



Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Kapsamında Türk Endüstrilerinin Avrupa Birliği (15) Pazarındaki Rekabet Gücü Düzeylerinin İncelenmesi: 1995 – 2007

Hüseyin ALTAY*

Özet: Uluslararası rekabet gücünün artan öneminden hareketle çalışmanın amacı; Türkiye'nin en önemli hedef pazarı konumunda bulunan AB (15) pazarında, Türk Endüstrileri'nin rekabet gücü düzeylerini belirlemektir. Çalışmada İhracat Benzerlik Endeksi, Balassa Endeksi ve Vollrath Endeksi kullanılmıştır. Ulaşılan sonuçlar itibariyle Türkiye'nin AB (15) Pazarı'ndaki en yakın rakipleri; Polonya, Romanya, Portekiz, Çin, Hindistan, Endonezya, İtalya, Tayland, Slovenya, Fas ve İsrail'dir. Bu ülkelerle karşılaştırmalı olarak yapılan rekabet gücü analizine göre ise Türkiye, Emek Yoğun ve Hammadde Yoğun endüstrilerde rekabet gücüne sahiptir. Bununla birlikte, Türkiye'nin özellikle Sermaye Yoğun, az da olsa Kolay ve Zor Taklit Edilebilen Araştırma Yönlü bazı endüstrilerde rekabet gücü potansiyelinin de bulunduğu görülmektedir. Ayrıca, çalışmada Türkiye'nin AB dışında yer alan rakiplerine karşı daha yüksek rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Rekabet Gücü, Avrupa Birliği, Endüstri,

Examination of Competitive Power Levels of Turkish Industries In European Union (15) Market Within The Theory of Comparative Advantages: 1995 – 2007

Abstract: Starting from the point of increased importance of international competitiveness, the aim of the study is; to determine the competitiveness levels of Turkish industries in EU (15) market, which is the most important target market for Turkey. In this study, Export Similarity Index, Balassa's Index and Vollrath's Index are used. According to the results, Turkey's rival countries are Poland, Romania, Portugal, China, India, Indonesia, Italy, Tayland, Slovenia, Morocco and Israil in European Union (15) Market. According to analyze of comparison with competitor countries, Turkey has competitive power at the Labor-intensive goods and Raw material-intensive goods. However it has been seen that some of easily and difficultly imitable-research oriented industries, particularly capital intensive industries, have potential of competitive power. Furthermore, It is founded that Turkey has higher competitive power against rival countries which except from European Union.

Keywords: External Trade, Competitive Power, European Union, Industry

GİRİŞ

Gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler açısından ticaretin nedenlerini açıklayan farklı teorilerin farklı yaklaşımları olmasına rağmen, teorilerdeki ortak

* Yrd. Doç. Dr., Bilecik Üniversitesi İ.İ.B.F. İktisat Bölümü

noktaların en önemlilerinden biride dış ticaretin her iki taraf açısından da kazanç sağlayacağını ileri süren görüşüdür. Dolayısıyla, dış ticaretin geliştirilmesi mutlak artı değer elde edilmesinde karşılaşılan kısıtlamaları kaldırmak ve görece artı değere ulaşmak için gerekli olmuştur. Daha açık ifadesiyle, ihracat üretken sermayenin üretim tabanını genişleterek işbölümünün daha ileri aşamalara getirilmesini sağlamakta, ithalat ise dolaşımda olan değişmez sermayenin ve işgücünün değerini düşürerek artı değer oranı yükseltilmektedir. Böylelikle, dış pazarlar veya dış ticaretin mutlak ve görece artı değer oranlarının yükselmesini sağladığı, dolayısıyla sermaye birikimini hızlandırdığı saptanmaktadır (Sönmez, 1998, 27).

Ancak dış ticaretten elde edilecek kazanımların maksimizasyonu ticaretin önündeki tüm engellerin minimizasyonundan geçmektedir. Diğer ifadesiyle, ülkeler ticaretin önündeki engelleri kaldırma yönünde serbest ticaret politikalarını azami ölçüde uygulamaya koymak zorundadırlar. Bu bağlamda da dünya ekonomisinde uluslararası ticareti serbestleştirme konusunda temelde iki yaklaşım geliştiği gözlenmektedir. Bunlar; *uluslararası* ya da *küresel* yaklaşım ile *bölgesel* yaklaşımlardır. Uluslararası yaklaşım *GATT-WTO* gözetiminde düzenlenen uluslararası konferanslar yoluyla, dünya ticaretinde uygulanan tarife ve tarife dışı kısıtlamaların kaldırılmasına yöneliktir. (Karluk, 2002, 225). Buna karşılık bölgesel yaklaşımın kapsamı ise, belirli bir grup ülke ile sınırlıdır. Burada çoğunlukla aynı coğrafi bölgede yer alan ülkeler arasındaki dış ticaretin önündeki engeller kaldırılarak ticaret serbestisi sağlanan belirli bir grup oluşturulmaya çalışılır (Seyidoğlu, 2003, 204).

Aslında, küreselleşme ve bölgeselleşme eğilimlerinin temelinde ortak olarak ihracata dayalı bir ekonomik model yatmaktadır. Ayrıca, özünde liberal iktisadi düşünceyi barındıran böyle bir model anlayışı da dünya ölçeğinde rekabeti ve rekabet gücünü; firma, endüstri ve ulusal bazda ön plana çıkarmaktadır (Ekin, 1997, 10). Bu bağlamda ülkelerin, ticaretin önündeki ekonomik sınırları ortadan kaldırma eğiliminde olması, pazar yapılarının ülke ölçeğinden bölgesel ve hatta küresel ölçeğe genişlemesine neden olmaktadır.

Ekonomik sınırların ortadan kaldırılmaya başlanmasıyla birlikte pazar ölçeğinin genişlemeye başlaması ve serbest giriş imkânları, aynı pazarda aynı ya da benzer ürünleri üreten, aynı hedefler doğrultusunda hareket eden birçok firmayı karşı karşıya getirmiştir. Böyle bir yapı da eskisine oranla rekabetin daha da şiddetlenmesine zemin hazırlamaktadır. Bu açıdan, günümüzde ülkelerin az gelişmişlik sorunlarını aşarak istikrarlı bir büyüme trendini yakalayabilmeleri ve gelişmiş ülkelerle aralarındaki farkı kapatabilmeleri mutlak manada uluslararası düzeyde sahip olacakları rekabet gücüne bağlanmaktadır.

Rekabet gücüne ait parametrelerin ise çok çeşitli olması ve bu parametrelerin

zaman içinde değişim ve gelişim göstermesi ortak bir rekabet gücü tanımına varmayı zorlaştırmaktadır. Bu kapsamda, dünya ticaretinin ve ona yön veren rekabet unsurlarının gelişimi ve değişimi incelendiğinde, özellikle ikinci dünya savaşından 1970'li yıllara kadar olan zaman diliminde rekabet gücünün temel ögesinin *üretim üstünlüğü* olduğu ve bunu gerçekleştirmek için de *kitlesel üretim* stratejilerinin geliştirildiği görülmektedir. 1970'li yılların sonrasında ise *maliyet yönlü rekabet* dönemi başlarken, 1980'li yıllarda bu gelişime *kalite* boyutu eklenmiştir. İçinde bulunduğumuz zaman dilimini de kapsayan ve özellikle 1990'lı yıllarla birlikte rekabet gücünün belirleyenleri ise, *esneklik*, *hız* ve *yenilik (farklılık)* olarak karşımıza çıkmaktadır (Güleş, 2001, 61). Bu gelişmeler çerçevesinde, rekabet gücünü, *hızla değişim gösteren tüketici taleplerine uyumlu, en yeni ve kalite düzeyi yüksek ürünleri en düşük fiyatlarla, en hızlı şekilde ve destekleyici hizmetlerle hedef pazarlara ulaştırmaktır* şeklinde ifade edebiliriz.

Görüldüğü üzere rekabet gücü, temelde firma düzeyinde ele alınmaktadır. Diğer ifadesiyle uluslararası rekabet gücü firma düzeyinden başlamaktadır. Ancak rekabet gücü firma, endüstri ve ulusal ya da uluslararası açıdan da tanımlanabilmektedir. Firma düzeyinde rekabet gücü yukarıda da ifade edildiği gibi *maliyet*, *kalite*, *yenilik*, *esneklik*, *hız* ve *hizmetler* açısından diğer firmalarla yarışabilme becerisi iken (Aktan ve Vural, 2004-a, 11), endüstri düzeyinde rekabet gücü de, endüstrinin bünyesinde barındırdığı büyük firmaların rekabet gücü olarak açıklanabilir (Aktan ve Vural, 2004-b, 16). Ulusal ya da uluslararası rekabet gücü ise, *Dünya Ekonomik Forumu*'na göre; “*bir ülkenin ekonomik refah ve yaşam standartlarını iyileştirebilmesi için gerekli olan ekonomik güçtür*” şeklinde ifade edilirken (Özkıvrak, 2001, 165), *Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü*'ne göre ise; “*bir ülkenin katma değerde sürekli artış sağlayabilecek bir çevre oluşturabilme yeteneği*” olarak ifade etmektedir (Aktan ve Vural, 2004-b, 18).

Sonuçta, ulusal rekabet gücü analizi, firma ve endüstri düzeyinde ifade edilen rekabet gücü parametrelerini kapsayan makro ekonomi yönetiminin ulusal rekabet gücünün ana hedefi konumundaki *ulusal refah* açısından yüklendiği işlevi ön plana çıkarmaktadır. Bu durum da açık olarak, gelişmekte olan ülkelerin rekabet gücünü ve kazanımlarını reel gelir artışı biçiminde toplumsal kesimlere aktarmada neden başarısız olduğu sorusuna cevap niteliğindedir (Dulupçu, 2001, 89).

Uluslararası rekabet gücünün, genel olarak yapılan açıklamalar kapsamındaki önemi bağlamında çalışmamız, Türkiye'nin en yoğun olarak ticari ilişki içerisinde olduğu AB (15) pazarında Türkiye'nin rekabet gücü düzeyini belirlemeye yönelik olacaktır. Türkiye'nin AB pazarında *Karşılaştırmalı Üstünlük Avantajı*'nın bulunduğu endüstrilerin belirlenmesi temelinde yapılan

rekabet gücüyle ilgili önceki çalışmalar incelendiğinde Türkiye'nin AB pazarında genel olarak *Hammadde Yoğun, Emek Yoğun* ve daha çok düşük katma değerli *Sanayi Ürünlerinde* karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir.

Ancak bir ülkenin, belirlenen hedef pazarda hangi endüstrilerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığının belirlenmesinin rekabet gücüyle ilgili çalışmalar açısından gerekli, buna karşılık tek başına yeterli olmayan bir uygulama olduğunu düşünmekteyiz. Araştırmanın daha da derinleştirilmesi açısından ilgili ülkenin, belirlenen hedef pazarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu endüstrilerinin aynı hedef pazarda, aynı endüstrilerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu belirlenen benzer yapıdaki rakip ülkelerle karşılaştırmalı olarak analiz edilmesi gerekmektedir.

Bu yaklaşımdan hareketle, biz diğer çalışmalardan farklı olarak; Türkiye'nin AB (15) pazarında hangi endüstrilerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu belirlemenin ötesinde benzer yapıda ve AB (15) pazarında aynı karşılaştırmalı üstünlüklere sahip olan rakip ülkelerle karşılaştırmalı analiz metodunu kullanacağız. Ayrıca bu çalışmada biz, karşılaştırmalı üstünlük avantajının belirlendiği endüstriler yanında, avantajın marjinal sınırdaki olduğu ve dezavantaja sahip olunan endüstrileri de benzer yapıdaki rakip ülkelerle karşılaştırmalı rekabet gücü analizine tabii tutarak rekabet gücü potansiyelinin bulunduğu endüstrileri de belirlemeye çalışacağız.

Bu kapsamda çalışmamızda izlenecek üç temel aşama şu şekilde özetlenebilir. Öncelikle, *Karşılaştırmalı Üstünlükler Prensibi*'ni açıklayan teoriler ve bu teoriler ekseninde yapılan çalışmalarla konuya ışık tutulmaya çalışılacaktır. İkinci aşamada araştırmanın çıkış noktasını oluşturan ana problem ve bu problem ekseninde araştırmanın amaç ve önemi belirlendikten sonra araştırmanın yöntemi başlığı altında da uygulanacak modeller tanıtılacaktır. Uygulama bölümünde ise, Türk Endüstrileri'nin AB (15) pazarında 1995 – 2007 yılları arasında SITC - 2 (*Standart International Trade Classification - 2 Digit*) kapsamında tanımlanan endüstri ya da ürün grupları bazında karşılaştırmalı üstünlükler açısından avantajlı, dezavantajlı ve avantajın marjinal sınırdaki olduğu ilgili endüstriler belirlenecek ve rakip ülkelerle karşılaştırmalı olarak analiz edilecektir. Karşılaştırmalı analiz neticesinde de Türk Endüstrileri'nin AB (15) pazarındaki mevcut ve yakın gelecekteki rekabet gücü düzeyleri belirlenmeye çalışılacaktır.

¹ DPT (1988 – Aktan ve Vural, 2004), Güran (1990), DTM (1990-1999), Karakaya ve Özgen (2002), Yılmaz (2003), Yılmaz ve Ergün (2003), Ferman, Akgüngör ve Yüksel (2004), Utkulu ve Seymen (2004)

KLASİK KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER TEORİSİ

Endüstriler- arası ticaret; bir endüstri²deki ürünlerin farklı bir endüstride üretilen ürünlerle değiştirildiği durumu ifade eder (Greenaway, 1985, 29). Daha geniş bir bakış açısıyla endüstriler-arası ticaret, farklı faktör yoğunluklarına bağlı olarak farklı verimlilik düzeylerindeki ürünlerde uzmanlaşma sağlayan ülkeler arasındaki farklı ürünlere dayalı ticarettir. Uluslararası ticareti genel olarak ülkeler arasındaki bu tür farklılıklar prensibiyle açıklamaya çalışan bu yaklaşımın teorik altyapısı; *Adam Smith*, *David Ricardo*, *Eli F.Hechscher* ve *Bertil Ohlin*'in çalışmalarıyla oluşturulmuştur.

The Wealth of Nations (1776) adlı eseriyle büyük bir çığır açan *Adam Smith*'e göre iki ülke arasındaki iki ürünlü ticaret modeli, ülkelerin sahip oldukları *mutlak üstünlüklere* göre gerçekleşir (*Theory of Absolute Advantages*). Buna göre her iki ülke de emek-değer teorisi yaklaşımınca,³ değerine göre daha verimli (*düşük maliyetli*) olduğu ürünün üretiminde uzmanlaşarak bu ürünleri ihraç edecek, verimsiz olduğu ürünün üretimini karşı tarafa bırakarak bu ürünü de ithal edecektir (Salvatore, 1990, 22). Dolayısıyla, bu yolla kaynaklar daha etkin biçimde kullanacağından ve daha fazla çıktı düzeyine ulaşacağından her iki ülkenin de refahı artmış olacaktır. Ancak, iki ülke ve iki ürün modeline göre kurulan teori bir ülkenin değerine göre her iki üründe de mutlak üstünlüğe sahip olduğu durumu açıklayamamaktadır. Teorideki bu eksiklik ise *Smith*'den yaklaşık kırk yıl sonra *David Ricardo* tarafından giderilmiştir.

David Ricardo On The Principles of Political Economy and Taxation (1817) adlı eserinin VII. (*On Foreign Trade*) bölümünde mutlak üstünlüklere ilişkin analizleri geliştirerek Klasik Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'ni (*Theory of Comparative Advantages*) ortaya atmıştır. *Ricardo*'ya göre uluslararası ticareti *mutlak üstünlüklere* dayandırmaya gerek yoktur. Böyle bir yaklaşım teorisinin kapsamını daraltmaktadır (Seyidoğlu, 2003, 18). *Ricardo*'nun *karşılaştırmalı üstünlükler* prensibine göre, bir ülke diğer ülkeye göre her iki ürünün üretiminde de mutlak olarak dezavantaja sahip olsa dahi belirli şartlar altında dış ticaret gerçekleştiğinde her iki ülke de ticaretten kazançlı çıkabilecektir (Carbough, 1992, 19). Öyle ki; mutlak olarak her iki üründe de dezavantajlı durumda olan ülke karşılaştırmalı olarak daha az verimsiz olduğu olanda uzmanlaşırken, diğer ülke de karşılaştırmalı olarak daha yüksek verime sahip olduğu alanda

² **Endüstri**: aynı üretim teknikleri kullanarak özdeş ya da benzer ürünler üreten firmaların oluşturduğu ekonomik grup olarak tanımlanmaktadır

³ **Smith** ve **Ricardo**'yla başlayan Klasik Ekol'e göre bir ürünün maliyeti (**fiyatı**) onun üretimi için harcanan emek miktarı/zamanı ile ölçülmektedir. Dolayısıyla ülkelerin üretim maliyetlerindeki farklılıklar emek verimliliklerindeki farklılardan kaynaklanmaktadır. Ayrıca, bu ekole göre emek homojendir (**türdeş**) ve sermaye ise üretim aracı şeklindeki emek olarak kabul edilmektedir.

uzmanlaşacaktır (Ellsworth, 1958, 62).

Ricardo'nun geliştirdiği karşılaştırmalı üstünlükler teorisi, belirli şartlar altında hala geçerliliğini sürdürmektedir. Ancak teorinin en önemli eksikliği, ülkeler arasında dış ticaretin en önemli nedeni sayılan emeğin verim farklılıklarının nereden kaynaklandığını açıklamamış olmasıdır. Bu eksiklik İsveçli iktisatçılar *Eli F. Heckscher* ve *Bertil Ohlin* tarafından giderilerek karşılaştırmalı üstünlükler teorisi modern bir yapıya kavuşturulmuştur.

Ricardo'yu izleyen yüzyılda, bir çok ekonomist karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımına olumlu katkılarda bulunmuşlardır. Örneğin, *Jacop Viner* ve *Gottfried Haberler* emek-değer teorisine olumlu eleştirilerle katkıda bulunurken, *John Stuart Mill* ticaret hadlerini (*göreceli fiyatlar*) açıklamak için bu yaklaşıma *karşılıklı talep (reciprocal demand) kanunuyla* katkıda bulunmuştur. Ancak, en önemli katkı *Bertil Ohlin*'in 1933 yılında yayımlanan *Interregional and International Trade* isimli çalışması olmuştur. Aslında *Ohlin*'in bu çalışması, temellerini *Eli F.Heckscher*'in ortaya attığı çalışmanın geliştirilmiş şeklidir. Bundan dolayı bu teori *Heckscher-Ohlin (H-O)* teorisi olarak adlandırılmaktadır (Root, 1990, 42).

Bu yaklaşıma göre, ülkelerdeki üretim faktörlerinin farklı yoğunlukları, karşılaştırmalı üstünlüklerdeki farklılıkları meydana getirmekte bu durum da ülkeler arasında ticarete yol açmaktadır (Johnson, 1962, 30). Genel olarak, bir ülkede bol olarak bulunan faktörler nispeten ucuz, kıt olan faktörlerde nispeten pahalı olarak temin edilecektir. Dolayısıyla, bol olan faktöre dayalı olan ürünlerin üretiminde uzmanlaşma sağlanıp bu ürünler ihraç edilirken, kıt olan faktöre dayalı ürünler ise ithal edilecektir (Ohlin, 1933/1967, 63). Bu nedenle, farklı faktör yoğunluklarına bağlı avantajlar dış ticaret sayesinde ülkelerin kazançlı çıkmalarına olanak sağlayacaktır.

Teori, *Ricardo*'nun dış ticaretin temeli olarak ortaya koyduğu emek verimliliklerindeki (*üretim maliyeti*) farklılıkların nedenini ülkelerdeki faktör yoğunluklarına bağlayarak karşılaştırmalı üstünlükler teorisine son şeklini kazandırmıştır. Ayrıca, *H-O Teorisi*'nde, *Ohlin*'in 1924 yılında yayımladığı *The Theory of Trade* isimli çalışmasında emek-değer teorisinin çöktüğünü ispatlamasıyla,⁴ *Ricardo*'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'nde ifade ettiği *emek faktörüne* ek olarak *sermaye faktörü* de dahil edilerek ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüklerin tek faktörden ziyade çoklu faktörlerle de gerçekleşeceği kanıtlanmıştır.

⁴ Ayrıntılı bilgi için bkz. OHLIN Bertil, "The Theory of Trade" *Heckscher-Ohlin Trade Theory*, The MIT Press (Edited by, Harry Flam and M. June Flanders), Cambridge, 1991, pp. 200-201

KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER VE REKABET

Teorik çerçevede de ifade edildiği gibi *Ricardo*'nun *karşılaştırmalı üstünlükler prensibi* ve *H-O* yaklaşımlarıyla açıklanan *endüstriler-arası ticaret* ülkeler arasındaki üretim faktörlerinin farklı yoğunluklardaki mevcudiyetine, dolayısıyla bu faktörlerin farklı verimlilik düzeylerine (*maliyet*) dayanır. Fakat bu farklılıklar ülkeler arasındaki ticaret nedeniyle tamamlayıcı bir nitelik arz eder. Her ülke karşılaştırmalı olarak üstün olduğu ürünlerin üretiminde uzmanlaşır ve bu ürünlerin ihtiyaç fazlası olan kısmını ihraç ederken, karşılaştırmalı olarak dezavantajlı olduğu ürünlerin üretiminden ise vazgeçer ve ihtiyacı olan bu ürünleri diğer ülkelerden ithal eder.

Ancak, iki ülke ve iki ürün modeliyle açıklanan teorilerin çok ötesinde, ticaret açısından hedef olarak belirlenen ülke, ülkeler ya da bölgesel entegrasyonlar karşısında bir ülkenin, sahip olduğu üretim faktörleri itibarıyla, belirli ürünlerin üretiminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olması durumu, belirlenen bu hedef pazarlarda, o ülkenin ilgili ürünlerde rekabet gücünün varlığına ve mutlaka ihracat gerçekleştireceğine işaret etmez. Aynı zamanda böyle bir durumun varlığının, ülkenin ilgili ürünlerinin ihracat performansı, diğer bir ifadeyle, sahip olacağı pazar ölçeği ve ihracat hacmi üzerinde de belirleyici bir etki meydana getireceği söylenemez. Rekabet gücü konusunda, benzer faktör yoğunluğuna ve üretim potansiyeline sahip, dolayısıyla benzer ürünlerin üretiminde karşılaştırmalı üstünlükleri olan ve aynı hedef pazarlara yönelen diğer ülkelerin ürettikleri ürünler, elde ettikleri pazar payları ve gerçekleştirdikleri ihracat hacimleri karşısındaki durumun tespiti en önemli belirleyici etkidir.

Belirli bir hedef pazara yönelik olarak, benzer ürünlerin üretiminde karşılaştırmalı üstünlüklere sahip farklı ülkelerin farklı büyüklüklerdeki pazar paylarına ve ihracat hacimlerine sahip olmaları, hatta bazı ülkelerin hedef pazarlardaki pazar paylarını ve ihracat hacimlerini artırma eğiliminde iken, bazı ülkelerin ise bu avantajlarını kaybetme eğiliminde olmaları bilinen bir gerçektir. Böyle bir durum ise ancak, ilgili ürünler açısından bu ülkelerin benzer faktör donanımına sahip olmalarına rağmen, hedef pazarlarda farklı rekabet gücüne sahip olmalarıyla açıklanabilir.

Dolayısıyla, rekabet gücü açısından bir ülkenin belirli ürünlerde, belirlenen hedef pazarı oluşturan ülke ya da ülkeler açısından karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olması gerekli ancak tek başına yeterli bir özellik değildir. Bunun yanında bir ülkenin rekabet gücünün belirlenebilmesi için benzer yapıdaki diğer ülkeler karşısındaki performans durumu ve bu durumun sürdürülebilirliği de önem kazanmaktadır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Türkiye, 1996 yılından itibaren 15 AB üyesi ülkeyle, Gümrük Birliği ilişkisi içerisinde dış ticaretini ağırlıklı olarak bölgesel bir zemine kaydırmıştır. 1996 yılından günümüze kadar geçen süre içerisinde Türkiye'ye ait dış ticaret verileri incelendiğinde de dış ticaretin yoğun olarak Gümrük Birliği kapsamındaki AB (15) ülkeleriyle gerçekleştirilmekte olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, AB (15) pazarı Türk dış ticareti açısından büyük önem taşımakta, diğer bir deyişle Türk Endüstrileri'nin AB (15) pazarındaki başarı ya da başarısızlığı Türk Ekonomisi'ni önemli derecede etkilemektedir.

Bu bağlamda, Türkiye'nin Gümrük Birliği kapsamında yer alan 15 AB üyesi ülkeyle 1995 ve 2007 yılları arasında gerçekleştirmiş olduğu ihracat ve ithalata ait veriler incelendiğinde 2001 yılı haricindeki tüm yıllarda Türkiye'nin ithalatının ihracatından daha fazla olduğu görülmektedir. Dış ticaret açısından böyle bir yapı, Türk Endüstrileri'nin AB (15) pazarındaki rekabet gücü düzeyinin incelenmesi gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır.

Tablo 1: Türkiye İle AB (15) Ükeleri Arasındaki İhracat ve İthalat (Milyar Euro)

	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	95-07
İHR	9,2	10,2	11,8	13,6	15,0	17,5	20,2	22,0	24,0	29,0	31,2	35,9	39,3	279,0
İTH	13,3	17,9	21,6	21,5	19,9	29,4	19,8	23,9	27,7	35,2	38,5	42,9	44,8	356,6
FRK	-4,1	-7,8	-9,8	-7,9	-4,8	-1,1	0,4	-1,9	-3,7	-6,2	-7,3	-7,0	-5,5	-77,5

Kaynak: www.eurostat.com

İlgili açıklamalar ışığında, araştırmanın çıkış noktasını oluşturan en önemli problem; *Türk Endüstrileri'nin ihracat hacminin en yoğun olduğu AB (15)⁵ pazarındaki rekabet gücünün tüm rakip ülkeler karşısında hangi düzeyde olduğudur.*

Gümrük Birliği sürecinin, rekabet gücü anlamında Türk Endüstrileri'ne hangi kazanımları sağladığı, Türkiye'nin Gümrük Birliği kapsamındaki ve diğer üçüncü ülkeler arasındaki rakip ülkelere karşı sahip olduğu rekabet gücü düzeyinin sorgulanması ile açıklığa kavuşturulacaktır. Ayrıca, Türkiye'nin 15 AB üyesi ülke dışındaki üçüncü ülkelere karşı Gümrük Birliği avantajı olmakla beraber, 2004 yılı itibariyle 10 yeni AB üyesi ülkeye⁶, 2007 yılında üye olan 2 yeni AB ülkesine⁷ karşı bu avantajın ortadan kalktığı, ve aday ülke⁸ statüsünde yer alan ülkelere karşı da yakın gelecekte Gümrük Birliği avantajının kalkacak olması, Türk Endüstrileri'nin AB (15) pazarında elde ettiği rekabet gücü yapısının sorgulanması gereğini ön plana çıkarmaktadır.

⁵ Almanya, Belçika, Fransa, Hollanda, İtalya, Lüksemburg, İngiltere, Danimarka, İrlanda, Yunanistan, İspanya, Portekiz, Finlandiya, İsveç, Avusturya

⁶ Çek Cumhuriyeti, Estonya, Kıbrıs, Letonya, Litvanya, Macaristan, Malta, Polonya, Slovakya, Slovenya

⁷Bulgaristan, Romanya

⁸ Hırvatistan, Makedonya, Arnavutluk, Bosna Hersek, Sırbistan Karadağ

Bu açıdan araştırmanın en temel amacı; Türkiye'nin AB (15) pazarında avantaj, dezavantaj ve avantajın marjinal sınırdaki olduğu belirlenen endüstri ya da ürün gruplarının, üretim faktörleri itibarıyla benzer özellikler ve üstünlükler taşıdığı belirlenen rakip ülkeler karşısında, karşılaştırmalı analizini yaparak rekabet gücü düzeylerini belirlemektir.

Gümrük Birliğinin üçüncü ülkelere karşı sağlanan korumacı avantajları yanında üye ülkeler açısından ticaret ve rekabet gücünü artırıcı olumlu etkilerinin yapısal olarak Türk Endüstrileri'ne ne düzeyde fayda sağladığı araştırma kapsamındaki son on iki yıl için değerlendirilmeye alınmaktadır. Dolayısıyla araştırmada, Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi açısından Türk Endüstrileri'nin AB (15) pazarında, ilgili rakip ülkeler karşısındaki rekabet gücü analizinin yapılması, Türk Endüstrileri'nin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesine olanak sağlayacaktır. Türk Endüstrileri'ne ait güçlü ve zayıf yönlerin belirlenmeye çalışılması da AB (15) pazarındaki negatif dış ticaret farkının nedenlerine, dolayısıyla dış ticaret ve rekabet gücünü artırmaya yönelik olarak üretilmesi gereken politikalara ışık tutacaktır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma, SITC - 2 (*Standart International Trade Classification - 2 Digit*)⁹ kapsamında sınıflandırılan endüstri ya da ürün grubu bazında gerçekleştirilecektir. Elde edilen veriler, Türkiye ve rakip olarak belirlenen ülkelerin AB (15) pazarında gerçekleştirmiş oldukları *Euro* bazlı ihracat ve ithalatlarına ait olup ilgili veriler 1995 – 2007 yıllarını kapsamaktadır.

Araştırmada öncelikle *İhracat Benzerlik Endeksi* kullanılarak AB (15) pazarında Türkiye'ye yapısal anlamda benzerliği olan rakip ülkeler belirlenecektir. Uygulamanın ikinci aşamasında ise, Balassa'nın *Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi* kullanılarak, Türkiye'nin AB (15) pazarında avantajlı, dezavantajlı ve avantajın marjinal sınırdaki olduğu endüstri ya da ürün grupları tespit edilecektir. Son aşamada ise, *Vollrath Endeksi* kullanılarak, Türkiye açısından AB (15) pazarında tespit edilen avantajlı, dezavantajlı ve avantajın marjinal sınırdaki olduğu endüstri ya da ürün gruplarının mevcut rekabet güçleri rakip ülkelerle karşılaştırmalı olarak analiz edilecektir.

İhracat Benzerlik (Export Similarity) Endeksi

İhracat Benzerlik Endeksi, bir ülkenin ya da ülke grubunun hedeflenen pazardaki ürün kompozisyonu açısından en yakın rakiplerinin hangi ülke ya da ülke grupları olduğunun belirlenmesinde kullanılmaktadır. Ayrıca, ihracat

⁹İlgili veriler AB'nin resmi internet sitesi olan (www.eurostat.com) adresinden alınmıştır

benzerlik endeksi kullanılarak iki ülke ya da ülke grubunun hedeflenen pazarda kendi aralarındaki ihracat benzerliğinin zamana yaygın olarak değişimi incelenebilmektedir. Bu endeksin diğer endekslerden en önemli farkı, standartlaştırılmış uluslararası ticaret verilerinin kullanılmasını zorunlu kılmasıdır (Ferman ve diğ.,2004, s.8). Aşağıdaki formülle ifade edilen ihracat benzerlik endeksi, Finger ve Kreinin (1979) tarafından geliştirilmiştir.

$$S(ab,c) \quad \text{Minimum } X_i(ac), X_i(bc) \quad *100$$

Ürün bazında, ülkeler arasındaki ihracat benzerliğinin azalması durumunda endeks “0” a yaklaşırken, benzerliğin artmaya başlaması endeks değerini “100” e yaklaşacaktır. Dolayısıyla, hedeflenen pazara ihraç edilen ilgili ürünlerin, gerçekleştirilen toplam ihracat içerisindeki oranları açısından, rakip ülkeler farklı oranlarda ihracat gerçekleştiriyorlarsa endeks değeri “0” a doğru azalırken, ihraç edilen ürün oranlarının benzerliğinde ise endeks değeri “100”e doğru yükselecektir.

Bu bağlamda, rakip ülkelerin hedef pazara ihraç ettikleri benzer ürünlerin toplam ihracatları içindeki oranları eşit olduğunda endeks “100”, tamamıyla farklı ürünler ihraç ettiklerinde ise, endeks “0” değerine ulaşacaktır (Kreinin ve Plummer, 2004, 7). Endeks değerinin “0” olarak hesaplanması Schott (2004)'a göre de rakip ülkelerin ilgili yıllar için tamamıyla farklı ürünleri ihraç ettikleri şeklinde yorumlanmaktadır.

Endeksin hesaplanmasında yararlanılan bileşenler ise şu şekilde açıklanmaktadır:

$X_i(ac) =$ “a” ülkesinin ya da ülke grubunun, “c” ülkesine ya da ülke grubuna, “i” ürün grubundan ihraç ettiği ürün değerinin, “c” ülkesine ya da ülke grubuna gerçekleştirdiği toplam ihracat içindeki oranı,

$X_i(bc) =$ “b” ülkesinin ya da ülke grubunun, “c” ülkesine ya da ülke grubuna, “i” ürün grubundan ihraç ettiği ürün değerinin, “c” ülkesine ya da ülke grubuna gerçekleştirdiği toplam ihracat içindeki oranıdır.

Balassa Endeksi

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) Endeksi ilk kez Lisner tarafından geliştirilmiş olsa da, endeksin popüler hale gelmesi Balassa'nın geliştirici çalışmaları sonucunda gerçekleşmiştir. Balassa (1965)'ya göre ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlükleri belirleyen birçok faktör bulunmaktadır. Hatta bu faktörlerin bazıları daha etkin iken bazıları da karşılaştırmalı üstünlüklerin belirlenmesinde nispeten daha zayıf kalmaktadır. Bu etkinlik ve zayıflığa bağlı olarak da bu faktörlerin ölçülebilmesi zorlaşmaktadır. Bu açıdan

Balassa, gözlemlenebilir ya da gözlemlenmiş ticari ilişkileri temel alıp ölçülen karşılaştırmalı üstünlüğü “*Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler*” olarak adlandırmıştır (Hoen ve Oosterhaven, <http://som.rug.nl>, s.1).

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, temel olarak ülkelerin açıklanmış ihracat rakamlarından ya da ihracat paylarından hareketle karşılaştırmalı olarak ülkelerin zayıf ya da güçlü durumdaki ihracat sektörlerinin ampirik açıdan belirlenmesini hedef alır (Hinloopen ve Marrewijk, 2004, s.1). Endeks temel olarak, ülkeler arasında gerçekleştirilen ticaret sonrası verilerine dayandırıldığından ülkeler arasında karşılaştırmalı üstünlüklere yansıyan nispi fiyatların olduğu kadar fiyat dışı faktörlerin de etkisini içerir (Li ve Bender, 2002, s.2). Ayrıca endeks, ülkelerin ihracat ürünleri kapsamında sahip oldukları nispi faktör yoğunluklarındaki ve verimliliklerindeki değişimin de incelenmesini sağlar (Batra ve Khan, 2005, s.5). Bu bağlamda *Balassa* geliştirdiği endeksi şu şekilde ifade etmiştir:

$$RCA_B = \ln \left(\frac{\left(\frac{X_{ij}}{X_{it}} \right)}{\left(\frac{M_{ij}}{M_{it}} \right)} \right), \text{ Endeks formüllerindeki:}$$

X_{ij} : Türkiye'nin AB (15) pazarına “j” ürününden yaptığı ihracatı

X_{it} : Türkiye'nin AB (15) pazarına yaptığı toplam ihracatı

M_{ij} : Türkiye'nin AB (15) pazarından yaptığı “j” ürünü ithalatını

M_{it} : Türkiye'nin AB (15) pazarından yaptığı toplam ithalatı

göstermektedir

Hesaplanan *RCA* değerlerinde hassas bir değerlendirme yapabilmek amacıyla; $RCA > 0,5$ ise ilgili endüstri ya da ürün grubu için ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün yüksek olduğu, $-0,5 < RCA < 0,5$ ise, karşılaştırmalı üstünlüğün marjinal sınırdaki olduğu ve $RCA < -0,5$ ise karşılaştırmalı üstünlüğün oldukça düşük olduğu şeklinde bir sınıflandırma yapılmaktadır.

Vollrath Endeksi

Vollrath (1991) *Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler*' in hesaplanabilmesine yönelik üç alternatif yöntem ileri sürmüştür. Bunlardan ilki, ihracat verileriyle olduğu kadar ithalat verileriyle de açıklanan Nispi Ticaret Avantajı (*Relative Trade Advantage*) *RTA*'dır. *RTA*, *Balassa*'nın endeksine denk sayılan Nispi İhracat Avantajı (*Relative Export Advantage*) *RXA* ve yine *Balassa Endeksi*'nin benzeri olan Nispi İthalat Avantajı (*Relative Import Advantage*) *RMA*' arasındaki fark olarak belirlenmiştir (Fertö ve Hubbart, 2002, 5-6). *Vollrath* geliştirdiği endeksler içerisinde kullanım açısından en uygun endeksin “*lnRXA*”

endeksi olduğunu belirtmiştir (Togan, 1993, s.263). Zira bu endeksin hem asimetri sorununu aşması hem de benzer faktör yoğunluğuna sahip rakip ülkelerin aynı hedef pazarda ihracat performanslarına bağlı olarak rekabet güçlerinin kıyaslanmasına olanak tanınması geniş kullanım alanı bulmasına neden olmaktadır.

$$\ln RXA = \ln \frac{X_{ia} / X_a}{X_{ib} / X_b}$$

Burada X_{ia} ve X_{ib} sırasıyla “Türkiye” ve “Rakip” ülkenin aynı hedef pazara yaptıkları “i” ürünü ihracatını X_a ve X_b ise “Türkiye” ve “Rakip” ülkenin aynı hedef pazara yaptıkları toplam ihracatı göstermektedir. Endeksin alacağı pozitif değerler “Türkiye”nin aynı hedef pazarda “Rakip” ülkeye karşı “i” ürününde rekabet gücünün bulunduğunu gösterirken negatif değerler ise tersini göstermektedir (Emirhan ve Konyalı, 2004, s.35).

UYGULAMA

SITC - 2 kapsamında AB (15) pazarına en fazla ihracat gerçekleştiren ilk 50 ülkenin 1995-2007 yılları arasındaki ihracat verilerine dayanarak hesaplanan ihracat benzerlik endeksi sonuçları aşağıda yer alan tablodaki gibi gerçekleşmiştir.

Tablo 2: AB (15) Pazarında Türkiye'ye Rakip Olan Ülkeler

ÜLKELER	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	ORT
POLONYA	75,61	78,62	77,64	80,79	82,33	80,29	80,89	80,38	81,31	83,33	84,41	86,28	84,62	81,30
ROMANYA	80,73	79,73	81,07	79,75	76,76	80,01	77,54	76,30	80,26	80,29	82,41	84,80	89,18	80,68
PORTEKİZ	79,39	79,78	76,77	80,00	78,89	76,77	74,66	80,41	79,60	84,42	84,56	87,37	82,17	80,37
ÇİN	77,55	77,84	75,36	77,19	77,10	77,38	77,92	81,53	81,56	82,36	82,82	83,07	86,15	79,83
HİNDİSTAN	82,40	80,98	81,30	78,89	80,85	80,58	82,12	79,32	79,55	77,44	75,69	74,96	76,70	79,29
ENDONEZYA	82,91	80,11	81,49	81,18	85,07	84,28	80,96	79,68	77,37	76,92	73,98	71,07	70,63	78,90
İTALYA	68,53	70,76	70,35	72,43	73,38	73,16	76,03	79,05	79,79	83,84	84,33	87,06	85,70	77,26
TAYLAND	77,19	76,03	73,13	72,56	74,28	74,38	74,58	76,23	75,96	79,38	82,15	82,86	81,33	76,94
SLOVENYA	68,46	70,25	71,13	72,92	75,36	74,99	77,41	75,34	75,20	80,24	79,33	81,68	81,65	75,69
FAS	79,23	77,37	78,62	79,49	76,61	71,23	67,60	68,45	68,69	66,90	82,56	64,42	65,23	72,80
İSRAİL	66,29	68,66	68,92	72,45	75,33	73,15	75,29	71,05	71,54	70,49	67,63	72,04	68,41	70,86

En az %70 benzerlik oranının baz alındığı hesaplamalar neticesinde Türkiye'ye AB (15) pazarında rakip olan benzer yapıdaki ülkeler sırasıyla; *Polonya, Romanya, Portekiz, Çin, Hindistan, Endonezya, İtalya, Tayland, Slovenya, Fas* ve *İsrail* olarak belirlenmiştir. Rakip olarak belirlenen bu ülkeler incelendiğinde ise ülkelerin, *Polonya, Romanya, Portekiz, İtalya* ve *Slovenya* gibi AB üyesi ülkeler¹⁰ile *Çin, Hindistan, Endonezya, Tayland, Fas* ve *İsrail* olmak üzere iki sınıfa ayrıldıkları görülmektedir.

Uygulama bölümünün ikinci aşamasında ise, *Balassa Endeksi* yardımıyla Türk Endüstrileri'nin AB (15) pazarında 1995 – 2007 yılları açısından karşılaştırmalı üstünlük avantajına, dezavantajına ve avantajın marjinal sınırdaki olduğu endüstri ya da ürün grupları belirlenirken, *Vollrath Endeksi* kullanılarak da rakip ülkelerle ilgili endüstri ya da ürün gruplarının rekabet gücü açısından karşılaştırmalı analizi yapılacaktır.

Balassa ve *Vollrath* Endekslerine ait hesaplamalar tekrardan kaçınmak amacıyla tek bir tablo üzerinde gösterilecektir. Bu açıdan, 1995 – 2007 yılları için hesaplanan endeks değerlerinin ortalama olarak hesaplanan tek değerleri alınacaktır. Dolayısıyla, ilk tabloda *Balassa Endeksinin* ölçüm kriterlerine göre karşılaştırmalı üstünlük avantajı tespit edilen endüstri ya da ürün gruplarının, *Vollrath Endeksi*yle hesaplanan rakip ülkelerle karşılaştırmalı analizi bir arada görülmektedir. Karşılaştırmalı analiz neticesinde rekabet gücünü gösteren pozitif değerler koyu renkle belirtilmiştir.

Tablo 3: Karşılaştırmalı Üstünlük Avantajının Yüksek Olduğu Endüstrilerin Rakip Ülkelerle Karşılaştırmalı Analizi

SİTC	POL	ROM	POR	CİN	HND	ENDZ	İTL	TYLD	SLV	FAS	İSR	Ülke
03	-0,522	2,982	-1,045	-0,194	-1,489	-1,381	0,656	-2,149	2,059	-2,942	1,448	4
05	1,156	2,594	1,717	2,305	1,331	2,205	1,043	0,550	3,310	-0,368	0,201	10
22	-0,281	-1,780	0,114	-0,736	-1,506	0,803	1,817	3,255	1,603	3,467	-1,299	6
27	1,656	2,793	1,359	1,272	-0,342	4,602	1,747	2,980	2,522	-1,021	0,361	9
62	-0,063	0,253	0,440	1,457	0,868	0,521	0,344	0,339	-0,249	2,318	0,775	9
65	1,545	1,324	0,658	1,264	-0,324	0,556	0,746	1,209	1,161	1,692	1,273	10
66	0,316	0,711	-0,156	0,338	-1,292	1,105	-0,047	-0,395	0,320	1,981	-1,979	6
81	0,238	0,617	0,604	-0,351	1,039	2,317	-0,001	1,705	-0,089	1,003	1,928	8
82	-1,829	-1,524	-0,369	-0,652	0,170	-1,721	-0,873	-0,381	-1,743	1,119	0,645	3
83	1,003	-1,198	0,811	-3,039	-2,509	-0,936	-0,956	-1,327	0,357	-0,537	0,675	4
84	1,658	-0,038	0,940	0,844	0,371	0,686	1,768	1,268	1,786	-0,276	2,498	9
96	-0,427	0,972	-1,276	-1,741	-0,007	0,201	-0,971	-1,890	0,604	-0,821	-0,560	3
Sıtc	7	8	8	6	5	9	7	7	9	6	9	Top

¹⁰ *İtalya Kuruluş Aşaması olan 1959'da, Portekiz 1985'te, Polonya ve Slovenya 2004'te, Avrupa Birliğine Katılmışlardır.*

SITC 00 - 99 kodlu endüstri ya da ürün grupları, teknolojik alt yapı gereksinimleri açısından 5 farklı sınıfta tanımlanmaktadır (Ferman ve diğ., 2004, s.12; Yılmaz, 2003, s.7). Bu sınıflandırmaya göre genel olarak;

1) SITC - 0 (Canlı Hayvanlar ve Gıda Maddeleri), 2-(26) (Akaryakıt Hariç, Yenilmeyen Hammaddeler), 3-(35) (Mineral Yakıtlar, Yağlar vb. İlgili Maddeler), 4 (Hayvansal ve Bitkisel Sıvı, Katı Yağlar ve Mumlar)ve 56 (Gübreler (272. Grubun Dışındakiler)) kodlu ürünler “*Hammaddeye Dayalı Ürünler*”,

2) SITC - 26 (Dokuma Elyafı (Yün Topları Hariç) vb. Artıkları), 6-(62, 67, 68) (Başlıca Sınıflara Ayrılarak İşlenmiş Ürünler) ve 8-(87, 88) (Çeşitli Mamül Eşya) kodlu ürünler “*Emek Yoğun Ürünler*”,

3) SITC - 1 (İçki ve Tütün), 35 (Elektrik Enerjisi), 53 (Debagat ve Boyacılıkta Kullanılan Ürünler), 55 (Uçucu Yağ, Rezinoit, Parfümeri, Kozmetik, Tuvalet Müstahzarları), 62 (Başka Yerde Belirtilmeyen Kauçuk Eşya), 67 (Demir ve Çelik), 68 (Demir İhtiva Etmeyen Madenler), 78 (Kara Taşları) kodlu ürünler “*Sermaye Yoğun Ürünler*”,

4) SITC - 51(Organik Kimyasal Ürünler), 52 (İnorganik Kimyasal Ürünler), 54 (Tıp ve Eczacılık Ürünleri), 58 (İlk Şekilde Olmayan Plastikler), 59 (Başka Yerde Belirtilmeyen Kimyasal Madde ve Ürünler), 75 (Büro Makineleri, Otomatik Veri İşleme makineleri), 76 (Haberleşme, Sesi Kaydetme ve Kaydedilen Sesi Tekrar Vermeye yarayan Aletler) kodlu ürünler “*Kolay Taklit Edilebilen Araştırma Yönlü Ürünler*”, ve

5) SITC - 57 (İlk Şekildeki Plastikler), 7-(75, 76, 78) (Makine ve Ulaştırma Araçları) 87 (Başka Yerde Belirtilmeyen Mesleki, İlmî, Kontrol Aletleri ve Cihazları), 88 (Fotoğraf Malzemeleri, Optik Eşyalar, Kol ve Duvar saatleri) kodlu ürünler de “*Zor Taklit Edilebilen Araştırma Yönlü Ürünler*” olarak tanımlanmaktadır.

Bu sınıflandırma itibariyle *Balassa* Endeksi kullanılarak yapılan hesaplamalarda Türkiye AB (15) pazarında genel olarak; SITC - 03 (Balık, Yumuşakça, Kabuklu ve Omurgasızlar, vb Ürünler), 05 (Meyve ve Sebzeler), 22 (Yağlı Tohumlar ve Yağ Veren Meyveler), 27 (Ham Gübre ve Maden (Kömür, Petrol ve Değerli Taşlar Hariç)) kodlu “*HAMMADDE YOĞUN ÜRÜNLER*”de,

SITC - 65 (Başka Yerde Belirtilmeyen Tekstil İplikleri, Kumaşlar, Şekil Verilmiş Mensucattan Eşyalar), 66 (Başka Yerde Belirtilmeyen Metal Olmayan Maddeden Yapılmış Eşyalar), 81 (Prefabrik Yapı, Sıhhi Su Tesisat, Isıtma ve Sabit Aydınlatma Cihazları), 82 (Mobilya, Yatak Takımı, Yatak Payandaları ve

Yastıkları), 83 (Seyahat Eşyaları, El Çantaları vb. Taşıyıcı Eşya), 84 (Giyim Eşyaları ve Bunların Aksesuarları) kodlu “*EMEK YOĞUN ÜRÜNLER*”de,

SITC - 62 (Başka Yerde Belirtilmeyen Kauçuk Eşya) kodlu “*SERMAYE YOĞUN ÜRÜNLER*”de , ve 96 (Diğer Düşük Değerli Ürünler) kodlu ürünlerde Karşılaştırmalı Üstünlük Avantajına sahiptir.

Karşılaştırmalı Üstünlükler bağlamında AB (15) pazarında avantajlı olduğu tespit edilen ilgili endüstri ya da ürün gruplarının benzer yapıdaki rakip ülkelerle karşılaştırmalı rekabet gücü analizine göre ise şu sonuçlara ulaşılmıştır. Rakip ülkeler karşısında en yüksek rekabet gücü, “*HAMMADE YOĞUN ÜRÜNLER*”de SITC - 05 (Meyve ve Sebzeler), 22 (Yağlı Tohumlar ve Yağ Veren Meyveler) ve 27 (Ham Gübre ve Maden (Kömür, Petrol ve Değerli Taşlar Hariç)), “*EMEK YOĞUN ÜRÜNLER*”de SITC - 65 (Başka Yerde Belirtilmeyen Tekstil İplikleri, Kumaşlar, Şekil Verilmiş Mensucattan Eşyalar), 66 (Başka Yerde Belirtilmeyen Metal Olmayan Maddeden Yapılmış Eşyalar) 81 (Prefabrik Yapı, Sıhhi Su Tesisat, Isıtma ve Sabit Aydınlatma Cihazları) ve 84 (Giyim Eşyaları ve Bunların Aksesuarları), “*SERMAYE YOĞUN ÜRÜNLER*”de de SITC - 62 (Başka Yerde Belirtilmeyen Kauçuk Eşya) kodlu ürünlerde tespit edilmiştir.

Karşılaştırmalı analiz rakip ülkeler açısından ele alındığında ise, Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlük avantajı bulunan 12 endüstriden 9 endüstride Endonezya, Slovenya ve İsrail, 8 endüstride Romanya ve Portekiz, 7 endüstride Polonya, İtalya ve Tayland, 6 endüstride Çin ve 5 endüstride de Hindistan karşısında rekabet gücü elde ettiği belirlenmiştir.

Aşağıdaki tabloda ise, Balassa Endeksine göre Karşılaştırmalı Üstünlük Avantajı'nın marjinal sınırdaki olduğu belirlenen endüstri ya da ürün gruplarının Vollrath Endeksi kullanılarak benzer yapıdaki rakip ülkelerle yapılan karşılaştırmalı analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4: Karşılaştırmalı Üstünlük Avantajının Marjinal Sınırdaki Olduğu Endüstrilerin Rakip Ülkelerle Karşılaştırmalı Analizi

SITC	POL	ROM	POR	ÇİN	HND	ENDZ	İTL	TYLD	SLV	FAS	İSR	Ülke
01	-3,997	-2,003	-2,285	-0,314	4,567	-1,803	-3,316	-4,652	-2,790	-0,965	-2,630	1
04	-0,445	-0,447	-0,652	1,743	-1,364	1,173	-1,614	-1,558	1,260	3,177	0,455	5
06	-0,395	0,195	-0,094	1,005	-0,648	1,613	0,335	0,278	-0,081	0,404	-0,955	6
07	-0,680	2,310	0,025	0,192	-2,702	-3,140	-1,002	-0,265	1,188	0,180	-0,102	5
09	-0,785	1,886	-0,368	1,055	0,527	0,410	-1,154	-1,103	1,479	0,284	-1,166	6
12	1,271	2,019	0,132	2,690	0,413	-0,276	1,800	1,263	4,439	5,074	5,988	10
26	1,628	2,136	1,483	0,477	0,820	1,445	1,462	2,052	2,676	2,798	0,771	11
29	-0,425	0,854	-0,192	-0,156	-0,942	0,359	-0,135	-0,012	0,607	-1,021	-1,950	3
33	0,234	-0,250	0,240	3,287	-0,609	0,462	-0,242	4,398	3,512	-0,397	-0,393	6
42	1,118	1,660	0,585	2,558	-0,831	-3,256	-0,029	1,808	2,886	-0,342	2,316	7
52	-0,067	0,460	1,020	0,089	0,709	3,109	0,783	1,761	-0,460	-1,532	-1,541	7
67	0,369	-0,108	0,864	1,109	0,153	1,248	0,090	1,926	0,152	2,453	3,155	10
68	-1,061	-0,787	0,345	0,514	0,749	0,324	-0,152	1,038	-1,304	0,065	0,314	7
69	-0,975	-0,161	-0,295	-0,726	-0,502	1,097	-0,791	0,594	-0,931	2,004	-0,510	3
76	0,160	0,999	0,225	-0,785	2,267	-0,142	1,417	-0,401	2,258	2,843	-0,413	7
77	-0,527	-0,575	-0,358	-0,696	0,572	0,581	-0,231	-0,534	-0,772	-0,845	-0,226	2
78	0,014	1,319	-0,130	2,566	1,622	2,869	0,170	0,628	-0,403	3,057	3,589	9
79	-0,146	-0,285	-0,911	0,672	0,879	1,600	-0,250	1,100	-0,257	-1,037	0,707	5
85	-0,923	-3,989	-3,415	-2,655	-3,027	-3,491	-2,569	-2,596	-1,461	-2,709	0,543	1
89	-0,632	-0,068	-0,383	-2,132	-0,955	-0,801	-1,013	-1,615	-0,682	0,993	-1,209	1
91	-0,457	-0,444	3,299	-2,238	-2,377	-1,007	3,117	-2,368	1,359	-0,357	-2,307	3
Sitc	7	10	10	13	11	13	8	11	11	12	9	Top

Bu sınıflandırma itibarıyla *Balassa* Endeksi kullanılarak yapılan hesaplamalarda Türkiye'nin AB (15) pazarında genel olarak; SITC – 01 (Et ve Et Ürünleri), 04 (Hububat ve Hububattan Hazırlanmış Ürünler), 06 (Şeker, Şeker Ürünleri ve Bal), 07 (Kahve, Çay, Kakao, Baharat vb. ürünleri), 09 (Çeşitli Yenilebilir Ürünler vb. Hazırlanmış Ürünler), 29 (Başka Yerde Belirtilmeyen İşlenmemiş Tarımsal Ürünler), 33 (Petrol ve Petrolden Elde Edilen Ürünler) ve 42 (İşlem Görmemiş Bitkisel Yağlar, Rafine Edilmiş, Fraksiyonlara Ayrılmış) kodlu “*HAMMADDE YOĞUN ÜRÜNLER*” de

SITC – 26 (Dokuma Elyafı (Yün Topları Hariç) vb. Artıkları), 69 (Başka Yerde Belirtilmeyen Madenden Mamul Eşyalar), 85 (Ayakkabılar) ve 89 (Başka Yerde Belirtilmeyen Çeşitli Mamul Eşyalar) kodlu “*EMEK YOĞUN ÜRÜNLER*” de

SITC – 12 (Tütün ve Tütün Ürünleri), 67 (Demir ve Çelik), 68 (Demir İhtiva

Etmeyen Madenler) ve 78 (Kara Taşıtları) kodlu “*SERMAYE YOĞUN ÜRÜNLER*” de

SITC – 52 (İnorganik Kimyasal Ürünler) ve 76 (Haberleşme, Sesi Kaydetme ve Kaydedilen Sesi Tekrar Vermeye yarayan Aletler) kodlu “*KOLAY TAKLİT EDİLEN ARAŞTIRMA YÖNLÜ ÜRÜNLER*” de

SITC – 77 (Elektrik Makine, Cihaz ve Alet, vb. Aksam ve Parçaları), 79 (Diğer Taşıtlar Araçları) “*ZOR TAKLİT EDİLEN ARAŞTIRMA YÖNLÜ ÜRÜNLER*” de ve 91 (Diğer Düşük Değerli Ürünler) kodlu ürünlerde Karşılaştırmalı Üstünlük Avantajının Marjinal Sınırdaki olduğu belirlenmiştir.

Karşılaştırmalı Üstünlükler bağlamında AB (15) pazarında avantajın marjinal sınırdaki olduğu tespit edilen ilgili endüstri ya da ürün gruplarının benzer yapıdaki rakip ülkelerle karşılaştırmalı rekabet gücü analizine göre ise şu sonuçlara ulaşılmıştır. Rakip ülkeler karşısında en yüksek rekabet gücü, “*HAMMADDE YOĞUN ÜRÜNLER*” de SITC – 06 (Şeker, Şeker Ürünleri ve Bal), 09 (Çeşitli Yenilebilir Ürünler vb. Hazırlanmış Ürünler), 33 (Petrol ve Petrolden Elde Edilen Ürünler) ve 42 (İşlem Görmemiş Bitkisel Yağlar, Rafine Edilmiş, Fraksiyonlara Ayrılmış), “*EMEK YOĞUN ÜRÜNLER*” de, 26 (Dokuma Elyafı (Yün Topları Hariç) vb. Artıkları), “*SERMAYE YOĞUN ÜRÜNLER*” de 12 (Tütün ve Tütün Ürünleri), 67 (Demir ve Çelik), 68 (Demir İhtiva Etmeyen Madenler) ve 78 (Kara Taşıtları), “*KOLAY TAKLİT EDİLEN ARAŞTIRMA YÖNLÜ ÜRÜNLER*” de ise, 52 (İnorganik Kimyasal Ürünler) ve 76 (Haberleşme, Sesi Kaydetme ve Kaydedilen Sesi Tekrar Vermeye yarayan Aletler) kodlu ürünlerde tespit edilmiştir.

Karşılaştırmalı analiz rakip ülkeler açısından ele alındığında ise, Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlük avantajının marjinal sınırdaki bulunduğu 21 endüstriden 13 endüstride Çin ve Endonezya, 12 endüstride Fas, 11 endüstride Hindistan, Tayland ve Slovenya, 10 endüstride Romanya ve Portekiz, 9 endüstride İsrail ve 7 endüstride de Polonya karşısında rekabet gücü elde ettiği belirlenmiştir.

Tablo 5: Karşılaştırmalı Dezavantajın Olduğu Endüstrilerin Rakip Ülkelerle Karşılaştırmalı Analizi

SITC	POL	ROM	POR	ÇİN	HND	ENDZ	İTLY	TYLD	SLV	FAS	İSR	Ülke
00	-3,717	-4,058	-2,296	0,361	4,357	0,208	-0,948	3,109	-1,855	-0,713	-1,175	4
02	-5,249	-2,841	-5,380	1,736	-2,306	2,414	-5,221	0,164	-4,424	0,289	-2,496	4
08	-3,332	-2,039	-2,553	-1,679	-2,878	-4,510	-2,576	-3,581	-2,989	-2,527	-1,894	0
11	0,170	-0,350	-2,664	1,734	2,454	2,770	-2,397	0,611	-0,098	-0,321	0,113	6
21	-2,504	-2,493	-1,056	1,295	2,202	-0,744	-1,405	0,324	-3,229	1,250	-1,312	4
23	-2,956	-0,254	-0,709	0,123	-1,699	-5,489	-2,723	-5,698	-0,949	0,296	1,386	3
24	-3,658	-3,935	-3,548	-1,528	-0,204	-4,459	-1,554	-1,795	-3,842	-2,061	1,671	1
26	-2,721	-1,987	-5,993	0,172	0,755	-5,341	-1,635	-2,931	-3,583	-4,244	-2,077	2
28	-0,297	-0,502	-0,683	0,826	0,262	-2,253	0,977	1,727	-0,261	-1,089	0,073	5
32	-7,653	-2,946	-1,718	-5,749	-2,078	-7,858	-2,299	4,775	-2,309	4,850	4,036	3
34	0,862	-0,673	-2,152	3,452	10,953	6,515	-1,323	2,248	1,513	-1,660	5,138	7
41	0,301	0,024	-0,529	0,926	-0,167	1,645	-1,888	-0,082	0,004	-2,570	3,781	6
43	-2,154	-1,749	-1,946	-1,256	-3,797	-5,330	-2,833	-2,053	-2,118	-1,232	0,884	1
51	-0,625	-0,409	-1,016	-1,079	-2,348	-1,101	-1,105	0,271	-0,106	2,978	-2,184	2
53	-1,225	0,437	-1,806	-1,752	-3,436	-1,124	-2,478	-0,758	-2,587	0,753	-1,725	2
54	0,260	0,977	-1,009	-0,877	-1,497	0,898	-2,395	1,088	-1,040	1,279	-2,749	5
55	-1,596	1,272	-1,178	-0,466	-1,143	-0,827	-2,096	-0,794	-0,716	-0,404	-1,811	1
56	-2,748	-2,575	-1,419	2,689	2,717	4,756	0,602	6,609	1,370	-4,155	-3,676	6
57	-1,101	-0,903	-1,327	0,641	-0,505	-0,121	-1,681	-0,577	-1,456	2,032	-1,756	2
58	-0,114	0,908	-0,784	0,832	-0,232	0,707	-1,613	0,792	0,029	2,050	-1,828	6
59	-1,558	-0,310	-2,493	-1,769	-1,769	-1,272	-2,743	-1,403	-1,504	1,533	-2,877	1
61	-1,362	-1,330	-0,659	-0,909	-2,867	-1,059	-2,201	-1,049	-1,779	-1,196	2,508	1
63	-3,237	-2,828	-3,289	-1,914	-0,749	-3,904	-1,284	-2,105	-3,030	-1,387	0,401	1
64	-1,970	-0,312	-2,397	-0,452	0,376	-1,658	-1,985	-0,742	-2,251	1,328	-0,661	2
71	-1,058	0,343	0,825	0,714	0,173	1,577	-0,123	0,304	-0,451	1,461	0,142	8
72	-0,661	-0,220	0,085	0,330	0,459	1,473	-1,578	0,560	-1,089	1,605	-0,778	6
73	-0,004	-0,537	1,298	0,715	0,823	3,735	-0,972	0,729	-0,831	3,187	0,796	7
74	-0,787	-0,807	-0,650	-0,799	-0,426	1,247	-1,794	-1,303	-1,278	1,590	-0,783	2
76	-0,909	-1,260	-2,397	-4,761	-1,059	-3,437	-2,451	-4,812	-0,959	-0,509	-3,274	0
87	-0,914	-0,611	-0,863	-1,432	-0,765	0,168	-1,443	-1,301	-2,057	-0,054	-2,797	1
88	-1,544	-1,452	-2,297	-4,350	-1,707	-3,367	-3,390	-4,373	-3,279	-1,584	-2,617	0
93	-1,029	-0,380	-0,648	0,845	0,416	0,655	-0,595	0,375	-0,582	0,566	-0,941	5
97	-0,248	-2,404	0,197	0,066	-1,361	-0,078	-1,365	-2,958	0,042	-0,492	0,334	4
99	-0,680	0,186	-2,425	1,154	-0,440	0,265	-2,546	-0,559	0,190	1,254	-1,391	5
Sitc	4	7	4	18	12	15	2	15	6	17	13	Top

Son olarak yukarıdaki tabloda ise, Balassa Endeksine göre Karşılaştırmalı Üstünlük Avantajı'nın düşük ya da dezavantajın olduğu belirlenen endüstri ya da ürün gruplarının Vollrath Endeksi kullanılarak benzer yapıdaki rakip ülkelerle yapılan karşılaştırmalı analiz sonuçları yer almaktadır.

Bu sınıflandırma itibarıyla *Balassa* Endeksi kullanılarak yapılan hesaplamalarda Türkiye'nin AB (15) pazarında genel olarak; SITC – 00 (03. Bölümde Yer Alan Hayvanların Dışındaki Canlı Hayvanlar), 02 (Süt, Süt Ürünleri ve Kuş Yumurtaları), 08 (Hayvanlar İçin Gıda Maddeleri), 21 (İşlenmemiş Kösele, Deri ve Kürk), 23 (Ham Kauçuk (Sentetik ve Rejenere Kauçuk Dahil)), 24 (Mantar, Odun ve Kereste), 25 (Kağıt Hamuru ve Kullanılmış Kağıt), 28 (Metal Cevherleri, Döküntü ve Hurdaları), 32 (Tas, Kok ve Briket Kömürü), 34 (Doğal Gaz ve Mamul Gaz), 41 (Hayvansal Sıvı ve Katı Yağlar), 43 (İşlenmiş Yağ, Mum vb. Yenilmeyen Karışımları) ve 56 (Gübreler (272. Grubun Dışındakiler)) kodlu “*HAMMADDE YOGUN ÜRÜNLER*” de

SITC – 61 (Başka Yerde Belirtilmeyen Deri, İşlenmiş Kürk), 63 (Mantar, Ahşaptan Eşya (Mobilya Hariç)) ve 64 (Kağıt, Karton ve Kağıt Hamurundan Kağıt veya Kartondan Eşya) kodlu “*EMEK YOGUN ÜRÜNLER*” de

SITC – 11 (İçkiler), 53 (Debatat ve Boyacılıkta Kullanılan Ürünler) ve 55 (Uçucu Yağ, Rezinoit, Parfümeri, Kozmetik, Tuvalet Müstahzarları) kodlu “*SERMAYE YOGUN ÜRÜNLER*” de

SITC – 51 (Organik Kimyasal Ürünler), 54 (Tıp ve Eczacılık Ürünleri), 58 (İlk Şekilde Olmayan Plastikler), 59 (Başka Yerde Belirtilmeyen Kimyasal Madde ve Ürünler) ve 75 (Büro Makineleri, Otomatik Veri İşleme makineleri) kodlu “*KOLATKALİTEDİLEN ARAŞTIRMA YÖNLÜ ÜRÜNLER*” de

SITC – 57 (İlk Şekildeki Plastikler), 71 (Güç Üreten Makineler ve Araçlar), 72 (Belirli Sanayiler İçin Özelliği Olan Makine ve Cihazlar), 73 (Metal İşleme Makineleri), 74 (Başka Yerde Belirtilmeyen Genel Endüstri Makineleri), 87 (Başka Yerde Belirtilmeyen Mesleki, İlmî, Kontrol Aletleri ve Cihazları) ve 88 (Fotoğraf Malzemeleri, Optik Eşyalar, Kol ve Duvar saatleri) kodlu “*ZOR TAKLİTEDİLEN ARAŞTIRMA YÖNLÜ ÜRÜNLER*” ile 93-97-99 (Diğer Düşük Değerli Ürünler) kodlu ürünlerde karşılaştırmalı dezavantajın olduğu belirlenmiştir.

Karşılaştırmalı Üstünlükler bağlamında AB (15) pazarında dezavantajın olduğu tespit edilen ilgili endüstri ya da ürün gruplarının benzer yapıdaki rakip ülkelerle karşılaştırmalı rekabet gücü analizine göre ise şu sonuçlara ulaşılmıştır. Rakip ülkeler karşısında göreceli olarak yüksek rekabet gücü avantajı, “*HAMMADDE YOGUN ÜRÜNLER*” de SITC – 34 (Doğal Gaz ve Mamul Gaz), 41 (Hayvansal

Sıvı ve Katı Yağlar) ve 56 (Gübreler (272. Grubun Dışındakiler)), “SERMAYE YOĞUN ÜRÜNLER” de SITC – 11 (İçkiler), “KOLAY TAKLİT EDİLEN ARAŞTIRMA YÖNLÜ ÜRÜNLER” de 58 (İlk Şekilde Olmayan Plastikler), “ZOR TAKLİT EDİLEN ARAŞTIRMA YÖNLÜ ÜRÜNLER” de ise 71 (Güç Üreten Makineler ve Araçlar), 72 (Belirli Sanayiler İçin Özelliği Olan Makine ve Cihazlar) ve 73 (Metal İşleme Makineleri) kodlu ürünlerde tespit edilmiştir.

Karşılaştırmalı analiz rakip ülkeler açısından ele alındığında ise, Türkiye'nin karşılaştırmalı dezavantajının olmasına rağmen 34 endüstriden 18 endüstride Çin, 17 endüstride Fas, 15 endüstride Endonezya ve Tayland, 13 endüstride İsrail, 12 endüstride Hindistan, 7 endüstride Romanya, 6 endüstride Slovenya, 4 endüstride Polonya ve Portekiz son olarak da 2 endüstride İtalya karşısında rekabet gücü elde ettiği belirlenmiştir.

BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ VE SONUÇ

Çalışma kapsamında elde edilen bulgulara göre, Türkiye'nin AB (15) pazarında 1995 – 2007 yılları arasında; 25 Hammadde Yoğun endüstride (4/3), 13 Emek Yoğun endüstride (6/4) ve 9 Sermaye Yoğun endüstride de (1/1) endüstride *Karşılaştırmalı Üstünlük Avantajı / Rekabet Gücü* elde ettiği görülmektedir.

Karşılaştırmalı Analiz Sonuçları*			
Endüstriler	Karş Üst/ Rekabet Gücü	Karş Üst Mar Sm/ Rekabet Gücü	Karş Dez/ Rekabet Gücü
Hammadde Y.Ü. (25 Endüstri)	4/3	8/4	13/3
Emek Y.Ü. (13 Endüstri)	6/4	4/1	3/0
Sermaye Y.Ü. (9 Endüstri)	1/1	4/4	4/1
K.T.E.A.Y.Ü. (7 Endüstri)	0	2/2	5/1
Z.T.E.A.Y.Ü. (9 Endüstri)	0	2/0	7/3

Karşılaştırmalı Üstünlük Avantajının Yüksek ya da Marjinal Sınırdaki Bulunan Endüstriler Açısından 11 Rakip Ülkeden En Az 6 Ülke Karşısında Rekabet Üstünlüğü Sağlanmışsa, İlgili Endüstri Açısından AB (15) pazarında Yüksek Rekabet Gücünün Varlığı, Karşılaştırmalı Dezavantajın Bulunduğu Endüstriler İçin ise Rekabet Gücü Avantajının Olduğu Kabul Edilmektedir

Karşılaştırmalı Üstünlük Avantajının Marjinal Sınırdaki olduğu belirlenen endüstriler açısından da, Türkiye, 25 Hammaddede Yoğun endüstride (8/4), 13 Emek Yoğun endüstride (4/1), 9 Sermaye Yoğun endüstride (4/4), 7 Kolay Taklit Edilen Araştırma Yönlü ürünlerde (2/2) ve 9 Zor Taklit edilen Araştırma Yönlü Ürünlerde ise (2/0) endüstride Karşılaştırmalı *Marjinal Avantaj / Rekabet Gücü* elde etmiştir.

Karşılaştırmalı Üstünlükler açısından Dezavantajlı konumda bulunmalarına rağmen rakip ülkeler karşısında da daha avantajlı görünen endüstriler açısından, 25 Hammaddede Yoğun endüstride (13/3), 13 Emek Yoğun endüstride (3/0), 9 Sermaye Yoğun endüstride (4/1), 7 Kolay Taklit Edilen Araştırma Yönlü ürünlerde (5/1) ve 9 Zor Taklit edilen Araştırma Yönlü Ürünlerde ise (7/3) endüstride rekabet gücü potansiyeli elde edilmiştir.

Elde edilen bu sonuçlar itibarıyla, Türkiye AB (15) pazarında karşılaştırmalı üstünlük avantajı bulunan endüstriler itibarıyla en belirgin olarak *Emek Yoğun Ürünlerde*, toplam endüstri açısından düşük oranlı olmakla birlikte *Hammadde Yoğun Ürünlerde* rakipleri karşısında rekabet gücüne sahiptir. Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlük avantajının marjinal sınırdaki olduğu endüstriler açısından ise özellikle *Sermaye Yoğun* ürünlerde önemli ölçüde, *Kolay Taklit Edilebilen Araştırma Yönlü Ürünlerde* ve bununla birlikte karşılaştırmalı üstünlük dezavantajının bulunduğu endüstriler açısından da *Zor Taklit Edilebilen Araştırma Yönlü Ürünlerde* az da olsa rekabet gücü potansiyelini yakalamakta olduğu görülmektedir. Bu kapsamda 52 (İnorganik Kimyasal Ürünler) ve 76 (Haberleşme, Sesi Kaydetme ve Kaydedilen Sesi Tekrar Vermeye yarayan Aletler) kodlu *Kolay Taklit Edilebilen* ve 71 (Güç Üreten Makineler ve Araçlar), 72 (Belirli Sanayiler İçin Özelliği Olan Makine ve Cihazlar) ve 73 (Metal İşleme Makineleri) kodlu *Zor Taklit Edilebilen Araştırma Yönlü Ürünlerin* üretildiği endüstrilerde belirlenen rekabet gücü potansiyelinin dikkate alınması ve bu endüstrilerin desteklenmesi noktasında ilk sıralara alınması gerekmektedir.

Elde edilen bulgular rakip ülkeler açısından değerlendirildiğinde ise, Türkiye'nin karşılaştırmalı olarak AB dışındaki rakip ülkelere AB üyesi ülkelere oranla daha yüksek bir rekabet gücüne sahip olduğu görülmektedir.

Rakip Ülkelerle Endüstriyel Bazlı Karşılaştırma Sonuçları				
ÜLKELER	Karş. Üst Avt. Yüksek	Karş. Üst. Avt. Marj. Sınırdaki	Karş. Dezavt.	TOP
POLONYA	7	7	4	18
ROMANYA	8	10	7	25
PORTEKİZ	8	10	4	22
ÇİN	6	13	18	37
HİNDİSTAN	5	11	12	28
ENDONEZYA	9	13	15	37
İTALYA	7	8	2	17
TAYLAND	7	11	15	33
SLOVENYA	9	11	6	26
FAS	6	12	17	35
İSRAİL	9	9	13	31

Rakip ülkeler karşısında en yüksek rekabet gücü sırasıyla; Çin, Endonezya, Fas, Tayland, İsrail ve Hindistan gibi AB üyesi olmayan, Slovenya, Romanya, Portekiz, Polonya ve İtalya gibi AB üyesi ülkeler şeklinde sıralanmaktadır. Türkiye açısından böyle bir sonuçun elde edilmesi yapısal anlamda rekabet gücünden ziyade Türkiye'nin AB dışındaki ülkeler karşısında Gümrük Birliği avantajından kaynaklanan bir rekabet avantajı elde ettiği izlenimini vermektedir.

KAYNAKÇA

- Aktan, C. Ve Vural, İ. (2004-a). *Rekabet Gücü Ve Türkiye*, T.İ.S.K. Yay., Rekabet Dizisi: 3, No: 255
- Aktan, C. Ve Vural İ. (2004-b). *Rekabet Gücü Ve Rekabet Stratejileri*, T.İ.S.K. Yay., Rekabet Dizisi: 2, No: 254
- Batra, A. Ve Khan Z. (2005). “Revealed Comparative Advantage: An Analysis For India And China”, *Indian Council For Research On International Economic Relations*, Working Paper, No: 168, New Delhi
- Carbough, R. J. (1992). *International Economics*, Fourth Edition, Wadsworth Publishing Company, California
- DTM (Dış Ticaret Müsteşarlığı), “Türkiye Dış Ticaret Stratejisi (2005-2010-2015-2023)” [http://www.dtm.gov.tr/ead/strateji/indxstr.htm/\(02.09.2006\)](http://www.dtm.gov.tr/ead/strateji/indxstr.htm/(02.09.2006))
- Dulupçu, M.A. (2001). *Küresel Rekabet Gücü*, Ankara: Nobel
- Ekin, N. (1997). *Küresel Bilgi Çağında Eğitim-Verimlilik-İstihdam*, İstanbul: İto Yay., No:1997-43
- Ellsworth, P.T. (1958). *The International Economy*, The Macmillan Company, New York
- Emirhan, P. N. Ve Konyalı, G. “Türkiye Bakır Ve Bakır Alaşımları Sanayii'nin Avrupa Birliği Piyasasındaki Rekabet Gücü” [http://www.google.com\(01.03.2006\)](http://www.google.com(01.03.2006))
- Ferman, M., Akgüngör, S. Ve Yüksel, H. A. (2004) “Türkiye'nin İhracat Rekabet Gücü Ve Sürdürülebilirliği: Avrupa Birliği Pazarında Rakip Ülkeler Ve Türkiye Açısından Bir Karşılaştırma”, , 5-9 Mayıs, İzmir: *Türkiye İktisat Kongresi, Gelişme Stratejileri Ve Makroekonomik Politikalar İçerikli Tebliğ*
- Fertö, I. Ve Hubbard, L. J. (2002). “Revealed Comparative Advantage And Competitiveness İn Hungarian Agri-Food Sectors”, *Institute Of Economics Hungarian Academy Of Sciences*, Discussion Papers, No: 2002/8, Budapest
- Finger, J.M. Ve Kreinin, M.E. (1979). “A Measure Of 'Export Similarity' And Its Possible Uses”, *The Economic Journal*, Vol. 89, No: 356
- Greenaway, D. (1985) *International Trade Policy*, ELBS Macmillan Publisher Ltd., London
- Güleş, H. (2001). “Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinde İleri İmalat Teknolojileri Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”, *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C:3, S:1
- Güran, N. (1990). *Dışa Açılma Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Rekabet Gücü*, Ankara: Dpt Yay., No: 2231

- Hinloopen, J. Ve Marrewijk, C. V. (2004). "Dynamics Of Chinese Comparative Advantage", *Tinbergen Institute*, Discussion Paper, No: T1 2004-034/2, Rotterdam
- Hoen, A. R. Ve Ooeterhaven J. "On The Measurement Comparative Advantage", [Http://Som.Rug.Nl](http://Som.Rug.Nl) (15. 12. 2005)
- Johnson, H. G. (1962). "Comparative Cost And Commercial Policy", *Money, Trade And Economic Growth*, George Allen And Unwin Ltd., London
- Karakaya, E. Ve Özgen, F. B. (2002). "Economic Feasibility Of Turkey's Economic Integration With The Eu: Perspectives From Trade Creation And Trade Diversion", Ankara: *Vi. Erc-Odtu Uluslararası Ekonomi Kongresi*
- Karlık, R. (2002). *Uluslararası Ekonomi, Teori Ve Politika*, 6. Baskı, İstanbul: Beta
- Kreinin, M. E. Ve Plummer, M. G. (2004). "Regional Grouping, Discrimination, And The Revoking Of Preferential Status Of Non-Members: Effect Of Eu Enlargement On The Mediterranean Basin", *Euro-Mediterranean Relations: A Conceptual Framework Of Trade And Investment Creation Diversion*, *Second Pan-Europen Conference Standing Group On Eu Politics*, Bologna, 24-26 June
- Li, Kui-W. Ve Bender, S. (2002). "The Gain And Loss Of Comparative Advantage İn Manufactured Exports Among Regions", *Yale University Economic Growth Center*, Discussion Paper, No:853
- Ohlin, B. (1991). "The Theory Of Trade" *Heckscher-Ohlin Trade Theory*, The Mit Press, (Edited By Harryflam And M. June Flanders), Cambridge
- Ohlin, B. (1967). *Interregional And International Trade*, Harward University Press, Cambridge
- Root, F. R. (1990). *International Trade And Investment*, Sixth Edition, South-Western Publishing Co., Cincinnati, Ohio
- Salvatore, D. (1990). *International Economics*, Third Edition, Macmillian Publishing Company, New York
- Schott, P. K. (2004). "The Relative Competitiveness Of China's Export To The United States Vis-A-Vis Other Countries İn Asia, The Caribbean, Latin America And The Oecd", *Yale School Of Management*, Preliminary Draft
- Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat, Teori Politika Ve Uygulama*, 15. Basım, İstanbul
- Sönmez, S. (1998). *Dünya Ekonomisinde Dönüşüm*, Ankara: İmge
- Togan, S. (1993) *1980'li Yıllarda Türk Dış Ticaret Rejimi Ve Dış Ticaretin Liberalizasyonu*, , Ankara: Türk Eximbank Araştırma Dizisi, No:1

Utkulu, U. Ve Seymen, D. (2004) “Revealed Comparative Advantage And Competitiveness: Evidence For Turkey Vis-A-Vis The Eu/15”, *European Trade Study Group 6th Annual Conference, Etsg 2004*, Nottingham

Yılmaz, B. Ve Ergun, S. J. (2003) “The Foreign Trade Pattern And Foreign Trade Specialization Of Candidates Of The European Union”, *Ezoneplus Working Paper*, No: 19, Berlin, September

Yılmaz, B. (2003) “Turkey's Competitiveness İn The European Union: A Comparison With Five Candidate Countries – Bulgaria, The Czech Republic, Hungary, Poland, Romania – And The Eu15”, *Ezoneplus Working Paper*, No: 12, Berlin, February

www.eurostat.com

