

Azerbaycan'ın İhracatında Uzmanlaşma ve Rekabet Yapısı: Türkiye İle Karşılaştırmalı Analiz

Birol ERKAN*

Naib ALAKBAROV**

ÖZ

Günümüz dünyasında ülkelerin en önemli amaçlarının küresel pazarlardaki rekabet güçlerini arttırmak olduğu şüphesizdir. Bu bağlamda, ülkeler ihracatlarını arttırmayı amaçlamakla birlikte, karşılaştırmalı üstünlüklerini belirleyerek belli ürünlerin ihracatında uzmanlaşmak, böylece uluslararası rekabet güçlerini arttırmak ve küresel katma değerden daha fazla pay almak istemektedirler. Bu çalışmada da, sözü edilen ülkelerden Azerbaycan ve Türkiye ele alınmıştır. Çalışmada, çeşitli açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayıları hesaplanmak suretiyle Azerbaycan ve Türkiye'nin ihracatındaki sektör uzmanlaşmaları tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, iki ülkenin uzmanlaşma ve rekabet yapısının farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Keza, Türkiye daha çok emek ve sermaye yoğun malların ihracatında uzmanlaşmış olmakla birlikte, Azerbaycan hammadde yoğun malların ihracatında uzmanlaşmış ve rekabet avantajı sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: İhracat, Uzmanlaşma, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayıları, Türkiye, Azerbaycan

Jel Sınıflandırması: F10, F13, O33

Specialization and Competitive Structure in Azerbaijan Export: Comparative Analysis With Turkey

ABSTRACT

In today's world, it is doubtless that the most important aims of the countries are to increase the competitiveness in the global markets. In this context, countries are seeking to increase their exports. In addition, countries are determined to have comparative advantages, to specialize in the export of certain products, to increase international competitiveness and to get more share from global added value. In this study, Azerbaijan and Turkey were discussed from the mentioned countries. In the study, sectoral specializations of exports of Azerbaijan and Turkey were determined by calculating various revealed comparative advantage coefficients. The results show that the specialization and competition structure of the two countries are different. Likewise, Azerbaijan is specialized and has a competitive advantage in the exports of raw material intensive goods, while Turkey is more specialized in the exports of labor and capital intensive goods.

Key Words: Export, Specialization, Revealed Comparative Advantage Coefficients, Turkey, Azerbaijan

Jel Classification: F10, F13, O33

GİRİŞ

Azerbaycan, bağımsızlığını ilan ettiği 18 Ekim 1991 tarihinden itibaren SSCB'nin dağılması ile birlikte uzmanlaşma ve işbölümüne dayalı ekonomik

* Doç. Dr., Uşak Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, birol.erkana@usak.edu.tr

** Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, naib.alakbarov@usak.edu.tr

yapılanmanı sona ermesiyle, üretim zorluklarıyla beraber Bağımsız Devlet Topluluğu pazarlarını da kaybetmiştir. Buna ilaveten, bağımsızlığının ilk yıllarında gerekli ekonomik reformları gerçekleştirememiş olması, devlet bütçesinin önemli bir bölümünü savaş için harcamak zorunda kalması ve topraklarının yüzde 20'sinin işgal edilerek 1 milyondan fazla nüfusunun göçmen durumuna düşmesi gibi olumsuzluklar Azerbaycan ekonomisini krize sürüklemiştir (Oğan, 2001: 57). Fakat aşağıda da ifade edildiği gibi, 1996 yılından itibaren ülke ekonomisi konjonktürün yükseliş dönemine geçmiştir.

Bu bağlamda değerlendirilecek olursa, bağımsızlık döneminde Azerbaycan ekonomisinin gelişimi kapsamlı şekilde ele alındığında, bu süreç dönemsel olarak şu aşamalara ayrılabilir: 1991-1996 yılları arası kriz dönemi, 1996-2004 yılları arası istikrar dönemi, 2004-2008 yılları arası yükseliş dönemi, 2008'den başlayarak nispi yavaşlama dönemi.

Azerbaycan'da 1991-1996 yılları arasında yüksek eksi ekonomik büyüme ve enflasyon, 1996-2004 yılları arasında istikrarlı ekonomik büyüme ve tek rakamlı enflasyon (hatta 1998-1999 yıllarında deflasyon), 2004-2008 yılları arasında dünyada ender rastlanan ekonomik büyüme ve çift rakamlı enflasyon, 2008'den itibaren ise dünya ekonomik konjonktüründeki daralmanın da etkisi ile, göreceli yavaşlama dönemi yaşanmıştır.

1991 yılından itibaren Azerbaycan'da makroekonomik gelişmelerin genel analizini yaptığımızda; bağımsızlığın ilk yıllarında ciddi makroekonomik dengesizliğin ortaya çıktığı, 1996 yılından itibaren ise IMF ile birlikte hazırlanarak uygulamaya konan Ekonomik ve Mali İstikrar Programı sonucu ekonomide istikrar dönemine geçildiği görülmektedir. 2004-2008 döneminde ise dünya ekonomisindeki gelişmelerin de etkisiyle petrol fiyatlarının yükselmesi ve ülkeye büyük hacimli sermaye akımının olması ile yükselme döneminin yaşandığını, 2008'den itibaren ise dünya ekonomik krizi ve petrol fiyatlarındaki ciddi düşüşün sonucu olarak bu sürecin belli bir yavaşlamaya geçtiğini görmekteyiz (Bağırzade, 2011: 278).

I. AZERBAIJAN EKONOMİSİNE İLİŞKİN GENEL DEĞERLENDİRME

2002-2008 döneminde Azerbaycan'ın her yıl çift haneli ekonomik büyüme kaydettiği görülmektedir. Özellikle 2006 yılında ülke ekonomisi tarihinin en yüksek ekonomik büyümesi yaşanmıştır. Bunun nedeni, yüksek petrol fiyatları ile birlikte yüksek petrol gelirlerinin elde edilmesi ve Bakü-Tiflis-Ceyhan boru hattının devreye girmesi olarak gösterilebilir. Şunu da ifade etmek gerekir ki, Azerbaycan petrol ve doğal gaz sektörlerinin etkisiyle düzenli olarak cari işlemler fazlası vermiştir (Deutsch-Aserbajdaischanische Auslandshandelskammer, 2015). Bununla birlikte, özellikle 2009 yılından itibaren ekonomik büyüme oranının düşük düzeylerde olduğu görülmektedir (Tablo 1). Burada da en büyük etken olarak 2008 yılı dünya ekonomik krizi ile birlikte dünya ekonomisinde görülen yavaşlama ve petrol fiyatlarının gerilemesi söylenebilir.

Döviz kurlarındaki gelişme incelendiğinde ise, Azerbaycan para birimi Manat'ın 1996 yılından itibaren (2015 yılına kadar) istikrarını koruduğu ve hatta

zamanla değer kazandığını söyleyebiliriz. Fakat özellikle petrol fiyatlarındaki gerilemenin etkisiyle Azerbaycan'da 21.02.2015 tarihinde devalüasyon kararı alınmış, 21.12.2015 tarihinde ise ikinci defa devalüasyona gidilerek ülkede dalgalı kura geçilmiştir.

Tablo 1. Azerbaycan'a İlişkin Bazı Makroekonomik Göstergeler

| Yıllar | GSYH (Cari, milyon \$) | GSYH (2010 Sabit) | Büyüme Hızı | KBGSYH (Cari, \$) | TÜFE (%) |
|--------|------------------------------|-------------------------|----------------|----------------------|-------------|
| 1990 | 8.858 | 22.326 | | 1.237 | |
| 1991 | 8.792 | 22.169 | -0,7 | 1.209 | |
| 1992 | 4.991 | 17.159 | -22,6 | 676 | -10,6 |
| 1993 | 3.973 | 13.195 | -23,1 | 530 | 1128 |
| 1994 | 3.314 | 10.596 | -19,7 | 436 | 1662,2 |
| 1995 | 3.052 | 9.346 | -11,8 | 397 | 411,8 |
| 1996 | 3.177 | 9.467 | 1,3 | 409 | 19,8 |
| 1997 | 3.963 | 10.016 | 5,8 | 506 | 3,7 |
| 1998 | 4.446 | 11.018 | 10 | 562 | -0,8 |
| 1999 | 4.581 | 11.833 | 7,4 | 574 | -8,5 |
| 2000 | 5.273 | 13.147 | 11,1 | 655 | 1,8 |
| 2001 | 5.708 | 14.448 | 9,9 | 704 | 1,5 |
| 2002 | 6.236 | 15.980 | 10,6 | 763 | 2,8 |
| 2003 | 7.276 | 17.769 | 11,2 | 884 | 2,2 |
| 2004 | 8.681 | 19.582 | 10,2 | 1.045 | 6,7 |
| 2005 | 13.245 | 24.751 | 26,4 | 1.578 | 9,7 |
| 2006 | 20.983 | 33.290 | 34,5 | 2.473 | 8,4 |
| 2007 | 33.050 | 41.629 | 25 | 3.851 | 16,6 |
| 2008 | 48.852 | 46.114 | 10,8 | 5.575 | 20,8 |
| 2009 | 44.291 | 50.454 | 9,4 | 4.950 | 1,4 |
| 2010 | 52.903 | 52.903 | 4,9 | 5.843 | 5,7 |
| 2011 | 65.952 | 52.938 | 0,1 | 7.190 | 7,9 |
| 2012 | 68.731 | 54.102 | 2,2 | 7.394 | 1 |
| 2013 | 73.560 | 57.238 | 5,8 | 7.812 | 2,4 |
| 2014 | 75.198 | 58.383 | 2 | 7.887 | 1,4 |
| 2015 | 53.047 | 59.025 | 1,1 | 5.496 | 4,2 |

Kaynak: <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators>

21 Şubat 2015'te Manat Euro karşısında yüzde 33,8, dolar karşısında yüzde 33,9 değer kaybetmiştir. Aynı şekilde, 21.12.2015 tarihinde de; Azerbaycan Manatı, Euro karşısında yüzde 47,88, dolar karşısında yüzde 47,63 değer kaybetmiştir.

Tablo 2. Azerbaycan'ın Dış Ticareti (milyon \$)

| Yıllar | İhracat | İthalat | Hacim | Denge |
|--------|---------|---------|--------|--------|
| 2002 | 2.304 | 1.823 | 4.127 | 481 |
| 2003 | 2.591 | 2.626 | 5.218 | -34 |
| 2004 | 3.614 | 3.504 | 7.118 | 109 |
| 2005 | 4.346 | 4.200 | 8.547 | 146 |
| 2006 | 6.372 | 5.264 | 11.636 | 1.107 |
| 2007 | 6.058 | 5.708 | 11.766 | 349 |
| 2008 | 47.756 | 7.163 | 54.919 | 40.592 |
| 2009 | 14.698 | 6.119 | 20.818 | 8.578 |
| 2010 | 21.278 | 6.597 | 27.875 | 14.681 |
| 2011 | 26.480 | 9.733 | 36.213 | 16.742 |
| 2012 | 23.827 | 9.642 | 33.469 | 14.185 |
| 2013 | 23.904 | 10.763 | 34.667 | 13.141 |
| 2014 | 21.752 | 9.179 | 30.931 | 12.573 |
| 2015 | 11.424 | 9.221 | 20.645 | 2.203 |

Kaynak: The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, <http://www.azstat.org/MESearch/details?lang=en&type=2&id=276&departament=4> (25.10.2016).

Ekonomi çevrelerinden yapılan değerlendirmelerde, devalüasyonun yapılmasının ve dalgalı kur sistemine geçilmesinin ardındaki en önemli sebeplerden birisi olarak ihracatta çeşitlendirmeye gitmek ve böylece petrol dışı sektörlerin gelişimini hızlandırmak şeklinde ifade edilmiştir (yukarıda da ifade edildiği gibi Azerbaycan'ın ihracat gelirleri içinde petrol gelirleri %85-90'larda olduğu görülmektedir).

A. Azerbaycan'da Petrol ve Doğal Gaz Üretimi

Bakü bölgesinde 20. yüzyılın başlarında petrol çıkartılmaya başlanan Azerbaycan, dünyada petrol üretiminin başladığı ilk ülkelerden birisidir. Yüzyılın ortalarına gelindiğinde Azerbaycan dünyanın başlıca petrol üreticilerinden birisi olmuştur. 1991 yılından itibaren Azerbaycan'ın bağımsızlığını kazanmasıyla birlikte özellikle ülkenin enerji sektörüne yüksek miktarlarda yabancı yatırım gelmeye başlamış ve üretim oranları hızla artmıştır.

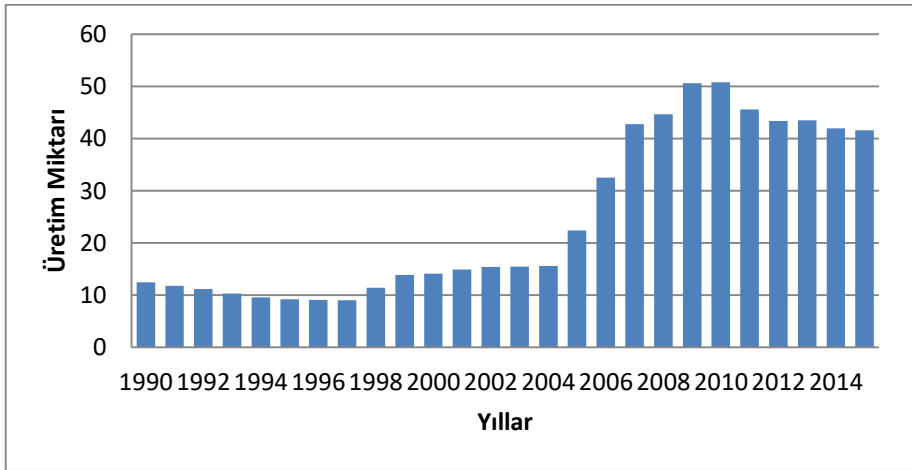
Azerbaycan petrolünü dünya pazarlarına ulaştıracak olan Bakü- Tiflis-Ceyhan Ham Petrol Boru Hattı'nın devreye girmesi nedeniyle Azerbaycan'ın petrol üretimi 2005 yılında ciddi bir şekilde artarak 22.4 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Üretim artışı sonraki yıllarda da devam etmiş ve 2006 yılında 32.5 milyon ton, 2007 yılında 42.8 milyon ton, 2008 yılında ise 44.7 milyon ton petrol üretilmiştir. 2009 yılında Azerbaycan, üretimini artırarak 50.6 milyon ton ve 2010

yılında ise 50.8 Milyon ton petrol üretimi gerçekleştirmiştir. 2011 yılında petrol üretimi düşerek 45,6 milyon ton olmuştur.

Azerbaycan'da doğalgaz üretiminde yaşanan gelişmelere baktığımızda, Şahdeniz doğalgaz yatağında 2007 yılında üretime başlanmasının önemli bir aşama olduğu görülmektedir. Özellikle bu gelişme ile birlikte Azerbaycan'ın doğalgazda ithalata olan bağımlılığı kırılmıştır. Ancak doğalgaz, Azerbaycan'ın ihracatında halen önemli yer tutmamaktadır. 2009 yılında Azerbaycan doğalgaz üretimi 23.6 milyar metreküplük bir seviyeye ulaşmıştır. 2010 yılında 26.3 milyar metreküplük üretim yapılmış, 2011 yılında ise Azerbaycan'da toplam 16,4 milyar metreküp doğalgaz üretilmiştir. 2015 yılında Azerbaycan'ın doğal gaz üretiminin 29.2 Milyar metreküpe ulaşmıştır. SOCAR'ın açıklamasına göre ise Azerbaycan'da halen 61 petrol ve doğalgaz yatağı aktif durumdadır. Yapılan açıklamada bunlara ilave olarak 40 yatak da keşfedilmeyi ve işlenmeyi beklemekte olduğu ifade edilmektedir (DEİK, 2013: 24).

Bu bağlamda, Azerbaycan'ın petrol ve doğalgaz gelirlerinin ne kadar sürdürülebilir olduğu konusunda yapılmış bazı çalışmalara da dikkat etmek gerekmektedir. Örneğin, uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Fitch'in hesaplamalarına göre, üretim 2009 yılı hızıyla devam ederse, Azerbaycan'daki petrol rezervlerinin 18 yılda tükeneceği öngörülmektedir. Bu süre Kazakistan için 54 yıldır.

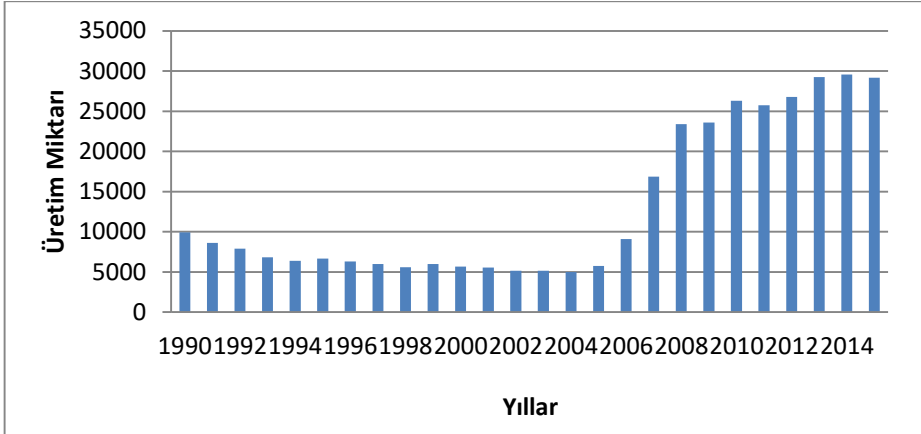
Grafik.1 Azerbaycan'ın Petrol Üretimi (milyon, ton)



Kaynak: SOCAR, İqtisadi və Statistik Göstəricilər, <http://socar.az/socar/az/economics-and-statistics/economics-and-statistics/oil-production> (26.10.2016). Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi, <http://www.dektmk.org.tr/incele.php?id=MTAz> (26.10.2016).

Fitch, Azerbaycan'da petrol üretiminin 2014 yılına kadar istikrarlı bir şekilde devam edeceğini, ancak daha sonra düşüşe geçeceğini ve bu nedenle birkaç yıl içerisinde Azerbaycan'ın yıllık büyüme oranlarının yüzde 2-3 seviyesine ineceğini bildirmektedir (DEİK, 2013: 23).

Grafik.2 Azerbaycan'ın Petrol Üretimi (milyon, m³)



Kaynak: http://www.stat.gov.az/source/balance_fuel/indexen.php (25.10.2016).

Tablo 1’de de görüldüğü gibi, bu öngörü neredeyse gerçekleşmiş ve Azerbaycan’da ekonomik büyüme oranları düşük seviyelere inmiştir. Bu da, hiç kuşkusuz Azerbaycan hükümetini üretimde ve ihracatta ürün çeşitlendirmesine gitmesini zorunlu kılmıştır.

II. AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK KATSAYILARI YARDIMIYLA İHRACAT REKABET GÜCÜNÜN ÖLÇÜLMESİ

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler düşüncesi ilk olarak Liesner (1958) tarafından ortaya atılmış, Balassa (1965) tarafından işlevsel hale getirilmiştir. İndeks, ülkenin belli bir sektör ihracatının toplam ihracatına oranının, aynı sektörün dünyadaki ihracatının dünya toplam ihracatına oranı olarak tanımlanabilir (Erkan, 2009: 5).

A. Balassa’nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (RCA) Katsayısı (Balassa İndeksi)

Balassa İndeksi, herhangi bir malın ülkenin toplam ihracatındaki payının, söz konusu malın dünyanın toplam ihracatındaki payına oranını ifade eder. Diğer bir ifadeyle Balassa İndeksi; ülkenin bir maldaki yurtiçi uzmanlaşmasını (RCA indeksinin payı), dünyanın uzmanlaşmasıyla karşılaştırır (Benigno, 2005: 6). “j” ülkesinin “t” döneminde “k” malı ihracatındaki rekabet gücünü gösteren (RCA) katsayıyı Balassa aşağıdaki gibi formüle etmiştir (Balassa, 1965: 99-123):

$$RCA_{kt}^j = \frac{X_{kt}^j / X_t^j}{X_{kt}^w / X_t^w}$$

RCA indeksinin pay kısmı, malın ulusal ihracattaki payını (%); payda kısmı ise, dünya toplam ihracatındaki payını temsil etmektedir (Mykhnenko, 2005:

27). İndeks değerinin 1'den büyük olması söz konusu ürün ihracatında ülkenin rekabet gücü olduğunu (Coxhead, 2007: 1109), diğer ifadeyle dünya ihracatı içindeki piyasa payının, dünya ihracatındaki ortalama payından büyük olduğunu gösterir (Hinloopen, 2004: 3).

Balassa indeksinin değeri 0 ile 1 arasında ise rekabet dezavantajı durumu söz konusudur. 1 ile 2 arasındaki değer zayıf, 2 ile 4 arasındaki değer orta, 4'den büyük değerler ise güçlü derecede rekabet gücünü ifade etmektedir (Hinloopen et al., 2001: 13):

B. Vollrath'ın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (RCA) Katsayısı (Vollrath İndeksi)

Vollrath (1991), Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısındaki eksiklikleri tespit etmiş, Balassa'nın RCA'sına alternatif bir takım yeni indeksler geliştirmiştir. Vollrath, Balassa indeksinde düzeltmeler yapmış, ülkenin verilerinin iki defa hesaplanmasını önlemiştir (Lederman, 2006: 47). Vollrath indeksi şu şekildedir:

$X_{k,t}^j \rightarrow$ "t" döneminde "k" malında (sektöründe) "j" ülkesinin ihracatı

$X_{-k,t}^j \rightarrow$ "t" döneminde "k" malı (sektörü) haricindeki "j" ülkesinin toplam ihracatı

$X_{k,t}^{-j} \rightarrow$ "t" döneminde $X_{k,t}^j$ hariç "k" malında (sektöründe) dünya ihracatı

$X_{-k,t}^{-j} \rightarrow$ "t" döneminde $X_{k,t}^j$ ve $X_{-k,t}^j$ haricinde dünya toplam ihracatı

$$RCA_{kt}^j = \frac{X_{kt}^j / X_{-kt}^j}{X_{kt}^{-j} / X_{-kt}^{-j}}$$

III. LİTERATÜR ÖRNEKLERİ

Çalışmanın en önemli amacı, literatürde Azerbaycan'ın ihracat rekabet gücüne ilişkin yapılan akademik çalışmaların kısıtlı sayıda olmasıdır. Bununla birlikte, bu çalışma, ihracatı yapılan tüm ürünler itibariyle, Azerbaycan'ın ihracat rekabet yapısının Türkiye ile kıyaslanması bakımından da önem ve farklılık arz etmektedir.

Az sayıda olsa da, Azerbaycan'ın ihracat rekabet gücüne ilişkin çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan birisi Zeki Bayramoğlu tarafından yapılmış, Azerbaycan ve Türkiye'nin tarım ürünleri ihracatının karşılaştırmalı üstünlükleri Balassa ve Vollrath indeksleri kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, her iki ülkenin de tarımsal dış ticarete genel olarak avantajlı olduklarını ortaya koymakla birlikte, Türkiye'nin üstünlüğü daha fazladır (Bayramoğlu, 2009: 738-751).

Lal K. Almas ve Nazim Uzbey Hacıyev de Balassa indeksiyle Azerbaycan'ın ihracatındaki karşılaştırmalı üstünlükleri ortaya koymaya çalışmıştır. Elde edilen sonuçlar, tarım ürünleri, işlenmiş tarım ürünleri ve petrol ürünleri ihracatında Azerbaycan'ın yüksek potansiyelini ortaya koymaktadır (Almas and Hacıyev, 2013: 1-27).

Hacer Simay Karaalp, Türkiye'nin dış ticaret rekabet gücünü Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkeleri ile kıyaslamıştır. Buna göre Türkiye'nin, söz konusu pazardaki rekabet gücü, dünya geneline oranla daha yüksektir. Bununla beraber, BDT ülkelerinin petrol ve doğal kaynaklara dayalı ürünlerin ihracatında yüksek rekabet gücü bulunmaktadır. Azerbaycan'ın son yıllarda söz konusu ürünlerin ihracat rekabet gücündeki azalma dikkat çekicidir (Karaalp, 2010: 315-321).

IV. AZERBAJYAN VE TÜRKİYE'NİN İHRACATINDAKİ REKABET GÜCÜ ANALİZİ

Çalışmada, Azerbaycan ve Türkiye'nin 2000-2014 yılları arası ihracatındaki rekabet gücünün ölçülebilmesi amacıyla 66 ürünün ihracatına ilişkin "Balassa İndeksi" ve "Vollrath İndeksi" hesaplanmıştır. Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısı, UN Statistics Office ve Standart International Trade Classification (SITC) 2 haneli verileri kullanılarak hesaplanmaktadır. Elde edilen skorların yıllar itibariyle gelişiminin sağlıklı bir şekilde ölçülebilmesi amacıyla, söz konusu 15 yıl ikiye bölünmüş, 2000-2007 ve 2008-2014 yıllarına ilişkin iki ayrı ortalama değerleri karşılaştırmalı analiz edilmiştir.

Ülkelerin sektörel ihracatındaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayıları "uygun ortalama" değerleri esas alınarak hesaplanmıştır (Erkan ve Batbaylı, 2017: 37). Uygun ortalama; bir serideki en yüksek ve en düşük değerlerin elemine edilerek kalan serilerin aritmetik ortalamasının alınmasını ifade eder (<http://www.statistics.com/resources/glossary/t/trimmean.php>). Yalnızca aritmetik ortalamasının kullanılması durumunda, bazı sektörlerin ihracat rakamlarının (dolayısı ile hesaplanan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarının) dönemsel olarak çok düşük veya çok yüksek olabildiği/olabileceği düşünülerek, değerlendirmenin daha sağlıklı olabilmesi için "uygun ortalama" hesaplanmıştır (Küçükkiremitçi, 2006: 11-12).

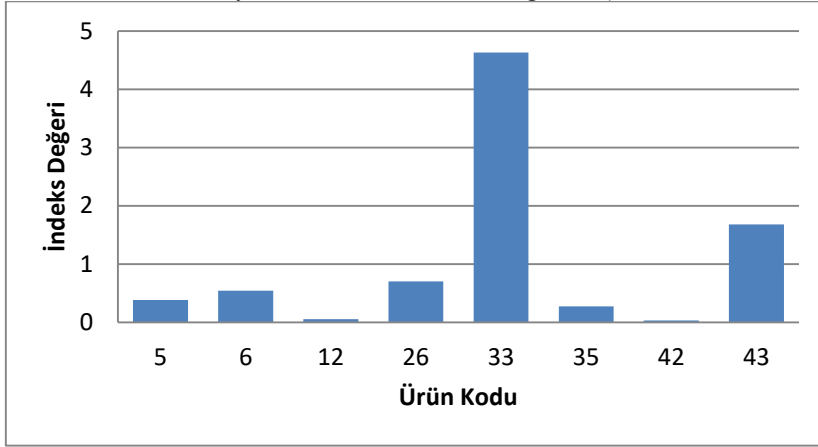
Bir sonraki adımda ise karşılaştırmalı üstünlüklerin/dezavantajın yıllara göre seyrini daha ayrıntılı bir şekilde analiz edebilmek ve uygun ortalama sapmaları ortaya koyabilmek amacıyla; açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarının standart sapma ve değişkenlik katsayısı değerleri hesaplanmıştır. Çalışmada, değişkenlik katsayısının (CV) marjinal değeri 15 olarak kabul edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, CV değeri 15'i aştıkça, sözü edilen ürünün rekabet gücünü gösteren skorların oynaklık derecesi artıyor denilebilir.

A. Azerbaycan'ın İhracat Rekabet Gücü Analizi

Azerbaycan'ın ihracatındaki rekabet gücünün analizinin yapılması amacıyla Vollrath ve Balassa indeksleri hesaplanmıştır.

Vollrath İndeksi Analizi;

SITC 2 haneli 66 ürünün ihracatına ilişkin Vollrath İndeksi analiz sonuçları incelendiğinde, Azerbaycan'ın sadece 8 ürünün ihracatında küresel pazarlarda rekabet üstünlüğü olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Azerbaycan, 33 kodlu "Petrol, petrolden elde edilen ürün" ve 43 kodlu "İşlenmiş sıvı, katı yağlar; mumlar" ihracatında güçlü derecede üstünlüğe sahiptir.

Grafik 3. Azerbaycan'ın Vollrath İndeks Değerleri (2000-2014 Ort.)

Azerbaycan'ın özellikle petrol ürünleri ihracatındaki skorun yüksekliği ve yıllar itibarıyla giderek artan bir trend içinde olması dikkat çekicidir. Azerbaycan'ın orta derecede rekabet üstünlüğüne sahip olduğu tek ürün 26 kodlu “Dokuma elyafı ve bunların artıkları”dır. Azerbaycan'ın küresel pazarlarda zayıf derecede rekabet üstünlüğünün bulunduğu ürünler 05 kodlu “Meyve ve sebzeler”, 06 kodlu “Şeker, şeker ürünleri ve bal”, 12 kodlu “Tütün ve tütün mamulleri”, 35 kodlu “Elektrik enerjisi” ve 42 kodlu “Hazırlanmış bitkisel sıvı ve katı yağ” şeklindedir.

Azerbaycan'ın ihracatındaki rekabet üstünlükleri faktör yoğunluğu bazında irdelendiğinde, üstünlüklerin tamamına yakınının hammadde yoğun ve işlenmemiş olduğu görülmektedir. Bu durum, Azerbaycan'ın ihracatının doğal kaynaklara bağımlı olduğunu, işlenmemiş mal ihracatının ağırlıkta olduğunu, üretim ve ihracatında katma değer yaratma sıkıntısını ortaya koymaktadır. Haliyle bu durum, Azerbaycan ithalatının da sermaye ve teknoloji yoğun olacağını göstermektedir.

Azerbaycan'ın ihracatındaki değişkenlik katsayıları incelendiğinde, tamamının çok yüksek olduğu görülmektedir. Azerbaycan'ın rekabet üstünlüklerinin oynaklığı, küresel pazarlardaki rekabet gücünün istikrarsızlığını göstermektedir.

Tablo 3. Azerbaycan'ın Vollrath İndeks Değerleri (2000-2014)

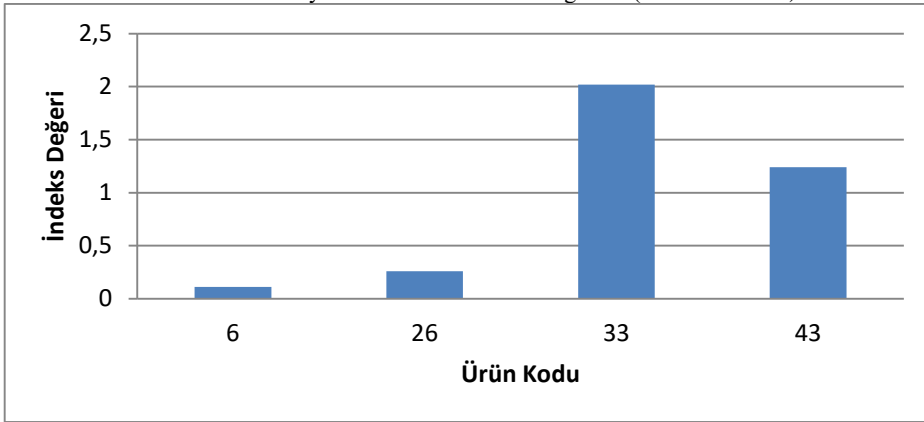
| Ürün Kodu | 2000-2007 ort. | 2008-2014 ort. | uygun ort. | LN | CV | ÜSTÜNLÜK DERECESESİ |
|-----------|----------------|----------------|------------|------|--------|-----------------------|
| 05 | 2,15 | 0,97 | 1,47 | 0,38 | 63,75 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 06 | 1,79 | 2,9 | 1,72 | 0,54 | 132 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 12 | 1,99 | 0,17 | 1,05 | 0,05 | 98,83 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 26 | 4,07 | 0,19 | 2 | 0,7 | 100,6 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 33 | 86,47 | 138,2 | 102,34 | 4,63 | 53,46 | GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK |
| 35 | 2,6 | 0,59 | 1,31 | 0,27 | 118,17 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 42 | 1,37 | 0,77 | 1,03 | 0,03 | 57,92 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 43 | 6,66 | 4,45 | 5,36 | 1,68 | 78,67 | GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK |

Kaynak: Comtrade verileri kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

Balassa İndeksi Analizi;

SITC 2 haneli 66 ürünün ihracatına ilişkin Balassa İndeksi analiz sonuçlarına göre, Azerbaycan 4 ürünün ihracatında rekabet üstünlüğüne sahiptir.

Grafik 4. Azerbaycan'ın Balassa İndeks Değerleri (2000-2014 Ort.)



Bununla birlikte, Azerbaycan, sadece 33 kodlu “Petrol, petrolden elde edilen ürün” grubunun ihracatında güçlü derecede üstünlüğe sahip olmaktadır (Vollrath indeksi sonuçları ile aynıdır). Ayrıca, Azerbaycan 43 kodlu “İşlenmiş sıvı, katı yağlar; mumlar” ihracatında orta derecede üstünlüğe sahiptir (Vollrath indeksi sonuçlarına göre ise güçlü üstünlük bulunmaktaydı).

Azerbaycan, 06 kodlu “Şeker, şeker ürünleri ve bal”, 26 kodlu “Dokuma elyafı ve bunların artıkları” ve 35 kodlu “Elektrik enerjisi” ihracatında zayıf derecede ihracat rekabet avantajına sahiptir (Vollrath indeksi sonuçları ile aynı olup, tek değişiklik 26 kodlu “Dokuma elyafı ve bunların artıkları” ihracatındadır).

Tablo 4. Azerbaycan'ın Balassa İndeks Değerleri (2000-2014)

| Ürün Kodu | 2000-2007 ort. | 2008-2014 ort. | uygun ort. | LN | CV | REKABET DERECESESİ |
|-----------|----------------|----------------|------------|------|--------|-----------------------|
| 06 | 1,75 | 2,87 | 1,11 | 0,11 | 130,62 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 26 | 4,02 | 0,19 | 1,29 | 0,26 | 100,05 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 33 | 13,07 | 10,17 | 7,54 | 2,02 | 19,81 | GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK |
| 43 | 6,59 | 4,42 | 3,46 | 1,24 | 78,41 | ORTA ÜSTÜNLÜK |

Kaynak: Comtrade verileri kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

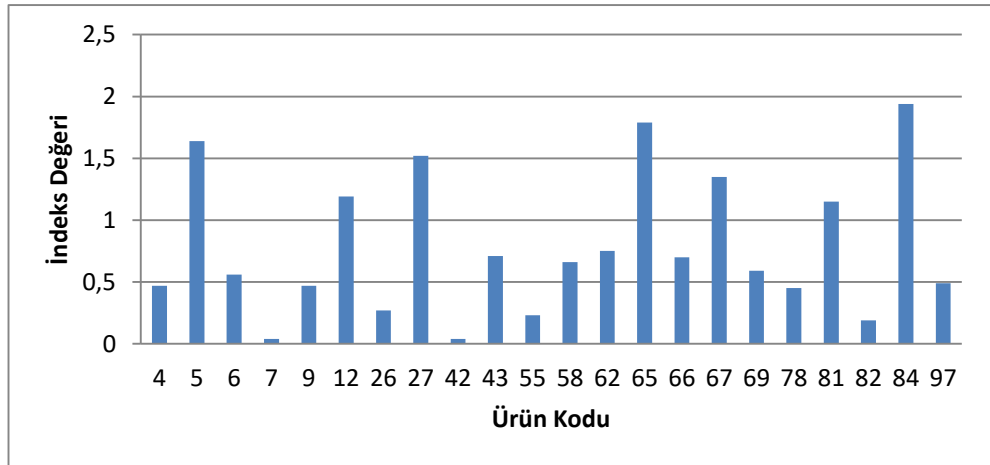
B. Türkiye'nin İhracatındaki Rekabet Gücü Analizi

Türkiye'nin ihracatındaki rekabet gücünün analizinin yapılması amacıyla Vollrath ve Balassa indeksleri hesaplanmıştır.

Vollrath İndeksi Analizi;

SITC 2 haneli 66 ürünün ihracatına ilişkin Vollrath İndeksi analiz sonuçları incelenmiştir. Türkiye'nin 22 ürünün ihracatında küresel pazarlarda rekabet üstünlüğü olduğu görülmektedir.

Grafik 5. Türkiye'nin Vollrath İndeks Değerleri (2000-2014 Ort.)



Buna ilaveten, Türkiye, 4 ürünün (05 kodlu “Meyve ve sebzeler”, 27 kodlu “Ham gübre ve madenler (kömür, petrol ve değerli taşlar hariç), 65 kodlu “Diğer tekstil iplik, kumaş” ve 84 kodlu “Giyim eşyası ve bunların aksesuarları”) ihracatında güçlü derecede rekabet üstünlüğüne sahiptir.

Tablo 5. Türkiye'nin Vollrath İndeks Değerleri (2000-2014)

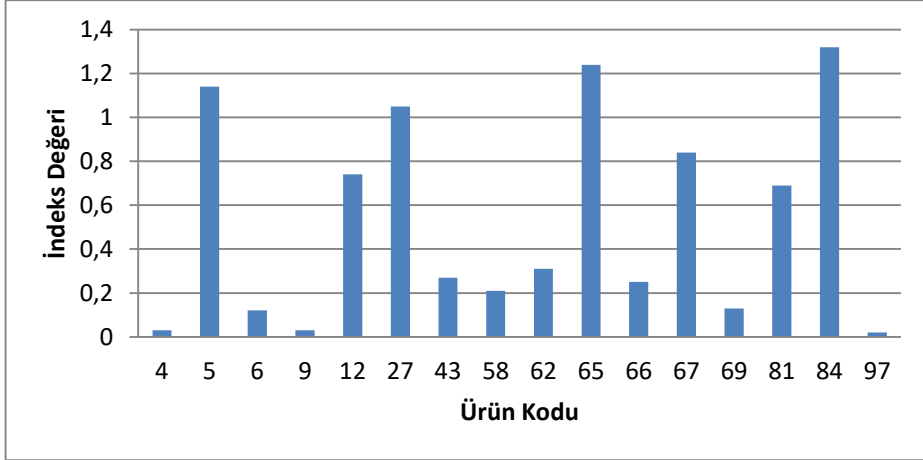
| Ürün Kodu | 2000-2007 ort. | 2008-2014 ort. | uygun ort. | LN | CV | REKABET DERECESESİ |
|-----------|----------------|----------------|------------|------|--------|--------------------|
| 04 | 1,42 | 1,79 | 1,6 | 0,47 | 23,07 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 05 | 5,77 | 4,63 | 5,18 | 1,64 | 16,08 | GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK |
| 06 | 2,32 | 1,39 | 1,75 | 0,56 | 52,13 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 07 | 1,13 | 0,94 | 1,04 | 0,04 | 11,27 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 09 | 1,55 | 1,64 | 1,59 | 0,47 | 9,99 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 12 | 3,89 | 2,85 | 3,29 | 1,19 | 24,98 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 26 | 1,62 | 1,09 | 1,31 | 0,27 | 27,56 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 27 | 3,48 | 6,1 | 4,58 | 1,52 | 35,44 | GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK |
| 42 | 1,29 | 0,86 | 1,04 | 0,04 | 49,07 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 43 | 1,43 | 2,85 | 2,03 | 0,71 | 59,03 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 55 | 1,26 | 1,29 | 1,26 | 0,23 | 11,03 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 58 | 1,46 | 2,48 | 1,93 | 0,66 | 29,82 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 62 | 2,09 | 2,19 | 2,13 | 0,75 | 5,92 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 65 | 6,3 | 5,7 | 5,97 | 1,79 | 7,64 | GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK |
| 66 | 2,01 | 2,06 | 2,02 | 0,7 | 8,87 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 67 | 3,72 | 4,02 | 3,87 | 1,35 | 11,65 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 69 | 1,5 | 2,13 | 1,8 | 0,59 | 19,93 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 78 | 1,32 | 1,79 | 1,57 | 0,45 | 27,34 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 81 | 3,05 | 3,18 | 3,15 | 1,15 | 19,38 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 82 | 0,94 | 1,52 | 1,22 | 0,19 | 27,39 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 84 | 8,67 | 5,31 | 6,93 | 1,94 | 28,6 | GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK |
| 97 | 0,7 | 3,02 | 1,64 | 0,49 | 101,83 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |

Kaynak: Comtrade verileri kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

Türkiye'nin, aynı zamanda, 6 ürünün (12 kodlu "Tütün ve tütün mamulleri", 43 kodlu "İşlenmiş sıvı, katı yağlar; mumlar", 62 kodlu "Kauçuktan eşya", 66 kodlu "Diğer metal olmayan eşyalar", 67 kodlu "Demir ve çelik" ve 81 kodlu "Prefabrik yapılar; sıhhi su tesisatı, ısıtma ve sabit aydınlatma cihazları") orta derecede üstünlüğü bulunmaktadır.

Balassa İndeksi Analizi;

SITC 2 haneli 66 ürünün ihracatına ilişkin Balassa indeksi analiz sonuçları incelendiğinde, Türkiye'nin 16 ürünün ihracatında küresel pazarlarda rekabet üstünlüğü olduğu görülmektedir. Vollrath indeksi ile karşılaştırıldığında, Türkiye'nin hiçbir ürünün ihracatında güçlü üstünlüğünün bulunmadığı görülmektedir.

Grafik 6. Türkiye'nin Balassa İndeks Değerleri (2000-2014 Ort.)

Vollrath indeks sonuçlarında güçlü üstün olarak gösterilen ürün gruplarının tamamı Balassa indeks sonuçlarında orta derece üstün olarak görülmektedir.

Bu ürünler, 05 kodlu “Meyve ve sebzeler”, 27 kodlu “Ham gübre ve madenler (kömür, petrol ve değerli taşlar hariç), 65 kodlu “Diğer tekstil iplik, kumaş” ve 84 kodlu “Giyim eşyası ve bunların aksesuarları” şeklindedir.

Tablo 6. Türkiye'nin Balassa İndeks Değerleri (2000-2014)

| Ürün Kodu | 2000-2007 ort. | 2008-2014 ort. | uygun ort. | LN | CV | REKABET DERECESESİ |
|-----------|----------------|----------------|------------|------|-------|-----------------------|
| 04 | 1,41 | 1,77 | 1,03 | 0,03 | 22,56 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 05 | 5,35 | 4,34 | 3,13 | 1,14 | 15,21 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 06 | 2,29 | 1,38 | 1,13 | 0,12 | 51,07 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 09 | 1,54 | 1,63 | 1,03 | 0,03 | 9,85 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 12 | 3,79 | 2,8 | 2,09 | 0,74 | 24,32 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 27 | 3,4 | 5,79 | 2,87 | 1,05 | 33,55 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 43 | 1,42 | 2,8 | 1,31 | 0,27 | 58,06 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 58 | 1,45 | 2,43 | 1,23 | 0,21 | 29,03 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 62 | 2,06 | 2,15 | 1,36 | 0,31 | 5,71 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 65 | 5,56 | 5,16 | 3,47 | 1,24 | 6,11 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 66 | 1,97 | 2,01 | 1,28 | 0,25 | 8,46 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 67 | 3,45 | 3,66 | 2,31 | 0,84 | 10,69 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 69 | 1,48 | 2,06 | 1,14 | 0,13 | 19,03 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |
| 81 | 2,98 | 3,1 | 2 | 0,69 | 18,85 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 84 | 6,91 | 4,71 | 3,76 | 1,32 | 22,18 | ORTA ÜSTÜNLÜK |
| 97 | 0,7 | 2,84 | 1,02 | 0,02 | 97,94 | ZAYIF ÜSTÜNLÜK |

Kaynak: Comtrade verileri kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

C. Karşılaştırmalı Analiz

Türkiye ve Azerbaycan'ın ihracatındaki rekabet üstünlükleri karşılaştırmalı bir şekilde analiz edildiğinde, Türkiye'nin belirgin bir şekilde daha fazla ürünün ihracatında rekabet gücünün bulunduğu görülmektedir.

Türkiye, Vollrath indeksi sonuçlarına göre, 22 ürünün ihracatında rekabet üstünlüğüne sahiptir. Azerbaycan ise aynı indeks sonuçlarına göre 8 ürünün ihracatında üstündür. Bununla birlikte, Türkiye'nin üstünlüklerinden 4'ü, Azerbaycan'ın üstünlüklerinden ise 2'si güçlü derecededir.

Türkiye ve Azerbaycan'ın ihracat rekabet gücü, ürünlerin faktör yoğunluğu bazında analiz edildiğinde ve karşılaştırıldığında, Türkiye'nin ihracatındaki faktör çeşitlendirmesi dikkat çekmektedir. Keza, Vollrath indeksi sonuçlarına göre, Türkiye'nin küresel pazarlardaki rekabet avantajı gerek katma değeri düşük hammadde ve emek, gerekse katma değeri nispi olarak yüksek sermaye ve ar-ge (teknoloji) yoğun şekilde gerçekleştirilmektedir. Azerbaycan'ın ihracatında rekabet gücü olan ürünlerin faktör donanımı incelendiğinde, hammadde yoğun ürünlerin ağırlığı göze çarpmaktadır.

Tablo 7. Türkiye ve Azerbaycan'ın İhracat Rekabet Avantajı Olan Ürünler (Faktör Yoğunluklarına Göre, Vollrath Endeksi)

| TÜRKİYE | | | AZERBAIJAN | | |
|---|----------|------------------|-------------------------------------|----------|------------------|
| Ürün | Üstünlük | Faktör Yoğunluğu | Ürün | Üstünlük | Faktör Yoğunluğu |
| Hububat ürünleri | ZA YIF | HAMMADDE | Meyve ve sebzeler | ZA YIF | HAMMADDE |
| Meyve ve sebzeler | GÜÇLÜ | HAMMADDE | Şeker, bal... | ZA YIF | HAMMADDE |
| Şeker, bal... | ZA YIF | HAMMADDE | Tütün, mamulleri | ZA YIF | SERMA YE |
| Kahve, çay, kakao, baharat ve ürünleri | ZA YIF | HAMMADDE | Dokuma elyafı ve bunların artıkları | ORTA | EMEK |
| Çeşitli yenilebilir ürünler | ZA YIF | HAMMADDE | Petrol, petrolden elde edilen ürün | GÜÇLÜ | HAMMADDE |
| Tütün, mamulleri | ORTA | SERMA YE | Elektrik enerjisi | ZA YIF | SERMA YE |
| Dokuma elyafı ve bunların artıkları | ZA YIF | EMEK | Bitkisel sıvı ve katı yağ | ZA YIF | HAMMADDE |
| Ham gübre ve madenler | GÜÇLÜ | HAMMADDE | İşlenmiş sıvı, katı yağlar; mumlar | GÜÇLÜ | HAMMADDE |
| Bitkisel sıvı ve katı yağ | ZA YIF | HAMMADDE | | | |
| İşlenmiş sıvı, katı yağlar; mumlar | ORTA | HAMMADDE | | | |
| Uçucu yağlar, parfüm, kozmetik, | ZA YIF | SERMA YE | | | |
| İlk şekilde olmayan plastikler | ZA YIF | AR-GE | | | |
| Kauçuktan eşya | ORTA | SERMA YE | | | |
| Diğer tekstil iplik, kumaş | GÜÇLÜ | EMEK | | | |
| Diğer metal olmayan eşyalar | ORTA | EMEK | | | |
| Demir ve çelik | ORTA | SERMA YE | | | |
| Madenden mamul eşya | ZA YIF | EMEK | | | |
| Motorlu kara taşıtları | ZA YIF | SERMA YE | | | |
| Prefabrik yapılar; sıhhi su tesisatı... | ORTA | EMEK | | | |
| Mobilya; yatak takımı, yastıklar | ZA YIF | EMEK | | | |
| Giyim eşyası ve aksesuarları | GÜÇLÜ | EMEK | | | |
| Altın, parasal olmayan | ZA YIF | BELİRSİZ | | | |

Kaynak: Comtrade verileri kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

SONUÇ

Bağımsızlığını ilan etmesinden bu yana, Azerbaycan, gerek ekonomik büyüme hızı gerekse ihracat ve diğer göstergeler bağlamında istikrarlı bir gelişme gösterememiş, ekonomik kalkınması küresel konjonktürdeki gelişmelere (resesyon, canlılık) bağlı olarak değişim göstermiştir. Azerbaycan ekonomisinin bu volatil yapısı ülkenin kalkınmasında en önemli engellerden birisi olarak karşısına çıkmıştır.

Çalışmada, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (Balassa ve Vollrath indeksi) yaklaşımıyla Azerbaycan'ın küresel pazarlardaki üstünlükleri ürün

bazında ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, elde edilen skorlar, kendisinden daha büyük ve gelişmiş bir ekonomi olan Türkiye ile karşılaştırılmıştır. İhracat uzmanlaşma ve rekabet gücünü ortaya koyabilmek amacıyla yapılan bu çalışmadan elde edilen bulgular; hem Azerbaycan'ın hem de Türkiye'nin ihracat rekabet gücünün küresel ölçekte dikkate alındığında yüksek olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte, Türkiye'nin ihracat rekabet gücü (karşılaştırmalı üstünlüğü) olan ürün çeşidi Azerbaycan'a göre çok daha fazladır. Ayrıca, Türkiye'nin üstünlükleri sadece belli ürün gruplarında yoğunlaşmamış, nispeten çeşitlendirilmiştir. Zira Türkiye, gerek hammadde gerekse emek ve sermaye yoğun (çok yetersiz de olsa ar-ge bazlı) ürünlerin ihracatında uzmanlaşmış, küresel pazarlarda ihracat rekabet avantajı elde etmiştir.

Azerbaycan'ın küresel pazarlardaki hâkimiyeti Türkiye'ye göre çok daha düşük düzeydedir. Keza, Azerbaycan'ın yurtiçi uzmanlığı ve dolayısıyla ihracat rekabet gücü olan ürünler Türkiye'ye göre daha az çeşitlidir. Ayrıca, Azerbaycan genellikle hammadde yoğun ürünlerin ihracatında rekabet gücüne sahiptir.

Çalışmada yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular, Azerbaycan'ın ve Türkiye'nin üretim ve ihracatında ileri teknoloji gerektiren ürünlerin kıtlığını ve dolayısıyla katma değer sorunun varlığını ortaya koymaktadır. Üretim ve ihracattaki hammadde ve emek yoğun donanımın hâkimiyetinin ortaya çıkardığı bu sorunun her iki ülkenin de dış ticaret hadlerini bozucu etkiye yol açtığı ve küresel pazarlık gücünü azalttığı aşikârdır. Söz konusu sorunun Azerbaycan ekonomisi açısından çok daha rahatsız edici bir düzeyde olduğu söylenebilir. Bu perspektifte, her iki ülkenin de küresel pazarlarda daha etkili birer aktör olabilmesi, ithalatta dışa bağımlılığı azaltabilmesi, dış satım gelirlerini arttırabilmesi, dış ticaret hadlerini lehlerine çevirebilmesi açısından, ar-ge ve teknoloji odaklı bir sanayileşme politikasını benimsemesi ve talebin gelir esnekliği yüksek ürünler ihraç etmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Almas, L.K. and Hajiyev, N.U. (2013). "Azerbaijan's Current and Potential Comparative Advantage: An Exploratory Study", *International Conference on Policy Modeling (EcoMod 2013)*, Prague, Czech Republic, July 1-3, 1-27.
- Bağırzade E. R. (2011). "Bağımsızlığının 20. Yılında Azerbaycan Cumhuriyeti Ekonomisi", *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Güz (15), 277-312.
- Balassa B. (1965). "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage", *The Manchester School of Economic and Social Studies*, Vol:33, No:2, 99-123.
- Bayramoğlu, Z. (2009). "Türkiye ve Azerbaycan Arasında Tarımsal Ürünlerin Dış Ticaret Potansiyeli ve Karşılaştırmalı Üstünlükleri", *Journal of Azerbaijani Studies*, <http://jhss-khazar.org/wp-content/uploads/2010/06/Turkiye-Ve-Azerbaycan-Arasinda-Tarimsal-Urunlerin-Dis-Ticaret-Potansiyeli-Ve-Karsilastirmali-Ustunlukleri.pdf>, (Erişim Tarihi: 18.06.2017), 738-751.
- Beningo S. (2005). "Trade and Transportation Between the United States and China, and Between the United States and India", *2006 Conference of the Society of Government Economists*, 27 October 2005, Washington.
- Coxhead I. (2007). "A New Resource Curse? Impacts of China's Boom on Comparative Advantage and Resource Dependence in Southeast Asia", *World Development*, Vol:35, No:7, 1099-1119.

- Cutrini E. (2005). "The Balassa Indeks Meets the Theil Index: A Decomposition Methodology for Logation Studies", <http://www-sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa05/papers/123.pdf> (Erişim Tarihi:01.01.2017), 1-23.
- DEİK, <https://www.deik.org.tr/uploads/azerbaycan-nisan-2013.pdf> (25.10.2016)
- Deutsch-Aserbaidşchanische Auslandshandelskammer (2015). Windenergie und Netzintegration in Aserbaidşchan, **Baku.** https://www.export-erneuerbare.de/EEE/Redaktion/DE/Downloads/Publikationen/AHK_Zielmarktanalysen/z_ma_aserbaidşchan_2015_wind.pdf?__blob=publicationFile&v=5 (Erişim Tarihi: 28.10.2016), 1-83.
- Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (2012). Azerbaycan Ülke Bülteni, https://www.deik.org.tr/KonseyIcerik/4078/Azerbaycan_%C3%9Cİke_B%C3%BCİteni.html (Erişim Tarihi: 06.11.2016), 1-33.
- Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi, <http://www.dektmk.org.tr/incele.php?id=MTAz> (Erişim Tarihi: 26.10.2016).
- Erkan, B ve Batbaylı, Ş. (2017). "Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü (KEİ) Üyesi Ülkelerin Küresel Pazarlardaki Karşılaştırmalı Üstünlükleri", *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 5 (Özel Sayı Nisan 2017), 47-65.
- Erkan, B. (2016). "Türkiye'nin Canlı Hayvan, Et ve Deniz Ürünleri İhracatındaki Rekabet Gücünün Analizi", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 7, 1843-1864.
- Erkan, B. (2009). "Ülkelerin İhracat Performanslarının Belirlenmesinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlüklerinin Kullanılması: Yükselen Ekonomiler Örneği", *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa, 1-573.
- Hinloopen, J. And van Marrewijk, C. (2004). "PP plots and the Harmonic Mass index: an application to comparative advantage", *30 July 2004 Seminar at the University of Adelaide*, Australia, 1-22.
- Hinloopen, J., van Marrewijk, C. (2001). "On the empirical distribution of the Balassa Index", *Review of World Economics*, Vol:137, No:1, 1-35.
- Investment international Rating Assigned first time to Azerbaijan, <http://www.abc.az/eng/news/45159.html> (Erişim Tarihi: 29.10.2016).
- İqtisadi və Statistik Göstəricilər, <http://socar.az/socar/az/economics-and-statistics/economics-and-statistics/oil-production> (Erişim Tarihi: 26.10.2016).
- Karaalp, H.S. (2010). "Competitiveness of Turkey in Eurasia: A Comparison with CIS Countries", *International Conference On Eurasian Economics*, İstanbul, 315-321.
- Küçükkiremitçi O. (2006). "Sanayi Sektörünün Dış Ticaret Performansının Rekabet Gücüne Göre Değerlendirilmesi (1995-2005 Dönemi)" (*Sunum, T.C. İnönü Üniversitesi İ.İ.B.F. Ulusal Bağımsızlık İçin Türkiye İktisat Politikaları Kurultayı*, Malatya, Haziran 13-16, 2006), 1-25.
- Lederman, D. (2006). "Latin America's Trade Specialization and China and India's Growth", <http://siteresources.worldbank.org/INTLACOFFICEOFCE/Resources/LACspecializationpattern.pdf> (Erişim Tarihi:13.12.2008), 1-33.
- Mykhnenko V. (2005). "What Type of Capitalism in Eastern Europe? Institutional Structures, Revealed Comparative Advantages, and Performance of Poland and Ukraine", *Centre for Public Policy for Regions (CPPR) Discussion Paper*, No:6, September 2005, 1-39.
- Oğan S. (2001). Azerbaycan'ın Tanımlanamayan Ekonomisi ve Türkiye ile Ekonomik İlişkileri, *Avrasya Dosyası, Azerbaycan Özel*, İlkbahar 2001, Cilt: 7, Sayı 1. <http://www.21yyte.org/assets/uploads/files/056-85%20sinan.PDF> (Erişim Tarihi: 02.01.2016), 56-85.
- The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, http://www.stat.gov.az/source/balance_fuel/indexen.php (25.10.2016).
- The State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan, <http://www.azstat.org/MESearch/details?lang=en&type=2&id=276&departament=4> (25.10.2016).

Vollrath, T. L. (1991). "A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 130, 265-280.

Yılmaz B. and Ergun S. J. (2003). "The Foreign Trade Pattern and Foreign Trade Specialization of Candidates of The European Union", *Ezoneplus Working Paper*, Fifth Framework Programme-European Commission, 19, 74-100.

<http://www.statistics.com/resources/glossary/t/trimmean.php> (25.10.2016)

<http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators> (25.10.2016)

EK -Tablo 9. SITC Rev3 2 Hane Ürün Grupları

| SITC | ÜRÜN GRUPLARI | SITC | ÜRÜN GRUPLARI |
|------|--|------|--|
| 00 | Canlı hayvanlar | 56 | Gübreler (272. grubun dışındakiler) |
| 01 | Et ve et ürünleri | 57 | İlk şekildeki plastikler |
| 02 | Süt, süt ürünleri ve yumurtalar | 58 | İlk şekilde olmayan plastikler |
| 03 | Balıklar ve diğer deniz ürünleri | 59 | Başka yerlerde belirtilmeyen kimyasal maddeler ve ürünler |
| 04 | Hububat, hububat ürünleri | 61 | Başka yerde belirtilmeyen işlenmiş deri ve kürkleri |
| 05 | Meyve ve sebzeler | 62 | Kauçuktan eşya |
| 06 | Şeker, şeker ürünleri ve bal | 63 | Mantar ve ahşap eşya (mobilya hariç) |
| 07 | Kahve, çay, kakao, baharat ve ürünleri | 64 | Kağıt, karton ve kağıt hamurundan eşya |
| 08 | Hayvanlar için gıda maddeleri | 65 | Diğer tekstil iplik, kumaş, şekil ver. mens |
| 09 | Çeşitli yenilebilir ürünler | 66 | Diğer metal olmayan eşyalar |
| 11 | İçkiler | 67 | Demir ve çelik |
| 12 | Tütün ve tütün mamulleri | 68 | Demir ihtiva etmeyen madenler |
| 21 | İşlenmemiş kösele, deri ve kürk | 69 | Başka yerde belirtilmeyen madenden mamul eşya |
| 22 | Yağlı tohumlar, yağ veren meyveler | 71 | Güç üreten makineler ve araçlar |
| 23 | Ham kauçuk | 72 | Belirli sanayiler için özel makineler |
| 24 | Mantar, odun ve kereste | 73 | Metal işleme makineleri |
| 25 | Kağıt hamuru ve kullanılmış kağıt | 74 | Diğer genel endüstri makine/cihazların aksamları |
| 26 | Dokuma elyafı ve bunların artıkları | 75 | Büro ve otomatik veri işleme makineleri |
| 27 | Ham gübre ve madenler (kömür, petrol ve değerli taşlar hariç) | 76 | Haberleşme, ses kaydetme ve sesi tekrar vermeye yarayan cihaz ve araçlar |
| 28 | Metal cevheri, döküntüleri, hurdaları | 77 | Elektrik makineleri, cihazları ve aletleri, vb. aksam, parçaları |
| 29 | Başka yerde belirtilmeyen işlenmemiş hayvani, bitkisel ürünler | 78 | Motorlu kara taşıtları |
| 32 | Taş kömürü, kok kömürü ve biriket kömürü | 79 | Diğer taşıt araçları |
| 33 | Petrol, petrolden elde edilen ürün | 81 | Prefabrik yapılar; sıhhi su tesisatı, ısıtma ve sabit aydınlatma cihazları |
| 34 | Doğal gaz ve mamul gaz | 82 | Mobilya; yatak takımı, yastıklar |
| 35 | Elektrik enerjisi | 83 | Seyahat eşyası, el çantaları vb. taşıyıcı eşya |
| 41 | Hayvansal sıvı ve katı yağlar | 84 | Giyim eşyası ve bunların aksesuarları |
| 42 | Hazırlanmış bitkisel sıvı ve katı yağ | 85 | Ayakkabılar |
| 43 | İşlenmiş sıvı, katı yağlar; mumlar | 87 | Başka yerde belirtilmeyen mesleki, ilmi, kontrol alet ve cihazlar |
| 51 | Organik kimyasal ürünler | 88 | Fotograf malzemesi, optik eşya, saatler |
| 52 | İnorganik kimyasal ürünler | 89 | Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamul eşyalar |
| 53 | Debagat ve boyacılıkta kull. ürün | 93 | Herhangi bir sınıflandırmaya tabi olmayan özel işlemler ve mallar |
| 54 | Tıp ve eczacılık ürünleri | 96 | Tedavülde olmayan metal paralar (altın olanlar hariç) |
| 55 | Uçucu yağlar, parfüm, kozmetik, tuvalet müstahzarları | 97 | Altın, parasal olmayan (altın madeni hariç) |

Kaynak: COMTRADE veri tabanı.

SUMMARY

The most important aim of the study is that there is a limited number of academic studies on the export competitiveness of Azerbaijan in the literature. In the study, with reference to the exports of 66 products "Balassa Index" and "Vollrath Index" were calculated to measure the competitiveness of exports between Azerbaijan and Turkey in the years 2000-2014. Accordingly, Azerbaijan has competitive advantage in the export of 8 products in the global markets. However, Azerbaijan has a powerful advantage in the exports of "petroleum, oil-derived product" and "processed liquid, solid oils, candles".

When the competitive advantages in Azerbaijan's exports are analyzed in terms of factor intensity, it is seen that nearly all of the superiority are raw material intensive and unprocessed goods. This situation shows that Azerbaijan's exports are dependent on unprocessed goods like natural resources. Thus, there is the problem of creating added value in Azerbaijan's production and exports.

Turkey, on the other hand, has a competitive advantage in the global market in the export of the 22 items. In addition, Turkey has a very strong competitive advantage in the export of 4 products (fruit and vegetables, crude fertilizers and metals, other textile yarn, fabric and apparel and accessories).

Azerbaijan's dominance in global markets is much lower than in Turkey. Likewise, Azerbaijan's products that have expertise in domestic and export competitiveness are varied less than in Turkey.