



Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi (FÜHAD)  
Cilt: 11, Sayı: 22, Eylül 2024, s. 17-33, ISSN: 2148-2527

Journal of Harput Studies, Vol. 11, Issue 22, September 2024, pp. 17-33

*Araştırma Makalesi/Research Article*

## GÜNCEL DIŞ TİCARET PERFORMANSI ÇERÇEVESİNDE ELAZIĞ'IN GELECEK VİZYONUNA İLİŞKİN SAPTAMALAR

*Evaluations on Elazığ's Future Vision Within the Framework  
of Its Current Foreign Trade Performance*

**Aslıhan YÖRDEM\***

*Geliş/Received: 15.08.2024*

*Kabul/Accepted: 20.09.2024*

### **Öz**

Son yüzyılda dengeli ve kaliteli bir ekonomik büyümeyi elde etmekte mal ve hizmetlerin dış ticareti, diğer bir ifade ile net ihracatı, ülkeler için giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Atik, 2021:1). Bu, ülkeler için geçerli olduğu gibi şehirler için de anlam ve önem taşımaktadır. Bu çalışmada, pek çoğunun potansiyelinin henüz yeterli seviyede gün ışığına çıkarılmadığı zengin kültürel hikâyesi, eşsiz yer altı kaynakları, verimli tarım alanları, yenilenebilir enerji ve su kaynakları, coğrafi konum avantajları ve genç iş gücü yapısı ile Türkiye'nin doğu ili Elazığ'ın güncel dış ticaret profiline odaklanmak suretiyle geçmişten günümüze dış ticaret gelişimi ele alınmaktadır. Küresel ve ulusal düzeyde meydana gelen gelişmeler, belirsizlikler, tehditler ve trendler mevcut dış ticaret yaklaşımına ve yapısına bu denli etki ederken, bu çalışma değişen koşullardan haberi bir büyüme vizyonuna duyulan ihtiyaç düşüncesiyle ilerlemektedir. İhracatçı firmalar ile yapılan görüşmelerden ortaya çıkan bulguların da rehberliğinde ele alınan çalışmanın çözüm arayışı devam eden hususlara ve ilin ihracata ilişkin gelecek vizyonunun belirlenmesine ışık tutacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Elazığ, dış ticaret, ihracat, Türkiye, gelecek vizyonu.

### **Abstract**

In the last century, the significance of foreign trade, and net exports of goods and services in achieving balanced and high-quality economic growth has become increasingly apparent. This also applies to cities of countries. Focusing on the current foreign trade profile of Elazığ, the eastern province of Türkiye, known for its rich cultural history, unique underground sources, fertile and large-scale agricultural areas, advantageous geographical location, and young workforce

\* Dr., asli.yordem@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2201-2323>

*structure, the foreign trade development of the province from past to the present will be elaborated. The study proceeds with the need for a future vision that is aware of the changing conditions, risks, and trends at the global and national levels that affect the existing foreign trade approaches and structures. Guided by interviews with local companies, this study aims to illuminate ongoing challenges and shape Elazığ's future export vision.*

**Keywords:** *Elazığ, foreign trade, export, Türkiye, future vision.*

## Giriş

ABD eski başkanı ve yeni başkan adayı Donald Trump'ın yönetimi ile beliren ABD-Çin ticaret savaşları ve giderek artan korumacılık eğilimleri, 2020 yılı ile birlikte tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını<sup>1</sup>, ardından 2022 Şubat ayında başlayan Rusya-Ukrayna savaşı<sup>2</sup> ve 2023 yılı Şubat ayından bu yana devam eden İsrail'in Filistin'e yönelik saldırıları yakın zamanda küresel tedarik zincirlerinde kırılmalara, emtia fiyatlarında dalgalanmalara ve bunların doğal sonucu olarak dünya ticaret hacminde daralmalara yol açan gelişmelerin başında yer almaktadır. Bu küresel belirsizliklerin yanı sıra başta AB-27 ve ABD olmak üzere Türkiye'nin başlıca pazarlarındaki ekonomik durgunlukların<sup>3</sup> yol açtığı arz-talep dengesizlikleri, Şubat 2023'te meydana gelen Hatay ve Kahramanmaraş merkezli depremler gibi bölgesel ve ulusal kaynaklı risklere rağmen net mal ve hizmet ihracat performansı, ülke ekonomilerinin güçlenmesi ve sürdürülebilir bir büyüme ivmesine ulaşmasında önemini korumaktadır. Bu doğrultuda, istikrarlı ve güçlü bir büyüme performansı elde etmeyi hedefleyen ekonomiler için mevcut kaynakların etkin kullanılması kadar orta ve uzun vadede nitelikli, yüksek katma değerli, ihracata dönük üretim alanlarına yönelmeyi sağlayacak program ve politikaların izlenmesi kaçınılmaz olmaktadır. Bu gereklilik, önceki kalkınma planlarında olduğu gibi ülkemizin 2024-2028 On İkinci Kalkınma Planı'nda da açık bir şekilde ifade edilmektedir. Verimlilik temelli, sanayi ağırlıklı ve ihracata dayalı nitelikli bir büyüme, 2053 vizyonu çerçevesinde tasarlanan bu yeni kalkınma

<sup>1</sup> Dünya Ticaret Örgütü verilerine göre küresel salgının etkisi ile 2020 yılı toplam dünya mal ticareti %8, hizmet ticareti ise %21 oranında düşüş göstermiştir.

<sup>2</sup> Rusya-Ukrayna Savaşı'nın yol açtığı bölgesel tedarik zincirlerindeki değişiklik Türkiye'nin alternatif üretim ve dağıtım üssü olma potansiyelini artırmış, bu gelişme 2022 yılı ihracat rakamlarına yansımıştır.

<sup>3</sup> 2008 mali krizin etkilerinden tamamen üzerinden atamayan AB için yüksek kamu borçları ile mücadele sürerken Rusya-Ukrayna Savaşı sonrası artan savunma harcama talepleri, seragazi emisyon seviyelerini azaltma için gerekli yatırımlar, artan tüketici fiyatlarına yönelik mali tedbirler zorlayıcı unsurlar arasında bulunmaktadır.

planının da temel hedefleri arasında yer almaktadır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2023: 51).

Gerek mal ve gerek ticarete konu mühendislik, eğitim, finans, teknoloji gibi hizmet alanlarında şehirler de ihracat aracılığı ile daha büyük merkezler olma potansiyeline sahiptir. Zira ihracatın daha fazla üretim ve gelire güçlü bir ilişkiye sahip olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Makroekonomik düzeyde üretkenliği ve gelirleri artırması, yeni iş gücü olanakları yaratmasının yanı sıra uluslararası rekabette kaynaklı firmaları ticarete ilişkin bütün süreçlerinde gelişmeye maruz bırakmasından ötürü büyük bir değere sahiptir. Bu kapsamda, ihracat yoğunluğu ile metropoller arasındaki etkileşime odaklanan çalışmalar incelendiğinde daha fazla ekonomik çıktıya ve küresel pazarlara satış yapma olanaklarına sahip olan büyük şehirlerin uluslararası ticarete görece daha küçük şehirlere göre avantajlı bir konuma sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.<sup>4</sup> Bununla birlikte mevcut durum analizi, ihtiyaç analizi ve bu doğrultuda benimsenen politika ve eylemler aracılığıyla her ilin özgün kaynaklarını ve güçlü olduğu yönleri dikkate alan sürdürülebilir bir üretim ve ihracat modeli oluşturmanın kesinlikle mümkün olduğu düşünülmektedir.

Ekseriyetle bilgi ekonomisinin ilkeleri ile ilişkilendirilen ve görece daha merkezci bir eğilime sahip kabul edilen hizmetler ticaretinin aksine mal ticareti birçok şehir için daha umut vadetmektedir. Oxford Üniversitesi'nden Siyu Huang ve Pantellis Koutrompis tarafından geliştirilen deneysel bir AB bölgesel ticaret veri setine dayanan bir çalışma; daha düşük gelirli, daha az nüfuslu ve daha uzak Avrupa bölgelerinin 2018 yılında 2008'e göre daha fazla ihracat yaptığını ve bunun sonucunda elde edilen kazanımların söz konusu bölgelerin büyüme ve kalkınma göstergeleri üzerinde pozitif etkiler yarattığını göstermektedir (Springford, Tordoir ve Carvalho, 2024: 6).<sup>5</sup>

Şehirlerin ihracat performansına ilişkin yerli literatür incelendiğinde; Türkiye'deki büyükşehirler kapsamında yapılan çalışmalarda beş temel kriterin kullanıldığı, ilgili şehirlerin ihracatları üzerinde en fazla etkiye sahip kriterlerin ise sırasıyla (i) ihracat yapılan sektör sayısı, (ii) kullanılan depo büyüklüğü, (iii) ihracat yapılan ülke sayısı, (iv) aktif ihracatçı firma sayısı ve

<sup>4</sup> Çin, ABD ve Brezilya'yı kapsayan, şehirlerin büyüklüğü ve ihracat yoğunluğu arasındaki ilişkiyi analiz eden çalışmalar için bkz. Marin, A.G. vd. (2020), "Cities, Productivity and Trade", National Bureau of Economic Research, Working Paper 28309.

<sup>5</sup> 2008-2018 yılları arasında tedarik zincirlerini Orta ve Doğu Avrupa ülkelerine kaydıran üreticilerin ucuz sermaye ve iş gücü avantajlarını kullanmak suretiyle maliyetlerini düşürme hedeflerini gerçekleştirdiğini hatırlatmakta faydalı olacaktır. Avrupa Birliği'nin altyapı yatırımları ve bu yatırımların enerji maliyetleri üzerindeki etkisi de eklenmesi gereken diğer belirleyici unsurlar arasında ifade edilmelidir.

(v) gerçekleştirilen ihracat değeri olduğu bilgisine ulaşılmaktadır (Maruf, Özdemir, 2021; Yazgan, 2022). Diğer taraftan, ayrı bir ölçüm metodunun kullanıldığı diğer bir çalışmada ise (Özekenci, 2023) bahse konu kriterlerin şehirlerin ihracatındaki katkı sıralamasının yer değiştirdiği görülmektedir. Bu sıralama; kullanılan depo büyüklüğü, ihracat yapılan sektör sayısı, ihracat yapılan ülke sayısı, aktif ihracatçı firma sayısı ve gerçekleştirilen ihracat değeri şeklindedir.

Yukarıda ana hatları ile değinilen küresel, bölgesel ve ulusal dinamikler çerçevesinde ile ait değerlere, potansiyel varlıklara yönelik saptanan hususlar ve bu kapsamda belirlenecek bir ihracat stratejisi ve eylem planlarının Elazığ'ın daha güçlü ve müreffeh bir şehir olmasında itici bir güç olacağı değerlendirilmektedir.

### **İhracat Profilleri: Türkiye ve Elazığ**

Cumhuriyetimizin 100. yıl dönümünü kutladığımız 2023 yılında Elazığ'ın ihracatı gerçekleşen TÜİK verilerine göre bir önceki yıla göre %8,7 azalarak 335 milyon 39 bin \$ olarak gerçekleşmiştir. 2023 yılında ülkemiz ihracatı da bir önceki yıla kıyasla %1,3 düşüşle 232 milyar 176 milyon \$ olarak kaydedilmiştir. Bu, tüm zamanların en büyük ihracat değerlerine erişilen 2022 yılında 235 milyar 247 milyon dolardır. 2023 yılında Elazığ'ın ithalatı %56 artışla 74 milyon 930 bin \$ olarak gerçekleşirken, aynı yıl Türkiye ithalatında %1,3'lük bir düşüş elde edilmiştir. Böylelikle 2023 yılında Elazığ için ihracatın ithalatı karşılama oranı %447,1'e düşerken, ülkemize ait ihracatın ithalatı karşılama oranı sınırlı bir artış ile birlikte %70,6 olarak gerçekleşmiştir (Tablo 1).

İhracat performansı ölçütlerinden biri de ihracat yapan firma sayısıdır. İhracatçı birlikleri güncel verilerine göre 2023 yılında Elazığ'da ihracat yapan firma sayısı bir önceki yıla göre %13 artışla 86 adet olurken, Türkiye genelinde bu bir önceki yıla göre %18 artışla 139 bin 830 firmaya yüklenmiştir.

İhracat yapılan pazar sayısına bakıldığında, TİM verilerine göre toplam 242 ülke, bölge ve serbest bölgeden 2023 yılında Elazığ 69'una ihracat yaparken, Türkiye aynı yıl söz konusu listenin 236'sına ulaşmış görülmektedir.

Tablo 2'de ülkelere göre ihracat değerleri incelendiğinde; 2023 yılında Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk beş ülke sırasıyla Almanya (21,1 milyar \$), ABD (14,9 milyar \$), Irak (12,8 milyar \$), Birleşik Krallık (12,5 milyar \$) ve İtalya (12,4 milyar \$) olmuştur. Yine bu ülkelere yapılan

İhracatın 2022 yılına kıyasla Almanya için %0,3, ABD için %12,2, Irak için %7,2, Birleşik Krallık için %4,2 ve İtalya için ise %0,1 oranında gerilediği görülmektedir. Ülke gruplarına göre ise 2023’de Türkiye ihracatındaki payı %41’lik paya yükselen AB ülkemizin en büyük pazarı olma özelliğini korurken, onu %18 ile Yakın ve Ortadoğu ülkeleri, %16 ile diğer Avrupa ülkeleri ve %8 ile Asya ülkeleri izlemektedir.

**Tablo 1:** Dış Ticaret Göstergeleri, 2022-2023 (milyon \$, %)

	Elazığ		Türkiye	
	2022	2023	2022	2023
İhracat (milyon dolar)	366,932	335,039	235.247,08	232.176,95
Değişim (%)		-8,7		-1,3
İthalat	48,102	74,930	342.056,95	339.056,31
Değişim (%)		56		-0,9
Dış Ticaret Dengesi (milyon dolar)	318,83	260,109	106.809,87	106.879,36
İhracat/İthalat Karşılama Oranı (%)	762,8	447,1	69,9	70,6
İhracat Yapan Firma Sayısı	76	86	114.000	139.830
İhracat Yapılan Ülke/Bölge/Serbest Bölge Sayısı	80	69	239	236

Kaynak: TÜİK (ÖTS), TİM, DAİB, GAİB.

2023 yılında ürünlerini bir önceki yıla göre daha az pazara ihraç eden Elazığ, 101,62 milyon dolar ile en fazla ihracatını bir önceki yılın aksine Çin’e gerçekleştirmiştir. Çin’i sırasıyla İsveç (59,69 milyon \$), ABD (37,21 milyon \$), Irak (24,71 milyon \$), Slovenya (24,27 milyon \$), Japonya (22,93 milyon \$) ile Gürcistan (21,30 milyon \$) takip etmektedir. Bu ülkelere yapılan ihracat bir önceki yıla göre Çin için %49, Irak için %26 ve Slovenya için %164 artarken, ABD’ye %39, Hollanda’ya %58, İtalya’ya %35 ve Almanya’ya %22 oranında azalmıştır.

Tablo 2’de yer alan ilk on pazara ek olarak, Elazığ için yükselen pazarlar kapsamında bir önceki yıla kıyasla %136 artışla Libya, %1901 artışla Polonya, %115 artışla İran ve %3371 artışla Polonya’nın öne çıktığını eklemek gerekir. Ülkemiz genel ihracatını da etkileyen küresel enflasyonist ortamın etkilerini Elazığ’ın Avrupa ve ABD pazarlarındaki kayıpları ile ilişkilendirmek mümkündür.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Covid-19 salgınından sonra toparlanan küresel ticaret, iki farklı coğrafyada başlayan savaşlar ile bir daha sekteye uğramıştır. Bilhassa Rusya-Ukrayna Savaşı ile birlikte enerji ve emtia fiyatlarında meydana gelen artışlar gelişmiş ülke ekonomilerini sıkı para politikalarına başvurmaya itmiştir. Türkiye’nin geleneksel ana pazarlarında enflasyon ile mücadelede başvurulan bu yöntemler talepte düşüslere yol açmıştır (İstikbal, 2022).

**Tablo 2: Ükelere Göre İhracat (milyon \$, %)**

		<b>Elazığ</b>			
		<b>2022</b>	<b>Pay</b>	<b>2023</b>	<b>Pay</b>
1	Çin	67,87	18,5	101,62	30,3
2	İsveç	68,32	18,6	59,69	17,8
3	ABD	64,78	17,7	37,21	11,1
4	Irak	19,48	5,3	24,71	7,4
5	Slovenya	9,19	2,5	24,27	7,2
6	Japonya	27,40	7,5	22,93	6,8
7	Gürcistan	20,92	5,7	21,30	6,4
8	Hollanda	17,83	4,9	7,48	2,2
9	Tayvan	8,94	2,4	2,75	0,8
9	İtalya	6,88	1,9	4,44	1,33
10	Hindistan	7,78	2,1	3,48	1,04
	<b>Liste Toplam</b>	319,392	87,1	309,88	92,5
	<b>Genel Toplam</b>	366,932		335,039	

		<b>Türkiye</b>			
		<b>2022</b>	<b>Pay</b>	<b>2023</b>	<b>Pay</b>
1	Almanya	21.141,78	8,3	21.083,35	8,2
2	ABD	16.885,33	6,6	14.879,65	5,8
3	Irak	13.750,28	5,4	12.759,36	5,0
4	Birleşik Krallık	13.004,80	5,1	12.463,12	4,9
5	İtalya	12.386,04	4,9	12.372,78	4,8
6	Rusya	9.342,80	3,7	10.906,59	4,3
7	Fransa	9.534,62	3,8	10.287,54	4,0
8	İspanya	9.654,32	3,8	9.783,66	3,8
9	BAE	5.252,67	2,1	8.572,81	3,4
10	Hollanda	8.026,25	3,2	7.857,41	3,1
	<b>Liste Toplam</b>	118.978,89	46,9	120.966,27	47,3
	<b>Genel Toplam</b>	235.247,08		232.176,95	

Kaynak: TÜİK

Öte yandan, Elazığ'ın en fazla ihracat yaptığı ilk on ülke arasında Çin (%30,3), Japonya (%6,8), Hindistan (%1,04) ve Tayvan (%0,8) gibi gelişen Asya ülkelerinin yer alması ihracatın büyüme trendi açısından önem arz

etmektedir. Zira ülkelerin 2023 yılına ait büyüme göstergeleri incelendiğinde; gelişmekte olan ülke ekonomilerinin büyüme hızı 4,3 olurken, AB'nin yüzde 0,6, ABD'nin yüzde 2,5, oranında büyüdüğü görülmektedir (TİM, 2024: 13).

Tablo 3'te, 2023 yılında Elazığ'ın dünyaya en fazla ihracat yaptığı iki basamaklı ilk on fasıl ve bu fasılların toplam il ihracatındaki oranları açıklanmaktadır. Elazığ'ın 2023 yılında ilk on fasılda yaptığı ihracat 329,2 milyon \$ olurken, ilin ilk on fasıla ait ihracatı toplam ihracatının %98,3'ünü oluşturmaktadır. Bu, Elazığ ihracatının sınırlı sayıda ürün grubunda yoğunlaştığını açık bir biçimde ortaya koymaktadır. Elazığ 2023 yılında en fazla ihracatını 156 milyon \$ ile '26' kodlu ürün grubunda yaparken, bu ürün grubunun toplam ihracat içindeki payı %46,6 olmuştur. Bunu 103,2 milyon \$ ihracat ve %30,8'lik pay ile '72' kodlu ürün grubu ile 35,3 milyon \$ ihracat ve %10,5'luk pay ile '44' kodlu ürün grubunun izlediği görülmektedir.

2023 yılında Türkiye'nin en fazla ihraç ettiği ilk on fasıl incelendiğinde ise ülkemizin ilk on fasılda yaptığı ihracat yaklaşık 149 milyar \$ olurken, bu on fasıla ait ihracatın toplam ihracatın %58,3'üne denk geldiği görülmektedir. Türkiye 2023 yılında en fazla ihracatını 30,3 milyar \$ ile '87' ürün grubunda yaparken, bu ürün grubunun toplam ihracat içindeki payı %11,8 olmuştur. Bunu 25,4 milyar \$ ihracat ve %9,9'luk pay ile '84' kodlu ürün grubu, devamında 16,4 milyar \$ ihracat ve %6,4 pay ile '27' kodlu ürün grubunun izlemektedir.

Uluslararası ticarete konu ürünlerin sınıflandırılması amacıyla Dünya Gümrük Örgütü tarafından geliştirilen Armonize Sisteme ait 99 fasılın hepsinde mal ihracatı gerçekleştiren Türkiye ürün çeşitliliği sağlayan bir ihracat yapısına sahip olmakla birlikte bu zenginliğin daha ileri dönemde ekonomik büyümesinde daha belirleyici olması beklenmektedir. Zira ihraca konu ürün çeşitliliği ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi muhtelif yöntemler aracılığıyla irdeleyen literatür incelendiğinde; ülkelerin ihraç ettiği ürün sayısındaki artışın ekonomik büyümeyi olumlu etkilediği, ihraç ürünlerindeki çeşitliliğin veya ihraç ürünlerinde düşük yoğunlaşmanın büyümede önemli bir role sahip olduğu anlaşılmaktadır (Değer, 2010: 5).

İhraç edilen ürünlerin sınırlı olduğu görülen Elazığ özelinde ise üretim koşullarının düzenlenmesi yahut yeni yatırımlar aracılığıyla mevcut ürün niteliğinin ve çeşitliliğinin ihracat odaklı geliştirilmesi, buna yönelik çalışmaların planlanması ve yürütülmesi ile birlikte il ekonomisindeki kazanımlar daha yüksek bir seviyeye yaklaşabilecektir.

**Tablo 3:** Fasıllara Göre İhracat, 2023 (milyon \$, %)

<b>Elazığ</b>				
Kod	Fasıl Açıklaması	Değer	Pay	
26	Metal cevherleri, cüruf ve kül	156,07	46,6	
72	Demir ve çelik	103,22	30,8	
44	Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	35,25	10,5	
25	Tuz, kükürt, topraklar ve taşlar, alçılar, kireçler ve çimento	8,46	2,5	
2	Etler ve yenilen sakatat	7,40	2,2	
68	Taş, alçı, çimento, amyant, mika veya benzeri maddelerden eşya	6,28	1,9	
39	Plastikler ve mamulleri	4,89	1,5	
84	Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	3,89	1,2	
94	Mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb., prefabrik yapılar	2,23	0,7	
32	Debagatte ve boyacılıkta kullanılan hülâsalar, tanenler, boyalar, pigmentler, vernikler, macunlar, mürekkepler, vb.	1,49	0,4	
	<b>Liste Toplam</b>	329,180	98,3	
	<b>Genel Toplam</b>	335,039	100	
<b>Türkiye</b>				
87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	30.289,18	11,8	
84	Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	25.389,21	9,9	
27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, bitümenli maddeler, mineral mumlar	16.389,21	6,4	
85	Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	15.453,92	6,0	
71	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar	13.646,81	5,3	
39	Plastikler ve mamulleri	10.571,75	4,1	
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	10.277,57	4,0	
73	Demir veya çelikten eşya	10.051,29	3,9	
72	Demir ve çelik	8.860,17	3,5	
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	8.037,38	3,1	
	<b>Liste Toplam</b>	148.966,49	58,3	
	<b>Genel Toplam</b>	255.627,43	100	

Kaynak: TÜİK

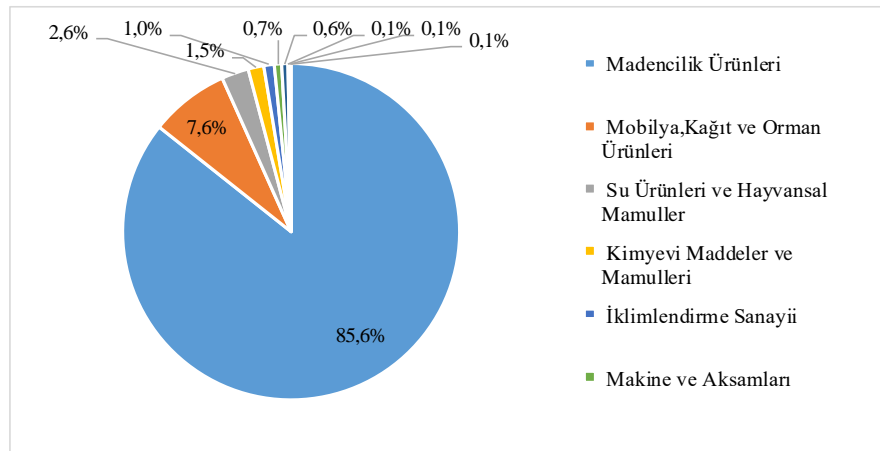


### Elazığ'ın Sektörel İhracat Kırılımı

2023 yılında bir önceki yıla göre %4,6'lık bir düşüşle ulusal ihracatın yüzde 0,13'ünü gerçekleştiren Elazığ'da en çok ihracat yapılan ilk üç sektör sırasıyla; 294 milyon 538 bin \$ ile "Madencilik Ürünleri", 37 milyon 467 bin \$ ile "Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri" ve 7 milyon 628 bin \$ ile "Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller" sektörü olmuştur (TİM, 2023). 2023 yılında Türkiye İhracatçılar Meclisi sektörel sınıflandırması kapsamında yer alan yirmi yedi sektörden sekizinde herhangi bir ihracat değeri kaydedilmezken, ilin ihracat değerini on sektörde artırdığı görülmektedir. 2023 yılında %1575,7 ile "Hazır giyim ve Konfeksiyon", %421,3 ile "Tekstil ve Hammaddeleri" ve %390,8 ile "Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri" ihracatını en çok artıran ilk üç sektör olarak ön plana çıkmaktadır.

Son yıllarda şehirde tekstil ve hazır giyim sektörlerinde yapılan büyük ölçekli yatırımlar neticesinde kurulan tesisler ilde üretim ve ihracat ekosistemlerinin oluşturulmasına, nitelikli iş gücünün ve kariyer imkânlarının iyileştirilmesine ivme kazandırmış olmakla birlikte bahse konu iki sektörün şehrin ekonomi hedeflerine ulaşmasında daha yüksek bir potansiyel barındırdığı şüphesizdir. Bu noktada %3,6 pay ile dünyanın en büyük yedinci hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçısı olan ülkemizin tekstil ve hammaddeleri sektöründe başta AB ve ABD olmak üzere küresel lider pazarlardaki zengin bilgi ve birikiminin ilimiz üreticileri açısından önemli bir fırsat olduğu düşünülmektedir (ITC Trademap, 2023).

Şekil 1: Elazığ Sektörel İhracatı, 2019-2023 (%)



Kaynak: TİM

**Tablo 4:** Elazığ İhracatının Sektörel Kırılımı (1000 \$)

SEKTÖR	2020	2021	2022	2023	Yıllık Değişim	2024 Ocak-Haziran
Madencilik Ürünleri	140.894,94	298.909,98	317.332,00	294.538,59	-%7,2	114.015,95
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	13.502,70	18.303,70	29.666,32	37.467,68	%26,3	16.203,14
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	5.189,62	7.355,14	6.285,53	7.620,88	%21,2	3.934,26
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.140,40	3.985,17	7.893,00	6.066,48	-%23,1	2.900,94
İklimlendirme Sanayii	852,36	3.430,10	5.466,02	4.044,47	-%26,0	2.505,38
Makine ve Aksamları	1.467,54	1.326,80	2.618,97	2.510,05	-%4,2	2.687,58
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.214,33	1.347,90	2.429,50	2.021,91	-%16,8	919,38
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	161,11	143,93	36,17	606,14	%1575,7	65,54
Elektrik Elektronik	200,49	89,27	285,00	321,65	%12,9	262,42
Otomotiv Endüstrisi	29,84	21,67	180,72	311,28	%72,2	25,45
Çelik	93,15	148,75	218,78	290,65	%32,9	232,59
Tütün	22,61	328,86	326,56	246,54	-%24,5	24,89
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	32,77	80,68	44,46	218,22	%390,8	85,62
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	270,40	73,61	683,90	139,35	-%79,6	132,92
Tekstil ve Hammaddeleri	31,81	204,89	9,64	50,24	%421,3	31,18
Meyve Sebze Mamulleri	64,51	3,36	125,93	33,73	-%73,2	151,71
Deri ve Deri Mamulleri	3,62	7,24	27,59	32,57	%18,1	43,43
Halı	7,32	9,65	6,58	10,61	%61,3	0,00
Diğer Sanayi Ürünleri	0,00	0,00	4,39	0,00	-%100,0	0,00
Kuru Meyve ve Mamulleri	1,79	70,96	0,00	0,00	-	5,89
Mücevher	0,02	0,00	0,00	0,00	-	0,00
Yaş Meyve ve Sebze	5,78	0,46	0,00	0,00	-	0,86
Zeytin ve Zeytinyağı	0,00	48,05	0,00	0,00	-	10,48
Fındık ve Mamulleri	0,02	3,65	0,00	0,00	-	0,00
Süs Bitkileri ve Mamulleri	0,00	0,00	0,00	0,00	-	0,00
Gemi, Yat ve Hizmetleri	0,00	0,00	0,00	0,00	-	0,00
Savunma ve Havacılık Sanayii	0,00	0,00	0,00	0,00	-	0,00
<b>TOPLAM</b>	<b>166.187,15</b>	<b>335.893,82</b>	<b>373.641,06</b>	<b>356.531,04</b>	<b>-%4,6</b>	<b>144.239,63</b>

Kaynak: TİM

Bununla birlikte ilin ihracatında lokomotif sektörler şehrin yer altı kaynaklarına bağlıdır. Hâlihazırda ihracat yapan iller sıralamasında %0,13 oran ile 37. sırada yer alan Elazığ'ın 2019-2023 döneminde gerçekleşen ihracatı incelendiğinde açık ara farkla ilk sırada yer alan "Madencilik Ürünleri"nin aynı dönem toplam ihracatının %86'sına hâkim olduğu görülmektedir. İlin ihracatında son beş yılda en yüksek pazar payına sahip olan diğer ürünler, pay sırasına göre "Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri" (%7,6), "Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller" (%2,6), "Kimyevi Maddeler ve Mamulleri" (%1,5), "İklimlendirme Sanayii" (%1) sektörlerinde gerçekleşmiştir. Bunların yanı sıra son beş yıllık dönemde "Makine ve Aksamları", "Demir ve Demir Dışı Metaller", "Hazır giyim ve Konfeksiyon", "Tütün", "Elektrik Elektronik" sektörlerine ait ihracat payının %1'in altında kaldığı görülmektedir.

Dünya Ticaret Örgütü verilerine bakıldığında 2022 yılı için İmalat Sanayi Ürünleri'nin dünya toplam mal ihracatının %63'ünü karşılarken, Yakıt ve Madencilik Ürünleri'nin %21'ini, Tarım Ürünleri'nin de %10'unu temsil ettiği görülmektedir (WTO, 2023: 13). Diğer taraftan dünya yakıt ve madencilik ürünleri ihracatının 2019 ile 2022 arasında yılda ortalama %19 artışla 2022'de 5,158 milyar \$ değerine ulaştığı, böylelikle dünya ihracatındaki paylarını bu dönemde %4 puan artırmak suretiyle 2022'de %21'e yükseldiğini eklemekte fayda vardır (WTO, 2023: 35). Bu küresel eğilimler bağlamında yer altı kaynakları ihracatının korunmasına ek olarak imalat sanayi ürünlerinin ihracatına yönelik odaklanma çalışmaları, ilin ihracata konu ürün çeşitliliğini artıracak gibi orta ve uzun vadede istikrarlı bir büyüme ve güçlü bir ekonomi için büyük önem arz etmektedir.

### **Elazığ İhracatı Büyüme Vizyonuna Yönelik Saptamalar**

Dünyadaki birçok ülke gibi ihracat odaklı büyüme stratejisini benimseyen Türkiye küresel, bölgesel ve ulusal dinamiklerin eşliğinde son on yılda ihracatını %58,3 artırırken, aynı dönem içerisinde Elazığ ihracatının yaklaşık %27,6 seviyesinde arttığı görülmektedir (TÜİK). Dış dinamiklerin yanı sıra Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri için ayrılan pay, devlet destek ve teşviklerine ilişkin firmaların bilgi ve yönelme düzeyleri, dijital ve finansal enstrümanların benimsemesinde yaşanan aksaklıklar, yabancı dil başta olmak üzere nitelikli iş gücü yapısında süregelen yetersizlikler, ihracata ilişkin mitler ve benzeri diğer faktörler ihracatçı firmaların küresel değer zincirlerine entegrasyonunun nispeten düşük seviyelerde kalmasında belirleyici olmaktadır. Bu noktada, ihtiyaçlar doğrultusunda hedeflerin belirlenmesi ve bu hedeflere ulaşmakta kamunun yönlendiriciliği ve bütün paydaşların katılımında bir yol haritası oluşturulması düşüncesi ön plana çıkmaktadır.

Cumhuriyetimizin 100. yıl dönümünde küresel pazarlarda varlığını ve gücünü artırmayı amaçlayan ülkemiz 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Ulusal Eylem Planı'nı kabul etmiştir. Bu kapsamda Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşmayı ana parametreler olarak kabul etmiş olup, değişen koşullara göre güncellemeler yapmaktadır. Elazığ özelinde ise ile ait kaynaklara ve yukarıda yer verilen güncel ihracat profiline dayalı bir stratejik yaklaşımda aktif ihracat yapan firmalar ile yapılan görüşmelerde elde edilen bulgular da önem arz etmektedir. Bütün bu bilgiler ışığında Elazığ için başlangıç dönemi dört temel hedefin tanımlanması mümkündür. Bunlar:

1- Mevcut ihracat pazarlarının güçlendirilmesi ve yeni pazarların belirlenmesi: 1996 yılından bu yana devam eden Gümrük Birliği'nin pozitif etkisiyle Avrupa Birliği, Türkiye'nin en büyük pazarı olma özelliğini sürdürürken, Elazığ'ın ilk on pazarı incelendiğinde gelişen Asya ülkelerinin ön sıralarda yer aldığı görülmektedir. Hâlihazırda AB'deki yavaş büyümenin yalnızca dış ticaret partnerlerini değil AB içi ticareti dahi olumsuz etkilemesi gündemde iken, mevcut pazarlar listesinde yer alan gelişen ülkelerde derinleşmek, Elazığ'ı uluslararası düzeyde daha avantajlı bir konuma taşıma fırsatlarını barındırmaktadır.

Diğer taraftan 2023 yılında toplam 242 pazardan 69'una ihracat yapan Elazığ için mevcut pazarların korunmasının yanı sıra coğrafi yakınlığa sahip Ortadoğu ülkeleri, tarihi ve kültürel ilişkiler yönünden Türkiye için her zaman öncelikli olan Balkan ülkeleri ile yakın dönemde orta sınıfı güçlenme eğilimi gösteren Afrika ülkeleri Elazığlı firmaların hedefledikleri yeni pazarlar arasında öne çıkmaktadır. Bu noktada, Elazığ'ın kaynak ve ihracat yapısı göz önünde bulundurulmak suretiyle belirlenen hedef ülkelere ait analiz raporlarının oluşturulması, ücretsiz eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması, ihracatçı birlikleri tarafından organize edilen ticaret ve alım heyeti programları ile fuar etkinliklerine katılımın teşvik edilmesi vb. eylemler ilin ihracat becerilerinin gelişmesine ve pazar çeşitlenmesine önemli katkı sağlayabilecektir.

Hedef pazar belirlenmesi noktasında her yıl Ticaret Bakanlığı tarafından duyurulan ve çeşitli alanlarda finansal destek sağlanan hedef ve öncelikli ülkeler listesi de önemli bir referans kaynağı olup, 2024 yılı için bir önceki yıla göre bu listenin artırılarak 56 hedef ülke tanımlandığını belirtmekte yarar görülmektedir.

2- Ürün çeşitliliğinin artırılması: İhracatı ekseriyetle yer altı kaynaklarına bağlı olan Elazığ'da ihraca konu ürünlerde çeşitliliğin sağlanması

gerekliliği söz konusu ise sürdürülebilir üretime yönelik yeni yatırımların kazandırılması, bu doğrultuda elverişli ve cazip bir yatırım ortamının gerektirdiği altyapı kalitesinin iyileştirilmesi ve üretim koşullarının desteklenmesi gibi temel esaslar gündeme gelmektedir. Yukarıda ifade edildiği üzere ticarete konu ürünlerin sınıflandırılmasında esas alınan 99 fasıl arasında Elazığ'ın 2023 yılında yalnızca on fasılda yaptığı ihracat toplam ihracatının %98,3'üne tekabül etmektedir. Benzer şekilde 27 sektörü kapsayan TİM'in sınıflandırmasında da 2019-2023 döneminde Elazığ'ın madencilik ürünlerindeki ihracatı tek başına toplam ihracatının %85,6'sına denk gelmekte olup, aynı dönemde ihracatı %1 ve üzeri paya sahip yalnızca beş sektör bulunmaktadır. Bu oldukça sınırlı bir ürün çeşitliliğine dayalı bir üretim ve ihracat yapısını ifade etmektedir.

Hâlihazırda öne çıkan sektörlerde yenilikçi teknoloji kullanımının özendirilmesi ile daha nitelikli ve ihracat odaklı üretim desteklenirken, örneğin ilin en büyük ilk on pazarının dünyadan en fazla ithal ettiği ürünler göz önünde bulundurularak söz konusu pazarlara yönelik Ar-Ge ve yenilikçilik tabanlı çalışmaların yürütülmesi ürün çeşitlendirme stratejisi oluşturulmasında belirleyici olabilecektir. Bu noktada, yenilikçi ve daha fazla katma değere sahip ürün kapasitesinin sağlanmasına yönelik destek programları arasında Stratejik Ürün Destek Programı, 1501-TÜBİTAK Sanayi Ar-Ge Destek Programı, 1507-KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı sıralanabilir. Kısa söylemek gerekirse, gerek enerji, ulaştırma ve üretim koşulları başta olmak üzere fiziki altyapının güçlendirilmesi gerek ihraç edilen ürün çeşitliliğinin elde edilmesi ile birlikte verimlilik ve rekabetçilik artışı sağlanarak ilin uzun dönemli refahı üzerinde pozitif etki oluşturulabilir.

3- Aktif ihracatçı firma sayısının artırılması: İhracat yapmanın önündeki en büyük engellerden biri ihracatın çok karmaşık ve zor olduğuna dair mitler olup, muhtelif ülkelere ait ihracat raporları incelendiğinde bunun neredeyse bütün ülkelere ait bir sorun olduğu anlaşılmaktadır. İhracat yeterliliğine sahip ancak henüz başlamamış veya yeni başlayan firmaları ihracata teşvik etmek, bu alanda farkındalık, eğitim ve danışmanlık hizmetlerini artırmak ve yaygınlaştırmak, ayrıca yerli firmaları alıcılar, tedarikçiler ve ihale fırsatları ile hızlı ve kolay buluşturacak platformlar oluşturmak ilin ihracatçı firma sayısının artmasında katkı sağlayabilecek öncelikler arasında sıralanabilir.

Bununla birlikte ekonomimizin bel kemiğini oluşturan KOBİ'lerin<sup>7</sup> ihracata daha fazla yönlendirilmesi, bu hedefe yönelik iletişim ve yönderlik

<sup>7</sup> TÜİK verilerine göre; ülkemizde 2022 yılı itibarıyla yaklaşık 3 milyon 773 bin KOBİ bulunmaktadır. Çalışan sayısı bakımından toplam girişimlerin %99,7'sini KOBİ'ler oluştur-

hizmetlerinin etkin ve kesintisiz uygulanması, düzenli takip ve değerlendirme sistemlerinin oluşturulması gibi eylemler de ileri dönem planlamasında kritik önem arz etmektedir.

4- Hızlı ve kolay bilgi erişiminin sağlanması: Uluslararası pazarlarda firmaların karşılaştığı engellerin ortadan kaldırılması ve küresel rekabet güçlerinin artırılmasına yönelik kamu kurumları ve kuruluşları tarafından sağlanan birtakım teknik, finansal ve dijital destek aracı bulunmaktadır. Ancak söz konusu araçlara hızlı ve kolay biçimde erişilebilirlik hususunda sürecin iyileştirilme ihtiyacı devam etmektedir. İlimizdeki firmalarla yapılan görüşmeler neticesinde hedef pazar ve potansiyel alıcı bulma başta olmak üzere pazara giriş süreçleri, ihracatta sağlanan devlet destek ve teşvikleri ile Eximbank hizmetleri konu başlıklarında bilgiye erişme düzeyinin yeterli seviyede olmadığı anlaşılmaktadır. Bu bakımdan yetkili kurumlar ve meslek örgütleri tarafından firmalara yönelik sağlanan eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin sayısı kadar motive edici, bilgilendirici ve ayrıca uluslararası alıcılar ile networking kurmaya yönelik bir pratik çerçevede tasarlanması başarıyı artıracak faktörler arasında öne çıkmaktadır.

Bu noktada, Ticaret Bakanlığı'nın yurt dışı pazarlara girmek isteyen firmalara küresel ticaret istatistikleri, pazara giriş ve sektörlerle ait genel bilgiler sunan Kolay İhracat Platformu'ndan bahsetmek yerinde olacaktır. Uluslararası uygulamalara bakıldığında ise ABD'li işletmelerin potansiyel alıcılara ulaşması ve uluslararası satış yapması için yaklaşık yirmi yıldır faaliyet gösteren International Trade Administration (ITA), önemli bilgi araçlarına sahip olan bir dijital platform olarak ön plana çıkmaktadır. Birleşik Krallık ihracatçılarının uluslararası pazarlara erişimini çeşitli araçlar ile kolaylaştırmak üzere kurulan tek dijital platformu great.gov.uk de en iyi uygulamalar arasında sayılabilir. Bilgiye erişimde şeffaflık ilkesinin gözetilmesi de önemli bir diğer husustur. Dış ticarete ilişkin teknik istihbarat alanında gerekli bilgilere çoğunlukla ücretli veri tabanı abonelikleri üzerinden erişim sağlanabilirken, mal ticareti düzeyinde ihracat verilerini değer, miktar, birim fiyat, varış ülkesi ve ulaşım yöntemine göre bedelsiz sağlayan platformlar da bulunmaktadır (Trade Promotion Coordinating Committee, 2023: 24).

Elazığ ve bölgesi özelinde bakıldığında vurgulanması gereken önemli bir husus gerek pazara giriş gerek operasyon süreçleri açısından firmalar için elzem bir hizmet kaynağı kabul edilen müşavirlik firmalarının sayı ve hizmet

kalitesi açısından gözden geçirilme ihtiyacıdır. Zira ildeki ihracatçıların çoğunlukla diğer illerdeki gümrük müşavirliği firmalarından hizmet aldığı dikkate alındığında meslek örgütleri düzeyinde alternatif bir yeni yapılanma çözüm olarak gündeme getirilmektedir. Yine gümrük işlemlerinin daha kısa sürede ve düzenli biçimde tamamlanmasını sağlayan bir ihtisas gümrüğünün ilde henüz olmaması da firmaların ek nakliye ve lojistik maliyetleri ile karşılaşmasına yol açmakta olup, sıklıkla dile getirilen sorunlar arasında önemini korumaktadır.

### **Sonuç**

İhracat tüm ülkeler için olduğu gibi şehirler için de güçlü ve sürdürülebilir bir büyümenin temel itici güçlerinden biridir. İhracat yapan firmalar üretkenlik, verimlilik, rekabet ve uluslararası bilgi ve birikim edinme yönlerinden daha başarılı olurken, ülkelerinin tanıtımında da belirleyici rol üstlenirler. Bu bakımdan Elazığ; yer altı kaynakları, tarımsal biyolojik çeşitliliği, besi sanayi alanları, yenilenebilir enerji varlığı, zengin su kaynakları, genç nüfus yapısı, coğrafi konumu, köklü bir araştırma üniversitesi ile bölgesinde öne çıkan bir ildir. 2023 yılında yaklaşık 335 milyon dolar ihracat gerçekleştiren Elazığ ülke ihracatında %0,13 pay ile 37. sırada yer almaktadır (TÜİK). Açıkçası zengin kaynakları, Ortadoğu ülkelerine yakın konumu ve ulaşım altyapısının çoğunlukla gelişmiş olması gibi öne çıkan avantajları dikkate alındığında ilin güncel ihracat profilinin potansiyelinin gerisinde kaldığı değerlendirilmektedir. Ayrıca Türkiye'nin seçili ihracat göstergeleri -çalışmanın ana metninde yer verilen- irdelendiğinde ilin ihracat gelişim seyirinin Türkiye'ninki ile paralel ilerlemediğine işaret etmektedir. Bu itibarla yıllık ihracat artış oranı, mevcut pazar konfigürasyonu, ihracat yapılan sektör sayısı, ihracata konu ürün çeşidi, aktif ihracatçı firma sayısı gibi seçili göstergeler ve firmalar ile yapılan görüşmeler çerçevesinde Elazığ ihracatına ait tasarlanacak bir gelecek vizyonuna yönelik tespit ve önerilerin gündeme getirilme ihtiyacı önem kazanmaktadır.

Bunun sonucu olarak, başlangıç dönemi için dört temel hedef belirlenmiştir. Birincisi, mevcut dış pazarların güçlendirilmesi, buna ilaveten geleneksel pazarlardaki daralmaların ve küresel ölçekte risk ve belirsizliklerin etkilerini minimum seviyede tutmak üzere yeni hedef pazarların tespit edilmesi. İkinci olarak, ihracatta ürün çeşitliliğinin artırılması. Bu kapsamda Elazığ'a özgün koşullar rehberliğinde yeni yatırımların kazandırılması, mevcut üretim koşullarının modernizasyonu ve bu doğrultuda destek araçları kullanımının özendirilmesi ilin ihracat yapısında kayda değer ilerlemeler sağlayacak öncelikli politikalar arasındadır. Üçüncü hedef aktif ihracatçı firma sayısının artırılması olup, henüz ihracat yapmamış küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracata yönlendirilmesi, bu doğrultuda cesaret-

lendirici, bilgilendirici ve bilhassa potansiyel alıcılarla networking oluşturabilecek nitelikte tasarlanan eğitim ve etkinliklerin yaygınlaştırılması gibi eylemlerin daha da önem kazanması beklenmektedir. Son olarak, ileri teknolojilere dayalı bire bir danışmanlık hizmeti sunan merkezler ve dijital platformlar aracılığıyla pazara giriş, potansiyel alıcı tanımlama, devlet destekleri ve benzer finansal enstrümanlara ilişkin doğru ve geçerli bilgiye erişimin gerçekleştirilmesi büyük önem arz etmektedir.

Elbette her biri ayrı bir analiz konusu olan bu dört temel stratejik hedef için paydaşlar arasında istişare mekanizmasının işletilmesi suretiyle ilin güçlü yönlerini ve potansiyel varlıklarını dikkate alan politika ve prensiplerin kararlaştırılması, buna yönelik eylem planlarının oluşturulması ve yetkili kurum ve kuruluşlar arasında sorumluluk alanlarının netleştirilmesi gibi esaslara gereksinim duyulmaktadır. Bu gerçek kabul edilmekle birlikte, bu çalışmanın Elazığ'ın ihracat vizyonunun olgunlaşma sürecine ve böylece bölgesinde ve Türkiye'de hak ettiği daha ileri bir konuma ulaşmasına rehberlik etmesi beklenmektedir.

#### **Kaynakça**

ATİK, A.Y. (2021), "A Panoramic View of the UK Relations with the EU and Turkey Post-Brexit", *Insight Turkey*, S: 23 (3).

DEĞER, M.K. (2010), "İhracatta Ürün Çeşitliliği ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Deneyimi (1980-2006)", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, S: 24 (2), s. 259-287.

ITC Trademap, <https://www.trademap.org/>, Erişim tarihi: 13 Ağustos 2024.

İSTİKBAL, D. (2022), "Rusya-Ukrayna Savaşının Küresel Gıda Enflasyonuna Muhtemel Etkileri", *SETA Perspektif*, S: 336.

MARUF, M. - ÖZDEMİR, K. (2021), "Türkiye'deki Büyükşehirlerin İhracat Performanslarının CRITIC ve MAUT Yöntemi İle Değerlendirilmesi", *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S: 5(1), s. 85-99.

MARIN, A.G., vd. (2020), "Cities, Productivity, and Trade", *National Bureau Of Economic Research, Working Paper*.

ÖZEKENCİ, E.K. (2023), "Analysis Of Metropolitan Cities Export Performance In Turkey By Integrated MCDM Method", *DÜSPED*, S: 34, s. 89-118.

SPRINGFORD, J. - TORDOIR S. - CARVALHO, L.R. (2024), "Why cities must drive growth in the EU's single market", *BertelsmanStiftung*.

T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, *On ikinci Kalkınma Planı (2024-2028)*, 2023.



TİM (2023), İhracat 2023 Raporu.

Trade Promotion Coordinating Committee (2023), 2023 National Export Strategy.

TÜİK, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1>, Erişim tarihi: 12 Ağustos 2024.

YAZGAN, A. E. (2022), “Bütünleřik CRITIC ve EDAS Yöntemleri ile Türkiye’deki Büyükşehirlerin İhracat Performanslarının İncelenmesi”, *Fiscaoeconomia*, S: 6(2), s. 909-929.

WTO (2023), “World Trade Statistical Review 2023”, [https://www.wto.org/english/res\\_e/publications\\_e/wtsr\\_2023\\_e.htm](https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wtsr_2023_e.htm), Erişim tarihi: 01 Ağustos 2024.