

TÜRKMENİSTAN'IN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER YÖNTEMİYLE REKABET GÜCÜNÜN ANALİZİ

Güçgeldi BASHİMOV*

ÖZ

Bu çalışmanın ana amacı Türkmenistan'ın uluslararası ticaretteki rekabet gücünü analiz etmektir. Çalışmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) İndeksi ve Net Ticaret İndeksi (NTI) kullanılmıştır. Araştırma 2001-2015 dönemini kapsamaktadır. Araştırmada kullanılan veriler Uluslararası Ticaret Merkezi'nin istatistiklerinden derlenmiştir. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksine göre Türkmenistan mineral yakıtlar ve tekstil ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Net Ticaret İndeksine göre Türkmenistan mineral yakıtlar ve tekstil ürünlerinde net ihracatçı ülkedir.

Anahtar Kelimeler: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, Rekabet Gücü, Türkmenistan

ANALYSIS OF COMPETITIVENESS OF TURKMENISTAN BY USING REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE METHOD

ABSTRACT

The main objective of this study is to analyze the competitiveness of Turkmenistan in the international trade. This study used Revealed Comparative Advantage (RCA) Index and Net Trade Index (NTI). 2001-2015 period was used in this study. The data were obtained from the International Trade Centre (ITC) database. The Revealed Comparative Advantage index shows that Turkmenistan has a comparative advantage in mineral fuels and textiles. Also, it was found that Turkmenistan is net exporter in mineral fuels and textiles.

Keywords: Revealed Comparative Advantage, Competitiveness, Turkmenistan

GİRİŞ

Dış ticaret, ülke ekonomilerinin büyümesinde önemli rol oynamaktadır. İhracat ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen uygulamalı çalışmaların çoğunda, ihracat ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca ihracat, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde yaşanan yoksulluk kısır döngüsünün kırılmasını sağlayacak en önemli araçlardan birini oluşturmaktadır (Göçer ve Hepkarşı, 2013: 58-59). Artık küreselleşme sürecinin tüm dünyayı etkisi altına aldığı günümüzde dışa açılma ve küresel piyasalara entegrasyonun sağlanması ülke ekonomilerinin büyüme kaydetmesi açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle uluslararası ticaret diğer ekonomiler gibi Orta Asya ekonomilerinin de büyümesi için vazgeçilmez bir araçtır.

Sovyetler Birliği'nin dağılması ile birlikte, Orta Asya bölgesinde bulunan Cumhuriyetler de bağımsızlıklarını kazanmış ve dünya uluslar ailesinde müstakil

* Doktora Öğrencisi, Ömer Halisdemir Üniversitesi SBE, guyc55@gmail.com

devletler olarak yerlerini almışlardır. Bilindiği gibi Orta Asya coğrafyasında Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve Tacikistan olmak üzere beş bağımsız Cumhuriyet yer almaktadır (Solak, 2003: 70). 1990'lı yıllardan itibaren Orta Asya ülkelerinin uluslararası ticaret ağına dâhil olması, küresel ticaretin gelişmesine yeni bir ivme kazandırmıştır. Bugün, Orta Asya ülkeleri küresel ticarete aktif rol oynamaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı Türkmenistan'ın uluslararası ticaretteki rekabet gücünü ortaya koymaktır. Literatürde, Türkmenistan'ın uluslararası ticaretteki rekabet gücünü ölçen çalışmaların eksikliği literatürde bir boşluk olarak görülmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmanın söz konusu boşluğu gidereceği düşünülmektedir. Bu çalışma 7 bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın Giriş bölümünden sonra 2. bölümde karşılaştırmalı üstünlükler kavramı ile ilgili bilgiler verilmiştir. 3. bölümde konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalar hakkında kısa bilgiler verilmiştir. 4. bölümde çalışmada kullanılan materyal ve yöntemler hakkında bilgilere yer verilmiştir. 5. bölümde Türkmenistan'ın dış ticaret yapısı hakkında bilgiler verilmiştir. Çalışmanın 6. bölümünde analiz sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Analiz sonuçları tablo ve grafikler yardımıyla özetlenmiş ve yorumlanmıştır. Son bölümde ise araştırma genel olarak değerlendirilmiştir.

1. KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK TEORİSİ

Karşılaştırmalı üstünlük kavramı, dış ticaret yapısının açıklanması bakımından uluslararası ticaret teorileri arasında önemli bir kavramı oluşturmaktadır. Karşılaştırmalı üstünlük kavramı ilk kez David Ricardo tarafından ortaya atılmıştır. Ricardo'ya göre uluslararası ticaretin temelini karşılaştırmalı üstünlükler oluşturur (Seyidoğlu, 2013: 8; Agustin ve ark., 2014: 40). Ricardo'nun teorisine göre, ülkeler karşılaştırmalı olarak üstünlüğe sahip oldukları ürünlerin üretiminde uzmanlaşmalı ve bu ürünleri ihraç etmelidirler. Böylece ülkeler uluslararası ticarete rekabet üstünlüğü elde edebileceklerdir. Teoriye göre, ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğün kaynağını maliyetler ve teknolojik farklılıklar oluşturmaktadır (Sinanan ve Hosein, 2012: 16).

Karşılaştırmalı üstünlükler temel olarak “uzmanlaşma” düşüncesine dayanmaktadır. Tıpkı bir bireyin uzmanlaşmasında olduğu gibi ülkeler de belli mal ve hizmetlerin üretiminde uzmanlaşırlar. Bu belli mal ve hizmetlerin üretimi ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu üretim dallarında gerçekleşir (Utkulu, 2005: 2). Ricardo, dış ticarete hangi ülke daha karlıdır veya hangi ülke daha kazançlıdır, sorusu üzerinde durmamıştır. Önemli olan dış ticarete girişmektir. Dış ticaret yapan her iki ülke de bu ticareten toplumsal bir kazanç sağlar (Yılmaz, 2014: 31).

Karşılaştırmalı üstünlük kavramına bir ilave de 1919'da E. Heckscher ve 1930'da B. Ohlin tarafından yapılmış ve Faktör Donatımı Teorisi olarak adlandırılmıştır. Bu teori karşılaştırmalı üstünlüklere değişik bir yorum getirmekte ve onun ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir. Buna göre, bir ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahipse, üretimi o faktöre yoğun biçimde dayanan mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder; yani onları daha ucuza üretir ve o alanlarda uzmanlaşır (Seyidoğlu, 2015: 83-84).

Uluslararası ticaretin belirleyicisi olan karşılaştırmalı üstünlükleri ortaya atan Ricardo, teoride daha çok fiziksel ve doğal etkileri vurgularken, daha sonraki ekonomistler ağırlıklı olarak faktör donatımı, teknoloji ve insan faktörü üzerinde durmuşlardır. Ricardo'dan başlayarak Mill'e, Marshall'a, Heckscher-Ohlin'e ve çağdaş ekonomistlere kadar karşılaştırmalı üstünlüklerin teorik gelişimi devam etmiştir (Goldin, 1990: 14).

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüğünü ölçen, ulusal ve uluslararası düzeyde çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Söz konusu çalışmalarda başta Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi olmak üzere birçok yaklaşım esas alınmıştır. Literatürde konuyla ilgili yapılan çalışmalara Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Karşılaştırmalı Üstünlük İle İlgili Çalışmalar

Yazarlar	Ülke	Kullanılan Yöntem	Dönem	Sonuç
Trung (2002)	Vietnam	İhracat Benzerlik İndeksi ve Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi	1995-1998	Çalışmada, Vietnam'ın su ürünleri, tahıllar, yağlı tohumlar, mineral yakıtlar, hazır giyim ve ayakkabı ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu saptanmıştır.
Addison Smyth (2005)	İrlanda	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi	1997 ve 2002 yılı	İrlanda'nın canlı hayvanlar ve gıda maddeleri, içkiler, kimya sanayi ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir.
Burange ve Chaddha (2008)	Hindistan	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi	1996-2005	Hindistan'ın hayvansal ürünler, yaş meyve ve sebze, mineral yakıtlar, kimya sanayii ürünleri, deriler, tekstil, ayakkabı ve metallerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu belirlenmiştir.
Chingarande ve ark. (2013)	Botsvana	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi	2008-2010	Botsvana'nın makine ve elektrik malzemeleri, tekstil, metaller, cam ve cam eşya, gıda ürünleri ve kimya sanayii ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir.
Ekmen Özçelik ve Erhat (2013)	Türkiye	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi	1996-2010	Türkiye'nin AB pazarında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünler arasında motorlu taşıtlar, hazır giyim, yai meyve ve sebze ürünleri bulunmaktadır.
Karambakuwa ve Mzumara (2013)	Svaziland	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi	2008-2010	Sonuç olarak, Svaziland'ın meyve konserveleri, şeker, odun hamuru, deri ve köseleler, kesme çiçek, hazır giyim gibi hammadde ve emek yoğun mallarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1'in devamı

Yazarlar	Ülke	Kullanılan Yöntem	Dönem	Sonuç
Pilinkiene (2014)	Letonya, Litvanya ve Estonya	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi, Nispi İthalat Avantajı indeksi ve Nispi Ticaret Avantajı indeksi	1998-2012	Sonuç olarak, Litvanya'nın kimya sanayi ürünleri ve tekstil ürünlerinde, Letonya'nın hazır giyim ürünlerinde ve Estonya'nın ise imalat sanayi ürünleri, kimya sanayi ürünleri ve tekstil ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu saptanmıştır.
Reyes (2014)	ASEAN6 ülkeleri	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi ve Lafay indeksi	2007-2011	Elde edilen bulgulara göre Bruney mineral yakıtlarda, Endonezya ve Malezya bitkisel ve hayvansal yağlarda, Filipinler elektrikli makina ve cihazlarda, Singapur organik kimyasal ürünlerde, Tayland ise tarım ve gıda, tekstil, mekanik cihazlar ve aletlerde rekabet gücüne sahiptir.
Sultan (2014)	Suudi Arabistan	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi	2001-2012	Suudi Arabistan'ın uluslararası ticarete karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünler arasında mineral yakıtlar, organik kimyasallar, plastikler ve gübreler yer almaktadır.
Amirbekova ve Madiyarova (2015)	Kazakistan	Lafay indeksi	2001-2012	Kazakistan'ın etler ve yenilen sakatat, şeker pancarı, hububat, mineral yakıtlarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir.
Muamer ve ark. (2015)	Bosna Hersek, Hırvatistan, Makedonya, Karadağ, Sırbistan ve Slovenya	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, Michaely ve Herfindahl-Hirschman indeksleri	2006-2013	Söz konusu ülkelerin daha çok hammadde yoğun ve emek yoğun ürünlerin ihracatında rekabet gücüne sahip oldukları belirlenmiştir.
Şahbudak ve Şahin (2016)	Çin	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler indeksi	2000-2013	Araştırma bulgularına göre, Çin canlı hayvanlar ve gıda maddeleri, işlenmiş mallar, makine ve ulaştırma araçları, çeşitli mamul eşya ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

Uluslararası ticarete karşılaştırmalı üstünlüğü belirleyebilmek için birçok modeller geliştirilmiştir. Bunlardan en önemlisi de Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yaklaşımıdır. Balassa ülkelerin hangi mallarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduklarını gerçekleştiren dışsattım rakamlarından hareketle saptamaktadır. Buna göre, ülkede hangi mal veya mal grubunun toplam dışsattım içindeki payı büyükse, ülkenin o alanda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğundan söz etmek mümkündür. Balassa'nın karşılaştırmalı üstünlükleri bu yolla

tanımlamasına açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler adı verilmiştir (Yılmaz, 2014: 244). Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yaklaşımı, ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğün nedenine inmeden, görünen bir avantaj farkı olup olmadığını açıklamayı amaçlamaktadır (Seymen, 2009: 237). AKÜ indeksi, herhangi bir malın ülkenin toplam ihracatındaki payının, söz konusu malın dünyanın toplam ihracatındaki payına oranını ifade etmektedir. Günümüzde bu yöntem dış ticaretin ve karşılaştırmalı üstünlüklerin açıklanmasında ve ölçülmesinde sıkça kullanılmaktadır (Utkulu, 2005: 14; Ekmen Özçelik ve Erlat, 2013: 45). Balassa'nın AKÜ indeksi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir:

$$AKÜ_{ij} = (X_{ij}/X_i)/(X_{wj}/X_w) \quad (1)$$

Eşitlik 1'de X: ihracatı, i: ülkeyi, j: sektörü, w: dünyayı ifade etmektedir. AKÜ indeksi sıfır ile sonsuz arasında bir değer almaktadır. Eğer indeks değeri birden büyükse o ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu söylenir. Eğer indeks değeri birden az ise ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu söylenir (Sultan, 2014: 144; Yasmin ve Altaf, 2014: 123).

Uluslararası ticarete karşılaştırmalı üstünlüğün belirlenmesinde kullanılan bir diğer ölçüt de Net Ticaret İndeksidir. Alternatif bir açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük indeksi olarak da bilinen Net Ticaret İndeksi (NTİ), ülkenin sadece kendi ticari performansının ölçümünü yapmak amacıyla hesaplanmaktadır (Özçalık ve Okur, 2013: 212). Net ticaret indeksi şu şekilde formüle edilmektedir:

$$NTİ_{ij} = (X_{ij} - M_{ij})/(X_{ij} + M_{ij}) \quad (2)$$

Eşitlik 2'de, X_{ij} "j" ülkesinin "i" sektörünün ihracatını ve M_{ij} "j" ülkesinin "i" sektörünün ithalatını göstermektedir. Net ticaret indeksi -1 ve +1 arasında bir değer almaktadır (Amighini, 2005: 211). Net ticaret indeksinin pozitif değer alması söz konusu ülkenin o mal ve hizmette açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğunu, negatif değer alması ise açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün bulunmadığını gösterir (Özçalık ve Okur, 2013: 212).

Çalışmada 2001-2015 dönemine ait Uluslararası Ticaret Merkezi (INTRACEN) veri tabanından sağlanan HS 2 haneli ürün gruplarına ait ihracat ve ithalat verileri kullanılmıştır. HS sınıflandırması kapsamında yer alan ürünler Tablo 2'de gösterilmiştir.

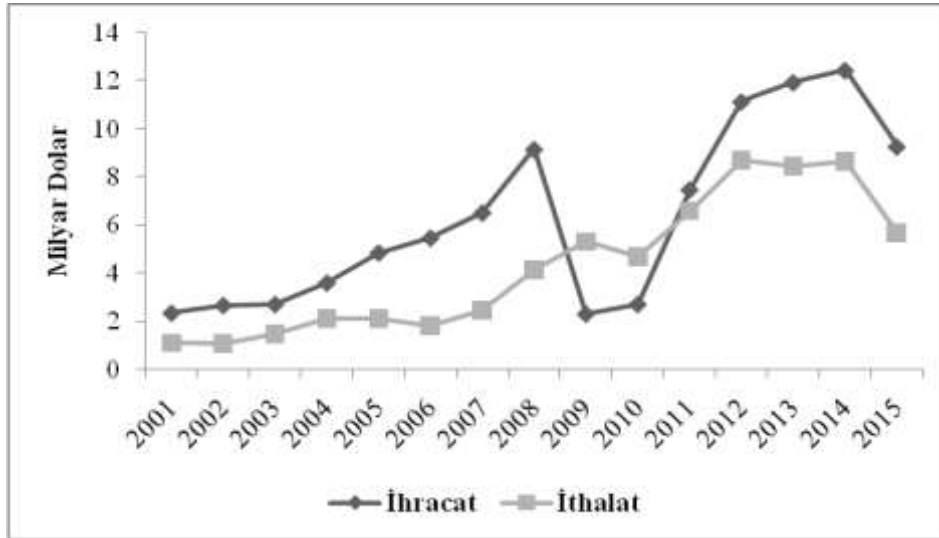
Tablo 2. HS'ye Göre Ürün Grubu Sınıflandırma Listesi

Fasıl Kodu	Fasıl Adı	Fasıl Kodu	Fasıl Adı
01-05	Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler	50-63	Tekstil ürünleri
06-15	Bitkisel ürünler	64-67	Ayakkabılar
16-24	Gıda sanayii ürünleri	68-71	Cam ve cam eşya
25-27	Mineral yakıtlar ve mineral yağlar	72-83	Metaller
28-38	Kimya sanayii ürünleri	84-85	Makineler ve elektrik malzemeleri
39-40	Plastikler ve mamulleri	86-89	Araçlar
41-43	Deriler, köseleler, postlar ve kürkler	90-97	Muhtelif mamul eşya
44-49	Ağaç ve ahşap eşyalar	99	Başka yerde belirtilmeyen ürünler

Kaynak: UN COMTRADE

4. TÜRKMENİSTAN'IN DIŞ TİCARET PERFORMANSI

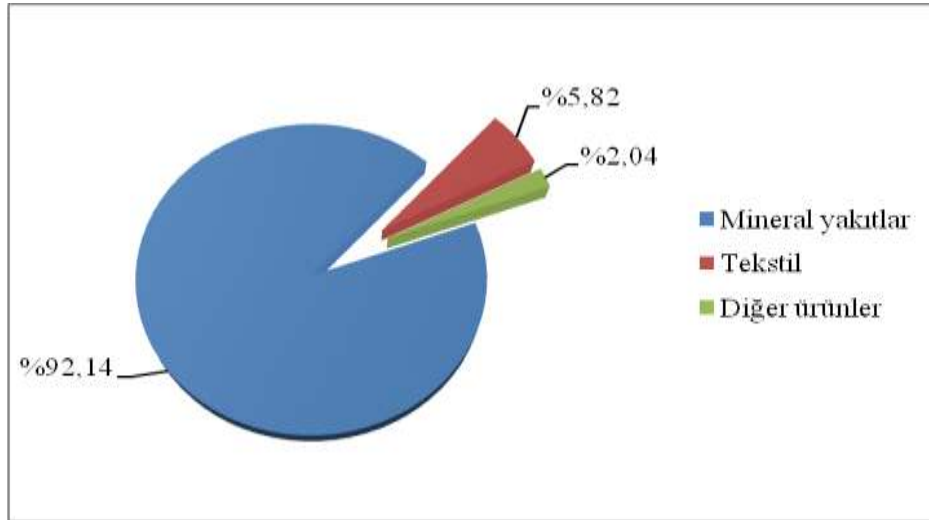
1991 yılında Türkmenistan'ın bağımsızlığa kavuşmasıyla birlikte ülkede ihracata dayalı bir büyüme politikası benimsenmiştir. Türkmenistan daha fazla ihracat yapabilmek ve yeni pazarlara açılabilmek için çaba sarf etmektedir. Özellikle son 10-15 yılda dış ticarete önemli artış yaşanmıştır. Şekil 1'de Türkmenistan'ın toplam ihracat ve ithalatının yıllara göre gelişimini gösterilmektedir. 2001-2015 yılları arasında ihracatta 3 kat artış görülürken, ithalatta 4 kattan fazla bir artış görülmüştür. 2015 yılında Türkmenistan'ın toplam ihracatı 9,2 dolar iken, ithalat 5,6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2000'den sonra ihracatın dikkat çekici bir ivme yakaladığı ve 2009 yılına kadar istikrarlı bir seyir izlediği görülmektedir. Şekil 1'de görüldüğü üzere 2009 yılında Türkmenistan'ın toplam ihracatında sert bir düşüş söz konusudur. 2009 yılında Türkmenistan'ın toplam ihracatı bir önceki yıla göre %75 oranında azalarak 9,1 milyar dolardan 2,3 milyar dolara gerilemiştir. Burada 2007 yılının ortalarından itibaren hissedilmeye başlanan ve 2008 yılında bütün dünyayı saran küresel ekonomik krizin önemli ölçüde etkili olduğu söylenebilir. Nitekim dünya ticareti 2006 yılında %9,3 oranında büyürken, 2007 yılında %7,2'ye, 2008 yılında da %2,6'ya düşmüştür (Yıldırım, 2010: 48). Türkmenistan ekonomisinin de küresel krizden olumsuz etkilendiği açıkça görülmektedir. Ancak, izleyen yıllarda ihracat tekrar yükselmeye başlamış ve en yüksek seviyesine 12,4 milyar dolar ile 2014 yılında ulaşmıştır.



Şekil 1. Türkmenistan'ın İhracat ve İthalatının Yıllara Göre Değişimi

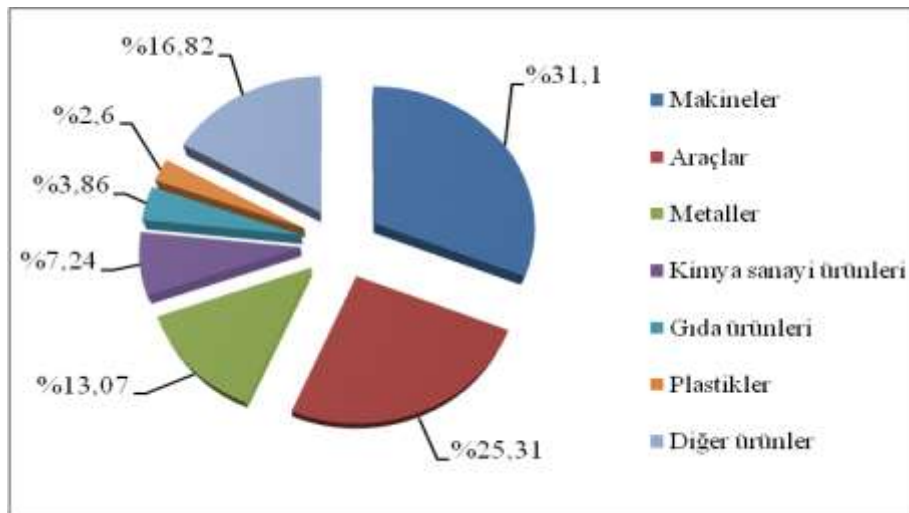
Şekil 2'de Türkmenistan'ın ihracatının bileşimine yer verilmiştir. Buna göre; temel ihraç kalemleri arasında; doğal gaz petrol ve petrol ürünleri, tekstil ürünleri ve pamuk yer almaktadır. 2015 yılında ihracatta en büyük pay %92,14 ile mineral yakıtlara aittir. Tekstil ürünlerinin toplam ihracat içindeki payının ise %5,82 olduğu görülmektedir. Bu durum bize Türkmenistan'ın üretim yapısının daha çok hammadde ve emek yoğun ürünlerden oluştuğunu göstermektedir.

Günümüzde Türkmenistan'ın birçok ülke ile dış ticaret ilişkisi bulunmaktadır. 2015 yılında en fazla Çin, Rusya, Türkiye, İran, Kazakistan, Gürcistan ve Avrupa Birliği ülkelerine ihracat gerçekleştirilmiştir. Türkmenistan'ın ucuz doğal kaynaklar bakımından zengin bir ülke olması, yetişmiş insan gücü ve önemli pazarlara coğrafi yakınlığı nedeniyle, ihracatın izleyen yıllarda daha da artarak devam edeceği beklenmektedir.



Şekil 2. Türkmenistan'da İhracatın Mal Bileşimi

Dış ticaretin mal bileşimine ithal malları kapsamında bakıldığında ise sermaye ve teknoloji yoğun malların ağırlıkta olduğu görülmektedir. 2015 yılında Türkmenistan'ın en çok ithal ettiği ürünler arasında; makineler (%31,10), taşıt araçları (%25,31), metaller (%13,07), kimya sanayi ürünleri (%7,24), gıda sanayi ürünleri (%3,86) ve plastikler (%2,60) yer almaktadır. Türkmenistan'da ithalatın mal bileşimi ile ilgili bilgiler Şekil 3'de verilmiştir.



Şekil 3. Türkmenistan'da İthalatın Mal Bileşimi

5. BULGULAR

Tablo 3’de Türkmenistan’ın ihracat malları için hesaplanan AKÜ indeks değerleri yer almaktadır. Buna göre, Türkmenistan mineral yakıtlar (HS 25-27) ile tekstil ürünlerinde (HS 50-63) karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Tablo 3’de görüldüğü gibi küresel ekonomik krizin yaşandığı 2008 yılında her iki ürün grubuna ait AKÜ indeks değerlerinde bir düşüş görülmektedir. 2010 yılından itibaren ise mineral yakıtlar ürün grubuna ait AKÜ indeks değeri sürekli yükselirken, tekstil ürünlerine ait AKÜ indeks değerinde ise düşüş söz konusudur. Bu durum, son yıllarda hidrokarbon ürünlerinin özellikle doğal gaz ihracatının toplam ihracat içindeki payının giderek artış göstermesinden kaynaklanmaktadır. Tekstil ürünlerinin toplam ihracattaki payı ise giderek azalmaktadır. Elde edilen bulgulara göre Türkmenistan başka yerde belirtilmeyen ürünlerde (HS 99) ise sadece 2008 ve 2009 yıllarında karşılaştırmalı üstünlük söz konusudur. İncelenen dönemde AKÜ değerine göre rekabet gücüne sahip olan sektör sayısı değişmemektedir.

Tablo 4’de Net Ticaret İndeks değerleri yer almaktadır. Tablo 4’den de görüldüğü üzere, Türkmenistan ele alınan yılların tamamında mineral yakıtlar ve tekstil ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Bir diğer ifade ile Türkmenistan söz konusu ürünlerde net ihracatçı ülke konumundadır. Deri, köseleler ve kürklerde (HS 41-43) 2008 yılına kadar olan karşılaştırmalı avantaj durumu yerini bu yıldan sonra karşılaştırmalı dezavantaja bırakmıştır. Başka yerde belirtilmeyen ürünlerde (HS 99) ise 2008, 2009 ve 2012 yıllarında karşılaştırmalı avantaj söz konusudur.

Araştırma bulgularına göre Türkmenistan birkaç ürünlerin ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Dolayısıyla ihracatta büyük bir mal yoğunlaşması görülmektedir. İhracatta tek ürüne aşırı derecede bağımlı olma, ülke ekonomisini dış piyasa gelişmelerinin olumsuz etkisine karşı tamamen açık bir durumda bırakmaktadır (Seyidoğlu, 2015: 596). Bugün, Türkmenistan’ın toplam ihracatının %90’dan fazlası doğal gaz ve petrol ürünlerinden oluşmaktadır. Dolayısıyla, dünya doğal gaz ve petrol fiyatlarında ortaya çıkabilecek fiyat dalgalanmaları ve dış talepte meydana gelebilecek daralmalar Türkmenistan’ın ihracat gelirlerinde düşüşe ve istikrarsızlığa neden olabilecektir. Dış ticaretin ürün ve ülke bazında çeşitlendirilmesi Türkmenistan’ın uluslararası rekabet gücünün artmasına ve dış şoklardan hafif düzeyde etkilenmesine yol açacaktır.

Günümüzde bilgi yoğun ve yüksek katma değer yaratan mal ve hizmetler uluslararası ticarete ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla, rekabet üstünlüğü yaratan etkenlerin hızla değiştiği bu süreçte Türkmenistan’ın da ayak uydurması hayati önem taşımaktadır. Türkmenistan, son yıllarda ihracatın yapısını hammadde ve emek yoğun mallardan sermaye ve teknoloji yoğun mallara doğru kaydırmak için yoğun çaba sarf etmektedir. Ancak, Türkmenistan’da faaliyet gösteren işletmelerin KOBİ niteliğinde olması, ürün kalitesinin düşük olması, lojistik altyapı yetersizliği, markalaşma eksikliği, AR-GE faaliyetlerinin yetersizliği, işletme yönetim becerilerindeki eksikler ve ekonomide kayıt dışılığın fazla olması ülkenin ihracat performansını olumsuz etkilemektedir. Uluslararası pazarlarda tutunabilmek veya pazar payının artırılabilmesi için ürün standartlarının yükseltilmesi, katma değeri yüksek yeni ihracat mallarının üretilmesi, üretimde maliyet düşürücü yeni tekniklerin

geliştirilmesi ve Ar-Ge faaliyetlerinin hükümet tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca, ihracata yönelik üretimin teşvik edilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir.

Tablo 3. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeks Değerleri

Fasıl Kodu (HS)	Fasıl Adı	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
01-05	Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,03	0,01	0,00
06-15	Bitkisel ürünler	0,12	0,08	0,08	0,12	0,10	0,12	0,10	0,09	0,44	0,47	0,13	0,12	0,18	0,26	0,09
16-24	Gıda sanayii ürünleri	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,02	0,02	0,20	0,10	0,01	0,02	0,04	0,00
25-27	Mİneral yakıtlar	8,48	8,92	8,28	7,43	6,24	5,56	6,12	4,34	4,59	4,07	4,61	4,70	4,75	5,19	7,31
28-38	Kimya sanayii ürünleri	0,02	0,02	0,04	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,05	0,09	0,04	0,02	0,03	0,03	0,02
39-40	Plastikler ve mamulleri	0,00	0,20	0,34	0,31	0,31	0,29	0,26	0,25	0,76	0,85	0,23	0,28	0,21	0,20	0,19
41-43	Deriler, köseleler, postlar ve kürkler	0,10	0,20	0,01	0,06	0,05	0,12	0,21	0,07	0,13	0,37	0,15	0,11	0,13	0,11	0,09
44-49	Ağaç ve ahşap eşyalar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00
50-63	Tekstil ürünleri	1,54	1,23	1,42	1,66	1,27	1,29	1,39	1,00	2,73	5,04	1,65	1,06	1,34	1,28	1,22
64-67	Ayakkabılar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00
68-71	Cam ve cam eşya	0,03	0,02	0,03	0,03	0,00	0,02	0,03	0,00	0,08	0,03	0,01	0,01	0,40	0,01	0,00
72-83	Metaller	0,08	0,10	0,05	0,06	0,02	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,02	0,00	0,00
84-85	Makineler ve elektrik malzemeleri	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00	0,05	0,03	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00
86-89	Araçlar	0,05	0,05	0,01	0,03	0,08	0,46	0,01	0,01	0,02	0,05	0,00	0,01	0,01	0,06	0,01
90-97	Muhtelif mamul eşya	0,01	0,03	0,02	0,01	0,00	0,01	0,01	0,02	0,03	0,01	0,01	0,01	0,02	0,07	0,00
99	Başka yerde belirtilmeyen ürünler	0,01	0,00	0,01	0,02	0,03	0,02	0,02	4,57	4,29	0,59	0,13	0,09	0,03	0,08	0,01

Kaynak: INTRACEN verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 4. Net Ticaret İndeks Değerleri

Fasıl Kodu (HS)	Fasıl Adı	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
01-05	Canlı hayvanlar ve hayvansal ürünler	-0,87	-0,95	-0,99	-0,98	-0,98	-0,98	-0,99	-0,96	-0,96	-0,96	-1,00	-1,00	-0,87	-0,96	-1,00
06-15	Bitkisel ürünler	-0,51	-0,71	-0,67	-0,49	-0,55	-0,46	-0,61	-0,78	-0,53	-0,66	-0,72	-0,56	-0,40	-0,23	-0,67
16-24	Gıda sanayii ürünleri	-0,98	-0,99	-0,99	-0,99	-0,99	-0,99	-0,96	-0,94	-0,98	-0,89	-0,87	-0,98	-0,97	-0,92	-1,00
25-27	Mineral yakıtlar	0,98	0,99	0,98	0,98	0,99	0,99	0,99	0,98	0,93	0,89	0,97	0,99	0,99	0,99	0,98
28-38	Kimya sanayii ürünleri	-0,90	-0,90	-0,87	-0,89	-0,88	-0,87	-0,82	-0,79	-0,90	-0,83	-0,87	-0,90	-0,83	-0,85	-0,89
39-40	Plastikler ve mamulleri	-0,98	-0,20	-0,20	-0,10	-0,09	-0,06	-0,07	-0,21	-0,34	-0,42	-0,58	-0,37	-0,44	-0,52	-0,49
41-43	Deriler, köseleler, postlar ve kürkleri	0,31	0,59	-0,83	0,14	0,42	0,63	0,77	-0,05	-0,16	-0,82	-0,84	-0,88	-0,85	-0,85	-0,83
44-49	Ağaç ve ahşap eşyalar	-0,99	-1,00	-1,00	-0,99	-0,99	-0,99	-0,99	-0,99	-1,00	-1,00	-1,00	-0,99	-0,99	-1,00	-1,00
50-63	Tekstil ürünleri	0,82	0,67	0,61	0,75	0,72	0,63	0,78	0,58	0,60	0,70	0,58	0,55	0,68	0,64	0,67
64-67	Ayakkabılar	-0,98	-0,99	-0,99	-0,99	-0,98	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-0,92	-1,00	-1,00	-1,00
68-71	Cam ve cam eşya	-0,82	-0,83	-0,85	-0,82	-0,99	-0,89	-0,82	-0,99	-0,91	-0,97	-0,97	-0,95	0,25	-0,96	-1,00
72-83	Metaller	-0,84	-0,78	-0,93	-0,90	-0,96	-0,99	-1,00	-0,99	-1,00	-1,00	-1,00	-1,00	-0,98	-1,00	-1,00
84-85	Makineler ve elektrik malzemeleri	-0,98	-0,96	-0,99	-0,99	-0,99	-0,94	-0,97	-0,99	-0,97	-0,96	-0,99	-0,97	-0,99	-0,98	-0,99
86-89	Araçlar	-0,90	-0,80	-0,96	-0,96	-0,88	-0,03	-0,96	-0,96	-0,99	-0,96	-1,00	-0,99	-0,99	-0,94	-0,98
90-97	Muhtelif mamul eşya	-0,97	-0,73	-0,90	-0,97	-0,97	-0,93	-0,90	-0,91	-0,97	-1,00	-0,99	-0,99	-0,97	-0,92	-0,99
99	Başka yerde belirtilmeyen ürünler	-0,95	-0,99	-0,97	-0,88	-0,78	-0,94	-0,33	0,98	0,93	-0,21	-0,24	0,06	-0,78	-0,40	-0,88

Kaynak: INTRACEN verileri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

SONUÇ

1990 sonrasında Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla Türkmenistan ekonomisinin dışa açılma süreci hız kazanmıştır. Bu süreçte ihracat ve ithalat serbestleştirilmiş ve ihracatın ekonomik faaliyetler içindeki önemi giderek artmıştır. Günümüzde Türkmenistan'ın birçok ülke ile dış ticaret ilişkisi bulunmakta ve dış ticaret hacmi 15 milyar dolara yaklaşmıştır. Türkmenistan'ın ihracatında hammadde ve emek yoğun ürünler ağırlıkta iken, ithalatta ise daha çok sermaye ve teknoloji yoğun ürünler ağırlıktadır.

Bu çalışmada Türkmenistan'ın uluslararası ticarete karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Net Ticaret İndeksi kullanılmıştır. Hesaplanan AKÜ indeks değerlerine göre Türkmenistan sadece mineral yakıtlar ve tekstil ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Aynı zamanda söz konusu ürünlerde net ihracatçı ülke konumundadır.

Türkmenistan sahip olduğu doğal kaynakları ve istihdam gücüyle dünya piyasasında rekabet edebilir niteliktedir. Dünya pazarından Türkmenistan'ın payına düşeni alabilmesi için sorunların biran önce çözüme kavuşturulması gerekmektedir. Rekabet gücünün artırılması için üretim maliyetini minimize edecek önlemlerin alınması, kaliteli ve özgün üretim ile marka oluşumu teşvik edilmeli, üretimde yeni teknolojilerin kullanımı ve Ar-Ge faaliyetlerinin artırılması gerekmektedir. Ayrıca, Türkmenistan'ın uluslararası ticaretten aldığı payını artırmak için ihracatta ürün ve ülke çeşitlendirmesine gidilmelidir.

KAYNAKÇA

- Addison Smyth, D. (2005). Ireland's Revealed Comparative Advantage. *Quarterly Bulletin*, 1, 101-114.
- Agustin, G., Ananda, C.F., Maski, G., ve Adi Saputra, P.M. (2014). The Product Mapping Analysis of Manufacturing Industry Products in Bilateral Trade between Indonesia and China in 1995-2011. *Int. J. Eco. Res.*, 5 (2), 37-49.
- Amirbekova, A., ve Madiyarova, D. (2015). Assessment of the Competitiveness of Kazakhstan's Exports. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6 (6), 443-447.
- Amighini, A. (2005). China in the International Fragmentation of Production: Evidence from the ICT Industry. *The European Journal of Comparative Economics*, 2 (2), 203-219.
- Burange, L.G., ve Chaddha, S.J. (2008). India's Revealed Comparative Advantage in Merchandise Trade, University of Mumbai, Working Paper, India.
- Chingarande, A., Mzumara, M., ve Karambakuwa, R. (2013). An Investigation of Sectoral Comparative Advantage of Botswana. *Greener Journal of Economics and Accountancy*, 2 (4), 101-111.
- Ekmen Özçelik, S., ve Erlat, G. (2013). Turkey's Comparative Advantages and Dynamic Market Positioning in the EU Market. *Topics in Middle Eastern and African Economies*, 15 (2), 42-70.

Yalova Sosyal Bilimler Dergisi

- Goldin, I. (1990). Comparative Advantage: Theory and Application to Developing Country Agriculture-Research Programme on: Changing Comparative Advantage in Food and Agriculture, OECD Development Centre Working Papers, 16.
- Göçer, İ., ve Hepkarşı, N. (2013). İhracat-Büyüme İlişkisi: Yapısal Kırılmalı Bir Analiz. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1 (4), 57-87.
- Karambakuwa, R., ve Mzumara, M. (2013). The Revealed Comparative Advantage of Swaziland. *Greener Journal of Economics and Accountancy*, 2 (2), 68-73.
- Muamer, H., Snjezana, B., ve Vedrana, B. (2015). The Comparative Analysis of Export Competitiveness of ex-Yu Countries. *Economic Analysis*, 48 (1-2), 108-129.
- Özçalık, M., ve Okur, A. (2013). Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörlerinin Gümrük Birliği Sonrası AB-15 Ülkeleri Karşısındaki Rekabet Gücü. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1), 205-223.
- Pilinkiene, V. (2014). Evaluation of International Competitiveness Using the Revealed Comparative Advantage Indices: The Case of the Baltic States. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (13), 353-359.
- Reyes, G.U. (2014). Examining the Revealed Comparative Advantage of the ASEAN6 Countries Using the Balassa Index and Lafay Index. *Journal of Global Business and Trade*, 10 (1), 1-10.
- Seyidoğlu, H. (2013). Uluslararası Ticaret. 1. Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2923.
- Seyidoğlu, H. (2015). Uluslararası İktisat, Teori, Politika ve Uygulama. 20. Baskı, İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Seymen, D.A. (2009). Türkiye'nin Dış Ticaret Yapısı ve Rekabet Gücü, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Sinanan, D., ve Hosein, R. (2012). Transition Probability Matrices and Revealed Comparative Advantage Persistence in a Small Hydrocarbon-based Economy. *The West Indian Journal of Engineering*, 23 (1/2), 16-29.
- Solak, F. (2003). Türkiye-Orta Asya Cumhuriyetleri Dış Ticaret İlişkilerinin Gelişimi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XVIII (1), 69-96.
- Sultan, Z.A. (2014). Revealed Comparative Advantage of Saudi's Exports. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 5 (6), 142-149.
- Şahbudak, E., ve Şahin, D. (2016). Çin'in Dış Ticaret Performansı ve Sektörel Rekabet Gücünün Ölçümü. *Akademik Bakış Dergisi*, 54, 242-257.
- Trung, N.T. (2002). Vietnam's International Trade Regime and Comparative Advantage, CAS Discussion Paper No: 37.
- Utkulu, U. (2005). Türkiye'nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Yasmin, B., ve Altaf, S. (2014). Revealed Comparative Advantage of Carpets and Textile Floor Covering Industry in Pakistan, India and China. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 35 (4), 113-134.
- Yıldırım, S. (2010). 2008 Yılı Küresel Ekonomi Krizinin Dünya ve Türkiye Ekonomisine Etkileri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (18), 47-55.
- Yılmaz, Ş.E. (2014). Dış Ticaret Kuramlarının Evrimi, 3. Baskı, Ankara: Efil Yayınevi.