T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

TARIM ÜRÜNLERİNDE REKABET GÜCÜ AÇISINDAN TÜRKİYE- KIRGIZİSTAN KARŞILAŞTIRMASI

EMİNE ŞÜKÜRLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DOÇ. DR. ORHAN KANDEMİR

HAZİRAN- 2022
KASTAMONU

TAAHHÜTNAME

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu; ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını, bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini bildirir ve taahhüt ederim.

Emine ŞÜKÜRLÜ

İmza

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TARIM ÜRÜNLERİNDE REKABET GÜCÜ AÇISINDAN TÜRKİYE-KIRGIZİSTAN KARŞILAŞTIRMASI

EMİNE ŞÜKÜRLÜ

KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

DANIŞMAN:DOÇ. DR. ORHAN KANDEMİR

1990'lı yılların başında SSCB'nin dağılmasıyla birlikte Özbekistan, Kırgızistan, Türkmenistan, Azerbaycan ve Kazakistan bağımsızlıklarını ilan etmiştir. Bu durum Türkiye için bir fırsat oluşturmuş, akraba ülkelerle siyasi ve ticari ilişkilerin geliştirilmesi imkânı ortaya çıkarmıştır. Ekonomisinde tarım sektörünün önemli bir yer tuttuğu Kırgızistan, Türk Dünyası ülkeleri arasında Türkiye ile dış ticaret hacmi en düşük ülkedir. Kırgızistan ile Türkiye'nin tarım ürünlerinde karşılıklı üstünlüklerin tespiti ve buna yönelik uygulanacak etkin politikalar, iki akraba ülke arasındaki dış ticaret hacminin arttırılmasına katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda çalışmada, iki ülke arasındaki mevcut ticari ilişkilerin ortaya konulması ve tarım ürünleri çerçevesinde karşılıklı üstünlüklerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. 2010-2019 dönemini kapsayan çalışmada Türkiye ve Kırgızistan'ın tarım sektöründeki karşılaştırmalı üstünlükleri açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Dış ticaret verilerine ulaşılabilen 56 tarım ürünü alt grubu için 5 endeks (RCA, RXA, RMA, RC ve $\Delta NRCA_j^{1-2}$) değeri hesaplanmış ve analiz sonuçları dönem ortalamaları üzerinden yorumlanmıştır. Analiz bulguları çerçevesinde; RCA ve RXA endekslerine göre Türkiye 24 üründe karşılaştırmalı avantaja sahipken, Kırgızistan 22 üründe karşılaştırmalı avantaja sahiptir. RMA endeksine göre Türkiye 44 üründe avantajlı konumdayken Kırgızistan için bu rakam 36'dır. RC endeksine göre Türkiye'nin 31 üründe uluslararası piyasada karşılaştırmalı üstünlüğü bulunmakta iken Kırgızistan'ın 16 üründe karşılaştırmalı üstünlüğü bulunmaktadır. $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeksine göre ise Türkiye 56 ürün grubundan 31'inde Kırgızistan karşısında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Özellikle ülkelerin karşılıklı üstünlüğünü dikkate alarak şekillendirilecek bir dış ticaret süreci, iki akraba ülkenin dış ticaret hacminin daha da artmasına katkı sağlayacaktır.

ANAHTAR KELİMELER: Rekabet Gücü, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, Tarım Sektörü, Türkiye, Kırgızistan

Haziran 2022, 95 Sayfa

ABSTRACT

MSC THESIS

COMPARISON OF TURKEY – KYRGYZSTAN IN TERMS OF COMPETITIVENESS IN AGRICULTURAL PRODUCTS

EMİNE ŞÜKÜRLÜ

KASTAMONU UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCE DEPARTMENT OF ECONOMICS

SUPERVISOR:ASSOC. PROF. DR. ORHAN KANDEMİR

Following the dissolution of the SSCB in the early 1990s, Uzbekistan, Kyrgyzstan, Turkmenistan, Azerbaijan and Kazakhstan declared their independence. This created a new opportunity for Turkey; created the opportunity to develop political and commercial relations with related countries. Kyrgyzstan, in which the agricultural sector has an important place in its economy, is the country with the lowest foreign trade volume with Turkey among the countries of the Turkic World. The determination of Kyrgyzstan and Turkey's mutual superiority in agricultural products, and the implementation of effective policies will thereby promote an increase in the volume of foreign trade between the two countries. The purpose of this study is to identify the existing commercial relations between the two countries and to identify mutual advantages within the context of agricultural products in this context. In the study covering the period of 2010 to 2019, the comparative advantages of Turkey and Kyrgyzstan in the agricultural sector were explained. Using 56 subgroups of agricultural products whose foreign trade data could be accessed, five index values (RCA, RXA, RMA, RC, and $\Delta NRCA_j^{1-2}$) were calculated, and results were interpreted over the period averages. Within the framework of the analysis findings of the RCA and RXA indexes, Turkey has a comparative advantage in 24 products, whereas Kyrgyzstan has a comparative advantage in 22 products, according to the RCA and RXA indexes. According to the RMA index, while Turkey is in an advantageous position in 44 products, this figure is 36 for Kyrgyzstan. According to the RC index, Turkey has a comparative advantage in the international market in 31 products, while Kyrgyzstan has a comparative advantage in 16 products. Turkey has a comparative advantage Kyrgyzstan over in 31 out of 56 product categories, according to the $\Delta NRCA_j^{1-2}$ index. A foreign trade process that will be shaped especially by taking into account the mutual superiority of the countries will contribute to the increase in the foreign trade volume of the two related countries.

KEYWORDS: Competitiveness, Revealed Comparative Advantages, Agricultural Sector, Turkey, Kyrgyzstan

June 2022, 95 Page

TEŞEKKÜR

Tez çalışmasının konusunun tespit edilmesinde ve çalışmanın hazırlanma sürecinin her aşamasında tecrübelerini, bilgilerini benimle paylaşan, her zaman yol gösterici olan, olumlu tavrı ile beni cesaretlendiren, kendisine her danıştığımda değerli zamanlarını esirgemeyerek bana her fırsatta zamanını ayırıp sabırla ve büyük bir ilgiyle faydalı olabilmek için elinden gelenin fazlasını sunan, her zaman öğrencisi olmaktan onur duyduğum değerli danışman hocam Doç. Dr. Orhan KANDEMİR'e teşekkürü bir borç biliyor ve şükranlarımı sunuyorum.

Yine çalışmamın gerçekleştirilme aşamasında kıymetli zamanını ayırıp sabırla dinleyen, eksik olduğum noktalarımı tamamlayan kıymetli hocam Dr. Öğr. Üyesi Memduh Alper DEMİR'e ve akademik hayatım boyunca benden desteklerini esirgemeyen Kastamonu Üniversitesi İktisat Bölümü hocalarıma çok teşekkür ederim.

Son olarak bütün hayatım boyunca yanımda olan, aldığım tüm kararları destekleyen, sadece bu çalışma sürecinde değil her zaman beni cesaretlendiren ve moral veren eşim İslam ŞÜKÜRLÜ ve kızım Aycan ŞÜKÜRLÜ'ye, ayrıca tez çalışmam boyunca benden desteğini esirgemeyen yengem Elif AKKUŞ'a teşekkürlerimi sunarım.

EMİNE ŞÜKÜRLÜ

Kastamonu, 2022

İÇİNDEKİLER

Sayfa

TEZ ONAYI ..... **ii**
TAAHHÜTNAME ..... **iii**
ÖZET ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
TEŞEKKÜR ..... **vi**
İÇİNDEKİLER ..... **vii**
ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ ..... **ix**
TABLOLAR DİZİNİ ..... **x**
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ ..... **xi**
1. GİRİŞ **1**
2. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜ AÇIKLAMAYA YÖNELİK YAKLAŞIMLAR VE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜ ÖLÇMEK İÇİN KULLANILAN YÖNTEMLER **4**
2.1 Rekabet Gücü 4
2.1.1 Rekabet Gücü Kavramı 4
2.1.1.1 Firma rekabet gücü 5
2.1.1.2 Endüstriyel düzeyde rekabet gücü 6
2.1.1.3 Ulusal ve uluslararası rekabet gücü 7
2.2 Uluslararası Rekabet Gücünü Açıklamaya Yönelik Yaklaşımlar 8
2.2.1 Klasik Yaklaşımlar 8
2.2.1.1 Mutlak üstünlükler teorisi 9
2.2.1.2 Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi 10
2.2.2 Neo Klasik Yaklaşımlar 11
2.2.2.1 Fırsat maliyeti teorisi 11
2.2.2.2 Faktör donatımı teorisi 12
2.2.3 Modern Yaklaşımlar 13
2.2.3.1 Porter'ın yaklaşımı 14
2.2.3.1.1 Elmas modelindeki karşılıklı etkileşim sistemi 19
2.2.3.1.2 Rekabet gücünün gelişim aşamaları 20
2.2.3.2 Krugman'ın yaklaşımı 21
2.3 Uluslararası Rekabet Gücünü Ölçmek İçin Kullanılan Yöntemler 22
2.3.1 Sektörel Düzeyde Ölçen Yaklaşımlar 22
2.3.1.1 Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler teorisi 23
2.3.1.1.1 Liesner'in açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler teorisi 23
2.3.1.1.2 Balassa'nın AKÜ yaklaşımı 24
2.3.1.1.3 Vollrath'ın AKÜ yaklaşımı 25
2.3.1.1.4 Laursen'in AKÜ yaklaşımı 28
2.3.1.1.5 Proudman ve Redding'in AKÜ yaklaşımı 28
2.3.1.1.6 Hoen ve Oosterhaven'in AKÜ yaklaşımı 29
2.3.1.1.7 Yu, Cai ve Leung'un AKÜ yaklaşımı 30
2.3.1.2 Net ihracat endeksi (NEİ) 33
2.3.1.3 İhracat piyasa payı endeksi 34
2.3.1.4 İhracat – ithalat oranı 34

2.3.1.5 Karşılaştırmalı ihracat performans endeksi (Comparative export performance-CEP) ... 34
2.3.1.6 İhracat benzerlik endeksi (ES) ... 34
2.3.1.7 Ticaret çakışması (Trade overlap - TO) ... 35
2.3.1.8 Uygunluk katsayısı (Conformity coefficient-CC) ... 35
2.3.1.9 Ticaret entropi endeksi (Trade entropy ındex) ... 35
2.3.1.10 Lafay endeksi (LFI) ... 35
2.3.2 Küresel Düzeyde Ölçen Yöntemler ... 36
2.3.2.1 Küreselleşme endeksi ... 36
2.3.2.2 Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (IMD)'nin yaklaşımı ... 38
2.3.2.3 Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEF) yaklaşımı ... 38
3. TÜRKİYE – KIRGIZİSTAN DIŞ TİCARETİ ... 39
3.1 Türkiye'nin Dış Ticareti ... 39
3.1.1 Türkiye'nin Dış Ticaret Politikalarının Tarihsel Seyri ... 39
3.1.2 Türkiye'nin Son Dönem Dış Ticaret Göstergeleri ... 41
3.1.2.1 Türkiye'nin ihracatı ... 42
3.1.2.2 Türkiye'nin ithalatı ... 43
3.2 Kırgızistan'ın Dış Ticareti ... 45
3.2.1 Kırgızistan'ın Dış Ticaret Politikalarının Tarihsel Seyri ... 45
3.2.2 Kırgızistan'ın Son Dönem Dış Ticaret Göstergeleri ... 45
3.2.2.1 Kırgızistan'ın ihracatı ... 47
3.2.2.2 Kırgızistan'ın ithalatı ... 48
3.3 Türkiye – Kırgızistan Arasındaki Ticari İlişkiler ... 49
3.3.1 Türkiye ile Kırgızistan Arasında İmzalanan Ticari Anlaşmalar ve Protokoller ... 50
3.3.2 Ülkeler Arasındaki İhracat- İthalat İlişkileri ... 53
3.3.3 Türkiye- Kırgızistan tarımsal ürün ticareti ... 55
3.3.4 İki ülke arasındaki ticarette yaşanan sorunlar ... 57
4. TARIMSAL ÜRÜN BAZINDA ÜLKELERİN REKABET GÜÇLERİNİN ANALİZİ ... 59
4.1 Literatür ... 59
4.2 Analizin Amacı ve Önemi: ... 63
4.3 Yöntem ve Materyal ... 64
4.4 Bulgular ... 69
5. SONUÇ VE ÖNERİLER ... 81
KAYNAKLAR ... 87

ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 2. 1 Porter'ın elmas modeli 15
Şekil 2. 2 Porter'ın Kümelenme yaklaşımı 20

TABLOLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 2.1 Ricardo modeli ve Hecksher- Ohlin modeli arasındaki farklar 13
Tablo 2.2 Ulusal rekabet gelişiminin aşamaları 21
Tablo 2.3 KFP küreselleşme endeksinde yer alan değişkenler 36
Tablo 2.4 IMD'nin rekabet gücü ölçümünde kullandığı kriterler 38
Tablo 3.1 Türkiye'nin dış ticareti (2001-2019) 41
Tablo 3.2 Ülkelere göre yıllık ihracat (ilk 20 ülke) (1000 $) 42
Tablo 3.3 Ülkelere göre yıllık ithalat (ilk 20 ülke) (1000 $) 44
Tablo 3.4 Kırgızistan'ın dış ticareti (2001-2019) 46
Tablo 3.5 Ülkelere göre yıllık ihracat (ilk 20 ülke) (1000 $) 47
Tablo 3.6 Ülkelere göre yıllık ithalat (ilk 20 ülke) (1000 $) 48
Tablo 3.7 2020 yılı Türkiye'nin Türk Dünyası ile dış ticareti (1000 $) 53
Tablo 3.8 Türkiye- Kırgızistan dış ticareti (1000 $) 54
Tablo 3.9 Kırgızistan'ın Türkiye'den mal ithalatı (ilk 5 Ürün) (1000 $) 54
Tablo 3.10 Kırgızistan'dan Türkiye'ye mal ihracatı (ilk 5 Ürün) (1000 $) 54
Tablo 3.11 Türkiye'nin Kırgızistan'dan tarım ürünleri ithalatı (1000 $) 56
Tablo 3.12 Kırgızistan'ın Türkiye'den tarım ürünleri ithalatı (1000 $) 57
Tablo 4.1 Türkiye'nin yenilebilir sebzeler, kök ve yumrular (07) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 70
Tablo 4.2 Kırgızistan'ın yenilebilir sebzeler, kök ve yumrular (07) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 70
Tablo 4.3 Türkiye'nin meyve ve kuruyemişler (08) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 73
Tablo 4.4 Kırgızistan'ın meyve ve kuruyemişler (08) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 73
Tablo 4.5 Türkiye'nin kahve, çay ve baharatlar (09) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 75
Tablo 4.6 Kırgızistan'ın kahve, çay ve baharatlar (09) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 76
Tablo 4.7 Türkiye'nin tahıllar (10) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 77
Tablo 4.8 Kırgızistan'ın tahıllar (10) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 77
Tablo 4.9 Türkiye'nin kakao ve kakao ürünleri (18) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 78
Tablo 4.10 Kırgızistan'ın kakao ve kakao ürünleri (18) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 79
Tablo 4.11 Türkiye'nin tütün ürünleri (24) ve pamuk (52) ürün grupları için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 79
Tablo 4.12 Kırgızistan'ın tütün ürünleri (24) ve pamuk (52) ürün grupları için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları 80

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltmalar

AKÜ	**:** Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük
AR-GE	**:** Araştırma-Geliştirme
ASEAN	**:** Güney Doğu Asya Ülkeleri Birliği
BRICS	**:** Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika Cumhuriyeti
CC	**:** Uygunluk Katsayısı
CEP	**:** Karşılaştırmalı İhracat Performansı
CSGR	**:** The Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation
DPT	**:** Devlet Planlama Teşkilatı
ES	**:** İhracat Benzerlik Endeksi
IMD	**:** Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü
GSYH	**:** Gayrı Safi Yurtiçi Hâsıla
KFP	**:** A.T. Kearney/Foreign Policy Globalization Index
KRG	**:** Kırgızistan
LFI	**:** Lafay Endeksi
MINT	**:** Meksika, Endonezya, Nijerya ve Türkiye
MGI	**:** Maastricht Küreselleşme Endeksi
NEİ	**:** Net İhracat Endeksi
NGİ	**:** Yeni Küreselleşme Endeksi
NRCA	**:** Normalleştirilmiş Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük
OECD	**:** Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü
RC	**:** Göreli Rekabet Üstünlüğü
RCA	**:** Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi
RMA	**:** Nispi İthalat Avantajı
RSCA	**:** Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi
RTA	**:** Nispi Ticaret Avantajı
RXA	**:** Nispi İhracat Avantajı
SSCB	**:** Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TO	**:** Ticaret Çakışması
TR	**:** Türkiye
UNDP	**:** Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
Vd.	**:** Ve Diğerleri
WEF	**:** Dünya Ekonomik Forumu

1. GİRİŞ

Küreselleşme süreci ile birlikte günümüz dünyasında ülkeler ticaret alanında yoğun bir rekabet ortamına girmişlerdir. Çünkü ülkelerin dış ticarette tutunabilmeleri ve avantajlı hale gelebilmeleri için rakiplerine karşı üstünlük sağlamaları gerekmektedir. Toplumun refahını yükseltmek, ekonomik büyümeyi sağlamak ve uluslararası piyasalarda hedeflenen pazar payına sahip olabilmek için ülkeler karşılaştırmalı üstünlüğü bulunan alanlarda uzmanlaşmakta, üretim ve dolayısıyla kaynaklarını bu alanlara yoğunlaştırmaktadır. Ülkelerin uluslararası piyasalarda karşılaştırmalı üstünlüklerini belirlemenin birçok metodu vardır. Bu çalışmada karşılaştırmalı üstünlükler çerçevesinde geliştirilen açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yöntemi kullanılmıştır.

Karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı David Ricardo'nun, Adam Smith'in mutlak üstünlükler teorisindeki eksiklikleri tespit etmesi ve bu eksiklikleri ortaya çıkarması sonucunda geliştirilmiştir. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (AKÜ) kavramı ise 1958 yılında ilk defa Liesner tarafından kullanılmış, ilerleyen süreçte Balassa (1965) tarafından işlevsel hale getirilmiştir. Uluslararası rekabet gücünün tespit edilmesinde yaygın olarak kullanılan yöntemlerden birisi olan Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) teorisi ticaret yapan ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüklerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Böylece ülkeler ticarette görece karşılaştırmalı avantaj sahibi oldukları ürünleri üreterek kaynaklarını etkin kullanacak, bu sayede iktisadi büyüme süreci de hızlanacaktır. Fakat ülke büyüklüklerinin de önemli olduğu durumlarda RCA endeksi ithalat faktörünü göz ardı ettiği için eleştirilerin odağı olmuştur. Bu nedenle Vollrath, Laursen, Proudman ve Redding, Yu gibi isimler RCA endeksine alternatif endeksler ortaya koymuşlardır.

1990'lı yılların başında SSBC'nin dağılmasıyla birlikte Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan ve Türkmenistan bağımsızlıklarını ilan etmiş ve bu durum Türkiye için bir fırsat oluşturmuş, bu ülkelerle birlikte siyasi ve ticari ilişkiler kurma ve geliştirme imkânına sahip olmuştur (Balıkçıoğlu, 2019:226). TRADEMAP 2020 verilerine göre Türkiye'nin Türk Dünyası ülkeleri ile dış ticareti incelendiğinde, dış

ticaret hacminin en yüksek olduğu ülkenin 2.496.284.000 dolar ile Azerbaycan olduğu, en düşük ülkenin ise 508.706.000 dolar ile Kırgızistan olduğu görülmektedir. Bu nedenle özellikle tarımsal üretim ağırlıklı bir ekonomiye sahip Kırgızistan ile Türkiye arasında karşılıklı olarak tarım ürünlerinde rekabet gücünün tespiti, ilerleyen dönemde iki akraba ülke arasındaki dış ticaret hacminin arttırılması sürecine de katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda çalışmada iki ülke arasındaki mevcut ticari ilişkilerin ortaya konulması ve tarım ürünleri bağlamında hem dünya genelinde hem de birbirleri ile olan karşılıklı üstünlüklerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

2009'da Türk Devletleri arasındaki kapsamlı iş birliğini sağlamak amacıyla kurulan Türk Devletleri Teşkilatı'nın kurucu üyeleri arasında bulunan Türkiye ve Kırgızistan'ın, tarım ürünleri kapsamında uluslararası ticaretinin karşılaştırılması ve bu çerçevede gelecek dönemler için ticari ilişkilerin yönü hakkında politika önerebilme hedefi bu çalışmanın ortaya çıkış noktasını oluşturmaktadır. Çalışmada ilgili ülkelerin tarım ürünleri bağlamında uluslararası rekabet güçleri açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yardımı ile ölçülmektedir.

Çalışma sürecinde Kırgızistan ve Türkiye'nin uluslararası ticareti ile ilgili literatürde yer alan çalışmalar incelenmiştir. Bu çerçevede çalışmada, diğer çalışmalardan farklı olarak RCA endeksinin yanı sıra Vollrath tarafından geliştirilen RXA, RMA, RC endeksleri ve Yu vd. tarafından geliştirilen, iki ülkenin aynı üründe göreceli uzmanlaşma seviyesini gösteren $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeksleri kullanılmıştır. Ayrıca literatür taramasında Türkiye ve Kırgızistan'ın tarım sektörlerini tek tek ürün bazında inceleyen ve rekabet gücünü ölçen daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamış olması çalışmanın farklılığını ortaya koymaktadır.

Çalışmada 2010-2019 yılları arasında Kırgızistan ve Türkiye'nin tarım sektörlerinin rekabet gücülerinin ölçülmesi sayesinde pandemi öncesi son 10 yılın değerlendirilmesi imkânına kavuşulmuştur. Hesaplamalarda Birleşmiş Milletler'in oluşturduğu Uluslararası Ticaret Sınıflandırması (SITC) verileri kullanılmış olup, tarım sektörü ürünleri SITC Rev. 3, 4 basamaklı düzeyde ele alınmıştır. 56 tarım ürünü alt grubu için 5 endeks (RCA, RXA, RMA, RC ve $\Delta\mathrm{NRCA}_j^{1-2}$) değeri, ithalat ve ihracat verileri üzerinden hesaplanmıştır.

Çalışmamız üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde rekabet gücü ve uluslararası rekabet gücü kavramları, uluslararası rekabet gücünü açıklamaya yönelik teorik yaklaşımlar ve son olarak uluslararası rekabet gücünü ölçmek için kullanılan yöntemler, sektörel ve küresel düzeyde incelenmiştir.

İkinci bölümde, Türkiye ve Kırgızistan'ın dış ticaret göstergeleri ortaya konulduktan sonra iki ülke arasındaki ikili ilişkiler ve aralarında imzalanan anlaşma ve protokoller ele alınmaktadır. Son olarak Türkiye ve Kırgızistan'ın karşılıklı ithalat ve ihracat verileri incelenmiş, ikili ticarette yaşanılan sorunlara vurgu yapılmıştır.

Üçüncü bölümde yer alan rekabet gücü analizinde, rekabet gücü ile alakalı literatür taraması ortaya konulduktan sonra analizin amacı, önemi, yöntemi ve kullanılan materyaller açıklanmıştır. Son olarak Türkiye ve Kırgızistan'ın tarım sektörü, 56 alt ürün grubu için RCA, RXA, RMA, RC ve $\Delta \mathrm{NRCA}_{j}^{1-2}$ endekslerine göre analiz edilmiş ve bulgular ortaya konulmuştur.

Çalışmanın sonuç kısmında ise Türkiye – Kırgızistan tarım sektörünün rekabet gücü değerlendirilerek iki ülke ticaretinin iyileştirilmesine yönelik politika önerilerine yer verilmiştir.

2. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜ AÇIKLAMAYA YÖNELİK YAKLAŞIMLAR VE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜ ÖLÇMEK İÇİN KULLANILAN YÖNTEMLER

Ülkeler küreselleşen dünyada bulundukları konumdan daha iyiye ulaşmak için veya bu konumu korumak için birbirleriyle rekabet etmektedir. Yapılan çalışmalar ve bulunan sonuçlar doğrultusunda bilim insanları tarafından uluslararası rekabet gücünün iki bakış açısına dayandırılarak tanımı yapılmaktadır. Bunlardan ilki olan mikro düzeyli bakış açısında işletme veya sektörlerin birbirleriyle olan rekabet gücü esas alınırken ikincisinde yani makro düzeyli bakış açısında ise ülkelerin uluslararası konumları ve rekabet edebilirlikleri esas alınmaktadır.

2.1 Rekabet Gücü

Özellikle 1980 ve sonrasında yaşanan iktisadi gelişmeler ve globalleşme; mal hizmet ve anapara akımlarının serbestleşmesinin sağlanması ve teknolojik gelişmelerin artış göstermesi, ülkeleri uluslararası pazarlardan daha çok pay almaya zorlamış ve rekabet gücü kavramının ön plana çıkmasını sağlamıştır. Bu bağlamda küreselleşme olgusuyla birlikte, ülke piyasalarının ortak pazar halini almasıyla ülkeler diğer ülkelere göre rekabetçi avantajlarını korumak için çeşitli politikalara yönlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, piyasalardaki mutlak üstünlüğü sağlama, rekabet gücü kavramı ile doğrudan ilişkili hale gelmiştir (Manavkat, 2014:1).

2.1.1 Rekabet Gücü Kavramı

Türk Dil Kurumu'na göre rekabet, "*aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma, yarış*" anlamlarına gelmektedir (Sulu, 2017:577). Erdal Türkkan'ın tanımıyla rekabet ise "*nispeten adil bir yarışma ortamında, birden çok benzer konumdaki katılımcının, yarışma kurallarının dışına çıkmayarak, aynı zamanda kıt bir şeyi veya istenilir bir konumu kazanma amacıyla, yaptıkları gayretlerdir*" (Miral, 2006:2).

Rekabet gücünün ise rekabet gibi kesin bir tanımını yapmak mümkün değildir. İktisatçılar ya da yönetim teorisyenleri rekabet gücünün tanımı ile ilgili evrensel olarak

kabul görmüş tek bir tanım ortaya koyamamışlardır. Bu karışıklık, çeşitli seviyelerde (firma, sektör/sanayi, bütün ülkeler) uygulanan ve çeşitli vekiller (karlılık, pazar payı, çıktı maliyetleri vb.) kullanılarak ölçülen rekabetçilik kavramıyla daha da artmıştır (Banse vd., 1999:1-2). Bilim insanlarının ve araştırmacıların rekabet gücüne farklı bakış açıları ve konuya çok yönlü açılardan yaklaşımları, söz konusu kavramın literatürde tartışmaya açık bir kavram olmasına ve konunun devamlı gündeme getirilmesine sebep olmaktadır (Çivi, 2001:22).

Ulusal rekabetçilik yaygın kullanılan bir terimdir ve farklı kaynaklarda farklı şekilde tanımlanmıştır. Örneğin, Dünya Ekonomik Forumu (WEF), Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ile Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD), rekabetçiliğin pazarlarda başarı anlamı taşıdığı ve refahta genel bir atışı simgelediği ortak fikrini kabul etmektedirler (Wang vd., 2004:302).

Porter ise rekabet gücü ile verimliliği birbirine denk tutarak refahın temel belirleyicisinin verimlilik olduğunu ileri sürmüştür (Porter, 1990:77). Ayrıca ülkeler arasındaki rekabet gücü farklarının, korumacı dış ticaret politikalarından ve yönetim ile işçi arasındaki ilişkilerdeki geleneksel uygulamalardan kaynaklanmadığını şiddetle savunmaktadır (Gökmenoğlu vd., 2012:11-12).

Rekabet gücü kavramı, birden fazla faktörün etkisinde kalan, çok daha kompleks ve derin bir yapıyı göstermektedir. Rekabet gücünün firma, sektör, ulusal ve uluslararası düzeyde farklı bakış açılarıyla birçok tanımları yapılmaktadır (Bedir, 2012:180).

2.1.1.1 *Firma rekabet gücü*

Uluslararası rekabet gücü belirtildiğinde genellikle ilk olarak ülke düzeyi rekabet gücü anlaşılmaktadır. Ancak firma ve endüstriyel temelli rekabet gücü incelemelerinin yapılması gerektiği tartışılmaktadır. Bu tartışmalarda rekabet gücünün firma ve endüstriyel açıdan ele alınmasının zorunlu olduğu ve uluslararası piyasalarda rekabet etmekte olanın aslında ülkeden ziyade firmalar olduğuna vurgu yapılmaktadır (Bedir, 2012:181).

Firma düzeyinde rekabet gücünü açıklayacak olursak, yerel bir firmanın yurtiçi ve yurtdışı piyasalarda yerli ve yabancı firmalar karşısında; kalite, ürün fiyatı, zamanında teslim ve satış sonrası servis gibi fiyat dışı unsurlar açısından aynı konumda veya görece daha üstün olması durumudur (Kibritçioğlu, 1996:4). Ayrıca Porter, firma düzeyinde rekabet gücünün göstergesini, söz konusu firmanın verimliliği veya piyasa payı olduğunu varsaymıştır (Snowdon ve Stonehouse, 2006:165).

Yurtiçi firmalar arasındaki ulusal rekabet ile yurtdışındaki piyasalardaki yerli ve yabancı firmalar arasındaki uluslararası rekabet arasında birden fazla fark bulunmaktadır. Uluslararası rekabet stratejilerinin belirlenmesi ve geliştirilmesindeki genel farklar (Porter (2000)'den aktaran Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:107);

- Ülkeler arasındaki faktör farklılıkları,
- Yabancı pazardaki farklılıklar,
- Hedeflerdeki, kaynaklardaki ve yabancı rakiplerin izlenmesi ile ilgili kabiliyetlerin farklı olması şeklinde sıralanabilir.

2.1.1.2 *Endüstriyel düzeyde rekabet gücü*

Endüstri, aynı sahada etkinlik gösteren birçok firmayı içerisinde barındırmakta olup, rekabet gücü bakımından söz konusu tüm firmaların rekabet gücü toplamını anlatmaktadır. Endüstri düzeyinde rekabet gücünü belirleyen faktörler ise (Miral, 2006:5);

- İlgili endüstride istihdam edilen işgücü maliyeti,
- Faktör verimliliği,
- Pazar payı olarak sıralanabilir.

Endüstriyel düzeyde rekabet gücü, bir sanayinin rakipleriyle eşit veya görece daha üstün verimlilik seviyesinde olması ve bu seviyeyi sürdürme yeteneğidir ya da diğer

bir ifade ile rakiplerine görece eşit veya daha düşük maliyetle ürün ve/veya hizmet üretebilme ve satma kabiliyetini yansıtmaktadır (Markusen (1992)'den aktaran Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:107).

Porter, firmaların rekabette avantajlı konuma geçebilmeleri için daha kaliteli üretimle verimliliği artırmanın gerekliliğini savunmaktadır. Porter'a göre ancak bu sayede hem endüstri verimliliği hem de ulusal düzeyde verimlilik sağlanabilmektedir (Şahin, 2014:22).

2.1.1.3 *Ulusal ve uluslararası rekabet gücü*

Ulusal rekabet gücünün tanımını yapmak ve değerlendirmek, firma ve endüstriyel rekabet gücünden daha geniş ve karmaşıktır. Çünkü rekabetin ülke düzeyindeki yapısal şekli diğerlerinin aksine, daha çok ulusal refaha bağlı olarak ortaya çıkan makroekonomik ve politik yapının gücüne bağlıdır (Manavkat, 2014:9).

Fagerberg (1988), ulusal düzeydeki rekabet gücünü, temel iktisadi politika hedeflerine ulaşmada, gelir ve istihdamı arttırmada ödemeler dengesinde bozulmaya neden olmadan hedefleri gerçekleştirme kabiliyeti olarak değerlendirmektedir. Ayrıca dışa açık bir ekonomide uluslararası rekabet politikalarının ortaya konulmasında, ödemeler dengesi ve büyüme arasında sıkı bir bağ kurulması gerekliliğinden bahsetmektedir (Fagerberg, 1988:355). Fakat bir ülkenin rekabet gücü tek başına yeterli olmamakla birlikte bu rekabet gücünü sürdürebilmesi gereklidir. Bu bağlamda rekabet gücü, bir ulusun, hayat şartlarını iyileştirirken aynı zamanda uluslararası piyasalardaki standart ve koşullara uygun mal ve hizmet üretebilme kabiliyetidir (Aktan ve Vural, 2004:6).

Uluslararası rekabet gücü ise bir ülkenin uluslararası piyasalarda diğer ülkelerle rekabet edebilme ve bu rekabette üstün gelebilme çabasını göstermesi olarak düşünülebilir. Uluslararası rekabet gücü, fiyat ve kalite odaklı üretim yaparken aynı zamanda rakiplerine görece daha az maliyetle üretim yapabilme gücüdür (Miral, 2006:4).

Bilimsel çalışmalarda uluslararası rekabet gücü iki bakış açısıyla tanımlanmış olup bunlar; mikro (işletme ve endüstri) ve makro (ülke) bakış açılarıdır. Mikro düzeyli

rekabet gücünde ülke içerisindeki işletmelerin birbirleri ile olan rekabet ve bu rekabetin ulusal/uluslararası pazardaki etkileri incelenirken, makro bakış açısında ülkenin küresel piyasadaki rekabetinin konumu incelenmiştir (Scoot ve Lodge (1985)'den aktaran Çivi, 2001:22).

2.2 Uluslararası Rekabet Gücünü Açıklamaya Yönelik Yaklaşımlar

Uluslararası rekabet gücü ile alakalı literatür açık ve sistematik bir şekilde gelişememiştir. Bu sebeple uluslararası rekabet gücünün ilk ortaya çıkışı klasik dış ticaret teorileri ile olmuştur. İlerleyen zamanlarda modern dış ticaret teorileri, korumacılığı savunan görüşler ve özel olarak geliştirilen uluslararası rekabet gücü teorileri ortaya çıkmıştır (Akiş, 2008:49).

2.2.1 Klasik Yaklaşımlar

Klasik yaklaşımlar günümüz ticaret kuramlarının yapı taşını meydana getirmektedir. Bugün klasik kuramların ortaya koyduğu maliyete dayalı bir yaklaşımdan çok teknoloji temelli dış ticaret gerçekleştirilmekle birlikte o dönemin şartları göz önüne getirildiğinde Smith, Ricardo, Hecksher ve Ohlin'in ortaya koydukları kuramların halen geçerliliğini sürdürdüğü görülmektedir (Miral, 2006:13).

Klasik dış ticaret teorileri oluşturulurken birtakım varsayımlar ele alınmış ve teorinin oluşturulabilmesi için de bu varsayımlar mümkün olduğu ölçüde basite indirgenmiştir. Bu varsayımlar şu şeklide sıralanabilir (Yılmaz ve Özken, 2015:35);

- Sadece iki ülke ve iki mallı bir dış ticaret modeli kurulur.
- Tam rekabet koşulları söz konusudur.
- Ekonomi tam istihdam düzeyindedir.
- Taşıma giderleri sıfır olarak kabul edilmiştir.

- Dış ticaret modelleri oluşturulurken; gümrük vergileri, kotalar, antidamping vergileri gibi dış ticaret politikalarının uygulanmadığı model kabul edilmiştir.

- Dış ticarette para etkisiz olarak kabul edilmiş ve buna karşın dış ticarette malların değişiminin söz konusu olduğu model düşünülmüştür.

- Üretim faktörleri ülke içerisinde hareketli iken; ülkeler arasında tamamen hareketsizdir.

- Ekonomide zevkler ve teknoloji değişmez olarak kabul edilir.

- Emek değer teorisi geçerlidir.

2.2.1.1 *Mutlak üstünlükler teorisi*

Mutlak üstünlükler teorisinin esası Adam Smith'in liberal ekonomi politikalarına dayanmaktadır. Bu anlamda dış ticaretin önündeki her türlü engelin kaldırılması hedeflenmektedir. Ancak tek yönlü dış ticaretin sürdürülemez olduğunu ileri süren Adam Smith Ulusların Zenginliği adlı eserinde karşılıklı ticareti öngören liberal dış ticaretin faydaları üzerinde durmaktadır (Karagül ve İlter, 2011:7).

Adam Smith uluslararası uzmanlaşma ve serbest ticaretin faydalarını mutlak üstünlükler yaklaşımı ile açıklanmaktadır (Seyidoğlu, 2015:29). Smith her ülkenin bir ya da daha fazla malı ticaret yaptığı ülkeye göre daha düşük reel maliyetle üreteceğini farz etmektedir. Daha ucuza ürettiği malları ihraç ederken diğer ülkelere göre daha yüksek reel maliyetle ürettiği malı ithal etmelidir (Parasız ve Ekren, 2013:1). Dolayısıyla, Mutlak üstünlük modeline göre tarafların kazançlı dış ticaret yapabilmeleri için esas şart, birim emek başına üretim miktarlarının (mutlak maliyetler) farklı olmasıdır (Seyidoğlu, 2015:29). Böylece dış ticaretten her iki tarafta kazanç sağlar. Merkantilist yaklaşımın aksine, klasik teorilerde dış ticaret teorisi pozitif toplamlı bir oyundur ve bu oyunun sonunda her iki ülke de kazanmaktadır (Miral, 2006:13).

Uluslararası ticaretin sebebini bilimsel olarak açıklamada mutlak üstünlük teorisinin önemli bir adım olduğuna şüphe yoktur. Ama gerçek şudur ki bu model, ülkeler arasındaki ticaretin önemli bir bölümünü açıklayamaz (Seyidoğlu, 2015:30).

2.2.1.2 *Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi*

David Ricardo, Adam Smith'ten yaklaşık kırk yıl sonra mutlak üstünlükler teorisinin eksik yanına vurgu yaparak Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisini geliştirmiştir (Yılmaz ve Özken, 2015:38). Ricardo uzmanlaşmanın ve uluslararası ticaretin karşılıklı üstünlükler göz önüne alınarak yapılmasını önermektedir. Bir ülke herhangi bir malda mutlak üstünlüğe sahip olmasa da iki ülke arasındaki ticarete başlamalıdır. David Ricardo ticaretin mutlak üstünlükler tarafından belirlenmediğini ticaretin nedeninin göreli üstünlükler olduğunu ve dolayısıyla karşılaştırmalı üstünlükler tanımını kullanmaktadır (Parasız ve Ekren, 2013:2).

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi son derece güçlü bir yapıya sahiptir ve bugün de uluslararası ticaretin yapı taşını oluşturduğu kabul edilir. Ricardo, uluslararası ticareti mutlak üstünlüklere dayandırmaya gerek olmadığını varsaymaktadır. Ona göre, böyle bir yaklaşım aynı zamanda kuramın kapsamını da daraltır. Çünkü gerçek hayatta mutlak üstünlükler teorisi karşılaştırmalı üstünlüklerin özel bir durumu gibidir (Seyidoğlu, 2015:30).

Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımına göre A ve B mallarının her ikisinin üretiminde mutlak olarak dezavantaj sahibi olan bir ülke, daha çok avantaja sahip olduğu malı üretip ihraç ettiği takdirde, bu malın üretim ve ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmaktadır (Miral, 2006:14).

Karşılaştırmalı üstünlük yaklaşımının kapsamı yalnızca iki ülke, iki mal ve malın mal ile takasıyla sınırlı değildir. Teori üzerinde yapılacak bazı basit düzenlemeler ile modelden uluslararası ticaretin yapısı ve nitelikleri konusunda da oldukça faydalı bilgiler elde edilebilir. Ricardo modelinin eksiklikleri şu şekilde sıralanabilir (Seyidoğlu, 2015:33);

- Emek değer teorisine dayanır.

- Ricardo ülkeler arasında işgücü verimindeki farklılığın nedenlerini açıklayamamıştır.

- Ricardo'ya göre, işgücü ülke içinde tam hareketli, ülkeler arasında ise tam hareketsizdir.

- Ricardo modeli bir arz teorisidir.

- Ricardo modeli sabit maliyetlere ve tam uzmanlaşmaya dayanır.

- Ricardo modelinde üretim bir bütündür, baştan sona aynı ülkede yapılmaktadır.

2.2.2 Neo Klasik Yaklaşımlar

Her ne kadar Ricardo, Mill ve diğer klasik iktisatçılar tarafından vurgulanan karşılaştırmalı üstünlükler teorisi 19. yüzyıl boyunca büyük ölçüde kabul edilmekle birlikte, bu teorinin emek değer teorisine bağımlı olmasını birçok iktisatçı eleştirmiştir. Kuşkusuz emek üretimin tek faktörü değildir. Malların üretiminde farklı oranlarda sermaye, toprak, emek ve diğer faktörler de gereklidir (Parasız ve Ekren, 2013:11). Bu bakımdan daha sonra gelen Neo-Klasik İktisatçılar emek maliyeti yerine tüm unsurları içerisinde barındıran "fırsat maliyeti" kavramını geliştirerek karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin bu eksikliğini gidermeye çalışmışlardır (Seyidoğlu, 2015:38).

2.2.2.1 *Fırsat maliyeti teorisi*

1936 yılında Gottfried Haberler tarafından geliştirilen fırsat maliyeti teorisi ekonomideki kaynakların hepsinin tam istihdam düzeyinde olması varsayımı temeline oturtulmuştur. Bu teoriye göre, bir ülkede üretilen bir malın üretim miktarını arttırmak için diğer malların üretiminin azaltılması ve eldeki tüm kaynakların esas üretilecek mala aktarılması gerekmektedir (Yılmaz ve Özken, 2015:39).

Fırsat maliyeti teorisi böylece her bir ülke için reel döviz rasyolarını elde etmemizi de sağlamaktadır. Bir maldan her birim üretmek için çeşitli üretim faktörlerinin birleşimini düşünebiliriz. Ancak her bir faktör miktarının ölçülmesi gerekir. Bizim

maliyet ölçümüz basitçe vazgeçilmesi gereken diğer mal miktarıdır. Böylece emek değer teorisini dışlayıp reel döviz oranını kabul edebiliriz. Eğer bir ülke B malı koşullarında ek bir birim A'yı daha düşük fırsat maliyetinde üretebiliyorsa A malında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir (Parasız ve Ekren, 2013:11).

Buradan da anlaşılacağı gibi, söz konusu üretim artışında klasiklerde olduğu gibi, sadece bazı faktörler değil, reel hayatta kullanılan tüm faktörler ve bunların diğer çeşitleri dikkate alınmış olmaktadır. Bu da Ricardo modelinde varolan, maliyet kavramındaki aksaklığın giderilmesi demektir (Seyidoğlu, 2015:39).

2.2.2.2 *Faktör donatımı teorisi*

Ricardo tarafından geliştirilen karşılaştırmalı üstünlükler teorisi, belirli şartlar altında günümüzde de geçerliliğini sürdürmektedir. Fakat teori, ülkeler arasında dış ticaretin en önemli sebebi olarak görülen emeğin verimindeki farklılıkların sebebini açıklayamamıştır. İsveçli iktisatçılar Eli F. Hechscher ve Bertil Ohlin tarafından ele alınan bu eksiklik giderilerek karşılaştırmalı üstünlükler teorisi çağdaş bir yapıya kavuşmuştur (Altay, 2008:220).

Bu teoriye göre ülkelerin faktör donanımları birbirinden farklıdır. Bu farklılıklar ülkelerin maliyetlerini de etkileyerek bir ülke daha fazla üretim faktörüne sahip olduğu malın üretiminde o faktörü daha yoğun bir biçimde kullanmasıyla birlikte ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olur, diğer bir değişle bu malları daha az maliyetle üretir ve bu mallarda uzmanlaşmaktadır (Parasız ve Ekren, 2013:16).

Dünya genelinde baktığımızda bazı ülkelerin emek ve bazılarının ise başka üretim faktörleri yönünden zengin olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ülke içerisinde daha fazla bulunan üretim faktörü, diğer üretim faktörlerine kıyasla daha ucuzdur. Sonuç olarak bu teoriye göre her ülke uluslararası piyasada uzmanlaşma alanı belirlerken kendisinde daha fazla bulunan üretim faktörünün yoğun olduğu alanları tercih etmeli ve bu faktörü kullanarak ürettiği malları ihraç etmelidir. Diğer ürünleri ise ithal etmelidir (Yılmaz ve Özken, 2015:40).

Tablo 2.1 Ricardo modeli ve Hecksher- Ohlin modeli arasındaki farklar

Ricardo'nun Modeli (Klasik Teori)	**Hecksher-Ohlin Modeli (Neoklasik Teori)**
2-2-1 Modeli 2 ülke- 2 mal- 1 faktör	2-2-2 Modeli 2 ülke- 2 mal- 2 faktör
Üretim faktörü olarak sadece emek kullanılır.	Üretimde iki faktör kullanılır; emek ve sermaye.
Emek değer teorisi terimi ifade edilmiştir.	Para/fiyat teorisi terimi ifade edilmiştir.
Ülkeler arasındaki maliyet oranları farkları, işgücünün beceri ve verimliliğinden kaynaklanır.	Faktör fiyatlarındaki nispi farklar, üretici fiyatlarındaki farkın nedenidir.
Karşılaştırmalı maliyetler prensibi sadece uluslararası ticarette uygulanabilir.	Karşılaştırmalı maliyetler ilkesi tüm ticaret için geçerlidir ister iç ister uluslararası.
Ticarette refah yönü daha önemlidir.	Uluslararası ticaretin nedeni refah yönünden daha önemlidir.
Model kısa dönem için geçerlidir çünkü zaman içinde teknoloji uluslararası düzeyde değişebilir.	Model uzun dönemli varsayılmaktadır, ülkeler aynı teknolojiye sahiptirler.
Ülkeler en iyi ürettiği malda uzman olmalıdır.	Ülkeler bolca sahip oldukları kaynakları kullanarak mal üretmeli ve ihraç etmelidirler.

Kaynak: Cuc ve Tripa, 2018

Klasik teoriye göre dış ticaretin esas nedeni karşılaştırmalı üstünlüklerdir. Karşılaştırmalı üstünlüklerin kaynağı ise ülkeler arasındaki teknolojik altyapının farklılığı veya ülkeler arasındaki faktör donanımları farklılıklarıdır. Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler ve Heckscher-Ohlin teorileri ülkelerin birbirine benzerliklerinin düşük seviyede olması durumunda, daha fazla ticaret yapabileceklerini varsaymaktadır. Buna ek olarak bu teoriler, ülkelerin dış ticareti ve ekonomi politikalarını belirlemeleri üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Ricardo'ya göre, uluslararası ticarette kaynak dağılımının etkinliği son derece önem arz etmektedir. Ricardo, karşılaştırmalı üstünlüğün göstergesinin emek faktörü olduğunu belirtirken, sanayiler ve ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğü ise emeğin üretkenliği ile açıklamaktadır. Heckscher-Ohlin teorisi ise içerisinde birden çok üretim faktörünü barındırmaktadır. Bu model faktör yoğunluğuna dayanmakla birlikte emek verimliliği üzerindeki teknolojik gelişmelerden etkilenmemektedir (Miral, 2006:16).

2.2.3 Modern Yaklaşımlar

Modern yaklaşımlar klasik yaklaşımlardan farklı olarak uluslararası rekabet gücünü, hizmet kalitesi, üretimde farklılaştırma gibi faktörler yardımıyla açıklamaktadır. Modern yaklaşımların öncüleri kabul edilen Porter ve Krugman uluslararası rekabet gücünü ülke bazında değil, sanayi bazında açıklamayı amaçlamışlardır. Günümüz

endüstrilerinde işgücü veya sermaye yoğun teknolojilerden bilgi yoğun teknolojilere doğru yönelimler gözlenmektedir (Miral, 2006:17).

2.2.3.1 *Porter'ın yaklaşımı*

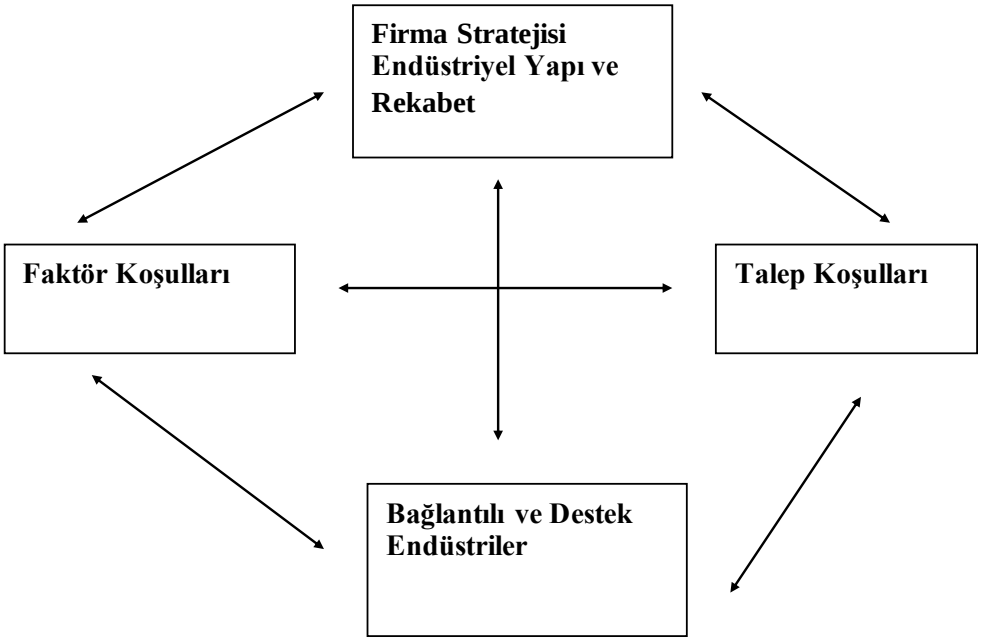
Michael Porter, 1990 yılında yayınladığı "Ulusların Rekabet Avantajı (The Competitive Advantage of Nations)" isimli kitabında geliştirdiği modeli ile bazı ülkelerin neden diğer ülkelere göre belirli sektörlerde daha rekabetçi olduğu sorusuna cevap vermeye çalışmıştır (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:105). Farklı ülkelerden çeşitli örneklerle çalışma yapan Porter, bir ülkenin rekabet avantajının devamlılığı için gerekli olan faktörleri Elmas Modeli ile ortaya koymuş ve bu faktörlerin birbirleriyle olan etkileşimleri çerçevesinde kümelenme yaklaşımını geliştirmiştir (Alsaç 2010:13).

Michael Porter, rekabet gücünü açıklama konusunda, geleneksel teorilerin yetersiz kaldığını ve geleneksel teorilerde savunulduğu üzere, bir ülkenin dış piyasadaki rekabet gücünü belirleyen olgunun ucuz ve bol emek olmadığını savunmuştur (Hazard ve Yoffie (1994)'den aktaran Kum, 1999:166).

Portera göre, bir ulusun birinci gayesi vatandaşlarının yaşam standardını yükseltmek ve sürdürülebilir kılmaktır. Bunu başarabilme yeteneğinin ise ülkenin sahip olduğu iş gücü ve sermayeye dayalı olan verimliliğe doğrudan bağlı olduğunu belirtmektedir. Verimliliği arttırabilmek amacıyla ülke, uzmanlaşma stratejisini daha verimli olduğu endüstriler üzerinden yapmalı, bu endüstrilerin ürünlerini ihraç etmeli, diğer endüstrilerde ise ithalat yapması gerektiğini öne sürmektedir. Porter, tam da bu noktada ulusal verimlilik düzeyini arttırmak için uluslararası ticareti, kullanılabilecek bir araç olarak görmektedir (Gökmenoğlu vd., 2012:11).

Ekonominin sürekli olarak kalite iyileştirilmesi yönünde çalışmalar yapması ile verimlilik artışı sağlanabilmektedir. Bu çerçeve de işletmelerin verimliliği arttırabilmeleri için ürün kalitesi, ürün iyileştirmesi ve ürün teknolojisini geliştirmesi gerekmektedir (Çelik, 2009:109).

Porter, elmas modeli ile küresel rekabetin dört belirleyenini bir sistem yaklaşımı içerisinde ele almıştır. Bunlar; bağlı ve destekleyici endüstriler, faktör koşulları, firma stratejisi, endüstriyel yapı ve küresel rekabet ile talep koşullarıdır (Çelik, 2009:109).



Şekil 2. 1 Porter'ın elmas modeli

Kaynak: Porter 1990:78

Faktör koşulları

Faktör koşulları, bir ülkenin üretim faktörleri bakımından mevcut durumunu göstermektedir. Faktör koşullarına göre ülkedeki rekabet üstünlüğünün belirleyicileri arasında o ülkedeki sermaye, işgücü, altyapı ve doğal kaynaklar gibi faktörler vardır. (Miral, 2006:20).

Geleneksel yaklaşımlara göre uluslararası ticaret akımlarının belirleyeni üretim faktörleridir. Porter, geleneksel yaklaşımların savunduğu, bir ülkenin en fazla sahip olduğu faktörlerin kullanıldığı malların üretiminde uzmanlaşmaya gidilmesini ve aynı

zamanda bu malları ihraç ederek o alanda bir rekabet üstünlüğüne sahip olunması yaklaşımının eksik olduğunu belirtmektedir (Porter, 1990:75).

Faktör koşulları kendi içinde 5 alt gruba ayrılmaktadır (Erkan ve Erkan, 2004:358);

- Beşerî Kaynaklar; işgücü niteliği, sayısı, iş etiği.
- Fiziki Kaynaklar; iklim, arazi, hammadde, su, enerji, miktar ve kalitesi.
- Bilgi Kaynakları; mal ve hizmetlere ilişkin bilimsel ve teknik bilgi, piyasa bilgisi.
- Sermaye Kaynakları; sermaye piyasası, yatırımların miktar ve maliyetleri.
- Altyapı; fon transferi sistemi, ulaşım, konut, iletişim, sağlık, haberleşme, taşıma, eğitim ve kültür kurumları.

Rekabet üstünlüğü elde etmek için yukarıdaki tüm elemanların nicel ve nitel özellikleriyle verimliliğe pozitif etki etmesi son derece önemlidir. Bunun yanı sıra, pasif faktörler (iklim, doğal kaynak, niteliksiz işgücü gibi ve kuruluş yeri vb.) ile aktif faktörler (AR-GE, yatırımlarla ileri düzeydeki faktörler durumuna getirilmiş uzmanlık, mühendislik becerisi vb.) birbirinden ayrılmaktadır (Erkan ve Erkan, 2004:360).

Talep koşulları

Talep koşulları, toplam talep hacmini ve bu talebin artış hızını, talebin değişik ürün grupları arasındaki yayılımını, müşterilerin özelliklerini ve sayısını kapsamaktadır (Alsaç, 2010:18). Ülke talep koşullarını ortaya koyan unsurlar, ülke içerisindeki talebin varlığı, bu talebin yoğunluğu ve kalitesidir. Tüketici taleplerini öngörerek bu talepleri yenilikçi fikirlerle karşılayabilmek, uluslararası alandaki rekabet üstünlüğünü pozitif yönde etkileyecektir (Porter (1990)'dan aktaran Çelik, 2009:111). Porter, bir ülkedeki tüketici taleplerinin teknolojisi yüksek ve kaliteli mallara yönelik olması durumunda, firmaların bu talepleri karşılayabilmek için kendilerini yeni ürün geliştirme konusunda sürekli zorlayacaklarını belirtmiştir (Porter, 1990:81).

Diğer taraftan; bir piyasadaki talep miktarının fazla olması durumunda firmalar ölçek ekonomilerden faydalanma imkânına çok daha fazla sahip olmaktadır. Bu durum, firmaların ilgili piyasada yatırım yapma kararlarında da etkili olmaktadır. Yine aynı şekilde, piyasadaki yeni ürün ve hizmetlerin diğer piyasalara göre talep edilme durumunun daha erken olması, firmaların olması gerekenden erken tedbir almalarını sağlamaktadır (Alsaç, 2010:19).

Diğer bir yandan, Porter bir ülkenin dış pazarlarda rekabet avantajı elde etmesinde iç talebinin önemli bir faktör olduğunu savunmaktadır. Yani, bir ülke firmalarının uluslararası pazarda rekabet üstünlüğü elde etmesini istiyorsa, ülke iç talebindeki zevk ve tercihlerini uluslararası piyasada da etkin bir şekilde kullanmalıdır (Miral, 2006:21). Özetle, piyasadaki talebin bileşenlerinin, büyüme oranının ve büyüklüğünün ilgili sektörde yatırımcıların motivasyonunu, kararlarını ve zamanlamasını etkileyerek ulusal rekabet üstünlüğüne yön verebileceği söylenebilir (Alsaç, 2010:19).

Bağlantılı ve destek endüstriler

Porter'ın Elmas Modeli'nde, bağlantılı sanayiler kavramı, bir sanayinin var olan olanaklarını ve kaynaklarını ortak kullanan sektörleri ifade ederken, destek endüstriler kavramı ise belirli bir sektörün üretim açısından ihtiyaç duyacağı girdileri sağlayan tedarikçi sektörleri ifade etmektedir (Alsaç, 2010:19).

İşletmelerin ihracat pazarlarında rekabet gücüne sahip olabilmelerinin ilk şartı, ülkedeki ara mal üreticilerinin sayılarının fazla olması ve rekabet ortamının yoğun olmasıdır. Porter'a göre altyapısı sağlam olan bağlantılı ve destek endüstriler ağı işletmelerin teknoloji, yenilik ve maliyet gibi alanlarda rekabet üstünlüğü kazanmasına önemli katkılar sağlar. Bir ürünün kalitesinin iyileştirilmesi ve ürün çeşitliliğine gidebilmesi, o firmanın tasarım ve yenilikle ilgili firmalardan alacağı hizmet desteğine bağlıdır (Miral, 2006:21-22).

Destek endüstri ağının kurulması, işletmeye maliyeti daha düşük üretim ve teknolojik yeniliklerin üretim sürecine katılması gibi önemli avantajlar getirmektedir. Diğer bir yandan uluslararası rekabette firmanın konumunu belirleyici etmenlerden bazıları;

firma yapısı, rekabetçi bir piyasanın varlığı ve firmanın stratejileridir (Porter (1990)'dan aktaran Çelik, 2009:111).

Diğer taraftan, ülkedeki birbirleriyle rekabet içerisinde bulunan sektörler, ortak girdi ve kaynak kullandıkları ilgili sektörlerin de gelişmesinde katkıda bulunmaktadır. Fakat, diğer elemanlarda olduğu gibi, bağlantılı ve destek endüstrilerin rekabet üstünlüğü üzerindeki etkisi, Elmas Modeli'ndeki diğer elemanlar ile arasındaki etkileşime bağlıdır (Alsaç, 2010:20).

Firma stratejisi, endüstriyel yapı ve rekabet

Firma veya sektörlerin stratejileri bölgesel şartlardan etkilenmektedir. Sektördeki rekabetin düşük olması firmalar açısından o sektörü daha cazip yapmaktadır. Bu yönden bakıldığında, firmalar genellikle düşük rekabetli sektörleri tercih ederlerken, bölgesel rekabet firmaları yenilik yapmaya yani yeni ürünler ortaya çıkarmaya ve gelişmeye zorlamaktadır. Sonuç olarak bölgedeki rekabetin yüksek olması, düşük küresel rekabeti ortaya çıkarmaktadır (Barca vd. (2006)'den aktaran Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:119).

İç piyasadaki rekabetin yüksek olması, dış piyasalardaki rekabet gücü elde etmeyi sağlayan önemli unsurlardan biridir. Dış piyasalarda rekabet gücü yüksek işletmelerin büyük bir çoğunluğu aynı zamanda kendi iç piyasalarında da güçlü bir rekabetle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu durumda iç rekabetin sağlamış olduğu teknolojik yenilik dinamizmi, dış rekabet gücünün de belirleyicisi konumunda olmaktadır (Kum, 1999:169).

Ayrıca piyasadaki firmaların yapısı ve stratejileri, firmaların yönetim ve rekabet etme biçimi ülkelerin özelliklerinden etkilenmektedir. Oryantasyon eğitimi, uluslararası faaliyetlere yönelik tutumlar, inisiyatif alma, grup çalışması, müşterilerle ilişkiler, karar alma, koordinasyon, çalışan-işveren ilişkileri, gibi yönetim yaklaşımlarında ülkeler arasında farklılık izlenmektedir. Bu tür farklılıklar, ülke içindeki sektörlere avantaj veya dezavantaj sağlayabilmektedir. Örneğin, rekabet avantajı elde edebileceği bir alanda firmaların amaçları, çalışan ve yöneticilerin moral ve

motivasyonları vb. konularda uyum sağlanabiliyorsa başarılı olma ihtimali de artmaktadır (Alsaç, 2010:20).

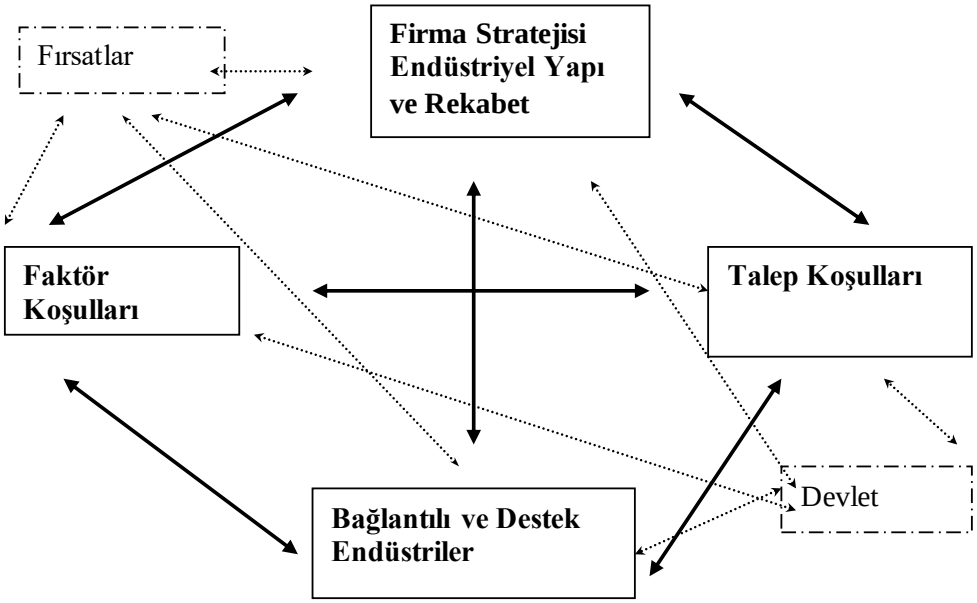
Devletin rolü

Porter'a göre devletin rolü, rekabet gücünü doğrudan etkileyen bir faktör değil bunun aksine dolaylı olarak etkileyen (dışsal) bir faktördür. Devlet; fırsatlar, değişen koşullar veya krizler gibi ortaya çıkan yeni durumlarda gerekli önlemleri alarak ve uygun politikaları hayata geçirerek, firmaların rekabet güçlerinin artmasına ya da var olan rekabet güçlerinin korunmasına yardımcı olabilecek bir faktördür. Örneğin, uluslararası piyasalarda yeni fırsatların oluşmasını etkileyen olgular genellikle; girdi maliyetlerinde ani değişmeler, yenilikler, dünya talebindeki ve iç talepteki ani dalgalanmalar, temel teknolojilerde yenilenmeler (mikro elektronik, biyoteknoloji), savaşlar, uluslararası finans piyasalarındaki ve döviz kurlarındaki değişmeler ve diğer ülkelerin uygulamış oldukları ekonomi politikalarıdır (Kum, 1999:169).

2.2.3.1.1 *Elmas modelindeki karşılıklı etkileşim sistemi*

Porter'ın Elmas Modeli'nde, rekabet gücünü belirleyen faktörler sürekli olarak birbirleri ile etkileşim içerisindedir. Bu sistem, birbirini karşılıklı olarak etkileyen faktörlerden oluşan karmaşık bir yapıya sahiptir. Porter, geniş ve yaygın avantajların ortaya çıkmasının, sistem içindeki karşılıklı etkileşimin nitelik ve yoğunluğuna bağlı olduğunu belirtmiştir. Rekabet avantajları çoğunlukla, yenilik ve değişmelerin hızına bağlı olarak doğmuştur (Kum, 1999:169).

Rekabet avantajının ortaya çıkmasında ilk etapta Elmas Modeli'ndeki ögelerin tamamı ihtiyaç duyulan seviyede olmasa da zaman içerisinde karşılıklı etkileşim modeldeki unsurları geliştirmektedir. Bu şekilde bir elemanda ortaya çıkacak üstünlük, diğerler elemanlar üzerinde de olumlu etkiye neden olmakta ya da elemandaki zayıflık sektörün tüm gelişme potansiyelini kısıtlamaktadır (Porter (1990)'dan aktaran Alsaç, 2010:21).



Şekil 2. 2 Porter'ın Kümelenme yaklaşımı

Kaynak: Porter (2000)'dan aktaran Miral, 2006:23

2.2.3.1.2 *Rekabet gücünün gelişim aşamaları*

Porter, uluslararası alanda ülkelerden ziyade yenilikçi firmaların rekabet ettiğini, ülkelerin avantajlarının kaynağının firmaların sahip olduğu avantajlar olduğunu belirterek, dünyada rekabet üstünlüğü olan ülkeleri ve bunların rekabetçi firmalarını analiz konusu yapmaktadır. Ayrıca ulusal ekonomik gelişmede, dört gelişme aşaması ve stratejisinin gündeme geldiğini ileri sürmüştür. Bunlar; faktör güdümlü, yatırım güdümlü, yenilik güdümlü ve refah güdümlü gelişme aşamalarıdır (Erkan, 1998: 193).

Rekabet gücünün gelişim aşamaları, birbiriyle bağlantılı olan ve tüm ülkelerin kaçınılmaz olarak geçmek zorunda oldukları aşamalardır. Aşamalardan ilk üçü, herhangi bir ülkedeki rekabet gücünün gelişmesinin giderek artış göstereceğini açıklamaktadır. Rekabet gücünün son gelişme aşaması olan refah güdümlü aşamada ise ülkeler istenilen refah seviyesine ulaştığından dolayı rekabet gücünde gerileme söz konusudur. Dolayısıyla ilk 3 aşamada ülkeler gelişme dönemini yaşarken, son aşama ise gerileme dönemi içerisinde bulunmaktadırlar (Vatansever Deviren ve Yıldız, 2014:767).

Tablo 2.2 Ulusal rekabet gelişiminin aşamaları

Gelişim Faktörleri	Rekabet Avantajının Kaynakları	Örnekler
Faktör Koşulları	Temel üretim faktörleri (Ör: doğal kaynaklar, coğrafik konum, vasıfsız işgücü)	1980 öncesi: Kanada Avustralya, Singapur, Güney Kore
Yatırım	Sermaye donatımında yatırım ve deniz aşırı ülkelerden teknoloji transferi. Tüketimin üzerinde yatırım lehine ulusal mutabakat gereksiniminin diğer oluşumu.	1960'lı yıllar boyunca Japonya. 1980'li yılar boyunca Güney Kore'nin geniş iç pazarı, risklerin kabulü.
İnovasyon	Yeni teknoloji oluşumunun sürdürülmesi için ulusal avantajın tüm dört belirleyicisinin etkileşimi.	1970'li yılların sonlarından bu yana Japonya, 1970'li yılların başından buyana İtalya, büyük savaş sonrası dönemin büyük bir bölümü boyunca İsveç ve Almanya.
Refah	Elmas modelinin canlılığına sebep olan refah yönetimi üzerindeki ehemmiyet tersine dönerse: tıkanmış inovasyon rekabet avantajını yıpratır, geliştirilmiş faktörlerdeki yatırımlar yavaşlar, rekabet azalır ve bireysel motivasyon eksilir.	Savaş sonrası dönemde Birleşik Krallık, 1980'den buyana A.B.D., İsviçre, İsveç ve Almanya.

Kaynak: Grant, 1991:540

2.2.3.2 *Krugman'ın yaklaşımı*

Paul Krugman'a göre rekabet gücü ülke düzeyinde kullanıldığı zaman tamamen anlamsız ve sadece verimliliğin başka bir ifadesi olarak kullanılan bir kavramdır (Krugman (1994)'dan aktaran Karaarslan ve Tuncer 2010:27). Krugman uluslararası rekabet gücünü politikacıların tehlikeli bir saplantısı olarak görmüş ve bir ülkenin rekabet gücü ile bir firmanın rekabet gücü arasında benzerlik ilişkisi kurarak kavramı basite indirgemeye çalışmanın mantık çerçevesi içerisinde olmadığını, dolayısıyla ulusal rekabet gücünün ülkenin ticaret performansı ile bağlantılı olmadığını varsaymıştır. Krugman, yaşam standardı büyüme hızının, küresel rekabetten ziyade yerel faktörlerle belirlenen yerel verimliliğin büyüme hızına eşit olduğu varsayımından hareketle ülkenin rekabet gücündeki sorunların yerel verimlilik sorunundan kaynaklandığını belirtmiştir (Krugman (1994) 'dan aktaran Gökmenoğlu vd., 2012:10).

Krugman rekabet gücünün üç tehlike içerdiğini düşünmektedir. İlk olarak, ülkenin rekabet gücünü artırmak için harcadığı para heba olabilir. İkinci olarak, korumacılık ve ticaret savaşlarına yol açabilir. Üçüncüsü ise kamu politikalarının başarısızlığına neden olabilir. Krugman'a göre bir ülkenin ekonomik gücü, küresel piyasalardaki başarısı ile değil yurt içindeki verimlilik artışına göre tespit edilmelidir. Krugman rekabet gücü saplantısının tehlike arz ettiğini varsaymakta ve üzerine asıl odaklanılması gereken şeyin verimlilik olduğunu savunmaktadır (Cho ve Moon (2005)'dan aktaran Karaarslan ve Tuncer, 2010:27).

Krugman'a göre, firmalar iflas edebilirken ülkeler için böyle bir problem söz konusu değildir. Dolayısıyla firma ve ülke düzeyindeki rekabet gücü unsurları bazı benzerlikler göstermesine rağmen tam olarak birbirine benzememektedir. Bir ülkenin üretiminin büyük bir bölümünü, ülke içerisindeki vatandaşlarının kullanımına sunması, yaşam standardı ve diğer önemli iktisadi göstergelerin ulusal faktörler tarafından tespit edildiğini göstermektedir. Firma düzeyindeki rekabette bir firmanın başarısı diğerinin başarısız olmasına sebep olurken, ülkeler küresel piyasalarda tek bir ürün bazında rekabet etmediklerinden dolayı bir ülkenin başarısı diğerinin başarısızlığı anlamına gelmemektedir (Dulupçu (2001)'dan aktaran Miral, 2006:27).

2.3 Uluslararası Rekabet Gücünü Ölçmek İçin Kullanılan Yöntemler

Uluslararası rekabet gücünü ölçmek için kullanılan yöntemler sektörel düzeyde ve küresel düzeyde olmak üzere iki açıdan ele alınabilir. Uluslararası rekabet gücünü sektörel düzeyde ölçen çalışmalar genellikle sektörün ihracat-ithalat oranı, piyasa payı, ihracat performansı gibi dış ticaret verilerini baz alarak rekabet gücünü ölçmeye çalışırken, küresel düzeyde rekabet gücünü ölçen çalışmalarda ise uluslararası rekabet gücünü belirleyen birçok ölçüt bulunmaktadır (Miral, 2006:27).

2.3.1 Sektörel Düzeyde Ölçen Yaklaşımlar

Uluslararası rekabet gücünü sektörel düzeyde ölçen yaklaşımlardan en yaygın kullanılanı Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemidir. Bu yöntemin yanında Net İhracat Endeksi, İhracat Piyasa Payı Endeksi, İhracat- İthalat Oranı, Karşılaştırmalı İhracat Performansı (CEP), İhracat Benzerlik Endeksi (ES), Ticaret

Çakışması (TO), Uygunluk Katsayısı (CC), Ticaret Entropi Endeksi ve Lafay Endeksi (LFI) yöntemleri de uluslararası rekabet gücünü ölçmek için çoğunlukla kullanılan yöntemlerdir (Miral, 2006:27).

2.3.1.1 *Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler teorisi*

Karşılaştırmalı üstünlük, ticaretin kaynağının açıklanmasında kilit bir kavramdır. Yapılan deneysel ticaret araştırmasında, karşılaştırmalı üstünlük, gözlemlenebilir ticaret modellerinden temel karşılaştırmalı üstünlüğü ortaya çıkaran açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük (RCA) endeksleri ile ölçülebilir (Yu vd., 2007:267). Çünkü karşılaştırmalı üstünlüğü doğrudan hesaplayan sabit bir katsayı yoktur. Bu karşılaştırmalı üstünlüğü en iyi ortaya koyan katsayılar olarak RCA katsayıları türetilmiştir (Demir, 2001:51).

2.3.1.1.1 *Liesner'in açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler teorisi*

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı ilk kez Liesner'in 1958 yılında yayınladığı "The European Common Market and British Industry" adlı çalışmasında ortaya atılmıştır. Liesner bu makalesinde 1953-1956 yılları arasında seçilmiş 60 imalat sanayi grubunu kullanarak İngiltere'nin ortak pazara karşı rekabet gücünü ölçmüştür (Liesner, 1958:305).

Endeks şu şekilde hesaplanır:

$$\boldsymbol{RCA = \frac{X_{ij}}{X_{nj}}}$$

X_{ij}: i ülkesinin j malı ihracatı,

X_{nj}: n ülkesinin veya ülke grubunun j malı ihracatıdır. Liesner'in çalışmasında i ülkesi İngiltere iken, n ülke grubu ise Ortak Pazar'dır (Miral, 2006:29).

2.3.1.1.2 *Balassa'nın AKÜ yaklaşımı*

Liesner'den yaklaşık yedi yıl sonra Bela Balassa açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri yeniden tanımlamıştır. Balassa, 1965 yılında yayınlanan "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage" adlı makalesinde ülkelerin sahip olduğu açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri ortaya koymak amacıyla yeni bir endeks belirlemiştir (Balassa (1965)'dan aktaran Miral, 2006:29).

Ülkelerin rekabet gücünü tespit etmek için kullanılan en yaygın yöntemlerden biri Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (Revealed Comparative Advantage) (RCA) yöntemidir. Bela Balassa'nın 1965 yılında yapmış olduğu çalışma ile rekabet gücünü belirlemede sayısal olarak RCA endeksi uluslararası ticarette uzmanlaşmayı ölçme konusunda kullanılmaya başlanmıştır (Laursen, 2015:100). Balassa Endeksi, bir ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün temel kaynaklarını belirlemekten ziyade, "açığa çıkmış" bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığını belirlemeye çalışmaktadır (Ishchukova ve Smutka, 2013:943).

Balassa Endeksi şu şekilde hesaplanır (Laursen (1998)'den aktaran Altay ve Gürpınar, 2008:263):

$$\boldsymbol{RCA_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_{it}} \Big/ \frac{X_{wj}}{X_{wt}}}$$

X_{ij}: İ ülkesinin J malı ihracatı

X_{it}: İ ülkesinin toplam ihracatı,

X_{wj}: Dünya J malı ihracatı

X_{wt}: Dünya toplam ihracatı

Endeksin 1'den büyük olduğu durumlarda ülkenin ilgili malda rekabet gücünün olduğu, 1'den küçük olduğu durumlarda ise karşılaştırmalı avantajın olmadığı anlamına gelir (Bakkalcı, 2018:577).

RCA, 0 ile 1 arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlük olmadığını,

RCA, 1 ile 2 arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlüğün düşük düzeyde olduğunu,

RCA, 2 ile 4 arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlüğün orta düzeyde olduğunu,

RCA, 4 ile ∞ arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlüğün yüksek olduğunu göstermektedir (Erkekoğlu, Kılıçarslan ve Göknar, 2014:10).

Hillman (1980), RCA endeksinin sadece bir ülkenin teorik olarak üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığını gösterebileceğini, büyüklüğünün ne sıra ne de kardinal özelliğe sahip olduğunu gösterdiğini iddia etmektedir. RCA endeksinin diğer bir eksikliği ise asimetrik özelliğidir (Hinloopen ve Marrewijk, 2001; Yu vd., 2009:268). Dahası, Hoen ve Oosterhaven (2006), standart çarpımsal RCA endeksini türetmenin, ülke ve sektör sayısına bağlı olduğu için teorik açıdan imkânsız göründüğünü ileri sürmektedir. Bu sebeple Balassa'nın RCA endeksindeki eksiklikleri gidermek için Vollrath (1991), Laursen (1998), Proudman ve Redding (1998), Hoen ve Oosterhaven (2006) tarafından alternatif RCA endeksleri önerilmiştir. Fakat bu endekslerin Balassa'nın RCA endeksinin belirli yönlerini geliştirirken hiçbirinin başarıyla alan ve zaman içinde karşılaştırılabilir olan genel bir endeks haline gelmediğini söyleyen Yu vd., 2009 yılında yayınlanan "The Normalized Revealed Comparative Advantage Index" isimli makalede Normalleştirilmiş Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (NRCA) Endeksini karşılaştırmalı üstünlüğün alternatif bir ölçüsü olarak önermişlerdir (Yu vd., 2009:268).

2.3.1.1.3 *Vollrath'ın AKÜ yaklaşımı*

Balassa'nın eksikliklerini gidermek amacıyla Vollrath 1991 yılında yayınladığı "A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage" adlı çalışması ile açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler literatürüne katkıda bulunmuştur (Vollrath, 1991:277).

Vollrath, Balassa Endeksi'nin eksikliklerini gidermek amacıyla alternatif endeksler ortaya atmıştır. Bu eksiklikler ve Vollrath'ın düzenlemeleri şu şekilde özetlenebilir (Lederman vd., 2006:5);

- Çift kayıt sorununu (verilerin iki defa hesaplanmasını) önlemiştir.
- Vollrath'ın RXA'sı, net ihracatın ölçümüne dayanır.
- Balassa Endeksi 0 ile ∞ arasında yer alan değerlere sahip ve asimetriktir. 0 ile 1 arasındaki değerler ülkenin dezavantajını belirtirken 1 ile ∞ arasındaki değerler karşılaştırmalı avantaja sahip olduğunu göstermektedir. Vollrath'ın önerdiği ölçüm ise simetriktir. Bu nedenle pozitif değerler açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü gösterirken negatif değerler ise açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğün olmadığını yani dezavantajı gösterir.

Balassa Endeksi'ni yalnızca ihracatı baz aldığı ve ithalat düzeyini hesaba almadığı için eleştiren Vollrath'a (1991) göre endeks hesaplanırken, ihracat ve ithalat verileri ile net ticaret etkisi hesaba katılması gerekmektedir. AKÜ yaklaşımına yönelik üç alternatif tanımlama yapan Vollrath, ihracat kadar ithalatı da göz önüne alan ilk göstergeyi nispi ticaret avantajı (RTA) olarak tanımlamıştır. RTA endeksi, RXA endeksi ile RMA endeksi arasındaki fark olarak hesaplanmaktadır (Aynagöz Çakmak, 2005:70);

$$\boldsymbol{RXA_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_{nj}} \Big/ \frac{X_{ir}}{X_{nr}}}$$

Bu endeks j ülkesinin i malında nispi ihracat avantajını göstermektedir.

X= ihracat

n = i malı haricinde geri kalan tüm mallar

r = j ülkesi haricinde dünyanın geri kalan ülkelerini göstermektedir.

$$\boldsymbol{RMA_{ij} = \frac{M_{ij}}{M_{nj}} \; / \; \frac{M_{ir}}{M_{nr}}}$$

Bu endeks j ülkesinin i malında nispi ithalat avantajını göstermektedir.

M= ithalat

n = i malı haricinde geri kalan tüm mallar

r = j ülkesi haricinde dünyanın geri kalan ülkelerini göstermektedir.

$$\boldsymbol{RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMA_{ij}}$$

Bu eşitlik ise j ülkesinin i malında nispi ticaret avantajını göstermektedir.

$$\boldsymbol{RC_{ij} = LN(RXA_{ij}) - LN(RMA_{ij})}$$

Bu endeks j ülkesinin i malında karşılaştırmalı rekabet üstünlüğünü göstermektedir.

Vollrath'a göre, RTA, RXA ve RC endekslerinin pozitif değerler alması karşılaştırmalı üstünlüğü gösterirken negatif değerler alması ise karşılaştırmalı dezavantajı göstermektedir. Vollrath bu üç endeksin önemli bir özelliğine de vurgu yapmıştır: bu üç gösterge belli bir mal / ülke ile ülkelerin ve malların geri kalanları arasında ayrım yapmaya imkân sağlamasıdır. Endeksler bu yolla ülke ve malın dünya ticaretinde iki defa hesaplanmasını önlemektedir (Fertő ve Hubbard, 2001:3).

Vollrath, RTA ve RC endekslerinin daha çok tercih edilebilir olduğunu sebebinin ise bu endekslerin arz ve talep dengesini içermesi olarak belirtmektedir. Ayrıca bu endeksler mal grubunun/endüstrinin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünde, ihracat ve ithalatın üstünlüğünün göreli katkısını da hesaplama potansiyeline sahiptir. Fakat RTA ve RC endekslerinin ithalat ya da ihracatın sıfır olduğu yani iki yanlı ticaretin söz konusu olmadığı durumlarda uygulanması sınırlı kalmaktadır. Vollrath'a göre bu üç endeks birlikte göz önüne alındığında, RXA endeksi pratikte daha yaygın kullanılmaktadır (Şimşek ve Sadat, 2009:140).

2.3.1.1.4 *Laursen'in AKÜ yaklaşımı*

Laursen 2015 yılında yayınladığı" Revealed Comparative Advantage and The Alternatives As Measures of International Specialization" adlı makalesinde, Balassa endekslerinin daha istikrarlı hale getirilebilmesi amacıyla art arda gelen dönemleri karşılaştırmayı sağlayan doğrusal regresyon modeli kullanmıştır. Böylece ülke ekonomilerinin sektöre duyarlı hale gelmesini engellemeye çalışmıştır (Bakkalcı, 2018:577).

Laursen, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler "Revealed Symmetric Comperative Advantage" (SRCA) endeksinde Balassa'nın RCA_{ij} endeksini kullanmış ve şu şekilde formülize etmiştir (Laursen, 2015:105);

$$\boldsymbol{SRCA} = \frac{\left(\boldsymbol{RCA_{ij}} - \mathbf{1}\right)}{\left(\boldsymbol{RCA_{ij}} + \mathbf{1}\right)}$$

SRCA puanlarının simetrik olarak dağılımı, -1 ila + 1 arasında değişmekte olup, 0 karşılaştırmalı avantaj nötr noktasını göstermektedir (Yu vd., 2009:269). Endeks sonucu çıkan pozitif değer ülkenin rekabet gücü oluğuna işaret ederken negatif değer dezavantajı ifade eder. Ayrıca Balassa Endekslerinden farklı olarak SRCA endeksleri tahminlerin daha net yapılabilmesine imkân sağlamaktadır (Bakkalcı, 2018:577).

2.3.1.1.5 *Proudman ve Redding'in AKÜ yaklaşımı*

Proudman ve Redding (1998) bir ülkenin RCA_{ij} endeksini, aşağıdaki formüle göre (WRCA) ülkenin RCA_{ij} skorlarının aritmetik puanıyla ölçmektedir (N= mal sayısı) (Yu vd., 2009:269).

$$\boldsymbol{WRCA} = \frac{\boldsymbol{RCA_{ij}}}{\mathbf{1/N}\ \sum_{\boldsymbol{j=1}}^{\boldsymbol{N}} \boldsymbol{RCA_{ij}}}$$

Benedictis ve Tamberi (2001), WRCA endeksinin ve RCA_{ij} endeksinin, toplulaşma oranları (yani toplam, dağılım, vb.) açısından eşdeğer olduğunu çünkü dönüşümde sadece bir ölçeklendirme söz konusu olduğunu savunmuştur. Bu dönüşüm, tek bir ülke

için zaman içinde sabit olan bir ortalama ile sonuçlanır. Aynı zamanda WRCA endeksinin tek bir ülke içinde karşılaştırılabilirliğini belirlemeye yardımcı olurken RCA_{ij} endeksinin asimetrik sorununu düzeltmez. Bu duruma ek olarak bu dönüşüm aynı zamanda karşılaştırmalı üstünlük-nötr noktasını genel olarak belirleyemez ancak ürün sınıflandırmasına duyarlı hale getirmektedir (Benedictis ve Tamberi, 2001:9).

2.3.1.1.6 *Hoen ve Oosterhaven'in AKÜ yaklaşımı*

Hoen ve Oosterhaven (2006), RCA_{ij} endeksindeki eksikliklerin çarpım biçiminden kaynaklandığını ve simetrik olarak ARCA'nın dağılımının formlarında bir RCA (ARCA) endeksinin önerildiğini öne sürmüşlerdir.

$$\boldsymbol{ARCA_j^i = \left(\frac{E_j^i}{E^i}\right) - \left(\frac{E_j}{E}\right)}$$

Burada;

E_j^i= Ülke İ'nin mal j'deki ihracat dengesini,

E^i= Ülke İ'nin toplam ihracat dengesini,

E_j= Dünya toplam j malı ihracatını

E = Dünya toplam ihracatını vermektedir (Yu vd., 2009:268-269).

Bu endeks İ ülkesindeki sektörün ihracat payının referans ülkelerle eşit olması durumunda sıfırdır. Endeksin sıfırdan büyük olduğu durumlarda İ ülkesinin j sektöründe açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu belirlenirken sıfırdan küçük değer aldığında ise karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. ARCA'ların ortalama değeri hisselere katkı sağladığı için sıfırdan farklı ve bağımsızdır (Hoen ve Oosterhaven, 2006:684).

Bir ülkenin ARCA puanlarının toplamı sabittir ve sıfıra eşittir. Bu da bir ülkenin farklı ürünlerdeki karşılaştırmalı üstünlüğünün kıyaslanmasını mümkün kılar. Bununla

birlikte, tüm ülkelerin bireysel bir ürün için ARCA puanlarının toplamı genellikle değişken olduğu için, ARCA'nın ülke genelindeki karşılaştırılabilirliği, ürün genelinde karşılaştırılabilirliği kadar iyi kurulmamıştır (Yu vd., 2009:269).

2.3.1.1.7 *Yu, Cai ve Leung'un AKÜ yaklaşımı*

Yu vd. (2009), RCA_{ij} ve diğer bazı RCA endekslerinin yetersizliklerini dikkate alarak Normalleştirilmiş Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (NRCA) endeksini önermektedir. NRCA endeksi, malların mallarla, ülkelerin ülkelerle ve farklı zaman dilimlerinin karşılaştırmalı avantajlarının belirlenmesine imkân sağlamaktadır. Bu sayede, NRCA endeksi bir ülkenin ticaret eğiliminin belirlenmesine yardımcı olmaktadır. Diğer bir ifade ile hangi tür malların pazarlarda ve belirli bir zamanda potansiyelinin bulunduğunun tanımlanmasına olanak sağlamaktadır. Her ülkeden bir bütün olarak her mal için NRCA endeks değeri sıfır veya nötrdür. Bu durum, hiçbir ülkenin tüm mallarda karşılaştırmalı bir avantaj sahibi olmadığını, belirli zaman dilimleri ve ürünlerde üstünlüğünün olduğunu göstermektedir (Demir vd., 2017:4).

NRCA endeksi, bir ülkenin ihracatının, dünya ihracat pazarına göre nispi ölçeği bakımından karşılaştırmalı avantaj-nötr seviyesinden sapma derecesini ölçmekte ve bu nedenle, karşılaştırmalı üstünlüğün uygun bir şekilde gösterilmesini sağlamaktadır (Yu vd., 2009:270).

$$\boldsymbol{NRCA_j^i \equiv \Delta E_j^i \,/\mathrm{E} = E_j^i/\mathrm{E} - E_j E^i \,/\mathrm{E}\;\mathrm{E}}$$

Burada;

E = Dünya toplam ihracat payı

E^i = i ülkesinin toplam ihracat payı

E_j = j malının toplam ihracat payı

E_j^i = i ülkesinin j malı ihracatını gösterir.

Bu denkleme göre $NRCA_j^i > 0$ olduğu durumlarda ülkenin gerçekleşen mal ihracatı j (E_j^i) 'in karşılaştırmalı üstünlük-nötr seviyesinden $\hat{E}_j^i$ daha yüksek olduğunu gösterir. Yani ülkenin j malında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu belirtmektedir (Yu vd., 2009:271). Yu vd. (2009) NRCA endeksini hesaplarken alan ve zaman etkisini göz önünde bulundurarak 3 farklı karşılaştırma yöntemi geliştirmişlerdir.

Çapraz Mal Karşılaştırması

Bu karşılaştırmaya göre NRCA puanlarının mallar arası karşılaştırması, bir ülkenin herhangi iki malda sahip olduğu karşılaştırmalı üstünlük seviyesini temelde karşılaştırmaktadır. $\Delta NRCA_{1-2}^i > 0$ olduğu durum ülkenin mal 1'de mal 2'ye göre daha güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu göstermektedir (Yu vd., 2009:274).

$$\boldsymbol{NRCA1 = \Delta NRCA_{1-2}^i \equiv NRCA_1^i - NRCA_2^i = \frac{E^i}{E}\left[\left(\frac{E_1^i}{E^i} - \frac{E_1}{E}\right) - \left(\frac{E_2^i}{E^i} - \frac{E_2}{E}\right)\right]}$$

Burada;

E_1^i = i ülkesinin 1 numaralı mal ihracatı

E^i = i ülkesinin toplam mal ihracatı

E = dünyanın toplam mal ihracatı

E_2^i = i ülkesinin 2 numaralı mal ihracatı

E_1= dünyadaki toplam 1 numaralı mal ihracatı

E_2= dünyadaki toplam 2 numaralı mal ihracatını göstermektedir.

Çapraz Ülke Karşılaştırması

Bu karşılaştırmaya göre NRCA puanlarının ülkeler arası karşılaştırması, iki ülkenin bir malda sahip olduğu göreceli uzmanlaşma seviyesini temelde karşılaştırmaktadır.

$\Delta NRCA_j^{1-2} > 0$ olduğu durumlarda, 1 numaralı ülkenin j malında dünyadaki ortalama uzmanlık seviyesinin 2 numaralı ülkedeki j malındaki göreceli uzmanlık seviyesinden daha güçlü olduğunu gösterir (Yu vd., 2009:275).

$$\mathbf{NRCA2} = \Delta\mathbf{NRCA_j^{1-2}} \equiv \mathbf{NRCA_j^1} - \mathbf{NRCA_j^2} = \frac{\mathbf{E_j}}{\mathbf{E}}\left[\left(\frac{\mathbf{E_j^1}}{\mathbf{E_j}} - \frac{\mathbf{E^1}}{\mathbf{E}}\right) - \left(\frac{\mathbf{E_j^2}}{\mathbf{E_j}} - \frac{\mathbf{E^2}}{\mathbf{E}}\right)\right]$$

Burada;

E_j^1 = 1 numaralı ülkenin j malı ihracatı

E^1 = 1 numaralı ülkenin toplam mal ihracatı

E = dünyanın toplam mal ihracatı

E_j^2 = 2 numaralı ülkenin j malı ihracatı

E_j = dünyadaki toplam j malı ihracatı

E^2 = 2 numaralı ülkenin toplam mal ihracatıdır.

Zamansal Karşılaştırma

NRCA'nın toplam, ortalama değer ve dağılımla ilgili özellikleri zamanla değişmemekte, fakat NRCA zaman bakımından karşılaştırılabilmektedir. NRCA puanlarının t + 1 ile t zamanı arasındaki değişimi aşağıda verilmiştir (Demir, 2020:513);

$$\mathbf{NRCA3} = \Delta\mathbf{NRCA_{j,t+1}^i} \equiv \mathbf{NRCA_{j,t+1}^i} - \mathbf{NRCA_{j,t}^i} = \left(\frac{\mathbf{E_{j,t+1}}}{\mathbf{E_{t+1}}} - \frac{\mathbf{E_{j,t}^i}}{\mathbf{E_t}}\right) - \left(\frac{\mathbf{E_t^i}}{\mathbf{E_t}}\frac{\mathbf{E_{j,t}}}{\mathbf{E_t}} - \frac{\mathbf{E_{t+1}^i}}{\mathbf{E_{t+1}}}\frac{\mathbf{E_{j,t+1}}}{\mathbf{E_{t+1}}}\right)$$

Burada;

$E_{j,\,t+1}$ = dünyanın t+1 zamanında toplam j malı ihracatı

E_{t+1}= dünyanın t+1 zamanında toplam mal ihracatı

$E^{i}_{j,t}$= i ülkesinin t zamanındaki j malı ihracatı

E_t = dünyadaki t zamanında toplam mal ihracatı

E^{i}_{t} = i ülkesinin t zamanında toplam mal ihracatı

$E_{j,t}$ = dünyanın t zamanında j malı ihracatı

E^{i}_{t+1} = i ülkesinin t+1 zamanında toplam mal ihracatıdır.

Sırasıyla $\frac{E^{i}_{t}}{E_t}\frac{E_{j,t}}{E_t}$ ve $\frac{E^{i}_{t+1}}{E_{t+1}}\frac{E_{j,t+1}}{E_{t+1}}$, t ve t + 1 zamanında karşılaştırmalı-avantaj-nötr durumu altında beklenen i ülkesinin j malı ihracatıdır. $\frac{E^{i}_{t}}{E_t}\frac{E_{j,t}}{E_t} - \frac{E^{i}_{t+1}}{E_{t+1}}\frac{E_{j,t+1}}{E_{t+1}}$ daha sonra t ve t + 1 arasındaki karşılaştırmalı-avantaj-nötr statüsünü korumak için, j malının i ülkesinde olması gereken ihracat seviyesinin değişimini ölçer. Bu nedenle, karşılaştırmalı üstünlüğün zamansal karşılaştırılması, esasen, bir ülkenin bireysel bir malın ihracat seviyesindeki fiili değişimini, bu malın ihracat seviyesindeki ülkenin, karşılaştırmalı-avantajlı durumdaki sahip olacağı beklenen değişim ile karşılaştırmaktadır. $\Delta NRCA^{i}_{j,t+1} > 0$ olduğu durum İ'nin j malında rekabet gücünü t zamanına göre arttırdığını belirtmektedir (Yu vd., 2009:275).

2.3.1.2 *Net ihracat endeksi (NEİ)*

Bu endeks, belirlenen bir sektör için net ihracatın, ihracat ve ithalat toplamına bölünmesi ile elde edilir (Balassa ve Nolan, 1989:175). Net ihracat endeksi, ülkenin kendi toplam ticareti üzerinde, diğer ülkeler ile olan ticari hareketlerinin bir değerlendirmesini yapmaya olanak sağlar (Mikic ve Gilbert, 2009:38). Bu yönden bakıldığında net ihracat endeksinin daha çok endüstri içi ticari faaliyetleri ölçtüğünü ve ülkenin sadece kendi ticari performansını belirlemek için endeksten faydalanabileceğini söylemek mümkündür (Donges ve Riedel, 1976:20).

2.3.1.3 *İhracat piyasa payı endeksi*

İhracat piyasa payı endeksi, bir firma ya da alt sektörün ihracatının diğer ülkelerin aynı sektör veya firmanın toplam ihracatına oranını ifade etmektedir (Miral, 2006:33).

2.3.1.4 *İhracat – ithalat oranı*

İhracat – ithalat oranı, bir ülkenin ihracatındaki uzmanlaşma seviyesine ait bilgi sunmaktadır (Altay ve Gürpınar, 2008:266).

2.3.1.5 *Karşılaştırmalı ihracat performans endeksi (Comparative export performance-CEP)*

Donges ve arkadaşları tarafından 1982'de geliştirilen göreli ihracat endeksi, bir ülkenin diğer ülkeler karşısındaki sektörel rekabet gücünü belirlemek için kullanılmaktadır. İçerisinde ithalatı barındıran RCA endeksleri, reel ihracat ve ithalat verileri üzerinden analiz edilir ve ithalat üzerindeki politik kararlar (özellikle tarife ve kotalar) sonuçların sapmasına yol açabilir. Aynı zamanda ihracat teşviklerinin daha az öneme sahip olmasından dolayı ihracat verileri hesaplamaya daha uygundur. Bu bakımdan CEP endeksi, ülkenin rekabet gücünü ölçmeye çalışırken sadece kısmi ihracat paylarını kullanmaktadır (Donges vd., 1982:83).

2.3.1.6 *İhracat benzerlik endeksi (ES)*

Bu endeks, herhangi iki ülkenin/ülke grubunun diğer piyasalara yaptıkları ihracatlarının benzerliğini tespit etmek için kullanılmaktadır. İhracat benzerlik endeksi yardımıyla iki ülke/ülke grubu arasındaki ihracat benzerliğinin zamasal değişimi gözlenebilir. Bu sayede ülkelerin ihracat yapısı ve ekonomik yapısının zaman içinde daha benzer ya da daha farklı hale gelme dereceleri konusunda bir yorum yapılabilir (Finger ve Kreinin, 1979:905).

2.3.1.7 *Ticaret çakışması (Trade overlap - TO)*

Ticaret çakışması, ilgili sektördeki uzmanlaşmanın hangi yöne doğru yani sektörün endüstri-içine mi yoksa endüstriler-arasına doğru mu uzmanlaştığını göstermektedir. Ticaret çakışması 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Değerin, 1'e yaklaşması endüstri-içi uzmanlaşmayı gösterirken, 0'a yaklaşması endüstriler arası uzmanlaşmayı ortaya koymaktadır (Yılmaz, 2003:13).

2.3.1.8 *Uygunluk katsayısı (Conformity coefficient-CC)*

Uygunluk katsayısı yöntemi ile söz konusu ülkelerin ihracat yapılarının benzerliği karşılaştırılmaktadır ve 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Uygunluk katsayısının yüksek değerler alması, ülkelerin ihracat yapılarının benzerliğinin fazla olduğunu göstermektedir (Yılmaz ve Ergun, 2003:22).

2.3.1.9 *Ticaret entropi endeksi (Trade entropy ındex)*

Ticaret entropi endeksi incelenen ülkenin ticaret akışındaki yoğunluk ve dağılmayı ölçmektedir. Endeks değerinin yüksek olması ilgili ülkenin ihracat veya ithalat yapısının dağılma gösterdiğini açıklamaktadır ve değer yükseldikçe dağılma artmaktadır (Yılmaz ve Ergun, 2003:5-6).

2.3.1.10 *Lafay endeksi (LFI)*

Bu endeks, ithalatı dikkate alarak, endüstri içi ticareti ve ithalat akışlarının kontrolünü sağlar. Bu yönüyle Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksinden üstündür. Lafay endeksi her bir ürünün katkısını, ticaretteki önemine göre ağırlıklandırmaktadır (Zaghini, 2003:10).

2.3.2 Küresel Düzeyde Ölçen Yöntemler

2.3.2.1 *Küreselleşme endeksi*

Araştırmacılar 2000'li yıllardan günümüze kadar küreselleşmeyi çeşitli endekslerle ölçmeye çalışmışlardır. Bu bağlamda ilk olarak A.T. Kearney Danışmanlık Şirketi tarafından 2001 yılında Dış Politika Küreselleşme Endeksi (KFP) geliştirilmiştir. Daha sonraki yıllarda KOF küreselleşme endeksi (2002), CSGR küreselleşme endeksi (2004), Maastricht Küreselleşme Endeksi (MGI-2008) ve Yeni Küreselleşme Endeksi (NGI– 2010) geliştirilerek küreselleşme ölçülmeye çalışılmıştır (Martens vd., 2014:2).

KFP küreselleşme endeksi, Foreign Policy dergisi ve A.T Kearney danışmanlık şirketi tarafından yıllık olarak yayınlanmaktadır. Bu endeks, genel olarak UNDP İnsani Kalkınma Endeksi'nin hesaplanmasında kullanılan yönteme dayanmaktadır. Bu hesaplamada ilk olarak endekste kullanılacak değişken belirlenmektedir. Daha sonra belirlenen değişkenlerin niceliksel ölçümleri yapılmaktadır. Tablo 2.3'te küreselleşme endeksinde yer alan değişkenler verilmiştir (Çoban ve Çoban, 2004:168).

Tablo 2.3 KFP küreselleşme endeksinde yer alan değişkenler

Kategori	Değişken Adı	Değişkenin Tanımı	Ağırlığı
Mal ve Hizmetlerde Globalleşme	Ticaret	(İhracat+İthalat)/GSMH	1
	Yakınsama	Nominal GSMH/SAGP* göre GSMH	1
Finansal Globalleşme	Gelir	(Krediler+Borçlar) /GSMH	1
	Yabancı Doğrudan Yatırımlar (YDY)	(Giren YDY+Çıkan YDY) / GSMH	2
	Portfolyo Yatırımlar (PY)	(Giren PY+Çıkan PY) / GSMH	2
Kişisel İletişimlerde Globalleşme	Turizm	(Gelen Turist Say. + Giden Turist Say.)/Toplam Nüfus	1
	Telefon	Kişi Başına Gelen/Giden Uluslararası Telefon Görüşmesi (Dakika)	2
	Transfer Ödemeleri	(Krediler+Borçlar) /GSMH	1
İnternet Bağlantısı (Kişisel Bağlantı)	İnternet Kullanıcıları	İnternet Kullanıcıları / Toplam Nüfus	2/3
	İnternet Siteleri	Her 1 Milyon Kişiye Düşen Servis Sağlayıcılarının Sayısı	2/3
	Güvenlik Sağlayıcılar	Her 1 Milyon Kişiye Düşen Güvenlik Sağlayıcılarının Sayısı	2/3

Kaynak: Çoban ve Çoban, 2004:168

KOF küreselleşme endeksi, ilk kez 2002 yılında Axel Drehel tarafından oluşturulmuştur. Bu endeks küreselleşmeyi ekonomik, sosyal ve siyasal boyutları ile

ele almaktadır. Ekonomik küreselleşme, cari akımlar (ticaret verileri, portföy yatırımları, doğrudan yabancı yatırımlar ve stoklar, yabancı gelir ödemeleri) ve kısıtlamalar (ortalama tarife oranları, ihracat üzerindeki gizli engeller, sermaye hesabı, uluslararası ticaret üzerindeki vergiler/mevcut gelir yüzdesi,) üzerinden analiz edilirken sosyal küreselleşme; kişisel iletişim bilgileri (telefon trafiği, transferler, uluslararası turizm, yabancı nüfus, uluslararası mektuplaşma), bilgi akışı verileri (televizyon sayısı, internet kullanan nüfus, günlük gazete) ve kültürel yakınlaşma verileri (Ikea mağazaları sayısı, McDonalds'ın restoran sayısı, kitap ticareti) üzerinden analiz edilmektedir. Siyasi küreselleşme ise ülkelerdeki sefirlik (konsolosluk) sayısı, uluslararası anlaşmalar ve uluslararası organizasyonlara üyelik verileri üzerinden hesaplanmaktadır (Kurt Topuz, 2016:787-788).

CSGR küreselleşme endeksi, Warwick Üniversitesi tarafından KFP küreselleşme endeksi takip edilerek geliştirilmiştir. KFP küreselleşme endeksi ile benzerlik taşıyan CSGR küreselleşme endeksi, 1982-2004 döneminde 62 ülke için 16 değişken kullanarak küreselleşmenin sosyal, iktisadi ve politik boyutlarını yıllık olarak hesaplamaktadır (Hayaloğlu, Kalaycı ve Artan, 2015:122).

MGI küreselleşme endeksi ise Martens ve Zywietz tarafından 2006 yılında oluşturulmuş olup, daha sonra 2008 yılında Martens ve Raza tarafından geliştirilmiştir. Bu endeks küreselleşmeyi ekonomik, sosyo-kültürel, teknolojik, ekolojik ve politik boyutuyla ele almaktadır. MGI küreselleşme endeksi sayesinde ülkeleri küreselleşme seviyesi ve küresel değişim bakımından karşılaştırmak mümkün olmakla birlikte bu endeks kapsamında sadece 2000, 2008 ve 2012 yıllarına ilişkin 117 ülke için hesaplama yapılmıştır (Figge ve Martens, 2014:47).

Son olarak Vujakovic tarafından 2010 yılında geliştirilen NGI küreselleşme endeksi kapsamında 21 değişkenden yararlanılarak ülkelerin ekonomik, sosyal ve politik küreselleşme boyutları hesaplanmıştır. Bu endeksin diğer endekslerden farkı ise küreselleşme ile bölgesel entegrasyon arasındaki farkı belirlemek için ticaret değişkeni içerisinde ülkelerin birbirine olan coğrafi mesafesi endekse dahil edilmiştir (Vujakovic, 2010:5-6).

2.3.2.2 *Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (IMD)'nin yaklaşımı*

Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (IMD) tarafından her yıl düzenli olarak yayınlanan Dünya Rekabet Gücü Raporu'nda ülkelerin rekabet gücünü belirlemek için toplam 342 kriter vardır ve bunların 255'i genel rekabetçilik sıralamalarını hesaplamak için kullanılmaktadır. Kalan 87 kriter ise yalnızca arka plan bilgisi olarak sunulmuştur. Ayrıca Dünya Rekabet Gücü Yıllığı (WCY) ulusal ortamı dört ana rekabet edebilirlik faktörüne ayırmıştır. Bu dört faktörün her biri de farklı rekabetçilik yönlerini vurgulayan beş alt faktöre ayrılmıştır (IMD, 2020).

Tablo 2.4 IMD'nin rekabet gücü ölçümünde kullandığı kriterler

Ekonomik Performans (83 Kriter)	**Devletin Etkinliği (73 Kriter)**	**İş Hayatının Etkinliği (71 Kriter)**	**Altyapı (115 Kriter)**
Yurtiçi Üretim	Kamu Maliyesi	Verimlilik	Temel Altyapı
Uluslararası Ticaret	Maliye Politikası	İşgücü Piyasası	Teknolojik Altyapı
Uluslararası Yatırım	KamusalÇerçeve	Finans Piyasası	Bilimsel Altyapı
İstihdam	İş Kanunu	Yönetim Uygulamaları	Çevre ve Sağlık
Fiyatlar	Eğitim	Küreselleşmenin Etkisi	Değer Yaratma Sistemi

Kaynak: IMD, 2020

2.3.2.3 *Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEF) yaklaşımı*

Merkezi İsviçre'de bulunan Dünya Ekonomik Forumu 1994 yılından itibaren her yıl düzenli olarak Küresel Rekabet Gücü Raporu yayınlamaktadır. Bu raporda ülkelerin küresel rekabet gücü açısından konumu "Küresel Rekabet Gücü Endeksi" yardımıyla hesaplanmaktadır (Kırankabeş, 2006:238).

Küresel Rekabet Gücü Endeksi kişi başına düşen milli gelir dışında sekiz yapısal faktör esas alınarak bir ülkenin 5-10 yıl içerisindeki büyüme potansiyelini hesaplamayı amaçlamaktadır. Küresel Rekabet Gücü Endeksi, orta vadede bir ülkenin gelişme trendinin hangi şekilde olduğunu göstermesi bakımından önem taşımaktadır. Varsayılan ülkenin sosyo-ekonomik yapısal faktörlerindeki ani değişme (iyileşme veya bozulma) ülkenin rekabet gücü endeksindeki yerinin değişmesine sebep olmaktadır (Aktan, 1998:118).

3. TÜRKİYE – KIRGIZİSTAN DIŞ TİCARETİ

Bu bölümde önce Türkiye ve Kırgızistan'ın dış ticaret politikalarının tarihsel seyri ve son dönem dış ticaret göstergeleri incelenecektir. Daha sonra iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin durumu ortaya konacaktır.

3.1 Türkiye'nin Dış Ticareti

3.1.1 Türkiye'nin Dış Ticaret Politikalarının Tarihsel Seyri

Türkiye'nin dış ticaret faaliyetleri Cumhuriyetin ilanından günümüze kadar çok çeşitli dönemlerden geçmiştir. Dönem dönem uygulanan politikalarla birlikte dışa açılmanın gerekli hale gelmesi ekonominin küresel entegrasyonunu sağlamıştır (Özdemir vd., 2016:151).

Cumhuriyetin kuruluş yıllarında yapılan mücadeleler ekonomideki olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Ulaşım alt yapısındaki sıkıntılar ve sermaye stoklarının yetersizliği, ekonominin bütünlük oluşturmasını engellemiş ve ekonominin bölgesel olarak şekil almasına yol açmıştır. Bu sebeple uygulanan ekonomi politikalarında başta liberal düşünceler öne çıkmış fakat bu politikalardan istenilen sonuç elde edilememiştir. Bununla birlikte 1929 yılında devlet ağırlıklı dış ticaret politikaları uygulanmaya başlanmıştır (Kılınç Savrul vd., 2013:56).

Türkiye ekonomisinin devletçilik yılları olarak bilinen 1930-50 dönemlerinde; devlet ekonomik faaliyetlerde aktif rol üstlenmiş, kalkınma planları yürürlüğe girmiş, dış ticarette korumacılık anlayışı benimsenmiş ve büyümede ithal ikamesi yaklaşımı esas alınmıştır (Aktaş Şenkardeşler, 2018:112).

1950 yılında demokrat partinin başa gelmesiyle birlikte Türkiye için liberal politikalara dönüş hamlesi başlamıştır. Bu politikalar ilk başta ani ve hızlı biçimde sonuç vermiş fakat ilerleyen süreçte parasal genişlemeler yüzünden enflasyonun olumsuz etkileri ortaya çıkmış, TL hem iç piyasalarda hem de dış piyasalarda değer kaybetmeye başlamıştır. 1958 yılında zorunlu devalüasyon yapılmasıyla karşı karşıya

kalan Türkiye'nin liberal politikalara dönüş hamlesi önemli bir ekonomik çöküşle sonuçlanmıştır (Eğilmez ve Kumcu, 2004:254-255).

1960 yılında yapılan darbenin sonucunda ekonomide durgunluk meydana gelmiş ve bu durum 1961 yılında da etkisini göstermeye devam etmiştir (Aktaş Şenkardeşler, 2018:116). 1963 yılında planlı ekonomiye geçilmesiyle birlikte Türkiye ekonomisinde uzun vadede köklü ve yapısal değişimler gerçekleşmiştir (Takım, 2011:156).

1963-1967 yılları arasında gelişmiş ekonomilerle aradaki farkın kapatılması amacıyla uygulanan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı başarılı olmuştur. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ise 1968-1972 yılları arasında uygulanmış ve sanayi kesimi ekonomik kalkınma açısından lokomotif olarak tanımlanmıştır (Eğilmez ve Kumcu, 2004:256). 1974 yılında yaşanan petrol kriziyle birlikte uluslararası piyasalarda meydana gelen arz şokları dış ticareti olumsuz etkilemiş ve Türkiye ekonomisi stagflasyon olgusuyla karşılaşmıştır (Kılınç Savrul vd., 2013:56). 1973-1977 yılları arasında milli gelirin arttırılması ve dış kaynaklara bağımlılığın azaltılması amacıyla Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı uygulanmış fakat plan uygulanırken ve eşgüdümünde zorluklar yaşanmıştır (DPT, 2002:7). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1979-1983 yılları arasında uygulanmış ve kamu kesimi ağırlıklı sanayileşme stratejisini benimseyerek ödemeler bilançosundaki açıkları gidermeyi ve kendi ayakları üzerinde duran bir ekonomiyi hedeflemiştir (Takım, 2011:157).

1960'dan sonra ithal ikameci ekonomi politikasını benimseyen Türkiye, 24 Ocak 1980'e geldiğinde alınan ekonomik kararlar ile birlikte ithal ikameci sanayileşme stratejisini terk ederek ihracata yönelik sanayileşme stratejisini uygulamaya başlamıştır. 1980-89 döneminde uygulanan dış ticaretin serbestleşmesine yönelik politikalara, 1989 yılında finansal serbestleşme politikaları da eşlik etmiştir. 1996 yılında Gümrük Birliği'ne üye olunmasıyla birlikte Türkiye'nin dış ticareti küresel boyuta taşınmıştır (Kılınç Savrul vd., 2013:56).

3.1.2 Türkiye'nin Son Dönem Dış Ticaret Göstergeleri

1980 sonrası Türkiye'nin ihracata yönelik sanayileşme stratejisine geçişi ile birlikte dış ticaret hacminde gözle görülür artışlar gerçekleşmiştir. Tablo 3.1.'de, Türkiye'nin son dönemdeki (2001-2019) dış ticaret verilerinin gelişimi görülmektedir.

Tablo 3.1 Türkiye'nin dış ticareti (2001-2019)

	İHRACAT		**İTHALAT**		**DIŞ TİCARET DENGESİ**	**İHRACATIN İTHALATI KARŞILAMA ORANI**
Yıllar	Değer (1000$)	Değişim (%)	Değer (1000$)	Değişim (%)	Değer (1000$)	(%)
2001	31 333 944	-	41 399 079	-	- 10 065 135	75,7
2002	36 761 981	14,1	51 270 196	23,8	- 15 508 215	69,8
2003	47 252 836	32,1	69 339 692	35,2	- 22 086 856	68,1
2004	63 120 949	33,6	97 539 766	40,7	- 34 418 817	64,7
2005	73 476 408	16,4	116 774 151	19,7	- 43 297 743	62,9
2006	85 534 676	16,4	139 576 174	19,5	- 54 041 498	61,3
2007	107 271 750	25,4	170 062 715	21,8	- 62 790 965	63,1
2008	132 027 196	23,1	201 963 574	18,8	- 69 936 378	65,4
2009	102 142 613	-22,6	140 928 421	-30,2	- 38 785 809	72,5
2010	113 883 219	11,5	185 544 332	31,7	- 71 661 113	61,4
2011	134 906 869	18,5	240 841 676	29,8	- 105 934 807	56,0
2014	166 504 862	3,1	251 142 429	-3,7	- 84 637 567	66,3
2015	143 844 066	-13,6	207 235 628	-17,5	- 63 391 562	69,4
2016	142 606 247	-0,9	198 601 934	-4,2	-55 995 687	71,8
2017	156 992 940	10,1	233 799 651	17,7	-76 806 711	67,1
2018	167 923 862	7,0	223 046 879	-4,6	-55 123 017	75,3
2019	180 870 841	7,7	210 346 890	-5,7	-29 476 049	86,0

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 01.11.2021)

Tablo 3.1'den yola çıkarak Türkiye ekonomisindeki kırılmalar incelendiğinde 2001 krizinin ekonomideki derin etkileri göze çarpmaktadır. Kriz dönemlerinde dış ticaret açıkları azalmış gibi görünse de bunun altında yatan sebep krizin etkisiyle ithalatın azalması ve dış ticaret dengesinde görülen geçici düzelmedir (Utkulu ve Aydemir, 2008:9). Dış ticaret açığı 2011 yılında en yüksek düzeyine çıkarken buna bağlı olarak, ihracatın ithalatı karşılama oranı da %56 ile en düşük seviyeye ulaşmıştır.

2008 yılında ABD'de başlayan ve tüm dünyada etkisini gösteren Mortgage Krizi'nden Türkiye'de etkilenmiştir. Krizin en ağır etkilerini hisseden Euro Bölgesi ile yapılan

ticaretin azalması ile ülkeye sermaye girişinde azalma meydana gelmiş ve dolayısıyla dış talepte azalma yaşanmıştır (Karagöl, 2013:75).

3.1.2.1 *Türkiye'nin ihracatı*

Bir ülke ekonomisinde kalkınma ve büyümenin tamamlayıcı unsuru olarak ortaya çıkan ihracat, ancak sürekli ve yüksek gelirli olduğu müddetçe uzun vadede kalkınmayı sağlayabilmektedir (Ata, 2012:276). Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı 20 ülke ve Kırgızistan ile 2016'dan sonra yaptığı ihracata ilişkin veriler Tablo 3.2'de görülmektedir.

Tablo 3.2 Ülkelere göre yıllık ihracat (ilk 20 ülke) (1000 $)

Sıra	Ülke	2016	2017	2018	2019	2020
	Toplam	142 606 247	156 992 940	167 923 862	1 808 70841	169 657 940
1	**Almanya**	14 004 848	15 118 910	16 137 388	16 624 070	15 980 400
2	**Birleşik Krallık**	11 690 650	9 603 189	11 107 336	11 281 350	11 236 969
3	**ABD**	6 627 394	8 654 268	8 304 672	8 971 874	10 183 213
4	**Irak**	7 640 287	9 054 612	8 346 276	10 224 285	9 142 515
5	**İtalya**	7 583 132	8 473 629	9 560 597	9 754 698	8 082 942
6	**Fransa**	6 027 992	6 589 874	7 293 603	7 952 702	7 204 647
7	**İspanya**	4 993 394	6 302 135	7 708 490	8 141 147	6 684 540
8	**Hollanda**	3 589 553	3 864 486	4 760 826	5 762 607	5 195 418
9	**İsrail**	2 956 451	3 407 436	3 894 506	4 464 351	4 704 455
10	**Rusya**	1 733 569	2 734 316	3 399 827	4 153 202	4 506 813
11	**Romanya**	2 672 005	3 139 1 88	3 867 122	4 073 769	3 895 656
12	**Belçika**	2 548 729	3 151 422	3 950 970	3 396 818	3 634 855
13	**Polonya**	2 651 896	3 070 758	3 346 149	3 449 492	3 474 883
14	**Mısır**	2 733 143	2 360 734	3 053 571	3 510 629	3 136 568
15	**Çin**	2 329 371	2 936 262	2 912 539	2 726 571	2 866 389
16	**BAE**	5 406 224	9 184 157	3 137 048	3 627 165	2 828 394
17	**Bulgaristan**	2 384 116	2 803 182	2 669 703	2 668 830	2 634 706
18	**Suudi Arabistan**	3 174 965	2 734 522	2 636 039	3 293 057	2 507 787
19	**İran**	4 968 851	3 259 270	2 392 949	2 737 560	2 253 363
20	**Ukrayna**	1 254 054	1 340 709	1 466 070	2 156 876	2 090 410
67	**Kırgızistan**	308 944	343 600	377 073	442 091	417 547

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 01.04.2022)

Tablo 3.2 incelendiğinde 2020 yılı itibariyle Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülke Almanya olarak karşımıza çıkmaktadır ve Almanya'nın Türkiye'nin toplam ihracatından aldığı pay %9'dur. Daha sonra Almanya'yı İngiltere (%6,6), ABD (%6), Irak (%5,4) ve İtalya (%4,8) takip etmektedir. Kırgızistan ise Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeler arasında %0,2 oranıyla 67. sırada yer almaktadır.

Birleşmiş Milletler İstatistik Kurumu'nun tuttuğu dünyanın en geniş veri tabanı olan COMTRADE (TRADEMAP)'ye göre Türkiye'nin 2020 yılında ihraç ettiği ilk 10 ürün; motorlu kara taşıtları, makineler, elektrikli makine ve teçhizat, demir ve çelik, giyim eşyası (örme), kıymetli taşlar, tekstil ürünleri, demir çelikten eşya, meyveler, mineral yakıtlar, mobilya şeklindedir.

3.1.2.2 *Türkiye'nin ithalatı*

1923-1929 yılları arasında serbest ithalat politikası benimseyen Türkiye Cumhuriyeti, 1929-1950 yılları arasında kontrollü ithalat politikasına geçiş yapmıştır. Daha sonra 1950-1953 yılları arasında liberal politika izlenmesi ve dış ticaret açıklarının büyümesi sebebiyle ithalat sınırlandırılmıştır. 1960-1970'li yıllarda ithalat programları ile ithalatın kontrolü sağlansa da 1980'li yıllardan sonra Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne girmesiyle birlikte ithalat rejiminde birçok değişim meydana gelmiştir (Kutlu ve Şıklar, 2002:30).

Tablo 3.3 incelendiğinde Türkiye'nin 2020 yılında en çok ithalat yaptığı ülke Çin olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplam ithalat içerisinde 10,8 oranında bir paya sahip olan Çin'i Almanya, 10,1'lik oranla takip etmektedir. Ayrıca Türkiye %54,9 oranındaki ithalatını ilk 10 ülkeye gerçekleştirmektedir. Kırgızistan 2020 yılı itibariyle Türkiye'nin ithalat yaptığı ülkeler arasında 92. sırada yer almaktadır.

Tablo 3.3 Ülkelere göre yıllık ithalat (ilk 20 ülke) (1000 $)

Sıra	Ülke	2016	2017	2018	2019	2020
	Toplam	198 601 934	233 799 651	223 046 879	210 346 890	219 514 373
1	**Çin**	25 440 454	23 370 620	20 719 061	19 127 972	23 040 812
2	**Almanya**	21 473 789	21 301 869	20 407 294	19 279 082	21 732 800
3	**Rusya Federasyonu**	15 160 961	19 514 094	2 1989 574	23 116 867	17 829 236
4	**ABD**	6 738 141	8 239 672	11 038 416	15 148 738	13 685 863
5	**İtalya**	10 867 491	11 951 744	12 377 681	11 847 481	11 525 182
6	**Irak**	10 220 724	11 306 054	10 155 669	9 350 999	9 201 429
7	**İsviçre**	836 298	1 527 573	1 420 433	2 678 193	8 201 655
8	**Fransa**	2 506 215	6 903 610	2 818 664	3 377 053	7 771 743
9	**Güney Kore**	7 364 555	8 070 897	7 413 025	6 760 052	6 988 092
10	**BAE**	6 384 206	6 608 874	6 343 174	5 776 952	5 734 339
11	**Birleşik Krallık**	3 701 152	5 546 921	3 780 736	4 388 996	5 603 801
12	**İspanya**	5 320 624	6 548 620	7 446 107	5 638 293	5 582 391
13	**Hindistan**	5 678 913	6 372 911	5 492 454	4 446 670	5 039 416
14	**Japonya**	5 757 156	6 216 639	7 534 783	6 635 225	4 830 121
15	**Belçika**	3 943 602	4 281 472	4 124 170	3 647 888	3 742 695
16	**Hollanda**	3 200 738	3 728 941	3 571 445	3 229 469	3 716 088
17	**Brezilya**	3 000 195	3 747 619	3 304 581	3 202 977	3 628 593
18	**Polonya**	1 787 944	2 544 928	3 257 706	2 655 109	3 228 353
19	**Romanya**	3 244 197	3 445 906	3 101 677	2 603 243	3 005 108
20	**Çekya**	2 195 672	2 480 196	2 447 471	2 770 909	2 769 255
92	**Kırgızistan**	101 067	143 794	47 342	77 244	91 159

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 01.04.2022)

Yine COMTRADE (TRADEMAP) veri tabanından edinilen bilgilere göre Türkiye'nin 2020 yılında ithal ettiği ilk 10 ürün; mineral yakıtlar, kıymetli taşlar,

makineler, elektrikli makine ve teçhizat, motorlu kara taşıtları, demir ve çelik, plastikler, organik kimyasallar, eczacılık ürünleri, tabi veya cerrahi cihazlar şeklindedir.

3.2 Kırgızistan'ın Dış Ticareti

3.2.1 Kırgızistan'ın Dış Ticaret Politikalarının Tarihsel Seyri

SSCB'nin dağılmasıyla birlikte Kırgızistan 31 Ağustos 1991'de bağımsızlığını ilan etmiş, bu ayrılık sonrasında ekonomik sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Sovyetler Birliği kaynaklarından yoksun kalmasının yanı sıra birliğin Kırgızistan üzerinde uyguladığı bağımlılık politikası yüzünden teknoloji altyapısı düşük bırakılmıştır. Tarım ve doğal kaynaklara bağlı bırakılan Kırgızistan'ın kamu açıkları artmış, özel tüketimi düşmüş ve mevcut varlıkları tükenmeye yüz tutmuştur. Bu olaylar ışığında ülke ekonomisinde 1991-1995 döneminde hiperenflasyon, işsizlik ve reel gelirde düşüş yaşanmış, hatta GSYH'sı 1990'daki seviyenin yarısına kadar inmiş ve yoksulluk artmıştır (Rahmanova (2003)'dan aktaran İnançlı vd., 2015:112).

1992 yılında IMF, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası, Dünya Bankası, Uluslararası Yatırım Garanti Teşkilatı, İslam Kalkınma Bankası, Asya Kalkınma Bankası gibi birçok kuruluşa üye olan Kırgızistan, bu kuruluşların kaynaklarına erişme imkânına sahip olmuştur. Kırgızistan'ın özellikle IMF ile anlaşma yapması ülkede reformların başlama noktasını oluşturmuştur (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 1996:21).

Daha sonra 1996 yılından sonra faaliyete geçen "Kumtör" altın madencilik şirketi sayesinde Kırgızistan ekonomisinde büyüme süreci yaşanmaya başlamıştır. 2007 sonrası dönemdeki GSYH'deki büyümelere ise iletişim ve inşaat sektörleri büyük katkı sağlamıştır (Primbayev ve Ganiyev, 2016:38).

3.2.2 Kırgızistan'ın Son Dönem Dış Ticaret Göstergeleri

Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi 2001 yılında dış ticaret fazlası veren ülke, daha sonra dış ticaret açığı vermeye başlamıştır. Bu bağlamda ihracatın ithalatı karşılama oranı 2001 yılında %1,02 iken, 2019 yılında %0,40'a düşmüştür.

Tablo 3.4 Kırgızistan'ın dış ticareti (2001-2019)

	İHRACAT		İTHALAT		DIŞ TİCARET DENGESİ	İHRACATIN İTHALATI KARŞILAMA ORANI
Yıllar	Değer (Bin $)	Değişim (%)	Değer (Bin $)	Değişim (%)	Değer (Bin $)	(%)
2001	476 152	-	467 245	-	8 907	1,02
2002	460 307	-0,03	579 360	0,24	-119 053	0,79
2003	581 729	0,26	716 960	0,24	-135 231	0,81
2004	718 717	0,24	940 930	0,31	-222 213	0,76
2005	672 014	-0,06	1 107 818	0,18	-435 804	0,61
2006	794 067	0,18	1 718 197	0,55	-924 130	0,46
2007	1 134 181	0,43	2 416 987	0,41	-1 282 806	0,47
2008	1 617 561	0,43	4 072 328	0,68	-2 454 767	0,40
2009	1 178 274	-0,27	2 973 867	-0,27	-1 795 593	0,40
2010	1 488 401	0,26	3 222 635	0,08	-1 734 234	0,46
2011	1 978 932	0,33	4 260 687	0,32	-2 281 755	0,46
2012	1 683 237	-0,15	5 373 176	0,26	-3 689 939	0,31
2013	1 773 228	0,05	5 983 024	0,11	-4 209 796	0,30
2014	1 883 733	0,06	5 734 704	-0,04	-3 850 971	0,33
2015	1 646 443	-0,13	3 937 726	-0,31	-2 291 283	0,42
2016	1 543 532	-0,06	3 919 082	0,00	-2 375 550	0,39
2017	1 790 758	0,16	4 481 291	0,14	-2 690 533	0,40
2018	1 764 613	-0,01	4 907 400	0,10	-3 142 787	0,36
2019	1 965 502	0,11	4 903 813	0,00	-2 938 311	0,40

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 29.06.2022)

Tablo 3.4'te görüldüğü gibi Kırgızistan'ın ihracat ve ithalatı arasındaki farkın zaman geçtikçe azalmış olduğunu ve 2007 yılındaki uluslararası finansal kriz sonrasında ithalat ve ihracatın etkilenmesine rağmen dış ticaretin devamlı açık verdiğini söylemek mümkündür. Ülkenin dış ticaret dengesi incelendiğinde sadece 2001 tarihinde dış ticaret fazlası verilmiş, sonrasında incelenen diğer tarihlerde ise sürekli açık verilmiştir. Dış ticaret açığı 2001 yılından sonra (2009 ve 2010 yılları hariç) 2013 yılına kadar genellikle artan eğilim göstermiştir. Son yıllarda Kırgızistan'da uygulanan vergi ve bütçe politikalarıyla vergi yükü azaltılmış, bu sayede üreticiler için elverişli koşullar ortaya çıkmıştır (Özden, 2013:29).

Tabloda incelenmesi gereken bir diğer kalem ise ihracatın ithalatı karşılama oranıdır. 2001 yılından itibaren dalgalı bir seyir göstermesine rağmen, ihracatın ithalatı karşılama oranı azalan eğilime girmiş ve 2013'te %0,30'a düşmüştür. İhracatın aksine ithalatın bu denli artışı Kırgızistan'daki özellikle imalat sanayi üretiminin yetersiz

olması ve bu ürünleri başta Rusya olmak üzere diğer komşu ülkelerden temin etmesinden kaynaklanmaktır (İnançlı vd., 2015:115).

3.2.2.1 *Kırgızistan'ın ihracatı*

Kırgızistan uluslararası ticaretini genellikle bölge ülkeleri ile gerçekleştirmektedir. Dünya ticareti içerisindeki payı oldukça azdır. İhracat performansı komşu ülkelerinin ithalat performansına bağlı olarak değişim göstermektedir (Karluk, 2011:52).

Tablo 3.5'te Kırgızistan'ın yıllık olarak en fazla ihracat yaptığı 20 ülke görülmektedir.

Tablo 3.5 Ülkelere göre yıllık ihracat (ilk 20 ülke) (1000 $)

Sıra	İthalatçılar	2016	2017	2018	2019	2020
	Dünya	1 543 532	1 790 758	1 764 613	1 965 502	1 964 466
1	**Birleşik Krallık**	32 009	191 218	669 985	833 230	989 957
2	**Kazakistan**	274 997	297 194	247 225	337 532	293 863
3	**Rusya Federasyonu**	139 211	262 214	314 078	270 770	241 577
4	**Özbekistan**	125 074	146 285	158 500	138 880	152 549
5	**Türkiye**	90 025	131 204	104 272	89 855	74 586
6	**Çin**	80 086	97 474	61 238	81 469	43 235
7	**Tacikistan**	21 840	24 288	47 070	57 205	28 056
8	**Almanya**	6 385	4 361	6 168	8 600	13 089
9	**Belçika**	10 883	21 163	14 095	6 617	12 581
10	**Belarus**	3 284	8 587	6 991	12 693	10 659
11	**Birleşik Arap Emirlikleri**	36 424	31 605	6 553	10 233	9 070
12	**Ukrayna**	3 167	3 545	6 425	13 630	8 594
13	**İsviçre**	648 020	489 263	164	4 097	7 402
14	**Hindistan**	2 325	3 479	5 766	3 104	6 751
15	**Sırbistan**	4.382	5 994	5 735	4 580	5 555
16	**Suriye Arap Cumhuriyeti**	0	91	0	1 754	5 390
17	**Bulgaristan**	4 548	3 732	7 628	6 419	5 239
18	**Yunanistan**	3	0	154	566	5 192
19	**Azerbaycan**	707	1 122	1 893	3 966	5 036
20	**Gürcistan**	2 508	2 154	2 176	2 948	4 763

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 28.12.2021)

Veriler incelendiğinde, Kırgızistan ihracatının büyük bir kısmının İngiltere'ye yapıldığını söylemek mümkündür. 2020 yılı itibariyle İngiltere bu ticari ilişkiden 50,4'lük bir pay alırken, Türkiye %3,8'lik pay alarak Kırgızistan'dan mal ve hizmet ithal eden ülkeler arasında 5. sırada yer almaktadır. Ayrıca 7 ülkenin (İngiltere,

Kazakistan, Rusya Özbekistan, Türkiye, Çin, Tacikistan), Kırgızistan dünya ihracatından aldığı pay %92,9 oranında iken, geriye kalan 118 ülkenin aldığı pay %7,1'dir.

TRADEMAP verilerine göre 2020 yılında Kırgızistan'ın ihraç ettiği ilk 10 ürün sırasıyla; kıymetli taşlar, cevher, cüruf ve kül, mineral yakıtlar, sebze ve kök bitkiler, süt ürünleri, giyim eşyası (örme), plastikler, meyve, motorlu araçlar, makineler şeklindedir.

3.2.2.2 *Kırgızistan'ın ithalatı*

Kırgızistan ihracatta olduğu gibi ithalatı da çevre ülkelerle yapmaktadır. Tablo 3.6'da Kırgızistan'ın en çok ithalat yaptığı ilk 20 ülke sıralanmıştır. Bu bilgilere göre ilk sırada Rusya yer alırken; Rusya'yı, Çin, Kazakistan ve Türkiye takip etmektedir.

Ülkenin Türkiye ile ithalat geçmişine bakacak olursak, yıllar içerisinde dalgalı bir seyir izlemiştir. 2020 yılında Kırgızistan'ın Türkiye'den yaptığı ithalatın, toplam ithalat içindeki payının %5,3 oranında gerçekleştiği görülmektedir.

Tablo 3.6 Ülkelere göre yıllık ithalat (ilk 20 ülke) (1000 $)

Sıra	**İhracatçılar**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
	Dünya	3 919 082	4 481 291	4 907 400	4 903 813	3 684 109
1	Rusya	914 520	1 180 545	1 239 909	1 362 310	1 316 005
2	Çin	1 468 441	1 500 066	1 942 258	1 733 932	736 835
3	Kazakistan	593 271	585 995	502 038	609 961	500 158
4	Türkiye	191 087	224 930	290 232	221 974	194 775
5	Özbekistan	67 195	163 618	177 988	200 325	188 824
6	ABD	153 616	155 318	128 799	89 868	120 307
8	Ukrayna	39 930	38 901	29 684	48 423	50 235
9	Kore Cumhuriyeti	25 966	46 366	27 741	32 888	47 622
10	Hindistan	22 660	28 814	31 448	42 013	41 717
11	Belarus	36 534	83 118	34 115	42 734	35 230
12	Fransa	21 782	26 881	25 655	36 405	27 174
13	Polonya	15 350	22 784	22 199	23 648	25 069
14	İtalya	25 488	27 402	25 969	24 444	24 564
15	Litvanya	8 139	27 573	35 967	25 734	22 761
16	Japonya	18 608	34 450	48 250	24 444	22 103
17	Güney Afrika	569	1 680	2 935	14 238	20 594

Tablo 3.6 Devamı

Sıra	İhracatçılar	2016	2017	2018	2019	2020
18	İran	6 631	9 091	13 712	17 204	17 915
19	Slovenya	10 599	11 694	11 533	11 098	13 613
20	Finlandiya	2 582	3 610	3 553	3 403	12 279

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 28.02.2020)

Kırgızistan ithalatının büyük bir kısmını Rusya, Çin ve Kazakistan oluşturmaktadır. Bu üç ülkenin Kırgızistan'ın toplam ithalatından aldıkları pay %69,3 olurken, diğer ülkeler sadece %30,7'lik bir pay almaktadır.

TRADEMAP 2020 yılı verilerine göre Kırgızistan'ın ithal ettiği ilk 10 ürün sırasıyla; mineral yakıtlar, makine teçhizat, elektrikli ürünler, eczacılıkla ilgili ürünler, motorlu taşıtlar, demir çelikten eşya, demir ve çelik, plastikler, ahşap ve ahşap eşya, giyim eşyası (örme) şekildedir.

3.3 Türkiye – Kırgızistan Arasındaki Ticari İlişkiler

Türkiye ile Kırgızistan arasındaki ikili ilişkiler Sovyetler Birliği dağılmadan önce o zamanki T.C. Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın 1991 yılında Sovyetler Birliği gezisinin ardından aynı yılın 29 Mayıs'ında Kırgız Heyetinin Türkiye'yi ziyaret etmesi ile başlamıştır (Karaman, 2019:122). Ayrıca 16 Aralık 1991 yılında Kırgız Cumhuriyeti'nin bağımsızlığını tanıyan ilk ülke Türkiye olmuş ve iki ülke arasında 29 Ocak 1992 yılında imzalanan Diplomatik İlişkilerin Tesisine İlişkin Protokol gereği, T.C. Büyükelçiliği faaliyete geçmiştir. 31 Ekim 1992 tarihinde ise Kırgızistan Büyükelçiliği faaliyete başlamıştır (DEİK, 2012:17).

Türkiye ve Kırgızistan arasındaki ilişkiler kültürel, dilsel ve dinsel benzerliklere de bağlı olarak zamanla gelişmiştir. Bu iş birliğinde bir yandan iki ülkenin ulusal çıkarları göz önüne alınmış bir yandan da uluslararası hukuk kurallarına, dostluk ve eşitlik ilkelerine bağlı kalınmıştır. Ayrıca Türk – Kırgız ilişkilerini askeri, ekonomik, kültürel vb. gibi konularda düzenleyen 100'den fazla anlaşma, sözleşme ve protokollerden oluşan hukuki bir altyapı vardır. Bunun yanı sıra iki ülkenin de üyesi olduğu Türkçe Konuşan Ülkelerin Parlamenter Asamblesi (TürkPA) ve Uluslararası Türk Kültürü

Teşkilatı (TÜRKSOY) kuruluşları Türkiye–Kırgızistan ilişkilerinin gelişmesine katkı sağlamıştır (Şahin, 2015:1167-1168).

Türkiye ile Kırgız Cumhuriyeti arasında 29 Mayıs 1991 tarihinde Ankara'da "Ekonomik ve Ticari İşbirliğine Dair Protokol" imzalanmıştır. Bu protokol çerçevesinde iki ülke arasındaki ekonomik ve ticari ilişkiler başlamış ve bugüne kadar artan bir hızla gelişme göstermiştir (Solak, 2003:80).

T.C. Ticaret Müşavirliği 2013 yılı verilerine göre, Türkiye'nin Kırgızistan'a toplam 285 milyon doları aşan yatırımı vardır. Bunun yanı sıra Kırgızistan Adalet Bakanlığı verilerine göre, 2013 yılı itibariyle Kırgızistan'da 371 adet Türk firması ve Türk sermayesi katılımlı ortak şirket faal olarak varlığını sürdürmektedir. Bu Türk sermayeli yatırımlar; içecek, gıda üretimi, temizlik malzemeleri, pet perform, mobilya, şeker, çay, tuz, un, inşaat vb. birçok farklı alanlarda faaliyet göstermektedir. Diğer yandan, 2013 yılı itibariyle Türkiye'de 111 tane Kırgızistan sermayesine sahip işletme faaliyet göstermektedir (Ünal vd., 2015:331).

Türk girişimcileri Kırgız Cumhuriyeti'nde yatırım yapmaya teşvik eden faktörlerden bazıları şu şekildedir: Ülkenin sunduğu iktisadi imkânlar ve sorunların çözümüne yönelik danışmalık hizmeti verilmesi, yatırım sürecinde takip desteğinin sağlanmasıdır (İnançlı vd., 2015:115).

3.3.1 Türkiye ile Kırgızistan Arasında İmzalanan Ticari Anlaşmalar ve Protokoller

Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti arasında imzalanan ticari anlaşmalar ve protokoller şu şekilde sıralanabilir (DEİK, 2012:22; Ticaret Bakanlığı, 2020):

Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti arasında Ekonomik ve Ticari İşbirliğine Dair Protokol (29 Mayıs 1991).

Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti Arasında Ekonomik ve Ticari İşbirliğine Dair Protokol (23 Aralık 1991).

Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Anlaşması (28 Nisan 1992).

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirmede Teknik İş Birliği Protokolü (29 Nisan 1992).

Yatırımların Teşviki ve Korunması Anlaşması (29 Nisan 1992).

Hava Taşımacılığı Alanında Protokol (29 Nisan 1992).

Eximbank ile Kırgızistan Milli Bankası Arasında 75 Milyon ABD Dolarlık Kredi Anlaşmasının Finansman Koşullarını Belirleyen Genel Çerçeve Anlaşması (29 Temmuz 1992).

Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti Arasında Turizm İş Birliği Anlaşması (7 Ekim 1992).

Ekonomik ve Teknik İş Birliği Protokolü (8 Nisan 1993).

Türk Eximbank ile Kırgızistan Milli Bankası Arasında Kredi Anlaşması (20 Haziran 1993).

T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı ile Kırgız Cumhuriyeti Tarım Bakanlığı Arasında Teknik, Bilimsel ve Ekonomik İş Birliği Protokolü (6 Temmuz 1993).

Küçük İşletmeler Sitesi İnşaatı İçin Arazi Tahsisi ile İlgili Protokol (28 Aralık 1993).

Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Kırgız Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Ticari ve Ekonomik İş Birliği Konularında Türk-Kırgız Karma Ekonomik İş Birliği Komisyonu Kurulmasına İlişkin Anlaşma (16 Ağustos 1995).

Türkiye Vakıflar Bankası ile Kırgız Cumhuriyeti Milli Emlak Fonu Arasında Niyet Protokolü (16 Ağustos 1995).

Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Kırgız Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Ticaret ve Ekonomik İş Birliği Anlaşması (24 Ekim 1997).

Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti Arasında Gelir Üzerinden Alınan Vergilerde Çifte Vergilendirmeyi Önleme ve Vergi Kaçakçılığına Engel Olma Anlaşması (2 Temmuz 1999).

Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgızistan Cumhuriyeti Arasında Karma Ekonomik Komisyon Kurulmasına Dair Anlaşma (1995)

Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) I. Dönem Protokolü (14 Ekim 1997).

Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) II. Dönem Protokolü (13 Nisan 2001).

Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) III. Dönem Protokolü (14 Mayıs 2003).

Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Kırgız Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Uzun Vadeli Ticari ve Ekonomik İş Birliği Programı İcra Planı (14 Mayıs 2003).

Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) IV. Dönem Protokolü (5 Ağustos 2006).

Türkiye-Kırgızistan Karma Ekonomik Komisyonu (KEK) V. Dönem Protokolü (5 Eylül 2008).

Türkiye Cumhuriyeti ile Kırgız Cumhuriyeti Arasında Uzun Vadeli Ticari ve Ekonomik İş Birliği Programı İcra Planı (31 Ekim 2008).

Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması (9 Mayıs 2018).

Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Kırgız Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Ortak Gümrük Konseyi Kurulmasına İlişkin Mutabakat Zaptı (1 Eylül 2018).

Karma Ekonomik Komisyon 9. Dönem Protokolü (22 Ekim 2019).

3.3.2 Ülkeler Arasındaki İhracat- İthalat İlişkileri

Tablo 3.7'de görüldüğü gibi, Türkiye'nin Türk Dünyası ülkeleri ile dış ticareti incelendiğinde, 2020 yılı itibari ile dış ticaret hacminin en yüksek olduğu ülkenin 2.496.284.000 dolar ile Azerbaycan olduğu, en düşük ülkenin ise 508.706.000 dolar ile Kırgızistan olduğu görülmektedir. İkili ilişkilerde Türkiye dış ticaret fazlası verirken Kırgızistan açık vermektedir.

Tablo 3.7 2020 yılı Türkiye'nin Türk Dünyası ile dış ticareti (1000 $)

Ülkeler	**Kazakistan**	**Kırgızistan**	**Türkmenistan**	**Özbekistan**	**Azerbaycan**
İhracat	985.685	417.547	786.966	1.154.334	2.085.574
İthalat	1.180.549	91.159	319.387	969.984	410.710
Dış Ticaret Hacmi	2.166.234	508.706	1.106.353	2.124.318	2.496.284
Dış Ticaret Dengesi	-194.864	326.388	467.579	184.350	1.674.864

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 04.05.2022)

Tarihsel süreçte, Türkiye'nin Kırgızistan'a ihracatı dalgalı bir seyir göstermektedir. Tablo 3.8'de görüldüğü gibi, 2013 yılında 432 milyon dolar olan ihracat, 2014'te 467 milyon dolara ulaşmıştır. Fakat 2015'de azalış göstererek 317 milyon dolara kadar gerilemiştir. Daha sonra 2016 yılından itibaren artan bir hızla gerçekleşen ihracat 2019 yılından son dönemin en yüksek rakamı olan 442 milyon dolarak çıkmıştır.

Türkiye'nin Kırgızistan'dan ithalatında da benzer bir eğilim söz konusudur. 2013 yılında 106 milyon 980 bin dolar olan ithalat 2014'de 119 milyon 998 bin dolara çıkmıştır. 2018'de krizinde etkisiyle 64 milyon dolara kadar düşmüştür.

2013-2020 yılları arasında Türkiye-Kırgızistan dış ticaret hacmi dalgalı bir seyir göstermiş olup, Türkiye'nin sürekli dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir.

Tablo 3.8 Türkiye- Kırgızistan dış ticareti (1000 $)

Yıllar	İhracat (X)	İthalat (M)	Hacim (X+M)	Denge (X-M)	İhracat/ithalat oranı (X/M*100)
2013	432 301	106 805	539 106	325 496	404,7
2014	467 514	119 998	587 512	347 526	389,6
2015	317 222	117 702	328 994	199 520	269,5
2016	327 846	131 685	459 531	196 161	248,9
2017	379 072	155 124	534 196	223 948	244,3
2018	391 936	64 031	455 967	327 905	612,1
2019	442 043	77 244	519 287	364 799	572,2
2020	417 526	91 159	508 685	326 367	458

Kaynak: TÜİK (Erişim Tarihi: 11.08.2021)

Tablo 3.9 Kırgızistan'ın Türkiye'den mal ithalatı (ilk 5 Ürün) (1000 $)

Ürün Kodu	Ürün etiketi	TR'nin KRG'ye ihracatı	KRG'nin Dünyadan İthalatı	TR'nin dünyaya ihracatı
		2020	2020	2020
	Tüm ürünler	416 425	3 684 109	169 481 945
71	Kıymetli taşlar	84 217	4 862	6 693 011
60	Örme veya tığ işi kumaşlar	74 705	47 361	1 510 490
61	Örme veya tığ işi giyim eşyası ve aksesuarı	36 022	58 017	8 360 391
84	Makineler	25 635	325 694	16 783 473
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	22 635	32 841	6 578 268

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 03.03.2022)

Türkiye'nin Kırgızistan'a yaptığı ihracatta sanayi ürünleri ön plandadır. Bu ürünlerden en önemli kalem %20,22 oranıyla kıymetli taşlardır. Kırgızistan'a yapılan toplam ihracatımız içerisindeki ilk 5 ürün %58,41 oranıyla ihracatın büyük bir kısmını kapsamaktadır.

Tablo 3.10 Kırgızistan'dan Türkiye'ye mal ihracatı (ilk 5 Ürün) (1000 $)

Ürün Kodu	Ürün etiketi	TR'nin KRG'den ithalatı	KRG'nin dünyaya ihracatı	TR'nin dünyadan ithalatı
		2020	2020	2020
TOPLAM	Tüm ürünler	91 157	1 964 466	219 397 191
71	Kıymetli taşlar	25 063	1 010 840	26 589 807
52	Pamuk	24 813	26 916	2 542 976
07	Sebzeler	19 271	78 501	630 437

Tablo 3.10 Devamı

Ürün Kodu	Ürün etiketi	TR'nin KRG'den ithalatı	KRG'nin dünyaya ihracatı	TR'nin dünyadan ithalatı
99	Başka yerde belirtilmeyen emtialar	6 743	14 206	197 656
26	Cevher, cüruf ve kül	5 889	164 294	1 229 907

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 03.03.2022)

Tablo 3.10 Kırgızistan'ın Türkiye'ye yaptığı ihracatı göstermektedir. Türkiye Kırgızistan'dan ithalat yapan ülkeler sıralamasında 5. sırada yer almaktadır. Kırgızistan Türkiye'den en fazla kıymetli taşlar ve tekstil ürünleri ithal ederken, kıymetli taşlar ve pamuk ihraç etmektedir.

Türkiye 2020 yılında Kırgızistan'a %20,22 oranında kıymetli taşlar ihraç ederken, Kırgızistan'dan da %27,49 oranında kıymetli taş ithal etmiştir. Bu ithalatı %27,22 oranıyla pamuk ve %21,14 oranıyla sebzeler takip etmektedir. Bu 3 ürünün ihracat tutarı, Kırgızistan'ın Türkiye'ye olan toplam ihracatının yaklaşık %75,85'ini oluşturmaktadır. Buradan da anlaşılacağı üzere Kırgızistan Türkiye ile olan ticari ilişkisinden elde ettiği gelirlerin büyük bir kısmını bu 3 üründen elde etmektedir.

3.3.3 Türkiye- Kırgızistan tarımsal ürün ticareti

Türkiye'de tarımın önemi göreceli olarak azalmış olmasına rağmen, ülke içerisindeki gıda ihtiyacının karşılanması, istihdam, sanayi sektörüne girdi temini ve ihracat açısından hala büyük önem arz etmektedir (Yavuz, 2005:9).

Türkiye'de TÜİK verilerine göre 2019 yılında %92,8 olan il ve ilçe merkezlerinde yaşayanların oranı, 2020 yılında %93 olmuştur. Diğer yandan kırsal alanda yaşayanların oranı ise %7,2'den %7'ye düşmüştür.

Kırgızistan ise coğrafi konumu açısından verimli ve sulu topraklara sahiptir. Bu sebeple tarım sektörü en önemli sektörlerden biridir. Kırgızistan İstatistik Kurumu 2015 verilerine göre halkın %65'i kırsal alanda yaşamakta ve toplam nüfusun %30'u tarımda çalışmaktadır (Uulu vd., 2018:90).

Tablo 3.11 Türkiye'nin Kırgızistan'dan tarım ürünleri ithalatı (1000 $)

Ürün kodu	Ürün adı	2015	2016	2017	2018	2019	2020
0701	Patates	0	0	0	0	13	0
0709	Diğer sebzeler	0	13	0	0	0	0
0711	Salamura sebzeler	4 340	3 021	3 274	1 610	1 514	915
0713	Kuru baklagiller	13 962	9 531	10 705	9 366	30 102	18 356
0801	Hindistan cevizi ve Brezilya cevizi	0	45	0	0	0	0
0802	Diğer kuruyemişler	4 499	1 168	3 621	2 511	4 847	1 016
0805	Narenciye	0	0	0	0	0	15
0808	Elma, armut ve ayva	0	0	0	0	0	48
0811	Meyve ve kuruyemişler	2	9	0	0	0	0
0813	Kuru meyveler	649	557	390	314	1 280	1 041
5201	Pamuk	7 139	9 600	13 644	15 154	21 169	24 813

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 03.04.2022)

Tablo 3.11 ve 3.12 Türkiye – Kırgızistan tarım ticaretini göstermektedir. Türkiye Kırgızistan'dan sebze (07), meyve (08) ve pamuk (52) ithal ederken, Kırgızistan Türkiye'den sebze (07), meyve (08), çay, kahve baharatlar (09), tahıllar (10), kakao ürünleri (18), tütün ürünleri (24) ithal etmektedir.

2020 yılında Türkiye'nin Kırgızistan'dan ithal ettiği tarım ürünlerinin başında 24.813.000 dolar ile pamuk gelirken, Türkiye'nin Kırgızistan'a en çok ihraç ettiği tarım ürünü 950.000 dolar ile kuruyemiş olmuştur.

Genel olarak iki ülkenin dış ticaretine baktığımızda ithal ve ihraç edilen ürünlerin yıllar içerisinde dalgalı seyir izlediği görülmektedir. Bu durum iki ülke ticaretinde yaşanılan sorunlara, ekonomik krizlere ve son yıllarda tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi sürecine bağlanabilir.

Tablo 3.12 Kırgızistan'ın Türkiye'den tarım ürünleri ithalatı (1000 $)

Ürün kodu	Ürün adı	2015	2016	2017	2018	2019	2020
0701	Patates	0	0	0	0	63	0
0702	Domates	0	87	48	3	0	32
0705	Marul	0	0	0	0	0	1
0707	Salatalık	0	0	0	0	0	1
0709	Diğer sebzeler	3	14	15	6	0	59
0710	Dondurulmuş sebzeler	1	1	0	4	0	0
0711	Salamura sebzeler	0	24	12	6	0	0
0712	Kurutulmuş sebzeler	0	44	2	0	31	3
0713	Kuru baklagiller	307	376	223	104	90	140
0802	Hindistan cevizi ve Brezilya cevizi hariç kuruyemişler	10	0	0	138	1 421	950
0804	Tropikal meyveler	36	111	2	14	144	281
0805	Narenciye	374	319	479	515	383	868
0806	Üzüm	0	0	0	2	0	0
0807	Kavun, karpuz, papaya	0	5	0	0	0	0
0808	Elma, armut, ayva	34	0	0	0	0	128
0809	Nektarlar	0	10	2	5	158	0
0810	Çilekgiller	146	239	183	49	38	44
0813	Kuru meyveler	97	42	4	17	3	61
0901	Kahve	13	5	10	3	28	13
0902	Çay	18	13	48	6	31	43
0904	Piper cinsi biber	8	7	14	2	4	5
0905	Vanilya	1	0	0	1	2	0
0906	Tarçın	1	0	0	5	0	0
0907	Karanfil	0	0	2	8	0	0
0908	Küçük hindistan cevizi, topuz ve kakule	1	0	0	0	0	0
0909	Ardıç meyveleri	2	1	3	0	1	0
0910	Diğer baharatlar	6	8	12	13	2	47
1006	Pirinç	3	0	4	1	2	3
1005	Mısır	124	367	337	600	427	87
1803	Kakao ezmesi	9	3	7	0	0	0
1804	Kakao yağı	0	0	4	1	0	0
1805	Kakao tozu	22	10	59	57	38	61
1806	Kakaolu yiyecekler	936	827	1.257	696	1.227	789
2403	Tütün ikameleri	0	0	88	748	2.075	447
5201	Pamuk	2	0	0	0	0	0

Kaynak: TRADEMAP (Erişim Tarihi: 03.04.2022)

3.3.4 İki ülke arasındaki ticarette yaşanan sorunlar

Kırgızistan'daki idari uygulamaların yeterince açık ve net olmaması, bürokratik sürecin ağırlığı ve karmaşıklığı ülkeye gelecek dış yatırımlar açısından sorun yaratmaktadır (DEİK, 2012:22).

İki ülke arasındaki ticarette yaşanan sorunlara bakıldığında Kırgızistan ekonomisindeki problemlerin varlığı dikkat çekmektedir. Bu sorunlar kamu kesiminin yeterli seviyede gelir elde edememesi, yeterli sosyal güvenlik ağının oluşturulamaması ve nüfusun çoğunluğunun fakirlikle mücadele etmesi olarak sıralanabilmektedir. Dolayısıyla bir yandan az olan ülke nüfusu diğer yandan da fakirlik sorunu ülkedeki alım gücünü düşürmekte ve bu durum hedeflenen dış ticaret büyüklüğüne negatif yönde etki etmektedir. Ayrıca ülkede vergiden sorumlu kurumların fazla olması ve vergi kontrollerinin çok sık denetlenmesi iş çevrelerini hem önemli bir zaman kaybına uğratmakta hem de maliyet artışlarına neden olmaktadır. Bu sebeple kayıt dışı ekonomiler de çok büyük sorun teşkil etmektedir (ADASO, 2020:10).

Kırgızistan ekonomisinde finansman sağlamadaki sorunlar dış ticareti zorlaştıran bir başka nedendir. Kısa vadeli finansmanlar yüksek faizlerle verilmektedir. Bu nedenle firmalar ülke dışından kredi teminine yönlenmektedir. İhracat finansmanı da aynı derece zor olmakla birlikte ithalat bedelleri ve özel sektördeki işlemler ağırlıklı olarak nakit ödeme ile gerçekleştirilmektedir. Leasing sistemi, mevzuattaki sorunlar sebebiyle çalışmamaktadır ve akreditif uygulaması sınırlıdır (ADASO, 2020:11).

Ülkenin en büyük sorunlarından biri olan idari yapısı ve gelenekleri pazarlarda iş yapmayı oldukça zorlaştırmaktadır. Yolsuzluğu engellemeye yönelik kararlı adımların atılması gerekmektedir. Özellikle yargı sisteminde önemli değişikliklerin yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Şeffaflığın olmayışı yatırımcılar açısından önemli bir problem haline gelmiştir (DEİK, 2012:23).

Ticaretin yoğun olduğu pazarlarda Türk hazır giyim ürünleri tüccarlar tarafından Çin'e gönderilerek bire bir kopyalanarak üçte bir fiyatına tekrar Kırgız pazarlarına sunulmaktadır. Bu işlemin 3-4 hafta gibi kısa bir sürede tamamlanması Türk mallarının ülkedeki satış süresini 1 ayla sınırlandırmaktadır. Bununla birlikte Türkiye'den Kırgızistan gibi Orta Asya Ülkeleri'ne gönderilen ihracat ürünlerinin ağırlıklı olarak karayolu ile taşınması fiyatları olumsuz etkilemektedir. Türkiye menşeli malların fiyat bazında rekabetçi olmalarına rağmen nakliye ücretinin yüksekliği ve gümrüklerde karşılaşılan gayri resmi ödemeler ürünlerin rekabetine negatif etki yaratmaktadır (ADASO, 2020:11).

4. TARIMSAL ÜRÜN BAZINDA ÜLKELERİN REKABET GÜÇLERİNİN ANALİZİ

Bu bölümde önce konu ile ilgili literatür özetlenmiş, daha sonra çalışmanın amacı ve önemi vurgulanmış, yöntemi ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Analiz sonrası elde edilen bulgular tablolar halinde verilmiştir.

4.1 Literatür

Konu ile ilgili literatürde, rekabet gücünü hem tarım hem de farklı sektör ve ülkeler bağlamında ölçen çalışmalara yer verilmiştir. İncelenen çalışmalar tarihlerine göre sıralanmıştır.

Altay ve Gürpınar (2008) çalışmalarında karşılaştırmalı avantaj endekslerinden Balassa ve Vollrath endekslerini Türk mobilya sektörüne uygulamışlardır. 2001 ve 2016 yılları incelenen çalışmada Balassa Endeksi, Nispi İhracat Avantajı Endeksi (RXA), Nispi İthalat Avantajı Endeksi (RMA), Nispi İhracat Ticaret Endeksi (RTA) vb. endeksler kullanılmıştır. Analiz sonucunda, Türk mobilya sektörünün rekabetçi konumunun zaman içerisinde güçlendiğini ancak sektörün rekabet gücünü geliştirmek ve bu üstünlüğü koruyabilmek için doğrudan üretime ve maliyet kontrolüne odaklanılmasından ziyade, Ar-Ge, tasarım ve pazarlama gibi unsurların üzerinde yoğunlaşılması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Kelleci Ürüt (2009) yaptığı çalışmada, 1990-2005 yılları için, AB-14 ve Türkiye'nin Balassa Endeksi'ne (RCA) göre tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet güçlerini analiz etmiştir. Bu hesaplamalar sonucunda tekstil ve hazır giyim sektöründe Türkiye'nin var olan rekabet gücünün yıllar içerisinde azaldığı sonucuna ulaşmıştır. Aynı zamanda çalışmanın temel amacı olan enerji fiyatlarının rekabet gücüne etkisini ortaya koyabilmek için Balassa Endeksi rekabet gücünün göstergesi olarak panel veri analizine dâhil edilmiştir. Ekonometrik analiz sonucunda ise enerji fiyatlarının rekabet gücü üzerinde olumsuz etki gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Erkan (2011), Türkiye ve diğer N-11 ülkeleri için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarını STIC Teknoloji Sınıflandırmasına göre hesapladığı çalışmasında, Balassa Endeksi'ni kullanmıştır. 1993-2009 yılları için yapılan analizlerin sonucunda Türkiye'nin küresel piyasalardaki ihracat payının yükselmesinde emek yoğun malların yanı sıra sermaye yoğun mallarında önemli etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca N-11 ülkeleri daha çok hammadde ve emek yoğun ürünlerin ihracatında yüksek avantaja sahipken Filipinler'in, katma değeri yüksek malların ihracatında karşılaştırmalı avantaj üstünlüğünü elinde bulundurduğu görülmüştür. İlk sıradaki Filipinler'i takiben Güney Kore ve Meksika gelmektedir.

Iqbal vd. (2013), çalışmalarında Pakistan'daki pamuk sektörünün 1970-2010 yılları arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğünü incelemişlerdir. Balassa ve White Endekslerinin kullanıldığı araştırmada, Pakistan'ın pamuk sektöründe orta ve güçlü düzeylerde karşılaştırmalı avantaja sahip olduğu tespit edilmiştir.

Startienėa ve Remeikienėa (2013), çalışmalarında Litvanya endüstrisinin küresel piyasalardaki rekabet gücünü 2007-2011 dönemi için Balassa Endeksi ve Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi ile analiz etmişlerdir. Bu analiz sonuçlarına göre; Litvanya gıda, kimyasallar, ahşap ve tekstil sanayinde güçlü rekabetçi pozisyonundadır.

Eşiyok (2014), yaptığı çalışmada Türkiye – AB arasındaki dış ticaretin teknolojik yapısını incelemiştir. 2008-2013 yılları incelenen araştırmada Liesner, Balassa ve Vollrath Endeksleri kullanılmıştır. Eşiyok'un tespit ettiği sonuçlara göre Türkiye AB karşısında ileri teknoloji içeren sektörlerde düşük rekabet gücüne sahipken düşük teknolojili sektörlerde yüksek rekabet gücüne sahiptir.

Reyes (2014), çalışmasında 2007-2011 dönemi için ilk 6 ASEAN ülkesinin tüm sektörlerdeki açıklanmış karşılaştırmalı avantajını incelemiştir. Balassa ve Lafay Endekslerinin kullanıldığı araştırmada Brunei'nin petrol, Endonezya ve Malezya'nın hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağlar, bölünme ürünleri ve benzeri ürünlerde, Filipinler'in elektrik ve elektronik ekipmanlarında, Singapur'un organik

kimyasallarda ve son olarak Tayland'ın demiryolu ve tramvay dışındaki araçlarda karşılaştırmalı avantaja sahip olduğu tespit edilmiştir.

Yalçınkaya vd. (2014), Türkiye – Çin dış ticareti üzerine açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ekseninde rekabet gücü üzerine bir araştırma yapmışlardır. Balassa Endeksi yardımıyla 2002-2013 yılları analiz edilen çalışmada sonuç olarak Türkiye'nin metal cevheri madenciliği endüstrisinin en yüksek rekabet gücüne sahip endüstri olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca Türkiye'nin imalat sanayi sektörünün hesaplanan 30 endüstri dalından sadece 5'inde rekabet gücüne sahip olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla Türkiye'nin Çin karşısında en düşük rekabet gücüne sahip olduğu sektörün imalat sanayi olduğu görülmüştür.

Türker (2017), çalışmasında Türkiye'nin demir- çelik endüstrisindeki değişimini 1989- 2016 yılları için analiz etmiştir. Balassa Endeksi ile yapılan analizlerde iki önemli sonuç ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlardan ilki, analiz edilen yıllar sürecinde Türkiye sektörde karşılaştırmalı üstünlüğünü korumuştur. İkinci sonuç ise, önceki yıllara göre son zamanlarda Türkiye'nin demir- çelik sektöründe rekabet gücü indeks değerinin azaldığıdır.

Aydın ve Basimov (2018), MINT (Meksika, Endonezya, Nijerya ve Türkiye) ülkelerindeki tarım sektöründeki uzmanlaşma ve dış ticareti 2002-2015 dönemleri için incelemişlerdir. Yöntem olarak Balassa Endeksi ve Lafay Endeksi kullanılan araştırmanın bulgularına göre, Endonezya'nın hayvansal ve bitkisel yağlarda, Meksika'nın yaş sebzelerde, Nijerya'nın kakao ve kakao müstahzarlarında ve son olarak Türkiye'nin yaş meyveler ve değirmencilikte yüksek karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bakkalcı (2018), Küresel Ekonomik Sistemde Türk Tekstil Sektörünün Ürün Haritalaması Modeliyle Analizi adlı makalesinde Türkiye'nin 2001-2016 yıllarındaki tekstil sektörünü Balassa Endeksi, Lafay Endeksi ve Laursen Endeksi ile analiz etmiştir. Bu analizler sonucunda sektörde ihracat bakımından önde gelen Çin ve AB'nin yanı sıra Türkiye'nin de sektörün hammadde ihracatçısı olarak öne çıktığını belirtmiştir.

Kılıç (2018), Türkiye'deki pamuk sektörünün uluslararası rekabet gücünü analiz ederek, 2000-2009 ve 2010-2016 dönemlerini karşılaştırmıştır. Çalışmasında Balassa ve Vollrath Endekslerini kullanmıştır. Sonuç olarak pamuk sektöründe 2000-2009 yılları arasında Avustralya, ABD, Yunanistan ve Brezilya'nın karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu, 2010-2016 yıllarında ise Avustralya, Hindistan, Pakistan, Yunanistan, ABD ve Brezilya'nın karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmüştür. Her iki dönemde de Türkiye'nin pamuk sektöründe karşılaştırmalı avantajı tespit edilememiştir.

Madiyarova vd. (2018), çalışmalarında Kazakistan'daki ürünlerin rekabet gücünü 2001-2006 yılları için hesaplamışlardır. Balassa Endeksi kullanılan araştırmanın sonucuna göre, Kazakistan'ın ihraç ettiği ürünlerin birçoğunun düşük rekabet avantajına sahip olduğu, rekabet gücü yüksek ürünlerin payının ise gittikçe azaldığı tespit edilmiştir. Kazakistan'ın diğer ülkelerle entegrasyonu analiz edildiğinde ise; gıda sanayinde ve tarım sektöründe zayıflayan rekabetçi bir konumunun olduğu görülmüştür.

Ünlü (2018), çalışmasında Türkiye ve BRICS (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika Cumhuriyeti) ülkeleri için imalat sanayinin rekabet gücündeki değişimin teknoloji yoğunluğuna göre ölçülmesinde Balassa Endeksi'ni kullanmıştır. 1996-2017 yılları için yapılan bu analizde, Türkiye ve BRICS ülkelerinin çoğunlukla düşük ve orta teknolojili mallarda rekabet avantajına sahip olduğu görülmüştür. Türkiye ve Çin bağlamında yapılan değerlendirmede ise, Türkiye'nin düşük ve orta teknolojili malların ihracatında avantaja sahip olduğu, Çin'in ise daha çok yüksek teknolojili mallarda rekabet üstünlüğüne sahip olduğu vurgulanmıştır.

Çelik vd. (2019), çalışmalarında Türkiye'deki kiraz ticaretini ve karşılaştırmalı avantajını incelemişlerdir. 2001-2007 dönemlerini kapsayan çalışmalarında Balassa Endeksi ve Vollrath Endekslerini kullanmışlar ve dünyanın en büyük kiraz ihracatçısı olan 12 ülkeyi (ABD, Hong Kong, Türkiye, İspanya, Avusturya, Özbekistan, Yeni Zelanda, Kanada, Yunanistan, Hollanda, İtalya, Avustralya) incelemişlerdir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, Türkiye'nin incelenen ülkeler arasında kiraz

ihracatında büyük bir karşılaştırmalı avantaja sahip olduğu fakat bu avantajının son yıllarda nispeten azaldığı tespit edilmiştir.

Çeştepe ve Zorlu (2019), çalışmalarında Türkiye ve ŞİÖ (Şanghay İşbirliği Örgütü) bölgesi ülkelerinin, ihracatta uzmanlaşma ve rekabet düzeyleri ürün ve Lall tabanlı teknolojik gruplar açısından karşılaştırarak analiz edilmiştir. 1993-2015 dönemlerini kapsayan çalışmada yöntem olarak Balassa Endeksi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, Türkiye'nin düşük ve orta teknolojili ürünler ile kaynak tabanlı ürünlerde karşılaştırmalı avantaja sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer ülkelerden Rusya Federasyonu, Kazakistan ve Kırgızistan'ın birincil ve kaynak tabanlı ürünlerde, Hindistan'ın birincil, kaynak tabanlı ve düşük teknolojili ürünlerde, Çin'in düşük ve orta teknolojili ürünlerde, Pakistan'ın ise düşük teknolojili ve birincil ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmüştür.

Hüseyni (2019), yaptığı çalışmada Türkiye'den Almanya'ya yapılan ihracatı 2008-2017 yılları için Balassa Endeksi ile analiz etmiştir. Sonuç olarak Türkiye'nin Almanya'ya karşı 1 ürün grubunda çok iyi, 22 ürün grubunda iyi, 19 ürün gurubunda zayıf ve 53 ürün grubunda ise kötü performans gösterdiği tespit edilmiştir.

Kuşat ve Kuşat (2019), Türkiye ve beş lider ülke için su ürünleri sektörünü incelediği çalışmasında Balassa Endeksi ve Karşılaştırmalı İhracat Performansı (CEP) endekslerini kullanmıştır. 2013-2017 yılları incelenen çalışmada su ürünleri sektöründe Balassa Endeksi'ne göre en yüksek rekabet gücüne sahip ülkenin Hindistan ve en düşük rekabet gücüne sahip ülke grubunun ise AB-28 olduğu görülmüştür. Türkiye'nin ise bu sektörde yüksek rekabet gücüne sahip olduğu vurgulanmıştır. CEP endeksi sonuçlarına göre ise; Türkiye'nin sadece AB-28 karşısında rekabet avantajına sahip olduğu tespit edilmiştir.

4.2 Analizin Amacı ve Önemi:

Analizin amacı, tarımsal ürün bazında Türkiye ve Kırgızistan'ın hem karşılıklı hem de dünya piyasası bağlamında rekabet gücünü hesaplayıp karşılaştırarak, mevcut durumu ortaya koymak ve bu bağlamda ilerleyen süreçte ticari ilişkilerin yönü hakkında politika önerileri getirmektir.

Son dönemde tarım alanında kendi kendine yeterliliğini kaybetmeye başlamış Türkiye'nin, tarım ürünleri alanındaki rekabet gücünün ölçülmesi ve buna bağlı olarak politika üretilmesi önemli bir konudur. Bu kapsamda çalışmada, tarım ürünleri alanında Türkiye'nin rekabet gücü, kardeş ülke olan Kırgızistan ile karşılaştırılarak ölçülecek bu sayede mevcut durumun daha iyi analiz edilebilmesi imkânına kavuşulacaktır. Pandemi döneminde ülkelerin karşılaştıkları gıda arzı sıkıntısı tarım sektörünün önemini daha da arttırmıştır. Ülkelerin tarım ürünleri bağlamında rekabet güçlerinin doğru tespiti ve bu çerçevede uygulanacak etkin politikalar ticari ilişkilerin daha da geliştirilmesine dolayısıyla gıda arzı sıkıntılarının önlenmesine katkı sağlayacaktır.

Türkiye ile ilgili çalışmalarda genellikle karşılaştırmalı üstünlük endeksleri olarak Balassa ve Vollrath Endeksleri kullanılmıştır. Çalışmamızda bu endekslere ek olarak Yu ve arkadaşları tarafından geliştirilen $\Delta NRCA^{1\text{-}2}{}_j$ endeksi ile hesaplama yapılmıştır. Ayrıca Türkiye ve Kırgızistan'ın tarım ürünleri rekabeti ile ilgili daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

4.3 Yöntem ve Materyal

Çalışmada Türkiye ve Kırgızistan'ın tarım sektörlerinin karşılaştırılmasında RCA, RXA, RMA, RC ve $\Delta NRCA_j^{1-2}$ rekabet gücü endeksleri kullanılmıştır. Bu endeksler açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı doğrultusunda ülkelerin rekabet gücü analizlerini ortaya koymaktadır.

1. Balassa Endeksi (RCA_{ij})

Balassa (1965), Liesner tarafından kullanılan endeksi geliştirmiş ve bu endeks uluslararası ticarette uzmanlaşmayı ölçme konusunda kullanılmaya başlanmıştır (Laursen 1998'den aktaran Altay ve Gürpınar, 2008:263). Endekse göre;

$$\boldsymbol{RCA_{ij}} = \frac{\boldsymbol{X_{ij}}}{\boldsymbol{X_{it}}} \Big/ \frac{\boldsymbol{X_{wj}}}{\boldsymbol{X_{wt}}}$$

X_{ij}: İ ülkesinin J malı ihracatı

X_{it}: İ ülkesinin toplam ihracatı,

X_{wj}: Dünya J malı ihracatı

X_{wt}: Dünya toplam ihracatı

Endeksin 1'den büyük olması, ülkenin ilgili malda rekabet gücünün olduğu, 1'den küçük olması ise karşılaştırmalı avantajın olmadığı anlamına gelir (Bakkalcı, 2018:577).

RCA, 0 ile 1 arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlüğün olmadığını,

RCA, 1 ile 2 arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlüğün düşük düzeyde olduğunu,

RCA, 2 ile 4 arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlüğün orta düzeyde olduğunu,

RCA, 4 ile ∞ arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlüğün yüksek olduğunu göstermektedir (Erkekoğlu, Kılıçarslan ve Göknar, 2014:10).

Vollrath (1991) Balassa Endeksi'nin ihracat verilerinin çift sayımına neden olduğunu varsayarak 3 farklı ölçüm türetmiştir (Akyüz, 2019:167). Bunlar Nispi İhracat Avantajı Endeksi (RXA), Nispi İthalat Avantajı Endeksi (RMA) ve Açıklanmış Rekabet Gücü Endeksi (RC)'dir.

2. Nispi İhracat Avantajı Endeksi (RXA)

Bu endeks, "j" malında "İ" ülkesinin uluslararası pazarlarda sahip olduğu ihracat payının diğer tüm ürünlerde dünya ihracatında sahip olduğu paya oranı şeklinde açıklanabilir (Frohberg ve Hartmann (1997)'den aktaran Altay ve Gürpınar, 2008:263).

Endeks şu şekilde gösterilmektedir (Erkan, 2009:12);

$$RXA^{j}_{kt} = \frac{X^{j}_{kt}}{X^{j}_{-kt}} / \frac{X^{-j}_{kt}}{X^{-j}_{-kt}}$$

X^{j}_{kt}= "t" döneminde "k" malında (sektöründe) "j" ülkesinin ihracatı

X^{j}_{-kt}= "t" döneminde "k" malı (sektörü) haricindeki "j" ülkesinin toplam ihracatı

X^{-j}_{kt}= "t" döneminde $X^{j}_{k,t}$ hariç "k" malında (sektöründe) dünya ihracatı

X^{-j}_{-kt}= "t" döneminde $X^{-j}_{k,t}$ ve $X^{j}_{-k,t}$ haricinde dünya toplam ihracatı

Yapılan hesaplama sonucunda Nispi İhracat Avantajı Endeksi (RXA) 1'den büyükse ülkenin hesaplanan mal grubundaki ihracat payının, karşılaştırılan dünya ya da diğer ülke grupları ihracat payından büyük olduğu anlamına gelir (Akyüz, 2019:168).

lnRXA'nın 0,5 ile ∞ arasında değer alması durumunda göreceli avantajın yüksek olduğu varsayılırken, lnRXA'nın, -0,5 ile 0,5 arasında değer alması göreceli avantajın orta düzeyde, lnRXA'nın -∞ ile -0,5 arasında değer alaması durumunda ise göreceli üstünlüğün düşük düzeyde olduğu varsayılır (Erkekoğlu, Kılıçarslan ve Göknar, 2014:17).

3. Nispi İthalat Avantajı Endeksi (RMA)

RMA endeksinin RXA endeksinden farkı; RXA endeksinde ihracat verileri kullanılırken RMA endeksinde ise ithalat verileri kullanılmaktadır ve yorumlanırken RXA endeksinin tersine sonucun 1'den büyük çıkması dezavantajı göstermektedir. Başka bir ifadeyle, RMA Endeksi belli bir sektörün ithalatının ülke ithalatı içindeki payının, o sektörün dünyadaki ithalatının dünya toplam ithalatındaki payına oranıdır (Altay ve Gürpınar, 2008:264).

Endeks şu şekilde gösterilmektedir (Erkan,2009:13);

$$RMA_{kt}^{j} = \frac{M_{kt}^{j}}{M_{-kt}^{j}} / \frac{M_{kt}^{-j}}{M_{-kt}^{-j}}$$

M_{kt}^{j}= "t" döneminde "k" malında (sektöründe) "j" ülkesinin ithalatı

M_{-kt}^{j}= "t" döneminde "k" malı (sektörü) haricindeki "j" ülkesinin toplam ithalatı

M_{kt}^{-j}= "t" döneminde $M^{j}_{k,t}$ hariç "k" malında (sektöründe) dünya ithalatı

M_{-kt}^{-j}= "t" döneminde $M^{-j}_{k,t}$ ve $M^{j}_{-k,t}$ haricinde dünya toplam ithalatı

4. Açıklanmış Rekabet Gücü Endeksi (RC)

Bu endeks ile ortaya konulan rekabet avantajı nispi ihracat ve ithalat avantajlarının önemi ile ağırlıklandırılan bir göstergedir. Bu şekilde bir malın ihraç ya da ithaline dair çok küçük değerlerin endeks üzerindeki etkisi ortadan kalkmaktadır (Altay ve Gürpınar, 2008:264). Ürün gruplarının arz ve talep dengesini göstermesi sebebi ile Vollrath (1991) tarafından daha işlevsel nitelikte bir endeks olduğu savunulan Açıklanmış Rekabet Gücü Endeksi (RC) değerinin, pozitif olması rekabet avantajının var olduğu anlamına gelmektedir (Akyüz, 2019:168).

$$RC = LNRXA_{ij} - LNRMA_{ij}$$

Balassa'nın RCA endeksindeki eksiklikleri gidermek için birçok alternatif RCA endeksleri önerilmiştir. Bunlardan bazıları Vollrath (1991), Laursen (1998), Proudman ve Redding (1998), Hoen ve Oosterhaven (2006) tarafından önerilmiştir. Yu vd. (2009) bu endekslerin Balassa'nın RCA endeksinin belirli yönlerini geliştirdiklerini fakat hiçbirinin başarıyla alan ve zaman içinde karşılaştırılabilir olan genel bir endeks olmadığını varsayarak yeni bir endeks geliştirmişlerdir (Yu vd., 2009:268).

5. Normalleştirilmiş Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi

NRCA endeksi, bir ülkenin ihracatının, dünya ihracat pazarına göre nispi ölçeği bakımından karşılaştırmalı avantaj-nötr seviyesinden sapma derecesini ölçmekte ve bu nedenle, karşılaştırmalı üstünlüğün uygun bir şekilde gösterilmesini sağlamaktadır (Yu vd., 2009:270).

$$NRCA_j^i \equiv \Delta E_j^i / E = E_j^i / E - E_j E^i / E E$$

E = Dünya toplam ihracat payı

E^i = i ülkesinin toplam ihracat payı

E_j = j malının toplam ihracat payı

E_j^i = i ülkesinin j malı ihracatını gösterir.

Bu denkleme göre $NRCA_j^i > 0$ olduğu durumlarda ülkenin gerçekleşen mal ihracatı j (E_j^i) 'in karşılaştırmalı üstünlük-nötr seviyesinden ($\hat{E}_j^i$) daha yüksek olduğunu gösterir. Yani ülkenin j malında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu belirtmektedir (Yu vd., 2009:271). Yu ve arkadaşları NRCA endeksini hesaplarken alan ve zaman etkisini göz önünde bulundurarak 3 farklı karşılaştırma yöntemi geliştirmişlerdir. Çalışmamızda bunlardan çapraz ülke karşılaştırması kullanılmıştır.

Çapraz Ülke Karşılaştırması

Bu karşılaştırmaya göre NRCA puanlarının ülkeler arası karşılaştırması, iki ülkenin bir malda sahip olduğu göreceli uzmanlaşma seviyesini temelde karşılaştırmaktadır. $\Delta NRCA_j^{1-2} > 0$ olduğu durumlarda, 1 numaralı ülkenin dünyadaki ortalama uzmanlık seviyesine göre j malında uzmanlık seviyesinin 2 numaralı ülkedeki j malına göre göreceli uzmanlık seviyesinden daha güçlü olduğunu gösterir (Yu vd., 2009:275)

$$\boldsymbol{NRCA2 = \Delta NRCA_j^{1-2} \equiv NRCA_j^1 - NRCA_j^2 = \frac{E_j}{E}\left[\left(\frac{E_j^1}{E_j} - \frac{E^1}{E}\right) - \left(\frac{E_j^2}{E_j} - \frac{E^2}{E}\right)\right]}$$

E_j^1 = 1 numaralı ülkenin j malı ihracatı

E^1 = 1 numaralı ülkenin toplam mal ihracatı

E = dünyanın toplam mal ihracatı

E_j^2 = 2 numaralı ülkenin j malı ihracatı

E_j = dünyadaki toplam j malı ihracatı

E^2 = 2 numaralı ülkenin toplam mal ihracatını göstermektedir.

Çalışmada Türkiye ve Kırgızistan'ın tarım sektörünün rekabet gücünü belirlemek için RCA, RXA, RMA, RC ve $\Delta NRCA_j^{1-2}$ yani çapraz ülke karşılaştırılması endeksleri kullanılmıştır. Her bir endeks için 4 basamaklı ürün grubuna göre 56 ürünün 2010-2019 dönem endeks sonuçları tek tek incelenmiş olup söz konusu dönemlerin aritmetik ortalamaları üzerinden analiz yorumları yapılmıştır.

Çalışmanın Materyalleri

Araştırmada ülkelerin uluslararası rekabet avantajını belirlemek için yıllık ithalat ve ihracat verileri ile dünya ticaret verileri, Birleşmiş Milletler İstatistik Kurumu'nun yayımladığı dünyanın en geniş veri tabanı olan COMTRADE (Trade Map/ ITC)'den alınmıştır. Analizler 2010-2019 dönemini kapsamaktadır.

4.4 Bulgular

Ülkelerin rekabet güçlerini belirlemek amacıyla yenilebilir sebzeler, kök ve yumrular (07), meyve ve kuruyemişler (08), kahve, çay ve baharatlar (09), tahıllar (10), kakao ve kakao ürünleri (18), tütün ürünleri (24) ve pamuk (52) ürün grupları analiz edilmiştir.

Tablo 4.1 Türkiye'nin yenilebilir sebzeler, kök ve yumrular (07) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	Ürün Adı	RCA	RXA	RMA	RC	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
0701	Patates	0,540925	0,539646	0,391229	0,45745	15 052 969
0702	Domates	4,948113	5,143689	0,004447	6,880456	-7,2E+07
0703	Soğan vb. alliaslı sebzeler	0,580405	0,578622	0,124171	1,964547	7 405 818
0704	Lahanalar vb.	0,159991	0,158835	0,007193	3,650278	15 162 625
0705	Marul ve hindiba	0,105234	0,104449	0,011771	2,195577	14 497 494
0706	Yenilebilir kökler,	0,71724	0,715729	0,000646	#SAYI!	9 791 349
0707	Salatalık	2,786583	2,840299	0,002725	#SAYI!	-3,8E+07
0708	Kabuklu baklagiller,	0,148976	0,14791	0,000207	#SAYI!	14 034 857
0709	Diğer sebzeler	1,341153	1,345434	0,011777	4,262109	-4 520 416
0710	Dondurulmuş sebzeler	1,104306	1,10546	0,142745	1,928822	2 156 084
0711	Salamura sebzeler	1,451308	1,460995	1,698513	-0,20373	-6 882 661
0712	Kuru sebzeler,	2,072538	2,094084	0,394733	1,455646	-2,9E+07
0713	Kuru baklagiller,	3,509709	3,598627	2,596159	0,41167	-1,5E+07
0714	Maniok, vb. kökler	0,002261	0,002242	0,152901	-1,44147	14 967 102

Tablo 4.2 Kırgızistan'ın yenilebilir sebzeler, kök ve yumrular (07) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	Ürün Adı	RCA	RXA	RMA	RC	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
0701	Patates	15,15983	15,28123	0,496574	3,615747	-15 052 969
0702	Domates	1,403752	1,406803	1,293298	0,03129	71 839 211
0703	Soğan vb. alliaslı sebzeler	8,522692	8,559867	0,645208	2,731136	-7 405 818
0704	Lahanalar vb. yenilebilir brassicalar,	9,424481	9,453016	0,359111	3,559761	-15 162 625
0705	Marul ve hindiba	0,055022	0,055014	0,008884	#SAYI!	-14 497 494
0706	Yenilebilir kökler,	29,89852	30,15249	1,516287	5,03151	-9 791 349
0707	Salatalık	2,402649	2,408816	1,632821	-0,12801	37 674 083
0708	Kabuklu baklagiller	1,933225	1,934896	0,020761	#SAYI!	-14 034 857
0709	Diğer sebzeler	1,319446	1,320657	0,299813	1,608557	4 520 416
0710	Dondurulmuş sebzeler	0,16268	0,162633	0,035333	1,174803	-2 156 084
0711	Salamura sebzeler	26,04029	26,13545	0,184278	#SAYI!	6 882 661
0712	Kuru sebzeler	0,734814	0,734787	0,121331	1,859539	28 509 103
0713	Kuru baklagiller	56,93378	59,16689	0,544087	5,051194	14 914 743
0714	Maniok, tatlı patates vb.			0,012189	#SAYI!	-14 967 102

Tablo 4.1'de yer alan Türkiye'nin 2010-2019 analiz sonuçları ortalamaları incelendiğinde; Türkiye'nin RCA endeksine göre karşılaştırmalı avantajının olduğu tarım ürünleri; 0702 (Domates), 0707 (Salatalık), 0709 (Diğer sebzeler), 0710 (Dondurulmuş sebzeler), 0711 (Salamura sebzeler), 0712 (Kurutulmuş sebzeler), 0713 (Kuru baklagiller)'tür. Bu ürünlerden domates uluslararası piyasada rekabet açısından yüksek avantaj sağlarken salatalık, kuru sebzeler ve kuru baklagiller orta avantaj

sağlamaktadır. Düşük avantaja sahip ürünler ise; diğer sebzeler, dondurulmuş sebzeler, salamura sebzelerdir.

Tablo 4.2'de Kırgızistan'ın yenilebilir sebzeler, kök ve yumrular ürün grubuna göre 2010-2019 analiz sonuçları ortalamaları listelenmiştir. Kırgızistan'ın RCA endeksine göre karşılaştırmalı avantajının olduğu tarım ürünleri; 0701 (Patates), 0702 (Domates), 0703 (Soğan vb. sebzeler), 0704 (Lahanalar), 0706 (Yenilebilir kök sebzeler), 0707 (Salatalık), 0708 (Kabuklu baklagiller), 0709 (Diğer sebzeler), 0711 (Salamura sebzeler), 0713 (Kuru baklagiller)'tür.

Kırgızistan'ın avantajlı olduğu ürünlerden patates, soğan vb. sebzeler, lahanalar, yenilebilir kök sebzeler, salamura sebzeler, kuru baklagiller de yüksek avantaja sahiptir. Bunun yanı sıra salatalıkta orta düzeyde avantaja sahipken domates, kabuklu baklagiller ve diğer sebzelerde düşük avantaja sahiptir.

Tablo 4.1'e göre Türkiye'nin RXA endeksi için 2010-2019 döneminde karşılaştırmalı avantaja sahip olduğu tarım ürünleri; 0702 (Domates), 0707 (Salatalık), 0709 (Diğer sebzeler), 0710 (Dondurulmuş sebzeler), 0711 (Salamura sebzeler), 0712 (Kurutulmuş sebzeler), 0713 (Kuru baklagiller)'tür.

Tablo 4.2'de Kırgızistan'ın RXA endeksine göre karşılaştırmalı avantaj sahibi olduğu tarım ürünleri; yenilebilir sebzeler, bazı kök ve yumrularda karşılaştırmalı avantaj sahibi olduğu tarım ürünleri; 0701 (Patates), 0702 (Domates), 0703 (Soğan vb. sebzeler), 0704 (Lahanalar), 0706 (Yenilebilir kök sebzeler), 0707 (Salatalık), 0708 (Kabuklu baklagiller), 0709 (Diğer sebzeler), 0711 (Salamura sebzeler), 0713 (Kuru baklagiller)'tür.

Görüldüğü üzere RXA ve RCA endeksleri birbirlerine çok yakın sonuçlar verdiği için Türkiye ve Kırgızistan'ın iki endeks karşılaştırmasına göre avantajlı olduğu ürünlerde bir farklılık saptanmamıştır. Ayrıca Kırgızistan'da 0714 (Maniok, tatlı patates vb. kökleri ve yumruları) ürününün ihracatı yapılmamaktadır.

RMA endeksine göre Türkiye'nin avantajlı olduğu tarım ürünleri; 0701 (Patates), 0702 (Domates), 0703 (Soğan vb. sebzeler), 0704 (Lahanalar), 0705 (Marul), 0706

(Yenilebilir kök sebzeler), 0707 (Salatalık), 0708 (Kabuklu baklagiller), 0709 (Diğer sebzeler), 0710 (Dondurulmuş sebzeler), 0712 (Kurutulmuş sebzeler), 0714 (Maniok, ararot, salep vb. kök ve yumrular)'tür. Yine RMA endeksine göre, Kırgızistan'ın avantajlı olduğu ürünler; 0701 (Patates), 0703 (Soğan vb. sebzeler), 0704 (Lahanalar), 0705 (Marul), 0708 (Kabuklu baklagiller), 0709 (Diğer sebzeler), 0710 (Dondurulmuş sebzeler), 0711 (Salamura sebzeler), 0712 (Kurutulmuş sebzeler), 0713 (Kuru baklagiller) ve 0714 (Maniok, ararot, salep vb. kök ve yumrular)'tür.

Yenilebilir sebzeler, bazı kök ve yumrular ürün grubunda Türkiye'nin RC endeksine göre karşılaştırmalı avantajının olduğu tarım ürünleri; 0701 (Patates), 0702 (Domates), 0703 (Soğan vb. sebzeler), 0704 (Lahanalar), 0705 (Marul), 0709 (Diğer sebzeler), 0710 (Dondurulmuş sebzeler), 0712 (Kurutulmuş sebzeler) ve 0713 (Kuru baklagiller)'tür. Aynı endeks kapsamında Kırgızistan'ın karşılaştırmalı avantajının olduğu tarım ürünleri; 0701 (Patates), 0702 (Domates), 0703 (Soğan vb. sebzeler), 0704 (Lahanalar), 0706 (Yenilebilir kök sebzeler), 0709 (Diğer Sebzeler), 0710 (Dondurulmuş sebzeler), 0712 (Kurutulmuş sebzeler), 0713 (Kuru baklagiller)'tür.

Tablo 4.1'de yer alan $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeksi sonuçları incelendiğinde Türkiye yenilebilir sebzeler, bazı kök ve yumrular ürün grubunda Kırgızistan'a karşı 0701 (Patates), 0703 (Soğan vb. sebzeler), 0704 (Lahanalar), 0705 (Marul), 0706 (Yenilebilir kök sebzeler), 0708 (Kabuklu baklagiller), 0710 (Dondurulmuş sebzeler), 0714 (Maniok, ararot, salep vb. kök ve yumrular) kodlu ürünlerde karşılaştırmalı avantaja sahiptir. Buna karşın Tablo 4.2'deki sonuçlara göre ise 0702 (Domates), 0707(Salatalık), 0709 (Diğer sebzeler), 0711 (Salamura sebzeler), 0712 (Kurutulmuş sebzeler), 0713 (Kuru baklagiller)'de Kırgızistan'ın Türkiye'ye göre uluslararası piyasalarda karşılaştırmalı avantajı bulunmaktadır. Burada $\Delta NRCA_j^{1-2}$endeksinde Tablo 4.1'deki negatif sonuçlar Tablo 4.3'deki pozitif sonuçlar ile örtüşmektedir. Bu da analizin sağlamasını vermektedir. $\Delta NRCA_j^{1-2}$'ye göre bir tarafın avantajı diğerinin dezavantajıdır.

Tablo 4.3 Türkiye'nin meyve ve kuruyemişler (08) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	Ürün Adı	RCA	RXA	RMA	RC	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
0801	Hindistancevizi, Brezilya fıstığı ve kaju fıstığı	0,015744	0,015604	0,449544	-3,48577	15 076 690
0802	Diğer fındıklar	10,00745	10,94688	1,417894	2,177733	-1,5E+08
0803	Muz	0,103019	0,103047	0,603145	#SAYI!	15 062 471
0804	Tropikal meyveler	3,329814	3,403617	0,282767	2,228781	-3,9E+07
0805	Turunçgiller	8,26704	8,87376	0,106036	3,947895	-1,2E+08
0806	Üzümler	8,021356	8,572092	0,083161	4,49063	-1,2E+08
0807	Kavunlar karpuz ve papaws	0,511006	0,508914	0,095034	1,647558	7 954 784
0808	Elmalar, armutlar ve ayvalar	0,883145	0,883054	0,01713	3,691983	9 130 964
0809	Nektarınlar, erikler ve diğer meyveler	5,231873	5,435886	0,002575	7,211702	-6,1E+07
0810	Çilekgiller	1,191794	1,194484	0,026039	3,457376	-1 635 976
0811	Dondurulmuş meyve ve fındık	1,58326	1,591559	0,099726	2,593368	-7 856 324
0812	Salamura meyve ve kuruyemişler	5,774851	6,044084	0,00036	#SAYI!	-1,1E+08
0813	Kuru meyveler	17,20546	20,13118	0,343459	2,894088	-2,4E+08
0814	Narenciye	2,169378	2,195926	0,047481	3,773735	-1,5E+07

Tablo 4.4 Kırgızistan'ın meyve ve kuruyemişler (08) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	Ürün Adı	RCA	RXA	RMA	RC	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
0801	Hindistancevizi, Brezilya fıstığı ve kaju fıstığı	0,075853	0,075834	0,054468	#SAYI!	-15 076 690
0802	Diğer fındıklar	4,839702	4,861614	0,945023	2,469411	1,47E+08
0803	Muz	0,035439	0,035415	1,817126	#SAYI!	-15 062 471
0804	Tropikal meyveler	0,01916	0,019147	0,304803	#SAYI!	39 159 907
0805	Turunçgiller	0,04906	0,049024	2,235004	#SAYI!	1,22E+08
0806	Üzümler	2,268261	2,273082	1,472133	0,747884	1,22E+08
0807	Kavunlar karpuz ve papaws	0,881791	0,881906	1,605976	#SAYI!	-7 954 784
0808	Elmalar, armutlar ve ayvalar	6,780348	6,819204	1,546804	1,545905	-9 130 964
0809	Nektarinler, erikler ve diğer meyveler	20,79123	21,0469	4,525733	2,724853	61 145 026
0810	Çilekgiller	2,036038	2,039289	0,308504	2,450576	1 635 976
0811	Dondurulmuş meyve ve fındık	0,541217	0,541528	0,221904	#SAYI!	7 856 324
0812	Salamura meyve ve kuruyemişler	3,395974	3,397937	0,80247	#SAYI!	1,07E+08
0813	Kuru meyveler	30,17998	30,59976	0,826885	4,39513	2,4E+08
0814	Narenciye					14 764 476

Tablo 4.3'te yer alan Türkiye'nin meyve ve kuruyemişlerdeki RCA endeks sonuçlarına göre avantajlı olduğu ürünler sırasıyla: 0802 (Diğer fındıklar), 0804 (Tropikal meyveler), 0805 (Turunçgiller), 0806 (Üzümler), 0809 (Kayısı vd), 0810 (Çilekgiller), 0811 (İşlenmiş meyve ve fındıklar), 0812 (Salamura meyve ve fındıklar), 0813 (Kuru meyveler), 0814 (Narenciye)'tür. Bu ürünlerden 0802 (Diğer fındıklar), 0805 (Turunçgiller), 0806 (Üzümler), 0809 (Kayısı vd), 0812 (Salamura meyve ve fındıklar), 0813 (Kuru meyveler) uluslararası rekabette yüksek avantaj sağlamaktadır. Buna karşın 0804 (Tropikal meyveler) ve 0814 (Narenciye) orta düzeyde rekabet avantajı sağlarken, 0810 (Çilekgiller) ve 0811 (Dondurulmuş meyve ve fındıklar) düşük düzeyde avantaj sağlamaktadır.

Tablo 4.4'e göre ise Kırgızistan'ın meyve ve kuruyemişte RCA endeksine göre uluslararası rekabette avantajlı olduğu ürünler; 0802 (Diğer fındıklar), 0806 (Üzümler), 0808 (Elma, armut, ayva), 0809 (Kayısı vd.), 0810 (Çilekgiller), 0812 (Salamura meyve ve fındıklar), 0813 (Kuru meyveler)'tür. 0802 (Diğer fındıklar), 0808 (Elma, armut, ayva), 0809 (Kayısı vd.), 0813 (Kuru meyveler) ürünlerinde yüksek avantaj sahibi iken 0806 (Üzümler), 0810 (Çilekgiller), 0812 (Salamura meyve ve fındıklar) ürünlerinde orta avantaj sahibidir. Kırgızistan'ın uluslararası piyasalarda meyve ve kuruyemiş ürün grubu içerisinde düşük avantajlı ürünü bulunmamaktadır.

Tablo 4.3'te yer alan Türkiye'nin aynı ürün grubundaki RXA endeks sonuçları ortalamasına göre; 0802 (Diğer fındıklar), 0804 (Tropikal meyveler), 0805 (Turunçgiller), 0806 (Üzümler), 0809 (Kayısı vd.), 0810 (Çilekgiller), 0811 (İşlenmiş meyve ve fındıklar), 0812 (Salamura meyve ve fındıklar), 0813 (Kuru meyveler), 0814 (Narenciye) ürünlerinde uluslararası piyasada rekabet avantajı bulunmaktadır.

Kırgızistan'ın meyve ve kuruyemişte RXA endeks ortalamaları incelendiğinde ise; uluslararası rekabette avantajlı olduğu ürünler; 0802 (Diğer fındıklar), 0806 (Üzümler), 0808 (Elma, armut, ayva), 0809 (Kayısı vd.), 0810 (Çilekgiller), 0812 (Salamura meyve ve fındıklar), 0813 (Kuru meyveler) olarak sıralanmaktadır.

Türkiye'nin RMA endeksine göre meyve ve kuruyemişler ürün grubundan sadece 0802 (Diğer fındıklar) ürününde uluslararası piyasalarda dezavantaja sahip olduğu

görülmektedir. Kalan 13 üründe tamamen avantajlı konumdadır. Buna karşın Kırgızistan'ın aynı ürün grubu içerisinde karşılaştırmalı avantaja sahip olduğu ürünler ise; 0801 (Hindistancevizi vd.), 0802 (Diğer fındıklar), 0804 (Tropikal meyveler), 0810 (Çilekgiller), 0811 (İşlenmiş meyve ve fındıklar), 0812 (Salamura meyve ve fındıklar), 0813 (Kuru meyveler)'tür.

Türkiye'nin RC endeks sonuçları incelendiğinde 0801 (Hindistancevizi vd.) ürününde dezavantajlı olduğu görülmektedir. 0803 (Muz) ve 0812 (Salamura meyve ve fındıklar) ürünlerinin endeks değerleri hesaplanamamıştır. Geriye kalan 11 üründe Türkiye uluslararası piyasada rekabet avantajını elinde bulundurmaktadır. Kırgızistan'ın RC endeksi sonuçlarına göre ise meyve ve kuruyemişler ürün grubu içerisinde 0802 (Diğer fındıklar), 0806 (Üzümler), 0808 (Elma, armut, ayva), 0809 (Kayısı vd.), 0810 (Çilekgiller), 0813 (Kuru meyveler) ürünlerinde uluslararası piyasada rekabet avantajı vardır. Ayrıca Kırgızistan'da 0814 (Narenciye) ürününün ihracat ve ithalatı yapılmamaktadır. Bu sebeple RC endeks değeri hesaplanamamıştır.

İki ülkenin meyveler ve kuruyemiş ürün grubu içerisinde birbirlerine karşı üstünlüğünün tespiti için Tablo 4.3 ve 4.4'teki $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeksine bakıldığında Türkiye'nin 0801 (Hindistancevizi vd.), 0803 (Muz), 0807 (Kavun, karpuz, papaya), 0808 (Elma, armut, ayva) ürünlerinde Kırgızistan'a karşı üstünlüğünün olduğu anlaşılmıştır. Geriye kalan 10 üründe ise Kırgızistan'ın Türkiye'ye karşı uluslararası piyasada karşılaştırmalı üstünlüğü vardır.

Tablo 4.5 Türkiye'nin kahve, çay ve baharatlar (09) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	**Ürün Adı**	**RCA**	**RXA**	**RMA**	**RC**	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
0901	Kahve	0,033054	0,032724	0,34005	-1,59236	14 711 221
0902	Çay	0,271351	0,26964	0,331217	0,223796	12 322 856
0903	Dostum	0,020184	0,020024	0,512748	#SAYI!	15 077 729
0904	Piper cinsinin Biber	0,223193	0,221713	0,334445	0,066166	12 701 605
0905	Vanilya	0,470639	0,470358	0,038882	1,817831	-494 788
0906	Tarçın ve tarçın ağacı çiçekleri	0,04488	0,044512	0,30908	-1,49501	14 521 124
0907	Karanfil,	0,043459	0,043106	0,12155	-0,87761	14 707 988
0908	Küçük hindistan cevizi, topuz ve kakule	0,02473	0,024521	0,06523	-0,7321	14 911 086
0909	Ardıç meyveleri	4,310744	4,443298	0,935316	1,786508	-3,4E+07
0910	Baharatlar	4,630274	4,785167	0,406667	2,002464	-5,1E+07

Tablo 4.6 Kırgızistan'ın kahve, çay ve baharatlar (09) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	Ürün Adı	RCA	RXA	RMA	RC	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
0901	Kahve	0,012849	0,012828	0,074891	#SAYI!	- 14 711 221
0902	Çay	1,134532	1,134742	1,639598	-0,25307	- 12 322 856
0903	Dostum			0,002665	#SAYI!	- 15 077 729
0904	Piper cinsinin Biber	0,237172	0,237144	4,49876	#SAYI!	- 12 701 605
0905	Vanilya			0,011998	#SAYI!	4 947 876
0906	Tarçın ve tarçın ağacı çiçekleri	0	0	0,108535	#SAYI!	- 14 521 124
0907	Karanfil,	0,002437	0,002437	0,034134	#SAYI!	- 14 707 988
0908	Küçük hindistan cevizi, topuz ve kakule	0,001456	0,001455	0,022275	#SAYI!	- 14 911 086
0909	Ardıç meyveleri	0,211094	0,21109	0,559593	#SAYI!	34 123 060
0910	Baharatlar	0,006108	0,006107	0,979982	#SAYI!	50 909 892

Tablo 4.5 ve 4.6 birlikte incelendiğinde Türkiye RCA ve RXA endekslerine göre 0909 (Ardıç meyveleri) ve 0910 (Baharatlar) ürünlerinde uluslararası piyasada karşılaştırmalı üstünlük sağlarken Kırgızistan'ın sadece 0902 (Çay)'da üstünlük sağladığı görülmektedir. Bununla birlikte RMA endeksine göre Türkiye'nin uluslararası piyasada karşılaştırmalı dezavantajı bulunmazken, Kırgızistan 0902 (Çay) ve 0904 (Biber) ürünlerinde karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir.

Türkiye'nin RC endeks değerleri incelendiğinde uluslararası piyasalarda avantajı elinde bulundurduğu ürünler; 0902 (Çay), 0904 (Biber), 0905 (Vanilya), 0909 (Ardıç meyveleri), 0910 (Baharatlar) şeklindedir. Kırgızistan için RC endeks değerleri 9 üründe hesaplanamamıştır. RC endeksi hesaplanan tek ürün olan 0902 (Çay)'da ise Kırgızistan'ın uluslararası piyasada karşılaştırmalı dezavantajı söz konusudur.

$\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeksine göre kahve, çay ve baharatlar ürün grubunda 10 ürün incelenmiştir. Bu ürünler arasından Kırgızistan'ın uluslararası piyasalarda Türkiye'ye karşı üstünlüğü bulunan sadece 3 ürün vardır. Bunlar; 0905 (vanilya), 0909 (Ardıç meyveleri) ve 0910 (Baharatlar)'dur. Geriye kalan 7 üründe Türkiye'nin Kırgızistan'a görece karşılaştırmalı avantajı söz konusudur.

Tablo 4.7 Türkiye'nin tahıllar (10) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	Ürün Adı	RCA	RXA	RMA	RC	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
1001	Buğday ve Meslin	0,162319	0,161399	2,313184	-3,04457	13 752 843
1002	Çavdar	0,029922	0,029744	1,69E-05	#SAYI!	10 607 525
1003	Arpa	0,275967	0,27702	0,749062	-2,78816	8 919 496
1004	Yulaf	0,002055	0,002038	0,037349	#SAYI!	15 065 851
1005	Mısır	0,228626	0,226945	0,801753	-1,18335	13 315 089
1006	Pirinç	0,351017	0,34916	0,695828	0,018861	9 412 077
1007	Tahıl Sorgum	0,010703	0,009784	0,019547	#SAYI!	15 073 997
1008	Diğer Tahıllar	0,256012	0,208037	0,364089	#SAYI!	13 468 805

2010-2019 dönemi RCA ve RXA endeksi analiz sonuçları ortalamasına göre Türkiye, uluslararası alanda tahıllar grubunda hiçbir üründe karşılaştırmalı avantaja sahip değildir. Fakat RMA endeksi analiz sonuçlarına göre sadece buğday (1001) ve çavdarda (1002) karşılaştırmalı dezavantajı vardır, geriye kalan 6 üründe karşılaştırmalı avantaja sahiptir. Hesaplanan RC endeks değerlerine göre ise Türkiye'nin sadece pirinçte (1006) avantajı vardır.

Tablo 4.8 Kırgızistan'ın tahıllar (10) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	Ürün Adı	RCA	RXA	RMA	RC	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
1001	Buğday ve Meslin	0,000652	0,000651	13,7611	#SAYI!	- 13 752 843
1002	Çavdar			0,000236	#SAYI!	- 10 607 525
1003	Arpa	0,02314	0,02313	18,12225	#SAYI!	- 8 919 496
1004	Yulaf			0,01149	#SAYI!	- 15 065 851
1005	Mısır	0,597679	0,025893	3,654379	#SAYI!	- 13 315 089
1006	Pirinç	0,149808	0,149682	1,077261	-2,40432	- 9 412 077
1007	Tahıl Sorgum	0	0	5,5E-05	#SAYI!	- 15 073 997
1008	Diğer Tahıllar	0,008164	0,008163	0,586544	#SAYI!	- 13 468 805

Tablo 4.8'e göre Kırgızistan uluslararası alanda çavdar (1002) ve yulafın (1004) ihracatını yapmamaktadır. Bu sebeple iki ürünün RCA ve RXA değerleri hesaplanamamıştır. Hesaplanan RCA ve RXA endekslerinin dönem ortalamalarına göre Kırgızistan'ın tahıl grubunda uluslararası alanda karşılaştırmalı üstünlüğü bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra RMA endeks değerlerine göre ülkenin çavdar (1002), yulaf (1004) ve diğer tahıllarda (1008) karşılaştırmalı avantajı bulunmaktadır.

Kırgızistan için tahıllar grubunda 8 üründen 7'si için RC endeks değeri ortalamaları hesaplanamamıştır. Bunun sebebi olarak; ülkenin üründe ihracatının olmaması veya ihracat/ithalat değerinin sıfır olması, dönem içerisinde RXA veya RMA endeksinin sıfır olması ve buna bağlı LN (Lineer Logaritma) değerinin herhangi bir sayıya karşılık gelmemesi gibi nedenler sıralanabilir. RC değeri sadece pirinç (1006) için hesaplanmış, bu üründe de Kırgızistan'ın uluslararası alanda avantajının bulunmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 4.7 ve 4.8'in $\Delta \mathrm{NRCA}_{\mathrm{j}}^{1-2}$ endeks değerleri birlikte incelenecek olursa Türkiye tahıl grubunda bulunan tüm ürünlere Kırgızistan'a karşı karşılaştırmalı avantaj sahibidir. Kırgızistan'ın Türkiye'ye karşı bir avantajı bulunmamaktadır.

Tablo 4.9 Türkiye'nin kakao ve kakao ürünleri (18) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	**Ürün Adı**	**RCA**	**RXA**	**RMA**	**RC**	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
1801	Kakao çekirdeği	0,06497	0,064434	2,164561	-4,27463	14 796 791
1802	Kakao kabukları	0,000708	0,000702	0,625208	#SAYI!	15 072 778
1803	Kakao ezmesi	0,286207	0,284535	1,394055	-1,42732	9 632 016
1804	Kakao yağı	0,582037	0,580131	1,03313	-0,5528	-7,7E+07
1805	Kakao tozu	1,843228	1,857382	1,794307	0,143955	-1,2E+07
1806	Kakaolu yiyecekler	2,18984	2,216445	0,314118	1,716735	-2,1E+07

Tablo 4.9'dan elde edilen sonuçlara göre Türkiye'nin, hesaplanan 5 endeks içerisinden 1801 (Kakao çekirdeği) ve 1803 (Kakao ezmesi) ürünlerinde sadece $\Delta \mathrm{NRCA}_{\mathrm{j}}^{1-2}$ endeksinde karşılaştırmalı avantaja sahip olduğu saptanmıştır, diğer endeks değerlerinde üstünlük tespit edilememiştir. 1802 (Kakao kabukları)'de ise hem RMA endeksinde hem de $\Delta \mathrm{NRCA}_{\mathrm{j}}^{1-2}$ endeksinde karşılaştırmalı avantajı vardır. Kakao yağında (1804) hesaplanan 5 endekse göre tamamen dezavantajlı olan Türkiye, kakao tozunda (1805) RCA, RXA ve RC endekslerine göre avantajlı konumdadır. 1806 (Kakaolu yiyecekler)'da ise sadece $\Delta \mathrm{NRCA}_{\mathrm{j}}^{1-2}$ endeks sonucuna göre dezavantajlı konumdadır.

Tablo 4.10 Kırgızistan'ın kakao ve kakao ürünleri (18) ürün grubu için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	Ürün Adı	RCA	RXA	RMA	RC	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
1801	Kakao çekirdeği			0,001043	#SAYI!	- 14 796 791
1802	Kakao kabukları			0,00229	#SAYI!	- 15 072 778
1803	Kakao ezmesi			3,377361	#SAYI!	- 9 632 016
1804	Kakao yağı			0,010108	#SAYI!	77 335 074
1805	Kakao tozu	0,005895	0,005894	0,726375	#SAYI!	12 283 291
1806	Kakaolu yiyecekler	0,545455	0,545408	76,07208	-5,17248	21 015 823

Kırgızistan'ın kakao ve kakao ürünleri (18) ürün grubu içinde bulunan 1801 (Kakao çekirdeği), 1802 (Kakao kabukları), 1803 (Kakao ezmesi) ve 1804 (Kakao yağı) ürünlerinde uluslararası piyasada ihracatı bulunmamaktadır. Bu sebeple bu ürünlerin RCA ve RXA endeks sonuçları hesaplanamamıştır. Hesaplanan kakao tozu (1805) ve kakaolu yiyeceklerde (1806) ise karşılaştırmalı dezavantajı bulunmaktadır. RMA endeksine göre avantajlı olduğu ürünler 1801 (Kakao çekirdeği), 1802 (Kakao kabukları), 1804 (Kakao yağı) ve 1805 (Kakao tozu) iken, ülkenin RC endeks değerleri 5 ürün için hesaplanamamıştır. Hesaplanan tek ürün olan 1806 (Kakaolu yiyecekler)'da ise karşılaştırmalı avantajı bulunmamaktadır.

$\Delta \mathrm{NRCA}_{\mathrm{j}}^{1-2}$ endeks sonuçlarına göre ise hesaplanan yıllarda Kırgızistan 1804 (Kakao yağı), 1805 (Kakao tozu) ve 1806 (Kakaolu yiyecekler) ürünlerinde Türkiye'ye karşı küresel piyasada karşılaştırmalı avantaja sahiptir.

Tablo 4.11 Türkiye'nin tütün ürünleri (24) ve pamuk (52) ürün grupları için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	Ürün Adı	RCA	RXA	RMA	RC	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
2401	İşlenmemiş tütün	4,039988	4,158034	2,544862	0,602842	-4,6E+07
2402	Tütün yerine sigaralar	1,853677	1,870693	0,058494	5,526874	- 8 874 494
2403	Tütün	2,171742	2,196852	1,863563	0,298712	-1,5E+07
5201	Pamuk	0,937362	0,938013	8,497902	-2,02561	8 572 775

Yukarıdaki tablo tütün ürünleri (24) açısından incelendiğinde Türkiye RCA, RXA ve RC endekslerine göre hesaplanan tüm ürünlerde karşılaştırmalı avantaja sahiptir.

RMA endeksine göre ise sadece tütün yerine sigaralarda (2402) avantajlı konumdadır. Buna karşın hesaplanan 3 ürün için de $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeks sonuçları negatiftir. Yani, Türkiye tütün ürünlerinde Kırgızistan karşısında uluslararası piyasalarda dezavantajlı konumdadır.

Pamuğun (5201) endeks sonuçlarına göre is Türkiye RCA, RXA, RMA ve RC endekslerinde küresel ekonomide dezavantajlı konumda iken $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeks sonucuna göre Kırgızistan'a karşı karşılaştırmalı avantajı elinde bulundurmaktadır.

Tablo 4.12 Kırgızistan'ın tütün ürünleri (24) ve pamuk (52) ürün grupları için 2010-2019 dönemi analiz sonuçları ortalamaları

Ürün Kodu	**Ürün Adı**	**RCA**	**RXA**	**RMA**	**RC**	$\Delta NRCA_j^{1-2}$
2401	İşlenmemiş tütün	8,747576	8,834928	0,49777	#SAYI!	46 127 163
2402	Tütün yerine sigaralar	4,313618	4,351973	16,82275	-1,92029	8 874 494
2403	Tütün	1,951462	1,952525	0,106793	3,488642	15 252 404
5201	Pamuk	29,7066	30,39847	0,13045	#SAYI!	- 8 572 775

Tablo 4.12'deki bulgulardan hareketle Kırgızistan RCA ve RXA endekslerine göre tüm tütün ürünlerinde (24) küresel piyasalarda karşılaştırmalı avantaja sahiptir. RMA endeks sonucuna göre tütün yerine sigaralarda (2402) dezavantajlı iken diğer iki üründe avantajlı konumdadır. RC endeksi 2401 (işlenmemiş türün) için hesaplanamazken, Kırgızistan, tütün yerine sigaralarda (2402) karşılaştırmalı dezavantaja, işlenmiş tütün ürünlerinde (2403) ise karşılaştırmalı avantaja sahiptir. $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeks sonucuna göre ise Kırgızistan Türkiye'ye karşı tüm tütün ürünlerinde karşılaştırmalı avantaja sahiptir.

Pamuk (5201) ürünü açısından analiz sonuçları incelendiğinde RCA, RXA ve RMA analiz sonuçlarına göre uluslararası piyasalarda karşılaştırmalı üstünlüğü vardır. RC endeksi ise hesaplanamamıştır. $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeks sonucuna göre ise Kırgızistan Türkiye'ye karşı karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye ve Kırgızistan'ın tarım ürünlerinde hem karşılıklı hem de dünya piyasası bağlamında dezavantaja veya avantaja sahip olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, Balassa, Vollrath ve $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeksleriyle ölçüm yapılmıştır.

Ülkelerin ihraç ettiği malların rekabet avantajının belirlenmesine yönelik birçok yöntem vardır. Rekabet avantajı yüksek ürünlerin belirlenip üzerinde uzmanlaşmaya gidilmesi uluslararası pazarlarda ülkeye rekabette üstünlük sağlayacaktır. Dezavantaja sahip bir ürünün üretiminde ve ticaretinde ısrarcı olmak yurtiçi kaynakların verimsiz kullanılmasına sebep olmaktadır.

Ülkelerin uluslararası ticarette rekabet avantajını belirlemeye yönelik ilk adımlar Adam Smith'in mutlak üstünlük teorisi ile atılmış ve David Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlük yaklaşımı ile birlikte herkes tarafından kabul görmüştür. Balassa ve Vollrath gibi isimler bu teorileri geliştirmiş ve tüm ülkelerin ekonomilerinin analizini ortaya koyan endeksler oluşturmuşlardır.

Türkiye ile Kırgızistan'ın tarım ürünlerindeki rekabet avantajlarını ölçmeyi hedefleyen bu çalışmada Balassa (RCA), Vollrath (RXA, RMA, RC) ve Yu ve arkadaşlarının geliştirdikleri $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeksleri kullanılmıştır. Bu endeksler pandemi öncesi son 10 yılda (2010-2019) seçili 56 tarım ürünü için ayrı ayrı hesaplanmış ve elde edilen endeks sonuçlarının yıllara göre aritmetik ortalamaları tablo şeklinde metin içerisinde verilmiştir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre, Türkiye için yapılan hesaplamalarda Balassa Endeksi (RCA) Endeksi dönem ortalamaları dikkate alındığında karşılaştırmalı avantaja sahip olunan 24 ürün bulunmaktadır. Bu ürünlerden yüksek avantaja sahip ürünler; 0702: Domates, 0802: Fındıklar, 0805: Turunçgiller, 0806: Üzümler, 0809: Nektarınlar, 0812: Salamura meyve ve kuruyemişler, 0813: Kuru meyveler, 0909: Ardıç meyveleri, 0910: Baharatlar ve 2401: İşlenmemiş tütündür. Avantajın düşük

olduğu ürün sayısı ise 7'dır. Bunlar: 0709: Diğer sebzeler, 0710: Dondurulmuş sebzeler, 0711: Salamura sebzeler, 0810: Çilekgiller, 0811: Dondurulmuş meyve ve fındıklar, 1805: Kakao Tozu ve 2402: Tütün yerine sigaralar şeklindedir.

Hesaplanan yıllarda Balassa endeksi (RCA) ve RXA endeksi sonuç ortalamalarına göre Kırgızistan 22 üründe uluslararası piyasada karşılaştırmalı üstünlüğe sahipken 34 üründe karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. Kırgızistan'a uluslararası piyasalarda karşılaştırmalı avantaj sağlayan 22 üründen 13'ü yüksek avantaja sahip ürünlerdir. Bu ürünler; 0701: Patates, 0703: Soğan vb. sebzeler, 0704: Lahanalar, 0706: Yenilebilir kök sebzeler, 0711: Salamura sebzeler, 0713: Kuru baklagiller, 0802: Fındıklar, 0808: Diğer fındıklar, 0809: Nektarlar, 0813: Kuru meyveler, 2401: İşlenmemiş tütün ürünleri, 2402: Tütün yerine sigaralar, 5201: Pamuk şeklindedir.

RCA ve RXA endeks sonuçları birlikte değerlendirildiğinde uluslararası piyasada Türkiye ve Kırgızistan'ın tarım ürünlerindeki üstünlükleri birbirlerine yakın sonuçlar vermektedir. Türkiye'nin üstünlük sağladığı birçok üründe Kırgızistan'da üstünlük sağlamaktadır. Her iki ülke de toplam 15 üründe, 0705 (Marul), 0801 (Hindistan cevizi, Brezilya fıstığı ve kaju), 0803 (Muz), 0807 (Kavun, karpuz ve papaya), 0901 (Kahve), 0904 (Piper cinsi biber), 0906 (Tarçın), 0907 (Karanfil), 0908 (Küçük hindistan cevizi, topuz ve kakule), 1001 (Buğday ve meslin), 1003 (Arpa), 1005 (Mısır), 1006 (Pirinç), 1007 (Tahıl sorgum), 1008 (Diğer tahıllar) uluslararası ticarette karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir.

2010-2019 RMA endeks sonuçları ortalamasına göre Türkiye 44 üründe avantajlı konumdayken Kırgızistan için bu rakam 36'dır. İki ülkenin ortak olarak dezavantaja sahip olduğu ürünler; 1803: Kakao ezmesi, 1001: buğday ve meslindir. Buradan da anlaşılacağı üzere Kırgızistan'ın dezavantajlı olduğu 20 ürünün 8'sinde Türkiye avantajlı konumdadır.

RC endeksi sonuçlarına göre ise Türkiye Kırgızistan'a göre uluslararası piyasalarda daha fazla üründe karşılaştırmalı avantaj sahibidir. Türkiye'nin RC endeksi sonucu ortalamalarına göre 31 üründe uluslararası piyasada karşılaştırmalı üstünlüğü bulunmakta iken Kırgızistan'ın 16 üründe karşılaştırmalı üstünlüğü bulunmaktadır.

Bir ürün grubunda iki ülkenin çapraz karşılaştırılmasına imkân sağlayan $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeksine göre ise Kırgızistan 56 ürün grubundan 25'inde Türkiye karşısında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. TRADEMAP verilerine göre, Türkiye'nin 2020 yılında Kırgızistan'dan ithal ettiği tarım ürünleri salamura sebzeler, kuru baklagiller, diğer fındıklar, narenciye, elma, armut ve ayvalar, kuru meyveler ve pamuktur. İthal edilen bu ürünlerden Kırgızistan elma, armut ve ayvalar ile pamukta dezavantajlı konumda iken diğer ürünlerde Türkiye karşısında karşılaştırmalı avantaja sahiptir. Dolayısıyla Türkiye'nin Kırgızistan'dan yaptığı ithalatın iki ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğüne uygun olduğu söylenebilir.

Buna karşın TRADEMAP verilerine göre Türkiye'nin 2020 yılında Kırgızistan'a ihraç ettiği ürünler, domates, marul, salatalık, diğer sebzeler, kurutulmuş sebzeler, kuru baklagiller, diğer fındıklar, tropikal meyveler, narenciye, elmalar, armutlar ve ayvalar, çilekgiller, kuru meyveler, kahve, çay, biber, baharatlar, pirinç, mısır, kakao tozu, kakaolu yiyecekler, tütün ikameleridir. İhraç edilen bu ürünlerden Türkiye sadece marul, elmalar, armutlar ve ayvalar, kahve, çay, biber, pirinç ve mısırda avantajlı konumdadır. Diğer ürünlerde Kırgızistan karşısında dezavantajlı konumdadır.

Ayrıca iki ülke arasındaki ticarette dikkat çekici bir başka nokta ise ihraç ve ithal edilen tarım ürünleri çeşitliliğinin az olmasıdır. Kırgızistan, Türkiye karşısında 25 üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahipken 2020 yılında Türkiye'ye ihraç ettiği ürün sayısı sadece 7'dir. Yine aynı şekilde Türkiye 31 üründe Kırgızistan karşısında avantajlı konumda iken 2020 yılında Kırgızistan'a sadece 21 ürün ihraç etmektedir.

Özellikle ekonomisinde tarım sektörünün önemli bir paya sahip olduğu Kırgızistan ile bol ve verimli tarım arazilerine sahip Türkiye arasında, tarım ürünleri bağlamında karşılıklı tamamlayıcılık çerçevesinde ticaretin şekillenmesi iki kardeş ülkenin ikili ilişkileri açısından son derece önem arz etmektedir.

Bu kapsamda iki ülke arasındaki hem genel hem de tarım ürünleri ticaretinin gelişmesi amacıyla aşağıdaki öneriler getirilebilir;

- ADASO (Adana Sanayi Odası, 2020) verilerine göre Kırgızistan'da ilk başta kamu kesiminin yeterli seviyede gelir elde edememesi, yeterli sosyal güvenlik ağının oluşturulamaması ve nüfus çoğunluğunun fakirlikle mücadele etmesi ülkedeki alım gücünü düşürmekte ve hedeflenen dış ticaret büyüklüğüne ulaşmayı engellemektedir (ADASO, 2020:10). Bu sebeple tarımsal üretim ağırlıklı bir ekonomiye sahip Kırgızistan'da tarım ürünleri ihracatı özendirilmeli, hatta bu konuda gerekli eğitimler verilmelidir. Tarım ürünleri ihracatının artışı ile ülkeye döviz girişi artacak, yakalanan büyüme süreci ile birlikte refah seviyesi de yükselecektir.

- Ayrıca Kırgızistan'da vergi sayısının fazla olması, bürokratik işlemlerin fazlalığı iş çevrelerini hem psikolojik olarak hem de hesaplama ve ödeme adına zaman kaybına uğratmaktadır. Vergi kontrollerinin yalnızca vergi dairelerince değil, çeşitli bakanlıklarca ayrı ayrı yapılması ve benzer sorunların gümrük uygulamalarında da görülmesi kayıt dışı ekonomilerin oluşmasına neden olmaktadır (ADASO, 2020:10; DEİK, 2012:23). Ülkenin gümrük tarifelerinin ve vergi kontrol mekanizmalarının düzenlemesi, bürokratik işlemlerin azaltılarak sadeleşmesi, ülkedeki kayıt dışı ekonomiyi azaltamaya yardımcı olmakla birlikte ihracat gelirlerinde de bir artış sağlayacaktır.

- Kırgızistan'da ithalata uygulanan vergilerin üreticilere uygulanan vergilerden daha cazip olması ithalatı özendirmektedir (DEİK, 2012:23). Bu nedenle halkın üretime yönlendirilmesi, ihracat gelirlerinin arttırılması amacıyla üreticilerden alınan vergilerin düşürülmesi, üreticiye yönelik sübvansiyonların arttırılması ve bu sayede ihracatın özendirilmesi gereklidir.

- Kırgızistan'ın en büyük sorunlarından biri olan idari yapısı ve gelenekleri pazarlarda iş yapmayı oldukça zorlaştırmaktadır. Yolsuzluğu engellemeye yönelik kararlı adımların atılması gerekmektedir. Özellikle yargı sisteminde önemli değişikliklerin yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Şeffaflığın olmayışı yatırımcılar açısından önemli bir problem haline gelmiştir (DEİK, 2012:23).

- Türkiye ise özellikle Kırgızistan karşısında dezavantajlı olduğu tarım ürünleri başta olmak üzere, ihtiyaç duyduğu ürünleri kardeş ülke Kırgızistan'dan alma yolunu seçebilir. Bu konuda her iki ülkedeki ithalatçı ve ihracatçılar yönlendirilmeli gerekirse süreci teşvik edici ikili anlaşmalar yapılmalıdır. Başlangıçta tarımsal ürünlerin ticareti bağlamında sağlanabilecek bu tamamlayıcılık ilişkisi, hiç kuşkusuz ilerleyen süreçte diğer sektörlerde daha kolay uygulanabilecektir. Bu sayede iki ülke arasındaki dış ticaret hacmi de artacaktır.

- $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeksine göre Kırgızistan karşısında 31 üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olan Türkiye'nin, Kırgızistan'a 2020 yılında ihraç ettiği tarım ürünü sayısı 21'dir. İhraç ettiği tarım ürünlerinden sadece 7 tanesinde Kırgızistan karşısında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Geriye kalan 14 üründe karşılaşmalı dezavantajı bulunmaktadır. Avantaj sahibi olduğu ürünleri Kırgızistan pazarlarına gönderemeyen Türkiye ikili ticarette istediği seviyeye ulaşamamaktadır.

- Kırgızistan'ın $\Delta NRCA_j^{1-2}$ endeks sonuçlarına göre Türkiye karşısında 56 üründen 25'inde karşılaştırmalı avantajı bulunmaktadır. Fakat Türkiye'ye ihraç ettiği ürün sayısı sadece 7 olan Kırgızistan, bu ürünlerden 5'inde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Dolayısıyla, Kırgızistan'ın Türkiye'ye yaptığı ihracatın karşılaştırmalı üstünlüğe uygun olduğu söylenebilir. Fakat üstünlüğün tespit edildiği birçok üründe de karşılıklı ticaretin arttırılması için gereken adımlar atılmalıdır.

- Sonuç olarak Türkiye ve Kırgızistan gibi iki kardeş ülke arasında tarım ürünleri bağlamında karşılıklı üstünlüklere uygun bir ticaret sürecinin şekillenmesi ve karşılıklı tamamlayıcılık ilişkisinin kurulması, ülkelerin kaynaklarının daha verimli kullanılmasına dolayısıyla refahın artmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca tarım sektörünün ve gıda arzının salgın döneminde artan önemi de dikkate alındığında iki ülke arasında karşılıklı üstünlükler bağlamında şekillenecek ticaret bu konudaki küresel tehditlerle daha kolay baş edilebilmesine de imkân sağlayacaktır. Tarım ürünleri bağlamında artan ticari

ilişkiler ülkelerin tarım sektörlerini geliştirecek, bu durum hem ekonomisinde tarım sektörünün önemli yer tuttuğu Kırgızistan hem de özellikle son dönemde tarım sektöründe kendi kendine yeterliliğini kaybetmeye başlayan Türkiye için fırsat oluşturacaktır.

KAYNAKLAR

ADASO. (2020). *Kırgızistan ülke bilgi notu.* ADASO İhracat Destek Ofisi-HCŞ, (22 Şubat 2020), 1-17.

Akiş, E. (2008). *Küreselleşme sürecinde Türkiye'nin uluslararası rekabet gücü: Türk beyaz eşya sanayii için bir uygulama*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi], İstanbul Üniversitesi.

Aktan, C. C. (1998). *Türkiye dünyanın neresinde*. Ege Genç İş Adamları Derneği.

Aktan, C. C. & Vural, İ. Y. (2004). *Rekabet gücü ve Türkiye*. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu.

Aktaş Şenkardeşler, R. (2018). Cumhuriyetten günümüze Türkiye'nin dış ticaret ve ekonomik büyüme ilişkisi üzerine nedensellik analizi. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies, 4*(1), 108-129.

Akyüz, K. C. (2019). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi kullanılarak kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayi sektörünün rekabet gücünün belirlemesi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, *21*(1), 164-171.

Alsaç, F. (2010). *Bölgesel gelişme aracı olarak kümelenme yaklaşımı ve Türkiye için kümelenme destek modeli önerisi*, DPT Uzmanlık Tezleri.

Altay, B. & Gürpınar, K. (2008). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ve bazı rekabet gücü endeksleri: Türk mobilya sektörü üzerine bir uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, *10*(1), 257-274.

Altay, H. (2008). Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi kapsamında Türk endüstrilerinin Avrupa Birliği (15) pazarındaki rekabet gücü düzeylerinin incelenmesi: 1995-2007. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (21), 215-240.

Ata, Sezai. (2012). Türkiye'nin ihracat potansiyeli: çekim modeli çerçevesinde bir inceleme, *International Conference On Eurasian Economies,* 11(13), 276-282.

Aydın, A., & Basimov, G. (2018). Tarım sektöründe uzmanlaşma ve dış ticaret: MINT ülkeleri üzerine bir inceleme. *Alınteri Sosyal Bilimler Dergisi*, *2* (4), 261-282.

Aynagöz Çakmak, Ö. (2005). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ve rekabet gücü: Türkiye tekstil ve hazır giyim endüstrisi üzerine bir uygulama. *Ege Akademik Barış Dergisi*, *5*(1), 65-76.

Bakkalcı, A. C. (2018). Küresel ekonomik sistemde Türk tekstil sektörünün ürün haritalaması modeliyle analizi. *Yönetim ve Ekonomi*, *25*(3), 569-585.

Balassa, B. (1965). Trade liberalization and revealed comparative advantage, *The Manchester School of Economic and Social Studies, 33*(2), 99-124.

Balassa, B. & Noland, M. (1989). The changing comparative advantage of Japan and the United States. *Journal of the Japanese and International Economies, 3*(2), 174-188.

Balıkçıoğlu, N. (2019). Türkiye ile diğer Türk cumhuriyetleri arasında dış ticaretin gelişimi: 2000-2017 dönemi. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *43*(1), 225-245.

Banse, M., Gorton, M., Hartell, J., Hughes. G., Köckler, J., Möllman, T. & Münch, M. (1999, August). The evolutıon of competıtıveness ın Hungarıan agrıculture: from transıtıon to accessıon. *MOCT-MOST Economic Policy in Transitional Economies 9*(3), 307-318.

Bedir, A. (2012). Uluslararası rekabet gücü kavramsal çerçevesinde Türkiye imalat sanayii sektörlerinin rekabet etme biçimleri ve uygun politika önerisi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 171-212.

Benedictis, L. D. & Tamberi, M. (2001). A note on the balassa ındex of revealed comparative advantage. *Working Papers 158, Universita' Politecnica dele Marche (I), Dipartimento di Scienze Economiche e Sociali.*

Cuc, S. & Tripa, S. (2018). The evaluatıon of Balkan countrıes clothıng trade wıth EU-28 based on the analysıs of comparatıve advantages ındıces. *Textile and Apparel*, *28* (3), 178-181.

Çelik, M.Y. (2009). *Küreselleşme sürecinde seçilmiş ülkelerin kalkınma kriterlerindeki değişimin analizi*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.

Çelik, Z., Saçtı, H., & Adanacıoğlu, H. (2019). Kiraz dış ticaretindeki ve Türkiye'nin karşılaştırmalılığı. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, *29*, 41-53.

Çeştepe, H. ve Zorlu, S. (2019). Comparative analysis of competitiveness of Shangai Cooperation Organization Members and Turkey, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *8*(3), 2559-2578.

Çivi, E. (2001). Rekabet gücü: literatür araştırması. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, *8*(2), 21-38.

Çoban, O. & Çoban, S. (2004). Globalleşme indeksiyle Türkiye'nin rekabet gücünün ölçülmesi: AB ülkeleriyle bir karşılaştırma, 1970-2001. *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10*, 163-174.

DEİK. (2012). *Kırgızistan ülke bülteni*. İstanbul.

Demir, İ. (2001). *Türkiye beyaz eşya sanayiinin rekabet gücü ve geleceği.*[Uzmanlık Tezi]. DPT Yayınları, No: 2571.

Demir, M. A., Bilik, M. and Utkulu, U. (2017). The ımpact of competitiveness on trade efficiency: the asian experience by using the stochastic frontier gravity model, *Eurasian Journal of Economics and Finance, 5*(4), 1-15.

Demir, M. A. (2020). Türkiye'nin farmakoloji sanayindeki mukayeseli üstünlüğünün sektörün ihracatı üzerine etkisi: zaman serisi analizi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10*(20). 509-530.

Donges, J. B. & Riedel, J. (1976). The expansıon op manufactured exports ın developıng countrıes: an empırıcal assessment op supply and demand ıssues. *Weltwirtschaftliches Archiv, 113*(1), 58-87.

Donges, J. B., Krieger-Boden, C., Langhammer, R. J., Schatz, K. W. & Thoroe, C. S. (1982). *The second enlargement of the European Community: adjustment requirements and challenges for policy reform*. Kieler Studien No:171. Kiel.

DPT (2002). Türkiye'de demokratik planlı kalkınma. *Planlama Dergisi, 42.Yıl Özel Sayısı*.

Eğilmez, M. & Kumcu, E. (2004). *Ekonomi politikası: teori ve Türkiye uygulaması*. Remzi Kitabevi.

Erkan, B. (2009). *Ülkelerin ihracat performanslarının belirlenmesinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerinin kullanılması: yükselen ekonomiler örneği.* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Celal Bayar Üniversitesi.

Erkan, B. (2011). SITC teknoloji sınıflandırmasına ilişkin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerin belirlenmesi: Türkiye ve diğer N-11 ülkelerinin karşılaştırılması. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, *48*(558), 35-48.

Erkan, H. (1998). *Bilgi toplumu ve ekonomik gelişme*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Erkan, H. & Erkan, C. (2004). Bilgi Ekonomisinde Teori ve Politika. *3.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 351- 364.

Erkekoğlu, H., Kılıçarslan, Z., & Göknar, H. (2014). Kayseri ilinin mobilya sektörü rekabet gücü: açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (44), 1-22.

Eşiyok, B.A. (2014). Türkiye–AB arasında dış ticaretin teknolojik yapısı, rekabet gücü ve endüstri-içi ticaret: ampirik bir değerlendirme. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, 13*(1), 91-124.

Fagerberg, J. (1988). International competitiveness. *Economic Journal, 98*(391), 355-374.

Fertő, I. & Hubbard, L. J. (2001). Revealed comparatıve advantage and competıtıveness ın Hungarıan agrı-food sectors. *World Economy, 26*(2), 247– 259.

Fıgge, L. & Martens, P. (2014). Globalisation continues: the Maastricht globalisation ındex revisited and updated. *Globalizations,* 11(6), 1-19.

Finger, T. M. & Kreinin, M. E. (1979). A measure of export similarity and its possible uses. *The Economic Journal, 89*(356), 905-912.

Grant, R. M. (1991). Porter's competitive advantage of nations: an assessment. *Strategic Management Journal, 12* (7), 535-548.

Gökmenoğlu, S.M., Akal, M. & Altunışık, R. (2012). Ulusal rekabet gücünü belirleyen faktörler üzerine değerlendirmeler. *Rekabet Dergisi, 13*(4), 3-43.

Gürpınar, K. & Sandıkçı, M. (2008). Uluslararası rekabetçilik analizinde Mıchael E. Porter'ın Elmas Modeli yaklaşımı: Türkiye'deki bazı endüstrilerdeki uygulanabilirliğinin ve sonuçlarının araştırılması. *SÜ İİBF Sosyal ve ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *8*(15), 105-125.

Hayaloğlu, P., Kalaycı, C., & Artan, S. (2015). Küreselleşme farklı gelir grubundaki ülkelerde ekonomik büyümeyi nasıl etkilemektedir. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, *10*(1), 119-152.

Hinloopen, J. ve Marrewick, C. (2001). On the empirical distribution of the Balassa Index, *Weltwirtschaftliches Archiv*, *137*(1), 1-35.

Hoen, A. R. & Oosterhaven, J. (2006). On the measurement of comparative advantage. Annals of Regionals Sciens, *40*, 677–691.

Hüseyni, İ. (2019). Türkiye'den Almanya'ya yapılan ihracatın analizi. *Mukaddime, 10*(1), 423-443.

IMD. (2020). Methodology and prıncıples of analysıs IMD world competitiveness yearbook, https://www.imd.org/globalassets/wcc/docs/methodo/methodology-yearbook-presentation2.pdf, Erişim Tarihi: 05.04.2020.

Iqbal, M., Hussain, Z., Noorka, IR, Akhtar, M., Mahmood, T., Suleman, S., & Sana, I. (2013). Revealed comparative and competitive advantages of white gold of Pakistan (Cotton) by using Balassa and White Index. *Int. J. Agric. Uygulama bilim, 5* (1), 64-68.

Ishchukova, N. & Smutka, L. (2013). Revealed comparatıve advantage of Russıan agrıcultural exports. *Acta Unıversıtatıs Agrıculturae Et Sılvıculturae Mendelıanae Brunensıs, 104* (4), 941-952.

İnançlı, S., Konak, A. & Ashimova, Z. (2015). Türkiye-Kırgızistan ekonomik ilişkilerinin diş ticaret üzerine yapısal ve sektörel olarak yansımaları. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *8*(2), 111–124.

Karaarslan, A. & Tuncer, G. (2010). Uluslararası rekabet gücünün artırılmasında temel devlet politikaları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (26), 23-45.

Karagül, M. & İlter, B. (2011). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi: Teori ve Uygulama.* Nobel Yayınları.

Karagöl, E. T. (2013). Ak Parti dönemi ekonomisi Türkiye. Seta Yayınları.

Karaman, Ö. F. (2019). Avrasya Ekonomik Birliği'nin Kırgızistan-Türkiye ilişkilerine etkileri. *Kırgızistan Araştırmaları*. 119-136.

Karluk, S. R. (2011). Küresel krizin Kırgızistan ekonomisine etkisi ve Türkiye-Kırgızistan ekonomik ilişkilerindeki gelişmeler. In *International Conference on Euraisan Economies, Session 1C: Uluslararası Ticaret*, 47-56.

Kelleci Ürüt, S. (2009). *Avrupa Birliğine giriş sürecinde Türkiye'nin rekabet gücü: karşılaştırmalı üstünlükler modeline göre sektörel bir analiz*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi.

Kılıç, A. (2018). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklere göre Türkiye'de pamuğun uluslararası rekabet analizi: 2000-2009 ve 2010-2016 döneminin karşılaştırılması. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (39), 65-87.

Kılınç Savrul, B., Özel H. A. & Kılıç, C. (2013). Osmanlı'nın son döneminden günümüze Türkiye'de dış ticaretin gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, *8*(1), 55-77.

Kırankabeş, M. C. (2006). Küresel rekabet gücü boyutunda AB ülkeleri ile Türkiye'nin karşılaştırmalı analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *16*, 231-254.

Kibritçioğlu, A. (1996). Uluslararası rekabet gücüne kavramsal bir yaklaşım. *MPM Verimlilik Dergisi*, 96(3), 109-122.

Kum, H. (1999). Rekabet gücünü belirleyen faktörler: yeni yaklaşımlar. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* (14), 165-178.

Kurt Topuz, S. (2016). Ülkelerin küreselleşme demokrasi ve ekonomik büyüklük göstergeleri ile cinsiyet temelli gelişme endeksi arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *18*(3), 779-799.

Kuşat, M. & Kuşat, N. (2019). Su ürünleri sektörü rekabet gücü analizi: Türkiye ve 5 lider ülke örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, *15*(1), 43-54.

Kutlu, E. & Şıklar, İ. (2002). *İthalat ve ihracat uygulamaları*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Laursen, K. (2015). Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization. *Eurasian Bussiness Review, 5*, 99 –115.

Lederman, D., Olarreaga, M. & Rubiano, E. (2006). Latin America's trade specialization and China and India's growth. *Review of World Economics, 144,* 248–27.

Liesner, H. H. (1958). The European common market and Brıtısh ındustry. *The Economic Journal*, (68), 302-316.

Manavkat, G. (2014). *Uluslararası rekabet gücünün belirleyenleri: Türk imalat sanayi üzerine ampirik analiz*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ege Üniversitesi.

Madiyarova, D., Amirbekova, A., & Syrlybayev, M. (2018). Comparative advantages of Kazakhstan assessed by the Balassa Index: consistently competitive exports are limited to raw materials with low added value. *Journal of Business and Retail Management Research*, *12*(3).

Martens, P., Casellı, M., De Lombaerde, P., Fıgge, L. & Scholte, J. A. (2014). New directions in globalization ındices. *Globalizations*, *12*(2), 217-228.

Miral, Z.C. (2006). *Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ve Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne karşı rekabet gücü: seçilmiş tarımsal ürünler için bir uygulama*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.

Mikic, M. & Gilbert, J. (2009). Trade statistics in policymaking: a handbookof commonly used trade ındıces and ındıcators. *Ekonomic And Sosyal Commısson For Asıa And Pasific.*

Özdemir, Ü., Yiğit, G. K. & Oral, M. (2016). Cumhuriyetten günümüze ekonomi politikaları bağlamında Türk dış ticaretinin gelişimi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, *21*(35), 149 – 174.

Özden, Ç. (2013). *Kırgızistan ticaret ve yatırım ortamı raporu.* T.C. Ekonomi Bakanlığı Bişkek Ticaret Müşavirliği, 48.

Parasız, İ. & Ekren, N. (2013). *Uluslararası iktisat.* Ezgi kitabevi.

Pirimbayev, C. & Ganiyev, C. (2016). *Bağımsızlık döneminde Kırgızistan ile Türkiye'nin ekonomik ilişkileri*. Uluslararası Dünden Bugüne Türkiye-Kırgızistan İlişkileri Sempozyumu Bildiri Kitabı.

Porter, M.E. (1990, March-Aprıl). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 73-91.

Reyes, G. U. (2014). Examining the revealed comparative advantage of the ASEAN 6 Countries using the Balassa İndex and Lafay İndex. *Journal of Global Business and Trade*, *10*(1), 1-11.

Seyidoğlu, H. (2015). *Uluslararası iktisat: teori, politika ve uygulama*. Güzem Can Yayınları.

Snowdon, B. & Stonehouse, G. (2006). Competitiveness in a globalised world: Michael Porter on the microeconomic foundations of the competitiveness of nations, regions, and firms. *Journal of International Business Studies*, (37), 163–175.

Solak, F. (2003). Türkiye- Orta Asya Cumhuriyetleri dış ticaret ilişkilerinin gelişimi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 1*8*(1), 69-96.

Sulu, M. (2017). Rekabet yasağı sözleşmeleri. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, *22*(1), 575-600.

Startienė, G. ve Remeikienė, R. (2014). Litvanya endüstrisinin küresel pazarlarda ortaya çıkan karşılaştırmalı üstünlüğünün değerlendirilmesi. *Procedia-Sosyal ve Davranış Bilimleri, 110*, 428-438.

Şahin, S. (2014). *Teknolojik gelişmeler ve uluslararası rekabet gücü ilişkisi bağlamında nanoteknolojinin önemi ve Türkiye deneyimi*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.

Şahin, Ç. (2015). Uluslararası örgüt işlevleri açısından Türk Konseyi (Türk Keneşi). *13. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi*. Bakü, Azerbaycan, 28- 30 Ekim 2015.

Şimşek, N. & Sadat, S. A. (2009). ECO pazarında Türkiye: 1997-2005 dönemi rekabet gücü analizi. *Sosyoekonomi Dergisi, 10*(10), 136-158.

Takım, A. (2011). Türkiye'de 1960-1980 yılları arasında uygulanan kalkınma planlarında maliye politikaları. *Maliye Dergisi*, *160*(1), 154-176.

T.C. Dışişleri Bakanlığı (2021), Türkiye-Kırgızistan siyasi ilişkileri, https://www.mfa.gov.tr/turkiye-kirgizistan-cumhuriyeti-siyasi-iliskileri.tr.mfa, Erişim Tarihi:19.12.2021.

T.C. Ticaret Bakanlığı 2020, İki ülke arasında ticaretin altyapısını oluşturan anlaşma ve protokoller, (21 Ekim 2020) https://ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/orta-asya/kirgizistan/ikili-anlasmalar/iki-ulke-arasinda-ticaretin-altyapisini-olusturan-anlasma-ve-protokoller, Erişim Tarihi:10.08.2021.

Türker, O. (2017). Türkiye'nin demir-çelik endüstrisinin rekabet gücünün değişimi 1989-2016. *Kesit Akademi Dergisi*, (12), 54-77.

Utkulu, U. & Aydemir İ. (2008). *Türkiye'de dış ticaret işlemleri ve uygulaması: teoriden pratiğe*. Gazi Kitabevi.

Uulu, T. E., Öğüt, H. & Marakoğlu, T. (2018). Kırgızistan'ın tarımsal mekanizasyon düzeyinin coğrafik bölgeler açısından değerlendirilmesi. *Manas Journal of Agriculture Veterinary and Life Sciences*, *8*(2), 89-97.

Ünal, U., Najimudinova, S. & Özdil, T. (2015). Kırgızistan'da Türk girişimcilerin profili üzerine bir araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *4*(5), 329-345.

Ünlü, F. (2018). İmalat sanayinin rekabet gücündeki değişimin teknoloji yoğunluğuna göre ölçülmesi: Türkiye ve BRICS ülkeleri örneği. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 10(19), 422-441.

Wang, T., Lee, H., Zamora, E.A., Talisayon, S.D., Supangco, V.T., Gutierrez, B.P.B. & Patalinghug, E.E. (2004). A research framework for evaluating the competitiveness of developing countries: an example of the Philippines. *Asia Pacific Management Review*, *9*(2), 301-321.

Vatansever Deviren, N. & Yıldız, O. (2014). Bölgesel rekabet gücünün arttırılmasında bölgesel kalkınma ajanslarının rolü: Geka örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *7*(35), 763-779.

Vollrath, T. L. (1991). A theoretical evaluation of alternative trade ıntensity measures of revealed comparative advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv, 127*, 265-280.

Vujakovic, P. (2010). How to measure globalization? A new globalization ındex (NGI). *FIW Working Paper*, No: 46.

Yalçınkaya, M. H., Çılbant, C., Erataş Sönmez, F. & 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.

Yavuz, F. (2005). *Türkiye'de tarım*. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı.

Yılmaz, B. (2003). Turkey's competitiveness in the European Union: A comparison with five candidate countries – Bulgaria, the Czech Republic, Hungary, Poland, Romania–and the EU15. *Ezoneplus Working Paper*, No.12.

Yılmaz, B. & Ergun, S. J. (2003). The foreıgn trade pattern and foreıgn trade specıalızatıon of candıdates of the European Unıon. *Ezoneplus Working Paper*, No.19.

Yılmaz, M. & Özken, A. (2015). *Dış ticarette makro göstergeler ve anlamları.* Gazi Kitabevi.

Yu, R., Caı, J. & Leung, P. (2009), The normalized revealed comparative advantage ındex. *The Annals of Regional Science,43*(1), 267-282.

Zaghini, A. (2003). Trade advantage and specialisatıon dynamics ın acceding countries, *Europan Central Bank Working Paper Serıes*, No:249.

İnternet Kaynakları

https://www.trademap.org

www.comtrade.un.org

https://www.tuik.gov.tr/