

TÜRKİYE’NİN FINDIK, ZEYTİNYAĞI VE KURU KAYISI ÜRÜNLERİNDEKİ REKABET GÜCÜNÜN AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER YÖNTEMİ İLE ANALİZİ*

Müge Burcu ÖZDEMİR**

Levent KÖSEKÂHYAOĞLU***

Öz

Bu çalışmada, Türkiye’nin ihracatında öncü olduğu üç stratejik tarım ürününün rekabet gücü, Balassa ve Vollrath’ın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük (AKÜ) indeksleri aracılığıyla ölçülmüştür. Sözü edilen tarım ürünleri; fındık, zeytinyağı ve kuru kayısıdır. Çalışmanın zaman aralığı 2001-2016 dönemidir. Çalışmanın ampirik bölümünde, Türkiye’nin bahsi geçen ürünlerdeki rekabet gücü, ihracat dünya sıralamasındaki ilk dört ülke ile kıyaslanmış ve elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Böylece, Türkiye’nin söz konusu ürünlerdeki güçlü ve eksik yönleri ortaya konularak, politika önerileri geliştirilmiştir. İndeks sonuçlarına göre, Türkiye’nin en güçlü olduğu ürün kuru kayısı, en zayıf olduğu ürün ise zeytinyağıdır.

Anahtar Kelimeler: Rekabet, Rekabet Gücü, Balassa İndeksi, Vollrath İndeksi.

JEL Kodu: F10, F14.

ANALYSIS OF TURKEY’S COMPETITIVENESS IN HAZELNUT, OLIVE OIL AND DRIED APRICOT USING REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGE INDEX

Abstract

In this study, competitiveness of three strategic agricultural products which are pioneers of Turkey's exports is measured using Balassa and Vollrath’s revealed comparative advantage (RCA) indices. Aforesaid agricultural products are nuts, dried apricots and olive oil. The study covers the period between 2001 and 2016. In empirical part of this study, the mentioned products of Turkey were compared with the four most competitive countries in the world ranking of related products and the findings were evaluated. Thus, the relative strengths and weaknesses of abovementioned products of Turkey were put forward and policy proposals were developed. According to our results, Turkey’s most competitive product is dried apricots while the least competitive product is olive oil.

Keywords: Competition, Competitiveness, Balassa Indice, Vollrath Indice.

JEL Classification: F10, F14.

التحليل وفق المزايا النسبية الموضحة للقدرة التنافسية لمنتجات البندق وزيت الزيتون والمكسرات في تركيا

نبذة

تم في هذه الدراسة دراسة القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية الثلاثة الرائدة في صادرات تركيا، وتم القياس وفق مؤشرات التفوق النسبي لـ Balassa و Vollrath. المنتجات الزراعية التي نتحدث عنها هي: البندق وزيت الزيتون والمشمش المجفف. فترة الدراسة تشمل فترة ما بين 2001 و2016. في الجزء العملي من الدراسة، تم الإشارة إلى القدرة التنافسية لتركيا في المنتجات المذكورة، ومن حيث تصديرها إلى العالم

*Bu çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü’ne sunulan ‘Türkiye’nin Seçili Tarım Ürünlerinin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi İle Rekabet Analizi.’ başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

**Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisat Bölümü, d1440202001@stud.sdu.edu.tr, ORCID: 0000 0003 4721 4770.

***Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisat Bölümü Öğretim Üyesi, leventkosekahyaoglu@sdu.edu.tr, ORCID: 0000 0002 5466 5396.

Makale türü / Article type: Araştırma Makalesi / Research

Makale Geliş Tarihi / Submitted: 01.11.2018

Makale Kabul Tarihi / Accepted: 21.11.2018

وتمت مقارنة النتائج مع البلدان الأربعة الأولى في الترتيب وتم الحصول على تقييم. وهكذا تم نقاط القوة والضعف في المنتجات المذكورة لتركيبا، ووضعت التوصيات المتعلقة بالسياسة العامة المتعلقة بذلك. ووفقا لنتائج المؤشر فإن أقوى المنتجات لتركيبا هو المشمش المجفف، أما أضعف منتجاتها فهو زيت الزيتون.

الكلمات المفتاحية: المنافسة، قوة المنافسة، مؤشر Balassa، مؤشر Vollrath.

JEL Kod: F10, F14.

1. GİRİŞ

Ekonomide rekabet kavramı, serbest piyasa sistemine entegre olmuş en az iki iktisadi aktörün (firmanın), kârlarını ve pazar paylarını artırmak amacıyla yarışmasını ifade eder. Söz konusu bu yarış, fiyat ve fiyat dışında kalan muhtelif araçlarla gerçekleştirilir. Sürdürülebilir ve etkin bir ekonomik sistem için rekabet, bir gerekliliktir.

Türkkan'a göre (2000: 125): Uygulamaya yönelik olarak rekabetin tanımlanması konusunda ilk girişim 1940'da John Maurice Clark tarafından yapılmıştır. Clark, yazdığı makalesinde "işleyebilir rekabet" (workable competition) kavramından söz etmiştir. Clark'a göre, tam rekabet kavramı pratikte kullanılabilir bir referans oluşturmamaktadır. Bu sebeple işleyebilir rekabet kavramı hareket noktası olmalıdır çünkü rekabetin gerçekleşebilir bir formuna ihtiyaç vardır (Türkkan, 2000: 125).

Yine Türkkan'a göre (2000:127): İşleyebilir rekabetin ne olduğuna yönelik bir diğer tanım, 1949 yılında yayınlanan makalesinde Corwin Edwards'dan gelmektedir. O'na göre "aynı ürün yeterli ya da önemli sayıda ve aralarında rekabet ilişkisinin olduğu üreticiler tarafından üretiliyor ve her alıcının yeteri kadar alternatifi bulunuyor ise, işleyebilir bir rekabet söz konusudur."

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin seçili tarım ürünlerindeki rekabet gücünü açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) yöntemi ile ölçmektir. Türkiye'nin özellikle söz konusu tarım ürünlerindeki rekabet gücü potansiyeli belirlenerek, güçlü ürünlerde ihracatın artırılması ve eksik yönlerin ise güçlendirilmesi gereği ortaya konulmaktadır. Buradan hareketle, rekabet yeteneğinin geliştirilmesine yönelik politika önerileri sunulmuştur.

2. REKABET GÜCÜNÜN DİNAMİKLERİ

Rekabet gücü kavramı, firma dinamiği, endüstri dinamiği ve ulusal dinamik olarak üç başlık altında incelenmiştir.

2.1. Firma Dinamiği:

Mankiw'in rekabet tanımına göre rekabet:" Birden çok firmanın, her birinin, bireysel olarak faaliyetinin piyasa fiyatını etkilemediği durumdur" (Mankiw, 1997: 504).

Firma faaliyetleri, piyasa fiyatını tek başına etkileyemez ancak mal ve hizmetlerini fiyatlar ken geliştirdiği stratejiler firmanın rekabet gücünü etkileyebilir. Firmaların fiyat yönetimleri, sektör arz ve talebine, ürün pazarı stratejisine ve işlemlere (hangi taban fiyatın talep edileceği, koşullar, indirimler, iade ve teşvikler) bağlıdır (Marn ve Rosiello, 2001: 54-55).

2.2. Endüstri Dinamiği:

Uluslararası seviyede rekabet gücüne sahip firmalardan oluşan endüstrinin de rekabet gücü yüksek olacaktır. Buradan hareketle endüstriye ait rekabet gücü, bünyesindeki firmaların rekabet güçlerinin toplamı olarak tanımlanabilmektedir (Gökmenoğlu vd., 2012: 5).

Rekabet gücünün endüstri dinamiği şöyle de ifade edilebilir: Endüstrinin, rekabet ettiği endüstrilerle kıyaslandığında, onlara eşit ya da onlardan yüksek bir seviyede mal ve hizmet üretebilmesi ve piyasa talebini karşılayabilmesidir. Bu hedefe uygun teknoloji geliştirebilmek de rekabet gücünün kapsamındadır (Kırankabeş, 2006: 236).

2.3. Ulusal Dinamik:

Ulusal rekabet dinamiği, endüstriyel başarıdan güçlü bir şekilde etkilenmektedir. Ulusal verimlilik, ulusal inovasyon programlarından kaynaklanmaktadır, fakat aynı zamanda endüstriyel

üretkenlikten, üniversite yapılarından, hükümet politikalarından ve benzeri faktörlerden güçlü bir şekilde etkilenerek ortaya çıkmaktadır. Ulusal rekabet gücü, ulusal yaşam standardı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir (Carayannis ve Sagi, 2001: 508).

Bu noktada rekabet gücü kavramının bileşenlerine değinmekte yarar vardır. (Altuntuğ, 2007: 17) çalışmasında rekabet gücünün bileşenlerini dört başlık altında sınıflandırmıştır:

- **Gelecek Yönelimlilik:**

Firmalar, geçmiş faaliyetlerini ve buna bağlı yanlışlarını düzeltme imkânına sahip değildirler. Sadece yanlışlar değil firmanın başarıları da rehavete kapılmalarına neden olabilir. Ancak firmalar geleceklelerini dizayn edebilirler. Bu amaçla gelecek vizyonlarını ve faaliyet planlarını bugünden kurgulamalıdır.

- **İş birliği Odaklılık:**

Bu başlıkta iş birliği dinamiğini sağlamak için bireysel rekabet yerine, “birlikte rekabet” in öneminden söz edilmiştir. Bu durumda kıt kaynaklara ulaşmanın ve onları en verimli şekilde değerlendirebilmenin yolu birlikte rekabet etmekten geçmektedir.

- **Yetenek Odaklılık:**

Gelecek belirsizliklerle doludur ve firmalar bu belirsizliklere karşı tedbirli olmalıdırlar. Firma faaliyetlerini sekteye uğratmadan ve rekabet gücünü istikrarlı kılabilecek unsur olarak yetenekli insan kaynağına sahip olmak elzemdir.

- **Hız Odaklılık:**

Zaman faktörü işletmeler için çok önemlidir. Rakiplerini geride bırakabilmenin yolu iyi bir zaman yönetiminden geçmektedir. Hızlılık bu anlamda bir ön koşuldur.

3. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ GÖSTERGELERİ

Kesbiç, Baldemir ve Doğan (2005) çalışmalarında, atıfta buldukları Porter ve Krugman’dan yola çıkarak, uluslararası rekabet gücünün en temel belirleyicisi olarak, firmaların rekabet güçlerini görmüşleridir. Bu görüşe ek olarak, Krugman devletin rolünün de önemsenmesi gerektiğini belirtmiştir. Krugman ayrıca, stratejik bir ticaret politikası uygulanması gerekliliğini vurgulamıştır.

3.1. Fiyat Rekabeti

Fiyat rekabetinin makro ekonomik göstergeleri, nispi pozisyon değişimleri, reel döviz kuru indeksi, ihracat kâr marjı olarak üç alt başlıkta toplanmaktadır. Rekabet gücünü etkileyen pek çok kalitatif ve kantitatif unsur olmasına karşın, veri elde etme ve ölçümlemedeki kolaylıklar sebebiyle fiyata dayanan unsurlar göz önünde bulundurulmaktadır (Yapraklı, 2011: 377).

Fiyat rekabetinin göstergelerinden ilki, nispi pozisyon değişimleridir. Bu amaçla bir indeks hazırlanır. Hesaplama ölçümü yapılacak her ülkenin nominal döviz kurunun, fiyat indeksine oranı dikkate alınır. Bu oran ile yurt dışı fiyat hareketlerinden arınmış olarak sadece yurtiçi kur ve fiyat hareketleri incelenir. Böylece uluslararası rekabete yapılan katkı anlaşılabilir (Kotan, 2002: 2).

3.2. Yapısal Unsurlar

Yapısal unsurlar ise işgücü maliyetleri, verimlilik, makro ekonomik performans ve niteliksel faktörler olmak üzere dört alt unsurdan meydana gelmektedir. Uluslararası rekabeti geliştirmenin yolu, makroekonomik unsurların niteliğini iyileştirmekten geçer. Gayrisafi yurtiçi hasıla artışı, işsizliğin azaltılması ve sosyal yardım gibi göstergeler bu anlamda önemlidir. Eğitimli ve yetişmiş işgücünün önemi yadsınamaz. Nitelikli işgücü, üretimde verimliliği artıracak dolayısıyla rekabete de

olumlu yansımaları olacaktır. Niteliksel faktörler ise hizmet sektörü ile alakalıdır ve ölçülmesi görece olarak daha zordur (Kotan, 2002: 3).

3.3. Diğer Göstergeler

Söz konusu göstergeler, ticari performans ve piyasa payı göstergeleri, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi, sektör içi ticaret, fiyat-maliyet marjı, AR-GE ve kur marjı olarak sınıflanmıştır. Ticari performans ve piyasa payı göstergeleri, bir ürün veya ürün grubu için ölçülür ve dış ticaret verileri baz alınır. Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi de bu başlık altında konumlanır (Düzgün, 2007: 425).

4. LİTERATÜR TARAMASI

Rekabet gücü kavramına ve ölçülmesine ilişkin, ulusal ve uluslararası literatürde pek çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar aşağıda Türkiye’de yapılan ve uluslararası boyutta olmak üzere iki ayrı başlıkta aşağıda özetlenmiştir

Kösekhayaoğlu (2003), çalışmasında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yöntemiyle Türkiye’nin AB karşısındaki rekabet gücü sektörel bazda analiz edilmiş ve 1980’den itibaren serbest ticaret döneminde herhangi bir değişiklik olup olmadığı incelenmiştir. Utkulu ve Seymen (2004), çalışmasında, Türkiye’den AB’ye ticaret akışlarının ve rekabet gücünü ve sektörel düzeylerde uzmanlaşma modelini analiz etmişlerdir. Ek olarak Türkiye-AB arasındaki devam eden Gümrük Birliği sözleşmesinin rekabet gücü ve karşılaştırmalı üzerindeki etkisi de incelenmiştir. Altay (2008), çalışması ile Türkiye’nin en önemli hedef pazarı olan AB pazarında, Türk endüstrilerinin rekabet gücü düzeylerini belirlemeyi amaçlamıştır. Yurttaçıkılmaz vd. (2014) çalışmasında, Türkiye’nin rekabet gücü on farklı sektör için Balassa ve Lafay indekslerine göre hesaplanmıştır. Kişi başına sermaye birikimi küreselleşme indeksi (KOF) ve rekabet gücü indekslerinin GSYİH üzerindeki etkileri sınır testleri ile incelenmiştir. Berk vd. (2016)’nın çalışmasının amacı, 2004-2015 döneminde, Türkiye’nin yaş meyve sebze ihracatında ilk sıralarda yer alan başlıca ürünlerde Türkiye’nin rekabet durumunun belirlenmesidir.

Balassa (1978), çalışmasında 3 ana bölümde, endüstri temelli 11 adet gelişmekte olan ülkelerde ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki korelasyon incelenmiştir. 1966-1973 yılları arasına odaklanılmıştır. Vollrath (1991), çalışmasında on alternatif karşılaştırmalı üstünlük yöntemi belirlemiş ve dönüşümsel bağlantısını incelemiştir. Bu yöntemlerden dokuzu, sadece ticaret indeksleridir. RCA7 ise ticari üretim indeksidir. Hinloopen ve Marrewijk (2000), çalışmasında, karşılaştırmalı üstünlüklerin ölçümünde en sık başvurulan indeks olan Balassa indeksinin yorumlanmasındaki zorluğunun, dağılımı ile ilgili sınırlı bilgiden kaynaklandığını ileri sürmektedir. Japonya ve AB ticaret verileri kullanılarak Balassa indeksinin zaman içindeki dağılımı ve istikrarı test edilmiştir. Riaz vd. (2010), çalışmasında Pakistan’ın tarımsal ihracat ürünlerinin denizaşırı pazarlardaki karşılaştırmalı üstünlüğünün derecesini ölçmeyi hedeflemiştir. Pakistan’ın karşılaştırmalı üstünlük gösterdiği ürünler tanımlanmış ve bu avantajı daha fazla kullanabilmek için önerilerde bulunulmuştur. Esmali (2014), çalışmasının amacı, İran ve diğer ana ihracatçı ülkelerdeki hurma ihracatının şablonunu ortaya koymaktır. Yöntem olarak Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük İndeksi kullanılmıştır. RCA indeksi ve Spearman’ın korelasyon katsayıları, hurma için karşılaştırmalı üstünlükteki dinamik değişiklikleri tanımlamak üzere analizde kullanılmıştır.

5. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmada Türkiye’nin ihracatında öncü olduğu üç tarım ürünündeki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü iki adet açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük indeksi ile tek tek ölçülmektedir. Ölçüm, söz konusu üründe Türkiye ve rakip ülke kıyaslanarak yapılmaktadır. Sonuçlar tablo haline getirilmiş ve her indeks kendine ait referans aralıkları kullanılarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın temel amacı, 2001-2016 dönemini dikkate alarak Türkiye’nin hangi üründe daha güçlü, hangi üründe daha zayıf rekabet gücüne sahip olduğunu detaylı olarak ortaya koymaktır.

Çalışmanın zaman aralığı 2001-2016'dır. Rekabet gücü ölçümü yapılan tarım ürünlerinin dış ticaret verileri ve ölçümü yapılan ülkelerin toplam ihracat verileri, Birleşmiş Milletler Emtia Ticareti Veri Tabanı (United Nations, Commodity Trade Statistics Database) kullanılarak elde edilmiştir.

Ölçümlerde OECD tarafından sınıflandırılan, dört ve beş haneli kodlara sahip Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırması (Standard International Trade Classification -SITC) verileri ve altı haneli Harmonize Ürün Kodlaması ve Sınıflandırma Sistemi (Harmonized Commodity Description and Coding Systems - HS) verileri kullanılmıştır. Her bir ürünün ülke kıyaslamasına ait veriler aynı kod sınıflandırma sistemine ait olduğu için, veriler birbiri ile tutarlıdır. Dolayısıyla sonuçlar da güvenilirdir.

Çalışmada, ölçümde kullanılan rekabet gücü indeksleri, analizde bütünlük sağlayabilme ve anlaşılma kolaylığı açısından aşağıdaki gibi isimlendirilmektedir. Çalışmada hangi indekslerin kullanıldığı ve formülasyonları aşağıda açıklanmıştır:

5.1. Balassa_{TR} İndeksi (RCA_{TR}):

$$RCA_{TR} = \frac{X_{TR}/X_t^{TR}}{X_n/X_t^n} \quad (1)$$

RCA_{TR} = Türkiye'nin ölçümü yapılan maldaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısı

X_{TR} = Türkiye'nin ölçümü yapılan maldaki ihracat değeri (\$).

X_t^{TR} = ölçüm yapılan dönemi.

X_n = Ölçümü yapılan malın diğer ülke/ülke grubundaki ihracat ihracatı değeri (\$).

X_t^n = Diğer ülke/ülke grubunda ölçüm yapılan dönemi ifade etmektedir.

Balassa indeksinin değerlendirme kriterleri aşağıdaki gibidir (Erkan, 2012: 199):

$RCA > 1$ olması durumunda, rekabet gücü incelenen ülkenin söz konusu mal ya da sektörde açıklamalı karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sonucuna varılmaktadır.

$RCA < 1$ olması durumunda, rekabet gücü incelenen ülkenin söz konusu mal ya da sektörde açıklamalı karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu görülmektedir.

$RCA = 1$ olması durumunda ise durumunda rekabet gücü incelenen ülkenin söz konusu mal ya da sektörde herhangi bir üstünlük ya da rekabet dezavantajı durumu yoktur.

5.2. Vollrath_{TR} İndeksi (RXA_{TR}):

$$RXA_{TR} = \frac{X_{TR}/X_R}{X_n/X_{nR}} \quad (2)$$

Buna göre indeks değişkenleri aşağıdaki gibidir (Frohberg ve Hartmann, 1997: 7):

RXA_{TR} = Türkiye'nin göreceli ihracat avantajı indeksi.

X_{TR} = Türkiye'nin ölçümü yapılan maldaki ihracat ihracatı değeri (\$)

X_R = Türkiye'nin ölçümü yapılan mal hariç diğer tüm mallardaki toplam ihracat değeri (\$)

X_n = Ölçümü yapılan malın diğer ülke/ülke grubundaki ihracatı.

X_{nR} = Ölçümü yapılan mal hariç diğer ülke/ülke grubunun tüm mallardaki toplam ihracat değeri (\$)

Formül sonucunu değerlendirmek için referans kriteri 1'dir. Buna göre sonuçlar 1'den büyük, küçük veya eşit olması durumuna göre değerlendirilir.

$RXA_{TR} > 1$ ise Türkiye, ölçümü yapılan üründe nispi ihracat avantajına sahiptir.

$RXA_{TR} < 1$ ise Türkiye, ölçümü yapılan üründe nispi ihracat dezavantajına sahiptir.

$RXA_{TR} = 1$ ise Herhangi bir karşılaştırmalı üstünlük ya da nispi ihracat dezavantajı söz konusu değildir (Altay ve Gürpınar, 2010: 264).

Aşağıda, çalışmada incelenen ürünlere yönelik SITC kodları ve analizde her bir ürün için yer verilen ülkeler belirtilmiştir:

Fındık (SITC Kodu: 0517):

- Türkiye – İtalya
- Türkiye – Almanya
- Türkiye- Azerbaycan
- Türkiye- ABD

Zeytinyağı (SITC Kodu 4235):

- Türkiye- İtalya
- Türkiye- İspanya
- Türkiye- Portekiz
- Türkiye- Yunanistan

Kuru Kayısı (HS1996 Kodu 081310):

- Türkiye- Kazakistan
- Türkiye- Hollanda
- Türkiye- Almanya
- Türkiye- İspanya

6. ÇALIŞMANIN BULGULARI

6.1. Türkiye'nin Fındık Ürünüde BALASSA RCA_{TR} İndeksi Sonuçları, Ülke Karşılaştırmaları ve Genel Değerlendirmesi

Tablo 1: Türkiye'nin Fındık Ürünüde BALASSA (RCA_{TR}) İndeksi Sonuçları.

YILLAR	TR-İtalya	TR-Almanya	TR-Azerbaycan	TR-ABD
2001	36	92	4	12
2002	19	67	2	7
2003	14	63	1	5
2004	16	76	4	5
2005	21	74	2	6
2006	19	48	3	4
2007	15	35	4	4
2008	13	32	7	3

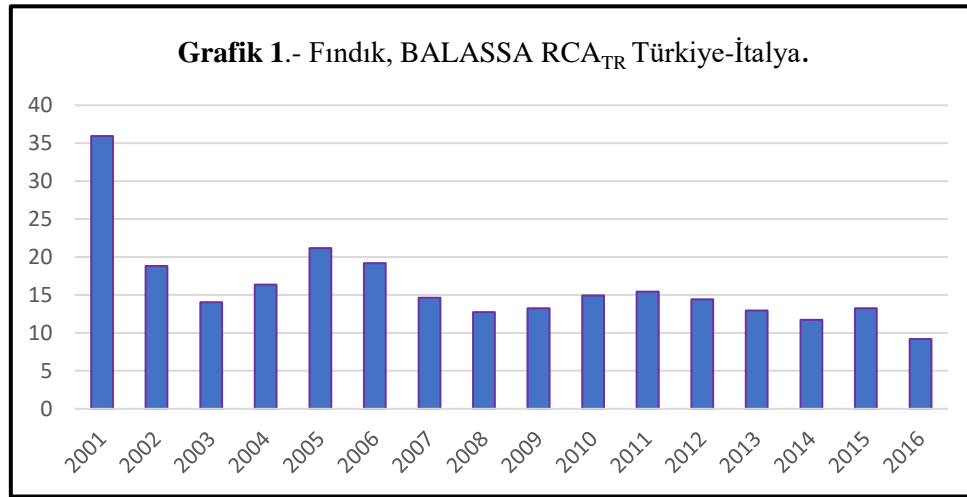
2009	13	31	3	2
2010	15	32	7	3
2011	15	31	5	3
2012	14	28	6	2
2013	13	24	6	2
2014	12	23	4	2
2015	13	24	2	3
2016	9	17	1	2

Not: BALASSA RCA_{TR} İndeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

- **Türkiye- İtalya:**

Türkiye, fındık ürününde İtalya karşısında güçlü bir açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. 2001-2005 yılları arasında Türkiye'nin rekabet gücü görece bir azalma göstermiş, 2005'de tekrar artmıştır. 2005'den sonra ise tekrar azalma göstererek devam etmiştir. Fakat sonuçların 1'den büyük olması nedeniyle, Türkiye'nin İtalya karşısında güçlü bir rekabet gücüne sahip olduğu sonucuna varılmaktadır.

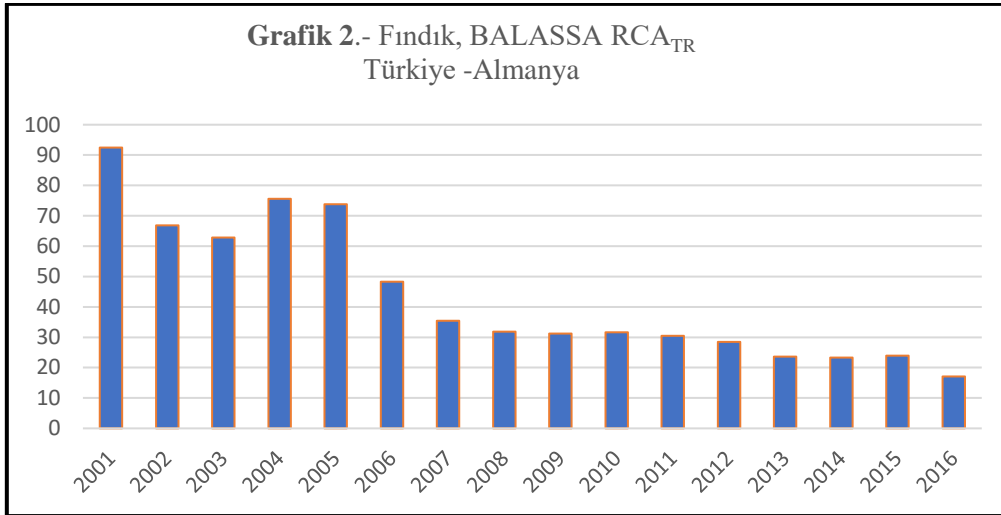
Grafik 1. Türkiye'nin Fındık Ürününe BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre İtalya ile Karşılaştırılması



- **Türkiye- Almanya:**

Dünyanın güçlü ekonomilerinden birine sahip olan Almanya karşısında Türkiye, fındık ihracatında, rekabet gücü açısından çok güçlü bir avantaja sahiptir. 2001-2016 yılları arası bu güç azalan bir seyir izlemekle birlikte, 2016 itibariyle hala yüksek bir seviyededir. Sonuçların 1'den büyük olması nedeniyle, Türkiye'nin Almanya karşısında çok güçlü bir rekabet gücüne sahip olduğu görülmektedir.

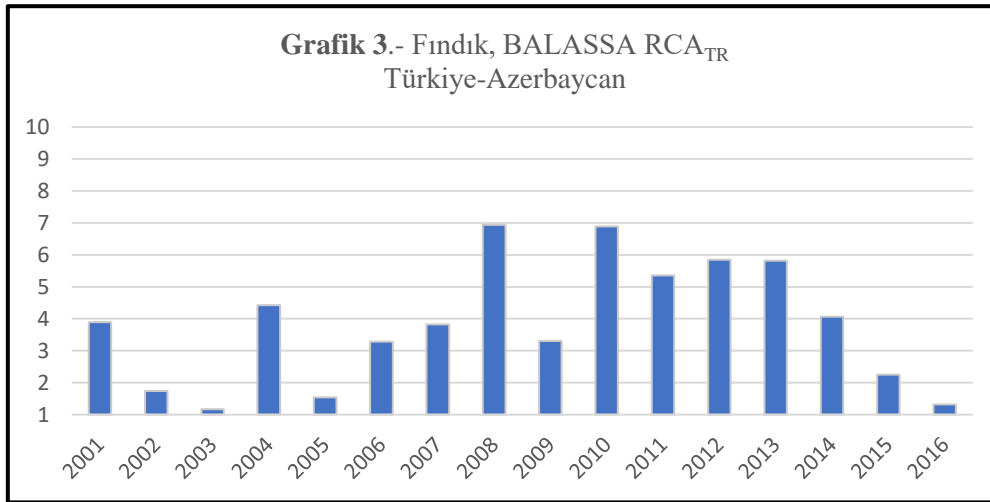
Grafik 2. Türkiye'nin Fındık Ürününe BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre Almanya ile Karşılaştırılması



- **Türkiye- Azerbaycan:**

Türkiye'nin Azerbaycan karşısındaki fındık ihracatına ait rekabet gücü, sonuç 1'den büyük olduğu için, vardır. Ancak diğer ülkelerle karşılaştırıldığında görece olarak daha az bir seviyede olduğu Tablo 1'den görülebilir. Yalnızca 2003 ve 2016 yıllarında sonuçlar 1'e eşit çıktığı için, söz konusu yıllarda fındık ürünüde Türkiye'nin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü Azerbaycan ile aynı seviyededir.

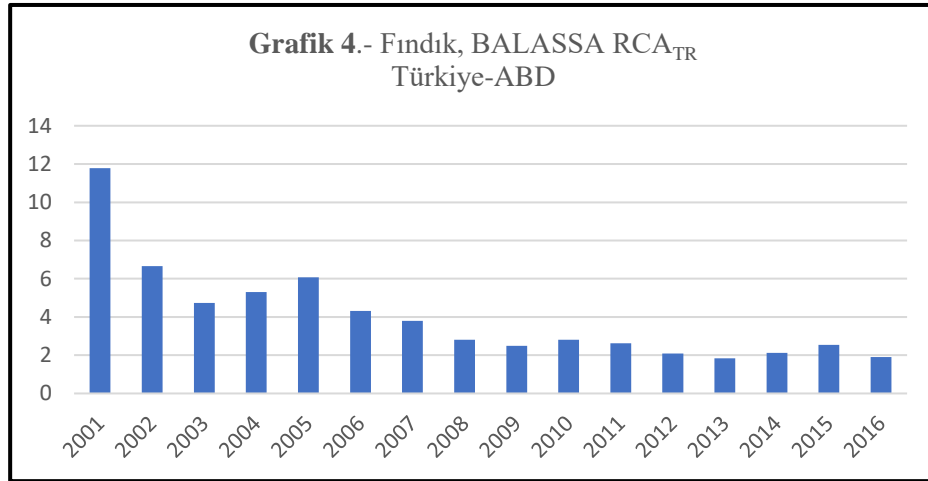
Grafik 3. Türkiye'nin Fındık Ürünüde BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre Azerbaycan ile Karşılaştırılması



- **Türkiye- ABD:**

Amerika Birleşik Devletleri karşısında fındık ihracatında Türkiye'nin rekabet gücü 2001 yılında oldukça güçlü bir seviyede iken, yıllar içerisinde azalma trendi göstermiştir. ABD ile kıyaslandığında, Türkiye'nin fındık ürünüde istikrarlı bir rekabet gücüne sahip olduğu söylenebilir. Sonuçlar 1'den büyük gerçekleştiği için Türkiye'nin ABD karşısında güçlü bir rekabet gücüne sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

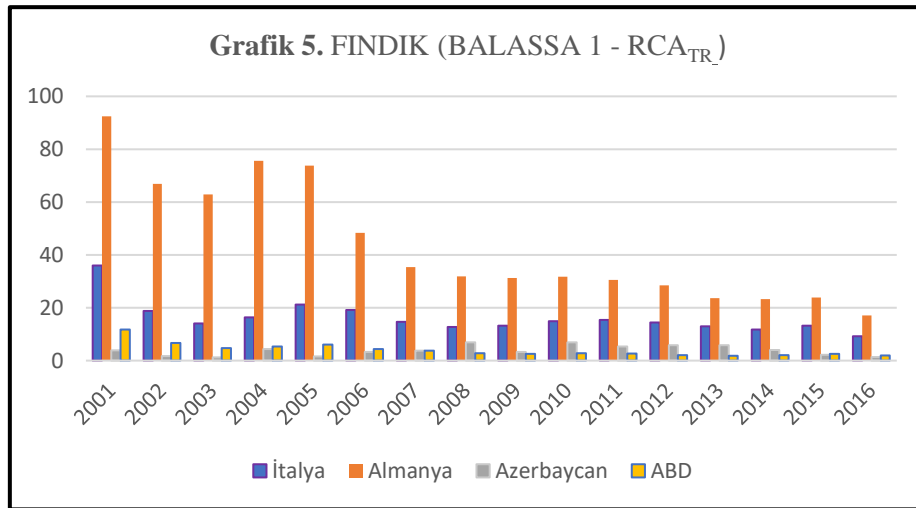
Grafik 4. Türkiye'nin Fındık Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre ABD ile Karşılaştırılması



Fındık Ürünü'nün BALASSA RCA_{TR} Ölçümüne Göre Genel Değerlendirmesi:

Grafik 5'e göre; fındık ürününde, seçili zaman aralığında Türkiye'nin rekabet gücünün en yüksek seyrettiği ülke Almanya olmuştur. 2007'ye kadar Almanya'yı benzer bir ivme ile İtalya izlemektedir. 2007'ye kadar Türkiye'nin fındık ürününde, kıyaslaması yapılan ülke grubunda en yüksek rekabet gücüne sahip olduğu üçüncü ülke olarak ABD gözükmeyle birlikte, 2007 ile birlikte yerini Azerbaycan'a bırakmıştır.

Grafik 5. Türkiye'nin Fındık Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksine Göre Rekabet Gücünün Değişimi (2001-2016)



6.2. Türkiye'nin Zeytinyağı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksi Sonuçları Ülke Karşılaştırmaları ve Genel Değerlendirmesi

Zeytinyağında Türkiye'nin uzmanlaşma düzeyi, bu üründe öncü ihracatçılar olan İtalya, İspanya, Portekiz ve Yunanistan'la kıyaslanmak suretiyle değerlendirilmiştir.

Tablo 2. Türkiye'nin Zeytinyağı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksi Sonuçları

YILLAR	TR-İtalya	TR-İspanya	TR-Portekiz	TR-Yunanistan
2001	2	1	2	0

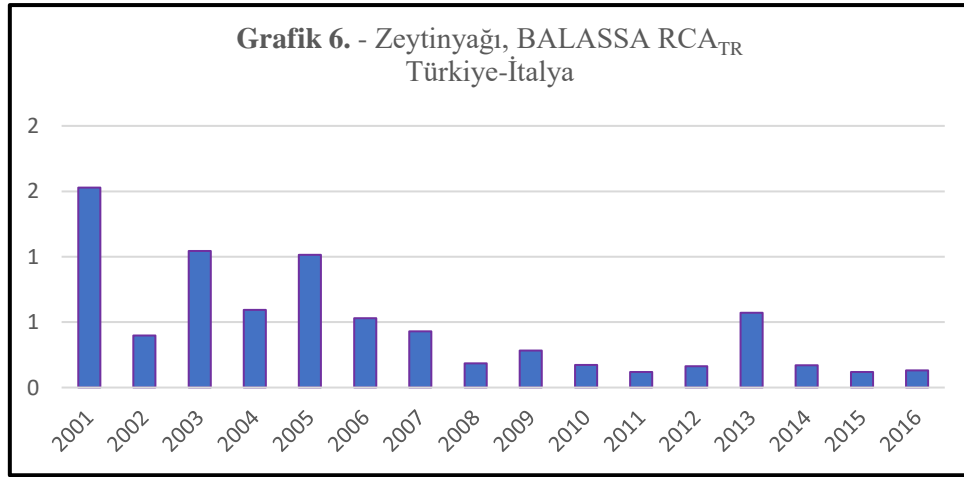
2002	0	0	1	0
2003	1	0	2	0
2004	1	0	1	0
2005	1	0	1	0
2006	1	0	1	0
2007	0	0	0	0
2008	0	0	0	0
2009	0	0	0	0
2010	0	0	0	0
2011	0	0	0	0
2012	0	0	0	0
2013	1	0	0	0
2014	0	0	0	0
2015	0	0	0	0
2016	0	0	0	0

Not: BALASSA RCA_{TR} İndeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

- **Türkiye – İtalya:**

Tablo 2 ve Grafik 6 incelendiğinde Türkiye'nin İtalya karşısında, zeytinyağında rekabet gücünün olmadığı görülmektedir. Sadece 2001 yılında düşük seviyede bir rekabet gücü gözlene de takip eden yıllarda düşüş açıkça ortadadır. Sonuçlar 1'in altında gerçekleşmiştir.

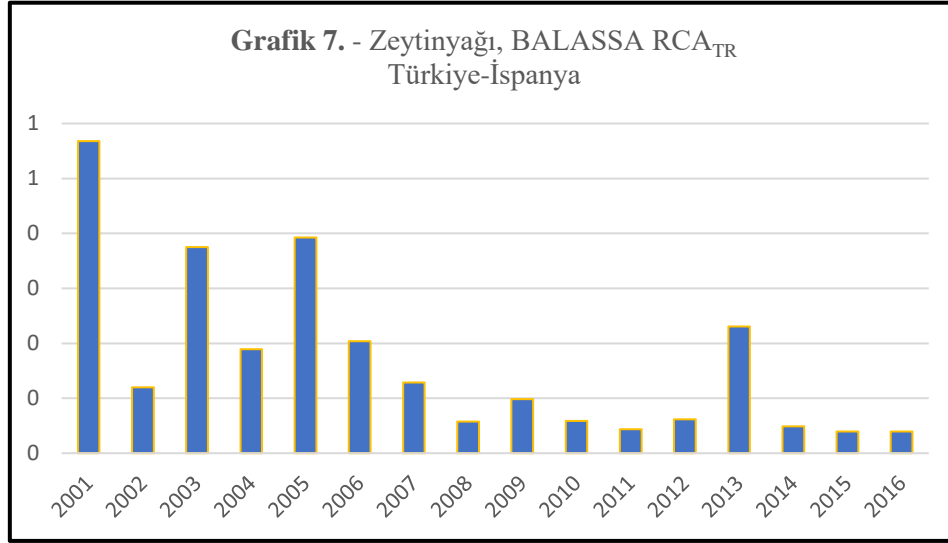
Grafik 6. Türkiye'nin Zeytinyağı Ürününe BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre İtalya ile Karşılaştırılması



- **Türkiye-İspanya:**

İndeks değeri 1'in altında olduğu için Türkiye'nin İspanya karşısında zeytinyağında rekabet gücü yoktur. Türkiye, söz konusu üründe karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir.

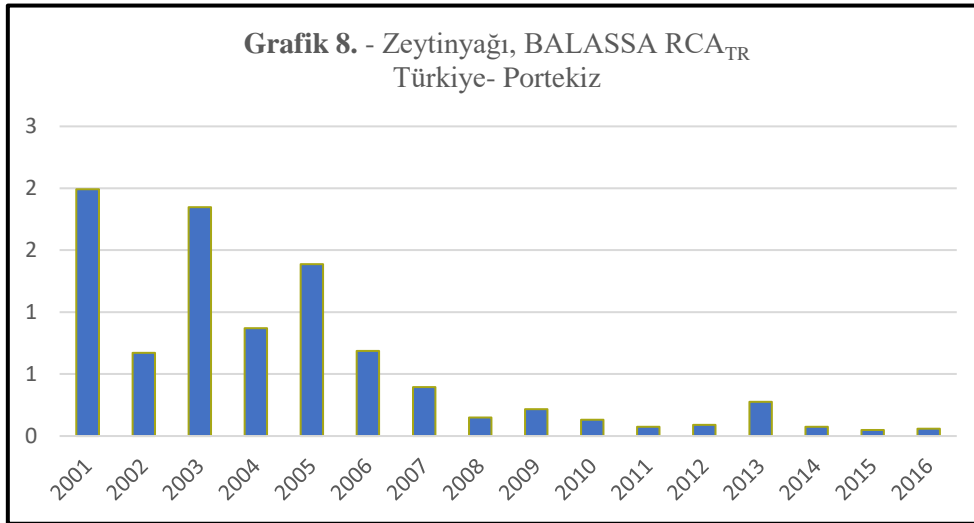
Grafik 7. Türkiye'nin Zeytinyağı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre İspanya ile Karşılaştırılması



• **Türkiye-Portekiz:**

Türkiye-Portekiz rekabet gücü kıyaslaması, İtalya kıyaslamasına benzer bir sonuca sahiptir. Türkiye, İlk altı yıl aynı seviyede ve görece düşük bir avantaja sahip olsa da takip eden yıllarda Portekiz karşısında açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahip olmuştur. Sonuçlar 1'in altındadır.

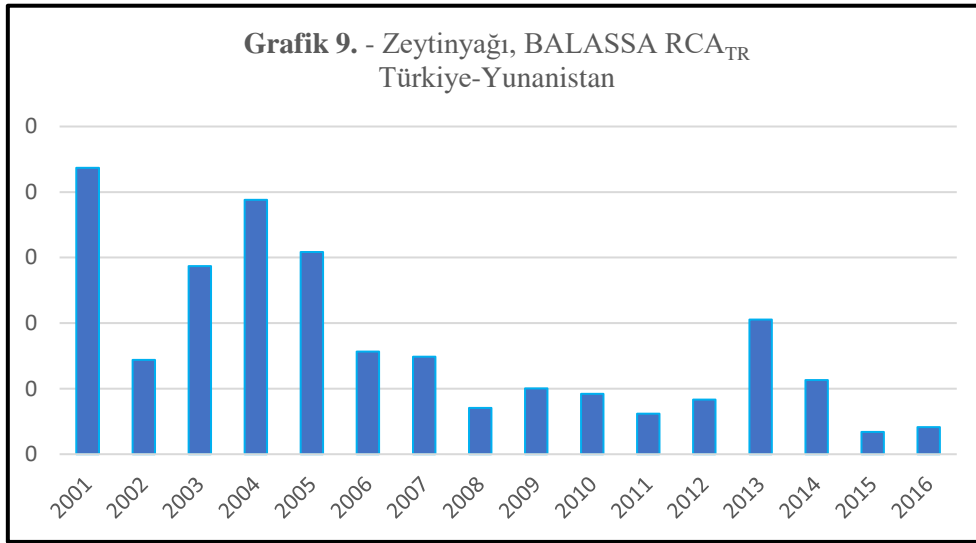
Grafik 8. Türkiye'nin Zeytinyağı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre Portekiz ile Karşılaştırılması



• **Türkiye-Yunanistan:**

Tablo 2'ye ve Grafik 9'a göre Türkiye, sonuçlar 1'in altında gerçekleştiğinden dolayı Yunanistan karşısında zeytinyağında rekabet gücüne sahip değildir. Türkiye bu üründe, Yunanistan ile kıyaslandığında, açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir.

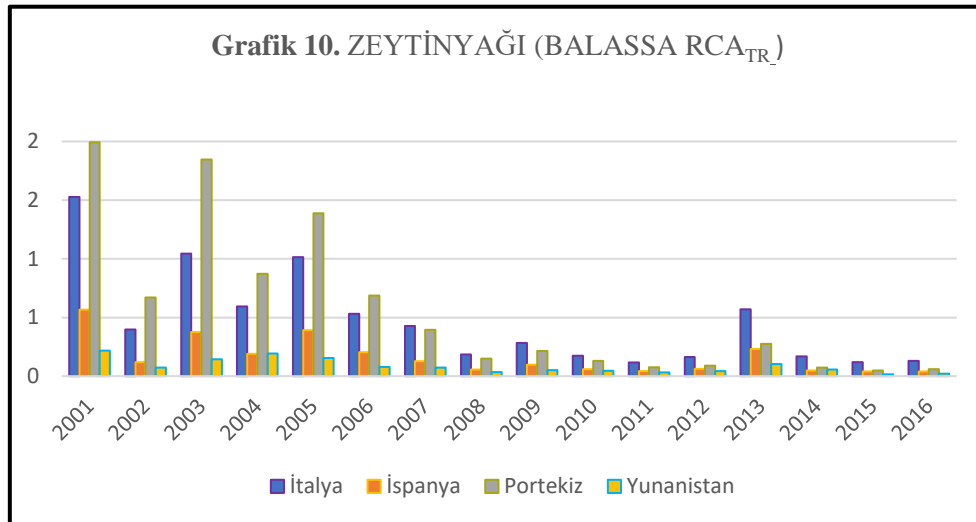
Grafik 9. Türkiye'nin Zeytinyağı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre Yunanistan ile Karşılaştırılması



Zeytinyağı Ürününün BALASSA RCA_{TR} Ölçümüne Göre Genel Değerlendirmesi:

Grafik 10'a göre Türkiye'nin Zeytinyağı ürününde rekabet gücü, sonuçlar değerlendirme kriteri olan 1'in altında gerçekleştiği için, belirli senelerdeki küçük değerler hariç söz konusu değildir.

Grafik 10. Türkiye'nin Zeytinyağı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksine Göre Rekabet Gücünün Değişimi (2001-2016)



6.3. Türkiye'nin Kuru Kayısı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksi Sonuçları, Ülke Karşılaştırmaları ve Genel Değerlendirmesi

Kuru kayısı başlığında Türkiye'nin ihracat rekabet gücü, Kazakistan, Hollanda, Almanya ve İspanya ile mukayese edilerek ölçülmüştür. Sonuçlar, Tablo 3'e göre değerlendirilmiştir.

Tablo 3. Türkiye'nin Kuru Kayısı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksi Sonuçları

YILLAR	TR-Kazakistan	TR-Hollanda	TR-Almanya	TR-İspanya
2001	3.196	310	669	1.550
2002	190	244	649	3.695

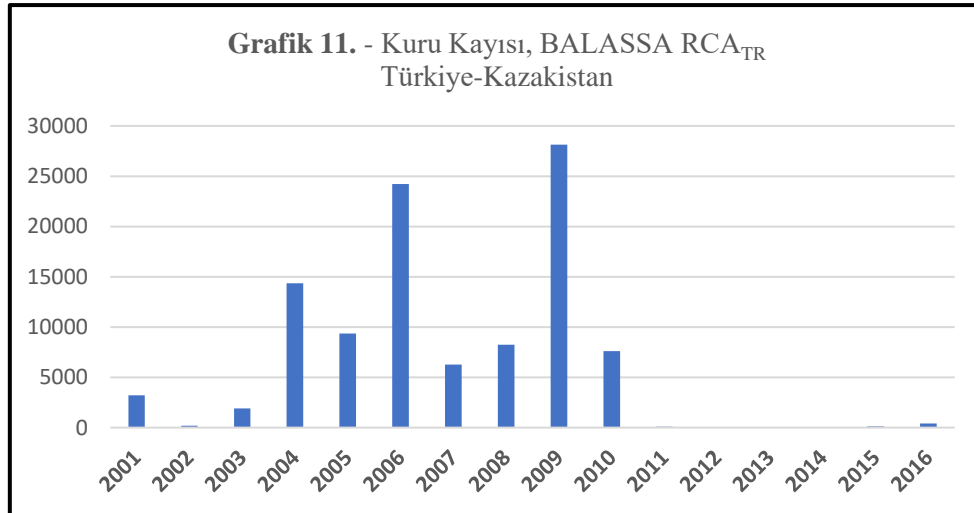
2003	1.913	264	717	504
2004	14.358	465	476	1.058
2005	9.342	245	316	2.157
2006	24.224	213	265	493
2007	6.261	266	293	1.431
2008	8.243	337	291	815
2009	28.141	237	310	1.035
2010	7.591	331	366	631
2011	101	254	327	831
2012	37	236	252	279
2013	44	293	225	181
2014	68	178	199	156
2015	109	184	247	146
2016	406	210	296	133

Not: BALASSA RCA_{TR} İndeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

- **Türkiye- Kazakistan:**

Kuru kayısı ürününde Tablo 3 ve Grafik 11 sonuçları, Türkiye'nin Kazakistan'a göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu göstermektedir. Sonuçlar 1'in üzerindedir. Tablo 3'den de görüleceği üzere, söz konusu rekabet üstünlüğü 2010 senesine kadar yüksek seyretmişken takip eden yıllarda düşüş göstermiştir.

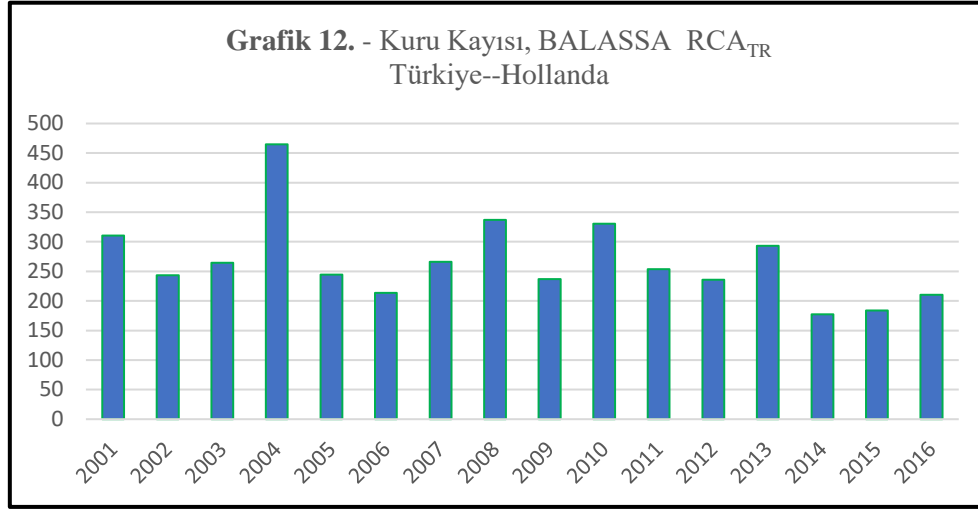
Grafik 11. Türkiye'nin Kuru Kayısı Ürününe BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre Kazakistan ile Karşılaştırılması



- **Türkiye- Hollanda:**

Türkiye'nin, kuru kayısı ürününde Hollanda karşısında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü, değerler 1'in üzerinde gerçekleştiğinden, oldukça yüksektir ve seçilen zaman aralığı içerisinde dalgalanmalar söz konusu olsa da sonuçlar pozitifdir ve belirli bir istikrarın söz konusu olduğu söylenebilir.

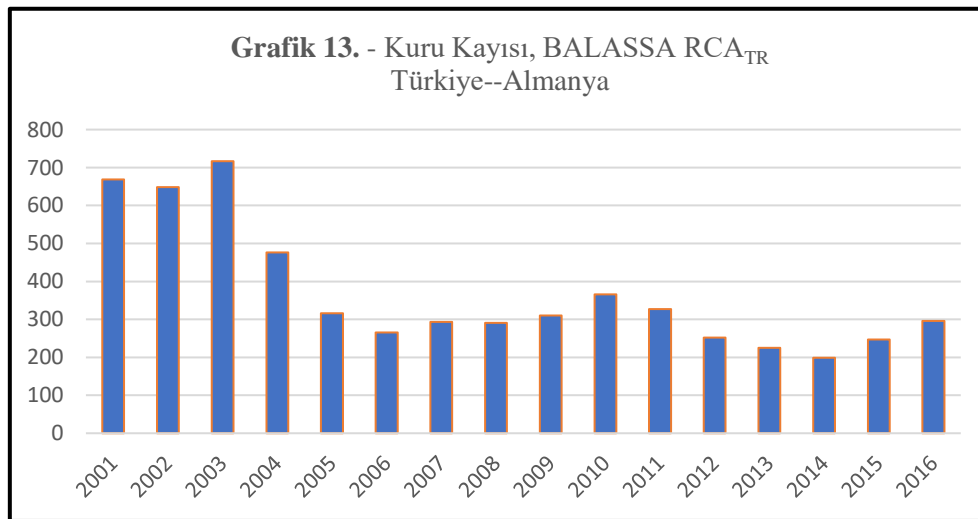
Grafik 12. Türkiye'nin Kuru Kayısı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre Hollanda ile Karşılaştırılması



• **Türkiye- Almanya:**

Balassa İndeksine göre Türkiye-Almanya karşılaştırması, Hollanda karşılaştırmasına benzer bir biçimde Türkiye lehine oldukça yüksektir. Türkiye'nin kuru kayısıda rekabet gücü 2003 itibariyle düşüş göstermeye başlasa da referans kriteri olan 1'in üzerinde olma durumunu karşıladığı için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük devam etmiştir.

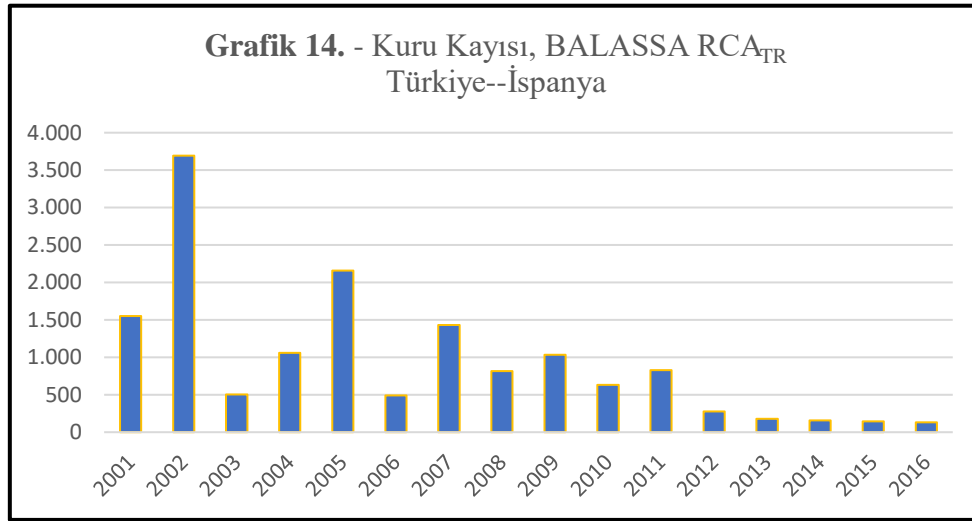
Grafik 13. Türkiye'nin Kuru Kayısı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre Almanya ile Karşılaştırılması



• **Türkiye- İspanya:**

Tablo 3'den kuru kayısı ürününde Türkiye'nin İspanya'ya göre rekabet gücünün yüksek olduğu görülmektedir. Ancak zaman içerisinde Kazakistan sonucuna benzer istikrarsız bir seyir göze çarpmaktadır. Fakat sonuçların 1'den büyük olması nedeniyle, Türkiye'nin İspanya karşısında güçlü bir rekabet gücüne sahip olduğu görülmektedir.

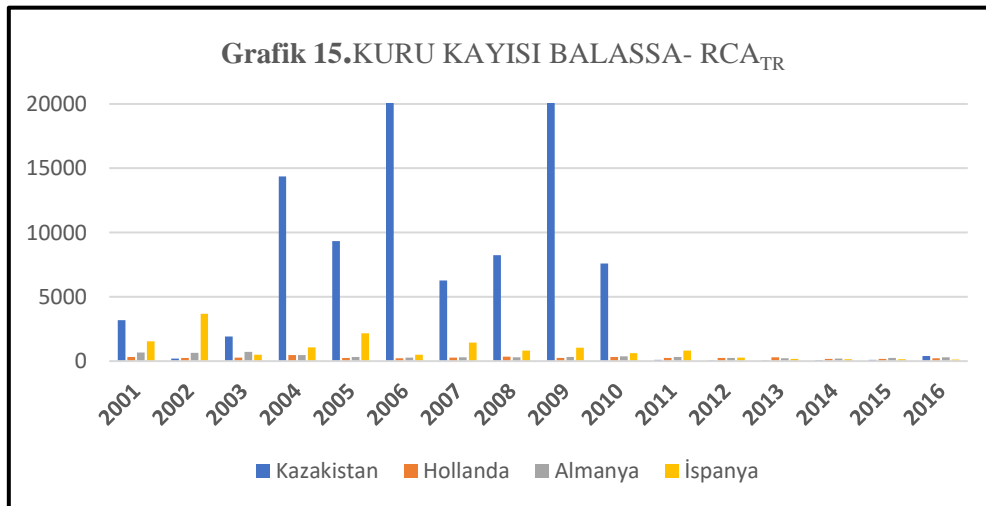
Grafik 14. Türkiye'nin Kuru Kayısı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksine göre İspanya ile Karşılaştırılması



Kuru Kayısı Ürününün BALASSA RCA_{TR} Ölçümüne Göre Genel Değerlendirmesi:

Grafik 15'den görüleceği üzere, Türkiye kuru kayısı ürününde en yüksek rekabet gücünü 2010'a kadar Kazakistan'a karşı elde etmiştir. Bu ülkeyi ikinci olarak İspanya takip etmektedir. Seyir çok istikrar arz etmemesine rağmen, Türkiye'nin rekabet gücü yüksektir. 2004 yılına kadar Türkiye'nin kuru kayısı da rekabet üstünlüğü üçüncü olarak Almanya karşısında iken takip eden yıllarda Almanya ve Hollanda sonuçları benzer bir trend takip etmiştir.

Grafik 15. Türkiye'nin Kuru Kayısı Ürününde BALASSA RCA_{TR} İndeksine Göre Rekabet Gücünün Değişimi (2001-2016)



6.4. Türkiye'nin Fındık Ürününde VOLLRATH RXA_{TR} İndeksi Sonuçları ve Ülke Karşılaştırmaları

Aşağıda ölçümü yapılan ürün başlıkları ve ürün gruplarına ait grafikler, Balassa indeksi sonuçları ile tutarlılık arz etmektedir. Dolayısıyla grafiklere bu başlıkta tekrara düşmemek adına yer verilmemiştir. Vollrath indeksi sonuçları, indeks referans kriterlerine göre aşağıda değerlendirilmiştir.

- **Türkiye – İtalya:**

Fındık ürününde Türkiye'ye ait ihracat payı, İtalya'nın söz konusu ürünündeki payından büyüktür. Bu durumda Türkiye, fındıkta karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. İndeks değerleri 1'in üzerindedir.

- **Türkiye – Almanya:**

İtalya'ya benzer şekilde Almanya karşısında da Türkiye, sonuçlar 1'in üzerinde gerçekleştiği için fındık ürününde nispi (göreceli) ihracat avantajına sahiptir.

- **Türkiye – Azerbaycan:**

Belirli senelerde 1 küsur olan Türkiye'nin ihracat payı, diğer senelere bakıldığında 1'in üzerinde seyretmiştir. Türkiye, Azerbaycan karşısında fındık ürününde göreceli ihracat avantajı elde etmiştir.

- **Türkiye – ABD:**

Türkiye ve ABD kıyaslamasında Türkiye, karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Fındık ürününde ihracat avantajı sağlamıştır. Sonuçlar 1'den büyüktür.

Tablo 4. Türkiye'nin Fındık Ürününde VOLLRATH RXA_{TR} İndeksi Sonuçları

YILLAR	TR-İtalya	TR-Almanya	TR-Azerbaycan	TR-ABD
2001	36,53	94,03	3,94	11,97
2002	19,00	67,63	1,75	6,73
2003	14,19	63,43	1,18	4,77
2004	16,54	76,49	4,47	5,36
2005	21,53	75,10	1,55	6,15
2006	19,38	48,85	3,31	4,35
2007	14,76	35,76	3,85	3,82
2008	12,83	32,07	6,98	2,82
2009	13,35	31,51	3,32	2,51
2010	15,07	31,98	6,94	2,82
2011	15,55	30,78	5,39	2,63
2012	14,54	28,67	5,89	2,10
2013	13,07	23,85	5,86	1,84
2014	11,84	23,51	4,10	2,14
2015	13,41	24,20	2,27	2,56
2016	9,29	17,21	1,33	1,91

Not: VOLLRATH RXA_{TR} indeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

6.5. Türkiye'nin Zeytinyağı Ürününde VOLLRATH RXA_{TR} İndeksi Sonuçları ve Ülke Karşılaştırmaları

- **Türkiye – İtalya:**

Zeytinyağı ürününde Türkiye'nin ihracat payı, İtalya'nın payından küçüktür. Dolayısıyla Türkiye görelî ihracat dezavantajına sahiptir. Sonuçlar 1'in altında gerçekleşmiştir.

- **Türkiye – İspanya:**

İtalya kıyaslamasına benzer şekilde İspanya karşısında da Türkiye, değerler 1'in altında olduğu için zeytinyağı ürününde görelî ihracat avantajı elde edememiştir. Karşılaştırmalı üstünlüğe sahip değildir.

- **Türkiye – Portekiz:**

Türkiye, zeytinyağı ürününde 2001, 2003 ve 2005 yıllarında referans değeri olan 1'den büyük sonuç elde etse de, takip eden yıllarda değerler 1'den küçük seyretmiştir. Bu durumda Türkiye'nin zeytinyağındaki ihracat payı Portekiz'in payından küçüktür ve karşılaştırmalı üstünlüğü söz konusu değildir.

• **Türkiye – Yunanistan:**

Tablo 5 sonuçlarına göre Türkiye'nin zeytinyağı ürünündeki ihracat payı, Yunanistan'ın söz konusu ürünündeki payından küçüktür. Türkiye göreceli ihracat dezavantajına sahiptir. Sonuçlar referans kriteri olan 1'in altındadır.

Tablo 5. Türkiye'nin Zeytinyağı Ürününde VOLLRATH RXA_{TR} İndeksi Sonuçları

YILLAR	TR-İtalya	TR-İspanya	TR-Portekiz	TR-Yunanistan
2001	1,53	0,57	2,00	0,22
2002	0,40	0,12	0,67	0,07
2003	1,04	0,37	1,85	0,14
2004	0,59	0,19	0,87	0,19
2005	1,01	0,39	1,39	0,15
2006	0,53	0,20	0,69	0,08
2007	0,43	0,13	0,39	0,07
2008	0,18	0,06	0,15	0,03
2009	0,28	0,10	0,22	0,05
2010	0,17	0,06	0,13	0,05
2011	0,12	0,04	0,07	0,03
2012	0,16	0,06	0,09	0,04
2013	0,57	0,23	0,27	0,10
2014	0,17	0,05	0,07	0,06
2015	0,12	0,04	0,05	0,02
2016	0,13	0,04	0,06	0,02

Not: VOLLRATH RXA_{TR} indeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

6.6. Türkiye'nin Kuru Kayısı Ürününde VOLLRATH RXA_{TR} İndeksi Sonuçları ve Ülke Karşılaştırmaları

• **Türkiye – Kazakistan:**

Kuru kayısı, sonuçlar 1'in üzerinde gerçekleştiği için Türkiye'nin güçlü bir rekabet avantajına sahip olduğu bir ürün olup, Kazakistan kıyaslamasında Türkiye'nin ihracat payı Kazakistan'ın ihracat payından oldukça yüksektir.

• **Türkiye – Hollanda:**

Kazakistan'a benzer şekilde, Hollanda karşısında da Türkiye'nin kuru kayısıya ait ihracat payı yüksektir. İndeks değerleri 1'in üzerinde olduğu için Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğü söz konusudur.

• **Türkiye – Almanya:**

Türkiye ve Almanya karşılaştırmasında kuru kayısı ürününde Türkiye'nin rekabet avantajı oldukça yüksektir. Türkiye, söz konusu üründe göreceli rekabet avantajına sahiptir.

• **Türkiye – İspanya:**

Türkiye ve İspanya kıyaslamasında Türkiye'nin kuru kayısıdaki ihracat payı İspanya'nın payından yüksek seyretmiştir. Tablo 6 sonuçları referans değerlendirme kriteri olan 1'den büyük gerçekleşmiş olup, Türkiye göreceli rekabet avantajına sahiptir.

Tablo 6. Türkiye'nin Kuru Kayısı Ürününde VOLLRATH RXA_{TR} İndeksi Sonuçları

YILLAR	TR-Kazakistan	TR-Hollanda	TR-Almanya	TR-İspanya
2001	3.205,25	311,22	670,78	1.554,85
2002	190,70	244,35	650,88	3.706,89

2003	1.919,09	265,11	719,07	506,10
2004	14.403,15	466,15	477,56	1.061,39
2005	9.365,15	245,26	316,94	2.162,78
2006	24.279,42	213,91	265,90	493,95
2007	6274,366	266,78	293,68	1.433,75
2008	8262,164	337,71	291,58	816,92
2009	28.217,72	237,46	311,21	1.038,29
2010	7614,31	331,69	367,17	632,66
2011	101,24	254,20	327,65	832,98
2012	36,63	236,24	252,69	279,27
2013	44,55	293,56	225,68	181,40
2014	68,01	177,93	199,39	156,32
2015	109,29	184,49	247,69	145,90
2016	407,17	210,90	296,27	132,92

Not: VOLLRATH RXA_{TR} indeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

7. SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmanın amacı, Türkiye'nin fındık, zeytinyağı ve kuru kayısı ihracatında öncü olan 4 ülke karşısındaki rekabet gücünü, Balassa ve Vollrath'ın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük indeksleri ile incelemektir. Çalışmada, 2001-2016 dönemi incelenmiş ve Türkiye'nin sözü edilen üç tarım ürünündeki zayıf ve güçlü yönleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışmadan elde edilen BALASSA RCA_{TR} ve VOLLRATH RXA_{TR} indeksi değerlerine göre; Türkiye'nin incelenen ürünler arasında en güçlü olduğu ürün, kuru kayısıdır. İkinci güçlü olduğu ürün ise fındık olmuştur. Rekabet avantajının olmadığı ürün ise, zeytinyağıdır. Rekabet gücü açısından değerlendirildiğinde, elde edilen bulgular Berk vd. (2016)'nın çalışmasının bulguları ile uyumludur.

Politika önerisi olarak, öncelikle seçili tarım ürünlerini üretici firmaların, zayıf ve güçlü yönlerini bilmeleri çok önemlidir. Bu anlamda belirli periyodlarla yapılacak performans analizleri, kendilerini geliştirmelerinde yardımcı olacaktır. Üretim planlamalarını çok detaylı yapmaları ve uzun vadeli düşünceleri yararlı olmaktadır.

Kuru kayısı ve fındıkta daha fazla katma değer yaratılarak, ihracat gelirlerini artıracak projelere yönelmek yerinde olacaktır. Zeytinyağında ise, hangi noktalarda güçsüzlüklerin olduğunu ortaya koyup iyileştirmek üzere adımlar atılmalıdır. Ayrıca üretici ve ihracatçı birlikleri gibi meslek kuruluşları içerisinde yer almak, daha geniş bir ağa (network) entegre olmaya katkı sağlayacaktır.

Bir diğer politika önerisi ise, markalaşmadır. Günümüz dünyasında rekabet gücü elde etmenin başlıca kuralı, kaliteli üretilen ürünü katma değerini artıracak şekilde markalaştırmadır. Tüm bu politika önerileri, Türkiye'nin söz konusu ürünlerdeki katma değerini, rekabet gücünü ve buna bağlı olarak da ihracat gelirlerini artıracaktır.

KAYNAKÇA

- Altay, H. (2008), “Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Kapsamında Türk Endüstrilerinin Avrupa Birliği (15) Pazarındaki Rekabet Gücü Düzeylerinin incelenmesi: 1995 – 2007”, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 21, Ağustos 2008.
- Altay, B. Gürpınar, K. (2010), “Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Ve Bazı Rekabet Gücü İndeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama”, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 10, Sayı 1.
- Altuntuğ, N. (2007), “Rekabet Sürecinin Dinamik Boyutu, Bileşenleri Ve Dinamizmi Sürdürebilme Yolları”. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (5), 15-29.
- Balassa, B.(1978), “Export Incentives and Export Performance in Developing Countries: A Comparative Analysis”, Weltwirtschaftliches Archiv, Bd. 114, H. 1, (1978), 24-61.
- Berk, A. Bal, T.ve Uçum, İ, (2016), “Yaş Meyve Ve Sebze Dış Ticaretinde Türkiye'nin Rekabet Durumu”, 12. Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27 MAYIS, 2016.
- Carayannis, E. ve Sagi, J. (2001), “New” vs. “Old” Economy: Insights On Competitiveness in the Global IT Industry, Technovation, 21, 501–514.
<https://www.journals.elsevier.com/technovation> (Erişim Tarihi: 12.12.2017).
- Düzgün, R. (2007), Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Gücü: Çok Değişkenli İstatistiksel Bir Analiz, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı: 23 Y 1: 2007/2, 421-440.
- Erkan, B. (2012), “Ülkelerin Karşılaştırmalı İhracat Performanslarının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayılarıyla Belirlenmesi: Türkiye-Suriye Örneği”, ZKÜ, Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 8, Sayı 15, 195-217.
- Esmaceli, A. (2014), “Revealed Comparative Advantage and Measurement of International Competitiveness for Dates”, Journal of International Food & Agribusiness Marketing, Volume 26, Issue 3, 209-217.
- Frohberg, K.ve Hartmann, M. (1997), “Comparing Measures Of Competitiveness, Discussion Paper”, Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe, No. 2, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3:2-22616>.
- Gökmenoğlu, S. Y., Akal, M., Altunışık, R., (2012), “Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler”, Rekabet Dergisi, 13(4)
<http://www.rekabet.gov.tr/File/?path=ROOT%2F1%2FDocuments%2FJournal%2Fdergi70.pdf> (Erişim Tarihi: 10. 12. 2017).
- Hinloopen, J. ve Van Marrewijk, C.(2001), “On The Empirical Distribution Of The Balassa Index”, Weltwirtschaftliches Archiv, March, Volume 137, Issue 1, 1–35.
- Kesbiç, C.Y- Baldemir, E.- Doğan, S. (2005), “Rekabet Gücü Ölçümü ve Önemi: Türk Tarım Sektörü için Bir Analiz”. <http://docplayer.biz.tr/2576445-Rekabet-gucu-olcumu-ve-onemi-turk-tarim-sektoru-icin-bir-analiz.html> sayfa 2 (Erişim Tarihi. 29.10.2017).
- Kırankabeş, M. C. (2006), “Küresel Rekabet Gücü Boyutunda AB Ülkeleri ile Türkiye'nin Karşılaştırmalı Analizi”, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 16.
- Kotan, Z. (2002), Uluslararası Rekabet Gücü Göstergeleri Türkiye Örneği, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Araştırma Genel Müdürlüğü,
<http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/652b85b1-959c-4df2-b8f7-155ccce79317/dpaper53.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-652b85b1-959c-4df2-b8f7-155ccce79317-m3fw5F1> (Erişim Tarihi: 15.06.2018).
- Kösekahyaoglu, L. (2003), “Comparative Advantage of Turkey with Regard to the EU”, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, C. 8, S. 2, 147-156.
- Mankiw, G. (1997), Macroeconomics, Worth Publishers, New York.

- Marn, M. ve Rosiello, R. (2011), Fiyatı Yöneterek Kar Sağlamak, Fiyatlandırma, Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler, Mess Yayınları, İstanbul.
- Riaz, K. Jansen, H.G.P, Malik, S.(2010), “Revealed Comparative Advantage of Pakistan’s Agricultural Exports”, <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/12449>.
- Türkkan, E. (2000), <http://www.rekabet.gov.tr/Dosya/persembe-konferanslari-yayinlari/perskonfyyn48.pdf> (Erişim Tarihi: 13.09.2017).
- Utkulu, U. ve Seymen, D. (2004), “Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis-à-vis the EU/15”, <https://www.etsg.org/ETSG2004/Papers/seymen.pdf> (Erişim tarihi: 02. 03.2018).
- Vollrath, T.L (1991), “A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage”, *Weltwirtschaftliches Archiv*, Bd. 127, H. 2, 265-280.
- Yapraklı, S. (2011), “Uluslararası Rekabet Gücünü Etkileyen Makroekonomik Faktörler: Türk İmalat Sanayi Üzerine Bir Uygulama.” *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Selçuk Üniversitesi, 16.22 (2011): 373-401.
- Yurttañıkılmaz, Z, Kabadayı, ve B., Emsen, Ö. (2014), "Ekonomik Büyüme ve Rekabet Gücü Üzerine Türkiye Analizi", *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi*, 21: 21-46.