

TÜRKİYE VE AZERBAIJAN ARASINDA TARIMSAL ÜRÜNLERİN DIŞ TICARET POTANSİYELİ VE KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLERİ

Zeki BAYRAMOĞLU¹
(*Selçuk Üniversitesi, Türkiye*)

1.GİRİŞ

Dünya genelinde ticaretin serbestleştirilmesi çalışmaları 1980’li yıllarda daha fazla hız kazanmıştır. Ticaretin serbestleştirilmesinin başlıca nedenleri, teknolojik ilerlemeden kaynaklanan üretim fazlalarıdır. Özellikle gelişmiş ülkeler arz fazlalıklarını uluslararası piyasalarda daha kolay pazarlayabilmek için ve dış ticaret gelirlerini artırabilmek amacıyla koruma politikalarının kaldırılması suretiyle ticaretin serbestleşmesini desteklemişlerdir. Başta DTO (Dünya Ticaret Örgütü) olmak üzere bir çok uluslararası örgüt ve kuruluş küreselleşmenin temel dinamiği olan ticaretin serbestleşmesini desteklemektedirler. Ayrıca bu politika rekabet avantajı yüksek olan gelişmiş ülkeler tarafından benimsenmekle birlikte, gelişmesini tamamlamamış, rekabette teknolojinin üstünlüğünü kullanamayan ülkelerde bir çok problemlere neden olmuştur. Yeni dünya düzeninde işlevini sürdüren bu uygulama dünya piyasalarına entegre olmuş ve teknolojik gelişimini tamamlamamış ülkelerde sektörel rekabeti ön plana çıkarmıştır. Bu nedenle söz konusu ülkeler uluslararası piyasalarda rekabet edebildikleri ve ekonomileri açısından önemli olan sektörlerin ürünlerinin dış ticaretine önem vermektedirler. Böylece rekabetin temel şartları olan kalite, fiyat ve hizmet konusunda avantaj sağlayarak rekabet gücünü artırmak istemektedirler.

Ülkelerin hangi sektörler üzerinde uzmanlaşması ve hangi sektörün hangi ülkeye göre rekabet üstünlüğünün bulunduğu belirlenmesi de önemlidir. Bu konuda yapılan araştırmaların temeli Adam Smith’e dayanmaktadır. Adam Smith “Ulusların Zenginliği” adlı eserinde (1776) merkantilizmin “Dünyanın serveti sabittir ve dış ticarete her iki tarafın kazançlı çıkması mümkün değildir” tezine karşı mutlak üstünlükler teorisini geliştirmiştir. Bu teoriye göre bir malın fiyatı maliyetine eşittir ve maliyette üretimde kullanılan emek kadardır. Böylece hangi ülke bir malı ucuza üretmişse o ülke söz konusu malın rekabeti açısından mutlak üstünlüğe sahiptir. Ancak zamanla bu teorinin eksik yönleri incelenmiş ve yaklaşık kırk yıl sonra, David Ricardo mutlak üstünlük teorisine göre bir ülkenin bütün mallarının üretiminde mutlak üstünlüğünün bulunması

¹ Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Selçuklu / Konya / TÜRKİYE

durumunda dış ticaretin mümkün olmayacağını ve karşılaştırmalı üstünlüğün daha akılcı olabileceğini ortaya koymuştur. Nitekim gelişmiş ekonomiye sahip ülkelerin dış ticarete konu olan malların rekabetinde mutlak olarak üstün olma durumları söz konusudur. David Ricardo karşılaştırmalı üstünlük teorisinde bir ülkenin birden fazla mal üretiminde üstünlük sağlayabileceğini, ancak kıt üretim kaynaklarının rasyonel kullanımı amacıyla daha fazla üstünlüğü olan malların üretimine kıt üretim kaynaklarını ayırması ve diğer malları dışarıdan satın alması gerektiğini savunmuştur. Malların üretimindeki rekabet üstünlüğüne getirilen bu açılım günümüz dış ticaretinin de genel felsefesini oluşturmaktadır.

Adam Smith ve David Ricardo malların üretimde yalnızca emeğin verimliliğini dikkate almış ve diğer üretim faktörlerini göz ardı etmişlerdir. Nitekim bu durum 1919 yılında İsveçli iktisatçı Heckscher tarafında tekrar incelenmiş ve bir malın üretiminde kullanılan faktörlerin (emek-sermaye) farklı yoğunluklarda olabileceği belirtilmiştir. Bu teori 1933 yılında Heckscher'in öğrencisi olan Bertil Ohlin tarafından tekrar inceleninceye kadar fazla dikkat çekmemiştir. Daha sonra bu teori Heckscher –Ohlin teorisi olarak anılmıştır. Bu teori oldukça açık ve rasyonel bir düşünceye dayanmaktadır. Bu teoriye göre, ülkelerin üretilen mallardaki üstünlükleri, o ülkelerin malların üretiminde kullanılan üretim faktörleri yönünden zenginlikleri ile paraleldir denilmektedir. Bir ülke hangi üretim faktörü yönünden zenginse, üretiminde bu faktörü kullanacak mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder ve o malları ucuza üreterek bu malların üretiminde uzmanlaşır (Seyidoğlu 2007).

Heckscher – Ohlin (H-O) tarafından geliştirilen bu teori günümüz dış ticareti açısından da geçerliliğini korumaktadır. Üretim faktörlerinin verimliliği ülkelerin dış ticaretin de yer alan ürünleri belirlemektedir. Nitekim Türkiye işgücü ve hammadde teminindeki avantajından dolayı tarım ürünlerinin dış ticaretinde bir potansiyele sahiptir. Türkiye'de aktif nüfusun % 28'i tarımda istihdam edilmekte olup, tarımsal üretim açısından da zengin bir üretim desenine sahiptir. Azerbaycan Cumhuriyeti ise petrol ürünlerinin üretimi ve dış ticareti konusunda potansiyele sahip olup, tarım ürünleri konusunda kendisine yeterliliği sağlamaya çalışmaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti uluslararası piyasalara entegre olmuş ekonomik bir sisteme sahiptir. Ayrıca önemli bir tarım potansiyeli, üretim ve dış ticaretine sahiptir. Azerbaycan Cumhuriyeti de tarım potansiyeline sahiptir. Ancak kısa bir zamanda önce bağımsızlığını kazanmış olup, henüz ekonomik gelişimini tamamlamıştır. Milli değerler açısından bu iki ülkenin yakınlığı düşünüldüğünde ticaret hacminin daha da artması söz konusudur. Bu çalışma kapsamında Türkiye ve Azerbaycan Cumhuriyetinin ticaret potansiyeli ve iki ülke arasında ticarete konu olmuş ve olması muhtemel olan önemli tarım ürünlerinin mukayeseli üstünlükleri incelenmiştir. Ayrıca her iki ülkenin ortak pazarı olan ülke ve ülke gruplarında sektörel üstünlükleri, ülkelerin birlikte dış ticaret stratejisi geliştirebilme olanaklarının araştırılması amacıyla incelenmiştir.

2. Materyal ve Metot

Çalışmada Türkiye ve Azerbaycan'ın tarımsal dış ticaret potansiyelleri ve rekabet avantajları incelenmiştir. Bu amaca yönelik olarak her iki ülkenin dış ticaretlerinin ülkelere ve uluslararası standartlara göre sınıflandırılmış mal gruplarına göre dağılımları incelenmiştir. Ayrıca her iki ülkenin kendi aralarında yapmış oldukları ticarete değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmelerin yapılmasında kullanılan veriler Türkiye İstatistik Kurumu, Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi, Uluslararası Ticaret Merkezi ve konu ile ilgili yayınlanmış kitap, dergi ve internet aracılığı ile derlenmiştir.

Çalışmada dış ticaretin ülke ve mal gruplarına göre dağılımlarının incelenmesinde indeks yöntemi kullanılmıştır. Ülkelerin dış ticaretteki üstünlüklerinin belirlenmesinde ise daha önce geliştirilmiş ve yaygın olarak kullanılan Voltrath indeksi, ihracat benzerlik oranı ve Balassa indeksi kullanılmıştır.

Dış ticaretin karşılaştırılmasında uluslararası standart ticaret sınıflandırması (SITC, Rev.3) dikkate alınmıştır. Bu sınıflandırmaya göre her iki ülkenin dış ticaretini yaptığı mallar dokuz grupta sınıflandırılmış ve gruplarda yer alan ürünlerin ve ürün gruplarının kodları Çizelge 1'de verilmiştir.

Çizelge 1: Dış ticareti yapılan malların sınıflandırılması

Mal Grupları	
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	(1-13), (16-21), 23
İçkiler ve tütün	(22 – 24)
Akaryakıt hariç yenilmeyen hammadde	12, 14, 26, (39- 54)
Mineral yakıtlar, yağlar vb.	27
Hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağlar	15
Başka yerde belirtilmeyen kimya sanayi	25, (28- 38)
Başlıca sınıflara ayrılan işlenmiş mallar	(69 -84)
Makine ve ulaştırma araçları	(85 -89)
Çeşitli mamul eşya	(55-68), (90 – 99)

2.1. Karşılaştırmalı Üstünlük (Balassa) İndeksi

Karşılaştırmalı üstünlük indeksi (RCA) bir ülkenin diğer ülke ve ülke grupları ile rekabet üstünlüğünün karşılaştırılması amacıyla kullanılmaktadır. Bu indekse göre ülkelerin mal ve mal gruplarına göre üstünlükleri ticaret sonrası verileri dayanmak suretiyle hesaplanmaktadır. Bu konuda ilk çalışmalar Liesner (1958) tarafından yapılmış olup, en yaygın kullanılan karşılaştırmalı üstünlük indeksi Balassa'ya (1965) aittir. Balassa, bir ülkenin belli bir mal yada mal grubunun ticaretinde karşılaştırmalı üstünlüğü ölçmek için, bu mal yada mal grubunun toplam dünya ihracatındaki payının, ülkenin toplam ihracatındaki payına oranı ile bir indeks geliştirmiştir. Bu indeksin amacı bu mal yada mal grubunda ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığını tespit etmektir (Çakmak 2005).

$$RCA = ((X_{ij}/X_j)/(X_{iw}/X_w))$$

Burada RCA_{ij} , j ülkesinin i malı için karşılaştırmalı üstünlük indeksini göstermektedir. X_{ij} , j ülkesinin i malı ihracatını, X_j , j ülkesinin toplam ihracatını, X_{iw} , i malının toplam dünya ihracatını ve X_w , toplam dünya ihracatını göstermektedir. RCA indeksi birden büyük değer alması, j ülkesinin i malında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu anlamına gelmektedir.

2.2. İhracat Benzerlik Oranı

İhracat benzerlik oranı, iki ülkenin dış ticaretindeki benzerliklerini ortaya koyabilmek için kullanılabilir. Bu oran yardımı ile iki ülkenin dış ticaretindeki benzerliklerin zaman içerisindeki değişimleri de incelenebilir. İhracat benzerlik oranının hesaplanmasında ülkelerin ihracatlarının mal gruplarına göre oransal dağılımını dikkate alınmaktadır. Başka bir ifade bu oran ile toplam ihracatın mutlak büyüklüğünden etkilenmemektedir. Bu da küçük ülkelerle büyük ülkeler arasında karşılaştırma yapabileceği anlamına taşınmaktadır. Türkiye ve Azerbaycan'ın dış ticaretini yaptıkları mal grupları açısından farklı ülke ve ülke gruplarına göre benzerlikleri değerlendirilmiştir.

İhracat Benzerlik Oranı aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır (Finger and Kreinin, 1979).

$$XS_{jk} = \frac{X_{ij}}{X_j} \cdot 100$$

Burada X_{ij} ve X_{ik} i sektörünün j ve k ülkelerindeki ihracat payını göstermektedir. Belirlenen oran ülkeler arası ihracatın benzerliğini vermekte olup, "0" ile "100" arasında bir değer almaktadır. Bu oran azaldıkça ülkeler arası dış ticaret benzerliği azalmakta ve arttıkça da benzerlik artmaktadır.

2.3. Vollrath İndeksi

Karşılaştırmalı ürünlerin belirlenmesine yönelik olarak Vollrath (1991) tarafından 3 adet indeks geliştirilmiştir. Bunlardan en yaygın kullanılanı her iki ülkenin aynı hedef pazarda rekabet güçlerini ölçme olanağı sağlayan gelirli ihracat indeksidir (lnRXA). İndeksin aynı faktör yoğunluklarına sahip ülkelerin rekabet güçlerini karşılaştırmaya olanak tanıması kullanım alanını genişletmemiştir.

Burada X_{ia} ve X_{ib} sırasıyla Türkiye ve Azerbaycan'ın hedef pazar olan ülke ve ülke gruplarına yaptıkları ihracatını göstermektedir. X_a ve X_b ise

Türkiye ve Azerbaycan'ın hedef pazar olan aynı ÷lke ve ÷lke gruplarına yaptıkları toplam ihracatı g?stermektedir. G?receli ihracat katsayısının pozitif değerler alması T?rkiye'nin i ?r'n?nde Azerbaycan'a karşı rekabet g?c'n? g?stermektedir. Ayrıca indeks değerinin negatif olması T?rkiye'nin i ?r'n?nde rekabet g?c'n?n olmadığını g?stermektedir (Atalay 2008).

3. Araştırma Bulguları

3.1. Türkiye'nin Dış Ticaret Potansiyeli

Kapalı ekonomiye sahip bir ÷lkenin sahip olacağı teknoloji, sermaye ve emek yapısı ile elde edebileceği gelişmişlik düzeyi sınırlıdır. Bu nedenle dış ticaret ÷lkelerin gelişmişliklerini artırabilmek için önemli bir araç olarak gör÷lmektedir. Nitekim arz fazlası ürünlerinin ihracat yolu ile değerlendirilmesi ÷lkelere döviz geliri sağlamakta, üretimi için yeterli üretim faktörüne sahip olmadıkları malları da ithalat yolu temin edip ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Aynı zamanda dış ticaret teknoloji transferinin de öncülüğünü yapmaktadır. Türkiye 24 Ocak 1980 kararları ile ekonomide liberal politikalarının uygulanması kararını almıştır. Bu politikalar doğrultusunda sanayide ithal ikame politikasından vazgeçilmiş ve ihracata yönelik üretim politikaları geliştirilmiştir. Alınan bu kararlar doğrultusunda Türkiye'nin dış ticaretinde önemli gelişmeler olmuştur.

Türkiye'nin dış ticaretinde en önemli payı AB ÷lkeleri almaktadır. En fazla ihracat yaptığı ÷lkeler sıralamasında ilk 20 ÷lke içerisinde 11 AB ÷lkesi yer almaktadır. Toplam ihracatın ise % 48'i AB ÷lkelerine yapılmaktadır. Türkiye'nin ithalatında ise ilk 20 ÷lkenin 10'u AB ÷lkeleridir. Toplam ithalatın ise % 37'si AB ÷lkeleri ile yapılmaktadır (Anonim 2009).

Türkiye'nin dış ticaretinde Azerbaycan önemli bir yere sahip değildir. Türkiye'nin toplam ihracatından 2003'de % 0,67 ve 2007 yılında % 0,98 pay almaktadır. Aynı zamanda ithalatta ise 2003 yılında % 0,18 ve 2007 yılında % 0,19'luk bir pay almaktadır (Çizelge 2). Ancak her iki yıl arasında ihracat ve ithalatta bir artış söz konusudur.

Çizelge 2: Türkiye'nin dış ticaretinin ÷lkelere göre dağılımı

÷lkeler	İhracat		÷lkeler	İthalat	
	2003	2007		2003	2007
Toplam (000 \$)	47.252.836	107.271.750	Toplam (000 \$)	69.339.692	170.062.715
Almanya	15,84	11,18	Rusya	7,86	13,82
İngiltere	7,77	8,04	Almanya	13,63	10,31
B.A.E.	1,49	3,02	Çin	3,76	7,78
İtalya	6,76	6,97	A.B.D.	5,04	4,80

Fransa	5,98	5,57	İtalya	7,89	5,86
Rusya	2,89	4,41	Fransa	6,01	4,62
A.B.D.	7,94	3,89	İran	2,68	3,89
İspanya	3,79	4,27	Ukrayna	1,92	2,66
Romanya	1,85	3,40	İsviçre	4,28	3,10
Irak	1,75	2,65	İngiltere	5,05	3,22
Hollanda	3,23	2,81	İspanya	2,89	2,55
İsviçre	0,75	0,87	Güney Kore	1,89	2,57
Yunanistan	1,95	2,11	Japonya	2,78	2,18
S. Arabistan	1,57	1,39	Romanya	1,38	1,83
Ukrayna	0,94	1,38	S. Arabistan	1,40	1,43
Bulgaristan	1,32	1,92	Cezayir	1,56	1,24
Belçika	1,87	1,62	Belçika	2,20	1,69
İran	1,13	1,34	Hollanda	2,39	1,56
İsrail	2,29	1,55	Hindistan	1,04	1,35
Azerbaycan	0,67	0,98	Azerbaycan	0,18	0,19

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

Türkiye'nin dış ticaretini yaptığı mal grupları Çizelge 3'te verilmiştir. Türkiye'nin ihracatında ilk sırayı makine ve ulaşım araçları almakta olup, 2003 yılında toplam ihracatın % 26,18'ini ve 2007 yılında ise % 31,93'ünü oluşturmaktadır. Diğer bir önemli ihracat kalemi işlenmiş mallar olup (%27,95), bunu çeşitli mamul eşya (%18,66) ve canlı hayvan ve gıdalar (%7,29) takip etmektedir. Canlı hayvan ve gıdaların ihracatı uzun yıllardır mutlak olarak artmaktadır. Ancak toplam ihracat içerisindeki payı nispi olarak azalmaktadır. Türkiye'nin ithal kalemlerinin de başında makine ve ulaşım araçları (%29,32) gelmektedir. Diğer bir önemli ithal kalemi ise mineral yakıtlardır (%19,92). Türkiye canlı hayvan ve gıdalarının ithalatı ise toplam ithalat içerisinde 2003 yılında % 2,31 ve 2007 yılında % 1,81 olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 3: Türkiye'nin dış ticaretinin mal gruplarına göre dağılımı

Uluslar arası standart ticaret sınıflandırmasına (SITC, Rev.3) göre	İhracat		İthalat	
	2003	2007	2003	2007
Mal Grupları				
Toplam (000 \$)	47.252.836	107.271.750	69.339.692	170.062.715
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	8,35	7,29	2,31	1,81
İçkiler ve tütün	1,03	0,75	0,36	0,21
Akaryakıt hariç yenilmeyen	2,42	2,73	7,44	7,20

ham.				
Mineral yakıtlar, yağlar vb.	2,07	4,80	16,69	19,92
Hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağ.	0,54	0,27	0,74	0,49
Başka yerde belirtilmeyen kimya s.	4,01	4,42	15,04	13,00
Başlıca sınıflara ayrılan işlenmiş mallar	27,94	27,95	16,76	18,91
Makine ve ulaştırma araçları	26,18	31,93	31,02	29,32
Çeşitli mamul eşya	27,18	18,66	5,47	5,81
SITC'da sınıflandırılmamış eşyalar	0,28	1,20	4,16	3,34

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

3.2. Azerbaycan'ın Dış Ticaret Potansiyeli

Çizelge 4: Azerbaycan'ın dış ticaretinin ülkelere göre dağılımı

Ülkeler	İhracat		Ülkeler	İthalat	
	2003	2007		2003	2007
Toplam (000 \$)	2.590.378	6.058.400	Toplam 000 \$)	2.626.181	5.712.171
Türkiye	4,10	17,40	Rusya	14,60	17,60
İtalya	52,00	15,50	Türkiye	7,40	10,90
Rusya	5,70	8,70	Almanya	6,50	8,20
İran	1,90	7,20	Ukrayna	4,50	8,20
Endonezya	0,00	6,40	İngiltere	10,90	7,20
İsrail	5,30	6,10	Japonya	3,90	5,20
Gürcistan	4,20	5,70	Çin	3,50	4,90
Fransa	8,10	4,30	A.B.D.	5,00	4,70
İngiltere	2,50	3,80	Kazakistan	5,30	3,90
Hindistan	0,10	2,40	Finlandiya	0,30	2,70
Kazakistan	0,40	2,10	İtalya	2,80	2,50
Güney Kore	0,00	2,10	Brezilya	0,40	2,10
Malta	0,50	2,00	İran	1,90	1,80
Yunanistan	2,80	1,90	Fransa	5,90	1,80
Şili	-	1,90	Hollanda	1,70	1,80
Romanya	0,10	1,40	Güney Kore	0,60	1,60
Brezilya	-	1,10	Belarus	0,20	1,30
Virgin Adaları	-	1,00	Hindistan	1,30	1,30
İspanya	1,70	0,90	Gürcistan	0,40	1,10
Tacikistan	1,30	0,90	B.A.E.	1,00	0,90

Kaynak: Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi

Azerbaycan bağımsızlığını kazandıktan sonra önemli iç sorunlar yaşamış ancak dış piyasalara entegre olma çalışmalarına devam etmiştir. Nitekim yıllar itibari ile ithalatta ve ihracatta 2003 ve 2007 yılları arasında önemli bir artış

görülmektedir. Azerbaycan'ın ihracatı 2003 ve 2007 yıllarında yaklaşık % 43 oranında artmıştır. Bu artışla birlikte ihracat partnerlerinde de değişme olmuştur. Türkiye 2003 yılında Azerbaycan'ın en fazla ihracat yaptığı ilk 20 ülke içerisinde 6. Sırada yer alırken, 2007 yılında birinci sırada yer almıştır. Azerbaycan 2007 yılında toplam ihracatının % 17,40'ını Türkiye'ye yapmaktadır. Aynı zamanda ithalat sıralamasında da 2003 yılında 3. Sırada yer alan Türkiye, 2007 yılında 2. sıraya yükselmiştir. Azerbaycan'ın ithalatında ve ihracatında Bağımsız Devletler Topluluğu içerisinde yer alan Rusya, Ukrayna ve Kazakistan önemli yer tutmaktadır (Çizelge 4).

Azerbaycan'ın dış ticaretini oluşturan mal grupları Çizelge 5'te verilmiştir. Azerbaycan'ın ihracat yapısı incelendiğinde petrol zengini bir ülke görünümündedir. Nitekim ihracat içerisinde en fazla payı mineral yakıtlar (%81,40) almaktadır. Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri ihracatının payı ise % 6,70'tir. İthalat yapısı incelendiğinde ise ilk sırayı makine ve ulaştırma araçlarının ithalatı (% 45,70) almaktadır. Canlı hayvanlar ve gıda maddelerinin ithalat içerisindeki payı artmış ve 2007 yılında % 11,50 olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 5: Azerbaycan dış ticaretinin mal gruplarına göre dağılımı

Uluslar arası standart ticaret sınıflandırmasına (SITC,Rev.3) göre	İhracat		İthalat	
	2003	2007	2003	2007
Mal Grupları				
Toplam (000 \$)	2.590.378	6.058.400	2.626.181	5.712.171
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	3,00	6,70	9,90	11,50
İçkiler ve tütün	0,50	0,50	0,90	3,50
Akaryakıt hariç yenilmeyen ham.	2,80	1,80	2,60	2,60
Mineral yakıtlar, yağlar vb.	86,00	81,40	11,30	2,50
Hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağ.	1,30	1,10	1,00	0,80
Başka yerde belirtilmeyen kimya s.	2,00	1,60	5,50	7,40
Başlıca sınıflara ayrılan işlenmiş m	2,50	3,70	23,70	18,90
Makine ve ulaştırma araçları	1,40	2,40	38,70	45,70
Çeşitli mamul eşya	0,50	0,80	6,40	7,10
SITC'da sınıflandırılmamış eşyalar	0	0	0	0

Kaynak: Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi

3.3. Türkiye ve Azerbaycan Arasında Ticareti Yapılan Tarımsal Ürünler

Türkiye ve Azerbaycan arasında tarımsal ürünlerin ticareti Çizelge 6'da verilmiştir. Türkiye'nin Azerbaycan'a olan tarımsal ürünlerinin ihracatında en fazla payı hububat, un, nişasta ve süten yapılan ürünler (%15,08) oluşturmaktadır. Bunu etler ve yenilen sakatatlar (% 10,73), kakao ve kakao müstahzarları (% 9,92), değirmencilik ürünleri (% 8,94), şeker ve şeker mamulleri (% 8,51), süt ve süt mamulleri (% 6,82) vs. takip etmektedir. Türkiye'nin tarımsal ihracat paterni Azerbaycan'a göre daha fazladır. Azerbaycan'ın Türkiye'ye ihracat ettiği en fazla tarımsal ürün yağlı tohum ve meyveler olup, toplam tarımsal ihracatın % 66,26'sını oluşturmaktadır.

Tarım Azerbaycan ekonomisi için petrolden sonra ikinci önemli sektördür. Azerbaycan tarımsal üretim için iklimsel olarak da uygundur. Pamuk, tütün, çay, zeytin, sebze ve meyve başlıca yetiştirilen tarımsal ürünlerdir. Tarım sektörü 1990'lar boyunca önemli üretim kayıpları yaşamış ve 1998'den itibaren pozitif büyümeye geçmiş, 2002-2006 döneminde % 5 büyüme göstermiştir. Sektör ülke ihtiyaçlarını karşılayamamakta ve hala ülke sübvansiyonları ile ayakta durabilmektedir. Sektörün üretime katkısı 1990'ların başında % 30 iken, 2006 yılında % 9,7'e gerilemiştir. Bunun başlıca nedeni yapısal verimsizlik ve aynı zamanda petrol sektöründeki hızlı gelişmedir (Benli 2008).

Çizelge 6: Azerbaycan ve Türkiye arasında tarımsal ürünlerin ticaretinin dağılımı

Mal ve mal grupları	Azerbaycan		Türkiye	
	2001	2007	2001	2007
Toplam %	100,00	100,00	100,00	100,00
Canlı hayvanlar	0,00	0,26	0,13	0,00
Etler ve yenilen sakatat	0,00	0,00	5,73	10,73
Balıklar	0,00	5,83	0,00	0,07
Süt ve süt mamulleri	0,00	0,00	0,71	6,82
Yenilen sebzeler	2,95	0,00	4,36	5,04
Yenilen meyveler	0,00	1,34	0,66	5,07
Kahve, çay, baharat	0,00	0,00	0,30	0,28
Hububat	0,00	0,00	0,57	0,05
Değirmencilik ürünleri, nişasta, gluten	0,00	0,00	8,83	8,94
Yağlı tohum ve meyveler	59,13	66,26	0,10	2,66
Hayvansal ve bitkisel yağlar	0,00	0,00	2,70	2,57
Şeker ve şeker mamulleri	0,00	0,00	50,05	8,51
Kakao ve kakao müstahzarları	0,00	0,00	7,19	9,92
Esasını hububat, un, nişasta, süt teşkil eden müstahzarlar	0,00	0,00	7,18	15,08
Sebze, meyve, sert kabuklu yemişler	0,94	20,11	4,43	8,44
Yenilen çeşitli gıda müstahzarları	0,00	0,00	5,67	7,50
Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke	1,50	0,11	1,17	8,02
Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş mad.	35,47	6,09	0,23	0,31

Kaynak: International Trade Centre

3.4. Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi

Karşılaştırmalı üstünlükler indeksi iki ülkenin bir mal veya mal grubunda rekabet üstünlüklerini açıklamaktadır. Bu indeks birden büyük veya küçük olmasına göre değerlendirilmektedir. İndeksin büyük olması ülkenin o mal grubunda rekabet üstünlüğünün olduğu anlamını taşımaktadır. Türkiye ve Azerbaycan'ın 2001 ve 2007 yıllarına ait karşılaştırmalı üstünlük indeksleri mal gruplarına göre Çizelge 7'de verilmiştir. Canlı hayvanlar ve gıda maddelerinin karşılaştırmalı üstünlük indeksleri her iki ülkede de 1'den büyük olarak hesaplanmıştır. Ancak 2007 yılında 2001 yılına göre indekslerde azalma

görülmektedir. Nitekim karşılaştırmalı üstünlük indeksi, bir mal veya mal grubunun ihraç edilen ülkenin toplam ihracatına oranı ile o mal grubunun dünya genelindeki ihracatının toplam dünya ihracatına oranı ile oranlanmaktadır. Canlı hayvanlar ve gıda maddelerinin ihracatının ülke ihracatı içerisindeki payının azalması ile karşılaştırmalı üstünlük indeksleri her iki ülke içinde azalmıştır. Ancak rekabetin temel gereklerinden birinin ihraç edilen malın üretiminde kullanılan faktörlerin varlığı unutulmamalıdır. Bu nedenle her iki ülkenin tarımsal üretim potansiyeli gerek ekolojik olarak gerekse faktör donanımı açısından yüksektir. Bu ülkelerin sahip oldukları bu özellikler tarımsal üretimde rekabet edebilirliklerinin var olduğunu göstermektedir. Nitekim her iki ülkenin karşılaştırmalı üstünlükleri 2001 yılına göre 2007 yılında azalmışsa da birden büyüktür.

Çizelge 7: Ülkelerin ürün gruplarına göre karşılaştırmalı üstünlükleri

Mal Grupları	Türkiye		Azerbaycan	
	2001	2007	2001	2007
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	1,71	1,33	1,68	1,18
İçkiler ve tütün	1,58	0,95	12,55	0,59
Akaryakıt hariç yenilmeyen hammadde	1,08	1,04	1,61	0,24
Mineral yakıtlar, yağlar vb.	0,15	0,34	92,67	5,69
Hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağlar	2,40	0,84	4,05	3,08
Başka yerde belirtilmeyen kimya sanayi	0,59	0,46	1,14	0,18
Başlıca sınıflara ayrılan işlenmiş mallar	2,03	1,78	0,90	0,26
Makine ve ulaştırma araçları	0,56	0,87	0,49	0,07
Çeşitli mamul eşya	2,19	1,72	0,64	0,08

3.5.İhracat Benzerlik Oranı

İhracat benzerlik oranı bir ülkenin belirli bir pazardaki rakiplerinin hangi ülke veya ülkeler olduğunu tespit edebilmek için kullanılan bir ölçüt olup, her iki ülkenin ihracat yapılarının zaman içerisindeki değişimlerini izleme olanağı da vermektedir. Bu oran Azerbaycan ve Türkiye için her iki ülkenin ihracatlarının yoğun olduğu ülkeler için hesaplanmıştır. Genel ihracat benzerlik oranı 2001 yılında % 9,35 iken 2005 yılında % 17,85'e yükselmiş ve 2007 yılında % 13,14'e kadar gerilemiştir. Benzerlik oranında ki bu gerileme her iki ülkenin farklı mal yada mal gruplarında uzmanlaştığını göstermektedir. İhracat benzerlik oranının yüksek olduğu diğer bir pazar alanı ise Rusya'dır. Rusya hem Türkiye'nin hem de Azerbaycan için önemli bir dış ticaret partneridir. Nitekim Türkiye'nin ihracat sıralamasında 6. ve Azerbaycan'ın ihracat sıralamasında 3. sırada yer almaktadır. Bu ülkedeki ihraç edilen malların benzerliği 2007 yılı itibari ile % 28,11 olarak gerçekleşmiş olup, 2001 yılına göre yükselmiştir.

Her iki ülke için önemli bir ihracat partneri Bağımsız Devletler Topluluğu'dur. BDT için hesaplanan ihracat benzerlik oranı 2001 yılında % 24,16 iken 2007 yılında % 20,57'ye gerilemiştir. Türkiye ve Azerbaycan'ın rekabet halinde olacağı en önemli pazar Bağımsız Devletler Topluluğu'dur.

Azerbaycan bu topluluğun üyesi olup, mal ticaretinde Türkiye'ye göre bir takım avantajlara sahiptir. İhracat benzerlik oranının yüksek olduğu diğer bir pazar alanı ise İngiltere'dir. Bu ÷lkeye olan ihracattaki benzerlik 2001 yılında % 12,36 iken 2007 yılında % 17,87'ye yükselmiştir.

Türkiye ve Azerbaycan'ın ihracat potansiyelinin olduğu diğer ÷lke ve ÷lke gruplarında ihracat benzerlik oranı düşük hesaplanmıştır. Türkiye'nin toplam ihracatının yaklaşık % 48'ini oluşturan AB ÷lkeleri için hesaplanan benzerlik oranı yaklaşık % 3'tür. İhracat benzerlik oranının yüksek olduğu ÷lkelerde bile iki ÷lkenin birbiri ile ciddi rakip olduğu söylenemez (Finger and Kreinin 1979, Atalay 2008).

Çizelge 8: Türkiye ve Azerbaycan'ın İhracat Benzerlik Oranı

÷lke ve ÷lke grupları	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Genel	9,35	11,62	13,22	13,14	17,85	15,47	13,14
Rusya	23,74	22,15	28,32	28,11	26,95	29,40	28,11
İtalya	6,65	6,81	4,63	5,20	8,27	8,99	5,20
İngiltere	12,36	20,88	17,84	17,87	23,87	13,80	17,87
Fransa	2,74	0,58	0,27	1,50	1,01	0,62	1,50
AB 27	3,31	3,83	3,71	3,07	6,02	4,85	3,07
BDT	24,16	23,78	25,43	20,57	20,35	24,61	20,57

3.6. Vollrath İndeksi

Vollrath indeksi iki ÷lkenin aynı hedef pazarda bir mal yada mal grubunda rekabet üstünlüğünün olup olmadığını açıklamaktadır. Türkiye ve Azerbaycan için hedef pazarlar ihracat benzerlik oranına göre belirlenmiştir. Yüksek oranda ihracatlarının benzerlik gösterdikleri pazarlarda hangi mal veya mal grubunda rekabet avantajlarının olup olmadığı incelenmiştir. Rekabet avantajı için hesaplanan Vollrath indeksi Çizelge 9'da verilmiş olup, pozitif değerler Türkiye'nin rekabet üstünlüğünü, negatif değerler Azerbaycan'ın rekabet üstünlüğünü göstermektedir.

Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri açısından her iki ÷lkenin rekabet üstünlüğünü BDT ve Rusya hariç diğer ÷lkelerde Türkiye'nin lehinedir. Nitekim Türkiye tarımsal üretim potansiyeli ve faktör donanımı açısından Azerbaycan'dan daha iyidir. Ayrıca AB ÷lkeleri Türkiye için ulaşım açısından daha rasyonel bir pazar iken BDT ve Rusya Azerbaycan için daha avantajlı bir pazardır. BDT ve Rusya'da 2001 yılında her iki ÷lkenin rekabet üstünlüğü pozitif olarak belirlenmiştir. Bu durum tarımsal ürünlerde Türkiye'nin Azerbaycan'a göre rekabet gücünün yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Ancak 2007 yılında bu pazarlardaki rekabet gücü değişimi Azerbaycan lehine değişmiş ve negatif bir değer almıştır. Azerbaycan BDT üyesi olup, bu ÷lkelerle yaptıkları ticaretlerde Türkiye'ye göre birtakım avantajlara sahiptir. Ayrıca

Azerbaycan'ın üretiminde kullandıkları faktörler açısından zengin olduğu tüm mal gruplarında BDT pazarında Türkiye'ye göre rekabet gücü daha yüksektir.

Türkiye'nin Azerbaycan'a göre rekabet gücünün yüksek olduğu pazar alanı ise AB üyesi ülkelerdir. Nitekim gerek İtalya, İngiltere ve Fransa gerekse AB (27) ülkelerinin tamamında iki ülkenin rekabet gücü değerlendirildiğinde mineral yakıtlar ve yağların dışında diğer bütün mal gruplarında Türkiye avantajlıdır. Türkiye'nin ihracatının yaklaşık % 48'i AB ülkelerine yapılmaktadır (Anonim 2009). Ayrıca Türkiye'nin AB üyesi olma çalışmaları ve bu ülkelere olan coğrafi yakınlığı ve ihraç mallarının üretiminde kullanılan faktörler açısından zengin olması Türkiye'nin AB ülkelerinde rekabet gücünün yüksek olmasını açıklamaktadır.

Çizelge 9: Vollrath İndeksi

Mal Grupları	BDT		AB		Rusya		İtalya		İngiltere		Fransa	
	2001	2007	2001	2007	2001	2007	2001	2007	2001	2007	2001	2007
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	1,08	-1,03	3,25	1,04	0,41	-1,32	10,29	4,37	0,00	2,43	6,00	2,73
İçkiler ve tütün	-2,07	-1,50	2,87	1,85	-2,41	-1,93	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Akaryakıt hariç yenilmeyen hammadde	0,82	1,19	3,17	2,29	0,20	0,69	3,53	-0,90	5,23	1,78	6,47	5,04
Mineral yakıtlar, yağlar vb.	-3,55	-2,73	-4,24	-3,53	-3,77	-0,17	-1,84	-2,40	-7,49	-0,63	-5,75	-5,36
Hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağlar	-0,48	-2,99	0,00	5,39	-0,98	-4,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Başka yerde belirtilmeyen kimya sanayi	0,33	0,18	3,57	2,37	-0,08	0,87	4,17	0,96	5,29	0,00	6,45	0,00
Başlıca sınıflara ayrılan işlenmiş mallar	2,95	1,60	4,22	4,67	2,85	1,11	4,98	9,46	2,20	-1,41	6,86	8,71
Makine ve ulaştırma araçları	0,71	0,92	3,53	5,11	0,32	2,35	9,25	10,06	0,30	0,02	2,92	6,64
Çeşitli mamul eşya	0,69	1,14	6,06	6,18	-0,14	0,81	11,18	11,12	2,98	1,49	4,92	7,55

Sonuç

Ülkelerin ekonomik sınırları küreselleşmenin ve bölgeselleşmenin bir getirisi olarak değişmiştir. Küresel anlamda dış ticaretin serbestleştirilmesi çalışmaları DTO çatısı altında yapılmakta olup, bölgesel ticaretin serbestleştirilmesi için ise bir çok ekonomik işbirliği örgütleri ve anlaşmaları bulunmaktadır. Bütün bu gayretlerin altında ülkelerin dış ticaretlerini artırmak yatmaktadır. Yapılan anlaşmalar ve ekonomik işbirliği örgütlerinin temel amacı dış ticaretin önündeki

engelleri artırmaktır. Nitekim dış ticaretin maksimizasyonu önündeki engellerin minimizasyonundan geçmektedir.

Dış ticaretin önündeki engellerin kalkması da farklı ülkelerde yer alan sektörlerin rekabetini artırmaktadır. Dolayısı ile hangi ülkenin hangi malı hangi ülkeye pazarlayacağı soruları gündeme gelmekte olup, rekabet faktörü ön plana çıkmaktadır. Ülkelerin ürettikleri malın faktör yoğunluklarındaki durumu, sermaye yapısı, işgücü kalitesi, finansman olanakları gibi sektörel avantajlar rekabet gücüne etki etmektedir. Bir diğer faktör ise aynı pazarda bulunan ülkelere tanınmış imtiyazlardır.

Türkiye ve Azerbaycan'ın tarımsal dış ticaretinin incelendiği bu çalışmada her iki ülkenin de dış ticaretini yaptıkları bölgelerde avantajlı olduğu ve yoğun olarak dış ticaretini yaptıkları mal ve mal gruplarında rekabet üstünlüklerinin bulunduğu görülmektedir. Nitekim Türkiye ihracatının % 48'ini ve ithalatının % 37'sini AB ülkelerine yapmaktadır. Azerbaycan ise BDT üyesi olup, yapılan ekonomik işbirliği kapsamında avantajlara sahiptir. Ancak her iki ülkede dış ticaretlerinin yoğun oldukları pazar alanlarında bir birlerine rakip olarak görünmemektedirler. Bu amaca yönelik olarak hesaplanan ihracat benzerlik oranı BDT ülkelerinde ve AB ülkelerinde her iki ülkenin dış ticaretinin benzerlik gösterdiğini açıklamaktadır. Bu entegrasyonlar içerisinde de dış ticaretin benzerlik gösterdiği ülkeler Rusya ve İngiltere'dir. Rusya'da ihracat benzerlilik oranı % 28,11 ve İngiltere'de % 17,87 olarak hesaplanmıştır. Bu benzerlik oranları ile Türkiye ve Azerbaycan'ın hedef pazarlarda yüksek rekabetinden söz etmekte mümkün değildir. Nitekim Türkiye ve Azerbaycan'ın ihracat benzerlik oranlarının yüksek olduğu ülkelerde mal gruplarına göre rekabet avantajlarını gösteren Vollrath indeksi hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, AB ülkelerinde Türkiye üretiminde kullandığı faktör donanımlarındaki zenginliğinden ve AB ülkeleri ile yoğun dış ticaretinde sağladığı avantajlardan dolayı başta tarım ürünleri olmak üzere rekabet gücü Azerbaycan'a göre yüksektir. Azerbaycan petrol zenginliği nedeniyle AB ülkelerinde Türkiye karşısında petrol ürünlerinde rekabet gücü yüksektir.

Türkiye ve Azerbaycan'ın tarımsal dış ticaretinde ağırlık Türkiye'ye aittir. Azerbaycan tarım ürünleri konusunda henüz kendine yeterliliği sağlamaktadır. Her iki ülkenin üretim alanındaki sektörel zenginliklerini farklı olduğu bu çalışmada yapılan kantitatif değerlendirmeler sonucunda görülmektedir. Türkiye dışa bağımlı olduğu petrol ürünleri konusunda Azerbaycan doğal ihracatçısı konumundadır. Türkiye ise henüz sektörler itibari ile gelişimini sağlayamamış ve dış pazarlarda fiyat, kalite ve hizmet açısından yeterli rekabet gücü olmayan Azerbaycan için başta tarımsal ürünler olmak üzere makine ve ulaşım araçları açısından iyi bir tedarikçidir.

Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda Türkiye ve Azerbaycan'ın şimdiye kadar yapmış oldukları dış ticaret anlaşmalarını daha da ilerletmeleri ve birlikte yeni stratejiler geliştirmeleri her iki ülkenin dış ticaret gelirlerini artıracaktır.

KAYNAKLAR

1. Anonim 2009. Türkiye İstatistik Kurumu, <http://www.tuik.gov.tr>. (Erişim Tarihi: Nisan 2009).
2. Anonim 2009a. Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi, <http://www.azstat.org>. (Erişim Tarihi: Nisan 2009).
3. Anonymous 2009. International Trade Centre, <http://www.trademap.org> (Available Date: April 2009)
4. Atalay, H., 2008. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Kapsamında türk Endüstrilerinin Avrupa Birliği Pazarındaki Rekabet Gücü Düzeylerinin İncelenmesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:21, sf:201-239
5. Balassa, B., 1965. Trade Liberazation and Revealed Comparative Adavantage, Manchester School of Economic and Social Studies, Vol:33, pp:99-124
6. Benli, A.O., 2008. Azerbaycan Cumhuriyeti Ülke Raporu, T.C. Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara
7. Çakmak, Ö.A., 2005. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Gücü:Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama, Ekonomi, İşletme, Uluslar arası İlişkiler ve Sosyal Bilimler Dergisi, Çilt:5, Sayı:1-2, sf:65-76
8. Finger, J.M. and Kreinin, M.E. (1979). A Measure of Export Similarity and Its Possible Uses, The Economic Journal, Vol. 89, No:356
9. Liesner, H., 1958. The European Common Merket and British Industry, Economic Journal, Vol:6, pp:302-316
10. Seyidoğlu, H., 2007. Uluslararası İktisat, Güzem Can Yayınları, İstanbul
11. Vollrath, T.L., 1991. A Theoretical Evaluation of Altarnative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage, Weltwirtschaftliches Archiv, Vol:127, pp: 165-279

Summary

THE FOREIGN TRADE POTENTIAL OF AGRICULTURAL PRODUCTS BETWEEN TURKEY AND AZERBAIJAN AND THEIR COMPARATIVE ADVANTAGES

Zeki BAYRAMOĞLU
(Selchuk University, Turkey)

Foreign trade is important for every country in the world. The best known way to increase the income of countries is by increase of foreign trade. Thus, in this study the foreign trade potentials and market structures of Turkey and Azerbaijan have been analyzed. In the study, foreign trade similarities of both countries in target markets and the competition advantages for similar product classes have been examined. To this end, comparative advantage index, export similarity ratio and Vollrath index have been used. The markets that both of these countries show similarity for product classes have been determined as EU and CIS. It has been determined that in general the competition power of Turkey is greater in EU member countries and that the competition power of Azerbaijan is greater in CIS countries. However it has been determined that the competition power of Turkey is greater than Azerbaijan for capital intensive products. It can be stated that the foreign trade structure of both of these countries are suitable to increase trade between them.

Key Words: Foreign trade, Comparative advantage, Competition, Agricultural Products, Turkey, Azerbaijan