



TÜRKİYE'NİN REKABET GÜCÜNÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER YÖNTEMİYLE ANALİZİ (2005- 2018 DÖNEMİ)*

Tuba Yalçın

tuba.yalcin@outlook.com

ORCID: 0000-0003-4159-1022

Doç. Dr. Sumru Bakan

sumrubakan@kilis.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2074-9249

ÖZ: Günümüzde özellikle liberal piyasa ekonomisine bağlı olarak uluslararası ticaret yaygın hale gelmiş ve ülkeler yoğun bir rekabet ortamı içerisine girmişlerdir. Bu sebeple ülkeler uluslararası alanda hedefledikleri pazar payına sahip olabilmek, toplumun refah seviyesini yükseltebilmek ve ekonomik büyüme sağlayabilmek amacıyla rekabet güçlerini arttırmaya çalışmaktadırlar. Günümüzde dış piyasalarla rekabet edebilecek üretim ve ihracat yapısına sahip ülkeler refah düzeyini arttırarak, dünya piyasalarında öne çıkabilmektedir. Çalışmanın amacı, Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı 10 ülke ile ticaret hacmi karşılaştırılarak 97 ürün grubu içinden rekabet gücünün ortaya konulmasıdır. Çalışmada Balassa'nın AKÜ yönteminden yararlanılmıştır. Araştırmada ortak veri mevcudiyetine bağlı olarak 2005-2018 dönemi ele alınmıştır. Analiz aşamasında kullanılan veriler Uluslararası Ticaret Sınıflandırması TradeMap veri tabanından elde edilmiştir. Analiz sonucuna göre Türkiye'nin 97 ürün grubundan ortalama olarak 42'sinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu, bu 42 ürün grubu içinden 19 adet türünde ise yüksek rekabet gücü elde ettiği bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Rekabet Gücü, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, Balassa İndeksi.

Jel Kodları: A10, F20, B27, F30, F02

THE ANALYSIS OF TURKEY'S COMPETITION POWER BY REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE METHOD (2005-2018)

ABSTRACT: As of today, international trade has become widespread, especially depending on the liberal market economy, and countries have obtained positions in an intensely competitive environment. Therefore, countries have been trying to enhance their competitiveness in order to gain the market share at which they aim in the international arena, to raise the welfare level of the society, and to maintain economic growth. Today, countries with production and export structures that have competitive power in foreign markets may loom large in world markets by boosting their level of welfare. The aim of the study is to reveal the competitiveness of Turkey in terms of 97 product groups by comparing its trade volume with of the top-10 countries to which Turkey exports. Balassa's RCA method is employed in the study. Depending on the availability of common data, the period between 2005-2018 is selected in the research. The data used in the analysis phase are obtained from the International Trade Classification Trade Map database. According to the obtained results of the analysis, it is found that Turkey has a comparative advantage on average in 42 out of 97 product groups, and has high competitiveness in 19 out of 42 product groups.

Keywords: Competitiveness, Revealed Comparative Advantage, Balassa Index.

Jel Codes: A10, F20, B27, F30, F02

* Bu çalışma "Türkiye'nin Rekabet Gücünün Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemiyle Analizi (2005-2018 Dönemi)" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

1. GİRİŞ

Günümüzde özellikle liberal piyasa ekonomisine bağlı olarak uluslararası ticaret yaygın hale gelmiş ve ülkeler yoğun bir rekabet ortamı içerisine girmişlerdir. Bu sebeple ülkeler uluslararası alanda hedefledikleri pazar payına sahip olabilmek, toplumun refah seviyesini yükseltebilmek ve ekonomik büyüme sağlayabilmek amacıyla rekabet güçlerini arttırmaya çalışmaktadırlar. Türkiye'nin dış ticaret açısından bir değerlendirmesi yapılarak özellikle dışa bağımlılığını azaltmada hangi ürün gruplarında avantaj ya da dezavantaj sahibi olduğunu tespit etme ihtiyacı bu çalışmanın ortaya çıkış noktasını oluşturmuştur.

Rekabet; bir ülkenin arz ettiği ürünlerle başka bir ülkenin ürünlerinin kalite, fiyat, güvenilirlik, tasarım ve vaktinde ulaştırma gibi faktörlerin yarışabilir seviyede olmasıdır (Kelleci, 2009:11). Sabit bir şirketin uluslararası veya ulusal bir pazarda rekabet gücü üstünlüğünün olması, o şirketin yabancı ya da yerli rakiplerine karşı zamanında ulaştırma, kalite-fiyat ve satış sırasında sunulan hizmet gibi etmenlerde üstün ya da eşit olma halidir (Şahin, 2015:156). Rekabet aynı zamanda ülkelerin sabit ve serbest piyasa şartları altında bireylerin gerçek gelirlerini arttırmaya çalışırken, aynı zamanda mal ve hizmetleri uluslararası piyasaya arz ederek başarı sağlamasıdır (Çivi, 2001:22-23). Rekabet en az iki ekonomik birimin, yani fiyat dışı ve fiyat araçlarının serbest piyasa koşulları altında faaliyet göstererek en büyük piyasa oranını elde etmeyi amaçlamasıdır (Tuerxun, 2017:2). Rekabet, içinde yaşadığımız dönemde milletler için bölgeselleşme ve küreselleşme yönelimleriyle önemli hale gelmiştir. Bu güç, piyasaların da kapasitesini ve hızını arttırdığından dolayı yalnızca şirket ve endüstriler için değil, tüm ekonomiler için önemli bir hal almıştır. Geçmiş dönemlerde ise bir tek şirket düzeyinde olduğu düşünülmüştür (Bashimov, 2017:3). Uzmanlar genel olarak bu rekabet güçlerini makro (ülke) ve mikro (endüstri ve işletme) düzeyde tanımlamışlardır. "Makro düzey" yaklaşımında ülkelerin konumu incelenirken; "mikro düzey" yaklaşımında ise ülke içindeki firmalar arasında olan rekabet gücü ve bu gücün uluslararası/ulusal piyasadaki etkileri üzerinde durulmaktadır (Yalçınkaya vd., 2014:42). İktisat politikasında devletin amacı ekonomik refahı maksimize etmektir. Uluslararası rekabet gücü, endüstri ve firma rekabet gücünden farklı olduğundan dolayı toplumsallaşır. Bu nedenle ulusal rekabet gücünün fiyat ve fiyat dışı rekabet güçlerinin gelir artırıcı özelliğiyle oluştuğu ifade edilir. Bir ülke, özgür ticaret şartları altında dış ticaretini istikrarlı düzeyde tutarak ticaret ortaklarına yakın bir milli gelir düzeyi yakalayabilirse rekabet edebilen bir ülke konumunda olduğu söylenebilir (Engin, 2013:7-8). Uluslararası rekabet gücünün sürdürülebilirliği, ülkelerin kaynaklarını verimli ve yüksek reel gelir getiren ekonomik faaliyet alanlarına yönlendirebilme becerisi ile yakından ilgilidir. Diğer yandan; rekabet gücünün asıl kaynağını işletmeler oluşturmakla birlikte, bunun sürdürülebilirliği; ülkenin dış çevre ile yakın etkileşimini de gerektiren teknolojik gelişimine bağlıdır. Piyasa dışı etkilerin genel çoğunluğu ise kamu kaynaklıdır. İktisat politikalarının ve kamu müdahalelerinin temel amacı ekonomik refahın artırılmasıdır. Ekonomik refah ise kişi başına düşen tüketim olanaklarının artırılmasıdır (Bakımlı, 2011:12). Bir görüşe göre uluslararası rekabet gücü "ülkenin, ödemeler dengesinde sorunlara yol açmadan istihdam artışı ve ekonomik büyüme hedeflerine ulaşabilmesi" şeklinde tanımlanmıştır. Bir diğer görüşe göre ise, "ülkenin içinde bulunduğu dönem ve koşullarda hedeflediği malları satarak kazanç elde edebilme yeteneği" dir (Altuntaş, 2010:41-42).

Uluslararası ticarete ilişkin görüşler ilk kez Merkantilist düşünürler tarafından 16. yüzyılda ortaya atılmış olmakla birlikte, uluslararası rekabet gücünü açıklamaya dönük yaklaşımlar ve dolayısıyla uluslararası ticaretin teorik çerçevede ele alınması Adam Smith tarafından geliştirilen "Mutlak Üstünlükler Teorisi" ne rastlar. Bunu, David Ricardo'nun geliştirdiği "Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi" ile Eli Hecksher ve Bertil Ohlin tarafından ortaya atılan "Faktör Donatım Teorisi" adıyla da bilinen, "Hecksher- Ohlin Modeli" izler. Bunların tümüne Klasik Dış Ticaret Yaklaşımları" adı verilir (Gökmenoğlu vd., 2012:6-7).

Adam Smith, Merkantilist düşünürlerin savunduğu "dünya servetinin durağan olduğu, bu nedenle; bir ülkenin ticareten kazançlı çıkabilmesi, diğer ülkelerin belirli bir kayba uğramasını gerektirir" görüşüne karşı çıkmış ve "dünya servetinin durağan olmadığını ve uluslararası serbest ticareten bütün ülkelerin eşit ölçüde kazanç sağlayabileceğini" öne sürmüştür (Erdoğan, 2014:22). Smith'in uzmanlaşma, iş bölümü ve serbest dış ticaretin yararlarına yer verdiği, dünyada iki ülke ve iki mal olduğu varsayımına dayanan söz konusu teoriye göre, bir ülke diğer ülkeye göre daha düşük

maliyetle ürettiği malda gelişip uzmanlaşarak söz konusu malı ihraç etmeli, pahalıya ürettiği diğer malı ise diğer ülkeden ithal etmelidir. Emegın tek üretim faktörü olarak dikkate alındığı bu teoride üretim maliyetindeki farkı, diğer bir ifadeyle; rekabet gücü üstünlüğünü bir malın üretiminde kullanılan emek birimi simgelemektedir. Buna göre; uluslararası uzmanlaşmanın sağlandığı ülkelerde dünya üretiminde artış olduğu gibi, üretim faktörleri de tam ve etkin kullanılmış olacaktır (Işıkcı, 2013:11).

Adam Smith savunduğu teoride, bir ülkenin her iki malı da diğer ülkeye oranla daha düşük maliyetle üretebilmesi durumunu göz ardı etmiştir. Bu eksiklik David Ricardo tarafından geliştirilen Karşılaştırmalı Üstünlükler Modelinde dile getirilmiştir (Yalçınkaya vd., 2014:44). David Ricardo, 1817 yılında yayınladığı “Siyasal İktisadın ve Vergilendirmenin İlkeleri” adlı eserinde dış ticarete yönelik görüşlere yer vererek, Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisini ortaya koymuştur. Bu teoride ülkelerden birinin her iki malı da diğer ülkeye göre daha düşük maliyetle üretmesinin söz konusu olabileceği ifade edilmiştir. Ülkelerin bu koşullar altında da dış ticaretten kazançlı çıkabileceği görüşüne yer verilmiştir. Burada bir ülkenin iki maldan hangisini diğer mala göre daha düşük maliyetle üretebildiği önem taşımaktadır (Sarıçoban, 2016:56-57). Ricardo, Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi ile ülkelerin bir ülkede üretilen malın diğer ülkede üretilen mala kıyasla göreceli fiyat farklılıklarını esas alarak dış ticaret yapmaları gerektiği üzerinde durmuştur. Diğer bir ifadeyle, söz konusu ülkenin malların üretimindeki üstünlük derecesi önem taşır (Erkan, 2012:197).

Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisinde bir ülke iki malın üretiminde de karşı ülkeye göre üstün olsa da, göreceli olarak daha üstün olduğu malda uzmanlaşp, üretim yapması, kaynaklarını en verimli şekilde kullanması ve göreceli olarak daha az üstün olduğu malı ise karşı ülkeden ithal ederek refah seviyesini optimal ölçüde yükseltmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu teoride de malın üretimindeki üstünlük derecesinin ölçütünü birim başına emek miktarı oluşturmaktadır (Bayraktutan, 2003:177). Ricardo tarafından geliştirilen bu teorinin de bazı eksikliklerinin olduğu dile getirilmektedir. Söz konusu eksiklikler; istihdam, yani, emek verimliğindeki farklılıkların nedenlerini açıklayamaması, yalnızca tam uzmanlaşmayı dikkate alıp, eksik uzmanlaşmaya yer vermemesi, emek-değer teorisini savunarak, diğer üretim faktörlerini göz ardı etmesi, emegın mutlak bir biçimde ülke içinde tam hareketli, ülkeler arasında tam hareketsiz olduğu yönünde görüş ortaya atması, yalnızca sabit maliyetleri dikkate alıp, artan ve azalan maliyetleri saf dışı bırakması, durağan ve arza dayalı bir teori olması şeklinde sıralanabilir. Daha sonra ortaya konan teorilerde emegın yanı sıra sermayenin de bir üretim faktörü olarak değerlendirilmesi dikkat çekmekte ve bu yöndeki eksikliği giderdiği görülmektedir (Ardıç, 2017:10).

Bu çalışmanın amacı; Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı 10 ülke (Almanya, İngiltere, İtalya, ABD, Fransa, İspanya, Romanya, Hollanda, Rusya ve İsrail) ile karşılaştırılarak 97 ürün grubu içinden rekabet gücünün ortaya konulmasıdır. Çalışmada Balassa'nın AKÜ yönteminden yararlanılmıştır. Araştırmada incelemeye konu olan dönem ortak veri mevcudiyetine bağlı olarak 2005-2018 dönemini kapsamaktadır. Bu amaçla Türkiye'nin 97 ürün grubuna ilişkin rekabet gücü belirtilen 10 ülke ile karşılaştırılarak, ülkenin diğer ülkelere göre rekabet gücü üstünlüğü veya dezavantajının olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu araştırmanın ikinci bölümünde AKÜ Teorisi ile ilgili ulusal ve uluslararası ekonomi özelinde bir alanyazın taramasına yer verilmiştir. Araştırmamızın, AKÜ Teorisinin metodolojik altyapısı, kullanılan veri seti ve değişkenlerin açıklanması ile devam etmektedir. Ardından, 2005-2018 dönemi Türkiye ekonomisine ait yapılan analiz sonuçları gösterilmekte ve yorumlanmaktadır. Çalışmanın son kısmında sonuç ve konu ile ilgili önerilere değinilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Eroğlu ve Özdamar (2005), Türkiye'nin Avrupa Birliği ve dünyaya karşı beyaz eşya sektörünün rekabet gücü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yaklaşımı ile ölçülmüştür. 1990-2003 yıllarını kapsayan çalışmada, Türkiye-Avrupa Birliği ve dünya değerleri ele alınmış ve hesaplamalarda Standart Uluslararası Ticaret Sınıflaması-SITC-Rev3 verileri kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre Türkiye'nin Gümrük Birliği anlaşmasından sonra beyaz eşya sektörünün Avrupa Birliği ve dünya ülkeleri karşısında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün artış sağladığı görülmüştür.

Makochekeka (2007), Botsvana'nın dünya ticaretindeki rekabet gücü analizi 22 bölüm kategorisinde ve bunların alt bileşenleri yani HS2 ve HS4 basamaklı düzey verileri kullanılarak Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi ile analiz edilmiştir. 1999-2004 yıllarını kapsayan bu çalışmada Botsvana'nın inciler, değerli taşlar, metal ürünler ve büyük baş hayvanlarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu gözlenirken şekerli ürünler, bakır cevherleri, silahlar-mühimmat, fotoğraf ve müzik aletleri, ahşap ürünleri, taş, çimento, cam ürünleri, vb. ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğünü kaybettiği tespit edilmiştir.

Çizmeçi (2010) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'nin seramik kaplama malzemeleri sektöründe en çok ihracat yaptığı ilk 10 ülke karşısındaki uluslararası rekabet gücü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yaklaşımı, Net İhracat İndeksi, İhracat Piyasa İndeksi ve Görelî İhracat İndeksi yardımı ile ölçülmüştür. 1980-2009 yıllarını baz alan bu çalışmaya ilişkin hesaplamalarda Birleşmiş Milletler (UN) tarafından yayınlanan Uluslararası Ticaret İstatistikleri Yıllığı (ITSY), Harmonize Sınıflandırma Sistemi-HS 6908 (seramik malzeme) verileri kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre, Türkiye'de artan konut talebi ve inşaat sektöründe yaşanan hareketlilik yaşanan küresel krizden olumsuz etkilenmiştir. Araştırma bulguları genel olarak Türkiye'nin seramik kaplama sektöründe rekabet gücü üstünlüğünün olduğunu göstermekle birlikte, araştırmanın yapıldığı son üç yıl içerisinde bu durumun azalış yönünde olduğu saptanmıştır.

Şahinli (2011), Türkiye pamuk sektörünün uluslararası alandaki rekabet gücü tüm alt gruplarıyla AKÜ yaklaşımı ile ölçülmüştür. 2001-2009 yıllarını kapsayan çalışmada, Türkiye'nin ihracat değerleri ele alınmış ve hesaplamalarda HS (Harmonized Commodity Description and Coding System) Uyumlaştırılmış Mal Tanım ve Kod Sistemi kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre Türkiye'nin dünya piyasalarında 2001-2009 yılları aralığında pamuk sektöründe açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Erkan (2012), tarafından yapılan çalışmada ise 2000-2008 yılları arasında Türkiye ve Suriye arasındaki karşılıklı dış ticaret rekabet gücü AKÜ yöntemiyle test edilmiştir. Söz konusu çalışmada SITC Rev3, 2 haneli bazda açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayıları hesaplanarak, iki ülkenin ürün bazında birbirleri ile yaptıkları dış ticarete karşılıklı üstünlük ve zayıflıkları tespit edilmiştir. Buna göre, Suriye'nin 66 mal grubundan 9'unda Türkiye'ye karşı rekabet gücü üstünlüğünün olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Suriye'nin Türkiye'ye karşı üstün olduğu mal gruplarının büyük ölçüde "0 Grubu (Canlı Hayvanlar ve Gıda Maddeleri)" ve "2 Grubu (Akaryakıt Hariç Yenilmeyen Hammaddeler)" olduğu tespit edilmiştir. Bu ürünler canlı hayvan, meyve ve sebze, dokuma elyafı, ham gübre, maden ve petrol ürünleri şeklinde sınıflandırılmıştır. Buna karşın; Türkiye'nin emek ve sermaye yoğun malların yanı sıra, bilgi ve teknoloji yoğun bazı ar-ge ürünlerinden oluşan 45 mal grubunda Suriye karşısında ihracat rekabet gücü üstünlüğüne sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

İşıkçı (2013), de yaptığı çalışmada Türkiye'nin ihracatına konu olan ürün veya ürün gruplarında dünya genelindeki rekabet gücünü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yaklaşımı ile değerlendirmiştir. Çalışmada 2003-2012 yıl aralığı ele alınmış ve ürün veya ürün gruplarına ilişkin hesaplamalarda Standart Uluslararası Ticaret Sınıflaması-SITC Rev3 verileri kullanılmıştır. Analiz sonucunda Türkiye'nin 21 ürün grubunda rekabet gücü ve karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu, 43 ürün grubunda ise rekabet gücü ve karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığı yolunda değerlendirme yapılmıştır. Ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün bulunduğu ürünler arasında yeniden yapılan değerlemede, 4 ürün grubunda güçlü, 13 ürün grubunda zayıf ve 4 ürün grubunda orta derecede karşılaştırmalı üstünlük elde ettiği görülmüştür.

Erkekoğlu vd. (2014), Kayseri ilinin hem dünyaya hem de Türkiye'ye göre rekabet gücü üstünlüğü ile Türkiye'nin dünyadaki mobilya sektörünün rekabet gücü üstünlüğü AKÜ yaklaşımı ile ölçülmüştür. Bu çalışma 2002-2012 dönemini içine almaktadır. Çalışma sonucunda Kayseri ili mobilya sektörü ihracatının dünya ve Türkiye'ye göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün "güçlü" olmasına karşın, Türkiye geneli mobilya sektörü ihracatının uluslararası alanda açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün "zayıf" olduğu saptanmıştır.

Sujova ve Hlavackova (2015), yaptıkları çalışmada Çek Cumhuriyeti'nin ahşap işleme endüstrisi ile yenilenebilir doğal kaynaklar ve alt sektör endüstrisinin AB ülkeleri karşısında rekabet

gücü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Yöntemiyle analiz edilmiştir. On yıllık süreyi kapsayan bu çalışmada dış ticaret verileri kullanılarak Çek Cumhuriyeti ahşap işletmeciliğinde düşük rekabet gücüne sahip olduğu belirtilmiştir.

Topcu ve Sarıgül (2015), çalışmasında Türkiye'nin ihracatında en büyük paya sahip olan 5 sektörün; 65 (tekstil ipliği, kumaşlar, mamul eşya ve başka yerde belirtilmemiş ürünler), 67 (demir ve çelik), 77 (elektrikli makine, aparatları ve cihazlar ve bunların aksam parçaları), 78 (kara yolu taşıtları) ve 84 (hazır giyim ve giyim eşyası aksesuarları) rekabet gücü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yaklaşımı, Vollrath'ın Rekabet Gücü İndeksi, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi ve Ticaret Dengesi İndeksiyle analiz etmiştir. 2000-2014 döneminin araştırıldığı çalışma sonucunda Türkiye'nin 5 ürün grubunda hem karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu hem de net ihracatçı konumunda olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca; ekonomide en güçlü sektörlerin tekstil ve giyim olduğu vurgusu yapılmıştır.

Jumashova (2016), yaptığı çalışmada Türkmenistan ekonomisinin rekabet gücünü AKÜ yöntemi ile değerlendirmiş ve 2006-2015 yılları arasını baz almıştır. Yazar, çalışmasında Türkmenistan'ın tüm sektörlerini ele alan Gümrük Tarifesi İstatistik Pozisyonunu (GTİP) AKÜ yöntemiyle inceleyerek 99 ürün grubuna ait ihracat ve ithalat değerlerini esas almıştır. Hesaplamalarda kullanılan veriler TradeMap veri tabanından elde edilmiştir. Araştırma sonucunda ülkenin dokuz ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe ve rekabet gücüne sahip olduğu görülürken, üç ürün grubunda ise rekabet gücü ve karşılaştırmalı üstünlüğünün sınırdaki olduğu kaydedilmiştir. Geriye kalan ürünlerde ise ülkenin rekabet gücü ve karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığı yönünde değerlendirme yapılmıştır.

Çöp (2016), Türkiye'de 2006-2015 arası dönemde tekstil alt sektörlerinin uluslararası rekabet gücünü AKÜ yöntemi ile incelemiştir. Araştırmacı çalışmasında tekstil sektörüne ait ithalat ve ihracat verilerini temel almıştır. Söz konusu veriler Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) tarafından geliştirilen ve Uluslararası Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (Harmonized System GTİP) sınıflandırma sistemini temel alan TradeMap veri tabanından elde edilmiştir. Halı ürünleri hariç tekstil sektörüne ait tüm alt sektörlerin incelendiği çalışmada, 90 alt sektörün 33 tanesinde rekabet gücünün yüksek, 18 tanesinde sınırdaki olduğu tespit edilirken, 38 sektörde ise rekabet gücünün düşük olduğu saptanmıştır.

Bashimov (2016), tarafından yapılan çalışmada da Türkiye'nin 1990-2014 dönemine ilişkin elma ihracatındaki rekabet gücü Balassa'nın AKÜ ve Vollrath indeksleri yardımıyla analiz edilmiştir. Birleşmiş Milletler Comtrade veri tabanından elde edilen Standard International Trade Classification-SITC-Rev3 verilerinin kullanıldığı çalışma sonucuna göre, Türkiye'nin elma ihracatındaki rekabet gücü 1990-2000 yılları arasında sürekli artış gösterirken, 2001-2006 arasında azalmıştır.

Ardıç (2017), çalışmasında Türkiye'nin 2005-2016 yılları arasında ihracat yaptığı sektörlerde uluslararası rekabet gücüne sahip olup olmadığını AKÜ yaklaşımı ile test etmiştir. Çalışmaya ilişkin hesaplamalarda Harmonize Mal Tanım ve Kodlama Sistemi-HS 2 verileri kullanılmış ve adı geçen veriler TUİK ve İNTRACEN veri tabanından alınmıştır. Buna göre, ülkemizin bitkisel ürünler, gıda sanayi ürünleri, tekstil ürünleri, cam ve cam eşya, metaller ve araçlar ürün sınıflandırmasında karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğu belirtilmiştir.

Özdemir (2018), Türkiye'nin en çok ihracatını gerçekleştirdiği 11 stratejik tarım ürününe ilişkin rekabet gücü AKÜ indekslerinden oluşan Balassa ve Vollrath indekslerinin yedi farklı versiyonu ve Karşılaştırmalı İhracat Performansı İndeksinin de dahil olduğu sekiz farklı ölçüm yöntemi ile ölçülmüştür. 2001-2016 döneminin incelendiği çalışmada; fındık, incir, tütün, zeytinyağı, yaş kayısı, kuru kayısı, kuru üzüm, domates, portakal, mandalina ve limondan oluşan söz konusu 11 üründe Türkiye ve dünya sıralamasındaki ilk dört ülke kıyaslanmıştır. Hesaplamalarda OECD tarafından oluşturulan Uluslararası Ticaret Sınıflandırılması-SITC 4 ve 5 haneli verileri ve 6 haneli Harmonize Ürün Kodlaması ve Sınıflandırma Sistemi-HS verileri kullanılmıştır. İnceleme sonucunda; kuru kayısı, tütün ve domates ülkenin en çok karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünler olarak sıralanırken; en zayıf olduğu ürünün ise zeytinyağı olduğu dile getirilmiştir.

Akyüz (2019), Türkiye'nin kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayii alanındaki uluslararası rekabet gücünü Balassa tarafından geliştirilen AKÜ yönteminin yanı sıra, Vollrath'ın geliştirdiği Nispi

Ticaret Avantajı İndeksi, Nispi İhracat Avantajı İndeksi, Nispi İthalat Avantajı İndeksi vb. indeksler yardımıyla analiz edilmiştir. Çalışmada 2001-2017 dönemi temel alınmış ve 2001-2009 ve 2010-2017 olmak üzere değerlendirme iki döneme ayrılarak yapılmıştır. İnceleme sonucuna göre ülke, kâğıt ve kâğıt ürünleri alanında 2001-2009 yılları arasında 7 alt ürün grubunda ve 2010-2017 yılları arasında 8 alt ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlük elde etmiştir.

3. METODOLOJİ VE VERİ SETİ

Ülkelerin uluslararası alandaki rekabet gücünü dış ticaret göstergeleri ve dış açıklık düzeyleri oluşturmaktadır. Klasik düşünürlerin de savunduğu gibi ülkeler ticaretlerini karşılaştırmalı üstünlüklerini dikkate alarak yaparlar. Yani ülkeler ürettikleri belirli ürün ve hizmetlerin hangisinde üstünlüğe sahip ise onun üretiminde uzmanlaşır. Yıllar sonra modern düşünürler de klasik düşünürlerin yaklaşımına katılmış ve “Ülkeler hangi mal ve hizmet üretiminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ise o mal üretiminde uzmanlaşmalı” görüşünü savunmuşlar ve üretimin bu şekilde yapılması gerektiğini vurgulamışlardır (Utkulu, 2005:3). Bu nedenle çalışmamızda, ülkelerin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerini belirlemek amacıyla, gerçekleşen dış ticaret verilerine dayanan AKÜ indeksi kullanılmıştır. AKÜ indeksi ilk kez 1958 yılında Liesner tarafından ortaya atılmış ve ülkelerin yaptıkları toplam ihracat verileri yöntemiyle incelenmiştir. İngiltere'nin Ortak Pazar'a karşı rekabet gücü üstünlüğü olup olmadığını AKÜ yöntemiyle test etmiştir (Özdemir, 2019:22-23). AKÜ yaklaşımını ilk kez inceleyen iktisatçının Liesner olduğu kabul edilmekle birlikte, söz konusu teori Bela Balassa tarafından geliştirilerek işlevsel hale getirilmiştir. Balassa tarafından geliştirilen AKÜ yaklaşımı ticaret sonrası verileri kullanarak ülkelerin ihracata yönelik rekabet üstünlüğüne sahip olup olmadığını ölçmeye çalışmıştır (Engin, 2013:42).

Bu çalışmada Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı 10 ülke ile karşılaştırılarak 97 ürün grubu içinden rekabet gücünün ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışmamızda AKÜ yöntemiyle ölçüm yapılmıştır. Analiz aşamasında Harmonize Sistem (HS Code) 2 haneli sınıflandırma düzeyi kullanılmıştır. Kullanılan veriler Uluslararası Ticaret Sınıflandırması TradeMap veri tabanından ve Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) veri tabanından elde edilmiştir. İkincil kaynaklardan elde edilen veriler derlenip hesaplanarak yorumlanmıştır. Öncelikle, Türkiye'nin ihracat sıralamasında ilk 10'a giren ülkeler ve bu ülkelere ihraç edilen mal grupları belirlenmiştir. Ardından, ülkenin söz konusu 10 ülkeye karşı hangi mal grupları ihracatı ile rekabet gücü üstünlüğü sağlayıp sağlamadığı saptanmıştır. Dolayısıyla; ülkemizin dünya piyasalarında mal grupları bazında rekabet gücü üstünlüğü taşıyıp taşımadığı Balassa tarafından geliştirilen AKÜ yaklaşımı ile analiz edilip yorumlanmıştır.

Balassa indeksi ülkenin bir maldaki yurt içi uzmanlaşmasını dünyanın uzmanlaşmasıyla karşılaştırır.

Balassa indeksi:

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

Burada X, ihracatı i, ilgili ülkeyi j, sanayi veya ürün grubunu; t, tüm sanayileri; n tüm ülkeleri gösterir. Buna göre, formül ülkenin sektör ihracatının ülke toplam ihracatı içindeki payının sektörün dünya toplam ihracatı içindeki payına oranını verir. Hesaplanan indeksin 1'den büyük olması ilgili ülkenin j malında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu anlamına gelir. 1'den küçük olması halinde ise ülkenin j malında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığı anlaşılır (Gürpınar ve Barca, 2007:43).

Ele alınan dönem için yapılan analizde kullanılan mal grupları Tablo 1'de açıklanmıştır. Çalışmanın tüm veri seti, TradeMap veri setinden elde edilmiştir.

Tablo 1 Kullanılan Mal Gruplarının Açıklanması

Ürün Kodu	Açıklaması
01	Canlı hayvanlar
02	Etiler ve yenilen sakatat
03	Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve suda yaşayan diğer omurgasızlar
04	Süt ürünleri; yumurta, doğal bal; diğer yenilebilir hayvansal meşeli ürünler
05	Hayvansal ürünler
06	Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, yumrular, kökler ve benzeri; kesme çiçekler ve süs yaprakları
07	Yenilebilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular
08	Yenilebilir meyve ve fındık; turuncgillerin veya kavun kabuğu
09	Kahve, çay, Paraguay çayı ve baharat
10	Hububat
11	Değirmencilik ürünleri; malt, nişasta; inülin, buğday
12	Yağlı tohum ve meyveler; muhtelif tane, tohum ve meyveler, sanayide ve tıpta kullanılan bitkiler, saman ve kaba yem
13	Lak; sakız, reçine ve diğer bitkisel özsu ve hülasalar
14	Örölmeye elverişli bitkisel maddeler, tarifinin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan bitkisel ürünler
15	Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar; yemeklik katı yağlar hayvansal ve bitkisel mumlar
16	Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızların müstahzarları
17	Şeker ve şeker mamulleri
18	Kakao ve kakao müstahzarları
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları; pastacılık ürünleri
20	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar
21	Yenilen çeşitli gıda müstahzarlar
22	Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke
23	Gıda sanayisinin kalıntı ve döküntüleri; hayvanlar için hazırlanmış kaba yemler
24	Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler
25	Tuz, kükürt; topraklar ve taş, sıvama malzemeleri, kireç ve çimento
26	Metal cevherleri, cüruf ve kül
27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler; bitümlü maddeler, mineral mumlar
28	Anorganik kimyasallar; kıymetli metal, radyoaktif element, metal ve izotopların organik-anorganik bileşikleri
29	Organik kimyasal ürünler
30	Eczacılık ürünleri
31	Gübreler
32	Debagatte ve boyacılıkta kullanılan hülasalar, taneler, boyalar, pigmentler; vernikler vb. macunlar; mürekkepler
33	Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümler, kozmetik veya tuvalet müstahzarları
34	Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler, yıkama-yağlama müstahzarları, mumlar, bakım müstahzarları, dişçilik müstahzarları
35	Albüminoid maddeler; değişikliğe uğramış nişasta esaslı ürünler, tutkallar, enzimler
36	Barut ve patlayıcı maddeler; pirotekni mamulleri piroforik alaşımlar, ateş alıcı maddeler
37	Fotoğrafçılıkta veya sinemacılıkta kullanılan eşya
38	Çeşitli kimyasal ürünler

39	Plastikler ve mamulleri
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya
41	Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseler
42	Deri ürünleri, saraçlık ve koşu takımları; seyahat eşyası, el çantaları vb. mahfazalar; hayvan bağırsağından mamul eşya (ipekböceği bağırsağı hariç)
43	Kürkler ve taklit kürkleri; bunların mamulleri
44	Ağaç ve ahşap eşya
45	Mantar ve mantardan eşya
46	Hasırdan, sazdan veya örülmeye elverişli diğer maddelerden mamuller, sepetçi ve hasırcı eşyası
47	Ahşap hamuru, lifli selülozik malzeme vs.
48	Kâğıt ve karton; kâğıt hamurundan, kâğıttan veya kartondan eşya
49	Basılı kitaplar, gazeteler, resimler vb.
50	İpek
51	Yapağı ve yün, ince veya kaba hayvan kılı; at kılından iplik ve dokunmuş mensucat
52	Pamuk
53	Dokumaya elverişli diğer bitkisel lifler; kâğıt ipliği ve kâğıt ipliğinden
54	Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik dokumaya elverişli maddeler
55	Sentetik ve suni devamsız lifler
56	Vatka, keçe ve dokunmamış mensucat; özel iplikler, sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamul eşya
57	Halılar ve diğer tekstil yer döşemeleri
58	Özel dokunmuş mensucat, lüfte edilmiş dokunabilir mensucat, dantela; duvar halıları, şeritçi ve kaytancı eşyası işlemler
59	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş mensucat, dokunabilir maddelerden eşya
60	Örme eşya
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar; kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya parçaları
64	Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya; bunların aksamı
65	Başlıklar ve aksamı (şapka, Kasket, koruyucu başlıklar vb.)
66	Şemsiyeler, güneş şemsiyeleri, bastonlar, iskemle bastonları, kamçılar
67	Hazırlanmış ince ve kalın kuş tüyleri ve bunlardan eşya
68	Taş, alçı, çimento, amyant, mika veya benzeri maddelerden eşya
69	Seramik mamuller
70	Cam ve cam eşyalar
71	Doğal veya kültür incileri, kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, taklit mücevherci eşyası; metal paralar
72	Demir ve çelik
73	Demir veya çelikten eşya
74	Bakır ve bakırdan eşya
75	Nikel ve nikelden eşya
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya
78	Kurşun ve kurşundan eşya
79	Çinko ve çinkodan eşya
80	Kalay ve kalaydan eşya
81	Diğer adi metaller, Sermetler, bunlardan eşya
82	Adli metallerden aletler, bıçakçı eşyası ve sofrta takımları; adi metallerden bunların aksam ve parçaları
83	Adi metallerden çeşitli eşya (kilit, kasa, mobilya tertibatı, vb.)

84	Nükleer reaktörler, kazanlar, makineler, mekanik cihazlar, bunların aksam ve parçaları
85	Elektrikli makine ve cihazlar bunların aksam ve parçaları; ses kayıt cihazları çoğaltıcılar, televizyon
86	Demiryolu vb. hatlara ait taşıtlar ve malzemeler, bunların aksam parçaları; mekanik trafik sinyalizasyon cihazları
87	Motorlu kara taşıtları traktör, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtlar; bunların aksam, parça ve aksesuarı
88	Hava taşıtları, uzay taşıtları ve bunların aksam ve parçaları
89	Gemiler ve suda yüzen taşıt ve araçlar
90	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar, tıbbi, cerrahi alet ve cihazlar; bunların aksam, parça ve aksesuarı
91	Saatler ve bunların aksam ve parçaları
92	Müzik aletleri; bunların aksam, parça ve aksesuarı
93	Silahlar ve mühimmatlar; bunların aksam, parça ve aksesuarı
94	Mobilyalar, yatak takımları; aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar benzeri, prefabrik yapılar
95	Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri
96	Çeşitli mamuller
97	Sanat eserleri, koleksiyon eşyası ve antikalar
99	Başka yerde belirtilmeyen mallar

Kaynak: TradeMap kullanılarak hazırlanmıştır. <https://www.trademap.org/>, (ET:06.03.2020).

4. ANALİZ SONUÇLARI

Tablo 2’de Türkiye ile beraber 10 ülkenin 97 ürün grubunun her birinin 2005 yılından başlayıp 2018 yılı da dahil olmak üzere ortalama değeri hesaplanmıştır. Hesaplanan AKÜ indeksi ortalamasına göre ürün gruplarına ilişkin karşılaştırmalı üstünlükler durumu belirtilmiştir. Elde edilen AKÜ indeks ortalamalarına göre Türkiye’nin 10 ülke ile her ürün grubu için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü, diğer bir deyişle rekabet gücü üstünlüğü belirlenmiştir.

2005-2018 Dönemi Türkiye, Almanya, İngiltere, İtalya, ABD, Fransa, İspanya, Romanya, Hollanda, Rusya ve İsrail ekonomisinde 97 mal grubu ihracat değerlerini dikkate alarak yapılan analiz sonucu aşağıdaki tabloda özetlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 2: Türkiye ve 10 ülkenin ürün gruplarına göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayıları (2005-2018 dönemi ortalaması)

Ürün Kodu	Türkiye	Almanya	İngiltere	İtalya	ABD	Fransa	İspanya	Romanya	Hollanda	Rusya	İsrail
1	0,11	0,92	1,23	0,11	0,53	3,59	1,62	4,79	3,56	0,03	0,13
2	0,35	0,95	0,62	0,70	1,43	1,17	2,51	0,49	2,62	0,04	0,04
3	0,62	0,20	0,74	0,19	0,60	0,47	1,83	0,04	0,93	0,90	0,05
4	0,66	1,55	0,81	1,24	0,55	2,90	1,03	0,48	3,52	0,13	0,06
5	0,73	1,22	0,54	0,54	1,38	0,91	1,74	0,92	1,98	0,23	0,05
6	0,42	0,55	0,17	1,49	0,26	0,30	1,00	0,05	15,75	-	2,92
7	2,09	0,24	0,29	0,91	0,78	1,22	5,84	0,42	3,78	0,16	2,33
8	5,15	0,25	0,11	1,48	1,53	0,71	5,40	0,26	1,69	0,04	1,37
9	0,40	0,78	0,44	1,03	0,29	0,51	0,61	0,12	0,63	0,11	0,11
10	0,21	0,37	0,27	0,29	2,56	2,43	0,30	4,04	0,18	2,05	0,03
11	6,80	1,02	0,87	0,67	0,72	2,48	0,97	0,29	1,36	0,48	0,05
12	0,36	0,22	0,18	0,21	3,33	0,78	0,38	2,94	1,22	0,16	0,68
13	0,13	1,07	0,74	0,98	0,99	2,40	2,60	0,03	0,45	0,03	0,91
14	2,99	0,20	0,20	0,17	0,69	0,43	0,68	0,86	1,46	0,38	0,01
15	1,28	0,40	0,31	0,93	0,51	0,56	2,76	0,70	1,82	0,72	0,06
16	0,20	0,88	0,43	0,77	0,51	0,76	1,86	0,64	1,14	0,15	0,23
17	1,33	0,62	0,55	0,32	0,49	1,88	0,88	0,49	1,09	0,22	0,52

18	1,47	1,36	0,76	1,24	0,45	1,58	0,85	0,31	3,59	0,43	0,10
19	2,30	1,28	1,35	2,82	0,72	2,19	1,43	0,52	2,05	0,29	0,41
20	3,90	0,64	0,38	2,16	0,92	1,07	3,17	0,25	2,74	0,12	1,32
21	1,37	1,18	1,36	1,19	1,41	1,65	1,60	0,55	2,44	0,33	1,12
22	0,32	0,73	3,36	2,76	0,68	5,09	2,51	0,34	1,63	0,18	0,10
23	0,17	0,76	0,67	0,38	1,62	1,44	0,85	0,62	2,65	0,39	0,06
24	2,68	1,50	0,55	0,36	0,66	0,53	0,49	3,95	3,15	0,55	0,01
25	6,60	0,73	0,64	0,82	0,69	0,85	1,87	0,43	0,90	1,11	1,05
26	0,76	0,03	0,05	0,05	0,43	0,05	0,49	0,12	0,21	0,57	-
27	0,27	0,16	0,71	0,27	0,50	0,26	0,39	0,44	0,94	4,40	0,07
28	1,09	0,96	1,02	0,53	1,31	1,29	0,65	0,72	1,22	1,50	2,23
29	0,16	0,88	1,28	0,62	1,21	1,03	0,74	0,21	1,72	0,38	1,07
30	0,17	1,81	2,45	1,43	1,02	2,16	1,41	0,41	1,49	0,04	3,28
31	0,30	0,50	0,18	0,24	0,99	0,22	0,82	2,62	1,32	5,72	6,90
32	0,94	1,97	1,70	1,39	1,16	1,28	2,08	0,22	1,59	0,11	0,70
33	0,68	1,16	1,92	1,34	1,16	4,74	2,02	0,63	0,88	0,16	0,96
34	1,79	1,74	1,58	1,36	1,40	1,74	1,53	0,93	1,64	0,35	1,04
35	0,62	1,58	0,77	1,07	1,39	2,18	0,47	0,12	2,29	0,05	0,25
36	0,60	0,80	1,09	0,32	2,21	1,60	0,73	0,27	0,54	1,08	0,15
37	0,10	1,07	1,49	0,48	1,75	1,11	0,56	0,10	2,61	0,02	0,10
38	0,33	1,61	1,52	1,03	1,68	2,04	1,05	0,18	1,65	0,13	5,29
39	1,00	1,34	0,79	1,25	1,24	1,21	1,17	0,66	1,39	0,15	1,22
40	1,48	1,08	0,66	0,97	0,88	1,37	1,46	2,92	0,74	0,67	0,31
41	0,64	0,48	0,60	5,43	1,16	0,79	1,54	1,20	0,54	0,25	0,12
42	0,83	0,39	0,51	3,66	0,28	2,82	0,88	1,21	0,57	0,03	0,05
43	2,49	0,27	0,22	1,70	0,47	0,45	0,88	0,15	0,63	0,44	0,03
44	0,61	0,86	0,17	0,53	0,76	0,71	0,70	4,17	0,33	2,39	0,02
45	0,04	0,27	0,14	1,05	0,25	1,23	9,56	0,02	0,13	0,01	0,05
46	0,08	0,27	0,13	0,12	0,13	0,23	0,33	0,12	0,62	0,01	0,01
47	0,04	0,39	0,64	0,24	2,31	0,60	1,20	0,11	0,87	1,11	0,12
48	0,84	1,58	0,77	1,45	1,08	1,36	1,43	0,47	1,04	0,46	0,27
49	0,24	1,56	3,51	1,29	1,48	1,37	1,40	0,48	1,10	0,39	0,57
50	0,14	0,34	0,59	4,37	0,09	0,97	0,43	7,66	0,03	-	0,01
51	1,63	0,70	1,32	5,86	0,08	0,30	0,60	2,93	0,07	0,07	0,10
52	3,53	0,26	0,15	1,27	1,43	0,29	0,82	0,29	0,19	0,05	0,32
53	0,84	0,21	0,58	2,41	0,06	2,87	0,64	0,28	0,46	0,27	0,05
54	3,82	0,59	0,56	1,61	0,45	0,51	0,95	0,88	0,76	0,04	1,03
55	4,31	0,61	0,59	1,16	0,75	0,59	0,96	2,05	0,25	0,06	0,15
56	2,27	1,43	0,70	2,50	1,18	1,21	1,22	0,89	0,92	0,16	3,65
57	12,91	0,53	0,86	0,42	0,82	0,58	0,40	0,40	2,49	0,01	0,28
58	5,31	0,58	0,57	1,40	0,52	1,15	0,90	1,20	0,34	0,02	0,05
59	1,70	1,28	0,93	1,52	0,97	0,73	0,95	1,01	0,75	0,09	0,62
60	5,45	0,43	0,22	1,43	0,52	0,54	0,67	0,25	0,12	0,01	0,82
61	5,33	0,48	0,51	1,36	0,15	0,64	1,10	1,60	0,56	0,02	0,23
62	3,50	0,58	0,66	2,16	0,13	0,89	1,61	4,28	0,58	0,03	0,10
63	4,95	0,56	0,64	0,52	0,40	0,46	0,63	1,99	0,56	0,05	0,58
64	0,55	0,52	0,50	3,32	0,13	0,72	1,57	4,87	0,81	0,03	0,11
65	0,35	0,59	0,96	1,82	0,38	0,96	0,62	0,97	0,77	0,05	0,34
66	0,42	0,46	0,26	0,59	0,10	0,24	0,51	0,44	0,53	0,01	0,01
67	0,03	0,22	0,21	0,38	0,22	0,16	0,18	0,27	0,27	-	0,17
68	3,26	1,25	0,94	2,56	0,84	0,84	2,26	0,34	0,67	0,34	1,41
69	2,42	0,97	0,53	3,96	0,41	0,65	4,37	0,93	0,35	0,19	0,14
70	1,72	1,16	0,68	1,39	0,92	1,62	1,23	0,66	0,58	0,27	0,32
71	1,49	0,31	2,57	0,76	1,24	0,33	0,22	0,03	0,10	0,56	10,28
72	2,84	0,89	0,82	1,16	0,54	1,27	1,26	1,93	1,07	2,11	0,12
73	2,33	1,33	0,79	2,33	0,76	1,06	1,46	1,84	0,78	0,41	0,47
74	0,98	1,05	0,53	0,89	0,60	0,77	1,12	0,60	0,41	1,29	0,24
75	0,09	0,60	1,78	0,32	0,86	0,81	0,09	0,06	1,28	6,14	0,04
76	1,58	1,19	0,76	1,30	0,86	1,02	1,17	1,82	0,91	1,83	0,37
78	0,20	0,92	2,48	0,39	0,34	0,64	0,40	2,13	0,53	1,01	1,53

79	0,14	0,54	0,32	0,41	0,26	1,03	3,44	0,78	1,69	0,34	0,12
80	0,04	0,26	0,46	0,16	0,34	0,31	0,36	0,13	0,89	0,08	0,05
81	0,07	0,99	1,60	0,38	1,77	1,29	0,19	0,35	0,54	2,13	1,95
82	0,38	1,77	0,87	1,05	0,98	0,72	0,88	0,43	0,95	0,15	4,25
83	1,43	1,70	0,79	2,15	0,89	1,03	1,36	1,47	0,57	0,09	0,40
84	0,69	1,48	1,21	1,69	1,21	0,99	0,66	0,81	1,18	0,15	0,57
85	0,48	0,78	0,62	0,48	0,89	0,64	0,46	1,20	0,71	0,07	1,05
86	0,26	1,54	0,33	0,95	1,05	0,94	2,02	2,13	0,24	0,79	0,08
87	1,66	2,17	1,28	1,01	1,08	1,27	2,32	1,57	0,47	0,10	0,05
88	0,26	1,63	1,96	0,62	4,47	5,21	0,98	0,20	0,21	0,14	1,91
89	1,32	0,47	0,41	1,18	0,24	0,54	0,87	2,30	0,63	0,36	0,21
90	0,12	1,45	1,21	0,75	1,81	1,02	0,31	0,47	1,45	0,10	2,04
91	0,07	0,50	0,51	0,97	0,29	1,38	0,51	0,05	0,17	0,01	0,34
92	0,18	1,24	0,58	0,87	1,43	1,16	0,39	0,75	1,09	0,01	0,07
93	2,56	0,51	1,76	2,57	3,89	0,72	1,14	0,74	0,08	2,86	8,79
94	1,33	0,98	0,57	2,42	0,58	0,66	0,92	3,10	0,53	0,09	0,28
95	0,11	0,75	0,76	0,64	0,87	0,57	0,70	0,50	0,90	0,04	0,14
96	1,40	1,14	0,65	1,22	0,60	1,36	0,94	0,50	0,83	0,15	0,22
97	0,02	0,47	9,60	0,48	4,24	1,93	0,28	0,01	0,15	0,01	0,84
99	0,11	1,51	0,86	0,53	1,32	0,02	1,34	0,44	1,50	3,09	0,04

Kaynak: TradeMap veri tabanından elde edilen verilerden derlenerek yazar tarafından hazırlanmıştır <https://www.trademap.org/> (ET:01.03.2020).

Türkiye'nin 2005-2018 yılları arasında ihraç ettiği 97 ürün grubundan 42'sinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmüştür. Bu bulgular sonucunda Türkiye'nin en fazla karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünler; birinci sırada 57-Halılar ve diğer tekstil yer döşemeleri (12,91), ikinci sırada 11-Değirmencilik ürünleri; malt, nişasta, inülin buğday (6,80), üçüncü sırada 25-Tuz, kükürt; topraklar ve taş, sıvama malzemeleri, kireç ve çimento (6,60), dördüncü sırada 60-Örme eşya (5,45) ve beşinci sırada 61-Örme giyim eşyası ve aksesuar (5,33) olmak üzere sıralanabilir.

Almanya'nın karşılaştırmalı üstünlük elde ettiği ürün grupları Tablo 2'de görüldüğü üzere şu şekildedir: 87-Motorlu kara taşıtları traktör, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları; bunların aksam, parça ve aksesuarı (2,17) birinci, 32-Debagatte ve boyacılıkta kullanılan hülusalalar, taneler, boyalar, pigmentler; vernikler vb. macunlar; mürekkepler (1,97) ikinci, 30-Eczacılık ürünleri (1,81) üçüncü, 82-Adli metallere aletler, bıçakçı eşyası ve sofrta takımları; adi metallere bunların aksam ve parçaları (1,77) dördüncü ve son olarak 83-Adi metallere çeşitli eşya (kilit, kasa, mobilya tertibatı, vb.) (1,70) beşinci sırada yer alan ürün gruplarıdır. Ülkenin 97 ürün ihracatınının 36'sında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün ve rekabet gücünün olduğu görülmüştür.

İngiltere'nin ihraç ettiği 97 ürün grubu içinden 25 ürün ihracatında rekabet gücü avantajına sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Tablo 2'de görüldüğü gibi ülkenin bu ürün grupları arasında en fazla karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ilk beş ürün; birinci sırada 97-Sanat eserleri, koleksiyon eşyası ve antikalar (9,60), ikinci sırada 49-Basılı kitaplar, gazeteler, resimler vb. (3,51), üçüncü sırada 22-Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke (3,36), dördüncü sırada 71-Doğal veya kültür incileri, kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, taklit mücevherci eşyası; metal paralar (2,57) ve son olarak 78-Kurşun ve kurşundan eşya (2,48) beşinci sırada yer alan ürün grupları şeklinde sıralanabilir.

İtalya'nın da rekabet gücüne sahip olduğu ürün grubu Tablo 2'de görülmektedir. Tablodan da görüldüğü gibi ülkenin en fazla karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ilk beş ürün sırasıyla; 51-Yapağı ve yün, ince veya kaba hayvan kılı; at kılından iplik ve dokunmuş mensucat (5,86) birinci, 41-Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseler (5,43) ikinci, 50-İpek (4,37) üçüncü, 69-Seramik mamuller (3,96) dördüncü ve beşinci 42-Deri ürünleri, saraçlık ve koşu takımları; seyahat eşyası, el çantaları vb. mahfazalar; hayvan bağırsağından mamul eşya (ipekböceği bağırsağı hariç) (3,36) şeklindedir. Söz konusu tabloya göre ülkenin 97 ürün ihracatınının 50'sinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 2'ye göre, ABD'nin 2005-2018 yılları arasında ihraç ettiği 97 ürün grubundan 35'inde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmüştür. Bu bulgular sonucunda ABD'nin en

fazla karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünler; birinci sırada 88-Hava taşıtları, uzay taşıtları ve bunların aksam ve parçaları (4,47), ikinci sırada 97-Sanat eserleri, koleksiyon eşyası ve antikalar (4,24), üçüncü sırada 93-Silahlar ve mühimmatlar; bunların aksam, parça ve aksesuarı (3,89), dördüncü sırada 12-Yağlı tohum ve meyveler; muhtelif tane, tohum ve meyveler, sanayide ve tıpta kullanılan bitkiler, saman ve kaba yem (3,33) ve beşinci sırada 10-Hububat (2,56) şeklindedir.

Tablo 2'de Fransa'nın karşılaştırmalı üstünlük elde ettiği ürün grupları görülmektedir. Söz konusu tablodan da görüldüğü üzere; 88-Hava ve uzay taşıtları ve bunların aksam ve parçaları (5,21) birinci, 22- Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke (5,09) ikinci, 33-Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümler, kozmetik veya tuvalet müstahzarları (4,74) üçüncü, 01-Canlı hayvanlar (3,59) dördüncü ve son olarak 04-Süt ürünleri; yumurta, doğal bal; diğer yenilebilir hayvansal meşeli ürünler (2,90) beşinci sırada yer alan ürün gruplarıdır. Söz konusu tabloya göre; ülke 97 ürün ihracatının 47'sinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün ve rekabet gücünün olduğu görülmüştür.

Tablo 2'de İspanya'nın 2005-2018 yılları arasında ihraç ettiği 97 ürün grubundan 45'inde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmüştür. Bu bulgular sonucunda İspanya'nın en fazla karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünler; birinci sırada 45- Mantar ve mantardan eşya (9,56), ikinci sırada 07-Yenilebilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular (5,84), üçüncü sırada 08-Yenilebilir meyve ve fındık; turunçgillerin veya kavun kabuğu (5,40), dördüncü sırada 69- Seramik mamuller (4,37) ve beşinci sırada 79-Çinko ve çinkodan eşya (3,44) olmak üzere sıralanabilir.

Tablo 2'ye göre, Romanya'nın ürün ihracatında en büyük paya sahip olan beş sektör; 50-İpek (7,66), 64-Ayakkabılar, getrler, tozluklar ve benzeri eşya ve bunların aksamı (4,87), 01-Canlı hayvanlar (4,79), 62-Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı (4,28) ve 44-Ağaç ve ahşap eşya (4,17) şeklindedir. Buna göre ülkenin 97 ürün ihracatının 28'inde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Hollanda'nın söz konusu tabloya göre, en fazla karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ilk beş ürün sırasıyla; 06-Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, yumrular, kökler ve benzeri; kesme çiçekler ve süs yaprakları (15,75) birinci, 07- Yenilebilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular (3,78) ikinci, 18-Kakao ve kakao müstahzarları (3,59) üçüncü iken, dördüncü ve beşinci sırada 01-Canlı hayvanlar (3,56) ve 04-Süt ürünleri; yumurta, doğal bal; diğer yenilebilir hayvansal meşeli ürünler (3,52) olarak sıralanabilir. Yapılan analizde ülkenin 2005-2018 yıl aralığında 97 ürün grubunun 40'ında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 2'de Rusya'nın karşılaştırmalı üstünlük elde ettiği ürün grupları da yer almaktadır. Söz konusu tablodan da görüldüğü üzere; 75-Nikel ve nikelden eşya (6,14) birinci, 31-Gübreler (5,72) ikinci, 27-Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler; bitümlü maddeler, mineral mumlar (4,40) üçüncü, 99-Başka yerde belirtilmeyen mallar (3,09) dördüncü ve son olarak 93-Silahlar ve mühimmatlar; bunların aksam, parça ve aksesuar (2,86) ürün grupları beşinci sıradadır. Ülkenin 97 ürün grubu içinden 16'sında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 2'de İsrail'in ürün ihracatında en büyük paya sahip olan beş sektörün sırasıyla; 71-Doğal veya kültür incileri, kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, taklit mücevherci eşyası; metal paralar (10,28), 93-Silahlar ve mühimmatlar; bunların aksam, parça ve aksesuarı (8,79), 31-Gübreler (6,90), 38-Çeşitli kimyasal ürünler (5,29) ve 82-Adli metallerden aletler, bıçakçı eşyası ve sofrta takımları; adi metallerden bunların aksam ve parçaları (4,25) olduğu görülmektedir. Buna göre ülkenin 97 ürün ihracatının 24'ünde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğu sonucuna varılmıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde, iktisadi küreselleşmenin etkisi ile dünya ekonomisinde hızlı, teknolojik, ekonomik ve politik gelişmeler yaşanmaktadır. Bu durum ülkelerin rekabet gücünde değişimlere yol açmaktadır. Bir ülkenin rekabet gücü açısından diğer ülkelerle rekabet edebilmesi ve daha yüksek rekabet gücüne sahip olabilmesi için, öncelikle hangi ürün gruplarında rekabet gücünün ne düzeyde olduğunu belirlemesi gerekmektedir. Türkiye'nin rekabet gücü olan ürünlerde rekabet üstünlüğünü koruması ve

rekabet gücünün zayıf olduğu ürünlerde sahip olduğu dezavantajları giderilmesi gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı 10 ülke ile 97 ürün grubu üzerinden rekabet gücünün AKÜ yöntemiyle karşılaştırılmasıdır. Araştırmada baz alınan dönem ortak veri mevcudiyetine bağlı olarak 2005-2018 arasındadır. Analiz aşamasında kullanılan veriler Uluslararası Ticaret Sınıflandırması TradeMap veri tabanından elde edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuca göre; Türkiye incelenen 97 ürün grubu içinde 42 ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu anlaşılmıştır. Öte yandan bu ürün gruplarında Almanya 36, İngiltere 25, İtalya 50, ABD 35, Fransa 47, İspanya 45, Romanya 28, Hollanda 40, Rusya 16 ve İsrail'in 24 ürün grubunda rekabet gücü üstünlüğe sahip olduğu görülmüştür.

Çalışmanın sonucunda Türkiye'nin ihracat yaptığı birçok ülkeden daha fazla rekabet gücüne sahip olduğu anlaşılmıştır. Fakat Türkiye 42 ürün grubunda rekabet gücü üstünlüğüne sahip olmasına rağmen dış ticaret açığı veren bir ülkedir. Bunun sebebi ise ülkenin üstün olduğu bazı ürünlerde üstünlük kat sayısının ve katma değerinin düşük olmasıdır.

Türkiye'nin diğer ülkelere kıyasla 19 ürün grubunda yüksek rekabet avantajına sahip olduğu ve 10 ülkeye kıyasla açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu ürünler ise; 11-Değirmencilik ürünleri; malt, nişasta; inülin, buğday, 14-Örölmeye elverişli bitkisel maddeler, tarifenin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan bitkisel ürünler, 20-Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar, 25-Tuz, kükürt; topraklar ve taş, sıvama malzemeleri, kireç ve çimento, 34-Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler, yıkama-yağlama müstahzarları, mumlar, bakım müstahzarları, dişçilik müstahzarları, 43-Kürkler ve taklit kürkleri; bunların mamulleri, 52-Pamuk, 54-Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik dokumaya elverişli maddeler, 55-Sentetik ve suni devamsız lifler, 57-Halılar ve diğer tekstil yer döşemeleri, 58-Özel dokunmuş mensucat, lüfte edilmiş dokunabilir mensucat, dantela; duvar halıları, şeritçi ve kaytancı eşyası işlemler, 59-Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş mensucat, dokunabilir maddelerden eşya, 60-Örme eşya, 61-Örme giyim eşyası ve aksesuarı, 63-Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar; kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya parçaları, 68-Taş, alçı, çimento, amyant, mika veya benzeri maddelerden eşya, 70-Cam ve cam eşyalar, 72-Demir ve çelik ve 96-Çeşitli mamul ürünleridir.

İhraç edilen ürünlerdeki üstünlüğe baktığımızda Türkiye'nin emek-yoğun ve sermaye-yoğun malların ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir.

Türkiye'nin rekabet gücü olan ürünlerde bu düzeyi koruması ve rekabet gücü olmayan veya rekabet gücü sınırda olan ürünler üzerinde değişiklik yapması, bu yöndeki eksiklikleri gidermesi için araştırma kapsamında şu öneriler getirilmiştir;

- Türkiye'nin emek-yoğun üretiminde üstün olması sebebiyle ilk olarak emek faktörünün verimliliğinin artırılması sağlanmalıdır.
- Uzun dönemde ise üretimin teknoloji bazlı ürünlere yönlendirilmesi ve daha ileri teknoloji içeren ürünler geliştirilmesi ülkemizin bu mallarda dış ülkelere olan bağımlılığını azaltarak ülke milli geliri üzerinde olumlu etki yaratacağı gibi, dış ülkelerle rekabet edilebilirliğinin gelişmesine olanak sağlayabilir.
- Ülke ekonomisinin ekonomik büyüme ve kalkınmasının en önemli faktörü yapılan üretim ve bu üretimin uluslararası alanda gelir arttırıcı yapıya dönüşmesi olarak düşünülmektedir.
- Bu sayede ülkelerin sahip oldukları sanayi gücünün üretken ve etkin bir şekilde kullanabilmesi, rekabete açık ve gelişebilir bir yapıya sahip olması; yapılacak karşılaştırmalı analiz ve alınacak uygun tedbirlerle mümkün olacaktır. Bu sayede uluslararası alanda yapılacak analizler ve rekabet ölçümleri ile sahip olunan kaynakların verimli kullanımının sağlanması satış üzerinde yönlendirici konumda olabilecektir.
- Ayrıca ihracattaki karşılaştırmalı üstünlüklerin daha çok katma değeri düşük ürünlere dayanması teknolojik ve bilimsel ürünlerde dışa bağımlılığı arttırmaktadır. Bu durumda ise karşılaştırmalı üstünlükleri emek-yoğun malların ihracatına dayanan ülkelerin dış açık vermesi

kaçınılmazdır. Bu bağlamda Türkiye'nin katma değeri yüksek olan ürünlerde rekabet üstünlüğü elde etmesi için çalışmalar yapması gerekmektedir.

- Günümüzde küreselleşen dünyada ileri teknolojiye sahip gelişmiş ülkelere benzer şekilde Türkiye'nin dünya ihracat ve katma değerinden fazla pay alabilmesi için teknolojiye, inovasyona ve markalaşmaya daha fazla yatırım yapıp, emek verimliliğini arttırmak şartıyla dış ülkelere daha az bağımlı dış ticaret stratejileri geliştirmesi gerekmektedir.
- Diğer yandan; ülkemizde 97 ürün grubu içinde yer alan ve karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olan ürünlere de gerekli destek ve teşvikler verilerek, ülkenin dış ülkelere karşı rekabet gücünün artırılmasında etkili olabilecektir.
- Tüketimden çok üretim özendirilerek, üretim faktörleri etkin kullanılmalı ve verimlilik artırılmalıdır. Diğer bir söyleyişle; tüketim odaklı büyüme yerine üretim odaklı büyüme teşvik edilmelidir.
- Sanayi ve üniversite iş birliğinin sağlanması yönünde politikalara destek verilmelidir.
- Devlet ihracat teşviklerinde desteklerini arttırmalıdır.
- İşgücü, hammadde ve enerji maliyetlerinin düşürülmesine yönelik politikalar uygulamaya geçirilmelidir.
- Niteliksiz emek yerine teknolojiyi kullanabilen nitelikli işçiler yetiştirilmelidir.
- Vergi düzenlemeleri yapılarak üretim ve ihracattaki maliyetler azaltılmalıdır.
- Girişimcilik ve inovasyon teşvik edilmeli ve desteklenmelidir. Yani teknolojik olarak yetersiz kaldığı alanlarda teknolojisini geliştirmeli ve bununla ilgili araştırmalar yapmalıdır.
- AR-GE harcamalarına destek verilerek GSYH içindeki payı yükseltilmelidir.
- Son olarak ülke elinde var olan beşerî ve coğrafi gücü geliştirerek dünya piyasasında söz sahibi olabilir ve en önemlisi yabancı yatırımcıları ülkemize çekebilmek için ülke ekonomisinin ve siyasi istikrarsızlığın düzeltilmesi sağlanabilir. Bu bağlamda Türkiye daha çok üründe ve katma değeri daha yüksek olan ürünlerde rekabet üstünlüğü sağlayabileceği düşünülmektedir.

Yapılan bu çalışma ile elde edilen sonuçların bundan sonra yapılabilecek olası benzer çalışmalar için yol gösterici nitelikte olacağına inanılmaktadır. Analiz bölümünde kullanılan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yöntemi oldukça güncel ve sık kullanılan bir yöntem olduğundan, bundan sonraki çalışmalara yol göstermesi beklenmektedir.

Etik Beyanı: *Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara uyulduğunu yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarlarına aittir.*

Etik Kurul Onayı: Bu çalışmada ikincil verilerden yararlandırıldığı için ve çalışma 2018 yılında yapıldığı için etik kurul iznine ihtiyaç duyulmamıştır.

Yazar Katkıları: *1. yazar, çalışmada Metodoloji, sonuç ve değerlendirme bölümlerinde katkı sağlamıştır. 2. yazar, çalışmada literatür bölümlerinde katkı sağlamıştır. 1. yazarın katkı oranı: %51, 2. yazarın katkı oranı: %49*

Çıkar Beyanı: *Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.*

KAYNAKLAR

- Akyüz, C.K. (2019). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi kullanılarak kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayi sektörünün rekabet gücünün belirlenmesi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 21(1), 164-171.
- Altuntaş, M. (2010). Türkiye’de otomotiv ana sanayi ve uluslararası rekabet gücü. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ardıç, B.(2017). Türkiye’nin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerinin belirlenmesi. *International Academic Journal*, 1(1), 8-21.
- Bakımlı, E. (2011). Türkiye imalat sanayi ve alt sektörlerinin uluslararası rekabet gücü: mevcut durum ve potansiyel analizi. Doktora Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Bashimov, G. (2016). Elma ihracatında Türkiye’nin karşılaştırmalı üstünlüğü. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 13(2), 9-15.
- Bashimov, G. (2017). Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabet gücü: asean-5 ülkeleri ile karşılaştırmalı analizi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 1-15.
- Bayraktutan, Y. (2003). Bilgi ve uluslararası ticaret teorileri. *Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 175-186.
- Çivi, E. (2001). Rekabet gücü: Literatür Araştırması. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(2), 21-38.
- Çizmeçi, H. (2010). Türkiye seramik kaplama malzemeleri sektörünün rekabet gücü. Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Çöp, S. (2016). Türkiye tekstil sektöründe uluslararası rekabet gücünün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yöntemi ile değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Engin, E. (2013). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşıma göre türkiye oluklu mukavva ambalaj sektörünün rekabet gücü. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erdoğan, E. (2014). Türk elektronik sektörünün 2000-2012 dönemi için uluslararası rekabet gücünün incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erkan, B. (2012). Ülkelerin karşılaştırmalı ihracat performanslarının açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarıyla belirlenmesi: Türkiye- Suriye örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), 195-218.

- Erkekoğlu, H., Kılıçarslan, Z. ve Gökner, H. (2014). Kayseri ilinin mobilya sektörü rekabet gücü: açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (44), 1-22.
- Eroğlu, Ö. ve Özdamar, G. (2005). Türk imalat sanayiinin rekabet gücü ve beyaz eşya sektörü üzerine bir inceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(2), 1-21.
- Gökmenoğlu, S.M., Akal, M. ve Altunışık, R. (2012). Ulusal rekabet gücünü belirleyen faktörler üzerine değerlendirmeler. Rekabet Dergisi, 13(4), 3-43.
- Gürpınar, K. ve Barca, M. (2007). Türk mobilya sektörünün uluslararası rekabet gücü düzeyi ve nedenleri. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(2), 41-61.
- Işıkçı, E. (2013). Türkiye ihracatında ürün/ürün grupları rekabet güçlerinin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (akü) endeksi kullanılarak analizi. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Jumashova, M. (2016). Türkmenistan Ekonomisinin rekabet gücünün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yöntemi ile değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Kelleci, S.Ü. (2009). Avrupa birliğine giriş sürecinde türkiye'nin rekabet gücü: karşılaştırmalı üstünlükler modeline göre sektörel bir analiz. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Makochekanwa, A. (2007). Botswana's revealed comparative advantage. Department Of Economics, University Of Pretoria, South Africa, MPRA Paper No. 34564, ss:1-26.
- Özdemir, A. (2019). Türkiye plastik sektöründe uluslararası rekabet gücünün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler kuramı açısından analizi. Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Özdemir, M.B. (2018). Türkiye'nin seçili tarım ürünlerinin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yöntemi ile rekabet gücü analizi. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Sarıçoban, K. (2016). Ülkelerin ihracat rekabet güçlerinin belirlenmesi: türkiye ve g-20 ülkelerinin karşılaştırmalı analizi. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Sujova, A. ve Hlavackova, P. (2015). Sectoral analysis of competitiveness of wood processing industry in the Czech Republic. Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 63(1), 293-302.
- Şahin, D. (2015). Türkiye ve Çin'in tekstil ve hazır giyim sektöründe rekabet gücünün analizi. Kırgız-Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü Akademik Bakış Dergisi, (47), 155-171.
- Şahinli, M.A. (2011). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi: Türkiye pamuk endüstrisi üzerine bir uygulama. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 11(21), 227-240.
- Topcu, B.A. ve Sarıgül, S.S. (2015). Comparative advantage and the product mapping of exporting sectors in Turkey. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(18), 330-348.
- Tuerxun, A. (2017). Çin'in küresel rekabet gücünün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yöntemine göre değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Utkulu, U. (2005). Türkiye'nin dış ticareti ve değişen mukayeseli üstünlükler. T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.

Yalçınkaya, M.H., Çılbant, C., Erataş, F. ve Hartoğlu, D. (2014). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ekseninde rekabet gücünün analizi: türk- çin dış ticareti üzerine bir uygulama. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, (24), 41-57.

<https://www.trademap.org/> (01.03.2020).