştirmişlerdir (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012, s. 18). Çifte Elmas yaklaşımı, konsept ve tematik unsurlar kapsamında “rekabet edilebilirlik, hem faktör donanımını temel alan faktör odaklılık, hem rantabilite, karlılık ve etkinliği ifade eden verimlilik, hem de değişimin rekabet gücünü artıracaklarını ve her yeniliğin bir avantaj sağlayacaklarını ifade eden inovasyon odaklı rekabet edilebilirlik odaklarını vermektedir.”

Rugma ve D'Cruz (1993), Porter'ın geliştirmiş olduğu Elmas Modelinin dış ticaret etkinliklerinde bulunan küçük ülkeler ve gelişmemiş ülkeler açısından tatbik edilebilir nitelikte olmadığını öne sürerek Çifte Elmas Modelini geliştirmiştir. Bu eleştirileri için argüman olarak Elmas Modelinin Kanada'da yer alan yabancı işletmelerin doğasının incelenmesinde etkili olmaması nedeniyle, Kanada'nın uluslararası rekabet gücünü izah edememesini öne sürmektedir. Zira Kanada'nın rekabet gücü, kendi ülke Elmasları ve ABD'nin Elmas Modeli kapsamına göre meydana gelmektedir. Porter'ın elmas modelinin gelişmekte olan ülkelere uygulanmasının mümkün olup olmadığını görmek için Kanada'da deneysel bir çalışma yapan Moon ve arkadaşları tarafından geliştirilen çifte elmas modeli, yöneticilere devamlılıklarını sürdürme, karlılık ve büyüme bakımından küresel rekabetçilik kazanmaları için hem yerel elmaslarını hem de küresel elmaslarını kurmalarını önerirler (Yiğit, 2008, s.2).

Rugma ve D'Cruz'un ortaya koyduğu Çifte Elmas yaklaşımı, temelinde işletmelerin sahip oldukları rekabetçi avantajının temel itibarıyla faaliyette buldukları yabancı devletlerin yerel ekonomi ortamlarının bir işlevi olduğu temeline dayanan Elmas Modelini genişletmiş ve böylelikle, dış ticaret doğrudan yabancı yatırımları aracılığıyla etkileşim içinde oldukları ülkelerin Elmas Modellerini de kapsamına alarak işletmelere özgü yeteneklerin coğrafi nitelikteki kaynağını da genişletmektedir (Dunning, 1996, s. 2).

Ayrıca Porter, yaptıkları araştırmalarında Singapur'un gelecek 10 yıllık döneminde yaşanacak olan ekonomik gelişmenin ilk aşaması durumundaki faktör odaklı ekonomi evresinde bulunmayı devam ettireceğini, Güney Kore'nin ise gerçek gelişmişlik düzeyine ulaşacağını ileri sürmüştür. Ancak buna karşın Singapur'un Kore'den daha fazla başarılı olduğu görülmüştür (Gökmenoğlu, vd., 2012, s. 21). Nitekim "Rugman ve D'Cruz' un çifte elmas sistemi Kanada'ya çok iyi uysa da Kore ve Singapur gibi küçük ülkelerde çok iyi çalışmamaktaydı (Yiğit, 2008). Bu noktada Moon, Rugman ve Verbeke (1998), Porter'ın teorisinin geçerliliğinin sorgulanması gerektiğinden yola çıkmışlar ve Genellenmiş Çifte Elmas Modeli'ni geliştirmişlerdir (Gökmenoğlu, vd., 2012, s. 21).

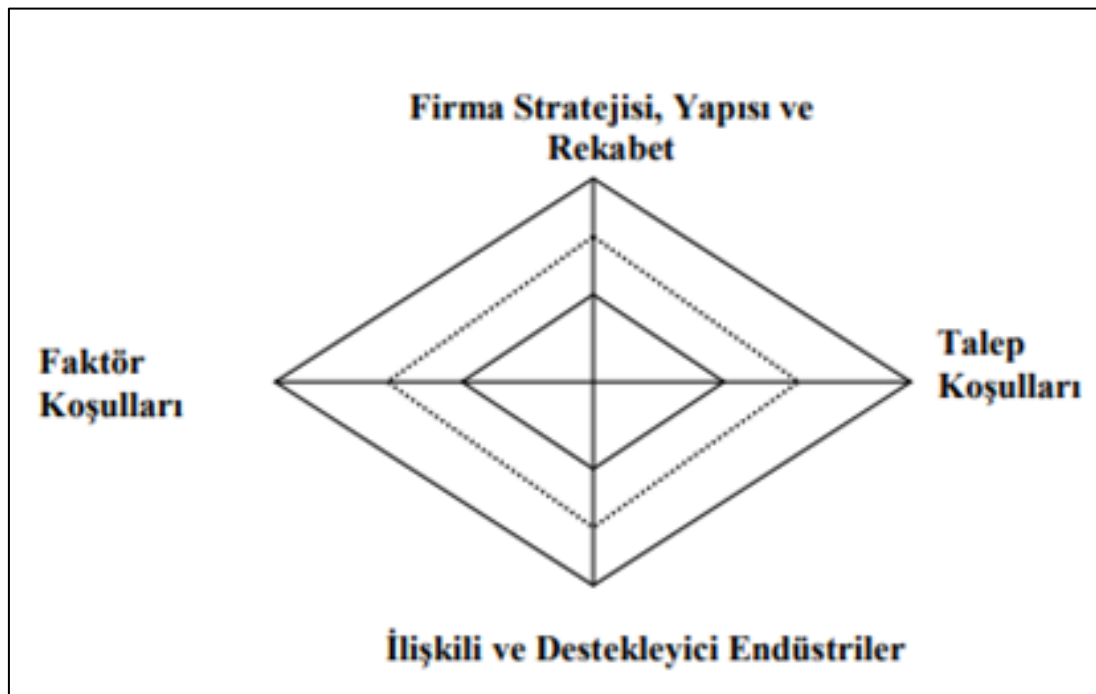
Bahsi geçen genelleştirilmiş çifte elmas modelinde milli rekabetçilik, işletmenin belirli bir sanayide değer katan etkinlikleri kullanması ve bunu uluslararası rekabete karşı uzun vadeli devam ettirebilme yeteneği olarak ifade edilmiştir. Bununla beraber Çifte Elmas Modeli'nin Kanada ve Yeni Zelanda için elverişli olduğunu fakat Singapur ve Kore'yi de kapsayan bütün küçük ekonomiler için elverişli olmadığını düşünmüşler ve bu problemin üstesinden gelmek üzere Çifte Elmas Modeli'ni, Genellenmiş Çifte Elmas Modeli'ne dönüştürmüşlerdir.

Oluşturulan yeni model, Porter'ın Elmas Modeline üç önemli uzantı eklemiştir (Cho ve Moon, 2000):

- i. Orijinal Porter elması temel olarak geleneksel ev merkezli eylemlerin etkisini dikkate alırken yeni model açık bir şekilde çok uluslu eylemleri dâhil etmiştir.

- ii. Porter'in orijinal yaklaşımını faaliyete geçirmek zorken, yeni yaklaşım rekabet paradigmasının kolayca faaliyete geçirilmesini sağlamaktadır. Genelleştirilmiş çift elmas yaklaşımında yerli ve uluslararası elmasların şekil ve boyutlarının karşılaştırması önemli stratejik farkları açığa çıkarmaktadır.
- iii. Yeni model devleti bir dışsal parametre olarak değil elmas modelinin dört belirleyicisini etkileyen önemli bir değişken olarak ele almaktadır.

Bu kapsamda geliştirilen model Şekil-1’de belirtilmiştir.



Şekil 1. Genellenmiş Çifte Elmas Modeli

Kaynak: H., C., Moon, A., M., Rugman ve A., Verbeke, **A Generalized Double Diamond Approach to the Global Competitiveness of Korea and Singapore**, *International Business Review*, 7, 1998, s. 73.

Buna göre şeklin dışında yer alan elmas, “Küresel Elması”, içindeki elmas ise “Yerel Elması” ifade etmektedir. Küresel Elmasın boyutu öngörülebilir nitelikte olan zaman aralığında durağan durumdadır. Ancak Yerel Elmasın boyutu, ait olduğu ülkenin boyutu ve rekabet edebilirliği kapsamında değişmektedir. Küresel ve Yerel Elmas arasındaki Elmas ise, ulusal ve uluslararası değişkenlerle saptanmış olan ulusal rekabet gücünü ifade eden uluslararası Elmadır. Ulusal ve uluslararası Elmas arasında bulunan

fark ise, uluslararası veya çok uluslu faaliyetleri belirtmektedir. Uluslararası faaliyetler hem iç hem de dış doğrudan yabancı yatırımları temsil etmektedir.

Sonuç olarak Elmas Modeli ile Genelleştirilmiş Çifte Elmas Modeli arasındaki en önemli farklılık, Genellenmiş Çifte Elmas Modelinde çok uluslu işletmelerin faaliyetlerinin de dikkate alınmış olmasıdır. Ayrıca bu model, Elmas Modeline yeni iki ekleme daha yapmıştır. Bunlar, rekabet gücü paradigmasını kullanılır duruma getirmesi ve hükümet faktörünü bir dış değişken olarak kabul etmekten çok modelin dört belirleyici unsurunda önemli bir etkiye sahip bir parametre olarak kabul etmesidir (Moon, vd., 1998, s. 148).

2.4.3. Cho Yaklaşımı “Dokuz Faktör Modeli”

Porter’in modeline yapılan ikinci bir ekleme de Cho (1994) tarafından yapılmıştır. Porter’in modelinin sadece gelişmiş olan ülkelerde uygulanabileceğini ve az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde bu modelde bulunan dört faktörün dahi bulunmadığını iddia eden Cho, bahsedilen bu ülkelerde rekabet güçlerinin oluşumu ve gelişiminin elde edilmesi için bu ülkelerin hangi faktörlere sahip olmalarının gerektiği ve hangi aktörlerin bu faktörleri ne şekilde oluşturacaklarını açıklayan bir modele olan ihtiyaç kapsamında “Dokuz Faktör Modelini” geliştirmiştir.

Cho bu modelde uluslararası rekabet gücünün iç kaynaklarını, fiziki ve beşeri olarak ikiye ayırmış ve ilk gruba bahsedilmiş kaynaklar, iş ortamı, ilişkili ve destekleyici endüstriler ve yerel talebi ve ikinci gruba ise temel ekonomik faaliyetleri icra eden işçileri, iktisadi politikaları oluşturan ve uygulamaya koyan politikacılar ve bürokratları, cesur yatırım kararı alan girişimcileri ve uzman yöneticiler ile yeni teknolojileri uygulayan mühendisleri dahil etmiştir (Gökmenoğlu, vd., 2008, s. 23).

Bu model, Porter’in ortaya koyduğu Elmas modelinden daha detaylı ve dinamik bir yapıda olup, ilk önce bir ülkenin rekabet gücünün açıklanmasında Porter’in modelinin sahip olduğu dört fiziki etkene ek olarak, dört beşeri etken grubunu da içerir. (Cho ve Moon, 2005, s. 15) Cho’ya (1994) göre temelde fiziki etkenler, bir ülkenin rekabet gücünü belirleyebilirken, beşeri etkenlerin de bu fiziki etkenleri meydana getirerek ve denetleyerek yerel rekabet gücünü artırabilmektedir. “Dokuz faktörlü model ve

Porter'in elmas modeli arasındaki farklar faktörlerin ayrımı ve yeni faktörlerin eklenmesinde gizlidir; elmas modeli hem doğal kaynakları hem de faktör şartlarında emeği kapsamaktadır ancak dokuz faktörlü model doğal kaynakları donanımlı kaynaklar altında ve emeği de çalışanlar kategorisinde saymaktadır (Cho ve Moon, 2000, s. 37).

Bu model ile Porter'in Elmas modeli arasındaki fark faktörlerin gruplanma şeklidir. Elmas modeli doğal kaynaklar ve işgücünü faktör koşulları altında incelerken bu model doğal kaynakları bahşedilmiş kaynaklar altında, işgücünü ise işçiler grubu altında incelemektedir. Ayrıca Porter hükümet faktörünü dışsal olarak kabul etmesine karşın Cho, hükümeti politikacılar ve bürokratlar adı altında içsel olarak kabul etmektedir. İki model arasındaki ortak noktalardan bir tanesi hem Porter hem de Cho'nun "Şans Faktörünü" dışsal olarak kabul etmesidir (Gökmenoğlu, vd., 2012, s. 24).

2.5. Uluslararası Rekabet Gücünü Ölçme Yöntemleri

Uluslararası rekabet gücünün ölçüm yöntemleri üzerinde kabul edilen ortak bir görüş bulunmamaktadır. Bu durum, öncelikle rekabet gücü kavramına farklı anlamlar yüklenilmesinden kaynaklanmaktadır. Aslında temel mesele, rekabet gücünü tek faktörle (sınırlı sayıdaki) ifade etmenin yetersiz olacağıdır. Rekabet gücü, birçok faktörden etkilenen, çok daha karmaşık ve derin bir yapı arz etmektedir (Bedir, 2012, s. 180).

Uluslararası rekabet gücünün ölçümünde "Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD)" ve "Dünya Ekonomik Forumu (WEF)" olmak üzere iki kuruluşun çalışmaları bulunmaktadır. Bu iki kuruluş, uluslararası rekabet gücünün ölçümü kapsamında yıllık bazlı raporlar yayımlayarak, bu yayımladıkları raporlarda çeşitli kriterler ve yöntemler kullanmaktadır.

IMD kapsamında değerlendirildiğinde bir ülkenin rekabet gücü salt GSYİH ve verimlilik kapsamında değerlendirilemez, çünkü ülkedeki işletmeler rekabet güçlerinin artmasını sağlamak üzere ekonomik etkenlerinin yanı sıra ülkelerinin içinde olduğu siyasi, kültürel ve eğitim ortamının da üstesinden gelmek mecburiyetindedirler.

Ülkelerin rekabet gücü ülke içerisindeki işletmelerin rekabet gücünün toplamından meydana gelir. IMD'ye göre, işletmelerin rekabet gücünü birebir ölçme imkânı bulunmadığından rekabet gücünü etkiye uğratan etkenler belirli kılınır ve ölçülür. Bu kapsamda IMD, yapmış olduğu analizlerle ülkelerin katma değer oluşturmaları ile bunları devam ettirebilme yeteneklerini ve böylelikle işletmelerin rekabet güçlerini sıralamaktadır. Böylelikle rekabet gücünün, büyük oranda, bir ülkenin sürdürülebilir nitelikte katma değer üretimine elverişli bir ortamı oluşturma kabiliyeti ile ilgilidir. IMD'nin yayımladığı Yıllık, ülkelerin sahip oldukları rekabet gücünün saptanmasında yerel çevrenin farklı boyutlarını ele almaktadır. Yıllıkta yararlanılan model, işletmelerin rekabet gücü dinamikleri ve işletmelerin bulunduğu çevrenin nitelikleri arasında bulunan ilişkiler analiz edilmektedir.

IMD modeli kapsamında rekabet gücünün artırımına olanak sağlayan bir ortamın oluşumunda dört faktör bulunmaktadır. Bunlar şu şekildedir (IMD, 1997, akt.; Aktan ve Vural, 2004, ss. 65-67):

- i. *Yakınlık Ekonomisi ve Global Ekonomi:* Yakınlık ekonomisi, esnaf ve zanaatkarlar gibi geleneksel ekonomik faaliyetleri, doktor ve öğretmenler gibi sosyal ve şahsi nitelikteki hizmetleri, güvenlik ve adalet hizmetleri gibi idari faaliyetleri ve satış sonrası hizmetler gibi müşteri destek hizmetlerini içerir. Bu tip bir ekonomi son kullanıcıya yönelik katma değer sunar ve genellikle korumacı ve pahalıdır. Global ekonomi ise uluslararası faaliyetlerde bulunan firmalardan oluşur. Global ekonomide üretimin nihai kullanıcıya yakın olması gerekmez ve özellikle maliyetlerdeki azalmadan dolayı dünya çapında karşılaştırmalı üstünlüklerden yararlanılmasını sağlar ve genellikle rekabetçi ve etkindir. Dış ticaret üzerindeki engellerin ortadan kalkması, özelleştirme ve deregülasyon faaliyetleri sonucu ekonominin globalleşmesi hız kazanmakta ve fiyatlar, kar marjları ve ücretler üzerinde önemli baskılar meydana getirmektedir.
- ii. *Çekicilik ve Saldırganlık:* Bir ülke uluslararası piyasaların gerektirdiği koşullarda rakipleri ile rekabet edebiliyorsa ve bu rekabet sürecinde devalüasyon ve sosyal korumacılık (kötü çalışma koşulları, düşük işçi ücretleri, çevrenin korunmaması v.b.) gibi araçlara başvurmamak suretiyle yaşam standardını düşürmeden rekabetçi olmaya devam edebiliyorsa gerçek anlamda

rekabet gücüne sahiptir. Bu nedenle rekabet gücü yüksek olan ülkelerde iktisadi faaliyetlerin uluslararasılaşma düzeyi yüksektir. Bazı ülkeler yabancı sermaye ve dış ticaret için yurtiçi piyasayı çekici hale getirerek bu koşulu yerine getirirken diğerleri daha saldırgan bir yol izlerler. Modern rekabet gücü politikaları açısından iki strateji arasındaki ayrım önemlidir. Saldırgan politikalar yurtiçinde istihdam artışına yol açmazken daha fazla gelire yol açar. Çekici politikalar ise ev sahibi ülkede istihdamı artırırken vergi teşvikleri nedeniyle gelirlerde azalmaya yol açar. Ülkeler bu iki etkiyi de dikkate alarak karışık bir politika uygulamayı tercih etmektedirler. Ancak, genel olarak çekicilikten saldırganlığa yönelme daha yüksek bir rekabet gücünün göstergesi sayılır.

- iii. *Varlıklar ve Süreçler:* Ülkeler, varlıklara ya da süreçlere daha fazla ağırlık vermek suretiyle yurtiçi iktisadi ortamı daha fazla rekabetçi bir hale getirebilirler. Bazı ülkeler arazi, işgücü ve doğal kaynaklar gibi varlıklar açısından zengin olsalar da rekabetçi olmayabilirler. Bazı ülkeler ise doğal kaynaklar açısından fakir olmalarına rağmen daha zengin ve rekabetçi olabilmektedirler. Bu nedenle, rekabet gücü açısından ‘iktisadi katma değer’ üreten tüm varlıklar son derece önemlidir. Doğal kaynaklara ilaveten nesiller boyunca biriktirilebilen ve aktarılan altyapı, endüstriyel güç ve organizasyonlar, eğitim ve beceriler ve yenilik ve icat sistemi ve kültür katma değeri artırabilen ve dolayısıyla rekabet gücünü olumlu yönde etkileyen faktörlerdir.
- iv. *Bireysel Düzeyde Risk Alma ve Sosyal Dayanışma:* Ülke içinde rekabetçi bir ortamın oluşmasında bireysel düzeyde risk almayı teşvik eden veya sosyal dayanışmayı muhafaza eden sistemler arasında bir ayrım yapmak gereklidir. Refah sistemine daha minimalist bir şekilde yaklaşan ve bireylerin daha fazla sorumluluk ve risk almalarını sağlayan, deregülasyon ve özelleştirmelere dayalı Anglo-Sakson modeli ile sosyal uzlaşmaya dayalı, daha eşitlikçi ve daha kapsamlı bir refah devleti anlayışına sahip Kıta Avrupası Modeli arasında bir çekişme söz konusudur ve son yıllardaki eğilim ve gözlemler birinci modelin rekabet gücünün artırılması ve korunmasında daha geçerli bir model olduğunu göstermektedir.

IMD, uluslararası rekabet gücünün ölçümünde 8 ana ve 250 alt kriter kapsamında ölçümlenmektedir. Yararlanılan bu kriterlerin bir bölümü GSYH, enflasyon, patent sayısı gibi rekabet gücünün ölçümlenebilir maddi taraflarını saptayan kıstaslar olurken, diğer kıstaslar ise küresel çaplı yapılan bir araştırma kapsamında edinilen eğitim, değer sistemleri, kişilerin motivasyonu gibi rekabet gücünün gayri maddi tarafını değerlendirmektedir.

IMD haricinde, rekabet gücü ile ilgili araştırmaları konusunda önemli bir diğer kuruluşta Dünya Ekonomik Forumu (WEF)'dur. Yıllık bazda "Global Rekabet Raporu" isimli bir rapor yayımlayan WEF, bu rapor kapsamında "Global Rekabet Endeksi"ni kullanarak ülkelerin uluslararası rekabet gücü ve bu husustaki performansları üzerine olan tahminleri paylaşılmaktadır. Söz konusu araştırmada rekabet gücü, bir ülkenin ekonomik refah ve yaşam standardını yükseltebilmesi için gerekli ekonomik güç olarak tanımlanmaktadır. Rekabet gücü ülkenin gelecek 5-10 yıl içerisindeki büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır (World Economic Forum, 1996, akt.; Aktan ve Vural, 2004, s. 68).

WEF, rekabet gücünün kriteri kapsamında satın alma gücü paritesine göre GSYH'dan yararlanmaktadır. Fakat GSYH hesapları kapsamında bulunan kimi hizmet ve etkinliklerin dış ticaret kapsamında bulunmaması sebebiyle bu kriterin, uluslararası rekabet gücü kriteri olarak değerlendirilmesi eleştirilere neden olabilmektedir.

WEF'in rekabet gücünü ulusal hâsıla ve büyümeyi de içine alacak şekilde geniş bir şekilde tanımlayarak bu ölçütü rekabet gücünün ölçütü olarak kullanması rekabet gücünü verimlilikle paralel bir şekilde tanımlaması anlamına gelmektedir (Lall, 2001, s. 10). Ülkeler arasındaki gelir mukayeseleri ekonomik kapsamda bir anlamlılığa sahip olabilir. Fakat GSYH mukayeselerinin rekabet gücüyle az ilişkili olan etkenleri de dâhil etmesi nedeniyle, ülke seviyesinde rekabet gücünün saptanmasında etkili bir unsur olmaktan oldukça uzaktır.

WEF (2000) raporunda "mevcut dönemle alakalı rekabet gücü endeksi" ve "büyüme rekabet gücü endeksi" olmak üzere iki farklı endeks kullanılmaktadır. Büyüme rekabet gücü endeksini desteklemede, alt seviye bir endeks durumundaki ekonomik yaratıcılık endeksinden faydalanılmaktadır. Mevcut dönemle alakalı rekabet gücü endeksi,

yüksek orana verimliliğe neden olan ve GSYİH kapsamında ölçümlenen ekonomik performans üzerinde etkili olan faktörleri saptamayı hedeflerken, büyüme rekabet gücü endeksi, GSYİH miktarındaki değişimi olarak ölçümlenen, ülke ekonomisinin ileriki dönemlerde gerçekleşecek olan büyümesine katkıda bulunan faktörlerin ölçümünü amaçlar. WEF açısından temel yaklaşımı durumunda olan ve mikro ekonomik temellerinin ölçümlenmesi şeklinde ifade ettiği mevcut dönemle ilgili olan rekabet gücü endeksi daha önemlidir. WEF modeli kapsamında ulusal gelir seviyesi, sermaye stoku ve teknoloji seviyesi kapsamında saptanmaktadır. Bu faktörlere bakıldığında sermaye stoku, fiziki sermayenin yanı sıra, beşeri ve sosyal sermayeyi de kapsamaktadır. Zira tüm bu sermayeler, toplam sermaye stokunun kalitesinde etkilidir. Teknoloji seviyesi ise bir ülkenin sahip olduğu teknolojik etkinliklerde bulunan kurumlarının yanında, işletmelerin sahip olduğu ve üretimini yaptıkları her nevi teknolojik bilgi ve uygulamaları kapsamaktadır.

Ekonomik yaratıcılık endeksi, yenilik ve icatların iktisadi refah ve rekabet gücü üzerinde sahip olduğu etki dikkate alınarak oluşturulan tamamlayıcı bir endekstir. Bu endeks, kişi başına GSYİH, ar-ge harcamaları ve ar-ge alanında çalışanların sayısı, ekonominin dışa açık olması, fikri mülkiyet hakları rejiminin gücü, lisans öncesi eğitim giderlerinin GSYİH içindeki payı ve özel kurumların ve üniversitelerin ar-ge giderleri içindeki payı gibi açıklayıcı değişkenlerden yararlanılarak hazırlanmaktadır (Aktan ve Vural, 2004, s. 70). Ekonomik yaratıcılık endeksi; yenilik ve icatlar, kaynakların kalitesi, araştırmalardaki işbirliği düzeyi, fikri mülkiyet haklarının korunma düzeyi, teknolojinin elde edilmesindeki saldırganlık düzeyi gibi on soruya cevap aranan “*Yenilik ve İcatlar Endeksi*” ile dolaysız yabancı yatırımların teknoloji transferinin kaynağı olup olmadığını ve yabancı teknoloji lisanslarının teknolojinin elde edilmesinde yaygın bir yol olup olmadığını sorgulayan “*Teknoloji Endeksi*” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Porter, Sachs ve Warner, 2000). Ekonomik yaratıcılık endeksinin bu iki endekse eşit ağırlık vermesi yenilik ve icatlar alanında güçlü bir yurtiçi ekonomiye sahip olan ülkelerle teknoloji transferi için elverişli bir yurtiçi ortama sahip olan ülkeleri aynı kefeye koymaktadır. Oysa, teknoloji ithalatına bağımlı olan ülkelerin uzun vadede rekabet gücü kaybına uğraması ve yurtiçi ar-ge kapasitesinde gerilemelerle karşılaşması söz konusudur. Başka bir ifadeyle, endeksin mevcut dönemde rekabet gücünün yüksek olmasını sağlayan teknoloji transfer

edebilme yeteneği ile gelecekte yüksek bir rekabet gücüne sahip olmaya neden olacak yenilik ve icat kapasitesini eşdeğer tutması endeksin zayıf tarafını oluşturmaktadır (Aktan ve Vural, 2004, s. 71).

Global rekabet endeksi 8 ana kategoride biri ise ek kategoride olmak üzere toplam 173 kriterden yararlanılarak hesaplanmaktadır. Rekabet gücünün ölçümlenmesinde yararlanılan değişkenler genellikle nicel bir yapıya sahiptir ve katılımcıların anketlere vermiş oldukları yanıtlardan meydana gelmektedir. Endekste puanlama 0 ile 2 puan arasındadır ve 0 puan bir ülkenin rekabet gücünün düşükliğini ifade ederken, 2 puan ise bir ülkenin rekabet gücünün yüksekliğini ifade etmektedir. İlk olarak her bir yapısal etkenin puanlaması, alt grupları da dâhil edilerek yapılmaktadır. Bir ülkenin puanlaması “dışa açıklık, devletin ekonomideki yeri, finansal piyasalar ve işgücü piyasalarının yapısı” kıstasları olmak üzere ilk dört etken, elde edilen istatistiksel veriler kullanılarak yapılmaktadır. Diğer dört etken olan “altyapı, teknoloji, yönetim ve sivil kurumların yapısı” ise anketlerden elde edilerek puanlanmaktadır. Anket sonuçları, WEF’in çeşitli ülkelerde bulunan ve özel sektörde üst düzey yöneticilerden elde edilen verilerden oluşmaktadır.

Global rekabet endeksi kişi başına milli gelir dışında bir takım sosyo-ekonomik göstergeler (8 yapısal faktör) esas alınarak bir ülkenin gelecek 5-10 yıl içerisindeki büyüme potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Global rekabet endeksi, bir ülkenin orta vadede ne tür bir gelişme trendi içerisinde olduğunu görölmesi açısından önem taşımaktadır. Şüphesiz endeks sıralaması bir tahminden öteye gitmemektedir. Bir ülkenin sosyo-ekonomik ve yapısal faktörlerinde ani bir iyileşme veya bozulma ülkenin rekabet endeksindeki yerini de değiştirebilmektedir (Akt. Vural, 2004, s. 71).

3. TÜRKİYE’DE VE DÜNYADA HALI SEKTÖRÜNÜN KONUMU VE DIŞ TİCARETİ

3.1. Dünya Halı Ticareti

Dünyada halı ticareti; el, makine ve tüfte halı olarak adlandırılan ve üretim teknikleri, maliyetleri, yatırım eğilimleri, tüketici profili, kullanım amacı, pazar yapısı ve sermaye yoğunluğu birbirlerinden oldukça farklılık gösteren üç temel grupta ele alınmaktadır. El halıları tarihi-kültürel miras yolu ile gelişen motiflere dayanan ve daha çok emek-yoğun olarak nitelenen bir üretim yapısına sahipken, makine halıları teknik tekstil kategorisinde yer alan ve sermaye-yoğun olarak nitelebilen bir üretim yapısındadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

Dünya halı ticareti son yıllarda hızlı bir gelişim göstermektedir. 2001-2018 yılları arasında dünya halı ticaretinin hacmi 15 milyar 903 milyon dolardan 31 milyar 599 milyon dolar düzeyine yükselerek % 100 oranında artmıştır. Araştırmanın bu kısmında dünya halı ticaretine yönelik ihracat ve ithalat verileri sunulmuştur. Öncelikle GTIP-57 “Halılar ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları” kategorisinde 2001-2018 dönemine ilişkin ilk 20 ülkenin ihracat/ithalat rakamları açıklanmıştır. Daha sonra da GTIP 5701, 5702, 5703, 5704 ve 5705 ürün kategorilerinde 2001-2018 dönemine ilişkin ilk 10 ülkenin ihracat/ithalat rakamları verilmiştir.

3.1.1. Dünya Halı İhracatı

“57-Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları” grubunda 20 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ihracat rakamları Tablo 1’de sunulmuştur. Buna göre toplam ihracat hacmi bakımından en etkin ülke 2,97 milyar dolar ile Çin olurken, Türkiye 2,26 milyar dolar ihracat ile ikinci sırada yer almaktadır. Tabloda yer alan 20 ülke 2018 yılı itibari ile 14.89 milyar dolar ihracat hacmine ulaşırken, halı sektöründe toplam ihracat hacmi ise 16.52 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Çin ve Türkiye’nin ardından dünya halı ihracatında öne çıkan diğer ülkelerin Hindistan, Belçika, Hollanda, ABD, İran ve Almanya olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Dünya Halı İhracatı, Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları

57 - Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları																			
Nu	İhracatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Çin	490722	557043	637495	773314	932224	1068648	1320039	1618521	1491264	1954949	2323673	2403738	2505473	2680213	2628967	2522916	2702166	2977667
2	Türkiye	263254	286558	381036	517543	669989	743093	991984	1158452	1075386	1266828	1601798	1997286	2187814	2347582	2009356	1912553	2161753	2264274
3	Hindistan	578747	602877	679661	795707	1051247	1222251	1220765	1188811	978190	1330358	1279522	1350669	1715697	1800142	1718612	1736929	1752376	1748388
4	Belçika	1940372	2028922	2275283	2466578	2405916	2502022	2810402	2603804	2050842	2044920	2093624	1850973	1975647	1914378	1718061	1721546	1751149	1733731
5	Hollanda	569103	619912	812262	902990	976821	1098092	1253159	1212669	1030999	1040271	1237816	1119158	1163855	1189532	1042149	1069249	1167392	1287227
6	ABD	731361	709971	712032	811489	932701	1010919	1035430	1110153	857872	1006281	1077287	1105466	1125050	1118767	1032245	974400	999189	977854
7	İran	601866	625102	666080	629688	637952	597675	562487	654931	771918	869796	897427	820590	657232	693670	641574	692844	817321	668471
8	Almanya	399793	417055	464633	522609	571618	620715	642857	805181	657381	686954	754716	677930	673079	689858	567251	622482	637536	643908
9	İngiltere	325894	319987	337747	381372	371185	412850	597067	449534	325372	311469	362596	312560	354137	375502	323734	302192	324450	362243
10	Mısır	3256	3276	3137	3397	3572	2103	2908	171272	301942	359094	412074	389557	405129	402430	339781	303493	313897	316250
11	Fransa	245262	251406	284496	313534	316558	324733	386879	390903	257896	266586	258914	246352	260739	269085	240632	250239	262809	281022
12	Polonya	44882	48432	57506	71867	97029	117160	172068	199980	138331	186700	246347	217915	244718	287465	245003	245458	247899	273529
13	İtalya	106997	107534	135541	154532	164131	175968	200239	209295	176465	171171	190252	178984	192427	201113	173285	187083	202950	234129
14	Danimarka	121376	122530	144141	154517	174955	204177	239610	237002	178985	173948	184432	182282	192273	203629	174278	187553	203207	224170
15	B.A.E.					38920		67190	72007				117151	147370	206806	111075	84978	146037	196252
16	Tayland	50401	51603	67422	89676	100019	126702	154591	172450	142095	181490	165059	172155	184278	177905	160416	161637	164683	166468
17	Kanada	203095	202565	208163	232559	242422	224378	198928	164448	126002	132530	152116	172712	168905	159343	156295	159149	154563	148301
18	Avusturya	73064	73981	86595	101983	92765	99094	113894	134948	110534	130167	140654	120972	120714	120973	103872	119870	133012	138486
19	İspanya	46147	51855	62003	70957	71043	78292	114234	115793	114069	89894	87441	91856	86752	97151	95570	108934	125576	132084
20	Çekya	38961	40227	50718	65894	80142	80687	89422	108094	99116	93327	95429	91631	104158	127760	125631	134111	116274	116110
Dünya (Toplam)		8054157	8359595	9397675	10587706	11547742	12456428	13976871	14743933	12489098	14030763	15543620	15356905	16236645	16827089	15164403	15040785	15953280	16526685

Kaynak: TRADEMAP'de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5701- Dügümlü veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümlü veya sarmalı yer kaplamaları” grubunda 10 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ihracat rakamları Tablo 2’de sunulmuştur. Bu kategoride toplam ihracat hacmi 2001-2007 yılları arasında yatay bir seyir izlemiş, ardından 2011 yılına kadar toplam ihracat hacmi genel bir yükseliş trendi göstermiş ve daha sonraki yıllarda da kademeli olarak azalıp 2018 yılında 1.348 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu kategoride Hindistan 312 milyon dolar ihracat ile ilk sırada yer almaktadır. Bu ülkeyi sırasıyla 282 milyon dolar ile Mısır, 238 milyon dolar ile İran takip etmektedir. Türkiye bu kategoride 42 milyon dolarlık ihracat ile 8.sırada bulunmaktadır.

Tablo 2. Dünya Halı İhracatı, Dügümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Dügümlü Veya Sarmalı Yer Kaplamaları

57 01- Dügümlü veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümlü veya sarmalı yer kaplamaları																			
Nu	İhracatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Hindistan	162529	167809	161193	193207	262338	317910	326157	372892	287719	449036	333179	364746	441684	398250	449277	416159	384434	312778
2	Mısır	1744	1668	916	536	1441	1046	1213	164453	260100	337724	400931	373687	376794	377517	309875	285562	294321	282586
3	İran	537243	535259	537632	498293	463823	439889	398322	422485	494880	557377	559271	427438	315447	330627	290638	360073	424451	238474
4	Nepal			39717						72074	64415	76508	63931	71762	73555	63646	73755	67182	72851
5	Pakistan			221171	225237	276823	239845	219074	185907	130143	127054	126213	117431	124805	119241	99942	83623	69589	66179
6	Çin	227111	223288	210036	193109	198209	189826	185344	196488	142651	139876	135511	134984	120959	105373	120598	78335	59416	49174
7	Afganistan								149623	67860	70016	49113	44510	60756	98636	90184	38984		44677
8	Türkiye	97957	77812	71083	99599	111446	105748	133092	132313	115411	139326	166316	129303	123089	115943	77053	50960	45303	42181
9	B.A.E					6262		11307	15615				15525	24659	70588	12997	7386	43940	40280
10	İtalya	10388	6488	8491	10112	10427	11617	11933	18922	13449	15569	17309	15804	17761	21504	20867	20493	22471	36101
	Dünya (Toplam)	1603877	1531160	1477238	1569343	1680432	1666257	1665868	2075627	1812725	2142078	2215898	1894176	1912979	1914525	1712427	1593657	1589536	1348972

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5702-Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları” grubunda 10 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ihracat rakamları Tablo 3’de sunulmuştur. Bu kategoride toplam ihracat hacmi 2001-2014 döneminde genel olarak artış göstermiş, 2015 yılında % 10’luk bir düşüş yaşanmış ve sonrasında 2018 yılına kadar devamlı olarak artmıştır. Ülkelerin ihracat rakamlarına bakıldığında Türkiye’nin bu kategoride 1 milyar 908 milyon dolarlık ihracat ile dünya toplam ihracat hacminin yaklaşık % 40’ına sahip durumdadır. Bu kategori aynı zamanda Türkiye’nin en fazla halı ihracatı yaptığı kategori durumundadır. İkinci sırada yer alan Hindistan 557 milyon dolar, üçüncü sıradaki Belçika 480 milyon dolar, dördüncü sıradaki Çin 460 milyon dolar ile Çin bulunmaktadır. Bu kategoride en fazla ihracat yapan ilk 10 ülke dünya toplam ihracatının % 85’ini gerçekleştirmektedir.

Tablo 3. Dünya Halı İhracatı, Dokunmuş Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları

57 02- Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları																			
Nu	İhracatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Türkiye	76176	73103	80711	117096	126336	121672	183694	845478	774294	966253	1278948	1680247	1876519	2011564	1712444	1623622	1843014	1908491
2	Hindistan	250153	259104	323745	394158	466135	485223	410783	289831	267845	270834	316370	326250	426708	447951	431171	460861	501372	557223
3	Belçika	672081	683063	746192	749775	683888	717606	821211	796924	655732	699126	713812	586951	576182	536600	462408	472278	486947	480569
4	Çin	48587	62665	96681	122695	179325	215239	261562	308584	265017	321834	398620	416191	460889	502912	495939	402756	435985	460249
5	İran	51812	72027	107986	95084	135373	131842	143376	204997	240487	262640	194952	322492	283796	264996	270326	252977	295321	366453
6	Almanya	48828	52964	63014	71068	77404	88276	99626	117281	109499	126179	156430	144728	144827	150379	124016	138113	132372	145097
7	ABD	47216	52818	50763	59376	63672	66179	86374	85424	69419	65427	76566	76808	84436	84103	81908	78612	87396	101561
8	UK	116313	102200	121523	126108	118778	132806	131650	120116	81614	76065	82261	71639	82902	83302	79067	64187	72779	73224
9	Hollanda	45435	51334	61857	45422	57746	57169	66236	51363	39206	58378	89004	68332	82050	78241	62978	71274	63995	69865
10	İsveç	20093	22247	28660	34362	32634	43209	49075	49221	30271	34322	41239	50970	66137	70191	61047	65290	68768	69018
Dünya (Toplam)		1822786	1891506	2190100	2389871	2523420	2757771	2986662	3724775	3220302	3590503	4199746	4518638	4857959	5044108	4467826	4332911	4745610	5035767

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5703-Halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftedilmiş)” grubunda 10 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ihracat rakamları Tablo 4’de sunulmuştur. Bu kategoride toplam ihracat hacmi 2001’den itibaren 2007 yılına kadar sürekli olarak artmıştır. Toplam ihracat hacmi 2001 yılında 3 milyar 647 milyon dolar iken 2007 yılında 7 milyar 285 milyon dolar düzeyine yükselmiştir. Bununla birlikte 2008-2018 dönemini kapsayan sonraki 10 yıl içerisinde dünya genelinde ihracatın inişli çıkışlı dalgalanma gösterdiği ve çok düşük bir büyüme gösterdiği görülmektedir. 2018 yılı itibarıyla toplam ihracat hacmi 7 milyar 557 milyon dolar düzeyindedir. Bu kategoride 2012 yılından kadar ilk sırada Belçika yer alırken bu yıldan itibaren ilk sıraya 2001’den itibaren ihracatını sürekli olarak artıran Çin yükselmiş ve 2018 itibarı ile 1 milyar 535 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaşmıştır. Türkiye 2018 yılı itibarı ile 299 milyon dolarlık ihracat ile 7.sırada bulunmaktadır.

Tablo 4. Dünya Halı İhracatı, Halılar ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftedilmiş)

57 03- Halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftedilmiş)																			
Nu	İhracatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Çin	138619	166964	209703	286373	352190	423615	509503	599671	556259	751043	874135	1015007	1144703	1302970	1273829	1279147	1355647	1535882
2	Belçika	1090247	1167678	1322569	1490448	1505127	1551907	1717818	1530063	1159006	1092217	1082570	1024560	1143934	1159630	1068724	1062504	1081349	1062091
3	Hollanda	419112	464691	590327	651729	680568	751670	934986	898946	765244	776819	925448	835203	879589	887989	796093	838080	899785	980943
4	ABD	545794	523814	549861	647856	738476	819338	817304	893331	702669	824864	876436	917530	905699	923952	834813	785273	787746	753535
5	Hindistan	52115	64213	76889	83749	136761	155590	216631	200537	164550	275619	349334	381151	454758	487594	522309	558435	554635	560690
6	Almanya	240499	272135	301456	332311	361453	388910	424249	470595	369407	366997	408956	370730	355321	360655	309085	317004	344259	349528
7	Türkiye	86363	133284	224853	295260	408041	474033	630225	141828	151964	139760	138988	171534	172510	205980	207750	225531	260516	299581
8	UK	131077	135623	137001	163202	158427	184102	348668	219851	167553	162327	183966	164024	187993	205795	170182	169368	174097	199418
9	Fransa	131647	129048	145507	160643	168071	160784	195195	205990	134833	143420	89027	94144	102074	105102	116534	148501	150403	160912
10	Polonya	11371	14593	15241	18869	30337	34662	40902	55301	53487	90282	134756	134704	153060	179659	150694	147585	147097	158863
Dünya (Toplam)		3647405	3926557	4588123	5308395	5785686	6250336	7285201	6575190	5364258	5858307	6460576	6439942	6874262	7261710	6793558	6909615	7203646	7557372

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5704-Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftu veya floke edilmemiş)” grubunda 10 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ihracat rakamları Tablo 5’de sunulmuştur. Bu kategoride toplam ihracat hacmini 2001-2008 ile 2009-2018 olarak iki dönemde ele almak mümkündür. 2001 yılında 466 milyon dolar olan ihracat düzeyinin 2008 yılına kadar istikrarlı şekilde artarak 826 milyon dolar düzeyine ulaştığı, sonraki 10 yıllık dönemde dalgalı bir seyir izlediği ve 2018 yılında 76 milyon dolar olarak gerçekleştiği belirlenmiştir. Söz konusu ihracat rakamı çerçevesinde bu kategorinin dünya halı ihracatında en düşük paya sahip olduğu görülmektedir. Hollanda 171 milyon dolarlık ihracatla ilk sırada bulunurken, bu ülkeyi 158 milyon dolar ile Belçika, 61 milyon dolar ile Almanya, 54 milyon dolar ile İsviçre takip etmektedir. Söz konusu kategoride Türkiye en fazla ihracat yapan ilk 10 ülke arasında bulunmamaktadır.

Tablo 5. Dünya Halı İhracatı, Keçeden Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftu Veya Floke Edilmemiş)

5704-Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftu veya floke edilmemiş)																			
Nu	İhracatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Hollanda	78608	83021	118755	145287	162877	198649	184075	188213	146781	140912	171710	147493	159295	183881	149170	131377	172817	171157
2	Belçika	155064	156251	176687	196407	193003	206715	238184	241582	201082	204358	236647	210604	219525	185800	153842	150309	148399	158479
3	Almanya	38547	30060	39887	50815	65986	68738	52373	58036	51120	56649	54024	50763	53908	58966	52299	60945	64784	61897
4	İsviçre	43056	42902	43927	51488	51196	57030	64820	71747	61400	58488	61256	57841	62533	60339	48300	50725	53582	54467
5	Fransa	19365	20719	21080	21813	21761	26544	59593	51285	31593	38819	24637	16740	18223	17336	16529	22936	35471	40354
6	İtalya	13980	14689	16077	20800	23812	27295	29570	33063	26655	26652	31131	30518	31955	33494	28527	29541	33028	38635
7	İran	9196	16327	19210	19537	23282	17227	17438	24258	32169	43450	52534	60368	41228	46853	28965	51923	61015	33894
8	ABD	53698	62555	40952	34027	49731	43248	44391	39544	20312	28011	39657	35592	40549	29463	18925	19412	27455	31515
9	Çin	2859	2732	2998	4622	6463	6803	7575	9872	11546	13982	15526	23070	17464	20853	21809	23828	23033	28075
10	Polonya	1885	2703	2507	3182	3793	3611	3593	7319	13565	19396	19795	18618	18431	15921	12496	17709	19414	26756
	Dünya (Toplam)	466019	479297	528792	614235	706485	740440	798508	826137	687817	769587	821432	772986	803146	825485	633390	671206	756892	776248

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5705-Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları” grubunda 10 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ihracat rakamları Tablo 6’da sunulmuştur. 2001 yılında bu kategoride 513 milyon dolar olan dünya toplam ihracatı istikrarlı bir büyüme ile 2011 yılında 1 milyar 821 milyon dolara ulaşmıştır. Sonraki 7 yılda ise toplam ihracat hacmi yatay seyir izlemiş ve 2018’de 1 milyar 746 milyon dolar olmuştur. Bu kategoride en fazla ihracat yapan ülke 904 milyon dolar ile dünya toplam ihracatının yaklaşık % 50’sini gerçekleştiren Çin’dir. Bu ülkenin ardından 313 milyon dolar ile Hindistan 2.sırada, 63 milyon dolar ile ABD 3.sırada, 57 milyon dolar ile Birleşik Krallık 4.sırada ve 44 milyon dolar ile Fransa 5.sırada bulunmaktadır. Bu kategoride Türkiye en fazla ihracat yapan ilk 10 ülke arasında yer almamaktadır.

Tablo 6. Dünya Halı İhracatı, Diğer Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları

5705-Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları																			
Nu	İhracatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Çin	73547	101395	118077	166516	196037	233165	356054	503906	515790	728214	899880	814487	761458	748104	716792	738850	828084	904288
2	Hindistan	113763	111223	116939	122079	173827	254322	261839	302750	256451	311952	276400	273130	380795	399032	310752	298799	309134	313969
3	ABD	52073	42609	37818	36103	36194	41004	40487	50514	39787	55217	51606	49690	64423	58498	74555	68823	73038	63698
4	UK	47963	43824	45137	48760	57781	57919	76609	73136	50921	49365	73897	51431	59659	60467	45953	43825	51843	57298
5	Fransa	41891	47353	62225	67984	68447	82564	81878	77152	54367	53948	116848	105597	103288	109258	78259	48781	44555	44270
6	Hollanda	20486	16403	35400	43453	48977	55104	63271	44016	50052	34769	48434	34637	34896	35393	29224	26564	28093	34402
7	Belçika	15778	15733	21692	21748	15154	18767	21911	24339	21549	40378	53152	21893	28690	26050	25310	29661	31000	28712
8	İran	3615	1404	1251	1541	2514	3272	3305	2893	4340	6286	5352	10038	16566	19855	13953	3464	4796	27106
9	Almanya	9549	13591	15982	17150	16707	17905	18420	25295	22138	31082	31470	27762	26599	32913	27033	24723	23472	26847
10	Endonezya	7955	8017	9223	11623	14726	8383	9121	13936	9727	18781	19500	26952	21811	18233	16416	20359	22978	23334
Dünya (Toplam)		513056	530461	612666	688712	812733	1006265	1234352	1438897	1337500	1612373	1821550	1680244	1761946	1755022	1531855	1499407	1628978	1746981

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

3.1.2. Dünya Halı İthalatı

Bu kısımda ilk olarak dünya halı sektöründe GTIP 57 “Halılar ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları” kategorisinde 2001-2018 dönemine ilişkin ilk 20 ülkenin ithalat değerleri sunulmuştur. Daha sonra ise araştırma kapsamında ele alınan GTIP 5701, 5702, 5703, 5704 ve 5705 ürün kategorilerinde 2001-2018 dönemine ilişkin ilk 10 ülkenin ithalat değerleri verilmiştir.

“57 - Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları” grubunda 20 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ithalat rakamları Tablo 7’de sunulmuştur. Buna göre halı sektöründe en büyük ithalatçı ülkenin 3 milyar 256 milyon dolar ile ABD olduğu görülmektedir. Bu ülkenin ardından 2.sırada 1 milyar 267 milyon dolar ile Almanya, 3. sırada 1 milyar 177 milyon dolar ile Birleşik Krallık yer almaktadır. En fazla ithalat yapan ilk 20 ülkenin toplam ithalatı 2018 yılı itibari ile 11 milyar dolar düzeyinde olup, bu rakam 15 milyar 73 milyon dolar olan dünya toplam ithalatının yaklaşık % 76’sının ilk 20 ülke tarafından gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Tablo 7. Dünya Halı İthalatı, Hahlar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları

57 - Hahlar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları																			
Nu	İthalatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	ABD	1414382	1618624	1762768	1946256	2116638	2260379	2240037	2028161	1571576	1848137	2025801	2154707	2286063	2579823	2650192	2789508	2903802	3256226
2	Almanya	1154565	1054068	1090477	1186231	1218808	1246436	1254826	1463695	1372934	1379903	1534796	1281083	1321331	1332665	1159698	1216667	1238588	1267299
3	UK	968119	1061828	1217290	1534577	1427779	1529598	1712800	1491333	1134754	1121191	1154206	1101813	1171824	1328013	1243101	1184759	1163839	1177225
4	Kanada	491944	496614	519779	591702	680088	774030	814664	814141	683274	780585	801413	843888	847747	815849	753753	741538	784178	774274
5	Japonya	371075	364022	388550	459970	501708	519992	517596	541386	500958	604530	660905	725983	680207	649589	546762	569474	602123	630114
6	Fransa	340556	341009	391822	430933	421298	451058	527848	576879	496965	527426	565030	493465	493794	528273	441179	462812	486120	518236
7	Avusturalya	108390	128993	167361	206091	223738	234361	287807	304263	276224	347011	389053	437088	464070	440659	427160	432049	432441	427395
8	Hollanda	248118	224558	259304	321037	338473	408305	422008	453829	344828	344371	389825	368214	355702	384616	348270	338383	380634	372914
9	Irak														2490	305348	243425	335791	372631
10	S.Arabistan	100661	81493	72417	78701	91415	103080	116591	138160	152135	169350	209740	282350	330233	427494	486358	381775	390257	371985
11	Polonya	95156	93335	97988	119590	141536	184206	236473	320541	224538	234688	261894	224455	244456	268713	223744	232185	247166	286030
12	Belçika	207008	204074	227660	247972	254875	263027	301625	291293	231843	258883	338305	244897	256686	280372	264250	263245	270821	266503
13	İsveç	103487	97609	118047	130381	138176	154038	186535	207752	154445	188443	220958	194148	212163	225606	195951	219956	245036	235878
14	İtalya	178912	186950	218855	273550	284719	296996	329715	309859	246259	282987	279132	217235	224675	249250	208926	216821	222584	231496
15	BAE					101909		147812	184618				219794	240401	284123	204524	194886	236416	227202
16	İspanya	112377	126935	154275	176068	183626	203866	260931	226169	205281	180998	173994	150892	158840	190862	167231	182665	205498	222849
17	Çekya	73363	92306	114324	137771	177147	178067	205831	246426	189505	191105	207087	196310	201760	238223	199550	198274	208744	215376
18	RF	37530	42803	49772	61855	73890	114015	180010	222762	141657	176035	229710	289781	285519	260593	142481	133136	185425	213987
19	Meksika	169978	173075	168947	167087	170745	201190	195189	180440	107682	161726	180226	199940	201930	209809	202472	187123	194724	212754
20	İsviçre	162331	154737	164088	179794	178297	186625	205583	214863	193177	214662	237800	212059	222575	221003	183961	177178	182310	191178
Dünya (Toplam)		7849048	8126454	9015813	10404315	11059735	11993266	13139052	13595331	11367130	12507812	13648092	13532479	14047396	14518708	13506587	13435659	14402133	15073445

Kaynak: TRADEMAP'de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5701- Dügümlü veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümlü veya sarmalı yer kaplamaları” grubunda 10 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ithalat rakamları Tablo 8’de sunulmuştur. Bu kategoride 2001 yılında 1 milyar 621 milyon dolar olan ithalat hacmi sonraki 6 yılda dalgalı bir seyir izlemiş ve 2007 yılında 1 milyar 719 milyon dolar düzeyinde gerçeklemiştir. 2008-2018 dönemi içinde dünya genelinde toplam ithalatta azalma eğilimi sergilemiş ve 2018 itibariyle 968 milyon dolara gerilemiştir. En çok ithalat yapan ilk 10 ülke arasında 419 milyon dolar ile dünya ithalatının % 43’ünü ABD gerçekleştirdiği ve 74 milyon dolar ithalat ile ikinci sırada yer alan Almanya’nın açık ara önünde yer aldığı görülmektedir. Birleşik Krallık 42 milyon dolar ile 3. sırada, Japonya 37 milyon dolar ile 4.sırada ve Kanada da 26 milyon dolar ile 5. sırada yer almaktadır.

Tablo 8. Dünya Halı İthalatı, Dügümlü veya Sarmalı Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Dügümlü veya Sarmalı Yer Kaplamaları

57 01- Dügümlü veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümlü veya sarmalı yer kaplamaları																			
Nu	İthalatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	ABD	516454	542627	554016	583769	596009	603472	575940	469715	307020	321555	286457	313651	330974	390740	413326	450385	387289	419803
2	Almanya	409042	304549	300097	330599	286644	279741	276117	243592	183332	185260	197927	145362	141497	117008	103576	97176	86300	74061
3	UK	66164	68388	60437	67387	62416	64505	56753	48654	38228	48259	52558	54555	50655	44824	45056	43358	38717	42082
4	Japonya	82678	60466	54446	58928	60180	57313	54175	40856	33934	42620	55189	66238	61417	52180	41910	33529	33155	37780
5	Kanada	29965	32147	34942	30230	36129	39109	37309	33765	25754	31434	36420	36346	30455	27721	26480	27825	26507	26052
6	İsviçre	46188	43939	45682	53292	43718	38951	39464	34357	31283	36528	38185	31000	33553	36196	28954	22955	24099	25949
7	İtalya	67916	69590	74991	93318	85089	82392	85299	60508	52033	50485	45946	31162	27157	31212	25049	25096	25129	25689
8	BAE					14589		22334	24547				22089	30704	53602	12516	20183	19690	22321
9	Fransa	45008	41747	36034	43043	41750	39704	42267	41287	31591	27581	31316	30512	25106	25009	21746	22576	22506	20744
10	Avustralya	18249	31275	37299	35350	19399	19120	23765	24473	18873	21412	22701	26037	23845	21572	17639	18971	20297	19215
Dünya (Toplam)		1621472	1517688	1548026	1715203	1645879	1719714	1719427	1542491	1211738	1310599	1333163	1203878	1171228	1185209	1001789	984142	913225	968689

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5702-Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları” grubunda 10 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ithalat rakamları Tablo 9’da sunulmuştur. Bu kategoride toplam ithalat hacmi 2001-2018 döneminde birkaç yıl haricinde istikrarlı olarak artmıştır. 2001 yılında 1 milyar 833 milyon dolar olan ithalat hacmi 2018 yılına gelindiğinde 4 milyar 868 milyon dolara yükselmiştir. dünya genelinde en fazla ithalat yapan ülke 1 milyar 484 milyon dolar ile ABD olmuştur. Söz konusu değer ABD’nin dünya toplam ithalatının % 30’unu gerçekleştirdiğini göstermektedir. Bu ülkenin ardından 318 milyon dolar ile Almanya ithalat hacminde 2. sırada bulunmaktadır. En fazla ithalat yapan ülke sıralamasında 3. sırada 278 milyon dolar ile Irak, 4. sırada 221 milyon dolar ile S.Arabistan ve 5. sırada da 205 milyon dolar ile Birleşik Krallık yer almaktadır. Bu kategoride ilk 10 sırada bulunan ülkeler toplam 3 milyar 184 milyon dolar düzeyinde ithalat ile dünya toplam ithalatında % 64’lük bir paya sahip durumdadır.

Tablo 9. Dünya Halı İthalatı, Dokunmuş Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları

57 02- Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları																			
Nu	İthalatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	ABD	412658	475931	545682	641209	730283	760944	756982	706913	550688	690438	758216	828347	897352	1021196	1044873	1153828	1295590	1484654
2	Almanya	154151	153950	172581	190487	195214	215052	223834	272516	275266	323993	377967	301720	334924	374450	295422	303034	315930	318386
3	Irak														1240	226746	165981	243072	278684
4	S. Arabistan	73859	59442	50152	54472	67594	77180	89440	97290	116624	119479	151421	188723	224367	250774	295896	261030	258237	221954
5	UK	202806	210359	220826	263217	237349	249291	274325	249786	190551	194874	203287	164877	177608	206428	187941	181699	192311	205416
6	Japonya	139910	131604	141272	160322	175005	185449	183509	197044	165305	179632	194111	197200	189338	177326	145897	154450	167497	163478
7	Fransa	86773	86403	100911	110590	107259	112433	145532	172583	142508	151957	158231	135109	133170	143357	118461	123986	139605	149336
8	Kanada	40247	41765	45375	50109	53228	57877	70181	67844	58386	69242	77745	84933	84446	84571	85980	100730	132885	121809
9	BAE					53137		82287	98520				108068	108833	108663	98779	81476	112550	105654
10	Polonya	28761	28382	28914	37083	41899	48188	61639	75417	52213	62149	76508	77956	82846	104084	91320	90476	100747	104781
Dünya (Toplam)		1833989	1904020	2152537	2489287	2736167	2928153	3294277	3582692	3030808	3389644	3940605	4022844	4252950	4272389	4085973	4087885	4646809	4868742

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5703-Halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftedilmiş)” grubunda 10 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ithalat rakamları Tablo 10’da sunulmuştur. Bu kategoride 2001 yılında 3 milyar 539 milyon dolar olan toplam ithalat hacmi 2008 yılına kadar sürekli artmış göstermiş ve bu yıl itibari ile 6 milyar 541 milyon dolar düzeyine ulaşmıştır. Sonraki 10 yıl içinde ithalat hacminin dalgalı bir seyir izlediği ve sadece % 7 oranında artmış ve 6 milyar 960 milyon dolar düzeyine yükselmiştir. En fazla ithalat yapan ülkeler incelendiğinde bu kategoride 2014 yılına kadar Birleşik Krallık’ın listede ilk sırada yer aldığı, daha sonra ise ABD’nin ilk sıraya yükseldiği görülmektedir. 2018 yılı itibariyle ABD 980 milyon dolar ithalat ile 1.sırada bulunurken, 812 milyon dolar ile Birleşik Krallık 2. sırada, 591 milyon dolar ile Almanya 3.sırada, 573 milyon dolar ile Kanada 4.sırada ve 284 milyon dolar ile Avustralya 5.sırada bulunmaktadır.

Tablo 10. Dünya Halı İthalatı, Halılar ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftedilmiş)

57 03- Halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftedilmiş)																			
Nu	İthalatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	ABD	409610	491690	546896	584902	629029	722728	738748	692272	571346	666779	745929	783262	818907	926516	903489	891539	904696	980121
2	UK	640256	724857	862577	1115206	1041136	1120424	1261450	1082100	821999	783477	789898	775600	823258	958428	896543	842364	821772	812108
3	Almanya	472992	469703	483023	512687	576176	588507	572636	656184	577479	590989	631158	574088	579630	575886	511969	534300	563301	591750
4	Kanada	363310	358244	388407	469547	553182	637098	661956	666577	559882	634218	640611	677043	675574	653409	600235	574255	580156	573958
5	Avustralya	46841	47537	70977	103403	136656	143247	170662	177971	163817	212482	241072	274744	306642	280925	268911	280004	279817	284817
6	Japonya	122203	139894	154278	189594	209378	209387	217503	232812	221029	277117	280218	319317	298558	294159	249036	256186	259278	263231
7	Hollanda	141174	142427	159202	216093	212343	251341	271049	293691	229384	227829	227767	229996	221376	235824	217355	205667	238504	224429
8	Fransa	159887	158050	188938	201815	199505	221215	253516	263519	229088	231651	234187	220064	223240	239015	199175	210516	207514	220919
9	Meksika	100736	107218	107181	99908	103532	117927	120951	111609	65107	105572	114538	123961	129043	137429	126875	122975	135141	144608
10	Çekya	38234	49090	64181	80368	94781	106640	123018	130007	102181	102253	119890	110395	122099	146019	125958	127168	142118	144066
Dünya (Toplam)		3539484	3783307	4294275	5038947	5364122	5907783	6483916	6541485	5386937	5886566	6207272	6307390	6549511	6984343	6427185	6360426	6685295	6960501

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5704-Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftu veya floke edilmemiş)” grubunda 10 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ithalat rakamları Tablo 11’de sunulmuştur. Söz konusu kategoride dünya toplam ithalatı 2001-2008 arasında istikrarlı bir büyüme sergilerken, sonraki 10 yılda yatay olarak seyretmiş ve % 8’lik küçülmeye birlikte 2018 yılında 715 milyon dolar düzeyine inmiştir. en fazla ithalat yapan ilk 10 ülke incelendiğinde; diğer 4 ürün kategorisinde ilk sırada yer alan ABD’nin bu kategoride 2.sırada bulunduğu ve Almanya’nın 131 milyon dolarlık ithalat ile ilk sırada olduğu görülmektedir. 2.sıradaki ABD’nin ithalat hacmi 66 milyon dolar iken, 3.sırada 43 milyon dolar ile Birleşik Krallık, 4.sırada 38 milyon dolar ile Çekya ve 5.sırada 35 milyon dolar ile Japonya yer almaktadır. En fazla ithalat yapan ilk 10 ülkenin 432 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirdiği ve dünya toplam ithalatında % 60’lık bir paya sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Dünya Halı İthalatı, Keçeden Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftu veya Floke Edilmemiş)

5704-Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftu veya floke edilmemiş)																			
Nu	İthalatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Almanya	76408	77679	91550	101312	108089	112999	126006	143402	141404	135191	149310	137063	144931	140838	121721	119403	131672	131623
2	ABD	31809	44117	48191	58803	65620	71284	62148	65012	47657	55740	55303	48354	54923	56390	62258	56797	57976	66687
3	UK	33235	36105	44974	50765	46415	53842	68721	66095	46125	52143	55909	52552	61934	60572	47987	46928	40389	43347
4	Çekya	26834	31810	36298	39728	48454	48669	55348	65260	44924	48698	50219	37826	34254	41089	43962	42159	38049	38463
5	Japonya	6270	6538	6390	5670	5810	7096	6793	6382	5796	5638	5404	6571	6042	5910	6355	23203	30799	35695
6	Fransa	23213	21064	23628	24455	23576	25637	28732	31368	31365	31306	32430	30650	32430	33860	26005	27886	31407	33581
7	Kanada	45073	50920	37598	32738	29700	29312	30422	25697	19328	16653	17222	16975	22739	21222	17263	18243	21243	24463
8	Hollanda	24167	13354	17661	17856	20944	31671	22616	19197	10276	11013	13997	16126	18024	27599	19800	20003	20074	20790
9	Meksika	17124	17127	20019	18381	21567	19678	19405	17153	11675	21826	32452	38840	35542	35109	12047	7279	13817	19311
10	Polonya	5160	7625	7982	11361	11810	19584	18691	28515	21225	23468	24233	20606	20990	19529	11567	14001	17750	18650
Dünya (Toplam)		428117	457946	511819	548715	594797	643236	717666	770368	616362	688798	741929	714434	749074	729499	641191	652624	718181	715306

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5705-Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları” grubunda 10 ülkenin 2001-2018 dönemindeki ithalat rakamları Tablo 12’de sunulmuştur. Bu kategoride 2001 yılında 423 milyon dolar olan toplam ithalat 2008 yılına kadar sürekli artmıştır. 2008 yılında 1 milyar 14 milyon dolar olan dünya ithalatı dalgalı bir seyir izlemekle birlikte 2018 yılına kadar büyümesini sürdürmüştür. 2018 itibari ile dünya toplam ithalatı 1 milyar 446 milyon dolara yükselmiştir. Ülkeler bazında yapılan incelemeye göre bu kategoride ABD 2001-2018 dönemi süresince en fazla ithalat yapan ülke konumundadır. 2018 yılı itibariyle ilk sıradaki ABD’nin toplam ithalatı 304 milyon dolar, 2. sıradaki Japonya’nın ithalatı 129 milyon dolar, 3.sıradaki Fransa’nın ithalatı 93 milyon dolar, 4.sıradaki Birleşik Krallık’ın ithalatı 74 milyon dolar ve 5.sıradaki Mısır’ın ithalatı 64 milyon dolar düzeyindedir.

Tablo 12. Dünya Halı İthalatı, Diğer Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları

5705-Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları																			
Nu	İthalatçı Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	ABD	43851	64259	67982	77573	95696	101952	106219	94249	94864	113625	179895	181094	183906	184980	226247	236959	258251	304961
2	Japonya	20014	25519	32165	45455	51335	60748	55617	64292	74894	99523	125984	136657	124853	120014	103564	102106	111394	129931
3	Fransa	25675	33746	42311	51030	49207	52069	57801	68122	62412	84931	108866	77128	79847	87031	75792	77849	85087	93656
4	UK	25658	22120	28477	38001	40463	41536	51551	44698	32576	42438	52553	54230	58370	57762	65574	70410	70650	74273
5	Mısır	880	352	272	336	958	1830	1255	4760	8047	10756	8228	10453	14841	29587	52959	22020	27833	64160
6	Almanya	41972	48187	43226	51146	52685	50137	56233	63959	75604	84372	83877	52724	52104	54100	51734	49035	56899	50631
7	Brezilya	2370	1287	749	724	664	1035	2241	3438	1914	4180	7112	9490	15340	20112	19978	10787	21703	31281
8	Irak														0	14870	11496	21454	30761
9	Hollanda	25276	22204	26497	23436	28548	29523	35378	35785	26313	15245	25416	15866	25945	23251	26363	28015	21996	29105
10	Polonya	4571	2818	2988	6207	6900	12948	24241	31364	18987	21182	28261	22387	23113	24178	22797	22709	24260	28904
Dünya (Toplam)		423522	461457	507358	591817	685976	767510	902362	1014807	958076	1132477	1304787	1188742	1226851	1244504	1244579	1194679	1336160	1446209

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

3.2. Dünya Halı Üretimi

Halılar üretim yöntemlerine göre el, makine ve tüfte halı olmak üzere 3 ayrı grupta ele alınmaktadır. El halıları emek-yoğun üretim sistemi ile, makine halılarıysa sermaye-yoğun üretim biçimine sahiptir. Teknolojideki gelişimle birlikte makine halılarının üretimi el halılarına nazaran daha hızlı gelişim göstermiştir. Makine halısı üretimine bakıldığında, dünyada en fazla makine halısı üretiminin ABD’de yapıldığı, bunu ise Belçika’nın izlediği görülmektedir. Türkiye ise, tüfte halı haricinde dokuma makine halısı sınıfında dünya üretim kapasitesinin yaklaşık olarak % 28’ini oluşturmaktadır. AB içinde makine halısı üretimi genellikle Belçika’da yoğunlaşmış olup, Gent şehri makine halısı üretiminin merkezi durumundadır. Bununla birlikte Almanya, Hollanda, İngiltere ve Fransa da AB içinde makine halısı üretiminin yapıldığı ülkelerdir. Asya’da ise Çin, Pakistan ve Hindistan makine halısı üretiminde öndedir. El halısı üretimine bakıldığında ise genellikle İran, Çin, Pakistan, Hindistan, Türkiye, Nepal’in önde olduğu görülmektedir. El halısı pazarı genellikle Asyalı üreticilerin kontrolündedir (Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği, 2011).

3.3. Türkiye Halı Ticareti

Türkiye halı ticareti hacmi 2001-2018 döneminde yaklaşık 10 kat oranında büyüme göstermiştir. 2001 yılında 263 milyon dolar olan toplam ihracat 2009 yılı hariç olmak üzere 14 yıl süresince sürekli büyüme göstermiş ve 2014 yılında 2 milyar 347 milyon dolara ulaşmıştır. Sonraki 4 yıllık dönemde ise dalgalı bir seyir takip etmiş ve 2018 itibariyle 2 milyar 264 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde ithalat değerleri incelendiğinde 2001 yılında 51 milyon dolarlık halı ithalatı 2009 yılına kadar artış göstererek 141 milyon dolara yükselmesine karşın, sonraki 9 yılda azalma trendi göstermiş ve 2018 yılında 53 milyon dolar olmuştur. Türkiye’nin en fazla halı ihracatı yaptığı ülkeler sırasıyla ABD, S. Arabistan, Irak, Almanya ve Birleşik Krallık iken, en fazla ithalat yapılan ülkeler ise Hollanda, Hindistan, Çin, Belçika ve Birleşik Krallık olarak sıralanmaktadır. Araştırmanın bu kısmında GTIP 5701, 5702, 5703, 5704 ve 5705 ürün kategorilerinde 2001-2018 dönemine ilişkin olarak Türkiye’nin ihracat ve ithalat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin değerler sunulmuştur.

3.3.1. Türkiye Halı İhracatı

“5701- Dügümlü veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümlü veya sarmalı yer kaplamaları” grubunda 2001-2018 döneminde Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin rakamlar Tablo 13’de sunulmuştur. Türkiye’nin bu kategoride toplam ihracat hacmi 2001-2018 arasında oldukça inişli-çıkışlı seyretmiştir. Toplam ihracat hacmi 2001 yılında 97 milyon dolar iken 2011 yılında 166 milyon dolara yükselmiş, daha sonra azalarak 2018 yılında 42 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’nin dünya genelinde en fazla ihracat yapan 8.ülke olduğu bu kategoride, en fazla ihracat yaptığı ülke 18 milyon dolar ile ABD olup, toplam ihracatın yaklaşık % 45’i bu ülkeye gerçekleştirilmiştir. Bu ülkeyi sırasıyla 4.7 milyon dolar ile Japonya, 1.7 milyon dolar ile Almanya, 1.2 milyon dolar ile Çekya ve 1.1 milyon dolar ile İsviçre takip etmektedir.

Tablo 13. Türkiye Halı İhracatı, Dügümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Dügümlü Veya Sarmalı Yer Kaplamaları

57 01- Dügümlü veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümlü veya sarmalı yer kaplamaları																			
Nu	İhracat Yapılan Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	ABD	22674	11787	9746	14199	16912	23205	36585	32736	24562	26003	28414	29839	32873	39834	29893	18115	17641	18802
2	Japonya	5037	3665	2847	2926	5771	5772	12098	11189	11523	17703	26099	22278	21774	18053	6665	621	1933	4769
3	Almanya	36712	21020	16661	12815	6169	5114	909	3105	2003	2120	4195	3309	3018	3655	4464	3513	2481	1769
4	Çekya	13	33	69	286	1149	316	183	239	183	5196	7381	20972	11209	68	2738	134	740	1241
5	İsviçre	2272	1666	1729	3118	1916	754	678	1156	1269	1946	3851	3027	2465	1922	1486	736	1128	1186
6	İtalya	1824	2665	2530	3320	2535	2800	2753	2344	2043	3871	4836	3348	3334	3378	2981	1739	2060	1154
7	Hollanda	292	669	1724	265	1402	522	674	2340	39	428	1556	1664	2103	2257	2908	2612	1323	1151
8	B. Hersek	51	18	10	9	47	20	93	7	4	8	8	0	8	44	13	27	59	1060
9	GKRY	6	2	55	105	86	14	1505	135	29	53	154	159	120	0	0	0	1355	927
10	İsveç	13	34	35	667	63	53	62	37	291	600	884	2581	2374	1600	913	1174	2450	908
Toplam İhracat		97957	77812	71083	99599	111446	105748	133092	132313	115411	139326	166316	129303	123089	115943	77053	50960	45303	42181

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5702-Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları” grubunda 2001-2018 döneminde Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin rakamlar Tablo 14’de sunulmuştur. Türkiye’nin 1 milyar 908 milyon dolar ile dünya ihracatında ilk sırada yer aldığı bu kategoride 2001-2018 döneminde ülke ihracatı genel olarak istikrarlı bir büyüme göstermiştir. Bu kategoride en fazla ihracat yapılan ülkeler arasında Ortadoğu’dan 7 ülke olması dikkat çekmektedir. ABD 526 milyon dolar ile yapılan ihracatta ilk sırada bulunurken toplam ihracatta da % 25’lik bir paya sahip durumdadır. Suudi Arabistan 237 milyon dolar ile 2. sırada, Irak 121 milyon dolar ile 3. sırada, Almanya 92 milyon dolar ile 4. sırada ve BAE 72 milyon dolar ile 5.sırada bulunmaktadır.

Tablo 14. Türkiye Halı İhracatı, Dokunmuş Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları

57 02- Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları																			
Nu	İhracat Yapılan Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	ABD	7695	7428	7050	12514	12043	10994	25297	39099	44866	85378	105388	133664	165158	212330	229389	294972	428986	526312
2	S. Arabistan	24940	16808	13552	23600	24190	16742	21095	88144	116564	135313	231301	314498	313270	359428	368879	299415	276672	237172
3	Irak	0	0	549	3203	2004	1987	5542	57932	85645	96136	120790	171870	163346	175262	157827	88669	144520	121143
4	Almanya	5263	6723	10110	11004	13062	14978	14727	47383	58434	68053	91923	90595	99428	117966	105115	101767	102550	92260
5	BAE	2748	3361	3281	4400	4889	4447	4122	22801	18363	22929	35006	54419	57353	71073	65879	69987	69687	72296
6	Mısır	0	271	174	509	570	445	443	4166	13025	21400	11686	58046	36331	56320	63346	33747	24612	61766
7	Libya	24	202	724	1102	940	998	2011	16171	12428	15839	26662	122715	199959	122625	75260	34774	35746	48637
8	UK	2118	2158	2771	5149	4708	5658	7184	10157	17843	22285	28318	36807	35395	39068	36887	38703	38711	41528
9	İran	4	5	82	139	652	997	4155	15445	13220	23640	29178	15635	10276	14906	7701	46055	25938	39445
10	İsrail	1161	842	1008	1335	1564	1339	2907	11501	11675	16193	24179	27588	27745	30515	30696	31091	35097	28519
Toplam İhracat		76176	73103	80711	117096	126336	121672	183694	845478	774294	966253	1278948	1680247	1876519	2011564	1712444	1623622	1843014	1908491

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5703-Halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftedilmiş)” grubunda 2001-2018 döneminde Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin rakamlar Tablo 15’de sunulmuştur. Türkiye’nin dünya genelinde ihracat sıralamasında 7.ülke konumunda olduğu bu kategori, toplam halı ticaretinde diğer kategorilere kıyasla daha düşük hacme sahip olan ancak istikrarlı büyümenin görüldüğü bir kategoridir. 2001 yılında 86 milyon dolar olan ihracat tutarı 2018 yılı itibariyle yaklaşık 3,5 kat büyüyerek 299 milyon dolara ulaşmıştır. Toplam ihracatın 55 milyon dolar ile yaklaşık % 18’i Birleşik Krallık’a gerçekleştirilirken, bu ülkeyi 46 milyon dolar ile Irak, 27 milyon dolar ile S. Arabistan, 16 milyon dolar ile ABD ve 10 milyon dolar ile Kuveyt izlemektedir.

Tablo 15. Türkiye Halı İhracatı, Halılar ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tufted Edilmiş)

57 03- Halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tufted edilmiş)																			
Nu	İhracat Yapılan Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	UK	420	868	1211	1514	2738	2914	3650	3651	9462	10718	17562	18976	20246	41003	43220	41749	48734	55962
2	Irak	0	0	14345	27709	30788	30418	44276	10689	14784	10815	17169	19167	19717	20602	22406	23817	35981	46136
3	S. Arabistan	12538	24051	31101	36557	51551	56053	71417	9605	10431	8762	9101	14348	5659	8783	16738	21245	33765	27076
4	ABD	3486	4872	11950	18630	25929	30427	24860	11566	8010	7920	13333	18452	22277	19370	14409	15018	17113	16844
5	Kuveyt	2289	3192	3498	5403	6812	10323	10725	1259	1343	1172	2123	1484	314	1236	3147	5652	8144	10088
6	Belçika	320	296	291	1995	3680	3158	5310	1613	3734	2117	465	1066	951	1426	7987	11931	9077	9637
7	Katar	70	196	208	546	338	932	1225	104	288	330	333	579	760	979	1439	818	2889	9458
8	Almanya	2014	2170	4631	5032	5681	7320	18668	9225	8596	9928	3950	4226	5479	7135	7381	8047	9457	9119
9	Cezayir	1	7	54	1	165	175	399	244	703	837	790	1434	1241	1358	2749	2667	5368	7787
10	İran	597	50	85	682	542	2612	6625	2163	2043	2698	4239	3887	1545	1871	2004	4263	2245	7545
Toplam İhracat		86363	133284	224853	295260	408041	474033	630225	141828	151964	139760	138988	171534	172510	205980	207750	225531	260516	299581

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5704-Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftu veya floke edilmemiş)” grubunda 2001-2018 döneminde Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin rakamlar Tablo 16’da sunulmuştur. Bu kategori Türkiye’nin halı ticaret hacminde en düşük paya sahip olan kategori olup, 2001-2018 arasındaki 18 yılda çok düşük bir büyüme yaşanmıştır. 2001 yılında 261 bin dolar olan toplam ihracat hacmi 2018 yılında ancak 1 milyon dolar düzeyine ulaşmıştır. Söz konusu kategoride en fazla ihracat yapılan ülkeler 216 bin dolar ile Irak, 138 bin dolar ile RF, 92 bin dolar ile Romanya, 52 bin dolar ile ABD ve 50 bin dolar ile Bahreyn olarak sıralanmaktadır. Bu kategoride pek çok ülke ile ihracatın 5-10 yıllık bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 16. Türkiye Halı İhracatı, Keçeden Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftu Veya Floke Edilmemiş)

5704-Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftu veya floke edilmemiş)																			
Nu	İhracat Yapılan Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Irak	0	0	0	6	0	18	45	0	22	10	5	70	118	95	60	462	342	216
2	RF	0	0	0	4	0	3	27	76	93	63	54	9	592	17	6	0	15	138
3	Romanya	73	13	43	3	2	9	14	17	4	7	1	13	49	62	21	57	24	92
4	ABD	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	141	236	172	3	0	16	18	52
5	Bahreyn	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	50
6	Kuveyt	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	10	0	46
7	Lübnan	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	0	0	2	0	0	0	4	42
8	Avustralya	0	0	0	0	0	0	0	0	23	0	0	0	0	13	0	0	0	38
9	Azerbaycan	0	6	0	1	2	0	8	10	1	8	10	27	16	110	30	11	7	32
10	Suriye	0	0	0	0	0	0	0	46	20	38	11	2	0	0	0	0	14	32
Toplam İhracat		261	190	203	214	255	118	456	549	565	457	572	1018	1685	1240	505	1291	1097	1041

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5705-Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları” grubunda 2001-2018 döneminde Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin rakamlar Tablo 17’de sunulmuştur. Bu kategori de halı ticaretinde diğer kategorilere nazaran Türkiye’nin zayıf olduğu kategorilerden biri olup, araştırmaya konu olan dönemi iki başlıkta ele almak mümkündür. 2001 yılında 2.49 milyon dolar olan ihracat 2007 yılında 44.5 milyon dolar düzeyine ulaşmıştır. Bununla birlikte sonraki 10 yıllık dönemde ihracat düşüşe geçmiş ve 2018 yılı itibariyle 12.9 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu kategoride en fazla ihracatın yapıldığı ülkeler arasında ilk sırada 1.90 milyon dolar ile Türk halı ihracatında önemli bir yere sahip olan Irak bulunurken, İsrail 1.22 milyon dolar ile 2. sırada, S. Arabistan 1.06 milyon dolar ile 3.sırada, 653 bin dolar ile RF 4.sırada ve 456 bin dolar ile ABD 5.sırada yer almaktadır.

Tablo 17. Türkiye Halı İhracatı, Diğer Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları

5705-Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları																			
Nu	İhracat Yapılan Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Irak	0	0	309	244	380	219	568	594	506	1259	987	1800	2139	841	766	740	464	1906
2	İsrail	157	122	74	222	243	266	449	463	63	81	324	229	133	139	133	713	1847	1226
3	S. Arabistan	249	159	289	818	4619	17100	20571	16722	18638	7176	4235	2981	2044	1813	2465	1079	382	1066
4	RF	44	22	93	146	282	490	751	1520	510	203	183	498	575	549	39	26	137	653
5	ABD	124	55	49	872	7904	8408	5362	504	234	68	235	257	44	34	43	16	169	456
6	Azerbaycan	6	7	28	10	32	12	91	144	321	421	413	127	572	195	187	295	943	416
7	Bosna Hersek	2	4	5	10	26	80	101	227	115	15	69	44	23	49	88	131	112	405
8	Almanya	271	86	317	353	1857	543	580	525	635	1661	897	905	478	441	396	475	404	376
9	Yunanistan	90	272	148	128	99	160	157	108	123	229	34	53	60	76	141	160	186	350
10	Portekiz	85	11	0	0	22	25	30	17	32	0	15	8	31	90	196	448	405	347
Toplam İhracat		2497	2168	4185	5374	23911	41521	44518	38284	33153	21032	16975	15183	14011	12855	11603	11148	11823	12981

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

3.3.2. Türkiye Halı İthalatı

“5701- Dügümlü veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümlü veya sarmalı yer kaplamaları” grubunda 2001-2018 döneminde Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin rakamlar Tablo 18’de sunulmuştur. Bu kategoride 2001 yılında 27.7 milyon dolar olan Türk halı ithalatı 2008 yılına kadar istikrarlı biçimde artış göstererek 122 milyon dolar seviyesine ulaşmış, sonraki yıllarda ise düşüşe geçerek 2018 yılında 4.96 milyon dolar olmuştur. En fazla ithalat yapılan ülkelere bakıldığında 2018 yılı itibariyle ilk sırada son 9 yıl süresince en çok ithalatın yapıldığı Hindistan’ın olduğu, 2.sırada 1.30 milyon dolar ithalat ile Pakistan’ın olduğu, 3.sırada 2001-2009 periyodunda ilk sırada yer almasına karşın daha sonra gerileyen ve 762 bin dolar ithalat yapılan Çin’in geldiği görülmektedir. Bu ülkeleri ise 362 bin dolar ithalat ile Afganistan ve 88 milyon dolar ithalat ile Özbekistan izlemektedir.

Tablo 18. Türkiye Halı İthalatı, Dügümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Dügümlü Veya Sarmalı Yer Kaplamaları

57 01- Dügümlü veya sarmalı halılar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden düğümlü veya sarmalı yer kaplamaları																			
Nu	İthalat Yapılan Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Hindistan	1943	2065	3921	6598	6532	15989	26682	34676	31326	41488	49727	48713	46225	43740	14345	4356	2782	2141
2	Pakistan	6790	4024	4032	5767	8002	13888	25431	31691	20552	25903	26179	21319	21531	22178	5585	2296	1258	1306
3	Çin	10394	11426	10713	17639	28294	38398	44588	44123	29805	36587	27563	25876	23383	17416	7018	969	415	762
4	Afganistan	49	10	4	8	51	70	300	632	756	2047	2079	2362	2768	3558	954	529	191	362
5	Özbekistan	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	10	118	296	431	156	217	52	88
6	Lübnan	1	0	5	0	6	0	0	3	20	0	0	91	1	15	0	0	0	64
7	Azerbaycan	208	385	182	283	109	193	167	177	66	32	45	26	8	16	7	2	1	45
8	Mısır	3	35	80	93	58	11	23	5	11	4	0	63	0	58	0	0	1	45
9	İran	1678	2050	3405	2543	3293	2350	3382	2758	1460	1248	1062	1345	850	2313	925	74	49	39
10	UK	51	171	66	72	20	31	242	383	60	338	25	35	76	87	13	15	78	28
Toplam İhracat		27797	25447	29246	40124	55387	83672	109902	122329	89382	111617	110970	104804	100034	94097	30164	9326	5393	4956

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5702-Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları” grubunda 2001-2018 döneminde Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin rakamlar Tablo 19’da sunulmuştur. Türkiye’nin dünya ihracatında ilk sırada olduğu bu kategoride 2001-2018 döneminde ithalat oldukça düşük düzeyde büyümüştür. 2001 yılında 4.9 milyon düzeyinde olan ithalat 2018 yılı itibariyle 13.5 milyon dolar seviyesindedir. Bu kategoride en fazla ithalat yapılan ülkeler incelendiğinde; halı sektöründe dünyanın en önemli ihracatçılarından biri olan Hindistan’ın 2001-2018 arasında ilk sıradaki yerini koruduğu görülmektedir. 2018 yılı itibariyle ilk sıradaki Hindistan’dan 3.9 milyon dolar, 2.sıradaki Bulgaristan’dan 1.7 milyon dolar, 3.sıradaki Mısır’dan 1.4 milyon dolar, 4.sıradaki Belçika’dan 1.2 milyon dolar ve 5.sıradaki Çin’den yaklaşık 1 milyon dolar düzeyinde ithalat gerçekleştirilmiştir.

Tablo 19. Türkiye Halı İthalatı, Dokunmuş Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları

57 02- Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları																			
Nu	İthalat Yapılan Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Hindistan	1424	3755	6213	7940	4574	7851	12044	11425	7047	10291	10786	7398	8146	9773	6659	4445	3717	3927
2	Bulgaristan	56	37	4	1	11	30	87	33	20	4	0	1	2	0	0	0	145	1796
3	Mısır	0	10	0	5222	437	359	1115	426	310	1366	2351	2037	3590	3229	2073	1792	1720	1477
4	Belçika	929	1353	1735	7028	6712	3379	1472	3001	1706	2589	2939	3844	3238	2328	1772	1352	1741	1253
5	Çin	366	543	394	1034	1986	2723	2548	2410	1762	1295	2037	2842	5960	6696	6253	3070	2924	999
6	Almanya	69	527	503	94	1455	1828	626	486	1692	402	384	2009	2321	753	289	544	418	654
7	ABD	71	205	253	40	147	132	169	190	286	384	100	142	295	201	867	57	107	521
8	İran	127	237	171	213	581	694	1090	1340	520	610	549	595	584	182	139	7	5	428
9	İtalya	99	112	133	123	130	187	58	76	159	196	325	399	604	439	1072	476	597	412
10	Bangladeş	47	21	60	19	1	31	2	0	0	108	120	48	82	118	153	387	316	364
Toplam İhracat		4962	8103	10783	23170	21227	20510	21518	22137	15404	19564	23516	21940	28823	26881	21635	15135	13753	13535

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5703-Halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftedilmiş)” grubunda 2001-2018 döneminde Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin rakamlar Tablo 20’de sunulmuştur. Bu kategoride 2001 yılında 16.9 milyon dolar olarak gerçekleşen Türkiye’nin toplam ithalatı 2018 itibarıyla 28.1 milyon dolardır. Ülkeler bazında yapılan incelemede en fazla ithalatın 8 milyon dolar ile Hollanda’dan yapıldığı, bu ülkeyi 4.7 milyon dolar ile Belçika, 3.9 milyon dolar ile Çin, 3.3 milyon dolar ile Birleşik Krallık izlediği görülmektedir. Bu ülkeleri ise 2017 yılında önemli bir sıçrama gösteren ve 2.1 milyon dolar düzeyinde ithalat yapılan Sırbistan takip etmektedir.

Tablo 20. Türkiye Halı İthalatı, Halılar ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftedilmiş)

57 03- Halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftedilmiş)																			
Nu	İthalat Yapılan Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Hollanda	3599	4647	6562	8609	8808	8589	10082	8294	4374	5671	8237	5671	8255	8665	7996	5973	8277	8035
2	Belçika	8283	10245	10196	14635	15944	15710	13345	13120	7929	8674	9338	9918	11398	10781	8678	7334	6732	4734
3	Çin	95	244	1914	6337	15621	7970	6373	5846	3051	6996	8518	6403	6501	7514	8655	6616	6069	3986
4	UK	227	224	665	358	491	699	1432	2140	993	2182	2638	1495	2711	3916	3254	2518	3189	3343
5	Sırbistan	0	0	0	0	0	329	108	7	0	0	0	0	0	20	55	47	42	2176
6	Hindistan	73	232	1525	2145	3032	2227	1485	1586	898	953	1592	1121	1122	1335	1520	805	877	1015
7	Almanya	500	837	859	1442	2206	1663	1804	3017	732	1590	1225	1365	1589	2176	1073	652	572	982
8	ABD	1983	2779	1481	2898	5324	6444	6240	7425	3908	3562	2850	2161	3349	2169	2023	1984	1432	841
9	Serbest Bölge	99	1	2	148	0	315	1197	1286	517	2486	3419	3608	2798	3228	3145	762	1478	786
10	Fransa	937	1767	2028	3449	4059	4268	2331	1648	1110	1338	839	844	1154	429	590	256	376	529
Toplam İhracat		16937	21658	26582	43888	61307	56231	52603	57154	30253	42806	48481	42465	45887	45671	43872	31309	31145	28160

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5704-Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftu veya floke edilmemiş)” grubunda 2001-2018 döneminde Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin rakamlar Tablo 21’de sunulmuştur. Bu kategoride Türkiye toplam ithalatı 2001-2018 arasında çok düşük bir artış göstermiştir. 2001 yılında 1.07 milyon dolar olan ithalat 20004 yılında 4.8 milyon dolara yükselmesine karşın, sonraki yıllarda yatay bir seyir izlemiş ve 2018 itibari ile 3.6 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılında bu kategoride en fazla ithalat yapılan ülke 1.04 milyon dolar ile Hollanda olmuştur. Bu ülkenin ardından en çok ithalatın 987 bin dolar ile Serbest Bölge’den yapıldığı görülmektedir. Daha sonra 589 bin dolar ile Almanya gelirken, Belçika ve İtalya 331 bin dolar ile bu ülkeyi takip etmektedir.

Tablo 21. Türkiye Halı İthalatı, Keçeden Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları (Tuftu Veya Floke Edilmemiş)

5704-Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (tuftu veya floke edilmemiş)																			
Nu	İthalat Yapılan Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Hollanda	150	87	139	1725	848	623	1035	934	422	391	1294	985	649	725	934	961	1082	1042
2	Serbest Bölge	11	0	0	0	0	8	1	0	0	0	342	288	541	144	264	1396	1575	987
3	Almanya	246	366	613	760	1164	1279	1061	1064	1542	1580	1731	1644	954	801	601	558	553	589
4	Belçika	435	316	648	479	549	578	610	367	485	706	906	883	690	722	685	475	619	331
5	İtalya	1	0	16	45	2	0	8	24	0	0	118	150	95	94	191	427	261	331
6	Sırbistan	0	0	0	0	0	12	65	28	0	62	104	126	181	103	115	453	386	184
7	ABD	0	0	0	1	0	2	0	0	2	0	0	1	4	3	4	36	55	73
8	Çin	0	0	0	0	2	7	9	199	2	0	38	0	168	180	210	168	21	57
9	Fransa	223	587	972	1545	879	378	466	409	238	267	269	116	13	2	248	52	39	8
10	Lüksemburg	0	0	0	0	0	0	0	0	3	4	12	7	9	8	7	4	4	5
Toplam İhracat		1075	1364	2391	4814	3959	3893	4185	3824	3164	3667	5941	4801	4018	3317	3515	5017	4707	3624

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

“5705-Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları” grubunda 2001-2018 döneminde Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ilk 10 ülkeye ilişkin rakamlar Tablo 22’de sunulmuştur. Bu kategoride Türkiye’nin yaptığı toplam ithalatta 2001-2018 döneminde oldukça düşük bir büyüme yaşanmıştır. 2001’de 885 bin dolar düzeyinde iken, 2018 yılında 2,8 milyon dolar düzeyine yükselmiştir. İtalya 1,01 milyon dolar ile en fazla ithalat yapılan ülke konumundadır. Çin 550 bin dolar ile 2.sırada, Birleşik Krallık 550 bin dolar ile 3.sırada, Hindistan 301 bin dolar ile 4.sırada, Bulgaristan ise 197 bin dolar ithalat ile 5.sıradadır.

Tablo 22. Türkiye Halı İthalatı, Diğer Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları

5705-Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları																			
Nu	İthalat Yapılan Ülke	Yıllar (Bin Dolar)																	
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	İtalya	186	149	223	131	97	52	53	85	37	20	31	73	579	598	684	934	661	1014
2	Çin	0	39	421	644	659	750	1084	853	625	1069	1072	313	990	387	474	1062	1108	576
3	UK	191	202	347	398	908	1182	1650	1612	1128	678	1641	1454	2186	1777	1338	1418	1626	550
4	Hindistan	5	83	146	72	61	175	322	484	888	1390	1003	424	884	907	1030	584	333	301
5	Bulgaristan	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	3	197
6	Endonezya	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	32	33	31	61	49	38
7	Hollanda	32	96	31	247	80	53	30	159	120	16	23	68	141	12	60	103	58	36
8	Finlandiya	0	0	0	0	0	0	0	52	27	124	50	37	32	32	93	12	30	23
9	Almanya	62	145	69	100	214	181	279	593	63	82	633	171	381	285	192	10	40	20
10	Çekya	0	0	0	0	0	2	4	5	1	10	1	0	1	4	5	3	9	14
Toplam İhracat		885	919	1511	2088	2818	3235	4559	4858	3291	3761	5191	2985	5801	4498	4314	4367	4007	2800

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

3.4. Türkiye Halı Üretimi

Kültür mozaïđi durumundaki Anadolu'da, bir yaşam stili durumuna gelen halıcılık, geçmişten günümüze dek devam eden bir sektör durumundadır. Günümüzde Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde hem makine hem el halısı üretimi yapılmaktadır.

Türkiye'de halı üretimine bakıldığında Türkiye genelinde doğrudan üretim yapan yaklaşık 200 işletme ve 950 tezgâhta, yıllık 300 milyon m² üretim yapılmaktadır. Bu kapsamda Türkiye'nin halı üretiminde ileride olduğu görölmektedir. Üretim yapısı bakımından Türkiye'de makine halısının, el halısına göre daha hızlı bir gelişim gösterdiği görölmektedir. Türkiye'de üretilen halının yaklaşık % 85'i makine halısıdır. Bu oranın % 89'u da Gaziantep'te üretilmektedir (Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği, 2011). Sermaye yoğun bir sektör olan makine halısının gelişimi ise teknik tekstillerdeki gelişim paralel olarak ilerlediği için ekonomideki önemli sektörlerden birisi olarak kabul edilmektedir. Gaziantep ili Türkiye'nin halı üretiminin büyük bir kısmını karşılamaktadır. Üretim miktarının fazla olarak gerçekleştirildiği diğer önemli iller İstanbul ve Kayseri'dir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2016).

4. TÜRKİYE’DE HALI SEKTÖRÜNÜN DIŞ TİCARETİNİN VE REKABET GÜCÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmanın bu bölümünde Türkiye’de halı sektörünün rekabet gücü değerlendirilecektir. Bu kapsamda öncelikle araştırmanın amacı, önemi, kullanılan yöntemi ve veri kümesi açıklanmış, daha sonra Türk halı sektörünün dış ticareti diğer ülkelerle karşılaştırmalı olarak analiz edilerek rekabet edebilirliğine yönelik bulgular ortaya konulmuştur. Son olarak da araştırma bulguları doğrultusunda Türk halı sektörünün dış ticaretteki rekabet gücüne yönelik ulaşılan sonuç ve öneriler sunulmuştur.

4.1. Araştırmanın Amacı

Halı sektörü tarihi yüzyıllara dayalı olup, özellikle içinde bulunduğumuz son yüz yıllık süreçte önemli bir dış ticaret metası durumuna getirilmiştir. Tekstil sektörünün bir alt sektörü olan ve üretim türü, şekli ve amacına göre çeşitliliklere sahip olan halı sektörü, son yıllarda küresel açıdan atılım ve gelişim gösteren bir sektör durumundadır. Gelişmiş sanayi tesislerinden, evlerde yer alan kasnaklara kadar geniş bir üretim ağı ve istihdam imkânına sahip sektör, küresel açıdan olduğu gibi Türk ekonomisi için de oldukça önemlidir. Dünya genelinde kalitesi ve tasarımıyla adından söz ettiren Türk halısı, aynı zamanda Türkiye’nin de önemli bir ihracat kalemini oluşturmaktadır. Küresel açıdan önemli bir halı üreticisi olan Türkiye sektörde sahip olduğu bilgi birikimi ve deneyimi ile kaliteyi birleştirerek ürettiği halının yaklaşık % 60’ını ihraç etmekte, ülke gelirini artırmakta ve “Türk malı” algısını olumlu yönde etkilemektedir. Araştırmanın amacı; 2001-2018 yılları arasındaki 18 yıllık dönemde Türkiye’nin halı sektörü ile alt sektörlerinin dış ticaretteki rekabet gücünü Vollrath’ın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemi ile değerlendirmektir.

4.2. Araştırmanın Önemi

Emek yoğun bir sektörler arasında bulunan ve ev tekstili sektörünün alt sektörü olan halıcılık sektörü, üretim yöntemleri yüksek katma değeri ve artan talebi ile uluslararası ticaret kapsamında önemli bir ticaret unsurudur. Günümüzün globalleşen uluslararası

ekonomisinde içinde bulunulan noktada salt bir sektörün değil, tüm sektörlerin birlikte oluşturdıkları sinerji unsuru daha da önemli duruma gelmiştir.

Yerel ekonomilerin gelişmesinde oldukça önemli bir faktör olan dış ticarete, ülkelerin rekabet güçlerini maksimum seviyeye getirebilmeleri de, ulusal ekonomiler içindeki üretim olanaklarının maksimum seviyede ekonomilere katkıda bulunması ile mümkün durumdadır. Günümüz dünyasında ülkelerin ekonomik bütünlüklerini elde edebilmeleri için her bir sektörün ve sektörlerin sahip oldukları alt sektörlerin ayrı ayrı önemsenmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda araştırmanın da ana sektörünü oluşturan ve ev tekstili sektörünün alt sektörlerinden biri olan halıcılık sektörü dikkat çekmektedir. Küresel alanda net halı üreticisi ve ihracatçısı durumundaki Türkiye’de halı sektörünün dış ticareti ve rekabet gücünün değerlendirildiği bu araştırma, Türkiye ekonomisi kapsamında halı sektörünün yerinin belirlenmesi, Türkiye’nin önemli bir ihracat kalemi olan halı ve türevlerinin dış ticaretteki konumunun analiz edilmesi ve rekabetçi gücünün değerlendirilmesi bakımından önem arz etmektedir. Bununla birlikte halı sektöründe net üretici ve ihracatçı ülke olmasına rağmen, alan yazında Türkiye’nin halı sektörünün dış ticaretteki konumu ve rekabet edebilirliğinin araştırıldığı teorik çalışma sayısının sınırlı sayıda olduğu düşünüldüğünde, bu araştırmanın literatüre önemli katkı sağlayacağı ve gelecekte yapılacak araştırmalara kaynak olması bakımından önem arz ettiği düşünülmektedir.

4.3. Araştırma Yöntemi

Türkiye’de halı sektörünün rekabet gücünün değerlendirildiği bu araştırmada yöntem olarak Balassa (1965)’nin ortaya koyduğu ve sonraki yıllarda Vollrath (1987 ve 1991)’ın nispi ithalata yönelik katkılarıyla nihai haline ulaşan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemi kullanılmıştır.

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) yöntemi Vollrath tarafından aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir. Buna göre i ülkesinin j malında;

$$AKÜ = [\ln (X_{ij} / X_{it}) - \ln [(M_{ij} / M_{it})]$$

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

olarak ifade edilmektedir (Adıgüzel,2016).

Formülde yer alan semboller şu şekildedir:

- i. X_{ij} : j malının toplam ihracatı,
- ii. X_{it} : Ülke toplam ihracatı
- iii. M_{ij} : Ülkenin j malının toplam ithalatı
- iv. M_{it} : Ülkenin toplam ithalatı

Çalışmada Türkiye'nin halı sektörünün dünyaya yaptığı ihracatla dünyadan yapılan ithalat dikkate alındığından formülde yer alan ülke i (ülke indisi) ve j (sektör indisi) sabit olduğundan ihmal etmek mümkündür. Dolayısıyla formül aşağıdaki şekilde yeniden düzenlenebilir:

$$AKÜ = \ln [(X_j / X_t) / (M_j / M_t)]$$

Dolayısıyla, bir mal (sektör) için rekabet gücü; o malın (sektörün) ihracatının ülkenin toplam ihracatına (çalışma kapsamında halı sektörü ihracatı) oranının, o malın (sektörün) ithalatının ülkenin toplam ithalatına (çalışma kapsamında halı sektörü ithalatı) oranının doğal logaritmasına eşit olmaktadır. AKÜ değerini daha hassas şekilde ölçebilmek ve bir endeks biçiminde ifade edebilmek üzere eşitliğin sağ tarafı 100'le çarpıldığında, formül aşağıdaki hali almaktadır:

$$AKÜ = (\ln [(X_j / X_t) / (M_j / M_t)]) * 100$$

Bu bağlamda, AKÜ değerlerine göre herhangi bir sektörün rekabet gücünü şu şekilde değerlendirmek mümkündür (Adıgüzel, 2013):

- i. $RCA > +50$: Sektörün rekabet gücü yüksek,
- ii. $-50 < RCA < +50$: Sektörün rekabet gücü sınırdan,
- iii. $RCA < -50$: Sektörün rekabet gücü düşük.

4.4. Araştırma Verileri

Araştırmada Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTIP) kapsamında belirlenen sınıflandırma esas alınmıştır. Söz konusu sınıflandırma uyarınca GTIP 57 ürün koduna sahip "Halılar ve Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden Yer Kaplamaları" başlığının altında yer alan 4 ve 6 haneli düzeyde toplam 20 farklı ürün grubunun rekabet gücü incelenmiştir. Araştırmada TRADEMAP'te bulunan ve ülkelerin gümrüklerinden derlenen 2001-2018 dönemine ait ihracat ile ithalat verilerinden faydalanılmıştır.

4.5. Bulgular

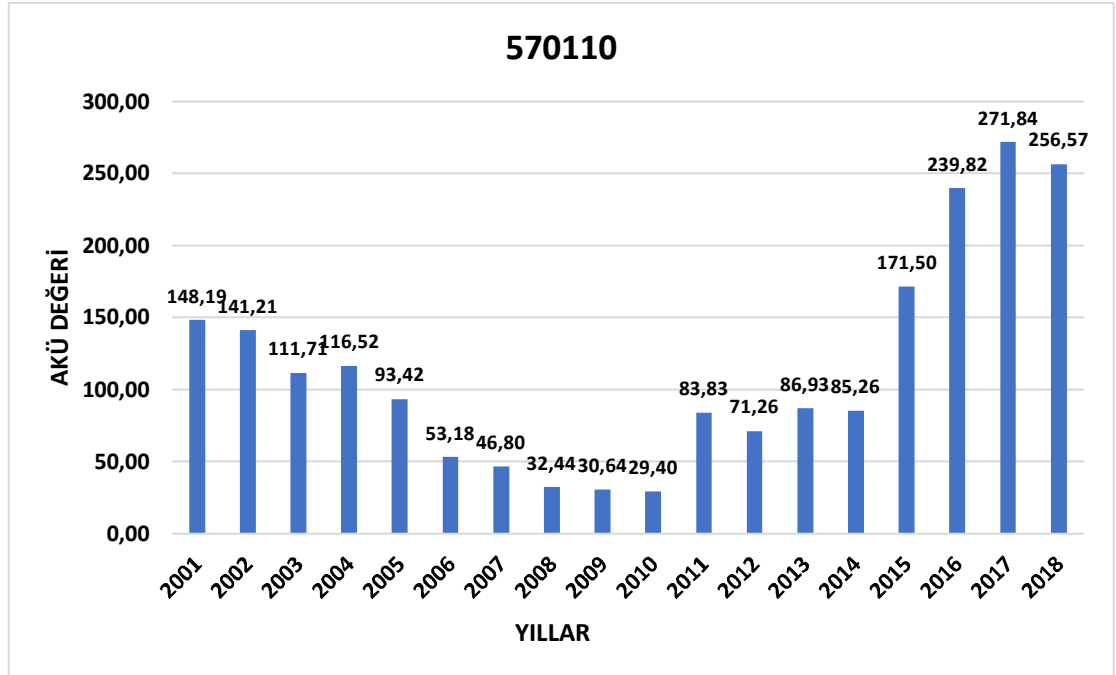
Araştırmanın bu kısmında Türkiye'nin 2001-2018 döneminde halı sektöründe yer alan toplam 20 alt ürün grubuna ilişkin rekabet gücü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemi ile incelenmiş olup elde edilen bulgular müteakip maddelerde sunulmuştur.

Tablo 23. GTIP 570110 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570110	148,19	141,21	111,71	116,52	93,42	53,18	46,8	32,44	30,64
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570110	29,4	83,83	71,26	86,93	85,26	171,5	239,82	271,84	256,57

Kaynak: TRADEMAP'de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 1. Düğümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Yer Kaplamaları (El Halıları); Yünden Veya İnce Hayvan Kıllarından



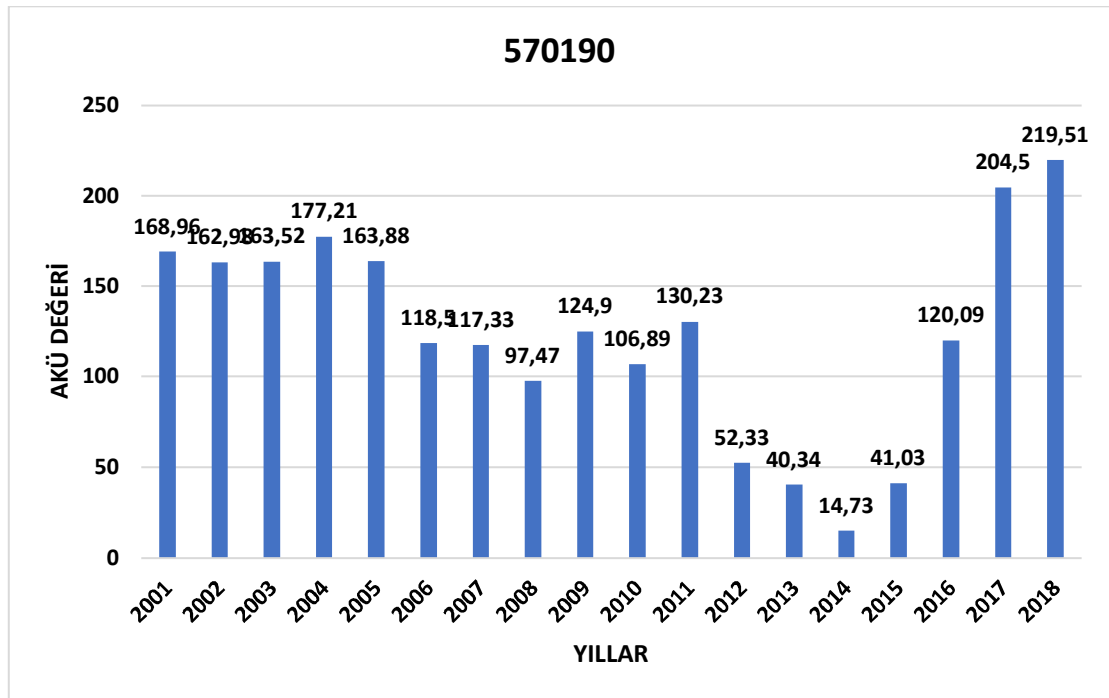
GTIP 570110 “Düğümlü veya sarmalı halılar ve yer kaplamaları (el halıları) yünden veya ince hayvan kıllarından” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücü incelendiğinde; 2001 yılında +148,19 olan rekabet gücü yıllar içerisinde giderek azalarak 2007 yılında +46,8 ile rekabet gücü sınırının altına düşmüştür. Daha sonra 2010 yılına kadar mevcut pozisyonun korunarak rekabet gücü sınırında bulunulmuştur. Türkiye 2011’de +83,83 AKÜ değeri ile rekabet gücü kazanmış ve 2014’e kadar yatay bir seyirle rekabet gücünü sürdürmüş, 2015’den itibaren ise yeniden yükselişe geçerek 2018 yılında +256,57 AKÜ değerine ulaşmıştır. Bu kategoride Türkiye’nin rekabet gücü yüksektir.

Tablo 24. GTIP 570190 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570190	168,96	162,98	163,52	177,21	163,88	118,5	117,33	97,47	124,9
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570190	106,89	130,23	52,33	40,34	14,73	41,03	120,09	204,5	219,51

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 2. Düğümlü Veya Sarmalı Halılar Ve Yer Kaplamaları (El Halıları); Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden



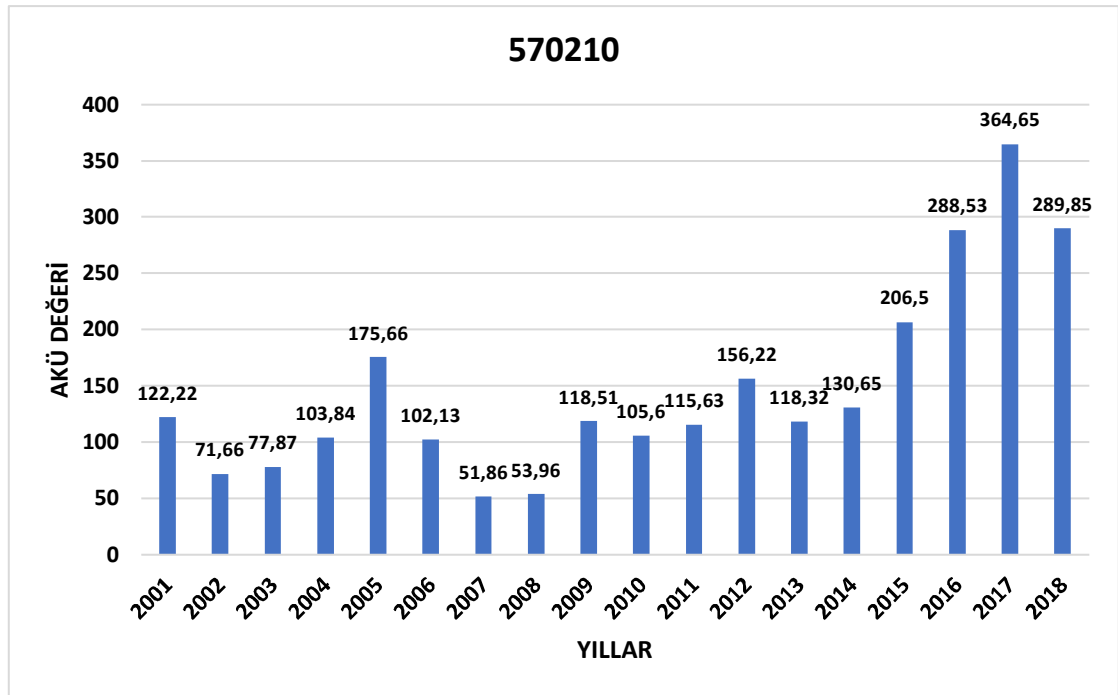
GTIP 570190 “Düğümlü veya sarmalı halılar ve yer kaplamaları (el halıları); dokumaya elverişli diğer maddelerden” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücü incelendiğinde; 2001 yılında +168,96 AKÜ değeri ile rekabet gücünün yüksek olduğu ve 2011 yılına kadar yatay bir seyirle mevcut pozisyonun korunduğu görülmektedir. 2012’den itibaren azalma eğilimi göstermiş ve 2014 yılında +14,73 düzeyine kadar gerilemiştir. 2013-2015 yılları arasında sınır değer olan +50’nin altında kalmasına karşın 2016 sonrasında rekabet gücü kazanmış ve 2018 yılında +219,51 AKÜ değerine ulaşmıştır. Türkiye’nin Bu kategorideki rekabet gücü yüksektir.

Tablo 25. GTIP 570210 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570210	122,22	71,66	77,87	103,84	175,66	102,13	51,86	53,96	118,51
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570210	105,6	115,63	156,22	118,32	130,65	206,5	288,53	364,65	289,85

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 3. Kilim, Sumak, Karaman ve Elde Dokunmuş Benzeri Yer Döşemeleri



GTIP 570210 “Kilim, sumak, karaman ve elde dokunmuş benzeri yer döşemeleri” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücü incelendiğinde; 2001 yılında +122,22 AKÜ değeri ile rekabet gücü bulunan Türkiye 2006 yılına kadar rekabet gücünü sürdürmüştür. 2007 yılında +51,86 ve 2008 yılında +53,96 ile rekabet gücü sınır değerlere yaklaşmasına karşın, 2009’dan itibaren +118,51 AKÜ değeri ile yeniden rekabetçi pozisyona geçmiştir. Bu yıldan itibaren genel bir artış eğilimi ile 2018’de +289,85 AKÜ değerine ulaşılmıştır. Son 18 yılda bu kategoride Türkiye rekabet gücüne sahiptir.

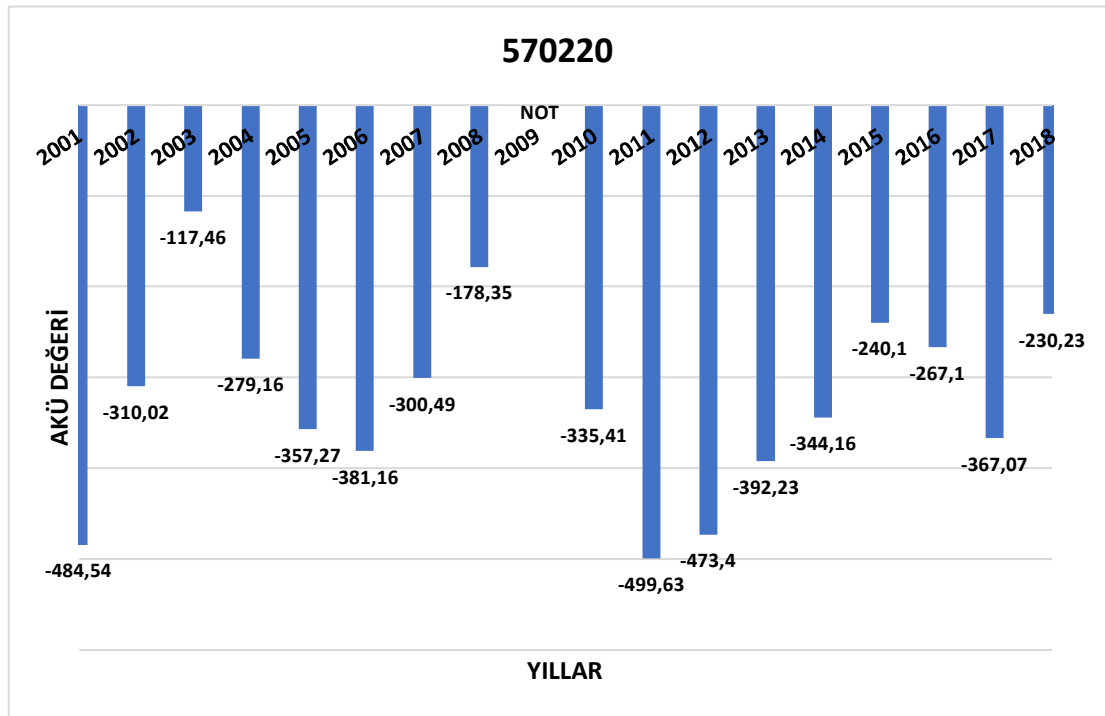
Tablo 26. GTIP 570220 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570220	-484,54	-310,02	-117,46	-279,16	-357,27	-381,16	-300,49	-178,35	NOT
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570220	-335,41	-499,63	-473,4	-392,23	-344,16	-240,1	-267,1	-367,07	-230,23

NOT: 2009 yılında ihracat yapılmadığından hesaplanmamıştır.

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 4. Hindistan Cevizi (Koko) Liflerinden Yer Kaplamaları



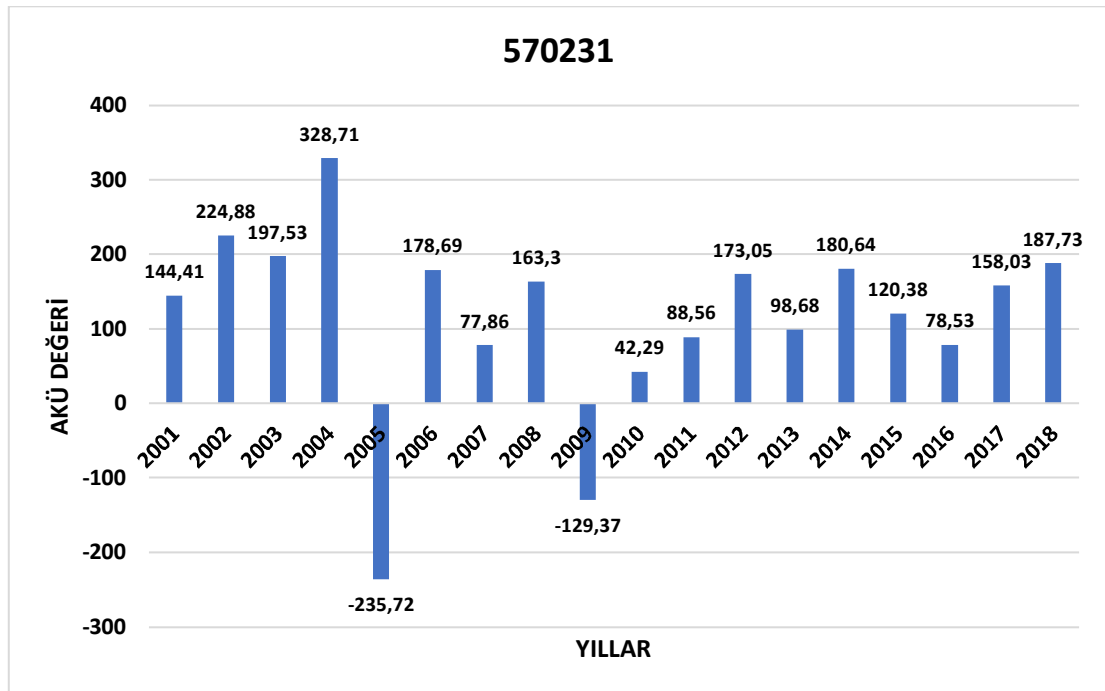
GTIP 570220 “Hindistan Cevizi (Koko) Liflerinden Yer Kaplamaları” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücüne sahip olmadığı görülmektedir. 2001 yılında -484,54 olan AKÜ değeri sonraki yıllarda zaman zaman artış göstermekle birlikte rekabet gücü kazanamamış ve sınır düzey olan -50’nin altında kalmıştır. Buna göre araştırma dönemi içerisinde ulaşılan en yüksek rekabet gücü değerleri 2003 yılında -117.46, 2008 yılında -178.35 ve 2015 yılında -240.10 olup, sınır değer olan -50’nin oldukça uzağında kalmıştır. 2018 yılında ulaşılan -230.23 AKÜ değeri bu kategoride rekabet gücünün oldukça düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 27. GTIP 570231 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570231	144,41	224,88	197,53	328,71	-235,72	178,69	77,86	163,3	-129,37
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570231	42,29	88,56	173,05	98,68	180,64	120,38	78,53	158,03	187,73

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 5. Dokunmuş Hahlar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olmayan, Yünden Veya İnce Hayvan Kılılarından



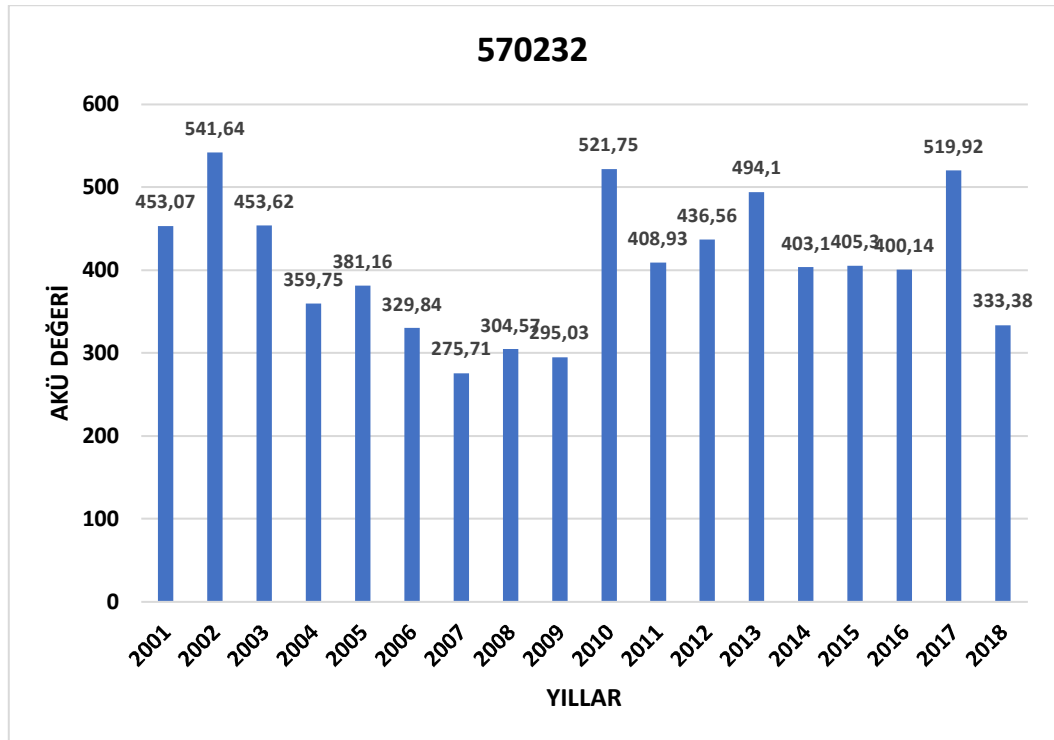
GTIP 570231 “Dokunmuş Halılar Ve Dokumaya Elverişli Maddelerden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olmayan, Yünden Veya İnce Hayvan Kılırlarından” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücü incelendiğinde; genel olarak rekabet gücünün bulunduğu görülmektedir. Buna göre araştırma dönemi içerisinde 2005 yılında -235.72 ve 2009 yılında -129.37 AKÜ değerleri ile rekabet gücünün önemli düzeyde düştüğü ve 2010 yılında +42,29 AKÜ değeri ile sınırda bulunduğu görülmekle birlikte, genel olarak rekabet gücünü koruduğu görülmektedir. Bu kategoride Türkiye rekabet gücüne sahiptir.

Tablo 28. GTIP 570232 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570232	453,07	541,64	453,62	359,75	381,16	329,84	275,71	304,57	295,03
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570232	521,75	408,93	436,56	494,1	403,1	405,3	400,14	519,92	333,38

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 6. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olmayan, Sentetik Ve Suni Liflerden



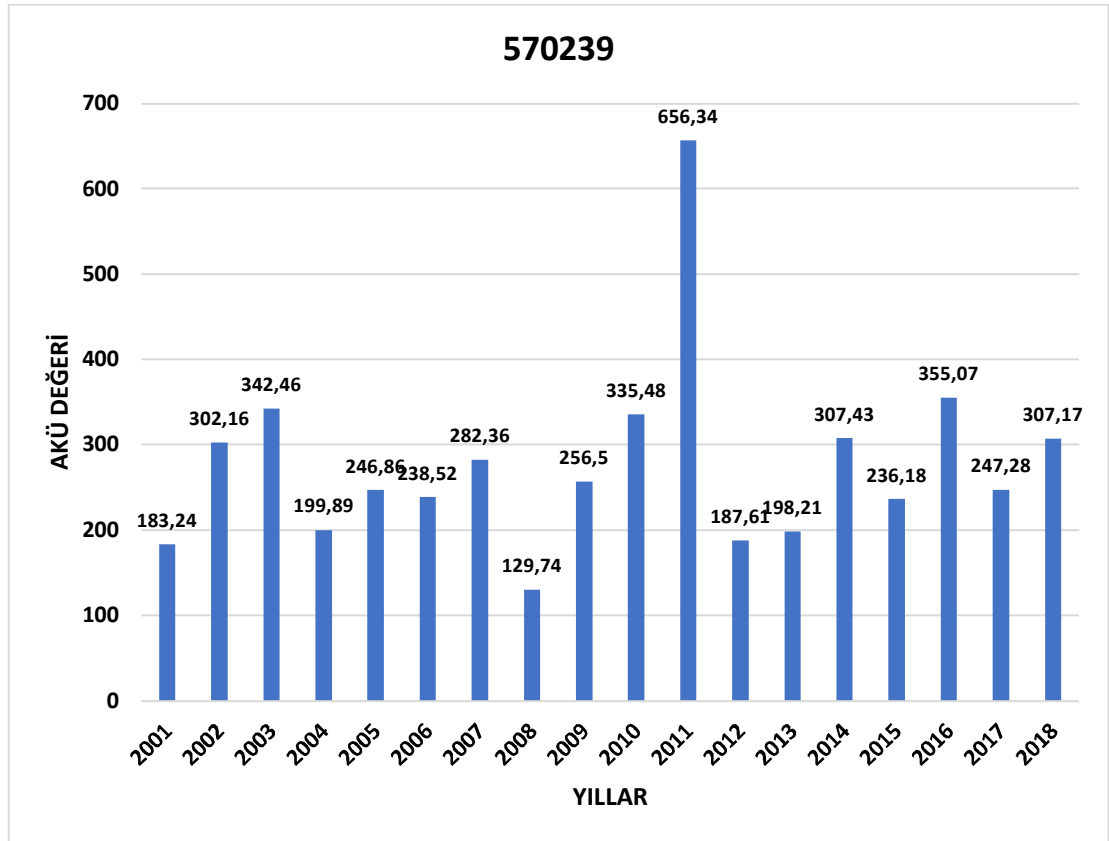
GTIP 570232 “Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olmayan, Sentetik Ve Suni Liflerden” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin ciddi bir rekabet gücüne sahip olduğu ve bunu koruduğu görülmektedir. Söz konusu dönemde rekabet gücünün +275’in altına düşmediği görülmektedir.

Tablo 29. GTIP 570239 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570239	183,24	302,16	342,46	199,89	246,86	238,52	282,36	129,74	256,5
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570239	335,48	656,34	187,61	198,21	307,43	236,18	355,07	247,28	307,17

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 7. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olmayan, Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden



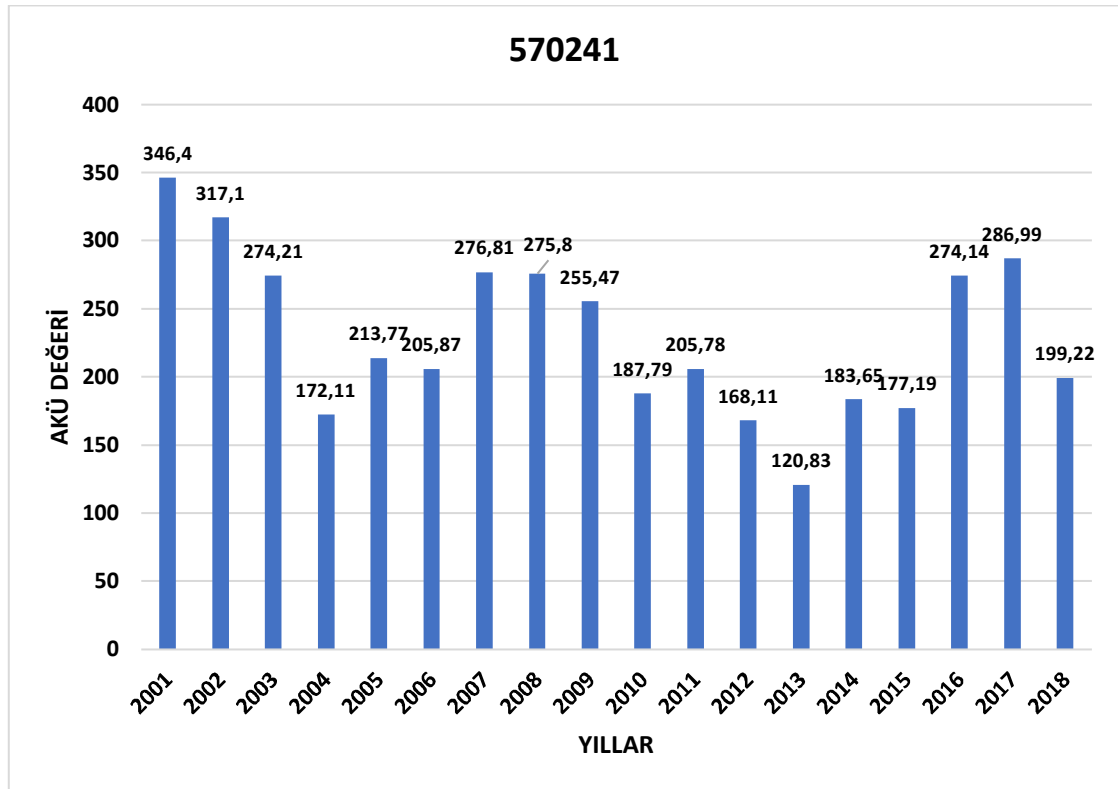
GTIP 570239 “Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olmayan, Diğer Dokumaya Elverişli Maddelerden” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücünün oldukça yüksek olduğu, en düşük AKÜ değerinin 2008 yılında +129,74 olduğu, 2011 yılında +656,34 AKÜ değerine ulaşıldığı görülmektedir. Belirtilen dönem içerisinde rekabet gücü ortalama olarak +275 düzeyindedir.

Tablo 30. GTIP 570241 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570241	346,4	317,1	274,21	172,11	213,77	205,87	276,81	275,8	255,47
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570241	187,79	205,78	168,11	120,83	183,65	177,19	274,14	286,99	199,22

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 8. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olanlar, Yünden Veya İnce Hayvan Kıllarından



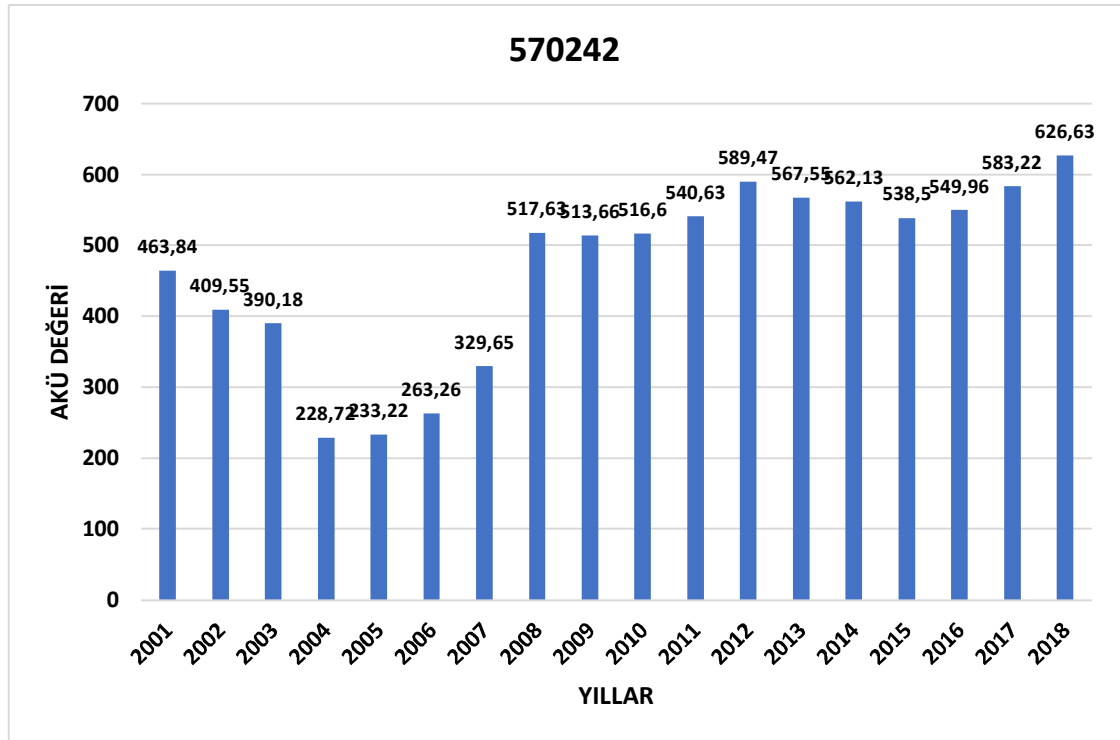
GTIP 570241 “Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olanlar, Yünden Veya İnce Hayvan Kılılarından” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde; dalgalanmalar görülmekle birlikte rekabet gücünün yüksek seyrettiği, en düşük rekabet gücünün 2013 yılında +120,83 AKÜ değeri gerçekleştiği ve ortalama rekabet gücünün +230 seviyesinde olduğu görülmektedir. Türkiye bu kategoride yüksek rekabet gücüne sahiptir.

Tablo 31. GTIP 570242 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570242	463,84	409,55	390,18	228,72	233,22	263,26	329,65	517,63	513,66
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570242	516,6	540,63	589,47	567,55	562,13	538,5	549,96	583,22	626,63

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 9. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olanlar, Sentetik Ve Suni Liflerden



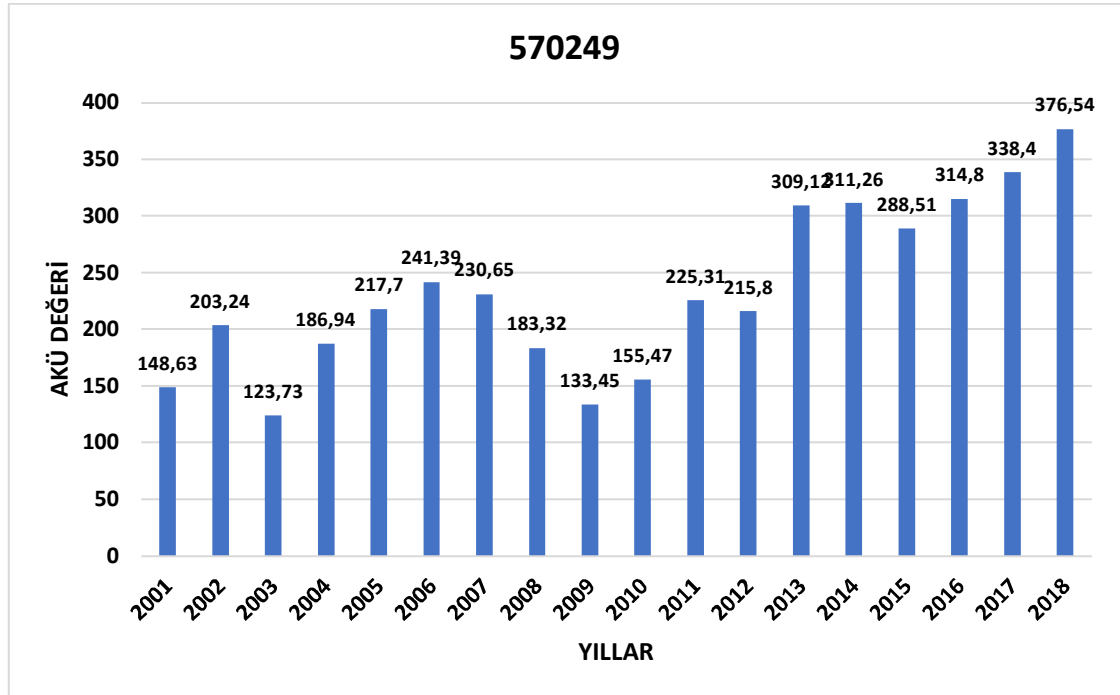
GTIP 570242 “Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olanlar, Sentetik Ve Suni Liflerden” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücü incelendiğinde; 2001’de +463,84 olan rekabet gücü üç yıl süresince bir miktar düşüş göstermiş ve 2004 yılında +228,72 olarak gerçekleşmiştir. Sonraki yıllarda istikrarlı bir yükseliş sergileyerek 2018 yılında +626,63 AKÜ değeri ile en üst düzeye ulaşmıştır. Bu kategoride rekabet gücü ortalaması +465 olup, Türkiye oldukça yüksek bir rekabet gücüne sahiptir.

Tablo 32. GTIP 570249 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570249	148,63	203,24	123,73	186,94	217,7	241,39	230,65	183,32	133,45
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570249	155,47	225,31	215,8	309,12	311,26	288,51	314,8	338,4	376,54

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 10. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olanlar, Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden



GTIP 570249 “Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hazır Eşya Halinde Olanlar, Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde; 2001 yılında +148,63 olan Türkiye’nin rekabet gücü sonraki yıllarda 2009 yılına kadar inişli çıkışlı bir grafik sergilemiştir. 2009 yılından itibaren bu kategoride rekabet gücünde istikrarlı bir yükseliş görülmekte olup, 2018 yılında +376,54 AKÜ değerine ulaşılmıştır. Türkiye’nin bu kategorideki rekabet gücü yüksektir.

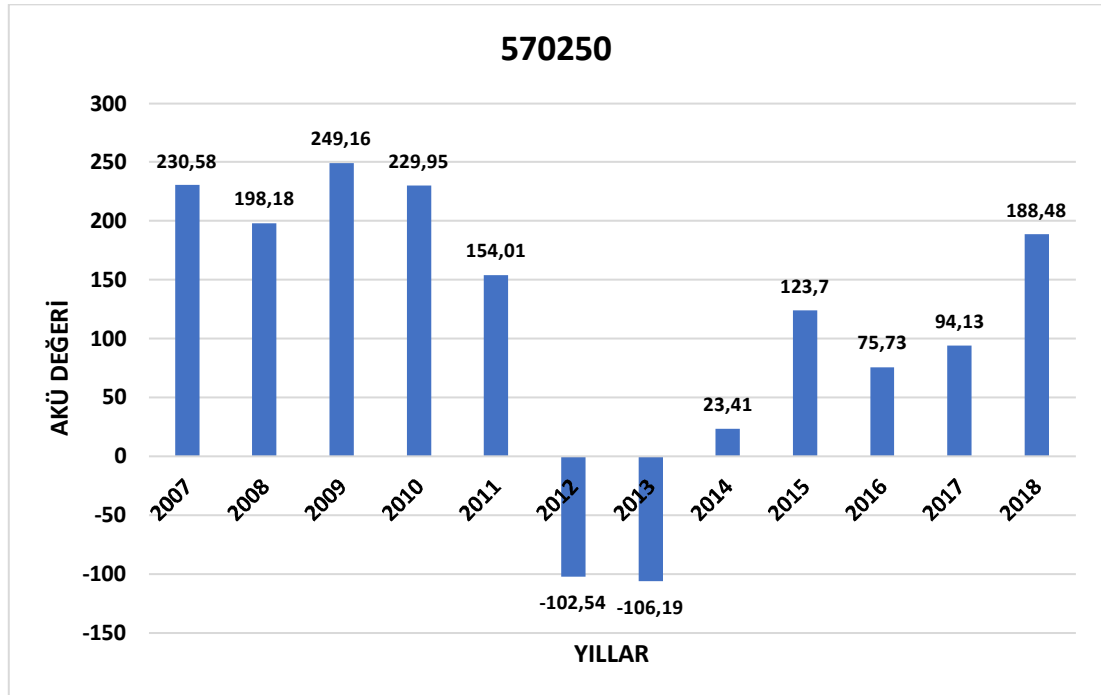
Tablo 33. GTIP 570250 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570250	Not						230,58	198,18	249,16
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570250	229,95	154,01	-102,54	-106,19	23,41	123,7	75,73	94,13	188,48

Not: 2001-2006 dönemine ilişkin olarak ithalat ve ihracat verilerinin olmaması sebebiyle hesaplanmamıştır.

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 11. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olmayanlar



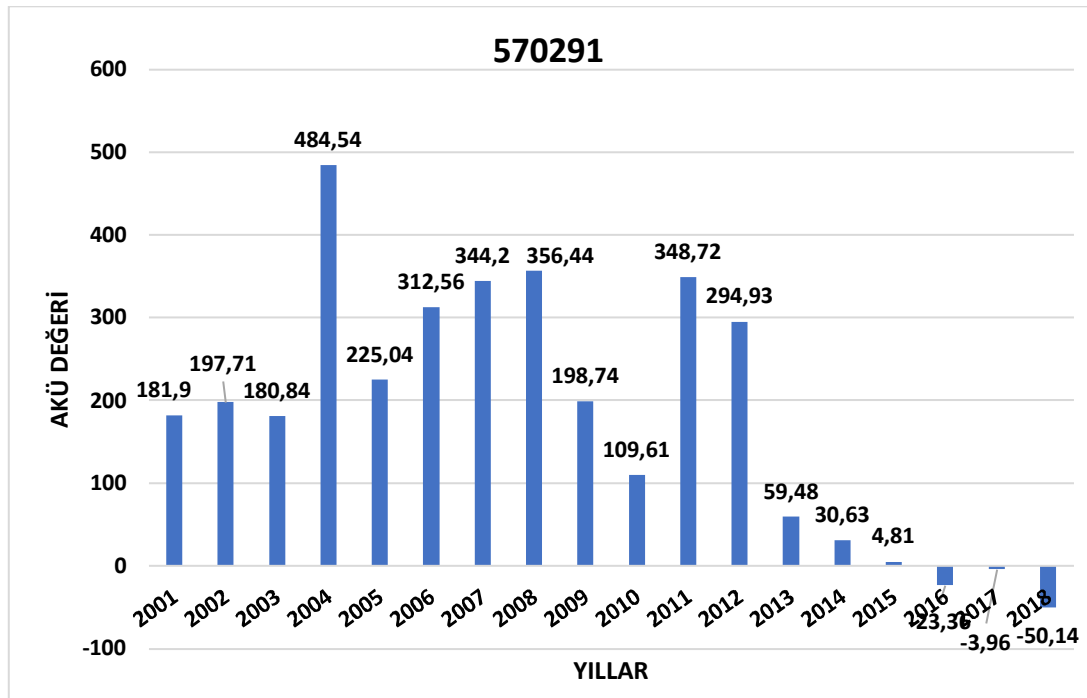
GTIP 570250 “Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olmayanlar” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde 2001-2006 yılları arasında ithalat ve ihracat yapılmadığında rekabet gücü hesaplanmamıştır. 2007 yılında +230,58 olan rekabet gücü 2011 yılına kadar mevcut rekabetçi pozisyonunu korumuş, ancak 2012 yılında -102,54 ve 2013 yılında -106,19 AKÜ değerleri ile rekabet gücünü kaybetmiştir. 2014’de +23,41 ile rekabet sınırında bulunan Türkiye 2015’den itibaren rekabetçi pozisyon elde etmiş ve sonraki yıllarda bu pozisyonunu korumuştur. Türkiye’nin Bu kategoride rekabet gücü yüksektir.

Tablo 34. GTIP 570291 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570291	181,9	197,71	180,84	484,54	225,04	312,56	344,2	356,44	198,74
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570291	109,61	348,72	294,93	59,48	30,63	4,81	-23,36	-3,96	-50,14

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 12. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olanlar, Yünden Veya İnce Hayvan Kollarından



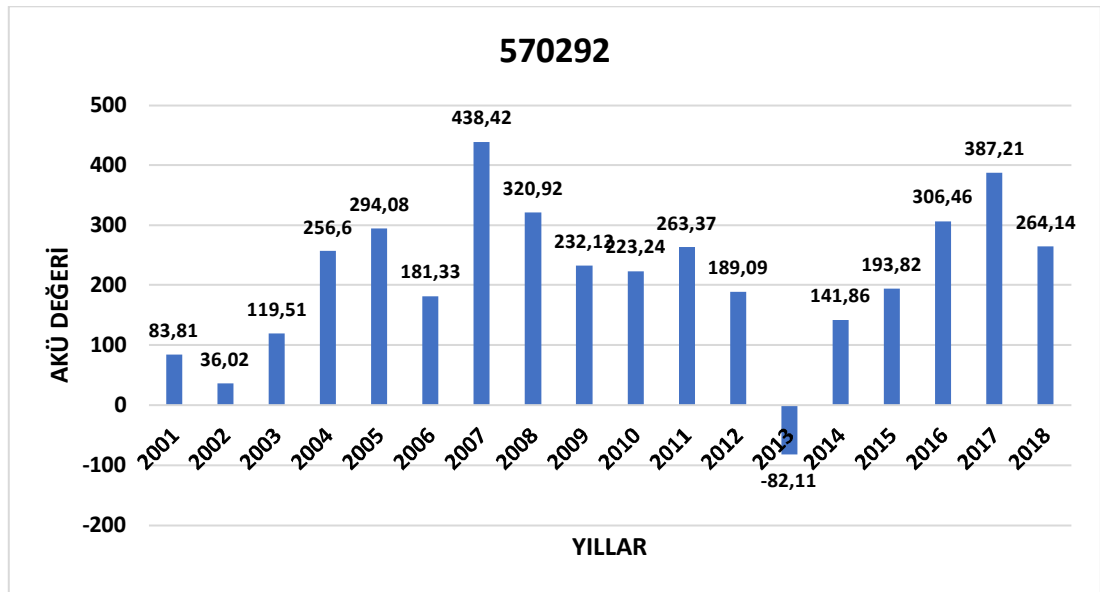
GTIP 570291 “Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olanlar, Yünden Veya İnce Hayvan Kılıklarından” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücü incelendiğinde, 2001-2012 yılları arasında rekabet gücünün dalgalı seyretmekle birlikte rekabet gücünün yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte 2013 yılından itibaren görülen düşüş eğilimi ile rekabet gücü giderek azalmaya başlamış, 2014-2017 yılları arasında sınırdaki rekabet gücü 2018’de sınır değeri olan -50’nin altına düşmüştür. Türkiye’nin bu kategoride rekabet gücü sınırdaki olduğu değerlendirilmektedir.

Tablo 35. GTIP 570292 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570292	83,81	36,02	119,51	256,6	294,08	181,33	438,42	320,92	232,12
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570292	223,24	263,37	189,09	-82,11	141,86	193,82	306,46	387,21	264,14

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 13. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olanlar, Sentetik Ve Suni Liflerden



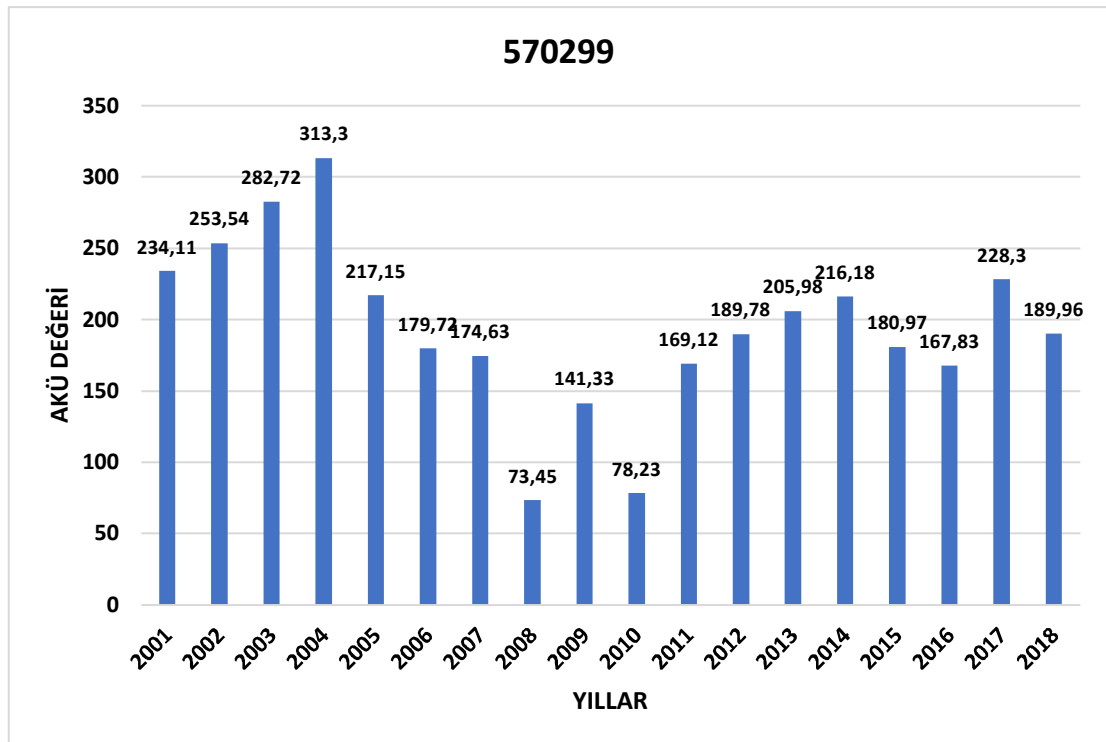
GTIP 570292 “Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olanlar, Sentetik Ve Suni Liflerden” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin genel olarak rekabet gücüne sahip olduğu görülmektedir. 2001-2018 döneminde Türkiye bu kategoride sadece 2002’de +36,02’lik AKÜ değeri ile rekabet sınırında yer almış ve 2013’de -82,11’lik AKÜ değeri ile rekabet gücünü kaybetmiştir. Bununla birlikte 2014’ten itibaren tekrar rekabetçi pozisyon elde etmiş ve bunu istikrarlı biçimde devam ettirmiştir.

Tablo 36. GTIP 570299 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570299	234,11	253,54	282,72	313,3	217,15	179,72	174,63	73,45	141,33
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570299	78,23	169,12	189,78	205,98	216,18	180,97	167,83	228,3	189,96

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 14. Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olanlar, Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden



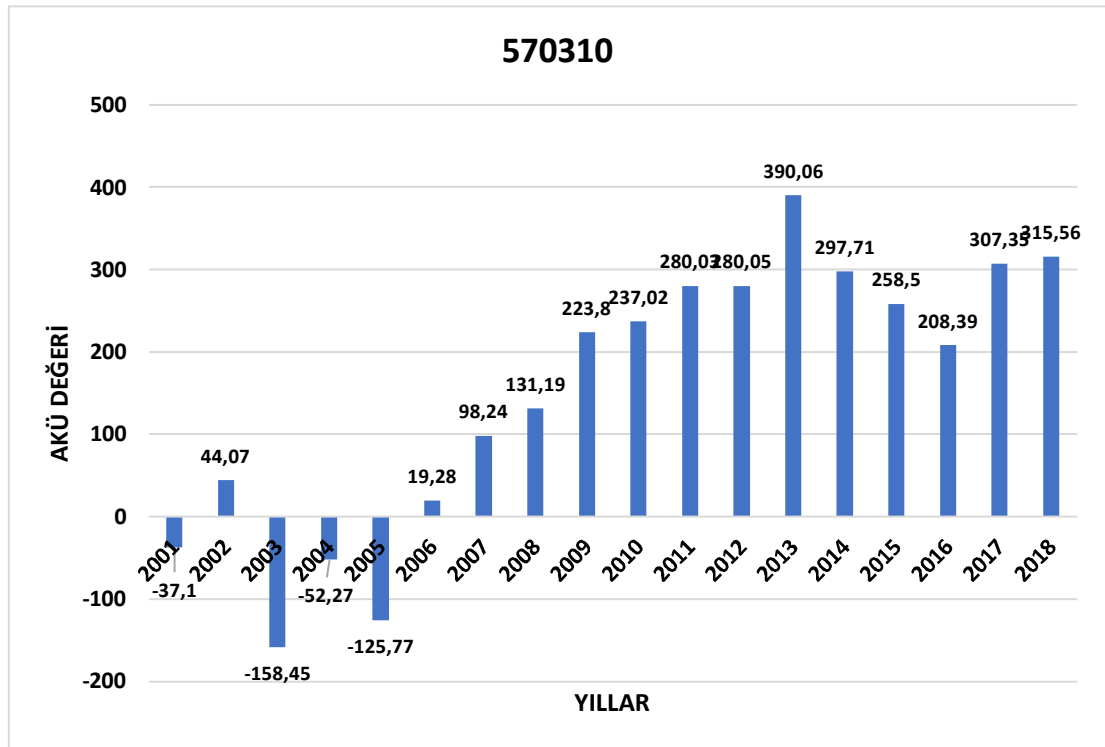
GTIP 570299 “Dokunmuş Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları; Hav Yapısında Olmayan, Hazır Eşya Halinde Olanlar, Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde, Türkiye’nin yüksek rekabet gücüne sahip olduğu görülmektedir. Dönem içerisinde 2008’deki 73,45 ve 2010’daki 78,23’lük AKÜ değerleri hariç olmak üzere en düşük akü değeri +141,38 ve rekabet gücü ortalaması +190 düzeyindedir.

Tablo 37. GTIP 570310 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570310	-37,1	44,07	-158,45	-52,27	-125,77	19,28	98,24	131,19	223,8
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570310	237,02	280,03	280,05	390,06	297,71	258,5	208,39	307,35	315,56

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 15. Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Yünden Veya İnce Hayvan Kollarından (Tufte Edilmiş)



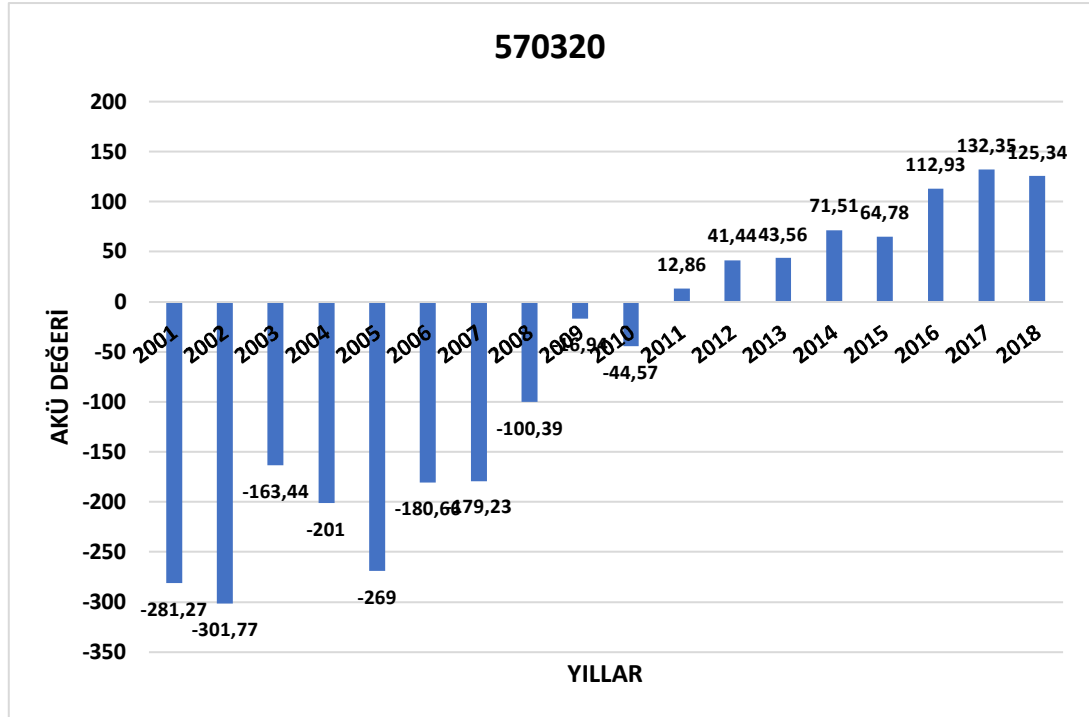
GTIP 570310 “Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Yünden Veya İnce Hayvan Kılılarından (Tufted Edilmiş)” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücü incelendiğinde, 2001 ve 2002 yıllarında rekabet sınırında olduğu, 2003-2005 döneminde rekabet gücünü kaybettiği görülmektedir. 2006’dan itibaren rekabet gücünün yükselmeye başlamış ve 2007 yılında ulaşılan +98,24’lük AKÜ değeri sonrasında rekabet gücü genel olarak artış göstermiş ve 2018 yılında 315,56 olarak gerçekleşmiştir. Bu kategoride Türkiye’nin rekabet gücü yüksektir.

Tablo 38. GTIP 570320 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570320	-281,27	-301,77	-163,44	-201	-269	-180,66	-179,23	-100,39	-16,94
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570320	-44,57	12,86	41,44	43,56	71,51	64,78	112,93	132,35	125,34

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 16. Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Naylon Veya Diğer Poliamidlerden (Tufted Edilmiş)



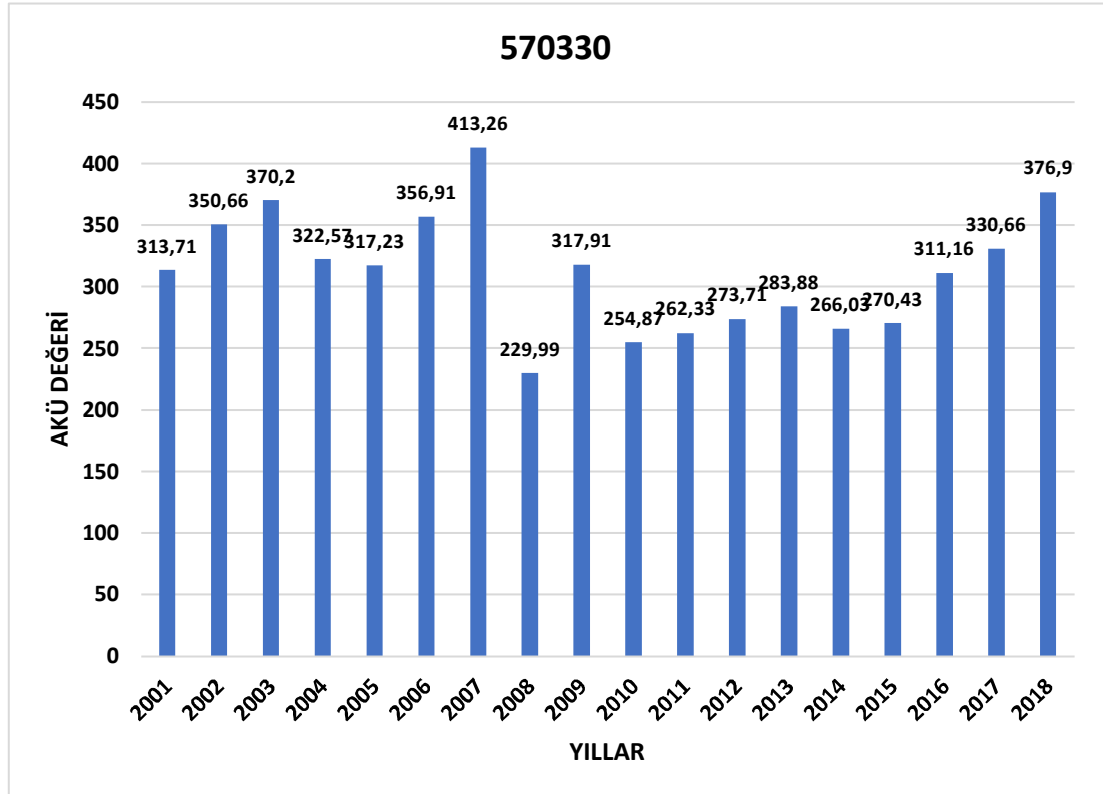
GTIP 570320 “Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Naylon Veya Diğer Poliamidlerden (Tuftle Edilmiş)” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücü incelendiğinde; 2001 yılında -281,27’lık AKÜ değeri ile rekabet gücünün olmadığı, sonraki yıllarda ise istikrarlı şekilde rekabet gücünü arttırdığı ve 2009’da sınır değerlere ulaştığı görülmektedir. 2014’de +71,51’lik AKÜ değeri ile rekabetçi pozisyona geçilmiş ve sonrasında rekabet gücü sürdürülerek 2018 yılında 125,34’lük AKÜ değerine ulaşılmıştır. Türkiye bu kategoride rekabet gücüne sahiptir.

Tablo 39. GTIP 570330 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570330	313,71	350,66	370,2	322,57	317,23	356,91	413,26	229,99	317,91
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570330	254,87	262,33	273,71	283,88	266,03	270,43	311,16	330,66	376,9

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 17. Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Sentetik Ve Suni Liflerden (Tuftle Edilmiş)



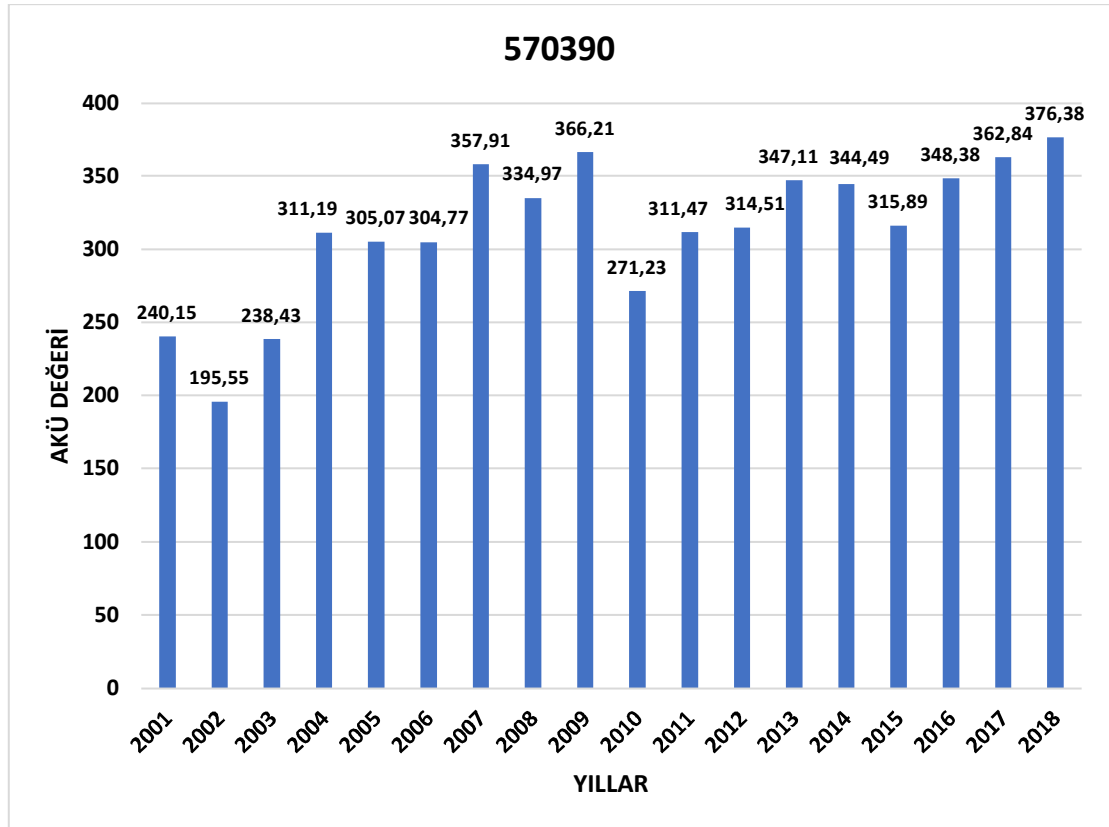
GTIP 570330 “Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Sentetik Ve Suni Liflerden (Tuftedilmiş)” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye yüksek rekabet gücüne sahiptir. Dönem içerisinde en düşük AKÜ değeri +229’un altına inmemiştir. Bu kategoride ortalama rekabet gücü +310 düzeyindedir.

Tablo 40. GTIP 570390 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
570330	240,15	195,55	238,43	311,19	305,07	304,77	357,91	334,97	366,21
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
570330	271,23	311,47	314,51	347,11	344,49	315,89	348,38	362,84	376,38

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 18. Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden (Tuftedilmiş)



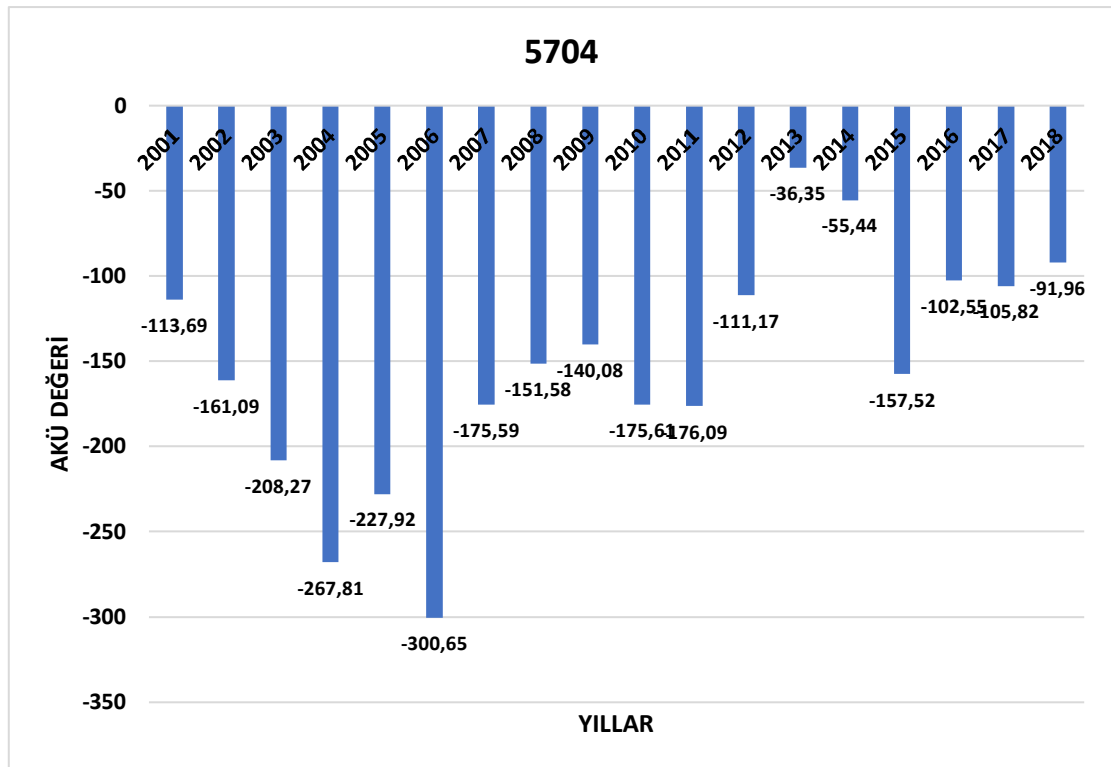
GTIP 570390 “Halılar Ve Tekstilden Diğer Yer Kaplamaları, Dokumaya Elverişli Diğer Maddelerden (Tufted Edilmiş)” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücünün çok yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre 2001 yılında 240,15 olarak belirlenen rekabet gücü dönem içerisinde istikrarlı şekilde artış göstermiş ve 2018 yılında 376,38 ile en üst noktasına ulaşmıştır.

Tablo 41. GTIP 5704 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
5704	-113,69	-161,09	-208,27	-267,81	-227,92	-300,65	-175,59	-151,58	-140,08
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
5704	-175,61	-176,09	-111,17	-36,35	-55,44	-157,52	-102,55	-105,82	-91,96

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 19. Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer, kaplamaları (tufted veya floke edilmemiş) (hazır eşya halinde olsun, olmasın)



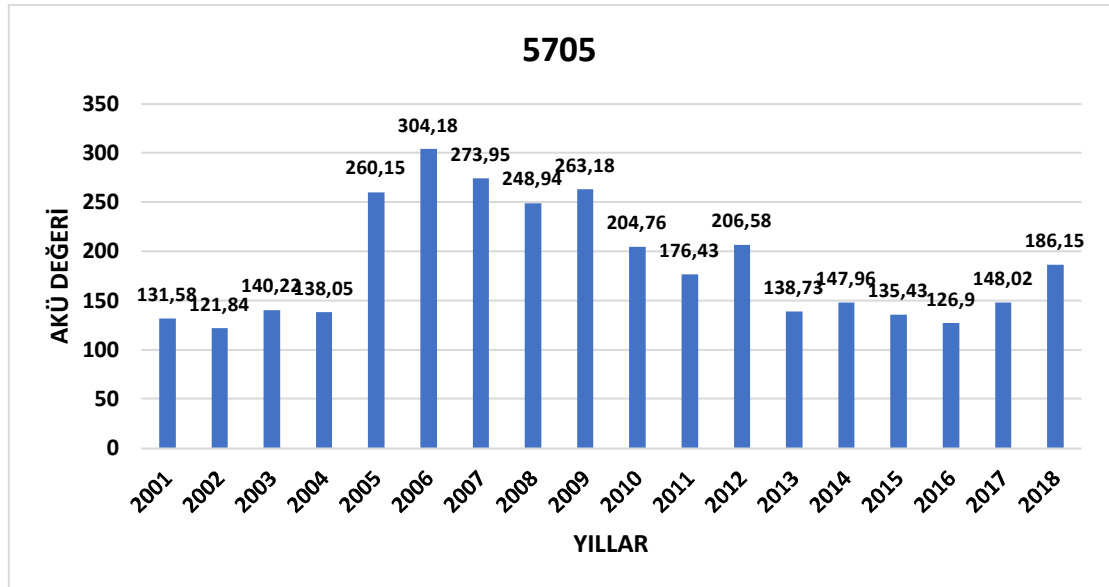
GTIP 5704 “Keçeden halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer, kaplamaları (tufta veya floke edilmemiş) (hazır eşya halinde olsun, olmasın)” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücü incelendiğinde; 2001 yılında -113,69 olan AKÜ değeri 2006 yılına kadar düşerek -300,65 düzeyine ulaşmıştır. 2007’den itibaren rekabet gücünde iyileşme görülmesine karşın sadece 2013 yılında rekabet sınırına gelmiş ve yeniden rekabet gücü kaybedilmiştir. Bu kategoride Türkiye’nin rekabet gücü bulunmamaktadır.

Tablo 42. GTIP 5705 İçin 2001-2018 Dönemine Ait Hesaplanan Akü Değerleri

GTIP	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
5705	131,58	121,84	140,22	138,05	260,15	304,18	273,95	248,94	263,18
GTIP	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
5705	204,76	176,43	206,58	138,73	147,96	135,43	126,9	148,02	186,15

Kaynak: TRADEMAP’de yer alan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 20. Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (hazır eşya halinde olsun olmasın)



GTIP 5705 “Diğer halılar ve dokumaya elverişli maddelerden diğer yer kaplamaları (hazır eşya halinde olsun olmasın)” kategorisinde araştırmaya konu olan dönemde Türkiye’nin rekabet gücünün yüksek olduğu belirlenmiştir. 2001 yılında +131.58, olan

rekabet gücü 2004 yılına kadar yatay bir seyir takip etmiştir. 2005 yılında önemli bir sıçrama ile +260,15 düzeyine yükselmiş ve yeniden yatay bir hareket izlemiştir. Sonraki yıllarda rekabetçi pozisyon korunmakla birlikte 2016 yılına kadar +126,9 kadar gerilemiştir. Son iki yılda ise yeni bir yükseliş trendi görülmektedir. Dönem içerisinde bu kategoride Türkiye'nin rekabet gücü +120'nin altına inmemiştir. Bu kategoride Türkiye yüksek rekabet gücüne sahiptir.

SONUÇ

Halı sektörü, uzun yüzyıllar boyunca devamlılığını ve gelişimini korumuş olup, özellikle içinde bulunduğumuz son yüz yıllık süreçte önemli bir dış ticaret metası durumuna getirilmiştir. Tekstil sektörünün bir alt sektörü olan ve üretim türü, şekli ve amacına göre çeşitliliklere sahip olan halı sektörü, son yıllarda küresel açıdan atılım ve gelişim gösteren bir sektör durumundadır. Emek yoğun bir sektör durumundaki arasında bulunan ve ev tekstili sektörünün alt sektörü olan halıcılık sektörü, aynı zamanda üretim yöntemleri, yüksek katma değeri ve artan talebi ile uluslararası ticaret kapsamında önemli bir ticaret unsurudur. Günümüzün globalleşen uluslararası ekonomisinde içinde bulunulan noktada, salt bir sektörün değil, tüm sektörlerin birlikte oluşturdukları sinerji unsuru daha da önemli duruma gelmiştir.

Yerel ekonomilerin gelişmesinde oldukça önemli bir faktör olan dış ticarete, ülkelerin rekabet güçlerini maksimum seviyeye getirebilmeleri de, ulusal ekonomiler içindeki üretim olanaklarının maksimum seviyede ekonomilere katkıda bulunması ile mümkün durumdadır. Günümüz dünyasında ülkelerin ekonomik bütünlüklerini elde edebilmeleri için her bir sektörün ve sektörlerin sahip oldukları alt sektörlerin ayrı ayrı önemsenmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda araştırmanın da ana sektörünü oluşturan ve ev tekstili sektörünün alt sektörlerinden biri olan halıcılık sektörü dikkat çekmektedir.

Gelişmiş sanayi tesislerinden, evlerde yer alan kasnaklara kadar geniş bir üretim ağı ve istihdam imkânına sahip sektör, küresel açıdan olduğu gibi Türk ekonomisi için de oldukça önemlidir. Dünya geneliyle kalitesi ve tasarımıyla adından söz ettiren Türk halısı, aynı zamanda Türkiye'nin de önemli bir ihracat kalemini oluşturmaktadır. Küresel açıdan önemli bir halı üreticisi olan Türkiye, sektördeki sahip olduğu bilgi birikimi ve deneyimi ile kaliteyi birleştirerek ürettiği halının yaklaşık %60'ını ihraç ederek, aynı zamanda küresel halı pazarında söz sahibi olan bir ülke olup, aynı zamanda ülke gelirini artırmakta ve "Türk malı" algısını olumlu yönde etkilemektedir.

2001-2018 yılları arasındaki 18 yıllık dönemde Türkiye'nin halı sektörü ile alt sektörlerinin dış ticaretteki rekabet gücünün Vollrath'ın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksi ile incelendiği bu çalışmada hesaplamalar ve analizler neticesinde ulaşılan sonuçlar aşağıda belirtilmiştir:

- i. Türkiye'nin halı sektöründe GTIP 570110, 570190, 570210, 570231, 570232, 570239, 570241, 570242, 570249, 570250, 570292, 570299, 570310, 570320, 570330, 570390 ve 5705 kategorilerinde yüksek rekabet gücüne sahiptir.
- ii. Türkiye'nin halı sektöründe GTIP 570291 kategorisinde rekabet gücü sınırdadır.
- iii. Türkiye'nin halı sektöründe GTIP 570220 ve 5704 kategorilerinde ise rekabet gücü düşüktür.

Elde edilen sonuçlar uyarınca halı sektöründe Türkiye'nin genel olarak rekabet gücünün yüksek olduğu, birkaç ürün kategorisinde dalgalanmalar görülmekle birlikte pek çok ürün kategorisinde rekabetçi pozisyonunu koruduğu ve son birkaç yılda da rekabet gücünü arttırdığı değerlendirilmiştir.

Türkiye'nin sahip olduğu yüksek rekabet gücü, Türk halısının önemli bir marka değerine sahip olması, Ortadoğu ve Avrupa pazarlarına olan yakınlık, üretim teknikleri, ucuz ve kaliteli hammaddeye sahip olması, nitelikli ve ucuz işgücü, dağıtım kanalları, pazarlama ağı, etkili Ar-Ge faaliyetleri ve otomasyona dayalı teknoloji kullanımı gibi faktörler dâhilinde açıklanabilir. Yine Türkiye'nin halı dış ticareti kapsamında kendine başlıca pazar olarak belirlemiş olduğu Avrupa ve Ortadoğu pazarı içinde rekabet gücünü koruma ve artırma bakımından Çin ve Hindistan gibi ülkelere nazaran avantajlı konumda olduğu da söylenebilir. Bu durumun sebebi olarak, halı üretiminin Gaziantep'te kümelenmiş bir şekilde devam ettirilmesi olarak açıklanabilir. Ayrıca Türk halı sektöründe, sektörle ilgili olarak çeşitli fiyat ve kalitede ürün çeşitliliğinin bulunabilmesi de, Türkiye'yi rakiplerinden öne çıkaran diğer bir unsurdur.

Ülkemizde tekstil sektöründeki en önemli ihraç kalemlerinden birinin halı sektörü olduğu ve Türkiye'nin de dünyanın en önemli halı ihracatçılarından biri konumunda bulunduğu dikkate alındığında, küresel halı piyasasında sahip olunan rekabet gücünün kaybedilmemesi adına üretimde ARGE faaliyetleri ile verimlilik, pazarlama ve markalaşma benzeri faaliyetlere önem verilmesinin önem arz ettiği değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2011a). Bilgi toplumu ve küreselleşme bağlamında küresel rekabet ortamı, Nobel Yayıncılık, Ankara
- Adıgüzel, M. (2011b). *Küreselleşme ve sonuçları*. Nobel Yayıncılık, Ankara
- Adıgüzel, M. (2011c). Teknolojik Küreselleşme, Nobel Yayıncılık, Ankara
- Adıgüzel, M. (2013). Ekonomik küreselleşmenin Türkiye ekonomisine etkileri. *Akademik Bakış Dergisi*, 35, 1-20
- Adıgüzel, M. (2016). Dünyada ve Türkiye’de Mobilya Sektörü: Mevcut Durum, sorunlar, öneriler ve rekabet, İstanbul Ticaret Odası Yayınları
- Aktan, C. C. (2002). *Yoksullukla mücadele stratejileri*. Hak-İş Konfederasyonu Yayınları.
- Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (2004) *Rekabet gücü ve rekabet stratejileri*. TİSK Yayını.
- Arıcan, E., Yücememiş, B. ve Işıl, G. (2009). *Türk bankacılık sektöründe pazar hakimiyeti ve sektörün rekabet gücünün uygulamalı analizi*. İTO Yayınları.
- Arslan, S. ve Çinko, L. (2018). Türk halı sanatının gelişimi çerçevesinde halı ticaretinin Türkiye ekonomisindeki boyutu. *Social Sciences Research Journal*, 7 (2), 206-213.
- Aslanapa, O. (1987). *Türk halı sanatının bin yılı*. Eren Yayınları.
- Aydemir, C. ve Kaya, M. (2007). Küreselleşme kavramı ve ekonomik yönü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (20).
<http://dergipark.ulakbim.gov.tr/esosder/article/view/5000068075/5000063139>
(Erişim Tarihi: 1 Haziran 2019).
- Backhouse R. E. (1990), Competition. In Creedy J. (ed.) *Foundations of Economic Thought* (pp. 58-86). Oxford: Blackwell,

- Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and-revealed comparative advantage. *The Manchester School*, 33 (2), 99-123.
- Bauman, Z. (1999). *Küreselleşme: Toplumsal sonuçları*. Ayrıntı Yayınları.
- Bedir, A. (2012). Uluslararası rekabet gücü kavramsal çerçevesinde türkiye imalat sanayii sektörlerinin rekabet etme biçimleri ve uygun politika önerisi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 171-212.
- Bilginsoy, B. (2014). *Etkin Bir İşletmecilik İçin İş Kazalarını Önlemenin Önemi ve Gaziantep Halıcılık Sektörü Örneği*. Yüksek lisans tezi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Bishop, S. ve Walker, M. (1999). *Economics of e.c. competition law: concepts, application and measurement*, Londra: Sweet & Maxwell.
- Borensztein, E., Gregorio, J. ve Wha, L. (1998). How does foreign direct investment affect economic growth? *Journal of International Economics*, 45 (1).
- Büyük Larousse Sözlüğü (1986). İstanbul, Milliyet Gazetecilik Yayınları.
- Ceyland, C. (2001). *Küreselleşmenin sektörel etkileri: Araştırma projesi*. Altınoluk Yayın.
- Charles W. ve Hill, L. (2003). *Global business today* (3. Baskı). McGraw-Hill Higher Education/ Irwin.
- Cho, D. (1998). From national competitiveness to bloc and global competitiveness. *Business Review*, 8 (1), 11-23.
- Cho, D. S. ve Moon, H. C. (2000). *From Adam Smith to Michael Porter: evolution to competitiveness theory*. World Scientific Publishing Co. Re. Ltd.
- Cho, D. S. ve Moon, H. C. (2005). National competitiveness: implications for different groups and strategies. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 1 (1), 1-11.

- Christiansen, L., Schindler, M. ve Tressel, T. (2009). *Growth and structural reforms: a new assessment*. International Monetary Fund, Research Department, IMF Working Paper.
- Crafts, N. (2000). *Globalization and growth in the twentieth century* (IMF Working Paper WP/00/44). IMF.
- Dağdelen, İ. (2005). Liberalizasyon. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 10 (108).
- Dar, A. ve Amirkhalkhali, S. (2003). On the impact of trade openness on growth: further evidence from OECD countries. *Applied Economics*, 35 (16), 1761-1766
- Dorman, P. (2000). Actually existing globalization. In P. S. Aulakh & M. G. Schechter (Eds.), *Rethinking globalization(s)*. Palgrave Macmillan.
- Duning, J. H. (1996). The geographical sources of the competitiveness of firms: some results of a new survey. *Transnational Corporations*, 5 (3).
- Francis, F. J. and Markakis, P. C. (1989). Food colorants: anthocyanins. *Critical Reviews in Food Science & Nutrition*, 28(4), 273-314.
- Feurer, R., ve Chaharbaghi, K. (1994). Defining competitiveness: a holistic approach, *Management Decision*, 32 (2), 49-58. DOI: 10.1108/00251749410054819.
- Gaston, N., & Khalid, A. M. (Eds.). (2010). *Globalization and economic integration: winners and losers in the asia-pacific*. Edward Elgar Publishing.
- Gökmenoğlu, S. M., Akal, M. ve Altunışık, R. (2012). Ulusal rekabet gücünü belirleyen faktörler üzerine değerlendirmeler. *Rekabet Dergisi*, 13 (4).
- Greenaway, D., Wyn, M ve Wright, P. (1999). Exports, export composition and growth. *Journal of International Trade & Economic Development*, 8 (1), 41-51.
- Gültekin, R. ve Üyümez, E., (2015). Türkiye ile Rusya Federasyonu serbest ticaret anlaşmasının iki ülke ticaretine olası etkileri ve vergisel yansımaları.

International Conference On Eurasian Economies, Session 3C: Uluslararası Ticaret I içinde. (ss. 406-415).

Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği. (2011). *Türkiye dokuma makine halıcılık sektörü: Envanter, projeksiyon ve analiz*. Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği.

Güleş, H. K. ve Bülbül, B. (2004). Toplam kalite yönetiminin işletmelerde yenilik çalışmalarına katkıları. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, 115–129.

Günsoy, B. ve Kar, M. (2008). Küreselleşme ve kalkınma. Sami Taban ve Muhsin Kar (Ed.), *Kalkınma Ekonomisi Seçme Konular* içinde. Ekin Basım Yayın Dağıtım.

T.C. Ticaret Bakanlığı (2019). Halı Sektörü.

https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Hali_Sektoru.pdf

Huwart, J. Y. ve Verdier, L., (2013). *Economic globalization, origins and consequences OECD insights*. OECD.

Ijioui, R., Emmerich, H., Ceyp, M. ve Hagen, J. (2010). *Globalization 2.0: A roadmap to the future from leading minds*. Springer Berlin Heidelberg.

ILO, UNCTAD, UNDESA, WTO, (2012). Macroeconomic stability, inclusive growth and employment. *UN System Task Team on the Post-2015 UN Development Agenda* içinde (ss. 3-10). United Nations.

İnancık, H. (2008). *Türkiye tekstil tarihi üzerine araştırmalar*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

İncekara, A. ve Savrul, M. (2011). Küreselleşme büyüme ve ekonomik entegrasyonlar: Türkiye açısından bir değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 61 (2), 3-22.

Kruka, D. (2004). *Decoding the effects of trade volume and trade policies on economic growth: A cross-country investigation*. EconWPA International Trade Series.

- Khemani, R.S. and Shapiro, D. M. (1993). An empirical analysis of canadian merger policy. *Journal of Industrial Economics*, 41(2), 161-77
- Küçükerman, Ö. (2015). *Arkas koleksiyonu'nda Osmanlı halı sanatı*. Arkas Holding.
- Lall, S. (2001). *Comparing national competitive performance: An economic analysis of World Economic Forum's competitive index*. QEH Working Paper.
- Li, X. (2004). Trade liberalization and real exchange rate movement. *IMF Staff Papers*, 51 (3), 553-584.
- McFetridge, D.G., Competitiveness: concepts and measures, *Occasional Paper*, 5, Industry Canada, Ottawa, 1995.
- Moon, H. C., Rugman, A. M. ve Verbeke, A. (1998). A generalized double diamond approach to the global competitiveness of Korea and Singapore. *International Business Review*, 7, 135-150.
- Nouhou, M. A. (2017). *Küreselleşme Sürecinde Nijer'in Dış Ticareti, Türkiye ile Ticari İlişkileri ve Dış Olanaklarının Değerlendirilmesi*. Yüksek lisans tezi. T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Oğuztürk, B. S. ve Sarıçoban, K. (2013). Küresel rekabette kümelenme ve inovasyonun rolü. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5 (1), 94-104.
- Onur, S. (2005). Finansal liberalizasyon ve GSMH büyümesi arasındaki ilişki. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (1), 127-152.
- Önder, M. (1966). Selçuklu devri Konya halıları. *Türk Etnografya Dergisi*, 7 (8), 1964-1965.
- Özkan, A. (2006). *Küreselleşme sürecinin medya ve kültür üzerindeki etkileri*. İstanbul Tasam Yayınları.
- Parker, B. (2005). *Introduction to globalization and business: Relationships and Responsibilities*. SAGE Publications.
- Porter, M. E. (2000). *Rekabet stratejisi*. Sistem Yayıncılık.

- Porter, M. E., Sachs, J. D. ve Warner, A. M. (2000). Executive summary: current competitiveness and growth competitiveness. *The Global Competitiveness Report*, 14.
- Seyidoğlu, H. (2001). *Uluslararası iktisat* (14. Baskı). Kurtiş Matbaacılık.
- Sheffield, J., Korotayev, A. ve Grinin, L. (2013). *Globalization, yesterday, today and tomorrow*. Emergent Publications.
- Scott, B. R. ve Lodge, G. C. (1985). US competitiveness in the world economy. *The International Executive*, 27(1), 26-26.
- Semmler, W. (1984) Marx and Schumpeter on competition, transient surplus profitand technical change , *Economie Appliquee*. 37(3-4), 419-455
- Spence, M. (2011). The impact of globalization on income and employment: the downside of integrating markets. *Foreign Aff.*, 90, 28.
- Tağraf, H. (2002). Küreselleşme Süreci ve Çokuluslu İşletmelerin Küreselleşme Sürecine Etkisi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3 (2), 33-47.
- Tanyeri, İ. (2000). Adam Smith'in rekabet analizi üzerine, *Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 18(1), 307-320.
- Taşkın, H. ve Adalı, M.R. (2004). *Teknolojik zeka ve rekabet stratejileri*. Değişim Yayınları.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı. (2016). *Halı sektörü-sektör raporları*. İhracat Genel Müdürlüğü Tekstil ve Konfeksiyon Daire Başkanlığı.
- Thrillwall, A. (2003). *Balance of payments and exchange rate policy in developing countries*. Edward Elgar Publishing.
- Tokatlıoğlu, İ.,1999. İktisadi analizde rekabet kavramının gelişimi. *Ekonomik Yaklaşım*, 10(33), 5-10.
- Tüyen, Z. (2016). *Türkiye'de dış ticaret politika ve uygulamaları*. Dünya Basmevi.

- Uluslararası Çalışma Örgütü. (2006). *Adil bir küreselleşme: herkes için fırsatlar yaratılması* (1. Baskı). Uluslararası Çalışma Ofisi.
- UNCTAD. (2008). *Development and globalization*. United Nations Publication.
- UNCTAD. (2012). *Development and globalization: Facts and figures 2012*. United Nations Publications.
- United Nations. (2016). *International trade and development* (Report of the Secretary-General A/71/275). United Nations.
- United States. Congress. House. Committee on Banking, F. (1985). Report of The President's Commission On Industrial Competitiveness: Hearing Before The Subcommittee on Economic Stabilization of the Committee on Banking, Finance, and Urban Affairs, House of Representatives, Ninety-ninth Congress, first session, March 5, 1985. Washington: U.S. G.P.O.
- Üzümcüoğlu, M. (2018). *Uluslararası Ticarete Rekabet ve Rekabetçilik: Türk Halı Sektörü Örneği*. Yüksek lisans tezi. T.C. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- World Bank, (2002). *Globalization, growth and poverty: Building an inclusive world economy*. World Bank and Oxford University Press.
- Yetkin, Ş. (1974). *Türk halı sanatı*. Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Yetkin, Ş. (1991). *Türk halı sanatı*. Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Yiğit, S. (2008). *Ülke Rekabetçiliğinde Porter'ın Elmas Modeli*. Yüksek lisans tezi. Gazi Osmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.