



**T.C.
ŞIRNAK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**İLLERİN KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜĞE SAHİP OLDUĞU
ÜRÜN GRUPLARININ BELİRLENMESİ VE BU ÜRÜN
GRUPLARINDA PAZAR POTANSİYELİ OLAN ÜLKELER İLE
EŞLEŞTİRİLMESİ; ŞIRNAK, KİLİS VE GAZİANTEP ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Muhammed OFLAS

ŞIRNAK, 2023

**T.C.
ŞIRNAK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**İLLERİN KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜĞE SAHİP OLDUĞU
ÜRÜN GRUPLARININ BELİRLENMESİ VE BU ÜRÜN
GRUPLARINDA PAZAR POTANSİYELİ OLAN ÜLKELER İLE
EŞLEŞTİRİLMESİ; ŞIRNAK, KİLİS VE GAZİANTEP ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Muhammed OFLAS

Danışman: Doç. Dr. İbrahim HÜSEYİNİ

**Bu çalışma; TÜBİTAK 3005-Sosyal ve Beşeri Bilimlerde
Yenilikçi Çözümler Araştırma Destek Programı Kapsamında
122G044 No'lu Proje Tarafından Desteklenmektedir.**

ŞIRNAK, 2023

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu tez çalışmasının Şırnak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırlandığını, bu tez çalışmasında yer alan tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak elde edildiğini ve sunulduğunu beyan ederim. Ayrıca, bahse konu bu kural ve ilkelerin gerektirdiği üzere, bu çalışmada özgün olmayan tüm bilimsel içerikleri kurallara uygun biçimde alıntılıyıp kaynak gösterdiğimi beyan ederim. Beyanımınla çelişen herhangi bir delil bulunduğu takdirde tüm sorumluluğu üstleneceğimi kabul ederim.

Muhammed OFLAS



TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“İllerin Karşılaştırmalı Üstünlüğe Sahip Olduğu Ürün Gruplarının Belirlenmesi ve Bu Ürün Gruplarında Pazar Potansiyeli Olan Ülkeler ile Eşleştirilmesi; Şırnak, Kilis ve Gaziantep Örneği” adlı Yüksek Lisans Tezi, Şırnak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Muhammed OFLAS

Danışman

Doç. Dr. İbrahim HÜSEYİNİ

İktisat Ana Bilim Dalı Başkanı

Doç. Dr. Sema YAŞAR

KABUL VE ONAY SAYFASI

Doç. Dr. İbrahim HÜSEYİNİ danışmanlığında **Muhammed OFLAS** tarafından hazırlanan “İllerin Karşılaştırmalı Üstünlüğe Sahip Olduğu Ürün Gruplarının Belirlenmesi ve Bu Ürün Gruplarında Pazar Potansiyeli Olan Ülkeler ile Eşleştirilmesi; Şırnak, Kilis ve Gaziantep Örneği” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Şırnak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **İktisat** Ana Bilim Dalı’nda **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Sınav Jürisi	Unvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Jüri Başkanı	Doç. Dr. İbrahim HÜSEYİNİ	
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Sema YAŞAR	
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Melike ATAY POLAT	

Savunma Tarihi: ... / ... /

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun .../.../.... tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.



Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

Doç. Dr. İbrahim HÜSEYİNİ

ÖN SÖZ/TEŞEKKÜR

Ülkeler arası gelişmişlik farklılıkları ve bu farklılığı her geçen gün daha da arttıran ekonomik düzenin dinamikleri azgelişmiş ülkelerin azgelişmişlik sarmalından kurtulmalarına engel olarak gelişmiş ülkelere yakınsamasına imkân tanımamaktadır. Bu durum gelir adaletsizliği yarattığı gibi gelişmiş ülkelerin dışında kalan toplumları yıllarca ekonomik krizlerle karşı karşıya getirmiştir. Söz konusu krizler neticesinde oluşan devasa cari açıklardan kurtulmak için pek çok politika önerilerine dair ciddi bir literatür oluşmuştur. Aynı kaygılarla bu çalışma Türkiye’yi gelişmiş ülkelerin arasına taşıyabilecek politikaları keşfetme girişimidir. Söz konusu girişim, TÜBİTAK 3005-Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Yenilikçi Çözümler Araştırma Projeleri Destek Programı kapsamında değerlendirilen ve desteklenmeye uygun görülen projenin çıktısıdır. Dolayısıyla bu çalışmanın ortaya çıkması sürecinde katkıları için zikredilmesi gereken pek çok kıymetli isim vardır.

Öncelikle projenin yürütücüsü ve tez danışmanım Doç. Dr. İbrahim HÜSEYİNİ hocamın uluslararası iktisada dair çözümlerinin ve sofistike üretime yönelik çalışmalarının yolunu aydınlattığını belirtmek isterim. Ülkelerin sofistike üretim yoluyla gelişmiş ülkelere yakınsayabileceğine yönelik teorik alt yapı ve buna dair hesaplamaları öğrenmem için yoğun akademik ve idari temposuna rağmen harcadığı zaman ve verdiği emeklerden dolayı kendisine minnettarım. Tez yazım aşamasında ve proje çalışmalarında her zaman yanımda olan Dr. Öğr. Üyesi Reşat SAKUR, Dr. Serdar İNAN ve Arş. Gör. Mehmet DABAKOĞLU hocalarıma da teşekkürü bir borç bilirim. Tezimin yazım aşamasında beni motive eden kendisine danıştığım ve bu konuda destekleyen Arş. Gör. Özgür BOZAN hocama ve çoğu zaman tezim hakkında kendilerinden fikir aldığım Ebru oğuz ve Esra oğuz arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Ayrıca tezimin yazım aşamasından son aşamasına kadar beni sabırla dinleyen, ilgilenen ve tezimin baştan sona inceleyip eleştirilerde bulunan ve her konuda kendisine danıştığım yol göstericim olarak gördüğüm Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Nazım UYGUR hocama sonsuz teşekkür ederim.

Son olarak uzun soluklu bir çalışmanın ürünü olarak tamamlanan bu tez süreci boyunca yaşadığım her türlü olumsuzlukta ve eğitim hayatım boyunca arkamda duran ve çabamın temel motivasyonu olarak addettiğim Annem Feyruz AHMETOĞLU ve Babam Sait AHMETOĞLU başta olmak üzere tüm aileme minnettarım.

Muhammed OFLAS

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	iii
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK	iv
KABUL VE ONAY SAYFASI.....	v
ÖN SÖZ/TEŞEKKÜR	vi
ÖZET.....	ix
ABSTRACT	x
TABLOLAR LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ	1
1. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ.....	4
1.1. Uluslararası Rekabet Gücünü Açıklamaya Yönelik Teorik Yaklaşımlar .	4
1.1.1. Merkantilizm	4
1.1.2. Klasik yaklaşım.....	4
1.1.3. Mutlak üstünlükler teorisi.....	5
1.1.4. Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi	6
1.1.5. Faktör donatımı teorisi	7
1.2. Ülkelerin Gelişiminde Etkili Olan Faktörler.....	9
1.2.1. Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYH)	9
1.2.2. Sürdürülebilir ekonomik büyüme	10
1.3. Uluslararası Rekabet Gücünü Ölçen Yöntemler	14
1.3.1. Bela Balassa Revealed Comparative Advantage Endeksi (RCA)	14
1.3.2. Lall vd. Sofistikasyon endeksi (Sophistication Index-SI)	15
1.3.3. Hausmann Sofistikasyon endeksi (PRODY VE EXPY)	16
2. ŞIRNAK, KİLİS VE GAZİANTEP İLLERİNİN DEMOGRAFİK VE SOSYO-EKONOMİK GÖSTERGELERİ.....	20
2.1. Gaziantep.....	20
2.2. Şırnak.....	20
2.3. Kilis.....	22
2.4. İllerin Nüfus Yapıları ve İşsizlik Oranı	23
2.5. Türkiye'nin 2004-2019 Yılları Arası İller Bazında Kişi Başına Düşen Gayri Safi Yurt İçi Hâsılası (GSYH)	24
2.6. İllerin Türkiye İhracatındaki Payları.....	25

2.7. İllerin Dış Ticaret Verileri	28
2.8. Gaziantep, Şırnak, Kilis İllerinin 2004-2019 Yılları Arasında İhracat Yaptıkları Ülke Sayısı.....	33
3. LİTERATÜR TARAMASI	34
3.2. Ürün Gruplarının Sofistikeliği Üzerine Yapılmış Olan Çalışmalar.....	34
3.3. İhracat Yoğunluk Endeksi Üzerine Yapılan Çalışmalar	36
3.4. İhracatın Sofistikeliği Üzerine Yapılmış Çalışmalar	37
4. YÖNTEM, VERİ VE BULGULAR	42
4.2. Yöntem	42
4.2.1. RCA yöntemi.....	42
4.2.2. Ürün gruplarının ve ülke ihracatlarının sofistike değerleri	43
4.2.3. İhracat yoğunluk endeksi (EII)	45
4.3. Veri	47
4.4. Bulgular	47
4.4.1. İllerin yıllar itibari ile karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları ürün sayısı 47	
4.4.2. İllerin 2019 yılında ihracat rakamına göre en iyi ilk 50 ürün	48
4.4.3. İllerin yıllar itibari ile EXPY değerleri	53
4.4.4. Gaziantep, Kilis, Şırnak İllerinin 2019 yılı bazlı EXPY değerlerine göre Türkiye'deki sıralamasındaki konumları	54
4.4.5. İllerin odaklanması gereken ürünler	56
4.4.6. İllerin ihracat yoğunluk endeksleri	60
SONUÇ VE ÖNERİLER	77
KAYNAKÇA.....	79
EKLER.....	84

ÖZET

İLLERİN KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜĞE SAHİP OLDUĞU ÜRÜN GRUPLARININ BELİRLENMESİ VE BU ÜRÜN GRUPLARINDA PAZAR POTANSİYELİ OLAN ÜLKELER İLE EŞLEŞTİRİLMESİ; ŞIRNAK, KİLİS VE GAZİANTEP ÖRNEĞİ

OFLAS, Muhammed
Yüksek Lisans, İktisat Bölümü
Danışman: Doç. Dr. İbrahim HÜSEYİNİ
Aralık 2023, 99 sayfa

2010’lu yıllarda oluşan literatür bir ülkenin ekonomik olarak kalkınıp gelişmiş ülkelere yakınsaması için sofistike ürün üretim ihraç etmesinin en önemli unsurlardan biri olduğunu işaret etmektedir. Özellikle ikinci Dünya Savaşı sonrası dönemde ekonomik olarak gelişmiş ülkelere yakınsayan çok az sayıda ülke örnekleri incelendiğinde de sadece daha sofistike ürün üretim ihraç edebilen Japonya, Güney Kore, Singapur ve Çin’in başarılı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ülke bölge veya illerin ekonomik olarak kalkınması için sofistike ürün üretim ihraç etmenin çok önemli bir unsur olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda bu çalışmanın temel amacı Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bulunan Şırnak, Kilis ve Gaziantep illerinin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları ürün gruplarını belirleyerek bu ürün gruplarının sofistike değerini ölçmek böylelikle illerin daha sofistike olan ürün gruplarının üretimine odaklanmalarını sağlamaktır. Çalışmanın diğer bir amacı ise belirlenen bu ürün gruplarında Türkiye’nin pazar potansiyeli olan ülkeleri tespit etmektir.

Çalışma kapsamında kullanılan veriler TUIK’in dış ticaret, Birleşmiş Milletlerin UN-Comtrade ve Dünya Bankasının Dünya Kalkınma Göstergeleri veri tabanlarından alınmıştır. Şırnak, Kilis ve Gaziantep illerinin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları ürün gruplarını belirlemek için Laursen tarafından asimetrikliği düzeltilmiş Balassa Endeksi (RSCA) kullanılmıştır. Belirtilen illerin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürün gruplarında pazar potansiyelinin olduğu ülkeleri belirlemek için de Kunimoto’nun ihracat yoğunluk endeksinin bir formu kullanılmıştır. Ürün grupları ve ülkelerin ihracatlarının sofistike değerini hesaplamak için Hausmann vd. tarafından geliştirilen PRODY ve EXPY yöntemi kullanılmıştır.

Çalışma sonucunda Şırnak, Gaziantep ve Kilis’in Karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları ürün sayıları yüksek olsa da bu ürünlerin büyük bir kısmının sofistike olmadığı belirlenmiştir. Çalışmada Şırnak ilinin sadece 15, Gaziantep ve Kilis illerinin ise sadece 11 sofistike olan ürün grubunda simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu belirlenmiştir. Çalışmada, Şırnak ilinin simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sofistike ürün gruplarında İngiltere, İspanya, İtalya, Fransa, Macaristan, Portekiz, Çekya, ABD, Japonya, Malezya, Vietnam, Hindistan’a; Gaziantep ilinin Almanya, İngiltere, İtalya, Portekiz, Çekya, Slovakya, ABD, Vietnam, Irak’a; Kilis ilinin Almanya, İngiltere, İtalya, İspanya, Fransa, Çekya, ABD ve Malezya’ya pazar potansiyeli olduğu belirlenmiştir.

Çalışmadan elde edilen bulgular bir bütün olarak düşünüldüğünde, belirlenen ürün gruplarında illerin üretim ve ihracatında avantajlı oldukları Aynı zamanda bu ürünlerin sofistike oldukları bu nedenle mezkûr illerin bu ürünlerin üretimine odaklanmaları için uygun teşvik politikalarının belirlenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlük, PRODY, Pazar Potansiyeli, İhracat Sofistikasyonu, Bölgesel Kalkınma.

ABSTRACT

DETERMINING THE PRODUCT GROUPS IN WHICH PROVINCES HAVE COMPARATIVE ADVANTAGE AND MATCHING THEM WITH COUNTRIES WITH MARKET POTENTIAL IN THESE PRODUCT GROUPS; THE CASE OF ŞIRNAK, KİLİS AND GAZİANTEP

OFLAS, Muhammed

Master of Science, Department of Economics

Supervisor: Doç. Dr. İbrahim HÜSEYİNİ

December 2023, 99 pages

The literature that emerged in the 2010s indicates that producing and exporting sophisticated products is one of the most important factors for a country to develop economically and converge to developed countries. Especially in the post-World War II period, only Japan, South Korea, Singapore and China, which are able to produce and export more sophisticated products, have been successful. In this context, it can be stated that producing and exporting sophisticated products is a very important factor for the economic development of a country, region or province. In this context, the main purpose of this study is to determine the product groups in which the provinces of Şırnak, Kilis and Gaziantep in the Southeastern Anatolia Region have comparative advantage and to measure the sophisticated value of these product groups, thus enabling the provinces to focus on the production of more sophisticated product groups. Another objective of the study is to identify the countries with Turkey's market potential in these product groups.

The data used within the scope of the study are taken from TUIK's foreign trade, United Nations' UN-Comtrade and World Bank's World Development Indicators databases. In order to determine the product groups in which Şırnak, Kilis and Gaziantep provinces have comparative advantage, Laursen used the asymmetry-corrected Balassa Index (RSCA). A form of Kunimoto's export intensity index was used to identify the countries with market potential in the product groups in which these provinces have comparative advantage. To calculate the sophisticated value of exports of product groups and countries, the PRODY and EXPY method developed by Hausmann et al.

As a result of the study, it was determined that although the number of products in which Şırnak, Gaziantep and Kilis have comparative advantage is high, most of these products are not sophisticated. In the study, it was determined that Şırnak province has symmetric comparative advantage in only 15 and Gaziantep and Kilis provinces have symmetric comparative advantage in only 11 sophisticated product groups. In the study, it was determined that Şırnak province has market potential to the UK, Spain, Italy, France, Hungary, Portugal, Czechia, Japan, Japan, Malaysia, Vietnam, India; Gaziantep province has market potential to Germany, UK, Italy, Portugal, Czechia, Slovakia, Slovakia, USA, Vietnam, Iraq; Kilis province has market potential to Germany, UK, Italy, Spain, France, Czechia, USA and Malaysia in sophisticated product groups in which it has symmetric comparative advantage.

When the findings obtained from the study are considered as a whole, it is thought that the provinces are advantageous in the production and export of the determined product groups, and at the same time, these products are sophisticated, so it is important to determine appropriate incentive policies for the aforementioned provinces to focus on the production of these products.

Keywords: Symmetric Comparative Advantage, PRODY, Market potential, Export Sophistication, regional development

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. İllerin Nüfus Yapıları.....	23
Tablo 2. İllerin işsizlik oranları.....	24
Tablo 3. Gaziantep, Şırnak, Kilis illerinin yıllar itibari ile kişi başına düşen GSYH verileri (\$).....	25
Tablo 4. Şırnak ilinin Türkiye ihracatındaki payı	26
Tablo 5. Gaziantep ilinin Türkiye ihracatındaki payı	27
Tablo 6. Kilis ilinin Türkiye ihracatındaki payı.....	28
Tablo 7. Şırnak İlinin Dış Ticaret Verileri	29
Tablo 8. Gaziantep İlinin Dış Ticaret Verileri	30
Tablo 9. Kilis İlinin Dış Ticaret Verileri	31
Tablo 10. Şırnak, Gaziantep ve Kilis illerin 2019 yılında en çok ihracat yaptıkları ilk 5 ülke	32
Tablo 11. Gaziantep, Şırnak, Kilis illerinin 2004-2019 yılları arasında ihracat yaptıkları ülke sayısı.....	33
Tablo 12. İllerin yıllar itibariyle RSCA sayıları	48
Tablo 13. Şırnak ilinin 2019 yılı en çok ihracatını yaptığı ilk 50 ürün	49
Tablo 14. Gaziantep ilinin 2019 yılı en çok ihracatını yaptığı ilk 50 ürün	50
Tablo 15. Kilis ilinin 2019 yılı en çok ihracatını yaptığı ilk 50 ürün.....	52
Tablo 16. İllerin Yıllar İtibari ile EXPY Değerleri	54
Tablo 17. Şırnak, Gaziantep, Kilis illerinin 2019 yılı EXPY değerine göre Türkiye'deki konumu.....	55
Tablo 18. Şırnak İlinin Odaklanması Gereken Ürünler ve İhracat Rakamları (Bin USD)	56
Tablo 19. Kilis İlinin Odaklanması Gereken Ürünler ve İhracat Rakamları (Bin USD)	58
Tablo 20. Gaziantep İlinin Odaklanması Gereken Ürünler ve İhracat Rakamları (Milyon USD)	59
Tablo 21. Şırnak ihracat yoğunluk endeksi	61
Tablo 22. Kilis ihracat yoğunluk endeksi.....	67
Tablo 23. Gaziantep ihracat yoğunluk endeksi.....	71

KISALTMALAR LİSTESİ

- ABD:** Amerikan Birleşik Devletleri
BAE: Birleşik Arap Emirliği
EII: Export Intensity Index
EXPY: Export Sophistication Index
GSYH: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GTİP: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
HT: High Technology
PRODY: The Productivity level
RCA: Revealed Comparative Advantage
RSCA: Revealed Symetric Comparative Advantage
SI: Sophistication Index
SITC: Standard International Trade Classification
TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu
UN-COMTRADE: The United Nations Comtrade
WDI: World Development Indicator

GİRİŞ

Özellikle 18. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sanayi ürünlerinin üretiminde buharın gücünden faydalanmasına bağlı olarak batı Avrupa ve sonrasında Amerika'da üretimin çok hızlı bir şekilde arttığı görülmüştür. Bu durum Avrupa ve sonrasında Amerika ile dünyanın geri kalanı arasında gelir farklılıklarının oluşmasını ve bu farkın giderek artmasını beraberinde getirmiştir. Sanayileşemeyen ve gelişmekte olan bu ülkelerin temel amacının gelişmiş ülkelere yakınsama olduğu ifade edilebilir. İktisat literatüründe gelişmekte olan bu ülkelerin gelişmiş ülkelere yakınsaması için uygulaması gereken politikalara odaklanan çok fazla sayıda çalışma yapılmıştır. Özellikle 19. yüzyılın ikinci kısmı ve 20. yüzyılın başlarında ülkelerin gelişmiş ülkelere yakınmaları için ihracatlarını artırmaları gerektiği fikri taraftar bulmuştur.

Ülke deneyimleri incelendiği zaman birçok ülkenin ihracatında çok ciddi oranda artış olmasına rağmen gelişmiş ülkelere yakınsayamadığı görülmüştür. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren çok fazla sayıda taraftar görüşe göre ülkelerin gelişmiş ülkelere yakınsaması için üretimlerindeki teknoloji düzeylerini yükseltmeleri ve sanayi üretimlerini artırması gerektiği ifade edilmiştir (Romer, 1990). Bunu deneyimleyen ülkelerin sanayi üretimlerinin artmasına bağlı olarak düşük gelirli ülkeler grubundan orta gelirli ülkeler grubuna geçiş yaptığı ancak yüksek gelirli ülkeler arasına giremediği ya da bir daha düşük gelirli ülkeler grubuna düştüğü görülmüştür. Bu durum literatürde orta gelir tuzağı olarak ifade edilmektedir (Felipe, Abdon, vd., 2012).

Orta gelir tuzağı teorisine göre düşük gelirli ülkelerin kalkınmalarının ilk aşamasında atıl olan emek faktörünün üretime dahil edilerek düşük gelirden orta gelir seviyesine geçebilmektedirler. Ancak orta gelir seviyesine ulaşan ülkeler bu aşamadan ikinci aşamaya geçerken zorlanmaktadırlar. Bunun sebebi, daha teknoloji yoğun ve yenilikçi ürünler üretmesi gerekmektedir. Yenilikçi ürünler üretemeyen standartlaşmış ürünler üreten ülkeler, onlardan daha düşük gelirli ülkelerle rekabet etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu durumda ülkelerin orta gelir seviyesinden yüksek gelir seviyesine çıkmasını zorlaştırmaktadır.

Ülkelerin orta gelir düzeyinde bocalamaları birçok ülkenin zorlandığı bir durumdur. Bu tuzağa yakalanmamak ve bu tuzaktan kurtulmak için etkili olan faktörler belirlenmelidir. Ülkelerin ekonomik gelişimleri için ihracat sepetlerindeki verimlilik ve teknoloji yoğun üretimin ekonomik gelişimin göstergesi olarak kabul edilir. Teknoloji yoğun mallar ve bilgi becerisi yüksek beşerî ve ekonomik sermayesi olan ve teknoloji

kullanma becerisine sahip olan ülkeler tarafından üretilip diğer ülkelere ihraç etmektedirler. Sıradan mallar ise daha çok az gelişmiş ülkelerce üretilip ihraç edilmektedir. Gelişmiş ülkeler teknolojik yoğunluğu ve üretim yapılarının karmaşık olmasından dolayı az gelişmiş ülkelerin üretimini yapamadığı yüksek teknolojiye sahip malların üretimini yapmaktadırlar. Bunun aksine az gelişmiş ülkeler ise daha az teknoloji, bilgi beceri seviyesi ve üretim yapıları basit olan ürünleri üretebilmelerinden dolayı basit malları üretilip diğer ülkelere ihraç etmektedirler.

Bu çalışmanın amacı Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bulunan ve sınır kapılarına sahip olan Şırnak, Kilis ve Gaziantep illerinin karşılaştırılmalı üstünlüğe sahip oldukları ürün gruplarının belirlenmesi, ihracatlarının kalitesinin ölçülmesi ve bu ürün grupları için pazar potansiyeli olan ülkelerin tespit edilmesidir. Böylece bölgedeki sanayileşememe sorununa karşı karşılaştırılmalı üstünlüğe sahip ürün gruplarını belirlemek ve belirlenen bu ürün grupları için sanayileşme ve uzmanlaşmaya gidilerek bölgenin kalkınmasına ve ülke ekonomisine katkı sağlayarak gelişmesine yardımcı olabilecek politikaların belirlenmesine yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmada kullanılacak olan veriler TUIK'in dış ticaret, Birleşmiş Milletlerin UN-Comtrade ve Dünya Bankasının Dünya Kalkınma Göstergeleri veri tabanlarından alınacaktır. Şırnak, Kilis ve Gaziantep illerinin karşılaştırılmalı üstünlüğe sahip oldukları ürün gruplarını belirlemek için Laursen tarafından asimetrikliği düzeltilmiş Balassa Endeksi kullanılacaktır. Belirtilen illerin karşılaştırılmalı üstünlüğe sahip olduğu ürün gruplarında pazar potansiyelinin olduğu ülkeleri belirlemek için de Kunimoto'nun ihracat yoğunluk endeksinin farklı bir formu kullanılacaktır. Ürün grupları ve ülkelerin ihracatlarının sofistike değerini hesaplamak için Hausmann vd. tarafından geliştirilen PRODY ve EXPY yöntemi kullanılacaktır. Çalışmanın sonucunda Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bulunan Şırnak, Kilis ve Gaziantep illerinin karşılaştırılmalı üstünlüğe sahip olduğu ürün grupları belirlenmiş ve bu ürün gruplarının sofistike değerleri hesaplanmıştır. Bununla beraber önerilen bu ürün gruplarında hangi ülkelerde pazar potansiyelinin olduğu belirlenmiştir. Çalışma sofistike alanında önemli yöntemleri farklı bir formda kullanarak literatüre katkı sunmanın yanı sıra bu anlamda literatürden de farklılaşmaktadır. Ayrıca çalışmanın sofistike ürünleri belirleyici ve pazar potansiyelini tespit edici bulguları da özelden illerin ve bölgelerin genelde de Türkiye'nin ihracatını arttırıcı bir etki yapabilecek politikaların belirlenmesine yardımcı olabilmesi nedeniyle çalışmanın özgün olabileceği düşünülmektedir.

Çalışmadan elde edilen bulgular bir bütün olarak düşünüldüğünde, belirlenen ürün gruplarında illerin üretim ve ihracatında avantajlı oldukları Aynı zamanda bu ürünlerin sofistike oldukları bu nedenle mezkûr illerin bu ürünlerin üretimine odaklanmaları için uygun teşvik politikalarının belirlenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.



1. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ

1.1. Uluslararası Rekabet Gücünü Açıklamaya Yönelik Teorik Yaklaşımlar

1.1.1. Merkantilizm

15. ile 18. Yüz yılları arasında etkisini gösteren merkantilizm, Rönesans, Reform ve Coğrafi Keşifler sonucunda ortaya çıkan yeni dünyanın ekonomik boyutunun beşerî hayata olan yansımasıdır. Thomas Miles, Jean Bodin, Montaigne, Thomas Mun, Antonia Serra ve Jean Baptiste Colbert Merkantilizm'in en önemli temsilcileridir (Bilgili,2010:13). Merkantilizm kavramı Avrupa'da feodalitenin güç kaybetmesi ve yerine ulus devletlerin ortaya çıkış sürecine vurgu yapmaktadır. Hükümdarların otoritelerinin artması, kar ve servet birikiminin dinsel görüşlerin yerine önemsenmesiyle oluşmuştur. Bu durum Merkantilizmi oluşturan temel görüşlerin şekillenmesinde etkili olmuştur (Ünsal, 2005:5).

Merkantilizm görüşüne göre, dış ticaret politikasının asıl amacı ülke hazinesinin altın hacmini arttırmaktır. Çünkü ülkelerin zenginliğinin ve aynı zamanda siyasal gücün temel kaynağı altın ve değerli madenler olarak görülmektedir. Bir ülkede bulunan altın ve gümüş miktarı ne kadar fazla ise ülke o derecede zengindir. Ülkelerin altın ve gümüş stoklarını arttırmalarının ve daha fazla altın ve gümüş stokuna sahip olmalarının yolu ise ithalattan çok ihracatın miktarından geçmektedir (Seyidoğlu, 2020:25).

Elbette altın stokunu artırmanın başka yolları da bulunmaktaydı, altın ile gümüş girişini artırmak ve sömürge, ticareti yapabilmek için güçlü bir deniz filosuna ve donanmaya ihtiyaç duyulmaktaydı (Bilgili, 2010:15). Bu yolla bir ülke bir diğer ülkenin altın ve gümüşünü güç kullanarak (sömürgeleştirilerek) temin edilebilmekteydi. Elbette bu yolu tercih etmiş ve bunu başarılı bir şekilde uygulamış olan ülkeler ise Fransa, Portekiz, Hollanda, İngiltere ve Belçika ülkeleridir. Bu ülkeler diğer ülkelere karşı güç kullanarak o ülkeleri sömürgeleştirip koloni haline getirmekteydiler. Nitekim bu yolla altın ve gümüş stoklarını artırmışlardır (İyibozkurt, 2001:19). Sömürgeler, sömürgeci ülkeler için sanayileri bakımından hammadde ve tarımsal alanları üretim kaynağı olmuştur, üretilen malları için ise bir pazar olarak görülmüştür (Seyidoğlu, 2020:25).

1.1.2. Klasik yaklaşım

Klasik dış ticaret teorisinin temelleri 1776 yılında Adam Smith tarafından Ulusların Zenginliği adlı kitabıyla atılmıştır. Adam Smith'in yazdığı bu kitap uluslararası ticaretin ve iktisat biliminin temellerini oluşturmaktadır (Kelleci, 2009:30). Kitabının bir bölümünde dış ticaret için görüşlerini dile getirmektedir; dış ticarete söz konusu olan paranın etkisiz olmasından dolayı kullanılmayacağını, dış ticaretin ancak eski usul olan takas yöntemiyle

malın malla değiştirileceğini, dünyada ise yalnızca iki devlet ve iki ürün bulunduğunu, tek üretim faktörünün emek olduğu ve söz konusu ürünlerin her iki devlet tarafından üretilebildiğinin ve iki devletin de homojen üretim yapısına sahip olduğu, devlet bünyesinde tam hareketli, devletler arasında ise tam hareketsizlik olduğunu belirtmektedir (Karluk, 2003:12).

Söz konusu teoride taşıma maliyetlerinin göz ardı edildiği ekonominin tam rekabet koşullarında ve tam istihdam düzeyinde çalıştığı ve ekonomideki kaynakların etkin ve tam bir biçimde kullanıldığı varsayılmaktadır. Dahası devletin ekonomiye müdahale etmemesi gerektiğini ve dış ticarete gümrük vergileri, kota ve bunlara benzer kısıtlayıcı kısıtların söz konusu olmadığını varsaymaktadır (Bilgili, 2010:21).

1.1.3. Mutlak üstünlükler teorisi

Mutlak üstünlük teorisini Ulusların zenginliği adlı eserinde Adam Smith tarafından ortaya atılmıştır. Söz konusu teoride uluslararası ticaretin önündeki engellerin kaldırılmasıyla ülkelerin zenginleşeceğini ve refah düzeyinin artacağını savunmaktadır. Ülkelerin zenginliğinin ana kaynağının ülke içerisinde üretilen malların miktarına bağlı olduğunu öne sürerek merkantilistleri eleştirmiştir. Mutlak üstünlük, bir ülkenin bir malın üretiminde diğer ülkeye karşı üretimindeki üstünlük becerisine sahip olması veya daha etkin bir üretime sahip olması olarak ifade edilmektedir (Parasız ve Ekren, 2013: 1).

Smith'in teorisinde iki ülkeli ve iki ürünlü bir dünyada bir ülkenin diğer ülkeye nazaran daha ucuza ürettiği üründe uzmanlaşmalı ve diğer ülkeye ihraç etmeli, bunu yanında daha pahalıya ürettiği ürünü diğer ülkelerden ithal etmelidir (Seyidoğlu, 2013:27).

Bu durum her iki ülkenin de ticaretten karlı çıkmasını sağlayacaktır. Teorinin yapısında uzmanlaşma ve iş bölümü bulunmaktadır. Söz konusu ürünlerde uzmanlaşmanın yardımıyla kaynakların etkin bir şekilde kullanımını sağlamaktadır. Böylelikle ülkelerin refahlarındaki gelişme dünyanın refahının gelişmesi anlamına gelmektedir (Kelleci, 2009:31).

Adam Smith teorisinde her ülkenin bir malda üstünlük sahip olacağını düşünmektedir lakin bir ülkenin her iki malda üstünlük sahibi olabilme ihtimalini hiç düşünmemiştir. David Ricardo tarafından teorinin bu eksik yanına dikkat çeken Karşılaştırmalı üstünlük teorisiyle bu eksikliği gidermeye yönelik çalışmıştır (Karluk, 2003:14-15).

1.1.4. Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi

Mutlak üstünlükler teorisi ülkeler arasındaki ticareti tam manasıyla açıklamada yetersiz kalmıştır. Bu nedenle, David Ricardo tarafından ortaya atılan karşılaştırmalı üstünlükler teorisi, mutlak üstünlükler teorisine nazaran daha genel ve daha gerçekçi bir teori olarak iktisat bilimine kazandırmıştır (Seyidoğlu, 2013:28). Teorinin ilk yapısında, ülkelerin ortalama olarak bol olan üretim faktörlerini daha çok kullanmasını sağlayacak olan malların üretimine odaklanmalarının gerekliliğine vurgu vardır. Böylelikle ülkelerin, sahip oldukları faktörlerden en üst seviyede hasılayı elde etmeleri mümkün olmaktadır (Karluk, 1973:221).

Ricardo modeli olarak anılmasına rağmen bu teorinin ilk defa açıklanması Torrens tarafından yapılmıştır. Torrens'e (1815) göre karşılaştırmalı üstünlük teorisinin en önemli sonuçlarından biri teknolojik olarak üretiminde üstünlük sağlayabileceği ürünün üretimine odaklanarak serbest ticaretten kar elde edilebileceğidir (İyibozkurt, 2001:27-28).

Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlük teorisine göre bir ülkenin diğer ülkeye göre üretilen ürünlerin her ikisinde üstünlük sahibi olsa bile ürünler arasında yapılan karşılaştırma analizinin sonucuna göre daha çok üstünlük kurabileceği ürün üzerinde uzmanlaşacaktır. Üstünlüğü az olan ürünü ise diğer ülkeden ithal ederek refah seviyesini yükseltecektir. Bu teoride üretimi yapılan ürünün üstünlük seviyesinin önemli olduğu vurgulanırken, iki ülkeli ve iki ürünlü bir pazarda ürünün maliyeti ile değerinin sadece emek faktörü ile belirlenebileceği ve emek faktörünün ülke içinde hareketli ülkeler arasında ise hareketsiz olarak nitelendirilebileceği belirtilmektedir (Ertürk, 2010:14-15).

Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlük teorisine göre bir ülke söz konusu iki üründe de üstünlük sahip olsa dahi o ülkenin bir üründe uzmanlaşması ve o ürün üzerinden dış ticaret yapması fayda sağlayacaktır. Bu nedenle söz konusu ülke iki üründe de üstünlük sahibi ise iki ürün arasındaki oransal olarak üstünlük farkına bakılarak daha çok fazla üstünlük elde ettiği üründe uzmanlaşmaya gitmeli ve diğer ürünü ise üretmeyip diğer ülkeden ithal etmelidir. Böylelikle iki ülke de bir malda uzmanlaşmış olacak ve dolayısıyla ürettikleri ürünleri dış pazarlara sunma imkanlarını elde etmiş olacaklardır (Seyidoğlu, 2013:28-29; Yazıcıoğlu, 2022:33).

David Ricardo, bir ülkenin iki üründe mutlak üstünlük sahibi olması ve iki ürünün verimlilik seviyesinin aynı olmaması durumunda ticaretin yapılmasının yararlı olabileceğini izah ederek mutlak üstünlük teorisinin noksanlık gösterdiği kısmını kapatmıştır (Karluk, 2003:16-17).

Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler teorisini iktisat alanına kazandırmasının temelinde, Adam Smith'in ortaya attığı mutlak üstünlükler teorisinde fark ettiği noksanlık vardır. Karşılaştırmalı üstünlüğün temeli olan mutlak üstünlükler teorisine değinmek önemlidir. Bir ülke herhangi bir üründe diğer ülkeye göre daha az maliyetle yani daha az üretim kaynakları kullanarak üretim yapabiliyor ise ülke o üründe diğer ülkeye göre mutlak üstünlüğe sahiptir. Bunu bir örnek ile tanımlayacak olursak buğday üretimi yapan Almanya ve Fransa'yı ele alalım. Almanya ülkesinin buğday üretimi yapmak için Fransa ülkesinden daha uygun iklime ve kalifiyeli işçilere sahip olduğunu varsayalım. Bu durumda Almanya ülkesi dekar başına Fransa ülkesinden daha fazla buğday üretiminde bulunacak ve buğdayı daha az iş gücü ile tüketicilere sunabilecektir. Böyle bir ortamda Almanya Fransa karşısında mutlak üstünlüğe sahiptir. Dolayısıyla Fransa buğdayını Almanya'dan ithal edecektir. Almanya ise buğdayını Fransa'ya ihraç edecektir. Aynı şekilde Fransa da mutlak karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu başka bir ürünü Almanya'ya ihraç (Almanya ithal edecek) edecektir. Böylelikle ülkeler avantajlı oldukları ürünleri üreterek, dezavantajlı oldukları ürünleri ise diğer ülkelerden temin ederek zenginleşecektir (Topuz ve Çoşkun, 2018:674).

1.1.5. Faktör donatımı teorisi

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisinde yurt içi fiyat farklılıklarının emek verimliliği farklılıklarından kaynaklandığı belirtilmiştir. Ancak uluslararası emek verimliliğindeki farklılıklar üzerinde durulmamıştır. Karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin bu eksikliğini gidermek için iktisat alanındaki çalışmalar önemini sürdürmüştür. 1919 yılında İsveçli iktisatçı Eli F. Heckscher tarafından yazılan makalede uluslararası emek farklılıklarının nedeni ülkelerin nispi faktör zenginliklerine bağlanmıştır. Yayınladığı bu makalede teoreme faktör donatımı teorisi adını vermiştir. Söz konusu makalenin İsveç dilinde yazılması sebebiyle 1933 yılına kadar pek fazla okunmamış ve makalenin anlatmak istediği şey tam manasıyla kavranamamıştır (Çelik, 2006:121). Daha sonrasında, Heckscher'in öğrencisi olan ve kendisi gibi İsveçli olan Bertil Ohlin, hocasının 1919 yılında yazmış olduğu "Bölgelerarası ve Uluslararası Ticaret" adlı makaleyi İngilizceye çevirmiş, üzerine önemli katkılar yaparak ve çalışmayı sistematik bir hale getirerek kitabında yayınlamıştır. Böylelikle geliştirilen bu teori Faktör Donatımı Teorisi olarak literatürdeki yerini almıştır. Teori ayrıca Heckscher-Ohlin Teorisi (H-O Teorisi) olarak da bilinmektedir (Ünsal, 2005:155-156).

Faktör donatım teorisine göre ülkeler göreceli olarak üretim faktörünün bolluğuna sahip olduğu mallarda üretimler yaparak bu mallarda uzmanlaşacak ve bu malların üretim fazlasını ihraç edecek, aksi durumda ise daha az sahip olduğu üretim faktörünün üretim ürünlerini ise ithal edecektir. Böylelikle ülkeler arası ticaret karlı bir biçimde yapılmış olacaktır. Bu teoride de karşılaştırmalı üstünlük teorisinde olduğu gibi iki üretim faktörünün olduğu ve teknolojinin veri olarak kabul görüldüğü ancak dış ticaretin ülkelerin sahip olduğu göreceli faktör kaynaklarının zenginliğinden oluştuğu açıklanmaktadır (Çelik vd., 2011:8-9)

Heckscher-Ohlin ticarete ülkeler arasındaki göreceli faktör donatımları ve fiyatlar arasındaki farklılıklar üzerinde durmuştur. Teoride her ülkenin üretiminde göreceli olarak kullanacağı faktörün bol ve ucuz olanı üzerinden üretim gerçekleştirerek ihraç edeceğine ve üretiminde göreceli olarak kıt ve pahalı olan faktörlü ürünü ise ithal etmesi gerekeceği savunulmaktadır (Parasız ve Ekren, 2013:16). Faktör donatım teorisi, ülkeler arasındaki faktör fiyatları farklılığının ise yapılacak olan dış ticaret ile ortadan kalkacağını veya azalacağını ön görmektedir. H-O teorisi karşılaştırmalı üstünlük teorisinin açıklarını kapatması bakımından önem taşımaktadır. Karşılaştırmalı üstünlük teorisi üretim fonksiyonlarının ülkeler arasındaki farklılığının varsayımına dayanmaktadır. İki ülkede üretilen ürünlerin fonksiyonlarının aynı olduğu kabul edildiğinde, ürünlerin maliyelerinin farklılığı nedeniyle karşılaştırmalı üstünlük teorisi kurallarına göre uzmanlaşma ve ticaret olmayacaktır. Bu teorideki noksanlığı, Heckscher ve Ohlin, ticaretteki malların üretimini fonksiyonlarından çok, ülkelerin nispi üretim faktörlerinin zenginliği ile açıklayarak bu eksikliği gidermeye çalışmışlardır (Aslan ve Terzi, 2006 :2).

1920 ve 1930 yıllarda Heckscher ve Ohlin karşılaştırmalı üstünlük teorisinin açıklanamayan iki sorusuna ışık tutmak için çalışmışlardır. İlk soru, karşılaştırmalı üstünlüğün sebebi, diğeri ise üretim faktörlerinin kazanımlarıdır. Örneğin gelir dağılımı üzerinde uluslararası ticaretin etkisi bu açıdan önemli bir olgudur. Keza H-O faktör donatım teorisi göre karşılaştırmalı üstünlük bir ülkenin üretim şartlarındaki değişime göre açıklanır. Teori, bir ülkenin kaynak donatımının karşılaştırmalı üstünlükte anahtar görevi gördüğünü açıklamaktadır. Örneğin Hollanda ikliminin ve tarım alanlarının sağladığı uygun koşullar sayesinde lale ihracatında önemli bir konumda iken İsrail ve Ukrayna toprakları da buğday üretimine elverişli olduğundan buğday ihraç etmekte ve işgücü bakımında yüksek nüfus oranına sahip iki ülke olan Hindistan ve Çin de giyim ve ayakkabı ihraç etmektedirler (Aslan ve Terzi, 2006:2).

Karşılaştırmalı üstünlük teorisi, üretim faktörü olarak yalnızca emeği ele almakta ve ihracatı yapılabilecek malların fiyatları arasındaki ortalama üretim fonksiyonlarının gösterdiği gelir/emek oranlarıyla bağdaştırmaktadır. Hecksher-Ohlin karşılaştırmalı üstünlük teorisine emeğin yanında ikinci bir üretim faktörü olarak sermayeyi eklemiştir. Çünkü bu modele göre dış ticareti etkileyen önemli faktörlerden biri de sermayedir (Aslan ve Terzi, 2006:2).

Faktör donatımı teorisi iki temel varsayıma dayanmaktadır. Seyidoğlu (2013: 83) bu varsayımları şöyle sıralamaktadır:

- Ülkeler faktör donatımı yönünden birbirinden farklıdır. İki ülkeli bir modelde ülkelerden birisi emek diğeri ise sermaye faktörü yönünden üstünlük (zenginlik) sahibidir.
- Ülkelerin ürettikleri mallarda kullandıkları faktörlerin oranı birbirinden farklıdır. Bazı malların üretiminde emeğe oranla daha çok sermaye ya da tam aksine sermayeye oranla daha çok emek kullanılmaktadır.

Faktör donatımı için ifade edilen bu varsayımlar teorisinin daha basit bir şekilde anlaşılması için açıklanmıştır. Ancak bu varsayımlar gerçek ile tam olarak uyuşmamaktadır. Yine de faktör donatımı yönünden değişiklik gösteren gelişmekte olan ülkeler ile gelişmiş ülkeler arasındaki ticaretin önemli bir kısmının H-O teorisine açıklanabilir olması nedeni ile teori önemini korumaktadır (Seyidoğlu, 2020:86-87).

1.2. Ülkelerin Gelişiminde Etkili Olan Faktörler

1.2.1. Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYH)

Bir ülke, bölge ya da ildeki bireylerin refah seviyelerini ve yaşam koşullarını en iyi temsil eden değişken kişi başına düşen Gayrisafi Yurtiçi Hasıladır (GSYH). GSYH bir ülkede belirli bir dönemde üretilen nihai mal ve hizmetlerin piyasa fiyatı üzerinden toplamı (Karacan, 2017:2) olup bu toplamda ara mallar hesaplama dışında bırakılmaktadır. Örneğin araba tekerleği yeni arabaların üretiminde kullanılır. Yeni bir araba üretildiğinde araba parçalarından olan araç tekerleği aracın üstünde satılmaktadır. GSYH hesaplanırken yeni bir arabanın yapımı için kullanılan tekerlek nihai mal olmadığından hesaplama dışına dahil edilmez. Kullanıcılar tekerlekleri yeni üretilmiş arabadan bağımsız bir şekilde kullanmamakta ve tekerleklerin değeri, yeni üretilen arabanın değerine dahil edilip hesaplanmaktadır. GSYH’de hem tekerleklerin değeri hem de arabanın değeri hesaplandığında, tekerleklerin değeri iki defa hesaplamada kullanılmış olacaktır. Bu sebeple GSYH hesaplamasında

yalnızca nihai mallar hesaplamada kullanılır. GSYH genellikle ekonomide refah düzeyinin ölçütü olarak kullanılmaktadır (Garin, Lester ve Sims, 2020:23).

Bir ülkede bir yılda üretilen nihai mal olan araba, buzdolabı, domates, kuaförlük hizmeti, turizm vb. mal ve hizmetlerin tamamı piyasa fiyatı üzerinden toplanırsa GSYH değerine ulaşılır. GSYH değeri nüfusa bölünürse kişi başına düşen GSYH değeri elde edilir. Bir ülkede kişi başına GSYH değerinin yüksek olması o ülkede üretimin yüksek olduğunu, ülkede üretimin yüksek olması da işsizlik seviyesinin düşük olduğunu göstermektedir. Düşük işsizliğin olduğu ülkelerde firmaların çalışan bulması zor olacağından çalışan ücretleri yüksek olmaktadır. Bundan dolayı üretimin yüksek, işsizliğin düşük olduğu ülkelerde yaşam koşulları ve refah seviyeleri yüksek olmaktadır (Karacan, 2017:2).

GSYH'nin temelinde ülke sınırları içinde yapılan üretim yer almaktadır. Bu sebeple GSYH hesaplamasında ülke içinde bulunan ekonomik yapılanmalar dikkate alınmakta ve ülke içinde faaliyette bulunan yatırımcıların ülke vatandaşı olup olmamaları detayına bakılmamaktadır. GSYH hesaplanırken, hesaplamada kullanılan ürünlerin aşağıdaki şartları taşınması gerekmektedir:

- Üretimi yapılacak mal, nihai mal olmalıdır
- Cari dönemde üretimi yapılmalıdır
- Piyasada satılmalıdır
- İlgili ülkede yaşayanlar tarafından üretilmiş olmalıdır

GSYH'nin hesaplamasında kullanılan formül Denklem 1.1'de verilmiştir.

$$GSYH = C + I + G + (X - M) \quad (1.1)$$

Denklem 1.1'de C; tüketimi, I; yatırımı, G; kamu harcamalarını, X-M; net ihracatı temsil etmektedir (Bilgili, 2014:37).

1.2.2.Sürdürülebilir ekonomik büyüme

Ekonomik büyüme bir ülkenin ürettiği mal ve hizmet miktarının artması ve ülke ekonomisinin üretim kapasitesinin genişlemesi olarak tanımlanmaktadır. Eğer bir ülkede üretim faktörlerinin miktarı ile verimliliği artmış ve o ülke üretiminin teknolojisi gelişmiş ise o ülke ekonomik olarak büyüme potansiyeline sahip olabilmektedir (Bal, 2020:1939-1940). İşgücünün niteliği ve verimliliği eğitimle, beceri kazandırmayla ve sağlığa yapılan yatırımlarla artırılabilir, iş organizasyonu iyileştirilerek iş bölümü yapılabilir ve sermaye malları daha etkin kullanılabilir. Böyle bir durumda söz konusu ülkede ekonomik

büyüme gerçekleşebilmektedir (Günsoy, 2020:23). Burada önemli olan ekonomik büyümenin sürdürülebilir olabilmesidir.

Ekonomi içerisindeki değişkenler dengeli bir büyüme göstermese dahi sürdürülebilir büyümenin yaşanması mümkündür. Bu bağlamda sürdürülebilir büyüme için değişkenlerin belirli bir seviyede büyümesi gerekmemektedir. Bununla birlikte bir sonraki nesillerin geleceği düşünüldüğünde doğal kaynaklar tasarruflu bir biçimde kullanılmalıdır. Bu doğal kaynakların bir kısmı muhafaza edilir ise ekonomi içerisinde bulunan reel değişkenlerin birbirlerine benzer seviyede büyüme göstermeseler dahi büyüme sürdürülebilir olabilmektedir (Uysal, 2013:115).

Sürdürülebilir büyüme hakkında birden fazla tanım bulunmaktadır. Bu araştırma için Uysal (2013: 116) çalışmasında kullanılan tanım verilmektedir. Buna göre sürdürülebilir büyüme, kısa dönem içerisinde gerçekleşen büyüme hızının aynı seviyede uzun dönemde de devam ettirilebilmesidir. Yani sürdürülebilir büyüme, ekonomik sorunlara neden olmayan yapısının yanında emin adımlarla büyüyen bir ekonominin göstergesidir.

Ekonomik büyüme gerçekleşirken söz konusu büyümeyi etkilemeyi başaran birçok faktör bulunmaktadır. Beşerî sermaye, hükümet politikaları ve fiziki sermaye en önemli faktörlerden birkaçı olarak ön plana çıkmaktadır. Bu faktörlerin ekonomik büyümeyi etkileyen en önemli bileşenleri de sermaye, doğal kaynak, işgücü(emek) ve teknolojik gelişmelerdir (Erbay ve Aktuna, 2019:90).

Ekonomik büyüme içerisinde bulunan üretim kapasitesi de önemli bir role sahiptir. Çünkü üretim için geçerli olan büyüme sadece ekonomideki potansiyelin değişimlerine bağlı değil, üretim kapasitesinin genişlemesiyle de ilişkilidir. Ekonomik büyümeyi başka bir şekilde açıklayacak olursak bu mevcut durumdaki mal ve hizmetlerin üretebilme yeteneğindeki gelişim olarak açıklanabilir (Bal, 2020:1939-1940).

Ülkeler daha yüksek bir sürdürülebilir ekonomik büyüme patikasına girebilmek için devamlı gelişen bir makroekonomik yapının yanında güçlü kurumlar, yapısal reformlar ve sosyal istikrara ihtiyaç duymaktadırlar. Ülkelerin içerisinde bulunan üretim bölgelerinin aktif bir biçimde üretime dahil olmaları sürdürülebilir büyümeye katkı sunacaktır (Uysal, 2013: 116).

Üretim faktörlerinde yaşanan değişiklikler ekonomik büyüme üzerinde etkili olabilmektedir. Faktörlerde yaşanacak artış ekonomik büyümeyi olumlu etkiler iken

yaşanacak herhangi bir azalış ise ekonomik büyüme üzerinde olumsuz bir etki yaratacaktır (Erbay ve Aktuna, 2019: 90).

Ekonomik büyüme olgusu neden önemlidir sorusunun cevabı genel anlamda ekonominin kendi içerisindeki yapısıyla alakalıdır. Ekonomik büyüme parasal mal ve hizmetlerin üretimi anlamına gelse de sadece ileriye dönük hedef olmamak beraber temel amaçlara odaklanan bir araçtır. Ekonomi alanında uzmanlaşmış bilim insanlarının yaptıkları çalışmaların çıktılarına göre ekonomik büyümenin asıl amacı ülkenin içerisinde bulunan vatandaşların parasal anlamda bolluğa ulaşmaları ve refah düzeylerinin yükseltilmesidir (Duran vd., 2015: 816-817; Edeme, 2018: 28-29). İktisatçılara göre mevcut üretim kapasitesinin hacmini genişletebilmek için iki yol bulunmaktadır. İlki bireysel tüketim malları ve hizmetlerin üretimini artırmaktır. Bir diğeri de bireysel tüketimin aleyhine olmayacak şekilde ülkenin karar kılıcı yönetim organlarının kendi üzerlerine düşen görevleri yerine getirmek için bu konuda kullanılacak finansal kaynakları temin etmeleridir (Bal, 2020:1939-1940).

Ekonomik büyüme her ne kadar üretimdeki çıktı ve kapasitedeki genişleme veya artış anlamına gelse de yalnızca bununla sınırlı kalmamaktadır. Ayrıca kişi başına geliri de (çıktı) içermektedir. Gelişme sürecinde olan ekonomide, sermayenin büyümesi söz konusu parasal bolluğu ve yüksek refah düzeyini sağlarken bunların üst sınırlarda kalabilmesi de önem taşımaktadır. Bu nedenle ekonomik büyümede hükümetin kamu yönünden sorumluluğunu almak zorunda kaldığı çok sayıda önemli görevleri bulunmaktadır ve bu görevlerin zorluklarından dolayı bu konuda daha özenli davranması gerekmektedir. Hükümet, mevcut üretimini arttırmadan bütün vatandaşları için bireysel alanlardan farklı olarak kamusal alanları, ülke güvenliği, yardıma muhtaç vatandaşları için destek fonları ve ekonomideki kamu sorumlulukları gibi birçok önemli alanlara fazladan kaynak ayırmak zorunda kalabilmektedir (Bal, 2020:1939-1940).

Ekonomik büyüme modeli uzun dönemde gerçekleşen ve etkisini gösteren bir modeldir. Bu uzun süre zarfında milli geliri artırabilmenin yolu ekonomik büyümeden geçmektedir. Herhangi bir ülke için düşünüldüğünde yerli üretim hacminin genişlemesini sağlayan şeyin yatırımlar olduğu söylenebilir. Söz konusu yatırımlar, özel firmalar veya kamu nezdinde yapılacak olan yatırımların ürün ve hizmet üretimi maksadıyla yapılacak olan fabrika, depo, makine ve teçhizatlar üzerinden yapılacak olan bu harcamaların karşılığı olarak toplam talebi artıracak veyahut tüketimi artıracak yatırım harcamalarıdır. Bu tür yatırımlar büyüme konusunda birkaç alanda istihdamı ve milli geliri artırsa da emek bazında

verimliliğin artmasını sağlayacak adımlardan olmamakta ve büyüme konusunda dezavantajlı duruma getirebilecek bir yapıya sahip olabilmektedir. Ekonomik büyümenin etkisi milli gelire yansıtılsa da milli gelirden yaşanan artışların hepsinin büyüme üzerinde etkili olduğu söylenemez. Ekonomik büyümenin sağlanması için en önemli etmenlerden biri yatırımlardır. Fakat kamu kesimi ya da özel için bile olsa bu yatırımların gerçekleştirilmesi için her zaman bir kaynak sorunu ile karşılaşmaktadır. Söz konusu bu kaynaklar finansal ve üretim için gerekli olan hammadde olarak iki kısma ayrılmaktadır. Finansal kaynak konusunda yaşanan yetersizliğin giderilmesi için finansal kaynak sağlayabilen banka kurumlarına başvurulur ve nihayetinde bu durum için bankadan kredilere başvurularak ihtiyaçları olan finansal kaynak temin edilebilmektedir (Bal, 2020:1939). Hammadde ise kamunun kaynaklara erişimi için yaptığı yatırımlarla veya hammaddenin var olduğu ülkelerle ileri düzey ilişkileri ile bir ticaret konusu olarak temin edilebilmektedir.

Özel sektör firmalarının kaynakları kamunun kaynak kanallarından daha azına sahiptir. Fakat yaşadığımız bu dönemde devlet yatırımları tek başına yapmak yerine özel sektöre farklı yollarla ortak edindirme yolu veya tamamen özel sektöre teslim ederek yatırımlarını gerçekleştirmektedir. Özel sektör firmalarının aksine kamu ve yarı özel firmalar azalan verimler kanununun gereklilikleri nedeniyle kaynaklarını yeni ve yenilenme gibi yatırımlara yönlendirmektedir. Fakat özel sektörler ise marjinal verimlilik kanununa göre sürdürülebilir yatırım sağlamak amacıyla kaynaklarını yönlendirmektedirler (Bal, 2020:1939).

Modern kalkınma içinde ekonomik büyüme ile beşerî sermayenin birbirleriyle olan bağlantısı nedeniyle beşerî sermaye önemli bir konu haline gelmiştir. Ekonomik etkinliklerde gelir sağlayıcı katkı sunan bireylerin bilgi ve beceri olarak adlandırılan beşerî sermaye, insanlara yönelik yapılan yatırımların artmasıyla üretim sürecinin olmazsa olmazı olarak yerini almıştır. Beşerî sermaye yüksek eğitim düzeyi ve iyi donanımlı bireyler olarak anılan beşerî sermayenin ekonomik büyümede ana yönlendirici yapılarından kabul edilmektedir (Çakmak ve Gümüş, 2005:60-61).

Beşerî sermaye de ekonomik gelişmenin aslında parasal anlamda sermayenin verim etkisinin artırılması, verim artışı, iş gücü bakımından istihdam alanlarının yaratılarak teknolojik gelişme ve dağılımı yoluyla etkisi altına alabilmektedir. Bu bilgiler ışığında parasal olan sermayede yaşanacak gelişme veya artışın büyümeye katkısının olduğunu ve parasal sermayenin doğru ve etkili bir şekilde kullanımı, beşerî sermayenin de tasarrufunu gerektirmektedir. Bu sebeple parasal sermayedeki marjinal getiride azalma yaşanmasını

beşerî sermayedeki artan katılımı ile geciktirilmekte, teknolojik gelişimin kaynağını da parasal ve beşerî sermayeler oluşturmaktadır. Böylelikle parasal sermayeler ile yapılan yatırımların verimliliği ve ona denk sayılan beşerî sermayeye aynı oranlarda yatırımların yapılması ekonomik büyümenin devamlılığı için büyük bir öneme sahiptir (Çakmak ve Gümüş, 2005:60-61).

Ekonomik büyüme verimlilik yönünden beşerî sermayeden etkilenmektedir. Ekonomik büyümenin sürdürülebilir olması için gelişimlerin faktör donanımı veya verimlilik düzeyinde artışlar yaşanması gerekmektedir. Söz konusu olan üretim ve verimlilik düzeyinde yaşanan artışlar genel olarak üretim süreci içinde kullanılmış olan girdilere bağlıdır. Üretim sürecinin içinde bulunan girdilerden olan emeğin verimliliğe katkısı ise beşerî sermaye üzerine yapılan yatırımlar aracılığı ile gerçekleşmektedir. Üretim sürecinin ihtiyaç duyduğu işgücünü karşılayabilmenin yolu beşerî sermaye üzerinden yapılacak yatırımlar sayesinde gerçekleştirilebilir (Çakmak ve Gümüş, 2005:60-61).

1.3. Uluslararası Rekabet Gücünü Ölçen Yöntemler

1.3.1. Bela Balassa Revealed Comparative Advantage Endeksi (RCA)

Karşılaştırmalı üstünlüğü belirlemedeki bütün faktörlerin kullanımı hesaba dahil etmek mantıklı değildir. Hesaba katılacak olursa bu durum oldukça karmaşık ve zahmetli bir şekil alacaktır çünkü değişkenlere değer atamanın zorluğunu göz önünde bulundurulursa tahmin edildiği gibi bir sonuç elde edilemeyebilir. Bunun yerine açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük yöntemi hakkında bilgi sunmak daha doğru olacaktır (Balassa, 1965:103).

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük modeline göre maliyetlerin yanında fiyat dışı etkenlerdeki farklılıkları yansıtmaya bilmesi manasında, üretim mallarına ilişkin olarak birer birer ülkelerin ticaret performansı tarafınca gösterilebileceği öne sürülmektedir. Modelin ihracatın yapısını belirlemesi beklenilmektedir. Öte yandan seçimlerdeki benzerlik ve her ülke barındırdıkları sektörlerde aynı seviyede bir vergi oranı varsayımına göre ithalat-ihracat verileri beklenen üstünlükleri verecektir (Balassa, 1965:103).

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi kullanılırken ihracat verileri, ihracat-ithalat arasındaki orandan daha çok önemsenmiştir. Alan dışı ticareti dışlaya bilmek için ise Avrupa ortak pazarını tek bir birim olarak hesaplandı. Modelin oluşturulmasında araştırmaya dahil edilen diğer bölgeler ise ABD, Kanada, Birleşik Krallık, İsveç ve Japonya'dır. Mamul mallarda en çok paya sahip olan bu ülkeler Dünyadaki mamul mal ihracatının beşte dördten fazlasına sahiptirler (Balassa, 1965:104).

Birincil ürünlerin sübvansiyonlar, kotalara ve özel düzenlemelere tabi olmasından dolayı karşılaştırmalı üstünlüğü açıklamayı zorlaştırmasından dolayı model mamul mallarla sınırlı tutulmuş ve 74 ürün grubu üzerinden belirlenmiştir (Balassa, 1965:104).

Balassa (1965), Liesner'in İngiltere'nin Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğuna katılması durumunun olası etkilerini analiz etmek için 6 Avrupa ülkesi verileri ile yaptığı analizi (Liesner, 1958) genişleterek tüm sanayileşmiş ülkelerin verilerini kullanarak geliştirmiştir. RCA olarak adlandırılan endeks bir ülkenin incelenen ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığı bilgisini vermektedir. RCA endeksinin hesaplanma yöntemi aşağıda verilmiştir;

$$RCA_k^i = \frac{X_k^i}{X^i} / \frac{X_k}{X^w} \quad (1.2)$$

Denklem 1.2'de verilen RCA_k^i i ülkesinin k ürün grubundaki karşılaştırmalı üstünlük değerini temsil etmektedir. X_k^i i ülkesinin k ürün grubundaki ihracatını, X^i i ülkesinin toplam ihracatını, X_k k ürün grubunun dünya toplam ihracatını ve X^w dünya toplam ihracatını temsil etmektedir.

RCA endeksi 0 ile ∞ (sonsuz) arasında değer almaktadır. RCA endeksine göre bir ülkenin bir ürün grubundaki RCA değerinin 0 ile 1 arasında olması bu ülkenin incelenen ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığını ifade etmektedir. Hesaplanan RCA endeksinin 1'den büyük olması (1 ile ∞ arasında) durumunda ise bu ülkenin incelenen ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu belirtmektedir. Yani incelenen ülkenin incelenen ürün grubunda iyi bir ihracatçı olduğu kabul edilmektedir.

1.3.2. Lall vd. Sofistikasyon endeksi (Sophistication Index-SI)

Ticaret verilerini açıklamanın yanında ekonomilerin sahip olduğu rekabet gücünü ölçmek ve değerlendirmek isteyen araştırmacılar, dünya ticaretinde bulunan çok çeşitli ve artan ürün yelpazesini kategorileştirmek ve sınıflandırmak için gerekli olan yolları uzun bir süre araştırmışlardır. Bu bağlamda en bilindik iki yol olan ürünleri teknolojik yoğunluğuna ve faktör kullanım yoğunluğuna göre kategorize etme yöntemleriyle önemli bilgiler elde edilmiştir. Uluslararası ticarete konu olan ürünler hakkındaki detaylı ve ayrıştırılmış bilgilere bakıldığında benzer ürün üretiminde bulunan ülkelerin bu ürünlerin ayrımını

sağlayabilecek bir yönteme sahip olmak ve bu farklılıklarını detaylı bir şekilde ortaya koyabilmek oldukça faydalı olacaktır.

Bu amaçla Lall vd. (2006), ülkeleri kişi başına düşen GSYH değerlerine göre 10 gruba ayırarak önce her ürün grubunun ne kadar sofistike olduğunu temsil eden Sofistike Endeksi (Sophistication Index-SI) adında bir endeks hesaplamışlardır. Araştırmacılar, ilkin ürün gruplarının toplam ihracatlarının bu ülke gruplarına dağılım oranı ile çarparak her ürün grubu için bir benzersizlik endeksi oluşturmuşlardır. Bu aşamadan sonra bulunan Benzersizlik Endeksi değerlerini kullanarak Denklem 1 yardımıyla normalleştirme yapılarak her ürün grubu için bir Sofistike Endeksi değerini elde etmişlerdir.

$$SI(p) = 100 * \frac{BE(p) - BE(\min)}{BE(\max) - BE(\min)} \quad (1.3)$$

Denklem 1.3'te SI(p); p ürününün sofistike değerini, BE(p); p ürününün benzersizlik endeksi değerini, BE (min); en düşük benzersizlik endeksine sahip ürün grubunun benzersizlik endeksi değerini, BE (max) ise en yüksek benzersizlik endeksine sahip ürün grubunun benzersizlik endeksi değerini temsil etmektedir. Araştırmacılar Sofistike Endeks değerlerini bulduktan sonra, buldukları bu endeks değerlerini kullanarak ülkelerin toplam ihracatlarının ne kadar sofistike olduğunu hesaplamışlardır. Çalışma sonucunda yapılan analizlerde ise gelişmiş ülkelerin ihracatlarının sofistike değerinin az gelişmiş ülkelerin sofistike değerinden yüksek olduğu belirlenmiştir.

Sofistike endeksine göre bir ürünün ihracatçısı olan ülkenin ortalama geliri ne kadar fazla ise gelişmişlik düzeyinin yüksek olduğu kabul edilmektedir. Lall vd. (2006)'a göre, zengin ülkeler tarafından ihraç edilen ve yüksek getirili ürünlerin üreticilerinin dünya pazarında rekabet edebilmesi için yüksek teknoloji içeren ürünleri üretmesi gerekmektedir (Lall vd, 2006:222-236).

1.3.3. Hausmann Sofistikasyon endeksi (PRODY VE EXPY)

Belirli ürünlerde uzmanlaşmaya gidilmesi, uzmanlaşmaya gidilmiş olan diğer ürünlere göre yüksek verim ve büyüme getirebilir. Hükümetin izleyeceği politikanın üretim yapısı şekillendirme konusunda önemli bir rolü vardır, Takip edilecek politikanın söz konusu piyasa başarısızlığına karşı uygun şekilde işlendiğini varsayılır. Uzmanlaşma yapılarının tamamen öngörülebilir olmadığından dolayı herhangi bir iddiada bulunulmamaktadır. Örneği İsviçre'nin saat üretimindeki becerisi, kalitesi veya Belçika'nın çikolatadaki başarısını karşılaştırmalı üstünlüklerini normal bir şekilde açıklanamayacağını uzun zamandır anlaşılmıştır. Ekonomistlerin bu tür sırları çözüme kavuşturmak için ölçeğe göre

artan getiri, ağ etkileri, teknolojik yayılmalar, yoğun pazar ve dışsallıklar gibi birleşim modellerine dayandırdılar. Şartlar aynı iken gelişmiş ülkelerin ihraç ettiği sofistike ürün çeşitlerinde uzmanlaşan ülkelerin, sofistike olmayan ürünlerde uzmanlaşan ülkelere daha hızlı büyüme ve gelişim gösterebilir. Gelişmiş ülkeler gelişmiş ve yüksek getirisi olan ürünlere odaklanırken gelişmemiş olan ülkeler ise gelişmemiş ve düşük getiriye sahip olan malları ürettikleri için gelişmemeye ve yerinde saymaya devam etmektedirler. Buda demek oluyor ki ülkeler üretimlerine göre şekillenecektir (Hausmann, 2007:1-2).

Gelişmekte olan bir ülkenin ekonomisinde bir üründe üretim yapmaya çalışan girişimcinin zorunlu olarak kayda değer bir maliyet belirsizliği ile karşılaşır. Ürün genel bir teknoloji ile üretilse bile, yerli faktör donanımları ve kurumsal gerçeklikleri üstelemek ve yerel uyarlamayı gerektirecektir. Girişimcinin yaptığı şey, ekonominin altında yatan gerçeklik olan maliyet yapısını keşfetmektir. Bu süreç diğer girişimciler için kayda değer bir pozitif dışsallıklar üreten bir süreçtir. Yeni üretilen ürünün keşfi başarılı olursa diğer girişimciler yeni ürün konusunda verimliliği yüksek ürünün üretimini yapabileceklerini öğrenmiş olacaklar. Bu sayede ilk keşif maliyetini üstlenen girişimcinin maliyetteki keşif bilgileri yayılmış olur. Keşif maliyetinde yaşanacak başarısızlık ise riski üstlenen girişimciye özel kalır (Hausmann, 2007:2).

Mevcut bilgi dışsallığı, endüstri veya hükümet dışsallığının içselleştirileceği bir çözüm yolu bulunmadıkça, keşif maliyetindeki yatırımların genelin altında kalacağı anlamına gelir. Böyle bir ekonominin ürettiği ve ihraç ettiği ürün yelpazesi, yalnızca geçerli olan temel faktörler tarafından değil, ekonominin gelişmiş sektörlerinde maliyet keşfi yapmaya teşvik edebilecek öncü girişimciler tarafından da belirlene bilmektedir. Öncü girişimcilerin sayısı ne kadar artarsa ekonominin verimlilik sınırına o kadar yaklaşacaktır. Daha fazla Maliyet keşifleri yapan girişimciler artıkça ortaya çıkacak üretim seviyelerinin bilgisi üretim beklentisi açısından daha yüksek ve dünya pazarındaki payı daha büyük olacaktır (Hausmann, 2007:2-3).

EXPY 'yi hesaplamak için malları ihraç eden ülkelerin gelir seviyelerine göre sıralama yapılır. Gelişmiş ülkelerin ihraç ettiği mallar, gelişmekte olan ülkelerin ihraç ettiği mallardan daha üst sıralarda yer alır (Hausmann, 2007:9).

EXPY'nin kişi başına düşen GSYH ile yüksek derece ilişkilidir, diğer ilişkili olduğu unsurlar ise beşerî sermaye ve iş gücünün büyüklüğü temel belirleyicilerindendir (Hausmann, 2007:9).

Yüksek verimlilik düzeyine sahip malları ihraç eden ülkelerin, kişi başına düşen gelir, beşerî sermaye düzeylerini ve zamanla değişmeyen ülkenin özelliklerini kontrolünü sağladıktan sonra bile hızlı bir büyüme yakaladığını göstermektedir. Bu ekonomik büyümeyi sağlayan mekanizma kaynakların düşük verimlilik kaynağı olan ürünlerden girişimcinin maliyet keşif sürecinin sonucunda bulunduğu yüksek verimliliği olan ürünlere yönlendirmesinin sonucudur. Bu ürünlerin önem noktası dünya pazarlarında bu ürünler için esnek bir talebin bulunmasıdır.

Böylece herhangi bir ülkenin ticaret haddinde önemli bir olumsuz etki olmaksızın büyük miktarlarda ihracat yapabilmesidir. Bu mekanizmanın en iyi göstergesi olarak, başlangıçta yüksek EXPY değerine sahip olan ülkelerin daha sonra ihracatta daha yüksek büyüme yaşadıklarını göstermektedir. Girişimcilerin ve yeni sektörlerin yatırımını teşvik eden alt yapının teşvik edilmesi, ekonomik yakınsama için kritik öneme sahiptir (Hausmann, 2007:23).

Ülkelerin alt yapıları genellikle hali hazırdaki ürettikleri ürünlerden daha sofistike ürünler üretmesi için gerekli imkanları sağlar (Hausmann, 2007:24).

Balassa endeksini baz alan literatürün son zamanlarda çok farklı bir noktaya doğru geliştiği söylenebilir. Balassa endeksi bir ülkenin herhangi bir ürün grubundaki karşılaştırmalı üstünlüğünü analiz ederken bu endeksi baz alan Hausmann vd. (2007) Lall vd. (2006) çalışmasını geliştirerek 10'lu ülke grupları yerine tüm ülkelerin kişi başına düşen gelirlerini kullanarak ürün gruplarının sofistike değerini temsil eden PRODY endeksini geliştirmişlerdir

$$PRODY_k = \sum_i \frac{X_k^i / X^i}{\sum_i X_k^i / X^i} * Y^i \quad (1.4)$$

Denklem 1.4'te, $PRODY_k$ ifadesi k ürün grubunun sofistike değerini, Y^i i ülkesinin satın alma gücü paritesine göre sabit fiyatlarla kişi başına düşen GSYH'yi temsil etmektedir. Yüksek PRODY değeri ürün grubunun teknoloji yoğunluğunun ve katma değerinin yüksek; düşük PRODY değeri ise ürün grubunun teknoloji yoğunluğu ve katma değerinin düşük olduğu anlamına gelmektedir. Araştırmacılar yapmış oldukları çalışmada bilgisayar, otomobil ve görüntüleme teknolojisi gibi erken sanayileşmiş ülkeler tarafından üretilen Ar-Ge yoğunluğu fazla olan ürün gruplarının yüksek PRODY değerlerine sahip olduğunu belirlemişlerdir. Aksine tahıl, tarıma dayalı gıda sanayi ve tekstil gibi teknolojisi

sıradanlaşmış emek yoğun ürün gruplarının PRODY değerinin düşük olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmacılar daha sonra bu PRODY değerlerini kullanarak ülkelerin ihracatlarının ne kadar sofistike olduğunu temsil eden EXPY endeksini oluşturmuşlardır.

$$EXPY^i = \sum_k \frac{X_k^i}{\bar{X}^i} * PRODY_k \quad (1.5)$$

Denklem 1.5'te, $EXPY^i$ i ülkesinin ihracatının sofistike değerini temsil etmektedir. Araştırmacılar çalışma sonucunda ABD, İngiltere, Almanya, Japonya ve Fransa gibi ülkelerin yüksek EXPY; Gine, Nijer, Bangladeş gibi ülkelerin ise düşük EXPY değerine sahip olduklarını belirlemişlerdir. Bu durum araştırmacıların hesapladıkları endekslerin ülkeleri teknoloji yoğunluğuna göre sınıflamada başarılı olduğu şeklinde yorumlanabilir

2. ŞIRNAK, KİLİS VE GAZİANTEP İLLERİNİN DEMOGRAFİK VE SOSYO-EKONOMİK GÖSTERGELERİ

2.1. Gaziantep

Güneydoğu Anadolu Bölgesinin en gelişmiş şehirlerinden biri olan ve Türkiye'nin ise en gelişmiş 6. şehri olan Gaziantep, sanayi şehri olması bakımından Doğu Anadolu Bölgesinin ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinin hem dış hem de iç piyasada pazar payı yüksek olan ürünlerin işlendiği sanayi ve ticaret merkezidir. Serbest ticaret bölgeleri ve organize sanayi bölgeleri ile yüksek ticaret hacmine sahiptir. Yabancı yatırımcıların ülkede ihtiyaç duyduğu konaklama, gümrükleme, bankacılık, lojistik, ulaşım gibi birçok sektörde güçlü bir altyapıya sahip olması Gaziantep ilini daha da önemli bir hale getirmektedir. Yabancı yatırımları destekleyen Gaziantep büyük ölçekli firmaların yabancı yatırımlara açık olmasını sağlamaktadır. Küçük ölçekli firmalarında bu yatırımlardan yararlanması ile üretim ve istihdam da artış görülmektedir. En çok yabancı yatırım alan 20 ilden biri de Gaziantep'tir (Turan ve Ulusoy, 2016:150-151).

Bölgenin en aktif sanayi gücü olan Gaziantep, büyük imalat sanayi birim sayısının az olduğu, küçük ölçekli birimlerin yüksek sayılara ulaştığı bir bölge merkezidir. Yoğun bir şekilde faaliyet gösteren sektörler iplik dokuma sanayi ile halı/kilim ipliği sektörleridir (<https://www.ekodialog.com/Konular/gaziantep-ekonomisi-genel-ekonomik-durumu.html>).

Gaziantep gelişen halıcılık sektörüyle beraber Türkiye pazarlarına hâkim olmuştur. İhtiyaç duyulan hammaddelerin (iplik boyaları, ayakkabı yapımında kullanılan ürünler) tedarik edilmesine duyulan ihtiyaçla kimya sektörü de gelişme göstermiştir.

Tarıma elverişli olmamasına rağmen mercimek, bulgur, Antep fıstığı, nohut gibi ürünlerin işlenmesi Gaziantep'te yapılmaktadır. Bu ürünlerin işlenmesi için gerekli olan tarım makinaları, tekstil makinaları, yedek parça ve sanayi ürünleri, değirmen makinaları gibi parçaları hem Güneydoğu hem de Gaziantep için üretilmektedir.

2.2. Şırnak

Şırnak, Türkiye'nin en zengin kömür yataklarına ve ocaklarına sahip şehirlerden biridir. Şırnak merkezde kömür ocaklarının sayısı bir hayli fazladır. Mevcut kömür ocaklarının şehrin ekonomisine katkısı ve getirisi oldukça fazladır. Böylece Şırnak il merkezinin ekonomisinin kömür ocakları ve ticarete dayandığı söylenebilir.

Bununla birlikte şehir de bulunan kamu personelleri ve Şırnak üniversitesi bünyesindeki personel ve öğrencilerin de şehrin ekonomisine katkı sağladığı söylenebilir. Çünkü nüfusun artması şehrin ticaretini arttıracak ve yatırımların yapılmasına olanak sağlayacak önemli dinamiklerdendir. Bu açıdan bakıldığında Şırnak ili büyük nüfuslara sahip ve tarihi İpek Yolu gibi önemli bir ticaret yolu üzerinde bulunun Cizre ve Silopi ilçelerine sahip olması nedeniyle ekonomik anlamda büyük bir avantaja sahiptir. Zira Türkiye'nin farklı illerinden Irak'a yapılan ihracat, bu iki ilçe güzergahında yer almaktadır. Fakat söz konusu ilçeleri önemli kılan tek unsur ticaret yolları üzerinde olmaları değil tarımsal üretimin de önemli merkezlerinden biri olmaları ile de ilişkilidir.

Silopi'nin Şırnak'ın en geniş tarım arazilerine sahip olması onun ticaretin yanında tarımsal anlamda da ilin ekonomisine katkısını ön plana çıkarmaktadır. Söz konusu araziler tarıma son derece elverişlidir. Söz konusu ilçede günümüzde tarımsal çeşitliliğin de arttığı görülmektedir.¹ Benzer şekilde Şırnak'ın İdil ilçesinin de geniş tarım arazilerine sahip olduğu bilinmektedir. Fakat yüzölçümü olarak en büyük ilçe olmasına rağmen topraklarının büyük bir kısmının taşlık olması ve bu taşların temizlenmesinin maliyetli olması bu arazilerin tarımsal anlamda tam olarak kullanılmasına engel oluşturmaktadır. Ancak bu ilçede hayvancılığın geliştiği söylenebilir (Hüseyini, 2018:17-19). Şırnak'ın diğer ilçelerine nazaran dağlık olan Beytüşşebap ve Uludere ise doğal güzellikleri ile ön plana çıkmaktadır. Söz konusu özellik ilçelerin turistik potansiyellerini de ön plana çıkarmaktadır. Şırnak geneline yönelik çizilen turistik rotalar bu doğal güzelliklerin görünürlüğünü arttırmıştır (Kadırhan ve Çelik, 2023: 776). İlçelerdeki dağlık yapılardan dolayı doğanın sağladığı zengin bitki örtüsüyle hayvancılık ve arıcılık sektörlerinin geliştiği söylenebilir. Arıcılıkta büyük bir gelişme kaydedilmesiyle büyük miktarlardaki üretilen ballar Türkiye'nin farklı bölgelerine pazarlanmaktadır. Bu da iki ilçenin ekonomisine de büyük katkılar sağlamaktadır. En küçük ilçelerden biri olan Güçlükonak ise hayvancılıkta gelişim göstermiştir. Bununla birlikte ilçede bulunan kaplıcalar ve termal oteller de turizme açılmış olup ilçe ekonomisine katkı sağlamıştır (Hüseyini, 2018:17-19).

¹ Silopi ilçesinin tarım arazilerinde daha yoğun bir şekilde buğday, pamuk ve mısır gibi tek ekimlik ürünler yetiştirilmiştir. Fakat günümüzde tarımsal teknolojiden daha çok yararlanmaya başlandığı ve yer fıstığı gibi ürünlerin üretimine başlanarak üretimde çeşitliliğin artırılmasının önünün açıldığı görülmektedir.

2.3. Kilis

Kilis ili ekonomik yapı bakımından tarımsal üretime bağlıdır. Bu tarımsal üretimde öncelikli olarak bağcılık ve zeytincilik ön plana çıkmaktadır. Sebze ve meyve üretimi ise çok düşüktür. Fakat bu açık seracılığın gelişmesi ile nispeten giderilmiştir. Bu nedenle sebze ziraatı bağcılık ve zeytincilikten sonra gelmektedir.

Bağ ve zeytinde tahmini olarak;

- Bağ(kök) 14.000.000 adet, üretimi ise 180.000 ton yaş üzüm.
- Zeytin(ağaç) 2.500.000 adet, üretimi ise 30.000 ton tane zeytin olarak gerçekleşir.

Öte yandan yapı üretim endüstrisinde briket-biz boru-mozaik taş yapımcılığı ile sınırlı kalmıştır, bu üretilenler ise ancak Kilis'in ihtiyaçlarını karşılayaabilecek kapasitededir. Dış pazarlara satışları bulunmamaktadır.

Kilis ilinde madencilik ise yok denecek kadar azdır. Dostallı köyü ve civarlarında ilkel yöntemlerle az bir oranda krom çıkarılmaktadır. Fakat Boğazkerim köyü civarında oldukça zengin fosfat ve magnezyum rezervlerinin olduğu da bilinmektedir.

Endüstri olarak tek el suma fabrikası kilisin en büyük ve gelişmiş tesislerindedir. Üretim kapasitesi 1.200 tondur. Bu imalathane 1950'li yıllarda şarap fabrikası olarak iddialı bir üretim merkeziydi fakat gelişim gösteremeyerek Ankara Atatürk Orman Çiftliği şarap fabrikasına bağlı bir imalathane haline gelmiştir.

Kilis'te oldukça fazla sayıda zeytin kırma ve presleme yapan zeytinyağı imalathaneleri, Pabuç ve pekmez imalatı yapan atölyeler bulunmaktadır. Eskiden evlerde yapılan "üzüm sucuğu" ve pestil atölyeleri seri imal edilerek yeni bir gıda sanayi dalı oluşturuldu. Yine eskiden kapalı ev ekonomisi sistemi olarak üretilen nişasta, bulgur toptan olarak küçük ve nitelikli imalathanelerde üretimleri yapıldı. Küçük atölyelerde imal edilen tahin (susam yağı) teknik usullerle kırma ve süzme makineleri aracılığı ile üretilmektedir. Kilis kalkınmada öncelikli iller arasına alınmıştır. Bu olgu kilisin ekonomide toparlanmasına ve kalkınmasına yardımcı olacaktır (<http://kentgazetesi.biz/kilis-yoresi-ekonomik-yapisi/>). Dolayısıyla genel olarak Kilis ilinin ticaret kapasitesinin sınırı yetişen tarım ürünlerinin ve ilin gereksinimi olan eşya ve üretilenlerin alınıp satılmasıyla sınırlı kaldığı söylenebilir.

2.4. İllerin Nüfus Yapıları ve İşsizlik Oranı

İllerin nüfus yoğunlukları onların sosyo-ekonomik özellikleri açısından büyük önem ve etkilere sahiptir. Şırnak, Gaziantep, Kilis illerinin 2004-2019 yıllarına ait nüfus oranları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. İllerin nüfus yapıları

Yıllar	Şırnak	Gaziantep	Kilis
2004	392.364	1.441.079	114.615
2005	400.123	1.480.026	115.886
2006	408.065	1.519.905	117.185
2007	416.001	1.560.023	118.457
2008	429.287	1.612.223	120.991
2009	430.424	1.653.670	122.104
2010	430.109	1.700.763	123.135
2011	457.997	1.753.596	124.452
2012	466.982	1.799.558	124.320
2013	475.255	1.844.438	128.586
2014	488.966	1.889.466	128.781
2015	490.184	1.931.836	130.655
2016	483.788	1.974.244	130.825
2017	503.236	2.005.515	136.319
2018	524.190	2.028.563	142.541
2019	529.615	2.069.364	142.490

Tablo 1 incelendiğinde her üç ilin nüfus oranında artış olduğu ancak en yüksek nüfus artış oranının Gaziantep ilinde yaşandığı gözlemlenmektedir. Ayrıca Gaziantep ilinin nüfusu genel olarak Kilis ve Şırnak illerine oranla daha yüksektir. Şırnak ve Gaziantep illerinin nüfuslarının 2019 yılında en yüksek seviyede olduğu, Kilis ilinde ise 2018 yılında en yüksek seviyeye ulaştığını ve 2019 yılında az da olsa nüfusunda bir azalma meydana geldiği gözlemlenmiştir. Söz konusu nüfus değişimlerinin yanı sıra illerdeki işsizlik oranları da önemli ekonomik göstergelerdendir. Tablo 2’de illerin işsizlik oranlarına yer verilmiştir.

Tablo 2. İllerin işsizlik oranları

Yıllar	Şırnak	Gaziantep	Kilis
2004	6,1	15,1	15,1
2005	11,1	13,8	13,8
2006	15,7	15,2	15,2
2007	19,9	18	18
2008	17,4	16,4	16,4
2009	15,1	17,2	17,2
2010	11,8	12,1	12,1
2011	12,7	14,4	14,4
2012	21,3	11,8	11,8
2013	21,1	7,3	7,3
2014	24,2	8,1	8,1
2015	25	10,1	10,1
2016	28,6	14,5	14,5
2017	27,1	15,3	15,3
2018	25,1	13	13
2019	31,1	15,5	15,5

Not: İşsizlik oranı il bazında mevcut olmadığından bölgesel olarak baz alınmıştır.

Gaziantep, Şırnak, Kilis illerinin yıllar itibariyle nüfus olarak büyümelerinin yanı sıra Tablo 2 incelendiğinde Şırnak'ta işsizlik oranının artış eğilimi gösterdiği gözlenmektedir. Gaziantep ve Kilis'te ise zaman zaman artışlar ve azalışlar gözlenmekle birlikte 2019 yılında 2004 yılındaki oranlara sahip olduğu görülmektedir. Üç ilin de nüfusları artarken Gaziantep ve Kilis illerindeki işsizlik oranlarında artışın gözlenmemesi bu iki ilin ekonomisi için olumlu olarak değerlendirilmektedir. Fakat Şırnak'ta nüfus artışı ile işsizlik oranında ciddi artışlar yaşanmıştır.

2.5. Türkiye'nin 2004-2019 Yılları Arası İller Bazında Kişi Başına Düşen Gayri Safi Yurt İçi Hâsılası (GSYH)

Bir ilin veya ülkenin en önemli sosyo-ekonomik göstergelerinden biri de GSYH verileridir. Genel olarak Türkiye'nin özel olarak da Gaziantep, Şırnak ve Kilis illerinin yıllar itibari ile GSYH değeri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Gaziantep, Şırnak, Kilis illerinin yıllar itibari ile kişi başına düşen GSYH verileri (\$)

Yıllar	Gaziantep	Kilis	Şırnak	TR Geneli
2004	4.199	2.855	2.522	5.961
2005	5.001	3.967	2.979	7.304
2006	5.389	4.017	3.236	7.906
2007	6.305	4.967	3.991	9.656
2008	6.949	5.136	4.431	10.931
2009	5.613	4.714	3.914	8.980
2010	6.657	5.841	4.681	10.560
2011	7.173	5.199	4.929	11.205
2012	7.445	5.586	5.439	11.588
2013	8.519	6.832	5.953	12.480
2014	8.591	6.241	5.572	12.112
2015	8.009	6.445	5.126	11.019
2016	7.868	6.144	5.205	10.883
2017	7.652	5.963	5.166	10.616
2018	7.084	5.325	4.939	9.792
2019	6.595	5.119	4.787	9.195

Tablo 3 incelendiğinde Şırnak ilinin GSYH'nin en yüksek değeri 2013 yılında 5.953 \$ en düşük değeri ise 2004 yılında 2.522 \$ olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılından sonra bu gelişim trendini devam ettirememiş olsa da GSYH'deki düşüş oldukça minimum düzeyde gerçekleşmiştir. Fakat pandemi ve küresel ekonomik krizlerin de etkisi le 2017 yılından sonraki dönemler de GSYH'de nispeten daha sert düşüşler yaşanmıştır. Aynı dönemler de Gaziantep, Kilis ve Türkiye genelinde benzer sebeplerle benzer oranlarda düşüşler gerçekleşmiştir. Fakat Gaziantep'in gelişmiş sanayisinin etkisi olarak görülebilecek yüksek GSYH değeri bu ili diğer iki ilden ayırmaktadır. Örneğin 2013-2015 yıllarını kapsayan dönemde tüm iller en yüksek GSYH değerlerine sahip olmuşken Gaziantep Şırnak ve Kilis'e göre 2-3 puan daha yüksek GSYH değerlerine sahip olmuştur.

2.6. İllerin Türkiye İhracatındaki Payları

GSYH'nin önemli belirleyicilerinden biri olarak görülebilecek ihracat tüm ülkelerin ve bölgelerin kalkınmasına katkı sunabilecek önemli unsurlardandır. Dolayısıyla ihracat rakamları ile GSYH değerlerinin paralellik göstermesi beklenmektedir. Bu yüzden illerin

GSYH değerlerinden sonra ihracatları ve ülkenin ihracatındaki payları illerin gelişmişlik düzeyleri açısından önemli veri setleri olarak görülmektedir. Bu amaçla Şırnak ilinin ve Türkiye'nin ihracat rakamları ile Şırnak'ın Türkiye ihracatındaki payı Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Şırnak ilinin Türkiye ihracatındaki payı

Yıllar	Şırnak İlinin İhracatı	Türkiye'nin İhracatı	Türkiye'nin ihracatındaki payı
2004	106.133.375	63.167.152.820	0,17%
2005	250.740.020	73.476.408.143	0,34%
2006	210.283.468	85.534.675.518	0,25%
2007	265.202.422	107.271.749.904	0,25%
2008	382.885.204	132.027.195.626	0,29%
2009	607.254.755	102.142.612.603	0,59%
2010	625.402.026	113.883.219.184	0,55%
2011	910.482.226	134.906.868.830	0,67%
2012	1.018.061.824	152.461.736.556	0,67%
2013	1.071.130.011	151.802.637.087	0,71%
2014	697.224.894	157.610.157.690	0,44%
2015	500.002.469	143.838.871.428	0,35%
2016	407.323.967	142.529.583.808	0,29%
2017	468.025.783	156.992.940.414	0,30%
2018	351.794.109	167.920.613.455	0,21%
2019	374.067.141	171.464.944.593	0,22%

Tablo 3'teki verilere paralel olarak Tablo 4'te Şırnak'ın ihracat rakamlarının şekillendiği görülmektedir. Şöyle ki Tablo 3'te Şırnak'ın GSYH değerlerinin en yüksek olduğu yıllarda Tablo 4'te de görülebileceği gibi ihracatı da en yüksek seviyesindedir. Türkiye geneli de söz konusu yıllar arasında en yüksek ihracat rakamlarının yaşandığı dönemlerden biri de 2012-2014 yılları olmuştur. Fakat Şırnak açısından Türkiye genelinin gerisinde kaldığı 2014 yılından sonra görülmektedir. Türkiye geneli ihracat rakamlarında 2016 yılından sonra sürekli bir artış trendi yaşanırken Şırnak'ın ihracat rakamlarında ve Türkiye'nin ihracatındaki payında ise önemli ölçüde azalışlar yaşanmıştır. Gaziantep ili için de söz konusu verilerin GSYH verileri ile tutarlılık arz edebileceği düşünülmektedir. Tablo 5'te Gaziantep ilinin ve Türkiye'nin ihracat rakamları ile Gaziantep ilinin Türkiye'nin ihracatındaki payı yer almaktadır.

Tablo 5. Gaziantep ilinin Türkiye ihracatındaki payı

Yıllar	Gaziantep İlinin İhracatı	Türkiye'nin İhracatı	Türkiye'nin İhracatındaki Payı
2004	1.295.291.728,00	63.167.152.820,00	2,05%
2005	1.652.554.330,00	73.476.408.143,00	2,25%
2006	1.857.722.369,00	85.534.675.518,00	2,17%
2007	2.447.655.835,00	107.271.749.904,00	2,28%
2008	3.237.060.902,00	132.027.195.626,00	2,45%
2009	2.952.992.654,00	102.142.612.603,00	2,89%
2010	3.518.434.246,00	113.883.219.184,00	3,09%
2011	4.759.951.847,00	134.906.868.830,00	3,53%
2012	5.579.874.690,00	152.461.736.556,00	3,66%
2013	6.515.193.856,00	151.802.637.087,00	4,29%
2014	6.658.801.813,00	157.610.157.690,00	4,22%
2015	6.330.321.221,00	143.838.871.428,00	4,40%
2016	6.418.991.002,00	142.529.583.808,00	4,50%
2017	6.580.701.506,00	156.992.940.414,00	4,19%
2018	6.872.019.859,00	167.920.613.455,00	4,09%
2019	7.418.005.475,00	171.464.944.593,00	4,33%

Tablo 5 incelendiğinde Gaziantep ilinin de hem ihracat rakamları hem de Türkiye'nin ihracatındaki payı açısından Türkiye geneline yakın bir ivme söz konusudur. 2013 ve 2014 yılları hem Türkiye için hem de Gaziantep için az miktarda ve kısa süreli bir düşüşün yaşanacağı yıllar olmuştur. Genel olarak Gaziantep'in Tablo 6'da görüleceği gibi Kilis'e ve Tablo 4'te görüldüğü üzere Şırnak'a göre Türkiye ihracatındaki payı oldukça yüksektir. Türkiye ihracatındaki payına bakıldığında en iyi döneminin 2016 olduğu ve en kötü döneminin ise 2004 yılı olduğu görülmektedir. Tablo 6'da Kilis ilinin ve Türkiye'nin ihracat rakamları ile Kilis ilinin Türkiye'nin ihracatındaki payı yer almaktadır.

Tablo 6. Kilis ilinin Türkiye ihracatındaki payı

Yıllar	Kilis İlinin İhracatı	Türkiye'nin İhracatı	Türkiye'nin İhracatındaki Payı
2004	3.201.751,00	63.167.152.820,00	0,005%
2005	4.496.410,00	73.476.408.143,00	0,006%
2006	7.968.228,00	85.534.675.518,00	0,009%
2007	12.864.679,00	107.271.749.904,00	0,012%
2008	23.907.419,00	132.027.195.626,00	0,018%
2009	16.455.788,00	102.142.612.603,00	0,016%
2010	23.320.428,00	113.883.219.184,00	0,020%
2011	30.545.758,00	134.906.868.830,00	0,023%
2012	11.670.907,00	152.461.736.556,00	0,008%
2013	25.974.130,00	151.802.637.087,00	0,017%
2014	45.070.685,00	157.610.157.690,00	0,029%
2015	82.168.056,00	143.838.871.428,00	0,057%
2016	105.203.901,00	142.529.583.808,00	0,074%
2017	71.250.986,00	156.992.940.414,00	0,045%
2018	81.178.839,00	167.920.613.455,00	0,048%
2019	43.414.617,00	171.464.944.593,00	0,025%

Tablo 6 incelendiğinde diğer illerden farklı olarak Kilis'te 2016 yılında ihracat rakamlarında ciddi bir artış söz konusudur. Fakat bu tarihten sonra ise Gaziantep'in aksine sert düşüş yaşanmıştır. Bu durum Türkiye ihracatındaki payına da yansımıştır. Kilis ilinin Türkiye'nin ihracatındaki payındaki en iyi döneminin 2016 yılı olduğu ve en kötü döneminin 2004 yılı olduğu gözlemlenmektedir.

2.7. İllerin Dış Ticaret Verileri

Şırnak, Gaziantep ve Kilis illerinin ithalat ve ihracat rakamlarının yanı sıra söz konusu illerin ithalat ile ihracatları arasındaki farkları verilmiştir.

Tablo 7. Şırnak ilinin dış ticaret verileri

Yıllar	İhracat	İthalat	İthalat-İhracat Farkı
2004	106.133.375	13.119.368	93.014.007
2005	250.740.020	10.819.202	239.920.818
2006	210.283.468	15.331.900	194.951.568
2007	265.202.422	95.469.277	169.733.145
2008	382.885.204	17.974.941	364.910.263
2009	607.254.755	7.213.532	600.041.223
2010	625.402.026	9.492.762	615.909.264
2011	910.482.226	9.835.014	900.647.212
2012	1.018.061.824	40.732.925	977.328.899
2013	1.071.130.011	130.645.499	940.484.512
2014	697.224.894	35.569.318	661.655.576
2015	500.002.469	12.910.477	487.091.992
2016	407.323.967	33.435.335	373.888.632
2017	468.025.783	32.140.679	435.885.104
2018	351.794.109	19.776.519	332.017.590
2019	374.067.141	18.093.813	355.973.328
2020	551.890.580	19.065.179	532.825.401
2021	764.911.341	13.336.427	751.574.914

Tablo 7 incelendiğinde; 2004 yılından 2013 yılına kadar Şırnak ihracatta sürekli olarak artış göstermiştir ve yapılan ihracat daima ithalattan daha fazla olmuştur. 2013 yılından sonra ihracatta düşüşler yaşanmıştır bu ihracat düşüşleri 2019 yılına kadar devam etmiştir. Şırnak ili ihracatta en iyi dönemlerini 2012 ve 2013 yıllarında 1 milyar dolar seviyesinde ihracat yaparak en iyi dönemlerini yaşamıştır.

Gaziantep'in 2004-2019 yılları arasında gerçekleştirdiği ihracat ve ithalat oranları ile ülke ekonomisinin dış dengeye ulaşmasına ne derece katkıda bulunduğu aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 8. Gaziantep ilinin dış ticaret verileri

Yıllar	İhracat	İthalat	İthalat-İhracat Farkı
2004	1.295.291.728	1.332.130.062	-36.838.334
2005	1.652.554.330	1.686.154.900	-33.600.570
2006	1.857.722.369	1.846.299.935	11.422.434
2007	2.447.655.835	2.269.083.682	178.572.153
2008	3.237.060.902	2.793.357.375	443.703.527
2009	2.952.992.654	2.128.416.935	824.575.719
2010	3.518.434.246	3.430.557.769	87.876.477
2011	4.759.951.847	4.723.312.225	36.639.622
2012	5.579.874.690	5.053.993.422	525.881.268
2013	6.515.193.856	5.608.040.863	907.152.993
2014	6.658.801.813	5.808.439.374	850.362.439
2015	6.330.321.221	4.884.123.286	1.446.197.935
2016	6.418.991.002	4.816.682.273	1.602.308.729
2017	6.580.701.506	5.236.441.694	1.344.259.812
2018	6.872.019.859	4.881.807.397	1.990.212.462
2019	7.418.005.475	5.006.595.370	2.411.410.105

Tablo 8 incelendiğinde; 2004 ve 2005 yıllarında Gaziantep'in ithalat ve ihracatına bakıldığında bu iki yılda Gaziantep ihracattan daha çok ithalat yapmıştır ve bu da ihracatı kötü bir konuma getirmiştir. Daha sonraki yıllarda 2006 yılından itibaren ihracat ve ithalatta sürekli bir artış yaşanmıştır. 2009 yılında ihracat ve ithalatta düşüş yaşanmış ve sonraki yıllarda ithalat ve ihracatta yine artışlar yaşanmıştır. Bu artışlarda ön plana çıkan ihracat olmuştur. Gaziantep, ihracatın ithalatı geçtiği ve ihracatta en iyi dönemini 2019 yılında 2.411.410.105 milyar dolarlık bir farkla gerçekleştirmiştir. Kilis ilinde ise ithalat ve ihracat artışlarında bir dalgalanma olduğu görülmektedir.

Kilis'in 2004-2019 yılları arasında gerçekleştirdiği ihracat ve ithalat oranları ile ülke ekonomisinin dış dengeye ulaşmasına ne derece katkıda bulunduğu aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 9. Kilis ilinin dış ticaret verileri

Yıllar	İhracat	İthalat	İthalat-İhracat Farkı
2004	3.201.751	9.508.524	-6.306.773
2005	4.496.410	11.433.612	-6.937.202
2006	7.968.228	15.807.423	-7.839.195
2007	12.864.679	35.008.788	-22.144.109
2008	23.907.419	34.402.624	-10.495.205
2009	16.455.788	25.840.101	-9.384.313
2010	23.320.428	49.699.672	-26.379.244
2011	30.545.758	42.423.146	-11.877.388
2012	11.670.907	16.539.135	-4.868.228
2013	25.974.130	24.736.304	1.237.826
2014	45.070.685	31.255.596	13.815.089
2015	82.168.056	41.542.448	40.625.608
2016	105.203.901	34.807.640	70.396.261
2017	71.250.986	29.060.501	42.190.485
2018	81.178.839	176.848.042	-95.669.203
2019	43.414.617	10.971.826	32.442.791

Tablo 9 incelendiğinde; 2004 yılından 2012 yılına kadarki süreçte Kilis ilinin ihracat ve ithalat değerleri sürekli olarak artmış, ithalat miktarı ihracat miktarından daha fazla olmuştur. 2013 yılından itibaren 2017 yılına kadar yapılan ihracat ve ithalat sonucunda ihracatın sürekli olarak ithalattan daha fazla artış göstermiş ve daha çok ihracat yapılmıştır. Fakat 2017 yılından sonra özellikle de 2018 yılında dış ticarete en kötü dönemini yaşamıştır. İhracat ve ithalat arasında 95.669.203 milyonluk büyük bir fark oluşmuştur. Kilis ilinin ihracatta en iyi dönemi 2016 yılında gerçekleşmiştir.

İllerin ihracatlarını en çok nerelere yaptıkları bu ihracatlarının potansiyellerini açığa çıkarmak ve arttırmaya yönelik politikalar belirlemek için oldukça önemlidir. 2019 yılı için Şırnak, Gaziantep ve Kilis illerinin en çok ihracat yaptıkları 5 ülke Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Şırnak, Gaziantep ve Kilis illerin 2019 yılında en çok ihracat yaptıkları ilk 5 ülke

Şırnak		Gaziantep		Kilis	
Irak	344.813.787	Irak	1.481.453.761	Suriye	31.294.542
Suriye	11.637.480	ABD	784.133.854	Irak	7.703.523
Libya	5.010.885	Suriye	381.778.527	İsrail	1.267.244
İran	3.587.274	Suudi Arabistan	352.969.208	İran	519.415
Sudan	1.888.580	Birleşik Krallık	323.690.110	Libya	518.534
Toplam ihracat	366.938.006		3.324.025.460		41.303.258
2019 Yılı ihracat	374.067.141		7.418.005.475		43.414.617

Tablo 10 incelendiğinde Şırnak ilinin 2019 yılında en çok ihracat yaptığı ilk 5 ülkeye yaptığı ihracat 366.938.006 dolardır. Şırnak'ın 2019 yılı toplam ihracatının 374.067.141 dolar olması ilin toplam ihracatının tamamına yakını bu 5 ülkeye yaptığı söylenebilir. Bir sanayi kenti olan Gaziantep ise 2019 yılında en çok ihracat yaptığı 5 ülkeye toplam ihracatının yarısından biraz fazlasını gerçekleştirmiştir. Bu Gaziantep'in ihracat ağının daha geniş olduğu şeklinde yorumlanabilir. Daha az çeşitli ürün ihracatında bulunan Kilis ve Şırnak gibi iller de üretimde çeşitliliği arttıran Gaziantep'in bu özelliklerini ön plana çıkarmaktadır. Zira Kilis ilinin de 2019 yılında ihracat yaptığı 5 ülkeye gerçekleştirdiği ihracat toplam ihracatına yakındır. Zaten bu üç ilin ihracat yaptığı ülke sayısı da söz konusu göstergeleri desteklemektedir.

2.8. Gaziantep, Şırnak, Kilis İllerinin 2004-2019 Yılları Arasında İhracat Yaptıkları Ülke Sayısı

2004-2019 yılından Şırnak, Gaziantep ve Kilis illerinin ihracat yaptıkları ülke sayıları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. Gaziantep, Şırnak, Kilis illerinin 2004-2019 yılları arasında ihracat yaptıkları ülke sayısı

Yıllar	Şırnak	Gaziantep	Kilis
2004	11	152	10
2005	15	148	13
2006	11	156	18
2007	14	161	19
2008	14	174	23
2009	29	172	15
2010	22	178	15
2011	22	181	12
2012	29	187	9
2013	41	186	13
2014	51	185	21
2015	25	186	44
2016	37	185	58
2017	44	191	44
2018	41	193	53
2019	47	189	37

Tablo 11 incelendiğinde Gaziantep, Şırnak, Kilis illerinin 2004-2019 yılları arasında ihracat yaptıkları ülke sayılarına bakıldığında Şırnak ilinin ihracat yaptığı ülke sayısında sürekli olarak bir artış ve azalış yaşandığını en çok ihracat yaptığı ülke sayısının zirve yaptığı dönemin 2014 yılı olduğu görülmektedir. Gaziantep ilinin ihracat yaptığı ülke sayılarına bakıldığında genel olarak artışlar yaşandığını 2019 yılında ise az da olsa bir azalış yaşandığı görülmekte ve en çok ihracat yaptığı ülke sayısının zirve yaptığı dönemin 2018 yılı olduğu gözlenmektedir. Kilis ilinin de yıllara göre ihracat yaptığı ülke sayılarına bakıldığında ihracat yaptığı ülke sayısında artış ve azalışlar meydana gelmiştir. En az ihracat yaptığı ülke sayısı 2012 yılıdır bunun aksine en çok ihracat yaptığı ülke sayısının zirve yaşadığı dönem ise 2016 yılıdır. İllerin en çok ihracat yaptıkları ülke sayılarının en iyi dönemleri koyu renk ile belirtilmiştir.

3. LİTERATÜR TARAMASI

3.2. Ürün Gruplarının Sofistikeliği Üzerine Yapılmış Olan Çalışmalar

Bela Balassa (1965) Liesner (1958) çalışmasını geliştirerek bir ülkenin bir ürün grubundaki karşılaştırmalı üstünlüğünü veren RCA (Revealed Comparative Advantage – Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler) endeksini geliştirmiştir. Bu endekse göre bir ülkenin bir ürün grubundaki RCA değerinin 0 ile 1 arasında olması bu ülkenin incelenen ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığını ifade etmektedir. Hesaplanan RCA endeksinin 1’den büyük olması ise bu ülkenin incelenen ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu belirtmektedir.

Sezgin (2017) çalışmasında Türkiye’nin ticaretindeki geliştirmeler araştırılmış ve dış ticaret serbestisinin etkileri analiz edilmiştir. Analiz yapılırken RCA endeksi, Lafay endeksi, Herfindahl-Hirschmann ve çeşitli endeksler kullanılmıştır bu kapsam da Türkiye’nin son 30 yıllık ticaret geçmişi araştırılmıştır. Bunun sonucunda Türkiye’nin ihracat performansının ticaretin serbestleşmesinden olumlu etkilendiği, Türkiye’nin ithalat tarifelerinin ihracatın büyümesinde olumlu rol oynadığı belirlenmiş ve Dünya geliri artıkça Türkiye’nin ihracatının yaptığı ürünlerde toplam tüketici talebindeki payının azaldığı gözlemlenmiştir.

Çınar (2023) çalışmasında Türkiye’de 26 Düzey-2 bölgesi bazında yardımıyla 2014-2020 yılları arasında ilişkili ve ilişkisiz ihracat çeşitliliği ile gelir dağılımı arasındaki ilişkiyi RCA yöntemi yardımıyla araştırmıştır. Bunun sonucunda Türkiye’de ilişkili çeşitlilik ve gelir dağılımı arasında anlamlı bir ilişki yokken, Türkiye’nin nispeten gelişmiş, batı bölgelerinde ilişkisiz çeşitliliğin artması portföy etkisi üzerinden gelir dağılımını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Altay ve Gürpınar (2008) 2001-2006 yılları arasında yaptığı çalışmasında Türk mobilya sektörü üzerine bir analiz yapılmıştır. Bu çalışmada kullandığı endeksler hem Balassa hem de Balassa’nın RCA endeksinin farklı biçimlerde (RXA, RMA, RTA) kullanarak analizini yapmıştır. Bunun sonucunda Türk mobilya sektörünün 2005 ve 2006

yılların da RCA değeri 1 olarak bulunması ile uluslararası alanda rekabet konusunda üstünlük sahibi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Shahid Maqbool vd. (2021) çalışmasında Balassa Endeksi ve düzeltilmiş formlar kullanılarak Pakistan'ın dünyaya meyve ihracatının karşılaştırmalı üstünlüğü ve rekabet gücü 2003-2019 yılları baz alınarak incelenmiştir. Çalışmada, söz konusu sektörde Pakistan'ın karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ve yıllar itibariyle bu üstünlük derecesini arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Eroğlu ve Özdamar (2005) çalışmasında Türk imalat sanayinin rekabet gücü ve beyaz eşya sektörü üzerine analizler yapılmıştır. Çalışmada Balassa'nın RCA endeksi kullanılmış ve analizler sonucunda Türk beyaz eşya sektörünün Dünya ve AB ülkeleri karşısındaki rekabet gücünün giderek arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Vergil ve Yıldırım (2006) çalışması Türkiye'nin 1993-2002 yılları arasında karşılaştırmalı üstünlük endeksi yardımıyla gümrük birliğinin bu endeks üzerinde bulunan etkisini analiz etmişlerdir. Araştırmacılar, çalışmanın analizi sonucunda taklidi zor araştırması yoğun mallarda gümrük birliğinin Türkiye'nin rekabet gücünü arttırdığını, sermaye yoğun mallarda ise azalttığını tespit etmişlerdir.

Balogh ve Jambor (2018) çalışmasında Avrupa ülkeleri arasında peynir endüstrisinde ön planda olan ülkeler belirlenmeye çalışılmıştır. 1990-2013 yılların aralığının baz alınarak verilerin analiz edildiği çalışmada Avrupa peynir pazarında Hollanda, Fransa ve Danimarka'nın karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ve söz konusu dönemde bu üstünlüklerini koruduğu tespit edilirken Almanya ve İtalyan'ın peynir rekabet gücünde ise düşüşler yaşadıklarını belirlemişlerdir.

Çoban vd (2010) çalışmasında Türk tarımının Avrupa Birliği ülkeleri karşındaki sektörel rekabet gücünü Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır. RCA endeksinin analizinin sonucunda Türkiye'nin bitkisel ve hayvansal ürünlerde Avrupa birliği ülkelerine göre bu gruplarda rekabet gücünün yüksek ve avantajlı olduğunu diğer yandan canlı hayvan grubunda ise Türkiye'nin Avrupa birliği ülkelerine göre bu ürün grubunda dezavantajlı olduğu belirlenmiştir.

Belirtilen literatür karşılaştırmalı üstünlükler açısından belirli ülkeler ve ürünler için analizler gerçekleştirmiştir. Fakat Balassa endeksi yardımı ile hesaplanan bu üstünlüklerin asimetrik olduğuna ve bu asimetrikliği'n karşılaştırmalı üstünlükler açısından sapmalı sonuçlar oluşturabileceğine yönelik eleştiriler RCA endeksinin

simetrikleştirilmesine yönelik ciddi çabaları yansıtmaktadır. Laursen (2015) çalışması söz konusu asimetrikliği düzeltmek için yeni bir endeks oluşturmuştur. RSCA (Revealed Symetric Comparative Advantage) olarak bilinen Laursen'nin simetrik endeksi -1 ile +1 değer almaktadır. Bu çalışmada da karşılaştırmalı üstünlükleri ölçmek için bu endeks kullanılmıştır. Endekse yönelik geniş bilgiler yöntem kısmında verilmiştir.

3.3. İhracat Yoğunluk Endeksi Üzerine Yapılan Çalışmalar

Malik ve Rather (2015) çalışmasında Çin'in Güney Asya ülkelerine olan ihracat yoğunluk endeksini 2005 ve 2013 yılları aralığı baz alınarak hesaplanmıştır. Çalışma sonucunda 2005 yılından 2013 yılına kadar Çin'in Butan'a olan yoğunluk endeksi 0,15'ten 1.6'ya; Sri Lanka'ya 0,21'den 1,25'e çıktığı belirlenmiştir. Bu sonuç 2005 yılında Çin'in bu iki ülkedeki pazar potansiyelini tam olarak kullanmadığı 2013 yılına gelindiğinde ise pazar potansiyelini tam olarak kullandığı anlamına gelmektedir. Çin'in Bangladeş'e olan ihracat yoğunluk endeksinin 2.43'ten 2.85'e; Pakistan'a 1.76'dan 2.10'a ve Nepal'e ise 1.07'den 2.40'a çıktığı belirlenmiştir. Çalışmanın sonucunda 2005 yılı için Çin'in bu ülkelere olan pazar potansiyelini tam olarak kullandığı, 2013 yılına gelindiğinde ise rekabet gücünü kayda değer bir şekilde arttırdığı anlamına gelmektedir.

Goyal ve Vajid (2018) çalışmasında Hindistan'ın Birleşik Arap Emirlikleri'ne ihracat yoğunluk endeksi hesaplanmıştır. 2007-2016 yılları arasındaki verilerin kullanıldığı çalışmada Hindistan'ın Birleşik Arap Emirlikleri'ne olan ihracat yoğunluk endeksi 2010 yılından itibaren pazar potansiyelinin kullanımında gözle görülür bir düşüş yaşandığı belirlenmiştir.

Raj ve Ambrose (2014) çalışmasında Japonya ve Hindistan arasındaki ihracat yoğunluk endeksi 2001-2011 yılları için hesaplanmıştır. Çalışma sonucunda Japonya'nın Hindistan'da pazar potansiyelini yıllar itibari ile tam olarak kullanmadığı ve Hindistan'ın bir potansiyel pazar olduğunu sonucu elde edilmiştir.

Maryam vd. (2018) çalışmasında 2001-2015 yılları arasında BRICS ülkelerinin kendileri arasında ve bu ülkelerin AB'ye olan ihracat yoğunluk endeksi hesaplanmıştır. Çalışma sonucunda Rusya hariç belirtilen yıllar arasında BRICS ülkelerinin birbirlerine olan ihracat yoğunluk endekslerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Çalışma, Rusya'nın BRICS ülkelere olan ihracat yoğunluk endeksinin düşük olmasının yani potansiyelini tam olarak kullanamamasının nedeninin Rusya'nın daha çok AB ülkeleri ile ticaret yapmasından kaynaklandığını iddia etmektedir. Rusya dışındaki diğer BRICS ülkelerinin AB ülkelerinde

pazar potansiyellerini tam olarak kullanmadığı, Rusya'nın ise AB ülkelerine olan ihracat yoğunluk endeksinin birden büyük olduğu yani pazar potansiyelini tam olarak kullandığı sonucuna varılmıştır.

Ergün Tatar (2021) çalışmasında Müslüman nüfus yoğunluğuna sahip ülkeler olan Pakistan, Mısır, Fas, Ürdün ve Tunus ülkeleri üzerinde 2010-2019 yılları arasında dış ticaret yoğunluk endeksi hesaplanmıştır. Çalışmanın sonucunda Türkiye'nin Mısır, Fas, Ürdün ve Tunus'a pazar potansiyeli tam olarak kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu ülkelerin dışında kalan Pakistan'a ise Türkiye'nin ihracattan çok ithalat yaptığı ve ihracat potansiyelinin beklenilenin altında kaldığı yani Pakistan'da kullanılmayan bir pazar potansiyelinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Demir (2020) çalışması 2010-2019 yılları arasında Türkiye ile BRICS grubu ülkelerinin ticareti üzerine yaptığı yoğunluk analizi çalışmasında belirtilen zaman aralığında nasıl bir gelişim gösterdiğini anlatmaya çalışmıştır. Yaptığı bu çalışma sonucunda BRICS ülkeleri arasından Türkiye ile Rusya arasındaki ihracat yoğunluk endeksinin 2,10 olması sadece Rusya'daki pazar potansiyelini tam olarak kullanabildiği anlamına gelmektedir. Rusya ile olan ticaret yoğunluk endeksine göre 2015 yılı itibari ile ise bir düşüş yaşandığı görülmüştür. Yapılan bu çalışmaya göre Türkiye'nin BRICS ülkeleri grubuyla yaptığı ticaretten zarar görüldüğü diğer taraftan BRICS ülkelerinin ise karlı çıktığı saptanmıştır.

Saray (2019) çalışmasında D-8 ülkeleri ile Türkiye'nin 1998-2017 yılları arasında ihracat yoğunluk endeksi hesaplanmıştır. Bu yıllar arasında Türkiye'nin sadece İran ve Mısır'a olan pazar potansiyelinin tamamını kullandığı ortaya çıkmıştır. Çalışmada yılların ortalaması göz önünde bulundurulduğunda Nijerya'ya da pazar potansiyelini tam olarak kullanıldığı söylenebilir. Geri kalan diğer ülkelere ise pazar potansiyelinin tamamını tam olarak kullanamamıştır.

3.4. İhracatın Sofistikeliği Üzerine Yapılmış Çalışmalar

Hausmann vd. (2007) çalışmasında Balassa'nın bir ülkenin herhangi bir ürün grubundaki karşılaştırmalı üstünlüğünü analiz eden endeks baz alınarak ürün gruplarının ne kadar sofistike olduğunu temsil eden PRODY değeri ile söz konusu ülke fark etmeksizin o ülkenin ihracatının ne kadar sofistike olduğunu belirleyen EXPY endeksi oluşturulmuştur.

Duman (2014) çalışmasında Türkiye'nin imalat sanayisi ürünlerinde ihracat sepetinin sofistikasyonu yanında teknolojik yoğunluğunu da incelenmiştir. Bu analizlerin sonucunda Türkiye'nin yıllar itibariyle uyguladığı politikalar ile ihracat miktarını artırmayı

başarabilse de ihracat sepetinin teknolojik yoğunluğunu istenilen düzeyde gerçekleştiremediği ortaya çıkmıştır.

Gurbuz ve Tuncer (2023) çalışmasında RCA, EXPY ve PRODY endeksleri yardımıyla Türkiye ekonomisinin gizli karşılaştırmalı üstünlükleri analiz edilmiştir. Örnek ülkeler olarak Estonya, Letonya, Litvanya, Polonya, Slovakya ülkeleri seçilmiştir. Karşılaştırmalar sonucunda Türkiye'nin tarım ve bazı emek yoğun sektörlerde gizli karşılaştırmalı avantajlara sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır

Coşkun ve Tuncer (2016) çalışmasında Türkiye'nin ekonomik bölgelerinin üretimlerinin EXPY değerleri hesaplanmaya çalışılmıştır. Çalışmada Hausmann vd. (2007) çalışmasından farklı olarak ihracat verileri yerine bölgede sektörlere göre istihdam edilen emek verileri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda bölgelerin EXPY değerlerinin mekânsal bir bağımlılık içerdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Hüseyini ve Çakmak (2017) çalışmasında ise Türkiye ve Güney Kore'nin ekonomik kalkınma süreçlerinde EXPY değişkeninin etkisi tanımlayıcı istatistikler yardımıyla karşılaştırmalı bir şekilde analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda Türkiye ve Güney Kore'nin ekonomik büyüme farklılıklarının determinantlarından birinin EXPY olduğu belirlenmiştir.

Akıncı vd (2018) çalışmasında Türkiye ekonomisinde 1995-2015 dönemi için SITC düzeyindeki 13 ürün grubu itibarıyla ihracat sofistikesinin ekonomik büyüme ve ticaret hadleri üzerindeki etkisi zaman serisi analizleri ve EXPY, PRODY yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Analizlerin sonucunda sahip olunan Karşılaştırmalı Üstünlükler'e göre değil, sofistike düzeyinin yüksek olduğu ürün gruplarına göre dış ticarete açılmanın daha tutarlı ekonomik sonuçlar ortaya çıkarabileceği söylenebilir.

Canitez vd (2017) çalışmasında ihracatta inovasyon makasına yönelik bir uygulama çalışması yapılmış ve çalışmada, ülkelerin her Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) ana fasılları bazında toplam ihracatlarının toplam ihracat birim miktarına bölünmesiyle birim ihracat fiyatları elde edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, inovasyon makasının ihracat sofistikasyonu konusunda belirleyici bir faktör olduğu bulunmuştur.

Qyyum vd (2021) hidrojen üretimi için hammaddelerin mevcudiyeti, çok yönlülüğü ve uygulanabilirliği ürün alanı perspektifi üzerine yaptıkları çalışmalarında verilerin diğer endekslerin dışında EXPY ve PRODY endeksleri yardımı ile analizde bulunmuşlardır. Doğal gazın 192 milyar dolar değerinde küresel ihracatla en fazla ihraç edilebilir hammadde

olduğu görülmüştür. Doğal gazı sırasıyla kömür, elektrik enerjisi ve fındık takip etmektedir. Bu hammaddeler arasında doğal gaz hariç diğer ürünler düşük gelir potansiyeline sahiptir. ABD ve Rusya, sırasıyla 39,1 ve 31,8 milyar dolar olan Hidrojen hammadde ihracatında daha yüksek paylara sahiptir. Fransa ve ABD büyük ölçekli Hidrojen üretimini gerçekleştirmeye en yakın ülkelerdir.

Şanlı ve Konukman (2022) çalışmasında 1988-2017 yılları arasında yüksek teknoloji ürün ihracatını belirleyen makroekonomik faktörler üzerine yapılan analizde ihracat sofistikasyon düzeyinin yanı sıra EXPY endeksi hesaplanmıştır. 49 ülkenin verisi kullanılmış ve Ar-Ge, doğrudan yabancı yatırımlar, fiziki-beşerî sermaye, döviz kuru ve ülke ölçeği açıklayıcı değişken olarak kullanılmıştır. Ekonometrik analiz sonuçlarına göre yerel teknolojik kapasiteyi oluşturan fiziki sermaye, beşerî sermaye ve Ar-Ge harcamaları teknoloji yoğun ihracatın (HT) kaynakları olduğu ve bunun yanında beşerî sermayenin önemli bir düzeyde ve üstelik diğer bütün değişkenlerin hepsinden daha fazla HT ihracatını artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ayup vd (2023) çalışmasında Biyokütle açısından zengin ülkelerin biyoenerji üretimi yoluyla sürdürülebilir ekonomik büyüme potansiyelini incelemiştir. Söz konusu çalışmada EXPY, PRODY ve RCA yöntemlerinin yanı sıra bir kaç yöntem daha kullanılmıştır. Analizler sonucunda 2019 EXPY bakımında en iyi ürün üretimine ABD sahipken onu Çin ve Hindistan takip etmektedir. 2002-2019 yılları aralığında en yüksek EXPY Hindistan'da gerçekleşmiştir. Hindistan'ı sırasıyla Çin, Pakistan, ABD, Brezilya, Arjantin ve Endonezya takip etmiştir. Bu ülkelerin daha sofistike ürünler üretmek ve biyoatıkları kullanmaları söz konusu ülkelerin ekonomilerini geliştirebilir ve enerji ihtiyaçları konusunda ithalatı bir nebze de olsa azaltabilir. Biyoatıklar arasında en yüksek getiriye sahip ürünün kanola yağının olduğu buna ek olarak da küspenin de biyoenerji üretim bakımında önemli olduğunu sonucuna varılmış ve biokütle açısından zengin olarak saptanan ülkelerin kanola yağı ihracatında yetersiz oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Arıcıoğlu vd. (2017) çalışmasında sektörlere göre emek verilerinin kullanıldığı çalışmasında tanımlayıcı istatistikler yardımıyla bölgelerin EXPY değerleri karşılaştırmalı bir şekilde analiz edilmiştir.

Değer ve Kaleli (2020) çalışmasında ihracatın ürün kalitesinin belirleyicilerini tespit etmek için gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler üzerine panel veri analizi yapılmıştır. Çalışmada 34 gelişmiş ve 62 gelişmekte olan ülkenin verileri kullanılmıştır. 1995-2014

yılları arası baz alınmış ve yapılan analizler sonucunda GSYH, beşerî sermaye ve doğrudan yabancı yatırımların verileri ihracat ürün kalitesini pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Hüseyini ve Çakmak (2019) çalışmasında gelişmiş ve gelişmekte olan belirli ülkeler için EXPY değerleri hesaplanmış ve ülkelerin EXPY değerleri üzerinde etkili olan faktörler belirlenmiş ve ürün ve ihracatlarının sofistike değerini artırmak için eğitime önemli ölçüde önem verilmesi gerektiğini belirtilmiştir Bunun yanında gelişmekte olan ülkeler arasında bulunup gelişmiş ülkelere yakınsayan ülkeler tespit edilmiştir.

Grancay vd. (2015) çalışmasında verisi ulaşılabilir olan tüm ülkelerin 2004-2013 yılların aralığı baz alınarak ürün gruplarının PRODY ve ülkelerin ihracatlarının EXPY değerleri hesaplanmıştır. Gelir düzeylerine göre dört farklı gruba ayrılan ülkelerde EXPY değerinin gelir üzerindeki etkisi analiz edilmiş ve ticaret hadlerini sadece sofistike malları ihraç ederek değil aynı zamanda birincil emtia malları da ihraç ederek geliştirilebileceğini göstermişlerdir. Çalışma sonucunda EXPY endeksinin gelir üzerinde pozitif ve istatistiki olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir.

Zheng ve Wang (2019) çalışmasında bir ülkenin toplam ihracatına odaklanmak yerine enerji ürünleri ihracatına odaklanılmıştır. Otuz ülkenin 2000-2015 yılları arasındaki verilerinin kullanıldığı çalışmada sadece enerji ürünlerinden oluşan ülkelerin ihracat sepetlerinin sofistike değerleri hesaplanmıştır. Sonrasında gelir düzeyine göre farklılaşan ülkeler tespit edilmeye çalışılmıştır.

Felipe vd. (2012) çalışmasında ülkeler için EXPY değerleri hesaplanarak Çin'in son yıllardaki ekonomik başarısının EXPY değişkeniyle olan ilişkisi analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda Çin'in ekonomik başarısındaki en önemli etkenin gelişmiş ürünlerin ihracatı olduğu belirlenmiştir.

Li vd. (2021) çalışmasında Tibet dışında kalan Çin'in otuz coğrafi bölgesinin ihraç ettiği ürün gruplarının PRODY değerleri hesaplanarak bu bölgelerin EXPY değerleri belirlenmiştir. Sonrasında doğrudan yabancı yatırımların bölgelerin EXPY değeri üzerinde etkisi analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda doğrudan yabancı yatırımların, EXPY'ın belirleyicilerinden biri olduğu tespit edilmiştir.

Matthee ve Naude (2007) çalışmasında Güney Afrika bölgelerinin ihraç ettiği ürün gruplarının PRODY değerleri hesaplanmış sonrasında bu bölgelerin EXPY değerleri elde edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda bölgelerin ihracatlarının sofistike değerlerinin ekonomik kalkınmaları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Minondo (2010) çalışmasında İspanya'nın coğrafi bölgelerinin EXPY değerleri hesaplanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre bölgelerin ihracatlarının ekonomik kalkınmaları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Atiyas ve Erdemli (2017) çalışmasında Türkiye'nin 2002-2015 yılları arasındaki EXPY değerleri analiz edilmiştir. Çalışmada Türkiye'nin EXPY değerinin 2002-2007 yılları arasında arttığı ancak 2008 yılından sonra stabil kaldığı belirlenmiştir. Araştırmacılar 2002-2007 yılları arasındaki artışın ENA (Avrupa ve Kuzey Amerika) ülkelerine yapılan ihracatın sofistike değerinin artmasından kaynaklandığını tespit etmişlerdir. 2008 yılından sonraki stabil durum da bu ülkelere yapılan ihracatın kompozisyonunun değişmemesine bağlanmıştır.

Hüseyini (2017) çalışmasında Türkiye'nin 1996-2012 yılları arasındaki EXPY değerleri üzerine yaptığı analizler sonucunda doğrudan yabancı yatırımların Türkiye'nin EXPY değerleri üzerinde etkili olup olmadığını araştırmış ve çalışmanın sonucunda doğrudan yabancı yatırımların Türkiye'nin EXPY değerini pozitif etkilediği sonucunu elde etmiştir.

4. YÖNTEM, VERİ VE BULGULAR

4.2. Yöntem

4.2.1. RCA yöntemi

Balassa (1965), Liesner'in İngiltere'nin Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğuna katılması durumunun olası etkilerini analiz etmek için 6 Avrupa ülkesi verileri ile yaptığı çalışmasını (Liesner, 1958) genişleterek tüm sanayileşmiş ülkelerin verilerini kullanarak geliştirmiştir. RCA olarak adlandırılan endeks ilgili ülkenin incelenen ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığı bilgisini vermektedir. RCA endeksinin hesaplanma şekli Denklem 3.1'de verilmiştir;

$$RCA_k^i = \frac{X_k^i / X_k}{X^i / X^w} \quad (3.1)$$

Denklem 3.1'de verilen RCA_k^i i ülkesinin k ürün grubundaki karşılaştırmalı üstünlük değerini temsil etmektedir. X_k^i i ülkesinin k ürün grubundaki ihracatını, X^i i ülkesinin toplam ihracatını, X_k k ürün grubunun dünya toplam ihracatını ve X^w dünya toplam ihracatını temsil etmektedir.

RCA endeksi 0 ile ∞ (sonsuz) arasında değer almaktadır. RCA endeksinde göre bir ülkenin bir ürün grubundaki RCA değerinin 0 ile 1 arasında olması bu ülkenin incelenen ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığını ifade etmektedir. Hesaplanan RCA endeksinin 1'den büyük olması (1 ile ∞ arasında) durumunda ise bu ülkenin incelenen ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu belirtmektedir. Yani incelenen ülkenin incelenen ürün grubunda iyi bir ihracatçı olduğu kabul edilmektedir.

RCA'nın 0 ile 1 arasında değer almasının karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmamayı ifade etmesi; 1 ile ∞ arasında değer almasının ise karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmayı ifade etmesi durumunun bir asimetrikliğe neden olduğunu belirten bazı araştırmacılar bu asimetrikliği düzeltmeye çalışmışlardır.

RCA'nın asimetriklik olgusuna odaklanan ilk çalışmalardan biri Vollrath (1991) tarafından yapılan çalışmadır. Vollrath bu asimetriği ortadan kaldırmak için RCA değerinin logaritmasını almayı önermiştir.

$$Adj(RCA_k^i) = \ln(RCA_k^i) \quad (3.2)$$

Denklem 3.2'de $Adj(RCA_k^i)$ Vollrath'ın önerdiği asimetrikliği düzeltilmiş RCA değerini, \ln doğal logaritmayı temsil etmektedir. Laursen (2015), RCA'daki asimetriği düzeltmek için Vollrath'ın logaritma alma yönteminin faydalı olduğunu ancak bir ülkenin bir sektörde ihracat değerinin sıfır olması durumunda bu yöntemin kullanılamayacağını belirtmiştir. Laursen bu sorunu düzeltmek için Denklem 3.3 yardımıyla RCA değerlerini asimetriden kurtarmayı önermiştir;

$$RSCA_k^i = (RCA_k^i - 1)/(RCA_k^i + 1) \quad (3.3)$$

Laursen'in önerdiği denklem 3.3'teki RSCA (Revealed Symetric Comparative Advantage) değeri -1 ile +1 arasında değer almaktadır. RSCA değerinin sıfırdan büyük olması ülkenin incelenen ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu göstermektedir. Aksine RSCA değerinin sıfırdan küçük olması ise ülkenin incelenen ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığını işaret etmektedir.

Bu çalışmada Liesner ile başlayıp Balassa ile devam eden karşılaştırmalı üstünlük yapısındaki evrim sürecinin Vollrath ile devam ettiği ve mevcut son halinin Laursen ile şekillendiği bir yapıda Sınır komşusu ülkelere sınır kapısı bulunan Gaziantep, Kilis, Şırnak illerinin SITC Rev.3 Düzey 4'e göre 1010 ürün grubundan hangilerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu Laursen'in önerdiği RSCA yöntemi kullanılarak hesaplanacaktır.

4.2.2. Ürün gruplarının ve ülke ihracatlarının sofistike değerleri

2000'li yıllardan sonra Balassa yöntemi çok farklı bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Geleneksel Balassa yöntemi bir ülkenin herhangi bir ürün grubunda karşılaştırmalı üstünlüğünü analiz ederken 2000'li yıllardan sonra yapılan çalışmalarda Balassa yöntemi yardımıyla ürün gruplarının ve ülkelerin ihracatlarının sofistike değerleri hesaplanmaya çalışılmıştır. Lall vd. (2006) çalışması sofistike değerine odaklanan ilk çalışmalardan biridir. Lall vd. (2006) çalışmasında ülkeler gelirlerine göre on gruba

ayrılmıştır. Her grubun kişi başına düşen gelirlerin ortalaması alınmıştır. Ürün gruplarının toplam ihracatlarının bu ülke gruplarına dağılım oranı ile çarpılarak bir sofistike endeksi (Sophistication Index – SI) oluşturulmuştur. Daha sonra ürün gruplarının sofistike değeri kullanılarak ülkelerin ihracatları için bir sofistike endeksi oluşturulmuştur.

Hausmann vd. (2007), Lall vd. (2006) çalışmasını geliştirerek ülke grubu yerine tüm ülkelerin kişi başına düşen gelirlerini kullanarak ürün gruplarının sofistike değerini temsil eden PRODY endeksini geliştirmişlerdir

$$PRODY_k = \sum_i \frac{X_k^i / X^i}{\sum_i X_k^i / X^i} * Y^i \quad (3.4)$$

Denklem 3.4'te $PRODY_k$ ifadesi k ürün grubunun sofistike değerini, Y^i i ülkesinin satın alma gücü paritesine göre sabit fiyatlarla kişi başına düşen GSYH'yi temsil etmektedir. Yüksek PRODY değeri ürün grubunun teknoloji yoğunluğunun ve katma değerinin yüksek; düşük PRODY değeri ise ürün grubunun teknoloji yoğunluğu ve katma değerinin düşük olduğu anlamına gelmektedir. Araştırmacılar yapmış oldukları çalışmada bilgisayar, otomobil ve görüntüleme teknolojisi gibi erken sanayileşmiş ülkeler tarafından üretilen Ar-Ge yoğunluğu fazla olan ürün gruplarının yüksek PRODY değerlerine sahip olduğunu belirlemişlerdir. Aksine tahıl, tarıma dayalı gıda sanayi ve tekstil gibi teknolojisi sıradanlaşmış ürün gruplarının PRODY değerinin düşük olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmacılar daha sonra bu PRODY değerlerini kullanarak ülkelerin ihracatlarının ne kadar sofistike olduğunu temsil eden EXPY endeksini oluşturmuşlardır.

$$EXPY^i = \sum_k \frac{X_k^i}{X^i} * PRODY_k \quad (3.5)$$

Denklem 3.5'te $EXPY^i$ i ülkesinin ihracatının sofistike değerini temsil etmektedir. Araştırmacılar çalışma sonucunda ABD, İngiltere, Almanya, Japonya ve Fransa gibi ülkelerin yüksek EXPY; Gine, Nijer, Bangladeş gibi ülkelerin ise düşük EXPY değerine sahip olduklarını belirlemişlerdir. Bu durum araştırmacıların hesapladıkları endekslerin ülkeleri teknoloji yoğunluğuna göre sınıflamada başarılı olduğu şeklinde yorumlanabilir. Bu çalışmada Şırnak, Kilis, Gaziantep illerinin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürün gruplarının PRODY değerleri hesaplanarak illerin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürün gruplarından hangilerinin daha teknoloji yoğun olduğu belirlenmeye çalışılacaktır.

Sonrasında her bölgenin 2004 yılı ve sonrası verileri kullanılarak bu bölgelerin ihracatlarının sofistike değeri (EXPY) yıllar itibariyle hesaplanacaktır.

4.2.3. İhracat yoğunluk endeksi (EII)

RCA değeri bir ülkenin hangi ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu ifade ederken ihracat yoğunluk endeksi bir ülkenin başka bir ülke veya ülke grubundaki ihracat potansiyelinin ne kadarını kullandığını ifade etmektedir. Konuyla ilgili olarak Kojima (1964) çalışması ihracat yoğunluk endeksine odaklanan ilk çalışmalardan biridir. Çalışmada i ülkesinin j ülkesine yapmış olduğu ihracatın toplam ihracatına oranı j ülkesinin dünya ithalatındaki payına oranlanarak bir endeks hesaplanmıştır.

$$I^{ij} = (X^{ij}/X^i)/(M^j/M^w) \quad (3.6)$$

Denklemden 3.6'da I^{ij} i ülkesinin j ülkesine ihracat yoğunluk endeksini, X^{ij} i ülkesinin j ülkesine ihracatını, X^i i ülkesinin toplam ihracatını, M^j j ülkesinin toplam ithalatını ve M^w toplam dünya ithalatını temsil etmektedir. Kojima çalışmada dünya ithalatı aynı zamanda j ülkesinin ithalatını da kapsadığından dolayı bir mükerrerlik olduğunu belirtmiş bu nedenle endeksi Denklem 3.7'deki gibi düzenlemiştir:

$$I^{ij} = \frac{X^{ij}}{X^i} \Big/ \frac{M^j}{(M^w - M^j)} \quad (3.7)$$

Denklemin 3.7 yardımı ile hesaplanan ihracat yoğunluk endeksinin (I^{ij}) bir veya birden büyük olması i ülkesinin j ülkesine ihracat potansiyelini tam olarak kullandığı anlamına gelmektedir.

Kunimoto (1977) çalışmasında beklenen ihracat rakamlarına özellikle odaklanmıştır. Kunimoto bir ülkenin başka bir ülkeye beklenen ihracatının yanında bir ülkenin belli bir ürün grubunda belli bir ülkeye beklenen ihracatını hesaplamaya çalışmıştır. Kunimoto bir ülkenin başka bir ülkeye beklenen ihracatını; Denklem 10'daki gibi tanımlamıştır.

$$E(X^{ij}) = X^i * (M^j/M^w) \quad (3.8)$$

Denklem 3.8’de $E(X^{ij})$ i ülkesinin j ülkesine beklenen ihracatını temsil etmektedir. Kunimoto, gerçekleşen ihracatı beklenen ihracata oranlayarak iki ülke arasındaki ihracat yoğunluk endeksini hesaplamıştır.

$$I^{ij} = X^{ij}/E(X^{ij}) \quad (3.9)$$

Denklem 3.8, Denklem 3.9’da yerine yazılıp gerekli düzeltmeler yapılıncaya beklenen ihracat yoğunluk endeksi Denklem 3.10’daki gibi olmaktadır.

$$I^{ij} = \frac{X^{ij}/M^j}{X^i/M^w} \quad (3.10)$$

Kunimoto son olarak i ülkesinin j ülkesine k ürün grubunda ihracat yoğunluk endeksini (I_k^{ij}) Denklem 3.11’deki gibi tanımlamıştır;

$$I_k^{ij} = X_k^{ij}/E(X_k^{ij}) \quad (3.11)$$

Denklem 3.11’de X_k^{ij} i ülkesinin j ülkesine k ürün grubundaki ihracatını, $E(X_k^{ij})$ ise i ülkesinin j ülkesine k ürün grubunda beklenen ihracatını göstermektedir. Denklem 3.11’de verilen $E(X_k^{ij})$ Denklem 3.12’deki gibi tanımlanmaktadır.

$$E(X_k^{ij}) = X^w * \left(\frac{X^{ij} X_k^i M_k^j}{X^i X_k M^j} \right) \quad (3.12)$$

Kojima ve Kunimoto’nun çalışmaları bir bütün olarak düşünüldüğünde i ülkesinin j ülkesine beklenen ihracatı o ülkenin dünya ithalatındaki oranı ile temsil edilmiştir. Yani j ülkesi dünya ithalatının yüzde kaçını ithal ediyorsa i ülkesinin toplam ihracatının da o kadarını ithal etmesi beklenir. Örneğin j ülkesinin dünya ithalatındaki payının %2 olduğunu, i ülkesinin toplam ihracatının ise 150 milyar USD olduğunu varsayalım. Böyle bir durumda j ülkesinin i ülkesinden ithalatının beklenen değeri ne kadar olacaktır? Kojima ve Kunimoto’ya göre j ülkesi dünyadaki ithalatın %2’sini aldığına göre i ülkesinin toplam ihracatının da %2’sini almalıdır. Yani $150*(2/100)$ ’den i ülkesinin j ülkesine beklenen ihracatı 3 milyar USD olarak hesaplanır. Gerçekleşen ihracatın 3 milyar USD’den düşük

olması durumunda ihracat yoğunluk endeksi birden küçük; eşit ya da büyük olması durumunda ise ihracat yoğunluk endeksi birden büyük olarak bulunacaktır.

Bu çalışmada Kunimoto'nun ihracat yoğunluk endeksi farklı bir formda kullanılarak i ülkesinin j ülkesine k ürün grubunda ihracat yoğunluk endeksi hesaplanacaktır.

$$I_k^{ij} = \frac{X_k^{ij}}{M_k^j} \bigg/ \frac{X^{ij}}{M^j} \quad (3.13)$$

Bu yöntemle göre i ülkesinin j ülkesine k ürün grubundaki ihracatının, j ülkesinin k ürün grubundaki toplam ithalatına oranının i ülkesinin j ülkesine toplam ihracatının j ülkesinin toplam ithalatına oranı eşit olması durumunda ihracat yoğunluk endeksi bir (1) çıkacaktır. Bu endeksin bir veya birden büyük olması durumunda i ülkesinin j ülkesinde k ürün grubunda ihracat potansiyelini tam olarak kullandığı şeklinde yorumlanabilir. Aksi durumda i ülkesinin j ülkesine k ürün grubunda ihracat potansiyelini tam olarak kullanmadığı yani i ülkesinde ihracat potansiyelinin olduğu şeklinde düşünülebilir.

4.3. Veri

Çalışmada ürün gruplarının sofistike değerini hesaplamak için ihtiyaç duyulan dış ticaret verileri Birleşmiş Milletlerin Un-Comtrade veri tabanından, sabit fiyatlarla satın alma gücü paritesine göre kişi başına düşen GSYH verisi ise Dünya Bankasının Dünya Kalkınma Göstergeleri (World Development Indicator-WDI) veri tabanından alınmıştır. Söz konusu illerin EXPY değerlerini hesaplamak için ihtiyaç duyulan 2004 yılı ve sonrası illerin ihracat rakamları TÜİK'in dış ticaret veri tabanından alınmıştır. TÜİK ile yapılan görüşmeler sonucunda bölgesel bazda dış ticaret verileri 2004 yılından itibaren ulaşılabilir olduğundan çalışma 2004 ve sonrası dönemi kapsamaktadır.

4.4. Bulgular

4.4.1. İllerin yıllar itibari ile karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları ürün sayısı

Şırnak, Kilis ve Gaziantep illerinin RSCA endeksi yardımıyla 1020 ürün grubundan hangilerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları hesaplanmış ve bu illerin yıllar itibari ile karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürün grubu sayıları Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. İllerin yıllar itibariyle RSCA sayıları

Yıllar	Şırnak	Gaziantep	Kilis
2004	85	124	12
2005	66	118	25
2006	73	126	32
2007	72	117	52
2008	74	109	53
2009	69	120	52
2010	80	127	33
2011	67	124	23
2012	73	132	15
2013	67	126	35
2014	92	143	81
2015	91	143	140
2016	105	143	144
2017	124	161	121
2018	123	163	92
2019	126	160	101

Tablo 12 incelendiğinde, Gaziantep ilinin 2019 yılında 160 üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. Gaziantep’i sırasıyla Şırnak, Kilis illeri takip etmektedir. 2004 yılından 2019 yılına gelindiğinde illerde genel olarak karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ürün sayısında artışlar yaşandığı görülmektedir. Bu artışların en çok yaşandığı il ise 2004 yılında 12 üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip iken 2019 yılına gelindiğinde 101 üründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olan Kilis ilidir.

4.4.2. İllerin 2019 yılında ihracat rakamına göre en iyi ilk 50 ürün

Bu kısımda 2019 verileri baz alınarak Şırnak, Kilis ve Gaziantep illerinin en iyi 50 ürünü her bir il için ayrı ayrı verilmiştir. Ürünlerin sıralaması yapılırken ihracat rakamları dikkate alınmıştır. İhracat rakamı yüksek olan düşük olana doğru sıralama yapılmıştır. Şırnak ilinin en çok ihracatını yaptığı ilk 50 ürün Tablo 13'te yer almaktadır.

Tablo 13. Şırnak ilinin 2019 yılı en çok ihracatını yaptığı ilk 50 ürün

Ürün Kodu	Ürün Adı	İlin Ürün İhracatı
6762	Demir-çelik çubuklar (sıcak işlenmiş)	35.978.688
8215	Yazhane, mutfak, yatak odalarında kullanılan türde ağaç mobilyalar	25.029.726
123	Kümes hayvanlarının etleri ve yenilen sakatlatı-taze/soğutulmuş/dondurulmuş	22.434.688
7832	Yarı römorklar için çekiciler	13.971.286
6612	Portland çimentosu, saplı çimento, curuf çimentosu, hidrolik vb.	12.342.870
8211	Oturmaya mahsus mobilyalar vb. aksam-parçaları	12.023.641
579	Kavun, karpuz, papaya, elma, armut, ayva ve diğer meyveler (taze)	10.979.293
6613	Tabii taşlardan kaldırım, döşeme ve inşaat elverişli işlenmiş taşlar	10.819.419
6794	Demir-çelikten diğer tüpler, borular, içi boş profiller	10.663.877
484	Ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer ekmekçi mamülleri	9.934.499
571	Portakal, mandalin-taze/kurutulmuş	9.841.334
5334	Boya ve vernikler ile pigmentler	8.807.238
544	Domates (taze/soğutulmuş)	8.417.842
8451	Bebekler için giyim eşyası ve aksesuarı	8.358.872
8454	Tişörtler, fanilalar, diğer iç giyim eşyası-örülmüş	8.265.611
574	Elma (taze)	8.186.805
8414	Erkek/erkek çocuklar için kısa pantolon/pantolon/tulum ve şort	7.863.025
8447	Kadın/kız çocuklar için gömlek bluz/gömlekbuz-örme	6.953.159
6633	Taş, alçı ve minerallerden eşya.	6.749.764
5335	Başka yerde belirtilmeyen pigment, boya sikatif, macun vs.	5.678.854
541	Patates-taze/soğutulmuş	4.917.394
8442	Kadın/kız çocuklar için takım elbise, takım, ceket, blazer, şortlar vs.-örme	4.905.654
6582	Vagon, mavna örtüleri, dış storlar, çadır, kamp eşyası vs.	4.406.472
545	Sebzeler (taze/soğutulmuş)	4.249.012
461	Buğday ve mahlut unu	4.116.642
572	Greyfurt, pomelo, limon ve diğer turunçgiller	4.031.498
542	Baklagiller (kabuksuz)-kuru	3.684.330
8432	Erkek/erkek çocuklar için örme takım, takım elbise, ceket vs.	3.262.377
8448	Kadın/kız çocuklar için iç ve gece giyim eşyası-örme	2.998.093
8515	Yüzü dokumaya elverişli maddelerden diğer ayakkabılar ve aksamı	2.969.468
8415	Erkek/erkek çocuk için gömlekler	2.913.370
6585	Perde, iç storlar, perde-yatak farbaları ve örtüler.	2.867.576
249	Diğer peynirler ve lor	2.857.381
6911	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı	2.811.077
6595	Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları.	2.755.245
8423	Kadın/kız çocuklar için ceket,blazer	2.646.829
251	Kuş/kümes hayvanlarının yumurtaları-kabuklu/taze/pişirilmiş	1.842.980
6594	Tufte edilmiş halılar, tufte edilmiş yer kaplamaları	1.731.804
8416	Erkek/erkek çocuklar için atlet, fanila, kilot, bornoz vs.	1.727.765

(Tablo 13'ün devamı)

8426	Kadın/kız çocuklar için pantolon, tulum, şort	1.712.623
739	Diğer çikolata, kakao ihtiva eden gıda müstahzarları	1.708.875
6429	Başka yerde belirtilmeyen diğer kağıt ürünleri	1.698.762
6768	Demir veya çelikten profiller	1.568.432
622	Şeker mamulleri (beyaz çikolata dahil) kakaosuz	1.563.498
6584	Yatak çarşafı, masa örtüler, bezler, örtüler.	1.488.885
5812	Sert borular ve hortumlar (plastikten)	1.476.796
5981	Tall oil, terebantın esansı, reçine asitler, odun katranı vs.	1.459.776
6252	Otobüs-kamyon dış lastiği-yeni	1.457.307
7822	Özel tertibatlı motorlu taşıtlar	1.248.129
7212	Tarım ürünlerinin hasat ve harman edilmesine mahsus makina ve cihazlar	1.229.799
	Toplam	321.608.340
	2019 toplam ihracatı	374.067.141

Tablo 13 incelendiğinde Şırnak ilinin 2019 yılında ihracat verisine göre en yüksek ihracata sahip elli ürün verilmiş bu elli ürünün toplam ihracatı Şırnak'ın 2019 yılı toplam ihracatı ile karşılaştırıldığında Şırnak ilinin toplam ihracatının neredeyse tamamının bu ürünlerden oluştuğu görülmektedir. Gaziantep ilinin en çok ihracatını yaptığı ilk 50 ürün Tablo 14'te yer almaktadır.

Tablo 14. Gaziantep ilinin 2019 yılı en çok ihracatını yaptığı ilk 50 ürün

Ürün Kodu	Ürün Adı	İlin Ürün İhracatı
6595	Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları.	1.566.036.099
483	Makarna	422.909.701
6516	Sentetik filament iplikler	355.194.634
6429	Başka yerde belirtilmeyen diğer kağıt ürünleri	344.615.201
6572	Dokunmamış mensucat (emdirilmiş, sıvanmış olsun olmasın)	342.215.443
484	Ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer ekmekçi mamülleri	263.360.596
4215	Ayçiçeği ve yalancı safran yağları, fraksiyonları	231.701.877
8931	Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül	213.675.320
5822	Plastikten diğer levha, yaprak, pelikül ve lamalar	180.463.965
6594	Tufte edilmiş halılar, tufte edilmiş yer kaplamaları	154.570.847
6518	Süni ve sentetik devamsız liflerden iplikler (dikiş ipliği hariç)	151.970.052
567	Sebze, meyva, bitki ve yemiş konserveleri	133.992.738
481	Diğer şekillerde işlenmiş hububat taneleri (kabuğu çıkarılmış, yassılaştırılmış vs.)	114.082.558
6513	Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç)	108.074.278
6524	Pamuklu mensucat (ağırlık %85 >= pamuk içerenler (M2 si 200gr. >))	103.964.632
461	Buğday ve mahlut unu	99.573.471
5832	Vinil klorür polimerlerinden monofil, çubuk, profil-eni 1mm+	91.145.914
6515	Sentetik filamentlerden tekstürize iplikler	85.299.865

(Tablo 14'ün devamı)

6552	Diğer örme mensucat	78.130.538
8513	Diğer ayakkabılar	77.684.459
5542	Yıkama, temizleme müstahzarları-sabunlar hariç	76.451.708
6612	Portland çimentosu, saplı çimento, curuf çimentosu, hidrolik vb.	76.178.628
6794	Demir-çelikten diğer tüpler, borular, içi boş profiller	70.192.118
577	çeşitli cevizler ve diğer kabuklu meyvalar (taze/kurutulmuş)	69.793.026
989	Başka yerlerde yer almayan gıda müstahzarları, hayvansal ürünler	65.916.042
739	Diğer çikolata, kakao ihtiva eden gıda müstahzarları	61.226.500
589	Başka yerde yer almayan meyvalar ve diğer bitki parçaları konserveleri	60.600.205
8515	Yüzü dokumaya elverişli maddelerden diğer ayakkabılar ve aksamı	56.641.314
5541	Sabunlar, yüzey aktif organik maddeler	53.027.397
819	Şarap tortusu ve hayvan gıdası olarak kullanılan mamalar	48.657.765
8215	Yazihane, mutfak, yatak odalarında kullanılan türde ağaç mobilyalar	47.686.458
733	Gıda müstahz.-kakao/çikolata içeren doldurulmuş, dilim veya çubuk halde	45.103.474
910	Margarin	42.322.836
542	Baklagiller (kabuksuz)-kuru	40.642.356
251	Kuş/kümes hayvanlarının yumurtaları-kabuklu/taze/pişirilmiş	40.360.161
6584	Yatak çarşafı, masa örtüler, bezler, örtüler.	40.282.173
6421	Kağıt-karton vb esaslı kutu, kılıf, torba vb eşya	38.799.458
622	Şeker mamulleri (beyaz çikolata dahil) kakaosuz	38.180.401
6581	Parça halinde keçe, dantel, dokuma maddelerinden şapka, başlık	32.946.113
5829	Plastikten diğer levhalar, yaprak, pelikül, varak ve lamalar	29.586.960
5533	Saç müstahzarları	29.413.557
7232	Küreyici, yükleyici-ekskavatörler	28.286.810
1110	Alkolsüz içecekler	27.115.708
462	Bulgur ve irmik-buğdaydan ve pelletler	26.301.509
6732	Diğer demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde ürünleri (genişliği 600mm. >=)	26.048.758
6911	Demir veya çelikten inşaat ve inşaat aksamı	25.272.165
5743	Polikarbonatlar, alkid reçineler ve diğer polyesterler (ilk şekillerde)	24.495.484
4211	Soya yağı ve fraksiyonları	22.743.877
6526	Pamuklu mensucat (% 85'den > pamuk içeren sentetik/suni liflerle karışık; m2'si 200 gr.1 +)	21.944.482
8932	Plastikten küvet, duş, lavabo, bide, hela küveti ve donanımları	21.749.630
	Toplam	6.406.629.261
	2019 toplam ihracatı	7.418.005.475

Tablo 14 incelendiğinde Gaziantep ilinin 2019 yılında ihracat verisine göre en yüksek ihracata sahip elli ürün verilmiş bu elli ürünün toplam ihracatı Gaziantep'in 2019 yılı toplam ihracatı ile karşılaştırıldığında ortaya çıkan sonuç bu elli ürünün neredeyse Gaziantep

ilinin ihracatının büyük bir kısmının bu ürünlerle yapıldığı sonucunun ortaya çıktığı söylenebilir. Kilis ilinin ise en çok ihracatını yaptığı ilk 50 ürün Tablo 15’te yer almaktadır.

Tablo 15. Kilis ilinin 2019 yılı en çok ihracatını yaptığı ilk 50 ürün

Ürün Kodu	Ürün Adı	İlin Ürün İhracatı
6612	Portland çimentosu, saplı çimento, 52ocuk çimentosu, hidrolik vb.	10.335.434
14	Canlı Kümes hayvanları	4.438.550
9310	Özel işlemler ve mallar, çeşitlerine göre sınıflandırılmamış mallar	3.977.005
8513	Diğer ayakkabılar	3.661.049
8973	Altın, gümüş, platin gibi kıymetli metallere mücevher	2.163.138
5542	Yıkama, temizleme müstahzarları-sabunlar hariç	2.033.116
986	Mayalar (canlı, cansız) mikro-organizmalar, kabartma tozları	1.815.550
612	Tat ve renk verici maddeler katılmış şeker ve kimyaca saf sakkaroz	1.680.000
5812	Sert borular ve hortumlar (plastikten)	722.220
8427	Kadın/kız 52ocuklar için gömlek, bluz, vs.	688.351
8442	Kadın/kız çocuklar için takım elbise, takım, ceket, blazer, şortlar vs.-örme	616.095
481	Diğer şekillerde işlenmiş hububat taneleri (kabuğu çıkarılmış, yassılaştırılmış vs.)	590.341
7763	Diyotlar, transistörler vb.yarı iletken tertibat	501.166
7843	Kara taşıtlarının diğer aksam-parçaları	463.766
8215	Yazhane, mutfak, yatak odalarında kullanılan türde ağaç mobilyalar	438.700
8211	Oturmaya mahsus mobilyalar vb. aksam-parçaları	348.309
7272	Yiyecek-içecek sanayii makine-cihazlar ile bunların aksam-parçaları	335.600
5541	Sabunlar, yüzey aktif organik maddeler	311.728
6552	Diğer örme mensucat	275.959
6821	Artılmamış/artılmış bakır; bakır alaşımları	253.226
8462	Külotlu, kısa-uzun konçlu çoraplar, soketler-örtülmüş	249.918
2731	Yontulmaya ve inşaata elverişli taşlar	248.188
7413	Sanayi-laboratuvarlara mahsus fırınlar ile bunların aksam ve parçalar	224.675
5233	Hipokloritler, kloratlar ve perkloratlar	218.833
6613	Tabii taşlardan kaldırım, döşeme ve inşaata elverişli işlenmiş taşlar	200.656
6531	Sentetik iplik, monofil, şeritlerle dokumalar	199.827
2783	Tuz, saf sodyum klorür, deniz suyu	191.109
8931	Eşya taşıma ambalajı için plastik mamülleri, tıpa, kapak, kapsül	175.549
7812	Binek otomobilleri	171.111
7519	Büro için diğer makine ve cihazlar	168.976
6513	Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç)	154.043
2929	Başka yerde belirtilmeyen bitkisel maddeler	144.141
813	Bitkisel sıvı yağ üretiminden arta kalan küsbe ve diğer katı artıklar	135.830
8414	Erkek/erkek çocuklar için kısa pantolon/pantolon/tulum ve şort	134.795
6573	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat, dekorlar, fanlar vs.	132.070
484	Ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer ekmekçi mamülleri	128.781

(Tablo 15'in devamı)

5813	Tüpler, borular, hortumlar (esnek) kırılma basıncı en az 27, 6 mpa	122.887
7752	Buzdolapları ve dondurucular	120.903
7821	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	118.327
8933	Plastikten yer kaplamaları (duvar ve tavan kaplamaları dahil), ev için eşyalar, tuvalet eşyası	115.252
8412	Erkek/erkek çocuklar için takım elbiseler ve takımlar (örülmemiş)	113.383
7711	Elektrikli transformatörler	107.869
1110	Alkolsüz içecekler	107.007
8939	Plastikten diğer eşyalar	105.922
5535	Tıraş müstahzarları, vücut deodorantları, tuvalet müstahzarları	104.164
6841	İşlenmemiş alüminyum	86.344
6353	Bina, inşaat için marangozluk, doğrama mamulleri	83.131
5532	Güzellik, makyaj, cilt bakımı müstahzarları	81.440
6429	Başka yerde belirtilmeyen diğer kağıt ürünleri	80.759
8996	Ortopedik cihazlar, kırıklara mahsus cihazlar, işitme cihazı vb	77.141
	Toplam	39.952.334
	2019 toplam ihracatı	43.414.617,00

Tablo 15 incelendiğinde Kilis ilinin 2019 yılında ihracat verisine göre en yüksek ihracata sahip elli ürün verilmiş bu elli ürünün toplam ihracatı Kilis'in 2019 yılı toplam ihracatı ile karşılaştırıldığında ortaya çıkan sonuç bu elli ürünün neredeyse Kilis ilinin tüm ihracatının yapıldığı ürünler olduğu söylenebilir.

4.4.3. İllerin yıllar itibari ile EXPY değerleri

Şırnak, Gaziantep ve Kilis illerinin EXPY endeksi yardımıyla illerin yıllar itibari ile ihracatlarının Sofistike değeri hesaplanmış ve Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16. İllerin yıllar itibari ile EXPY değerleri

Yıllar	Şırnak	Gaziantep	Kilis
2004	17.169	23.492	18.937
2005	17.582	23.552	18.170
2006	16.693	24.216	15.580
2007	18.683	24.702	21.735
2008	18.439	22.228	23.039
2009	17.892	22.659	24.575
2010	18.509	23.249	19.518
2011	19.295	22.531	17.941
2012	20.349	22.627	24.446
2013	19.861	22.965	26.397
2014	20.108	23.104	19.078
2015	19.861	22.190	21.544
2016	19.509	22.464	23.704
2017	19.168	22.681	29.534
2018	20.741	23.097	29.624
2019	21.876	23.331	22.946

Tablo 16 incelendiğinde 2019 yılı itibari ile Gaziantep ilinin en yüksek EXPY değerine sahip olduğu Şırnak ilinin ise ne düşük EXPY değerine sahip olduğu görülmektedir. Diğer taraftan il bazında veriler incelendiğinde Şırnak ilinin en yüksek EXPY değerlerinin 21.876 ile 2019 yılında gerçekleştiği görülmektedir. Tablo 16’da görüldüğü üzere Şırnak ilinin en düşük EXPY değerini aldığı dönem 2004 yılıdır sonraki yıllarda sürekli bir artış eğilimi gerçekleşmiştir. Gaziantep ilinin en yüksek EXPY değerlerine ulaştığı dönemin 2007 yılında 24.702’lik bir EXPY değeri ile gerçekleştirmiştir. Tabloda görüldüğü üzere Gaziantep’in en düşük EXPY değerini kaydettiği dönemin 2015 yılındaki 22.190’lık bir değer olduğu görülmektedir. Yılların geneline bakıldığında Gaziantep EXPY değerinin belirli bir süre yükselişe geçtiği ve 2007 yılından sonra sürekli bir artış ve azalışlar yaşadığı görülmektedir. Kilis ilinin ise en yüksek EXPY değerlerine ulaştığı dönemin 2018 yılında 29.624’lük EXPY değeriyle gerçekleştiği gözlenmektedir. Bunun yanında en kötü EXPY değerini aldığı dönem ise 2006 yılında 15.580 EXPY değeriyle gerçekleşmiştir. Yılların geneline bakıldığında ise Kilis ilinin EXPY değerlerinde sürekli bir dalgalanma yaşandığı gözlemlenmiştir.

4.4.4. Gaziantep, Kilis, Şırnak İllerinin 2019 yılı bazlı EXPY değerlerine göre Türkiye’deki sıralamasındaki konumları

Gaziantep, Kilis ve Şırnak illerinin 2019 yılı verileri baz alınarak ihracatlarının sofistike değerini veren EXPY değerleri sıralı olarak Tablo 17’de yer almaktadır.

Tablo 17. Şırnak, Gaziantep, Kilis illerinin 2019 yılı EXPY değerine göre Türkiye'deki konumu

Sıralama	İlin Adı	EXPY	Sıralama	İlin Adı	EXPY
1	ÇORUM	44.338	41	YOZGAT	23.435
2	KIRIKKALE	36.689	42	GAZİANTEP	23.331
3	ESKİŞEHİR	35.052	43	HATAY	23.293
4	SAKARYA	33.290	44	BİNGÖL	23.015
5	ANKARA	31.527	45	ANTALYA	23.002
6	BİTLİS	31.395	46	ARTVİN	22.962
7	YALOVA	30.408	47	KİLİS	22.946
8	KONYA	29.753	48	EDİRNE	22.558
9	KOCAELİ	29.432	49	ŞANLIURFA	22.093
10	BURSA	28.859	50	BATMAN	21.983
11	AKSARAY	28.775	51	NİĞDE	21.965
12	AĞRI	28.534	52	ŞIRNAK	21.876
13	MANİSA	28.220	53	ISPARTA	21.805
14	MUĞLA	27.656	54	BARTIN	21.554
15	BOLU	27.503	55	OSMANİYE	21.380
16	ZONGULDAK	27.430	56	MERSİN	21.337
17	BAYBURT	27.393	57	TOKAT	21.276
18	SİVAS	27.310	58	AFYONKARAHİSAR	20.961
19	KÜTAHYA	27.168	59	TUNCELİ	20.125
20	ERZURUM	27.036	60	BURDUR	20.101
21	ÇANKIRI	26.836	61	KASTAMONU	19.931
22	İSTANBUL	26.812	62	ERZİNCAN	19.879
23	TEKİRDAĞ	26.732	63	MALATYA	19.837
24	BİLECİK	26.418	64	SİNOP	19.425
25	BALIKESİR	25.998	65	UŞAK	19.421
26	KIRŞEHİR	25.921	66	DENİZLİ	19.418
27	KARAMAN	25.747	67	MUŞ	19.377
28	KARABÜK	25.617	68	MARDİN	19.016
29	ADIYAMAN	25.424	69	AMASYA	18.641
30	DÜZCE	25.251	70	KAHRAMANMARAŞ	18.341
31	NEVŞEHİR	25.149	71	KARS	17.718
32	İZMİR	24.849	72	RİZE	17.153
33	DİYARBAKIR	24.791	73	KIRKLARELİ	16.876
34	AYDIN	24.745	74	ORDU	15.614
35	ÇANAĞKALE	24.530	75	HAKKARİ	15.197
36	SAMSUN	24.492	76	GİRESUN	15.186
37	İĞDIR	24.421	77	ELAZIĞ	15.114
38	KAYSERİ	24.325	78	TRABZON	13.844
39	VAN	24.065	79	ARDAHAN	13.376

(Tablo 17'nin devamı)

40	ADANA	23.843	80	SIİRT	11.468
			81	GÜMÜŞHANE	9.073
			TR	TÜRKİYE	26.892

Tablo 17 incelendiğinde Türkiye'deki illerin 2019 yılı EXPY değerlerinin hesaplanması sonucunda ortaya çıkan EXPY değerlerine göre illerin sıralaması verilmektedir. Gaziantep ili 23.331 EXPY değeriyle 42. sırada yer alırken 47. sırada 22.946 EXPY değeri ile Kilis, 52. sırada ise 21.876 EXP değeriyle Şırnak yer almaktadır. Söz konusu tabloya bakıldığında Türkiye'nin EXPY değerinin 26.892 olduğu görülmektedir. Bu değere göre, Gaziantep, Kilis ve Şırnak illerinin EXPY değerleri Türkiye'nin EXPY değerinin altında olduğu görülmektedir. Ayrıca söz konusu illerin ihracatlarının sofistikeliği birçok ilden daha yüksek olduğu da görülmektedir.

4.4.5. İllerin odaklanması gereken ürünler

Bu kısımda 2019 yılı verileri baz alınarak Şırnak, Kilis ve Gaziantep illeri için RSCA, PRODY ve PRODY grupları her il için ayrı ayrı tablolar halinde verilmiştir. Ürün gruplarının il bazında ve ülke bazında ihracatları da tablolarda yer almaktadır. İllerin odaklanması gereken ürünler seçilirken 3 adet filtre kullanılmıştır.

1. Ürün grubunun odaklanması gereken ürünler arasında yer alması için ilk olarak bölgenin en çok ihraç ettiği ilk 100 ürün grubu arasında yer almalı
2. İl bu ürünün üretiminde simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmalı
3. Ürün grubunun PRODY 1 veya PRODY 2 grubunda yer almalı

Bu üç kriteri sağlayan ürün grupları tabloda verilmiştir. Ürün gruplarının sıralaması yapılırken ise ilin ihracat rakamları dikkate alınarak büyükten küçüğe doğru sıralama yapılmıştır.

Tablo 18. Şırnak ilinin odaklanması gereken ürünler ve ihracat rakamları (Bin USD)

Ürün sıralaması	Ürün kodu	Ürün adı	İhracat (il)	İhracat (TR)	İhracat (Dünya)	RSCA (il)	RSCA (TR)	PRODY	PRODY Grubu
4	7832	Yarı römorklar için çekiciler	13.971	871.010	34.686.086	0,761	0,433	33.967	2
20	5335	Başka yerde belirtilmeyen pigment, boya sikatif, macun vs.	5.679	325.775	15.618.196	0,778	0,347	30.933	2
33	249	Diğer peynirler ve lor	2.857	94.870	26.152.375	0,865	-0,447	33.238	2

(Tablo 18'in devamı)

38	6594	Tufte edilmiş halılar, tufte edilmiş yer kaplamaları	1.732	346.153	7.164.829	0,393	0,665	33.251	2
50	7212	Tarım ürünlerinin hasat ve harman edilmesine mahsus makina ve cihazlar	1.230	117.333	20.932.442	0,655	-0,278	34.929	2
51	7224	Motokültörler ve diğer tarım traktörleri (744.14 ve 744.15 tekilerin dışındakiler)	1.198	480.725	19.547.727	0,066	0,425	32.743	2
53	5817	Plastikten tüp, boru ve hortum bağlantı elemanları	1.184	177.534	6.304.041	0,507	0,479	32.946	2
65	6415	Diğer kâğıt ve kartonlar, bitkisel parşömen, yağ geçirmez kağıtlar çizim kağıtları vs.	826	154.086	14.812.982	0,422	0,006	32.884	2
73	7211	Tarla, bahçe tarımında, ormancılıkta kullanılan makina, cihazlar	619	142.813	8.083.700	0,331	0,277	34.352	2
78	6956	El aletlerinin veya makinalı aletlerin değişen aletleri ve kesici ağızları.	530	141.284	31.335.971	0,265	-0,407	38.908	1
83	7119	Buhar ve kızgın su kazanlarının aksamı	480	12.008	3.040.777	0,897	-0,441	33.341	2
85	7728	Elektrik devresi teçhizatının aksam-parçaları	456	136.016	36.005.767	0,211	-0,405	37.891	1
92	5821	Plastikten, yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb-düz şekilde	408	102.790	20.363.214	0,291	-0,366	35.215	2
98	7499	Makina, mekanik cihazların aksam-parçaları-diğer	359	40.636	8.167.241	0,604	-0,359	35.841	2
99	7313	Metallerin işlenmesine mahsus torna tezgahları	354	9.625	6.355.924	0,888	-0,354	38.496	1

Tablo 18'de Şırnak'ın en çok ihraç ettiği 100 ürün grubu arasında olup ilin hem simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip hem de PRODY 1 veya PRODY 2 grupta yer alan ürün grupları verilmiştir. Tablo incelendiğinde ilin 15 ürün grubunun bu koşulu sağladığı görülmektedir. Tablonun birinci sütunu ürün grubunun ilin ihracatında kaçınıcı sırada yer aldığını göstermektedir. Sütun incelendiğinde bölgenin en çok ihraç ettiği dördüncü ürünün bu koşulu sağladığı görülmektedir. En çok ihraç ettiği yirminci ürün grubu da bu koşulu sağlamaktadır. Sonrasında 33, 38 ve 50. ürün grupları da bu koşulu sağlamaktadır. Bu durum ilin karşılaştırmalı üstün olarak en çok ihraç ettiği ürünlerin büyük bir kısmının sofistike olmadığını işaret etmektedir. İlin ihracatında bu desenin değişmesi bölgenin kalkınmasına katkı sunacaktır.

İlin geliştirme potansiyeli olan ürün gruplarını belirlemek için ilin şu an ihraç ettiği ancak simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı sofistike ürün grupları ekte

verilmiştir. Bu ürün gruplarında il her ne kadar karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmasa da ihraç edebilmektedir. Bu durum, ilin bu ürün gruplarında ilerleyen yıllarda rekabet avantajına sahip olma ihtimali olduğunu işaret etmektedir.

Tablo 19’da aynı filtreler kullanılarak Kilis ilinin odaklanması gereken ürün grupları verilmiştir.

Tablo 19. Kilis ilinin odaklanması gereken ürünler ve ihracat rakamları (Bin USD)

Ürün sıralaması	Ürün kodu	Ürün adı	İhracat (il)	İhracat (TR)	İhracat (Dünya)	RSCA (il)	RSCA (TR)	PRODY	PRODY Grubu
3	9310	Özel işlemler ve mallar, çeşitlerine göre sınıflandırılmamış mallar	3.977	2.770.033	1.118.505.347	0,700	-0,460	43.544	1
5	8973	Altın, gümüş, platin gibi kıymetli metallere mücevher	2.163	5.121.111	118.623.182	0,250	0,627	48.534	1
17	7272	Yiyecek-içecek sanayii makina-cihazlar ile bunların aksam-parçaları	336	214.206	14.779.582	0,722	0,202	36.432	1
23	7413	Sanayi-laboratuvarlara mahsus fırınlar ile bunların aksam ve parçalar	225	136.535	9.823.923	0,733	0,157	36.123	2
35	6573	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat, dekorlar, fanlar vs.	132	135.799	15.452.692	0,587	-0,079	31.005	2
37	5813	Tüpler, borular, hortumlar (esnek) kırılma basıncı en az 27, 6 mpa	123	39.780	1.256.691	0,848	0,522	34.253	2
44	8939	Plastikten diğer eşyalar	106	412.030	73.579.317	0,008	-0,306	31.150	2
45	5535	Tıraş müstahzarları, vücut deodorantları, tuvalet müstahzarları	104	203.934	13.494.601	0,337	0,237	31.049	2
48	5532	Güzellik, makyaj, cilt bakımı müstahzarları	81	174.514	62.915.508	0,297	-0,488	33.468	2
66	5922	Kazeinat, kazein, jelatin, peptonlar, dekstrinler ve tadil edilmiş nişastalar	51	182.630	22.722.566	0,052	-0,086	34.485	2
99	6993	Demir/çelikten el ile kullanılmaya mahsus dikiş, nakış, aletleri	19	46.701	4.095.400	0,244	0,046	34.754	2

Kilis ilinin en çok ihraç ettiği 100 ürün arasında olup ilin hem simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu hem de sofistike olan 11 ürün grubu Tablo 19’da verilmiştir. İlk sütun incelendiğinde ilin en çok ihraç ettiği 3., 5., 17. ve 23. ürünlerin sofistike olduğu ve ilin bu ürünlerde simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. Bu durum ilin en çok ihraç ettiği ürünlerin büyük kısmının istenilen sofistike düzeyine sahip olmadığını işaret etmektedir. İlin ekonomik olarak kalkınması için bu durumu değiştirebilmesinin çok önemli olduğu ifade edilebilir. Kilis ili için de ilerleyen yıllarda geliştirme potansiyeli olan ürün grupları ekte verilmiştir.

Tablo 20’de aynı filtreler kullanılarak Gaziantep ilinin odaklanması gereken ürün grupları verilmiştir.

Tablo 20. Gaziantep ilinin odaklanması gerek ürünler ve ihracat rakamları (Milyon USD)

Ürün sıralaması	Ürün kodu	Ürün adı	İhracat (il)	İhracat (TR)	İhracat (Dünya)	RSCA (il)	RSCA (TR)	PRODY	PRODY Grubu
5	6572	Dokunmamış mensucat (emdirilmiş, sıvanmış olsun olmasın)	342	590	15.522	0,861	0,567	32.078	2
10	6594	Tufte edilmiş halılar, tufte edilmiş yer kaplamaları	155	346	7.165	0,823	0,665	33.251	2
25	989	Başka yerlerde yer almayan gıda müstahzarları, hayvansal ürünler	66	398	71.379	0,586	-0,219	38.499	1
32	733	Gıda müstahz.- kakao/çikolata içeren doldurulmuş, dilim veya çubuk halde	45	179	9.764	0,707	0,305	30.760	2
40	5829	Plastikten diğer levhalar, yaprak, pelikül, varak ve lamalar	30	461	27.691	0,195	0,222	33.250	2
41	5533	Saç müstahzarları	29	163	14.649	0,613	0,112	30.824	2
64	7244	Dokuma maddelerinden lif imal eden, elyaf hazırlayan ve işleyen makinalar	14	45	5.671	0,752	-0,105	36.730	1
73	6519	Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil iplikleri	11	32	4.218	0,769	-0,139	32.260	2
86	6573	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat, dekorlar, fanlar vs.	8	136	15.453	0,169	-0,079	31.005	2
94	5754	Amino reçineler, fenolik reçeller ve poliüretanlar (ilk şekillerde)	7	145	15.515	0,061	-0,015	39.060	1
98	8724	Tıpta, cerrahide, dişçilikte vb kullanılan mobilyalar	7	50	3.967	0,519	0,213	37.060	1

Gaziantep ilinin en çok ihraç ettiği 100 ürün arasında olup ilin hem simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu hem de sofistike olan 11 ürün grubu Tablo 20’de verilmiştir. İlk sütun incelendiğinde ilin en çok ihraç ettiği 5., 10., 25. ve 32. ürünlerin sofistike olduğu ve ilin bu ürünlerde simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir.

Gaziantep’in bu ürüne odaklandığında ihracatının sofistike değerinin önemli ölçüde arttıracaktır. İlin sofistike değeri yüksek ürünlere odaklanmasının, İlin ihracatının sofistike değerini arttıracacağı önemli bir husus olsa da en az bunun kadar önemli olan diğer bir husus

ise bu ürünleri hangi ülkelere ihraç edeceğinin belirlenmesi ve hangi ülkelerde önemli bir ihracat potansiyeline sahip olmasıdır. Sofistike değeri yüksek ve karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürün gruplarının hangi ülkelerde potansiyele sahip olduğu ihracat yoğunluk endeksi ile verilecektir.

4.4.6. İllerin ihracat yoğunluk endeksleri

Bu kısımda Şırnak, Kilis ve Gaziantep illeri için önerilen ürün gruplarında ihracat potansiyeli olan ülkeleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ülkeler belirlenirken 2 tane filtre kullanılmıştır.

- Türkiye'nin İncelenen ülkenin incelenen ürün grubunda ihracat yoğunluk endeksinin 0,1-0,6 arasında olması
- İncelenen ülkenin incelenen ürün grubunda dünya ithalatındaki payının binde 5'ten büyük olması

Kullanılan birinci filtrede, ihracat yoğunluk endeksinin minimum değeri 0,1 olarak kabul edilmiştir. Minimum değer 0,1 olması, Türkiye'nin bu ürün grubunda incelenen ülkede pazar potansiyelinin en az %10'nu kullandığı anlamına gelmektedir. İhracat yoğunluk endeksi için 0,1 gibi bir minimum değer alınmasının ihracat yapılmasının mümkün olmadığı ülkelerin dışlanması için önemli olduğu düşünülmektedir. Örneğin Türkiye'nin otomobil şanzımanları ürün grubunda Peru'ya olan ihracat yoğunluk endeksinin sıfır olması "Türkiye'nin bu ürün grubunda Peru'ya olan ihracat potansiyelini hiç kullanmadığı ve bu ürün grubunda ihracatını artırma potansiyeli olduğu şeklinde yorumlanabilir." Ancak var olan potansiyelin hiç kullanılmaması bu potansiyeli harekete geçirmenin önündeki kısıtlamalardan kaynaklanıyor olabilir. Verilen örnekte Peru'nun Türkiye'den 12.000 km uzakta olduğu göz önüne alındığında otomobil şanzımanı gibi hacimli bir ürünü oraya ihraç etme potansiyeli oldukça düşüktür. İhracat yoğunluk endeksi, en azından 0,1 gibi minimum bir değer almış ise Türkiye bu ürün grubunda var olan potansiyelinin en az %10'unu kullanmıştır. Böyle bir durum (ihracat yoğunluk endeksinin en az 0,1 olması), incelenen ülkede incelenen ürün grubu için böyle bir kısıttın olmadığını işaret eder. İhracat yoğunluk endeksinin 0,6'dan büyük olması durumunda ise Türkiye'nin bu ürün grubunda incelenen ülkede pazar potansiyelinin %60'ından fazlasını yani büyük bir kısmını kullandığı şeklinde yorumlanır. Ancak ihracat yoğunluk endeksinin 0,1 ile 0,6 arasında bir değer alması örneğin 0,35 olması durumunda, Türkiye'nin bu ürün grubunda pazar potansiyelinin sadece %35'ini kullandığı, %65'ini ise kullanmadığı anlamına

gelmektedir. Pazar potansiyelinin %35'ini kullanmış olması bu ürün grubunda incelenen ülkeye ihracatını arttırma potansiyelinin olduğunu işaret eder. Tabloda bu ülkelerin verileri yeşil renge boyanmıştır.

Uygulanan ikinci filtre ile dünya ithalatındaki payı çok çok düşük olan ülkeler odaktan çıkarılmaya çalışılmıştır. Örneğin “8724- Tıpta, cerrahide, dişçilikte vb kullanılan mobilyalar” ürün grubunda Türkiye'nin Paraguay'a ihracat yoğunluk endeksi 0,37'dir. Ancak bu ürün grubunda dünyada toplamda 4,2 milyar dolarlık ithalat yapılırken, Paraguay'ın ithalatı sadece 1,8 milyon dolardır. Paraguay'ın bu ürün grubunda dünya ithalatındaki payı sadece 10 binde dördtür ve Türkiye'nin bu ürün grubunda Paraguay'a olan ihracatını %50-60 oranında arttırması bile kayda değer bir rakam olmayacaktır. Böyle bir yanılgıya düşmemek için uygulanan ikinci filtre ile incelenen ürün grubunda ülkenin dünya ithalatındaki payının binde beşten düşük olması durumunda ülke dışlanmış olacaktır. Tabloda dünya ithalatındaki payı bu değer üzerinde olan ülkelerin verileri maviye boyanmıştır. Bu bağlamda hem mavi hem de yeşil renge boyanmış olan ülkeler incelen ürün için Pazar potansiyelli olduğunu göstermektedir. Tablo 21'de Şırnak ili için potansiyel ülkeler verilmiştir.

Tablo 21. Şırnak ihracat yoğunluk endeksi

PRODY Grubu		2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2
Ürün Kodu		249	533 5	581 7	582 1	641 5	6594	695 6	711 9	721 1	721 2	722 4	731 3	749 9	772 8	7832
Avrupa	Almanya	0,05	0,30	0,63	0,64	0,01	1,27	0,99	1,14	0,86	0,08	0,10	2,25	1,04	0,57	13,8 2
		0,16	0,07	0,11	0,06	0,07	0,09	0,10	0,02	0,07	0,09	0,07	0,09	0,09	0,07	0,05
	İngiltere	0,01	1,10	0,43	0,32	2,49	5,46	0,07	0,28	0,12	0,01	0,15	0,05	0,20	0,43	0,02
		0,07	0,03	0,03	0,03	0,03	0,12	0,02	0,02	0,04	0,04	0,05	0,02	0,02	0,02	0,02
	İtalya	0,01	0,86	0,85	0,17	0,63	3,09	0,55	0,96	0,57	0,55	9,01	0,03	1,38	0,08	3,10
		0,07	0,03	0,02	0,02	0,05	0,02	0,03	0,01	0,02	0,03	0,04	0,05	0,02	0,04	0,04
	Letonya	0,04	0,32	1,19	0,03	0,25	2,14	0,29	0,00	0,53	0,18	0,34	0,00	2,50	0,50	0,00
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	İspanya	0,01	0,21	1,59	0,43	0,11	0,58	0,81	1,23	0,31	0,43	0,33	0,00	0,58	0,13	6,06
		0,04	0,03	0,02	0,02	0,03	0,02	0,02	0,01	0,02	0,01	0,04	0,02	0,02	0,02	0,02

(Tablo 21'in devamı)

Avrupa	Fransa	0,02	0,36	0,64	0,38	0,06	1,79	0,41	0,37	1,45	0,11	0,02	0,02	0,88	1,14	5,16
		0,06	0,04	0,04	0,04	0,05	0,03	0,03	0,01	0,09	0,09	0,10	0,05	0,04	0,04	0,06
	Hollanda	0,01	0,53	0,31	0,03	0,11	0,61	0,14	0,00	0,50	0,05	0,13	0,03	0,17	0,10	0,01
		0,05	0,02	0,03	0,02	0,02	0,03	0,02	0,02	0,03	0,03	0,02	0,02	0,03	0,02	0,02
	Belçika	0,01	0,57	0,16	0,13	0,03	10,60	0,03	0,82	0,13	0,02	0,03	0,16	0,31	0,14	0,00
		0,05	0,02	0,02	0,01	0,02	0,02	0,02	0,01	0,02	0,04	0,02	0,01	0,01	0,01	0,02
	Polonya	0,00	0,90	1,22	1,75	0,05	2,22	0,40	0,18	0,52	0,29	18,79	0,06	0,97	0,21	5,02
		0,01	0,03	0,03	0,01	0,07	0,02	0,02	0,03	0,03	0,03	0,00	0,02	0,01	0,02	0,05
	Bulgaristan	0,01	0,99	4,12	1,29	0,63	5,14	0,31	0,23	1,02	0,25	0,36	0,13	0,25	0,20	0,55
		0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01
	Ukrayna	0,01	1,91	3,09	0,52	0,11	2,90	0,34	2,02	0,21	0,13	0,37	0,08	0,93	0,52	0,20
		0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	0,01	0,02	0,01	0,00	0,00	0,01
	Slovenya	0,00	0,47	0,32	0,41	0,00	0,23	0,19	0,00	0,52	0,19	0,14	0,00	0,10	0,03	0,79
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01
	Macaristan	0,01	0,63	0,54	0,21	0,08	1,82	0,42	1,03	1,21	0,28	0,17	0,00	0,45	0,57	7,34
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01
	Portekiz	0,02	0,86	1,88	0,14	1,92	1,25	0,50	0,00	0,17	0,28	3,29	0,00	0,23	0,02	0,40
		0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01
	Çekya	0,01	0,86	0,95	0,58	0,03	0,86	0,03	14,33	0,38	0,00	0,20	0,65	1,12	0,24	8,38
		0,01	0,02	0,03	0,01	0,02	0,02	0,02	0,00	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,03	0,01
	İsviçre	0,04	0,05	0,02	0,44	0,03	2,10	0,12	0,29	1,51	0,37	0,00	0,00	0,09	0,40	0,00
		0,01	0,02	0,03	0,01	0,01	0,01	0,02	0,00	0,01	0,01	0,01	0,03	0,03	0,01	0,00
	Danimarka	0,01	0,50	1,13	0,32	0,00	1,10	0,01	0,11	0,06	0,19	0,00	0,00	0,18	0,06	0,00
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00
	Norveç	0,06	0,05	0,32	0,01	0,00	0,15	0,19	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,13	0,00
		0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,03	0,01	0,00
	Finlandiya	0,10	0,04	0,32	0,11	0,18	0,13	0,09	0,23	0,22	0,04	0,00	0,00	0,20	0,06	0,00
		0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00
	Litvanya	0,13	0,30	0,77	0,61	0,34	0,82	0,12	0,00	0,77	0,04	0,30	0,00	1,18	0,15	0,30
		0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02
	İrlanda	0,00	0,86	0,68	0,01	1,21	2,30	0,10	0,00	0,45	0,25	2,38	0,00	0,99	2,01	0,00
		0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
	Slovakya	0,00	0,02	0,71	0,14	0,01	0,12	0,01	0,04	0,44	0,32	1,84	0,00	0,43	0,11	9,40
		0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01
	Belarus	0,01	2,57	4,53	1,58	0,04	12,98	0,32	0,01	0,31	0,25	0,28	0,01	10,10	0,82	0,08
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Hırvatistan	0,01	0,49	0,93	0,19	0,04	1,80	0,24	0,00	2,59	0,08	0,42	0,00	0,02	0,42	1,45	
	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

(Tablo 21'in devamı)

Avrupa	Romanya	0,01	1,28	1,70	0,48	0,30	1,33	0,91	2,35	0,61	0,12	0,22	0,77	0,06	0,14	0,57	
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,03	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02
	Avusturya	0,05	0,09	0,16	0,05	0,00	2,25	0,34	0,00	0,09	0,03	0,26	0,00	0,80	1,65	3,49	
		0,02	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,03	0,02	0,02	0,01	0,02	0,01	0,01	
	Kanada	0,12	1,26	1,02	0,25	0,02	0,68	0,26	0,11	0,17	0,27	0,06	0,43	0,17	0,45	0,00	
		0,01	0,03	0,03	0,03	0,03	0,08	0,03	0,02	0,06	0,07	0,05	0,02	0,01	0,01	0,09	
Amerika	Meksika	0,00	3,35	4,30	0,02	9,56	1,12	0,21	0,00	8,06	5,35	22,40	0,70	0,95	0,12	0,00	
		0,01	0,03	0,07	0,06	0,03	0,02	0,05	0,00	0,01	0,01	0,01	0,03	0,03	0,11	0,01	
	ABD	0,67	2,13	1,26	0,56	0,66	11,76	0,17	0,00	0,76	0,13	16,30	0,53	1,18	0,07	0,00	
		0,05	0,05	0,08	0,06	0,07	0,13	0,14	0,06	0,10	0,13	0,18	0,18	0,07	0,10	0,30	
	Arjantin	0,00	3,35	8,12	0,66	4,61	0,00	1,11	0,14	5,23	0,89	6,30	0,00	0,46	0,06	0,00	
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,04	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Brezilya	0,01	10,44	0,73	0,64	0,02	3,11	0,09	0,00	0,00	0,00	1,22	0,37	5,22	0,63	0,00	
		0,00	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,02	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	
	Şili	0,00	11,36	4,48	0,15	0,20	0,74	0,08	0,58	3,71	1,58	3,90	0,16	0,43	4,13	0,00	
		0,01	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	
	Afrika	Nijerya	0,02	2,29	41,52	2,25	0,45	243,54	0,93	0,01	0,08	0,23	0,12	0,41	0,44	1,24	0,23
			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,02	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
G. Afrika		0,04	15,22	0,94	0,21	0,09	7,68	0,20	0,17	5,52	0,49	7,31	0,00	2,90	0,17	0,00	
		0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	
Mısır		0,08	2,42	2,24	0,96	0,38	9,47	0,32	0,18	0,51	0,91	0,09	1,01	0,02	0,99	0,00	
		0,00	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,05	0,00	0,01	
Fas		0,00	0,52	2,04	0,88	0,85	2,40	0,72	0,09	1,42	2,70	3,88	0,05	0,14	0,19	0,56	
		0,00	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	
Tunus		0,00	1,02	0,99	0,66	0,22	8,46	0,13	0,12	4,21	0,98	1,70	0,09	0,42	0,03	0,00	
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	
Asya ve Okyanus	Çin	0,01	14,94	8,72	0,29	21,01	14,04	0,36	0,00	7,20	0,83	0,99	0,38	0,29	0,08	0,00	
		0,01	0,06	0,05	0,13	0,07	0,01	0,09	0,02	0,01	0,02	0,01	0,10	0,16	0,12	0,01	
	Japonya	0,13	0,27	2,03	0,12	0,24	4,64	0,18	0,00	16,44	0,28	5,67	0,00	0,03	0,01	0,00	
		0,05	0,02	0,02	0,02	0,00	0,04	0,03	0,08	0,02	0,01	0,01	0,03	0,02	0,03	0,00	
	Malezya	0,18	0,57	9,07	0,60	0,27	1,19	0,36	0,00	0,42	2,53	2,89	0,00	0,62	0,08	0,00	
		0,00	0,02	0,00	0,01	0,02	0,01	0,01	0,04	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	
	Vietnam	3,30	5,80	1,99	0,04	0,00	0,02	0,01	0,00	10,65	0,41	0,30	0,00	0,55	0,15	0,00	
		0,00	0,02	0,01	0,05	0,02	0,01	0,01	0,03	0,00	0,00	0,00	0,02	0,01	0,01	0,00	
	Tayland	9,68	6,19	0,80	0,40	1,68	2,47	0,04	0,00	2,95	3,53	0,50	0,00	2,33	0,15	0,00	
		0,00	0,01	0,01	0,02	0,01	0,00	0,02	0,01	0,00	0,01	0,01	0,02	0,00	0,01	0,00	
	Rusya	0,01	1,03	4,45	1,07	0,07	2,41	0,64	1,17	0,69	0,38	0,21	0,19	6,22	0,34	0,07	
		0,04	0,03	0,02	0,02	0,01	0,02	0,03	0,00	0,05	0,03	0,02	0,04	0,01	0,01	0,03	
	BAE	2,17	1,58	3,16	0,38	0,40	8,48	0,09	0,05	0,12	0,91	2,81	0,11	0,50	0,36	1,22	
		0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,05	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	

(Tablo 21'in devamı)

Asya ve Okyanus	S. Arabistan	2,75	1,61	3,48	0,35	0,09	6,81	0,13	0,00	1,67	0,96	2,33	0,04	0,10	1,07	0,44
		0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,01	0,01
	Hindistan	0,00	3,56	7,83	0,14	0,21	4,14	0,26	0,01	0,94	9,90	5,91	0,43	2,98	0,80	0,00
		0,00	0,02	0,01	0,02	0,02	0,02	0,03	0,03	0,01	0,01	0,00	0,03	0,01	0,02	0,00
	G. Kore	0,23	0,77	0,02	0,01	0,02	1,08	0,13	0,00	5,15	0,08	0,00	0,56	1,17	0,05	0,00
		0,02	0,02	0,01	0,02	0,01	0,01	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,04	0,03	0,00
	Kazakistan	0,04	1,38	7,83	1,45	0,40	3,57	0,16	1,18	0,52	0,22	0,12	0,09	8,45	0,55	0,19
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
	Singapur	4,57	1,39	0,57	0,01	1,73	4,19	0,21	0,08	0,00	1,19	0,00	0,00	0,14	0,09	0,00
		0,00	0,01	0,01	0,02	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,02	0,00
	Hong Kong	0,63	0,34	25,39	0,16	0,02	4,79	0,01	0,23	0,00	0,00	0,00	0,32	0,38	8,89	0,00
		0,00	0,02	0,01	0,04	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,03	0,00
	Avustralya	0,00	5,13	6,79	0,01	0,15	0,97	0,29	0,04	4,58	0,25	3,11	0,00	0,39	0,69	0,00
		0,01	0,01	0,02	0,01	0,00	0,04	0,01	0,00	0,02	0,03	0,03	0,01	0,01	0,01	0,01
	Y. Zelanda	10,12	0,19	1,54	0,01	0,47	0,36	0,10	0,00	1,83	0,29	1,49	0,00	5,19	0,15	0,00
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
Irak	1,56	2,54	2,13	0,48	2,74	4,30	0,15	0,05	4,44	1,29	2,29	1,32	0,39	0,48	2,00	
	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
249- Diğer peynirler ve lor							7211- Tarla, bahçe tarımında, ormancılıkta kullanılan makina, cihazlar									
5335- Başka yerde belirtilmeyen pigment, boya sikatif, macun vs.							7212- Tarım ürünlerinin hasat ve harman edilmesine mahsus makina ve cihazlar									
5817- Plastikten tüp, boru ve hortum bağlantı elemanları							7224- Motokültörler ve diğer tarım traktörleri (744.14 ve 744.15 tekilerin dışındakiler)									
5821- Plastikten, yapışkan levha, yaprak, şerit, lam vb-düz şekilde							7313- Metallerin işlenmesine mahsus torna tezgahları									
6415- Diğer kağıt ve kartonlar, bitkisel parşömen, yağ geçirmez kağıtlar çizim kağıtları vs.							7499- Makina, mekanik cihazların aksam-parçaları-diğer									
6594- Tuftedilmiş halılar, tuftedilmiş yer kaplamaları							7728- Elektrik devresi teçhizatının aksam-parçaları									
6956- El aletlerinin veya makinalı aletlerin değişen aletleri ve kesici ağızları.							7832- Yarı römorklar için çekiciler									
7119- Buhar ve kızgın su kazanlarının aksamı																

Not: “Yeşil” renk dolgusu, ihracat yoğunluk endeksi 0,10-0,60 arasında olan ülkeleri ifade etmektedir. “Mavi” renk dolgusu, ülkenin ilgili ürün grubunda toplam dünya ithalatındaki payının %0,5’ten fazla olduğunu işaret etmektedir.

Tablo 21 incelendiğinde, Şırnak’ın PRODY 1 ve 2 grubunda yer alan ve ilin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu 15 ürün ile bu ürünlerin ihracat potansiyelinin olduğu ülkeler verilmiştir. 249 kodlu üründe Şırnak’ın Japonya, G. Kore, Kanada, Finlandiya ülkelerine ihracat potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. İlgili üründe Japonya dünya ithalatının %5’ini gerçekleştirmekte olup Japonya’da Şırnak’ın %87’lik bir ihracat potansiyeline sahip olduğu ifade edilebilir. 5335 kodlu ürün ile ilgili Şırnak’ın ihracat potansiyeli incelendiğinde Almanya, İspanya, Fransa, Hollanda, Belçika, Danimarka, Litvanya, Hırvatistan, Fas, Japonya, Malezya ve Hong Kong ülkelerine ihracat potansiyeline

sahip olduğu, bu ülkeler arasında Japonya ve İspanya'nın yüksek potansiyele sahip ülkeler olarak ön plana çıktığı belirlenmiştir.

5817 kodlu üründe Şırnak'ın ihracat potansiyelinin olduğu ülkeler incelendiğinde İngiltere, Hollanda, Belçika, Macaristan, Norveç, Finlandiya, Avusturya ve Singapur ülkelere ihracat potansiyeline sahip olduğu belirlenmiştir. 5821 kodlu üründe İngiltere, İtalya, İspanya, Fransa, Macaristan, Çekya, Danimarka, Romanya, Kanada, ABD, G. Afrika, Çin, Japonya, Malezya, Tayland, BAE, S. Arabistan, Hindistan, Hong Kong ülkelerine Şırnak ilinin ihracat potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. 6415 kodlu üründe ise Şırnak'ın İspanya, Hollanda, Romanya, Şili, Mısır, Malezya, BAE, Hindistan ülkelere bir ihracat potansiyeline sahip belirlenmiştir. Geriye kalan çoğu ülkede var olan potansiyelini tam olarak kullandığı tespit edilmiştir.

6594 kodlu üründe Şırnak'ın İspanya, Norveç, Finlandiya, Y. Zelanda ülkelere ihracat potansiyelinin olduğu, bu ürünün ihracatında belirlenen bu ülkelere yoğunlaşması gerektiğini söylenebilir. Bununla birlikte Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa, Hollanda gibi ülkelere ise var olan pazar potansiyelini tam olarak kullandığı belirlenmiştir.

6956 kodlu üründe ise Şırnak'ın, İtalya, Fransa, Hollanda, Polonya, Macaristan, Portekiz, İsviçre, Norveç, Avusturya, Kanada, Meksika, ABD, G. Afrika, Çin, Japonya, Malezya, S. Arabistan, Hindistan, G. Kore, Singapur, Avustralya gibi ülkelere ihracat potansiyelinin var olduğu belirlenmiş ve Almanya ile İspanya ülkelere var olan potansiyelini yeterli düzeyde kullandığı tespit edilmiştir. 7119 kodlu üründe Şırnak'ın pazar potansiyelinin olduğu ülkelere bakıldığında bunların İngiltere, Fransa, G. Afrika, Polonya, Danimarka, Finlandiya, Kanada, Arjantin, Mısır, Tunus ülkelerinin olduğu ve ilgili üründe ihracatını bu ülkelere odaklanması gerektiği söylenebilir. Bu üründe Şırnak'ın İtalya ülkesinde pazar potansiyelini tam manasıyla kullandığı belirlenmiştir.

7211 kodlu ürüne bakıldığında Şırnak'ın İngiltere, İtalya, Letonya, İspanya, İrlanda, Kanada, Çekya, Finlandiya, Hollanda, Belçika, Polonya, Ukrayna, Portekiz, Slovakya, Belarus, Kazakistan ülkelere pazar potansiyelinin olduğu tespit edilirken bu ülkeler arasında en yüksek pazar potansiyelinin İngiltere ve Portekiz ülkelerinde olduğu belirlenmiştir. 7212 kodlu üründe Şırnak'ın İtalya, İspanya, Fransa, Polonya, Bulgaristan, Ukrayna, Macaristan, İsviçre, Danimarka, İrlanda, Slovakya, Romanya, Kanada, ABD, Nijerya, G. Afrika, Japonya, Rusya, Kazakistan, Avustralya, Y. Zelanda ülkelere pazar

potansiyelinin olduğunu Fransa, Ukrayna, ABD ülkelerinde ise yüksek pazar potansiyelinin ön plana çıktığı görülmektedir.

7224 Kodlu üründe Şırnak'ın Almanya, İngiltere, İspanya, Slovenya, Macaristan, Çekya, Romanya, Avusturya, Tayland, Rusya, Kazakistan ülkelere pazar potansiyelinin olduğu belirlenmiş ve İtalya, Portekiz, ABD, Brezilya, Japonya, Avustralya gibi iyi bir ithalatçı konumunda olan bu ülkelere var olan potansiyelini tam manasıyla kullandığı saptanmıştır. Bununla birlikte ilgili üründe ihracatını bu ülkelere yoğunlaştırması gerektiği önerilmektedir.

7313 kodlu ürüne bakıldığında Şırnak'ın ABD'ye %47, Hindistan'a %57, Güney Kore'ye %44'lük, Belçika'ya %84, Kanada'ya %57, Brezilya'ya %63, Çin'e %62, Rusya'ya %81'lik bir pazar potansiyelinin olduğu belirlenmiştir. 7499 kodlu ürün özelinde potansiyel ülke analizi yapıldığında, ise Şırnak'ın bu üründe İngiltere, İspanya, Macaristan, Çin, Vietnam, S.Arabistan, Belçika, Hollanda, Finlandiya, Kanada, Şili, Fas, BAE, Singapur, Hong Kong, Avustralya ülkelere ihracat potansiyeline sahiptir. Bu pazar potansiyeline sahip ülkeler arasında en yüksek pazar potansiyellerine sahip S.Arabistan, Singapur, Fas, Hollanda, Kanada ülkeleri dikkat çekmektedir. 7728 kodlu üründe Şırnak'ın ihracatta odaklanabileceği ülkeler arasında Almanya, İngiltere, İspanya, Macaristan, Çekya, Vietnam, Hollanda, Belçika, Polonya, Romanya, İsviçre, Norveç, Kanada, Meksika, Fas, Rusya, Tayland, BAE ülkeleri olduğunu ve bu ülkelerin iyi bir ithalatçı oldukları söylenebilir.

7832 kodlu ürüne bakıldığında Şırnak'ın Portekiz, Bulgaristan, Ukrayna, Litvanya, Romanya, S. Arabistan ülkelere pazar potansiyelinin bulunduğu ve bu ülkelere odaklanması gerektiği söylenebilir. Söz konusu üründe pazar potansiyeline sahip olduğu diğer ülkelerde ise potansiyelinin tam kapasiteli olarak kullandığı belirlenmiştir. Söz konusu ürünlerde Şırnak'ın ihracat potansiyeline sahip olduğu ülkelerin çoğunda iyi bir ihracat performansına sahip olduğu söylenebilir. Şırnak'ın ülke bazlı ihracat potansiyeli incelendiğinde; Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya, İspanya, ABD, Japonya, S.Arabistan ülkeleri Şırnak için önerilen ürünlerde önemli bir ithalatçı konumunda olan ülkelerdir. Komşu ülke Irak özelinde bakıldığında 5817, 6594 kodlu ürünlerde ihracat potansiyelini kullandığı ve geriye kalan 13 üründe ise Irak ülkesinin dünya ithalat oranının altında kaldığı belirlenmiştir. Tablo 22' de Kilis ilinin ürün grubu bazında ihracat potansiyeli olan ülkeler yer almaktadır.

Tablo 22. Kilis ihracat yoğunluk endeksi

PRODY Grubu		2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1
Ürün Kodu		5532	5535	5813	5922	6573	6993	7272	7413	8939	8973	9310
Avrupa	Almanya	0,18	0,67	0,98	0,28	1,07	0,66	1,09	3,28	0,49	17,13	0,10
		0,04	0,06	0,06	0,08	0,04	0,08	0,04	0,03	0,08	0,02	0,14
	İngiltere	0,26	0,48	2,82	0,38	3,84	1,67	0,35	0,40	0,42	0,42	0,26
		0,04	0,06	0,04	0,03	0,02	0,02	0,03	0,01	0,03	0,05	0,03
	İtalya	0,12	0,60	1,54	0,22	0,83	0,93	0,69	0,47	0,34	1,41	0,52
		0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,05	0,02	0,02	0,02	0,02	0,03
	İspanya	0,04	0,13	4,05	0,41	1,43	2,13	0,33	0,28	0,27	2,16	0,15
		0,02	0,03	0,03	0,02	0,02	0,02	0,03	0,02	0,02	0,00	0,03
	Fransa	0,18	0,35	3,37	0,03	1,08	1,60	0,20	4,67	0,44	0,20	0,32
		0,03	0,04	0,10	0,03	0,02	0,09	0,03	0,02	0,04	0,06	0,02
	Hollanda	1,49	2,18	0,18	0,10	0,55	0,83	0,89	1,29	0,25	8,22	0,23
		0,02	0,05	0,02	0,04	0,01	0,02	0,04	0,01	0,03	0,00	0,03
	Belçika	0,02	0,30	1,33	0,08	1,49	0,44	0,22	1,51	0,72	16,47	0,37
		0,02	0,03	0,04	0,02	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,00	0,01
	Polonya	0,46	0,60	6,70	0,44	1,97	0,35	0,24	2,19	0,42	15,49	0,49
		0,02	0,02	0,01	0,02	0,03	0,01	0,02	0,01	0,03	0,00	0,01
	Bulgaristan	0,39	1,03	1,58	0,75	1,08	0,47	1,61	3,04	1,28	9,41	0,18
		0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Yunanistan	0,44	0,35	2,04	0,40	1,45	1,29	0,75	0,54	0,83	4,77	2,57
		0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
Ukrayna	0,80	1,87	119,13	1,13	0,35	0,35	0,67	1,73	0,33	6,20	0,54	
Avrupa	Macaristan	0,04	1,62	0,88	0,21	0,48	8,43	0,52	0,28	0,48	45,13	0,02
		0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,00
	Portekiz	0,24	0,26	2,12	0,08	2,58	0,41	0,34	4,77	0,22	1,78	2,53
		0,00	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00
	Çekya	0,32	2,14	0,34	0,07	0,32	0,43	0,19	0,32	0,52	33,39	0,72
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,03	0,00	0,00
	İsviçre	0,86	0,48	0,03	9,24	0,56	0,01	0,55	8,73	0,36	0,26	0,30
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,02	0,01	0,01	0,01	0,19	0,02
	Danimarka	0,08	0,06	0,35	0,01	0,51	0,33	0,70	7,35	0,14	2,93	0,18
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01
	Norveç	0,01	0,08	0,10	0,02	0,00	0,25	0,27	5,29	0,06	3,15	0,52
		0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00
	Finlandiya	0,51	0,36	0,00	0,11	1,42	0,30	0,25	0,29	0,26	10,00	0,53
		0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
	Litvanya	1,56	0,95	0,48	0,34	1,31	0,70	0,24	0,17	0,55	74,12	0,42
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
	İrlanda	1,54	0,07	0,03	0,14	0,43	0,00	0,22	0,52	0,23	0,87	0,15
		0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01

(Tablo 22'nin devamı)

Avrupa	Slovakya	1,55	0,70	0,40	0,60	2,04	0,24	0,91	2,99	0,33	25,89	0,45	
		0,00	0,01	0,02	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	
	Hrvatistan	0,30	0,41	0,01	0,18	0,95	0,18	2,86	1,35	0,64	7,49	0,38	
		0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Makedonya	1,13	1,10	8,31	2,09	0,17	0,62	4,29	1,96	0,80	6,53	2,37	
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Romanya	0,32	1,26	1,13	0,40	0,47	0,11	0,44	0,77	0,51	0,00	0,70	
		0,00	0,01	0,01	0,01	0,03	0,05	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	
	Avusturya	0,02	0,56	0,02	0,08	0,21	0,13	0,31	0,19	0,20	6,45	0,11	
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,02	0,00	0,01	
	Kanada	0,07	0,67	0,00	0,13	0,23	0,49	0,32	0,10	0,20	7,84	1,02	
		0,03	0,03	0,03	0,03	0,02	0,01	0,04	0,03	0,02	0,01	0,02	
	Amerika	Meksika	3,21	0,39	0,66	0,48	0,04	0,25	1,26	0,34	0,19	84,70	0,26
			0,01	0,02	0,00	0,03	0,06	0,02	0,03	0,04	0,06	0,00	0,05
ABD		0,50	3,20	0,74	0,08	0,52	4,19	0,62	2,53	0,58	10,21	0,60	
		0,08	0,07	0,09	0,08	0,11	0,05	0,11	0,10	0,14	0,10	0,24	
Arjantin		0,00	0,00	100,84	0,02	2,39	3,13	0,76	0,20	0,41	4,95	2,42	
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	
Brezilya		0,03	0,02	0,38	0,45	0,15	1,35	3,21	0,07	3,47	0,02	4,03	
		0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,02	0,02	0,01	0,00	0,00	
Şili		0,14	1,39	1,25	0,27	0,53	0,39	0,20	1,75	0,22	4,55	1,25	
		0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	
Afrika		Nijerya	2,98	32,96	4,25	1,08	0,09	0,01	0,17	0,90	2,88	511,04	413,56
			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,01	0,00	0,00	0,00
	G. Afrika	0,27	1,37	29,98	0,39	1,05	0,24	0,54	2,97	0,97	2,31	0,24	
		0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	
	Fildişi Sahili	0,12	5,73	3,35	1,06	0,96	0,00	0,11	1,89	0,59	0,00	0,67	
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Mısır	0,46	1,30	7,16	1,14	3,73	3,36	1,52	1,81	0,68	26,32	15,38	
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Fas	1,07	1,54	2,54	0,41	0,24	1,81	1,97	0,88	0,85	17,71	0,90	
		0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Tunus	2,09	1,06	1,29	1,04	0,36	1,79	2,55	2,89	0,38	2,38	1,20	
		0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
	Asya ve Okyanus	Çin	0,02	0,05	0,01	0,05	4,70	0,49	1,02	0,02	0,45	0,95	7,08
			0,22	0,05	0,10	0,14	0,08	0,04	0,03	0,12	0,05	0,03	0,05
Japonya		0,09	0,61	1,56	0,09	1,07	0,24	1,22	0,17	0,36	3,27	0,65	
		0,02	0,04	0,01	0,04	0,01	0,01	0,01	0,02	0,04	0,02	0,04	
Sri Lanka		2,66	0,90	23,16	2,74	0,43	0,11	1,36	1,78	3,77	0,00	2,61	
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

(Tablo 22'nin devamı)

Asya ve Okyanus	Malezya	0,25	11,49	0,00	0,00	0,03	0,14	0,28	0,13	0,06	6,78	8,26
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,00
	Kamboçya	4,31	0,74	0,00	0,00	0,00	0,22	0,02	0,89	0,43	39,52	0,54
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Vietnam	1,93	0,94	1,00	0,02	0,10	0,04	0,62	0,07	0,10	4,06	0,81
		0,00	0,00	0,01	0,03	0,10	0,07	0,01	0,04	0,03	0,00	0,01
	Tayland	0,44	4,14	428,22	2,73	0,58	0,00	3,73	0,18	0,10	5,44	3,61
		0,02	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,01	0,00
	Filipinler	0,20	2,73	15,25	0,24	0,30	0,02	0,95	0,09	0,40	113,31	1,56
		0,00	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00
	Rusya	0,39	2,38	3,82	1,09	1,50	1,05	0,77	1,03	0,42	6,42	0,44
		0,02	0,03	0,00	0,02	0,01	0,01	0,04	0,04	0,02	0,00	0,01
	BAE	0,47	1,66	9,80	0,92	0,79	0,87	1,73	0,41	0,61	5,06	5,96
		0,02	0,03	0,02	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,16	0,00
	Özbekistan	1,11	7,13	59,66	4,29	2,44	3,42	2,79	0,58	1,29	0,01	1,70
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,02	0,00	0,00	0,00
	S. Arabistan	0,77	1,11	1,17	0,77	1,01	1,19	2,93	1,72	1,31	2,55	0,10
		0,01	0,02	0,02	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01
	Hindistan	1,49	0,98	16,84	0,53	0,81	1,99	4,39	0,56	0,99	6,34	4,96
		0,00	0,01	0,01	0,02	0,04	0,04	0,02	0,03	0,01	0,01	0,01
	G. Kore	0,51	2,38	10,36	0,04	7,95	0,08	2,55	0,28	0,32	2,61	50,09
		0,02	0,01	0,01	0,03	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01
	Singapur	0,19	0,26	0,59	0,04	1,33	0,05	4,26	0,05	0,07	3,42	0,81
		0,05	0,02	0,02	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,03	0,01
	Hong Kong	0,41	0,25	0,01	0,00	0,45	0,21	0,05	0,03	0,31	14,21	2,13
		0,08	0,02	0,04	0,02	0,03	0,07	0,00	0,00	0,02	0,14	0,01
	Pakistan	10,21	21,41	11,54	2,23	0,43	13,63	6,47	0,85	2,46	136,95	6,25
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00
Kuveyt	0,47	1,35	2,16	1,18	0,57	0,94	1,97	0,61	0,44	0,79	0,45	
	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	
Avustralya	0,02	0,37	0,08	0,11	3,28	1,04	1,41	1,53	0,33	5,60	0,33	
	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,02	0,00	0,01	0,01	0,01	
Irak	0,58	0,77	1,17	1,55	0,65	0,13	1,17	0,91	0,61	2,81	0,18	
	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03	0,00	
5532- Güzellik, makyaj, cilt bakımı müstahzarları						7272- Yiyecek-içecek sanayii makina-cihazlar ile bunların aksam-parçaları						
5535- Traş müstahzarları, vücut deodorantları, tuvalet müstahzarları						7413- Sanayi-laboratuvarlara mahsus fırınlar ile bunların aksam ve parçalar						
5813- Tüpler, borular, hortumlar (esnek) kırılma basıncı enaz 27, 6 mpa						8939- Plastikten diğer eşyalar						
5922- Kazeinat, kazein, jelatin, peptonlar, dekstrinler ve tadil edilmiş nişastalar						8973- Altın, gümüş, platin gibi kıymetli metallere mücevher						
6573- Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat, dekorlar, fanlar vs.						9310- Özel işlemler ve mallar, çeşitlerine göre sınıflandırılmamış mallar						
6993- Demir/çelikten el ile kullanılmaya mahsus dikiş, nakış, aletleri												

Not: “Yeşil” renk dolgusu, ihracat yoğunluk endeksi 0,10-0,60 arasında olan ülkeleri ifade etmektedir. “Mavi” renk dolgusu, ülkenin ilgili ürün grubunda toplam dünya ithalatındaki payının %0,5’ten fazla olduğunu işaret etmektedir.

Tablo 22’de Kilis’in hem ihracat potansiyelini hem de ilgili üründe ilgili ülkenin ithalat oranının dünya ithalatındaki oranının %1’ den yüksek olduğu ülkeler özelinde (yeşil ve turkuaz renkleri aynı anda içeren ülke) incelenerek, potansiyeli olan ülke eşleştirmesi bu koşullar altında değerlendirilecektir. Tablo 22 incelendiğinde, Kilis’in PRODY 1 ve 2 grubunda yer alan ve ilin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu 11 ürün ile bu ürünlerin ihracat potansiyelinin olduğu ülkeler verilmiştir.

5532 kodlu üründe Kilis’in Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa, Çekya, ABD, Çin, Polonya, Tayland, Rusya, BAE, Singapur, Malezya, Güney Kore ülkelerine ihracat potansiyelinin olduğu belirlenirken bu ülkeler arasında en çok göze çarpan ülkenin %88 gibi bir pazar potansiyeli olan İtalya olduğu görülmektedir. 5535 kodlu ürün incelendiğinde Kilis’in İngiltere, İtalya, İspanya, Fransa, Portekiz, Belçika, Polonya, İsviçre, Hırvatistan, Avustralya, Meksika, Avusturya, Singapur, Hong Kong ülkelerine ihracat potansiyeli olduğuna ve bu ülkelerin iyi bir ithalatçı konumunda olmasından dolayı Kilisin ilgili üründe bu ülkelere ihracat bakımından odaklanması gerektiği söylenebilir bunun yanında Hollanda, ABD, Şili, Irak ülkelerinde var olan potansiyelini tatmin edici düzeyde kullandığı belirlenmiştir. 5813 kodlu ürün ile ilgili Kilis’in ihracat potansiyeli incelendiğinde Hollanda, Danimarka, Brezilya, Singapur, Çekya ve Slovakya ülkelerine ihracat potansiyeline sahip olduğu, diğer yandan iyi bir ithalatçı ve ihracat potansiyeli bulunan ülkelere ise potansiyelinin tam olarak kullandığı söylenebilir. 5922 kodlu ürün incelendiğinde Kilis’in Filipinler, Macaristan, Hindistan, G.Afrika, İspanya, İtalya, Hollanda, Finlandiya, Romanya, Kanada, Meksika, Brezilya İngiltere, Almanya ülkelerine ihracat potansiyelinin olduğu gözlemlenirken bu ülkeler arasında en yüksek ihracat potansiyeline sahip ülke ise Hollanda olarak karşımıza çıkmaktadır.

6573 kodlu üründe Kilis’in ihracat potansiyeli olan ülkeler incelendiğinde, Macaristan, ABD, Çekya, Vietnam, Hollanda, Ukrayna, Makedonya, Romanya, Avusturya, Kanada, Brezilya, Fas, Tunus, Tayland, Filipinler, Hong Kong, Pakistan ülkelerine ilin ihracat potansiyeli olduğu, pazar potansiyelinin bulunduğu ve iyi bir ithalatçı olan ülkelere ise ihracat potansiyelini tam kapasiteli olarak kullandığı belirlenmiştir. 6993 kodlu üründe Kamboçya, Avusturya, Bulgaristan, Portekiz, Çekya, Slovakya, Japonya, Sri Lanka, Malezya ülkelerinde Kilisin ihracat potansiyelinin olduğu ve bu ürünlere odaklanması

gerekmektedir. Irak, Kıbrıs, Bosna Hersek, Hırvatistan, G.Afrika, Ürdün, Kenya ülkelerine pazar potansiyeli olmasına rağmen ilgili üründe dünya ithalatındaki paylarına bakıldığında iyi bir konuma sahip olmamalarından dolayı bu ülkeler önerilmemektedir. 7272 kodlu ürüne bakıldığında Kilis'in ihracat potansiyeline sahip olduğu ülkeler sırasıyla İngiltere, İspanya, Fransa, Macaristan, Portekiz, Çekya, Litvanya, İrlanda, Belçika, Romanya, Kanada, Şili, Nijerya G.Afrika, Fildişi Sahili, Malezya ülkeleridir.

7413 kodlu üründe Kilisin, Özbekistan, Japonya, Güney Kore, Avusturya, Kanada, Meksika, Arjantin, Tayland, BAE, Hindistan, İtalya, İspanya, İngiltere, Macaristan, Çekya, Malezya ülkelerine yönelik bir ihracat potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. Kilisin ilgili üründe bu ülkelerin pazarına odaklanması gerektiği söylenebilir. 8939 kodlu üründe Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa, İspanya, Macaristan, Portekiz, Çekya, İrlanda, Slovakya, Hollanda, Polonya, İsviçre, Danimarka, Romanya, Avusturya, Avustralya, Kanada, Meksika, Çin, Tayland, Filipinler, Rusya, Hong Kong, ABD, Japonya, Vietnam ve G. Kore ülkelerine ihracat potansiyeline sahip olduğu görülmektedir. Söz konusu ürün en çok ihracat potansiyellerinin olduğu ülkeleri içermektedir. 8973 kodlu ürün incelendiğinde İngiltere, Fransa, İsviçre ülkelerine ihracat potansiyelinin olduğu görülmektedir. Bununla birlikte potansiyelinin bulunduğu çoğu ülkede potansiyeli tam olarak kullandığı belirlemiştir. 9310 kodlu ürün nezdinde incelendiğinde Almanya, İngiltere, İtalya, İspanya, Fransa, Hollanda, Belçika, İsviçre, Polonya, Danimarka, Finlandiya, İrlanda, Avusturya, Meksika, Rusya ABD, G. Afrika, S. Arabistan ülkelerine ihracat potansiyelinin olduğu görülmektedir. Öte yandan pazar potansiyeli bakımından en yüksek potansiyele %90 orana sahip iki ülke ön plana çıkmaktadır bunlar Almanya ve S. Arabistan'dır. Tablo 23'te Gaziantep ilinin ihracat yoğunluk endeksi ve odaklanması gereken yani ihracat potansiyeli olan ülkeler yer almaktadır.

Tablo 23. Gaziantep ihracat yoğunluk endeksi

PRODY Grubu		1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
Ürün Kodu		733	989	5533	5754	5829	6519	6572	6573	6594	7244	8724
Avrupa	Almanya	0,18	0,63	0,56	0,06	0,46	0,34	1,87	1,07	1,27	0,29	1,08
		0,09	0,04	0,05	0,07	0,07	0,10	0,08	0,04	0,09	0,03	0,06
	İngiltere	0,34	0,29	0,32	0,34	1,47	0,14	7,08	3,84	5,46	0,35	0,69
		0,08	0,04	0,05	0,03	0,04	0,03	0,03	0,02	0,12	0,00	0,05
	İtalya	0,06	0,53	0,07	0,16	1,21	1,07	4,04	0,83	3,09	0,16	0,52
		0,02	0,01	0,02	0,04	0,02	0,08	0,03	0,02	0,02	0,02	0,02
	İspanya	0,01	0,53	0,07	0,04	0,62	0,17	2,06	1,43	0,58	1,69	0,57
		0,02	0,02	0,03	0,02	0,02	0,03	0,02	0,02	0,02	0,00	0,02

(Tablo 23'ün devamı)

Avrupa	Fransa	0,03	0,41	0,41	0,02	0,73	0,25	1,32	1,08	1,79	0,61	1,52
		0,06	0,03	0,03	0,04	0,05	0,04	0,03	0,02	0,02	0,03	0,01
	Hollanda	0,23	1,03	1,31	0,04	2,00	0,03	2,38	0,55	0,61	0,00	0,62
		0,04	0,04	0,03	0,04	0,03	0,03	0,02	0,01	0,03	0,02	0,04
	Belçika	2,93	0,13	0,51	0,51	0,78	0,21	0,71	1,49	10,60	0,10	0,33
		0,02	0,01	0,02	0,02	0,02	0,03	0,02	0,01	0,02	0,01	0,01
	Polonya	0,25	0,33	0,24	0,40	1,45	0,22	2,61	1,97	2,22	2,11	0,63
		0,03	0,01	0,03	0,02	0,03	0,02	0,04	0,03	0,02	0,00	0,02
	Bulgaristan	0,13	0,10	0,65	3,75	2,19	2,15	4,97	1,08	5,14	0,02	1,47
		0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Yunanistan	0,06	0,60	0,12	4,33	2,85	4,24	2,65	1,45	3,11	3,57	0,87
		0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Ukrayna	0,13	0,19	0,35	0,78	1,55	0,24	1,64	0,35	2,90	0,42	1,51
		0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00
	Macaristan	0,29	0,01	0,15	0,08	0,85	4,62	1,86	0,48	1,82	0,84	5,41
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00
	Sırbistan	0,49	0,30	1,32	1,41	1,22	0,20	3,76	0,81	1,85	6,36	2,38
		0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00
	Portekiz	0,01	0,18	0,05	0,38	0,52	0,53	7,72	2,58	1,25	0,28	0,75
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01
	Çekya	0,23	9,62	0,32	0,09	1,65	0,20	9,73	0,32	0,86	0,64	3,41
		0,01	0,01	0,02	0,01	0,02	0,01	0,03	0,02	0,02	0,01	0,01
	İsviçre	0,08	1,56	1,09	0,01	0,21	0,03	6,47	0,56	2,10	0,07	0,61
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,02
	Danimarka	0,00	0,08	0,18	1,81	0,82	0,74	1,52	0,51	1,10	0,00	0,16
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01
	Norveç	0,13	0,13	0,03	0,02	2,02	0,00	0,42	0,00	0,15	0,00	0,15
		0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01
	Finlandiya	0,02	0,52	0,16	0,00	1,27	1,41	2,57	1,42	0,13	0,00	0,12
		0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00
İrlanda	0,00	0,00	0,19	0,03	2,27	5,98	2,10	0,43	2,30	0,00	0,33	
	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	
Slovakya	0,13	0,01	1,12	1,27	0,18	0,30	0,50	2,04	0,12	0,15	2,73	
	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	
Belarus	0,38	0,02	0,13	0,73	0,91	0,72	1,49	2,59	12,98	0,18	0,63	
	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Bosna Hersek	0,26	0,24	1,08	0,35	1,49	0,27	1,25	1,43	5,30	0,01	0,54	
	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Makedonya	0,74	0,16	0,96	1,27	2,14	0,55	2,11	0,17	1,97	2,09	1,34	
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	

(Tablo 23'ün devamı)

Avrupa	Romanya	0,24	0,06	0,28	2,16	1,24	0,47	2,73	0,47	1,33	0,54	1,98
		0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,03	0,01	0,00
	Avusturya	0,02	0,09	0,37	0,08	0,04	0,69	0,63	0,21	2,25	0,02	0,82
		0,02	0,01	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00
Amerika	Kanada	5,53	0,88	0,30	0,14	0,92	0,05	0,77	0,23	0,68	2,65	0,02
		0,02	0,03	0,04	0,04	0,03	0,01	0,03	0,02	0,08	0,00	0,05
	Meksika	0,87	1,00	0,00	0,52	0,82	0,38	0,59	0,04	1,12	4,56	4,44
		0,01	0,01	0,01	0,02	0,07	0,02	0,04	0,06	0,02	0,01	0,01
	ABD	5,22	1,03	1,28	0,36	3,15	0,20	13,46	0,52	11,76	5,92	0,05
		0,09	0,10	0,09	0,05	0,10	0,12	0,11	0,11	0,13	0,05	0,26
	Ekvador	0,84	0,11	0,56	0,40	5,77	0,00	0,01	0,26	8,03	1,15	2,04
		0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Peru	1,39	0,11	0,33	0,13	0,05	0,03	0,00	0,08	0,00	0,62	2,29
		0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Brezilya	2,89	1,38	0,00	0,34	0,53	0,32	7,34	0,15	3,11	5,92	23,49
		0,00	0,01	0,00	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,02
Şili	7,05	0,15	0,57	0,59	0,39	0,00	0,77	0,53	0,74	0,00	10,08	
	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	
Afrika	Mısır	0,98	0,15	0,28	1,81	0,41	1,21	6,79	3,73	9,47	1,81	1,01
		0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
	Fas	0,86	0,15	0,81	1,03	1,79	0,15	4,00	0,24	2,40	0,54	1,53
		0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01
	Tunus	0,53	0,23	0,72	0,90	1,34	0,09	3,89	0,36	8,46	0,41	0,79
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00
Asya ve Okyanus	Çin	5,84	0,13	0,68	0,58	0,33	0,01	0,98	4,70	14,04	0,88	0,10
		0,02	0,14	0,05	0,10	0,06	0,06	0,06	0,08	0,01	0,31	0,03
	Japonya	9,75	0,06	0,06	0,04	0,42	0,02	0,11	1,07	4,64	0,33	0,00
		0,02	0,02	0,04	0,01	0,01	0,05	0,06	0,01	0,04	0,01	0,02
	Malezya	2,80	0,05	1,09	0,00	0,48	0,00	2,18	0,03	1,19	0,00	0,44
		0,01	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
	Vietnam	4,87	0,11	1,68	0,57	0,34	0,01	0,12	0,10	0,02	1,19	11,81
		0,00	0,02	0,01	0,04	0,03	0,01	0,04	0,10	0,01	0,08	0,01
	Tayland	2,96	0,06	0,19	0,53	0,43	0,00	1,30	0,58	2,47	2,52	1,50
		0,01	0,01	0,00	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01
	Filipinler	3,00	0,13	0,27	0,01	0,11	0,00	0,69	0,30	0,12	0,00	12,81
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00
İsrail	1,72	0,38	1,06	0,66	3,38	0,88	4,98	1,44	3,05	0,00	1,11	
	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	
Rusya	0,24	0,73	0,14	0,83	1,58	0,15	2,21	1,50	2,41	0,67	0,38	
	0,02	0,01	0,03	0,03	0,02	0,02	0,02	0,01	0,02	0,00	0,02	

(Tablo 23'ün devamı)

Asya ve Okyanus	BAE	0,90	0,52	0,36	0,47	1,59	0,17	1,30	0,79	8,48	0,00	0,61
		0,03	0,01	0,02	0,01	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,00	0,01
	Özbekistan	0,33	0,48	0,59	5,92	2,39	3,45	2,86	2,44	10,52	0,21	0,78
		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,05	0,00
	S. Arabistan	2,70	0,21	0,55	0,70	2,17	0,20	2,31	1,01	6,81	0,00	2,04
		0,02	0,02	0,02	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,02	0,00	0,02
	G. Kore	5,22	0,07	2,48	0,15	0,86	0,00	0,05	7,95	1,08	0,85	0,41
		0,01	0,03	0,02	0,02	0,03	0,04	0,03	0,01	0,01	0,01	0,01
	Kazakistan	0,22	0,40	0,28	2,15	0,97	1,07	0,94	0,69	3,57	0,13	1,11
		0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Singapur	4,43	0,08	0,15	0,15	1,75	0,00	1,98	1,33	4,19	0,00	0,06
		0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02
	Hong Kong	44,61	0,01	2,72	1,29	0,02	0,00	0,01	0,45	4,79	0,00	5,23
		0,01	0,02	0,02	0,01	0,01	0,00	0,01	0,03	0,00	0,00	0,01
	Pakistan	14,69	0,89	2,23	1,00	20,30	0,04	10,74	0,43	3,05	0,43	9,95
		0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,04	0,00
	Kuveyt	2,12	0,37	0,37	0,21	1,30	4,60	6,73	0,57	22,96	0,00	1,14
		0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
	Avustralya	0,23	0,13	0,51	3,66	3,71	6,26	0,44	3,28	0,97	0,15	1,43
		0,02	0,03	0,02	0,01	0,01	0,00	0,01	0,01	0,04	0,00	0,03
Y. Zelanda	0,03	0,05	0,32	0,00	0,73	0,00	2,15	3,87	0,36	0,00	12,33	
	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	
Irak	3,21	0,65	1,51	2,35	3,44	0,54	1,42	0,65	4,30	0,89	1,29	
	0,01	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	
733- Gıda müstahz.-kakao/çikolata içeren doldurulmuş, dilim veya çubuk halde						6572- Dokunmamış mensucat (emdirilmiş, sıvanmış olsun olmasın)						
989- Başka yerlerde yer almayan gıda müstahzarları, hayvansal ürünler						6573- Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat, dekorlar, fanlar vs.						
5533- Saç müstahzarları						6594- Tuftedilmiş halılar, tuftedilmiş yer kaplamaları						
5754- Amino reçineler, fenolik reçeller ve poliüretanlar (ilk şekillerde)						7244- Dokuma maddelerinden lif imal eden, elyaf hazırlayan ve işleyen makineler						
5829- Plastikten diğer levhalar, yaprak, pelikül, varak ve lamalar						8724- Tıpta, cerrahide, dişçilikte vb kullanılan mobilyalar						
6519- Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil iplikleri												

Not: “Yeşil” renk dolgusu, ihracat yoğunluk endeksi 0,10-0,60 arasında olan ülkeleri ifade etmektedir. “Mavi” renk dolgusu, ülkenin ilgili ürün grubunda toplam dünya ithalatındaki payının %0,5’ten fazla olduğunu işaret etmektedir.

Tablo 23’te Gaziantep ilinin hem ihracat potansiyelini hem de ilgili üründe ilgili ülkenin ithalat oranının dünya ithalatındaki oranının %1’ den yüksek olduğu ülkeler özelinde (yeşil ve turkuaz renkleri aynı anda içeren ülke) incelenerek, potansiyeli olan ülke eşleştirmesi bu koşullar altında değerlendirilecektir. Tablo 23 incelendiğinde, Gaziantep’in

PRODY 1 ve 2 grubunda yer alan ve ilin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu 11 ürün ile bu ürünlerin ihracat potansiyelinin olduğu ülkeler verilmiştir.

733 kodlu ürün incelendiğinde Gaziantep'in Almanya, İngiltere, Hollanda, Polonya, Bulgaristan, Ukrayna, Sırbistan, Norveç, Slovakya, Bosna Hersek, Romanya, Rusya, Avustralya, Macaristan, Çekya, Slovakya ve Bosna Hersek ülkelerine ihracat potansiyelinin olduğu belirlenmiştir. Söz konusu üründe ihracat potansiyelinin büyüklüğüne göre sırasıyla Slovakya, Norveç, Bulgaristan ülkeleri dikkat çekmektedir. Öte yandan ilgili üründe Irak, G. Kore, S. Arabistan, Malezya, Japonya, ABD ülkeleri üründe iyi bir ithalatçı konumundadır Gaziantep'in bu ülkelere olan ihracat potansiyelini tam olarak kullandığı belirlenmiştir.

989 kodlu ürüne bakıldığında Gaziantep'in İngiltere, İtalya, İspanya, Fransa, Portekiz, Belçika, Norveç, Şili, Filipinler, İsrail, BAE, Avustralya, Çin, Vietnam, S. Arabistan ülkelerine ihracat potansiyelinin olduğu belirlenmiştir. Gaziantep'in ilgili üründe bu ülkelere ihracat yapmaya odaklanması gerektiği önerilmektedir. Bunun yanında geriye kalan çoğu ülkeye potansiyelinin söz konusu olsa da dünya ithalatı oranına göre düşük kalmalarından dolayı önerilmemektedir. 5533 kodlu ürüne bakıldığında Almanya, İngiltere, Fransa, Macaristan, Çekya, Peru, Belçika, Polonya, Filipinler, Rusya, BAE, Singapur, Kuveyt, Avustralya, Kanada, Yunanistan, Ukrayna, Danimarka, Romanya, Belarus, Ekvador, S.Arabistan, Kazakistan ülkelerine ihracat potansiyelinin olduğu belirlenmiştir. İlgili üründe en yüksek ihracat potansiyeli olarak Yunanistan, Belarus, Rusya ülkeleri ön plana çıkmaktadır.

5754 kodlu ürün incelendiğinde Gaziantep'in ihracat potansiyeli İngiltere, İtalya, Portekiz, ABD, Vietnam, G. Kore, Tayland, BAE, Singapur, Çin, Brezilya, Portekiz, Belçika, Polonya, Meksika, ülkeleri olduğu belirlenmiş ve bu ülkeler arasında Singapur %85, Kanada %86, G. Kore %85 pazar potansiyeline sahip ülkeler olarak dikkat çekmektedir. 5829 kodlu ürüne bakıldığında Almanya, Portekiz, Slovakya, Japonya, Malezya, Vietnam, Tayland, Çin, Brezilya, İsviçre ve Filipinler ülkelerine ihracat potansiyelinin olduğu belirlenmiş ve ilgili üründe bu ülkelere odaklanması gerektiği önerilmektedir. Dünya ithalat payına bakıldığında Gaziantep'in iyi bir ithalatçı konumundaki ülkelerin çoğunda var olan potansiyelini istenilen düzeyde kullandıkları belirlenmiştir. 6519 Almanya, İngiltere, İspanya, Fransa, Portekiz, Çekya, ABD, S.Arabistan, Fas, Belçika, Polonya, Romanya, Brezilya, Rusya, BAE, ülkelere ihracat potansiyelinin var olduğu belirlenmiş akabinde Irak, Ukrayna, Makedonya, Sırbistan, Bosna

Hersek ülkelerine ihracat potansiyelinin olduğu fakat ilgili üründe iyi bir ithalatçı olmayan bu ülkeler önerilememektedir. 6572 kodlu üründe Gaziantep'in Slovakya, Japonya, Vietnam, Meksika, Avustralya ülkelerine bir ihracat potansiyelinin olduğu belirlenmiştir. İlgili üründe Gaziantep'in bahsi geçen ülkelere ihracat olarak odaklanması önerilmektedir. Dünya ithalat ortalamasına göre iyi bir ithalatçı konumunda olan ülkelerin genelinde var olan potansiyelini tam kapasiteli olarak kullandığı belirlenmiştir.

6573 kodlu üründe Gaziantep'in Hollanda, Ukrayna, Macaristan, Çekya, Makedonya, Romanya, Avusturya, Kanada, ABD, Brezilya, Tunus, Vietnam, Tayland, Filipinler, Hong Kong, Pakistan, ülkelere ihracat potansiyeline sahip olduğu belirlenmiş ve ilgili üründe odaklanması gereken ülkeler olarak önerilmektedir. Söz konusu üründe İsviçre, Danimarka, İrlanda, Ekvador, Şili, Kuveyt ülkelere pazar potansiyelinin olduğunun fakat dünya ithalat oranının altında kalmalarından dolayı önerilememektedir. 6594 kodlu ürün incelendiğinde Gaziantep'in İspanya %42, Norveç%85, Finlandiya%87, Y. Zelanda%64'lük Pazar potansiyeli olarak İlgili üründe karşımıza çıkmaktadır. Almanya, İtalya, İngiltere, Fransa, Macaristan, Çekya, İrlanda, ABD, Japonya, Malezya, S. Arabistan, G. Kore, Irak ülkelere hali hazırda olan ihracat potansiyelini önemli ölçülerde kullandığı söylenebilir. 7244 kodlu ürün incelendiğinde Gaziantep'in Almanya, İtalya, Belçika, Japonya, Özbekistan ve Pakistan ülkelere ihracat potansiyelinin olduğu belirlenmiştir. Söz konusu ürünü için bu ülkelerin ihracat potansiyeli kontrol edildiğinde %90 pazar potansiyeli olarak Belçika ön plana çıkmaktadır. 8724 kodlu ürün incelendiğinde İtalya, İspanya, İrlanda, Malezya, G. Kore, Belçika, Danimarka, Çin ve Rusya ülkelere pazar potansiyelinin olduğu belirlenmiş ve bu ülkeler arasından %90 pazar potansiyeli olarak Çin dikkat çekmektedir. Diğer ülke pazarlarında var olan potansiyelini de tatmin edici düzeyde kullandığı görülmektedir. Komşu ülke Irak özelinde incelendiğinde Gaziantep'in 6594, 733, 989, 5533 kodlu ürünlerde pazar potansiyelinin tam kapasiteli olarak kullandığı belirlenmiş ve geriye kalan 7 üründe ise komşu ülke Irak'ın dünya ithalat oranına göre iyi bir ithalatçısı değildir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Özellikle sanayi devrimi sonrası dönemde ülkeler arasındaki gelir farklılıkları hızlı bir şekilde artmıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki makas genişlemiştir. Bu durum ekonomik olarak büyüyen gelişmiş ülkelere yakınsamayı ya da gelişmiş ülkeler arasında yer almayı geliştirmekte olan ülkelerin en önemli makro ekonomik hedefi haline getirmiştir. Bu noktada Özellikle son yıllarda oluşan literatür sürdürülebilir bir ekonomik büyüme performansı göstererek gelişmiş ülkelere yakınsamanın en önemli koşulunun sofistike ürün üretip ihraç etme becerisini geliştirmek olduğu olgusunu ön plana çıkarmıştır. Sofistike ürün üretip ihraç edebilmek için ülkelerin illerinin sahip olduğu potansiyeli dikkate alarak her ilin odaklanabileceği ürün gruplarını belirleyerek illerin bu ürün gruplarında ihracatını arttırmalarını sağlamak önem arz etmektedir.

Türkiye özelinde bölgeler arasındaki gelir eşitsizliğinin fazla olması bu nedenle Türkiye'nin doğusundan batısına doğru göç hareketlerinin yüksek olması beraberinde birçok zorluk getirmektedir. Bir taraftan göç alan bölgelerde istihdam sorunu oluşurken diğer taraftan bu bölgelerde çarpık kentleşme, çevre kirliliği, kamu yatırımlarının etkisizliği ve benzeri sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin illerinin sahip oldukları potansiyeli dikkate alarak bölgesel kalkınmaya katkı sunacak sofistike ürünleri belirlemek ve illerin bu ürün grubunda ihracat potansiyeli olan ülkeleri belirlemek oldukça önem arz etmektedir. Bu durum bir taraftan çalışılan bölgenin üretim ve istihdamına katkı sağlarken diğer taraftan göç hareketlerinin azalmasını imkan tanıyarak Türkiye'nin batısında bulunan illerin yaşadığı problemlerin azalmasına da katkı sunabilecektir.

Bu bağlamda bu çalışmada, Türkiye'nin göreceli olarak en az gelişmiş bölgesi olan Güneydoğu Anadolu bölgesinde bulunan ve bir ülkeye sınırı bulunan Gaziantep, Kilis ve Şırnak illerinin dış ticaret verileriyle çalışılmıştır. Çalışmada öncelikli olarak bu illeri simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları ürün grupları belirlenmiştir. Sonrasında bu ürün gruplarından sofistike olanlar tespit edilmiştir. Akabinde belirlenen bu ürün gruplarında bölgenin ihracatını artırma potansiyeli olan ülkeler ihracat yoğunluk endeksi yardımıyla ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışma sonucunda Gaziantep dışındaki Kilis ve Şırnak illerini ihracat rakamlarının oldukça düşük seviyelerde olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan Gaziantep'in SITC revize 4 düzey 4'e göre 1.026 ürün grubundan sadece 160 ürün grubunda Şırnak'ın 126 ürün grubunda Kilis'in ise 101 ürün grubunda simetrik karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu

tespit edilmiştir. Bu rakamlar incelenen illerin rekabetçi olarak üretim ihraç ettikleri ürün sayısının sınırlı olduğunu işaret etmektedir.

Bu illerin en çok ihraç ettikleri ürün grupları incelendiğinde bu ürünlerin büyük bir kısmının emek yoğun olan sıradan bir teknolojiye sahip ürün grupları olduğu belirlenmiştir. Yüksek bir teknoloji düzeyi gerektiren ve göreceli olarak yüksek bir beşeri sermaye ile üretilen sofistike ürün gruplarının bu illerin ihracatındaki payının düşük olduğu tespit edilmiştir. Her üç ilinde en çok ihraç ettiği ilk 20 ürün grubu arasında bir ya da iki sofistike olan ürün grubu bulunmaktadır. Türkiye'deki 81 ilin ihracatının sofistike değerinin sıralamasına bakıldığında Gaziantep'in 42, Kilis'in 47, Şırnak'ın 52'nci sırada olduğu gözlemlenmiştir. Bu sıralama illerin sofistike ihracat noktasında iyi bir performans göstermediklerini işaret etmektedir.

İllerin simetrik karşılaştırmalı üstünlükle ihraç ettiği ve sofistike olan ürün sayıları incelendiğinde, bu sayının Gaziantep ve Kilis için 11 olduğu Şırnak içinse 15 olduğu belirlenmiştir. Bu ürün gruplarında ihracat potansiyeli olan ülkeler ise ihracat yoğunluk endeksi yardımı ile tespit edilmiştir. Genel anlamda Şırnak ilinin en önemli pazar potansiyeline sahip olduğu ülkeler İngiltere, İspanya, İtalya, Fransa, Macaristan, Portekiz, Çekya, ABD, Japonya, Malezya, Vietnam, Hindistan ülkeleri olduğu belirlenmiştir. Gaziantep ilinin en önemli pazar potansiyeline sahip olduğu ülkeler Almanya, İngiltere, İtalya, Portekiz, Çekya, Slovakya, ABD, Vietnam, Irak ülkeleri olduğu belirlenmiştir. Kilis ilinin en önemli pazar potansiyeline sahip olduğu ülkeler Almanya, İngiltere, İtalya, İspanya, Fransa, Çekya, ABD, Malezya ülkeleri olduğu belirlenmiştir.

Sonuç olarak, Gaziantep, Kilis ve Şırnak illerinin sofistike üretim ve ihracat noktasındaki istenilen düzeyde bir performanslarının olmamasının illerin ekonomik olarak az gelişmişliklerinin en önemli nedenlerinden biri olarak gösterilebilir. Bu illerin üretim ve ihracatlarındaki sofistike ürün oranını arttırmalarının ekonomik kalkınmalarına büyük katkı sunacağı ifade edilebilir. Bunun için de illerin potansiyellerini dikkate alarak belirlenen bu ürün gruplarında üretimi ve ihracatı teşvik edecek politikaların önemli olduğu ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- Akıncı, M., Yılmaz, Ö., Sevinç, H. 2018. Ne ihraç ettiğimiz önemli midir? Türkiye ekonomisi dış ticaretinin uzmanlaşma seviyesi üzerine, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 735-752.
- Altay, B., & Gürpınar, K. (2008). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 257-274.
- Altay, H. 2008. Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi kapsamında Türk endüstrilerinin Avrupa Birliği (15) pazarındaki rekabet gücü düzeylerinin incelenmesi: 1995-2007, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (21), 215-239.
- Arıciöğlü, E., Coşkun, N., Tuncer, İ. 2017, “Türkiye’de İBBS Düzey 2 Bölgelerinin Büyüme Dinamikleri ve Ekonomik Karmaşıklık Analizi” Ed: Oya S. Erdoğan, Dilek Temiz Dinç ve M. Aykut Atar, *Tasarıf, Sürdürülebilir Büyüme ve Teknolojik Gelişme, Türkiye Ekonomi Kurumu*, 59-90.
- Aslan, N., & Terzi, N. (2006). Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS) Teorisi ve Teorinin Değerlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 1-14.
- Atiyas, İ., Erdemli, C. (2017) What Happened to the Sophistication of Turkey’s Exports?, *REF Brief No.2017-2*.
- Ayub, A., Ali Shah, S. F., Qyyum, M. A., Habib, D. E. Y., Murtaza, M. A., Rehan, M., ... & Nizami, A. S. (2023). Sustainable economic growth potential of biomass-enriched countries through bioenergy production: State-of-the-art assessment using product space model. *Frontiers in Energy Research*, 11, 1123262.
- Bal, O. Ğ. U. Z. (2020). Ekonomik büyüme, politika faiz oranları ve GSYH ilişkisi: 2006-20019 Türkiye ekonomisi örneği. *Turkish Studies-Social Sciences*, 15.
- Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and “revealed” comparative advantage, *The manchester school*, 33(2), 99-123.
- Balogh, J. M., Jambor, A. (2018). On the duration of comparative advantages: the case of European cheese industry. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 24(1), 1-7.
- Bilgili, Y.(2014). *Makro İktisat*, İstanbul: İkinci Sayfa.
- Canitez, M., Cura, F., & Gündüz, M. A. (2017). Kümeleme analizi: İhracatta inovasyon makasına yönelik bir uygulama.
- Coşkun, N., Tuncer, İ. (2016). “Ürün Uzayı Yaklaşımı Göstergeleri Bağlamında Mekânsal Bağımlılığın Türkiye İBBS Düzey 2 Bölgeleri İçin Sınanması”, *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 610-622.
- Çakmak, E., & Gümüş, S. (2005). Türkiye’de beşeri sermaye ve ekonomik büyüme: ekonometrik bir analiz (1960-2002). *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 60(01), 59-72.
- Çelik, K., Cemalettin K. ve Ali Rıza S.(2011). *Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi*, Trabzon: Murathan Yayınevi
- Çınar, İ. T. (2023). İlişkili-İlişkisiz Çeşitlilik ve Gelir Dağılımı: Türkiye’de Düzey-2 Bölgeleri için Bir Analiz. *İzmir İktisat Dergisi*, 38(1), 233-252.

- Çoban, O., Peker, A. E., Kubar, Y. (2010). Türk Tarımının Avrupa Birliği Ülkeleri Karşısındaki Sektörel Rekabet Gücü, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 247-266.
- Değer, O., & Kaleli, H. (2020). İhracat Ürün Kalitesinin Belirleyicileri: Gelişmiş Ve Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Panel Veri Analizi. *Journal Of International Social Research*, 13(73).
- Demir, M. A. (2020). BRICS Ülkelerinde Ticari Dinamikler: Türkiye ile BRICS Grubu Ülkelerin Ticari Yoğunluk Analizi, *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, TBMM 100. Yıl Özel Sayısı*, 109-133.
- Duman, M. C. (2014). Nicelik ya da nitelik, işte bütün mesele bu. *İktisat ve Toplum*, 44, 31-37.
- Duran, D. C., Artene, A., Gogan, L. M., & Duran, V. (2015). The objectives of sustainable development-ways to achieve welfare. *Procedia Economics and Finance*, 26, 812-817.
- Edeme, R. K. (2018). Revisiting the economic growth-welfare linkages: Empirical evidence from Nigeria. *Asian Themes in Social Sciences Research*, 1(1), 28-33.
- Emin, E.(2010). *Uluslararası İktisat: Teori ve Politika*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Erbay, E., & Aktuna, A. (2019). Ekonomik Büyüme ve Dış Ticaret İlişkisinde İhracatın Önemi: Türkiye ve AB Ülkeleri Örneği. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 5(3).
- Erdal M., Ü, (2005). *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Açık Ekonomi Makro İktisadi*, Ankara: İmaj Yayınevi.
- Ergün Tatar, H. (2021). Dış ticaret yoğunluk analizi: türkiye ve seçilmiş ülkeler analizi, *Fiscaoeconomia*, 5(2), 522-537.
- Eroğlu, Ö., Özdamar, G. 2005. Türk imalat sanayiinin rekabet gücü ve beyaz eşya sektörü üzerine bir inceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 1-21.
- Erol, İ,(2001): *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama*, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Felipe, J., Kumar, U., Usui, N., Abdon, A. (2013). Why has China succeeded? And why it will continue to do so, *Cambridge Journal of Economics*, 37(4), 791-818.
- Garın, J., Lester, R., & Sims, E. (2018). Intermediate macroeconomics. *This Version*, 3(0).
- Goyal, K. A., Vajid, A. (2018). An analysis of India's trade intensity with UAE, *Journal of Commerce and Trade*, 13(1), 27-31.
- Grancay, M., Grancay, N., Dudas, T. (2015). What you export matters: does it really?, *Contemporary Economics*, 9(2), 233-244.
- Gurbuz, E. C., & Tuncer, I. (2023). Latent comparative advantages of the turkish economy, *Evidence from the GIFF Application. Atlantic Economic Journal*, 1-20.
- Günsoy, B. (2020). “Ekonomik Büyüme. B. Günsoy, & B. Gürsoy (Dü.) içinde, *İktisada Giriş II* (s. 23). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Halil, S. (2013). *Uluslararası İktisat Teori, Politika ve Uygulama*, İstanbul: Güzem Can Yayınları,

- Halil, S. (2020). *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama*, İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Hausmann, R., Hwang, J., Rodrik, D. (2007). *What you export matters*, *Journal of economic growth*, 12(1), 1-25.
- Hüseyini, İ.(2018). *Habur Sınır Kapısı ve Şırnak Ekonomisi*, Ankara: Gece Akademisi.
- Hüseyini, İ. (2017). Doğrudan yabancı yatırımların ihracatın sofistike değeri üzerindeki etkisi: BRICS ülkeleri ve Türkiye, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35(4), 79-95.
- Hüseyini, İ., Çakmak, E. (2017). Sofistike ürün ihracatı ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye ve Güney Kore örneği, *Turkish Studies (Elektronik)*, 12(31), 449-464.
- Hüseyini, İ., Çakmak, E. (2019). Determinants of export sophistication: an investigation for selected developed and developing countries using second-generation panel data analyses. *Ekonomický časopis*, 67(05), 481-503.
- Kadırhan, G., Çeliks, S. (2023). “Uludere Kültür İnanç ve Doğa Rotalarının Tespit Edilmesine Yönelik Bir Araştırma”. İçinde *Uluslararası Uludere (Qilaban) Sempozyumu*, ss. 776.
- Karacan, R. (1918). Türkiye’de satınalma gücü ile kişi başı reel gsyh arasındaki ilişki 2000-2016.
- Karluk, R. (1973). Karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin gelişmekte olan ülkeler yönünden geçerliliği üzerine düşünceler. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 33(1-4).
- Kelleci, S. Ü. (2009). Avrupa Birliğine giriş sürecinde Türkiye'nin rekabet gücü: Karşılaştırmalı üstünlükler modeline göre sektörel bir analiz.
- Kenan, Ç. (2006). *Uluslararası İktisat*, Trabzon: Derya Kitapevi,
- Kojima, K. (1964). The pattern of international trade among advanced countries, *Hitotsubashi Journal of Economics*, 5(1), 16-36.
- Kunimoto, K. (1977). Typology of trade intensity indices, *Hitotsubashi Journal of Economics*, 17(2), 15-32.
- Lall, S., Weiss, J., Zhang, J. (2006). The “sophistication of exports: A new trade measure”, *World development*, 34(2), 222-237.
- Laursen, K. (2015). Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization, *Eurasian business review*, 5(1), 99-115.
- Li, C., Liu, C., Zhao, J. (2021). The effects of inward and outward foreign direct investment on manufacturing export sophistication in China, *Applied Economics Letters*, 28(20), 1758-1766.
- Liesner, H. H. (1958). The European common market and British industry. *The Economic Journal*, 68(270), 302-316.
- Malik, I., Rather, A. 2018. China’s trade intensity with South Asian countries, *Journal of Economics and International Finance*, 10(4), 30-42.
- Maryam, J., Banday, U. J., Mittal, A. (2018). Trade intensity and revealed comparative advantage: an analysis of Intra-BRICS trade, *International Journal of Emerging Markets*, 13(5), 1182-1195.

- Matthee, M., Naudé, W. (2007). Export diversity and regional growth: Empirical evidence from South Africa, (No. 2007/11), *WIDER Research Paper*.
- Minondo, A. (2010). Exports' productivity and growth across Spanish regions, *Regional Studies*, 44(5), 569-577.
- Parasız, İlker ve Nazım E.(2013). *Uluslararası İktisat ve Yeni Yönelimler*, İstanbul: Ezgi Kitapevi.
- Qyyum, M. A., Dickson, R., Shah, S. F. A., Niaz, H., Khan, A., Liu, J. J., & Lee, M. (2021). Availability, versatility, and viability of feedstocks for hydrogen production: Product space perspective. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 145, 110843.
- Raj, P. S., Ambrose, D. (2014). A brief analysis of India-Japan bilateral trade: A trade intensity approach, *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(2), 36-38.
- Rıdvan, K. (2003). *Uluslararası Ekonomi: Teori ve Politika*, İstanbul: Beta Basım.
- Saray, M. O. (2019). D-8 ekonomileri, dış ticaret desenleri ve Türkiye için önemi: İhracat ve ithalat yoğunluğu endeksiyle bir değerlendirme, *Curr Res Soc Sci*, 5(2), 171-188.
- Sezgin, V. (2017). Analysis of the Transformation of Turkish Exports: *From Trade Liberalization Until Today*. *Journal of Aydın Faculty of Economics*, 2(2), 1-20.
- Shahid Maqbool, M., Atiq-ur-Rehman, M., Khushbakht, M., Bashir, F. (2021). An empirical analysis of export competitiveness and comparative advantage of Pakistan's fruit products, *AJSS*, 5(2), 166-177.
- Şanlı, D., & Konukman, A. (2022). Yüksek teknoloji ürün ihracatını belirleyen makroekonomik faktörler üzerine ampirik bir analiz. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 40(2), 343-367.
- T. C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2019). *Onbirinci Kalkınma Planı: 2019-2023*, T. C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı Yayını, Ankara, <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf> (Erişim Tarihi: 14.12.2021).
- Topuz, H., & Coşkun, A. (2018). Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler teorisi: Türkiye, Kolombiya ve Güney Kore üçlüsünün sektörel bazda uygulamalı bir analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(25), 672-685.
- Ulusoy, R., & Turan, N. (2016). Gaziantep ekonomisinin ortadoğu açısından önemi. *Gazi Akademik Bakış*, 9(18), 141-165.
- Uysal, Ö. (2013). Sürdürülebilir büyüme kavramının çevre ve ekonomik boyutlarının ayrıştırılması. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(2), 111-118.
- Vollrath, T. L. (1991). A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage, *Weltwirtschaftliches Archiv*, 127(2), 265-280.
- Yazıcıoğlu, İ. E. (2023). Uluslararası ticaret teorilerinden mutlak, karşılaştırmalı ve rekabetçi üstünlükler teorilerine yönelik bir değerlendirme. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 28-42.

Yüksel, B. (2010). *Karşılaştırmalı İktisat Okulları Ders Notları: Makro İktisadın Teorik Esasları*, İstanbul: İkinci Sayfa.

Zheng, H. H., Wang, Z. X. (2019). Measurement and comparison of export sophistication of the new energy industry in 30 countries during 2000–2015, *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 108, 140-158.

<http://kentgazetesi.biz/kilis-yoresi-ekonomik-yapisi/> (Erişim tarihi: 15/11/2022).

<https://www.ekodialog.com/Konular/gaziantep-ekonomisi-genel-ekonomik-durumu.html> (Erişim tarihi: 10/11/2022).

<https://comtradeplus.un.org>

<https://data.tuik.gov.tr>

<https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>



EKLER

Ek 1. Şırnak İlinin Ek Olarak Odaklanabileceği Ürünler

Ürün sıralaması	Ürün kodu	Ürün adı	İhracat (il)	İhracat (TR)	İhracat (Dünya)	RSCA (il)	RSCA (TR)	PRODY	PRODY Grubu
56	7519	Büro için diğer makina ve cihazlar	1.121	47.617	82.786.770	0,830	-0,884	35.491	2
61	8311	El çantaları	896	92.143	31.608.227	0,634	-0,516	43.515	1
70	7843	Kara taşıtlarının diğer aksam-parçaları	718	4.364.151	389.059.435	-0,860	0,109	33.084	2
72	5829	Plastikten diğer levhalar, yaprak, pelikül, varak ve lamalar	646	461.140	27.691.077	-0,218	0,222	33.250	2
88	2815	Demir cevheri (aglomere edilmemiş)	434	101.545	101.134.330	0,324	-0,817	31.124	2
91	7725	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı	418	504.937	102.671.215	-0,449	-0,294	36.033	2

Ek 2. Kilis İlinin Ek Olarak Odaklana Bileceği Ürünler

Ürün sıralaması	Ürün kodu	Ürün adı	İhracat (il)	İhracat (TR)	İhracat (Dünya)	RSCA (il)	RSCA (TR)	PRODY	PRODY Grubu
13	7763	Diotlar, transistörler vb.yarı iletken tertibat	501	34.207	95.624.938	0,966	-0,698	33.267	2
14	7843	Kara taşıtlarının diğer aksam-parçaları	464	4.364.151	389.059.435	-0,409	0,109	33.084	2
29	7812	Binek otomobilleri	171	11.897.545	746.470.732	-0,893	0,238	33.982	2
30	7519	Büro için diğer makina ve cihazlar	169	47.617	82.786.770	0,867	-0,884	35.491	2
50	8996	Ortopedik cihazlar, kırıklara mahsus cihazlar, işitme cihazı vb	77	99.766	60.638.135	0,507	-0,702	45.764	1
57	6412	Sıvanmış kâğıt ve karton; perfore edilmiş kart ve şeritler	64	41.204	18.630.962	0,719	-0,639	35.093	2
70	7132	Kara taşıtları için motorlar	40	520.662	71.040.231	-0,531	-0,150	37.164	1
71	989	Başka yerlerde yer almayan gıda müstahzarları, hayvansal ürünler	40	398.244	71.379.392	-0,432	-0,219	38.499	1
72	8984	Diskler, teypler, katı depolama gereçleri, vb.	40	17.519	46.844.708	0,798	-0,932	42.019	1
79	5533	Saç müstahzarları	33	163.252	14.649.288	-0,113	0,112	30.824	2
85	6956	El aletlerinin veya makinalı aletlerin değişen aletleri ve kesici ağızları.	27	141.284	31.335.971	-0,138	-0,407	38.908	1
90	7284	Başka yerde belirtilmeyen makina ve cihazlarla bunların aksam/parçaları	26	489.546	80.880.186	-0,657	-0,235	39.688	1
92	6991	Adi metallere kilitler, sürgüler, donanım, tetibat, kasalar kasa daireleri	25	675.104	47.092.528	-0,747	0,165	34.596	2
93	7641	Telli telefon/telli telgrafa mahsus elektrikli cihazlar	25	216.254	558.575.638	-0,377	-0,921	43.478	1
94	3346	Gaz yağı ve bitümlü minarellerden elde edilen yağlar (ham petrolm hariç) ve başka yerde sınıflandırılmamış müstahzarlar	24	6.067.066	689.972.467	-0,969	0,017	31.235	2
96	7281	Taş, seramik, ağaç, mantar vb işleyen makinalar ve bunların aksam-parçalar	23	130.464	12.934.855	-0,178	-0,018	39.063	1

Ek 3. Gaziantep İlinin Ek Olarak Odaklına Bileceği Ürünler

Ürün Sıralaması	Ürün kodu	Ürün adı	İhracat (İl)	İhracat (TR)	İhracat (Dünya)	RSCA (İl)	RSCA (TR)	PRODY	PRODY Grubu
55	7812	Binek otomobilleri	18.469.349	11.897.545.018	746.470.731.902	-0,931	0,2384	33.982	2
57	6991	Adi metallerden kilitler, sürgüler, donanım, tetibat, kasalar kasa daireleri	16.156.597	675.103.536	47.092.528.063	-0,288	0,1654	34.596	2
60	9310	Özel işlemler ve mallar, çeşitlerine göre sınıflandırılmamış mallar	15.041.633	2.770.032.882	1.118.505.346.745	-0,777	-0,4605	43.544	1
81	7414	Isı pompaları, vitrin, tezgâh vb tipi soğutucu/dondurucular ile aksam/parçaları	8.741.424	542.828.324	23.986.839.417	-0,457	0,4305	35.123	2
82	7272	Yiyecek-içecek sanayii makina-cihazlar ile bunların aksam-parçaları	8.717.524	214.206.345	14.779.581.902	-0,031	0,2021	36.432	1
85	5535	Traş müstahzarları, vücut deodorantları, tuvalet müstahzarları	8.259.675	203.934.183	13.494.601.286	-0,033	0,2374	31.049	2
88	7239	İnşaat mühendis ve müteahhit alet ve teçhizatının aksam ve parçaları (723 için)	8.094.316	335.295.582	39.244.589.164	-0,284	-0,1057	32.951	2
89	7284	Başka yerde belirtilmeyen makina ve cihazlarla bunların aksam/parçaları	7.783.084	489.546.002	80.880.186.063	-0,463	-0,2348	39.688	1
95	7224	Motokültörler ve diğer tarım traktörleri (744.14 ve 744.15 tekilerin dışındakiler)	6.953.388	480.725.004	19.547.727.112	-0,499	0,4245	32.743	2
96	7271	Hububat-baklagilin öğütülmesi, işlenmesi için makina-cihazlar vb. aksam/parçalar	6.896.055	205.281.883	1.356.364.539	-0,126	0,8755	30.877	2
97	8939	Plastikten diğer eşyalar	6.861.192	412.029.565	73.579.317.361	-0,444	-0,3062	31.150	2

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı-Soyadı: Muhammed OFLAS

Uyruğu: T.C

EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Tarihi
Ön lisans	Şırnak Üniversitesi	12.06.2017
Lisans	Şırnak Üniversitesi	18.06.2019
Yüksek Lisans	Şırnak Üniversitesi	