

**T.C.
CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ PROGRAMI**

**TÜRKİYE PLASTİK SEKTÖRÜNDE ULUSLARARASI
REKABET GÜCÜNÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI
ÜSTÜNLÜKLER KURAMI AÇISINDAN ANALİZİ**

Anıl ÖZDEMİR

**Danışman
Prof. Dr. C. Yenal KESBİÇ**

MANİSA, 2019

**T.C.
CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**


**YÜKSEK LİSANS TEZİ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT TEORİSİ PROGRAMI**

**TÜRKİYE PLASTİK SEKTÖRÜNDE ULUSLARARASI
REKABET GÜCÜNÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI
ÜSTÜNLÜKLER KURAMI AÇISINDAN ANALİZİ**

Anıl ÖZDEMİR

**Danışman
Prof. Dr. C. Yenal KESBİÇ**

MANİSA, 2019

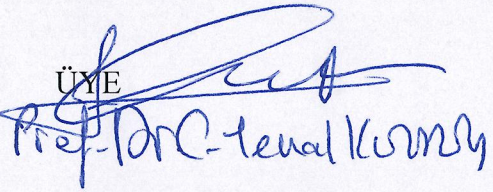
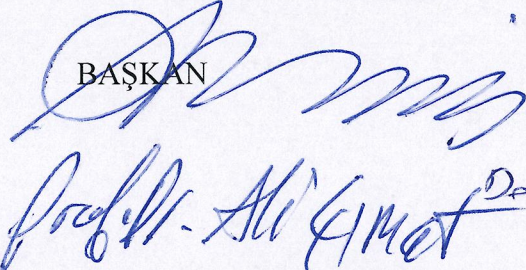
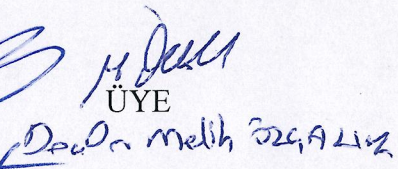
	T.C. MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu	FRYL-031
	YÜKSEK LİSANS EĞİTİMİ FORMLARI	Yayınlanma Tarihi	26/03/2018
		Revizyon No/Tarih	2/23/03/2018
		Sayfa	1/1
Tez Savunma Sınavı Tutanağı			

TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI

Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 14.05.2019 tarih ve 16/33 sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Manisa Celal Bayar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği'nin 9. Maddesi gereğince Enstitümüz İktisat Anabilim Dalı İktisat Teorisi Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Anıl ÖZDEMİR'in "TÜRKİYE PLASTİK SEKTÖRÜNDE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER KURAMI AÇISINDAN ANALİZİ" konulu tezi incelenmiş ve aday 29.05.2019 tarihinde saat 13:00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 60... dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI olduğuna OY BİRLİĞİ
DÜZELTME yapılmasına * OY ÇOKLUĞU
RED edilmesine ** ile karar verilmiştir.

 ÜYE
 BAŞKAN
 ÜYE

Evet Hayır

Tez, burs, ödül veya Teşvik programına (Tüba, Fullbright vb.) aday olabilir.

Tez, mutlaka basılmalıdır.

Tez, mevcut haliyle basılmalıdır.

Tez, gözden geçirildikten sonra basılmalıdır.

Tez, basımı gereksizdir.

* Bu halde adaya 3 ay süre verilir. İkinci tez savunma sınavında da başarısız olan öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir.

** Bu halde adayın Enstitü ile ilişkisi kesilir.

Hazırlayan
Enstitü Sekreteri

Onaylayan
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Türkiye Plastik Sektöründe Uluslararası Rekabet Gücünün Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Kuramı Açısından Analizi” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

25/05/2019

Anıl ÖZDEMİR

ÖZET

TÜRKİYE PLASTİK SEKTÖRÜNDE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER KURAMI AÇISINDAN ANALİZİ

Küreselleşme sürecinin hız kazandığı 1970 sonrası dönemde uluslararası ticaret artmıştır. Bu artışla daha fazla getiri elde etmek ve pazar payına sahip olmak için ülkeler arasında bir yarış başlamıştır. Ülkelerin birbirine benzer mal ve hizmet arzları kaçınılmaz olarak rakip durumda olmalarına yol açmaktadır. Bir ülkenin diğeri üzerindeki üstünlüğü ise rekabet gücü analizleri yardımıyla belirlenmeye çalışılmaktadır.

Ülkeler ve Endüstriler bazında yapılan çalışmalar, ülkelerin rekabet yeteneklerini ortaya koyan yararlı kaynaklardır. Bu nedenle özellikle 1990'dan sonra artan çalışmalarla literatür genişlemiştir. Ülke ve sektör seçimlerinin araştırmacıya tanıdığı özgürlük göz önüne alındığında rekabet gücünün çok çeşitli alanlarda analizini yapmak mümkündür.

Çalışma üç bölüm olarak hazırlanmıştır. Çalışmada Türkiye plastik sektörünün rekabet gücünün belirlenmesi amaçlanmaktadır. Sektörün 2001-2018 dönemi ele alınmıştır. Çalışma sektörün rekabet gücünü açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (RCA) yöntemine göre ölçmektedir. Türkiye plastik sektörü dünya karşısında rekabet dezavantajına sahiptir. Sektörün alt ürün gruplarında ise en yüksek RCA değeri plastikten sofraya eşyası, mutfak eşyası, diğerev eşyası ve sağlık veya tuvalet eşyası grubudur.

Anahtar Kelime: Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler, rekabet analizi, uluslararası rekabet, plastik sektörü.

ABSTRACT

ANALYSIS IN TERMS OF REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE THEORY OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS IN TURKEY PLASTICS SECTOR

In the post-1970 period, when globalization gained momentum, international trade increased. With this increase, a competition has started among the countries in order to gain more returns and market share. The similar supply of goods and services of the countries inevitably leads to their rival status. The superiority of one country over the other is tried to be determined with the help of competitiveness analyzes.

Studies on the basis of countries and industries are useful resources to demonstrate the competitiveness of countries. Therefore, especially after 1990, the literature has expanded with increasing studies. Given the independence granted to the researcher by country and sector choices, it is possible to analyze competitiveness in a wide range of areas.

The study was prepared in three parts. The study aims to determine the competitiveness of the plastics industry in Turkey. The period of 2001-2018 of the sector is discussed. The study measures the competitiveness of the sector according to the revealed comparative advantage (RCA) method. Turkey has a competitive disadvantage relative to the plastics industry worldwide. In the sub-product groups of the sector, the highest value of RCA is tableware, kitchenware, other household goods and sanitary or toilet articles made of plastic.

Keywords: Revealed comparative advantage, competition analysis, international competition, plastics sector.

TEŞEKKÜR

Bu çalıőmayı hazırlamamda bana destek olan, bilgi ve deneyimleriyle yol gösteren, yardımseverliğini hiç esirgemenen karőılaőtıđım engellerde hep yanımda olan danıőmanım Sayın Prof. Dr. Cüneyt Yenal KESBİÇ'e, Türk dil bilgisi açısından çalıőmama katkı sunan değerli arkadaőım Fahriye Merve TÜRKER'e, öğrenim hayatım boyunca beni maddi ve manevi yönden hep destekleyen, her zaman sevgisini ve güvenini hissettiğim aileme yrektek teşekkür ederim.

Anıl ÖZDEMİR
Manisa, 2019



İÇİNDEKİLER

ÖZET	vi
ABSTRACT.....	vii
TEŞEKKÜR	viii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiii
TABLolar LİSTESİ	xiv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi
EK LİSTESİ	xviii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

REKABET VE REKABET GÜCÜNÜN ÖLÇÜLMESİ

1.1. REKABET KAVRAMI	4
1.2. REKABET GÜCÜ KAVRAMI.....	5
1.2.1. Firma Düzeyinde Rekabet Gücü	6
1.2.2. Endüstri Düzeyinde Rekabet Gücü	7
1.2.3. Ulusal–Uluslararası Düzeyde Rekabet Gücü.....	7
1.3. REKABET GÜCÜNÜN BELİRLEYİCİLERİ	9
1.3.1. Rekabet Gücünün Mikroekonomik Belirleyicileri	9
1.3.1.1. Teknoloji Düzeyi	10
1.3.1.2. Verimlilik.....	11
1.3.1.3. Ürün Kalitesi	12
1.3.1.4. Pazarlama	13
1.3.2. Rekabet Gücünün Makroekonomik Belirleyicileri	14
1.3.2.1. Döviz Kurları	15
1.3.2.2. Ekonomik Gelişme ve İstikrar	17
1.3.2.3. Altyapı.....	18

1.4. REKABET GÜCÜNÜN ÖLÇÜLMESİ	19
1.4.1. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksleri.....	21
1.4.1.1. Liesner Endeksi	22
1.4.1.2. Balassa Yaklaşımı	23
1.4.1.3. Vollrath Yaklaşımı ve Alternatif Önerileri	25
1.4.2. Rekabet Gücünün Ölçülmesinde Kullanılan Diğer Endeksler	26
1.4.2.1. Net İhracat Endeksi	27
1.4.2.2. İhracat–İthalat Oranı Endeksi	28
1.4.2.3. Endüstri İçi Ticaret Grubel–Lloyd Endeksi	28

İKİNCİ BÖLÜM

PLASTİK SEKTÖRÜNÜN TEMEL MAKRO YAPISININ TANITILMASI

2.1. PLASTİK SEKTÖRÜNÜN DÜNYADAKİ GÜNCEL DURUMU	30
2.2. PLASTİK SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE’DEKİ GÜNCEL DURUMU.....	33
2.2.1. Türkiye Plastik Sektörünün İstihdam Yapısı.....	36
2.2.2. Türkiye’nin Dünya Plastik Sektörü İçindeki Payı.....	37

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE PLASTİK SEKTÖRÜ ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ ANALİZİ

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	39
3.2. ARAŞTIRMADA KULLANILAN VERİ VE YÖNTEM	39
3.3. SEKTÖRÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER YÖNTEMLERİNE GÖRE ANALİZİ.....	40
3.3.1. Balassa Endeksine Göre Bulgular.....	41
3.3.2. Vollrath Endekslerine Göre Bulgular	43
3.4. SÖKTÖRÜN DİĞER REKABET GÜCÜ ÖLÇÜM YÖNTEMLERİNE GÖRE ANALİZİ	51
3.4.1. Net İhracat Endeksi.....	51
3.4.2. İhracat–İthalat Oranı Endeksi	53
3.4.3. Endüstri İçi Ticaret Grubel–Lloyd Endeksi	56

3.5. TÜRKİYE PLASTİK SEKTÖRÜNÜN BİRİNCİ DÜZEYDEKİ ALT ÜRÜN GRUPLARININ RCA ENDEKSLERİNE GÖRE ANALİZİ.....	58
3.5.1. GTİP 39.01.....	58
3.5.2. GTİP 39.02.....	60
3.5.3. GTİP 39.03.....	61
3.5.4. GTİP 39.04.....	62
3.5.5. GTİP 39.05.....	63
3.5.6. GTİP 39.06.....	64
3.5.7. GTİP 39.07.....	65
3.5.8. GTİP 39.08.....	66
3.5.9. GTİP 39.09.....	67
3.5.10. GTİP 39.10.....	68
3.5.11. GTİP 39.11.....	69
3.5.12. GTİP 39.12.....	70
3.5.13. GTİP 39.13.....	71
3.5.14. GTİP 39.14.....	72
3.5.15. GTİP 39.15.....	73
3.5.16. GTİP 39.16.....	74
3.5.17. GTİP 39.17.....	75
3.5.18. GTİP 39.18.....	76
3.5.19. GTİP 39.19.....	77
3.5.20. GTİP 39.20.....	78
3.5.21. GTİP 39.21.....	79
3.5.22. GTİP 39.22.....	80
3.5.23. GTİP 39.23.....	81
3.5.24. GTİP 39.24.....	82
3.5.25. GTİP 39.25.....	83
3.5.26. GTİP 39.26.....	84

3.6. TÜRKİYE PLASTİK SEKTÖRÜNÜN RCA ENDEKSLERİNE GÖRE SEÇİLMİŞ ÜLKELERLE KARŞILAŞTIRILMASI	85
3.7. GENEL DEĞERLENDİRME	88
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	93
KAYNAKÇA.....	96
EK	



KISALTMALAR DİZİNİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
GSYİH	Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
GTİP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
IMD	Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü
ITC	Uluslararası Ticaret Merkezi
NAFTA	Kuzey Amerika Serbest Ticaret Antlaşması
NER	Nominal Döviz Kuru
OECD	Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü
PAGDER	Plastik Sanayicileri Derneği
PAGEV	Türk Plastik Sanayicileri Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı
PPP	Satın Alma Gücü
RC	Açıklanmış Rekabet Gücü Endeksi
RCA	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük
RER	Rekabetçi Reel Döviz Kuru Endeksi
RMA	Görelİ İthalat Avantajı Endeksi
RTA	Görelİ Ticaret Avantajı Endeksi
RXA	Görelİ İhracat Avantajı Endeksi
SGP	Satın Alma Gücü
TDK	Türk Dil Kurumu
TRADE MAP	Uluslararası İş Geliştirme için Ticaret İstatistikleri
WEF	Dünya Ticaret Örgütü

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Plastik Ürünlerin Dış Ticaret Değeri (Bin Amerikan Doları)	31
Tablo 2: Türkiye Plastik Sektörü Dış Ticareti (Bin Amerikan Doları).....	33
Tablo 3: Plastik Sektörünün Türkiye'nin Toplam Dış Ticareti İçindeki Payı (Bin Amerikan Doları)	34
Tablo 4: Plastik Sektörü İstihdam Verileri	36
Tablo 5: Türkiye'nin Dünya Plastik Sektörü İçindeki Payı (Bin Amerikan Doları) .	37
Tablo 5: Türkiye Plastik Sektörünün RCA_B ve Fark Değerleri	42
Tablo 6: Türkiye Plastik Sektörünün Vollrath Endeksleri ve Fark Değerleri.....	47
Tablo 7: Türkiye Plastik Sektörünün NX ve Fark Değerleri	52
Tablo 8: Türkiye Plastik Sektörünün RCA_{XM} ve Fark Değerleri.....	54
Tablo 9: Türkiye Plastik Sektörünün İhracat ve İthalat Payları.....	55
Tablo 10: Türkiye Plastik Sektörü GL ve Fark Değerleri.....	57
Tablo 11: GTİP 39.01 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	58
Tablo 12: GTİP 39.02 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	60
Tablo 13: GTİP 39.03 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	61
Tablo 14: GTİP 39.04 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	62
Tablo 15: GTİP 39.05 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	63
Tablo 16: GTİP 39.06 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	64
Tablo 17: GTİP 39.07 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	65
Tablo 18: GTİP 39.08 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	66
Tablo 19: GTİP 39.09 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	67
Tablo 20: GTİP 39.10 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	68
Tablo 21: GTİP 39.11 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	69
Tablo 22: GTİP 39.12 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	70
Tablo 23: GTİP 39.13 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	71
Tablo 24: GTİP 39.14 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	72
Tablo 25: GTİP 39.15 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	73
Tablo 26: GTİP 39.16 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	74
Tablo 27: GTİP 39.17 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	75
Tablo 28: GTİP 39.18 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	76
Tablo 29: GTİP 39.19 RCA_B , RXA , RMA ve RC Değerleri.....	77

Tablo 30: GTİP 39.20 RCA _B , RXA, RMA ve RC Değerleri.....	78
Tablo 31: GTİP 39.21 RCA _B , RXA, RMA ve RC Değerleri.....	79
Tablo 32: GTİP 39.22 RCA _B , RXA, RMA ve RC Değerleri.....	80
Tablo 33: GTİP 39.23 RCA _B , RXA, RMA ve RC Değerleri.....	81
Tablo 34: GTİP 39.24 RCA _B , RXA, RMA ve RC Değerleri.....	82
Tablo 35: GTİP 39.25 RCA _B , RXA, RMA ve RC Değerleri.....	83
Tablo 36: GTİP 39.26 RCA _B , RXA, RMA ve RC Değerleri.....	84
Tablo 37: Türkiye ve Seçilmiş Ülkelerin 2018 Yılı Plastik Sektörü RCA Endeksleri	85
Tablo 38: RCA _B Endeksine Göre Plastik Sektörü Rekabet Gücü Sıralaması.....	86
Tablo 39: RC Endeksine Göre Plastik Sektörü Rekabet Gücü Sıralaması	87
Tablo 40: Türkiye Plastik Sektörünün Birinci Düzey Ürün Gruplarının RCA Değerleri (2018).....	90

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Dünya Plastik Sektörü Ticaret Dengesi Haritası (2018).....	32
Şekil 2: Türkiye Plastik Sektörü Ticaret Dengesi Haritası (2018).....	35
Şekil 3: RCA_B ve Fark Değerleri Grafiği.....	43
Şekil 4: RCA_B ve RXA Değerleri Grafiği.....	48
Şekil 5: RTA , RC ve Fark Değerleri Grafiği	49
Şekil 6: RC , $\ln RXA$ ve $\ln RMA$ Değerleri Grafiği.....	50
Şekil 7: NX ve Fark Değerleri Grafiği.....	53
Şekil 8: RCA_{XM} ve Fark Değerleri Grafiği.....	55
Şekil 9: GTİP 39.01 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	59
Şekil 10: GTİP 39.02 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	60
Şekil 11: GTİP 39.03 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	61
Şekil 12: GTİP 39.04 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	62
Şekil 13: GTİP 39.05 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	63
Şekil 14: GTİP 39.06 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	64
Şekil 15: GTİP 39.07 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	65
Şekil 16: GTİP 39.08 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	66
Şekil 17: GTİP 39.09 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	67
Şekil 18: GTİP 39.10 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	68
Şekil 19: GTİP 39.11 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	69
Şekil 20: GTİP 39.12 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	70
Şekil 21: GTİP 39.13 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	71
Şekil 22: GTİP 39.14 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	72
Şekil 23: GTİP 39.15 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	73
Şekil 24: GTİP 39.16 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	74
Şekil 25: GTİP 39.17 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	75
Şekil 26: GTİP 39.18 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	76
Şekil 27: GTİP 39.19 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	77
Şekil 28: GTİP 39.20 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	78
Şekil 29: GTİP 39.21 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	79
Şekil 30: GTİP 39.22 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	80
Şekil 31: GTİP 39.23 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği.....	81

Şekil 32: GTİP 39.24 RCA _B ve RC Değerleri Grafiği.....	82
Şekil 33: GTİP 39.25 RCA _B ve RC Değerleri Grafiği.....	83
Şekil 34: GTİP 39.26 RCA _B ve RC Değerleri Grafiği.....	84
Şekil 35: Ülkelerin RCA _B ve RC Endeksine Göre Rekabet Gücü.....	88



EK LİSTESİ

EK: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) Listesi



GİRİŞ

Küresel işleyişin giderek alanının genişlediği sosyal, ekonomik, toplumsal ve siyasi tüm birimlerin daha iletişimsel olduğu günümüz dünyasının pek çok gelişmenin yansıması olan değişim taşıdığı gerçeğiyle yüz yüze geldiğinde görülecek olan daha bütüncül, daha iç içe, daha ulaşılabilir bir dünyadır. Dolayısıyla tüm bunlarla birlikte her alanda “rekabet” kavramının işleyişine yönelik bir düşünce vardır. Özellikle dünyamızın gelişmesiyle birlikte gerçekleşen bu değişimin içinde yer alan tüm birimler bu yerlerini korumak ve geliştirmek için rekabet etmektedir. Bu değişim parkurunda gerçekleşen hızlı yarışın içine dahil olamayan birimler ise bir şekilde bu yarışa katılmak için çalışmalar yapmakta ve yarışa katılabilmenin yollarını aramaktadır. Tüm bu durum ekonomi ve küresel dünya için tek bir sözcük olan rekabet kavramıyla ifade edilebilir hale gelmektedir.

Özellikle ekonomilerin büyüdüğü, tüketimin arttığı, üretimin daha özellikli gerçekleştiği bir dünyada ülkeler birbirleriyle sürekli bir çekişme, bir rekabet halindedir. İkinci dünya savaşının izleriyle birlikte bu sürece önde başlayan ülkeler bugün yerlerini koruyabilmenin düşüncesi içindedir. Büyük bir siyasi ve ekonomik yıkımın yaşandığı İkinci Dünya Savaşı, ülkelere güçlü olmanın önemini çok ağır bedeller sonucunda öğretmiştir. Bu güne kadar yaşanan tarihsel sürecin getirdiği birikimle ülkeler artık farklı bir savaş içindedirler. Bu savaş ekonomik güç elde etmek ve dünya ticaretinde pay sahibi olmak savaşidir. Dolayısıyla rekabet kavramı son yıllarda ekonomik anlamda üzerinde pek çok tartışmanın yaşandığı kavramlardan biri haline gelmiştir.

Ülkelerin küreselleşme evrimi içinde sahip olduğu doğal kaynakları etkin ve verimli kullanma çabasıyla birlikte büyüyen ekonomiler farklı faktör ilişkileriyle günümüzde uluslararası hale gelmiştir. Ülkelerin ekonomik birimleri uluslararası pazarda yer almaya başlamış ve dünya ticareti genişlemiştir.

Ülkelerin dünya pazarında söz sahibi olma çabası, ülkelerine sermaye kazandırma içgüdüleri, teknoloji ve altyapı yatırımlarıyla mevcut pozisyonlarını güçlendirme arzusu rekabet kavramı üzerine çalışmalar yapılmasına zemin hazırlamıştır. Yapılan çalışmaların öznelliği kavramın öznelliğiyle iç içedir. Bu nedenle rekabet kavramı üzerine bir fikir birliği sağlanamamıştır.

Ülkelerin birbirinden ayıran jeolojik, kültürel ve ticari faktörler farklı rekabet stratejilerinin benimsenmesine neden olmuştur. Dünya pazarının bazı yerlerinde maliyet unsuru kabul görürken diğer yerlerde kalite unsuru kabul görmektedir. Bu değişkenler için ülkeler en uygun üretim koşullarını yakalamaya çalışmakta ve en kaliteli ürünü en az maliyetle üretmeye çalışmaktadır. Rekabet kavramı üretimin yeniden yorumlandığı mal ve hizmetlerin üretiminde, fiyatta, pazarlamada, satış sonrası hizmetlerde de kendini göstermiştir. Dolayısıyla kavramın işleyişine yönelik tüm bu süreç birbirine bağlanmış, karmaşıklaşmış ve zorlaşmıştır.

Türkiye için bu sürecin değerlendirilmesi önemlidir. Gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler karşısında uluslararası pazarda söz sahibi olmaya çalışan Türkiye'nin sahip olduğu dinamiklerin bilinmesi ve Türkiye'de karşısındaki engellere karşı alternatif önerilerin oluşturulması, rekabet gücü açısından atılacak adımları belirlemede yardımcı olacaktır. Bu bağlamda son yıllarda Türkiye'nin rekabet gücüne yönelik çalışmalar literatürde yer almaya başlamış ve rekabet gücü kavramı tartışmaların odak noktası haline gelmiştir.

Pek çok araştırmacı ve akademisyen tarafından tartışılan rekabet gücü kavramının Türkiye açısından değerlendirilmesine yönelik yapılan çalışmalar, ilgili sektörlerde rekabet gücünün artırılmasına yönelik önerilerle birlikte sektörün eksik yanlarının belirlenmesine olanak tanımıştır. Tüm bu çalışmaların ortak amacı rekabet gücünün elde edilebilirliğinin alternatif yollarını aramak ve araştırma konusu sektörlere destek sunmaktır.

Bu bağlamda çalışmada Türkiye plastik sektörünün rekabet gücüne yönelik bir değerlendirme yapılacaktır. Yapısı gereği pek çok sektörde kullanılan plastik maddesinin potansiyel ticaret hacmi göz önüne alındığında, bu sektörün seçilme sebebi ortaya çıkmaktadır. Türkiye plastik sektörünün bütün olarak değerlendirilmesi ihtiyacı sektörün potansiyel ticaret hacmiyle paralel olduğu gibi sektöre yönelik yapılacak araştırmanın referans niteliği kazanması amaçlandığı için ortaya çıkmıştır.

Çalışmada 2001–2018 döneminde Türkiye plastik sektörünün rekabet gücü analizi yapılacaktır. Analiz, literatürde kabul gören endekslerle, sektörün dış ticaret verileriyle hesaplanacaktır. Dolayısıyla kullanılacak tüm veriler, yaklaşımların temeli gereği ticaret sonrası oluşturulmuş veriler kapsamında olup objektiflik esasına dayalı olarak uluslararası ticari istatistikleri barındıran veri merkezlerinden derlenmiştir.

Çalışma üç bölüm olarak planlanmıştır. Birinci bölümde rekabet gücüne ilişkin literatür incelenerek çalışmanın içeriğine uygun olarak rekabet gücü kavramının teorik çerçevesi çizilmiştir. İkinci bölümde plastik sektörünün küresel ve ulusal ekonomik verileri paylaşılmış ve güncel durumları açıklanmıştır. Çalışmanın son bölümünde, açıklanan teorik çerçeve ve ticaret verileriyle Türkiye plastik sektörünün rekabet gücünün belirlenmesi kapsamında analiz çalışması yapılmıştır. Analiz çalışması, belirlenen endekslerle öncelikle sektörün tamamında, sonra armonize sisteme göre sınıflandırılmış birinci düzey grupları bazında daha sonra küresel plastik sektöründe ihracat hacmi en yüksek 20 ülke ile Türkiye'nin karşılaştırmasında uygulanmıştır. Dolayısıyla, çalışma, Türkiye plastik sektörünü bir bütünlük içinde değerlendirmeyi, ürün grupları bazında incelemeyi ve seçilmiş ülkelerle karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın sonunda elde edilen bulgular değerlendirilerek, sonuçlar ekonomi perspektifi içinde yorumlanacak ve rekabet gücünün artırılması için sektöre yönelik önerilerle çalışma sonuçlandırılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

REKABET VE REKABET GÜCÜNÜN ÖLÇÜLMESİ

Küreselleşen dünya ile birlikte rekabet ve rekabet gücü kavramları iktisadi açıdan önemli kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kavramlara yönelik akademik alanda çok sayıda çalışma yapılmıştır. Söz konusu çalışmalar firmaların, kentlerin, bölgelerin ve ülkelerin ulusal ve uluslararası pazarda rekabet güçlerini ölçmeye yönelik çalışmalardır. Kavramlar, her ne kadar tanımlanmalarına yönelik tartışmalar sürse de ekonomik faaliyetlerin temel bir unsuru olarak kabul görmüşlerdir. Çalışmanın bu bölümünde ilgili literatür taranarak kavramların tanımsal boyutu incelenmiş; rekabet gücünün firma, endüstri ve ulusal/uluslararası düzeylerde kapsamı değerlendirilerek rekabet gücü belirleyicileri arasından seçilenler açıklanmıştır. Sonrasında rekabet gücünün göstergeleri ve ölçüm yöntemlerine yönelik yaklaşımlar teorik olarak incelenmiştir.

1.1. REKABET KAVRAMI

Rekabet kavramı pek çok bilim dalında karşımıza çıkar. Gerek fen bilimleri alanında gerekse sosyal bilimlerde farklı tanımlar kazanan bu kavram, öz anlamıyla, iki olgu arasında gerçekleşen çekişme olarak tanımlanabilir. Kavramın tanımı bilimlerde için değerlendirildiğinde daha geniş anlamı hale gelse de sözcük anlamı Türk Dil Kurumu (TDK) tarafından, “Aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma, yarış” olarak ifade edilmektedir.

Ekonomi bilimi içinde değerlendirildiğinde, rekabet kavramı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’da, “Mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilebilmesini sağlayan yarış” olarak ifade edilmiştir. Ayrıca ekonomide yer alan ekonomik birimler arasında ortaya çıkan ticari yarış olarak da ifade edilebilir. Bu yarış, piyasa ekonomisinin de temelini oluşturmaktadır (Baltacı, Burgazoğlu, Kılıç, 2012: 5). Bu bağlamda kavram piyasa açısından ele alındığında, kişi veya firmalar tarafından gerçekleştirilen her türlü ticari faaliyetin sınırlanmadığı ya da engellenmediği bir ideal ortamı ifade eder. Söz konusu ideal ortam firmaların rekabetçi davranışlarından çok piyasa yapısının rekabet derecesini ve firmaların fiyatlar üzerindeki etkisini tanımlamaya yöneliktir (Aktan, Vural, 2004:

Kavrama yönelik mikro anlamda bu tanımlamalar, piyasa yapısını, firmalar ve kişiler arasındaki çekişmeyi ve mikro ekonomi dinamiklerini kapsasa da makro anlamda rekabeti tanımlamakta yetersiz kalmaktadır.

1980'lerden sonra artan sanayi firmaları, uluslararası pazar hareketleri, ürün ve üretim süreçlerindeki yenilikler rekabet kavramının makro düzeyde incelenmesini ve küreselleşme bağlamında değerlendirilmesini gerekli kılmıştır. Özellikle 1990 sonrası doğu bloku ülkelerinin ekonomik ve siyasi çöküşü küreselleşme olgusunu hızlandırmıştır (Kıvılcım, 2013: 222). Artan küreselleşme, ekonomik birimlerin küresel pazarda rekabet ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. Bu ihtiyaç; pazar paylarını korumaya ve arttırmaya yönelik faaliyetler yürüten ekonomik birimlerin yer aldığı küresel pazarın, rekabete dayalı uluslararası bir pazar olarak karşımıza çıkmasına neden olmuştur. Tüm bu süreç, rekabet kavramının makro anlamda ülkeler, bölgeler ve kentler düzeyinde tanımlanmasını daha zor hale getirmiş, süregelen tartışmalar, görüş ayrılıkları nedeniyle kavramın genel kabul görmüş bir tanım almasına engel olmuştur (Eroğlu, Yalçın, 2013: 98).

1.2. REKABET GÜCÜ KAVRAMI

Özellikle 1990 sonrası ülkelerin dışa açılma isteği ve dünyayı bir pazar olarak konumlandırma çabası rakiplerin ekonomik sahnede yer almasını sağladı. Bu karşılaşmalar ülkeler arası rekabet kavramının doğuşunu hızlandırdığı gibi aynı zamanda da bir yarışın başlamasına neden oldu.

Yarış pek çok ekonomist tarafından farklı tanımlansa da, genel anlamda, uluslararası rekabete dayalı olarak sürdürülen üretim sürecinin yüksek istihdam yaratması ve gelir seviyesi üstünlüğünü sağlaması olarak tanımlanabilir. Söz konusu üretim gücü (üstünlüğü) firma, sektör ve ülke gibi belli düzeylerde incelenmektedir. Farklı tanımlamayla rekabet gücü, ülkenin üretimini gerçekleştirdiği mal ve hizmetlerin başka ülkenin mal ve hizmetleri karşısında uluslararası pazarda yarışabilirliği olarak ifade edilebilir (Demir, 2001: 46).

Tanımın ülke göstergelerindeki ve kaynak kullanımlarındaki etkinliği başta Michael E. Porter ve Ralph Landau gibi ekonomistler tarafından dikkate değer bir biçimde vurgulanmıştır. Landau (1992)'e göre rekabet gücü, gelecekteki kuşakların hayat standartlarında ve ülkenin büyüme gücünde bir düşüş yaşanmadan, mümkün olan en yüksek ve kaliteli istihdam düzeyinde, yüksek yaşam standartlarının ve kabul

edilebilir bir büyüme oranının elde edilmesidir. Porter (1990) ise rekabet gücünün sabit bir tanımının olmadığını ve ulusal verimlilikle, üretim faktörlerinin tam kapasite kullanılmasıyla doğru orantılı olacağını vurgulamıştır.

Rekabet gücü kavramı, düzeylere göre farklılaşmış tanımsal yapısı gereği farklı analiz yöntemleri üzerinden değerlendirilmektedir. Bu nedenle rekabet gücü kavramı, firma, endüstri, küme ve ulusal düzeylerde incelenmektedir.

1.2.1. Firma Düzeyinde Rekabet Gücü

Firma düzeyinde rekabet gücünün tanımlanması için ekonomistler pek çok kavramdan ve faktörden yola çıkmıştır. Porter (1994) firmaların verimliliklerini ve üretim faktörlerini en verimli şekilde kullanabilmelerini temel alarak geliştirdiği rekabet gücü tanımında, artan verimliliğin ve piyasa payı getirisinin artan rekabet gücü olacağını belirtmiştir.

McFetridge (1995) ise firmaların rekabet gücünü kârlılık düzeyi ile ilişkilendirmiştir. Bir firmanın kâr artışı daha yüksek pazar payı ve daha düşük girdi maliyetinin bir sonucudur. Bu durumda rakip firmalar karşısında verimlilik avantajlarına sahip olacaktır. Firma düzeyinde kârlılık, maliyet, verimlilik ve pazar payı rekabet gücünün tüm göstergeleridir.

Ancak son yıllarda ortaya çıkan teknolojik gelişmeler, üretim teknolojilerindeki yenilik ve yaşanan maliyet düşüşleri, artan ürün kaliteleri, firma düzeyinde rekabet gücü için fiyat dışı unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kibritçioğlu (1995) ise firma düzeyinde rekabet gücünü bir firmanın rakip yerli ve yabancı firmalara karşı fiyat ve fiyat dışı faktörler (kalite, teslimde dakiklik, satış sonrası hizmetler) açısından eşit ve üstün olma durumu olarak tanımlamıştır. Başka bir deyişle; rekabet gücü, firmanın bir sektör içinde rakiplerine karşı geliştirdiği üstünlük pozisyonunu ifade eder. Bu durum; firmanın rakipleri tarafından sunulan ürünlere karşı daha üstün tasarım, üretim ve pazarlama yeteneklerini işaret ederken aynı zamanda fiyat, kalite, teknolojik ilerleme gibi çeşitli faktörlerin de üstünlüğü, olarak değerlendirilir (Depperu, Cerrato, 2005: 5).

Firmanın rekabetçilik gücü teknoloji ve beşeri sermayeyle de doğrudan ilişkilidir. Beşeri sermayeye ve teknolojiye yatırım yapmayan firma, uzun vadede rekabet gücünü yitirmeye başlayacaktır. Fakat çalışanlarına ve üretim teknolojilerine yatırım yapan firma, kısa vadede her ne kadar mali bir düşüşle karşılaşsa da uzun

vadede, piyasada güçlü bir rekabetçi konuma ulaşacaktır (Feurer, Chaharbaghi, 1994).

1.2.2. Endüstri Düzeyinde Rekabet Gücü

Endüstrinin tanımı basit ifadeyle benzer faktör girdileri kullanarak benzer mal ve hizmet üretimi yapan firmaların oluşturduğu birlik ya da topluluktur.

Endüstri düzeyinde rekabet gücü incelenirken, genellikle o endüstriyi oluşturan firmaların verileri analiz edilir. Bu nedenle, bir endüstrinin bölgesel ya da uluslararası rekabet gücü o endüstri içindeki firmaların rekabetçilik güçleri ile ölçülür.

Firma düzeyinde hesaplanan rekabet ölçümlerinin çoğu, endüstri düzeyinde de hesaplanır. Uluslararası rakipleriyle rekabette olan endüstri, rakip endüstrilere karşı, ortalama ya da ortalamanın üzerinde getiri oranları elde ediyorsa rekabetçi olarak kabul edilebilir (McFetridge, 1995: 11).

Fiyat dışı faktörler uluslararası endüstri rekabetini etkileyen unsurlardır. Pazarda, talebe yönelik, beklentileri karşılayabilecek ürün ve hizmetlerin sunulması o endüstrinin yenilik, ar-ge ve teknoloji yatırımlarıyla doğrudan ilişkilidir. Rakip endüstrilere karşı, yalnızca verimlilik düzeyinde üstünlük kurulması, tercih edilebilirliği tek başına etkilememektedir. Kalite, servis ve satış sonrası hizmetler gibi fiyat dışı unsurlar düzeyinde de rakip endüstriler karşısında kurulan üstünlük, rekabet edilebilirliği arttıran bir kapasitedir.

1.2.3. Ulusal–Uluslararası Düzeyde Rekabet Gücü

Ulusal rekabet gücünün tanımı şu şekildedir: Ulusal ekonominin, sürdürülebilir bir şekilde büyüyen faktör verimliliğiyle vatandaşlarının refahını artırmaya yönelik bir çalışma yeteneğidir. Bu durum, şirketlere ve diğer kuruluşlara, küresel rekabetin gereklilikleri ve değişen sosyal normları karşılayan mal ve hizmetlerin yaratılması, kullanılması ve satılması için bir ortam sağlanarak gerçekleştirilmektedir (Chikan, 2008: 25).

Birim işgücü maliyetleri bir ülkenin ödemeler dengesinin sürdürülebilir olup olmadığını değerlendirmek için sıklıkla kullanılır. Rekabetin, düşük maliyetler, düşük ücretler gibi yüzeysel şekilde yorumlanması, refahın politik hedef olması

durumunda açıkça yanlış bir yorumlamadır. Benzer şekilde, birim işgücü maliyetleri farklı refah düzeyinde ve ekonomik performansta sürdürülebilir dış denge ile uyumlu olabilir. Ancak birim işgücü maliyetleri belli pazarların işleyişi için uygun bir teşhis sağlar, fakat ekonomik performansı destekleyen temel bir rekabet sebebi sayılmaz. Rekabet konusundaki bu yanlış anlamalara cevaben Porter (1990), Rekabet Konseyi gibi örgütlerle birlikte, rekabetçiliğin, zenginlik yaratmanın ve ekonomik performansın altını çizen bir kavram olduğu görüşüne yeniden odaklandı. Bu bakış açısı ekseninde; rekabet gücü, üretkenlikle sıkı sıkıya bağlı hale geldi (Delgado vd., 2012: 7).

Ticaret sıralamasında bir ülkenin genel kalitesi göz önüne alındığında, çalışabilir nüfusun beklenen verimlilik düzeyi temel rekabet gücünü tanımlar. Hem istihdam edilen işçilerin üretkenliği hem de mevcut iş gücünün büyük bir kısmını istihdam etme yeteneği genel refahı etkiler. Ülke genelinde aktif çalışanların işgücü verimliliğindeki büyük varyasyon yaygın olarak bilinir ve kişi başına düşen Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla'nın (GSYİH) değişimiyle kuvvetle ilişkilidir. Ancak emek seferberliğinde de büyük bir varyasyon var. Çalışma çağındaki nüfusa (toplam nüfusa karşı) odaklanarak, rekabet koşulları ve tamamen demografik faktörler arasında ayırım yapmamızı sağlar. Rekabet gücümüzün tanımı, önceki çalışmalarda kullanılan verimlilik kavramını genişletir ve refahı şekillendiren politika eylemine uygun olarak üretkenlik artırıcı faktörlerin tamamını kapsar (Delgado vd., 2012: 7).

Sosyal altyapı ve politik kurumlar, üretken ekonomik faaliyetin gerçekleştiği daha geniş bağlamı tanımlar. Dikkatlice incelenen kurumsal kalitenin belirli yönleri arasında; hukukun üstünlüğü, mülkiyet haklarının varlığı, yönetişimin kalitesi ve yolsuzluğun etkisi sayılabilir. Eğitim, sağlık ve kamu güvenliği, üretken ekonomik aktivitenin sağlanması için gerekli olan genel sosyal altyapının diğer yönleridir (Delgado vd., 2012: 7).

Ülkeler, ulusal rekabet güçlerini arttırabilmek için yüksek verimlilikle birlikte işgücü piyasasında yüksek ücretlerin var olduğu iktisadi birimlere kaynak aktarımında bulunmalıdır. Ulusal rekabet gücünün artması dış ticaret dengesini sağlamaya yönelik maliyet ve ticaret avantajı değişkenlerinin yanı sıra istihdam düzeyi, yaşam kalitesi, toplam gelir gibi faktörlerin kalitesinde yaşanacak kabul edilebilir sürekli artışların etkisindedir (Aktan, Vural, 2004: 12).

1.3. REKABET GÜCÜNÜN BELİRLEYİCİLERİ

Rekabet ve rekabet gücü kavramlarının tanımsal yapısı gereği var olan çeşitlilik, belirleyicileri için de geçerlidir. Rekabet gücü kavramının çok boyutlu yapısı, kavramın, tek faktörle açıklanmasına engel olurken, tüm faktörlerle tüm boyutlarının ele alınabilmesi de oldukça kapsamlı bir araştırmanın gerekliliğidir. Rekabet gücüne ilişkin çalışmalar gözden geçirildiğinde görülecektir ki belirleyiciler olarak farklı ve çok sayıda kavram dikkate alınmıştır. Bunlar firma bazında mikro faktörler olabildiği gibi aynı zamanda ülke bazında makro faktörleri de içermektedir (Bakımlı, 2011).

Mikro ve makro belirleyiciler üzerinde yapılacak geliştirmeler, ülkelerin rekabet gücünde sağlanacak anlamlı ve kabul edilebilir artışların sağlanması anlamına gelmektedir. Söz konusu geliştirmelerin temelinde, kısa vadede rekabet edebilirlik yeteneğinin artırılması varken, uzun vadede toplumsal refahın artırılması düşüncesi vardır. Dolayısıyla, hangi belirleyiciler üzerinde durulması gerektiği, politika seçimleri ve kaynakların etkin kullanılması gibi pek çok makro ve mikro unsur dikkatlice analiz edilmeli, doğru müdahalelerle geliştirilmelidir.

Belirleyicilerin gruplandırılmasında literatürde farklı yaklaşımlar söz konusudur. Daha çok “fiyat” ve “fiyat dışı” rekabet ayrımı yapılırken, “firma içi etkenler” ve “firma dışı etkenler” olarak da ayrımlar yapılmaktadır. Farklı ifadeyle “firma içi etkenler”, “mikroekonomik faktörler” ve “firma dışı etkenler”, “makroekonomik faktörler” olarak da değerlendirilmektedir.

Çalışmada “mikroekonomik belirleyiciler” ve “makroekonomik belirleyiciler” ayrımı kullanılarak, çalışmaya katkısı olacağı düşünülen belirleyiciler kısaca açıklanmıştır.

1.3.1. Rekabet Gücünün Mikroekonomik Belirleyicileri

Rekabet gücünün mikroekonomik belirleyicileri çok farklıdır. Geniş kuramsal faktörlerin ötesine geçerek, mikroekonomik rekabet gücü, ulusal iş ortamının özel nitelikleri (örnek olarak işyeri yönetmeliğinin yatırım ve büyümeyi arttırıp arttırmayacağı veya engelleyeceği), ekonomik faaliyetlerin organizasyonu ve yapısı (örnek olarak bölgesel rekabetin kapsamı ve kümelenme gelişiminden aglomerasyon yayılımlarının kapsamı) ve karmaşık iş yönetimi uygulamalarının kullanımı (örneğin,

firmaların teşvik ödemelerini kullanıp kullanmadıkları), üzerine odaklanmaktadır (Delgado vd. 2012: 4).

1.3.1.1. Teknoloji Düzeyi

Teknoloji, ülkelerin rekabet gücünü belirleyen önemli faktörlerden birisi olarak kabul edilir. Gelişen iletişim, bilgi ve üretim teknolojileriyle birlikte rekabet gücü de teknolojiden etkilenen bir kavram olmuştur. Modern insanın tercihlerini belirlemede, tüketiminde, üretim ve planlamasında kullandığı teknoloji unsurlarının tamamı, bugün firmaların ve ülkelerin kullandığı benzer unsurlardır.

Teknoloji, bireysel ve toplumsal anlamda zevk ve tercihleri, beklentileri, firmalar için daha az maliyetle daha kaliteli üretim olanaklarını, üretilen mal ve hizmetlerin çeşitliliğini doğrudan belirlemektedir. Artan ürün çeşitliliği ve azalan üretim maliyetleri ile ekonomik büyümeyi hızlandıran teknoloji, yaşam standartlarını ve refah düzeyini de arttırmaktadır (Aktan ve Vural, 2004: 29).

Teknolojik yenilikler, firmaların başta daha kısa sürede daha fazla ürünü artan kalite ile üretebilme yeteneklerini ve talep miktarına cevap verebilme kapasitelerini arttırmalarını sağlamış, satış politikalarının da belirleyicisi olmuştur. Başka bir deyişle başta ürün ve süreç yönetiminin etkin kullanılmasını tasarlayan teknoloji; yeni pazarların bulunmasını, satış miktarlarının arttırılmasını, son tüketicinin tercihlerinin belirlenmesine kadar olan süreçlerin tamamında etkindir. Yeni ürünlerin geliştirilmesi ve yeni ihtiyaç alanlarına sunulması da rekabetçiliğin arttırılmasında bir faktör olarak teknolojinin gerekliliğini kesin kılmaktadır. Firmalar bu sayede rekabetçi konumlarını güçlendirerek pazarda daha yüksek paya ulaşabilirler. Hız, zaman, verimlilik, standardizasyon, satış gibi kavramların etkin kullanımını beraberinde getiren teknoloji, firmaların maliyetlerinde düşüş yaşanmasını sağlayarak karlılığı ve verimliliği arttırır. Bu artışla yeni üretim teknolojilerinin kullanılması, etkin faktör verimliliğini arttırır. Sonuç olarak ilgili sektörün mal ve hizmetlerinin uluslararası rekabet edebilirlik düzeyi artar (Aktan ve Vural, 2004; İleri ve Horasan, 2010; Alcorta, 1994; Bülbül, 2003; Zerenler vd., 2007).

1.3.1.2. Verimlilik

Verimlilik, en basit haliyle en az girdi ile en çok çıktıyı üretebilme yeteneğidir. Temel bir formülle ifade edilmeye çalışıldığında bu tanım,

$$VERİMLİLİK = \frac{GİRDİ}{ÇIKTI} \quad (1.1)$$

şeklinde bir eşitliğe dönüşecektir. Eşitlik temelde üretim performansına yönelik kaynak kullanımının oranını vermektedir. Bu oran rekabet gücüyle de doğrudan ilişkilidir (Kanat ve Güner 2007: 279).

Uzun dönemde rekabet gücünün geliştirilebilmesi ve sürdürülebilir rekabet gücünün oluşturulabilmesi için üretim faktörlerinin verimliliğinin artırılması en önemli aşamalardan birisi olarak görülmektedir. Küresel rekabet ortamında söz konusu artış üretim faktörleri olarak değerlendirilen girdi başına üretilen çıktı düzeyinin yükseltilmesi yeteneği olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda çıktı düzeyindeki artış yalnızca ürünün fiziki miktarına bağlı olmayıp aynı zamanda ürüne kazandırılan kalite ve fonksiyonel kullanım niteliklerinin de artışı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla verimliliğin artırılması ürünün üretim miktarlarının artışına paralel olarak parasal değerinin de artırılması anlamına gelebilmektedir (Ayaş, 2011: 9).

Verimlilik artışına yönelik gelişen varsayımlar rekabet gücü varsayımlarına paralel olarak gelişmiştir. Düşük fiyatın en önemli rekabet unsuru olarak görüldüğü dönemlerde gelişen verimlilik artışları üretim koşullarının egemen olduğu üretim maliyetlerinin düşürülmesi için geliştirilen bir faktördür. Başka bir tanımlamayla verimliliğin artması üretim maliyetlerini düşüreceğinden işletmeler ürünün fiyat belirlemesini piyasa koşullarına göre düzenlemekte daha serbest olacaklardır, bu da rekabet fırsatları açısından işletmelere avantaj sağlayacaktır. Ancak son yıllarda değişen tüketim talebi yalnızca fiyat endeksli olarak ilerlemeyip aynı zamanda işlevsellik ve ürünün kullanım dinamiklerini de içermektedir. Bu nedenle verimlilik artışı anlayışı kalite, işlevsellik, ürün farklılığı gibi özellikleri de içine alarak maliyet avantajını da içeren bir tanım halini almıştır. Kısaca verimlilik artışı günümüzde bir ürünün daha az maliyetle, daha yüksek kalite standartlarında ve tatmin duygusu yüksek kullanıcı deneyimi sunan bir işlevsellikle üretilmesini, yatırım dayanaklı ve

teknolojik gelişmeyi içinde bulunduran farklılaştırılmış ve gelişmiş bir ürün olarak piyasaya sürülmesini içeren bir tanım olmuştur (Ayaş, 2011: 9).

1.3.1.3. Ürün Kalitesi

Ürün ve hizmet üretiminin gerçekleştiği ekonomide, kalite kavramı tüketicinin ihtiyaçlarını amacına uygun şekilde karşılayabilen ve tatmin duygusunu maksimize edebilen nitelikteki ürün ve hizmetler olarak tanımlanır. Farklı olarak ürün ya da hizmetin öznelikleri gereği diğer ürün ve hizmetlerden ayrışması ya da tercih edilebilirlik düzeyinin kıyasla fazla olması durumu şeklinde de ifade edilir. Bu durum ürün ve hizmet çeşitliliği içinde tüketicilerin tercihlerini belirleyen etkenlerden biri olan kalite kavramının yorumlanmasını gerekli kılmaktadır.

Üretim süreçlerinin teknolojiyle birlikte firmalarca belirlenmiş maliyetlere uygun hale gelmesi, kalite standartlarının revize edilmesi, gerek teknik gerekse ekonomik unsurlarda yaşanan değişiklikler rekabet baskısı altında mal ve hizmet kalitesinin önemini ön plana çıkarmaktadır. Ürettikleri ürün ve hizmetlerde sürekli farklılaştırma ve iyileştirme çabası içinde olan işletmeler kaçınılmaz olarak kalite kavramına yönelmekte ve tüketici ihtiyaçlarına cevap verebilecek uygun ürünlerin üretimi için yoğunlaşmaktadırlar. Bu yaklaşım firmaların rekabet yeteneklerini doğrudan etkilemekte ve hedef kitleye ulaşmakta oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Bir diğer deyişle, kalite kavramı küreselleşen yapıyla firma ölçeğinden ülke ölçeğine tümevarımsal bir kapsamla rekabet olgusunun önemli etkenlerinden biri haline gelmiştir. Unsur firmalar tarafından göz ardı edildiğinde uzun vadede ürün ve hizmetlerin tüketiciler tarafından tercih edilebilirlik düzeyini düşürecek ve firmaların kalitesiz üretimin maliyetiyle karşılaşmalarına neden olacaktır (Ertuğrul, 2013).

Rekabet odaklı kalite anlayışıyla gerçekleşen üretim süreçleri, kalite kavramına gelen yeni yorum ve standartlar, beraberinde kalite problemlerini getirmiştir. Problemler firmalar için yüksek önem düzeyindeyken bunların kaynakları oldukça çeşitli olabilmektedir. Genellikle yanlış ya da eksik tasarımdan, üretim süreçlerinin teknolojik gelişmeler doğrultusunda geliştirilmemesinden, üretimde kullanılan girdilerin yeterli nitelikte olmamasından, işgücünün eksik enformasyonundan kaynaklanan bu sorunlar ürün kalitesini doğrudan, dolayısıyla da firmanın rekabetçilik gücünü etkilemektedir (Doğan vd., 2003: 117-118).

Kalite problemlerinin işletmelerce engellenmesi için kaliteye yansıyan tüm unsurlar için toplam kalite yaklaşımı geliştirilmiştir. Yaklaşım kısaca üretim süreci içindeki her unsurun ürün kalitesine odaklanması anlamını içermektedir. Böylece üretim hızında, üretilen ürün ve hizmetlerin standartlara uygunluğunda, mümkün olan en az üretim maliyetine katlanmada, rekabet üstünlüğünün sağlanmasında tüm yönetim ve iş gereklilerinin sağlanması amaçlanmaktadır. Üretim koşullarının nitelik ve uygunluklarının da değerlendirilmesi esastır. Altyapı, fiziksel ve çevresel faktörler, tedarik zinciri devamlılığı, ulaşım ve ulaştırma olanakları gibi unsurlar da rekabet üstünlüğü yaklaşımı ile değerlendirilmektedir. Doğrudan kalite odaklı tüm faktörlerin amaca ve normlara uygun işleyişinin kamusal yönü ise kalite standartlarını belirleyen kurum ve kuruluşların hazırladıkları eylem planları ve getirdikleri ulusal ve uluslararası standartlara bağlıdır. Denetim, içerik bilgisi, karşılanan standartların bilinirliği, tüketicinin bilinçlendirilmesi, raporlamaların yapılması gibi çok yönlü işleyişi içeren kamusal alan, kalite odaklı üretimde etkin bir unsurdur (Ertuğrul, 2013).

Firmaların ürün kalitelerini belirleyen unsurlar rekabet güçlerinin gelişiminde, dolayısıyla, ulusal pazarda sektörel kalitenin yakalanmasında etkindir. Ülke ekonomisi içinde sektörün tüketici talep ve isteklerine cevap verebilen, dönüşüm ve değişimlere karşı hızlı hareket edebilen, esnek ve kalite unsuruyla tercih sebebi oluşturabilen bir sektör oluşu küresel piyasalarda rekabet edebilirlik düzeyini doğrudan etkiler.

1.3.1.4. Pazarlama

Firmaların rekabetçilik gücünü, mal ve hizmet kalitelerindeki üstünlüğünü sağlamada ihtiyaç duydukları faktörlerden birisi de pazarlama yeteneklerinin gelişimidir. Rakiplerine karşı üstünlük sağlamada, mevcut pazar payını koruma ve arttırmada uygulanan stratejilerin önemli bölümünü oluşturan pazarlama, uzun vadede firma değerinin artışına olanak tanır (Çınar ve Koç, 2017).

Pazarlama yeteneklerini geliştirmek isteyen firmalar değişen pazarlama kavramına hızlı reaksiyon göstermelidir. Kavram önemli bir değişime girmiş olup, tüketici ve üretici ilişkilerini değiştirmiştir. Öncelikle üreticilerin yalnızca üretim sürecini ve tüketici ihtiyaçlarını ihmal eden üretim odaklı pazarlama anlayışı, yerini “mükemmel ürün” üretme ve tüketici isteklerinin geri plana atıldığı ürün odaklı

pazarlama anlayışına bırakmıştır. Son yıllarda özellikle küreselleşme dalgasının getirdiği yeni ticari arenayla birlikte kavrama yönelik anlayış değişmiş ve merkezinde tüketicinin yer aldığı bir hale gelmiştir. Tüketicilerin, doğrudan üretim sürecine katıldığı bir pazarlama kavramının geliştiği günümüzde, üreticiler artık tüketici odaklı olarak ürün ve hizmet üretmeye başlamıştır. Teknoloji ve yatırımlarını tüketici odaklı olarak yönetmeyi ve üstün ürünü tasarlarken “üreten tüketici” anlayışını benimsemiştir (Vural ve Kesken, 2012).

Yeni pazarlama anlayışıyla rekabet edebilirlik düzeyini arttırmada başarılı olabilecek üretici profili tüketici merkezli olmaktadır. Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını belirlemede rakiplere kıyasla daha hızlı olan firmalar rekabet avantajı yakalamış olacaklardır. Verilecek stratejik kararlar, tüketicilerin ihtiyaçlarına en uygun ürün ve hizmeti üreterek mümkün olan en düşük fiyatla pazara sunabilmeyi ve tüketicilerin fiyat beklentisinde en yüksek talebe ulaşmayı amaçlamaktadır. Söz konusu rekabet odaklı pazarlama anlayışı rakiplerin stratejik kararlarını göz önüne almayı gerektirir, pazardaki etkinliklerini, güçlü ve zayıf yönlerini, oluşturmuş oldukları stratejiyi analiz edebilen bir üretici söz konusu rekabet üstünlüğünü elde etmede diğerlerinden üstün olacaktır (Çınar ve Koç, 2017).

Geniş perspektifle uluslararası yönden bakıldığında pazarlama kavramı küresel ticaret ve küresel pazar kavramlarıyla da yakından ilişkilidir. Kavramın tüketici odaklı karakteri, uluslararası pazarda da karşımıza çıkmaktadır. Ülkelerin rekabet üstünlüğü pazarlama yetenekleriyle doğrudan ilişkilidir. Ülkeler arasındaki bu yarışın temelinde üreticilerin toplam rekabetçilik gücü yer almaktadır. Bir ülkenin ürün ve hizmette ki uluslararası üstünlüğü o ülkedeki sektörün yapısal özellikleriyle bağlantılıdır. Dolayısıyla pazarlama alanında gerçekleştirilecek stratejik süreçlerin uluslararası pazara yönelik payı rekabetçilik alanında önemli bir rol oynamaktadır.

1.3.2. Rekabet Gücünün Makroekonomik Belirleyicileri

Makroekonomik belirleyiciler, daha yüksek verimlilik için fırsatlar yaratan, ancak doğrudan şirket verimliliği ve işgücü seferberliği ile bağlantılı olmayan genel koşulları belirlemektedir. İktisadi kalkınma literatürüne dayanan iki geniş makroekonomik rekabet boyutuna sahibiz. Birincisi, sosyal altyapı ve siyasal kurumlar; temel sağlık ve eğitimi, politik kurumların niteliğini ve hukukun üstünlüğünü içerecek şekilde tanımlanmıştır. Son on yılda, bir dizi etkili araştırma,

bu kurumları ve uzun vadeli etkilerini uluslararası üretkenlik (ve sonuçta, refah) açısından önemli bir farklılık kaynağı olarak tanımlamıştır (örn., La Porta vd., 1998; Hall ve Jones, 1999; Acemoğlu vd., 2001; Rodrik vd., 2004; Glaeser vd., 2004; Caselli, 2005). Makroekonomik rekabet gücünün ikinci geniş boyutu, para ve maliye politikasıdır; ekonomik aktivitenin kısa ve orta vadeli dalgalanmalarını yönetmek için mali sürdürülebilirlik, borç ve enflasyon politikalarını içeren tedbirleri içerir (bkz.,Fischer, 1993). Politika açısından bakıldığında, bu iki boyut genellikle ulusal hükümet tarafından belirlenir veya ağır bir şekilde etkilenir (Delgado vd. 2012: 3).

1.3.2.1. Döviz Kurları

Döviz kurları ülkeler arasındaki para birimlerinin ortak bir para birimine çevrilmesine olanak sağlar. Temelde Satın Alma Gücü Hipotezi'ni (SGP) inceler. Bu en genel haliyle iki ülkede oluşturulan birbirine benzer mal sepetlerinin satın alınabilmesi için gereken ortak paranın bir birimine karşılık gelen ulusal para birimi miktarıdır. Hipotezin uluslararası ticarete odaklı yönünde ise reel döviz kuru (Real Exchange Rate–RER) yer alır. RER rekabet olgusunun önemli bir unsuru olan uluslararası ticarete konu mal ve hizmetlerin fiyatını yansıtır. Başka bir deyişle bir ülkenin ürettiği mal ve hizmetlerin fiyat düzeyinin başka bir ülkenin ürettiği benzer mal ve hizmetlerin fiyat düzeyi açısından göreceli ifadesidir. Dolayısıyla RER, ülkeler arasındaki rekabet üstünlüğünü belirlemede oldukça önemlidir. (Bilgin, 2018: 20-21)

RER, ticarete konu olmayan ulusal malların fiyatına göre ticari işlem gören malların fiyatıdır. Ticarete konu olan ve olmayan malların fiyatları kolayca bulunamadığında reel döviz kurunun mevcut yerel ve dünya fiyat endeksleriyle nominal döviz kurlarına göre düzenlenmesi gereklidir,

$$RER = \frac{[NER]P^W}{P^D} \quad (1.2)$$

NER, nominal döviz kurunu (döviz başına yerel para birimi olarak ölçülür) belirtirken, P^W , yabancı fiyatların bir endeksidir ve P^D , yerel fiyatların bir endeksidir. NER ve P^W , ticaret ortağı ülkeler arasında hesaplanan ağırlıklı ortalamalardır. (Athukorala ve Rajapatirana, 2003).

Satın Alma Gücü (Purchasing Power Parity–PPP) dönüşüm oranının nominal kur ve reel kur ile tutarlı olduğu tespit edilmiştir. Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development–OECD) satın alma gücü paritelerini, ülkeler arasındaki fiyat seviyelerinin farklılıklarını ortadan kaldırarak, farklı para birimlerinin satın alma gücünü eşitleyen para birimi dönüştürme oranları olarak tanımlamıştır (Nguyen, 2018: 4). Bu yöntemi uygulamanın bir yolu, nominal döviz kurunu (Nominal Exchange Rate–NER) satın alma gücü paritesine (PPP) bölmektir (Frohberg ve Hartmann, 1997: 9).

Bu durumda reel döviz kuru şöyle ifade edilir:

$$RER = \frac{NER}{PPP} \quad (1.3)$$

Rekabetçi Reel Döviz Kuru (RER) ekonomik büyümeye elverişli bir ortam sağlar. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, RER seviyeleri ve ekonomik büyüme arasında güçlü bir pozitif ilişki olduğunu belgeleyen bir araştırma grubu tarafından desteklenen bu görüş ekonomistler ve uygulamacılar arasında popüler bir görüş haline gelmiştir. Literatür, bu korelasyonu, RER seviyelerinden ekonomik büyümeye doğru uzanan nedensellik olarak yorumlamıştır, yani daha yüksek, düşük değerli, daha rekabetçi RER'ler büyümeyi destekleme eğilimindedir, ancak böyle bir nedenselliğe dâhil olan mekanizmalara çok az ışık tutmuştur.

İki ana yönelim önerilmiştir. Birincisi, rekabetçi RER'lerin, sermaye mallarının ağırlıklı olarak ithal edildiği ülkelerdeki döviz kısıtlamalarını gevşeterek sermaye birikimini teşvik edebileceğidir. Önemli ölçüde açık veya gizli işsizliği bulunan gelişmekte olan ülkelerde atıl kaynakları harekete geçiren politikalarla, büyümenin hızlandırılabilmesi görüşü devam etmektedir. Ancak, büyümenin ve sermaye birikiminin hızlanmasının, özellikle ithal sermaye mallarına olan bağımlılığın yüksek olması durumunda, ödemeler dengesi üzerinde etkisi vardır. Bu gibi durumlarda rekabetçi bir RER oranı döviz kurunun gevşemesine yardımcı olur, aksi durumda büyüme sürecini kısıtlayabilecek döviz darboğazları oluşur.

İkincisi, rekabetçi RER'lerin, ticaret sektöründeki verimlilik artışını teşvik ederek büyümeyi arttırdığını göstermektedir. Bu görüş, ticaret sektörünü, genellikle modern üreticilerin oluşturduğu, dışallıkların daha yaygın yapıldığı, teknolojik yayılma ve öğrenmeyle ölçeğe göre getirinin arttığı özel bir yer olarak görür.

Önemli olan her iki yönelimde de RER değerinin düşüklüğü ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki ticaret sektörünün büyümesiyle gerçekleşmektedir. İki yönelim de ticarete konu olan faaliyetlerdeki artışı, ekonomik büyümeyi ve sermaye birikimini hızlandıracak ihraç edilebilir malların ve ithal ikame malların üretimini arttırır, böylece sermaye malları ithalat kapasitesi artar (Rapetti, 2013: 2). Diğer türlü RER'deki bir artış, ithal edilmiş sermaye ve ara malların fiyatını arttıracak ve yatırımların daralmasına neden olacaktır (Agrawal, 2000: 8).

Dolayısıyla RER, ülkenin ve sektörlerin uluslararası rekabetçilik gücünü önemli düzeyde etkilemekle kalmayıp, büyüme üzerinde de etkilidir. Bu durum teknoloji ve verimlilikle desteklenip istikrarlı bir hale geldiğinde, ülke ilgili sektörde ya da ürün grubunda diğer ülkelerle rekabet edebilme yeteneğine sahip olacaktır. Uluslararası ticarete konu olan mal ve hizmetlerin fiyat odaklı rekabet edebilirlik yeteneğini, RER değerinin düşüklüğü ya da yüksekliği belirlemektedir (Nguyen, 2018; Agrawal, 2000; Rapetti, 2013; Frohberg ve Hartmann, 1997; Bilgin, 2018; Bose, 2014; Lipschitz ve McDonald, 1992).

1.3.2.2. Ekonomik Gelişme ve İstikrar

İstikrar sözcüğü aynı biçimde sürekliliği ifade eden bir sözcük olarak kullanılırken sözcüğün ekonomik bağlamda değerlendirmesi de salt anlamından uzak değildir. Ekonomik istikrar bir ulus ekonomisinin işleyen ve parasal anlamda güçlü bir ekonomi olması durumunun sürekliliğini ve gelişim yeteneğini ifade etmektedir. İşleyen bir ekonomi makroekonomik yöntemlerin geliştirdiği sayısal değerler üzerinden yani göstergeler üzerinden anlamlandırılır. Bu anlamlandırma sonucunda makroekonomik veriler bize ilgili ekonominin dinamiklerini ve işleyişini çeşitli dönemlerle verebilmektedir. Bu nedenle bir ekonominin istikrarlı olabilmesi makroekonomik verilerinin anlamlı olmasıyla doğrudan ilgilidir.

Söz konusu makroekonomik veriler çok çeşitli olup temelde bir ekonominin durumuyla ilgili olarak genel bir karar verebilmek için GSYİH, enflasyon, işsizlik oranı, dış ticaret dengesi, büyüme verilerini incelemek yeterli olmaktadır. Veriler makroekonomik istikrarı işaret ettiği durumda ilgili ekonominin parasal yönden güçlü ve sağlıklı işleyen bir ekonomi olduğu varsayımı yerinde olacaktır. Varsayım rekabet odaklı bir yaklaşımla değerlendirildiğinde ulusun rekabet edebilirlik yeteneğinin varlığıyla yakından ilgilidir.

Makroekonomik ortamın istikrarı ticaret için önemlidir, bu nedenle ülkenin genel rekabet edebilirliği için de önemlidir. Tek başına makroekonomik istikrarın bir ulusun üretkenliğini artıramayacağı kesin olarak doğru olsa da makroekonomik kargaşanın ekonomiye zarar verdiği kabul edilmektedir. Hükümet, geçmiş borçlarından yüksek faiz ödemeleri yapmak zorunda kalırsa hizmetleri verimli bir şekilde sağlayamaz. Mali açıkları kapatmak, hükümetin gelecekteki ticaret dolaşımına tepki verme yeteneğini sınırlandırmaktadır. Enflasyon oranları düşük olduğunda firmalar verimli çalışamazlar. Özetle, makroekonomik ortam istikrarlı olmadığı sürece ekonomi sürdürülebilir bir şekilde büyüyemez (Schwab, 2010: 5).

Düşük kalkınma seviyelerinde, hükümetin asıl işi yerli firmalar yoluyla cazip yabancı yatırımlar çekerek birincil emtiaların ve vasıfsız işgücünün etkin kullanımına izin veren yeterince serbest piyasalar ve genel siyasi ve makroekonomik istikrar sağlamaktır. Firmalar, diğer daha gelişmiş ülkelerde tasarlanan malları veya nispeten basit uzun standartlı teknolojiyi üretirler. Teknoloji, ithalat, taklit ve doğrudan yabancı yatırım yoluyla asimile edilmiştir. Bu aşamada şirketler fiyatta rekabet eder ve çoğu zaman tüketicilere doğrudan erişimleri yoktur. Değer zincirinde sınırlı rollere sahiptirler, kaynak alma, emek yoğun üretim ve montaj üzerine odaklıdır. Faktör odaklı bir ekonomi, dünya ekonomik döngülerine, emtia fiyat eğilimlerine ve döviz kuru dalgalanmalarına karşı oldukça hassastır (Porter vd., 2004: 17).

Dolayısıyla, başarılı ekonomik gelişme, işletmelerin ve destekleyici ortamlarının birlikte geliştiği, giderek daha karmaşık olan üretim ve rekabet yollarını teşvik etmek için yapılan ardışık yükseltme sürecidir. Ekonomik gelişmeyi sadece makroekonomik istikrarın değil, aynı zamanda toplumsal kapasitenin teknolojik yeteneğini ilerletmek, daha ileri rekabet şekilleri ve firmaların organizasyon yapısının gelişen biçimleri gibi birbirine bağlı faktörlerin sıralı bir inşa süreci olarak görmek ekonomik politikadaki potansiyel tehlikelerin ortaya çıkmasına yardımcı olur (Porter vd., 2004: 17).

1.3.2.3. Altyapı

Altyapı kavramının temelde geçirmiş olduğu değişim üç döneme ayrılabilir. Karl Marx öncesi dönemde altyapı kavramı savunma unsurlarının lojistiği olarak tanımlanırken, Marx sonrası dönemde de bir siyasi dönüşüm dinamiği olarak algılanmıştır. İkinci dünya savaşı sonrasında Altyapı kavramı önemli ölçüde

tartışılmış ve günümüzdeki kavramsal tanımını kazanmıştır. Kavram genel olarak; bir ulusun ekonomik, fiziki ve sosyal yapısını oluşturan; demiryolu, karayolu, havayolu, teknoloji, eğitim, ekonomi, enerji, sağlık, işgücü, üretim gibi faktörlerini değerlendiren bir kavramdır. Doğrudan mal ve hizmet üretimine katılmayan altyapı unsurları dolaylı olarak yarattığı dışsal tasarruflar ve karlılık sayesinde ilgili ülkede yatırımların teşvikini sağlayabilir. Bu teşvikin artırılması ya da başka bir deyişle altyapı yatırımlarının gerçekleşmesi genellikle devletin görevidir. Devlet sosyal, ekonomik ve fiziki alanda uyguladığı yatırım politikaları aracılığıyla işletmelerin karlılığını artırırken aynı zamanda sağlık, eğitim gibi unsurlarda yapacağı yatırımlarla sosyal refahı yükseltebilir. Bu yatırımlar temel anlamıyla altyapı yatırımlarını oluşturur (Bayraktutan, 1992: 2).

Ekonominin etkin bir şekilde işleyişini sağlamak için kapsamlı ve verimli bir altyapı önemlidir, çünkü altyapı, ekonomik aktivitenin yerini ve belirli bir ekonomide gelişebilecek faaliyetlerin veya sektörlerin türünü belirleyici bir faktördür. İyi gelişmiş altyapı bölgeler arasındaki mesafenin etkisini azaltır, ulusal pazarı bütünleştirir ve düşük maliyetle diğer ülkelerdeki ve bölgelerdeki pazarlara bağlar. Ayrıca, altyapı ağlarının kalitesi ve yaygınlığı çeşitli şekillerde ekonomik büyümeyi, gelir eşitsizliğini ve yoksulluğu önemli ölçüde etkiler. Geliştirilmiş bir ulaştırma ve iletişim altyapısı ağı, az gelişmiş toplulukların temel ekonomik faaliyetlere ve hizmetlere erişiminin ön şartıdır. Kaliteli yollar, demiryolları, limanlar ve hava taşımacılığı da dahil olmak üzere etkili ulaştırma şekilleri, girişimcilerin mal ve hizmetlerini güvenli ve zamanında piyasaya sürmelerini sağlayarak çalışanların en uygun işlere akımını kolaylaştırır. Ekonomiler ayrıca kesintisiz ve kıt olmayan elektrik arzına da bağlıdır, böylece işletmeler ve fabrikalar engelsiz çalışabilir. Son olarak, sağlam ve kapsamlı bir telekomünikasyon ağı hızlı ve serbest bilgi akışını sağlar, bu durum; işletmelerin iletişim kurabilmelerini ve ekonomik aktörlerin ilgili tüm bilgileri dikkate alarak karar almalarını sağlamaya yardımcı olarak genel ekonomik verimliliği artırır (Schwab vd., 2010: 4-5).

1.4. REKABET GÜCÜNÜN ÖLÇÜLMESİ

Rekabet ve rekabet gücü kavramlarının gerek belirsizliği gerekse uygulandığı alanda farklı öznelliklerle ele alınması ölçümlerinin de belirsizliğini beraberinde getirmektedir. Rekabet gücünün ölçümü firma, endüstri, ülke gibi düzeylerde ele

alınan olguyla ilgili oluşturulmuş endeksler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu bağlamda rekabet gücünün ölçülmesiyle ilgili olarak literatürde pek çok endeks mevcuttur.

Özellikle küreselleşme dalgasıyla birlikte, 1980'li yıllardan itibaren uluslararası bazı kuruluşlar, yıllık olarak küresel rekabete yönelik ülkelerin rekabet gücü ölçümlerinin yer aldığı raporlar yayınlamaktadırlar. Bunlardan başlıca olanı Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum–WEF)'nun 1979 yılından bu yana her yıl yayınladığı Küresel Rekabet Raporu (The Global Competitiveness Report)'dur. Bir diğeri ise Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (International Institute for Management Development–IMD)'nün 1989 yılından bu yana yayınladığı Dünya Rekabet Gücü Yıllığı (World Competitiveness Yearbook)'dır. İki kurum da farklı bileşenlerden oluşturmuş olduğu endeksler yardımıyla ülkelerin rekabet gücünü ölçmeye yönelik çalışmalar yürütmektedir (Gökmenoğlu vd., 2012: 26).

Ancak literatür incelendiğinde sektör ve ülke düzeyinde rekabet gücünün ölçümü iki farklı bakış açısıyla değerlendirilir. Bu bakış açılarından birincisi, kişi başına düşen milli gelir ve verimlilik kavramları çerçevesinde ölçümlerini ele alırken diğer bakış açısı ise dış ticaret performansı çerçevesinde ölçümlerini ele alır (Aktan ve Vural, 2004: 58).

Bu bakış açıları temelde birbirleriyle ilişkili olsalar da aynı kavram olarak karşımıza çıkmazlar. Dış ticaret hadleri, doğal kaynakların ve sermayenin miktarı, toplam faktör verimliliği kişi başına düşen milli gelire doğrudan ilişkili olup bu bileşenlerdeki bir artış kişi başına düşen milli geliri arttırmaktadır. Bir ulusun para birimi, yabancı ülkelerin para birimi karşısında değer kazandığında ya da ihrac ettiği mal ve hizmetlerin fiyatı, ithal ettiği mal ve hizmetlerin fiyatı karşısında artarsa ülkenin ithalat kapasitesi aynı zamanda ihracatın ithalatı karşılama oranı artar. Dış ticaret hadlerindeki bu artış, mevcut kaynakların ve sermayenin miktarında ve dış ticaret dengesinde tüketimin artmasına, dolayısıyla kişi başına düşen milli gelirin artmasına neden olur. Söz konusu bu durumun gerçekleşmesi ilgili ülkenin ihrac ettiği mal ve hizmetlerin küresel piyasalarda talebinin artması ya da ilgili ülkenin ithal ettiği mal ve hizmetlerde küresel arz fazlasının olmasına bağlıdır. Bu durum rekabet gücü ile ticaret ve kişi başına milli gelir kavramlarının bağlantı noktasını göstermektedir (Aktan ve Vural, 2004: 58).

Doğal kaynakların ve sermayenin miktarındaki artışlar da kişi başına düşen milli geliri arttırmaktadır. Bir ülkenin doğal kaynaklarını üretim süreçlerine dâhil edebilme yeteneği ve fiziki sermayesinde yaratabileceği artış miktarı, önceki dönemlerde yapmış olduğu yatırımların bir fonksiyonudur. Toplam faktör verimlilikleri olarak ele alabileceğimiz bilgi, eğitim, sağlık, teknoloji gibi alanlarda yapılacak yatırımlar sayesinde de kişi başına düşen milli geliri artırma özelliğine sahiptir. Dolayısıyla devletin ve özel sektörün yapacağı verimli ve etkin yatırımların bir sonucu olarak bu faktörlerde meydana gelecek artış miktarı rekabet gücü ile ilişkilidir (Aktan ve Vural, 2004: 59).

Dış ticaret performansı açısından ise rekabet gücü incelendiğinde ihracatın kompozisyonu ve piyasa payı ile mevcut cari denge bileşenlerinin ele alınması gerekir. Yüksek katma değere sahip ihraç mallarının oluşturduğu bir ihracat kompozisyonu, verimlilik artışı yaklaşımıyla ilgilidir ve rekabet gücünü belirleyici etkiye sahiptir. Verimlilik gösterecek yüksek katma değere sahip işgücünün ya da teknolojiye dayalı sektörlerin ihracat içindeki payı, ilgili ülkenin rekabet edebilirlik yeteneğini doğrudan etkilemektedir. Mevcut cari dengede ise kamusal ve özel sektördeki yatırım–tasarruf eşitsizliğinin negatif yönlü ve eşanlı olarak ilerlemesi ikiz açık durumunu meydana getirir. Dolayısıyla gerçekleşecek yabancı ve dış borçlanmalar döviz kurlarının yükselmesine, ihracatın pahalılaşmasına ithalatın ucuzlaşmasına neden olur. Başka bir deyişle tasarrufların yetersizliği ve dış borçlanma ilgili ülkenin küresel pazara ihraç ettiği mal ve hizmetlerinin maliyetinin artması anlamına gelir. Bu, ülkenin rekabet edebilirlik yeteneğinin azalmasına neden olur. Söz konusu işleyiş dış ticaret hadleri yaklaşımıyla ilişkilendirilebilir (Aktan ve Vural, 2004: 59–60).

Özellikle uluslararası rekabet gücünün ölçüm yöntemlerinde kullanılan endekslerin oluşturulmasında bu bakış açıları etkili olmuştur. Söz konusu endeksler çoğunlukla ticari, ekonomik ve parasal performansları incelemektedir.

1.4.1. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksleri

Karşılaştırmalı üstünlüğün ölçümü, ekonomi teorisinin disiplini içinde değerlendirildiğinde, ülke ve ürün toplulaştırmaları kavramsal bir uzlaşmanın varlığına işaret eder. Bu kavramsal uzlaşmanın geçerliliğinin belli varsayımlar altında değerlendirilmesi gerekliliği, karşılaştırmalı üstünlük kavramının gerçek

dünyaya uyarlanabilir oluşunun zorluğunu ifade etmektedir. Ekonomistlerin karşılaşmış oldukları bu uyarlama sorunları farklı bakış açılarının ticaret temelinde farklı önermeler getirmelerine ve farklı endeks biçimleri geliştirmelerine neden olmuştur. Ancak literatür incelendiğinde çoğunlukla kullanılan ve kabul gören endekslerin varlığı söz konusudur.

Liesner (1958), ticaret sonrası verileri, karşılaştırmalı üstünlüğü ölçmek amacıyla ilk kullanan kişi olmuştur. Avrupa Ortak Pazarına girişin, İngiliz endüstrisi üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla karşılaştırmalı maliyetlerin yerine geçebilecek görece ihracat performans endeksleri geliştirmiştir. Liesner, Birleşik Krallık ile Avrupa Kömür ve Çelik topluluğunun altı ülkesine ve İsveç'e kadar en büyük imalat tedarikçilerinden üçü arasında görece ihracat büyümesi ve görece ihracat seviyelerinin ağırlıklı indekslerine eşdeğer bir kompozit indeks üzerine kurulu 60 üretim endüstrisinin bir sıralamasını geliştirmiştir. (Vollrath, 1991: 267).

Rekabet gücünün belirlenmesine ve karşılaştırılmasına yönelik olarak ilgili literatür incelendiğinde sık kullanılan yöntemlerden birinin de Balassa'nın 1965 yılında öne sürdüğü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Revealed Comparative Advantage–RCA) yaklaşımı olduğu görülmektedir. Balassa yaklaşımının temelinde, gözlemlenebilir ticaret unsurları tarafından rekabet gücüne etki eden fiyat dışı faktörlerin ve dışarıya konu olan görece maliyetlerin açıklanmış olabileceği dolayısıyla dikkate alınması gerektiği varsayımı vardır (Bakımlı, 2011: 40).

Vollrath (1991), Balassa'nın 1965 yılında öne sürmüştüğü RCA endeksini yalnızca ihracat düzeyi verilerini baz alması nedeniyle eleştirmiştir. Bu bağlamda görece ihracat ve ithalat endeksleri yardımıyla üç ayrı alternatif RCA endeksi önermesi yapmıştır (Hark, 2015: 28).

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğün ölçümünde sıklıkla kullanılan bu endeksler dışında ticari performansı da belirleyenler söz konusudur. Çalışmada kullanılacak olanlar aşağıda incelenmiştir.

1.4.1.1. Liesner Endeksi

Liesner (1958), yayınlamış olduğu Avrupa Ortak Pazarı ve İngiliz Endüstrisi (The European Common Market and British Industry) adlı çalışmada ülkelerin ihracat verileri yardımıyla bir karşılaştırmalı üstünlük analizi yapmıştır (Liesner, 1958).

Analizde ticaretin normal koşullar altında değerlendirilebileceği bir dönem olarak 1953, 1954, 1955 ve 1956 yılları ihracat verileri kullanılarak 60 ürün grubunda İngiltere'nin en önemli rakipleri belirlenmiştir. Belirlemede bir ürün ya da ürün grubunun, İngiltere tarafından, ihracat miktarının rakip ülkelerin toplam ihracatına oranı kullanılmış ve ihracattaki büyüme oranları da verilmiştir (Liesner, 1958). Başka bir ifadeyle, bir ülkenin bir ürünündeki toplam ihracatının o ürünü ihraç eden diğer ülkelerin toplam ihracatına oranı olarak hesaplanmaktadır (Sarıçoban ve Kösekahyaoğlu, 2017: 426).

Formülle ifade edilmek istendiğinde Liesner endeksi eşitlik 1.4'te olduğu gibi yazılacaktır.

$$RCA_L = \frac{X_J^I}{X_J^N} \quad (1.4)$$

Burada X ihracatı, İ bir ülkeyi, J bir ürün grubu ya da sektörü, N ise aynı ürün grubunun ya da sektörün ihracatını gerçekleştiren ülkeler grubunu ifade etmektedir (Sarıçoban ve Kösekahyaoğlu, 2017: 426).

1.4.1.2. Balassa Yaklaşımı

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Revealed Competitiveness Advantage–RCA) kavramı, geleneksel ticaret kavramına dayanmaktadır. Liesner (1958) tarafından öne sürülmüş olan formülün Balassa (1965) tarafından geliştirmiş orijinal şekli bir grup referans ülkenin ihracat açısından aynı sektördeki ya da ürünündeki veya ürün grubundaki normalleştirilmiş ihracat paylarını temel olarak ölçmeye yöneliktir ve şu biçimde yazılır (Yu vd., 2009: 268; Hinloopen ve Marrevijk, 2000: 1; Bojnec, 2001: 5; Benedicts ve Tamberi, 2001: 5; Fertö ve Hubbard, 2002: 5):

$$RCA_B = \frac{\left[X_J^I / X_T^I \right]}{\left[X_J^N / X_T^N \right]} \quad (1.5)$$

RCA_B endeksi incelendiğinde ilgili sektörün ya da ürün ve hizmetlerin ihracat payının aynı sektörün ya da ürün ve hizmetlerin dünya ihracatına olan oranı olduğu

görülebcektir. Bir başka deyişle belirlenmiş sektör ya da ürün ve hizmetlere yönelik olarak rekabetin ölçülmesinde RCA endeksinin pay kısmı ulusal ihracatın payını, payda kısmı ise dünya toplam ihracatını göstermektedir (Erkan, 2009: 6).

Daha açık olarak formül ifade edildiğinde X ihracatı, İ bir ülkeyi, J bir malı veya sektörü, T mallar ya da sektörler grubunu ve N dünya ya da ülkeler grubunu göstermektedir. Formülün pay kısmı İ ülkesinin J malı ya da sektörü ihracatının İ ülkesinin toplam ihracatına oranını ifade ederken, payda kısmı ise N olarak ifade edilen dünya ya da ülke grubunun J malı ihracatının N' nin toplam ihracatına oranını ifade etmektedir. RCA_B endeksi bu iki oranın birbirine oranları olarak ifade edilebilir. Endeks değerin 1'den küçük olması, analizi yapılan ülkenin söz konusu sektörde ya da üründe, karşılaştırıldığı dünya ya da ülke grubuna karşı açıklanmış rekabet gücünün olmadığı anlamına gelir. Değerin 1'den büyük olması ise açıklanmış rekabet gücünün olduğunu göstermektedir (Fertö ve Hubbard, 2002: 5; Çeştepe, 2012: 34; Utkulu, 2005: 15; Şimşek, 2009: 139).

Balassa endeksi Donges vd. (1982) tarafından dış rekabet gücünün karşılaştırılması amacıyla aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir (Çeştepe, 2012: 35).

$$RCA_D = \frac{[X_J^I / X_J^N]}{[X_T^I / X_T^N]} \quad (1.7)$$

RCA_D endeksi, İ ülkesinin J malı ihracatının dünya ya da ülke grubunun J malı ihracatına oranı ile İ ülkesinin toplam ihracatının dünya ya da ülkeler grubu ihracatına oranının oranı olarak ifade edilmektedir. Dış rekabet gücü üstünlüğü değerlendirmesi RCA_D oranının 1'den küçük olması durumunda düşük olarak kabul edileceği veya 1'den büyük olması durumunda yüksek olarak kabul edileceği varsayımına dayanmaktadır (Çeştepe, 2012: 35).

Her iki endeks aşağıdaki aralıkta değerlendirilir.

$$RCA_B, RCA_D < 1 \Rightarrow \text{Üstünlük yoktur.}$$

$$RCA_B, RCA_D \geq 1 \Rightarrow \text{Üstünlük vardır.}$$

RCA_B ve RCA_D endeksleri 1'den ne kadar büyükse üstünlük o kadar güçlü, 1'den ne kadar küçükse üstünlük o kadar zayıftır.

1.4.1.3. Vollrath Yaklaşımı ve Alternatif Önerileri

Vollrath (1991), Balassa indeksinin (RCA_B) alternatifi olarak üç farklı endeks önermiştir. Bunlar, net ihracatın ölçümüne dayanır ve endüstri içi ticareti dikkate alır. Endekslerin önemli bir özelliği simetrik değere sahip olmasıdır. Başka bir ifadeyle endeks negatif ve pozitif değerler arasındadır. Negatif değerler açıklanmış karşılaştırmalı dezavantajı, pozitif değerler ise açıklanmış karşılaştırmalı avantajı göstermektedir. Aynı zamanda ilgili ülkenin verilerinin iki defa hesaplanmasının önüne geçen endeksler literatürde sıklıkla kullanılmaktadır (Erkan, 2009: 11–12).

Vollrath'ın geliştirmiş olduğu ölçüm yöntemlerinden ilki ihracatın yanı sıra ithalatı da içeren Görelî Ticaret Avantajı Endeksi (The Relative Trade Advantage Index–RTA)'dir. Bu, Görelî İhracat Avantajı Endeksi (The Relative Export Advantage Index–RXA) ile Görelî İthalat Avantajı Endeksi (The Relative Import Advantage Index–RMA) arasındaki farktır (Fertö ve Hubbard, 2005: 5; Banterle ve Carraresi, 2006: 6).

$$RXA_J^I = \frac{[X_J^I / X_{-T}^I]}{[X_J^{-N} / X_{-T}^{-N}]} \quad (1.8)$$

$$RMA_J^I = \frac{[M_J^I / M_{-T}^I]}{[M_J^{-N} / M_{-T}^{-N}]} \quad (1.9)$$

$$RTA_J^I = RXA_J^I - RMA_J^I \quad (1.10)$$

Vollrath endekslerinde X ihracatı, M ithalatı, İ analiz konusu ülkeyi, J ürün ya da sektörü, T toplam ihracat ya da toplam ithalatı ifade etmektedir. Terimlerin başındaki negatif (-) işaret ise analiz konusu ülke ve ürün veya sektörün hesaplamaya iki defa dahil edilmesini önleyen “geri kalan ya da dışında kalan” kavramını ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle;

- $X_J^I - M_J^I$ İ ülkesinin J malı ihracatını–ithalatını,
- $X_{-T}^I - M_{-T}^I$ İ ülkesinin J malı dışında kalan toplam ihracatını–ithalatını,
- $X_J^{-N} - M_J^{-N}$ geri kalan dünya ya da ülkelerin j malı ihracatını–ithalatını,
- $X_{-T}^{-N} - M_{-T}^{-N}$ geri kalan dünya ya da ülkelerin j malı dışında kalan toplam ihracatını–ithalatını,

ifade etmektedir (Vollrath; 1991: 275; Bender ve Lİ, 2002: 10–11; Bojnec, 2001: 6; Fertö ve Hubbard, 2005: 6; Banterle ve Carraresi, 2006: 7; Küçükkiiremitçi, 2006: 1–2;).

Vollrath’ın ikinci ölçüm yöntemi ise açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklere (RCA) alternatif olarak önerdiği RTA endeksinin hesaplanmasında kullanılan RXA endeksinin i ülkesi ve j malı için doğal logaritmasıdır.

$$RCA_{VJ}^I = \ln RXA_J^I \quad (1.11)$$

Vollrath’ın üçüncü ve son alternatif önerisi ise Açıklanmış Rekabet Gücü (Revealed Competitiveness–RC) olarak adlandırdığı RXA ve RMA endekslerinin İ ülkesi ve J malı için doğal logaritmalarının farkı olarak tanımlanabilir.

$$RC_J^I = \ln RXA_J^I - \ln RMA_J^I \quad (1.12)$$

Vollrath’ın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklere alternatif olarak önermiş olduğu RTA, RCA_V ve RC endeks değerleri negatif ya da pozitif işaretlerine göre yorumlanır. Pozitif işaretli değerler ilgili ülkenin söz konusu ürün ya da sektörde rekabetçilik gücünün olduğunu gösterirken negatif işaretli değerler ise rekabetçi gücünün olmadığını göstermektedir (Bashimov, 2016: 3; Sandalcılar, 2011: 222; Bağcı, 2016: 75–77; Şimşek, 2009: 139–140).

1.4.2. Rekabet Gücünün Ölçülmesinde Kullanılan Diğer Endeksler

Rekabet gücü ölçümünün özellikle dünya ticaretinin genişlemesiyle önem kazanmaya başlaması, pek çok hesaplama yönteminin gelişmesine neden olmuştur. İlgili literatür incelendiğinde rekabet gücünün hesaplanmasında pek çok yöntemin

varlığı göze çarpacaktır. Uluslararası ticaret gücünün ölçülmesi sıklıkla sektör ya da ürün grubu düzeyinde gerçekleştirildiğinden endeksler çoğunlukla ithalat ve ihracat verileri ile oluşturulmaktadır. Ticaret sonrası elde edilen bu veriler yardımıyla ilgili ülkenin rekabet gücü hesaplanmaya çalışılmakta ekonomik ve politik öneriler sunulmaktadır.

Özellikle ihracat ve ithalatı etkileyen pek çok içsel ve dışsal faktör olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Bu nedenle söz konusu endeks değerlerinin rekabet gücünü tanımlamada gerçeğe yaklaşma oranı tartışılan bir konu olarak günümüze kadar gelmiştir. Yine de literatür de gerçeğe yakın verileri yansıtmakta sıklıkla kullanılan endeksler vardır. Bu endeksler çoğunlukla yardımcı endeks olarak literatür de yer alsa da hesaplama yöntemleri ve verdiği sonuçlar nedeniyle genel değerlendirmelerin yapılabilmesi için gereklilik arz etmektedirler.

Bu bölümde çalışmada açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endekslerine ek olarak kullanılacak olan endeksler açıklanmaya çalışılmıştır. Söz konusu endeksler ilgili literatür taranarak çalışmanın yapısına uygun olarak seçilmiştir.

1.4.2.1. Net İhracat Endeksi

Net ihracat endeksi, belirli bir sektör için net ihracatın, ihracat ve ithalat toplamına bölünmesi olarak tanımlanmıştır (Balassa ve Noland, 1989: 175). Sektörün ihracatının görece büyüklüğünü göstermektedir ve aşağıdaki biçimde yazılır (Demir, 2002: 232).

$$NX_J^I = \frac{[X_J^I - M_J^I]}{[X_J^I + M_J^I]} \quad (1.13)$$

Formülde X ihracatı, M ithalatı, İ ülkeyi, J ise sektörü ifade etmektedir. Söz konusu sektörün ihracat ve ithalat farkının ihracat ve ithalat toplamına bölünmesiyle elde edilen Net İhracat Endeksi (Net Export Index–NX) -1 ile 1 arasında değerler alır. Negatif değerler, ülkenin sektörde rekabet gücünün daha az olduğunu, dolayısıyla ithalatının ihracatından fazla olduğu anlamına gelmektedir. Pozitif değerler, ülkenin sektörde rekabet gücünün fazla olduğunu, ihracatının ithalatından fazla olduğu anlamına gelir. Eğer ülkenin ihracat ve ithalat değerleri ilgili sektör ya

da mal için sıfır değerini alıyorsa ihracatın ithalata eşit olduğu ortaya çıkmaktadır (Sarıçoban ve Kösekahyaoğlu, 2017: 430–431).

1.4.2.2. İhracat–İthalat Oranı Endeksi

Balassa (1965) tarafından geliştirilen ve ülkenin bir mal ya da sektörde dış ticaret performansını, uzmanlaşma düzeyini, rekabet gücünü gösteren ihracat-ithalat oranı endeksi, bir mal ya da sektörün ülkenin toplam ihracatı içindeki payının söz konusu mal ya da sektörün ithalatının ülkenin toplam ithalatına olan payına bölünmesi ile ifade edilir (Sarıçoban ve Kösekahyaoğlu, 2017: 431).

$$RCA_{XM} = \frac{[X_J^I / X_T^I]}{[M_J^I / M_T^I]} \quad (1.14)$$

Formülde, X ihracatı, M ithalatı, İ ülkeyi, J ise mal veya sektörü ifade etmektedir. RCA_{XM} endeksinin değeri 1’den büyük olması durumunda söz konusu ülkenin ilgili sektör ya da mal için rekabet gücünün olduğu ve uzmanlaşma düzeyinin yüksekliği söz konusuyken 1’den küçük olması durumunda ise rekabet gücünün olmadığı ve uzmanlaşma düzeyinin yetersiz olduğu sonucuna varılır. Başka bir ifadeyle söz konusu sektörün ihracat performansının yüksekliği ya da düşüklüğü bu endeksin alacağı değer ile de yorumlanabilir (Sarıçoban ve Kösekahyaoğlu, 2017: 431).

1.4.2.3. Endüstri İçi Ticaret Grubel–Lloyd Endeksi

Ticaret hareketlerinin yönü ve sıklığı dünya genelinde artan iletişimin bir sonucu olarak değişmeye, çoğalmaya ve yoğunlaşmaya başlamıştır. Endüstriler arası ticaretin artması kazanç artışını beraberinde getirirken aynı zamanda endüstriyel yapıların rekabet yeteneklerini geliştirmelerini sağlamaktadır. Buna bağlı olarak ülkelerin endüstriyel uzmanlaşmalarının artışı ve rekabet güçlerinin oluşu refah seviyesini etkilemektedir (Küçüksakarya, 2016: 28).

Endüstri-içi ticaretin (Intra-Industry Trade–IIT) analiz edilebilir olup olmadığı sorusu 1957 yılında Roma Antlaşması ile kurulan Avrupa Ekonomik Topluluğu’nun ekonomik yapısının araştırılmasına dayanmaktadır. Bu topluluğun

nasıl bir ekonomik yapıda olacağına analizine yönelik yapılan ampirik çalışmalar endüstri-içi ticareti ölçmeye yönelik ilk çalışmalar olarak kabul edilmektedir. Örneklemek istendiğinde özellikle Verdoorn (1960), Michaely (1962), Kojima (1964) ve Balassa'nın (1966) çalışmaları her ne kadar endüstri-içi ticareti ölçmede eksikler barındırır da zamanla gelişen ölçüm yöntemlerinin temelini oluşturmaktadır (Şentürk, 2012: 212; Yenilmez ve Güllü, 2018: 40; Aydın, 2008: 74 Küçüksakarya, 2016: 32)

IIT'nin ölçülmesi amacıyla farklı endeksler geliştirilmesine rağmen Grubel ve Lloyd (1971) yapmış oldukları çalışmada Balassa (1965) endeksini geliştirerek literatürde sıklıkla kullanılan bir endeks hesaplamışlardır. Günümüzde de geçerliliğini koruyan Grubel–Lloyd endeksinin standart biçimi şu şekilde yazılır (Yenilmez ve Güllü, 2018: 40, Şentürk, 2012: 212,):

$$R_J = [X_J + M_J] - |X_J - M_J| \quad (1.15)$$

Endekste yer alan X_J ve M_J değerleri sırasıyla J endüstrisinin ithalat ve ihracat değerlerini ifade etmektedir. IIT'nin hesaplamasında J sektörünün toplam dış ticaret değeriyle söz konusu endüstrinin net ihracat ya da ithalatının farkı kullanılır. Bu endeksin farklı ülkeler ve endüstriler için karşılaştırmasını kolaylaştırmak için Grubel ve Lloyd (1975) aşağıdaki (GL , B_J) endeksini önermiştir (Küçüksakarya, 2016: 32, Şentürk, 2012: 213).

$$GL = B_J = \frac{[(X_J + M_J) - |X_J - M_J|] * 100}{X_J + M_J} \quad (1.16)$$

B_J endeksinin değeri 0 ile 100 aralığındadır. Endeksin değeri 0'a yaklaştıkça endüstri-içi ticaret azalmakta, 100'e yaklaştıkça artmaktadır. Değerin 0 olduğu durum, ihracat ya da ithalat değerlerinden birinin 0 olması anlamına, dolayısıyla ihracatın ya da ithalatın olmadığı anlamına gelmektedir. Tersisi ise değer 100 olduğu durumdur, dolayısıyla ihracat ve ithalat değerleri birbirine eşittir. Başka bir ifadeyle ihracat ve ithalat değeri arasındaki fark ne kadar artarsa endeks değeri 0'a yaklaşır, ne kadar azalır 100'e yaklaşır (Şentürk, 2012: 213).

İKİNCİ BÖLÜM

PLASTİK SEKTÖRÜNÜN TEMEL MAKRO YAPISININ TANITILMASI

Plastik, kalıplanabilecek veya kalıplanmaya uygun bir şeyi tanımlamak için kullanılan, Yunancada “plastikos” sözcüğünden, Latince “plasticus” sözcüğünden türetilmiş bir terimdir. Bu terminoloji aslında, 17. yüzyılda, ilk plastik malzeme olan parkesine¹ (selüloit) icat edilmeden çok önce kullanılmış. Bugün “plastikler” veya “plastik malzemeler”, Farklı özelliklere ve kullanımlara sahip, çok farklı malzemelerden oluşan, çok geniş bir aileyi tanımlamak için kullanılan terimlerdir (PlasticsEurope, 2018a: 16).

Çok yönlülüğü ve yenilik kapasitesi sayesinde, plastik malzemeler sayısız ürün, uygulama ve sektörde çok çeşitli ihtiyaçlara özel çözümler sunabilir. Plastikler sadece bir malzeme değil, farklı malzemelerden oluşan geniş bir ailedir. Bugün fosil bazlı veya biyo bazlı olabilirler ve her iki durumda da biyolojik olarak parçalanabilirler (PlasticsEurope, 2018a: 16).

Bu bölümde, plastik ürün kullanımının arttığı dünyada, artan pazar payına sahip olan plastik sektörüne yönelik temel bilgiler sunulacak, Türkiye ve dünya ekonomisindeki yapısı değerlendirilecek ve temel makro göstergeleri sunulacaktır.

2.1. PLASTİK SEKTÖRÜNÜN DÜNYADAKİ GÜNCEL DURUMU

Plastiğin kullanım alanının genişlemesiyle, inovatif üretim teknolojilerinde yer almasıyla birlikte, dünya genelinde üretiminde hızlı artış söz konusudur. Gelişen üretim teknolojileri, ürün güncelleştirmeleri, endüstrilerin çoklu kaynak kullanımlarının etkinliğini arttırmış ve hammadde alanında farklılıklara yönelerek ürünlerini yeniden tasarlamalarına neden olmuştur. Bu tasarım aşamasında, plastik en çok tercih edilen hammaddeler arasında yer almıştır.

Dünyada plastik üretimi neredeyse 350 Milyon Ton’a ulaşmıştır. Üretim hacmi içinde %29.4’lük paya sahip olan birinci ülke Çin’dir. Plastik üretimi sıralamasında Avrupa Birliği (AB) üye ülkelerinin toplam payı %18.5, Kuzey

¹ isim Nitroselüloz ile kâfurdan oluşan, fotoğraf kâğıdı, sinema filmi, bilardo topu, tarak vb. şeylerin yapımında kullanılan plastik madde. (<http://www.tdk.gov.tr>)

Amerika Serbest Ticaret Antlaşması (North American Free Trade Agreement–NAFTA) üye ülkelerinin payı %17.7’ dir (PlasticsEurope, 2018a: 19).

Plastik stratejisi girişimi hakkında yapılan duyuru bağlamında, Plastik Üreticileri Birliği (Association Of Plastics Manufacturers–PlasticsEurope), “Plastikler 2030 - Gönüllü Taahhüt” olarak yayınladığı duyuruda, yeniden kullanımı ve geri dönüşümü arttırmaya, çevreye plastik sızıntısını önlemeye ve kaynak verimliliğini hızlandırmaya odaklanmaktadır (PlasticsEurope, 2018b: 1).

Dünya plastik sektörü ihracatının ve ithalatının son beş yıllık parasal değeri aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1: Plastik Ürünlerin Dış Ticaret Değeri (Bin Amerikan Doları)

DÜNYA	2014	2015	2016	2017	2018*
İHRACAT	624.539.583	556.079.343	549.474.735	598.366.712	656.352.739
İTHALAT	625.545.341	563.909.018	556.888.861	614.203.324	661.905.323

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

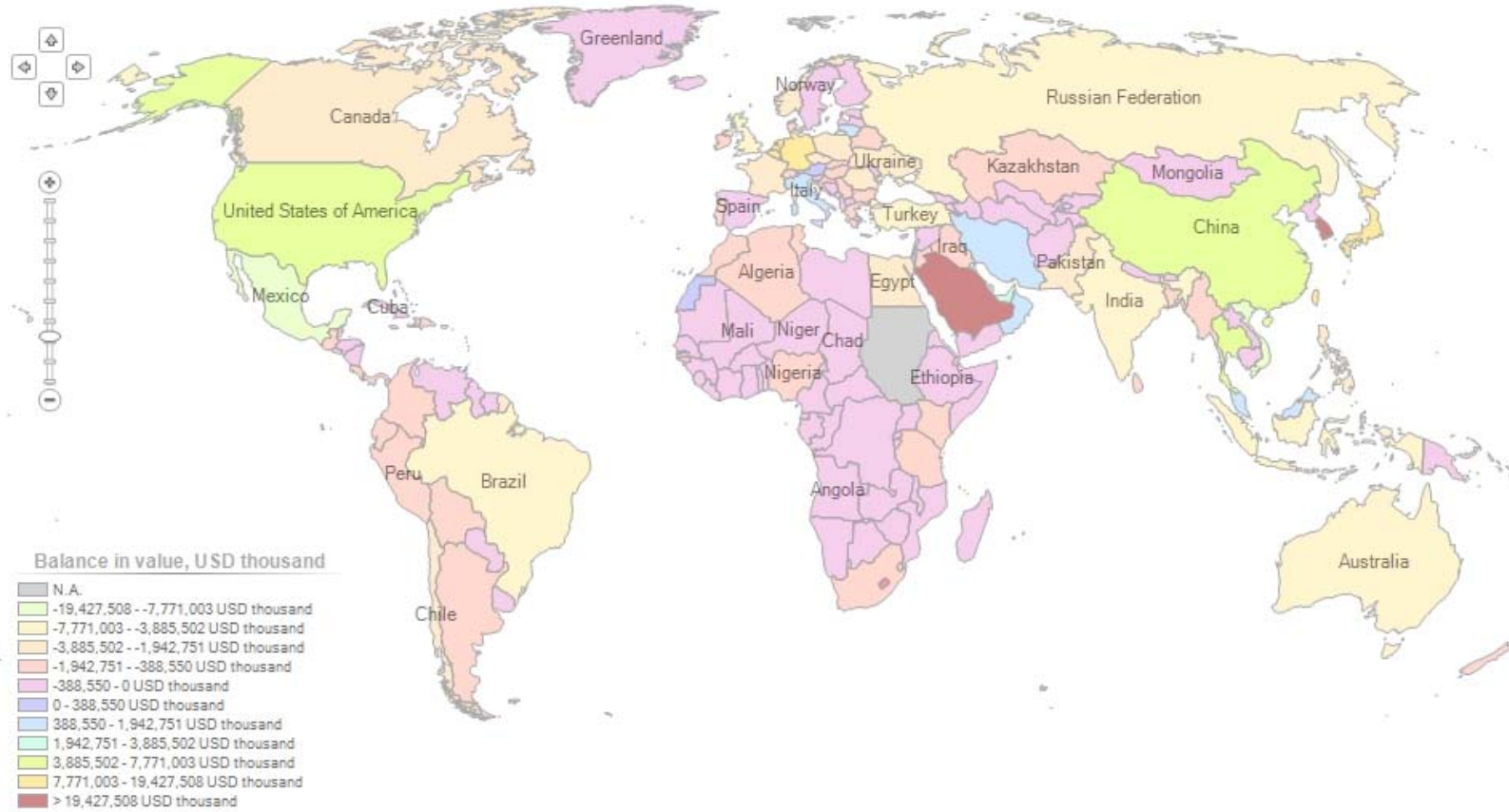
* TRADE MAP’in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Dünya genelinde sektör, 2018 yılı verilerine göre 656 Milyar Dolar üzerinde ihracat hacmine ve 662 Milyar Dolar’a yaklaşan ithalat hacmine sahiptir. Toplam dünya ticareti dikkate alındığında 2018 yılında plastik sektörünün ihracat payı %3,41, ithalat payı ise %3,37 olarak gerçekleşmiştir.

Şekil 1: Dünya Plastik Sektörü Ticaret Dengesi Haritası (2018)

List of countries for the selected product in 2018

Product : 39 Plastics and articles thereof



Kaynak: TRADE MAP

2018 yılı için ticaret dengesi haritası incelendiğinde, sektörde iki ülkenin 19.427.508.000 Amerikan dolarından fazla dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir. Birinci sırada Güney Kore, ikinci sırada Suudi Arabistan yer almaktadır. Bu ülkeleri Çin ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD) takip etmektedir. Türkiye ise ticaret dengesi haritasında -6.863.632.000 Amerikan doları değeri ile açık veren ülkeler arasında yer almaktadır.

2.2. PLASTİK SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE'DEKİ GÜNCEL DURUMU

Türkiye Plastik Sektörü İzleme Raporu (PAGEV, 2018/6)'na göre Sektör tarafından 2018 yılının ilk 6 ayında 317 bin ton ve 1 milyar 559 milyon dolarlık plastik mamul ithal edilmiştir. Plastik mamul ithalatı 2017 yılının eş dönemine kıyasla miktar bazında %5,6; değer bazında da %5,8 artmıştır. Plastik mamul ihracatı 2018 yılının ilk 6 aylık döneminde 856 bin ton ve 2 milyar 353 milyon dolar olarak gerçekleşmiş olup, 2017 yılının eş dönemine kıyasla miktar bazında %7,3; değer bazında da %12,8 artış göstermiştir (PAGEV, 2018/6: 22).

Sektörün 2018 yılının ilk 6 ayındaki toplam mamul dış ticareti incelendiğinde dış ticaret fazlası olduğu görülmektedir. Ancak Türkiye plastik hammadde dış ticaretinde sürekli açık veren bir ülkedir. 2018 yılının ilk 6 aylık döneminde plastik hammadde dış ticaret açığı 3 milyon 345 bin ton ve 5 milyar 64 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (PAGEV, 2018/6: 22).

Plastik sektörünün son beş yıllık kapsayan dış ticaret verileri aşağıda sunulmuştur.

Tablo 2: Türkiye Plastik Sektörü Dış Ticareti (Bin Amerikan Doları)

TÜRKİYE	2014	2015	2016	2017	2018*
İHRACAT	6.097.283	5.358.854	5.025.870	5.474.292	6.044.529
İTHALAT	14.150.792	12.268.272	11.627.985	13.264.846	12.938.161
TİCARET DENGESİ	-8.053.509	-6.909.418	-6.602.115	-7.790.554	-6.893.632

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Tablo 2'ye göre, Türkiye plastik sektörü dış ticaret dengesi açık vermektedir. 2018 yılında 7 milyar dolara yaklaşan sektörün ticaret açığı 2014 yılında 8 milyar

doların üzerine çıkmıştır. Son beş yılda ticaret dengesi dalgalı olarak hareket eden sektörün Türkiye'nin toplam ihracat ve ithalat payları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 3: Plastik Sektörünün Türkiye'nin Toplam Dış Ticareti İçindeki Payı (Bin Amerikan Doları)

TÜRKİYE	2014	2015	2016	2017	2018*
TOPLAM İHRACAT	157.610.158	143.850.376	142.529.584	156.992.940	167.967.219
PLASTİK SEKTÖRÜ PAYI	%3,87	%3,73	%3,53	%3,49	%3,60
TOPLAM İTHALAT	242.177.117	207.206.509	198.618.235	233.799.651	223.046.481
PLASTİK SEKTÖRÜ PAYI	%5,84	%5,92	%5,85	%5,67	%5,80
TOPLAM TİCARET DENGESİ	-84.566.959	-63.356.133	-56.088.651	-76.806.711	-55.079.262
PLASTİK SEKTÖRÜ PAYI	%9,52	%10,91	%11,77	%10,14	%12,52

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Tablo 3 incelendiğinde, plastik sektörünün Türkiye'nin toplam ihracatındaki payı 2014–2018 dönemi için %3,49–%3,73 değerleri arasında yer almaktadır. Ancak sektörün toplam ithalattan aldığı pay %5,67–%5,84 değerleri arasında değişmektedir. Bu, sektörün toplam ihracat payının, toplam ithalat payından düşük olduğunu göstermektedir.

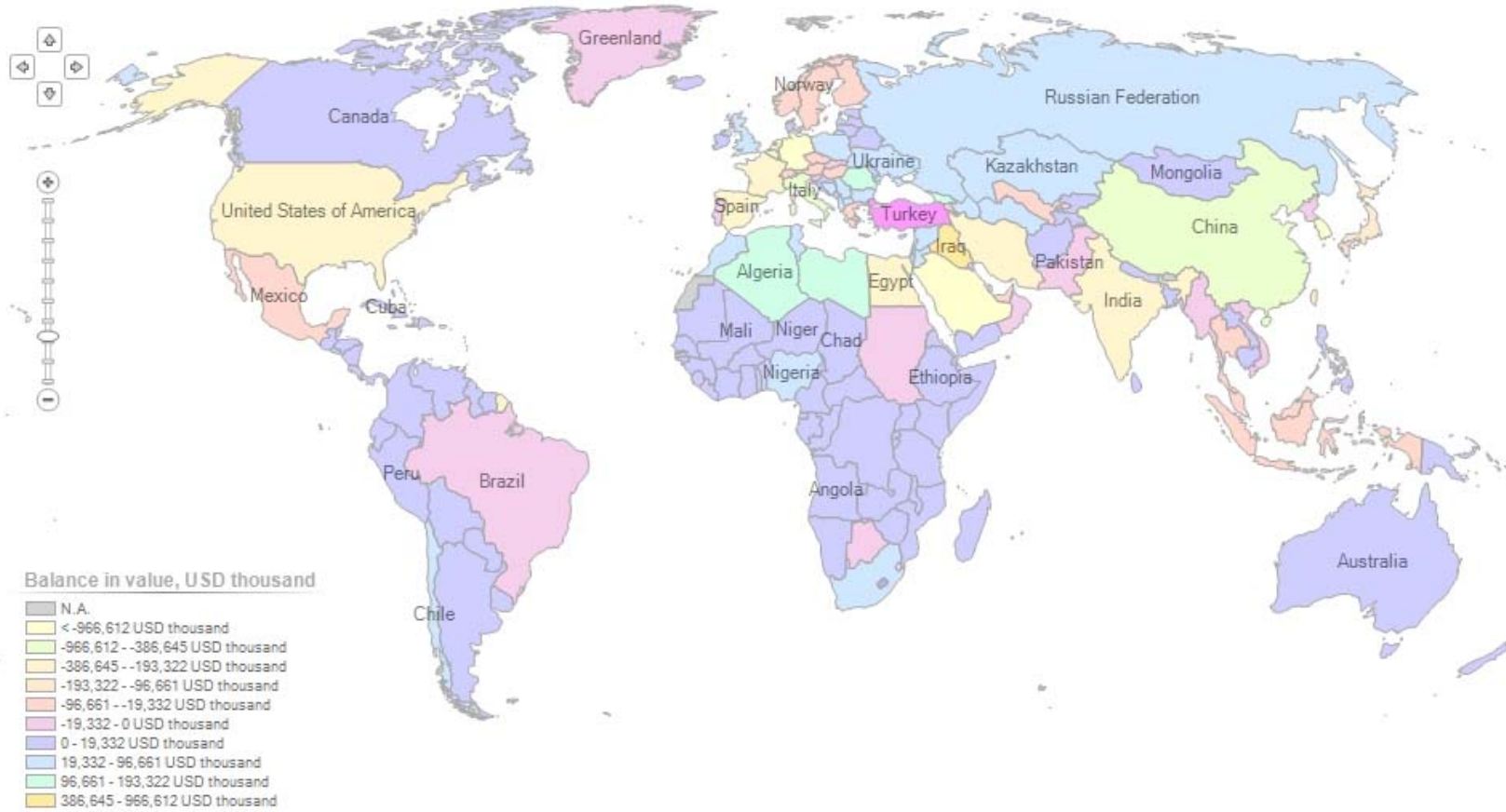
Türkiye toplam dış ticaret dengesi içinde plastik sektörü payı önemli bir yere sahiptir. Söz konusu negatif dengede, sektör, 2018 yılı için toplam dengenin %12,52'sini oluşturmaktadır. Özellikle dış ticaret açığının kronikleşmiş olduğu Türkiye ekonomisinde plastik sektörünün aldığı pay, sektörün önemli negatif denge verdiği yöneltik bulgular ortaya koymaktadır.

Türkiye plastik sektörünün ticaret dengesine yönelik uluslararası harita incelendiğinde (Şekil 2) sektörün negatif ticaret dengesine sahip olduğu birinci ülke - 1.484.239.000 Amerikan doları ile Suudi Arabistan'dır. Daha sonra ise sektörün 1 milyar Amerikan doları üzerinde açık verdiği Güney Kore ve Almanya yer almaktadır. Çin, Hindistan, İspanya, Fransa, ABD sektörün negatif ticaret dengesine sahip olduğu diğer ülkelerdir. Pozitif ticaret dengesine sahip olunan birinci ülke ise 448.984.000 Amerikan doları ile Irak'tır.

Şekil 2: Türkiye Plastik Sektörü Ticaret Dengesi Haritası (2018)

List of partners markets for a product commercialized by Turkey in 2018

Product : 39 Plastics and articles thereof



Kaynak: TRADE MAP

2.2.1. Türkiye Plastik Sektörünün İstihdam Yapısı

Plastik sektörünün istihdam yapısı iki grup altında incelenmektedir. Plastik mamul üretimi ve plastik hammadde üretimi olarak ayrılan istihdam yapısında çalışanlar meslek gruplarına göre aşağıda sunulmuştur.

Tablo 4: Plastik Sektörü İstihdam Verileri

Meslek Grubu	Plastik Mamul Üretimi Çalışan Sayısı	Plastik Mamul Üretimi Meslek Grubu Payı	Plastik Hammadde Üretimi Çalışan Sayısı	Plastik Hammadde Üretimi Meslek Grubu Payı
İdari	38905	12,61%	4870	17,44%
İşçi	231255	74,94%	17142	61,39%
Usta	18000	5,83%	1260	4,51%
Teknisyen	10442	3,38%	2724	9,76%
Mühendis	9982	3,23%	1928	6,90%

Kaynak: PAGDER, Plastik Sektör Raporu 2018

Türkiye plastik sektöründe istihdam yoğunluğu plastik mamul üretiminde daha fazladır. Girdi olarak kullanılacak hammaddelerin ağırlıklı olarak ithal edilmesi, sektörün hammadde üretiminde yeterli düzeyde üretim gerçekleştirememesine neden olmaktadır. Petrol ve türevi doğal kaynakların coğrafi özelliklerden dolayı yetersizliği, hammadde ithalatını zorunlu kılmakta dolayısıyla üretim ve istihdam ağırlıklı olarak mamul sektöründe yoğunlaşmaktadır.

Mamul ve hammadde üretiminde meslek gruplarının dağılımında ağırlıklı işçiler yer almaktadır. Mamul üretiminde çalışanların %74,94'ünü işçiler oluştururken, hammadde üretiminde bu oran %61,39'dur. İdari çalışan sayısı sektörün usta, teknisyen ve mühendis meslek gruplarındaki çalışan sayılarının toplamına yakındır. Mamul sektörünün geniş ticaret hacmi ve üretim kapasitesi göz önüne alındığında idari çalışan sayıları artmakta ve sektörün mamul üretimindeki toplam istihdamının %12,61'ini oluşturmaktadır. Plastik hammadde üretiminde ise idari çalışan sayısı hammadde üretimindeki toplam istihdamın %17,44'ünü oluşturmaktadır.

2.2.2. Türkiye'nin Dünya Plastik Sektörü İçindeki Payı

Türkiye'nin 2001–2018 döneminde dünya plastik sektörü içindeki ihracat ve ithalat payları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5: Türkiye'nin Dünya Plastik Sektörü İçindeki Payı (Bin Amerikan Doları)

YILLAR	Türkiye (İhracat)	Dünya (İhracat)	İhracat Payı	Türkiye (İthalat)	Dünya (İthalat)	İthalat Payı
2001	610.143	188.507.492	%0,32	1.733.426	191.112.722	%0,91
2002	676.461	202.445.132	%0,33	2.376.947	207.372.457	%1,15
2003	926.036	238.452.808	%0,39	3.235.625	243.810.292	%1,33
2004	1.323.732	295.888.624	%0,45	4.763.094	298.178.363	%1,60
2005	1.722.148	340.283.632	%0,51	5.795.589	342.720.197	%1,69
2006	2.214.266	385.499.554	%0,57	6.918.411	390.428.306	%1,77
2007	2.822.051	446.420.128	%0,63	8.688.044	448.500.888	%1,94
2008	3.563.148	480.310.125	%0,74	9.385.517	488.654.677	%1,92
2009	3.093.759	392.368.289	%0,79	6.944.490	400.829.782	%1,73
2010	3.716.596	483.979.215	%0,77	9.730.432	499.354.770	%1,95
2011	4.580.258	564.464.219	%0,81	12.578.501	577.769.921	%2,18
2012	5.012.899	569.689.136	%0,88	12.505.398	569.158.237	%2,20
2013	5.608.724	602.626.475	%0,93	13.881.017	599.379.688	%2,32
2014	6.097.283	624.539.583	%0,98	14.150.792	625.545.341	%2,26
2015	5.358.854	556.079.343	%0,96	12.268.272	563.909.018	%2,18
2016	5.025.870	549.474.735	%0,91	11.627.985	556.888.861	%2,09
2017	5.474.292	598.366.712	%0,91	13.264.846	614.203.324	%2,16
2018*	6.044.529	656.352.739	%0,92	12.938.161	661.905.323	%1,95

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Türkiye'nin dünya plastik sektörü içindeki payı incelendiğinde yüksek oranda artan ithalata karşılık, ihracatın daha az arttığı görülmektedir. 2001 yılında Türkiye'nin dünya içindeki ihracat payı %0,32, 2018 yılında %0,92 olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla ihracatta %0,6 olarak gerçekleşen artış, ithalattaki artıştan küçüktür. 2001 yılında %0,91 olarak gerçekleşen ithalat payının 2018 yılında %1,95 olarak gerçekleşmesi, Türkiye'nin dünya plastik sektörü içindeki payının %1,04 arttığını göstermektedir.

2011 ve 2012 yıllarında yaşanan ekonomik krizin etkileri bu sektörün dünya içindeki payına yansımıştır. 2011 yılında ihracat payı %0,81, ithalat payı %2,18; 2012 yılında ihracat payı %0,88, ithalat payı %2,20 olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında ise bir önceki yıla göre dünya plastik sektörü ithalat payında %0,13 artış gösteren Türkiye buna karşılık ihracat payını ancak %0,05 arttırabilmiştir.

Türkiye'nin dünya plastik sektörü içindeki parasal payı incelendiğinde negatif ticaret dengesi verdiği ve buna bağlı olarak ihracat payının ithalat payından düşük olduğu görülmektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE PLASTİK SEKTÖRÜ ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ ANALİZİ

Çalışmanın bu bölümünde, bölüm 1.4’te açıklanan endeksler yardımıyla Türkiye plastik sektörünün rekabet gücünü ölçmeye yönelik analizler yapılacak ve ortaya çıkan bulgular değerlendirilerek, sektörün rekabet gücü incelenecektir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Türkiye plastik sektörü son yıllarda geçirmiş olduğu dönüşüm ile uluslararası diğer plastik kuruluşlarıyla ortaklıklar düzenlemekte ve etkinlikler yürütmektedir. Dolayısıyla sektörün uluslararası ilişkilerini ve tanınırlılığını artırma çabası ve pazar payını büyütme isteği olduğu önemli bir husus olarak dikkat çekmektedir. Sektöre yönelik olarak çalışmalar yapan, Türk Plastik Sanayicileri Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (PAGEV) ve Plastik Sanayicileri Derneği (PAGDER), yayınladıkları sektör izleme raporları ile sektörün ekonomik verilerini kamuya paylaşmaktadır.

Sektörün mamul ve hammadde dış ticaret verileri her ne kadar sektör hakkında bilgi verse de uluslararası rekabet gücü yeteneklerini yansıtmamaktadır. Bu çalışmada Türkiye plastik sektörünün uluslararası rekabet gücünün belirlenmesine yönelik analizler yapılarak, çalışmanın sektöre katkı sağlaması ve daha sonra yapılacak araştırmalara ışık tutması hedeflenmiştir.

3.2. ARAŞTIRMADA KULLANILAN VERİ VE YÖNTEM

Türkiye plastik sektörünün rekabet gücünün analizine yönelik olarak çalışmamızda Bölüm 1.4’te açıklanan, uluslararası rekabet gücü ölçümüne yönelik olarak literatürde sıklıkla ülke ve endüstri düzeyinde kullanılan Balassa (1965) tarafından geliştirilmiş Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) yöntemi kullanılacaktır.

Çalışmada Volrath (1991) tarafından geliştirilen RCA endeksinin alternatif önerileri olan Görelî Ticaret Avantajı endeksi (The Relative Trade Advantage Index–

RTA), Görelİ İhracat Avantajı endeksinin (The Relative Export Advantage Index–RXA) doğal logaritması olan RCA_v endeksi ve Açıklanmış Rekabet Gücü (Revealed Competitiveness–RC) endeksi hesaplanmıştır. Vollrath’ın geliştirmiş olduğu bu endekslerin çalışmaya dahil edilmesinin en önemli nedeni, ülke ve ürün çift sayımını ortadan kaldırması ve ithalat verilerini dikkate almasıdır.

Balassa ve Vollrath’ın RCA hesaplamalarına ek olarak sektörün dış ticaretine ilişkin verilerini daha geniş yorumlayabilmek amacıyla Bölüm 1.4.2’de açıklanan rekabet gücünün ölçülmesinde kullanılan diğer endeksler de çalışmada hesaplanmıştır.

Türkiye plastik sektörünün rekabet gücünün analizinde kullanılacak veri setini 2001–2018 dönemine ait dış ticaret verileri oluşturmaktadır. Veriler, Uluslararası Ticaret Merkezi (International Trade Centre–ITC) tarafından sunulan “Uluslararası İş Geliştirme İçin Ticaret İstatistikleri (Trade Statistics for International Business Development–TRADE MAP) veri tabanından derlenmiştir.

Sektöre yönelik olarak TRADE MAP veri tabanından elde edilen, uluslararası armonize sisteme göre düzenlenmiş Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) 39 kodu ile sınıflandırılmış ürün grubuna ait veriler kullanılmıştır.

- GTİP 39 – Plastikler ve bunlardan yapılmış ürünler. (Plastics and articles thereof.) (bkz Ek: 1)

3.3. SEKTÖRÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER YÖNTEMLERİNE GÖRE ANALİZİ

Çalışmanın bu bölümünde, Liesner’in karşılaştırmalı üstünlüğü ölçmek için oluşturduğu Liesner endeksinin Balassa (1965) tarafından geliştirilen ve Vollrath (1991) tarafından Farklı yaklaşımlar getirilen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) yöntemleriyle Türkiye plastik sektörünün 2001–2018 dönemine ait verileriyle uluslararası rekabet gücü belirlenmeye çalışılacaktır.

3.3.1. Balassa Endeksine Göre Bulgular

Türkiye plastik sektörünün dünyadaki karşılaştırmalı üstünlüğünün ölçülmesine yönelik Balassa endeksinin (Eşitlik 1.5) uyarlaması aşağıda açıklanmıştır.

$$RCA_{BP}^T = \frac{[X_P^T / X_T^T]}{[X_P^D / X_T^D]} \quad (2.1)$$

Formülde;

- X_P^T = Türkiye plastik sektörü ihracatını
- X_T^T = Türkiye toplam ihracatını
- X_P^D = Dünyanın plastik sektörü ihracatını
- X_T^D = Dünyanın toplam ihracatını

ifade etmektedir.

RCA_B endeksinin sonuçları aşağıdaki şekilde yorumlanır.

- $RCA_{BP}^T \geq 1 \Rightarrow$ Türkiye plastik sektörü dünya karşısında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir.
- $RCA_{BP}^T < 1 \Rightarrow$ Türkiye plastik sektörü dünya karşısında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip değildir.

Endeks değeri 1 den pozitif ya da negatif yönde uzaklaştıkça sırasıyla karşılaştırmalı avantaj ya da dezavantaj artmaktadır.

Tablo 6: Türkiye Plastik Sektörünün RCA_B ve Fark Değerleri

YILLAR	RCA _B	Fark*
2001	0,633	NA**
2002	0,600	-0,033
2003	0,615	0,015
2004	0,645	0,030
2005	0,712	0,067
2006	0,803	0,091
2007	0,815	0,012
2008	0,898	0,083
2009	0,953	0,055
2010	1,018	0,065
2011	1,088	0,070
2012	1,061	-0,026
2013	1,157	0,096
2014	1,177	0,020
2015	1,109	-0,067
2016	1,029	-0,080
2017	1,033	0,004
2018***	1,054	0,021

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*Tabloda gösterilen “Fark” sütununda endeks değerinin bir önceki yıla göre değişimi hesaplanmıştır.

**NA bir önceki yıla göre değişimin hesaplanmadığını belirtmektedir.

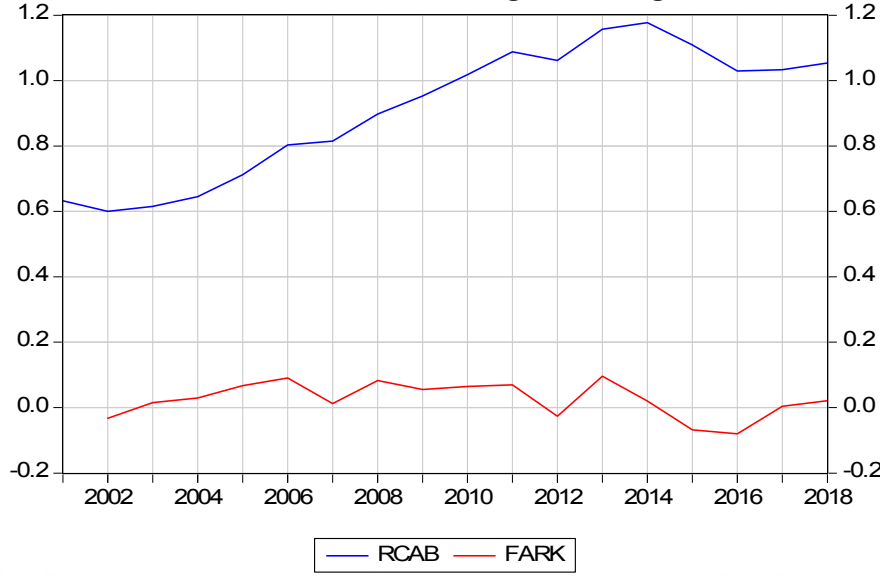
***TRADE MAP’in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Tablo 5’te gösterilen Türkiye plastik sektörünün 2001–2018 döneminde hesaplanan RCA_B (Balassa Endeksi) değeri incelendiğinde, 2001–2009 döneminde uluslararası rekabet gücünün artan bir ivmeyle ilerlediği görülmektedir. Ancak yine de endeks değerinin 1’den düşük olması sektörün dünya karşısında rekabet dezavantajına sahip olduğu anlamına gelmektedir.

2010–2018 döneminde sektörün rekabet gücü dalgalı bir eğilime sahip olsa da endeks, 1’den küçük bir değeri göstermemiştir. Bu durum sektörün son dokuz yıllık döneminde ihracat verilerine göre uluslararası rekabet gücüne sahip olduğunu göstermektedir.

Özellikle 2014 yılı sektörün 1,177 RCA_B ile rekabet gücünün en yüksek olduğu yıl olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak 2015 ve 2016 yıllarında Türkiye plastik sektörünün rekabet gücü toplamda –0,15 azalmıştır. 2017 yılında 0,021’lik artışla 2018 yılında endeks 1.054 değerine gerilemiştir.

Şekil 3: RCA_B ve Fark Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

Şekil 3'te Türkiye plastik sektörünün Tablo 5'te verilen RCA_B ve Fark değerlerinin geometrik gösterimi yer almaktadır. 2001–2018 döneminde sektör dünya karşısında rekabet gücünü arttırmış ve yüksek rekabet gücü sınırı olan 1'in üzerine çıkmayı başarmıştır. Ancak yıllara göre RCA_B, Fark doğrusunda görüldüğü gibi değişen bir ivmeyle ilerlemiştir.

2007 yılında başlayan ve 2008 yılına kadar süren kriz döneminde sektör uluslararası rekabet gücünü arttırmayı başarmıştır. 2011 ve 2012 yıllarına bakıldığında, başta orta doğudaki siyasi perspektifin ve Avrupa Birliği (AB) parasal daralmasının sektörü etkilediği görülmektedir. 2014–2016 döneminde sektörün RCA_B değeri Türkiye'de yaşanan parasal darboğazlar ve artan faizler nedeniyle düşüş yaşasa da 1'in üzerindedir.

3.3.2. Vollrath Endekslerine Göre Bulgular

Vollrath'ın önermiş olduğu alternatif endekslerin dönüşümü aşağıda verilmiştir.

- 1) RXA_p^T : Eşitlik 1.8'den uyarlanarak;

$$RXA_p^T = \frac{[X_p^T / X_{-T}^T]}{[X_p^{-D} / X_{-T}^{-D}]} \quad (2.2)$$

Burada,

- RXA_p^T = Türkiye'nin plastik sektörü görece ihracat avantajını,
- X_p^T = Türkiye'nin plastik sektörü ihracatını,
- X_{-T}^T = Türkiye'nin plastik sektörü hariç toplam ihracatını,
- X_p^{-D} = Türkiye hariç dünyanın plastik sektörü ihracatını,
- X_{-T}^{-D} = Türkiye ve plastik sektörü hariç dünyanın toplam ihracatını göstermektedir.

2) RMA_p^T : Eşitlik 1.9'dan uyarlanarak;

$$RMA_p^T = \frac{[M_p^T / M_{-T}^T]}{[M_p^{-D} / M_{-T}^{-D}]} \quad (2.3)$$

Burada,

- RMA_p^T = Türkiye'nin plastik sektörü görece ithalat avantajını
- M_p^T = Türkiye'nin plastik sektörü ithalatını
- M_{-T}^T = Türkiye'nin plastik sektörü hariç toplam ithalatını
- M_p^{-D} = Türkiye hariç dünyanın plastik sektörü ithalatını
- M_{-T}^{-D} = Türkiye ve plastik sektörü hariç dünyanın toplam ithalatını göstermektedir.

3) RTA_p^T : Eşitlik 1.10'dan uyarlanarak,

$$RTA_p^T = RXA_p^T - RMA_p^T \quad (2.4)$$

Burada,

- RTA_p^T = Türkiye'nin plastik sektörü görelî ticaret avantajını göstermektedir.

4) RCA_{Vp} : Eşitlik 1.11'den uyarlanarak;

$$RCA_{Vp}^T = \ln RXA_p^T \quad (2.5)$$

Burada RCA_{Vp}^T endeksi RXA_p^T endeksinin doğal logaritması olarak kullanılmıştır.

5) RC_p : Eşitlik 1.12'den uyarlanarak;

$$RC_p^T = \ln RXA_p^T - \ln RMA_p^T \quad (2.6)$$

Burada RC_p^T Türkiye'nin plastik sektörü görelî rekabet üstünlüğü olup RXA_p^T ve RMA_p^T endekslerinin doğal logaritmalarının farkıdır.

Endeksler ihracat verileriyle birlikte ithalat verilerini de dikkate almaktadır. Bu nedenle rekabet gücüne ilişkin bulgular RCA_B endeksinden farklı sonuçlar vermektedir.

RXA , RCA_B endeksine yakın sonuçlar vermesine rağmen, sektörün gerçekleştirmiş olduğu yüksek ithalat RTA ve RC değerlerinin negatif değerler almasına neden olmuştur.

Vollrath endekslerinin yorumlaması şöyledir:

- $RXA < 1 \Rightarrow$ Türkiye plastik sektörünün görelî ihracat dezavantajı vardır.
- $RXA \geq 1 \Rightarrow$ Türkiye plastik sektörünün görelî ihracat avantajı vardır.
- RCA_V endeksi RXA endeksinin doğal logaritmasıdır yalnızca ihracat verilerini içerir ve endeks negatif ya da pozitif işaret değerine göre sırasıyla Türkiye plastik sektörü rekabet gücü yoktur ya da rekabet gücü vardır şeklinde yorumlanır.
- RTA endeksi negatif işaretli ve sıfırdan negatif yönde uzaklaştıkça sırasıyla Türkiye plastik sektörü görelî ticaret dezavantajı vardır ve artar.

- RTA endeksi pozitif işaretli ve sıfırdan pozitif yönde uzaklaştıkça sırasıyla Türkiye plastik sektörü görelî ticaret avantajı vardır ve artar.
 - RC endeksi negatif işaretli ve sıfırdan negatif yönde uzaklaştıkça sırasıyla Türkiye plastik sektörü görelî ticaret dezavantajı vardır ve artar.
 - RC endeksi pozitif işaretli ve sıfırdan pozitif yönde uzaklaştıkça sırasıyla Türkiye plastik sektörü görelî ticaret avantajı vardır ve artar.
- Sektörün rekabet gücüne yönelik bulgular Tablo 6'da sunulmuştur.



Tablo 7: Türkiye Plastik Sektörünün Vollrath Endeksleri ve Fark Değerleri

YILLAR	RXA	Fark (RXA)*	RMA	Fark (RMA)*	RTA	Fark (RTA)*	RCA _v	Fark (RCA _v)*	RC	Fark (RC)*
2001	0,624	NA**	1,399	NA**	-0,775	NA**	-0,471	NA**	-0,807	NA**
2002	0,591	-0,033	1,504	0,105	-0,913	-0,138	-0,526	-0,055	-0,934	-0,127
2003	0,606	0,015	1,503	-0,001	-0,897	0,016	-0,501	0,025	-0,909	0,025
2004	0,636	0,030	1,574	0,071	-0,939	-0,041	-0,453	0,048	-0,907	0,002
2005	0,704	0,068	1,573	-0,001	-0,869	0,069	-0,351	0,102	-0,804	0,102
2006	0,796	0,093	1,595	0,022	-0,799	0,071	-0,228	0,124	-0,695	0,110
2007	0,809	0,012	1,650	0,055	-0,841	-0,042	-0,212	0,015	-0,713	-0,018
2008	0,894	0,085	1,592	-0,057	-0,698	0,143	-0,112	0,100	-0,577	0,136
2009	0,951	0,057	1,590	-0,002	-0,639	0,059	-0,050	0,062	-0,514	0,063
2010	1,018	0,067	1,654	0,064	-0,636	0,003	0,018	0,068	-0,485	0,029
2011	1,091	0,073	1,705	0,051	-0,614	0,022	0,087	0,069	-0,447	0,039
2012	1,064	-0,028	1,774	0,068	-0,710	-0,096	0,062	-0,026	-0,511	-0,065
2013	1,164	0,101	1,797	0,024	-0,633	0,077	0,152	0,090	-0,434	0,077
2014	1,185	0,021	1,839	0,042	-0,654	-0,021	0,170	0,018	-0,439	-0,005
2015	1,114	-0,071	1,813	-0,026	-0,698	-0,045	0,108	-0,062	-0,487	-0,047
2016	1,030	-0,084	1,760	-0,053	-0,730	-0,031	0,030	-0,079	-0,536	-0,049
2017	1,034	0,004	1,713	-0,047	-0,678	0,052	0,034	0,004	-0,504	0,031
2018***	1,056	0,022	1,776	0,063	-0,719	-0,041	0,055	0,021	-0,519	-0,015

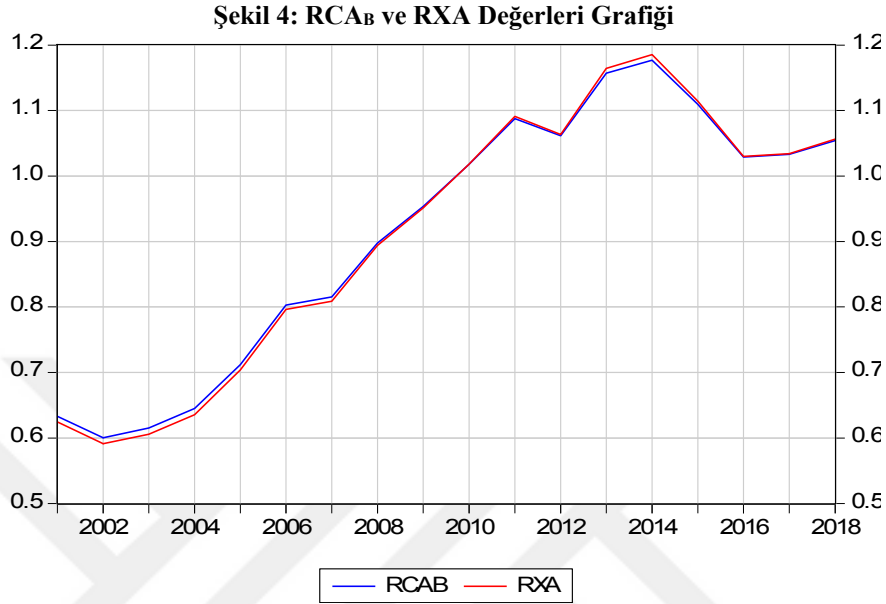
Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*Tabloda gösterilen "Fark" sütununda endeks değerinin bir önceki yıla göre değişimi hesaplanmıştır.

**NA bir önceki yıla göre değişimin hesaplanmadığını belirtmektedir.

***TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Tablo 6’da, RXA, RCA_B endeksine göre ürün ve ülke çift sayımını ortadan kaldırdığı için iki endeksin değerleri arasında küçük değişimler söz konusudur, ancak genel ivme aynı yöndedir. Aşağıdaki Şekil 4’te RCA_B ve RXA’nın geometrik gösterimi aralarındaki benzerliğin görülmesi açısından verilmiştir.

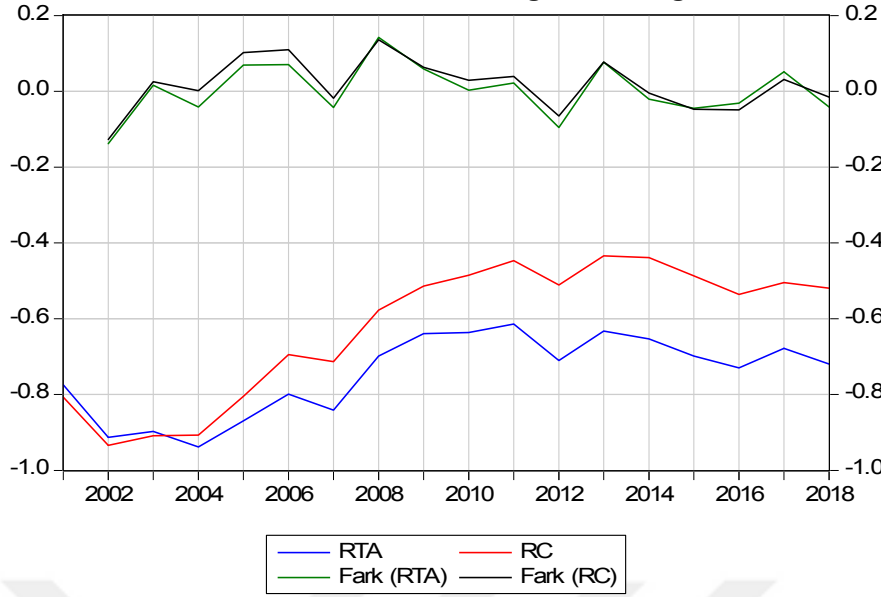


Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

RXA’nın doğal logaritması olan RCA_V ’nın yorumlaması, değer pozitif ya da negatif olmasıyla değerlendirilir. RCA_V yalnızca ihracat verilerini içermektedir. Bu nedenle RCA_B , RXA ve RCA_V sektörün rekabet gücü hakkında benzer sonuçlar ortaya koymaktadır. Değerler Tablo 6’dan incelendiğinde, sektörde 2001–2009 döneminde rekabet dezavantajı olduğu görülmektedir. 2010 yılında RXA, 1.018 ile 1’in üzerine çıkmış ve RCA_V 0.018 ile pozitif işarete geçmiştir. Dolayısıyla sektörün 2010–2018 döneminde rekabet avantajına sahip olduğu söylenebilir. Ancak RXA ve RCA_V yalnızca ihracat verilerini içermektedir ve rekabet gücü hakkında doğru yorum yapılabilmesi için yetersizdir. Bu bağlamda, Vollrath (1991) RMA endeksinin hesaplanması, rekabet gücünün Görelî Ticaret Avantajı (RTA) ve Açıklanmış Rekabet Gücü (RC) endeksine göre değerlendirilmesi gerektiğini önermiştir.

Şekil 5’te RTA, RC ve bir önceki yıla göre değişimlerini içeren Fark değerleri verilmiştir.

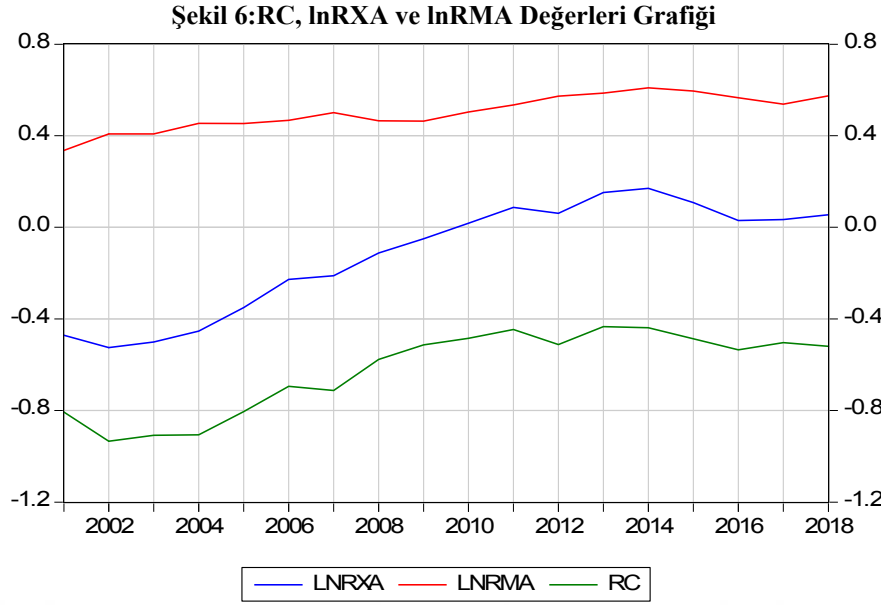
Şekil 5: RTA, RC ve Fark Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

RTA'nın doğal logaritması olan RC incelendiğinde, değer negatif işaretli olması, Türkiye plastik sektörünün dünya karşısında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığı anlamına gelmektedir. Söz konusu endeksler ihracat ve ithalat değerlerini birlikte dikkate aldığından, ihracata göre yüksek ithalat miktarı sektörün uluslararası rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir. 2007 ve 2012 yılında ekonomik krizler nedeniyle RTA'da ve RC'de düşüş yaşamıştır. 2013 yılından itibaren rekabet gücünde düşüş yaşayan Türkiye plastik sektörünün 2018 yılı RC değeri -0,519 olarak gerçekleşmiştir. Ancak sektör ilgili dönemde uluslararası rekabet dezavantajına sahiptir.

Sektörün küresel rekabet gücünün ithalat ve ihracat değerleri ile olan ilişkisini görmek için lnRXA ve lnRMA, RC ile aynı şekil üstünde (Şekil 6) verilmiştir.



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

RC, lnRXA ve lnRMA'nın farkı olarak tanımlanır. Türkiye plastik sektöründe küçük değişim aralıklarında ve nispeten sabit olan lnRMA'ya karşılık, lnRCA'nın RC ile aynı ivmeye sahip olduğu görülmektedir. İhracat ve ithalat arasındaki farkın arttığı 2001–2002, 2006–2007, 2011–2012 ve 2014–2016 dönemlerine ait veriler incelendiğinde artan ithalatla ve azalan ihracatla birlikte sektörün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün düştüğü görülmektedir.

RC endeks değeri işaretinin negatif olması, sektörün karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğunu göstermektedir. Bir başka ifadeyle sektörün rekabet gücü üstünlüğü yoktur. Bu durumun en önemli nedeni Türkiye plastik sektörünün ihracatının ithalatını karşılayamaması, sektörde bulunan dış ticaret açığıdır.

2006–2007 ve 2011–2012 dönemlerinde yaşanan ekonomik dalgalanmalar, artan petrol fiyatları, azalan ihracata karşı artan ithalat, sektörü olumsuz etkileyen başlıca nedenlerdir. Detaylandırıldığında 2006–2007 döneminde brent ham petrol² fiyatlarının %58.89 artması plastik sektörü de dâhil olmak üzere pek çok sektörü etkilemiştir. 2011–2012 döneminde ise Avrupa parasal kriziyle birlikte azalan ihracat ve artan ithalatla birlikte RC -0.519 değerine kadar gerilemiştir.

² Brent petrol, Kuzey Denizi'nden çıkarılan tatlı petrol türü. Dünya petrol piyasasına yön veren petroldür. Londra Brent ya da Brent Blend olarak da bilinir.

(https://en.wikipedia.org/wiki/Brent_Crude)

3.4. SÖKTÖRÜN DİĞER REKABET GÜCÜ ÖLÇÜM YÖNTEMLERİNE GÖRE ANALİZİ

Türkiye plastik sektörü rekabet gücünün analizine yönelik olarak bu bölümde Balassa ve Vollrath endekslerinden elde edilen bulguların desteklenmesi amacıyla literatürde sıkça kullanılan diğer ölçüm yöntemleri hesaplanmıştır.

3.4.1. Net İhracat Endeksi

Net İhracat Endeksinin (NX) Türkiye plastik sektörü için hesaplanmasında aşağıdaki eşitlik kullanılacaktır.

NX_p^T : Eşitlik 1.13'den uyarlanarak;

$$NX_p^T = \frac{X_p^T - M_p^T}{X_p^T + M_p^T} \quad (2.7)$$

Türkiye plastik sektörü için net ihracat endeksi (NX_p^T) hesaplandığında 2001–2018 dönemine ait değerler yıllık olarak Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 8: Türkiye Plastik Sektörünün NX ve Fark Değerleri

YILLAR	NX	Fark (NX)*
2001	-0,479	NA**
2002	-0,557	-0,078
2003	-0,555	0,002
2004	-0,565	-0,010
2005	-0,542	0,023
2006	-0,515	0,027
2007	-0,510	0,005
2008	-0,450	0,060
2009	-0,384	0,066
2010	-0,447	-0,064
2011	-0,466	-0,019
2012	-0,428	0,038
2013	-0,424	0,003
2014	-0,398	0,027
2015	-0,392	0,006
2016	-0,396	-0,004
2017	-0,416	-0,019
2018***	-0,363	0,053

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*Tabloda gösterilen “Fark” sütununda endeks değerinin bir önceki yıla göre değişimi hesaplanmıştır.

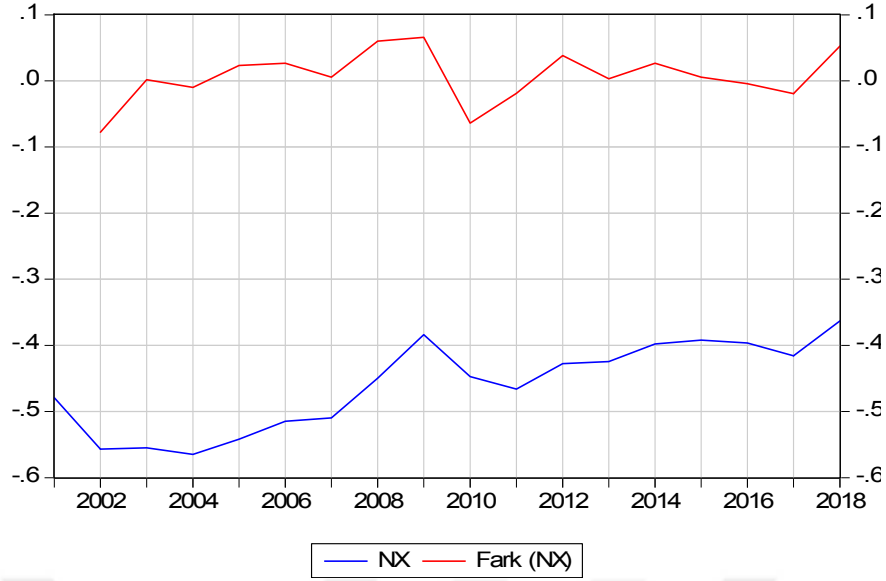
**NA bir önceki yıla göre değişimin hesaplanmadığını belirtmektedir.

***TRADE MAP’in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Net ihracat endeksi -1 ile 1 aralığında yer almaktadır ve negatif ya da pozitif olmasına göre, sırasıyla rekabet gücünün olmadığı ya da olduğu olarak yorumlanmaktadır.

Tablo 7 incelendiğinde, Türkiye plastik sektörünün 2001–2018 döneminde rekabet gücünün olmadığı görülmektedir. Endeks pozitif değere geçme eğiliminde hareket etmesine karşılık 2010, 2011, 2016 ve 2017 yıllarında negatif yönde artış göstermiş ve 2018 yılında -0,363 değerindedir. Minimum nokta ile maksimum nokta sırasıyla 2018’de -0,363 ile 2004’te -0,565’tir. Bu noktaların ve dağılımın daha iyi belirlenebilmesi için Şekil 7’de NX ve Fark değerlerinin geometrik yeri gösterilmiştir.

Şekil 7: NX ve Fark Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

2004 yılında Türkiye plastik sektöründe ithalattaki artışın ihracattaki artıştan fazla olması NX değerini 2001–2018 döneminde minimum noktasına getirmiştir. Ancak 2018 yılında plastik sektörü ithalatının 2017 yılına göre -10.753.170 Amerikan doları değerinde azalması ve ithalata karşılık ihracat değerinin 10.974.279 Amerikan doları artması, ihracat ve ithalat arasındaki farkı azaltmıştır.

Türkiye plastik sektörünün NX bulguları RC endeksi ile paralel sonuçlar vermektedir. Bu durumda, NX endeksi için rekabet gücü sınındığında dünya karşısında rekabet gücünün olmadığı görülmektedir.

3.4.2. İhracat–İthalat Oranı Endeksi

İhracat–ithalat oranı endeksi ülkenin ilgili sektördeki uzmanlaşma düzeyini, dış ticaret performansını ve rekabet gücünü belirlemede kullanılır. Değerin 1'den büyük olması durumunda ülke ilgili sektörde uzman, rekabet gücü sahibi olarak değerlendirilirken, 1'den küçük olması durumunda uzmanlaşmadığı, rekabet gücü sahibi olmadığı olarak değerlendirilir.

RCA_{XM} : Eşitlik 1.14'den uyarlanarak;

$$RCA_{XM}^T = \frac{X_P^T / X_T^T}{M_P^T + M_T^T} \quad (2.8)$$

RCA_{XM} endeksi 2001–2018 dönemi için hesaplandığında ortaya çıkan değerler Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 9: Türkiye Plastik Sektörünün RCA_{XM} ve Fark Değerleri

YILLAR	RCA _{XM}	Fark (RCA _{XM})*
2001	0,465	NA**
2002	0,408	-0,057
2003	0,420	0,012
2004	0,429	0,009
2005	0,472	0,043
2006	0,522	0,050
2007	0,515	-0,007
2008	0,581	0,066
2009	0,615	0,034
2010	0,622	0,008
2011	0,650	0,028
2012	0,622	-0,028
2013	0,670	0,048
2014	0,662	-0,008
2015	0,629	-0,033
2016	0,602	-0,027
2017	0,615	0,012
2018***	0,620	0,006

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*Tabloda gösterilen “Fark” sütununda endeks değerinin bir önceki yıla göre değişimi hesaplanmıştır.

**NA bir önceki yıla göre değişimin hesaplanmadığını belirtmektedir.

***TRADE MAP’in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Tablo 8 incelendiğinde, Türkiye plastik sektörünün 2001–2018 döneminde RCA_{XM} değeri 1’den küçüktür. Dolayısıyla endekse ait bulgulardan sektörün dış ticaret performansı, uzmanlaşma düzeyi yetersiz ve rekabet gücü olmadığı anlaşılmaktadır. Endeksin minimum noktası 2002 yılında 0,408 ve maksimum noktası 2013 yılında 0,670 değeriyle oluşmuştur. Bu durum sektörün toplam ihracattaki ve toplam ithalattaki payıyla doğrudan ilgilidir. Bu nedenle Tablo 9’da Türkiye plastik sektörünün toplam ihracat ve ithalattaki payları verilmiştir.

Tablo 10: Türkiye Plastik Sektörünün İhracat ve İthalat Payları

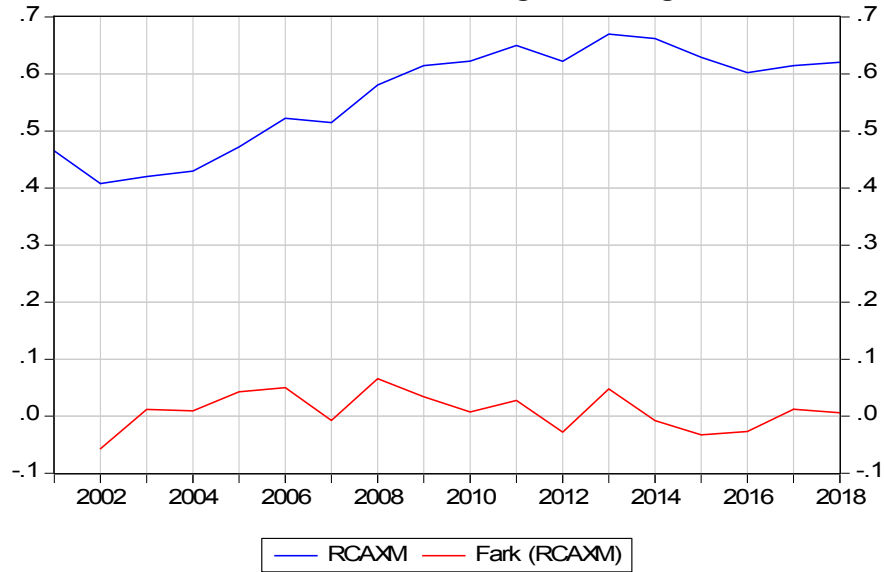
YILLAR	XTP/XTT	MTP/MTT
2001	%1,95	%4,19
2002	%1,89	%4,64
2003	%1,96	%4,67
2004	%2,10	%4,88
2005	%2,34	%4,96
2006	%2,59	%4,96
2007	%2,63	%5,11
2008	%2,70	%4,65
2009	%3,03	%4,93
2010	%3,26	%5,24
2011	%3,40	%5,22
2012	%3,29	%5,29
2013	%3,69	%5,52
2014	%3,87	%5,84
2015	%3,73	%5,92
2016	%3,53	%5,85
2017	%3,49	%5,67
2018*	%3,60	%5,80

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Sektör 2013 yılında toplam ihracatta %3,69 ve ithalatta %5,52 payla RCA_{XM} endeksinin maksimum noktasını (0,670) ve 2002 yılında %1,89 ihracat ve %4,64 ithalat payı ile RCA_{XM} endeksinin minimum noktasını (0,408) test etmiştir. Tablo 8'de yer alan RCA_{XM} ve Fark değerlerinin geometrik gösterimi Şekil 8'de sunulmuştur.

Şekil 8: RCA_{XM} ve Fark Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

Şekil 8 incelendiğinde, Türkiye plastik sektörünün ithalat-ihracat oranı değerinin 2001–2018 dönemi için 0,4 ile 0,7 aralığında değiştiği görülmektedir. Bu durumda endeks değerinin grafiksel dağılımı Vollrath' ın Şekil 6'da verilen RC endeksi ile tutarlıdır. RCA_{XM} endeks değerinin 1'den küçük olması Türkiye plastik sektörünün dünya karşısında yeterli uzmanlaşmaya ve rekabet gücüne sahip olmadığını göstermektedir.

3.4.3. Endüstri İçi Ticaret Grubel–Lloyd Endeksi

Türkiye plastik sektörünün artan ticari hareketlilikle birlikte endüstri-içi ticaretinin analizi literatürde sıklıkla kullanılan Grubel-Lloyd endeksi ile 2001 – 2017 dönemi için hesaplanacaktır.

GL : Eşitlik 1.16'dan uyarlanarak;

$$GL = B_J = \frac{[(X_J + M_J) - |X_J - M_J|] * 100}{X_J + M_J} \quad (2.9)$$

Grubel–Lloyd (GL) endeksine yönelik olarak elde edilen bulgular Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 11: Türkiye Plastik Sektörü GL ve Fark Değerleri

YILLAR	GL	Fark (GL)*
2001	52,070	NA**
2002	44,309	-7,761
2003	44,503	0,195
2004	43,495	-1,008
2005	45,816	2,321
2006	48,491	2,675
2007	49,036	0,545
2008	55,035	5,999
2009	61,639	6,604
2010	55,278	-6,362
2011	53,387	-1,891
2012	57,230	3,844
2013	57,556	0,325
2014	60,226	2,670
2015	60,802	0,577
2016	60,357	-0,446
2017	58,426	-1,931
2018***	63,685	5,258

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*Tabloda gösterilen “Fark” sütununda endeks değerinin bir önceki yıla göre değişimi hesaplanmıştır.

**NA bir önceki yıla göre değişimin hesaplanmadığını belirtmektedir.

***TRADE MAP’in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

GL endeksi 0 ile 100 aralığında değer almaktadır. 0’a yaklaştıkça endüstri-içi ticaretin azaldığı, dolayısıyla mevcut ticaretin endüstriler arası olduğu ve ülkenin ilgili sektörde rekabet gücünün olduğu varsayılır. Endeks değeri 100’e yaklaştıkça mevcut ticaretin endüstri-içi nitelikte olduğu, ihracat ve ithalatın birbirine yakın ve sektörün rekabet gücünün olmadığı varsayılır (Sarıçoban ve Kösekahyaoğlu, 2017: 436).

Tablo 10 değerlendirildiğinde, endeksin en düşük olduğu değer 2004 yılında 43,495 ile gerçekleşmiştir. Dolayısıyla ticaretin endüstriler arası ağırlıklı olduğu kabul edilir. Ancak 2001–2018 döneminde 2007 sonrası Türkiye plastik sektörünün mevcut ticaretinin çoğunlukla endüstri-içi ticaret niteliğinde olduğu, sektörün rekabet gücünün zayıf olduğu bulgulardan anlaşılmaktadır. Endeksin genel olarak artan bir ivmede olması ve 2018 yılı için değerin 63,685 olarak gerçekleşmesi sektörün ticaret yönünün ağırlıklı endüstri-içi olduğu anlamına gelmektedir.

3.5. TÜRKİYE PLASTİK SEKTÖRÜNÜN BİRİNCİ DÜZEYDEKİ ALT ÜRÜN GRUPLARININ RCA ENDEKSLERİNE GÖRE ANALİZİ

Bu bölümde Türkiye’de plastik sektörünün GTİP ürün sınıflandırmasına göre 39 ürün kodu altında bulunan birinci düzey ürün gruplarının (bkz. Ek:1) 2001-2018 dönemi için rekabet gücü analizi yapılacaktır.

Analiz, söz konusu ürün gruplarının RCA_B (Balassa endeksi) ve Vollrath’ın alternatif endeksleri olan RXA, RMA ve RC endeksleri ile hesaplanarak, ortaya çıkan bulgular bölüm sonunda genel olarak değerlendirilecektir.

3.5.1. GTİP 39.01

GTİP 39.01 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi aşağıda sunulmuştur.

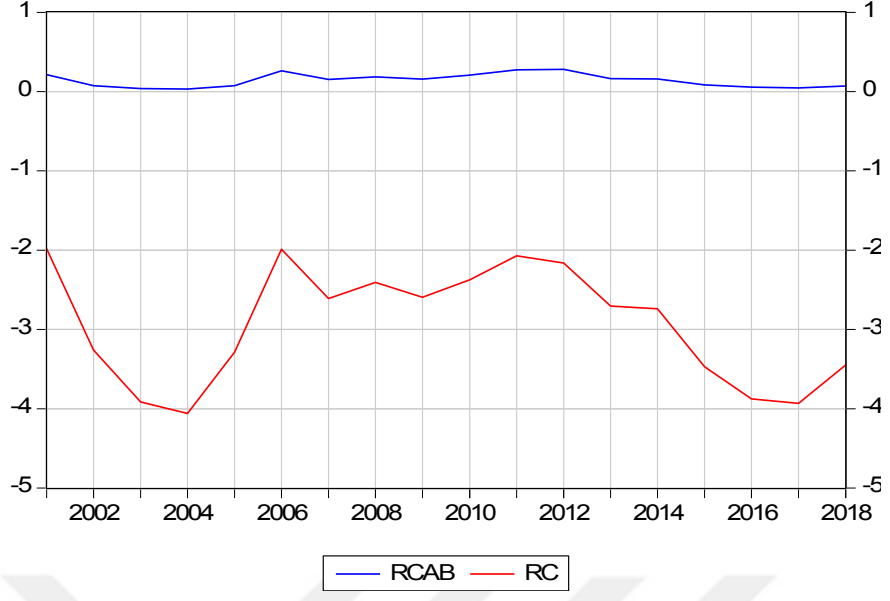
Tablo 12: GTİP 39.01 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,212	0,001	0,005	-1,984
2002	0,072	0,000	0,005	-3,262
2003	0,036	0,000	0,005	-3,916
2004	0,032	0,000	0,006	-4,062
2005	0,073	0,000	0,007	-3,289
2006	0,261	0,001	0,007	-1,991
2007	0,153	0,001	0,008	-2,610
2008	0,184	0,001	0,008	-2,407
2009	0,155	0,001	0,008	-2,597
2010	0,204	0,001	0,009	-2,375
2011	0,275	0,001	0,009	-2,072
2012	0,280	0,001	0,010	-2,165
2013	0,163	0,001	0,010	-2,706
2014	0,160	0,001	0,011	-2,741
2015	0,084	0,000	0,012	-3,471
2016	0,055	0,000	0,012	-3,878
2017	0,047	0,000	0,010	-3,933
2018*	0,069	0,000	0,010	-3,449

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP’in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 9: GTİP 39.01 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.2. GTİP 39.02

GTİP 39.02 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

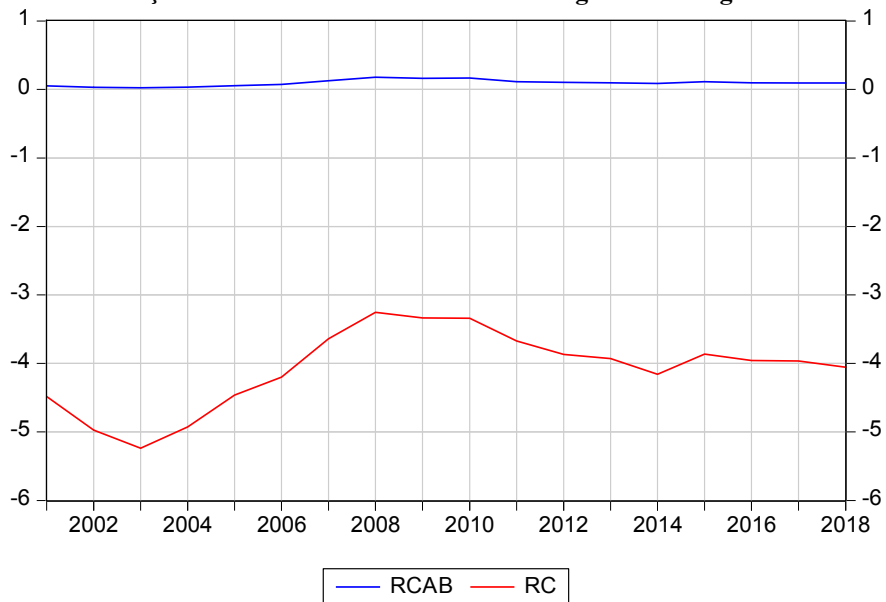
Tablo 13: GTİP 39.02 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,052	0,000	0,007	-4,485
2002	0,033	0,000	0,008	-4,972
2003	0,025	0,000	0,009	-5,237
2004	0,034	0,000	0,010	-4,927
2005	0,055	0,000	0,010	-4,461
2006	0,072	0,000	0,011	-4,201
2007	0,128	0,000	0,011	-3,641
2008	0,181	0,000	0,010	-3,255
2009	0,163	0,000	0,010	-3,338
2010	0,167	0,000	0,012	-3,341
2011	0,116	0,000	0,011	-3,672
2012	0,105	0,000	0,012	-3,870
2013	0,096	0,000	0,012	-3,931
2014	0,086	0,000	0,014	-4,159
2015	0,114	0,000	0,013	-3,866
2016	0,099	0,000	0,012	-3,960
2017	0,094	0,000	0,012	-3,966
2018*	0,093	0,000	0,013	-4,054

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 10: GTİP 39.02 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.3. GTİP 39.03

GTİP 39.03 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

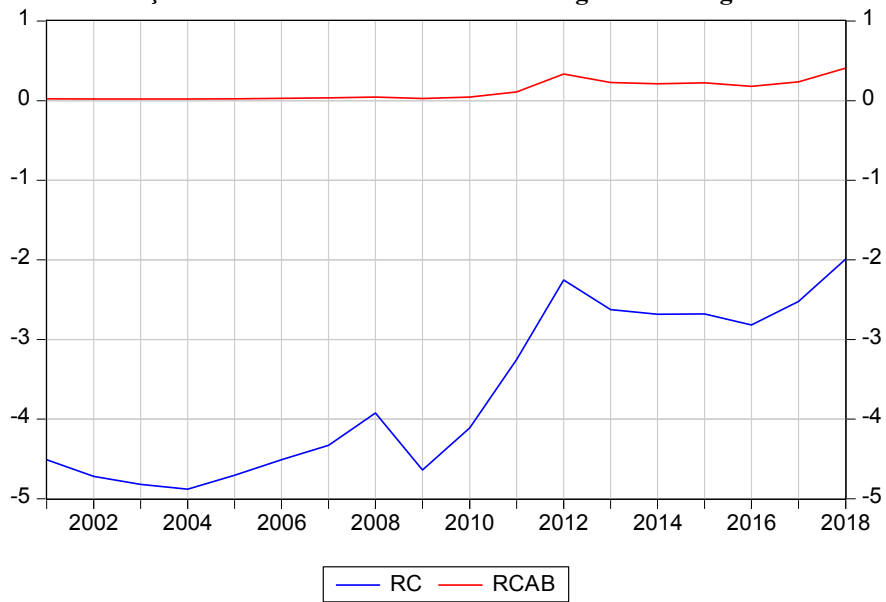
Tablo 14: GTİP 39.03 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,022	0,000	0,003	-4,509
2002	0,020	0,000	0,004	-4,722
2003	0,020	0,000	0,004	-4,822
2004	0,020	0,000	0,005	-4,879
2005	0,023	0,000	0,005	-4,707
2006	0,028	0,000	0,005	-4,511
2007	0,033	0,000	0,004	-4,331
2008	0,044	0,000	0,003	-3,924
2009	0,024	0,000	0,003	-4,639
2010	0,043	0,000	0,004	-4,111
2011	0,109	0,000	0,004	-3,254
2012	0,333	0,000	0,004	-2,253
2013	0,227	0,000	0,004	-2,625
2014	0,212	0,000	0,004	-2,684
2015	0,223	0,000	0,004	-2,678
2016	0,180	0,000	0,003	-2,819
2017	0,235	0,000	0,004	-2,521
2018*	0,407	0,001	0,004	-1,989

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 11: GTİP 39.03 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.4. GTİP 39.04

GTİP 39.04 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

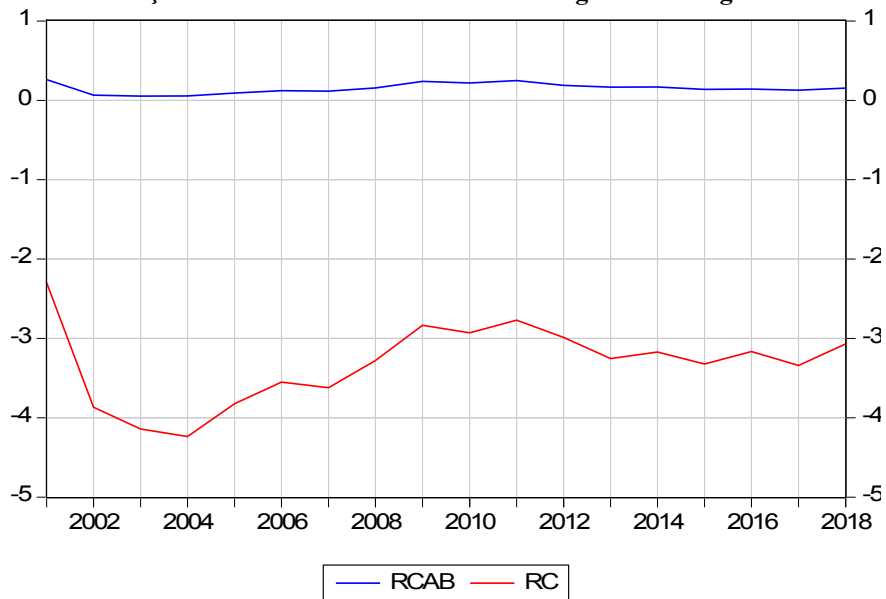
Tablo 15: GTİP 39.04 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,259	0,000	0,003	-2,300
2002	0,064	0,000	0,004	-3,867
2003	0,051	0,000	0,004	-4,142
2004	0,054	0,000	0,005	-4,239
2005	0,090	0,000	0,005	-3,824
2006	0,120	0,000	0,005	-3,553
2007	0,114	0,000	0,005	-3,622
2008	0,156	0,000	0,004	-3,279
2009	0,239	0,000	0,004	-2,836
2010	0,218	0,000	0,005	-2,930
2011	0,247	0,000	0,004	-2,771
2012	0,189	0,000	0,004	-2,989
2013	0,166	0,000	0,004	-3,257
2014	0,168	0,000	0,004	-3,174
2015	0,138	0,000	0,004	-3,323
2016	0,142	0,000	0,004	-3,168
2017	0,127	0,000	0,004	-3,341
2018*	0,153	0,000	0,003	-3,069

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 12: GTİP 39.04 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.5. GTİP 39.05

GTİP 39.05 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

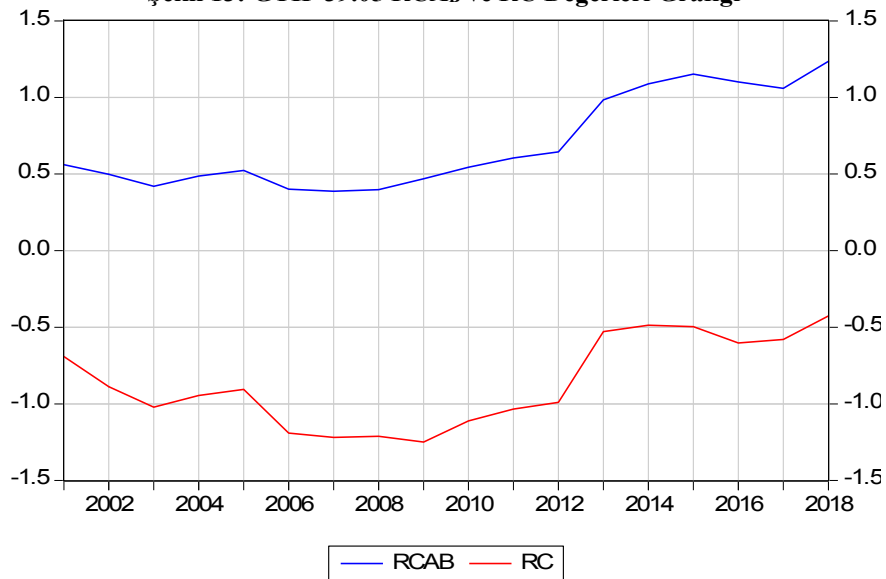
Tablo 16: GTİP 39.05 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,561	0,000	0,000	-0,692
2002	0,499	0,000	0,000	-0,889
2003	0,420	0,000	0,000	-1,021
2004	0,487	0,000	0,000	-0,946
2005	0,524	0,000	0,000	-0,906
2006	0,401	0,000	0,000	-1,191
2007	0,388	0,000	0,000	-1,220
2008	0,399	0,000	0,000	-1,212
2009	0,469	0,000	0,000	-1,249
2010	0,545	0,000	0,000	-1,111
2011	0,606	0,000	0,000	-1,035
2012	0,645	0,000	0,000	-0,989
2013	0,984	0,000	0,000	-0,528
2014	1,090	0,000	0,000	-0,487
2015	1,153	0,000	0,000	-0,496
2016	1,102	0,000	0,001	-0,602
2017	1,059	0,000	0,000	-0,580
2018*	1,235	0,000	0,000	-0,426

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 13: GTİP 39.05 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.6. GTİP 39.06

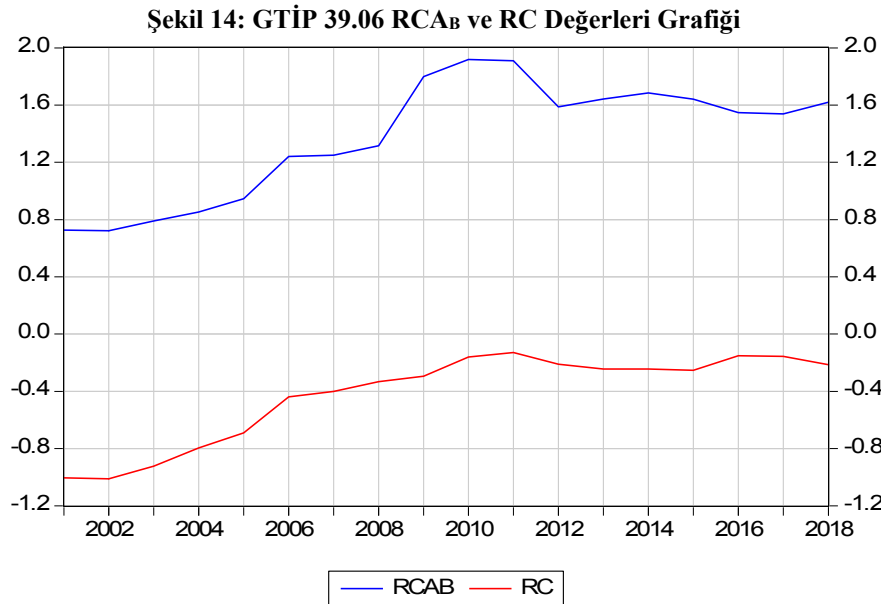
GTİP 39.06 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 17: GTİP 39.06 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,727	0,001	0,001	-1,005
2002	0,722	0,001	0,002	-1,011
2003	0,790	0,001	0,002	-0,922
2004	0,854	0,001	0,002	-0,796
2005	0,946	0,001	0,002	-0,690
2006	1,242	0,001	0,002	-0,438
2007	1,249	0,001	0,001	-0,400
2008	1,316	0,001	0,001	-0,332
2009	1,799	0,001	0,002	-0,295
2010	1,918	0,001	0,002	-0,160
2011	1,909	0,001	0,002	-0,129
2012	1,588	0,001	0,002	-0,211
2013	1,643	0,001	0,002	-0,244
2014	1,685	0,001	0,002	-0,244
2015	1,641	0,001	0,002	-0,254
2016	1,547	0,001	0,002	-0,151
2017	1,538	0,001	0,002	-0,156
2018*	1,620	0,001	0,002	-0,214

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.7. GTİP 39.07

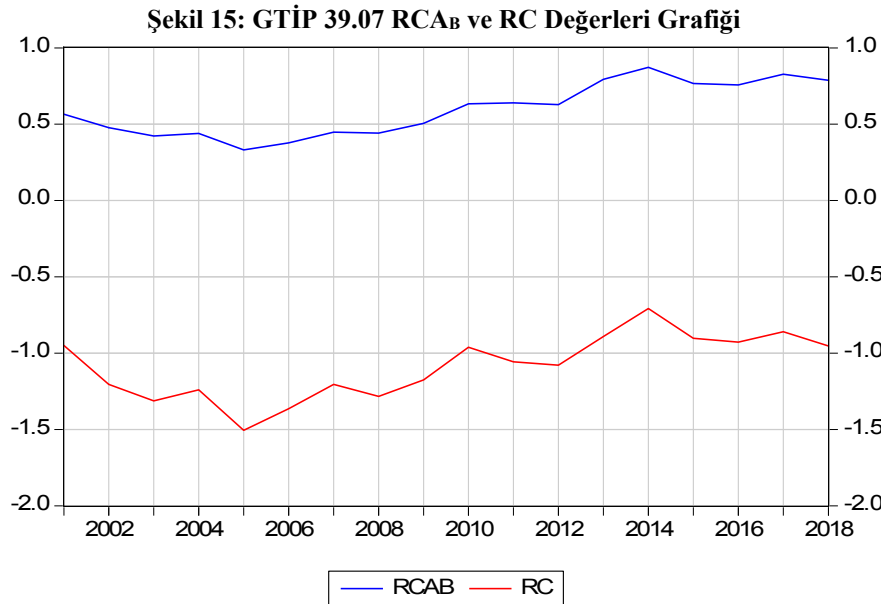
GTİP 39.07 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 18: GTİP 39.07 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,565	0,002	0,004	-0,951
2002	0,477	0,001	0,005	-1,204
2003	0,422	0,001	0,005	-1,312
2004	0,439	0,001	0,005	-1,241
2005	0,332	0,001	0,005	-1,505
2006	0,378	0,001	0,005	-1,365
2007	0,447	0,001	0,005	-1,204
2008	0,441	0,001	0,005	-1,283
2009	0,504	0,002	0,005	-1,175
2010	0,633	0,002	0,005	-0,962
2011	0,639	0,002	0,006	-1,056
2012	0,628	0,002	0,005	-1,078
2013	0,793	0,002	0,006	-0,891
2014	0,872	0,003	0,005	-0,708
2015	0,767	0,002	0,006	-0,903
2016	0,756	0,002	0,006	-0,927
2017	0,828	0,003	0,006	-0,859
2018*	0,787	0,003	0,007	-0,953

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.8. GTİP 39.08

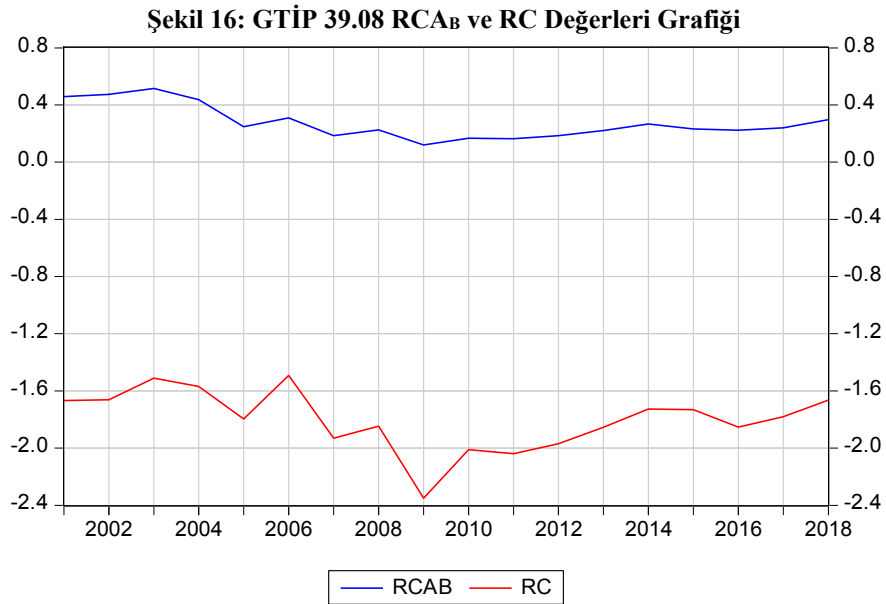
GTİP 39.08 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 19: GTİP 39.08 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,459	0,000	0,001	-1,666
2002	0,474	0,000	0,001	-1,662
2003	0,514	0,000	0,001	-1,510
2004	0,437	0,000	0,001	-1,568
2005	0,249	0,000	0,001	-1,796
2006	0,310	0,000	0,001	-1,492
2007	0,185	0,000	0,001	-1,930
2008	0,226	0,000	0,001	-1,846
2009	0,120	0,000	0,001	-2,350
2010	0,167	0,000	0,001	-2,011
2011	0,164	0,000	0,001	-2,040
2012	0,185	0,000	0,001	-1,970
2013	0,222	0,000	0,001	-1,854
2014	0,267	0,000	0,001	-1,727
2015	0,232	0,000	0,001	-1,732
2016	0,223	0,000	0,001	-1,854
2017	0,240	0,000	0,001	-1,781
2018*	0,297	0,000	0,001	-1,663

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.9. GTİP 39.09

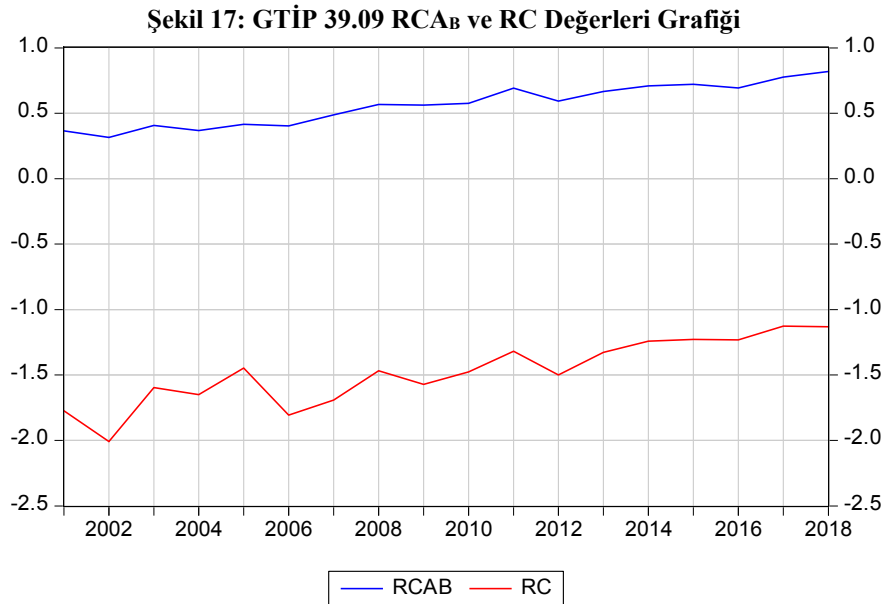
GTİP 39.09 (bkz. Ek:1) ürün ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 20: GTİP 39.09 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,366	0,000	0,002	-1,774
2002	0,316	0,000	0,002	-2,008
2003	0,407	0,000	0,001	-1,597
2004	0,367	0,000	0,001	-1,650
2005	0,415	0,000	0,001	-1,448
2006	0,403	0,000	0,002	-1,807
2007	0,489	0,000	0,002	-1,691
2008	0,567	0,000	0,002	-1,468
2009	0,563	0,000	0,002	-1,571
2010	0,577	0,000	0,002	-1,477
2011	0,692	0,001	0,002	-1,318
2012	0,593	0,000	0,002	-1,499
2013	0,666	0,001	0,002	-1,327
2014	0,709	0,001	0,002	-1,241
2015	0,722	0,001	0,002	-1,228
2016	0,693	0,001	0,002	-1,232
2017	0,776	0,001	0,002	-1,126
2018*	0,820	0,001	0,003	-1,131

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.10. GTİP 39.10

GTİP 39.10 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

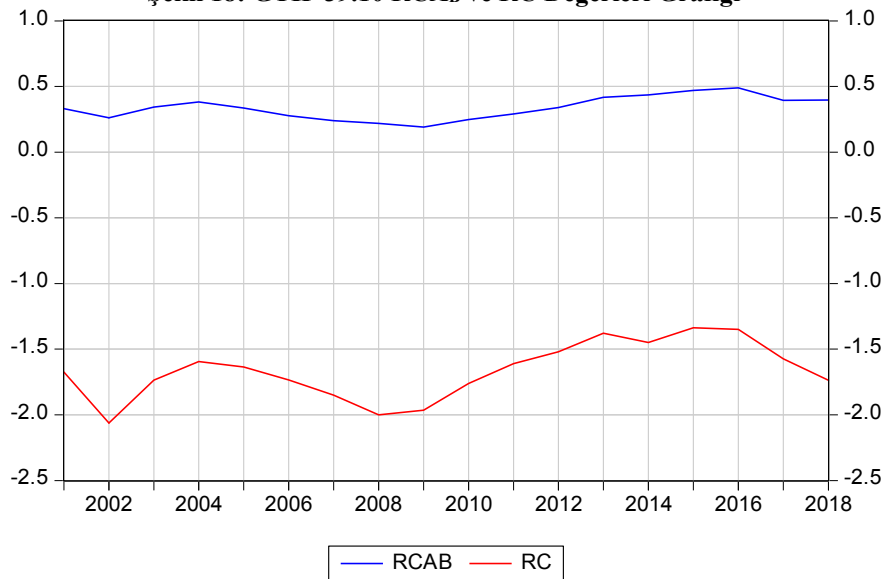
Tablo 21: GTİP 39.10 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,331	0,000	0,000	-1,676
2002	0,262	0,000	0,001	-2,061
2003	0,343	0,000	0,001	-1,736
2004	0,382	0,000	0,001	-1,595
2005	0,336	0,000	0,001	-1,635
2006	0,278	0,000	0,000	-1,734
2007	0,239	0,000	0,000	-1,850
2008	0,219	0,000	0,000	-2,000
2009	0,191	0,000	0,001	-1,965
2010	0,248	0,000	0,000	-1,762
2011	0,291	0,000	0,000	-1,611
2012	0,340	0,000	0,000	-1,520
2013	0,417	0,000	0,000	-1,378
2014	0,436	0,000	0,001	-1,449
2015	0,471	0,000	0,001	-1,337
2016	0,489	0,000	0,001	-1,350
2017	0,395	0,000	0,001	-1,574
2018*	0,397	0,000	0,001	-1,737

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 18: GTİP 39.10 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.11. GTİP 39.11

GTİP 39.11 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

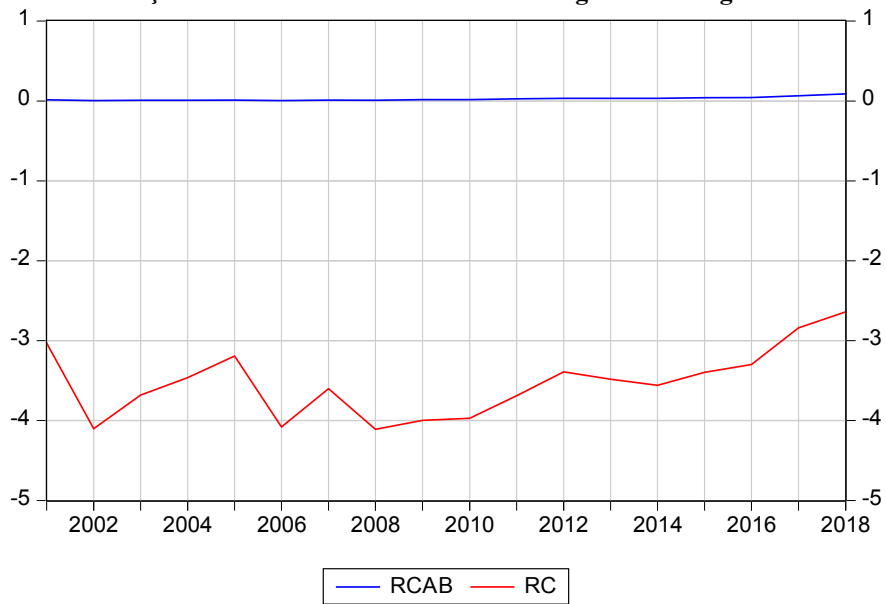
Tablo 22: GTİP 39.11 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,012	0,000	0,000	-3,032
2002	0,005	0,000	0,000	-4,102
2003	0,008	0,000	0,000	-3,683
2004	0,009	0,000	0,000	-3,464
2005	0,011	0,000	0,000	-3,193
2006	0,006	0,000	0,000	-4,081
2007	0,011	0,000	0,000	-3,603
2008	0,007	0,000	0,000	-4,111
2009	0,016	0,000	0,000	-3,999
2010	0,016	0,000	0,000	-3,971
2011	0,024	0,000	0,000	-3,692
2012	0,032	0,000	0,000	-3,391
2013	0,032	0,000	0,000	-3,483
2014	0,033	0,000	0,000	-3,559
2015	0,039	0,000	0,000	-3,399
2016	0,043	0,000	0,000	-3,300
2017	0,063	0,000	0,000	-2,843
2018*	0,086	0,000	0,000	-2,642

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 19: GTİP 39.11 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.12. GTİP 39.12

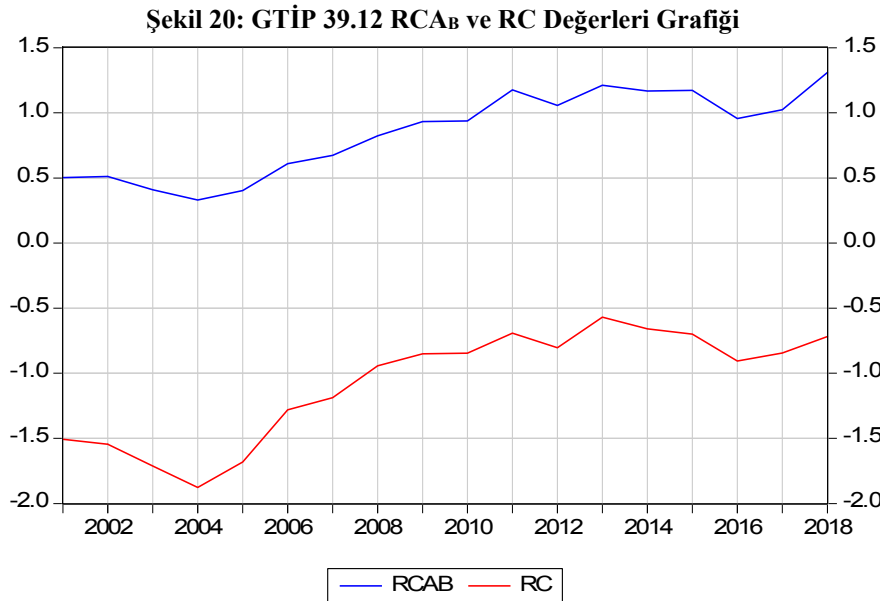
GTİP 39.12 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 23: GTİP 39.12 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,503	0,000	0,001	-1,507
2002	0,512	0,000	0,001	-1,545
2003	0,409	0,000	0,001	-1,712
2004	0,330	0,000	0,001	-1,877
2005	0,402	0,000	0,001	-1,681
2006	0,610	0,000	0,001	-1,280
2007	0,674	0,000	0,001	-1,188
2008	0,823	0,000	0,001	-0,942
2009	0,932	0,000	0,001	-0,852
2010	0,938	0,000	0,001	-0,845
2011	1,175	0,000	0,001	-0,692
2012	1,058	0,000	0,001	-0,805
2013	1,212	0,000	0,001	-0,569
2014	1,167	0,000	0,001	-0,659
2015	1,174	0,000	0,001	-0,698
2016	0,957	0,000	0,001	-0,907
2017	1,024	0,000	0,001	-0,843
2018*	1,311	0,000	0,001	-0,718

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.13. GTİP 39.13

GTİP 39.13 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

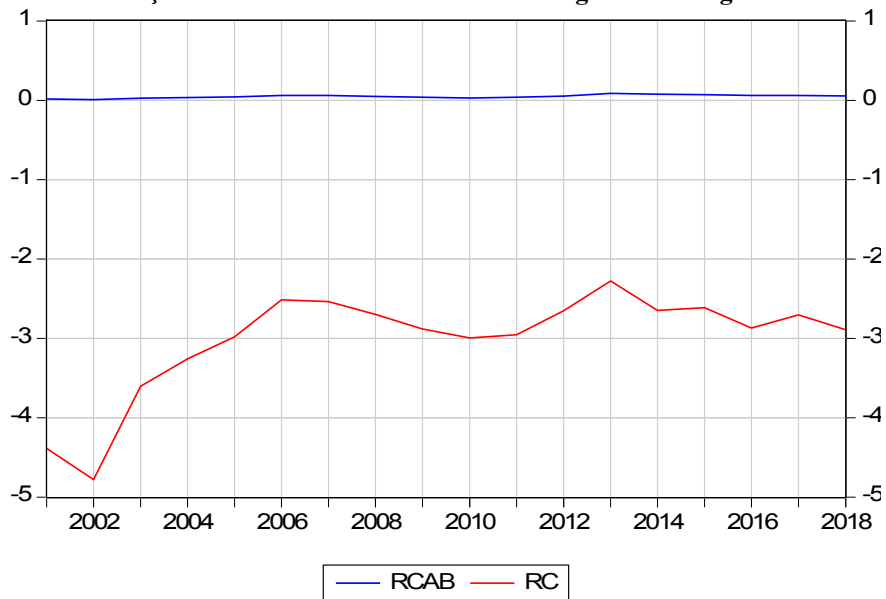
Tablo 24: GTİP 39.13 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,015	0,000	0,000	-4,387
2002	0,009	0,000	0,000	-4,779
2003	0,025	0,000	0,000	-3,605
2004	0,033	0,000	0,000	-3,260
2005	0,042	0,000	0,000	-2,980
2006	0,062	0,000	0,000	-2,517
2007	0,060	0,000	0,000	-2,538
2008	0,049	0,000	0,000	-2,698
2009	0,037	0,000	0,000	-2,882
2010	0,028	0,000	0,000	-2,995
2011	0,037	0,000	0,000	-2,953
2012	0,051	0,000	0,000	-2,653
2013	0,087	0,000	0,000	-2,277
2014	0,074	0,000	0,000	-2,650
2015	0,069	0,000	0,000	-2,615
2016	0,060	0,000	0,000	-2,870
2017	0,060	0,000	0,000	-2,704
2018*	0,055	0,000	0,000	-2,892

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 21: GTİP 39.13 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.14. GTİP 39.14

GTİP 39.14 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

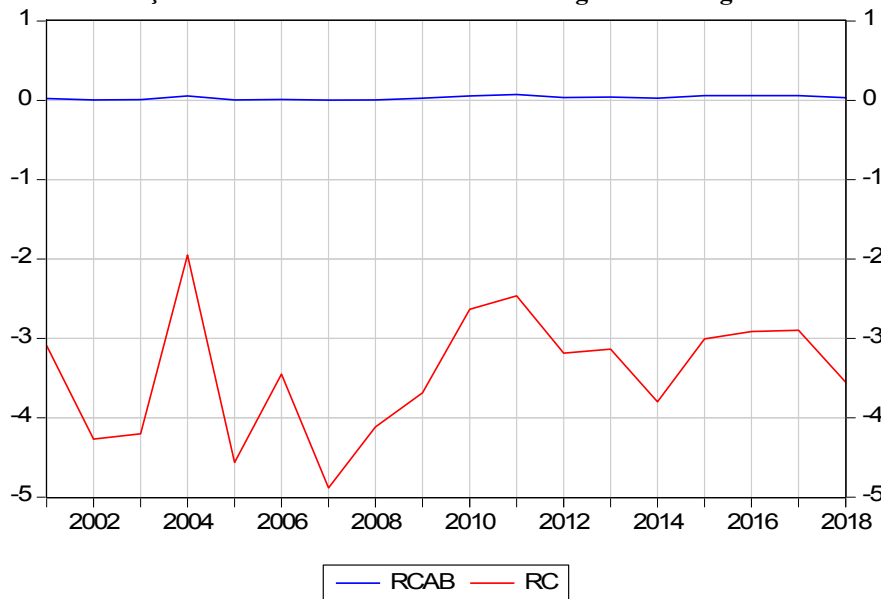
Tablo 25: GTİP 39.14 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,021	0,000	0,000	-3,094
2002	0,006	0,000	0,000	-4,272
2003	0,006	0,000	0,000	-4,203
2004	0,055	0,000	0,000	-1,951
2005	0,003	0,000	0,000	-4,565
2006	0,010	0,000	0,000	-3,450
2007	0,002	0,000	0,000	-4,886
2008	0,005	0,000	0,000	-4,117
2009	0,025	0,000	0,000	-3,688
2010	0,054	0,000	0,000	-2,634
2011	0,073	0,000	0,000	-2,466
2012	0,033	0,000	0,000	-3,187
2013	0,041	0,000	0,000	-3,137
2014	0,025	0,000	0,000	-3,800
2015	0,057	0,000	0,000	-3,008
2016	0,059	0,000	0,000	-2,917
2017	0,058	0,000	0,000	-2,899
2018*	0,032	0,000	0,000	-3,556

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 22: GTİP 39.14 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.15. GTİP 39.15

GTİP 39.15 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

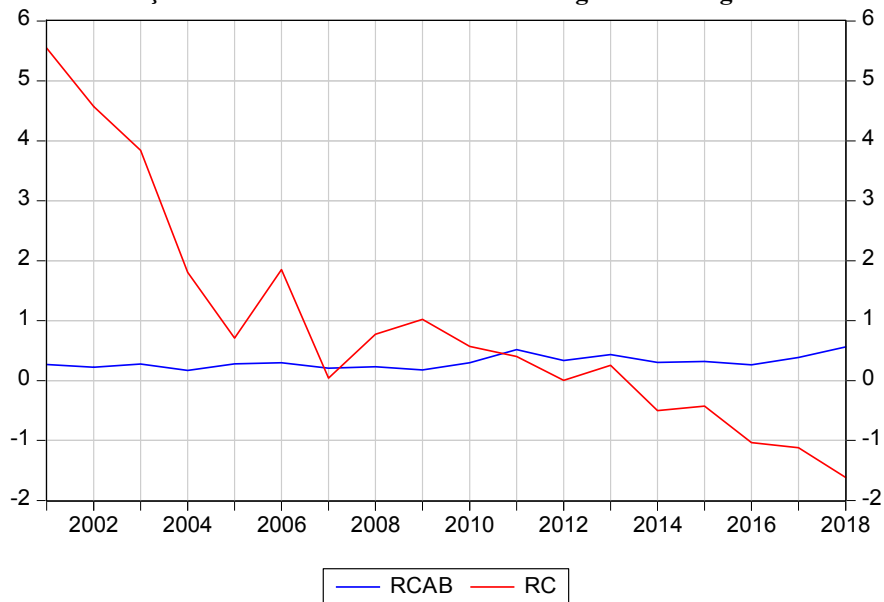
Tablo 26: GTİP 39.15 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,265	0,000	0,000	5,549
2002	0,225	0,000	0,000	4,574
2003	0,274	0,000	0,000	3,839
2004	0,169	0,000	0,000	1,803
2005	0,276	0,000	0,000	0,708
2006	0,296	0,000	0,000	1,852
2007	0,209	0,000	0,000	0,042
2008	0,231	0,000	0,000	0,772
2009	0,177	0,000	0,000	1,018
2010	0,298	0,000	0,000	0,571
2011	0,515	0,000	0,000	0,400
2012	0,333	0,000	0,000	0,003
2013	0,433	0,000	0,000	0,256
2014	0,304	0,000	0,000	-0,501
2015	0,318	0,000	0,000	-0,429
2016	0,263	0,000	0,000	-1,036
2017	0,385	0,000	0,000	-1,123
2018*	0,562	0,000	0,001	-1,620

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 23: GTİP 39.15 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.16. GTİP 39.16

GTİP 39.16 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

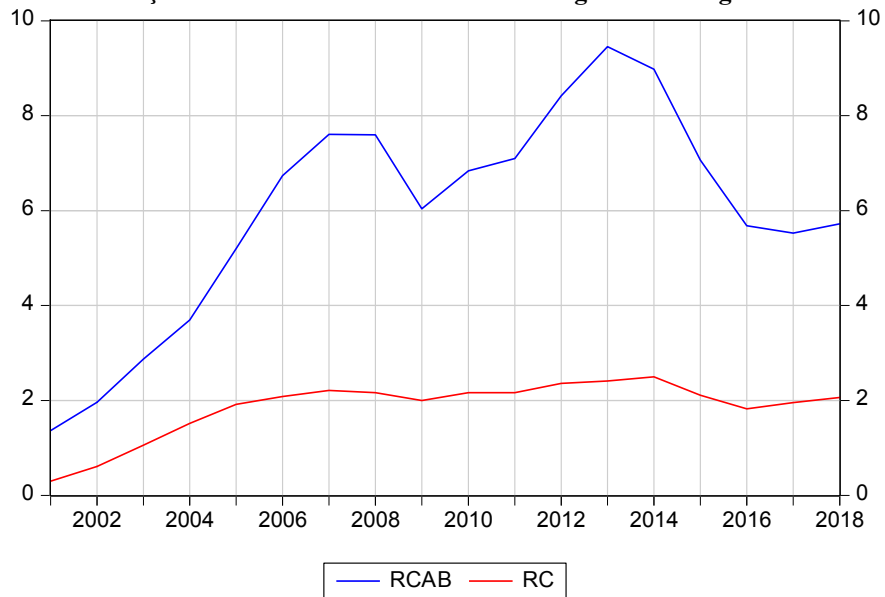
Tablo 27: GTİP 39.16 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	1,363	0,000	0,000	0,298
2002	1,960	0,001	0,000	0,607
2003	2,871	0,001	0,000	1,059
2004	3,695	0,001	0,000	1,518
2005	5,201	0,002	0,000	1,918
2006	6,741	0,002	0,000	2,082
2007	7,605	0,003	0,000	2,210
2008	7,594	0,002	0,000	2,164
2009	6,037	0,002	0,000	1,999
2010	6,835	0,002	0,000	2,163
2011	7,099	0,002	0,000	2,163
2012	8,418	0,002	0,000	2,362
2013	9,455	0,003	0,000	2,408
2014	8,979	0,003	0,000	2,500
2015	7,063	0,002	0,000	2,106
2016	5,685	0,002	0,000	1,821
2017	5,527	0,002	0,000	1,955
2018*	5,723	0,002	0,000	2,066

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 24: GTİP 39.16 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.17. GTİP 39.17

GTİP 39.17 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

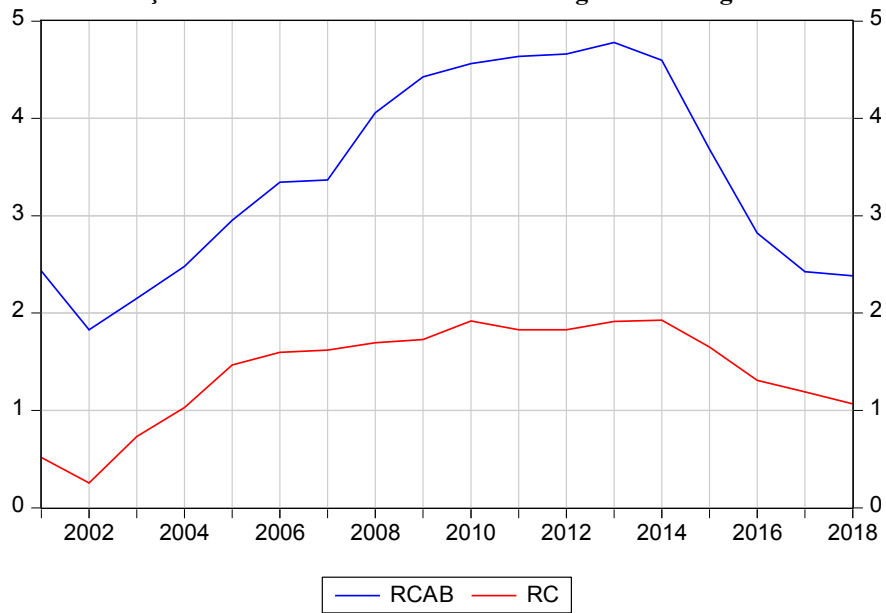
Tablo 28: GTİP 39.17 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	2,431	0,003	0,002	0,517
2002	1,828	0,002	0,002	0,256
2003	2,151	0,002	0,001	0,732
2004	2,479	0,003	0,001	1,030
2005	2,953	0,003	0,001	1,467
2006	3,344	0,004	0,001	1,596
2007	3,368	0,004	0,001	1,619
2008	4,057	0,005	0,001	1,696
2009	4,427	0,006	0,001	1,726
2010	4,564	0,005	0,001	1,920
2011	4,636	0,006	0,001	1,827
2012	4,661	0,006	0,001	1,829
2013	4,780	0,006	0,001	1,914
2014	4,598	0,006	0,001	1,928
2015	3,683	0,005	0,001	1,652
2016	2,821	0,004	0,001	1,308
2017	2,425	0,003	0,001	1,191
2018*	2,384	0,003	0,001	1,066

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 25: GTİP 39.17 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.18. GTİP 39.18

GTİP 39.18 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

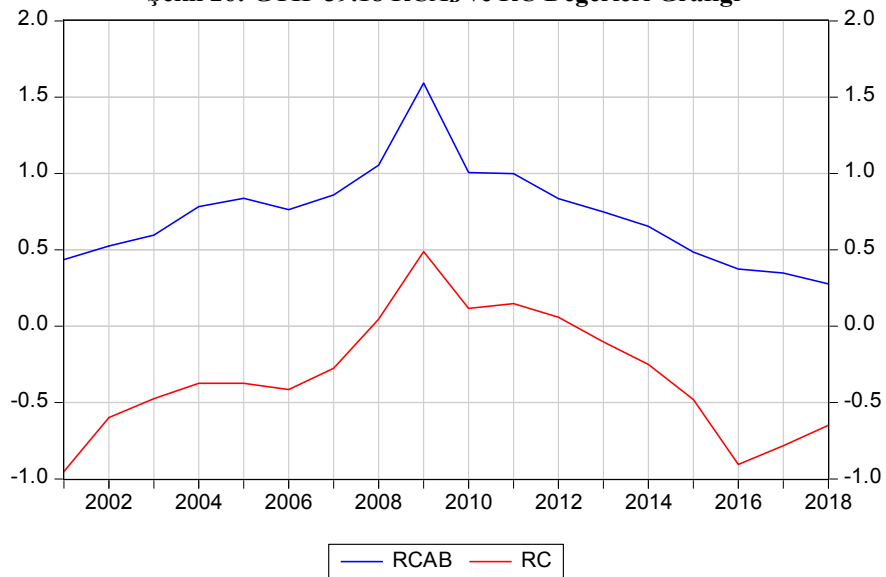
Tablo 29: GTİP 39.18 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,436	0,000	0,000	-0,951
2002	0,524	0,000	0,000	-0,598
2003	0,597	0,000	0,000	-0,475
2004	0,783	0,000	0,000	-0,375
2005	0,837	0,000	0,000	-0,375
2006	0,764	0,000	0,000	-0,414
2007	0,860	0,000	0,000	-0,276
2008	1,054	0,000	0,000	0,046
2009	1,592	0,000	0,000	0,488
2010	1,006	0,000	0,000	0,116
2011	0,998	0,000	0,000	0,148
2012	0,835	0,000	0,000	0,059
2013	0,749	0,000	0,000	-0,102
2014	0,654	0,000	0,000	-0,251
2015	0,485	0,000	0,000	-0,480
2016	0,375	0,000	0,000	-0,906
2017	0,347	0,000	0,000	-0,784
2018*	0,277	0,000	0,000	-0,649

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 26: GTİP 39.18 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.19. GTİP 39.19

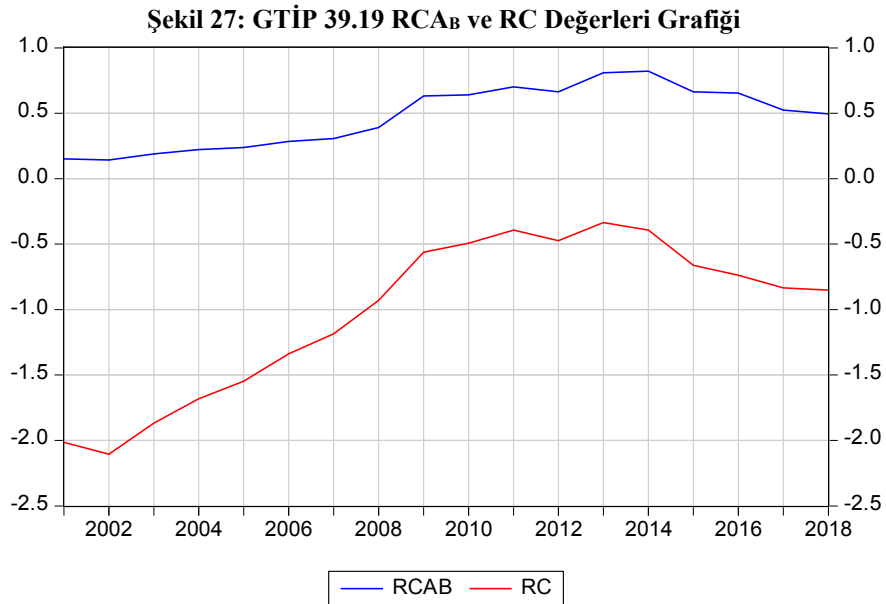
GTİP 39.19 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 30: GTİP 39.19 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,152	0,000	0,001	-2,015
2002	0,143	0,000	0,001	-2,106
2003	0,190	0,000	0,001	-1,867
2004	0,221	0,000	0,001	-1,682
2005	0,237	0,000	0,001	-1,547
2006	0,284	0,000	0,001	-1,340
2007	0,307	0,000	0,001	-1,184
2008	0,392	0,000	0,001	-0,930
2009	0,631	0,001	0,001	-0,562
2010	0,639	0,001	0,001	-0,493
2011	0,701	0,001	0,001	-0,393
2012	0,665	0,001	0,001	-0,474
2013	0,809	0,001	0,001	-0,336
2014	0,822	0,001	0,001	-0,393
2015	0,665	0,001	0,002	-0,661
2016	0,654	0,001	0,002	-0,738
2017	0,524	0,001	0,001	-0,835
2018*	0,495	0,001	0,001	-0,851

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.20. GTİP 39.20

GTİP 39.20 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

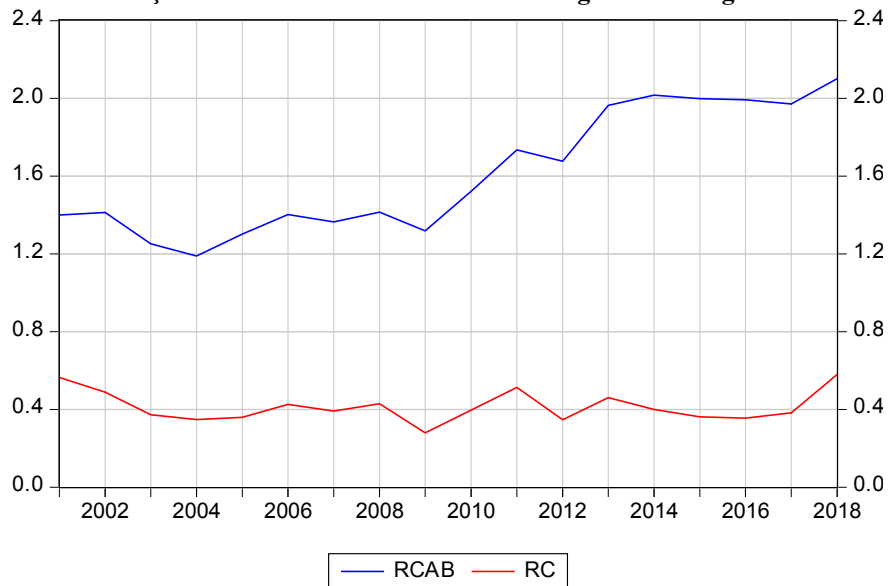
Tablo 31: GTİP 39.20 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	1,399	0,004	0,002	0,564
2002	1,413	0,004	0,003	0,489
2003	1,251	0,004	0,003	0,372
2004	1,189	0,004	0,003	0,347
2005	1,302	0,004	0,003	0,360
2006	1,402	0,004	0,003	0,426
2007	1,364	0,004	0,003	0,391
2008	1,414	0,004	0,003	0,429
2009	1,318	0,004	0,003	0,278
2010	1,521	0,005	0,003	0,396
2011	1,734	0,005	0,003	0,513
2012	1,676	0,005	0,003	0,346
2013	1,964	0,006	0,004	0,459
2014	2,016	0,006	0,004	0,399
2015	1,998	0,006	0,004	0,362
2016	1,993	0,006	0,005	0,354
2017	1,971	0,006	0,004	0,381
2018*	2,101	0,007	0,004	0,580

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 28: GTİP 39.20 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.21. GTİP 39.21

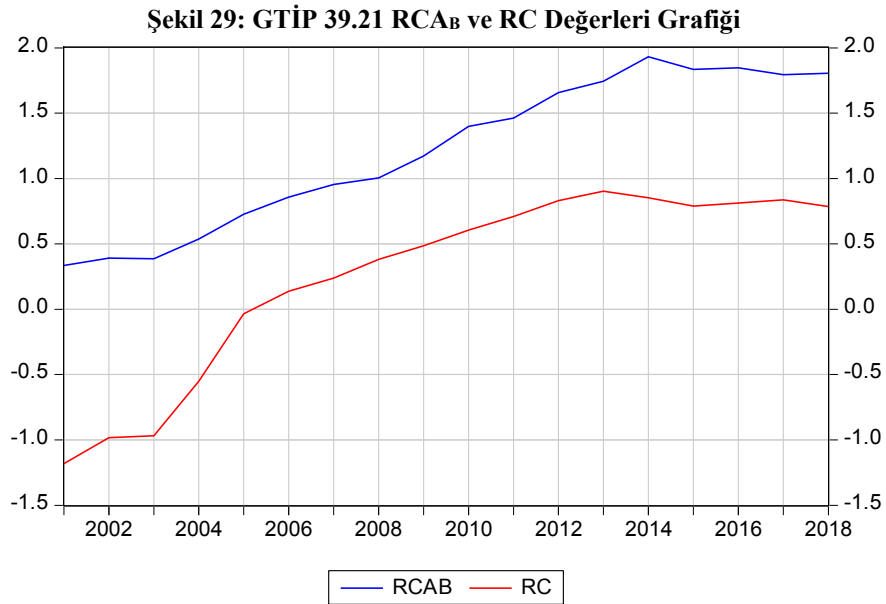
GTİP 39.21 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 32: GTİP 39.21 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,335	0,000	0,001	-1,182
2002	0,392	0,001	0,001	-0,983
2003	0,386	0,001	0,001	-0,967
2004	0,536	0,001	0,001	-0,551
2005	0,726	0,001	0,001	-0,036
2006	0,859	0,001	0,001	0,138
2007	0,954	0,001	0,001	0,238
2008	1,004	0,001	0,001	0,381
2009	1,172	0,002	0,001	0,484
2010	1,398	0,002	0,001	0,606
2011	1,462	0,002	0,001	0,709
2012	1,657	0,002	0,001	0,830
2013	1,743	0,002	0,001	0,903
2014	1,932	0,003	0,001	0,852
2015	1,835	0,003	0,001	0,788
2016	1,847	0,003	0,001	0,812
2017	1,793	0,003	0,001	0,837
2018*	1,806	0,003	0,001	0,785

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.22. GTİP 39.22

GTİP 39.22 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

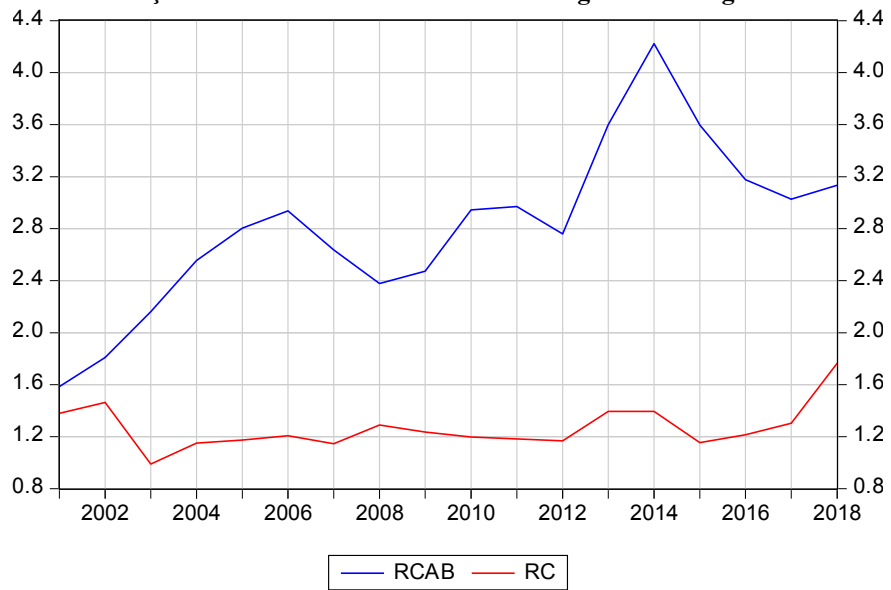
Tablo 33: GTİP 39.22 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	1,586	0,000	0,000	1,380
2002	1,808	0,000	0,000	1,463
2003	2,161	0,001	0,000	0,990
2004	2,556	0,001	0,000	1,151
2005	2,803	0,001	0,000	1,174
2006	2,937	0,001	0,000	1,208
2007	2,636	0,001	0,000	1,146
2008	2,376	0,001	0,000	1,290
2009	2,474	0,001	0,000	1,236
2010	2,943	0,001	0,000	1,196
2011	2,969	0,001	0,000	1,183
2012	2,759	0,001	0,000	1,168
2013	3,601	0,001	0,000	1,393
2014	4,224	0,001	0,000	1,393
2015	3,596	0,001	0,000	1,155
2016	3,176	0,001	0,000	1,214
2017	3,027	0,001	0,000	1,303
2018*	3,133	0,001	0,000	1,765

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 30: GTİP 39.22 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.23. GTİP 39.23

GTİP 39.23 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

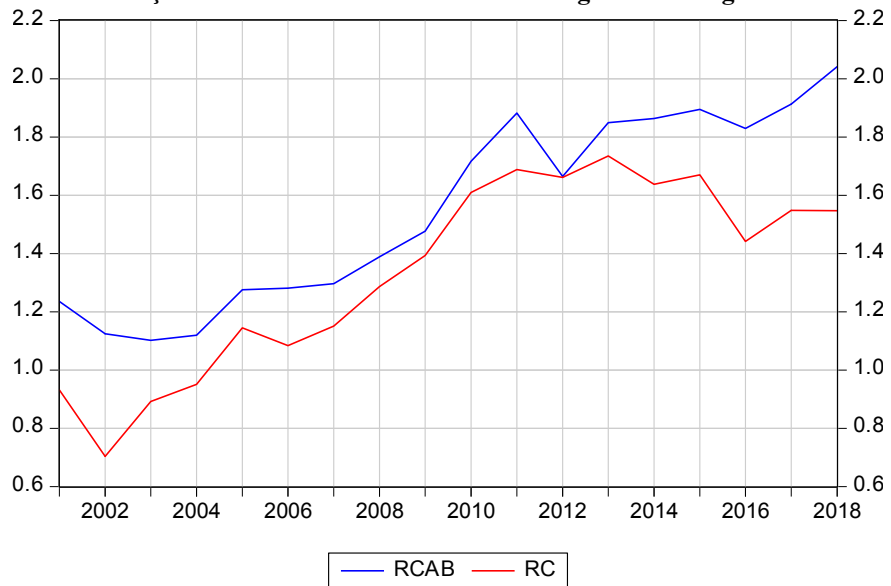
Tablo 34: GTİP 39.23 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	1,236	0,004	0,001	0,932
2002	1,124	0,003	0,002	0,703
2003	1,102	0,003	0,001	0,892
2004	1,119	0,003	0,001	0,951
2005	1,276	0,004	0,001	1,145
2006	1,281	0,004	0,001	1,084
2007	1,296	0,004	0,001	1,151
2008	1,388	0,004	0,001	1,287
2009	1,477	0,004	0,001	1,394
2010	1,717	0,005	0,001	1,610
2011	1,883	0,005	0,001	1,689
2012	1,665	0,004	0,001	1,662
2013	1,850	0,005	0,001	1,735
2014	1,864	0,005	0,001	1,638
2015	1,895	0,006	0,001	1,670
2016	1,830	0,006	0,001	1,441
2017	1,913	0,006	0,001	1,548
2018*	2,042	0,006	0,001	1,547

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 31: GTİP 39.23 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.24. GTİP 39.24

GTİP 39.24 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

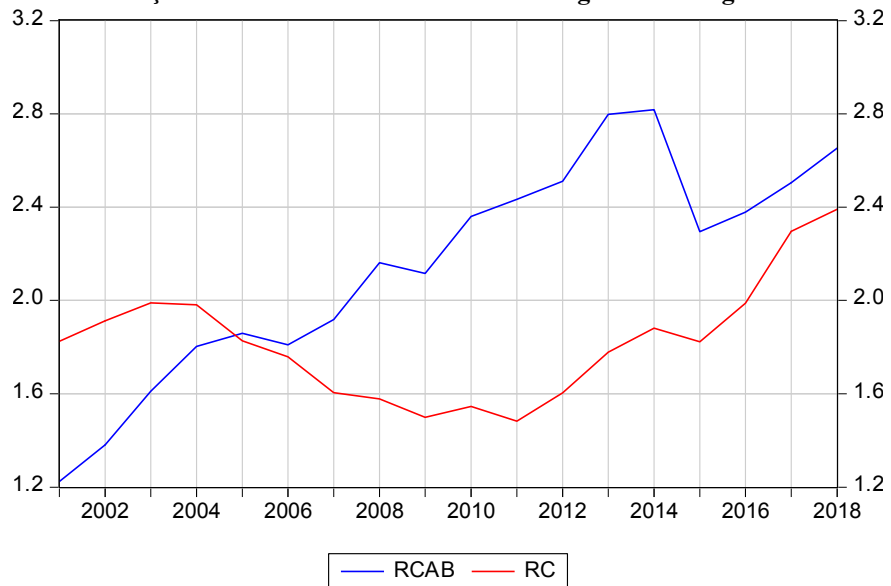
Tablo 35: GTİP 39.24 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	1,224	0,001	0,000	1,824
2002	1,381	0,001	0,000	1,913
2003	1,611	0,001	0,000	1,990
2004	1,803	0,001	0,000	1,981
2005	1,859	0,001	0,000	1,827
2006	1,810	0,001	0,000	1,759
2007	1,919	0,001	0,000	1,605
2008	2,162	0,001	0,000	1,578
2009	2,116	0,002	0,000	1,499
2010	2,360	0,002	0,000	1,546
2011	2,433	0,002	0,000	1,483
2012	2,511	0,002	0,000	1,604
2013	2,798	0,002	0,000	1,778
2014	2,818	0,002	0,000	1,881
2015	2,296	0,002	0,000	1,822
2016	2,379	0,002	0,000	1,989
2017	2,505	0,003	0,000	2,296
2018*	2,653	0,003	0,000	2,391

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 32: GTİP 39.24 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.25. GTİP 39.25

GTİP 39.25 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

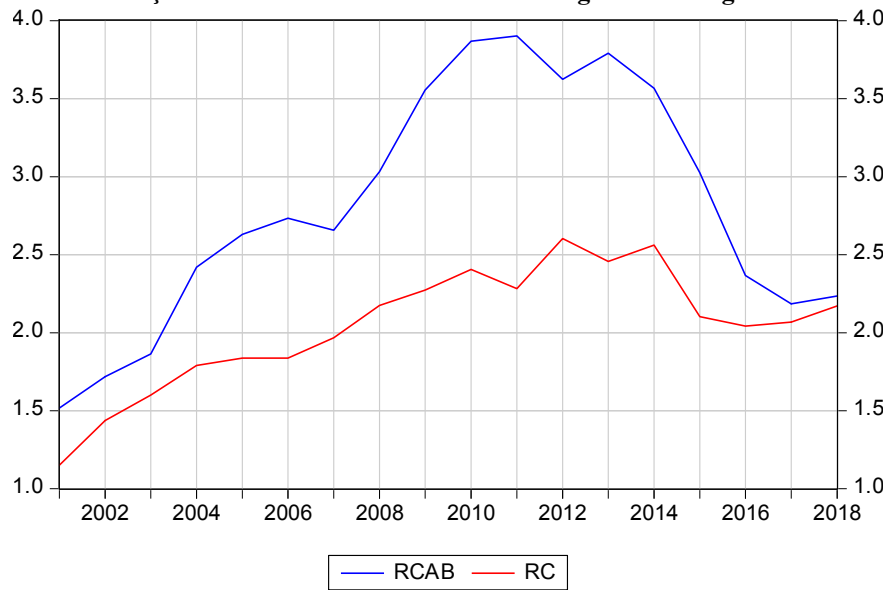
Tablo 36: GTİP 39.25 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	1,517	0,001	0,000	1,150
2002	1,719	0,001	0,000	1,438
2003	1,863	0,001	0,000	1,600
2004	2,419	0,001	0,000	1,789
2005	2,629	0,002	0,000	1,836
2006	2,733	0,002	0,000	1,836
2007	2,656	0,002	0,000	1,967
2008	3,032	0,002	0,000	2,174
2009	3,556	0,002	0,000	2,273
2010	3,867	0,002	0,000	2,404
2011	3,902	0,002	0,000	2,282
2012	3,623	0,002	0,000	2,603
2013	3,791	0,002	0,000	2,456
2014	3,566	0,002	0,000	2,561
2015	3,024	0,002	0,000	2,103
2016	2,365	0,002	0,000	2,041
2017	2,185	0,001	0,000	2,067
2018*	2,235	0,001	0,000	2,171

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir

Şekil 33: GTİP 39.25 RCA_B ve RC Değerleri Grafiği



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.5.26. GTİP 39.26

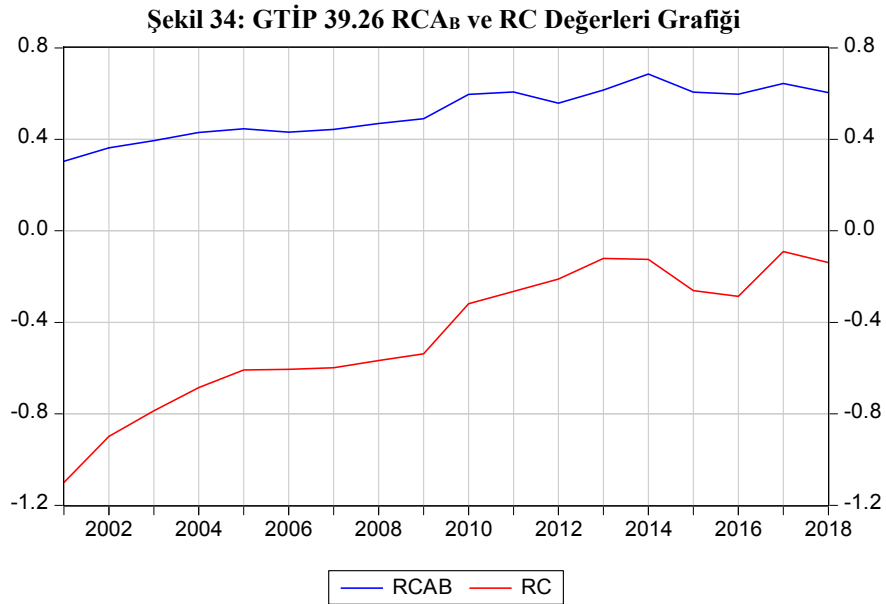
GTİP 39.26 (bkz. Ek:1) ürün grubu RCA analizi sonucu ortaya çıkan bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 37: GTİP 39.26 RCA_B, RXA, RMA ve RC Değerleri

YILLAR	RCA _B	RXA	RMA	RC
2001	0,304	0,001	0,004	-1,099
2002	0,362	0,001	0,004	-0,899
2003	0,394	0,002	0,003	-0,787
2004	0,430	0,002	0,003	-0,686
2005	0,446	0,002	0,003	-0,609
2006	0,432	0,001	0,003	-0,605
2007	0,443	0,001	0,003	-0,598
2008	0,469	0,001	0,002	-0,567
2009	0,490	0,002	0,003	-0,537
2010	0,596	0,002	0,003	-0,319
2011	0,607	0,002	0,003	-0,265
2012	0,558	0,002	0,002	-0,211
2013	0,615	0,002	0,003	-0,121
2014	0,685	0,003	0,003	-0,125
2015	0,606	0,002	0,003	-0,261
2016	0,597	0,003	0,003	-0,286
2017	0,644	0,003	0,003	-0,091
2018	0,604	0,002	0,003	-0,139

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içerir



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

3.6. TÜRKİYE PLASTİK SEKTÖRÜNÜN RCA ENDEKSLERİNE GÖRE SEÇİLMİŞ ÜLKELERLE KARŞILAŞTIRILMASI

Türkiye plastik sektöründe, rekabet gücünün yerinin anlaşılabilmesi için çalışmanın bu bölümünde 2018 yılı TRADE MAP'in yansıtılmış verileri ile eksikleri tamamlanmış tahmini ticaret istatistiklerini içeren verileri esas alınarak, dünya plastik ihracatında yer alan ilk yirmi ülkenin RCA endeksleri hesaplanmıştır. Bu bağlamda ülkelerin hesaplanan değerleri, Türkiye plastik sektörünün 2018 yılı RCA endeks değerleri ile karşılaştırılacaktır.

Bu karşılaştırmada, en yüksek plastik ürün ve hammadde ihracatında bulunan ilk 20 ülkenin esas alınmasının temel nedeni Balassa'nın geliştirmiş olduğu endeks değerinin ve Vollrath'ın RC endeksinin birinci değişkeninin (lnRXA) ihracat verilerini dikkate almasıdır. Ülkelerin de ihracat verilerine göre seçilmesi bu nedenledir. Karşılaştırmaya yönelik hesaplanan RCA endeksleri Tablo 37'de sunulmuştur.

Tablo 38: Türkiye ve Seçilmiş Ülkelerin 2018 Yılı Plastik Sektörü RCA Endeksleri

ÜLKELER	RCA _B	RXA	RMA	RTA	RCA _v	RC
TÜRKİYE	1,054	1,056	1,776	-0,719	0,055	-0,519
ÇİN	0,941	0,926	1,040	-0,114	-0,077	-0,116
ALMANYA	1,280	1,322	1,141	0,181	0,279	0,147
A.B.D.	1,171	1,193	0,660	0,534	0,177	0,593
GÜNEY KORE	1,690	1,770	0,639	1,131	0,571	1,019
BELÇİKA	2,099	2,243	1,328	0,915	0,808	0,524
HOLLANDA	1,129	1,138	0,803	0,335	0,129	0,349
JAPONYA	1,037	1,038	0,652	0,386	0,037	0,465
İTALYA	1,211	1,226	1,329	-0,103	0,204	-0,080
FRANSA	1,164	1,175	1,179	-0,004	0,161	-0,003
TAYVAN	1,957	2,059	0,781	1,278	0,722	0,969
SUUDİ ARABİSTAN	2,415	2,593	0,713	1,880	0,953	1,291
SİNGAPUR	1,135	1,143	0,686	0,457	0,133	0,511
TAYLAND	1,703	1,762	1,146	0,616	0,566	0,430
KANADA	0,887	0,880	1,102	-0,222	-0,127	-0,225
İSPANYA	1,153	1,162	1,046	0,116	0,150	0,105
POLONYA	1,459	1,492	1,804	-0,312	0,400	-0,190
BİRLEŞİK KRALLIK	0,742	0,730	0,848	-0,118	-0,315	-0,150
HONG KONG	0,517	0,500	0,441	0,059	-0,693	0,126
MEKSİKA	0,621	0,606	1,672	-1,066	-0,500	-1,014
MALEZYA	1,111	1,117	1,204	-0,087	0,110	-0,075

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

*Tabloda Türkiye ilk sırada verilmiş olup, sonraki ülke sıralamaları ülkelerin ihracat değerine göre dir.

Türkiye plastik sektörü RCA_B endeksi için 15. sırada yer almaktadır. Ülkelerin RCA_B endeksine göre sıralaması Tablo 38’de sunulmuştur.

Tablo 39: RCA_B Endeksine Göre Plastik Sektörü Rekabet Gücü Sıralaması

ÜLKELER	RCA_B
SUUDİ ARABİSTAN	2,415
BELÇİKA	2,099
TAYVAN	1,957
TAYLAND	1,703
GÜNEY KORE	1,690
POLONYA	1,459
ALMANYA	1,280
İTALYA	1,211
A.B.D.	1,171
FRANSA	1,164
İSPANYA	1,153
SİNGAPUR	1,135
HOLLANDA	1,129
MALEZYA	1,111
TÜRKİYE	1,054
JAPONYA	1,037
ÇİN	0,941
KANADA	0,887
BİRLEŞİK KRALLIK	0,742
MEKSİKA	0,621
HONG KONG	0,517

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

RCA_B endeksi değerleriyle ihracat değeri en yüksek 20 ülke ve Türkiye arasında yapılan sıralamada plastik sektöründe rekabet gücü en yüksek olan ülke 2,415 endeks değeriyle Suudi Arabistan olmuştur. Bu durumun temel nedeni ülkenin yer altı kaynakları arasında petrolün yer almasıdır. Plastik üretiminde kullanılan ham petrolün ülkenin öz kaynakları arasında yer alması ülkenin plastik sektöründe de üstünlüğünün oluşmasını sağlamaktadır. RCA_B endeksine göre Türkiye’nin plastik sektöründe Japonya, Çin, Kanada, Birleşik Krallık, Meksika ve Hong Kong’a karşı rekabet gücü üstünlüğü vardır.

RC endeksi referans alınarak ilgili ülkelerin plastik sektöründeki rekabet güçlerine göre sıralaması yapıldığında ihracat verileriyle birlikte ithalat verilerinin de hesaplama dahil edilmesiyle Türkiye 20. Sırada yer almaktadır. Bu sıralama Tablo 39’da sunulmuştur.

Tablo 40: RC Endeksine Göre Plastik Sektörü Rekabet Gücü Sıralaması

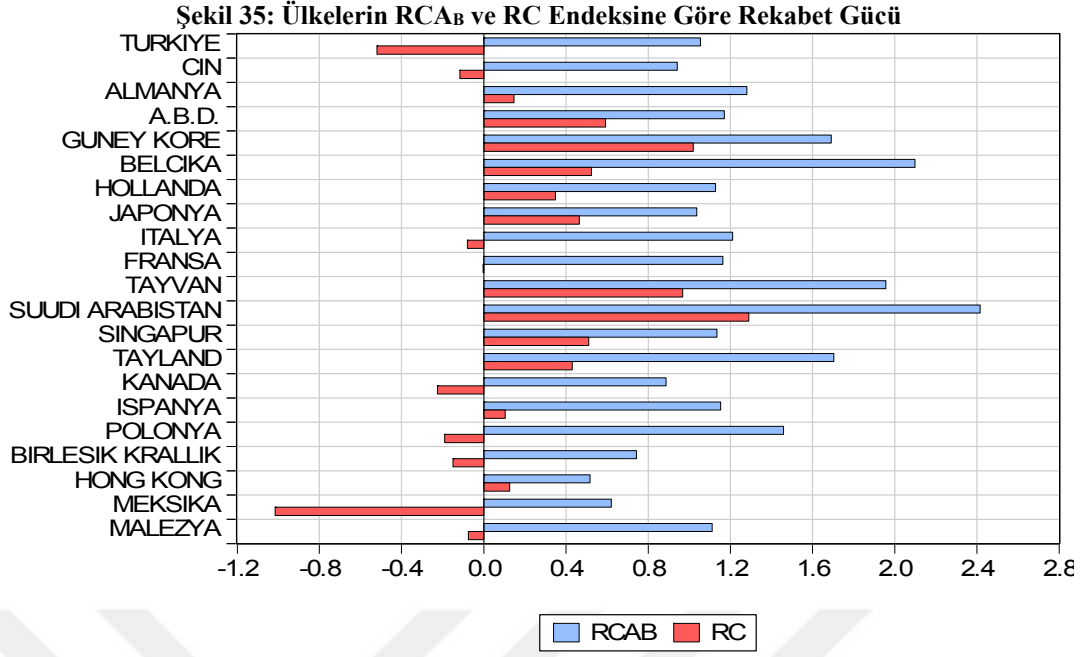
ÜLKELER	RC
SUUDİ ARABİSTAN	1,291
GÜNEY KORE	1,019
TAYVAN	0,969
A.B.D.	0,593
BELÇİKA	0,524
SİNGAPUR	0,511
JAPONYA	0,465
TAYLAND	0,430
HOLLANDA	0,349
ALMANYA	0,147
HONG KONG	0,126
İSPANYA	0,105
FRANSA	-0,003
MALEZYA	-0,075
İTALYA	-0,080
ÇİN	-0,116
BİRLEŞİK KRALLIK	-0,150
POLONYA	-0,190
KANADA	-0,225
TÜRKİYE	-0,519
MEKSİKA	-1,014

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

Türkiye'nin plastik sektöründeki dış ticaret açığı rekabet gücü üstünlüğünün diğer ülkeler karşısında olmamasına neden olmaktadır. Bu durumun temel nedeni Türkiye'deki plastik üretiminin mamul sınıfında yeterli katma değere sahip olmaması ve sınırlı mamul üretiminin iç piyasa talebini karşılayamamasından kaynaklanmaktadır.

Güney Kore, Tayvan, Singapur, Tayland gibi uzak doğu ülkelerinin plastik sektöründe yüksek rekabet gücüne sahip olmalarının temel nedeni uluslararası üreticilerin ucuz işgücünden dolayı bu ülkelerde üretimlerini gerçekleştirmeleri ve ülkeye giren plastik ham maddenin yerli üreticiler tarafından yüksek katma değerli plastik mamul ya da yarı mamul olarak ülkeden çıkmasıdır. Başka bir ifadeyle bu ülkelerde plastik sektöründe dış ticaret fazlası mevcuttur.

RCA_B ve RC endeks değerlerini içeren ülkelerin rekabet gücü grafiği Şekil 35'te sunulmuştur.



Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

Şekil 35, incelendiğinde grafiğin sol tarafında RC endeksi negatif olan ülkeler yer almaktadır. Bu durumun nedeni ülkelerin plastik sektöründe dış ticaret açığına bağlı olarak RC endeks değerinin negatif işaretli olmasından kaynaklanmaktadır. Grafiğin sağ tarafı ise yalnızca ihracat verileri ile oluşturulmuş RCA_B endeks değerine bağlı rekabet gücünü ve pozitif işaretli RC endeks değerlerini göstermektedir.

3.7. GENEL DEĞERLENDİRME

Bu bölümde Türkiye plastik sektörünün RCA analizine yönelik elde edilen bulgular değerlendirilecektir.

Sektörün dünya karşısında 2001–2018 dönemi verileriyle gerçekleştirilen analiz (Bölüm 3.3) sonucunda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, RCA_B endeksine göre sektör 2010-2018 döneminde rekabet gücüne sahiptir. Ancak bu endeksin ithalat verilerini hesaplamaya dahil etmediği göz önüne alınırsa elde sonuçların Vollrath ve diğer alternatif endekslerin ortaya koymuş olduğu sonuçlarla çeliştiği ortaya çıkmaktadır.

Vollrath'ın endeks sonuçları incelendiğinde (Tablo 6), açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerin analizinde kullanılan RTA ve RC endeks hesaplamasından elde edilen bulgular neticesinde, Türkiye plastik sektörünün dünya

karşısında rekabet gücü olmadığı görülmektedir. 2001–2018 döneminde sektör RC katsayısını sınırlı miktarda 0'a yaklaştırabilmiştir. 2011 yılından itibaren endeks değerinde görülen azalma sektörün rekabet edebilirlik yeteneklerinin azaldığını göstermektedir. RC endeks değerinde pozitif artışın kırıldığı üç önemli nokta vardır. 2002, 2007 ve 2012 yıllarında gerçekleşen kırılmalar parasal kriz ve darboğaz sonucu oluşan kırılmadır. Ancak 2013 yılından sonra küresel siyasi ortamın da etkisiyle sektörün ihracat değeri ithalat değerine göre daha sert düşüş yaşamış ve rekabet gücü dezavantajı artmıştır.

Rekabet gücünün ölçülmesinde kullanılan alternatif endekslerden elde edilen bulgular RTA ve RC endekslerini desteklemiştir.

Net ihracat endeksinin 2001-2018 dönemi için ortaya koyduğu bulgular negatif değerlidir. Bu durum sektörün net ihracatının negatif değerli olduğunu ortaya koyarken rekabet dezavantajını da ifade etmektedir. Sektörün dış ticaret performansının yetersiz ve uzmanlaşma düzeyinin zayıf olduğunu gösteren ihracat-ithalat oranı endeksi RC endeksi ile özdeş ivme ve yöne sahiptir. Endüstri-içi ticaret payının yüksek olduğu sektörde GL endeksi bulguları, sektörün, rekabet gücünün olmadığını, kısıtlı oranda endüstri dışı ticaret gerçekleştirdiğini, dolayısıyla dünya karşısında rekabet edebilme yeteneğinin zayıf olduğunu göstermektedir.

GTİP 39 fasıl koduyla 2001-2018 dönemi için ihracat ve ithalat verilerini hesaplamaya dahil eden analizler sonucu dünya karşısında rekabet dezavantajına sahip olan Türkiye plastik sektörünün, birinci düzeydeki 26 ürün grubunun rekabet gücü analizi (Bölüm 3.5) sonucu elde edilen RC endeksi bulguları neticesinde, ilgili dönem içinde, anlık ya da dönemsel rekabet avantajına sahip olduğu 10 ürün grubu vardır.

Bunlar,

- 39.15: Plastiklerin döküntü, kalıntı ve hurdaları
- 39.16: Plastikten mamul, enine kesitinin en geniş yeri 1 mm.yi geçen monofiller, ince ve kalın çubuklar ve profiller (yüzeyi işlenmiş olsun olmasın fakat daha ileri bir işlem görmemiş)
- 39.17: Plastikten hortumlar, borular ve bağlantı elemanları (manşon, nipel, dirsek, flanşlar gibi)

- 39.18: Plastiklerden yer kaplamaları (kendinden yapışkan olsun olmasın) (rulo veya kare şeklinde); bu fasılın 9 numaralı notunda belirtilen plastiklerden yapılmış duvar veya tavan kaplamaları
- 39.20: Plastiklerden diğer plakalar, levhalar, filmler, folyo ve şeritler (gözeneksiz) (diğer maddelerle takviye edilmemiş, tabaka tabaka tertiplenmemiş veya benzeri şekillerde birleştirilmemiş, mesnetsiz)
- 39.21: Plastiklerden diğer plakalar, levhalar, yapraklar, filmler, folyolar ve şeritler: ve şeritler
- 39.22: Plastiklerden banyo küvetleri, duş tekneleri, eviyeler, lavabolar, bideler, alafranga tuvaletler, kapaklar ve eşya: oturaklar, su depoları ve benzeri hijyenik eşya
- 39.23: Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzemeler; plastikten tıplar, kapaklar ve diğer kapama malzemeleri
- 39.24: Plastikten sofraya eşyası, mutfak eşyası, diğer ev eşyası ve sağlık veya tuvalet eşyası
- 39.25: Plastikten diğer eşya ve 39.01 ila 39.14 pozisyonlarında belirtilen diğer maddelerden eşya,

kapsamlı ürün gruplarıdır.

GTİP ürün sınıflandırmasına göre birinci düzeydeki ürün gruplarının 2018 yılı verileriyle hesaplanan RC endeksine göre sıralaması Tablo 40'ta sunulmuştur.

Tablo 41: Türkiye Plastik Sektörünün Birinci Düzey Ürün Gruplarının RCA Değerleri (2018)

SIRA	GTİP KODU	RC	SIRA	GTİP KODU	RC
1.	39.24	2,3912	14.	39.19	-0,8510
2.	39.25	2,1705	15.	39.07	-0,9534
3.	39.16	2,0656	16.	39.09	-1,1308
4.	39.22	1,7649	17.	39.15	-1,6203
5.	39.23	1,5468	18.	39.08	-1,6629
6.	39.17	1,0655	19.	39.10	-1,7371
7.	39.21	0,7854	20.	39.03	-1,9886
8.	39.20	0,5798	21.	39.11	-2,6420
9.	39.26	-0,1393	22.	39.13	-2,8915
10.	39.06	-0,2141	23.	39.04	-3,0689
11.	39.05	-0,4263	24.	39.01	-3,4489
12.	39.18	-0,6486	25.	39.14	-3,5556
13.	39.12	-0,7178	26.	39.02	-4,0541

Kaynak: TRADE MAP veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır.

2018 yılı verileriyle GTİP sınıflandırmasına göre birinci düzey ürün gruplarının rekabet gücü incelendiğinde, Türkiye plastik sektöründe RC değerine göre 8 ürün grubu açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir.

39.24 kodlu ürün grubu RC değeri 2017 ve 2018 yıllarında 2'nin üzerinde çıkmış ve Türkiye'nin güçlü rekabetçi avantaja sahip olduğunu göstermiştir. 2004 yılından 2011 yılına kadar parasal krizin etkisiyle ürün grubuna ait RC endeksi düşüş yaşa da 2018 yılı verilerine göre Türkiye plastik sektörünün rekabet avantajına sahip olduğu en güçlü ürün grubu budur.

39.25 kodlu ürün grubunun RC endeksi 2012 yılından itibaren belirgin düşüş eğilimi taşımaktadır. 2012 yılında 2,603 değeriyle en yüksek rekabet gücü değerine sahip olan ürün grubu 2018 yılında 2,171 RC değeriyle rekabet gücü anlamında ikinci sıradadır.

39.16 kodlu ürün grubu ekonomik krizlerden ve parasal darboğazlar etkilenerek değişen RC değerlerine sahiptir. 2001 yılından itibaren rekabet gücünde artış gösteren ürün grubu, 2009, 2016-2017 dönemlerinde sert rekabet gücü düşüşleri yaşamasına rağmen 2018 yılı RC değeri 2,066 olarak gerçekleşmiştir.

39.22 kodlu ürün grubu 2001-2018 döneminde nispeten sabit kabul edilebilecek küçük değişim aralıklarına sahip RC değerlerine sahiptir. 2018 yılı değeri 1,765 olarak gerçekleşmiş olup ilgili dönemin en yüksek RC değeridir.

39.23 kodlu ürün grubu 2001-2013 döneminde artan RC değeri ivmesine sahiptir. En yüksek RC değeri 2013 yılında 1,735 olarak gerçekleşmiş ve daha sonra rekabet gücünde değişken kırılmalı ivmeler yaşanarak 2018 yılında ürün grubunun RC değeri 1,547 olarak gerçekleşmiştir.

39.17 kodlu ürün grubunun 2001-2014 döneminde RC endeksi düzenli artış göstermiş ve rekabet gücü değeri 2014 yılında 1,928 değerine kadar ulaşmıştır. Ancak 2015 yılından itibaren rekabet gücü değerinde sert düşüş yaşayan ürün grubunun 2018 RC değeri 1,066 değerine kadar gerilemiştir.

39.21 kodlu ürün grubu Türkiye plastik sektöründe rekabet gücü artışının en istikrarlı olduğu, mevcut krizlere ve parasal darboğazlara karşı en çok direnç gösteren ürün grubudur. 2001-2018 döneminde RC değeri -1,182 değerinden 0,785 değerine ulaşmıştır. Maksimum nokta 2013 yılında 0,903 RC değeri olmasına rağmen sonrasında ürün grubu rekabet gücüne yönelik stabilitesini koruyabilmeyi başarmıştır.

39.20 kodlu ürün grubunun 2009 ve 2012 yıllarında RC değeri düşüş yaşamıştır. 2001 yılında 0,564 olan RC değeri 2009 yılında 0,278 değerine gerilemiş ancak 2018 yılında 0,580 değerine ulaşmıştır. Nispeten sabit kabul edilebilecek bir trende sahip olan RC değerinin maksimum noktası 2018 yılına aittir.

39.15 ve 39.18 kodlu ürün grupları RC endeksine göre dönemsel rekabet avantajından, dezavantajına sahip olmuştur.

39.15 kodlu ürün grubu 2001-2013 döneminde azalan rekabet gücü trendine sahiptir. 2001 yılında 5,549 RC değerinden 2012 yılında 0,003 ve 2013 yılında 0,256 değerine kadar rekabet gücü kaybı yaşayan RC değeri, 2018 yılında -1,620 değerine kadar gerilemiştir. Plastiklerin döküntü, kalıntı ve hurdalarını kapsayan ürün grubunun rekabet gücündeki azalmanın temel nedeni artan üretimle birlikte ilgili dönemde ithalatın da hızla artmasıdır. Geri dönüşüm ve kazanım politikalarının yetersizliğine de ışık tutan bu analiz, üretime geri kazandırılabilir durumda olan plastik atıkların değerlendirilemediğini göstermekte ve hammadde tasarrufunun sektör genelinde sağlanamadığını vurgulamaktadır.

39.18 kodlu ürün grubunun ilgili dönemde 2009 yılına kadar RC değeri artış göstermiş ve 0,488'e kadar ulaşmıştır. Ancak uluslararası ticaretin yaygınlaşması ve maliyetin Uzakdoğu ülkelerinde düşmesiyle fiyat avantajının Çin gibi ülkelere kayması, bu ürün grubunun 2009 yılından itibaren RC değerinin düşmesine ve 2018 yılında -0,649 olarak gerçekleşmesine neden olmuştur.

2001-2018 döneminde 26 ürün grubunun RC endeksine göre dönem içinde rekabet gücüne sahip olduğu 10 ürün grubu olduğu bulgulardan anlaşılmıştır. Ancak 2018 yılı verileri açısından değerlendirildiğinde Türkiye yalnızca 8 ürün grubunda rekabet üstünlüğüne sahiptir. RC endeks değerinin 2015 yılından itibaren düşüş eğilimi içinde olması dikkat çekmiştir. Mevcut politik düzenden ve ekonomik darboğazdan etkilenen sektörün rekabet gücünün azaldığı, hammadde ihtiyacını ithalat yoluyla karşıladığı, plastik atıkları üretime yeterli oranda kazandıramadığı ve ürün gruplarının rekabet edebilirlik düzeylerinin düştüğü sektöre yönelik bulgular arasındadır.

Türkiye plastik sektörünün, plastik sektörü ihracat hacmi en yüksek 20 ülke karşısındaki rekabet gücüne yönelik bulgular çeşitli sonuçlar ortaya koymuştur. Buna göre bulgular bir bütün olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki hususlar dikkat çekmektedir:

- RCA_B endeksi ile plastik sektörü için ülkelerin rekabet gücü hesaplandığında Türkiye 15. sırada yer almaktadır. Suudi Arabistan, Belçika ve Tayvan hesaplama dahil ülkeler içinde rekabet gücü en yüksek üç ülke olarak dikkat çekmektedir. Ham petrol kalıntılarının kullanıldığı plastik üretiminde doğal kaynakları sayesinde ilk sırada yer alan Suudi Arabistan'ı, plastik hammaddesinin yaygın olarak kullanıldığı tekstil ve giyim sektörüne yönelik uluslararası markaların üretimine ev sahipliği yapan Belçika ve Tayvan takip etmektedir.
- RC endeksi bulgularına göre Türkiye plastik sektörü -0,966 endeks değeriyle sıralamada 20. sırada yer almaktadır. Hesaplama dahil edilen ülkelerden Meksika son sırada yer alırken Suudi Arabistan yine ilk sırada yer almıştır.

Bu bağlamda, Türkiye plastik sektörünün dünya karşısındaki rekabet gücüne ait bulgularla, hesaplama dahil edilen ülkeler karşısındaki rekabet gücüne ait bulgular tutarlıdır. Dolayısıyla Türkiye plastik sektörünün ihracat hacmi en yüksek 20 ülkenin 19'una karşı rekabet dezavantajına sahip olduğu çalışma kapsamında yapılan analizlerle belirlenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada rekabet yarışının daha yoğun yaşandığı ekonomik ortam içinde ülkelerin rekabet politikalarını gözden geçirmelerinin gerekliliği zorunlu bir durum olmuştur. Sektörlere yönelik araştırma ve geliştirme çalışmalarının yapılarak, akademik veriler ortaya konması, söz konusu yarışta alınacak tedbirlerin belirlenmesine yönelik başvuruda bulunulabilecek kaynakların zenginliği için önem taşımaktadır. Bu bağlamda çalışma Türkiye plastik sektörünün rekabet gücünün analizine yönelik bir kapsamla oluşturulmuş ve literatürde yer alan endeksler yardımıyla sektörün rekabet gücü belirli derecelerde hesaplanmıştır.

Dünya plastik sektörü toplam ticaret hacmi 2001'e göre %28,80 büyüyerek 2018'de 1,3 Trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracatın 656, ithalatın 662 milyar dolara ulaştığı sektör, diğer sektörlerle güçlü bir ticari ilişki içindedir. Başta otomotiv, silah sanayi, havacılık, bilişim ve telekomünikasyon sektörlerinde kullanılan plastik, dünya toplam ticaretinin %6,78'ini oluşturmaktadır.

Türkiye'nin dünya plastik sektörü ticaret hacmi içindeki payı 2018 yılı verilerine göre ihracatta %0,92, ithalatta %1,95'tir. Sektörde yaşanan bu ticaret hacmi açığı, ülkenin toplam ticaret dengesine de önemli oranda yansımaktadır. 2018 yılı verilerine göre sektörün Türkiye'nin toplam ihracatında payı %3,60, toplam ithalatında payı ise %5,80 olarak gerçekleşmiştir. Sektör ülkenin makro problemlerinden birisi olan negatif ticaret dengesinin %12,52'sini oluşturmaktadır. Bu bağlamda ihracatın, ithalat payına göre düşük olması ve sektörde yaşanan negatif denge Türkiye plastik sektörünün uluslararası rekabet edebilirliğini ortadan kaldırmaktadır.

Çalışmada Türkiye plastik sektörünün rekabet gücü analizi, Balassa, Vollrath ve alternatif yardımcı endekslerin 2001-2018 dönemi ticaret verileri hesaplanarak uygulanmıştır. Dünya karşısında sektörün tamamı, dünya karşısında sektörün birinci düzeydeki ürün grupları ve 2018 yılı ihracat hacmi en yüksek 20 ülke karşısında sektörün tamamına yönelik yapılan analiz sonucu elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

RCA_B endeksi her ne kadar Türkiye plastik sektörünün kısmen rekabet gücüne sahip olduğu yönünde bulgular ortaya koysa da daha önce de belirtildiği gibi bu endeks değeri yalnızca ihracat verileri yardımıyla hesaplanmaktadır. Dolayısıyla dış ticaret açığının söz konusu olduğu sektörlerde endeksin sağlıklı çalışmaması söz konusudur.

Vollrath'ın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler için önerdiği RC endeksine göre Türkiye plastik sektörü karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. Başka bir deyişle rekabet gücü üstünlüğü yoktur. Bu durum faktör bileşimlerinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde aktarılan kuramsal çerçeveye sektöre yönelik bu faktör bileşenleri yorumlandığında aşağıdaki öneriler ortaya çıkmaktadır.

- Türkiye plastik sektörüne yönelik olarak çalışmada elde edilen bulgular neticesinde sektörün rekabet gücünün geliştirilmesi için teknolojik yatırımların artırılması gerekmektedir. Arttırılacak teknolojik yatırımlar sayesinde sektörün üretim düzeyi ve kalitesi yükselebilecektir.
- Verimlilik artışına yönelik olarak sektörün gerekli önlemleri alması, hammadde ithalatının azaltılmasında yardımcı bir faktör olarak değerlendirilebilir. Aynı zamanda politik önlemler çerçevesinde plastik

geri dönüşümünün teşvik edilmesi ve yeniden üretim sürecine plastik atıkların kazandırılması sektörün maliyet avantajı kazanmasına ve rekabet gücünü arttırmasında etkili rol oynayabilir.

- Sektörün özelleştirilmiş ürün üretebilme yeteneğinin geliştirilmesi ve kalite standartlarının yükseltilmesi dünya pazarında aldığı talebi arttıracak ihracat ve ithalat Farkının kapanmasında yardımcı olacaktır.

Söz konusu önerilerin sektöre yönelik uygulaması sektörün oluşturduğu topluluklar tarafından gündeme alınmasıyla söz konusu olabileceği gibi bu geliştirmelerin firmalar bazında da yapılması sektörün rekabet gücünün iyileştirilmesine yardımcı olacaktır.

Makroekonomik çerçeve açısından sektörün rekabet gücünün arttırılması doğrudan devlet teşvikleri, uygulanan ekonomi politikaları ve üretim-maliyet avantajı yaratacak tesislerin hayata geçirilmesiyle mümkün olabilir.

Ekonomik ve politik sorunlarla karşılaştığı dönemlerde nispeten sabit ithalat miktarı karşısında düşen ihracat hacmiyle birlikte sektör bu dalgalanmalar karşısında da kırılgan bir durumdadır. Rekabet gücünü etkileyen ihracat hacminin düşüklüğüyle birlikte mevcut ekonomik ve politik faktörlerin de olası etkileriyle karşı karşıya kalan sektör dünya karşısında rekabet edebilmesini sağlayacak faktörleri etkin kullanamamaktadır.

Devletin sektöre yönelik dış ticaret açığının kapatılması için yerli üretimi koruyucu politikalar tesis etmesi, yürüttüğü para ve maliye politikaları ile döviz kuru üzerinde kontrol mekanizmalarını aktif kullanması, ekonomik gelişmeyi teşvik edecek kalkınma ve önlem paketleri ile sektöre yönelik tedbirler alması, sektörün üretim-maliyet avantajı sağlayabileceği altyapı yatırımlarını gündeme taşınması önemlidir.

Sektörün dünya karşısında rekabet gücünü geliştirebilmesi için yapılacak özel sektör ve kamu yatırımları ile hammadde ithalatının azaltılabilmesi için plastik alanında geri dönüşüm politikalarının etkin ve verimli kullanımı rekabet gücünün iyileştirilebilmesi adına ilk adım olarak görülebilir. Nihayetinde mevcut rekabet gücü eksikliğinin temelinde sektörün üretim kapasitesinin yetersiz olması, iç talebe cevap verememesi, hammadde maliyetleri, özelleştirilmiş ürün eksikliği gibi faktörlerin bir birleşimi yer almaktadır. Dolayısıyla sektörün bu alanlarda yapılacak çalışmalarda etkin rol alması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Abeyasinghe, T. ve Yeok, T. L. (1998). Exchange Rate Appreciation And Export Competitiveness. The Case Of Singapore. *Applied Economics*. 30(1), 51-55.

Agrawal, P. (2000). Savings, Investment and Growth In South Asia. *Indira Gandhi Institute Of Development Research*. 1-47.

Akçay, B. (2008). Avrupa Birliği'nin Ekonomik Kriterleri Ve Türkiye. *Maliye Dergisi*, 155(1). 11-38.

Aktan, C. C. (1994). Türkiye'de Üretim Ve İstihdama Yönelik Ulusal Rekabet Gücü Politikası. *Management Decision*. 32(2), 49-58.

Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (2004). Rekabet Gücü Ve Rekabet Stratejileri. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu.

Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (2004). Yeni Ekonomi ve Yeni Rekabet. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu.

Alcorta, L. (1994). The impact Of New Technologies On Scale In Manufacturing Industries: Issues And Evidence. *World Development*. 22(5), 755-769.

Altay, B. ve Gürpınar, K. (2008). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 10(1), 257-274.

Athukorala, P. C. ve Rajapatirana, S. (2003). Capital Inflows and The Real Exchange Rate: A Comparative Study Of Asia and Latin America. *World Economy*. 26(4), 613-637.

Ayaş, N. (2011). Bölgesel Rekabet Gücünün Geliştirilmesinde Verimliliğin Rolü. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 1(9).

Aydın, A. (2008). Türkiye Ekonomisinde Endüstri İçi Ticaretin Yapısı. *Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 6(9), 73-96.

Bağcı, E. (2016). Türkiye'nin İmalat Sanayi Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Analizi. *Mu İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 38(1), 73-92.

Bakımlı, E. (2011). Türkiye İmalat Sanayi Ve Alt Sektörlerinin Uluslararası Rekabet Gücü: Mevcut Durum ve Potansiyel Analizi. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Muğla: Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bakır, Z. S. (2015). Türkiye Hazır Giyim Sektörünün 2005-2014 Dönemi İçin Rekabet Gücünün Ölçülmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü.

Balassa, B. ve Noland, M. (1989). Revealed"comparative Advantage in Japan and The United States. *Journal Of International Economic Integration*. 8-22.

Baller, S., Dutta, S. ve Lanvin, B. (2016). Global Information Technology Report 2016. Geneva: Ouranos.

Baltacı, A., Burgazoğlu, H. ve Kılıç, S. (2012). Türkiye'nin Rekabetçi Sektörleri ve Trakya Bölgesi'nin Payı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İibf Dergisi*. 2(1), 1-19.

Banterle, A. ve Carraresi, L. (2006). International Trade and Competitiveness Analysis In The European Union: The Case Of Prepared Meat Sector (No. 736-2016-50796).

Bashimov, G. (2016). Türkmenistan Pamuk Sektörünün Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*. 30(1), 47-55.

Batra, A. ve Khan, Z. (2005). Revealed Comparative Advantage: An Analysis For India And China (No. 168). Working Paper.

Bayraktar, C. A., Hançerlioğulları, G., Çetingüç, B. ve Çalışır, F. (2017). Competitive Strategies, İnnovation, And Firm Performance: An Empirical Study In A Developing Economy Environment. *Technology Analysis & Strategic Management*. 29(1), 38-52.

Bender, S. ve Li, K. W. (2002). The Changing Trade And Revealed Comparative Advantages Of Asian And Latin American Manufacture Exports. *Yale Economic Growth Center Discussion Paper*. (843).

Berger, T. (2008). Concepts Of National Competitiveness. *Journal Of International Business And Economy*. 9(1), 91-111.

Bilgin, C. (2018). Uluslararası Ticarete Satın Alma Gücü Paritesinin Geçerliliği Sorunu: Türkiye İçin Zaman Serisi Analizi. *Academic Review Of Humanities and Social Sciences*. 1(1).

Blecker, R. A. (1989). International Competition, Income Distribution And Economic Growth. *Cambridge Journal Of Economics*. 13(3), 395-412.

Bojnec, Š., & Fertő, I. (2012). Complementarities Of Trade Advantage And Trade Competitiveness Measures. *Applied Economics*. 44(4), 399-408.

Boltho, A. (1996). The Assessment: International Competitiveness. *Oxford Review Of Economic Policy*. 12(3), 1-16.

Boran, S. (2000). Toplam Kalite Yönetimi. Sakarya Üniversitesi.

Bowen, H. P. (1983). On The Theoretical Interpretation Of Indices Of Trade Intensity and Revealed Comparative Advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv*. 119(3), 464-472.

Brunner, H. P. ve Allen, P. (2005). Productivity, Competitiveness and Incomes in Asia: An Evolutionary Theory of International Trade. Edward Elgar Publishing.

Bülbül, H. (2003). Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Ürün Ve Süreç Yeniliği: Bilişim Teknolojileri Uygulaması. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Chikan, A. (2008). National And Firm Competitiveness: A General Research Model. *Competitiveness Review: An International Business Journal*. 18(1/2), 20-28.

Cornelius, P., Schwab, K. ve Porter, M. E. (Eds.). (2003). The Global Competitiveness Report 2002-2003. Oxford University Press.

Çeştepe, H. (2012). Türkiye'nin Seçilmiş Ortadoğu Ülkeleriyle Ticaretinin Analizi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8(2): 23-43

Çınar, B. ve Koç, F. (2017). Pazarlama Yeteneklerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 17(3), 115-143.

Çöp, S. (2016). Türkiye Tekstil Sektöründe Uluslararası Rekabet Gücünün Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi İle Değerlendirilmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü.

De Benedictis, L. ve Tamberi, M. (2001). A Note On The Balassa Index Of Revealed Comparative Advantage. Working Papers from Università Politecnica delle Marche number 158. <http://docs.dises.univpm.it/web/quaderni/pdf/158.pdf>, (25.05.2019)

Delgado, M., Ketels, C., Porter, M. E., & Stern, S. (2012). The Determinants Of National Competitiveness (No. W18249). National Bureau Of Economic Research.

Demir, İ. (2001). Türkiye Beyaz Eşya Sanayiinin Rekabet Gücü ve Geleceği. Devlet Planlama Teşkilatı. Ankara.

Depperu, D. ve Cerrato, D. (2005). Analyzing International Competitiveness At The Firm Level: Concepts And Measures. Quaderni Del Dipartimentodi Scienze Economiche E Sociali, Università Cattolica Del Sacro Cuore–Piacenza. 32, 2007-2013.

Doğan, Ö., Marangoz, M. ve Topoyan, M. (2003). İşletmelerin İç Ve Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 5(2), 114-139

Dornbusch, R. (1981). Exchange Rate Rules And Macroeconomic Stability. In Exchange Rate Rules (Pp. 55-67). Palgrave Macmillan, London.

Durand, M., & Giorno, C. (1987). Indicators Of International Competitiveness: Conceptual Aspects And Evaluation. *Oecd Economic Studies*. 9(Autumn). 147-182.

Duygulu, A. A. (1998). Döviz Kuru İstikrarının Ekonomik İstikrar Açısından Değerlendirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 13(1).

Dwyer, L. ve Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants And Indicators. *Current Issues İn Tourism*. 6(5), 369-414.

Elçin, A. B. (2012). Küreselleşmenin Tarihçesi. Ankara.

Engin, E. (2013). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yaklaşımına Göre Türkiye Oluklu Mukavva Ambalaj Sektörünün Rekabet Gücü (Yayınlanmamış Doktora Tezi) İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Eraslan, İ. H., Karataş, A. ve Kaya, H. (2007). Türk Plastik Sektörünün Rekabetçilik Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 6(11), 203-219.

Erkan, B. (2009). Ülkelerin İhracat Performanslarının Belirlenmesinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüklerinin Kullanılması: Yükselen Ekonomiler Örneği. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi.

Erkan, B. (2012). Ülkelerin Karşılaştırmalı İhracat Performanslarının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayılarıyla Belirlenmesi: Türkiye-Suriye Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*. 8(15), 195-218.

Eroğlu, O. ve Yalçın, A. (2013). Rekabet Ve Mekânsal Kuramlara İlişkin Genel Bir Değerlendirme. *Kafkas Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 4(6), 95-114.

Ertuğrul, İ. (2013). İmalat Sanayinde Hızla Değişen Kavram: Rekabet Edebilen Kalite. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 4(2), 125-136.

Fertö, I. ve Hubbard, L. J. (2003). Revealed Comparative Advantage And Competitiveness In Hungarian Agri-Food Sectors. *World Economy*. 26(2), 247-259.

Feurer, R. ve Chaharbaghi, K. (1994). Defining Competitiveness: A Holistic Approach. *Management Decision*. 32(2), 49-58.

Filiztekin, A. (2006). Türkiye’de Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüklerin Evrimi. *Uluslararası Ekonomi Ve Dış Ticaret Politikaları*. Yıl, 1, 101-116.

Freeman, C. (2004). Technological İnfrastructure And İnternational Competitiveness. *Industrial And Corporate Change*. 13(3), 541-569.

Gökmenoğlu, S. M., Akal, M. ve Altunışık, R. (2012). Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler. *Competition Journal / Rekabet Dergisi*. 13(4).

Gürpınar, K. ve Barca, M. (2007). Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi Ve Nedenleri. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. 2(2), 41-61.

Hatzichronoglou, T., et Al. Globalisation And Competitiveness: *Relevant Indicators*. *Oecd Publishing*. 1996.

Hillman, A. L. (1980). Observations On The Relation Between Revealed Comparative Advantage And Comparative Advantage As Indicated By Pre-Trade Relative Prices. *Review Of World Economics*. 116(2), 315-321.

Hinloopen, J. ve Van Marrewijk, C. (2001). On The Empirical Distribution Of The Balassa İndex. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 137(1), 1-35.

Hinloopen, J. ve Van Marrewijk, C. (2004). Dynamics Of Chinese Comparative Advantage. *Tinbergen Institute Discussion Paper*. T1 2004-034/2

<https://www.britannica.com/technology/Parkesine>, (14.01.2019).

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=tdk.gts.5b3271fbbd7026.25997665, (28.12.2018).

<https://ggm.ticaret.gov.tr/mevzuat/turk-gumruk-tarife-cetveli/2019-turk-gumruk-tarife-cetveli>, (12.05.2019).

<https://www.trademap.org/Index.aspx>

İleri, H. ve Horasan, A. (2010). Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerin Teknoloji ve AR-GE Yönetimlerinin Etkileri Üzerine Araştırma ve Örnek Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*. 13(1-2), 171-190.

Joshua, J. (2016). *China's Economic Growth: Towards Sustainable Economic Development And Social Justice: Volume I: Domestic And International Economic Policies*. Springer.

Kaitila, V. (1999). Trade and Revealed Comparative Advantage: Hungary, the Czech Republic and the European Union. *BOFIT Discussion Papers*. 3, 55-76.

Kanat, S. ve Güner, M. (2007). Tekstil Ve Konfeksiyon İşletmelerinde Verimlilik Ölçümü. *Tekstil ve Konfeksiyon*. 17(4), 279-283.

Kesbiç, C. Y. ve Ürüt, S.(2004). Rekabet Gücü Ve Global Rekabette Türkiye'nin Yeri, *Finans-Politik Ve Ekonomik Yorumlar*. 41 (483).

Kesbiç, C. Y., Baldemir, E. ve Doğan, S. (2005). Rekabet Gücü Ölçümü ve Önemi: Türk Tarım Sektörü İçin Bir Analiz. İstanbul Üniversitesi, V11. *Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*. İstanbul. 1-20.

Kesbiç, C. Y., Tokatloğlu, İ., ve Ürüt, S. (2004). Rekabet Gücü Göstergeleri: Türk İmalat Sanayi İçin Veri Zarflama Analizi–Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi Uygulaması. *Iktisat İşletme ve Finans*. 19(220), 63-75.

Kıvılcım, F. (2013). Küreselleşme Kavramı Ve Küreselleşme Sürecinin Gelişmekte Olan Ülke Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*. 5(1).

Kibritçiöğlü, A. (1998). Firma Ve Ürün Kalitesi: Nedir? Neden Önemlidir?. *Future's Technologies*. 51, 52-56.

King, J. L. ve Kraemer, K. L. (1995). Information İnfrastructure, National Policy, And Global Competitiveness. *Information Infrastructure and Policy. Volume 1. Number 1*. 1-24.

Kotan, Z. (2002). Uluslararası Rekabet Gücü Göstergeleri Türkiye Örneği. Tcmb. *Discussion Papers*. W.P.No: 53, 1-21.

Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession. *Foreign Aff.*, 73, 28.

Kurilenko, S. B. (1998). Exchange Rate And Competitiveness Of National Economy. Calculation Of Indices Of Nominal And Real Effective Exchange Rates For Ukraine. *Cybernetics And Systems Analysis*. 34(5), 766-770.

Küçükkiremitçi, O. (2006). Dış Ticaretteki Rekabet Gücüne Göre Sanayi Sektörünün Değerlendirilmesi. *Türkiye Kalkınma Bankası, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü*. Ankara.

Küçüksakarya, S. (2016). Türkiye'nin Serbest Ticaret Anlaşmaları Kapsamında Endüstri-İç Ticareti Üzerine Bir İnceleme. *Aksaray Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 8(2), 27-41.

Lall, S. (2001). Competitiveness Indices And Developing Countries: An Economic Evaluation Of The Global Competitiveness Report. *World Development*. 29(9), 1501-1525.

Landau, R. (1992). Technology, Capital Formation And Us Competitiveness. *International Productivity And Competitiveness*. 299-325.

Lipschitz, L. ve Mcdonald, D. (1992). Real Exchange Rates And Competitiveness. *Empirica*. 19(1), 37-69.

Marsh, I. W. ve Tokarick, S. P. (1996). An Assessment Of Three Measures Of Competitiveness. *Weltwirtschaftliches Archiv*. 132(4), 700-722.

Mcfetridge, D. (1995). Competitiveness Concepts And Measures (No. 5). *Gouvernement Du Canada-Industry*. Canada.

Nguyen, H. (2018). Exchange Rate Misalignment And Its Relationship To Output Growth In South Africa. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30009/127307-Real-Exchange-Rate-Misalignment-and-its-Relationship-to-Output-Growth-in-South-Africa.pdf?sequence=1>, (9.10.2018).

O'mahony, M. ve Van Ark, B. (2003). Eu Productivity And Competitiveness: An Industry Perspective. *Can Europe Resume The Catching-Up Process*.

Ovalı, S. (2014). Küresel Rekabet Gücü Açısından Türkiye'nin Konumu Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*. (13), 17-36.

Palei, T. (2015). Assessing The İmpact Of İnfrastructure On Economic Growth And Global Competitiveness. *Procedia Economics And Finance*. 23, 168-175.

Pohl, R. (1997). Wages, Exchange Rates And Competitiveness. *Economic Bulletin*. 34(27), 27-32.

Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage Of Nations. *Competitive Intelligence Review*. 1(1), 14-14.

Porter, M. E. (1998). Clusters And The New Economics Of Competition (Vol. 76, No. 6, Pp. 77-90). Boston: Harvard Business Review.

Porter, M. E., Sachs, J., Cornelius, P. K., Mc Arthur, J. W., & Schwab, K. (2004). The Global Competitiveness Report 2004-2005. New York, Ny: Palgrave Macmillan.

Rapetti, M. (2013). Macroeconomic Policy Coordination İn A Competitive Real Exchange Rate Strategy For Development. *Journal Of Globalization And Development*. 3(2), 1-31.

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (1994). T. C. Resmi Gazete. 22140.
<http://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.4054.pdf>, (21.03.2019)

Sala-İ-Martin, X., Schwab, K. ve Porter, M. E. (Eds.). (2004). The Global Competitiveness Report 2003-2004. *Oxford University Press*. Usa.

Salowski, H. (1982). Exchange Rates, Labour Costs And International Competitiveness. *Intereconomics*, 17(4), 198-200.

Sandalcılar, A. (2011). Türkiye-Suriye Dış Ticaretinin Sektörel Analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*. 25(3-4), 213-229.

Sarıçoban, K. ve Kösekahyaoglu, L. (2017). Ticaret Sonrası Verilerle Rekabet Gücünün Ölçülmesinde Kullanılan Endeksler Üzerine Bir Literatür Taraması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 5(47), 424-444.

Schwab, K. (Ed.). (2009). The Global Competitiveness Report 2009-2010. *World Economic Forum*.

Schwab, K. ve Porter, M. (2008). The Global Competitiveness Report 2008–2009. *World Economic Forum*.

Schwab, K. ve Sala-İ-Martin, X. (Eds.). (2010, September). The Global Competitiveness Report 2010-2011. *Geneva: World Economic Forum*.

Sulak, H. ve Sarı, Y. (2007). Küreselleşme Sürecinde Denizli İmalat Sanayi İşletmelerinin Verimlilik Düzeyi ve Rekabet Gücüne Yönelik Bir Çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 12(2), 299-318.

Şahin, D. (2016). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi İle Türkiye ve Çin'in Sektörel Rekabet Gücünün Karşılaştırmalı Analizi. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 6(1), 127-148.

Şahinli, M. A. (2011). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi: Türkiye Pamuk Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 11(21), 227-240.

Şimşek, N. ve Sadat, S. A. (2009). Eco Pazarında Türkiye: 1997-2005 Dönemi Rekabet Gücü Analizi. *Sosyoekonomi*, 10(2).

Tekin, M. ve Çiçek, E. (2005). İşletmelerde Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Farklı Bir Yaklaşım: Değer Temelli Pazarlama. V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu. İstanbul Ticaret Üniversitesi.

Vollrath, T. L. (1991). A Theoretical Evaluation Of Alternative Trade Intensity Measures Of Revealed Comparative Advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv*. 127(2), 265-280.

Vural, Z. B. A. ve Kesken, R. (2012). Rekabet Avantajı Sağlanmasında Kurumsal Pazarlama ve Kurumsal Görsel Kimlik. *Erciyes İletişim Dergisi*. 2(4).

White, W. R. (2006). Fiyat İstikrarı Yeterli Midir?. *Bankacılar Dergisi*. (59), 116-125.

Yalçınkaya, M. H., Çilbant, C., Erataş, F. ve Hartoğlu, D. (2014). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Ekseninde Rekabet Gücünün Analizi: Türk-Çin Dış Ticareti Üzerine Bir Uygulama. *Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 12(24), 41-57.

Yenilmez, F. ve Güllü, M. (2018). Türk Otomotiv Sektöründe Endüstri İçi Ticaretin Analizi. *Optimum Ekonomi Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 5(1), 37-56.

Zerenler, M., Türker, N. ve Şahin, E. (2007). Küresel Teknoloji, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Ve Yenilik İlişkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 1(17), 653-667.



Ek: (GTİP Fası No: 39 Ürün Sınıflandırması)

POZİSYON NO	EŞYANIN TANIMI
	I. İLK ŞEKİLLERDE
39.01	Etilen polimerleri (ilk şekillerde):
3901.10	- Özgül kütlesi 0,94'ten az olan polietilen:
3901.10.10.00.00	-- Lineer polietilen
	-- Diğerleri
3901.10.90.00.11	--- Alçak yoğunluk polietilen
3901.10.90.00.12	--- Polietilen kompaundları
3901.10.90.00.19	--- Diğerleri
3901.20	- Özgül kütlesi 0,94 veya daha fazla olan polietilen:
3901.20.10.00.00	-- Polietilen (bu Faslın 6 (b) notunda belirtilen şekillerden birinde, 23°C'de özgül kütlesi 0,958 veya daha fazla olan, - 50 mgr./kg. veya daha az alüminyum, - 2 mgr./kg. veya daha az kalsiyum, - 2 mgr./kg. veya daha az krom, - 2 mgr./kg. veya daha az demir, - 2 mgr./kg. veya daha az nikel, - 2 mgr./kg. veya daha az titanyum ve - 8 mgr./kg. veya daha az vanadyum içeren klorosülfolanmış polietilen imaline mahsus)
	-- Diğerleri
3901.20.90.00.11	--- Yüksek yoğunluk polietilen
3901.20.90.00.12	--- Polietilen kompaundları
3901.20.90.00.19	--- Diğerleri
3901.30.00.00.00	- Etilen-vinil asetat kopolimerleri
3901.40.00.00.00	- Etilen-alfa-olefin kopolimerleri, özgül kütlesi 0,94'ten az olanlar
3901.90	- Diğerleri
3901.90.30.00.00	-- Etilenin terpolimer tuzu ile izobütül akrilat ve metakrilik asit içeren iyonomer reçine ; polistiren'in A-B-A blok kopolimeri, etilen-bütülenkopolimer ve polistiren (ağırlıkça % 35 veya daha az stiren içeren) (bu Faslın 6 (b) notunda belirtilen şekillerden birinde olan)
	-- Diğerleri
3901.90.80.00.11	--- Etilen propilen kopolimeri
3901.90.80.00.12	--- Klorosülfolanmış alçak yoğunluk polietilen (kompaundlar dahil)
3901.90.80.00.19	--- Diğerleri
39.02	Propilen ve diğer olefinlerin polimerleri (ilk şekillerde):
3902.10	- Polipropilen:
3902.10.00.00.11	-- Polipropilen kompaundları

3902.10.00.00.19	-- Diğerleri
3902.20.00.00.00	- Poliizobutilen
3902.30	- Propilen kopolimerleri:
3902.30.00.00.11	-- Polipropilen kopolimerleri kompaundları
3902.30.00.00.19	-- Diğerleri
3902.90	- Diğerleri:
3902.90.10.00.00	-- Polistiren'in A-B-A blok kopolimeri, etilen-butilen kopolimer ve polistiren (ağırlık itibariyle % 35 veya daha az stiren içeren) (bu fasılın 6 (b) notunda belirtilen şekillerden birinde olan)
3902.90.20.00.00	-- Polybut -1- ene (but-1-ene ile ağırlık itibariyle % 10 veya daha az etilen içeren kopolimer veya polybut - 1 - ene ile ağırlık itibariyle % 10 veya daha az polietilen ve/veya ağırlık itibariyle % 25 veya daha az polipropilen karışımı) (bu fasılın 6 (b) notunda belirtilen şekillerden birinde olan)
3902.90.90.00.00	-- Diğerleri
39.03	Stiren polimerleri (ilk şekillerde):
	- Polistiren:
3903.11.00.00.00	-- Genleşebilen
3903.19.00.00.00	-- Diğerleri
3903.20.00.00.00	- Stiren-akrilonitril (SAN) kopolimerleri
3903.30.00.00.00	- Akrilonitril-butadien-stiren (ABS) kopolimerleri
3903.90	- Diğerleri:
3903.90.10.00.00	-- Sadece stiren ve alil alkolün kopolimeri (asetil değeri 175 veya daha fazla)
3903.90.20.00.00	-- Bromlanmış polistiren (ağırlık itibariyle % 58 veya daha fazla fakat % 71'i geçmeyen oranda bromin içeren, bu fasılın 6 (b) Notunda belirtilen şekillerden birinde olan)
3903.90.90.00.00	-- Diğerleri
39.04	Vinil klorür veya diğer halojenlenmiş olefinlerin polimerleri (ilk şekillerde) :
	- Poli(vinil klorür) (diğer herhangi bir maddeyle karıştırılmamış) (PVC)
3904.10.00.00.11	-- Emülsiyon poli(vinil klorür) (E-PVC)
3904.10.00.00.19	-- Diğerleri
	- Diğer poli(vinil klorür):
3904.21.00.00.00	-- Plastifiye edilmemiş PVC
3904.22.00.00.00	-- Plastifiye edilmiş PVC
3904.30.00.00.00	- Vinil klorür-vinil asetat kopolimerleri
3904.40.00.00.00	- Diğer vinil klorür kopolimerleri
3904.50	- Viniliden klorür polimerleri:
3904.50.10.00.00	-- Viniliden klorürle akrilonitril kopolimeri (çapı 4 mikrometre veya daha fazla fakat 20 mikrometreyi geçmeyen genleşebilir kürecik şeklinde)
3904.50.90.00.00	-- Diğerleri
	- Florlu polimerleri:
3904.61.00.00.00	-- Politetrafloretillen (PTFE)

3904.69	-- Diğerleri:
3904.69.10.00.00	--- Polivinil florür (bu fasılın 6 (b) Notunda belirtilen şekillerden birinde olan)
3904.69.20.00.00	--- Fluoroelastomer FKM
3904.69.80.00.00	--- Diğerleri
3904.90.00.00.00	- Diğerleri
39.05	Vinil asetat veya diğer vinil esterlerinin polimerleri (ilk şekillerde); diğer vinil polimerleri (ilk şekillerde):
	- Poli(vinil asetat) :
3905.12.00.00.00	-- Sulu dispersiyon halinde
3905.19.00.00.00	-- Diğerleri
	- Vinil asetat kopolimerleri :
3905.21.00.00.00	-- Sulu dispersiyon halinde
3905.29.00.00.00	-- Diğerleri
3905.30.00.00.00	- Poli(vinil alkol) (hidrolize olmamış asetat grupları içersin içermesin)
	- Diğerleri :
3905.91.00.00.00	-- Kopolimerler
3905.99	-- Diğerleri:
3905.99.10.00.00	--- Poli (vinil formal) (bu fasılın 6 (b) Notunda belirtilen şekillerden birinde olup, molekül ağırlığı 10 000 veya daha fazla fakat 40 000'i geçmeyen ve ağırlık itibariyle:
	- vinil asetat üzerinden değerlendirildiğinde % 9,5 veya daha fazla fakat % 13'den fazla olmayan asetil grupları içeren ve
	- vinil alkol üzerinden değerlendirildiğinde % 5 veya daha fazla fakat % 6,5'den fazla olmayan hidroksil grupları içeren)
3905.99.90.00.00	--- Diğerleri
39.06	Akrilik polimerler (ilk şekillerde):
3906.10.00.00.00	- Poli(metil metakrilat)
3906.90	- Diğerleri:
3906.90.10.00.00	-- Poli [N- (3- hidroksiimino -1,1- dimetilbutil) akrilamid]
3906.90.20.00.00	-- 2-Diizopropilaminoetil metil akrilat ile desil metil akrilatın kopolimerinin ağırlık itibariyle N,N-dimetil asetamid'de % 55 veya daha fazla kopolimer içeren çözeltisi
3906.90.30.00.00	-- Akrilik asit ile 2-etilhekzil akrilat kopolimeri (ağırlık itibariyle % 10 veya fazla fakat % 11'den fazla olmayan 2-etilhekzil akrilat içeren)
3906.90.40.00.00	-- Akrilonitril ile metil akrilat kopolimeri [Polibutadien-akrilonitril (NBR) ile tadil edilmiş]
3906.90.50.00.00	-- Tekstil baskı patlarının imalinde kıvam verici olarak kullanılmaya mahsus akrilik asid ile metil akrilat ve az miktarda diğer monomerleri içeren polimerizasyon ürünü
3906.90.60.00.00	-- Ağırlık itibariyle % 50 veya daha fazla metil akrilat içeren (silika içersin içermesin) metil akrilat ile etilenin sonda olmayan (non-terminal) ikame karboksi grubunu içeren monomerin kopolimeri
3906.90.90.00.00	-- Diğerleri

39.07	Poliasetaller, diğer polieterler ve epoksi reçineler (ilk şekillerde); polikarbonatlar, alkit reçineler, polialilesterler ve diğer poliester - ler (ilk şekillerde) :
3907.10.00.00.00	- Poliasetaller
3907.20	- Diğer polieterler:
	- - Polieter alkoller:
3907.20.11.00.00	- - - Polietilen glikoller
3907.20.20.00.00	- - - Diğerleri
	- - Diğerleri:
3907.20.91.00.00	- - - 1-Kloro-2,3-epoksipropan ile etilen oksit kopolimeri
3907.20.99.00.00	- - - Diğerleri
3907.30.00.00.00	- Epoksi reçineler
3907.40.00.00.00	- Polikarbonatlar
3907.50.00.00.00	- Alkit reçineler
	- Poli(etilen tereftalat) :
3907.61.00.00.00	- - 78 ml/g veya daha fazla viskozitesi olanlar
3907.69.00.00.00	- - Diğerleri
3907.70.00.00.00	- Poli(laktik asit)
	- Diğer poliesterler:
3907.91	- - Doymamışlar:
3907.91.10.00.00	- - - Sıvı
3907.91.90.00.00	- - - Diğerleri
3907.99	- - Diğerleri :
3907.99.05.00.00	- - - Termoplastik sıvı kristal aromatik poliester kopolimerleri
3907.99.10.00.00	- - - Poli (etilen naftalen-2,6-dikarboksilat)
3907.99.80.00.00	- - - Diğerleri
39.08	Poliamidler (ilk şekillerde):
3908.10	- Poliamid -6, -11, -12, -6,6, -6,9, -6,10 veya -6,12:
3908.10.00.00.11	- - Kompaundları
3908.10.00.00.19	- - Diğerleri
3908.90.00.00.00	- Diğerleri
39.09	Amino reçineler, fenolik reçineler ve poliüretanlar (ilk şekillerde):
3909.10.00.00.00	- Üre reçineleri; tiyoüre reçineleri
3909.20.00.00.00	- Melamin reçineler
	- Diğer amino reçineler:
3909.31.00.00.00	- - Poli (metilen fenil izosiyanat) (ham MDI, polimerik MDI)
3909.39.00.00.00	- - Diğerleri
3909.40.00.00.00	- Fenolik reçineler
3909.50	- Poliüretanlar:
3909.50.10.00.00	- - 2,2'- (tert-butylimino) dietanol ve 4,4-metilendisikloheksilen diizosiyanat poliüretanın N,N-dimetil asetamid'de ağırlık itibariyle % 50 veya daha fazla polimer içeren çözeltisi
3909.50.90.00.00	- - Diğerleri

39.10	Silikonlar (ilk şekillerde)
3910.00.00.00.11	- Silikon yağları
3910.00.00.00.12	- Dispersiyon, emülsiyon, süspansiyon ve çözeltiler
3910.00.00.00.19	- Diğerleri
39.11	Petrol reçineleri, kumaron-inden reçineleri, politerpenler, polisülfürler, polisülfonlar ve bu fasılın 3 numaralı notunda belirtilen diğer ürünler (tarifenin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan) (ilk şekillerde):
3911.10.00.00.00	- Petrol reçineleri, kumaron, inden veya kumaron-inden reçineleri, politerpenler
3911.90	- Diğerleri:
	- - Kondensasyon veya çevrilme polimerizasyon ürünleri (kimyasal olarak tadil edilmiş olsun olmasın):
3911.90.11.00.00	- - - Poli (oksi-1,4-fenilensulfonil-1,4-fenilenoksi-1,4-fenilenizopropiliden -1,4-fenilen) (bu fasılın 6 (b) Notunda belirtilen şekillerden birinde)
3911.90.13.00.00	- - - Poli (tiyo-1,4-fenilen)
3911.90.19.00.00	- - - Diğerleri
	- - Diğerleri:
3911.90.92.00.00	- - - p-Krezol ve divinil benzen kopolimerinin N,N-dimetilasetamid'de ağırlık itibarıyla % 50 veya daha fazla polimer içeren çözeltisi; Hidrojene edilmiş viniltoluen ve A-metil stiren kopolimerleri
3911.90.99.00.00	- - - Diğerleri
39.12	Selüloz ve kimyasal türevleri (tarifenin başka yerinde belirtilme - yen veya yer almayan) (ilk şekillerde):
	- Selüloz asetatları:
3912.11.00.00.00	- - Plastifiye edilmemiş olanlar
3912.12.00.00.00	- - Plastifiye edilmiş olanlar
3912.20	- Selüloz nitratları (kollodyonlar dahil):
	- - Plastifiye edilmemiş olanlar:
	- - - Kollodyonlar ve seloidin
3912.20.11.00.11	- - - - % 12,6'dan az oranda azot içeren ve % 25'den fazla oranda su veya alkolle ıslatılmış olanlar
3912.20.11.00.19	- - - - Diğerleri
	- - - Diğerleri
3912.20.19.00.11	- - - - % 12,6'dan az oranda azot içeren ve % 25'den fazla oranda su veya alkolle ıslatılmış olanlar
3912.20.19.00.19	- - - - Diğerleri
3912.20.90.00.00	- - Plastifiye edilmiş olanlar
	- Selüloz eterleri:
3912.31.00.00.00	- - Karboksimetilselüloz ve tuzları
3912.39	- - Diğerleri:
3912.39.20.00.00	- - - Hidroksipropilselüloz

3912.39.85.00.00	- - - Diğerleri
3912.90	- Diğerleri:
3912.90.10.00.00	- - Selüloz esterleri
3912.90.90.00.00	- - Diğerleri
39.13	Tabii polimerler (aljinik asit gibi) ve tadil edilmiş tabii polimerler (sertleştirilmiş proteinler, tabii kauçuğun kimyasal türevleri gibi) (tarifenin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan) (ilk şekillerde):
3913.10.00.00.00	- Aljinik asit, tuzları ve esterleri
3913.90	- Diğerleri:
3913.90.00.10.00	- - Dekstran
3913.90.00.20.00	- - Tabii kauçuğun kimyasal türevleri
3913.90.00.90.00	- - Diğerleri
3914.00.00.00.00	39.01 ila 39.13 Pozisyonlarında yer alan polimer esaslı iyon değiştiriciler (ilk şekillerde)
II. DÖKÜNTÜ, KALINTI VE HURDALAR; YARI MAMULLER; EŞYA	
39.15	Plastiklerin döküntü, kalıntı ve hurdaları:
3915.10.00.00.00	- Etilen polimerlerinden olanlar
3915.20.00.00.00	- Stiren polimerlerinden olanlar
3915.30.00.00.00	- Vinil klorür polimerlerinden olanlar
3915.90	- Diğer plastiklerden olanlar:
	- - Propilen polimerlerinden olanlar:
3915.90.11.10.00	- - - Katılma polimerizasyonu ürünleri
3915.90.11.90.00	- - - Diğerleri
	- - Diğerleri:
3915.90.80.00.11	- - - Polietilen tereftalattan (PET) olanlar
3915.90.80.00.19	- - - Diğerleri
39.16	Plastikten mamul, enine kesitinin en geniş yeri 1 mm.yi geçen monofiller, ince ve kalın çubuklar ve profiller (yüzeyi işlenmiş olsun olmasın fakat daha ileri bir işlem görmemiş):
3916.10.00.00.00	- Etilen polimerlerinden olanlar
3916.20.00.00.00	- Vinil klorür polimerlerinden olanlar
3916.90	- Diğer plastiklerden olanlar:
	- - Kondensasyon veya çevrilme polimerizasyonu ürünlerinden olanlar (kimyasal olarak tadil edilmiş olsun olmasın):
3916.90.10.00.11	- - - Fenoplastlardan olanlar
3916.90.10.00.12	- - - Poliüretanlardan olanlar
3916.90.10.00.19	- - - Diğerleri
	- - Katılma polimerizasyonu ürünlerinden olanlar:
3916.90.50.00.11	- - - Akrilik ve metakrilik polimerlerinden, akrilmetakrilik kopolimerlerinden olanlar
3916.90.50.00.12	- - - Politetrafloretilden olanlar

3916.90.50.00.19	--- Diğerleri
3916.90.90.00.00	-- Diğerleri
39.17	Plastikten hortumlar, borular ve bağlantı elemanları (manşon, nipel, dirsek, flanşlar gibi):
3917.10	- Sertleştirilmiş protein veya selülozik maddelerden yapılmış suni bağırsaklar (sucuk, sosis, salam kılıfları):
3917.10.10.00.00	-- Sertleştirilmiş proteinlerden olanlar
3917.10.90.00.00	-- Selülozik plastik maddelerden olanlar
	- Sert borular ve hortumlar:
3917.21	-- Etilen polimerlerinden olanlar:
3917.21.10.00.00	--- Dikişsiz ve enine kesitinin en geniş yerini geçecek bir uzunlukta kesilmiş (yüzeyi işlenmiş olsun olmasın fakat daha ileri bir işlem görmemiş)
3917.21.90.00.00	--- Diğerleri
3917.22	-- Propilen polimerlerinden olanlar:
3917.22.10.00.00	--- Dikişsiz ve enine kesitinin en geniş yerini geçecek bir uzunlukta kesilmiş (yüzeyi işlenmiş olsun olmasın fakat daha ileri bir işlem görmemiş)
3917.22.90.00.00	--- Diğerleri
3917.23	-- Vinil klorür polimerlerinden olanlar:
3917.23.10.00.00	--- Dikişsiz ve enine kesitinin en geniş yerini geçecek bir uzunlukta kesilmiş (yüzeyi işlenmiş olsun olmasın fakat daha ileri bir işlem görmemiş)
3917.23.90.00.00	--- Diğerleri
3917.29	-- Diğer plastiklerden olanlar:
3917.29.00.10.00	--- Dikişsiz ve enine kesitinin en geniş yerini geçecek bir uzunlukta kesilmiş (yüzeyi işlenmiş olsun olmasın fakat daha ileri bir işlem görmemiş)
3917.29.00.20.00	--- Sivil hava taşıtlarında kullanılmak için bağlantı elemanları takılmış olanlar
3917.29.00.30.00	--- Dikişli borular
3917.29.00.40.00	--- Sertleştirilmiş proteinlerden tabii kauçuğun kimyasal türevlerinden olanlar
3917.29.00.90.00	--- Diğerleri
	- Diğer borular ve hortumlar:
3917.31	-- Esnek borular ve hortumlar (en az 27,6 MPa'lık bir basınca dayanabilenler):
3917.31.00.10.00	--- Sivil hava taşıtlarında kullanılmak için bağlantı elemanları takılmış olanlar
3917.31.00.20.00	--- Hava kanalları
3917.31.00.80.00	--- Diğerleri
3917.32	-- Diğerleri (başka bir şekilde diğer maddelerle birleştirilmemiş veya takviye edilmemiş) (bağlantı elemanları olmayan):
3917.32.00.10.00	--- Dikişsiz ve enine kesitinin en geniş yerini geçecek bir uzunlukta kesilmiş (yüzeyi işlenmiş olsun olmasın fakat daha ileri bir işlem görmemiş)
3917.32.00.20.00	--- Sosis,sucuk,salam için suni kılıflar

3917.32.00.30.00	--- Dikişli borular
3917.32.00.40.00	--- Hava kanalları
3917.32.00.80.00	--- Diğerleri
3917.33.00.00.00	-- Diğerleri (başka bir şekilde diğer maddelerle birleştirilmemiş veya takviye edilmemiş) (bağlantı elemanları olan)
3917.39	-- Diğerleri:
3917.39.00.10.00	--- Dikişsiz ve enine kesitinin en geniş yerini geçecek bir uzunlukta kesilmiş (yüzeyi işlenmiş olsun olmasın fakat daha ileri bir işlem görmemiş)
3917.39.00.20.00	--- Sivil hava taşıtlarında kullanılmak için bağlantı elemanları takılmış olanlar
3917.39.00.30.00	--- Dikişli olanlar
3917.39.00.40.00	--- Hava kanalları
3917.39.00.80.00	--- Diğerleri
3917.40	- Bağlantı elemanları:
3917.40.00.00.11	-- Sert polivinil klorür boru ekleme parçaları (basıncılı borular için)
3917.40.00.00.12	-- Elektrik iç tesisatında kullanılan polivinil klorür bükülgen borular için muflar
3917.40.00.00.19	-- Diğerleri
39.18	Plastiklerden yer kaplamaları (kendinden yapışkan olsun olmasın) (rulo veya kare şeklinde); bu fasılın 9 numaralı notunda belirtilen plastiklerden yapılmış duvar veya tavan kaplamaları:
3918.10	- Vinil klorür polimerlerinden olanlar: -- Bir mesnet üzerine poli(vinil klorür) emdirilmiş, sıvanmış veya kaplanmış olanlar
3918.10.10.00.11	--- PVC yer kaplamaları
3918.10.10.00.12	--- PVC duvar veya tavan kaplamaları
	-- Diğerleri
3918.10.90.00.11	--- Kalınlığı 5mm'yi geçmeyenler
3918.10.90.00.19	--- Diğerleri
3918.90	- Diğer plastiklerden olanlar
3918.90.00.00.11	-- İç mekan duvar ve tavanlar için polistiren karolar
3918.90.00.00.19	-- Diğerleri
39.19	Plastiklerden kendinden yapışkan levhalar, plakalar, bantlar, şeritler, filmler, folyolar ve diğer yassı şekiller (rulo halinde olsun olmasın):
3919.10	- Genişliği 20 cm.yi geçmeyen rulolar halinde: -- Yapışkan bantlar (vulkanize edilmemiş tabii veya sentetik kauçukla sıvanmış):
3919.10.12.00.00	--- Poli(vinil klorür) veya polietilenden olanlar
3919.10.15.00.00	--- Polipropilenden olanlar
3919.10.19.00.00	--- Diğerleri
	-- Diğerleri
3919.10.80.10.00	--- Kondensasyon veya çevrilme polimerizasyonu ürünlerinden olanlar (kimyasal olarak tadil edilmiş olsun olmasın)

3919.10.80.20.00	- - - Katılma polimerizasyonu ürünlerinden olanlar
3919.10.80.90.00	- - - Diğerleri
3919.90	- Diğerleri
3919.90.20.00.00	- - Yarı iletken waferlerin üretiminde kullanılan türde kendinden yapışkanlı dairesel cilalama pedleri
	- - Diğerleri:
3919.90.80.10.00	- - -Yüzey işleminden daha ileri işlem görmüş dikdörtgen ve kareden başka şekilde kesilmiş olanlar
3919.90.80.20.00	- - - Kondensasyon veya çevrilme polimerizasyonu ürünlerinden olanlar (kimyasal olarak tadil edilmiş olsun olmasın)
3919.90.80.30.00	- - - Katılma polimerizasyonu ürünlerinden olanlar
3919.90.80.90.00	- - - Diğerleri
39.20	Plastiklerden diğer plakalar, levhalar, filmler, folyo ve şeritler (gözeneksiz) (diğer maddelerle takviye edilmemiş, tabaka tabaka tertiplenmemiş veya benzeri şekillerde birleştirilmemiş, mesnetsiz):
3920.10	- Etilen polimerlerinden olanlar:
	- - Kalınlığı 0,125 mm.yi geçmeyenler:
	- - - Polietilenden olanlar :
	- - - - Özgül kütlesi 0,94'ten az olanlar:
3920.10.23.00.00	- - - - - Polietilen film (yarı iletkenlerin veya baskı devrelerin imalinde kullanılan ışık geçirmez film üretimine mahsus kalınlığı 20 mikrometre veya daha fazla, fakat 40 mikrometreyi geçmeyen)
3920.10.24.00.00	- - - - - Baskılı olmayan Streç film (strech film)
3920.10.25.00.00	- - - - - Diğerleri
3920.10.28.00.00	- - - - Özgül kütlesi 0,94 veya fazla olanlar
3920.10.40.00.00	- - - Diğerleri
	- - Kalınlığı 0,125 mm.yi geçenler:
3920.10.81.00.00	- - - Sentetik kağıt hamuru [Rutubet sağlayıcı madde olarak suda çözülmüş poli(vinil alkol) içeren birbirleriyle bağlantılı olmayan çok ince liflere ayrılmış polietilen liflerinden yapılmış ıslak tabakalar halinde (% 15'i geçmeyen selüloz liflerle karıştırılmış olsun olmasın)]
3920.10.89.00.00	- - - Diğerleri
3920.20	- Propilen polimerlerinden olanlar:
	- - Kalınlığı 0,10 mm. yi geçmeyenler:
	- - - Bioryente olanlar
3920.20.21.00.11	- - - - Baskılı olanlar
3920.20.21.00.19	- - - - Diğerleri
3920.20.29.00.00	- - - Diğerleri
3920.20.80.00.00	- - Kalınlığı 0,10 mm.yi geçenler
3920.30.00.00.00	- Stiren polimerlerinden olanlar
	- Vinilklorür polimerlerinden olanlar:
3920.43	- - Ağırlık itibariyle % 6'dan az olmayan plastifiyan içerenler:
3920.43.10.00.00	- - - Kalınlığı 1 mm. yi geçmeyenler
3920.43.90.00.00	- - - Kalınlığı 1 mm.yi geçenler

3920.49	-- Diğerleri :
3920.49.10.00.00	--- Kalınlığı 1 mm.yi geçmeyenler
3920.49.90.00.00	--- Kalınlığı 1 mm.yi geçenler
	- Akrilik polimerlerden olanlar:
3920.51.00.00.00	-- Poli(metil metakrilik)ten olanlar
3920.59	-- Diğerleri:
3920.59.10.00.00	--- Akrilik ve metakrilik esterlerin kopolimeri (kalınlığı 150 mikrometreyi geçmeyen film şeklinde)
3920.59.90.00.00	--- Diğerleri
	- Polikarbonatlar,alkit reçineler,polialil esterler ve diğer polies-terlerden olanlar :
3920.61.00.00.00	-- Polikarbonatlardan olanlar
3920.62	-- Poli(etilen tereftalat)dan olanlar :
	--- Kalınlığı 0,35 mm.yi geçmeyenler:
3920.62.12.00.00	---- Poli(etilen tereftalat) film (esnek manyetik disklerin imali için kalınlığı 72 mikrometre veya daha fazla fakat 79 mikrometreyi geçmeyen); Poli(etilen tereftalat) film (fotopolimer baskı levhalarının imali için kalınlığı 100 mikrometre veya daha fazla fakat 150 mikrometreyi geçmeyen)
3920.62.19.00.00	---- Diğerleri
3920.62.90.00.00	--- Kalınlığı 0,35 mm.yi geçenler
3920.63.00.00.00	-- Doymamış poliesterlerden olanlar
3920.69.00.00.00	-- Diğer poliesterlerden olanlar
	- Selülozdan veya selülozun kimyasal türevlerinden olanlar:
3920.71.00.00.00	-- Rejenere selülozdan olanlar
3920.73	-- Selüloz asetattan olanlar:
3920.73.10.00.00	-- -Sinemacılık ve fotoğrafçılık için rulo veya şerit halinde filmler
3920.73.80.00.00	--- Diğerleri
3920.79	-- Diğer selüloz türevlerinden olanlar:
3920.79.10.00.00	--- Vulkanize liflerden olanlar
3920.79.90.00.00	--- Diğerleri
	- Diğer plastiklerden olanlar:
3920.91.00.00.00	-- Poli(vinil butiral)dan olanlar
3920.92.00.00.00	-- Poliamidlerden olanlar
3920.93.00.00.00	-- Amino reçinelerden olanlar
3920.94.00.00.00	-- Fenolik reçinelerden olanlar
3920.99	-- Diğer plastiklerden olanlar:
	--- Kondensasyon veya çevrilme polimerizasyonu ürünlerinden olanlar (kimyasal olarak tadil edilmiş olsun olmasın):
3920.99.21.00.00	---- Poliimid levha ve şerit (sıvanmamış veya sadece plastikle sıvanmış ya da kaplanmış)
3920.99.28.00.00	---- Diğerleri
	--- Katılma polimerizasyonu ürünlerinden olanlar:
3920.99.52.00.00	---- Bioryante poli(vinil alkol) film (ağırlık itibariyle % 97 veya daha fazla poli(vinil alkol) içeren, kaplanmamış kalınlığı 1 mm'yi geçmeyen)
3920.99.53.00.00	---- İyon değiştirici membranlar (kloralkali elektrolitik pillerde kullanı-

	maya mahsus florlanmış plastik malzemeden)
3920.99.59.00.00	---- Diğerleri
	--- Diğerleri :
3920.99.90.10.00	---- Sertleştirilmiş proteinlerden olanlar
3920.99.90.90.00	---- Diğerleri
39.21	Plastiklerden diğer plakalar, levhalar, yapraklar, filmler, folyolar ve şeritler:
	- Gözenekli olanlar:
3921.11.00.00.00	-- Stiren polimerlerinden olanlar
3921.12.00.00.00	-- Vinilklorür polimerlerinden olanlar
3921.13	-- Poliüretanlardan olanlar :
3921.13.10.00.00	--- Esnek olanlar
3921.13.90.00.00	--- Diğerleri
3921.14.00.00.00	-- Rejenere selülozdan olanlar
3921.19	-- Diğer plastiklerden olanlar:
3921.19.00.10.00	--- Sertleştirilmiş proteinlerden olanlar
3921.19.00.90.00	--- Diğerleri
3921.90	- Diğerleri
	-- Kondensasyon veya çevrilme polimerizasyonu ürünlerinden olanlar (kimyasal olarak tadil edilmiş olsun olmasın):
3921.90.10.00.00	--- Poliesterlerden olanlar
3921.90.30.00.00	--- Fenolik reçinelerden olanlar
	--- Amino reçinelerden olanlar:
	---- Tabaka tabaka tertiplenmiş olanlar:
3921.90.41.00.00	----- Yüksek basınçla tabaka tabaka tertiplenmiş, bir veya iki yüzü dekore edilmiş olanlar
3921.90.43.00.00	----- Diğerleri
3921.90.49.00.00	---- Diğerleri
	--- Diğerleri
3921.90.55.00.11	---- Poliamidlerden olanlar
3921.90.55.00.12	---- Poliüretanlardan olanlar
3921.90.55.00.19	---- Diğerleri
	-- Katılma polimerizasyonu ürünlerinden olanlar
3921.90.60.00.11	--- Polietilenden olanlar
3921.90.60.00.12	--- Polivinil klorürden olanlar
3921.90.60.00.13	--- Polipropilenden olanlar
3921.90.60.00.19	--- Diğerleri
	-- Diğerleri :
3921.90.90.10.00	--- Sertleştirilmiş proteinlerden olanlar
3921.90.90.90.00	--- Diğerleri
39.22	Plastiklerden banyo küvetleri, duş tekneleri, eviyeler, lavabolar, bideler, alafranga tuvaletler, kapaklar ve oturaklar, su depoları ve benzeri hijyenik eşya:
3922.10	- Banyo küvetleri, duş tekneleri, eviyeler ve lavabolar

3922.10.00.00.11	-- Banyo küvetleri
3922.10.00.00.12	-- Duş tekneleri
3922.10.00.00.13	-- Lavabolar
3922.10.00.00.14	-- Eviyeler
3922.20.00.00.00	- Alafranga tuvaletlerin oturak ve kapakları
3922.90	- Diğerleri :
3922.90.00.10.00	-- Su depoları (donanımlı olsun olmasın)
	-- Diğerleri
3922.90.00.90.11	--- Bideler
3922.90.00.90.12	--- Sifonlar (Pis su tesisatı için)
3922.90.00.90.19	--- Diğerleri
39.23	Plastiklerden eşya taşınmasına veya ambalajlanmasına mahsus malzemeler; plastikten tıplar, kapaklar ve diğer kapama malzemeleri :
3923.10	- Kutular, kasalar, sandıklar ve benzeri eşya:
3923.10.10.00.00	-- Yarı iletken waferler, masklar veya retiküllerin taşınması veya paketlenmesinde kullanılacak şekilde şekil verilmiş veya buna uygun kutular, kasalar, sandıklar ve benzeri eşya
3923.10.90.00.00	-- Diğerleri
	- Torbalar ve çantalar (küllahlar dahil):
3923.21	-- Etilen polimerlerinden olanlar
3923.21.00.00.11	--- Tüm sıvılar için torbalar
3923.21.00.00.19	--- Diğerleri
3923.29	-- Diğer plastiklerden olanlar:
	--- Poli(vinil klorür)den olanlar
3923.29.10.00.11	---- Tüm sıvılar için torbalar
3923.29.10.00.19	---- Diğerleri
	--- Diğerleri
3923.29.90.00.11	---- Tüm sıvılar için torbalar
3923.29.90.00.19	---- Diğerleri
3923.30	- Damacanalara, şişeler, mataralar ve benzeri eşya:
	-- Hacmi 2 litreyi geçmeyenler
3923.30.10.00.11	--- Katı ilaç şekilleri için kaplar
3923.30.10.00.12	--- Yarı katı ilaç şekilleri için kaplar
3923.30.10.00.19	--- Diğerleri
3923.30.90.00.00	-- Hacmi 2 litreyi geçenler
3923.40	- Makaralar, masuralar, bobinler ve benzeri eşya:
	-- Fotoğraf ve sinema filmlerinin veya 85.23 pozisyonlarında belirtilen film, şerit ve benzerlerinin sarılmasına mahsus makaralar, bobinler ve benzeri eşya :
3923.40.10.10.00	--- Fotoğraf veya sinema filmlerinin sarılmasına mahsus makaralar
3923.40.10.90.00	--- Diğerleri
	-- Diğerleri
3923.40.90.00.11	--- Mürekkepli şeritler için boş kaset ve makaralar
3923.40.90.00.19	--- Diğerleri
3923.50	- Tıplar, kapaklar ve diğer kapama malzemeleri:

3923.50.10.00.00	- - Şişeler için kapak ve kapsüller
3923.50.90.00.00	- - Diğerleri
3923.90.00.00.00	- Diğerleri
39.24	Plastikten sofraya eşyası, mutfak eşyası, diğer ev eşyası ve sağlık veya tuvalet eşyası :
3924.10	- Sofra ve mutfak eşyası:
3924.10.00.00.11	- - Silikondan
3924.10.00.00.19	- - Diğerleri
3924.90	- Diğerleri:
3924.90.00.00.11	- - Emzikli biberon başlıkları
3924.90.00.00.12	- - Çocuklar için klozet daraltıcılar
3924.90.00.00.19	- - Diğerleri
39.25	Tarifenin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan plastik - lerden inşaat malzemeleri:
3925.10.00.00.00	- Hacmi 300 litreği geçen sarnıçlar, tanklar, fıçılar ve benzeri kaplar
3925.20.00.00.00	- Kapılar, pencereler ve bunların çerçeveleri ve pervazları ve kapı eşikleri (1)
3925.30	- Panjurlar, storlar (venedik storları dahil) ve benzeri eşya ve bunların aksam ve parçaları:
3925.30.00.00.11	- - Panjurlar
3925.30.00.00.12	- - Menfezler
3925.30.00.00.19	- - Diğerleri
3925.90	- Diğerleri:
3925.90.10.00.00	- - Kapı, pencere, merdiven, duvar veya inşaatın diğer kısımlarını sabit olarak monte etmeye mahsus bağlantı ve montaj elemanları
3925.90.20.00.00	- - Elektrik devreleri için anahtarlar, borular ve kablo tablaları
3925.90.80.00.00	- - Diğerleri
39.26	Plastikten diğer eşya ve 39.01 ila 39.14 pozisyonlarında belirtilen diğer maddelerden eşya:
3926.10.00.00.00	- Okul ve büro malzemeleri - Giyim eşyası ve giyim eşyası aksesuarları(eldivenler, tek parmak eldivenler ve parmaksız eldivenler dahil)
3926.20.00.00.11	- - Poli(vinil klorür) eldivenler (evlerde kullanılan)
3926.20.00.00.19	- - Diğerleri
3926.30.00.00.00	- Mobilya, karoseri veya benzerleri için bağlantı elemanları
3926.40	- Küçük heykeller ve diğer süs eşyası
3926.40.00.00.11	- - Kıymetli veya yarı kıymetli taş taklitleri (bir mesnete monteli olsun olmasın)
3926.40.00.00.19	- - Diğerleri
3926.90	- Diğerleri:
3926.90.50.00.00	- - Drenajların girişinde suyun filtre edilmesinde kullanılan delikli ızgara ve benzeri eşya

	-- Diğerleri:
	--- Levhalardan yapılmış olanlar:
3926.90.92.00.11	---- Fare altlığı (Mouse pad)
3926.90.92.00.19	---- Diğerleri
	--- Diğerleri :
3926.90.97.10.00	---- Korseler,giyim eşyası veya aksesuarı için balenler ve benzerleri
3926.90.97.20.00	---- Yelpazeler,sapları ve saplarının aksamı
	---- Diğerleri
3926.90.97.90.11	----- İlaç ölçü kaşıkları
3926.90.97.90.12	----- Poliüretandan prezervatifler
3926.90.97.90.14	----- Kelepçeler
3926.90.97.90.15	----- Fare altlığı (Mouse pad)
3926.90.97.90.18	----- Diğerleri

(1) Çerçeve ve eşiği olsun olmasın, kapı veya pencere tek bir parça olarak kabul edilir.

Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı Gümrükler Genel Müdürlüğü
(<https://ggm.ticaret.gov.tr>)