



Türkiye'nin İhracatında Uzmanlaşma ve Rekabet Edebilirlik Düzeyi: Avrupa Birliği Piyasası-Küresel Piyasalar Karşılaştırmalı Analizi¹

Biol ERKAN

Doç. Dr., Uşak Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü
Assoc. Prof. , Usak University İ.İ.B.F. Department of Economics
orcid.org/0000-0001-8363-5543
birol.erkana@usak.edu.tr

Öz

İhracatının yarısına yakını Avrupa Birliği (AB)'ne gerçekleştiren Türkiye, geçmişten günümüze hem AB piyasasında hem de küresel piyasalarda ihracatını arttırmayı hedeflemiştir. Buna ilaveten, her iki piyasada da ihraç edilen mallardaki rekabet gücünün artması temel dış ticaret stratejisi olarak benimsenmiştir. Balassa ve Vollrath'ın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarının hesaplandığı bu çalışmada, Türkiye'nin; 2000-2015 yılları arasında, AB piyasasında ve küresel piyasalarda ihracat uzmanlaşma ve rekabet edebilirlik düzeyinin karşılaştırmalı analizinin yapılması amaçlanmıştır. Yapılan analizlerden elde edilen skorlar, Türkiye'nin her iki piyasada da katma değeri yüksek ürün gruplarının ihracatında uzmanlaşmadığını göstermektedir. Bununla birlikte, yapılan analizler, Türkiye'nin ihracat rekabet gücünün, AB piyasası ile karşılaştırıldığında, küresel piyasalarda daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: İhracat, Uzmanlaşma, Rekabet, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, Türkiye

Specialization and Competitiveness Level in Turkey's Export: Comparative Analysis of European Union Market-Global Markets

Abstract

Turkey which carries out close to half of its exports to the European Union (EU) Turkey has been aiming to increase its exports from the past to present both on the EU and global markets. In addition, the increase of competition power in the goods exported in both markets has been adopted as a basic foreign trade strategy. In this study where calculated comparative advantage coefficients of Balassa and Vollrath are calculated, it is aimed to make a comparative analysis of export specialization and competitiveness level of Turkey in the EU market and global markets between 2000 and 2015. The scores obtained from the analyses show that Turkey does not specialize in exports of high value added products in both markets. However, the analyses reveal that Turkey's export competitiveness is higher in global markets compared to the EU market.

Key Words: Export, Specialization, Competition, Revealed Comparative Advantages, Turkey

¹ 5-7 Ekim 2017 tarihinde Antalya'da düzenlenen Scientific Cooperation for the Future adlı konferansta sunulmuş olan bildirinin geliştirilmiş halidir.

Giriş

1980 sonrası ihracata dayalı sanayileşme politikasını benimseyen Türkiye, gerek istihdam ve yatırım politikasını gerekse ekonomik büyüme politikasını ihracat bazında şekillendirmeye çalışmış, ihracatı ekonomik modelinin en önemli saç ayaklarından birisi olarak görmüştür. Bu perspektifte, Türkiye'de, ekonomi politikası aktörleri ihracat artışını en önemli ekonomik çıpa olarak açıkça ortaya koymuştur.

Türkiye'nin ihracatının pazar portföyü dikkate alındığında, genellikle yarısına yakını Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin teşkil ettiği görülmektedir. Bununla birlikte, AB'nin ekonomik krizle ve resesyona yüzleştiği yıllarda (2007-2012) Türkiye ihracatı AB aleyhine sapma göstermiş, son yıllarda söz konusu ekonomilerinin toparlanmasıyla birlikte ivme tekrar eski düzeyine dönmeye başlamıştır.

İhracatın niceliksel birimi ve pazar çeşitlendirmesiyle birlikte, ihracatı yapılan ürünün faktör donanımı, sağladığı katma değer ve söz konusu ürünün ihracatında uluslararası rekabet edebilirlik de son derece önem taşımaktadır. Bu bağlamda, çalışmada, Türkiye'nin 2000-2015 yılları arasında, AB piyasasında ve küresel piyasalarda ihracat uzmanlaşma ve rekabet edebilirlik düzeyinin karşılaştırmalı analizinin yapılması amaçlanmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde, rekabet düzeyinin ölçümünde kullanılan yöntemler olan Balassa ve Vollrath'ın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük (AKÜ) katsayıları (Balassa ve Vollrath Endeksi) ile sapma endeksine değinilmiş, ikinci bölümde de söz konusu endeksler yardımıyla Türkiye'nin 2000-2015 yılları arasında AB ve küresel piyasalardaki rekabet durumu karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

Rekabet Gücü; Kavramsal Analiz

Rekabet gücü kavramı; bir ekonomist için "bir ülkenin ulusal verimliliğin ve yaşam standardının yansması olarak rakiplerine karşı daha iyi performans göstermesi", politika yapıcıları için "yeni düzenlemelerin iş çevrelerindeki rekabet edebilme yeteneğini değiştirebilmesi", işveren açısından ise "düşük maliyetle üretim yapan mal ve hizmetler için pazar payının yansması" olarak ortaya çıkan karlılık anlamına gelmektedir. Kısacası, rekabet gücü kavramı açısından herkes tarafından kabul edilebilir, kesin bir tanımlama yoktur. Bu bağlamda, rekabet gücü kavramının konuya, ihtiyaçlara ve amaca göre yorumlanması gerekmektedir (Saxena ve Lozac'h, 2010, 16).

Ulusal rekabet gücü kavramı, firma ve endüstri düzeyindeki rekabet gücü kavramından farklılaşarak ulusal nitelik kazanır. Böylelikle, fiyat ve fiyat dışı rekabet gücü belirleyicilerinin bir bileşkesi şeklinde "gelir arttırıcı" niteliği ön plana çıkaran ulusal rekabet gücü kavramı ortaya çıkar (Dulupçu, 2001:85). Bununla birlikte, uluslararası rekabet gücü, ağırlıklı olarak makroekonomik değişkenlerin istikrarına bağlıdır ve söz konusu



değişkenlerin hareketleriyle oynaklık teşkil ederler (Sarıçoban, 2016, 33). Özellikle de döviz kurları ve faiz oranları gibi makroekonomik değişkenler uluslararası rekabet gücünün fiyat yönünün açıklanmasında önemli faktörlerdir. Örneğin; döviz kurunda denge ve fiyat istikrarı, güçlü bir uluslararası rekabet gücü için temel makroekonomik değişkenler olarak kabul edilir. Maliye politikası, politik istikrar ve endüstri ilişkileri gibi diğer makroekonomik faktörler de bir endüstrinin uluslararası piyasadaki rekabet gücünü etkiler (Kannapiran ve Fleming, 1999, 11).

Rekabet gücü kavramı literatürde çoğu kez karşılaştırmalı üstünlük ve uzmanlaşma kavramlarıyla eşleştirilmektedir. Keza, bir ülkenin belirli ürünlerin üretiminde ve ihracatında uzmanlaşmış olması ve karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olması, söz konusu ürünlerin ihracatında küresel rekabet gücünün olduğu anlamına gelmektedir.

Gelismiş ülkelerin ekonomik başarılarını nasıl sürdürebildiklerini açıklayabilmek için karşılaştırmalı üstünlükler kavramını geliştiren Porter, rakiplerinden daha düşük maliyetlerle üretebilme ve asırı maliyetleri nedeniyle ortaya çıkan yüksek fiyatları degistirebilme yeteneğine sahip olmak olarak iki farklı karşılaştırmalı üstünlük kavramından söz etmiştir. Söz konusu avantajlardan en az birisine sahip olunması durumunda üstün bir firma veya ülkeden söz edilebilir (Porter, 1991, 95-117). Porter, karşılaştırmalı üstünlük, kavramıyla birlikte rekabet gücü kavramından da söz etmiş, her ikisinin de özünde karşılaştırmalı maliyetlerin yattığını ifade etmiştir (Erkan, 2012, 112). Bu bağlamda, bir ülkenin uluslararası piyasalarda karşılaştırmalı üstünlüklerinin bulunmasının, aynı zamanda rekabet gücünün bulunması anlamına da gelebileceği söylenebilir. Keza, günümüz dış ticaretinde karşılaştırmalı üstünlükler artık rekabet gücü kavramı ile aynı anlamda kullanılır hale gelmiştir (Utkulu, 2005, 6).

Veri ve Yöntem

Balassa ve Vollrath'ın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarının hesaplandığı bu çalışmada, Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırması (SITC) 2 haneli ürün sınıflandırmasına göre Türkiye'nin; 2000-2015 yılları arasında, AB piyasasında ve küresel piyasalarda ihracat uzmanlaşma ve rekabet edebilirlik düzeyinin karşılaştırmalı analizinin yapılması amaçlanmıştır. İhracat rekabet gücüne ilişkin skorlar Balassa ve Vollrath'ın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarının hesaplanmasıyla elde edilmiştir. Bununla birlikte, sapma indeksi yardımıyla Türkiye'nin AB pazarındaki ihracat seyri ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Bu bağlamda, uzmanlaşma, ihracat rekabet avantajı/dezavantajı durumunun konjonktürel analizinin ve verilerdeki seyrin ortaya koyulması amacıyla öncelikle veri setinin ortalama değeri 2 dönem olarak ele alınmıştır (2000-



2007 ve 2008-2015). Ayrıca, 2000-2015 döneminin genel ortalaması alınırken klasik aritmetik ortalamadan ziyade uygun ortalama değerleri hesaplanmıştır. Yalnızca aritmetik ortalamanın kullanılması durumunda, bazı sektörlerin ihracat rakamlarının (dolayısı ile hesaplanan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarının) dönemsel olarak çok düşük veya çok yüksek olabileceği/olabileceği düşünülerek, değerlendirmenin daha sağlıklı olabilmesi için “uygun ortalama” hesaplanmıştır (Erkan vd., 2015, 73). Buradaki temel amaç, özellikle tarımsal ürünlerdeki doğaya ve hava şartlarına bağımlılıktan dolayı bazı yıl verilerinin aşırı kötü gerçekleşmiş olmasıdır. Bununla birlikte, sosyo-ekonomik ve uluslararası siyasetten kaynaklı bir takım gelişmeler dolayısıyla da ihracat verileri sıra dışı bir şekilde aşırı kötü/iyi gerçekleşmiş olabilir. Bu maksatla, olumlu veya olumsuz dönemsel etkilerin, arz koşullarının ihracata etki etmesinin ve açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeks değerlerinin (Balassa ve Vollrath Endeksi) olması gerekenden düşük veya yüksek gösterilmesinin ortadan kaldırılması açısından uygun ortalama değerleri de hesaplanmıştır (Küçükkiremitçi, 2006).

İhracat rekabet avantajı /dezavantajı durumunun yıllara göre seyrini daha ayrıntılı bir şekilde analiz edebilmek ve uygun ortalamadan sapmaları ortaya koyabilmek amacıyla; Balassa ve Vollrath endeks değerlerine ilişkin değişkenlik katsayıları hesaplanmıştır. Çalışmada, değişkenlik katsayılarının marjinal değeri 15 olarak kabul edilmiştir (Erkan vd., 2015, 73). 15'den düşük olan değişkenlik katsayı değerleri yıllara ilişkin rekabet gücü skorlarının görece istikrarını ortaya koymaktadır.

Çalışmada Türkiye'nin AB ve dünya piyasasındaki ihracat uzmanlaşma ve rekabet gücünün saptanması ve karşılaştırılması maksadıyla Balassa ve Vollrath endeksleri hesaplanmıştır.

Ülkenin belli mallarda nispi ticaret performansının ölçülmesi suretiyle Balassa; RCA'nın, üretim faktörlerinin nispi fiyat farklılıklarındaki değişimleri ölçtüğünü ifade etmiştir (Messina, 2001, 154). RCA indeksinin ve diğer benzerlerinin gerçek ticaret verilerine uygulanmasındaki ana güçlük, yurtdışındaki hükümetin ve yurtdışındaki hükümetlerin ticaret ve diğer ekonomi politikalarından etkilenme olasılığıdır (özellikle de bu durum tarım sektöründe geçerlidir) (Vitunskiene, 2005, 1). Hammadde, tarımsal ürünler gibi ürünlerin RCA katsayılarının; sübvansiyon (yurtiçi sübvansiyonlar, bir ülkenin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısını değiştirdiği için yurtdışı korumacı politikalar kadar sorumludur), kota ve özel düzenlemelerden etkilenmesi ve tahrip olması sebebiyle gerçek karşılaştırmalı üstünlüğü yansıtmaması sonucu Balassa, analizini sadece imalat mallarıyla kısıtlamıştır (Prasad, 2004, 11). (Sadece yurtdışındaki korumacı uygulamaların değil, aynı zamanda yurtiçi korumacı politikaların da RCA'nın kompozisyonunu etkilediği bilinir). Emek-sermaye donanımı ve bozulan emek piyasaları da farklı ülkelere yollanan malların RCA katsayılarında değişikliklere yol açan faktörler arasındadır. Başka bir



deyişle, emek verimliliği ve emeğin piyasa gücündeki değişiklikler indekste tahribata sebep olan ek faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır (Erk, 1987, 3-8).

İhracat rekabet gücünün (karşılaştırmalı üstünlük, uzmanlaşma) altında yatan kaynakların belirlenmesinden ziyade, ülkenin belli mallarda (sektörlerde) karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığını ortaya koymaya çalışan Balassa Endeksi; herhangi bir malın (sektörün) ülkenin toplam ihracatındaki payının, söz konusu malın (sektörün) dünyanın (ya da bölgenin) toplam ihracatındaki payına oranını ifade eder. Diğer bir ifadeyle Balassa Endeksi; ülkenin bir maldaki (sektördeki) yurtiçi uzmanlaşmasını (endeksinin payı), dünyanın (ya da bölgenin) uzmanlaşmasıyla (endeksinin paydası) karşılaştırır (Beningo, 2005, 6). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler katsayısı (RCA) değeri, UN Statistics Office ve Standart International Trade Classification (SITC) verilerinden (UN Comtrade ve PC TAS) hesaplanabilir² (Erkan, 2009, 5-6).

“j” ülkesinin “t” döneminde “k” malındaki (sektöründeki) açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısını Balassa aşağıdaki gibi formüle etmiştir (Balassa, 1965, 99-123):

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

RCA indeksinin pay kısmı, malın (sektörün) ulusal ihracattaki payını (%); payda kısmı ise, söz konusu malın (sektörün) dünya toplam ihracatındaki payını temsil etmektedir (Mykhnenko, 2005, 27).

RCA > 1 ise, j ülkesinin t döneminde k malı (sektörü) ihracatı payı, aynı dönemde toplam dünya ihracatındaki payından büyüktür. Ülke söz konusu ürünün (sektörün) ihracatında rekabet gücüne sahiptir ve uzmanlaşmıştır (Coxhead, 2007, 1109).

RCA < 1 ise, j ülkesinin t döneminde k malı (sektörü) ihracatı payı, aynı dönemde toplam dünya ihracatındaki payından küçüktür. Ülke, söz konusu ürünün (sektörün) ihracatında rekabet dezavantajına sahiptir ve uzmanlaşmamıştır.

RCA = 1 ise, j ülkesinin t döneminde k malı (sektörü) ihracatı payı, aynı dönemde toplam dünya ihracatındaki payına eşittir. Ülkenin söz konusu ürünündeki uzmanlaşma seviyesi, dünyanın uzmanlaşmasıyla aynıdır (Erkan, 2009, 7).

² Tüm formüllerde X ; ihracat, t ; dönem, k ; mal (sektör), j ; ülke, w; dünya, u; birlik şeklinde sembolize edilmiştir.



Herhangi bir ülkenin (örneğin Türkiye), bir malın (sektörün) ihracatında, belli bir bölgede (örneğin AB) dünya ülkelerine karşı rekabet avantajı olup olmadığını incelemek istiyorsak, Balassa Endeksi aşağıdaki gibi ifade edilebilir (De Rosa, 1996, 11):

$$BI_{kut} = \frac{X_{kut}^j / X_{ut}^j}{X_{kut}^w / X_{ut}^w}$$

RCA > 1 ise, ülkenin "u" birliğinde "k" malı (sektörü) ihracatında rekabet üstünlüğü bulunmaktadır.

RCA < 1 ise, ülkenin "u" birliğinde "k" malı (sektörü) ihracatında rekabet dezavantajı bulunmaktadır (Erkan, 2009, 7).

Açıklanmış rekabet gücü indeksinde logaritmik form da, avantaj ölçütünün orijinal halini simetrik yapmak amacıyla endeks değerinin "ln" formatı da kullanılabilir. Bu durumda, pozitif değerler avantaj, negatif değerler ise dezavantaj durumunu işaret etmektedir.

Vollrath Endeksi, Balassa Endeksi'nde ülkenin verilerinin iki defa hesaplanmasını önlemiş, ihracat rekabet gücü değerlerinin daha gerçekçi bir şekilde hesaplanabilmesini ortaya koymuştur. Keza, örneğin bir ülkenin bir ürünün ihracatı o ürünün dünya toplam ihracatı içinde önemli bir yer teşkil ediyorsa, Vollrath Endeksi değeri Balassa Endeksi değerinden daha yüksek çıkmaktadır.

Buna göre Vollrath Endeksi şu şekilde gösterilebilir (Lederman, 2006, 5):

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

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

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

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

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

Vollrath Endeksi değerleri de Balassa Endeksi değerleri ile aynı şekilde yorumlanır.

Çalışmada, bununla birlikte, Türkiye'nin AB piyasasından yıllar itibarıyla hangi oranda saptığını ortaya koyabilmek amacıyla sapma endeksi



hesaplanmıştır. Sapma endeksi, bir ülkenin başka bir ülkeye olan mal ihracatının, o ülke dışına olan ihracatına oranıdır.

$$DI_{jk} = \frac{X_{jk}^m}{X_{jk}^{w-m}} \times 100$$

Belli bir yılın (baz yılı) endeksine 100 denirse; diğer yıllarda endeks değerinin 100'den büyük çıkması, j ülkesinin k malı ihracatının m ülkesi lehine gelişme eğilimi gösterdiği anlamına gelmektedir (Yıldız ve Delice, 2001, 124). 100'den düşük çıkması ise, j ülkesinin k malı ihracatının m ülkesi dışına kaydığını gösterir (Erkan, 2014, 5).

Türkiye'nin İhracat Pazar Profili

İhracata dayalı sanayileşme politikası izleyen Türkiye, ihracatının ortalama yarısını AB ülkelerine gerçekleştirmektedir. 2000'li yılların başlarındaki oran düzeyinde olmasa da, AB her zaman Türkiye'nin en önemli ticaret partneri olmuştur (Tablo 1).

Tablo 1: Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne İhracatı (milyon \$)

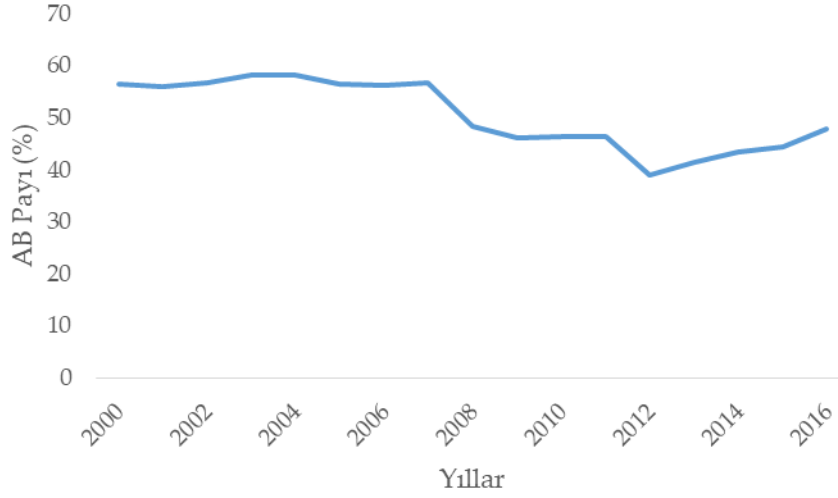
İhracat	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Toplam	27.775	31.334	36.059	47.253	63.167	73.476	85.535	107.272	132.027
AB	15.688	17.576	20.458	27.479	36.699	41.533	48.149	60.754	63.719
AB Payı (%)	56,5	56,1	56,7	58,2	58,1	56,5	56,3	56,6	48,3
İhracat	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Toplam	102.143	113.883	134.907	152.462	151.803	157.610	143.839	142.530	
AB	47.228	52.934	62.589	59.398	63.040	68.514	63.998	68.344	
AB Payı (%)	46,2	46,5	46,4	39,0	41,5	43,5	44,5	48,0	

Kaynak: www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do%3Fistab_id=626 adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

AB'nin Türkiye ihracatı içindeki payı 2000 yılından 2012 yılına kadar azalma ivmesi göstermiş, söz konusu azalma 2012 yılından sonra artışa dönüşmüştür (Tablo 1, Şekil 1).



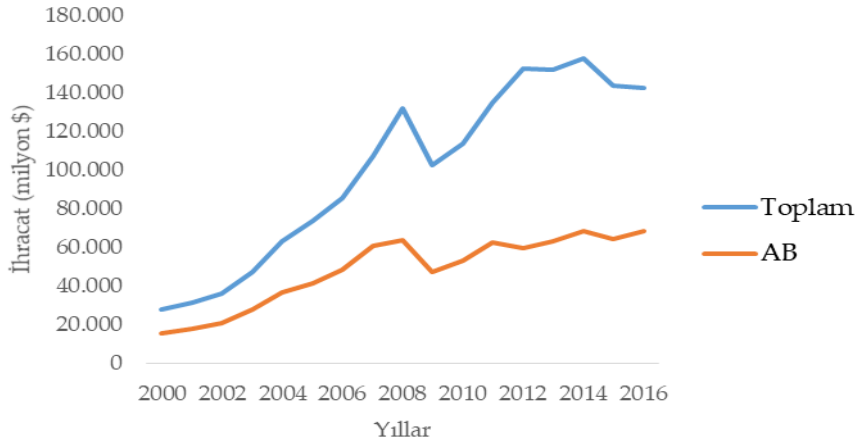
Şekil 1: Avrupa Birliği'nin Türkiye İhracatındaki Payı (%)



Kaynak: www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do%3Fistab_id=626 adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca çizilmiştir.

Türkiye'nin gerek dünyaya gerekse AB'ye olan ihracatı yıllar itibariyle oynaklık göstermiş, özellikle de 2008 ekonomik krizi esnasında çarpıcı bir şekilde azalmış, daha sonra özellikle AB lehine toparlanma eğilimine girmiştir (Şekil 2).

Şekil 2: Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Birliği İhracatı (milyon \$)



Kaynak: www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do%3Fistab_id=626 adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca çizilmiştir.



Türkiye'nin bölgelere göre ihracatı dikkate alındığında, en önemli ihracat partneri kuşkusuz AB-28 ülkeleridir. AB ülkelerinden sonra Türkiye'nin diğer önemli pazarı Yakın ve Orta Doğu ülkeleridir (Tablo 2, Şekil 3).

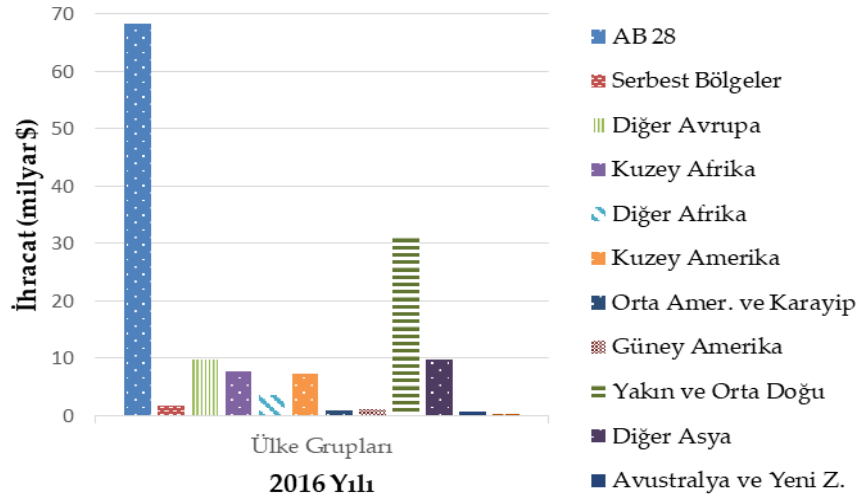
Tablo 2: Türkiye'nin Bölgelere Göre İhracatı (2016)

Bölgeler	İhracat (1000 \$)	Pay (%)
AB 28	68.343.908	47,95
Serbest Bölgeler	1.821.510	1,28
Diğer Avrupa	9.736.409	6,83
Kuzey Afrika	7.755.071	5,44
Diğer Afrika	3.650.930	2,56
Kuzey Amerika	7.404.321	5,19
Orta Amer. ve Karayip	846.166	0,59
Güney Amerika	1.094.763	0,77
Yakın ve Orta Doğu	31.304.102	21,96
Diğer Asya	9.684.104	6,79
Avustralya ve Yeni Z.	735.910	0,52
Diğer Ülkeler	152.391	0,11

Kaynak: www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do%3Fistab_id=626 adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

AB-28 ülkeleri ile Yakın ve Orta Doğu ülkeleri dışında Türkiye'nin önemli ticaret partnerleri Diğer Asya, Diğer Avrupa, Kuzey Afrika ve Kuzey Amerika'dır.

Şekil 3: Türkiye'nin Bölgelere Göre İhracatı (2016, milyar \$)



Kaynak: www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do%3Fistab_id=626 adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca çizilmiştir.



Türkiye'nin İhracatında Uzmanlaşma ve Rekabet Edebilirlik Düzeyi: Avrupa Birliği Piyasası-Küresel Piyasalar Karşılaştırmalı Analizi

Türkiye'nin ülke gruplarına göre ihracatı dikkate alındığında, ihracatının yarısına yakını Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ülkelerine gerçekleştirildiği görülmektedir.

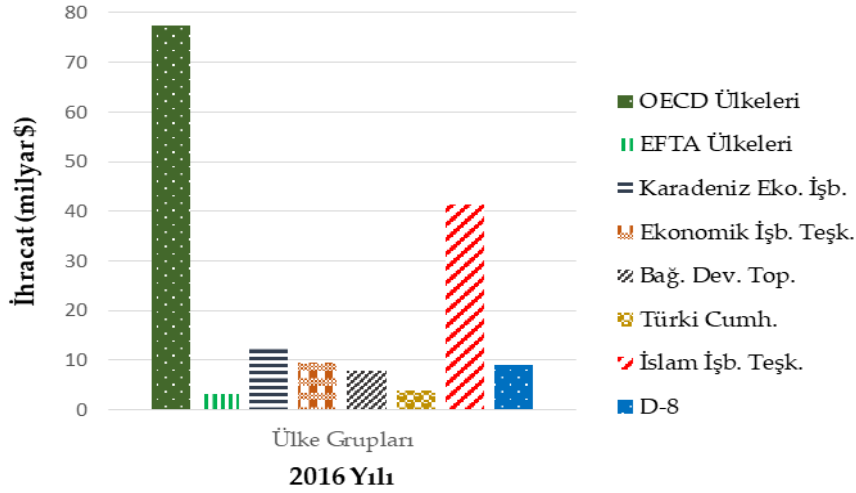
Tablo 3: Türkiye'nin Ülke Gruplarına Göre İhracatı (2016)

Bölgeler	İhracat (1000 \$)	Pay (%)
OECD Ülkeleri	77.419.772	46,79
EFTA Ülkeleri	3.266.570	1,97
Karadeniz Ekonomik İşbirliği	13.078.481	7,90
Ekonomik İşbirliği Teşkilatı	9.602.547	5,80
Bağımsız Devletler Topluluğu	7.749.901	4,68
Türki Cumhuriyetler	3.992.263	2,41
İslam İşbirliği Teşkilatı	41.232.470	24,92
D-8	9.126.578	5,52

Kaynak: www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do%3Fistab_id=626 adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

Bu platformda, Türkiye'nin diğer önemli ihracat partneri İslam İşbirliği Teşkilatı ülkeleridir (Tablo 3, Şekil 4). Diğer ülke gruplarının Türkiye'nin ihracatı içindeki payı yaklaşık yüzde 30 civarındadır.

Şekil 4: Türkiye'nin Ülke Gruplarına Göre İhracatı (2016, milyar \$)



Kaynak: www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do%3Fistab_id=626 adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca çizilmiştir.



Türkiye'nin Avrupa Birliği Sapma Endeksi

Türkiye'nin yıllara ilişkin ihracatının AB ülkeleri lehine veya aleyhine seyir izlediğinin ortaya koyulması amacıyla Sapma Endeksi hesaplanmış ve analiz edilmiştir.

Türkiye'nin AB Sapma Endeksi sonuçları analiz edildiğinde, özellikle 2000-2007 yılları arasında Türkiye ihracatının AB lehine saptığı görülmektedir. 2008 küresel krizi ve EURO Bölgesi krizinin etkisiyle birlikte Türkiye'nin ihracatı 2008-2012 yılları arasında AB aleyhine sapma göstermiştir (Tablo 4, Şekil 5).

Tablo 4: Türkiye'nin AB Sapma Endeksi

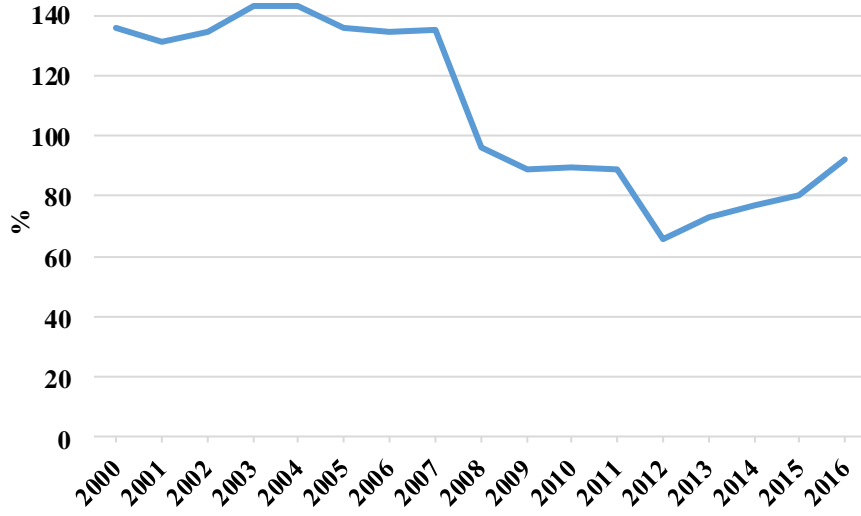
	Toplam	AB-28	Diğer Ülkeler	Sapma Endeksi	100 Endeksli (2000=100)
2000	27.485.359	15.842.564	11.642.795	136,07	100
2001	31.333.944	17.776.405	13.557.539	131,12	96,69
2002	35.761.981	20.523.313	15.238.669	134,68	99,32
2003	47.252.836	27.803.542	19.449.294	142,95	105,42
2004	63.120.949	37.155.427	25.965.521	143,1	105,53
2005	73.476.408	42.288.875	31.187.533	135,6	100
2006	85.534.676	49.034.993	36.499.682	134,34	99,07
2007	107.271.750	61.686.291	45.585.459	135,32	99,79
2008	132.027.196	64.791.126	67.236.070	96,36	71,06
2009	102.142.613	47.999.126	54.143.486	88,65	65,38
2010	113.883.219	53.909.634	59.973.585	89,89	66,29
2011	134.906.869	63.611.959	71.294.910	89,22	65,8
2012	152.461.737	60.407.965	92.053.772	65,62	48,39
2013	151.802.637	64.157.157	87.645.480	73,2	53,98
2014	157.610.158	68.517.990	89.092.168	76,91	56,72
2015	143.850.376	64.008.533	79.841.843	80,17	59,12
2016	142.606.247	68.375.352	74.230.896	92,11	67,93

Kaynak: <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx> adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

AB ülke ekonomilerinin krizden kurtulma çabaları ve gelir düzeylerindeki artışın etkisiyle birlikte, 2012 sonrası dönemde Türkiye ihracatı AB lehine sapma göstermiştir.



Şekil 5: Türkiye'nin AB Sapma Endeksi



Kaynak: <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx> adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca çizilmiştir.

Türkiye'nin Avrupa Birliği Piyasasındaki İhracat Rekabet Gücü

Türkiye'nin 2000-2015 yıllarına ilişkin Avrupa Birliği piyasasındaki ihracat rekabet gücü Vollrath ve Balassa Endeksi ile analiz edilmiştir. Tablolarda Türkiye'nin AB piyasasında ihracat rekabet üstünlüğü bulunan ürünler gösterilmiştir.

Tablo 5: Türkiye'nin Avrupa Birliği Piyasasında İhracat Rekabet Üstünlüğü Olan Ürünler (Vollrath Endeksi, 2000-2015)

İhraç Edilen Ürün	2000-2007 ort.	2008-2015 ort.	CV	Üstünlük Derecesi	Faktör Yoğunluğu
meyve-sebze	4,18	3,35	17,50	ORTA	hammadde
şeker ürünleri, bal	1,07	0,96	13,62	ZAYIF	hammadde
tütün, tütün mamulleri	1,74	0,97	38,37	ZAYIF	sermaye
dokuma elyafı	2,32	2,36	9,38	ORTA	emek
ham gübre ve maden	2,29	2,44	7,96	ORTA	hammadde
kauçuk eşyası	1,90	2,20	10,50	ORTA	sermaye
tekstil ürünleri	5,80	6,00	6,19	GÜÇLÜ	emek
metal olmayan eşyalar	1,46	1,26	14,92	ZAYIF	emek
demir-çelik	1,62	1,16	20,75	ZAYIF	sermaye
maden-mamul eşya	0,91	1,24	15,88	ZAYIF	emek



haberleşme cihazları	1,42	0,88	30,67	ZAYIF	ar-ge (kolay taklit)
motorlu kara taşıtları	1,37	2,35	32,91	ZAYIF	sermaye
prefab. yapı, aydın. cih	2,31	2,30	16,84	ORTA	emek
hazır giyim	10,40	6,91	26,14	GÜÇLÜ	emek

Kaynak: <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx> adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

Hem Vollrath hem de Balassa Endeksi değerleri incelendiğinde, her iki endeks değerlerinin de benzer sonuçları işaret ettiği görülmektedir. Elde edilen sonuçlar, Türkiye'nin AB piyasasında SITC Rev 3, 2 haneli 66 adet ürün grubundan 14'ünün ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe (rekabet üstünlüğüne) sahip olduğu görülmektedir (Tablo 5, Tablo 6).

Türkiye'nin geleneksel sektörleri olan tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatında AB piyasalarında güçlü üstünlüğü bulunmaktadır. Özellikle tekstil ihracatındaki rekabet gücü skorlarındaki istikrar dikkat çekicidir. Değişkenlik katsayısı (CV) değerinin 5,43 olması bunun göstergesidir.

Tablo 6: Türkiye'nin Avrupa Birliği Piyasasında İhracat Rekabet Üstünlüğü Olan Ürünler (Balassa Endeksi, 2000-2015)

İhraç Edilen Ürün	2000-2007 ort.	2008-2015 ort.	CV	Üstünlük Derecesi	Faktör Yoğunluğu
meyve-sebze	3,85	3,13	16,29	ORTA	hammadde
şeker ürünleri, bal	1,07	0,96	13,44	ZAYIF	hammadde
tütün, tütün mamulleri	1,72	0,97	37,65	ZAYIF	sermaye
dokuma elyafı	2,28	2,31	9,19	ORTA	emek
ham gübre ve maden	2,25	2,39	7,63	ORTA	hammadde
kauçuk eşyası	1,86	2,14	10,01	ORTA	sermaye
tekstil ürünleri	5,07	5,30	5,42	GÜÇLÜ	emek
metal olmayan eşyalar	1,45	1,25	14,37	ZAYIF	emek
demir-çelik	1,58	1,15	19,71	ZAYIF	sermaye
maden-mamul eşya	0,92	1,23	15,24	ZAYIF	emek
haberleşme cihazları	1,38	0,88	28,75	ZAYIF	ar-ge (kolay taklit)
motorlu kara taşıtları	1,29	2,06	29,21	ZAYIF	sermaye
prefab. yapı, aydın. cih	2,26	2,25	16,28	ORTA	emek
hazır giyim	7,47	5,49	19,37	GÜÇLÜ	emek

Kaynak: <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx> adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.



Türkiye'nin AB piyasasında ihracat rekabet üstünlüğü bulunan 14 ürün faktör yoğunluğu bazında incelendiğinde, söz konusu ürünlerin ağırlıklı olarak hammadde ve emek yoğun olduğu görülmektedir. Katma değeri yüksek ar-ge bazlı ürün sadece 1 adet (haberleşme cihazları) olup, söz konusu üstünlük zayıf düzeydedir.

Türkiye'nin Küresel Piyasalardaki İhracat Rekabet Gücü

Türkiye'nin 2000-2015 yıllarına ilişkin küresel piyasalardaki ihracat rekabet gücü Vollrath ve Balassa Endeksi ile analiz edilmiştir. Tablolarda Türkiye'nin küresel piyasalarda ihracat rekabet üstünlüğü bulunan ürünler gösterilmiştir.

AB piyasasında olduğu gibi, küresel piyasalarda da hem Vollrath hem de Balassa Endeksi değerlerinin benzer sonuçları işaret ettiği görülmektedir. Elde edilen sonuçlar, Türkiye'nin küresel piyasalarda SITC Rev 3, 2 haneli 66 adet ürün grubundan 23'ünün ihracatında rekabet avantajının bulunduğu görülmektedir (Tablo 7, Tablo 8).

Tablo 7: Türkiye'nin Küresel Piyasalarda İhracat Rekabet Üstünlüğü Olan Ürünler (Vollrath Endeksi, 2000-2015)

İhraç Edilen Ürün	2000-2007 ort.	2008-2015 ort.	CV	Üstünlük Derecesi	Faktör Yoğunluğu
hububat ürünleri	1,42	1,80	22,44	ZAYIF	hammadde
meyve-sebze	5,77	4,54	17,06	GÜÇLÜ	hammadde
şeker ürünleri, bal	2,32	1,40	51,39	ZAYIF	hammadde
çay, kahve, baharat ür.	1,13	0,93	12,37	ZAYIF	hammadde
çeşitli yenilebilir ürünler	1,55	1,58	12,23	ZAYIF	hammadde
tütün, tütün mamulleri	3,89	2,83	25,14	ORTA	sermaye
dokuma elyafı	1,62	1,09	27,67	ZAYIF	emek
ham gübre ve maden	3,48	6,05	34,26	GÜÇLÜ	hammadde
bitkisel sıvı ve katı yağ	1,29	0,90	47,25	ZAYIF	hammadde
işlenmiş sıvı, katı yağ	1,43	2,54	64,14	ZAYIF	hammadde
parfüm, kozmetik	1,26	1,26	11,30	ZAYIF	sermaye
işlenmiş plastik	1,46	2,44	28,79	ZAYIF	ar-ge (kolay taklit)
kauçuk eşyası	2,09	2,14	7,01	ORTA	sermaye
tekstil ürünleri	6,30	5,55	9,85	GÜÇLÜ	emek
metal olmayan eşyalar	2,01	1,98	11,22	ORTA	emek
demir-çelik	3,72	3,83	14,72	ORTA	sermaye
maden-mamul eşya	1,50	2,07	19,40	ZAYIF	emek
motorlu kara taşıtları	1,32	1,74	26,71	ZAYIF	sermaye
prefab. yapı, aydın. cih	3,05	3,00	21,92	ORTA	emek
mobilya, yatak	0,94	1,51	26,52	ZAYIF	emek
hazır giyim	8,67	5,16	30,29	GÜÇLÜ	emek



çeşitli mamul eşya	0,91	1,15	19,10	ZAYIF	emek
altın	0,70	3,03	95,75	ZAYIF	belirtilmemiş

Kaynak: <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx> adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

Türkiye'nin AB piyasasındaki ihracat rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ürün sayısının 14 olduğu düşünüldüğünde, Türkiye'nin AB piyasasındaki ihracat rekabet gücünün küresel piyasalardakine göre oldukça düşük olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, Türkiye, dünya genelindeki nispi rekabet başarısını AB düzeyinde sergileyememiştir.

Tablo 8: Türkiye'nin Küresel Piyasalarda İhracat Rekabet Üstünlüğü Olan Ürünler (Balassa Endeksi, 2000-2015)

İhraç Edilen Ürün	2000-2007 ort.	2008-2015 ort.	CV	Üstünlük Derecesi	Faktör Yoğunluğu
hububat ürünleri	1,41	1,77	21,94	ZAYIF	hammadde
meyve-sebze	5,35	4,25	16,23	GÜÇLÜ	hammadde
şeker ürünleri, bal	2,29	1,39	50,34	ZAYIF	hammadde
çay, kahve, baharat ür.	1,12	0,93	12,23	ZAYIF	hammadde
çeşitli yenilebilir ürünler	1,54	1,57	12,07	ZAYIF	hammadde
tütün, tütün mamulleri	3,79	2,77	24,49	ORTA	sermaye
dokuma elyafı	1,61	1,09	27,31	ZAYIF	emek
ham gübre ve maden	3,40	5,75	32,44	GÜÇLÜ	hammadde
bitkisel sıvı ve katı yağ	1,28	0,90	46,76	ZAYIF	hammadde
işlenmiş sıvı, katı yağ	1,42	2,49	63,17	ZAYIF	hammadde
parfüm, kozmetik	1,26	1,26	11,13	ZAYIF	sermaye
işlenmiş plastik	1,45	2,38	28,03	ZAYIF	ar-ge (kolay taklit)
kauçuk eşyası	2,06	2,10	6,83	ORTA	sermaye
tekstil ürünleri	5,56	5,02	8,47	GÜÇLÜ	emek
metal olmayan eşyalar	1,97	1,94	10,78	ZAYIF	emek
demir-çelik	3,45	3,50	13,58	ORTA	sermaye
maden-mamul eşya	1,48	2,01	18,54	ZAYIF	emek
motorlu kara taşıtları	1,27	1,64	24,49	ZAYIF	sermaye
prefab. yapı, aydın. cih	2,98	2,93	21,38	ORTA	emek
mobilya, yatak	0,94	1,49	26,04	ZAYIF	emek
hazır giyim	6,91	4,58	23,86	GÜÇLÜ	emek
çeşitli mamul eşya	0,91	1,14	18,18	ZAYIF	emek
altın	0,70	2,86	92,23	ZAYIF	belirtilmemiş

Kaynak: <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx> adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.



Türkiye, AB piyasasında sadece 2 ürünün ihracatında güçlü rekabet üstünlüğüne sahip iken, bu sayı küresel piyasalarda 4'dür. Söz konusu ürünler meyve ve sebze, ham gübre ve madenler, tekstil ve hazır giyim şeklindedir.

Türkiye'nin küresel piyasalarda ihracat rekabet üstünlüğüne sahip olduğu 23 ürünün faktör yoğunluğu dikkate alındığında, AB piyasalarında olduğu gibi, ağırlıklı olarak katma değeri nispi olarak düşük emek ve hammadde yoğun ürünler göze çarpmaktadır. Söz konusu ürünlerden sadece 1 tanesi katma değeri nispi olarak yüksek ar-ge bazlıdır.

Türkiye'nin AB ve küresel piyasalardaki ihracat rekabet üstünlükleri değişkenlik katsayısı bazında karşılaştırıldığında, AB piyasasında daha az sayıda da olsa, daha istikrarlı rekabet gücü skorları söz konusudur. Küresel piyasalardaki üstünlükler daha fazla da olsa, yıllara ilişkin oynaklık düzeyi daha yüksektir.

Sonuç

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayıları (Balassa ve Vollrath Endeksi) kullanılarak Türkiye'nin 2000-2015 yılları arasında AB piyasasında ve küresel piyasalarda ihracat rekabet (karşılaştırmalı üstünlükler) ve uzmanlaşma düzeyinin karşılaştırmalı analizinin yapılmasının amaçlandığı bu çalışmada elde edilen bulgular Türkiye'nin gerek AB piyasasında gerekse küresel piyasalarda ihracat rekabet gücünün yüksek olmadığını göstermektedir.

Türkiye'nin en önemli dış telepçisi bölge kuşkusuz AB'dir. Bununla birlikte, AB ülkelerinin durgunlukla mücadele etmesi ve reel gelir kayıpları Türkiye'nin bölgeye olan ihracatına ket vurmaktadır. AB Sapma Endeksi sonuçları bu durumu açıkça ortaya koymuş, Türkiye'nin ihracatı özellikle küresel kriz ve EURO krizinin etkisiyle AB'den sapma göstermiştir. Bununla birlikte, AB ülke ekonomilerinin toparlanmaya başlamasıyla birlikte son yıllarda Türkiye ihracatı tekrar AB lehine sapma göstermeye başlamıştır.

AB'nin Türkiye'den ithalat talebi (Türkiye'nin AB'ye olan ihracatı) her ne kadar tutar olarak önemliyse de, Türkiye'nin, AB piyasasına hitap eden diğer ülkelerle olan ürün bazında rekabet mücadelesi de bir o kadar önemlidir. Keza, Balassa ve Vollrath Endeksi sonuçlarına göre Türkiye'nin AB piyasasında ihracat rekabet avantajına sahip olduğu ürün sayısı dünya genelinde piyasasında ihracat rekabet avantajına sahip olduğu ürün sayısına göre daha azdır. Kısacası, AB piyasasındaki ihracat rekabet gücünde nispi başarısızlık söz konusudur.

Türkiye'nin hem AB hem de küresel piyasalarda ihracat rekabet üstünlüğü bulunan ürünlerin faktör yoğunluğu analiz edildiğinde, genellikle katma değeri düşük, hammadde ve emek yoğun ürünlerin mevcudiyeti söz konusudur. Türkiye'nin katma değeri, ar-ge düzeyi düşük, inovasyondan



görece uzak ürün ihracatındaki rekabet üstünlükleri, dış ticaret açığı, cari açık açısından önemli bir tehdittir.

İhracat rekabet üstünlüğünün faktör donanımının her iki piyasada da görece niteliksiz (düşük katma değer) olması dış ticaret hadleri açısından da önemli bir handikaptır. Keza, ihracatın birim derecesi görece düşük, ithalatın birim değeri görece yüksek olacaktır.

Hem AB piyasasında hem de küresel piyasalarda ihracat rekabet üstünlüğünün hammadde ve emek yoğun ürünlere dayalı olması, söz konusu ürünlerin dış talebinin gelir esnekliğinin düşüklüğünü (1'den) ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, AB piyasasında ve küresel piyasalarda gelir ve refah artışının Türkiye'nin ihracatına aynı oranda (ya da daha büyük oranda) bir artışa yol açmaması gibi bir handikap ortaya çıkarabilecektir.

Üretim ve ihracattaki görece teknolojik yoksunluk, ithalatı teknolojik ürünlere bağımlı kılmaktadır. Bu durumda, zaten düşük yurtiçi tasarruflar nedeniyle yabancı sermayeye (daha çok portföy yatırımı) bağımlılık ortada iken, katma değeri yüksek (maliyetli) inovatif ürünlerin talebindeki bağımlılığı da buna eklediğimizde, Türkiye'nin dışa bağımlılık düzeyinin artması söz konusu olabilecektir.

AB'nin Türkiye'nin en önemli dış talepçisi, yüksek ticari bağlantıları, tarihsel ve kültürel geçmişi düşünüldüğünde; görece istikrarlı bir piyasa olması, gelir ve refah düzeyi en yüksek piyasa (organizasyon) olmasını da eklediğimizde, Türkiye'nin en başta AB'de, daha sonra dünya genelinde rekabet düzeyinin niceliksel ve niteliksel olarak daha yüksek olması gerekmektedir. Ancak bu durumda inovatif, katma değeri yüksek, gelir esnekliği yüksek ürünlerdeki dışa bağımlılık ortadan kalkacak (veya azalacak), ihracattan dolayı sağlanan katma değer yüksek olacak, dış ticaret hadleri düzelecektir.

Kaynakça

Balassa, B. (1965). Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage, The Manchester School of Economic and Social Studies, 33(2).

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 , Washington.

Coxhead, I. (2007). A New Resource Curse? Impacts of China's Boom on Comparative Advantage and Resource Dependence in Southeast Asia. World Development 35:7



De Rosa, Dean A. (1996). Agricultural Trade and Rural Development in The Middle East and North Africa-Recent Developments and Prospects, Fourth Annual World Bank Conference on Environmentally Sustainable Development on 'Rural Well-Being: From Vision to Action', Washington.

Dulupçu, M. A. (2001). Küresel Rekabet Gücü: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Erk, N. (1987). Revealed Comparative Advantage and Protectionist Policies-An Analysis of Turkey' s Foreign Trade in 1980, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(1), Adana.

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

Erkan, B. (2012). BRIC Ülkeleri ve Türkiye'nin İhracat Uzmanlaşma ve Rekabet Düzeylerinin Karşılaştırmalı Analizi, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(8).

Erkan, B., Arpacı, B.B., Yaralı, F., Güvenç, İ. (2015). Türkiye'nin Sebze İhracatında Karşılaştırmalı Üstünlükleri, KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, 18(4).

Erkan, B. (2014). Product and Market Diversification in Turkey's Foreign Trade, International Journal of Advances in Management and Economics, 3(1).

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).

Kannapıran, C. A. ve Fleming, E. M. (1999). Competitiveness and Comparative Advantage of Tree Crop Smallholdings in Papua New Guinea, Agricultural and Resource Economics, Working Paper Series, No:99-10.

Küçükkiremitçi, O. (2006). Sanayi Sektörünün Dış Ticaret Performansının Rekabet Gücüne Göre Değerlendirilmesi (1995-2005 Dönemi). Ulusal Bağımsızlık İçin Türkiye İktisat Politikaları Kurultayı, Malatya.

Messina, William A. (2001). Cuba:A view of Revealed Export Advantage, Cuba in Transition, ASCE 2001.

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, 6.



Porter, M. (1991). Towards a Dynamic Theory of Strategy. Strategic Management Journal 12.

Prasad, Raymond N.; (2004). Fiji's Export Competitiveness:A Comparison with Selected Small Island Developing States, Economics Department Reserve Bank of Fiji-Working Paper, Fiji.

Sarıçoban, K. (2016). Ülkelerin İhracat Rekabet Güçlerinin Belirlenmesi: Türkiye Ve G-20 Ülkelerinin Karşılaştırmalı Analizi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi SBE, Isparta.

Saxena, S.B. ve Lozac'h, V.S. (2010). Competitiveness in the Garment and Textile Industry: Creating a Supportive Environment: A Case Study of Bangladesh. The Asian Foundation, Occasional Paper No:1.

Utkulu, U. (2005). Türkiye'nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler. Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.

Vitunskiene, V. and Serva, E. (2005). Revealed Comparative Advantage in Lithuanian Dairy Sector, XLUA Research Papers, 21(68).

Yıldız, R. ve Delice, G. (2001), "1990 Sonrasında Türkiye İhracatındaki Yapısal Değişmeler Üzerine Gözlemler", Journal of Faculty of Business, 2(2)

www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do%3Fistab_id=626 (Erişim Tarihi: 10.09.2017)

<http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx> (Erişim Tarihi: 10.09.2017)



Ek

Ek Tablo 1: Türkiye'nin Avrupa Birliği ve Küresel Piyasalardaki İhracat Rekabet Gücü (Balassa Endeksi, 2000-2015)

Ürün Kodu	TÜRKİYE-AB		TÜRKİYE-DÜNYA	
	BI	REKABET DERECEŚİ	BI	REKABET DERECEŚİ
00	0,04	DEZAVANTAJ	0,14	DEZAVANTAJ
01	0,02	DEZAVANTAJ	0,22	DEZAVANTAJ
02	0,02	DEZAVANTAJ	0,49	DEZAVANTAJ
03	0,56	DEZAVANTAJ	0,50	DEZAVANTAJ
04	0,38	DEZAVANTAJ	1,60	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
05	3,45	ORTA ÜSTÜNLÜK	4,76	GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK
06	1,00	ZAYIF ÜSTÜNLÜK	1,72	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
07	0,25	DEZAVANTAJ	1,03	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
08	0,04	DEZAVANTAJ	0,13	DEZAVANTAJ
09	0,65	DEZAVANTAJ	1,56	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
11	0,19	DEZAVANTAJ	0,31	DEZAVANTAJ
12	1,30	ZAYIF ÜSTÜNLÜK	3,17	ORTA ÜSTÜNLÜK
21	0,02	DEZAVANTAJ	0,37	DEZAVANTAJ
22	0,27	DEZAVANTAJ	0,32	DEZAVANTAJ
23	0,09	DEZAVANTAJ	0,11	DEZAVANTAJ
24	0,03	DEZAVANTAJ	0,10	DEZAVANTAJ
25	0,00	DEZAVANTAJ	0,03	DEZAVANTAJ
26	2,29	ORTA ÜSTÜNLÜK	1,29	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
27	2,30	ORTA ÜSTÜNLÜK	4,49	GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK
28	0,66	DEZAVANTAJ	0,64	DEZAVANTAJ
29	0,45	DEZAVANTAJ	0,53	DEZAVANTAJ
32	0,01	DEZAVANTAJ	0,01	DEZAVANTAJ
33	0,44	DEZAVANTAJ	0,40	DEZAVANTAJ
34	0,06	DEZAVANTAJ	0,15	DEZAVANTAJ
35	0,02	DEZAVANTAJ	0,46	DEZAVANTAJ
41	0,19	DEZAVANTAJ	0,22	DEZAVANTAJ
42	0,49	DEZAVANTAJ	1,05	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
43	0,13	DEZAVANTAJ	1,90	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
51	0,17	DEZAVANTAJ	0,18	DEZAVANTAJ
52	0,28	DEZAVANTAJ	0,39	DEZAVANTAJ
53	0,24	DEZAVANTAJ	0,90	DEZAVANTAJ



54	0,09	DEZAVANTAJ	0,18	DEZAVANTAJ
55	0,39	DEZAVANTAJ	1,24	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
56	0,48	DEZAVANTAJ	0,37	DEZAVANTAJ
57	0,23	DEZAVANTAJ	0,35	DEZAVANTAJ
58	0,95	DEZAVANTAJ	1,91	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
59	0,11	DEZAVANTAJ	0,31	DEZAVANTAJ
61	0,51	DEZAVANTAJ	0,89	DEZAVANTAJ
62	2,01	ORTA ÜSTÜNLÜK	2,08	ORTA ÜSTÜNLÜK
63	0,22	DEZAVANTAJ	0,94	DEZAVANTAJ
64	0,34	DEZAVANTAJ	0,82	DEZAVANTAJ
65	5,18	GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK	5,31	GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK
66	1,34	ZAYIF ÜSTÜNLÜK	1,96	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
67	1,36	ZAYIF ÜSTÜNLÜK	3,50	ORTA ÜSTÜNLÜK
68	0,87	DEZAVANTAJ	0,87	DEZAVANTAJ
69	1,07	ZAYIF ÜSTÜNLÜK	1,75	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
71	0,88	DEZAVANTAJ	0,82	DEZAVANTAJ
72	0,45	DEZAVANTAJ	0,67	DEZAVANTAJ
73	0,58	DEZAVANTAJ	0,89	DEZAVANTAJ
74	0,47	DEZAVANTAJ	0,63	DEZAVANTAJ
75	0,03	DEZAVANTAJ	0,03	DEZAVANTAJ
76	1,12	ZAYIF ÜSTÜNLÜK	0,70	DEZAVANTAJ
77	0,95	DEZAVANTAJ	0,81	DEZAVANTAJ
78	1,72	ZAYIF ÜSTÜNLÜK	1,48	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
79	0,73	DEZAVANTAJ	0,82	DEZAVANTAJ
81	2,27	ORTA ÜSTÜNLÜK	2,99	ORTA ÜSTÜNLÜK
82	0,75	DEZAVANTAJ	1,22	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
83	0,65	DEZAVANTAJ	0,56	DEZAVANTAJ
84	6,40	GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK	5,69	GÜÇLÜ ÜSTÜNLÜK
85	0,30	DEZAVANTAJ	0,58	DEZAVANTAJ
87	0,11	DEZAVANTAJ	0,14	DEZAVANTAJ
88	0,05	DEZAVANTAJ	0,06	DEZAVANTAJ
89	0,54	DEZAVANTAJ	1,01	ZAYIF ÜSTÜNLÜK
93	0,30	DEZAVANTAJ	0,38	DEZAVANTAJ
96	0,04	DEZAVANTAJ	0,02	DEZAVANTAJ
97	0,29	DEZAVANTAJ	1,67	ZAYIF ÜSTÜNLÜK

Kaynak: <http://comtrade.un.org/db/dqBasicQuery.aspx> adresinden elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

