

# PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Open Access Refereed e-Journal & Indexed  
International Refereed Journal

ISSN  
2687-5640

2020 Temmuz / July  
Cilt / Vol: 4  
Sayı / Issue: 5



## PREMIUM SOSYAL BİLİMLER E-DERGİSİ

Açık Erişim ve Dizinli e-Dergi

Uluslararası Hakemli Dergi

Bilim dünyasının değerli insanları,

(PEJOSS) Dergisi; bilimsel yöntemlerle üretilmiş ve sağlam teorik temellere dayalı bilgilerin sosyal ve beşeri bilimlerle ilgili sorunsallara çözüm üretmek ve yeni yaklaşımları tanıtarak katkı sağlamak amacıyla 2017 yılında yayın hayatına başlamış açık erişime sahip uluslararası, hakemli e-dergi; ayrıca akademik yazı ve düşünce ile meşgul olan herkesin söz söyleyebileceği sosyal bilim platformudur.

PEJOSS'da alanında etki sağlayacak ulusal ve uluslararası portreler, güncel meseleler ve makaleler yer almaktadır. Sizlerin de özverili çalışmaları ve desteği ile PEJOSS dergisinin beşinci sayısı ile huzurlarınızdayız. Göstermiş olduğunuz ilgi, değerli katılım ve katkılarınızdan dolayı minnettarız. Akademik hayata bir nebze katkı sunmak üzere çıkmış olduğumuz bu yolculukta, PEJOSS ailesi olarak sizinle birlikte çalışmanın gurunu yaşamaktayız. Dünya genelinde ülkelerin sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel yaşamlarını alt üst eden ve insanlık tarihinin en zorlu dönemlerinden birisinin yaşandığı şu sıralarda bilime ve insanlığa katkı sağlayan bilim dünyasının siz değerli üyelerine teşekkürü borç bilmekteyiz. Bilim dünyasının siz değerli üyelerini yayın, danışma ve hakem kurulu ile yazar olarak yanımızda görmek; ayrıca görüş ve önerilerinizle bizleri en mükemmele ulaştırma noktasında yönlendirmeniz bizlere daha da güç katmaktadır. Bu bağlamda;

Kuruluş aşamasından bu yana PEJOSS ailesi mensubu olarak emek veren dergi yönetim kurulundaki değerli hocalarımıza,

Gerek yurt içi, gerekse yurtdışından bizleri kırmayarak, danışma, yayın ve hakem kurulunda yer alan ve uzmanlık alanları ile bizlere katkı sağlayan kıymetli hocalarımıza, talep ve önerileri ile sosyal bilimlerin farklı disiplinlerde görev yapan akademik camia mensubu tüm mesai arkadaşlarıma en içten teşekkürlerimi bir borç bilirim.

PEJOSS Dergisi olarak vereceğiniz her türlü destekten dolayı şimdiden teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

**Doç. Dr. Hasan LÖK**  
*Editör*

## ***JENERİK / GENERIC PAGE***

PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES (PEJOSS) uluslararası hakemli bir dergi olup Haziran 2020 tarihinden itibaren ayda bir yayınlanacaktır.

PEJOSS Dergisi, sosyal bilimlerin her alanından yazı yayınlayan bir dergidir. Bu çerçevede özgün bilimsel makaleler, çeviriler, çeviri-yazılar, röportajlar, kitap, makale, sempozyum, panel ve bilimsel etkinlik tanıtma çalışmaları ile nekroloji metinleri yayınlar. Ayrıca, sunulduğu yer, toplantı ve tarihin kaydedilmesi ile başka bir yerde yayınlanmamış olması şartıyla sempozyum bildirimleri de yayınlanabilir. Ancak bu yayın etkinliğinden kaynaklanması muhtemel herhangi bir sorunun sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanması için PEJOSS Dergisi'ne gönderilen yazıların basım ve yayın hakları dergiye devredilmiş olur. Bu yazılar dergi yönetiminden izin alınmaksızın bir başka yayın organında yayınlanamaz, çoğaltılamaz ve kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

PEJOSS Dergisi, yayınlamış olduğu metinleri çeşitli mecralarda yayınlayabilir. PEJOSS Dergisi'ne gönderilmiş yazılardan kaynaklanması muhtemel herhangi bir yasal, hukuksal, ekonomik ve etik sorumluluk, söz konusu yazı yayınlanmış olsa bile yazarlarına aittir. Dergi herhangi bir yükümlülük kabul etmez.

PEJOSS Dergisi'nin yayın dili Türkçe olmakla birlikte İngilizce, Almanca, Fransızca, Arapça, Farsça vb. dillerden gelen yazılar da değerlendirmeye tabi tutulur ve hakemler tarafından yayımlanması uygun görüldüğü takdirde yayınlanır.

## ***DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD***

Prof. Dr. Ali AZAD	United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA
Prof. Dr. Erdiñ TUTAR	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Hasan Güner BERKANT	Yozgat Bozok Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw /POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Mevlüt KARAKAYA	Gazi Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Murat TUNCER	Fırat Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi / TÜRKİYE

## ***YAYIN KURULU / PUBLICATION BOARD***

Prof. Dr. Adnan ÇELİK	Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Haluk DUMAN	Aksaray Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw /POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Mustafa TASLIYAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Mücahit KAĞAN	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Tahir AKGEMCI	Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Aydoğan SOYGÜDEN	Erciyes Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Ayten MEHDİYEVA	Azerbaycan Devlet Pedagoji Üniversitesi / AZERBAYCAN
Doç. Dr. Besa Havziu İSMAILİ	Sate University of Tetova / MAKEDONIA
Doç. Dr. Emine ERATAY	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Fethi KAYALAR	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Hüseyin Bülent AKDENİZ	Anadolu Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Morsheda HASSAN	Grambling State University / USA
Doç. Dr. Yunus Emre TANSÜ	Gaziantep Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Abuzer KALYON	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Berna TURAK KAPLAN	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Melda Medine SUNAY	Bursa Teknik Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Özgül UYAN	İstanbul Aydın Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Ülkü GEZER	Haliç Üniversitesi / TÜRKİYE

## ***İNDEKSLER / INDEXED & IN LISTED***





**Doç. Dr. İ. Kahraman ARSLAN**

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, İstanbul / TÜRKİYE



**Ayşe İpek SARIKABADAYI**

İstanbul Ticaret Üniversitesi, Uluslararası Ticaret Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul / TÜRKİYE

**Citation:** Arslan, İ. K. & Sarıkabadayı, İ. A. (2020). Ev ve mutfak eşyaları sektörü uluslararası rekabet gücü incelemesi. *Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS)*, 4(5), 186-198.

## EV VE MUTFAK EŞYALARI SEKTÖRÜ ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ İNCELEMESİ

### ÖZET

Dünya çapında ülkeler arası ticaretin önündeki engellerin kalkması ve dünyanın tek bir pazar haline gelmesine imkân tanıyan liberal ekonomi kuralları ve küreselleşme olgusu neticesinde ülkeler ve firmalar rekabetçilik kavramı üzerinde çalışmaya başlamışlardır. Rekabet gücüne sahip olan firma veya endüstri mevcut konumunu güçlendirebilecek, yeni pazarlarda rakiplerine göre üstünlük oluşturabilecektir. Kültürel, ticari, ekonomik ve sosyal olarak uygun rekabet stratejilerin belirlenmesi söz konusu rekabet gücünün elde edilmesinde önemli bir rol oynamakla beraber ülkelerin sahip olduğu rekabet üstünlüklerinin tespit edilmesi ve ona uygun stratejilerin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Bu araştırmanın amacı, Türkiye ev ve mutfak eşyaları sektörünün 2015-2019 yılları arasındaki ihracat-ithalat verileri ile Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Nispi Rekabet Üstünlüğü yöntemleri çerçevesinde uluslararası rekabet gücünün tespit edilmesidir. Uluslararası geçerliliğe sahip altılı GTIP kodları baz alınarak oluşturulan sektör kapsamında 40 adet GTIP kodu yer almakta ve 2015-2019 yılları itibarıyla endeks değerleri hesaplanarak rekabet gücü ölçülmüştür. Araştırmanın bulgularında, AKÜ endeksine göre 18 ürün grubunda rekabet avantajına sahip olduğu, Nispi Rekabet Üstünlüğü endeksine göre ise toplam 40 pozisyondan 29'unda rekabet gücünün yüksek, 11'inde düşük olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ), Nispi Rekabet Üstünlüğü, Rekabet, Rekabet Gücü, Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü

## HOME AND KITCHEN ITEMS SECTOR INTERNATIONAL COMPETITIVENESS REVIEW

### ABSTRACT

Countries and companies have started to work on the concept of competitiveness as a result of the phenomenon of globalization that allows being removed the barriers to international trade and the world to become a single market. The competitive company will be able to strengthen its current position and create superiority over its competitors in new markets. The purpose of this research is to determine the international competitiveness in the framework of RCA and RC for Turkish housewares and kitchenware sector. Within the scope of the sector, there are 40 HS codes and the competitiveness was measured by calculating index values. Regarding the findings of the research, it was determined that according to the RCA index, 18 of 40 positions had a competitive advantage, and according to the RC index, 29 of 40 positions were highly competitive.

**Keywords:** Revealed Comparative Advantage (RCA), Revealed Competitiveness (RC), Competition, Competition Power, Housewares and Kitchenware Sector

## 1. GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünyada kurulan liberal ekonomik düzen küreselleşme hareketleriyle beraber devletler için sürdürülebilir ekonomik kalkınma ve büyümeyi birincil öncelikli politika haline getirmiştir. Bu amaçla günümüzde devletlerin mevcut konumlarını koruyabilme ve uluslararası pazarlardan daha fazla pay alabilme amacıyla rekabet stratejileri geliştirmeleri bir zorunluluk haline almıştır. Ülkelerin sahip olduğu ekonomik ve kültürel özelliklere uygun stratejiler izlenmesi ise öncelikle rekabet avantajına sahip olunan ürünlerin tespiti ve geliştirilmesi ile mümkün olabilecektir.

Ev ve mutfak eşyaları sektörü her hane halkının günlük yaşamında yer bulan ve sıklıkla kullanılan ev eşyalarını içerisinde bulundurmakta, seramikten plastiğe, camdan, çelikten alüminyuma birçok farklı hammaddeden mamul edilmektedir. Türkiye'nin sahip olduğu kaynakların verimli değerlendirilebilmesi ve rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürünlerin tespit edilebilmesi amacıyla bu çalışmada 2015-2019 yılları arasında Türkiye'nin ev ve mutfak eşyaları sektörünün rekabet gücüne yönelik bir analiz yapılacaktır.

Çalışmanın birinci bölümde uluslararası rekabet gücü kavramının teorik alt yapısı sunulmakta ve rekabet gücüne etki eden faktörler ele alınmakta; ikinci bölümde ise ev ve mutfak eşyaları sektörü tanımlanarak dünyada ve Türkiye'de ticareti GTIP bazında incelenmektedir. Son bölümde ise rekabet gücünün ölçülmesinde kullanılan ve akademik olarak kabul görmüş endeksler çerçevesinde sektörün rekabet gücü analiz edilmektedir.

## 2. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ VE ÖLÇÜLMESİ

### 2.1. Rekabet Kavramı

İktisat anabilim dalı açısından bakıldığında rekabet, piyasa ekonomisinin temelini oluşturmakta, bir ekonomi sistemi içerisinde yer alan iktisadi birimler arasında ortaya çıkan ticari yarış anlamına gelmektedir (Baltacı, Burgazoğlu ve Kılıç, 2012, s.2). Kişi veya firmaların ekonomik faaliyetlerinin sınırlandırılmadığı ideal bir ortam olan piyasa ekonomisi açısından rekabet iktisadi birimlerin kendi amaçlarına giden yolda kazanma ve kendi aralarında güçlü olma mücadelesidir. Esas amaç ise sürdürülebilir rekabet ortamını sağlamak ve maksimum kara ulaşmaktır (Saridoğan, 2010, s.6).

1980'li yıllardan itibaren küresel ölçekte artan ekonomik liberalleşme hareketleri ve 1990 sonrasında özellikle Doğu Bloğu ülkelerinin yaşadığı siyasi ve ekonomik sıkıntılar rekabet kavramının makro düzeyde de incelenmesini ve küreselleşme olgusuyla beraber ele alınmasını zorunlu hale getirmiştir (Kıvılcım, 2013, s.223). Piyasaların daha rekabetçi bir ortama dönüşmesine sebep olan küreselleşme neticesinde firmaların ve ülkelerin uluslararası rekabette daha fazla katma değer elde etme çabaları artmıştır. Bu süreçte sadece ülke içerisinde faaliyet gösteren firmalar ve endüstriler değil farklı ülkeler arasındaki endüstrilerin arasındaki rekabet edilebilirliğin önemi de artmıştır (Altay ve Gürpınar, 2008, s.258).

### 2.2. Rekabet Gücü Kavramı

Rekabet gücü iktisadi birimlerin uluslararası rekabette görece olarak daha yüksek gelir ve istihdam seviyesindeki üretim gücü olarak tanımlanabilir (Adıgüzel, 2011, s.12). Dolayısıyla birey, firma, endüstri veya ülke şeklinde bir iktisadi birim olarak, belirlenen amaçlara ulaşma süreci ve nihai hedef göstergeler açısından rakiplerine göre üstünlük oluşturma yeteneği rekabet gücü olarak tanımlanabilmekle birlikte rekabet gücü kavramı üzerinde bir tanım birliği oluşturulamamıştır (Saridoğan, 2010, s.7).

Mikro düzeyde rekabet gücü araştırmaları, firmaların ve firmaların oluşturduğu endüstrilerin rekabet güçlerini tespit etmeye yönelik çalışmaları içermektedir. Daha fazla katma değer üreten, orta ve uzun vadede hissedarlarına daha fazla kar payı bırakabilen, ortaya çıkan yeni tehditlerle başa çıkıp fırsatları değerlendirebilen, yeni teknolojiler için gerekli finansman kaynağını yaratabilen ve mevcut finansal kaynaklarını verimli bir şekilde kullanabilen firmalar rekabet gücüne sahiptir (Aktan ve Vural, 2004, s.15). Endüstri düzeyinde rekabet gücü ise söz konusu endüstriyi oluşturan firmaların rekabetçilik güçleri ile ölçülmektedir.

Makro düzeyde rekabet gücü araştırmaları, ülkelerin rekabet güçlerine odaklanmıştır. Ulusal düzeyde rekabet gücü; serbest ticaret koşulları altında bir ülkenin dış ticaretini dengede tutabilmesi, ticaret yaptığı ülkelerle eşit

bir reel milli gelir artışını sürdürülebilmesidir (Atik, 2005, s. 19). Ulusal rekabet gücünü sadece dış ticaret fazlası ile açıklamak yeterli bir tanım olmayacaktır, aynı zamanda verimlilik de önemli bir kriterdir. Bir ülkede yaşam standartlarının iyileşmesi, toplam verimliliğin artması, reel milli gelirin artması kısacası refah seviyesinin artması da o ülkenin rekabet gücünün göstergeleridir (Karaaslan ve Tuncer, 2010, s.26).

### 3. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER VE ENDEKSLER

Porter (1990); firmalar arasındaki yüksek rekabetin uluslararası rekabet gücünü olumlu yönde etkileyeceğini öne sürerek, Elmas Modeli ile konuyu ele almıştır. Buna göre, rekabet gücünü etkileyen faktörler altı başlıkta incelenebilir; faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici sektörlerin durumu, firma yapısı, stratejisi ve rekabet durumu, devletin rolü ve şans faktörü. Rekabet gücü kavramına ilişkin yapılan çalışmalar incelendiğinde rekabet gücünü etkileyen faktörler çok çeşitli olmakla birlikte firma içi ve firma dışı etkenler olmak üzere iki düzeyde ele alınmaktadır.

Firmanın faaliyette bulunduğu sektördeki rekabet yoğunluğu, firmanın malın fiyatını tespit etmede ne ölçüde söz sahibi olduğu, sektördeki ölçek ekonomileri, işgücünün verimliliği, kapasite kullanım oranı gibi faktörler rekabet gücünü etkileyen firma içi faktörlerdir (Aktan, 2010, s.170). Aktan (2010)'a göre kaynakların etkin kullanılması, verimlilik, organizasyon kültürü ve yönetim yapısı, firmanın sahip olduğu bilgi birikimi ve bilimsel altyapısı, teknoloji düzeyi, öğrenme yeteneği ve yenilikçi yapısı da mikro etkenler arasında yer almaktadır. Firmanın ürettiği mal ve hizmetlerin kalitesi, maliyeti ve fiyatı da rekabet gücünü etkileyen önemli unsurlardır.

Uluslararası rekabet gücünü belirleyen firma dışı etkenler ise döviz kurları, yabancı yatırımlar, ülkenin sahip olduğu doğal kaynaklar, hukuk sistemi, mali piyasaların yapısı, iç ekonomik istikrar ve devletin piyasayı düzenlemedeki rolüdür (Aktan, 2010, s. 171.)

Literatürde rekabet gücünü ölçmek üzere pek çok endeks geliştirilmiş olup yaygın olarak kullanılan endeks Balassa'nın geliştirdiği Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) endeksidir. Ancak RCA endeksinin sadece ihracatı dikkate aldığı öne sürülerek Vollrath (1991) tarafından Görelî İhracat Avantajı (RXA), Görelî İthalat Avantajı (RMA), Görelî Ticaret Avantajı (RTA) ve Görelî Rekabet Üstünlüğü (RC) endeksleri geliştirilmiştir:

#### a) Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (Revealed Comparative Advantage-RCA)

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / X_{it}) / (X_{nj} / X_{nt})$$

#### b) Nispi İhracat Avantajı Endeksi (Relative Export Advantage –RXA)

$$RXA_{ij} = (X_{ij} / X_{i-t}) / (X_{-nj} / X_{-n-t})$$

#### c) Nispi İthalat Avantajı Endeksi (Relative Import Advantage Index- RMA)

$$RMA_{ij} = (M_{ij} / M_{i-t}) / (M_{-nj} / M_{-n-t})$$

#### d) Nispi Ticaret Avantaj Endeksi (Relative Trade Advantage Index – RTA)

$$RTA = RXA_{ij} - RMA_{ij}$$

#### e) Açıklanmış Rekabet Gücü (Revealed Competitiveness – RC)

$$RC = \ln RXA_{ij} - \ln RMA_{ij}$$

Hem arz hem de talep dengesini kapsamı nedeniyle ilgili sektörün veya ürünün karşılaştırmalı üstünlüğünü daha iyi yansıttığı gerekçesiyle ülkeler arasındaki bilateral ticaret olduğu sürece birçok çalışmada RC endeksi temel alınmaktadır. Endeks değerinin sıfırdan büyük yani pozitif çıkması durumunda, ilgili sektör veya üründe ilgili ülkenin rekabet avantajına sahip olduğu; sıfırdan küçük yani negatif çıkması durumunda ise ilgili sektör veya üründe, ilgili ülkenin rekabet dezavantajına sahip olduğu tespit edilmektedir.

## 4. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE EV VE MUTFAK EŞYALARI SEKTÖRÜ

### 4.1. Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü GTIP Sınıflandırmaları

Dış ticareti yapılacak ürünün içeriğinde bulunan malzeme bazında bir sınıflandırma sunan Gümrük Tarifesi İstatistik Pozisyonu (GTIP) sistemi sayesinde tüm ürünlerin bir nevi kimlik numarası mevcut olup ilk 6 hanesi uluslararası kabul görmüş kod numaralarıdır. İlk 6 haneden sonra gelen numaralar ülkeden ülkeye farklılık göstermekte bu nedenle araştırmada 6 haneli GTIP kodları temel alınacaktır. Çalışma kapsamında 30.12.2019 tarihli ve 30994 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan GTIP listesine göre ev ve mutfak eşyaları sektörü altında yer alan 40 alt ürün grubu temel alınarak hesaplamalar gerçekleştirilmiş olup ürünlerin tam listesi ekte sunulmuştur.

### 4.2. Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü İthalatı

Dünyada en fazla ev ve mutfak eşyaları ithalatı gerçekleştiren Amerika Birleşik Devletleri (ABD) 2019 yılı itibariyle 24,2 Milyar \$ ile sektör ithalatının %23,6'sını tek başına gerçekleştirmektedir.

**Tablo 1.** Dünya Ev ve Mutfak Eşyaları Son Beş Yıllık İthalatı (Bin \$)

No	İthalatçı	2015	2016	2017	2018	2019
	Dünya	84.057.667	84.634.365	91.587.183	98.864.395	102.235.242
1	ABD	19.905.414	19.995.198	21.105.160	22.924.602	24.217.158
2	Almanya	6.400.617	6.610.970	7.105.401	7.502.968	7.528.457
3	Fransa	3.716.724	3.760.250	4.034.470	4.284.458	4.250.428
4	İngiltere	4.311.970	3.967.737	3.933.421	4.118.424	4.078.333
5	Hollanda	2.366.700	2.749.464	2.987.718	3.422.930	3.647.537
50	Türkiye	810.995	592.662	526.782	450.199	353.524

**Kaynak:** ITC Trade Map Veri Tabanı

Tablo 1'de görüldüğü gibi Türkiye, 2019 yılında dünya çapında en fazla ev ve mutfak eşyaları ithalatı yapan 50. ülke olmuştur. Son beş yıl içerisinde Türkiye'nin en fazla ithal ettiği ürün grubu 691110 GTIP numaralı porselenden sofa ve mutfak eşyasıdır.

Yıllar itibariyle Türkiye'nin ithalatının seyrine baktığımızda ise 2015-2019 yılları arasındaki %56,41 oranında azalma neticesinde sektör ithalatı oldukça gerilemiştir.

### 4.3. Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü İhracatı

Dünyada en fazla ev ve mutfak eşyaları ihracatı gerçekleştiren Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) 2019 yılı itibariyle 54,7 Milyar \$ ile sektör ihracatının %52,26'sını tek başına gerçekleştirmektedir.

**Tablo 2.** Dünya Ev ve Mutfak Eşyaları Son Beş Yıllık İhracatı (Bin \$)

No	İhracatçı	2015	2016	2017	2018	2019
	Dünya	91.397.164	88.080.753	95.653.091	102.552.933	104.854.862
1	Çin	46.713.890	42.340.367	46.671.020	50.345.344	54.795.700
2	Almanya	5.596.380	5.831.949	6.286.841	6.771.656	6.602.397
3	İtalya	3.984.053	3.973.981	4.229.945	4.371.269	4.067.357
4	Hollanda	1.826.661	2.132.022	2.380.227	2.755.252	3.028.760
5	Fransa	2.738.722	2.821.857	2.959.858	3.035.346	2.980.372
6	ABD	3.160.934	3.043.031	3.095.541	3.119.554	2.922.597
7	Türkiye	2.214.890	2.111.093	2.303.541	2.485.786	2.539.447

**Kaynak:** ITC Trade Map Veri Tabanı

Tablo 2'de görüldüğü gibi 2019 yılında toplam 2,53 Milyar \$ ihracat gerçekleştiren Türkiye, dünya çapında en fazla ev ve mutfak eşyaları ihracatı yapan yedinci ülke konumundadır. Son beş yıl içerisinde Türkiye'nin en fazla ihraç ettiği ürün grubu 851660 GTIP numaralı ev tipi elektrikli fırınlar, elektrikli ızgaralar,



pişiricilerdir. Yıllar itibariyle Türkiye'nin ev ve mutfak eşyaları ihracat rakamlarına baktığımızda sektör ihracatı 2015-2019 yılları arasında %14,65 oranında artmak suretiyle 2016 yılı hariç sürekli artış göstermiştir.

#### 4.4. Dünyada Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörünün Konumu

Dünyada en fazla ev ve mutfak eşyaları ithalatı gerçekleştiren Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) Euromonitor (2019)'un verilerine göre kullanılan hammadde (plastik, cam, metal ve seramik başta olmak üzere) bazında ürünlerin satış payları incelendiğinde en fazla satın alınan ev eşyaları %46,1 ile metal ürünlerdir. İkinci olarak %19,1 ile seramik ürünler, üçüncü olarak %13,3 ile cam ürünler ve dördüncü olarak %12,7 ile plastikten mamul ev eşyaları ile onu takip eden %5,3 ile silikon ev ve mutfak eşyalarıdır. Tablo 3'te 2013-2018 yılları arasındaki değişimi gösterilmektedir.

**Tablo 3.** Ev ve Mutfak Eşyaları Materyal Bazında Satış, A.B.D, 2013-2018 (%)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Metal	44,9	45,7	45,8	46	46,1	46,1
Seramik	19,3	19,3	19,2	19,2	19,2	19,1
Cam	14	13,8	13,9	13	13	13,3
Plastik	13,5	13,1	12,8	13	12,9	12,7
Silikon	5,5	4,9	5,2	5,4	5,3	5,3
Ahşap	2,3	2,7	2,6	2,9	2,9	3
Diğerleri	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,5

**Kaynak:** Euromonitor Veri Tabanı

Tablo 4'te verilen ABD pazarında kategori bazında ev ve mutfak eşyaları satış değerlerine göre 2013-2018 yılları arasında en fazla artışın %3,2 ile gıda saklama çözümleri alanında gerçekleştiği, 2018 yılında bir önceki yıla göre 45 Milyon \$ değerinde bir satış artışı olduğu gözlemlenmektedir (Euromonitor, 2019, s. 5). Ev eşyaları toplamında kaydedilen %2,4'lük satış artışı ise 287 Milyon \$ değerinde bir büyümenin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 4.** Kategori Bazında Ev Eşyaları Satışı, A.B.D, Değer 2013-2018 (Milyon \$)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bardak Ürünleri	1.327,60	1.335,00	1.344,00	1.317,00	1.334,70	1.361,20
Çatal Bıçak Tk.	907,2	936,9	962,7	974,2	988,9	1.010,80
Yemek Tk.	1.974,70	2.004,80	2.051,90	2.113,40	2.168,10	2.234,00
Pişirme Kapları	3.087,30	3.174,10	3.277,50	3.284,60	3.320,40	3.364,50
Fırın Kapları	802,9	820,4	841,8	846,7	864,1	880,2
Tencere Setleri	2.284,40	2.353,70	2.435,70	2.437,90	2.456,30	2.484,30
Mutfak Gereçleri	3.877,60	3.910,70	4.042,60	4.121,90	4.217,20	4.346,10
Gıda Saklama	1.393,40	1.352,30	1.389,00	1.390,50	1.404,60	1.449,40
Mutfak Aletleri	2.484,20	2.558,40	2.653,60	2.731,40	2.812,60	2.896,70
<b>TOPLAM</b>	<b>11.174,40</b>	<b>11.361,50</b>	<b>11.678,70</b>	<b>11.811,10</b>	<b>12.029,30</b>	<b>12.316,60</b>

**Kaynak:** Euromonitor Veri Tabanı

## 5. EV VE MUTFAK EŞYALARI SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜ DEĞERLENDİRMESİ

### 5.1. Araştırmanın Önemi

Ev ve mutfak eşyaları sektörünü içerisinde barındırdığı plastik, metal, cam, paslanmaz çelik gibi birçok farklı ürünle beraber topluca ele alıp bir çatı sektör olarak değerlendiren ve bu sektörün uluslararası rekabet gücünü ölçmeye yönelik yapılmış bir çalışma olmaması nedeniyle konu önem arz etmektedir. Züccacıyeciler Derneği (ZÜCDER) ve Ev ve Mutfak Eşyaları Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği (EVSİD) gibi sektöre yönelik dış ticaret verilerini raporlayan ve sektörün ekonomik verilerini kamuoyuyla paylaşan kuruluşlar bulunmakla beraber, bu çalışma ile sektörün rekabet gücünün ölçülerek sektöre katkıda bulunulması ve daha sonra yapılacak araştırmalara yol gösterilmesi hedeflenmiştir.

## 5.2. Araştırmada Kullanılan Veri ve Yöntem

Ev ve mutfak eşyaları sektörünün rekabet gücünü analiz etmeye yönelik çalışmada, literatürde sıklıkla kullanılan ülke ve endüstri düzeyinde rekabet ölçümü yapan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (Revealed Competitive Advantages –RCA) yöntemi kullanılacak olup; ülke ve ürün çift sayımını engellemesi ve ithalatı da hesaplamalara dâhil etmesi nedeniyle Vollrath tarafından geliştirilen yöntemler de kullanılacaktır.

Sektörün rekabet gücünün analizinde kullanılacak veri kümesini 2015-2019 dönemine ait dış ticaret verileri oluşturmaktadır. Söz konusu veriler, International Trade Center–ITC tarafından sunulan Trade Statistics for International Business Development–Trademap veri tabanından derlenmiştir.

## 5.3. Araştırmanın Bulguları

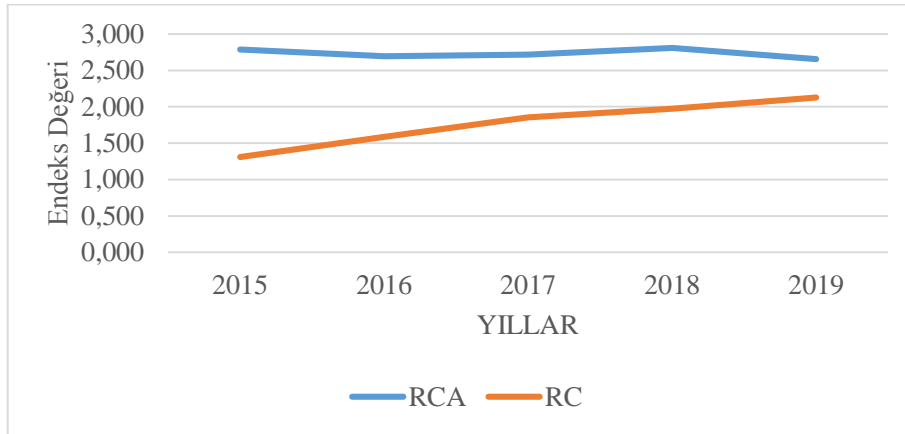
Ev ve mutfak eşyaları sektörünün kapsamında yer alan GTIP grubu için rekabet gücü analizi Balassa ve Vollrath endekslerine göre hesaplanmış olup Tablo 5’te özetlenmiştir.

**Tablo 5.** Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü RCA, RXA, RMA, RTA ve RC Değerleri

YIL	RCA	RXA	RMA	RTA	RC
2015	2,786	2,874	0,777	2,097	1,308
2016	2,694	2,777	0,568	2,209	1,586
2017	2,715	2,799	0,439	2,360	1,853
2018	2,808	2,896	0,403	2,494	1,973
2019	2,653	2,734	0,326	2,409	2,128

**Kaynak:** Trademap veri tabanından elde edilen verilerle tarafımızca hesaplanmıştır.

2015-2019 yılları arasında gerçekleşen sektörün ithalat ve ihracat verilerine dayandırılarak yapılan hesaplamalara göre ev ve mutfak eşyalarında Türkiye’nin rekabet gücü hem Balassa’nın geliştirdiği RCA endeksine hem de Vollrath’ın geliştirdiği RC endeksine göre yüksektir. Her iki endeks değeri de sıfırdan büyüktür. Yıllar içerisindeki değişimi ise Şekil 1’de görüldüğü gibi RC endeksine göre sürekli artış gösterirken RCA endeksine göre ise 2016 ve 2019 yıllarında bir önceki yıllara göre azalmıştır.



**Şekil 1.** Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü RCA ve RC Değerleri

**Kaynak:** Trademap veri tabanından elde edilen verilerle tarafımızca hesaplanmıştır.

### 5.3.1. Ürün Grubu Bazında RCA Endeksine Göre Rekabet Gücü Analizi

Ev ve mutfak eşyaları sektörüne dâhil edilen GTIP kodlarında 2015-2019 yılları arasında yapılan ihracat verilerine göre hesaplanan endeks değerleri Tablo 6’da sunulmaktadır.

**Tablo 6.** Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü RCA Değerleri

	2015	2016	2017	2018	2019
'392410	2,75	2,70	2,99	3,03	2,79
'392490	1,60	1,83	1,77	1,95	1,96
'441911	0,00	0,00	0,19	0,16	0,22
'441912	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
'441919	0,00	0,00	0,23	0,30	0,34
'441990	0,00	0,00	0,85	0,76	0,90
'691110	0,85	1,04	1,20	1,21	1,11
'691200	2,02	1,48	1,33	1,46	1,65
'701310	4,42	3,33	3,76	3,97	6,11
'701322	0,18	0,15	0,07	0,03	0,03
'701328	8,30	7,87	7,17	7,54	5,75
'701333	1,22	0,28	0,16	0,49	1,17
'701337	7,47	6,38	6,14	5,54	4,53
'701341	0,42	0,14	0,35	0,35	0,79
'701342	5,11	5,64	5,63	4,62	4,33
'701349	6,02	5,94	5,30	4,96	5,20
'732111	6,57	6,37	6,46	6,92	7,58
'732112	0,04	0,08	0,07	0,07	0,07
'732119	0,39	0,43	0,48	0,44	0,35
'732391	0,18	0,34	0,19	0,11	0,08
'732392	1,50	1,83	1,45	0,96	1,17
'732393	2,92	2,79	2,64	2,76	2,41
'732394	3,03	2,53	2,22	2,63	3,14
'732399	2,31	2,17	2,09	2,14	2,25
'741810	6,35	4,87	4,27	3,48	3,48
'761510	2,91	2,85	3,42	3,99	3,79
'821000	0,93	0,96	1,43	0,97	0,91
'821110	0,24	0,17	0,20	0,20	0,17
'821191	0,26	0,23	0,22	0,34	0,27
'821192	0,08	0,12	0,12	0,12	0,20
'821510	1,18	0,90	0,98	0,81	0,93
'821520	0,43	0,46	0,41	0,47	0,39
'821591	0,06	0,07	0,17	0,09	0,19
'821599	0,29	0,23	0,22	0,24	0,26
'850940	0,62	0,34	0,40	0,46	0,38
'850980	0,39	0,15	0,15	0,15	0,12
'851660	7,68	7,32	7,39	7,33	6,94
'851671	0,30	0,26	0,30	0,30	0,27
'851672	0,04	0,03	0,01	0,03	0,03
'851679	0,26	0,25	0,36	0,61	0,45

**Kaynak:** Trademap veri tabanından elde edilen verilerle tarafımızca hesaplanmıştır.

Balassa tarafından geliştirilen AKÜ endeksine göre ev ve mutfak eşyaları sektörünün 2019 verilerine göre 18 alt ürün grubunun değerleri 1'den yüksektir ve bu ürünler rekabet avantajına sahiptir. 2019 yılında en yüksek endeks değerine sahip olan ürün demir çelikten mamul, sıvı yakıtla çalışan pişirme gereçleridir (732111). Akabinde ev tipi elektrikli fırınlar, elektrikli ızgaralar, pişiriciler (851660) Türkiye'nin bu alanda rekabet gücü en yüksek ürün grubudur. Yine 2019 değerlerine göre Çin usulü yemek çubukları (441912) ise Türkiye'nin rekabet gücünün en düşük olduğu ürün grubudur. Kurşun kristalden camdan ayaklı bardaklar (701322) ve ekmek kızartma makineleri (851672) Türkiye'nin AKÜ endeksine göre rekabet dezavantajına sahip olduğu diğer ürün gruplarıdır. Yıllar itibariyle değişime bakıldığında ise 2015'e kıyasla 2019 yılında 17 ürünün endeks değeri artmış, geriye kalan 23 üründe endeks değeri düşmüş yani rekabet gücü azalmıştır.

### 5.3.2. Ürün Grubu Bazında RXA Endeksine Göre Rekabet Gücü Analizi

Ev ve mutfak eşyaları sektörüne dâhil edilen GTIP kodlarında 2015-2019 yılları arasında yapılan ihracat verilerine göre hesaplanan endeks değerleri Tablo 7’de sunulmaktadır.

**Tablo 7.** Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü RXA Değerleri

	2015	2016	2017	2018	2019
'392410	2,80	2,74	3,05	3,09	2,84
'392490	1,60	1,84	1,78	1,97	1,98
'441911	0,00	0,00	0,18	0,16	0,22
'441912	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
'441919	0,00	0,00	0,23	0,30	0,34
'441990	0,00	0,00	0,85	0,76	0,90
'691110	0,85	1,04	1,20	1,21	1,11
'691200	2,03	1,49	1,34	1,47	1,66
'701310	4,56	3,40	3,85	4,08	6,41
'701322	0,17	0,14	0,06	0,03	0,03
'701328	8,88	8,39	7,59	7,99	6,02
'701333	1,22	0,27	0,16	0,48	1,17
'701337	7,93	6,71	6,44	5,77	4,69
'701341	0,42	0,14	0,34	0,34	0,79
'701342	5,30	5,89	5,87	4,77	4,47
'701349	6,30	6,22	5,51	5,14	5,41
'732111	6,92	6,70	6,81	7,31	8,08
'732112	0,04	0,08	0,07	0,07	0,07
'732119	0,39	0,43	0,48	0,44	0,35
'732391	0,18	0,33	0,18	0,11	0,08
'732392	1,50	1,84	1,45	0,96	1,17
'732393	2,97	2,84	2,68	2,81	2,44
'732394	3,08	2,56	2,25	2,67	3,20
'732399	2,34	2,19	2,12	2,16	2,27
'741810	6,66	5,04	4,40	3,55	3,57
'761510	2,96	2,91	3,50	4,10	3,90
'821000	0,93	0,96	1,43	0,97	0,91
'821110	0,24	0,17	0,20	0,20	0,17
'821191	0,26	0,23	0,22	0,33	0,27
'821192	0,08	0,12	0,11	0,12	0,20
'821510	1,18	0,90	0,98	0,81	0,93
'821520	0,43	0,46	0,40	0,47	0,39
'821591	0,06	0,07	0,17	0,08	0,19
'821599	0,29	0,23	0,22	0,24	0,25
'850940	0,62	0,33	0,40	0,46	0,38
'850980	0,39	0,15	0,15	0,14	0,12
'851660	8,19	7,80	7,87	7,79	7,38
'851671	0,30	0,26	0,30	0,29	0,27
'851672	0,04	0,03	0,01	0,03	0,03
'851679	0,26	0,25	0,36	0,60	0,44

**Kaynak:** Trademap veri tabanından elde edilen verilerle tarafımızca hesaplanmıştır.

Vollrath tarafından geliştirilen RXA endeksine göre ev ve mutfak eşyaları sektörünün tüm alt grupları 2015-2019 yılları arasında rekabet üstünlüğüne sahiptir. Tablo 7’de listelenen tüm endeks değerleri pozitif olmakla beraber RCA endeks sonuçlarında olduğu gibi 2019 yılında en yüksek endeks değerine sahip olan ürün demir çelikten mamul, sıvı yakıtla çalışan pişirme gereçleridir (732111). En düşük rekabet gücüne sahip ürün grupları da RCA endeks sonuçlarıyla paralel olarak 2019 değerlerine göre çin usulü yemek çubukları (441912), kurşun

kristalden camdan ayaklı bardaklar (701322) ve ekmek kızartma makineleridir (851672).

### 5.3.3. Ürün Grubu Bazında RMA Endeksine Göre Rekabet Gücü Analizi

Ev ve mutfak eşyaları sektörüne dâhil edilen GTIP kodlarında 2015-2019 yılları arasında yapılan ithalat verilerine göre hesaplanan endeks değerleri Tablo 8’de sunulmaktadır.

**Tablo 8.** Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü RMA Değerleri

	2015	2016	2017	2018	2019
'392410	0,42	0,38	0,26	0,23	0,17
'392490	0,33	0,25	0,25	0,26	0,19
'441911	0,00	0,00	1,03	1,45	0,38
'441912	0,00	0,00	0,04	0,10	0,18
'441919	0,00	0,00	1,28	1,61	0,83
'441990	0,00	0,00	0,53	0,47	0,37
'691110	4,62	3,09	2,61	2,22	1,51
'691200	0,74	0,55	0,36	0,36	0,26
'701310	0,09	0,03	0,05	0,06	0,02
'701322	0,12	0,06	0,14	0,14	0,07
'701328	0,30	0,54	0,49	0,62	0,60
'701333	0,18	0,09	0,09	0,11	0,11
'701337	0,87	1,06	0,81	1,62	1,13
'701341	0,07	0,05	0,15	0,10	0,16
'701342	1,36	1,32	0,94	0,52	0,59
'701349	1,70	1,72	1,18	1,23	1,15
'732111	0,35	0,29	0,19	0,15	0,10
'732112	0,02	0,01	0,03	0,04	0,03
'732119	0,59	0,50	0,17	0,13	0,09
'732391	0,11	0,06	0,07	0,05	0,02
'732392	0,36	0,18	0,10	0,10	0,10
'732393	0,74	0,54	0,36	0,34	0,22
'732394	0,77	0,97	0,52	0,42	0,30
'732399	0,95	0,69	0,41	0,25	0,15
'741810	0,80	0,44	0,40	0,47	0,46
'761510	0,66	0,51	0,22	0,26	0,30
'821000	1,31	1,11	1,03	0,87	0,75
'821110	1,93	1,08	0,92	0,57	0,30
'821191	1,41	0,70	0,75	0,44	0,51
'821192	0,41	0,18	0,22	0,25	0,20
'821510	0,70	0,78	0,36	0,40	0,35
'821520	4,51	2,71	2,16	1,43	1,14
'821591	0,19	0,19	0,17	0,18	0,15
'821599	0,37	0,20	0,15	0,18	0,12
'850940	0,41	0,29	0,30	0,33	0,27
'850980	0,36	0,27	0,19	0,22	0,21
'851660	0,68	0,54	0,48	0,35	0,36
'851671	0,52	0,22	0,20	0,19	0,18
'851672	0,20	0,13	0,13	0,17	0,12
'851679	0,49	0,21	0,20	0,15	0,09

**Kaynak:** Trademap veri tabanından elde edilen verilerle tarafımızca hesaplanmıştır.

Vollrath tarafından geliştirilen RMA endeksine göre 2015-2019 yılları arasında ev ve mutfak eşyaları sektörünün alt gruplarından bazılarının endeks değerleri 1’in üzerinde yani rekabet dezavantajına sahip, bazı ürün grupları ise endeks değerleri 1’in altında olduğundan rekabet avantajına sahiptir. Yine de 36 üründe endeks değerleri 2019 yılında 1’in altında olduğundan rekabet avantajının ağırlıklı olduğunu göstermektedir.

Endeks değerlerinin 1'in üzerinde olduğu, rekabet dezavantajına sahip dört ürün ise şunlardır: Porselenden sofraya ve mutfak eşyası (691110), camdan diğer bardaklar (diğerlerinden) (701337), camdan sofraya/mutfak işlerinde kullanılan eşya (diğerlerinden) (701349), diğer maddelerden takım halinde mutfak ve sofraya eşyaları (821520).

### 5.3.4. Ürün Grubu Bazında RTA Endeksine Göre Rekabet Gücü Analizi

Ev ve mutfak eşyaları sektörüne dâhil edilen GTIP kodlarında 2015-2019 yılları arasında yapılan ithalat ve ihracat verilerine göre hesaplanan endeks değerleri Tablo 9'da sunulmaktadır.

**Tablo 9.** Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü RTA Değerleri

	2015	2016	2017	2018	2019
'392410	2,37	2,37	2,78	2,86	2,68
'392490	1,27	1,59	1,53	1,71	1,79
'441911	0,00	0,00	-0,84	-1,29	-0,16
'441912	0,00	0,00	-0,04	-0,10	-0,18
'441919	0,00	0,00	-1,05	-1,31	-0,49
'441990	0,00	0,00	0,32	0,29	0,54
'691110	-3,77	-2,05	-1,41	-1,01	-0,40
'691200	1,30	0,94	0,98	1,11	1,40
'701310	4,47	3,36	3,80	4,02	6,39
'701322	0,06	0,09	-0,07	-0,11	-0,04
'701328	8,58	7,86	7,10	7,38	5,42
'701333	1,05	0,18	0,08	0,37	1,06
'701337	7,06	5,65	5,63	4,15	3,56
'701341	0,34	0,09	0,19	0,24	0,63
'701342	3,94	4,57	4,93	4,25	3,88
'701349	4,61	4,50	4,33	3,91	4,26
'732111	6,57	6,41	6,61	7,16	7,98
'732112	0,03	0,07	0,04	0,03	0,04
'732119	-0,21	-0,07	0,30	0,31	0,26
'732391	0,07	0,27	0,12	0,06	0,05
'732392	1,15	1,67	1,35	0,86	1,07
'732393	2,24	2,30	2,32	2,47	2,22
'732394	2,31	1,59	1,73	2,25	2,90
'732399	1,40	1,50	1,71	1,91	2,12
'741810	5,86	4,60	4,00	3,08	3,11
'761510	2,30	2,39	3,27	3,84	3,60
'821000	-0,38	-0,16	0,40	0,11	0,16
'821110	-1,70	-0,91	-0,71	-0,37	-0,13
'821191	-1,15	-0,47	-0,53	-0,11	-0,24
'821192	-0,34	-0,06	-0,11	-0,13	0,00
'821510	0,48	0,11	0,61	0,41	0,58
'821520	-4,08	-2,25	-1,76	-0,96	-0,76
'821591	-0,13	-0,12	0,00	-0,09	0,04
'821599	-0,08	0,03	0,07	0,06	0,13
'850940	0,21	0,05	0,10	0,13	0,11
'850980	0,03	-0,12	-0,05	-0,08	-0,10
'851660	7,51	7,25	7,39	7,45	7,03
'851671	-0,21	0,04	0,09	0,11	0,09
'851672	-0,16	-0,10	-0,11	-0,14	-0,09
'851679	-0,23	0,04	0,16	0,46	0,35

**Kaynak:** Trademap veri tabanından elde edilen verilerle tarafımızca hesaplanmıştır.

Vollrath tarafından geliştirilen RTA endeksine göre 2015-2019 yılları arasında ev ve mutfak eşyaları

sektörünün alt gruplarından bazıları rekabet avantajına sahip, endeks değerleri pozitif, bazıları ise rekabet dezavantajına sahip endeks değerleri negatiftir. Buna göre 2019 yılı için listede yer alan 10 ürün grubu negatif değerde ve dezavantajlı durumda, 30 ürün grubu ise pozitif değerde ve rekabet avantajına sahiptir. 2018 yılında ise dezavantajlı ürün grubu sayısı 12 iken 2015 yılında 16 ürün grubunda sıfır ve negatif değer bulunması yıllar itibarıyla sektörün rekabet gücünün arttığını, daha fazla üründe rekabetçi konuma geçtiğini işaret etmektedir.

### 5.3.5. Ürün Grubu Bazında RC Endeksine Göre Rekabet Gücü Analizi

Ev ve mutfak eşyaları sektörüne dâhil edilen GTIP kodlarında 2015-2019 yılları arasında yapılan ithalat ve ihracat verilerine göre hesaplanan endeks değerleri Tablo 10'da sunulmaktadır.

**Tablo 10.** Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü RC Değerleri

	2015	2016	2017	2018	2019
'392410	1,89	1,98	2,44	2,58	2,83
'392490	1,58	1,98	1,97	2,02	2,35
'441911	-	-	-1,72	-2,19	-0,54
'441912	-	-	-2,36	-4,34	-3,81
'441919	-	-	-1,73	-1,68	-0,89
'441990	-	-	0,47	0,49	0,90
'691110	-1,69	-1,09	-0,78	-0,61	-0,31
'691200	1,01	1,00	1,33	1,40	1,86
'701310	3,98	4,67	4,40	4,22	5,56
'701322	0,38	0,94	-0,76	-1,59	-0,77
'701328	3,39	2,75	2,74	2,56	2,31
'701333	1,93	1,10	0,63	1,47	2,33
'701337	2,21	1,84	2,08	1,27	1,42
'701341	1,73	0,96	0,83	1,20	1,61
'701342	1,36	1,49	1,83	2,22	2,02
'701349	1,31	1,29	1,54	1,43	1,54
'732111	2,99	3,15	3,56	3,90	4,37
'732112	0,93	2,30	0,93	0,55	0,98
'732119	-0,43	-0,15	1,00	1,22	1,36
'732391	0,50	1,66	1,01	0,85	1,19
'732392	1,44	2,35	2,66	2,23	2,45
'732393	1,39	1,66	2,00	2,10	2,41
'732394	1,38	0,97	1,47	1,85	2,36
'732399	0,91	1,15	1,65	2,15	2,69
'741810	2,12	2,43	2,40	2,02	2,06
'761510	1,50	1,73	2,76	2,76	2,57
'821000	-0,34	-0,15	0,33	0,12	0,20
'821110	-2,10	-1,85	-1,51	-1,05	-0,58
'821191	-1,68	-1,12	-1,24	-0,28	-0,65
'821192	-1,69	-0,42	-0,66	-0,76	-0,01
'821510	0,52	0,14	0,99	0,71	0,98
'821520	-2,35	-1,77	-1,68	-1,11	-1,08
'821591	-1,13	-1,03	-0,02	-0,75	0,23
'821599	-0,23	0,12	0,40	0,27	0,74
'850940	0,41	0,16	0,28	0,34	0,35
'850980	0,07	-0,61	-0,27	-0,44	-0,59
'851660	2,49	2,66	2,79	3,11	3,03
'851671	-0,53	0,19	0,38	0,46	0,42
'851672	-1,54	-1,48	-2,30	-1,71	-1,45
'851679	-0,64	0,16	0,58	1,41	1,58

**Kaynak:** Trademap veri tabanından elde edilen verilerle tarafımızca hesaplanmıştır.

Vollrath tarafından geliştirilen RC endeksine göre 2015-2019 yılları arasında ev ve mutfak eşyaları sektörünün alt gruplarından bazıları rekabet avantajına sahip, endeks değerleri pozitif, bazıları ise rekabet dezavantajına sahip endeks değerleri negatiftir. Buna göre 2019 yılı için listede yer alan 11 ürün grubu negatif değerde ve dezavantajlı durumda, 29 ürün grubu ise pozitif değerde ve rekabet avantajına sahiptir. 2018 ve 2017 yıllarında ise dezavantajlı ürün grubu sayısı 12'dir. Dolayısıyla, yıllar itibariyle sektörün rekabet gücünün yavaş da olsa arttığını, daha fazla üründe rekabetçi konuma geçtiğini söyleyebiliriz.

## 6. SONUÇ

Ev ve mutfak eşyaları, her hanenin gelir durumuna göre tercih ettiği, hayatın olağan akışı içerisinde sürekli kullanılan günlük yaşam ürünleridir. Beslenme, ev içerisinde konfor yaratma gibi temel dürtülerle tüketiciler bu ürün grubuna talep göstermekte; kültürel özelliklere ve alışkanlıklara göre ürün özellikleri de değişebilmektedir. Dolayısıyla ev ve mutfak eşyaları sektörü tüm dünya pazarlarına hitap edebilecek geniş ürün yelpезesiyle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere ulaşmaktadır. Dünyada ev ve mutfak eşyaları toplam dış ticaret hacmi 2015 yılında 175,4 Milyar \$ iken 2019 yılında %15,28 artarak 207 Milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. Plastik, metal, çelik, alüminyum, bakır, cam, seramik gibi çok çeşitli girdilerden imal edilen ev ve mutfak eşyaları günün değişen tüketici alışkanlıkları ve ihtiyaçları doğrultusunda ürün geliştirmekte, gündelik yaşamı kolaylaştıran ürünlerle ticaretini canlı tutmaktadır. Türkiye'nin dünya dış ticaret hacmi içerisindeki payı ise 2019 yılı verilerine göre ihracatta %4,84, ithalatta ise %0,69'dur. Sektörün dış ticaret fazlası veren konumu, kapsamına giren ürün gruplarının yüksek rekabet gücünün bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

AKÜ endeksi 2019 yılı verilerine göre ev ve mutfak eşyaları sektörü içerisinde yer alan kırk ürün grubundan 18 tanesi karşılaştırmalı rekabet üstünlüğü avantajına sahiptir. Nispi Rekabet Üstünlüğü endeksi 2019 yılı verilerine göre ise ev ve mutfak eşyaları sektöründe yer alan 441911, 441912, 441919, 691110, 701322, 821110, 821191, 821192, 821520, 850980 ve 851672 GTIP kodunda yer alan ürünler rekabette dezavantajlıdır. Fakat yıllar itibariyle rekabet avantajına sahip olunan ürünlerin arttığı gözlemlenmiştir.

## KAYNAKÇA

- ADIGÜZEL, M. (2011). *Küresel Rekabet Gücü Türkiye için Sistemik ve Eklektik Bir Yaklaşım* (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayınevi.
- AKTAN, C. C. (2010). Türkiye'de Üretim ve İstihdama Yönelik Ulusal Rekabet Gücü Politikası. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 166-197.
- AKTAN, C. C. ve VURAL İ. Y. (2004). *Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri*. Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu.
- ALTAY, B. ve GÜRPINAR, K. (2008). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 10(1), 257-274.
- ATİK, H. (2005). *Yenilik ve Ulusal Rekabet Gücü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- BALASSA, B. (1965). Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 33(2), 99-123.
- BALTACI, H., BURGAZOĞLU, H. ve KILIÇ, S. (2012). Türkiye'nin Rekabetçi Sektörleri ve Trakya Bölgesi'nin Payı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 1-19.
- KARAASLAN, A. ve TUNCER, G. (2010). Uluslararası Rekabet Gücünün Artırılmasında Temel Devlet Politikaları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 23-45.
- KIVILCIM, F. (2013). Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinin Gelişmekte Olan Ülke Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 219-230.
- PORTER, M. E. (1990). New Global Strategies for Competitive Advantage. *Planning Review*, 18(3), 4-14.



RESMİ GAZETE (2019). *Ticaret Bakanlığından: Gümrük Genel Tebliği (Gümrük Tarife Cetveli Açıklama Notları)* (Seri No:6) Aralık, 30. Sayı: 30994 (Mükerrer) <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/12/20191230M2.pdf> (Erişim Tarihi: 06.06.2020)

SARIDOĞAN, E. (2010). *Mikroekonomi ve Makroekonomi Düzeyinde Küresel Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Stratejiler*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.

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

<https://www.euromonitor.com/> Euromonitor Veri Tabanı. (Erişim Tarihi: 20.04.2020)

<https://www.trademap.org/> ITC Trade Map Veri Tabanı. (Erişim Tarihi: 15.06.2020)

**Ek. Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü 6 Haneli GTIP Kodları ve Ürün Tanımları (2019)**

GTIP NO	ÜRÜN TANIMI
392410	Plastikten Sofra ve mutfak eşyası
392490	Plastikten diğer ev eşyası, sağlık veya tuvalet eşyası
441911	Ekmek tahtaları, kesme (doğrama) ve benzeri için tahtalar
441912	Çin usulü yemek çubukları
441919	Bambudan Olan Diğer Ahşap Mutfak ve Sofra Eşyaları
441990	Diğer Ahşap Mutfak ve Sofra Eşyaları
691110	Porselenden Sofra ve Mutfak Eşyası
691200	Seramikten sofa ve mutfak eşyası, diğer ev eşyası ve tuvalet eşyası
701310	Cam eşya (sofra, mutfak, tuvalet işleri için, cam seramiğinden)
701322	Camdan ayaklı bardak (kurşun kristalden)
701328	Camdan ayaklı bardak (diğerlerinden)
701333	Camdan diğer bardak (kurşun kristalden)
701337	Camdan diğer bardak (diğerlerinden)
701341	Camdan sofa/mutfak işlerinde kullanılan eşya (kurşun kristalden)
701342	Cam sofa/mutfak eşyası; ısıya dayanıklı
701349	Camdan sofa/mutfak işlerinde kullanılan eşya (diğerlerinden)
732111	Demir çelikten mamul, sıvı yakıtla çalışan pişirme gereçleri
732112	Demir/çelikten yemek pişirme cihazları; sıvı yakıtlı
732119	Demir/çelikten yemek pişirme cihazları; diğerleri, (katı yakıtlı cihazlar dâhil)
732391	Dökme demirden ev işlerinde kullanılan eşya (emaye yapılmamış)
732392	Dökme demirden ev işlerinde kullanılan eşya (emaye yapılmış)
732393	Paslanmaz çelikten, ev işlerinde kullanılan eşya
732394	Demir/çelikten (dökme hariç) ev işlerinde kullanılan emaye eşya
732399	Demir/çelikten ev işlerinde kullanılan diğer eşya
741810	Bakırdan sofa, mutfak ve diğer ev işlerinde kullanılan eşya ve bunların aksanı
761510	Alüminyumdan sofa, mutfak ve diğer ev işlerinde kullanılan eşya ve bunların aksanı
821000	Yiyecek/içecek hazırlamada kullanılan elle işleyen mekanik cihazlar (ağırlık;10 kg./az)
821110	Takım halinde bıçaklar; makinelere mahsus olanlar hariç
821191	Sabit Ağızlı Sofra Bıçakları
821192	Sabit ağızlı diğer bıçaklar
821510	Takım halinde mutfak ve sofa eşyası; en az biri gümüş veya altın kaplı
821520	Mutfak/sofra eşyası; diğer maddelerden takım halinde
821591	Mutfak/sofra eşyası; kıymetli metallerle kaplanmış
821599	Mutfak/sofra eşyası; diğer maddelerden
850940	Elektromekanik mutfak alet ve makineleri
850980	Ev işlerinde kullanılan elektrik motorlu diğer cihazlar
851660	Ev tipi elektrikli fırınlar, elektrikli ızgaralar, pişiriciler
851671	Kahve/çay yapmaya mahsus elektro termik cihazlar
851672	Ekmek kızartma makineleri
851679	Ev işlerinde kullanılan diğer elektro termik cihazlar