

**T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**



**İHRACAT PERFORMANSININ BELİRLEYİCİLERİ:
BİR PANEL VERİ ANALİZİ**

Mustafa YILDIRIM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GAZİANTEP - 2023



LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZ KABUL VE ONAY FORMU

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

İktisat Anabilim Dalı İktisat Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi **Mustafa YILDIRIM** tarafından hazırlanan “İhracat Performansının Belirleyicileri: Bir Panel Veri Analizi” başlıklı tez, **07/11/2023** tarihinde yapılan savunma sınavı sonucu **başarılı** bulunarak jürimiz tarafından **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

<u>Görevi</u>	<u>Unvanı, Adı ve Soyadı</u>	<u>Kurumu/Üniversitesi</u>	<u>İmzası:</u>
Tez Danışmanı/ Jüri Başkanı	Prof. Dr. M. Hanifi ASLAN	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	
Jüri Üyesi	Prof. Dr. İbrahim ARSLAN	Gaziantep Üniversitesi	
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Zeynep KÖSE	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	

Bu tez Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu kararı ile onaylanmıştır.

Prof. Dr. M. Serhat YENİCE
Enstitü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

DECLARATION PAGE

I hereby declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules and ethical conduct. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all material and results that are not original to this work.

Mustafa YILDIRIM

Tarih:07/11/2023

HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

İHRACAT PERFORMANSININ BELİRLEYİCİLERİ:
BİR PANEL VERİ ANALİZİ

Mustafa YILDIRIM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Prof. Dr. M. Hanifi ASLAN

ÖZET

İhracat performansı, bir ülkenin mal ve hizmetlerini uluslararası pazarlarda başarıyla satma yeteneğini yansıtan önemli bir göstergedir. Bir ülkenin ihracat performansı, ekonomik büyüme, istihdam ve ticaret dengesi gibi faktörleri etkileyebilir. İyi bir ihracat performansı, üretkenlik artışını teşvik edebilir ve yurtiçi firmaların uluslararası arenada rekabet edebilme yeteneklerini geliştirebilir. İyi bir ihracat performansı, ülkenin genel rekabet gücünü ve endüstriyel çeşitliliğini yansıtarak ekonomik çeşitlendirmeyi destekleyebilir. Bu nedenle, ülkeler genellikle dış pazarlarda büyümeyi teşvik etmek için ticaret politikaları ve ihracat teşvikleri geliştirirler.

Bu çalışmanın amacı, bir ülkenin dış ticaretindeki önemli faktörlerden biri olan ihracat performansı ile seçilmiş makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkileri panel veri analizi ile test etmektir. Çalışma, dünya ekonomik bölgelerinde yer alan gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler içinden dış ticarete önde gelen seçilmiş 15 ülkenin 2000-2022 dönemi dış ticaret kesimine ait verilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ihracat performansı ile gayri safi yurt içi hâsıla (GSYH), döviz kuru ve AR-GE harcamaları arasındaki ilişki incelenmiştir. Daha önce yapılmış olan çalışmalarda ihracat performansı ile GSYH, döviz kuru ve AR-GE harcamaları arasındaki ilişki sektörel veya tek bir ülke için tek tek incelendiğinde, bu değişkenlerin ihracat performansını pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Araştırma sonucunda, ihracat performansı ile gayri safi yurt içi hâsıla (GSYH) ve döviz kuru arasında pozitif bir ilişki tespit edilirken, ihracat performansı ile AR-GE harcamaları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Anahtar kelimeler: İhracat Performansı, İhracat Performansını Belirleyen Faktörler, Panel Veri Analizi

**HASAN KALYONCU UNIVERSITY
GRADUATE EDUCATION INSTITUTE
DEPARTMENT of ECONOMY**

**DETERMINANTS OF EXPORT PERFORMANCE:
A PANEL DATA ANALYSIS**

Mustafa YILDIRIM

MASTER THESIS

**Advisor
Prof. Dr. M. Hanifi ASLAN**

ABSTRACT

Export performance is an important indicator that reflects a country's ability to successfully sell its goods and services in international markets. A country's export performance can affect factors such as economic growth, job employment and trade balance. Successful export performance can foster productivity growth and improve the ability of local businesses to compete internationally. Good export performance can support economic diversification, often reflecting the country's competitiveness and industrial diversity. Therefore, countries often develop trade policies and export incentives to stimulate growth in foreign markets.

The aim of this study is to test the relationships between export performance, one of the important factors in a country's foreign trade, and selected macroeconomic variables using panel data analysis. The study was carried out with data on the foreign trade segment of 15 selected leading countries in foreign trade among the developed countries and developing countries in the world economic regions for the period 2000-2022. In the research, the relationship between export performance and gross domestic product (GDP), exchange rate and R&D expenditures was examined. In previous studies, when the relationship between export performance and GDP, exchange rate and R&D expenditures is examined sectorally or individually for a single country, it has been seen that these variables positively affect export performance. As a result of the research, a positive relationship was detected between export performance and gross domestic product (GDP) and exchange rate, while no significant relationship was found between export performance and R&D expenditures.

Keywords: Export Performance, Factors Determining Export Performance, Panel Data Analysis

ÖNSÖZ

Tez çalışmam süresince gün, saat fark etmeksizin kıymetli vakitlerini ayırarak bilgi, birikimi, anlayışı, sabrı ve yol göstericiliği ile bu çalışmayı yönlendiren, her konuda engin bilgileriyle bana yardımcı olan danışman hocam Sayın Prof. Dr. M. Hanifi ASLAN'a en içten saygılarımı ve teşekkürlerimi sunarım.

Tez dönemi süresince yardımlarını ve desteklerini benden esirgemeyen ve her zaman yanımda olan annem, babam, abim Tuna, kardeşim Atilla, İngilizce çevirilerde yardımcı olan kız kardeşim Fikriye'ye ve kardeşlerime teşekkür ederim.

07/11/2023

Mustafa YILDIRIM

Gaziantep - 2023

İÇİNDEKİLER

ÖZET	İV
ABSTRACT	V
ÖNSÖZ	VI
İÇİNDEKİLER	VII
TABLolar LİSTESİ	İX
ŞEKİLLER LİSTESİ	XI
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XIII
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
1. GİRİŞ.....	1
İKİNCİ BÖLÜM	4
2. DÜNYA EKONOMİSİ, KÜRESEL REKABET VE TÜRKİYE EKONOMİSİ...4	
2.1. Dünya Ekonomisi ve Küresel Rekabet	4
2.1.1. Dünya ekonomisinde büyüme ve ticaret hacmi	6
2.1.2. Dünya ticaretinde riskler ve eğilimler	20
2.1.3. Küresel rekabet ve ekonomik bölgeler	26
2.2. Küresel Rekabet ve Türkiye Ekonomisi.....	56
2.2.1. Türkiye ekonomisindeki gelişmeler	56
2.2.2. Türkiye ekonomisinin uluslararası rekabet gücü.....	63
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	69
3. İHRACAT PERFORMANSI, ÖLÇÜLMESİ VE BELİRLEYİCİLERİ	69
3.1. İhracat Performansı ve Ölçülmesi.....	69
3.1.1. İhracat performansının tanımı	69
3.1.2. İhracat performansının ölçülmesi	71
3.2. İhracat Performansı ve Dış Ticaret Teorileri	72
3.2.1. Klasik dış ticaret teorilerine göre	73
3.2.2. Yeni dış ticaret teorilerine göre	77
3.3. İhracat Performansının Belirleyicileri	82
3.3.1. İhracat performansını belirleyen firma içi faktörler	83
3.3.2. İhracat performansını belirleyen firma dışı faktörler	88
3.3.3. İhracat performansını belirleyen makroekonomik faktörler	90
3.4. COVID-19 ve İhracat Performansı	95

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	99
4. İHRACAT PERFORMANSININ BELİRLEYİCİLERİ HAKKINDA BİR PANEL VERİ ANALİZİ.....	99
4.1. Veri Seti.....	99
4.2. Ekonometrik Yöntem: Panel Veri Analizi	100
4.3. Uygulama.....	106
BEŞİNCİ BÖLÜM	111
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	111
KAYNAKÇA	114
ÖZGEÇMİŞ.....	123



TABLolar LİSTESİ

Tablo 2. 1. Dünya ekonomisi ve ülke gruplarına göre büyüme göstergeleri (%).....	8
Tablo 2. 2. Gelişmiş ülkeler büyüme göstergeleri (%).....	8
Tablo 2. 3. Gelişmekte olan ülkeler, büyüme göstergeleri (%).....	9
Tablo 2. 4. 2022 Yılı dördüncü çeyreğine göre seçilmiş ülkelerin büyüme oranları (%)	10
Tablo 2. 5. IMF'nin seçilmiş ülkelere ilişkin büyüme tahminleri (%).....	12
Tablo 2. 6. Uluslararası kuruluşların makroekonomik büyüme tahminleri.....	14
Tablo 2. 7. Dünya mal ihracatı ve büyüme göstergeleri (Yıllık).....	14
Tablo 2. 8. Dönemsel olarak dünya mal ticareti ve ürün gruplarındaki büyümeler (%).....	16
Tablo 2. 9. Dünya mal ticaretinde ürün grupları itibariyle ihracat (Milyar Dolar).....	16
Tablo 2. 10. Dünya ihracatında ülke sıralamaları (2021).....	17
Tablo 2. 11. Dünya ithalatında ülke sıralamaları (2021).....	18
Tablo 2. 12. 2023 Yılında açığa çıkan risk unsurları.....	22
Tablo 2. 13. Önem derecesine göre sıralanmış küresel riskler.....	23
Tablo 2. 14. Seçki analizlere göre küresel riskler.....	24
Tablo 2. 15. Savaşın pandemi sonrası oluşan eğilimlere etkisi.....	25
Tablo 2. 16. Küresel rekabet edebilirlik endeksi 4.0 (KREE 4.0).....	29
Tablo 2. 17. Bölgelere göre küresel ihracat hacmi 2023 büyüme öngörülleri (%).....	29
Tablo 2. 18. Türkiye'nin yıllara göre dış ticaret rakamları (Milyon Dolar).....	60
Tablo 2. 19. Türkiye'nin ülke gruplarına göre dış ticareti (Milyon Dolar).....	60
Tablo 2. 20. Türkiye'nin seçilmiş ülke gruplarına göre dış ticareti (Milyon Dolar).....	61
Tablo 2. 21. Türkiye'nin 2022 yılında en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler (Milyon dolar).....	61
Tablo 2. 22. Türkiye'nin 2022 yılında en fazla ithalat gerçekleştirdiği ülkeler (Milyon dolar).....	62
Tablo 2. 23. Türkiye'nin geniş ekonomik sınıflamaya (BEC) göre ihracatı (Milyon dolar).....	62

Tablo 2. 24. Türkiye'nin geniş ekonomik sınıflamaya (BEC) göre ithalatı (Milyon dolar).....	63
Tablo 2. 25 2023 Yılında Türkiye ihracatını etkileyebilecek faktörler.....	67
Tablo 4. 1. Çalışmada kullanılmış olan değişkenler ve açıklamaları.....	99
Tablo 4. 2. 2000-2022 yılları arası araştırma değişkenlerine yönelik tanımlayıcı istatistikler.....	107
Tablo 4. 3. Yatay kesit bağımlılığı testi sonuçları	108
Tablo 4. 4. Durağanlık analizi sonuçları.....	108
Tablo 4. 5. Bağımsız değişkenlere yönelik varyans şişirme çarpanı (VIF) değerleri ...	109
Tablo 4. 6. Panel regresyon modeli için etki türü seçimine yönelik test sonuçları.....	109
Tablo 4. 7. Otokorelasyon ve değişen varyans testleri.....	109
Tablo 4. 8. Panel regresyon modeline ait katsayılar ve genel istatistik bulguları.....	110

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Küresel hasıla büyüme oranları (%)	11
Şekil 2.2. IMF Küresel büyüme tahmini	13
Şekil 2.3. Küresel ticaret hacmi ve mal ve hizmet ticareti artışı.....	19
Şekil 2.4. Küresel ticaret aylık değişim oranları (Bir önceki yıla göre).....	30
Şekil 2.5. AB Ekonomisine ilişkin göstergeler.....	32
Şekil 2.6. Almanya'nın dış ticaret göstergeleri.....	33
Şekil 2.7. Fransa'nın dış ticaret göstergeleri.....	33
Şekil 2.8. İtalya'nın dış ticaret göstergeleri	34
Şekil 2.9. İspanya'nın dış ticaret göstergeleri.....	35
Şekil 2.10. Birleşik Krallık dış ticaret göstergeleri.....	35
Şekil 2.11. ABD'nin dış ticaret göstergeleri	37
Şekil 2.12. ABD Ekonomisine ilişkin göstergeler	38
Şekil 2.13. Kanada'nın dış ticaret göstergeleri.....	39
Şekil 2.14. Japonya'nın dış ticaret göstergeleri	40
Şekil 2.15. Japonya ekonomisine ilişkin göstergeler	41
Şekil 2.16. Güney Kore'nin dış ticareti	41
Şekil 2.17. Hong Kong'un dış ticareti.....	43
Şekil 2.18. Singapur'un dış ticaret göstergeleri.....	43
Şekil 2.19. BRIC Ülkelerinde büyüme.....	44
Şekil 2.20. Brezilya'nın dış ticaret göstergeleri	45
Şekil 2.21. Rusya'nın dış ticaret göstergeleri.....	46
Şekil 2.22. Rusya sanayi üretim endeksi ve işsizlik oranı.....	47
Şekil 2.23. Hindistan'ın Dış Ticaret Göstergeleri	47
Şekil 2.24. Çin'in dış ticaret göstergeleri.....	48
Şekil 2.25. Çin PMI ve sanayi üretim endeksi.....	49

Şekil 2.26. Nijerya'nın dış ticaret göstergeleri.....	51
Şekil 2.27. Mısır'ın dış ticaret göstergeleri.....	51
Şekil 2.28. Güney Afrika'nın dış ticaret göstergeleri.....	52
Şekil 2.29. Cezayir'in dış ticaret göstergeleri.....	53
Şekil 2.30. FAS'ın dış ticaret göstergeleri.....	54
Şekil 2.31. Etiyopya'nın dış ticaret göstergeleri.....	55
Şekil 2.32. Türkiye'nin dönemler itibariyle GSYH büyüme oranları.....	57
Şekil 2.33 Türkiye'nin dönemler itibarıyla GSYH büyüme hızları.....	58
Şekil 2.34 Türkiye'nin GSYH'nı oluşturan faaliyetlerin büyüme hızları.....	59
Şekil 2.35 Türkiye'nin yıllara göre ihracatı ve ithalatı.....	59
Şekil 2.36. Türkiye'nin 2019 yılı küresel rekabetçilik sıralamasındaki yeri.....	64
Şekil 2.37. Türkiye'nin 2019 yılı küresel rekabetçilik alanları sıralamasındaki yeri.....	65
Şekil 2.38. Yıllara göre Türkiye rekabetçilik sıralaması.....	65
Şekil 2.39. 2022 Yılında ülkelerin yıllık büyüme oranları ve Türkiye (%).....	66
Şekil 2.40. Türkiye'nin küresel ticaretteki payı.....	66
Şekil 2.41. Yıllara göre küresel ticaret ve Türkiye'nin ihracat artış oranı (Yıllık, %)...	67

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
AR-GE	Araştırma ve Geliştirme
BOJ	Japon Merkez Bankası
CPB	Hollanda Ekonomi Politikası Analizi Bürosu
DT	Dünya Ticaret rgt
ECB	Avrupa Merkez Bankası
FED	ABD Merkez Bankası
GCI	Küresel Rekabet Endeksi
GSYH	Gayri Safı Yurt İçi Hâsıla
IMF	Uluslararası Para Fonu
ITC	Uluslararası Ticaret Merkezi
NAFTA	Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması
OECD	İktisadi İş birliği ve Kalkınma Teşkilatı
TB	Ticaret Bakanlığı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNCTAD	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
WBG	Dünya Bankası
WEF	Dünya Ekonomik Forumu (DEF)

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ

Dünya mal ve hizmet ticareti, ekonomiler arasındaki ticari ilişkileri ve küresel ekonominin büyüklüğünü yansıtan önemli bir göstergedir. Ülkeler, ihtiyaç duydukları ürünleri ve hizmetleri ticaret yoluyla mübadele ederek refahlarını artırmaya çalışırlar. Mal ve hizmet ticareti, ekonomik büyümeyi teşvik ederken, aynı zamanda ekonomik krizler ve diğer birçok faktör tarafından da etkilenebilir. Ekonomik krizler, talep düşüşü, finansal belirsizlik ve firmaların ticaret yapma yeteneklerini sınırlayabilir. Mesela, 2008 finansal krizi küresel ticareti ciddi şekilde etkilemiş ve birçok ülkenin ticaret hacmini daraltmıştır. Kriz, hızla dünya geneline yayılmış ve diğer ülkeleri de etkilemiştir. Birçok ülke ticaret hacminde düşüş yaşamış, uluslararası finansal piyasalar çalkantılı bir dönem geçirmiştir. Krizin etkilerini sınırlamak için hükümetler mali teşvik önlemleri ve merkez bankaları da genişletici para politikaları uygulamıştır.

2019 yılı dünya ekonomisinde çeşitli önemli gelişmelere sahne olmuştur. Genel olarak, birçok ülke ılımlı bir ekonomik büyüme dönemi yaşamış, ancak aynı zamanda bazı ekonomik belirsizlikler de görülmüştür. ABD ve Çin arasındaki ticaret savaşları, 2019 yılında ekonomik gündemin önemli bir parçası olmuştur. İki ülke arasındaki ticaret anlaşmazlıkları, dünya ticaretini ve küresel tedarik zincirlerini etkilemiştir. Bu durum, diğer ülkeleri de ticaret politikalarını gözden geçirmeye yönlendirmiştir. Ayrıca, Avrupa ekonomisi Brexit belirsizliği ile mücadele etmiş, Birleşik Krallık'ın AB'den çıkma süreci, Avrupa'nın ekonomik görünümünü etkileyen önemli bir faktör olmuştur. Bu süreç, ticaret ve yatırım faaliyetlerini etkilemiştir. Dünya genelinde teknolojik gelişmeler önemli bir rol oynamıştır. Dijital dönüşüm, yapay zekâ, e-ticaret ve mobil uygulamalar gibi alanlarda büyüme ve inovasyon devam etmiştir. Teknolojik ilerlemeler, ticaret modellerini değiştirmiş ve yeni iş fırsatları yaratmıştır. 2019 yılında, bazı gelişmekte olan ekonomiler zorluklarla karşılaşmıştır. Birkaç ülke, yüksek enflasyon, para birimi dalgalanmaları ve dış borç sorunları ile mücadele etmiştir. Bu durum, ekonomik istikrarı sarsan etkenler arasında yer almıştır.

Sonraki yıllarda, dünya ekonomisi yavaş bir toparlanma sürecine girmiş, fakat bu dönemde ekonomik büyüme istikrarlı olmamıştır. Birçok ülke düşük büyüme oranları, işsizlik ve borç sorunları ile mücadele etmiştir. 2020 yılında, COVID-19

pandemisi dünya ekonomisine büyük bir darbe vurmuştur. Salgının yayılmasını engellemek için başvurulan kısıtlamalar birçok sektörü etkilemiş, turizm, ulaşım ve perakendeci endüstrilerde büyük düşüşler yaşanmıştır. Ancak teknoloji ve dijital ekonomi pandemi döneminde büyümeye devam etmiştir. Hükümetler ve merkez bankaları, ekonomik toparlanmayı desteklemek için genişletici mali politikalar ve teşvik önlemleri uygulamıştır. Faiz oranlarının düşük tutulması, borçlanma maliyetlerini azaltmıştır.

Aşı geliştirme ve dağıtım çabaları, 2021 yılında ekonomik toparlanmanın işaretlerini getirmiştir. 2021 yılında dünya ekonomisinde çeşitli ve önemli gelişmeler yaşanmıştır. COVID-19 pandemisi ve onun etkileri hala devam ederken, birçok ülke ekonomik toparlanma çabalarını sürdürmüştür. Bazı bölgelerde aşı dağıtımını ve halk sağlığı önlemleri sayesinde ekonomik aktivite kısmen canlanmıştır. Özellikle dijital dönüşüm ve teknoloji sektörü, pandemi döneminde önemli bir rol oynamıştır. Uzaktan çalışma ve çevrimiçi hizmetlerin artmasıyla birlikte teknolojiye olan talep artmıştır. Büyük teknoloji şirketleri, büyümelerini sürdürerek dünya ekonomisine katkı sağlamışlardır. Ancak, sınırlamalar ve seyahat kısıtlamaları turizm, ulaşım ve perakendeci endüstrilerde daralmaya neden olmuştur. Aynı zamanda tedarik zinciri sorunları da bazı endüstrileri etkilemiş ve üretim süreçlerinde aksamalara yol açmıştır.

2022 yılı başında başlayan Rusya'nın Ukrayna'yı işgali dünya ekonomisini derinden sarsmış ve özellikle tahıl ürünlerine erişimin zorlaşmasına sebep olmasının yanında dünya enerji fiyatlarında da dalgalanmalar ve artışlar yaşanmasına sebep olmuştur. Bu gelişmelerin etkileri hala devam etmekte olup, gelecek yıllarda da devam edeceği düşünülmektedir.

Dünya ekonomilerinde ve ülkelerde yaşanan bu son gelişmelere bakıldığında ülkeler için dış ticaretin önemi ortaya çıkmaktadır. Ülkeler ekonomilerini büyütme ve döviz kazandırıcı işlemlerini artırabilmek için ihracata yönelmektedirler. İhracat, bir ülkenin üretimini uluslararası piyasalara açarak ekonomik büyüme, istihdam artışı ve ticaret dengesinin sağlanması gibi bir dizi olumlu etkiyle sonuçlanabilir. İyi bir ihracat performansı, bir ülkenin rekabet gücünü artırabilir, yerel firmaların büyümesini destekleyebilir ve uluslararası ilişkileri güçlendirebilir. Bu nedenle, ülkeler için ihracat stratejik bir öneme sahiptir denilebilir.

Bu çalışmada, ihracat performansı ile seçilmiş olan makro ekonomik faktörler arasında yer alan ilişkiler panel veri analizi yöntemiyle test ve analiz edilecektir. Bu kapsamda uluslararası kurumların raporlarında yer alan ülke gruplarına mensup gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerden dış ticaret bakımından öne çıkan Kanada, Çin, Almanya, İspanya, Finlandiya, Fransa, Birleşik Krallık, İtalya, Japonya, Kore Cumhuriyeti, Meksika, Rusya, Singapur, Türkiye ve Güney Afrika'dan oluşan 15 ülkenin 2000-2022 dönemine ait ihracat rakamları, GSYH, döviz kuru ve AR-GE harcamaları ile panel veri analizi gerçekleştirilecektir. Ekonometrik analizde kullanılan veriler WBG, OECD ve TÜİK gibi çeşitli kurumların veri tabanından ve ilgili ülkelerin resmi kurumlarının verilerinden elde edilmiştir.

Beş bölümden oluşan bu çalışmanın ilk bölümü giriş kısmından oluşmakta olup, burada çalışmanın içeriği ile ilgili bilgilere yer verilirken, ikinci bölümünde dünya ekonomisi, küresel rekabet ve Türkiye ekonomisi başlığı altında dünya ekonomisi ve küresel rekabet ile küresel rekabet ve Türkiye ekonomisi incelenmiştir. Ayrıca bu bölümde Türkiye ekonomisindeki gelişmeler ve ekonominin uluslararası rekabet gücü de ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde ihracat performansı, ölçülmesi ve belirleyicileri başlığı altında ihracat performansının tanımı, ölçülmesi, dış ticaret teorileriyle irtibatlandırılması, klasik ve yeni dış ticaret teorileri, ihracat performansının belirleyicileri (firma içi faktörler, firma dışı faktörler, makro ekonomik faktörler) ve COVID-19'un ihracat performansına etkileri hakkında bilgiler verilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde, ihracat performansının belirleyicileri hakkında bir literatür taraması yapılmış, ardından ampirik analizler yapılmış ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Çalışmanın beşinci bölümünde ise genel bir değerlendirme yapılmış ve ulaşılan sonuçlara yer verilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. DÜNYA EKONOMİSİ, KÜRESEL REKABET VE TÜRKİYE EKONOMİSİ

Bu bölümde, dünya ekonomisindeki gelişmeler büyüme, ticaret hacmi, küresel rekabet ve dünya ekonomik bölgeleri itibariyle ele alınacaktır. Daha sonra ise Türkiye ekonomisindeki gelişmeler ve Türkiye ekonomisinin rekabet gücü açıklanacaktır.

Küresel ekonominin önemli göstergelerinden biri dünya mal ve hizmet ticaretidir. Ülkeler arası ticaret, ekonomik büyüme, uzmanlaşma ve kaynak dağılımında kritik bir rol oynar. Ekonomik krizler, dünya ticaretini etkileyen önemli faktörlerden biridir. Büyük ekonomik dalgalanmalar ticaret hacmini düşürebilir ve uluslararası ticaret akışını sınırlandırabilir.

Türkiye, stratejik coğrafi konumu sayesinde dünya ekonomisindeki hareketliliğin bir aktörüdür. İhracat, ithalat, turizm ve dış yatırımlar gibi faktörler Türkiye ekonomisini etkiler. Küresel rekabette Türkiye'nin rekabet avantajları arasında genç ve nitelikli iş gücü, tarım ürünleri, inşaat sektörü ve tekstil yer alır. Ancak aynı zamanda döviz kuru dalgalanmaları, siyasi istikrarsızlık ve yüksek işsizlik gibi zorluklar da mevcuttur.

2.1. Dünya Ekonomisi ve Küresel Rekabet

Dünya ekonomisi, ülkeler arasında mal, hizmet ve sermaye akımlarının bir sonucu olarak oluşan karmaşık bir yapıya sahiptir. Dünya ekonomisi, farklı büyüklükteki ülkelerin ekonomik performanslarına göre şekillenir. Gelişmiş ekonomiler, yüksek teknoloji ürünleri ve hizmetler üretirken, gelişmekte olan ülkeler daha çok emek yoğun endüstrilerde faaliyet gösterir. Küresel rekabet, ülkelerin birbirleriyle ticaret, yatırım ve teknoloji transferi yoluyla etkileşimde bulunmasını ifade eder. Bu durum, ekonomik büyüme, inovasyon ve verimlilik açısından önemlidir. Küresel rekabet, firmaları daha inovatif ve verimli olmaya teşvik ederken, aynı zamanda rekabet baskısıyla karşılaşan firmaların sürdürülebilirliği önem kazanır.

Dünya ekonomisinin üretim noktası ve ağırlık merkezi, gelişmiş ülkelere Asya kıtasında bulunan gelişmekte olan ülkelere doğru yönelmektedir. Bu eğilimin 2008 dünya ekonomik krizinden sonra daha da belirginleşmeye başladığı görülmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin başında gelen Çin ve Hindistan ekonomilerinin hızlı büyümesi bu ülkelerin küresel ekonomi içindeki paylarını artırırken, gelişmiş ülkelerin başında gelen ABD ve Japonya'nın küresel ekonomi içindeki payları genel olarak azalmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin sahip oldukları nüfus ve doğal kaynak avantajlarını teknoloji üretimine ve rekabet üstünlüğüne dönüştürmek için attıkları güçlü adımlar, bu eğilimdeki belirleyici unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Ucuz işgücüne dayalı ucuz düşük teknolojili ürünlerin ihracatı, hızla büyüyen bir ekonomide giderek taklit veya yenilik içeren yüksek teknolojili ürünlere doğru genişlemektedir. Bu yapısal değişim nedeniyle, hızla büyüyen bu ülkeler, giderek daha da yüksek teknolojiye sahip endüstrilerde rekabet avantajı elde etmektedirler (10. Kalkınma Planı, 2014).

2020 yılında küresel ekonomi tüm sektörlerde birden fazla etkisi olan beklenmedik COVID-19 salgınıyla karşı karşıya kalmıştır. Bu salgının en büyük baskısı, küresel ekonominin %3,4 oranında daralması olmuştur. 2020 yılında küresel ekonomi son yılların en keskin daralmasını yaşamış ve sonunda gelişmiş ekonomiler %4,5 oranında, gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri ise %2,0 oranında küçülmüştür. Küresel ekonomi 2020'de yaşadığı COVID-19 şoku sonrası 2021'e daha olumlu beklentiler ile girmiştir (TİM, 2022).

Küresel ekonomik toparlanma, yeni COVID-19 vakaları, devam eden işgücü piyasası endişeleri, tedarik zincirinde yaşanan kısıtlamalar ve artan enflasyonist baskılar arasında hassas bir yapı arz etmiştir. 2020'de %3,4 küçülen dünya ekonomisinin, 2021'de %5,5 büyüme oranıyla son 40 yılın en yüksek büyümesini gerçekleştirmesi ve 2022'de %3,5 büyümesi beklenmektedir. 2021'de küresel GSYH, 2019'a göre %1,9 daha yüksek olmasına rağmen, yine de pandemi öncesi düzeyin %3,3 altında kalmıştır. Bununla birlikte, bu toplu büyüme rakamlarında meydana gelen değişimler, ülkeler ve bölgeler arasında toparlanma hızında farklılıklar göstermemektedir (BM, 2022).

Dünya ekonomisi, 1970'li yıllardan bu yana yaşanmakta olan en büyük enerji kriziyle sarsılmaya devam etmektedir. Enerji şoku, enflasyonu on yıllardır görülmeyen seviyelere çıkararak küresel ekonomik büyümeyi yavaşlatmıştır. Yeni OECD *Ekonomik Görünüm Raporu*'nda, küresel büyümenin 2023'te %2,2'ye düşeceği ve 2024'te nispeten mütevazı bir oran olarak görülen %2,7'ye geri döneceği düşünülmektedir. 2023 ve 2024'te gelişmenin ana motoru Asya olurken, Avrupa, Kuzey Amerika ve Güney Amerika'nın çok düşük gelişme göstermesi beklenmektedir. Dünya ekonomisinin Rusya'nın Ukrayna'yı işgali sonucu ödediği ağır bedel, enflasyonun yüksek seviyelere

çıkması ve daha az büyümesi şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Pandemi sonrası toparlanma süreci ve ilgili tedarik zinciri sorunları sebebiyle zaten yükselişte olan enflasyon, Rusya'nın saldırısı sonucu dünya çapında çok daha yaygın bir duruma gelerek oldukça yüksek seviyelere ulaşmıştır. Beklenmeyen fiyat artışları, birçok ülkede reel ücretlerin ve hane halkı satın alma gücünün düşmesine neden olmaktadır. Bu süreç dünyanın her yerindeki insanları olumsuz etkilemiştir. Enflasyon kontrol altına alınmadığı takdirde bu sorunların daha da artması beklenmektedir. Dünyanın dört bir yanındaki ülkelerin merkez bankaları, oluşan yüksek enflasyonu kontrol altına alabilmek ve enflasyon beklentilerini kırmak için faiz oranlarını yükseltmektedir. Uygulanan bu stratejinin meyve vermeye başladığı da görülmektedir. Örnek olarak Brezilya'da Merkez Bankası bu olaya hızlı tepki vermiş ve son aylarda enflasyon düşmeye başlamıştır. ABD'den gelen son veriler de enflasyonla mücadelede bazı ilerlemelere işaret etmektedir. Enflasyonun yüksek ve yaygın olduğu ülkelere para politikasının daha da sıkılaştırılacağı öngörülmektedir (OECD, 2022).

2.1.1. Dünya ekonomisinde büyüme ve ticaret hacmi

Dünya ekonomisinde büyüme ve ticaret hacmi, küresel ekonominin performansını yansıtan iki temel faktördür. Büyüme, bir ülkenin veya bölgenin ekonomik aktivitelerinin genişlemesi anlamına gelir. Büyüme oranları, Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYH) büyüklüğünün artışını ölçer. Bu, iş gücü, üretim ve tüketim gibi ekonomik göstergelerdeki artışlarla ilişkilidir. Küresel ticaret hacmi, ülkeler arasındaki alışverişin genişlemesini veya daralmasını yansıtır. Büyüme ve ticaret hacmi, birbirleriyle sıkı bir ilişki içindedir. Ekonomik büyüme, ticaret hacmini artırabilir çünkü daha fazla üretim ve tüketim genellikle daha fazla ticareti beraberinde getirir. Aynı şekilde, büyüyen ticaret hacmi de ekonomik büyümeyi destekleyebilir. Uluslararası ticaret, ürünlerin ve hizmetlerin farklı piyasalara ulaşmasına yardımcı olabilir, bu da ekonomik büyümeyi teşvik eder. Büyüme ve ticaret hacmi, dünya ekonomisini şekillendiren önemli faktörlerdir. Bu iki faktörün dengeli bir şekilde artması, sürdürülebilir ve istikrarlı bir küresel ekonomik gelişmeyi destekleyebilir.

2021 yılında üretim alanında meydana gelen küresel toparlanma büyük ölçüde tüketicilerin yapmış oldukları hane halkı harcamaları ve az da olsa yatırımlarda meydana gelen artışlar ile sağlanmıştır. Mal ticareti, pandemi öncesindeki seviyeleri

aşmıştır. Ancak finansal teşviklerin bitmesi ve büyük tedarik zinciri aksamalarının ortaya çıkması, 2021 yılı sonuna kadar Çin, AB ülkeleri ve ABD gibi büyük ekonomiler de dâhil olmak üzere büyüme hızını önemli ölçüde geriletmiştir. Gelişmekte olan çoğu ülkede ve geçiş ekonomilerinde büyüme hızı daha da düşük olmuştur. Mal ihracatçıları için ana itici güç yüksek mal fiyatları iken, gıda ve enerji fiyatlarındaki yükselişler, özellikle Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT), Karayipler ve Latin Amerika'da hızlı enflasyon artışlarına neden olmuştur. Toparlanma sürecinde geride kalanlar, ekonomileri turizme bağımlı olan gelişmekte olan küçük ada ülkeleri olmuştur (BM, 2022).

2021 yılı boyunca hükümetler ve merkez bankaları ekonomilerinin toparlanmasına yönelik desteklerini sürdürmüşlerdir. Amerika Birleşik Devletleri yönetim desteklerini genişletmiştir. Başta FED olmak üzere tüm ülkelerin merkez bankaları genişletici para politikası uygulamalarını 2021 yılı boyunca sürdürmüşlerdir. Yıl boyunca devam eden destek uygulamaları özellikle salgın nedeniyle ortaya çıkan işgücü kayıplarının tekrar kazanılmasına yardımcı olmuş, bunun sonucunda istihdam artışı ülke ekonomilerini olumlu yönde etkilemiştir. 2021 yılının ikinci yarısında, artan talep karşısında imalat sektöründe üretim ve ticarete hızlı bir büyüme süreci başlamıştır. Talep artışına cevap olarak siparişler hem artış göstermiş hem de öne alınmıştır. Endüstrideki bu gelişmelere ve tedarik zinciri, üretim ve sevkiyat aşamalarında bazı problemler yaşanmasına rağmen, imalat sektörü yılın çoğu bölümünde yüksek büyüme kaydetmeyi başarmıştır (TİM, 2022).

Tablo 2.1'deki veriler, 2021 yılında küresel ekonomik büyümenin %5,9 olacağı tahmin edildiği görülmektedir. Küresel ekonomi, 2021 yılında, 2020'de salgın nedeniyle yaşanan büyüme kayıplarını telafi etmiştir. 2021'de hemen hemen tüm dünya ülkelerinde büyüme olacağı tahmin edilmektedir. 2020'de gelişmiş ülkelerde %4,5 daralma gerçekleşirken, daralma oranı gelişmekte olan ülkelerde %2,0 olmuştur. 2021 yılında ise gelişmiş ülkelerde görülen büyümenin %5,0 olacağı, gelişmekte olan ülkelerde ise %6,5 oranında büyüme gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.

Tablo 2. 1. Dünya ekonomisi ve ülke gruplarına göre büyüme göstergeleri (%)

	2019	2020	2021*
Dünya Ekonomisi	2,5	-3,1	5,9
Gelişmiş Ülkeler	1,7	-4,5	5,0
Gelişmekte Olan Ülkeler	3,7	-2,0	6,5

Kaynak: IMF, *World Economic Outlook Update*, January 2022 (*Beklenti)

Tablo 2.2'deki verilere göre, gelişmiş ülkelerde 2020 yılında yaşanan %4,5'lik daralma sonrası 2021 yılında tüm gelişmiş ülkelerde %5,0 büyüme görülmüştür. ABD ekonomisi 2020'de %3,4 daralırken, 2021'de %5,7 büyümüştür. AB ülkeleri içerisinde Fransa, %7 büyüme oranı ile en hızlı büyüyen ülke olmuştur. 2021'de Euro bölgesi %5,4 ve AB %5,3 büyümüştür. AB ülkeleri içerisinde 2021 yılında en yavaş büyüyen ülke %2,8 ile Almanya olmuştur. İngiltere'de 2020'de %9,4 daralma, 2021'de %7,5 büyüme olmuştur. Japonya ekonomisinde 2020'de %4,5 daralma, 2021'de %1,7 büyüme olmuştur. 2020 yılında en çok daralma gerçekleşen ülke %10,8 oranıyla İspanya olmuştur. İspanya, 2021'de %5,0 büyümüştür. İtalya 2020 yılında %8,9 daralma göstermesine rağmen, 2021'de %6,5 büyüyerek Fransa'dan sonra AB ülkeleri içerisinde ikinci en hızlı büyüyen ülke olmuştur. Kanada ekonomisi, 2020 yılında %5,2 daralma yaşamış, 2021 yılında ise %4,7 büyüme göstermiştir.

Tablo 2. 2. Gelişmiş ülkeler büyüme göstergeleri (%)

	2019	2020	2021
Gelişmiş Ülkeler	1,6	-4,5	5,0
ABD	2,2	-3,4	5,7
AB-27	1,7	-5,9	5,3
Euro Bölgesi	1,3	-6,4	5,4
Almanya	0,6	-4,6	2,8
Fransa	1,5	-8,0	7,0
İtalya	0,3	-8,9	6,5
İspanya	2,0	-10,8	5,0
Japonya	0,3	-4,5	1,7
İngiltere	1,4	-9,4	7,5
Kanada	1,9	-5,2	4,7
Diğer Gelişmiş Ülkeler	1,8	-1,9	4,7

Kaynak: IMF, *World Economic Outlook Update*, January 2022

Tablo 2.3'teki verilerde görüldüğü üzere, 2021 yılında gelişmekte olan ülkeler %6,5 oranında büyüme göstermiştir. Gelişmekte olan Asya ülkelerine bakıldığında 2021 yılında %7,2 büyüme gerçekleştirdikleri görülmektedir. Çin ekonomisi %8,1, Hindistan ekonomisi %9,0 büyümüştür. Tayland, Filipinler, Endonezya, Vietnam ve Malezya'dan oluşan ASEAN - 5 ülkelerinde 2021 yılında %3,1 büyüme gerçekleşmiştir. Gelişmekte olan Avrupa ülkeleri ekonomilerinde 2020 yılında gerçekleşen %1,8'lik düşüşün ardından, bu ülkelerde 2021 yılı sonunda %6,5 oranında büyüme görülmüştür. Bu ülkeler grubu içerisinde olan Rusya, 2021 yılında %4,5 oranında büyüme kaydetmiştir. Latin Amerika ekonomileri, 2020'de %6,9 oranındaki daralma sonrasında, 2021'de %6,6 oranında büyürken, Meksika %4,8 oranında, Brezilya %4,4 oranında büyümüştür. Suudi Arabistan 2020'de yaşanan %4,1 daralma sonrası 2021'de %2,9 oranında büyümüştür. Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkeleri ekonomileri, 2020'de görülen %3,2'lik daralmadan sonra 2021'de %4,1 büyümüştür. Sahra altı Afrika ülkelerinde %4,0 büyüme olmuştur.

Tablo 2. 3. Gelişmekte olan ülkeler, büyüme göstergeleri (%)

	2019	2020	2021
Gelişmekte Olan Ülkeler	3,6	-2,0	6,5
Gelişen Asya Ülkeleri	5,3	-0,9	7,2
Çin	5,8	2,3	8,1
Hindistan	4,0	-7,3	9,0
ASEAN-5	4,8	-3,4	3,1
Gelişen Avrupa Ülkeleri	2,4	-1,8	6,5
Rusya	2,0	-2,7	4,5
Latin Amerika ve Karayipler	0,2	-6,9	6,6
Brezilya	1,4	-3,9	4,4
Meksika	-0,1	-8,2	4,8
Orta Doğu ve Merkezi Asya	0,3	-2,8	4,2
Suudi Arabistan	3,2	-4,1	2,9
Sahraaltı Afrika	3,2	-1,7	4,0
Nijerya	2,2	-1,8	3,0
Güney Afrika	0,2	-6,4	4,6
Orta Doğu ve Kuzey Afrika	0,8	-3,2	4,1
Az Gelişmiş Ülkeler	5,2	0,1	3,1

Kaynak: IMF, *World Economic Outlook Update*, January 2022

2021 yılında yaşanan bu gelişmelerden sonra 2022 yılında küresel ekonomik büyümeyi baskılayan başlıca unsurlar COVID-19 salgınının Çin’de tekrar görülmeye başlanması, Rusya-Ukrayna savaşı ve enflasyona karşı küresel mücadele unsurları olmuştur. Bu yaşanan olumsuzluklara rağmen, Reel Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla, 2022 yılının üçüncü çeyreğinde, başlıca gelişmekte olan ekonomiler, Euro bölgesi ekonomileri ve ABD ekonomisi de dâhil olmak üzere birçok ekonomide pozitif bir manzara sergilemiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

Tablo 2. 4. 2022 Yılı dördüncü çeyreğine göre seçilmiş ülkelerin büyüme oranları (%)

	Bir önceki yılın aynı çeyreğine göre büyüme	Bir önceki çeyreğe göre büyüme *
Dünya**	1,7	0,2
Gelişmiş Ülkeler**	1,1	0,3
ABD	0,9	0,7
Almanya	0,3	-0,4
Birleşik Krallık	0,4	0,0
Fransa	0,2	0,1
İtalya	1,0	-0,1
İspanya	3,4	0,2
Japonya	0,4	0,0
Güney Kore	1,3	-0,4
Gelişmekte Olan Ülkeler**	2,8	0,1
Çin	2,9	0,0
Hindistan	4,4	0,7
Rusya	-	-
Brezilya	1,9	-0,2
Meksika	3,6	0,5
Endonezya	5,0	2,2
Türkiye	3,5	0,9
Avro Bölgesi	1,5	0,0

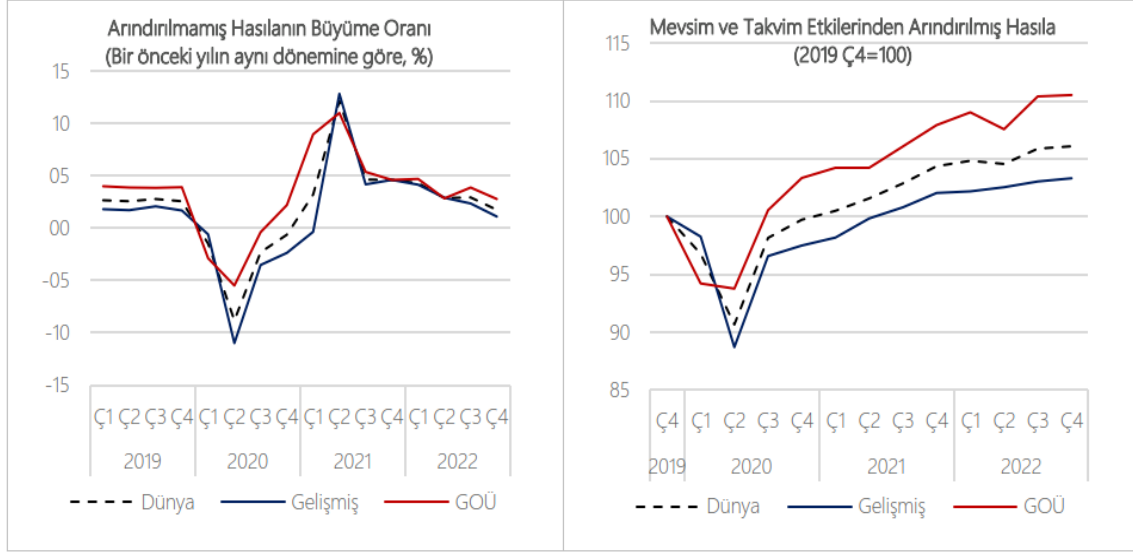
Kaynak: TİM

* Bir önceki çeyreğe göre büyüme oranı mevsimsel etkilerden arındırılmış GSYH’nın büyüme oranıdır.

** SBB tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 2.4’te yer alan verilere bakıldığında, küresel ekonominin 2022’nin dördüncü çeyreğinde 2021’in aynı dönemine göre %1,7 oranında büyüdüğü görülürken, bu dönem içerisinde gelişmiş ülkelerin %1,1 oranında, gelişmekte olan ülkelerde ise %2,8 oranında büyüdüğü görülmüştür. 2022’nin dördüncü çeyreğinde gelişmiş ülkeler içerisinde üçüncü çeyreğe göre Almanya, İtalya ve Güney Kore ekonomilerinde daralmalar olmuş, bir önceki yılın aynı çeyreğine göre ise büyüme görülmüş, en çok

büyüme gösteren ülke ise %3,4 oranıyla İspanya olmuştur. Gelişmekte olan ülkelerde ise 2021 yılının aynı çeyreğine göre en yüksek büyüme %5,0 oranı ile Endonezya'da görülmüştür. Endonezya'dan sonra en hızlı büyüme %4,4 ile Hindistan'da görülmüştür. Meksika %3,6 büyüme gösterirken, Türkiye ise %3,5 oranında büyüme göstermiştir. Rusya'da ise herhangi bir büyüme görülmemiştir.



Şekil 2.1. Küresel hasıla büyüme oranları (%)

Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından 2022 yılı küresel ekonomik büyüme tahmini yukarı yönlü revize edilerek, önceki tahminlere göre %0,2 puandan %3,4 seviyesine çıkarılmıştır. 2023 yılı büyüme oranı tahmininde de yukarı yönlü %0,2 puanlık bir değişiklik yapılarak büyüme hızının %2,9 olması beklenmektedir. 2023 yılında gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda yükselen enflasyonla mücadele için uygulanan para politikası sıkılaştırmalarının yanında Rusya-Ukrayna savaşının da küresel ekonomik durumları etkilemeye devam edeceği beklenilmektedir. Küresel alanda herhangi bir durgunluk yaşanması öngörülmemekle birlikte, 2023 ve 2024 yıllarında küresel büyüme oranının, tarihsel (2000-2019) yıllık ortalama seviyesi olan %3,8'in altında seyredeceği tahmin edilmektedir. 2023 yılında gelişmiş ülke ekonomilerinin yaklaşık olarak %90'ının büyüme hızında ivme kaybı beklenmektedir. Bu ekonomiler için büyüme oranının 2022'deki %2,7 seviyesinden 2023'te %1,2'ye sert bir şekilde gerileyeceği, ardından 2024'te hafif bir yükselişle %1,4 seviyesine çıkacağı tahmin edilmektedir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

Özel tüketimin 2022'nin ikinci yarısında güçlü seyretmesi ve bu olumlu etkinin 2023'e taşınmasıyla iç talebin canlı kalması beklenmektedir. Bu nedenle, ABD'nin büyüme oranı tahmini 2023 yılı için %0,4 puan yukarı yönlü revize edilmiştir. Avrupa Merkez Bankası'nın faiz artırımı kararlarının ve ek mali satın alma gücü desteklerinin etkisiyle Avro Bölgesi ekonomisinin 2023 yılında büyüme oranı tahmini %0,2 puan yukarı yönlü revize edilmiştir. Bununla birlikte, İngiltere'de sıkı finansal koşullar ve yüksek enerji perakende fiyatları uygulamaları hane halkının bütçeleri üzerinde baskı oluşturmuş, bu baskı İngiltere'nin 2023 büyüme oranı tahmininin %0,9 puan aşağı yönlü revize edilmesine sebep olmuştur. Bu değişikliklerle birlikte İngiltere ekonomisinin 2023'te %0,6 oranında daralma kaydedeceği öngörülmektedir (IMF, 2022).

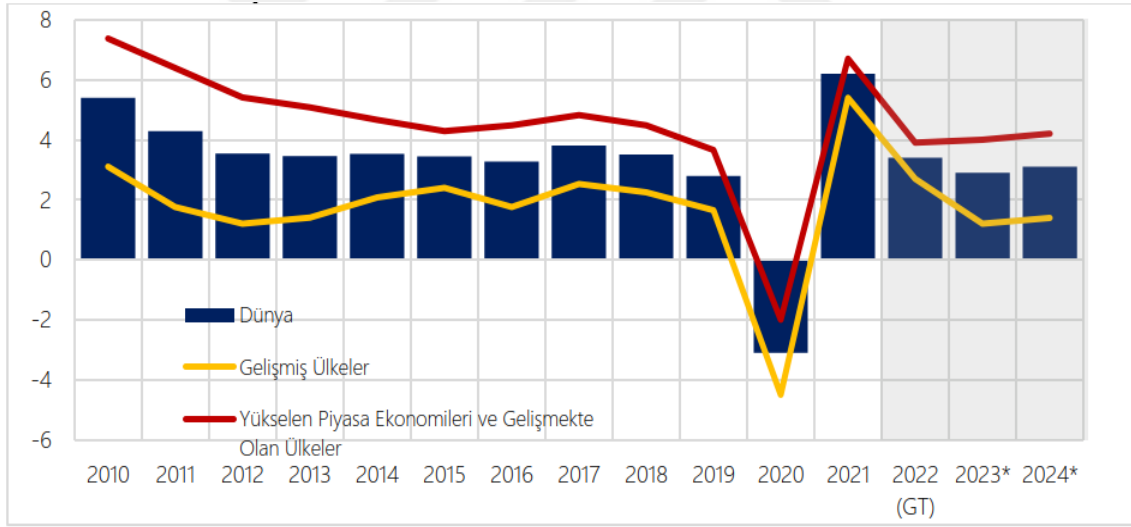
Tablo 2. 5. IMF'nin seçilmiş ülkelere ilişkin büyüme tahminleri (%)

	2023	2024
Dünya**	2,9	3,1
Gelişmiş Ülkeler**	1,2	1,4
ABD	1,4	1,0
Almanya	0,1	1,4
Birleşik Krallık	-0,6	0,9
Fransa	0,7	1,6
İtalya	0,6	0,9
İspanya	1,1	2,4
Japonya	1,8	0,9
Gelişmekte Olan Ülkeler**	4,0	4,2
Çin	5,2	4,5
Hindistan	6,1	6,8
Rusya	0,3	2,1
Brezilya	1,2	1,5
Meksika	1,7	1,6
Avro Bölgesi	0,7	1,6

Kaynak: IMF WEO (Ocak 2023)

Gelişmekte olan ülke ekonomilerinde 2022 yılında %3,9 oranında büyüme olacağı tahmin edilmektedir. Asya'daki gelişmekte olan ülkelerde, Çin ekonomisinde yaşanan ivme kaybı nedeniyle beklenenden daha derin bir yavaşlama olduğu kaydedilmiştir. Çin'in büyüme oranı, 2022 yılında uzun bir süredir ilk kez küresel ortalamadan daha düşük kalmıştır. Diğer yandan, IMF, Çin'in 2023 yılı büyüme oranı tahminini %0,8 puanlık bir yukarı yönlü revize ederek %5,2 olarak güncellemiştir. Bu

durumun, COVID-19 kısıtlamalarının kaldırılması sonrası artan hareketliliklerden kaynaklanması beklenmektedir. Gelişmekte olan ülkeler grubunda 2023 yılı büyüme tahmini ise %0,3 puanlık bir yukarı yönlü revizyonla güncellenmiştir. 2023 yılında bu ülkelerin büyüme tahmininin %4'ten 2024 yılında %4,2 seviyesine doğru ılımlı bir yükseliş göstermesi öngörülmektedir. Rusya'nın petrol ihracatının önemli ölçüde etkilenmesi nedeniyle, ülke ekonomisi 2022 yılında önceki tahminlere göre daha az daralma göstermiştir. IMF, Rusya ekonomisinin 2023 yılı büyüme oranı tahmini %2,6 puanlık bir yükseltmeyle güncellemiştir. Latin Amerika ülkelerinde ise, Brezilya ve Meksika'da iç taleplerde yaşanan canlılık, mali destekler ve başlıca ticaret ortaklarının beklenenden olumlu performansı, bu ülkelerin 2023 yılı büyüme tahminlerinde yukarı yönlü revizyon yapılmasına neden olmuştur. Brezilya ve Meksika için yapılan 2023 yılı büyüme tahminlerinde de değişiklikler yapılarak sırasıyla %0,2 puan ve %0,5 puanlık bir yükseltmeyle %1,2 ve %1,7 olarak belirlendiği görülmüştür (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).



Şekil 2.2. IMF Küresel büyüme tahmini

IMF, gelişmiş ülkelerin büyüme tahminlerini 2022 yılı için bir önceki yayımladığı rapora göre %0,3 puan artırıp yukarı yönlü revize edip %2,7, 2023 yılı için ise yine bir önceki yayımladığı rapora göre %0,1 puan artırıp yukarı yönlü revize edip %1,2 olarak güncellemiştir. Gelişmekte olan ülkeler ve yükselen piyasa ekonomileri grubunda ise büyümenin 2022 yılı için bir önceki rapora göre %0,2 oranında yukarı yönlü revize ile %3,9 olarak gerçekleştiğini tahmin etmektedir (TİM, 2022).

Tablo 2. 6. Uluslararası kuruluşların makroekonomik büyüme tahminleri

	Dünya Bankası (Ocak 23)			IMF WEO (Ocak 23)			OECD (Kasım 22)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Büyüme	2.9	1.7	2.7	3.4	2.9	3.1	3.1	2.2	2.7
Fiyat(**)	7.6	5.2	3.2	8.8	6.6	4.3	9.4	6.5	5.1
Dış Ticaret Hacmi(*)	4.0	1.6	3.4	5.4	2.4	3.4	5.4	2.9	3.8
İşsizlik	-	-	-	-	-	-	5.0	5.3	5.5

Kaynak: TİM

Tablo 2.6’da yer alan verilere göre Dünya Bankası, IMF ve OECD farklı oranlar vermekle birlikte, küresel ekonomide büyümenin 2022 yılına göre 2023 yılında gerileyip daha sonra 2024 yılında yükseleceği, fiyatların 2022 yılına göre 2023’te düşeceği ve 2024 yılında düşmeye devam edeceği, dış ticaret hacimlerinin ise 2022 yılına göre 2023 yılında azalacağı 2024 yılında ise tekrardan artacağı tahmin edilmektedir.

Tablo 2. 7. Dünya mal ihracatı ve büyüme göstergeleri (Yıllık)

	2017	2018	2019	2020	2021
Dünya Mal İhracatı (Milyar Dolar)	17.747	19.559	19.019	17.619	22.000
Miktar Olarak Büyüme (%)	4,8	3,1	0,1	-5,3	10,8
Değer (ABD Doları) Olarak Büyüme (%)	10,6	10,2	-2,8	-7,4	25,0
Ortalama İhraç Birim Fiyatı Değişimi (%)	5,5	6,9	-3,0	-2,0	12,8

Kaynak: WTO, UNCTAD

2021 yılında, küresel ticaret COVID-19 salgını sonrasında ortaya çıkan yeni normalleşme döneminin koşullarıyla birlikte büyümeye başlamıştır. Bu dönemde ortaya çıkan yeni normal koşulları, giderek şekillenmiş ve dünya ticaretini etkilemeye başlamıştır. 2021 yılı dünya mal ticaretinde bu gelişmeler çerçevesinde, beklentilerin ötesinde bir büyüme yaşanmıştır. 2021 yılında, dünya ekonomisinde hızlı bir büyüme yaşanırken, dünya mal ticareti de yeni koşullarla birlikte kademeli bir şekilde gelişme göstermiştir. 2021 yılının çeyrek dönemlerinde dünya mal ticareti, farklı faktörlerin etkisiyle şekillenmiştir. 2020 yılı son çeyreğinde dünya mal ticareti tekrardan büyüme

eğilimine girmiştir. 2021 yılının ilk çeyreğinde büyüme hızlanmış, ancak daha sonra birçok ülkede devam eden kapanmalar ve kısıtlamalar sebebiyle sınırlı kalmıştır. 2021 yılının ilk çeyreğinde dünya mal ihracatı 2020 yılının aynı çeyreğine göre miktar olarak %8,7 oranında artmış ve değer olarak ise %16,0 oranında artış göstererek ilk defa 5 trilyon dolar seviyesine yükselmiştir. Aşılamanın etkileriyle birlikte, yılın ikinci çeyreğinde kapanmaların ve kısıtlamaların aşamalı olarak giderek azalmaya başlaması sonucunda ekonomik ve sosyal faaliyetlerde geri dönüş sürecinin büyük bir oranda başladığı grlmştir. Bu süreç, küresel mal ihracatını olumlu yönde etkilemiş ve ikinci çeyrekte ihracat miktar olarak %22 oranında büyürken, değer olarak ise %46 büyüyerek 5,53 trilyon dolarlık bir seviyeye ulaşmıştır (DT, 2022).

2021 yılında yüksek oranlı gerçekleşen bu büyümelerde, 2020'nin ikinci çeyreğinde meydana gelen sert düşüşlerin etkisi de rol oynamıştır. 2021'in üçüncü çeyreğinde, yaşanan büyük canlanmanın etkileri ve enerji ile mal fiyatlarında meydana gelen artışlar ticarete ivmeyi güçlendirmiştir. nc çeyrekte küresel mal ihracatı miktar olarak %11,9 oranında, değer olarak ise %24 oranında genişle göstermiştir. nc çeyrekte dünya mal ihracatı 5,57 trilyon dolar seviyesine ulaşırken, dördüncü çeyrekte, hem 2021 yılının en yoğun sezonuna girilmesi hem de özellikle enerji fiyatlarındaki artışların sanayi malı fiyatlarına yansımaları, dünya mal ihracatında genişlemenin devam etmesine neden olmuştur. Son çeyrekte, küresel mal ihracatı miktar olarak %7,0, değer olarak ise %18,0 oranında büyüme göstermiştir. 2021'de küresel mal ihracatı miktar olarak %10,8 artış gösterirken, değer olarak ise %25,0 bymştir. Böylece, 2021'nin toplam dünya mal ihracatı 22,0 trilyon dolara ulaşırken, 2021 yılında yıllık olarak en yüksek seviyeyi grmştir. Hem miktar hem de değer olarak büyük ölçekli büyümeler gerçekleşmiştir. 2020 yılında dünya mal ihracatı yaşanan %5,3'lk daralmanın ardından, 2021'de %10,8'lik bir genişleme kaydetmiştir. Miktar bazında gerçekleşen büyüme, geçen yılın daralmasının iki katından fazla olmuştur (DT, 2022).

Tablo 2. 8. Dönemsel olarak dünya mal ticareti ve ürün gruplarındaki büyümeler (%)

	Tarım, Hayvancılık, Ormancılık, Gıda Ürünleri	Petrol, Doğalgaz, Enerji Ürünler	Madencilik Ürünleri	İmalat Sanayi Ürünleri	Toplam
2021 Birinci Çeyrek	12	9	6	16	16
2021-İkinci Çeyrek	24	93	24	40	46
2021-Üçüncü Çeyrek	20	71	8	18	24
2021-Dördüncü Çeyrek	12	97	10	16	18
2021 Yıllık	16	67	11	23	25

Kaynak: WTO, UNCTAD

Dünya mal ihracatı içerisinde ana ürün grubu dört başlık altında toplanmaktadır. En yüksek oranda ihracat, imalat sanayiinde yer alan ürünlerde gerçekleşmektedir. İkinci grupta tarım, hayvancılık, ormancılık ve gıda ürünleri yer alırken, üçüncü grupta enerji ürünleri olarak petrol ve doğalgaz gibi kaynaklar bulunmaktadır. Son olarak dördüncü grup madencilik sektöründen elde edilen mineral ve cevherleri kapsamaktadır. Ana ürün gruplarının tamamına bakıldığında ihracat önemli ölçüde artış göstermiştir. Ancak, ana ürün gruplarında 2021 yılında farklı büyüme oranları görülmüştür. Mesela imalat sanayii malları ihracatı %23 oranında artarken, petrol ve doğalgaz enerji ürünleri ihracatı %67 oranında büyümüştür.

Tablo 2. 9. Dünya mal ticaretinde ürün grupları itibariyle ihracat (Milyar Dolar)

	2017	2018	2019	2020	2021
Tarım, Hayvancılık, Orman ve Gıda Ürünleri	3.066	3.279	3.181	3.162	3.670
Petrol, Doğalgaz, Enerji Ürünleri	1.949	2.530	2.365	1.573	2.625
Madencilik Ürünleri, Mineraller ve Cevherler	666	740	723	753	835
İmalat Sanayi Ürünleri	12.066	13.010	12.750	12.131	14.870
Toplam Mal İhracatı	17.747	19.559	19.019	17.619	22.000

Kaynak: WTO, UNCTAD

Tablo 2.9'a bakıldığında, dört ana ürün grubu içerisinde en yüksek payın ticarete ait olduğu, imalat sanayii ürünleri ihracatının 12,13 trilyon dolar seviyesinden 14,87 trilyon dolar seviyesine yükseldiği görülmektedir. Bu da 2021'de imalat sanayii ürünleri ihracatında 2,74 trilyon dolarlık artış olduğu anlamına gelmektedir. Petrol, doğalgaz, enerji ürünleri ihracatı, 2020'de 1,57 trilyon dolara düşerken, 2021'de 1,6 trilyon dolar artış göstererek 2,63 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 2. 10. Dünya ihracatında ülke sıralamaları (2021)

Sıra	İhracatçı Ülkeler	2020 (Milyar Dolar)	2021 (Milyar Dolar)	Değişim (Milyar Dolar)	Değişim (%)
1	Çin	2.591	3.367	776	29,9
2	ABD	1.432	1.762	330	23,0
3	Almanya	1.380	1.633	253	18,3
4	Hollanda	674	837	163	24,2
5	Japonya	641	756	115	17,9
6	Hong Kong	549	670	121	22,0
	Yerel İhracat	35	45	10	28,6
	Re-Export	513	625	112	21,8
7	Güney Kore	512	644	132	25,8
8	İtalya	496	611	115	23,2
9	Fransa	488	586	98	20,9
10	Belçika	419	544	125	29,8
11	Meksika	418	494	76	18,2
12	Rusya	332	490	158	47,6
13	Kanada	391	477	86	22,0
14	Singapur	363	459	96	26,4
	Yerel İhracat	158	214	56	35,4
	Re-Export	204	245	41	20,0
15	Tayvan	347	447	100	28,8
16	İngiltere	403	428	25	6,2
17	Birleşik Arap Emirlikleri	306	411	105	34,3
18	Hindistan	276	402	126	45,7
19	İspanya	307	385	78	25,4
20	İsviçre	319	380	61	19,1
21	Polonya	271	338	67	24,7
22	Vietnam	283	336	53	18,7
23	Avustralya	250	314	64	25,6
24	Malezya	234	302	68	29,0
25	Brezilya	210	281	71	33,8
26	Tayland	231	271	40	17,3
27	Suudi Arabistan	173	264	91	52,6
28	Çek Cumhuriyeti	192	227	35	18,2
29	Türkiye	169	225,4	56	32,9
30	İrlanda	179	190	11	6,1
	İLK 30 TOPLAM	14.839	18.531	3.692	24,9
	DÜNYA	17.619	22.000	4.381	25,0

Kaynak: WTO, Eurostat

Tablo 2.10' da yer alan verilere göre, 2021 yılı küresel ihracat sıralamasında ilk sırada Çin yer almıştır. Çin, ihracatını, 2021 yılında %29,9 oranı ile 776 milyar dolar artırarak toplam 3,37 trilyon dolara yükseltmiştir. İkinci sırada yer alan ABD'nin ihracatı, %23 oranı ile 330 milyar dolarlık bir artış göstermiştir. Üçüncü sırada bulunan Almanya'dan 2021 yılı itibariyle yapılan ihracat %18,3 oranında artış göstererek 1,6 trilyon dolar seviyesine ulaşmıştır. 2021 yılında Fransa, İtalya ve Belçika ihracatlarında gerçekleşen yüksek artışlar sonucunda Fransa ihracatını 98 milyar dolar, İtalya 115 milyar dolar ve Belçika 125 milyar dolar artırmıştır. Singapur ihracatında %26,4, Tayvan ihracatında %28,8 oranlarında artışların yaşanması sonucunda bu ülkeler dünya ortalamasının üzerine çıkmışlardır. Hindistan, Brezilya, Malezya ve Polonya ihracatlarında dünya ortalamasının üzerinde artışlar gerçekleşmiştir. Türkiye yirmi dokuzuncu sırada yer almış ve ihracatını %32,9 artırmıştır.

Tablo 2. 11. Dünya ithalatında ülke sıralamaları (2021)

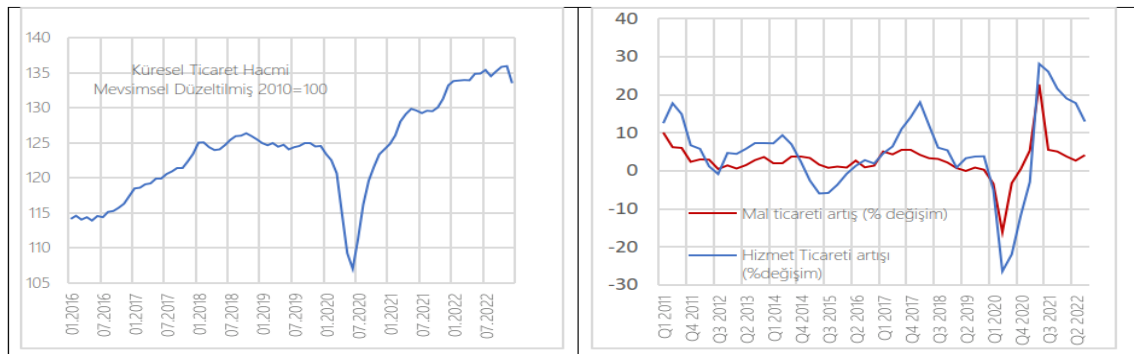
Sıralama 2021	İthalatçı Ülkeler	2020 (Milyar Dolar)	2021 (Milyar Dolar)	Değişim (Milyar Dolar)	Değişim (%)
1	ABD	2.408	2.853	445	18,5
2	Çin	2.066	2.691	625	30,3
3	Almanya	1.171	1.421	250	21,3
4	Japonya	635	769	134	21,1
5	Hollanda	597	759	162	27,1
6	Fransa	582	715	133	22,9
7	Hong Kong	570	712	142	24,9
8	İngiltere	635	638	3	0,5
9	Güney Kore	468	615	147	31,4
10	Hindistan	372	592	220	59,1
11	İtalya	423	551	128	30,3
12	Belçika	395	510	115	29,1
13	Meksika	393	506	113	32,1
14	Kanada	414	465	51	12,3
15	İspanya	325	419	94	28,9
16	Singapur	330	406	76	23,0
17	Tayvan	288	381	93	32,3
18	Rusya	240	370	130	54,2
19	Polonya	257	339	82	29,4
20	Vietnam	263	332	69	26,2
21	İsviçre	291	323	32	10,6
22	Birleşik Arap Emirlikleri	226	302	76	33,5

Tablo 2.11. Dünya ithalatında ülke sıralamaları (2021) (Devamı)

23	Türkiye	219	271,4	52	23,6
24	Tayland	207	268	61	29,5
25	Malezya	190	240	50	26,1
26	Avustralya	208	235	27	12,3
27	Brezilya	166	229	63	38,0
28	Avusturya	172	219	47	27,3
29	Çek Cumhuriyeti	170	211	41	24,1
30	İsveç	149	187	38	25,5
	İLK 30 TOPLAM	14.819	18.529	3.710	25,0
	DÜNYA TOPLAM	17.812	22.210	4.398	25,0

Kaynak: WTO, Eurostat

Tablo 2.11’de yer alan verilere göre, 2021 yılı küresel ithalatta birinci sırada bulunan ABD ithalatı %18,5 oranında artmıştır. Bu artışla birlikte toplam ABD’nin ithalatı 2,85 trilyon dolar seviyesine çıkmıştır. İkinci sırada bulunan Çin’in ithalatı %30,3 oranıyla çok büyük bir artışa ulaşmıştır. 2021 yılında Çin’in toplam ithalatı 625 milyar dolar artarak 2,69 trilyon dolara çıkmıştır. Üçüncü sırada bulunan Almanya’nın ithalatı %21,3, dördüncü sırada bulunan Japonya’nın ithalatı ise %21,1 oranında artış göstermiştir.



Şekil 2.3. Küresel ticaret hacmi ve mal ve hizmet ticareti artışı

2022 yılında küresel ticaret hacmi rekor seviyelerde gerçekleşerek 32 trilyon doları aşmıştır. Bu olumlu görünümün arkasında, emtia fiyatlarında meydana gelen artış, yeni ticaret anlaşmalarının imzalanması ve lojistik sorunlarının çözülmesi gibi etkenler vardır. Ancak, Rusya-Ukrayna savaşı, ekonomik büyümedeki yavaşlamalar, küresel enflasyon artışı endişeleri, küresel tedarik zincirlerinde devam eden sıkıntılar gibi gelişmeler ve artan belirsizlikler, 2022 yılının dördüncü çeyreğinde küresel ticareti negatif yönde etkilemiştir. UNCTAD verilerine göre, 2022 yılında mal ticareti %10

oranında artışla 25 trilyon dolar, hizmet ticareti ise %15 oranında artışla 7 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Küresel ticaret hacmindeki rekor seviyeler, önemli ölçüde 2022'nin ilk yarısında görülen güçlü büyüme oranlarından kaynaklanmıştır. Ancak, ticarete yaşanan büyümenin 2022 yılının ikinci yarısında, özellikle de dördüncü çeyreğinde tarihi ortalamaların altında kaldığı görülmüştür. Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis (CPB) verileri doğrultusunda, mevsim etkilerinden arındırılan küresel ticaret hacim endeksi 2022 yılının dördüncü döneminde yavaşlama göstermiş ve %133,5 seviyesinde gerçekleşmiştir. Dünya Ticaret Örgütü verilerine göre, 2022 yılının ilk çeyreğinde, küresel ticaret salgın öncesindeki seviyeleri aşarak 2021 yılının aynı çeyreğine göre %20,4, ikinci çeyreğinde %17,0 ve üçüncü çeyreğinde %13,3 oranında artış göstermiştir. Örgüt'ün tahminlerine göre, 2022'de küresel mal ticareti hacmi 2021'e göre %3,5 artış göstermiştir. Ancak, 2023 yılı için yapılan tahminler, keskin bir şekilde aşağı yönlü güncellenmiş ve küresel ticaret hacminde %3,4 yerine %1 oranında artış öngörülmüştür. IMF verilerine göre, 2021 yılında küresel mal ve hizmet ticaretinde %10,4 oranında bir artış gerçekleşmiştir. Ancak, tedarik zincirlerinde yaşanan sorunlar, ABD dolarının diğer ülke paraları karşısında değer kazanması ve küresel enflasyon artışı gibi faktörler nedeniyle yavaşlama beklenmektedir. IMF'nin 2021 yılı Ocak ayında yayımladığı *Dünya Ekonomik Görünüm Raporu*'na göre, küresel mal ve hizmet ticaretinde, 2022 yılı için %5,4 ve 2023 yılı için %2,4 oranında artışlar beklenmektedir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

2.1.2. Dünya ticaretinde riskler ve eğilimler

Dünya ekonomisini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler, ekonomik büyüme, ticaret hacmi, istihdam, enflasyon ve diğer makroekonomik göstergeler üzerinde etkili olabilir. Aşağıda, dünya ekonomisini etkileyen bazı temel faktörler yer almaktadır:

Makroekonomik Politikalar: Hükümetler ve merkez bankaları tarafından uygulanan para politikaları, mali politikalar ve diğer ekonomik politikalar, ekonomik aktiviteyi etkileyebilir. Faiz oranları, vergi politikaları ve kamu harcamaları gibi faktörler, ekonominin genel sağlığını şekillendirebilir.

Küresel Ticaret ve Ticaret Anlaşmaları: Ülkeler arası ticaret hacmi ve ticaret politikaları, dünya ekonomisini etkileyen önemli bir faktördür. Serbest ticaret anlaşmaları, gümrük vergileri ve ticaret engelleri, ticaret akışını şekillendirebilir.

Tedarik Zinciri ve Küresel Üretim: Ürünlerin üretim süreci, artık sınırları aşan bir şekilde gerçekleşmektedir. Tedarik zinciri kesintileri, bir ülkede yaşanan sorunların diğer ülkeleri de etkilemesine neden olabilir.

Teknolojik Gelişmeler: Teknolojik ilerlemeler, ekonomik büyümeyi destekleyebilir ve yeni iş alanları yaratabilir. Dijital dönüşüm, otomasyon ve yapay zekâ gibi faktörler, iş yapış şekillerini değiştirebilir.

Siyasi İstikrar ve Jeopolitik Faktörler: Siyasi istikrarsızlık, yatırım ve ticaret akışını olumsuz etkileyebilir. Ülkeler arası ilişkiler, savaşlar veya anlaşmazlıklar, dünya ekonomisine etki edebilir.

Doğal Afetler ve Çevresel Faktörler: Doğal afetler, çevre felaketleri ve iklim değişikliği gibi faktörler, ekonomik aktiviteyi ciddi şekilde etkileyebilir. Tarım, enerji üretimi ve altyapı gibi alanlar bu tür olaylara duyarlıdır.

Demografik Değişimler: Nüfus yapısındaki değişiklikler, tüketici talebini ve işgücü dinamiklerini etkileyebilir. Yaşlanan nüfus, sağlık hizmetleri ve emeklilik sistemlerine yansırken, genç nüfus iş gücünü şekillendirebilir.

Bu faktörler, dünya ekonomisinin karmaşık yapısını etkileyen önemli unsurlardır. Ekonomik analistler ve politika yapıcılar, bu faktörleri değerlendirerek ekonomik görünümü anlamaya çalışır.

Ekonomik faaliyetler, küresel çapta önemli zorluklara maruz kalmaktadır. Küresel ölçekte enflasyonla mücadele, finansal sıkılaştırma önlemlerinin kesintisiz bir şekilde uygulanması, Çin'de COVID-19 salgınının tekrar ortaya çıkmasıyla ekonomik aktivitede yavaşlama belirtileri ve uzun süren salgının ardından Rusya-Ukrayna savaşı gibi etkenler, küresel ekonomik görünüm üzerinde etkili olmaktadır. IMF tarafından Ocak 2023'te yayımlanan *Dünya Ekonomik Görünüm Raporu*'na göre, ekonomik büyüme rakamlarındaki olumlu seyir, resesyon endişelerinin azalması, düşen nakliye maliyetleri, gıda fiyatlarındaki düşüşler ve tedarik zincirindeki olumlu gelişmeler gibi faktörlerle birlikte mal fiyatlarında istikrar, daha iyimser bir tabloya işaret etmektedir. Bu nedenle, küresel ekonomik beklentiler biraz daha olumlu bir şekilde güncellenmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

2022 yılında küresel ticareti şekillendirecek önemli faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler arasında küresel tedarik zincirlerinde meydana gelen değişme, yakın ülkelerden ürün tedarik etme ve tedariklerin güvenliği öne çıkmaktadır. Bu trend, ticaret kanallarında daimi kalacak değişikliklere yol açmakta olup, değişim aşamaları ve etkilerinin 2022 yılında da sürmesi beklenmektedir. 2022'in ilk yarısında navlun, emtia ve enerji fiyatlarının yüksek seviyelerde seyredeceği öngörülmektedir (DTÖ, 2022).

2020'li yıllar bütün dünya ülkelerini derinden sarsan bir COVID-19 kriziyle başlamış ve ardından çeşitli risk unsurlarının görüldüğü aşamalarla devam etmiştir. COVID-19 pandemisi sonrası iktisadi ve sosyal krizlere, 2022'de Avrupa'daki savaş da eklenmiştir. Aynı zamanda, küresel iklim değişiklikleri, teknoloji yönetimi ve sosyoekonomik eşitsizlikler gibi uzun dönemli kalkınma zorluklarının da pandemi öncesinde olduğu gibi artarak devam ettiği görülmüştür. Şu anda, iç içe geçmiş, birbirini tetikleyen bir dizi küresel risk unsuru mevcuttur. Küresel risk unsurları açısından değerlendirildiğinde, 2022 yılında jeopolitik risklerin ön planda olduğu görülmemiştir. Bu durumun en büyük sebebi, Rusya-Ukrayna Savaşı olmuştur. Bu savaş, çatışmaları ve beraberinde getirdiği ekonomik ve sosyal etkileriyle 2022 yılı boyunca gündemin odak noktasında yer almıştır. Yaklaşık yirmi yıldır WEF (Dünya Ekonomi Forumu) tarafından yayımlanan *Küresel Risk Raporu*, *Küresel Risk Algı Araştırması (Global Risk Perception Survey-GRPS)* temelinde oluşturulmaktadır. *GRPS*, küresel risk algısını değerlendirmek için önemli bir veri kaynağı özelliğindedir. *GRPS 2023*, WEF *Küresel Risk Raporu*'nun bir parçası olarak, 1.200'den fazla akademi, hükümet, iş dünyası, sivil toplum ve uluslararası topluluktan oluşan uzmanların küresel risk ortamıyla ilgili algılarını birleştirmektedir. Bu Raporda, "küresel risk," küresel GSYH, nüfus veya doğal kaynakların önemli bir kısmını olumsuz yönde etkileyebilecek olayların veya durumların gerçekleşme ihtimalini ifade etmektedir (DTÖ, 2023).

Tablo 2. 12. 2023 Yılında açığa çıkan risk unsurları

SIRA	RİSKLER	RİSK KATEGORİLERİ
1	Enerji tedarik krizi	Sosyal
2	Geçim Krizi	Sosyal
3	Yüksek Enflasyon	Ekonomik
4	Gıda tedarik krizi	Sosyal
5	Kritik altyapılara siber saldırılar	Teknolojik

Kaynak: DEF, *Küresel Risk Raporu 2023*.

DEF tarafından belirlenen 32 risk unsuru, ekonomik, jeopolitik, teknolojik, sosyal ve çevresel olmak üzere beş gruba ayrılarak, iki yıl ve on yıl içinde hangi şekilde gerçekleşeceği beklentisine göre sunulmuştur. Bu risk faktörleri arasında sosyal alanda dokuz, çevresel, ekonomik ve jeopolitik alanda altı, teknolojik alanda ise beş risk faktörü bulunmaktadır. Orta ve uzun vadeli risk unsurları algılamalarından önce, hâlihazırda bulunan durumun ifade edilmesi yararlı olacaktır. Katılımcı kişilere, 2023 yılı itibariyle ortaya çıkan ilk beş risk unsurunu sormak için bir anket yapılmıştır. Katılımcılar, küresel düzeyde etkilerinin şiddetine göre şu anda ortaya çıkan ilk beş risk unsurunu şu şekilde sıralamıştır: enerji tedarik krizi (sosyal), geçim krizi (sosyal), yüksek enflasyon (ekonomik), gıda tedarik krizi (sosyal) ve kritik altyapılara yönelik siber saldırılar (teknoloji) (DEF, 2023).

Tablo 2. 13. Önem derecesine göre sıralanmış küresel riskler

2 YIL İÇİNDE - KISA VADE (EKONOMİK)		10 YIL İÇİNDE - UZUN VADE (EKONOMİK)	
1	Geçim Krizleri (Sosyal)	1	İklim değişikliğini hafifletmekte başarısızlık (Çevre)
2	Doğal afetler ve olağandışı hava olayları (Çevre)	2	İklim değişikliğine uyumun başarısızlığı (Çevre)
3	Jeoekonomik çatışma (Jeopolitik)	3	Doğal afetler ve olağandışı hava olayları (Çevre)
4	İklim değişikliğini hafifletmekte başarısızlık (Çevre)	4	Biyçeşitlilik kaybı ve ekosistem çöküşü (Çevre)
5	Sosyal uyumda erozyon ve toplumsal kutuplaşma (Sosyal)	5	Geniş ölçekli zorunlu göç (Sosyal)
6	Geniş ölçekli çevresel hasar olayları (Çevre)	6	Doğal kaynak krizleri (Çevre)
7	İklim değişikliğine uyumun başarısızlığı (Çevre)	7	Sosyal uyumda erozyon ve toplumsal kutuplaşma (Sosyal)
8	Yaygın siber suçlar ve siber güvenlik (Teknolojik)	8	Yaygın siber suçlar ve siber güvenlik (Teknolojik)
9	Doğal kaynak krizleri (Çevre)	9	Jeoekonomik çatışma (Jeopolitik)
10	Geniş ölçekli zorunlu göç (Sosyal)	10	Geniş ölçekli çevresel hasar olayları (Çevre)

Kaynak: DEF, Küresel Risk Raporu 2023

Tablo 2.13'te yer alan ve iki yıl içinde gerçekleşmesi beklenen risk algılamalarına göre, bu risk faktörlerinin şiddetine göre yapılmış olan sıralamanın ilk üç sırasında geçim krizleri (sosyal), doğal afetler ve olağandışı hava olayları (çevre) ile jeoekonomik (jeopolitik) sorunlar gelmektedir. En başta gelen on risk unsurunun beşinin çevresel risklerden, üçünün ise sosyal risklerden meydana gelmesi dikkat çekmektedir. 2022 yılında karşılaşılan yüksek enflasyonun etkisiyle kısa vadede gerçekleşmesi öngörülen risk unsurlarından geçim krizi öncelikli bir yer tutmuştur. Devam eden Rusya-Ukrayna savaşı, finansal krizler ve bunların yol açtığı sosyal risk

unsurlarının da güçlü algılara sahip olduğu öngörülebilirken, çevresel risk unsurlarının listenin en başında bulunması dikkat çekici bir sonuç olmuştur. Uzun dönemli küresel risk unsurları içerisinde de benzer durumda çevresel risk unsurları öne çıkmıştır. Ekonomik riskler ise kısa ve uzun dönemde ilk ona girmemiştir. Kuşkusuz, tüm bu risk unsurlarının sebepleri veya sonuçları itibarıyla ekonomik risk unsurları barındırdığını belirtmek gerekmektedir (Dünya Ekonomik Forumu, 2023).

Tablo 2. 14. Seçki analizlere göre küresel riskler

	TIME	Atlantic Council	Council on Foreign Relations	Les Affaires
1	Rusya (Jeopolitik)	İklim Eyleminde Başarısızlık (Çevre)	Gıda Tedarik Krizi (Sosyal)	Rusya (Jeopolitik)
2	Çin (Jeopolitik)	İran (Jeopolitik)	Çin - Tayvan ve Güney Çin Denizinde Agresyon (Jeopolitik)	Küresel Resesyon (Ekonomik)
3	Öncü Teknolojilerin Yıkıcı Etkileri (Teknolojik)	ABD Latin Amerika (Jeopolitik)	Hindistan ve Rusya Arasındaki Değişen İlişkiler (Jeopolitik)	Finansal Kriz (Ekonomik)
4	Enflasyonun Şok Dalgaları (Ekonomik)	İnternetin Parçalanması (Teknolojik)	Nijerya'dan Beyin Göçü (Sosyal)	Çin (Jeopolitik)
5	İran (Jeopolitik)	Rusya (Jeopolitik)	ABD'de Siyasi Bölünmesi (Sosyal)	
6	Enerji Krizi (Jeopolitik)	Terör (Jeopolitik)		
7	Küresel Kalkınmanın Durması (Ekonomik)	Çin - Tayvan Krizi (Jeopolitik)		
8	ABD'de Eyaletler Arası Uyumsuzluk (Sosyal)	De-Dolarizasyon (Ekonomik)		
9	Sosyal Uyumsuzluğun Artması (Sosyal)	ABD - Ortadoğu İlişkileri (Jeopolitik)		
10	Doğal Kaynaklar - Su (Çevre)	Kalkınmanın Durması (Ekonomik)		
11		Demokrasilerde İstikrarsızlık (Jeopolitik)		
12		Teknolojik Rekabet (Teknolojik)		

Kaynak: DEF, *Küresel Risk Raporu 2023*

AXA *Gelecek Risk Raporu 2023*, elli farklı ülkeden 4.500 kişilik uzman ve 20.000 kişilik katılımcıdan oluşan halkla yapılan kapsamlı bir ankete dayanmaktadır. Katılımcılara, önümüzde bulunan beş ila on yıl içinde hangi risk unsurlarının ortaya çıkmasını bekledikleri sorulmuştur. Rapor sonuçlarında, küresel iklimde yaşanan değişiklikler, jeopolitik gerilimler, siber alandaki güvenlik riskleri ve enerji alanındaki riskler gelecekteki beş-on yıl içinde en önemli riskler arasında yer almıştır. İklim değişikliğinin, rapor sonuçlarına göre coğrafi alanların tamamında bir numaralı risk

olarak öne çıktığı görülmüştür. TIME dergisinde yayımlanmış bir analize göre, 2023 yılında yaşanacak küresel risklerin başında Rusya ve Çin, jeopolitik riskler olarak ilk ikide yer almaktadır (Tablo 2.14.). Analizde, yapay zekâ ve büyük veri gibi öncü teknolojilerin siyasi etkileri "kitle parçalama silahları" olarak tanımlanarak üçüncü en önemli risk faktörü olarak gösterilmektedir. Bu durum, teknolojilerin insanları manipüle etme ve toplumu bozma potansiyellerinin gelişmesi ve bu potansiyellerin siyasi amaçlar için kullanılmasıyla ilgilidir. Fransız *Les Affairs* dergisinin 2023 yılındaki değerlendirmesinde Rusya ve Çin (jeopolitik), Küresel Durgunluk (ekonomik) ve Finansal Krizler (ekonomik) öne çıkan tehditler arasındadır (TİM, 2023).

2020 yılında başlayan Covid-19 salgını, dünya ekonomisi ve ticaretinde birçok yeni eğilimin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu eğilimler arasında küresel tedarik zincirlerinde kırılma ve yeniden yapılanma öne çıkmaktadır. Arz ve tedarikteki sıkışmalar ve gecikmeler de diğer önemli bir eğilimdir. Dikkate değer başka bir eğilim, yüksek navlun fiyatlarıdır. Savaş öncesi koşullarda, bu eğilimlerin 2022 yılının büyük bir kısmında devam edeceği öngörülmüştür. Ancak Rusya-Ukrayna arasındaki savaş, bu eğilimleri büyük bir oranda etkilemiştir (TİM, 2022).

Tablo 2. 15. Savaşın pandemi sonrası oluşan eğilimlere etkisi

EĞİLİMLER	SAVAŞ ÖNCESİ GELİŞMELER	SAVAŞ SONRASI BEKLENTİLER
KÜRESEL TEDARİK ZİNCİRLERİ	KIRILMA VE YENİDEN YAPILANMA	YENİDEN KIRILMA VE BOZULMA
ENERJİ FİYATLARI	YÜKSEK FİYATLAR	FİYATLARDA İLAVE ARTIŞLAR DAHA YÜKSEK
EMTİA FİYATLARI	YÜKSEK FİYATLAR	FİYATLARDA İLAVE ARTIŞLAR DAHA YÜKSEK
ARZ VE TEDARİK	GEÇİKMELER VE SIKIŞIKLIK	GEÇİKMELER VE ARTAN SIKIŞIKLIK
NAVLUN FİYATLARI	YÜKSEK FİYATLAR	SINIRLI GERİ ÇEKİLME VE YÜKSEK FİYATLAR

Kaynak: TİM

Tablo 2.15'te yer alan bilgilere bakıldığında küresel tedarik zincirleri ile ilgili eğilim, savaş öncesi gelişmelerde kırılma ve yeniden yapılanma sürecinde devam ederken, savaş sonrası bu eğilimin yeniden kırılma ve bozulma sürecine girileceği yönündedir. Enerji ve emtia fiyatları ile ilgili eğilim, savaş öncesi gelişmelerde yüksek düzeylerde seyrederken, savaş sonrasında fiyatlarda ilave artışların yaşanacağı yönündedir. Arz ve tedarik eğiliminde, savaş öncesinde gecikmeler ve sıkışıklıklar yaşanırken, savaş sonrası beklentilerde gecikmelerin ve sıkışıklıkların daha da artacağı

yönündedir. Navlun fiyatları eğiliminde savaş öncesi gelişmelerde yüksek fiyatlar görülürken, savaş sonrasında sınırlı geri çekilmelerin ve yüksek fiyatların görülmesi beklenmektedir.

2.1.3. Küresel rekabet ve ekonomik bölgeler

Küresel rekabet, ülke ekonomilerinin ve firmalarının uluslararası düzeyde diğer ülke ekonomileri ve firmalarla yarışmasını ifade eden bir kavramdır. Farklı ülkelerdeki firmalar, piyasa payı kazanmak, ürün ve hizmetlerini yaygınlaştırmak ve rekabet avantajı elde etmek amacıyla birbiriyle mücadele etmektedirler. Küresel rekabet, teknolojik gelişmeler, üretim verimliliği, kalite, fiyatlandırma ve pazarlama stratejileri gibi birçok faktörü içermektedir. Ekonomik bölgeler ise coğrafi olarak belirlenmiş alanlarda ülkeler arasında ticaret, yatırım ve iş birliğini teşvik eden yapılar olarak tanımlanabilmektedir. Bu bölgeler, genellikle benzer ekonomik hedeflere sahip ülkeleri bir araya getirerek ve ticaret engellerini azaltarak ekonomik büyümeyi teşvik etmektedirler. Örnek olarak Avrupa Birliği gibi ekonomik bölgeler, üye ülkeler arasındaki ticareti kolaylaştırır ve ortak projelere destek verirler. Küresel rekabet ve ekonomik bölgeler arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Ekonomik bölgeler, üye ülkelerin firmalarının uluslararası rekabette daha güçlü olmalarını sağlayabilirler. Ortak pazarlar ve serbest ticaret anlaşmaları, firmaların ürün ve hizmetlerini daha geniş bir coğrafyada sunmalarına imkân tanımaktadır. Bu da küresel rekabeti etkileyerek firmaların rekabet gücünü artırabilmektedir.

Rekabet edebilirlik, serbest ticaret ve uluslararası piyasa koşullarında bir ekonominin, yerel ve uluslararası yabancı pazarların taleplerini karşılayan mal ve hizmetleri uygun maliyet ve fiyatla üretebilme ve arz edebilme yeteneğini ifade eden bir kavramdır. Bir ülkenin rekabet edebilme gücü, üretimi ve reel geliri etkin bir şekilde artırma kapasitesiyle, hayat standardını yükseltme ve sürdürme yeteneğiyle doğrudan bağlantılıdır. Rekabet edebilirlik, verimlilik temeline dayanmaktadır, çünkü ülkelerin yaşam standartları büyük ölçüde verimliliklerine bağlıdır. Rekabet edebilirliğin belirlenmesinde, üretim faktörlerinin etkin ve verimli bir şekilde kullanılması önemlidir. Ayrıca, ilgili ve destekleyici sektörlerin varlığı da rekabet edebilirliği olumlu etkiler (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2014).

1979 yılından beri Dünya Ekonomik Forumu (WEF), *Küresel Rekabet Raporu*'nu yayımlayarak ülkeleri rekabet güçlerine göre sıralamaktadır. WEF'na göre, "rekabet gücü," bir ülkenin imal ettiği mal ve hizmetlerin dünya piyasalarındaki payından ziyade sürdürülebilir büyümeyi sağlayacak kurumlar, politikalar ve üretim faktörlerinin verimlilik düzeyi ile ilişkilidir. Küresel Rekabet Endeksi (GCI) kullanılarak ülkelerin rekabet düzeyi nicel olarak ölçülüp sıralanabilmektedir. Bu endeks, mikro ekonomik ve makroekonomik durumları analiz eden kapsamlı bir yapıya sahip olması yanında, esas amacı ülkelerin verimlilik düzeylerini etkileyen faktörleri ortaya çıkarmak, ülkelerin güçlü ve zayıf olduğu yönlerini belirlemek ve politika yapıcıları yönlendirmektir (Demir, 2014).

Dünya Ekonomik Forumu, politika yapıcıların, iş dünyasının ve halkın ekonomik verimliliği artırma ve büyümenin de ötesine bakma konularına odaklanmaları için farkındalıklarını genişletmeyi hedeflemektedir. 2020 yılına ait özel bir raporunda, küresel ekonomideki belirsizlikler döneminde, ülkelerin karşılaştırmalı sıralamalarının yerine, ekonomilerin iyileştirilmesi ve dönüşüm sağlanarak insani gelişme ve çevresel uyumun artırılmasıyla ilgili bir perspektif sunulmuştur. Dünya Ekonomik Forumu, *2020 Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu*'nu, sadece büyümeye odaklanmak yerine, pandeminin olumsuz etkilerini göz önünde bulundurarak, insanlar ve gezegen için daha iyi sonuçlar doğuran daha iyi ekonomilerin nasıl inşa edileceği konusunda farklı bir özel baskı olarak yayımlamıştır. Bu nedenle, ülkeler arasında sıralama yapılmamış ve küresel rekabet edebilirlik endeksi raporu yayımlanmamıştır (DEF, 2020).

DEF *2020 Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu*'nda amacın, liderlere sosyal ve ekonomik toparlanmaya proaktif bir şekilde katkıda bulunabilmeleri için dönüştürücü politikalar, cesur yatırımlar ve yeni girişimler konusunda yöntemler sağlama olduğu belirtilmektedir. Bu yaklaşımın, cesur bir vizyon, kısa vadeli ve uzun vadeli hedefler arasında dengeli bir yaklaşım gerektirdiği hususu vurgulanmıştır. Dünya Ekonomik Forumu'nun Yeni Ekonomi ve Toplum Platformu, *Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu*'nun ana sayfası olarak, bu tür aktörlere bir ekosistem sunmaktadır. Hükümet, iş dünyası ve sivil toplumdaki iki yüzden fazla lider, derin bağlantılar içinde bir araya gelerek "Ekonomik büyüme, canlanma ve dönüşüm," "İş, ücretler ve iş yaratma," "Eğitim, beceriler ve öğrenme" ve "Çeşitlilik, kapsayıcılık, eşitlik ve sosyal adalet" olmak üzere dört alanda yeni bir vizyon oluşturmayı, yeni standartlar tasarlamayı ve ölçeklenebilir, iş birliğine dayalı eylemleri yönlendirmeyi hedeflemektedir. Platformun,

içgörüleri, standart durumları ve eylemleri birleştirmesiyle ortaya çıkan çözümlerinin, rehberleri ve ortaklıkları destekleyen liderler için hızlandırıcı bir rol oynadığı vurgulanmaktadır (TOBB, 2020).

Küresel ekonomi, şu anda oldukça zorlu bir dönemle karşı karşıyadır. Temel senaryoya göre, 2023 yılında dünya ekonomisi önemli ölçüde yavaşlama eğilimi gösterecek ve birçok ülkede yüksek enflasyon devam edecektir. Riskler halen göz önünde bulundurulmaktadır. Bu zorlu ve belirsiz zamanlarda, politika yapıcılar büyük bir rol oynamaktadır. Para politikası, enflasyonla mücadele için daha sıkılaştırılacak ve maliye politikası destekleri hedef odaklı ve geçici olarak uygulanacaktır. Enerji arzının çeşitlendirilmesi, enerji güvenliğinin sağlanması ve temiz enerji kaynaklarının benimsenmesi ve geliştirilmesine yönelik yatırımların hızlandırılması hayati önem taşıyacaktır. Aynı zamanda, istihdam ve verimlilik düzeylerinin artırılmasına imkân sağlayacak yapısal politikalara odaklanmak da gerekecektir. (OECD, 2022).

DEF'in 2019 Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu'nda (KRR), ülkelerin rekabet gücü sıralamalarını belirlemek için 2018 yılında ilk kez yayınlanan yeni bir endeks olan Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi 4.0'ı (Global Competitiveness Index 4.0) temel almıştır. Bu endeks, 2008 krizi ve Dördüncü Endüstri Devrimi döneminin verimlilik ve uzun vadeli büyüme ve gelişmenin itici güçleri ve dinamiklerini rekabet gücü kavramına dâhil etmeyi ve böylece politika yapıcılarının ve diğer paydaşlarının ekonomik stratejilere şekil vermesine ve izlemesine yardım etmeyi amaçlamaktadır. Raporunda, 2000 yılında gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinin verimlilik artışlarında azalma başladığı ve kriz sonrasında bu azalmanın artarak devam ettiği belirtilmektedir. Gelişmiş ekonomilerde, 2011 ile 2016 arasında "toplam faktör verimliliği artışı"nın %0,3, gelişmekte olan ekonomilerde ise %1,3 seviyesinde gerçekleştiği ifade edilmektedir. Bu yavaşlama, finansal krizin uzun süreli gecikmeli etkileriyle birlikte, piyasalardaki belirsizlik, düşük talep ve sıkı kredi koşullarının yatırımları zayıflatması yoluyla ortaya çıkan "verimlilik histerezisi" ile ilişkilendirilmektedir. Raporunda ayrıca, üretkenliği canlandırmayı hedefleyen yapısal reformların çoğunun hayata geçirilmediği ve finansal sistemi güçlendirmedeği vurgulanmaktadır (TOBB, 2020).

Tablo 2. 16. Küresel rekabet edebilirlik endeksi 4.0 (KREE 4.0)

Ülkeler	KREE 2019 4.0			KREE 2018 4.0			KREE 2017 4.0	
	Sıralama	Skor	Değişim	Sıralama	Skor	Değişim	Sıralama	Skor
Singapur	1	84,8	1	2	83,5	0	2	83,0
ABD	2	83,7	-1	1	85,6	0	1	82,7
Hong Kong SAR	3	83,1	4	7	82,3	0	7	82,0
Hollanda	4	82,4	2	6	82,4	-1	5	82,2
İsviçre	5	82,3	-1	4	82,6	0	4	82,4
Japonya	6	82,3	-1	5	82,5	3	8	81,6
Almanya	7	81,8	-4	3	82,8	0	3	82,6
İsveç	8	81,2	1	9	81,7	0	9	81,6
Birleşik Krallık	9	81,2	-1	8	82,0	2	10	82,1
Danimarka	10	81,2	0	10	80,6	1	11	79,9
Finlandiya	11	80,2	0	11	80,3	1	12	79,8
Tayvan, Çin	12	80,2	1	13	79,3	0	13	79,2
Kore Cumhuriyeti	13	79,6	2	15	78,8	2	17	78,0
Kanada	14	79,6	-2	12	79,9	-2	10	80,0
Fransa	15	78,8	2	17	78,0	1	18	77,4
Avusturalya	16	78,7	-2	14	78,9	1	15	78,2
Norveç	17	78,1	-1	16	78,2	-2	14	79,0
Lüksemburg	18	77,0	1	19	76,6	3	22	76,0
Yeni Zelanda	19	76,7	-1	18	75,5	-2	16	76,1
İsrail	20	76,7	0	20	76,6	0	20	76,2
Türkiye	61	62,1	0	61	61,6	-3	58	61,4

Kaynak: World Economic Forum.

Tablo 2.16'daki verilere göre, Dünya Ekonomik Forumu'nun 2019 *Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu 4.0*'da rekabet gücü sıralamasında ilk on ülke Singapur, ABD, Hong Kong SAR, Hollanda, İsviçre, Japonya, Almanya, İsveç, Birleşik Krallık ve Danimarka'dır. Bu rapora göre, bu ülkeler, rekabet gücü açısından en üst sıralarda yer almaktadır.

Tablo 2. 17. Bölgelere göre küresel ihracat hacmi 2023 büyüme öngörülürü (%)

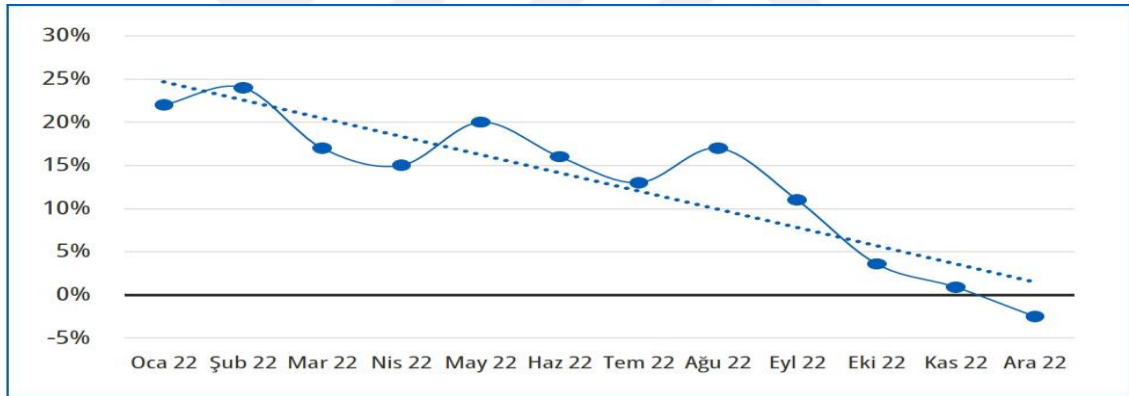
	2022	2023	2024
Kuzey Amerika	4,2	3,3	3,1
Latin Amerika ve Karayipler	1,9	0,3	0,6
Avrupa	2,7	1,8	2,0
Bağımsız Devletler Topluluğu	-4,9	2,8	2,2
Afrika	0,7	-1,4	1,4
Orta Doğu	9,9	0,9	4,7
Asya	0,6	2,5	4,7

Kaynak: WTO, *Global Trade Outlook and Statistics*, April 2023

2022 yılında Rusya-Ukrayna savaşı gibi küresel krizlerin etkisiyle emtia fiyatlarında yaşanan yükselişin, 2023 yılında beklenen durgunluk endişeleri sebebiyle önemli bir ölçüde talep daralmasına yol açması tahmin edilmektedir. Bu durum, küresel mal ticaretinde belirgin bir daralmaya işaret etmektedir. Yapılan projeksiyonlara göre, 2023 yılında küresel mal ticaretinin %1,7, 2024 yılında ise %3,2 oranında büyüyeceği

tahmin edilmektedir. Tablo 2.17’de yer alan bölgesel ihracat hacmi büyüme tahminlerine bakıldığında, 2023 yılında Kuzey Amerika’da %3,3, Bağımsız Devletler Topluluğu’nda %2,8, Asya’da %2,5, Ortadoğu’da %0,9 ve Latin Amerika’da %0,3 seviyelerinde büyüme öngörülmektedir. En yüksek büyümenin Kuzey Amerika’da (%3,3) gerçekleşmesi beklenmektedir. Öte yandan, Afrika’nın ihracat hacminin 2023’te %1,4 daralacağı öngörülmektedir. 2024’te ise ihracat hacmindeki en yüksek büyümenin Orta Doğu ve Asya bölgelerinde gerçekleşeceği ve bu bölgelerin liderlik konumuna yükseleceği öngörülmektedir (DTÖ, 2023).

Uluslararası Ticaret Merkezi’nin (ITC) güncel verilerine bakıldığında, küresel ticaret 2022’nin Aralık ayında 2021’in Aralık ayına kıyasla %2.5 oranında düşmüştür. Bu dönemde, gelişmiş ülkelerden gerçekleştirilen ihracatta %0.2’lik bir azalış gözlenirken, gelişmekte olan ülkelere gerçekleştirilen ihracatta %5.5 oranında azalma olmuştur. Aynı dönemde en az gelişmiş ülkelerin ihracatı ise %4.4 oranında artmıştır (İMMİB, 2023).



Şekil 2.4. Küresel ticaret aylık değişim oranları (Bir önceki yıla göre)

Küresel ticaret bölgeler açısından değerlendirildiğinde, 2022’nin Aralık ayında 2021’in Aralık ayına göre en yüksek ihracat artış oranı %5.4 ile Pasifik bölgesinde yaşanmıştır. Kuzey-Orta-Güney Amerika bölgesindeki ihracat artış oranı %4.3 olarak gerçekleşmiştir. Avrupa bölgesi ihracatı %2.0 oranında artış gösterirken, Afrika bölgesi ihracatı %0.4 oranında artış göstermiştir. Aralık ayı Asya bölgesi ihracatında ise %8.1 oranında düşüş yaşandığı görülmüştür. 2022’nin Aralık ayında 2021’in aynı dönemine kıyasla ithalat artışının en fazla yaşandığı bölge %7.0 oran ile Pasifik bölgesi olmuştur. Afrika bölgesi ithalatında %3.4 oranında, Avrupa bölgesi ithalatında bu dönemde %3.2 oranında artışlar olmuştur. Asya bölgesi ülkelerinin ithalatlarında %5.2 oranında azalma

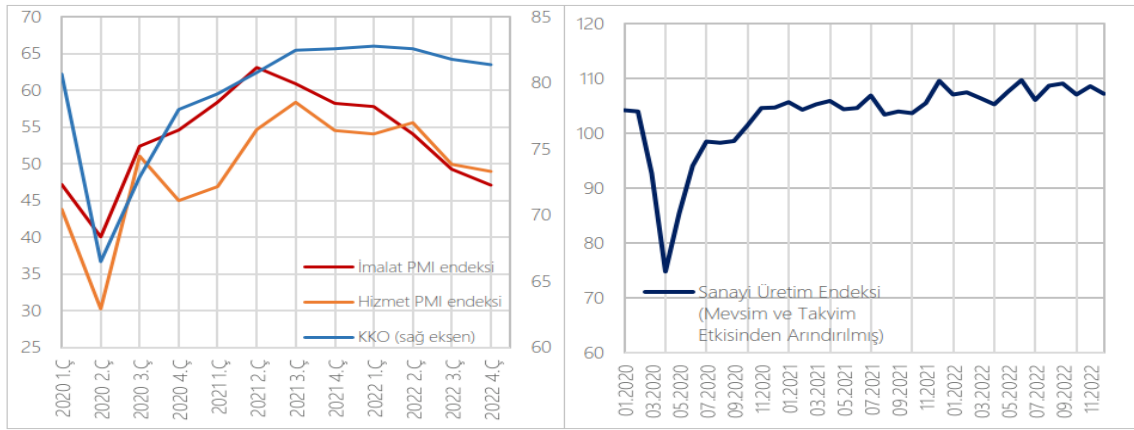
olmuştur. Amerika bölgesi ülkelerin ithalatında ise %1.9 oranında düşme olduğu görülmüştür (İMMİB, 2023).

2.1.3.1. AB ülkeleri

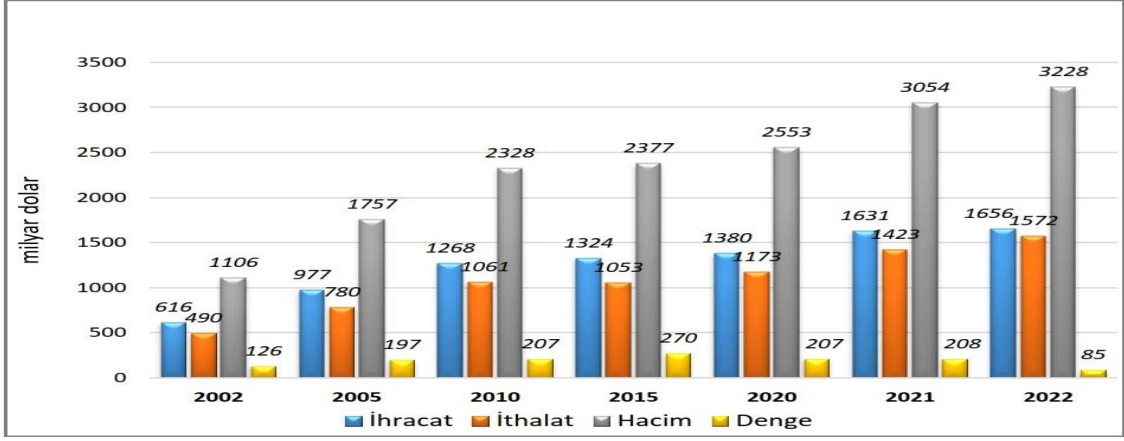
Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ekonomik çeşitlilikleriyle dikkat çekmektedirler. AB, 27 üye ülkenin ekonomilerini içermekte olup bu ülkeler farklı büyüklük, gelir düzeyi ve sektörlerdeki uzmanlıklarla öne çıkmaktadırlar. AB'nin en büyük ekonomileri arasında Almanya, Fransa ve İtalya bulunmaktadır. Bu ülkeler, yüksek teknoloji ürünlerden otomotiv endüstrisine kadar birçok endüstride güçlü konumda bulunmaktadır. Almanya, ihracat lideri olarak özellikle makine ve araç üretiminde önemli bir rol oynarken, İrlanda ve Lüksemburg gibi ülkeler ise düşük vergi politikaları ve finansal hizmetlerdeki uzmanlıklarıyla öne çıkmaktadırlar. İrlanda, teknoloji sektöründe önemli bir oyuncu olarak tanınırken, Lüksemburg finansal hizmetlerdeki merkezi konumuyla bilinmektedir. Doğu Avrupa ülkeleri ise hızlı ekonomik büyüme potansiyeli sunmaktadırlar. Polonya, Çek Cumhuriyeti ve Macaristan gibi ülkeler, üretim ve dış yatırımlarla ekonomilerini büyütme ve Avrupa'nın üretim üssü olma yolunda ilerlemektedir. Tarım ve turizm, AB'nin birçok ülkesi için önemli ekonomik sektörler arasında yer almaktadır. Özellikle Güney Avrupa ülkeleri, turizm endüstrisi sayesinde önemli gelir elde ederken, Kuzey Avrupa'da tarım sektörü önemli olmaktadır. AB ülkeleri, ekonomik politikalarını ve iş birliğini koordine ederek tek bir piyasa ve para birimi olan Euro ile entegre bir ekonomi oluşturmaktadırlar. AB'nin amacı, üye ülkelerin ekonomik kalkınmasını desteklemek ve iç ticareti kolaylaştırmaktır.

Euro Bölgesi, 2022 yılı üçüncü çeyreğinde %0,4 oranında büyüme kaydetmiştir. Ancak, Eurostat'ın tahmine göre, 2022 yılının dördüncü çeyreğinde bir önceki çeyreğe göre büyüme kaydedememiştir. Yıllık olarak ise, 2022 yılının üçüncü çeyreğinde %2,5 büyüdükten sonra, 2022 yılının dördüncü çeyreğinde %1,96 büyüme göstermiştir. Ekonomik faaliyet, 2022 yılının ikinci yarısında yükselen enerji fiyatları ve arz belirsizliğiyle birlikte artan borçlanma maliyetleri nedeniyle önemli ölçüde zayıflamıştır. Ayrıca, Rusya'nın Ukrayna'yı işgalinin doğal gaz arzında kesintilere ve enerji fiyatlarında artışa yol açması, enflasyonun rekor seviyelere yükselmesine neden olmuştur. 2022 yılının dördüncü çeyreğinde hizmet ve imalat sanayi PMI endeksleri eşik değerinin altında gerçekleşerek düşüş eğilimini korurken, kapasite kullanım oranı ise

son üç aydır düşüşünü sürdürerek %81,4 seviyesine gerilemiştir. Aynı dönemde Avro Bölgesi sanayi üretim endeksi dalgalı bir görünüm sergileyerek Aralık ayında %107,2 değerine ulaşmıştır. Avrupa'daki enerji piyasasındaki sorunlar nedeniyle, 2023 yılında keskin bir şekilde yavaşlayarak %0,5 büyüme beklenmektedir. Ancak, politikalarındaki olumlu yönde değişiklikler ve enerji piyasalarındaki istikrarın artmasıyla birlikte, büyümenin 2024 yılında ılımlı bir şekilde toparlanması öngörülmektedir. Sürekli olarak yüksek seyreden enflasyon ise agresif bir para politikası tepkisi gerektirebilmekte ve uzun süreli enerji tedarik kesintileri gibi ciddi bir aşağı yönlü risk oluşturmaktadır. (DEF, 2022).

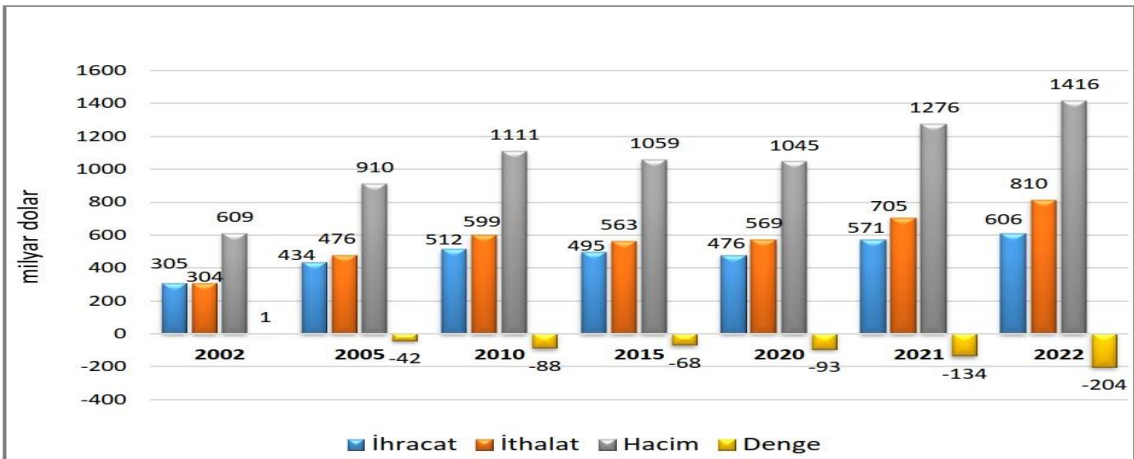


2022 yılında Euro Bölgesi'nde %3,5 büyüme görülürken, AB üyesi diğer ülkelerde büyüme %3,7 oranında kaydedilmiştir. Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında Almanya'nın %1,8, Fransa'nın %2,6, İtalya'nın %3,7, ve İspanya'nın %5,5 oranında büyüme kaydettiği görülmüştür. İngiltere ve Almanya'da yaşanan gerilemenin 2024 ve 2025 yıllarında yeniden genişlemeye dönüşeceği tahmin edilmektedir (TİM, 2023).



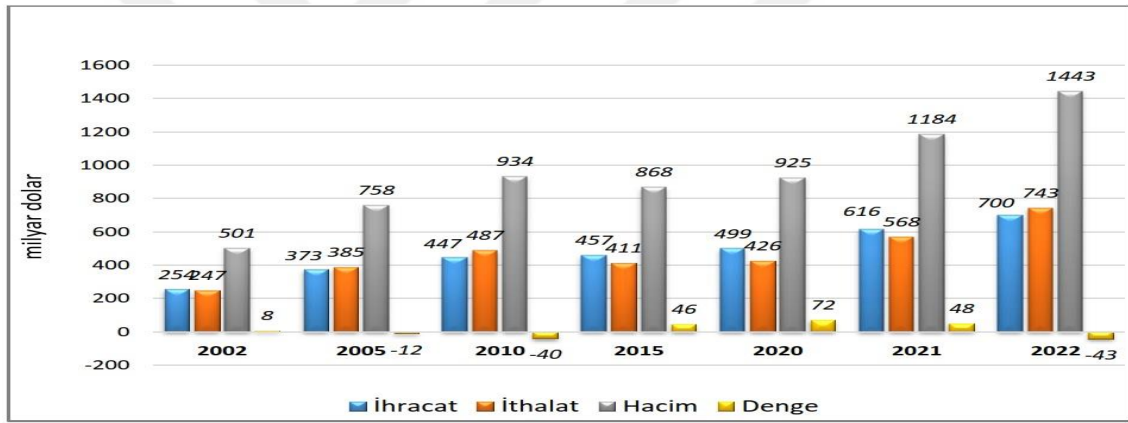
Şekil 2.6. Almanya'nın dış ticaret göstergeleri

2003 ile 2009 yılları arasında dünya ihracatında Almanya birinci sırayı elinde bulundurmaktadır. 2020 yılında Çin ve ABD ile birlikte dünya ihracat ve ithalat sıralamasında ilk üçte yer alırken, dış ticaret dengesi bakımından da Çin'in ardından gelerek ikinci sıraya yükselmiştir. Almanya yüksek katma değeri bulunan mallara odaklanarak, düşük ücret politikasını benimseyen ülkelerle rekabet konusunda diğer Avrupa ülkelerine göre daha iyi konumdadır. Almanya'nın ihracatının yarısından çoğu sermaye mallarından oluşmaktadır. Sermaye malları içinde en büyük paya sahip olanlar ulaşım araçları ve bunların parçaları ile ilaçlardır. Yapmış olduğu ithalat kalemlerinde ise makineler, ulaşım araçları ve parçaları, petrol-doğalgaz ve ürünleri ile ilaçlar önemli ürün gruplarını oluşturmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).



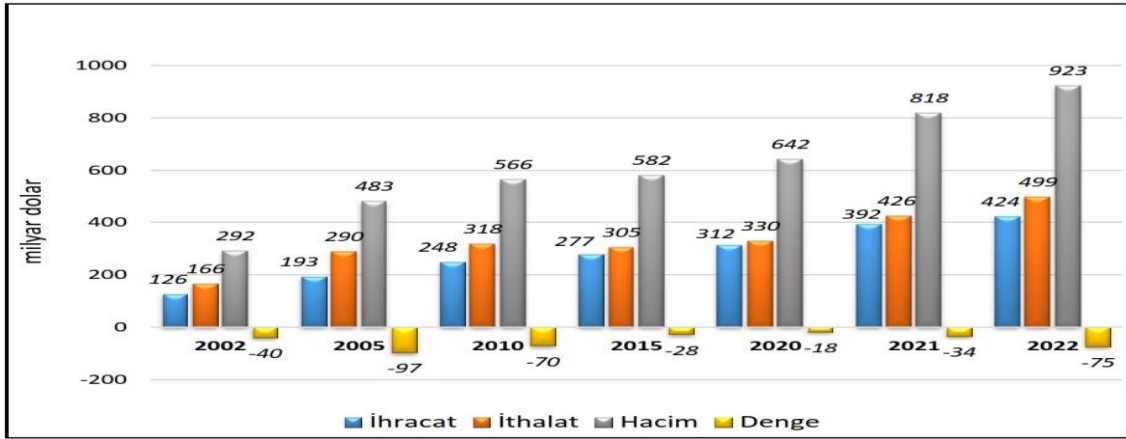
Şekil 2.7. Fransa'nın dış ticaret göstergeleri

Fransa, 2022 yılında 606 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirerek dünyada 9. sırada yer almış ve Avrupa'da 4. sıradaki ihracatçı konumuna yükselmiştir. Aynı yıl 810 milyar dolarlık ithalat yaparak dünya genelinde 6. sırayı elde etmiş ve Avrupa ülkeleri arasında 2. en büyük ithalatçı ülke olmuştur. Fransa'nın dünya ihracatında öne çıkan ürün grupları arasında motorlu kara taşıtları, hava taşıtları, makinalar, eczacılık ürünleri, uçucu yağlar ve kozmetik, elektrikli makine ve cihazlar, plastikler ve mamulleri, alkollü ve alkolsüz içecekler, demir çelik ve mineral yakıtlar bulunmaktadır. Dünyadan yapılan ithalatta ise en önemli ürün grupları arasında makinalar, motorlu kara taşıtları, mineral yakıtlar ve yağlar, elektrikli makina ve cihazlar, eczacılık ürünleri, plastikler ve mamulleri, tıbbi alet ve cihazları, organik kimyasallar, demir-çelik ve demir ve çelikten eşyalar yer almaktadır. Ayrıca, yüksek teknoloji ihracatında 2021 yılında 98 milyar dolar ile dünya genelinde 11. sırada yer almıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).



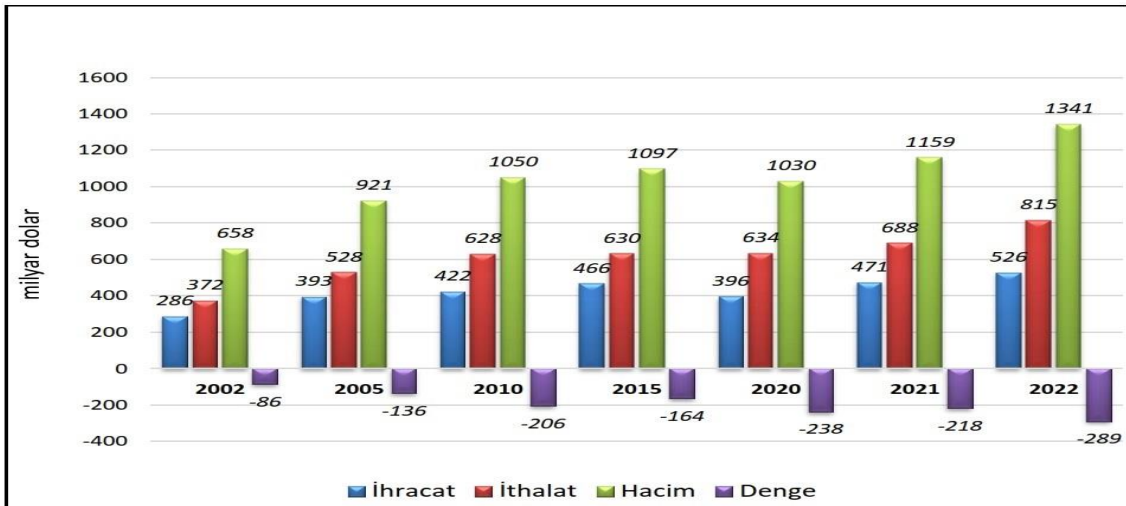
Şekil 2.8. İtalya'nın dış ticaret göstergeleri

İtalya, Avrupa Birliği'nin kurucu üyesi olmasının yanı sıra Avrupa'nın 4. ve dünyanın 8. büyük ekonomisine sahiptir. 2022 yılında 700 milyar dolarlık ihracat, 743 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. İmalat sektörü İtalya ekonomisinde önemli bir role sahiptir. İmalat sektöründe Avrupa'da ikinci, dünyada altıncı büyük imalatçı ülke olarak öne çıkmaktadır. İmalat sektörü gruplarında yapmış olduğu ihracatında dünyada dış ticaret fazlası veren beşinci ülke konumundadır. Ana sanayi kolları arasında otomotiv, parçalar ve makineler, gemi yapımı, kimyasallar, mobilya, ayakkabı, giyim ve tekstil vs. yer almaktadır. İtalya'nın ekonomik gücü, birbirine sıkı ekonomik ilişkilerle bağlı birçok firmanın bulunduğu "sanayi bölgeleri" olarak adlandırılan alanlardaki gelişmişliğinden ileri gelmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).



Şekil 2.9. İspanya'nın dış ticaret göstergeleri

İspanya ekonomisinde 2008 yılının ikinci yarısından itibaren başlayan durgunluk, 2013 yılının üçüncü çeyreğinde sona ermiştir. 2011-2013 yılları arası dönemde İspanya hükümeti tarafından alınan önlemler, bütçe açığının azaltılmasına yönelik işlemler, işgücü yasasında yapılan değişiklik, kamu hizmetleri alanında ve finansal sektör alanlarında yapılan reformlar sayesinde diğer AB ülkelerine oranla daha rekabetçi bir hale bürünmüştür. 2022 yılında ülkenin ihracatında 424 milyar dolarlık artış, ithalatında ise 499 milyar dolarlık artış olmuştur. Dış ticaretine bakıldığında 2022 yılında 75 milyar dolarlık bir açık olduğu görülmektedir. 2022 yılı Dünya ihracatında İspanya, %1,8 pay ile 18. sırada, dünya ithalatında ise %2 pay ile 14. sırada yer almaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).



Şekil 2.10. Birleşik Krallık dış ticaret göstergeleri

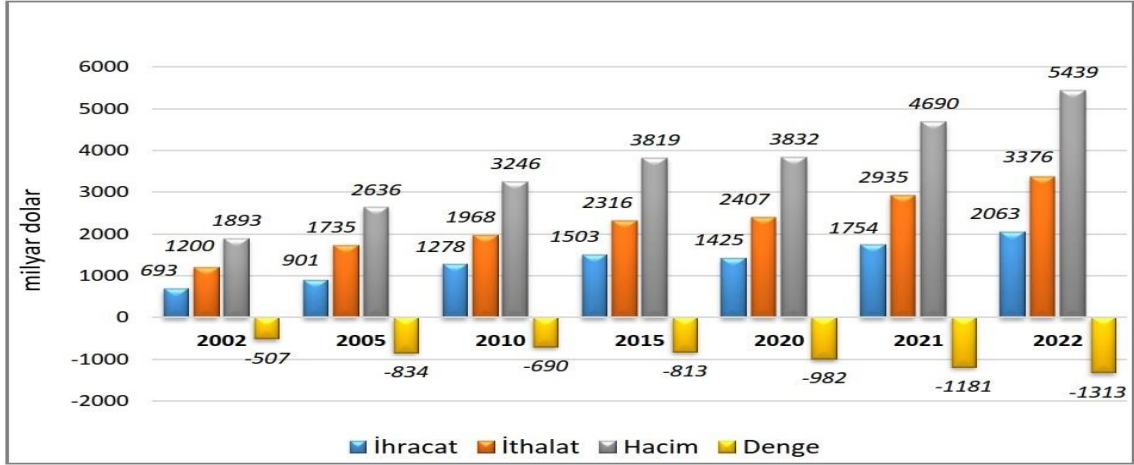
Birleşik Krallık (İngiltere, Galler, Kuzey İrlanda ve İskoçya) 2022 yılında dünya genelinde 526 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Aynı dönemde, ülkenin ithalatı 815 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. 2022 yılında Birleşik Krallık'ın ihracatı bir önceki yıla göre %11,8 artarken, ithalatı ise %18,4 oranında artış göstermiştir. Ülke, çoğunlukla dış ticaret açığı vermektedir ve dış ticaret açığı 2022'de 2021 yılına göre %32,6 artarak 289 milyar dolar olmuştur. Ekonomik serbestlik endeksine bakıldığında dünya genelindeki 176 ülke içerisinde 28. sırada yer almaktadır. Küresel rekabet bakımından 2019 verilerine göre dünya genelindeki 141 ülke arasında 9. sırayı elde etmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).

2.1.3.2. Kuzey Amerika ülkeleri

Kuzey Amerika kıtası, ekonomik çeşitliliği ve güçlü ekonomilere sahip ülkeleriyle dikkat çekmektedir. Özellikle ABD ve Kanada, kıtanın ekonomik liderleri olarak öne çıkmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD), dünyanın en büyük ekonomilerinden birine sahip olmakla birlikte yüksek teknoloji üretimi, finansal hizmetler, otomotiv, sağlık sektörü ve tarım gibi çeşitli sektörlerde etkili bir oyuncu olarak yer almaktadır. Aynı zamanda küresel ticaretin ve inovasyonun merkezlerinin başında gelmektedir. Kanada da gelişmiş bir ekonomiye sahip ülke konumunda olup, doğal kaynaklar, enerji üretimi ve madencilik gibi sektörler ülke ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır. Ayrıca finansal hizmetler, teknoloji ve imalat da ekonominin önemli bileşenleri arasında bulunmaktadır. Meksika, Kuzey Amerika'nın önemli bir ekonomisine sahip olmakla birlikte, imalat, otomotiv endüstrisi, gıda üretimi ve turizm gibi sektörlerde etkili olmaktadır. Meksika'nın coğrafi konumu, ABD ile ticaret ve üretim entegrasyonunu desteklemektedir. Kuzey Amerika kıtası aynı zamanda serbest ticaret anlaşmalarının ve ticaret akışının yoğun yaşandığı bir bölgedir. Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (NAFTA), 2020'de Amerika Birleşik Devletleri, Meksika ve Kanada arasında ABD-Meksika-Kanada Anlaşması (USMCA) olarak revize edilmiştir. Bu anlaşma, ticaret, yatırım ve üretim akışını şekillendirmektedir.

ABD, 2022 yılında gerçekleştirdiği 3,3 trilyon dolarlık ithalat ile dünya ülkeleri içerisinde en büyük mal ithalatçısı olarak birinci sırada yer alırken, yapmış olduğu 2,0 trilyon dolarlık ihracatla Çin'den sonra ikinci en büyük mal ihracatçısı ülke konumundadır. Gerçekleştirmiş olduğu dış ticaret hacminde de lider olan ABD,

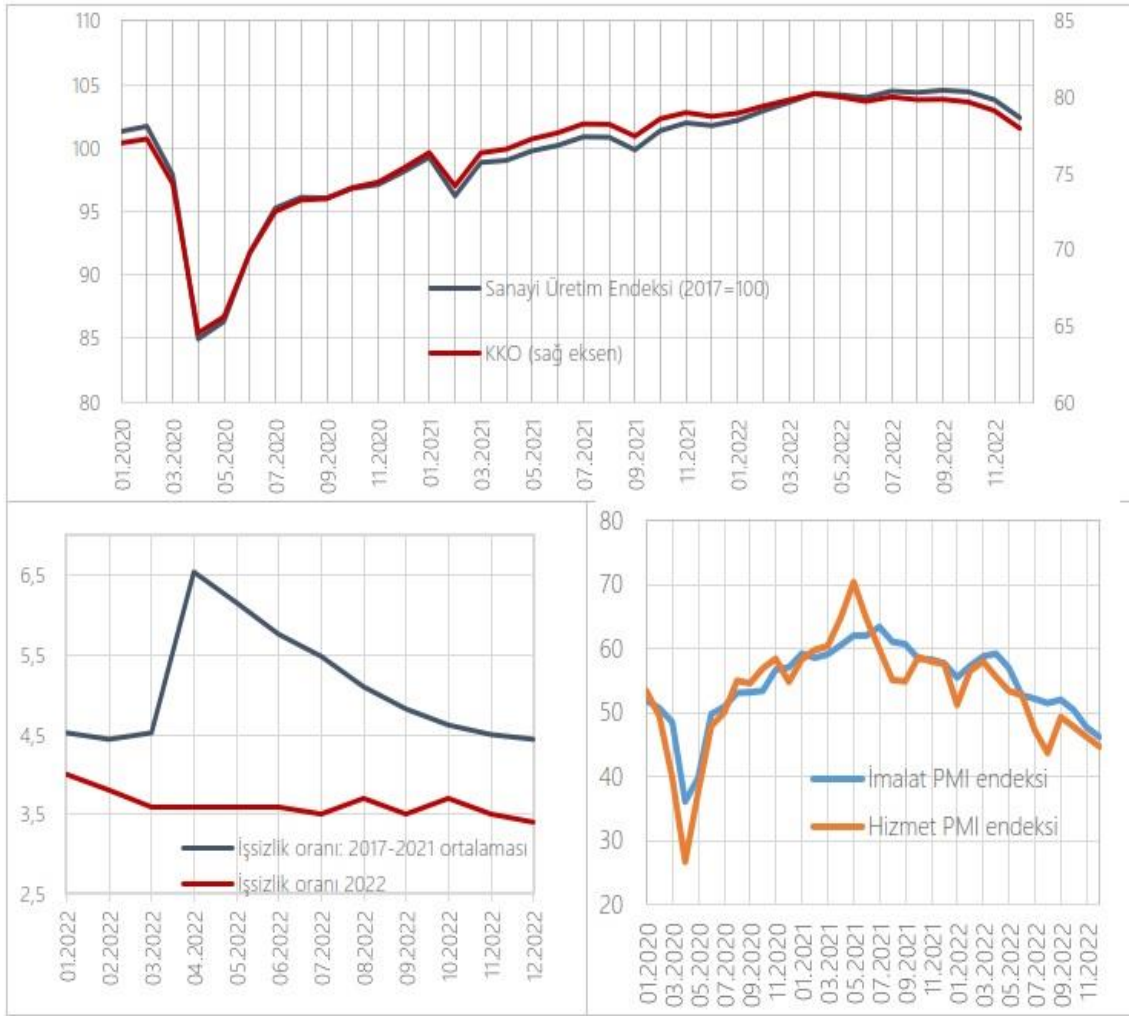
hizmetler ticaretinde de dünyanın en büyük ihracatçısı ve ithalatçısı konumunda bulunmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).



Şekil 2.11. ABD'nin dış ticaret göstergeleri

2022 yılında ABD'nin ihracatı %17,6 oranında artarak 2 trilyon dolar seviyesine yükselmiştir. Bu dönemde ihraç ürünleri arasında otomobiller, karayolu taşıtları için aksam ve parçalar, petrol gazları, elektronik entegre devreler, serum ve aşular, dozlandırılmış ilaçlar, petrol yağları, altın, ve soya fasulyesi yer almaktadır. 2022 yılında ABD'nin ithalatı da %15 oranında artarak 3,3 trilyon dolar seviyesine ulaşmıştır. ABD'nin bu dönemde ithal ettiği başlıca ürünler arasında, petrol yağları, ham petrol, karayolu taşıtları için aksam ve parçalar, otomobiller, bilgisayarlar, telefon cihazları, serum ve aşular, dozlandırılmış ilaçlar, diğer mobilyalar ile bunların aksam ve parçaları ve elektronik entegre devreler yer almaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).

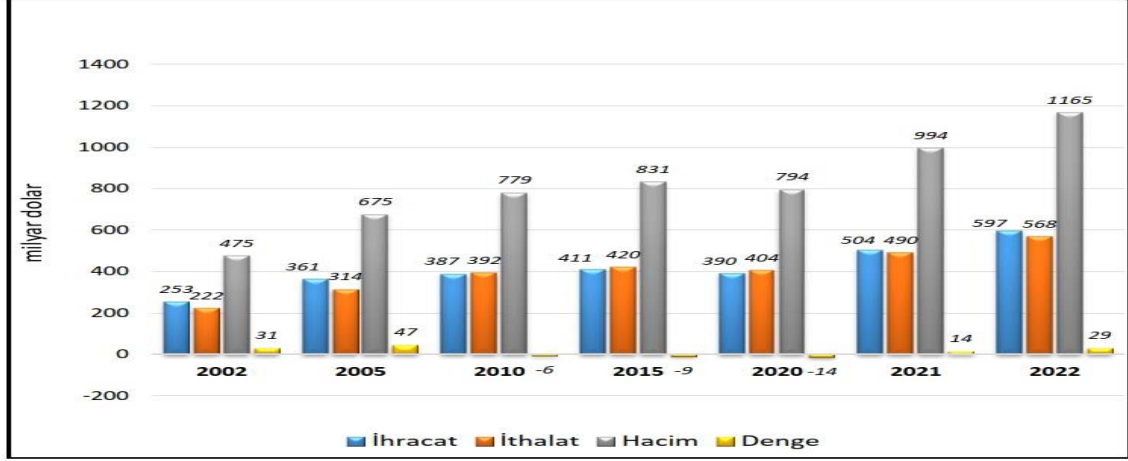
ABD ekonomisi, Ekonomik Analiz Bürosu tarafından yayınlanan ikinci Gayri Safi Yurtiçi Hasılası tahminine göre, 2022 yılının üçüncü çeyreğinde %3,2 oranında büyümüştür. 2022 yılı dördüncü çeyrekte ise %2,74 oranında büyüme kaydedilmiştir. Yıllık olarak, ABD ekonomisi 2022 yılı üçüncü döneminde 2021 yılı aynı dönemine göre %2,1 artış gösterirken, 2022 yılı dördüncü çeyrekte %1,15 oranında büyüme elde etmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022)



Şekil 2.12. ABD Ekonomisine ilişkin göstergeler

2022 yılında Amerika Birleşik Devletleri ekonomisinde artan gıda ve enerji fiyatları nedeniyle, enflasyon, son on yılın en yüksek seviyesine çıkmıştır. Ancak, yılsonuna doğru fiyat baskıları hafiflemeye başlamıştır. Bu yüksek enflasyon oranı, 40 yılı aşkın bir süredir en hızlı para politikası sıkılaştırmasına neden olmuştur. Ayrıca, Rusya-Ukrayna savaşı ve ilgili olayların enflasyon üzerinde yukarı yönlü baskıya neden olduğu ve küresel ekonomik faaliyet üzerinde de bir baskı oluşturduğu ifade edilmiştir. FED, para politikasının enflasyonu zaman içinde % 2'ye çekecek kadar kısıtlayıcı bir duruş sergilemesi için federal fon oranı hedef aralığında devam eden artışların uygun olacağı öngörüsünü tekrarlamıştır. 2022'nin ilk yarısında ekonomik faaliyet azalırken, ikinci yarıda iç talep özellikle konut yatırımlarındaki gevşeklik nedeniyle zayıf kalmıştır. Sanayi üretim endeksi ve kapasite kullanım oranı, 2022 yılı Ekim ayından itibaren düşüş eğilimine girmiştir. Ayrıca, Ekim ayından itibaren imalat ve hizmet PMI endeksleri de düşüş eğilimine girmiş; imalat PMI endeksi yılın son iki ayında 50 eşik

değerinin altında seyretmiştir. İşgücü piyasası 2022 yılının son çeyreğinde olumlu bir manzara arz etmiştir. Ekim ayında %3,7 seviyesinde gerçekleşen işsizlik oranı, Kasım ayında %3,6 seviyesine gerilemiş ve Aralık ayında ise düşüş eğilimini devam ettirerek %3,5 seviyesinde gerçekleşmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).



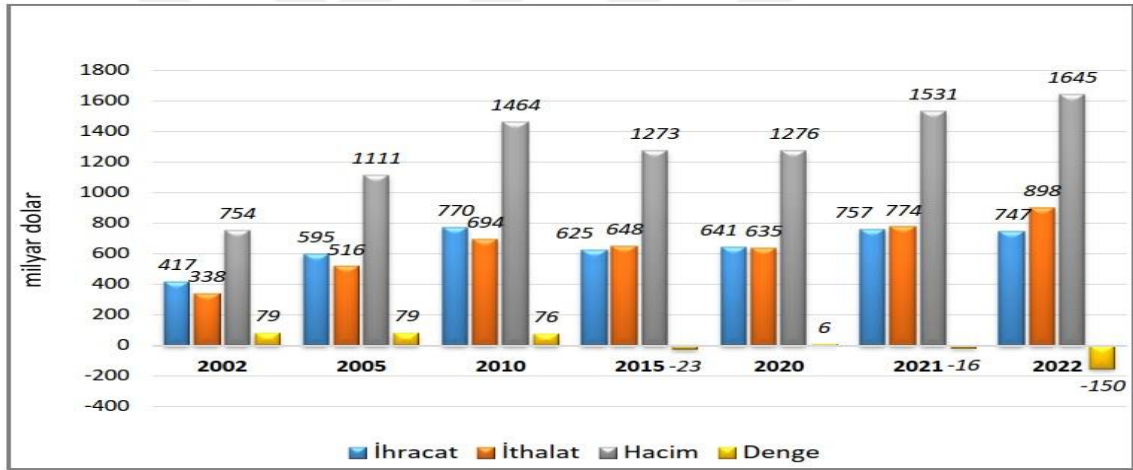
Şekil 2.13. Kanada'nın dış ticaret göstergeleri

2022 yılında ihracatı %18,5 artarak 597 milyar dolara ulaşan Kanada, dünya ihracatından %2,5 oranında pay alarak 11. sıraya yerleşmiştir. Aynı dönemde ülkenin ithalatı %16 artışla 568 milyar dolar olmuş ve dünya ithalatında %2,3 oranında pay ile 13. sıraya ulaşmıştır. 2022 yılında Kanada'nın dış ticaretinde 29 milyar dolarlık fazla bulunmaktadır. Kanada'nın ihracatında yer alan önemli ürün grupları; elektrikli makina ve cihazlar, yağlar, makinalar, motorlu kara araçları, mineral yakıtlar, odun kömürü, ağaç ve ahşap eşya, mücevherci eşyası, plastikler ve mamulleri, gübreler, metal cevherleri, cüruf ve kül ürünleridir. Ülke, küresel rekabetçilik açısından dünya genelindeki 141 ülke arasında 14. sırada yer almaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).

2.1.3.3. Uzakdoğu ülkeleri

Uzakdoğu, ekonomik büyüme, sanayileşme ve ticaret açısından dinamik ülkeleri içeren önemli bir bölgedir. Bu ülkeler, genellikle yüksek teknoloji üretimi, ihracat ve endüstriyel üretimdeki uzmanlıklarıyla öne çıkmaktadırlar.

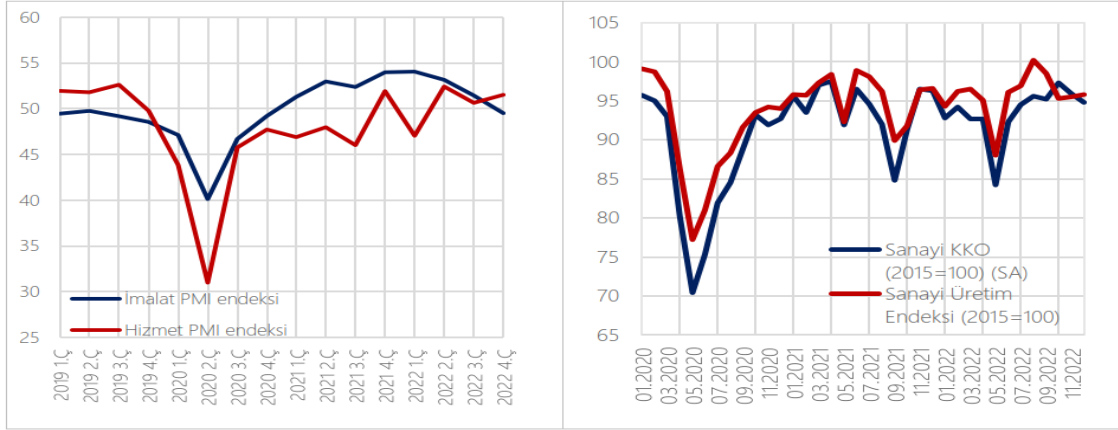
Doğu Asya ekonomileri, 2020 yılındaki %1'lik yavaş büyümenin ardından 2021 yılında pandeminin en kötü döneminden sonra toparlanarak %6,7 oranında büyüme öngörülmüştür. Uzak Doğu ülkelerinde toparlanma süreci henüz erken aşamalarında bulunmaktadır ve COVID-19 vakalarının yeniden artışı, normalde güçlü politika teşviklerinin ve dış talep desteklerinin olumsuz etkilendiği ekonomik görünümü beraberinde getirmiştir. Aşırı yoksulluk durumundaki insan sayısının artması, iş gücü piyasasının yavaş toparlanması ve iklim risklerinin yükselmesi, 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi'nde ilerlemenin engellendiği bir tabloyu sürdürecektir. Gelecekte, baz etkisinin ortadan kalkmasıyla birlikte, bölge ekonomisinin büyümesinin daha yavaşlayabileceği ve 2022'de %4,9 seviyesine ulaşabileceği tahmin edilmektedir (OECD, 2022). Bu yaşanan durumlar sonucu Doğu Asya ekonomilerinde 2022 yılında %5,1 oranında büyüme gerçekleşmiştir.



Şekil 2.14. Japonya'nın dış ticaret göstergeleri

Japonya, 2022 yılı itibariyle 196 ülke içerisinde cari fiyatlara göre dünyanın en büyük üçüncü ekonomisidir. Kişi başına milli gelir açısından ise 39.243 dolarlık bir değerle dünya sıralamasında 28. olarak yer almaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).

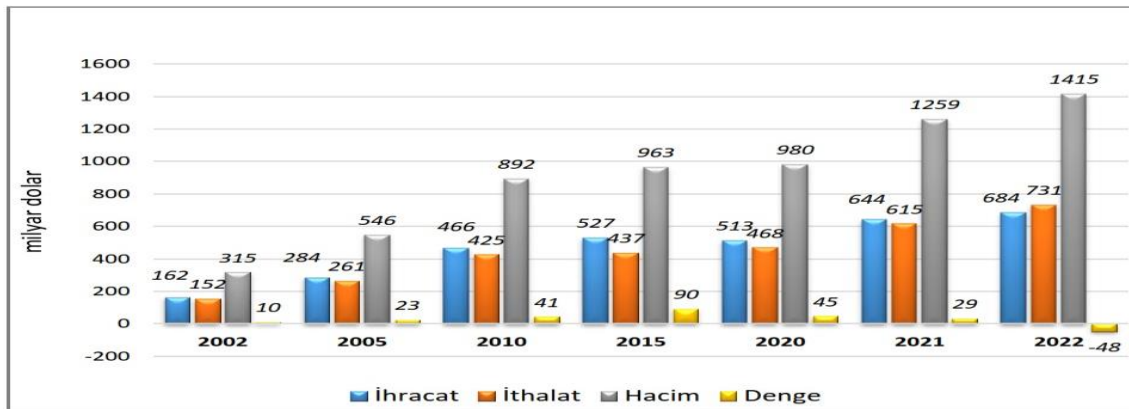
Japonya, yüksek teknoloji, otomotiv endüstrisi ve elektronik sektöründe önemli bir oyuncu olarak yer almaktadır. Teknolojik cihazlar ve aletleri içeren küresel markalar Japonya'dan çıkmıştır. Japonya aynı zamanda inovasyon ve AR-GE faaliyetleriyle de öne çıkmaktadır. Japonya'nın 2021 yılında toplam dış ticaret hacmi 1.531 milyar dolar, 2022 yılında ise 1.645 milyar dolar seviyesine çıkmıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).



Şekil 2.15. Japonya ekonomisine ilişkin göstergeler

Japonya’da 2022 yılının dördüncü çeyreğinde, ortalama imalat PMI endeksi düşüş eğilimini sürdürürken, ortalama hizmet PMI endeksi ise artış kaydetmiştir. Ortalama İmalat PMI endeksi 49,5 seviyesine gerileyerek eşik değerin altına düşmüştür, buna karşılık ortalama hizmet PMI endeksi 51,5 seviyesinde gerçekleşmiştir. Sanayi üretim endeksi Ekim ayında yükselmiş, ancak yılın son iki ayında düşüş eğilimine girmiştir. Kapasite kullanım oranı ise Ekim ayında düşmüş, Kasım ve Aralık aylarında ise kısmi artış göstermiştir. Aralık ayında sanayi üretim endeksi 94,8 iken, kapasite kullanım oranı da 95,8 seviyesinde gerçekleşmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

Güney Kore, teknoloji ve elektronik sektöründeki başarılarıyla dikkat çekmektedir. Güney Kore'nin dünya çapında tanınmış markalara sahip olması yanında ayrıca yüksek hızlı internet altyapısı ve dijitalleşme konusundaki ilerlemeleri de ekonomisini etkilemektedir.

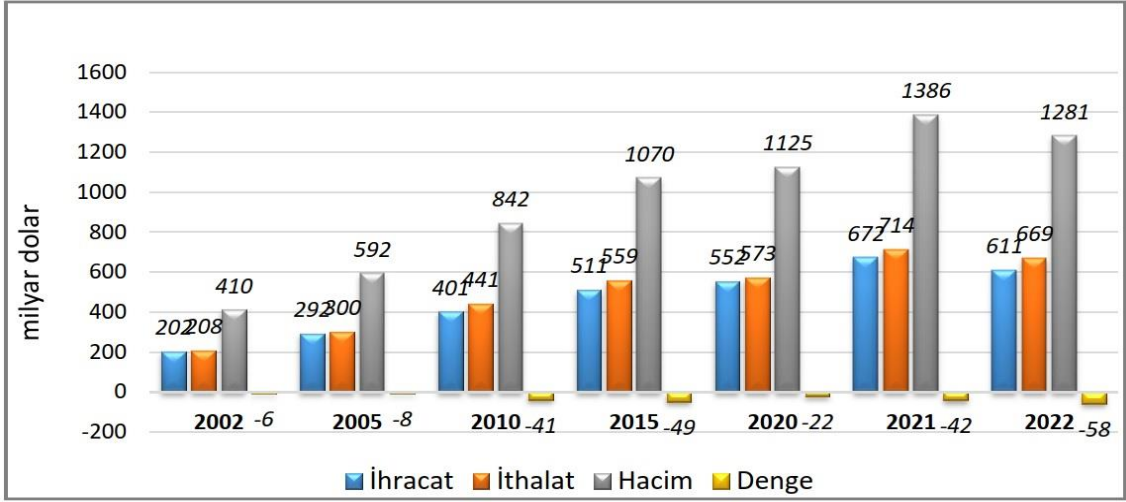


Şekil 2.16. Güney Kore'nin dış ticareti

Şekil 2.16'ya bakıldığında Güney Kore'nin 2002-2021 yılları arasında gerçekleştirdiği ticaret rakamlarında ihracatının ithalatından fazla olduğu ve dış ticaret fazlası verdiği görülürken, 2022 yılında ise ihracatının bir önceki yıla göre artmasına rağmen ithalatının da artması sonucu dış ticaret açığı verdiği görülmektedir.

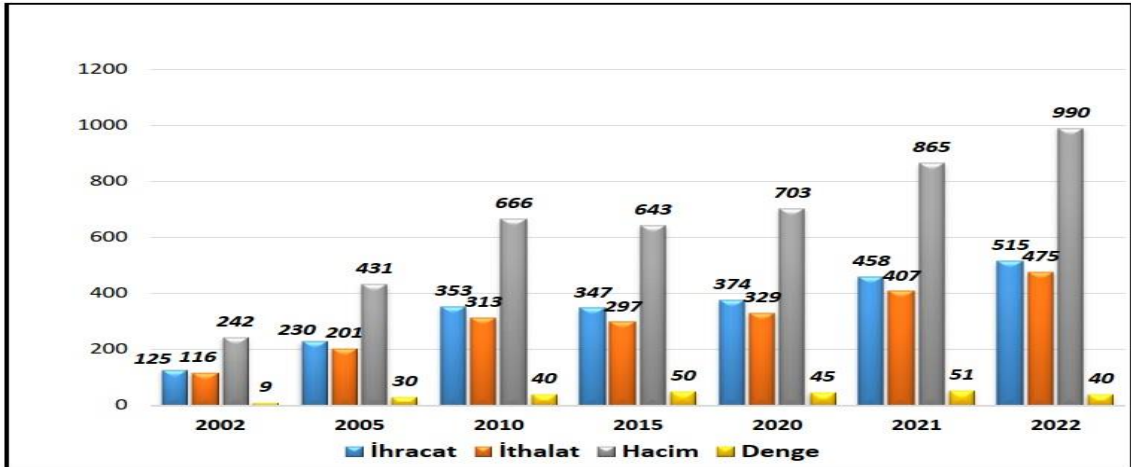
Güney Kore ekonomisi, COVID-19'un beraberinde getirdiği ekonomik zorluklara diğer birçok ülkeden daha etkili bir şekilde karşılık vermiştir. Bu dönemde, Güney Kore'nin kişi başına düşen GSYH'si (Gayri Safi Yurtiçi Hasılası) OECD ortalamasının üstüne çıkmıştır. 2021 yılında ve 2022'nin başlarında, ihracata dayalı güçlü bir toparlanma ile Güney Kore ekonomisinin genel istihdam seviyeleri kriz öncesi dönemi aşmıştır. Uzun süreli küresel ekonomik zorluklara ve yaşlanan nüfusun yarattığı demografik baskılara karşı mücadele eden Güney Kore, ihracata dayalı dinamik üretim yapısı sayesinde güçlü istihdam ve ekonomik konumunu sürdürmektedir. Bununla birlikte, Rusya - Ukrayna krizinin sonuçlarına diğer bazı ülkelerden daha az maruz kalsa da, Kore hala küresel enflasyon baskılarından etkilenmektedir. Ayrıca, ülkenin hammaddelere olan bağımlılığını azaltma, daha fazla esneklik ve tedarik zinciri çeşitliliği oluşturma ihtiyacı da önemli bir konudur. (OECD, 2022).

Hong Kong, Asya'nın önde gelen ekonomilerinden biri olarak bilinmektedir. Özel İdari Bölge statüsüne sahip olan bu şehir, serbest piyasa ekonomisi ve güçlü finansal altyapısıyla dikkat çekmektedir. Hong Kong, uzun yıllardır dünya ticaretinde ve finansal hizmetlerde önemli bir merkez olarak kabul edilmektedir. Şehir, düşük vergi oranları, hızlı iş yapma imkânları ve serbest ticaret politikaları ile tanınmaktadır. Özellikle finans, lojistik, deniz taşımacılığı, turizm ve teknoloji gibi sektörlerdeki dinamizmi ile öne çıkarken, dünya çapında uluslararası şirketlerin merkezi veya bölgesel ofisleri için bir cazibe merkezi olarak kabul edilmektedir. Hong Kong'un ekonomik yapısı, ticaretin büyük bir parçasını oluşturmaktadır. Bölge, dünya ticaretindeki malların ve hizmetlerin akışını kolaylaştıran bir köprü görevi görmektedir. Ayrıca, güçlü finansal altyapısı sayesinde uluslararası yatırım ve finansal hizmetlerde de etkili bir rol oynamaktadır.



Şekil 2.17. Hong Kong'un dış ticareti

Şekil 2.17'ye bakıldığında Hong Kong 2022 yılında 611 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiş olmasına rağmen bir önceki yıla göre ihracatı %9 azalmıştır. Hong Kong, dünya toplam ihracatından %2,5 pay alarak 9. büyük ihracatçı ülke konumundadır. 2023 yılı itibariyle cari fiyatlara göre dünyanın 196 ülkesi arasında 41. büyük ekonomisidir. 2023 yılında GSYH'nın 383 milyar dolar, 2024'te ise 404 milyar dolar olarak gerçekleşmesi beklenmektedir. GSYH'nin 2023 yılında sabit fiyatlara göre %3,5 oranında artması ve 2024 yılında %3,1 oranında artması tahmin edilmektedir. Kişi başı milli gelir, 2023 yılında cari fiyatlara göre 52,429 dolarla dünyada 19. sırada bulunmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).



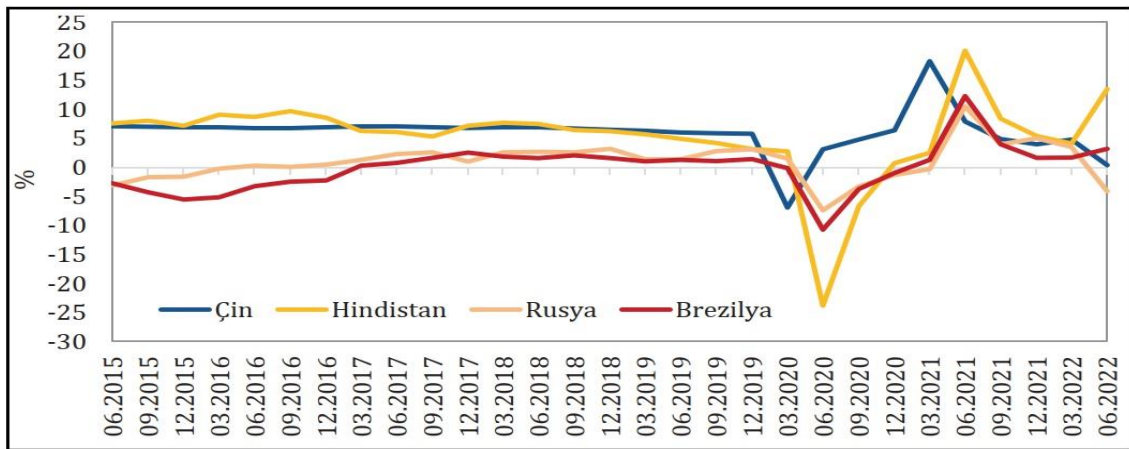
Şekil 2.18. Singapur'un dış ticaret göstergeleri

Singapur, finansal hizmetler, liman faaliyetleri ve lojistik alanında önemli bir merkez olarak yer alırken, aynı zamanda yüksek teknoloji yatırımları ve inovasyon odaklı bir ekonomiye sahip olduğu bilinmektedir.

2022 yılında Singapur'un ihracatı %12,5 oranında artış göstererek 515,1 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Ülkenin ithalatı ise aynı dönemde %16,9 oranında artarak 475,5 milyar dolar olmuştur. Böylece ülkenin dış ticaret hacmi %14,6 oranında artış göstererek 990,6 milyar dolara yükselmiştir. Ancak dış ticaret fazlası %22,2 oranında azalarak 39,6 milyar dolara gerilemiştir (Şekil 2.18.). 2022 yılı itibariyle Singapur'un ihracatında, işlenmiş petrol ürünleri, elektronik entegre devreler, turbo propellerler ve diğer gaz türbinleri, turbo jetler, yarı işlenmiş altın, telefon cihazları, transistörler, diyodlar vb. yarı iletken tertibat, manyetik veya optik okuyucular, otomatik bilgi işlem cihazları ve bunlara ait birimler gibi ürünler bulunmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).

2.1.3.4. BRIC ülkeleri

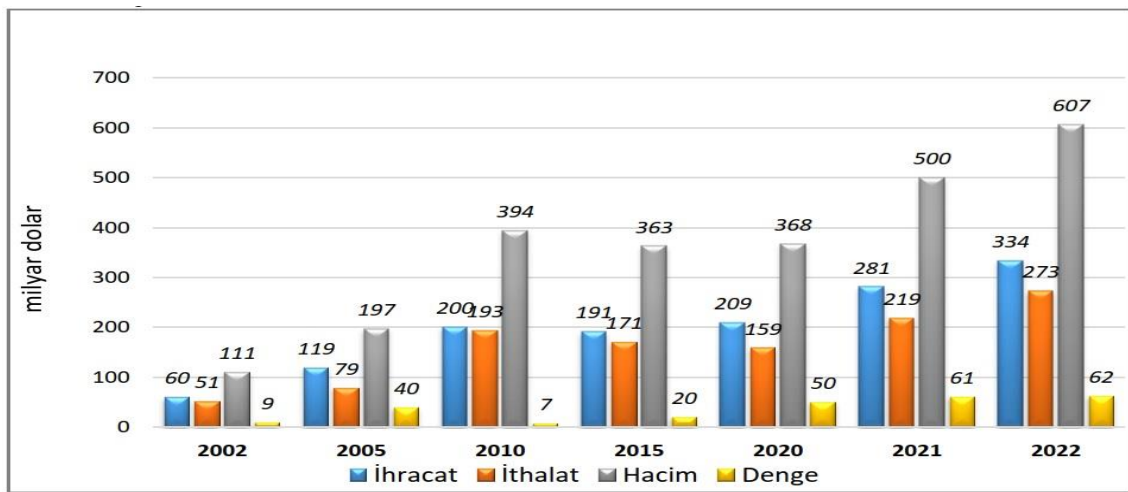
BRIC ülkeleri (Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin) yüksek büyüme potansiyeli, geniş nüfusları ve ekonomik açıdan önemli rolleri nedeniyle uluslararası ekonomide dikkat çekmektedirler. BRIC ülkeleri, küresel ekonominin dinamiklerini etkileyen güçlü ekonomilere sahip bulunmaktadırlar. Ancak siyasi istikrarsızlık, altyapı eksiklikleri ve gelir eşitsizliği gibi zorluklar da bu ülkelerin karşılaştığı konular arasında bulunmaktadır.



Şekil 2.19. BRIC Ülkelerinde büyüme

Şekil 2.19.'a bakıldığında BRIC ülkeleri ekonomilerinde 2021 yılında büyümeler gerçekleştiği görülmektedir. Brezilya ekonomisi güçlü bir toparlanma yaşamış, ardından yavaşlamaya başlamıştır. Hindistan ekonomisinde büyüme daha ılımlı bir düzeyde seyretmektedir. Rusya ekonomisi savaşın ve uygulanan ambargoların etkisinde değişimler göstermektedir. Çin'in büyümesinde görülen yavaşlama, dünya ekonomisini ve gelişmekte olan ülke ekonomilerini etkilemektedir.

Brezilya, doğal kaynakları ve tarım ürünleri ile öne çıkmaktadır. Madencilik, tarım, enerji ve otomotiv sektörleri ekonomisinin temel direkleri arasında yer almaktadır. Ayrıca Brezilya'nın geniş iç pazarı da dikkat çekmektedir.



Şekil 2.20. Brezilya'nın dış ticaret göstergeleri

Şekil 2.20.'ye bakıldığında Brezilya'nın ihracatı bir önceki yıla göre 2022 yılında %19,1 oranında artarak 334 milyar dolar olurken, ithalatı %24,3 oranında artarak 273 milyar dolar seviyesine çıkmıştır.

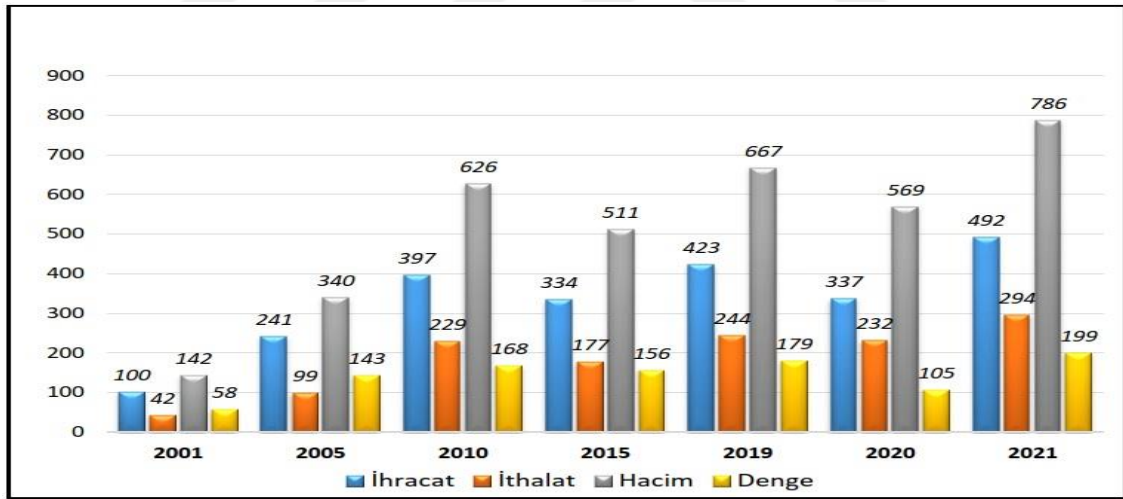
2021 yılındaki %4,6 oranındaki güçlü toparlanmayla birlikte, Brezilya'da GSYH büyümesinin 2022'de önemli ölçüde yavaşlayarak %2,8 oranında, 2023 yılında ise %1,0 oranında gerçekleşmesi beklenmektedir. 2022 yılının ilk yarısında yükselen enflasyon, Rusya – Ukrayna savaşı ve daha sıkılaştıran finansal koşullar sebebiyle, iç talepte sert bir şekilde gerilemeler olmuştur (OECD, 2022).

2022 yılında dünya çapında ihracatta %1,4 payla 24. sırada bulunan Brezilya, ithalatta ise %1,1 payla 25. sırayı işgal etmektedir. Geleneksel olarak Avrupa Birliği ve Amerika kıtası gibi piyasalara odaklanan Brezilya, son yıllarda Orta Doğu ve Körfez, Afrika, Asya ve Doğu Avrupa gibi bölgelere yönelik ihracatını büyük ölçüde artırmıştır.

Küresel ticarete giderek daha fazla önem kazanan Güney-Güney ticareti olarak adlandırılan bu eğilim, Brezilya'nın payını önemli ölçüde artırmıştır. Bu başarıyı, ihracat ürünlerini çeşitlendirerek ve geleneksel pazarların ötesindeki piyasalara yönelerek elde etmiştir. Tarım ürünlerinin yanı sıra demir, uçak, makine, otomotiv, kimyasallar, kâğıt, elektrik-elektronik ve ayakkabı gibi endüstriyel ürünler de Brezilya'nın öne çıkan ihracat kalemleri arasında yer almaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).

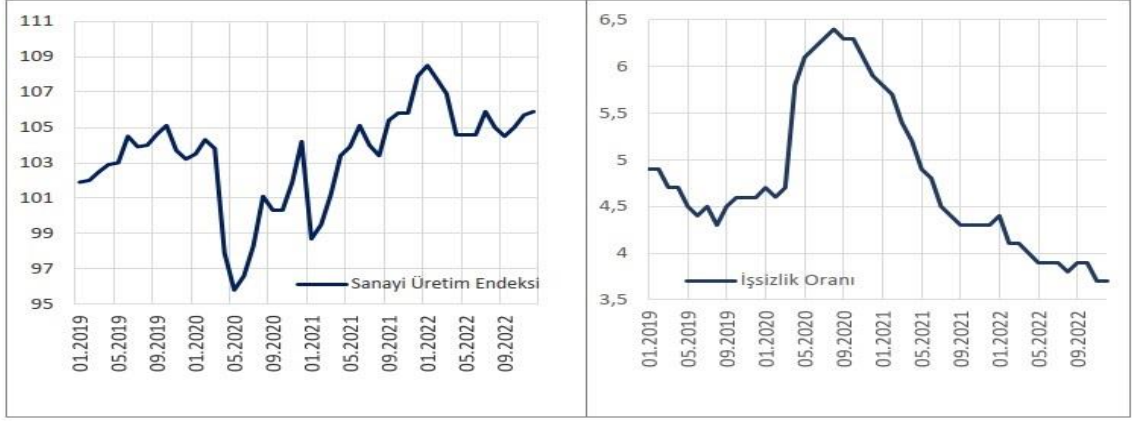
2022 yılı Şubat ayında Ukrayna'yı işgal eden Rusya'nın başlattığı savaş, Rusya ekonomisini derinden etkilemektedir. Rusya'ya uygulanan kapsamlı ambargo ve finansal yaptırımlar, enflasyonun yükselmesine ve ekonomik aktivitenin keskin bir şekilde yavaşlamasına neden olmuştur. 2021 yılında %4,7 büyüyen Rusya ekonomisinin, 2022 ve 2023 yıllarında sırasıyla %3,4 ve %2,3 daralacağı öngörülmektedir (OECD, 2022).

Rusya, enerji kaynakları ve doğal gaz rezervleri ile bilmektedir. Enerji ihracatı ve madencilik sektörü ekonomisini şekillendirmektedir. Rusya aynı zamanda savunma sanayisi, uzay teknolojileri ve diğer sektörlerde de faaliyet göstermektedir.



Şekil 2.21. Rusya'nın dış ticaret göstergeleri

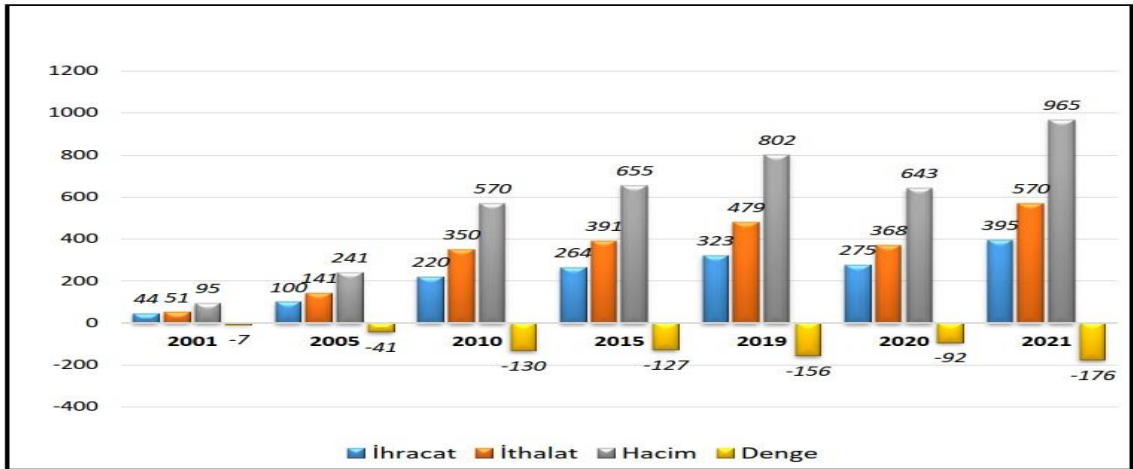
Rusya 2021 yılında ihracatını bir önceki yıla göre %46 oranında artırmış ve yapmış olduğu 492 milyar dolarlık ihracatla dünyada 13. sırada yer almıştır. İthalatı ise yine aynı dönemde %27 oranında artış göstererek 294 milyar dolarlık ithalatla dünyada 21. sırada yer almıştır. 2021 yılında ülke ihracatında ham petrol ve petrol ürünleri %36,8 oranı ile en önemli ihraç ürünü olmuştur (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).



Şekil 2.22. Rusya sanayi üretim endeksi ve işsizlik oranı

Rusya'nın ekonomisi, 2022'nin Kasım ayında yıllık bazda %4 oranında küçülmüştür. Bu durum, Ukrayna'yı işgal etmesi üzerine Batı'nın uyguladığı kapsamlı yaptırımların ve iç talebin zayıflamasının etkisiyle, Rusya ekonomisinin art arda yedi ay boyunca daralmasına neden olmuştur. Rusya Merkez Bankası almış olduğu son kararlarında, Rus ekonomisinin büyümesinin önündeki engellerin askeri seferberliğin sonucu olan işgücü eksikliklerinden meydana geldiğini işaret etmiştir. 2022 yılının Aralık ayında Rusya'da sanayi üretimi yıllık bazda %4,3 oranında gerilemiştir. Bu gerileme, endüstriyel üretimde üst üste dokuzuncu kez gerçekleşen ve Ekim 2020'den bu yana yaşanan en keskin gerileme olmuştur (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

Hindistan, genç nüfusu ve hızlı büyüme potansiyeli ile dikkat çekmektedir. Bilgi teknolojileri, hizmet sektörü ve tekstil gibi alanlarda etkili bir ekonomiye sahip olmakla birlikte inovasyon ve dijitalleşme konularına da odaklanmaktadır.

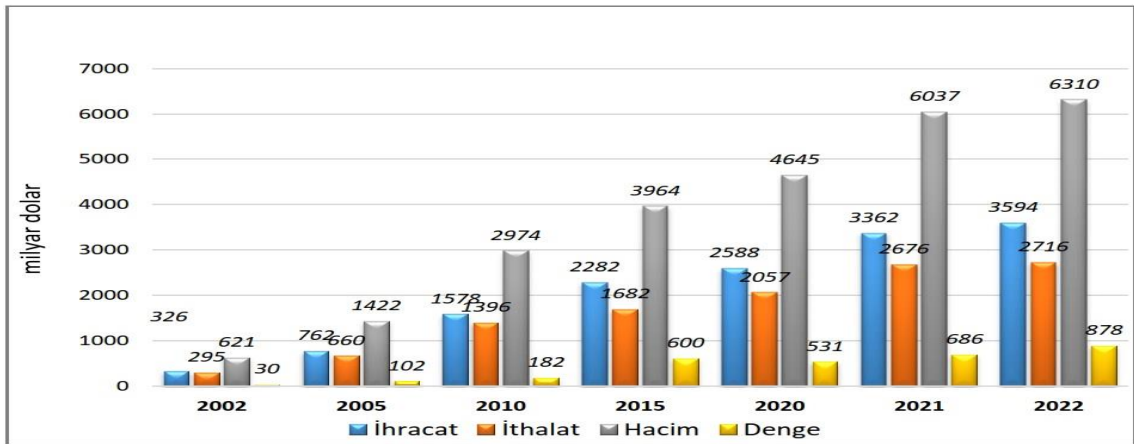


Şekil 2.23. Hindistan'ın Dış Ticaret Göstergeleri

Şekil 2.23'e bakıldığında Hindistan ihracatı 2021 yılında bir önceki yıl ihracat verilerine göre %43 oranında artarak 395 milyar dolar olduğu görülmüştür. Aynı dönemde ülke ithalatı %55 artış oranıyla 570 milyar dolara ulaşmıştır. 2021 yılı itibariyle dış ticaret hacmi %50,1 oranında artmış ve 965 milyar dolar seviyesine çıkmıştır. Dış ticaret açığı %93,1 oranında artış göstererek 176 milyar dolar olmuştur.

2021 yılında ülkenin başlıca ihracat ürünleri binek araçlar, işlenmemiş alüminyum, işlenmiş petrol ürünleri, telefon cihazları, otomotiv aksam ve parçaları, ilaçlar, mücevherat, elmaslar, pirinç, kabuklu hayvanlar, pamuk ipliği ve demir-çelik yassı ürünler olmuştur. Hindistan'ın son 3 yıldaki reel büyüme oranlarının 2019 yılında %3,7, 2020 yılında %6,6 ve 2021 yılı itibariyle ise %8,7 olduğu görülmektedir. IMF'nin yaptığı tahminlere göre, Hindistan ekonomisinin 2022 yılında %6,8 oranında, 2023 yılında %6,1 oranında ve 2024 yılında ise %6,8 oranında büyüme göstermesi beklenmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022). 2022 yılında Hindistan ekonomisinde %6,8 oranında büyüme gerçekleşmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).

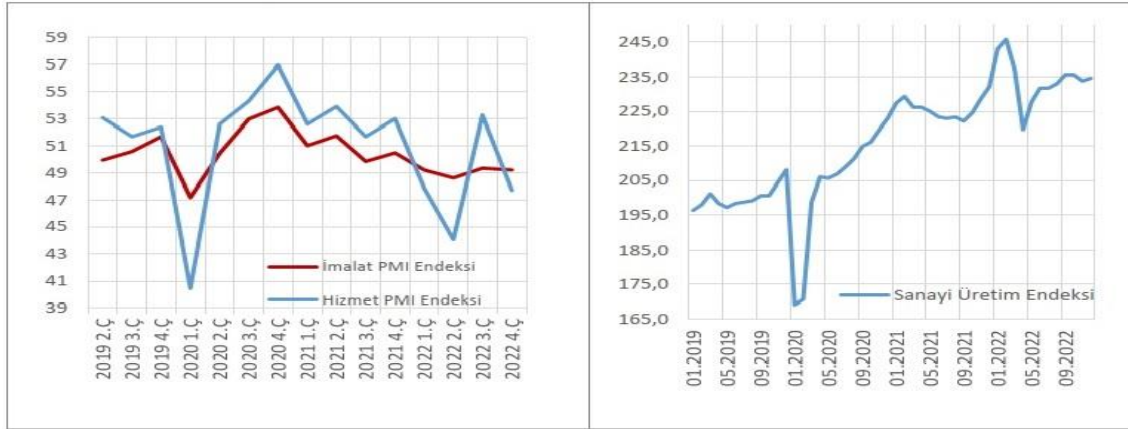
Çin, Uzakdoğu'nun en büyük ekonomisine sahiptir ve dünyanın en büyük ihracatçılarından biri konumundadır. Çin, imalat sektöründe büyük bir rol oynar ve düşük maliyetli üretimiyle tanınmaktadır. Aynı zamanda yüksek teknoloji ürünleri ve elektronik eşyalar gibi sektörlerde de büyümeye odaklanmaktadır.



Şekil 2.24. Çin'in dış ticaret göstergeleri

Çin 2022 yılında dünyada ihracatta 3.594 milyar dolar ile birinci, ithalatta 2.716 milyar dolar ile ikinci sırada yer alarak en yüksek dış ticaret fazlası ve en büyük dış ticaret hacmine sahip ülke konumundadır. Çin yine aynı dönemde imalatta ve otomobil üretiminde dünyada ilk sırada yer almaktadır. Ülkenin en önemli ihraç ürünleri arasında

motorlu kara taşıtları ve aksesuarları, makineler, mineral yağ ve yakıtlar, mekanik alet ve cihazlar, elektrikli cihaz ve makineler, plastik ve plastikten üretilen ürünler ve ecza yer almaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022).



Şekil 2.25. Çin PMI ve sanayi üretim endeksi

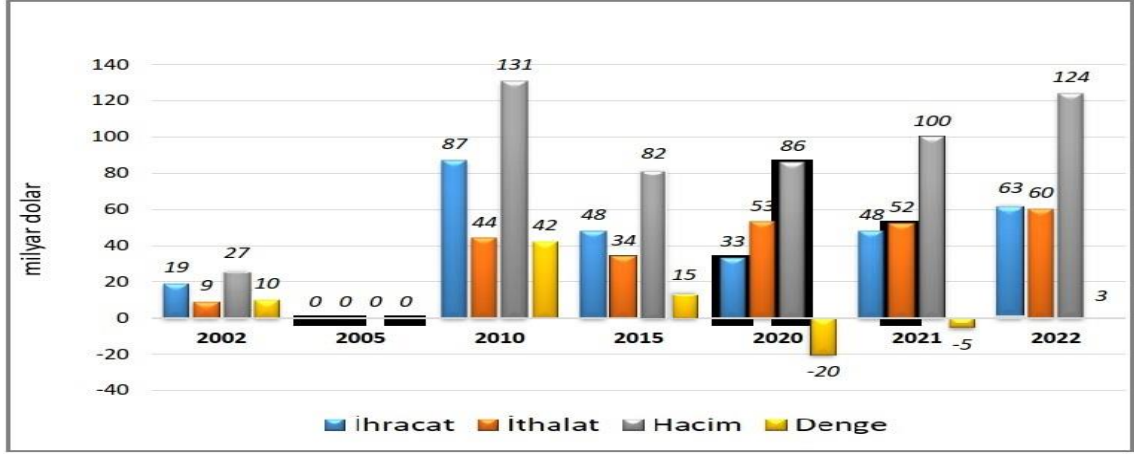
2022 yılında Çin ekonomisi, Covid-19 politikasında yaptığı değişiklikler sebebiyle dalgalanmalar yaşamıştır. Ülke ekonomisi, 2022 yılı dördüncü çeyreğinde %2,9 büyümüş, ancak yıl genelinde %3 büyümeye ile genel beklenti olan %5,5'in altında kalmıştır. Son çeyrekteki büyümenin, üçüncü çeyrekteki %3,9 büyümeye oranla belirgin bir şekilde düşmüş olması, ekonominin Aralık ayında “sıfır-Covid” politikasından hızlı bir şekilde çıkışından ve yaygın ulusal salgından olumsuz etkilendiğini göstermektedir. 2021 yılının dördüncü çeyreğinde gerçekleşen %4,0 büyüme oranı ile 2022 yılının dördüncü çeyreğinde gerçekleşen büyüme oranı karşılaştırıldığında, 2022’de büyüme daha düşük olmuş ve istikrarlı bir ilerleme sağlanamamıştır. Çin ekonomisi 2023 yılı için belirsiz bir durum gösterirken, olumlu koşullar altında 2023 yılı büyüme oranının %6,0’yı aşması beklenmektedir.

Çin’in 2022 yılının Aralık ayında 2021 yılının Aralık ayına göre revize edilen dış ticaret fazlası, 93,21 milyar dolardan (ABD doları) 78,01 milyara düşmüştür. İhracatın %9,9 oranında düşmesiyle son üç yılın en büyük düşüşünün yaşanması gözlemlenirken, ithalatın %7,5 oranında daha hafif bir düşüş göstermesiyle üç ay üst üste düştüğü görülmüştür. 2022 yılının tamamında, Çin’in dış ticaret fazlası yıllık %31,0 oranında artış göstererek 876,91 milyar ABD dolarına yükselmiştir. Bu, ihracatın %7,0 ve ithalatın ise yalnızca %1,0 oranında artmasıyla, 1950 yılından bu yana kaydedilen en yüksek fazla değeri olmuştur (OECD, 2022).

2.1.3.5. Afrika Kıtası ülkeleri

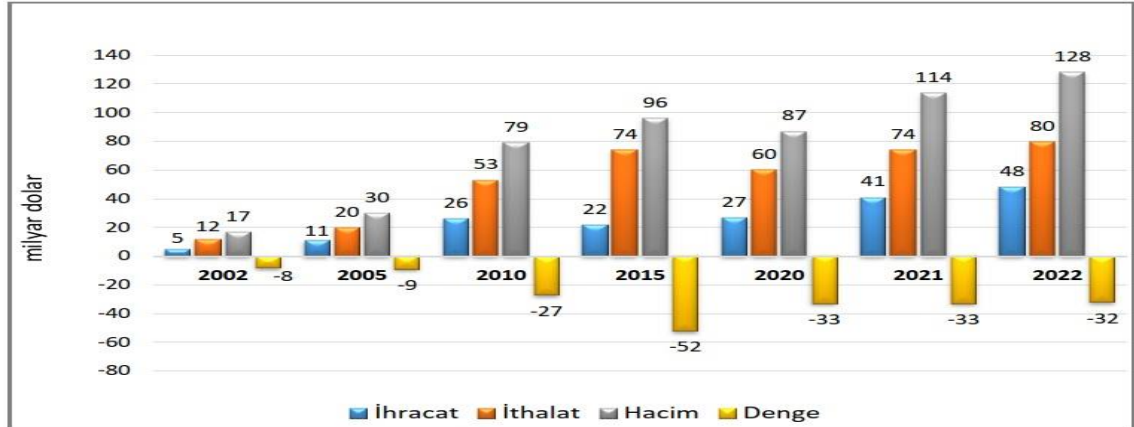
Afrika kıtası, büyük bir çeşitliliğe sahip olan ekonomileriyle dikkat çekmektedir. Zengin doğal kaynaklara sahip olmasına rağmen, ülkeler arasında büyük ekonomik farklılıklar bulunmaktadır. Tarım, madencilik, hizmet sektörü ve turizm, kıtanın ekonomik faaliyetlerinin temelini oluşturmaktadır. Birçok Afrika ülkesi, tarım ve hayvancılık gibi geleneksel sektörlerde faaliyet gösterirken, bu sektörler, genellikle ülke içindeki istihdamın büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Tarım ürünleri hem iç piyasa hem de dış ticaret için önemli bir kaynak olmaktadır. Madencilik, Afrika kıtasının ekonomik potansiyelinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Altın, elmas, petrol, kömür gibi doğal kaynaklar, bazı ülkelerin ihracat gelirlerinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Ancak bu kaynakların sürdürülebilir yönetimi ve gelir eşitsizliği konularında bazı zorluklar bulunmaktadır. Turizm, birçok Afrika ülkesi için önemli bir gelir kaynağı konumunda bulunmaktadır.

Afrika, 2020 yılında COVID-19 salgını sebebiyle 50 yıldan fazla süredir en kötü resesyonunu yaşayarak GSYH'sinde %2,1 oranında bir gerileme yaşamıştır. Pandeminin Afrika ülkelerindeki etkisi beklenen seviyelerden daha düşük olduğu için, 2020 yılındaki ekonomik durgunluk dünya genelindeki diğer kıtalardaki ülkelere kıyasla daha hafif seyretmiştir. Afrika, 2017 ve 2018 yıllarında petrol ve emtia fiyatlarındaki yükselişle birlikte dış ticaretinde bir toparlanma eğilimi göstermiştir. Ancak, 2020 yılında yaşanan COVID-19 salgınının etkisiyle, dış ticaret hacmi tekrar 2016 yılındaki seviyelerine gerilemiştir. Afrika'nın dış ticaret hacminde salgının etkilerinin azalması sonucunda, önümüzdeki dönemde tekrar yükseliş eğilimi görülmesi beklenmektedir. Afrika kıtası ülkelerinin toplam GSYH büyüklüğü 2020 yılı sonunda 2,3 trilyon ABD dolarına ulaşmıştır. Kıtanın en çok nüfusa sahip olan ülkesi olması ve dünyanın ilk 10 en büyük petrol ihracatçısı arasında bulunması sebebiyle, Nijerya, GSYH büyüklüğü bakımından 429 milyar ABD doları ile Kıta'da ilk sırada bulunmaktadır. Nijerya'yı GSYH büyüklüklerine göre ikinci sırada Mısır, üçüncü sırada Güney Afrika, dördüncü sırada Cezayir ve beşinci sırada Fas takip etmektedir (DEİK, 2021).



Şekil 2.26. Nijerya'nın dış ticaret göstergeleri

Şekil 2.26'da Nijerya'nın dış ticaret göstergelerine bakıldığında, ihracatı 2022'de 2021 yılına göre %31,2 artarak 63 milyar dolar olmuş, aynı dönemde ithalatı %15,3 artış göstererek 60 milyar dolar seviyesine çıkmıştır. 2022 yılında toplam ticaret hacmi 124 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

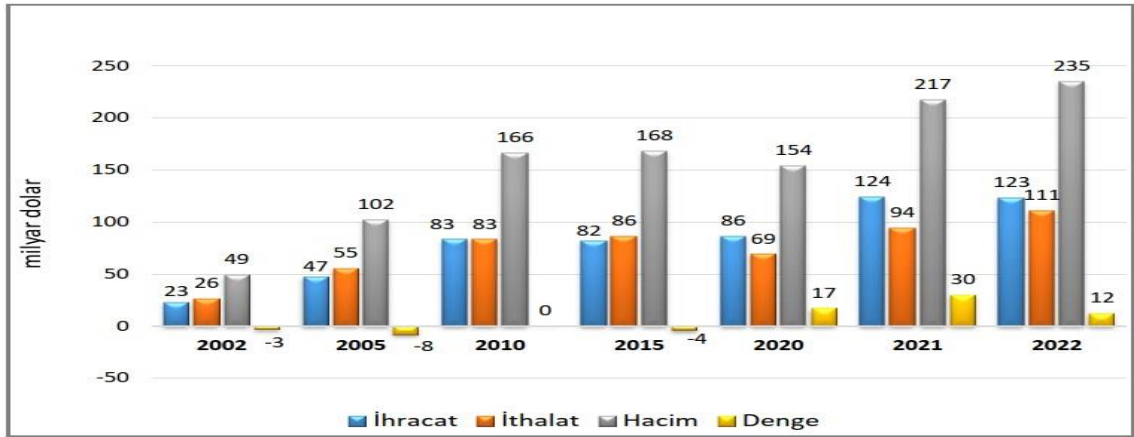


Şekil 2.27. Mısır'ın dış ticaret göstergeleri

Şekil 2.27'ye bakıldığında, Mısır'ın sürekli dış ticaret açığı verdiği görülmektedir. 2002-2022 yılları arası en fazla dış ticaret açığı 2015 yılında olup 52 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılından itibaren son üç yıllık süreçte ihracatını artırırken aynı şekilde ithalatı da artmıştır. 2021'de ihracatı 2020 yılına göre %51,8 artarak 41 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiş, ithalatı ise %23,3 oranında artarak 74 milyar dolara ulaşmıştır. 2022 yılında bir önceki yıla göre ihracatında ve ithalatında artışlar olduğu görülürken, ihracatı 48 milyar dolar ile %17 artış göstermiş, ithalatı ise 80 milyar dolar ile %8,1 artış göstermiştir. 2022 yılı itibarıyla dış ticaret

hacmi 2021 yılına göre %12,2 oranında artışla 128 milyar dolara ulaşırken, dış ticaretinde meydana gelen açık 2021 yılına göre %3 azalışla 32 milyar dolar olmuştur.

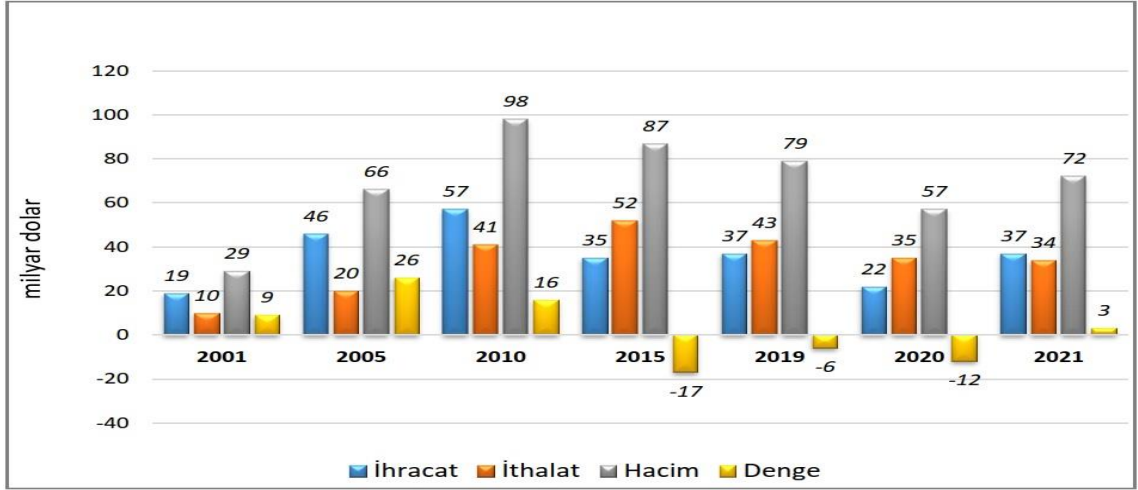
Mısır'ın bölge ülkeleri içinde sanayileşme oranının daha yüksek olması altın ve ham petrol üretiminin ekonomiye olan katkısından dolayıdır. Afrika ülkelerinde en çok dış ticaret açığı veren Mısır'dır (DEİK, 2021).



Şekil 2.28. Güney Afrika'nın dış ticaret göstergeleri

Şekil 2.28'e bakıldığında Güney Afrika Cumhuriyeti (GAC) dış ticareti 2020 yılına kadar açık verirken 2020 yılından itibaren fazla vermeye başlamıştır. 2021'de bir önceki yıla göre ihracatını %44,1 seviyesinde artırarak 124 milyar dolara çıkarırken, ithalatı ise %36,2 oranında artırarak 94 milyar dolara yükselmiştir. 2022 yılında bir önceki yıla göre ihracatında %0,8 oranında düşüş gerçekleşmiş ve 123 milyar dolar olmuştur. İthalatı ise artmaya devam ederek %18 oranında artış göstermiş ve 111 milyar dolar seviyesine çıkmıştır. 2022 yılında 235 milyar dolarlık dış ticaret hacmine ulaşan GAC 12 milyar dolarlık dış ticaret fazlası vermiştir.

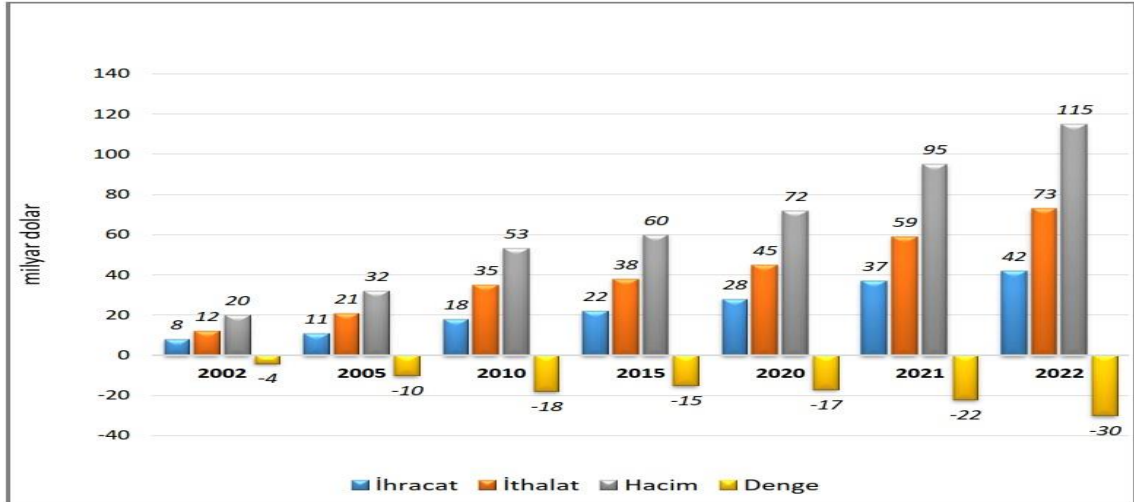
Sahra-altı Afrika ülkelerine yönelik bir açılım noktası olarak değerlendirilen GAC, son yıllarda bölge ülkeleriyle gelişen ticari ilişkileriyle dikkat çekmektedir. Kıtada siyasi ve ekonomik alanda önemli uluslararası örgütlenmelerin artması, GAC'ın da bu alandaki rolünü önemli hale getirmiştir. İthalat politikası uzun yıllar boyunca ikameci ve sıkı tarife korumacılığı odaklı olsa da, GAC ekonomisi 1990'lardan itibaren liberalleşme süreciyle değişim göstermiştir. Aynı zamanda, Sahra-altı Afrika'daki transit ticaretin ana geçiş noktalarından biri olması sebebiyle bölgeye açılan bir kapı olarak değerlendirilmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).



Şekil 2.29. Cezayir'in dış ticaret göstergeleri

Şekil 2.29'daki verilere bakıldığında, Cezayir'in 2001-2010 yılları arası dış ticaret fazlası verirken, 2015 yılından itibaren dış ticaret açığı vermeye başladığı, 2021 yılında ise dış ticaretinde toparlanma ile dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir. En fazla açığı 17 milyar dolarla 2015 yılında vermiştir. 2021 yılında 2020 yılına göre ihracatını %68,1 oranında artırmış ve 37 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. İthalatında ise %2,8 azalışla 34 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. 2021 yılı itibariyle 72 milyar dolarlık dış ticaret hacmine sahip olmuş ve 3 milyar dolar dış ticaret fazlası vermiştir.

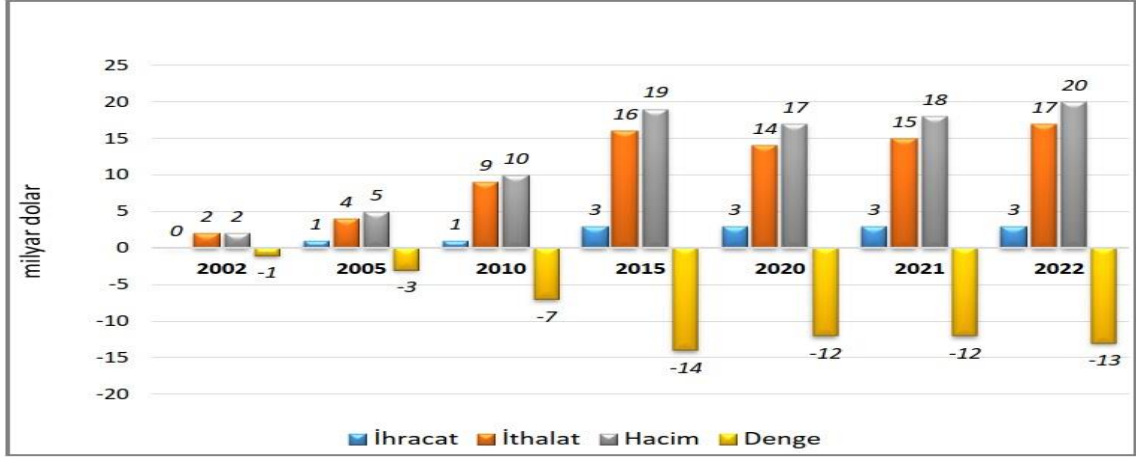
Cezayir'de, hidrokarbon sektörü ihracatının toplam ihracatın yaklaşık %95'ini oluşturduğu bilinmektedir. Ancak, son yıllarda petrol fiyatlarında yaşanan düşüşler nedeniyle ihracatın azaldığı gözlemlenmektedir. Cezayir, tarımsal üretimin ve sanayi alt yapısının yetersizliği nedeniyle birçok tüketim malını dışarıdan temin etmek zorunda kalmaktadır ve bu ihtiyaçlarını karşılamak için yıllar içinde ithalatını sürekli artan oranlarda gerçekleştirmektedir. Avrupa Birliği, Cezayir için en önemli ticaret ortağıdır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).



Şekil 2.30. FAS'ın dış ticaret göstergeleri

Şekil 2.30.'a bakıldığında Fas'ın 2002-2022 yılları arasında ihracatında artış olmasına rağmen aynı zamanda ithalatının da artması sonucu sürekli dış ticaret açığı verdiği ve bu açığın 2015'de gerileyip sonraki yıllarda tekrar arttığı görülmektedir. 2021'de ihracatındaki en büyük artışı gerçekleştirmiş, bir önceki yıla göre %32 oranında artırarak ve 37 milyar dolara çıkarmıştır. 2021 yılında ithalatı bir 2020 yılına göre %31 oranında artarak 59 milyar dolar olmuştur. 2022 yılında hem ihracatında hem ithalatında artışlar yaşanmakla birlikte ihracatı 2021 yılına göre %13,5 artışla 42 milyar dolar olurken, ithalatı ise yine aynı dönemde %23,7 oranında artarak 73 milyar dolara yükselmiştir. En fazla dış ticaret hacmine 2022 yılında ulaşmasına rağmen yine en fazla dış ticaret açığını 30 milyar dolarlık açık ile yine bu yılda vermiştir.

Fas, dünyanın en büyük fosfat rezervlerine sahip olmasının avantajını kullanarak ekonomisini sürdürmekte ve gelirini tarım, imalat, balıkçılık ve turizm sektörleri ile dış ülkelerde çalışan Fas vatandaşlarının getirdiği dövizlerden elde etmektedir. 1980'lerden itibaren IMF ve Dünya Bankası ile iş birliği yapan Fas, başarılı bir ekonomik reform sürecine girmiştir. Bu süreç kapsamında, dış ticaret sistemi serbestleştirilmiş, yeni yatırım yasaları oluşturulmuş, özelleştirme faaliyetleri başlatılmış ve bankacılık sektörü iyileştirilmiştir. Son on yılda Fas ekonomisi, tarım ve fosfat üretimine dayalı bağımlılığı azaltarak, imalat ve hizmet sektörlerinin Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYH) içindeki payını artırmıştır. Ancak tarım sektörü hala Fas ekonomisinin önemli bir parçasını oluşturmakta olup, GSYH rakamları, tarım sektörünün performansına bağlı olarak yıllar içinde dalgalanmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).



Şekil 2.31. Etiyopya'nın dış ticaret göstergeleri

Şekil 2.31.'e bakıldığında Etiyopya'nın 2021 ve 2022 yılı ihracat rakamı 3 milyar dolar olurken, 2022'de ithalat rakamı 2021'e göre %13,3 oranında artarak 17 milyar dolara ulaşmıştır. 2022 yılında dış ticaret hacmi 20 milyar dolar olarak gerçekleşirken dış ticaret açığı 13 milyar dolar seviyesine yükselmiştir.

Etiyopya, dünya genelinde en az gelişmiş ülkelerden biri olarak kabul edilir. Diğer az gelişmiş ülkeler gibi, Etiyopya'da da tarım sektörü önde gelen ve ekonominin genel performansını şekillendiren bir sektördür. Sanayi sektörü ise henüz gelişim aşamasındadır. Etiyopya'nın tarım dışı üretim kapasitesi sınırlıdır ve bu nedenle sanayi ürünlerinin önemli bir bölümünü ithal etmek durumundadır. Tarımsal ürünlerden elde ettiği ihracat gelirinin, sanayi ürünleri ithalatını karşılamaya yeterli olmaması sebebiyle Etiyopya sürekli bir dış ticaret açığı veren ülke konumundadır. 2014 yılından bu yana 10 milyar doların üzerinde olan dış ticaret açığının gelecekte de devam etmesi öngörülmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023).

Afrika'da, Pandemiye rağmen 2020 yılında en yüksek büyüme gerçekleştiren ülke %6,1 ile Etiyopya olmuştur. Tarımsal üretimde meydana gelen verimlilik artışı, ülkenin tamamında artan altyapı yatırımları ve Çin'in yatırımları sayesinde son 10 yıl içinde Etiyopya ekonomisi ortalama %10'a yakın bir büyüme kaydetmiş ve böylece Afrika'nın ekonomisi en hızlı büyüyen ülkesi olmuştur. Ülkede gelişen demiryolu ve karayolu altyapısı, uygun işgücü maliyetleri ve yoğun nüfus etkisiyle önümüzdeki yıllarda Etiyopya'nın Afrika'nın Çin'i olabileceği beklentisi yaratmaktadır. Bu durum, ülkenin ekonomik açıdan önemli bir gelişme kaydettiğini ve gelecekteki büyüme potansiyeline işaret etmektedir (DEİK, 2021).

2.2. Küresel Rekabet ve Türkiye Ekonomisi

Küresel rekabet, günümüzde uluslararası düzeyde büyük bir öneme sahiptir. Ülkeler arası ticaretin ve iletişimin artmasıyla birlikte firmalar, küresel arenada rekabet etmek zorunda kalmaktadırlar. Türkiye, coğrafi konumu ve çeşitli sektörlerdeki üretim yetenekleriyle uluslararası rekabette yer almaktadır. Özellikle tekstil, otomotiv, inşaat, gıda ve tarım gibi sektörlerde Türk firmaları dünya pazarlarında yer bulmaktadır. Türkiye, küresel rekabetin önemli bir yönü olan AR-GE harcamalarını artırarak ve teknolojiye yatırım yaparak rekabet avantajı elde etmeye çalışmaktadır. Ayrıca, dış ticaret politikalarını şekillendirerek uluslararası pazarlarda daha etkin olmaya çalışmaktadır. Ekonomik reformlar, yatırım çekme politikaları ve eğitim alanındaki gelişmeler, Türkiye'nin küresel rekabetçilik düzeyini artırmayı amaçlayan stratejiler arasında yer almaktadır.

2.2.1. Türkiye ekonomisindeki gelişmeler

Türkiye ekonomisi, son yıllarda önemli dönüşümler ve gelişmeler yaşamaktadır. Sanayi, tarım, hizmet sektörleri ve dış ticaretteki atılımlar, ekonominin şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Birçok sektörde yapılan reformlar ve yatırımlar, Türkiye'nin ekonomik büyümesini desteklemektedir. İnşaat, otomotiv, tekstil, teknoloji ve savunma sanayisi gibi sektörlerdeki başarılar, ülkenin uluslararası arenada rekabet edebilir hale gelmesini sağlamıştır. Türkiye, enerji sektöründe de önemli adımlar atmaktadır. Yenilenebilir enerji yatırımları, enerji bağımsızlığını artırmak için yapılan çabaları yansıtmaktadır. Aynı zamanda altyapı projeleri ve lojistik yatırımlar, ülkenin ticaret potansiyelini artırmaktadır. İhracatın çeşitlenmesi ve ticaretin genişlemesi, Türkiye'nin dış ticaret dengesini olumlu yönde etkilemiştir. Tarım ürünleri, hazır giyim, otomotiv ve savunma sanayisi gibi sektörler, Türkiye'nin ihracat portföyünü zenginleştirmektedir. Ancak Türkiye ekonomisi, bazı zorluklarla da karşılaşmaktadır. Enflasyon, cari açık, işsizlik ve döviz kuru dalgalanmaları gibi ekonomik göstergeler, hükümet ve ekonomi gündeminin öncelikli konuları arasında yer almaktadır.

Türkiye ekonomisi, küresel düzeyde etkili olan ve 2008 yılının ikinci yarısından itibaren ülke ekonomilerini etkileyen finansal krizden, alınan tedbirler ve sahip olduğu güçlü temeller sayesinde diğer ülkelere göre kısmen daha az etkilenmiştir. Bu durum

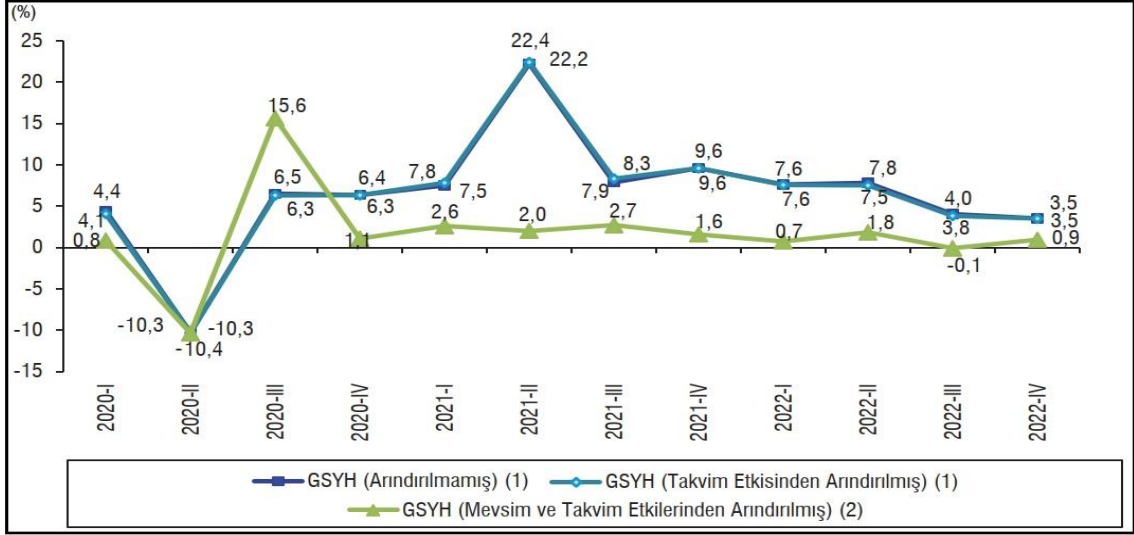
2010 yılı itibariyle Türkiye ekonomisinin hızlı bir toparlanma evresine girmesine imkân vermiştir. 2014-2018 yılları arası dönemde, Türkiye ekonomisinde sanayi ve hizmet sektörlerinin GSYH içindeki paylarında artışlar olurken, tarım sektörünün payında azalma olmuştur. 2018 yılında tarım sektörünün GSYH içerisindeki payı %5,8 oranında sanayi sektörünün payı %22,2 oranında ve hizmetler sektörünün payı ise %61,5 oranında olarak gerçekleşmiştir. Özellikle, sanayi sektörünün verimlilik artışlarındaki rolü, gelecek dönemlerde GSYH içerisindeki payının artış eğilimini sürdürmesinin büyük önem taşıdığı vurgulanmıştır (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).



Şekil 2.32. Türkiye'nin dönemler itibariyle GSYH büyüme oranları

2017 yılından itibaren Türkiye ekonomisindeki yavaşlama ve olumsuz eğilimler, 2019 yılında küresel ekonomideki yavaşlama, yerel seçimler ve jeopolitik gelişmelerin piyasalardaki belirsizlikle birleşerek daha da belirgin hale gelmiştir. 2019'un üçüncü döneminde Türkiye'nin büyüme hızı sadece %0,9 düzeyinde gerçekleşmiştir. 2020 yılında Türkiye ekonomisi son iki yılda giderek artan ekonomik durgunlukla birlikte zorlu bir döneme girmiştir.

Mart ayından itibaren Çin'in Wuhan kentinde başlayan ve dünya genelinde etkisini gösteren COVID-19 salgını, Türkiye'yi de derinden etkilemiştir. Salgının yayılımını engellemek için alınan tedbirler, sınır kapatmaları, uluslararası uçuşların durdurulması, seyahat kısıtlamaları ve karantina önlemleri gibi faktörler, iç ve dış talebi olumsuz etkileyerek ekonomik aktivitede yavaşlamaya neden olmuştur. 2020 yılının ilk çeyreğinde %4,5 büyüme kaydeden Türkiye ekonomisi, ikinci çeyrekte yaşanan ekonomik yavaşlama sonucunda %10,3 oranında küçülmüştür (TOBB, 2021).

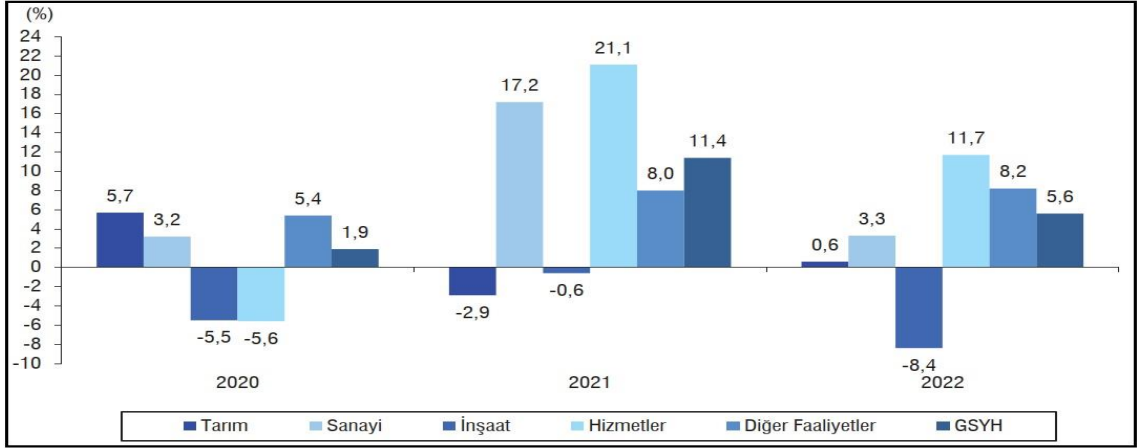


Şekil 2.33 Türkiye'nin dönemler itibarıyla GSYH büyüme hızları

- (1): Bir önceki yılın aynı çeyreğine göre değişim.
(2): Bir önceki çeyreğe göre değişim.

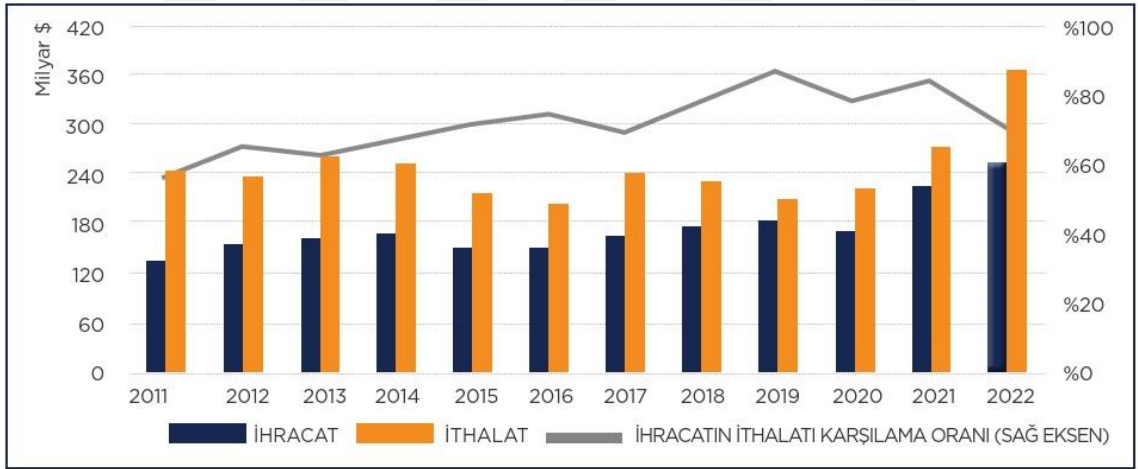
Türkiye ekonomisi, 2021 yılında COVID-19 salgınının ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik tedbir ve desteklerin yanı sıra, aşılama hızı bir şekilde yüksek oranlara ulaşılmasının etkisiyle %11,4 oranında büyüme göstererek son elli yılda gerçekleşen en yüksek büyüme hızına erişmiştir. Bu başarı, Türkiye ekonomisinin küresel kriz sonrası kesintisiz büyüme sürecini devam ettirerek önemli bir başarı elde etmesini sağlamıştır (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

2021'de yaşanan güçlü ekonomik büyüme, 2022'nin ilk çeyreğinde de devam etmiştir. Şubat ayında başlayan Rusya-Ukrayna savaşı, bölgesel tedarik zincirlerinde aksamalara ve enerji maliyetlerinde önemli artışlara yol açmıştır. Ancak bu risklerin Türkiye ekonomisine olan olumsuz etkileri sınırlı düzeyde kalmıştır. Yılın ilk çeyreğinde, artan yerli ve yabancı talebin etkisiyle Türkiye ekonomisi %7,6 oranında büyümüştür. İkinci çeyrekte, özel tüketim ve ihracatın büyümeye güçlü katkıları sayesinde büyüme hızı %7,8 oranında yükselmiştir. Dış talepteki azalma, ihracat tarafında ivme kaybına yol açmıştır ve iç talepteki yavaşlama da ekonomik büyüme üzerinde baskı yaratmıştır. Türkiye ekonomisinin büyüme hızı gerileyerek üçüncü çeyrekte %4, son çeyrekte ise %3,5 düzeyinde kalmıştır (TOBB, 2022).



Şekil 2.34 Türkiye'nin GSYH'nı oluşturan faaliyetlerin büyüme hızları

Şekil 2.34'e bakıldığında, 2022 yılında tarım sektöründe %0,6 oranında büyüme gerçekleşmiştir. İnşaat sektörü ise 2022 yılında %8,4 daralarak küçülmüştür. İmalat sektörü %3,3'lük bir büyüme sergilerken, hizmetler sektöründe ise %11,7'lik bir büyüme gerçekleşmiştir.



Şekil 2.35 Türkiye'nin yıllara göre ihracatı ve ithalatı

Şekil 2.35.'e bakıldığında, Türkiye'nin ihracatında ve ithalatında 2011-2014 yılları arasında artışlar olurken, 2015-2016 yıllarında gerileme yaşanmış, 2017'den itibaren artışlar olurken 2020'de ihracatında düşüş, ithalatında artış olmuş ve 2021'den itibaren tekrar artışlar başlamıştır. Türkiye ekonomisi 2011-2022 yılları arasında her yıl dış ticaret açığı vermiştir.

Tablo 2. 18. Türkiye'nin yıllara göre dış ticaret rakamları (Milyon Dolar)

YILLAR	İHRACAT		İTHALAT		DIŞ TİCARET		
	Değer	(%) Değ.	Değer	(%) Değ.	Hacim	Denge/Açık	İhr./İth. Karşılama Oranı (%)
2018	177.169	7,7	231.152	-3,2	408.321	-53.984	76,6
2019	180.833	2,1	210.345	-9,0	391.178	-29.512	86,0
2020	169.638	-6,2	219.517	4,4	389.155	-49.879	77,3
2021	225.214	32,8	271.426	23,6	496.640	-46.211	83,0
2022	254.210	12,9	364.395	34,3	618.605	-110.186	69,8

Kaynak: TB ve TÜİK

Tablo 2.18'e bakıldığında 2022 yılında Türkiye'nin ihracatı, 2021'e göre %12,9 oranında artarak 254,2 milyar dolar olurken, ithalatı ise %34,3 oranında artarak 364,4 milyar dolar olmuştur. 2022'de dış ticaret hacmi 2021 yılına göre %24,6 oranında artış göstererek 618,6 milyar dolar olurken, dış ticaret açığı %138,4 oranında artarak 110,1 milyar dolar (ABD doları) seviyesine ulaşmıştır. 2022 yılında ihracatının ithalatını karşılama oranı %69,8 oranında gerçekleşmiştir.

Tablo 2. 19. Türkiye'nin ülke gruplarına göre dış ticareti (Milyon Dolar)

	İHRACAT				İTHALAT			
	2021	2022	% PAY	% DEĞ.	2021	2022	% PAY	% DEĞ.
GENEL TOPLAM	225.214	254.210	100	12,9	271.426	364.395	100,0	34,3
A- AB-27*	93.053	103.104	40,6	10,8	85.383	93.294	25,6	9,3
B- DİĞER ÜLKELER	132.162	151.105	59,4	14,3	186.042	271.101	74,4	45,7
1- DİĞER AVRUPA (AB-27 Hariç)	31.465	36.828	14,5	17,0	44.758	88.316	24,2	97,3
2- AFRIKA	21.212	24.047	9,5	13,4	8.233	9.515	2,6	15,6
Kuzey Afrika	13.336	14.161	5,6	6,2	5.418	6.100	1,7	12,6
Diğer Afrika	7.876	9.887	3,9	25,5	2.815	3.414	0,9	21,3
3- AMERİKA	22.444	24.934	9,8	11,1	23.098	27.888	7,7	20,7
Kuzey Amerika	16.408	18.800	7,4	14,6	14.227	16.547	4,5	16,3
Orta Amerika ve Karayip Ülkeleri	2.443	2.777	1,1	13,7	1.099	1.421	0,4	29,3
Güney Amerika	3.593	3.357	1,3	-6,6	7.772	9.921	2,7	27,7
4- ASYA	55.588	63.640	25,0	14,5	84.368	109.628	30,1	29,9
Yakın ve Ortadoğu	38.355	45.231	17,8	17,9	16.126	21.689	6,0	34,5
Diğer Asya	17.234	18.410	7,2	6,8	68.242	87.939	24,1	28,9
5-AVUSTRALYA ve YENİ ZELANDA	1.128	1.089	0,4	-3,4	1.158	1.690	0,5	46,0
6- DİĞER ÜLKE ve BÖLGELER	325	566	0,2	73,9	24.428	34.064	9,3	39,4

Kaynak: TB ve TÜİK

*1 Şubat 2020 tarihi itibarıyla Birleşik Krallık (İngiltere), AB üyeliğinden ayrıldığı için AB-27 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 2.19'a bakıldığında, 2022 yılında 2021 yılına göre Türkiye'nin AB-27'ye ihracatı %10,8 oranında artarak 103,1 milyar dolar, Diğer Avrupa ülkelerine %17 oranında artarak 36,8 milyar dolar, Afrika'ya %13,4 oranında artarak 24 milyar dolar, Amerika'ya %11,1 oranında artarak 24,9 milyar dolar, Asya ülkelerine %14,5 oranında artarak 63,6 milyar dolar, diğer ülke ve bölgelere %73,9 oranında artarak 566 milyon dolar olurken, Avustralya ve Yeni Zelanda'ya %3,4 oranında azalarak 1 milyar dolar olmuştur.

Tablo 2. 20. Türkiye'nin seçilmiş ülke gruplarına göre dış ticareti (Milyon Dolar)

	İHRACAT				İTHALAT			
	2021	2022	% PAY	%DEĞ.	2021	2022	% PAY	%DEĞ.
OECD Ülkeleri	125.880	135.645	53,4	7,8	120.883	147.332	40,5	21,9
EFTA Ülkeleri	2.225	2.134	0,8	-4,1	3.955	16.434	4,5	315,5
Karadeniz Ekonomik İşbirliği	27.699	35.900	14,1	29,6	43.741	74.180	20,4	69,6
Ekonomik İşbirliği Teşkilatı	11.267	12.646	5,0	12,2	8.311	11.109	3,1	33,7
Bağımsız Devletler Topluluğu	13.625	18.473	7,3	35,6	34.042	65.772	18,1	93,2
Türk Cumhuriyetleri	7.206	8.048	3,2	11,7	4.943	7.120	2,0	44,0
İslam Konferansı Teşkilatı	56.662	65.009	25,6	14,7	30.548	40.292	11,1	31,9

Kaynak: TB ve TÜİK

Tablo 2.20'deki verilere bakıldığında 2022 yılında Türkiye en çok ihracatını 135,6 milyar dolar ile OECD ülkelerine yapmıştır. Daha sonra en fazla ihracatını ise 65 milyar dolar ile İslam Konferansı Teşkilatı ülkelerine yapmıştır. Aynı yıl verilerine göre en fazla ithalatı 120,8 milyar dolar ile OECD ülkelerinden yapmıştır.

Tablo 2. 21. Türkiye'nin 2022 yılında en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler (Milyon dolar)

İHRACAT						
SIRA NO*	ÜLKE	2021	% PAY	2022	% PAY	%DEĞ.
1	Almanya	19.311	8,6	21.145	8,3	9,5
2	ABD	14.720	6,5	16.882	6,6	14,7
3	Irak	11.126	4,9	13.753	5,4	23,6
4	İngiltere	13.704	6,1	13.010	5,1	-5,1
5	İtalya	11.473	5,1	12.352	4,9	7,7
6	İspanya	9.620	4,3	9.651	3,8	0,3
7	Fransa	9.111	4,0	9.534	3,8	4,6
8	Rusya Federasyonu	5.774	2,6	9.346	3,7	61,8
9	Hollanda	6.765	3,0	8.029	3,2	18,7
10	İsrail	6.356	2,8	7.033	2,8	10,7
LİSTE TOPLAMI		107.959	47,9	120.734	47,5	11,8
GENEL TOPLAM		225.214	100,0	254.210	100,0	12,9

Kaynak: TB ve TÜİK

*Sıralama, 2022 yılı değer büyüklüğüne göre.

Tablo 2.21’de ki verilere bakıldığında, 2022 yılında Türkiye’nin ihracat yaptığı ülkeler içinde ilk sırada 21,1 milyar dolar ile Almanya yer almıştır. İkinci sırada 16,8 milyar dolar ile ABD olmuştur. 2021 yılına göre ihracat oranında en fazla artışın olduğu ülke %61,8 oranı ile Rusya Federasyonu olmuştur. Türkiye 2022 yılında 2021 yılına göre toplam ihracatını %12,9 oranında artırarak 254,2 milyar dolara çıkarmıştır.

Tablo 2. 22. Türkiye’nin 2022 yılında en fazla ithalat gerçekleştirdiği ülkeler (Milyon dolar)

İTHALAT						
SIRA NO*	ÜLKE	2021	% PAY	2022	% PAY	%DEĞ.
1	Rusya Federasyonu	28.959	10,7	59.606	16,4	105,8
2	Çin	32.238	11,9	41.354	11,3	28,3
3	Almanya	21.726	8,0	24.034	6,6	10,6
4	İsviçre	3.055	1,1	15.393	4,2	403,9
5	ABD	13.148	4,8	15.230	4,2	15,8
6	İtalya	11.563	4,3	14.083	3,9	21,8
7	Hindistan	7.936	2,9	10.698	2,9	34,8
8	Fransa	7.932	2,9	9.429	2,6	18,9
9	Güney Kore	7.597	2,8	9.005	2,5	18,5
10	İspanya	6.312	2,3	7.005	1,9	11,0
LİSTE TOPLAMI		140.465	51,8	205.837	56,5	46,5
GENEL TOPLAM		271.426	100	364.395	100	34,3

Kaynak: TB ve TÜİK

*Sıralama 2022 yılı değer büyüklüğüne göre.

Tablo 2.22’ye bakıldığında 2022’de Türkiye en fazla ithalatı 59,6 milyar dolar ile Rusya’dan gerçekleştirirken, daha sonra en fazla ithalatı 41,3 milyar dolar ile Çin’den yapmıştır. 2022’de Türkiye’nin toplam ithalatında Rusya’nın payı %16,4 oranında gerçekleşmiştir.

Tablo 2. 23. Türkiye’nin geniş ekonomik sınıflamaya (BEC) göre ihracatı (Milyon dolar)

İHRACAT					
	2021	% PAY	2022	% PAY	% DEĞ.
Sermaye (Yatırım) Malları	24.841	11,0	29.100	11,4	17,1
Ara (Ham madde) Malları	115.184	51,1	133.360	52,5	15,8
Tüketim Malları	83.844	37,2	89.770	35,3	7,1
Diğerleri	1.346	0,6	1.906	0,7	41,6
TOPLAM	225.214	100,0	254.210	100,0	12,9

Kaynak: TB ve TÜİK

Tablo 2.23'te Türkiye'nin BEC'e (Geniş Ekonomik Sınıflama) göre ihracat rakamlarına bakıldığında, 2022 yılında sermaye mallarında 29,1 milyar dolarlık, ara mallarda 133,4 milyar dolarlık, tüketim mallarında ise 89,8 milyar dolarlık ihracat gerçekleşmiştir.

Tablo 2. 24. Türkiye'nin geniş ekonomik sınıflamaya (BEC) göre ithalatı (Milyon dolar)

İTHALAT					
	2021	% PAY	2022	% PAY	% DEĞ.
Sermaye (Yatırım) Malları	35.948	13,2	40.538	11,1	12,8
Ara (Ham madde) Malları	210.142	77,4	293.117	80,4	39,5
Tüketim Malları	24.947	9,2	30.483	8,4	22,2
Diğerleri	388	0,1	256	0,1	-33,9
TOPLAM	271.426	100,0	364.395	100,0	34,3

Kaynak: TB ve TÜİK

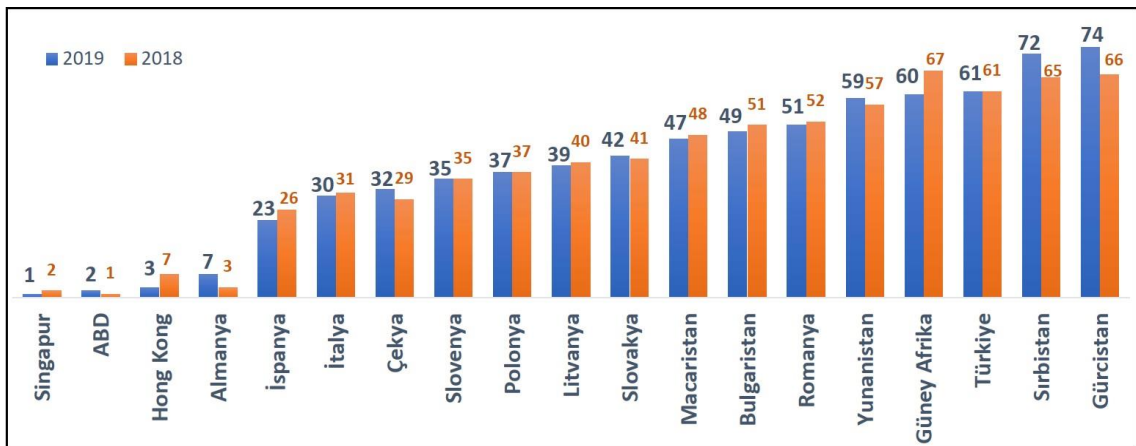
Tablo 2.24'te 2022 yılında Türkiye'nin BEC'e (Geniş Ekonomik Sınıflama) göre ithalat rakamlarına bakıldığında, sermaye mallarında 40,5 milyar dolarlık, ara mallarında 293,1 milyar dolarlık, tüketim mallarında ise 30,4 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiş olduğu görülmektedir.

2.2.2. Türkiye ekonomisinin uluslararası rekabet gücü

Türkiye, uluslararası ekonomik sahnede rekabet edebilme yeteneğine sahip bir ekonomi olarak dikkat çekmektedir. Türkiye'nin uluslararası rekabet gücü, çeşitli faktörlere dayanmaktadır. İyi gelişmiş sanayi altyapısı, tarım potansiyeli, genç ve nitelikli iş gücü, stratejik coğrafi konumu ve doğal kaynak zenginlikleri, ülkenin rekabet gücünü artıran unsurlar arasında yer almaktadır. Türkiye'nin tekstil, otomotiv, inşaat, tarım ürünleri ve hizmet sektörü gibi alanlarda gösterdiği üretim kabiliyeti, uluslararası arenada rekabet edebilirlik konusunda etkili olmaktadır. Aynı zamanda bilgi teknolojileri, yazılım ve savunma sanayii gibi yüksek katma değerli endüstrilere yapılan yatırımlar, inovasyon ve teknolojik ilerlemenin desteklenmesine yardımcı olmuştur. Dış ticaretteki çeşitlenme ve ticaret ortaklarının genişlemesi, Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünü artırmıştır. Serbest ticaret anlaşmaları ve ticaret engellerinin azaltılması, Türk ürünlerinin dünya pazarlarında daha rekabetçi hale gelmesini sağlamıştır. Ancak Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünü sınırlayan zorluklar da bulunmaktadır. İş gücü

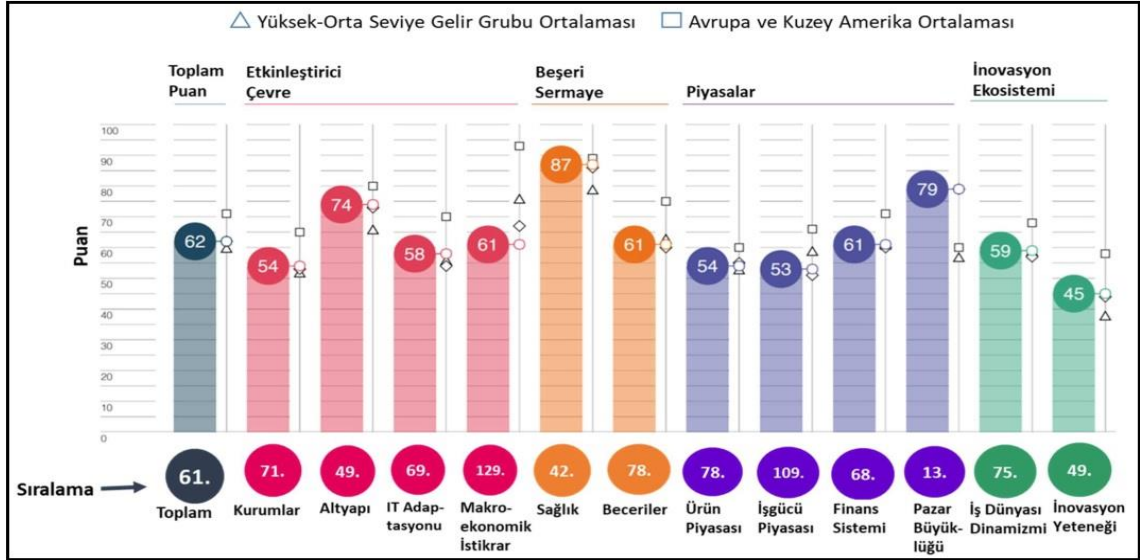
verimliliğinin düşük olması, bazı endüstrilerde teknolojik altyapının eksikliği ve bürokratik engeller, rekabet gücünün artırılması için çözülmesi gereken sorunlar arasında yer almaktadır.

Türkiye'nin On Birinci Kalkınma Planı çerçevesinde, temel hedefler arasında güçlü ve istikrarlı ekonomik büyüme ile birlikte sürdürülebilir bir şekilde cari işlemler dengesi, artış gösteren istihdam imkânları, bireylerden firmalara, sektörlerden devlete tüm alanlarda rekabetin geliştirilmesi ve verimliliklerin artırılması bulunmaktadır. Plan dönemindeki hedefler arasında bireyler, devlet, firmalar ve sektörler olmak üzere tüm seviyelerde rekabetin ve verimliliğin artırılması ve ayrıca teknolojik alanda dışa bağımlılığın azaltılması, üretim mekanizmalarının dönüştürülmesi ve verim artışlarına bağlı büyüme için imalat sanayiine odaklanan daha aktif sanayi politikalarının uygulanması bulunmaktadır. Bu politikalar çerçevesinde büyük ölçekte olan yatırımlara ve teknolojinin yoğun şekilde olduğu sektörler öncelik verilmesi hedeflenmekte ve değer unsurlarının tüm aşamalarına yönelik kalifiye işgücü ihtiyacının giderilmesi hedeflenmektedir. Türkiye, gelişmiş ülkelere kıyasla teknoloji geliştirme hususunda ve bu teknolojilerin üretken olarak kullanımı konusunda sınırlı yeteneklere sahiptir. Türkiye, teknoloji alanında dönüşümlere uyum sağlayabilmek için öncelikli alanlarda kalifiye işgücünü zenginleştirmeli, teknolojinin firmalara yayılımını artırmalı, firmaların yenilik ve organizasyon yeteneklerini geliştirmeli, ayrıca yeniliğin ve Ar-Ge faaliyetlerinin finansmanlarına yönelik etkin sistemleri devreye almalıdır. On Birinci Kalkınma Planı çerçevesinde bu hususlar, Türkiye'nin rekabet gücü elde etmesi açısından öncelikli konular olarak görülmektedir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).



Şekil 2.36. Türkiye'nin 2019 yılı küresel rekabetçilik sıralamasındaki yeri

Şekil 2.36'ya bakıldığında, Dünya Ekonomik Forumu'nun 2019 yılında 141 ülke arasında yapmış olduğu küresel rekabetçilik sıralamasında birinci sırada Singapur, ikinci sırada ABD, üçüncü sırada Hong Kong yer alırken Türkiye 61. sırada yer almıştır.



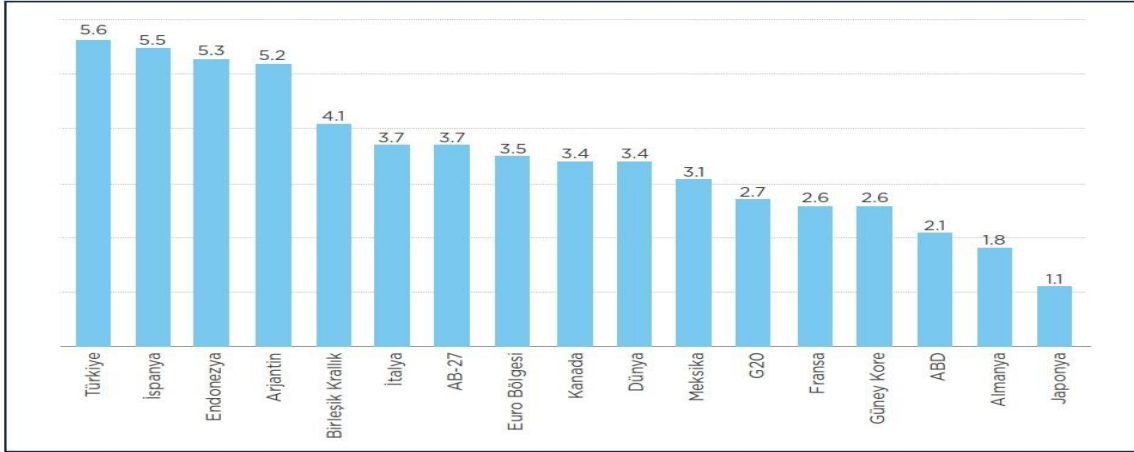
Şekil 2.37. Türkiye'nin 2019 yılı küresel rekabetçilik alanları sıralamasındaki yeri

Şekil 2.37'de, Türkiye'nin 2019 Yılı Küresel Rekabetçilik Alanları Sıralamasında piyasa büyüklüğü bakımından 79 puanla 13. sırada, sağlık alanında 87 puanla 42. sırada, inovasyon yeteneği alanında 45 puanla 49. sırada, finans sistemleri alanında 61 puanla 68. sırada, bilişim teknolojisi alanında 58 puanla 69. sırada, ürün piyasası sıralamasında 54 puanla 78. sırada, beceriler alanında 61 puanla 78. sırada, makro-ekonomik istikrar alanında 61 puanla 129. sırada yer almaktadır.



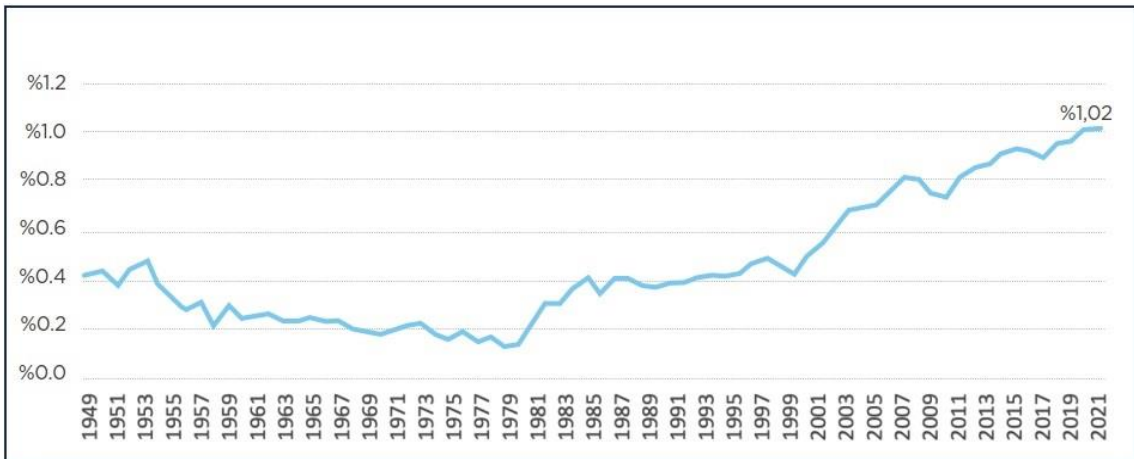
Şekil 2.38. Yıllara göre Türkiye rekabetçilik sıralaması

Şekil 2.38’de Türkiye’nin 2010-2019 yılları arası rekabetçilik sıralamasına bakıldığında, 2012 yılında 43. sıraya kadar yükseldiği, daha sonra bu yükselme 2016 yılına kadar düşüş şeklinde ilerlediği, 2017 de tekrar 53. sıraya yükselirken 2018 yılında 61. sıraya gerilediği ve 2019’da yine 61. sırada yer aldığı görülmektedir.



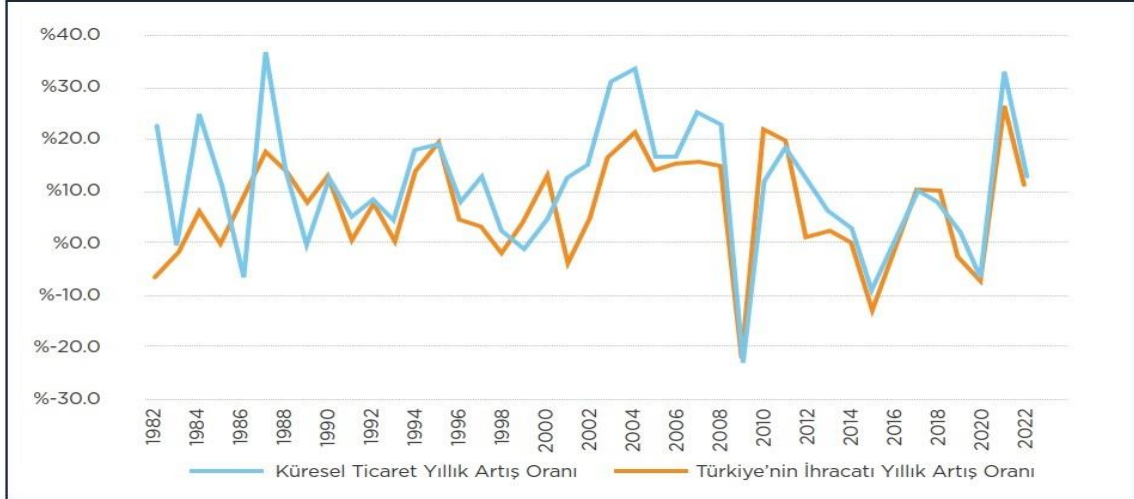
Şekil 2.39. 2022 Yılında ülkelerin yıllık büyüme oranları ve Türkiye (%)

Şekil 2.39’a bakıldığında Türkiye 2022 yılında %5,6 oranında bir büyüme oranıyla önemli bir başarı elde etmiştir. Bu rakam, Türkiye’nin dünya ekonomisinin %3,4 oranında, Euro Bölgesi’nin %3,5 oranında ve G20 ülkelerinin %2,7 oranında gerçekleştirdiği büyümeler göz önüne alındığında bu oranların üzerinde bir performans sergilediğini göstermektedir. Türkiye’den sonra en yüksek büyüme %5,5 ile İspanya, %5,3 büyüme ile Endonezya’da gerçekleşmiştir.



Şekil 2.40. Türkiye’nin küresel ticaretteki payı

Türkiye 2022 yılında göstermiş olduğu dış ticaret performansı ile küresel ticaretteki payını %1,01 seviyesinden %1,02 seviyesine çıkarmıştır. 2021 yılında ilk kez %1 seviyesi üzerine çıkan Türkiye, durgunluk kaygısı ve küresel taleplerde yaşanan düşüşlere karşı bu başarısını sürdürmüştür (TİM, 2023).



Şekil 2.41. Yıllara göre küresel ticaret ve Türkiye'nin ihracat artış oranı (Yıllık, %)

Şekil 2.41'e bakıldığında, yıllar itibariyle, küresel ihracat ile Türkiye'nin ihracatı arasında artış oranlarının paralellik gösterdiği gözlemlenmektedir. Özellikle son 20 yılın büyük kısmında, Türkiye'nin yıllık ihracat artış oranının küresel ihracat artış oranının üzerinde seyrettiği görülmektedir. Pandemi öncesinde bu karşılaştırma Türkiye'nin aleyhine gelişirken, pandemi sonrasında tekrar Türkiye'nin lehine dönmüştür. 2022 yılında küresel ticaret değeri %11,5 oranında artarken, Türkiye'nin ihracat değeri ise %12,8 oranında büyüme göstermiştir (TİM, 2023).

Tablo 2. 25 2023 Yılında Türkiye ihracatını etkileyebilecek faktörler

Kategori	İhracatı Etkileyebilecek Faktörler
Ekonomik	1. Küresel Ekonomik Büyüme Oranı
	2. Döviz Kurunda Dalgalanma
	3. Küresel Enerji ve Emtia Fiyatlarındaki Yükseliş
Jeopolitik	1. Rusya-Ukrayna Savaşı
Toplumsal	1. 2023 Genel Seçimleri
	2. Doğal Afetler

Kaynak: TİM

2023 yılında ekonomik faktörler içerisinde Türkiye'nin ihracat performansını önemli ölçüde etkileyebilecek olan faktör küresel ekonomik büyüme oranıdır. Diğer unsurlar ise döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalar ile küresel enerji ve ürün fiyatlarında görülen yükselişlerdir.

Türkiye'nin 2022'nin ilk yarısındaki Reel GSYH büyüme oranı yıllık %7,5 olarak gerçekleşerek OECD ülkeleri içinde en hızlı büyüyen ülkelerden biri olmuştur. İşgücüne katılım, pandemi öncesindeki seviyelere tekrar dönerken, işgücü piyasasında yaşanan olumlu gelişmeler özel tüketimde hareketliliği desteklemiştir. İhracatçılar, Asya tedarik zincirlerinde meydana gelen aksamalardan kaynaklanan fırsatları değerlendirerek başarı elde etmişlerdir. Aynı şekilde, turizm sektörü de 2022 yılında tamamen toparlanmıştır. 2023-2024 döneminde ekonomik büyümenin yıllık ortalama %3'e düşmesi tahmin edilmektedir. Aynı zamanda, sürekli yüksek enflasyon da hane halkının satın alma gücünü azaltarak tüketimi önemli ölçüde yavaşlatacaktır. Bu faktörlerin bir araya gelmesiyle ekonomideki büyüme hızının düşüş göstereceği öngörülmektedir. Rusya-Ukrayna savaşının, fiyatlar ve ekonomik etkinlikler üzerinde olumsuz etkilere neden olacağı düşünülmektedir. Rusya'dan Avrupa'ya yapılan enerji ihracatının tamamen durdurulması, Türkiye'nin ana ticaret ortaklarını ciddi şekilde etkileyecek ve bu da ihracat üzerinde baskı yaratabilecektir. Ürün fiyatlarında yükselmelerin olması, Türkiye'nin enerjide dışa bağımlı olması sebebiyle enflasyon üzerinde baskı oluşturacaktır. Yüksek oranda yapılan asgari ücret artışının, ek ücret ve fiyat baskılarını da beraberinde getirmesi beklenmektedir (TİM, 2023).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. İHRACAT PERFORMANSI, ÖLÇÜLMESİ VE BELİRLEYİCİLERİ

Bu bölümde ihracat performansının tanımı ve ölçülmesi açıklanacaktır. Daha sonra ise ihracat performansı ve dış ticaret teorileri açıklanacaktır. Bundan sonra ise ihracat performansının belirleyicileri olan firma içi faktörlerden firma özellikleri ve firma yönetiminin özellikleri ile firma dışı etkenlerden olan endüstri özellikleri ve dış ticaret politikaları ile ihracat performansını belirleyen makroekonomik faktörlerden gayri safi yurtiçi hâsıla, döviz kuru ve AR-GE faaliyetleri açıklanacaktır. En son kısımda ise COVID-19'un ihracat performansına etkisi açıklanacaktır.

3.1. İhracat Performansı ve Ölçülmesi

3.1.1. İhracat performansının tanımı

İhracat performansı, bir ülkenin veya bir işletmenin uluslararası piyasada gerçekleştirdiği ihracat faaliyetlerinin etkinliğini ve başarısını değerlendiren bir kavramdır. Bir ülkenin ihracat performansı, toplam ihracat hacmi, ihracatın milli gelire oranı, piyasa çeşitliliği, büyüme hızı gibi faktörlerle değerlendirilir. Bu göstergeler, bir ülkenin uluslararası ticaretteki rolünü ve başarısını yansıtır. Firmalar için ihracat performansı, genellikle ihracat gelirleri, ihracatın toplam satışlar içindeki payı, yeni piyasalara giriş gibi ölçülerle ifade edilir. Bu ölçüler, firmaların uluslararası piyasada ne kadar etkili olduklarını ve rekabetçi bir şekilde nasıl performans gösterdiklerini gösterir. İhracat performansı değerlendirmesi, stratejik kararlar almak, pazarlama stratejilerini belirlemek ve iyileştirmeler yapmak için önemlidir. Ayrıca, uluslararası pazarlarda rekabet avantajı elde etmek ve büyümek isteyen firmalar ve ülkeler için rehberlik sağlar.

İhracat performansını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Ülkelerin uluslararası ticaretteki başarısı, bu faktörlerin bileşimine bağlı olarak şekillenir. Öncelikle, üretim kalitesi ve ürün çeşitliliği ihracat performansını belirleyen temel unsurlardır. Kaliteli ve özgün ürünler, uluslararası piyasada talep görmeye daha yatkındır. Üretim maliyetleri ve ürün fiyatları da en önemli faktörler arasındadır. Ayrıca, ekonomik istikrar ve yatırım iklimi de ihracat performansını etkiler. İstikrarlı bir

ekonomi, firmaların uzun vadeli planlar yapmalarına ve yatırım yapmalarına imkân tanır. Bununla birlikte, ulusal ve uluslararası ticaret politikaları da önemlidir. Serbest ticaret anlaşmaları, gümrük vergileri, kotalar gibi politikalar ihracatı şekillendirir. Lojistik altyapı, taşıma maliyetleri ve gümrük işlemleri de ihracat performansını etkileyen diğer unsurlardır. Hızlı ve düşük maliyetli lojistik, ürünlerin uluslararası piyasada rekabetçi olmasına yardımcı olur. Piyasa araştırması ve kültürel uyum da unutulmaması gereken faktörlerdir. Hedef pazarın ihtiyaçlarına uygun ürünler sunmak, ihracat performansını artırabilir. Firmaların uluslararası piyasalara giriş stratejileri ve markalaşma çabaları da önemlidir. İyi bir pazarlama stratejisi ve güçlü marka kimliği, ürünlerin farkındalığını artırarak ihracat performansına katkı sağlar.

İhracat performansı ile ilgili yapılan çalışmalarda birçok tanımın yer aldığı görülmektedir. Anıl (2009:1), ihracat performansını, uluslararası piyasalara ürün veya hizmet ihracatı yapan firmanın, ihracat yapmaya yönelik gerçekleştirdiği işlemleri sonucunda elde edilen ekonomik, stratejik ve davranışsal çıktıların tamamı olarak tanımlamıştır. İhracat performansı, firmanın ihracatta başarılı olmasının göstergesidir. İhracat performans değerinin yüksek olması, firmanın sürekliliğine katkı sağlaması açısından da önemli olmaktadır. Bununla birlikte ihracat performansının değerinin yüksek olması, firma yöneticilerinin küreselleşen ve gittikçe büyüyen dünya ekonomisinde rekabet etmeye hazır olduklarının göstergesidir (Torlak vd., 2007:104). Çavuşgil ve Zou (1994:4), tarafından ihracat performansı, uluslararası piyasaya mal veya hizmet ihraç edilmesiyle ilgili olarak yapılan planlama ve ihracat piyasasına girişte uyguladığı stratejilerinin iktisadi ve stratejik olarak firma hedeflerinin ne kadarını gerçekleştirebildiğinin göstergesidir. Leonidou vd. (2002: 53), ihracat performansı, firmanın gerçekleştirdiği ihracat faaliyetleri sonucunda elde etmiş olduğu finansal, davranışsal ve diğer sonuçlar olarak ifade etmektedir. Atabay (2007), performansı, genel olarak amaçları belirlenmiş ve programlanmış bir etkinlik neticesinde elde edilen başarıyı nitel ya da nicel olarak tespit eden bir görüş olarak açıklamaktadır. Shoham'a (1998: 61) göre, firmanın uluslararası piyasalara yapmış olduğu satışlarının birleşik sonucudur.

3.1.2. İhracat performansının ölçülmesi

İhracat performansının ölçülmesi, bir ülkenin veya firmanın uluslararası piyasalarda başarısını değerlendirmek için kullanılan kritik bir süreçtir. Bu ölçüm, ihracatın hacmi, değeri, büyüme hızı ve piyasa payı gibi çeşitli faktörlere dayanır. İhracatın hacmi, belirli bir dönemde ihraç edilen mal ve hizmet miktarını ifade eder. Değer açısından bakıldığında, ihracat geliri veya kazancı önemli bir göstergedir. Büyüme hızı, ihracatın zaman içindeki artışını yansıtırken, piyasa payı ise belirli bir piyasada elde edilen toplam satışların piyasadaki toplam satışlara oranını ifade eder.

İhracat performansının ölçülmesi sadece nicel verilerle sınırlı değildir. Kalite, müşteri memnuniyeti, rekabet avantajı ve sürdürülebilirlik gibi nitel faktörler de göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca, piyasa çeşitliliği ve hedeflenen yeni piyasalara erişim gibi stratejik hedefler de değerlendirmeye dâhil edilmelidir. İhracat performansının doğru bir şekilde ölçülmesi, firmaların ve ülkelerin rekabet gücünü anlamalarına, eksiklikleri tanımalarına ve stratejik kararlar almalarına yardımcı olabilir. Bu ölçüm, gelecekteki planlamaları şekillendirmek ve ihracatın artırılması için stratejiler geliştirmek için önemli bir araçtır.

İhracat performansının ölçülmesinde literatürde kullanılan, üzerinde fikir birliğine varılmış tek bir ölçüm ve değişkenin olmadığı görülmektedir. İhracat performansı ölçütleri, literatürde, iktisadi olan ölçütler – iktisadi olmayan ölçütler, başka bir ifadeyle mali olan ölçütler - mali olmayan ölçütler (stratejik ve davranışsal ya da algısal) öznel ölçütler – nesnel ölçütler terimleriyle ifade edilmektedir (Katsikeas vd., 2000). Bijmolt ve Zwart (1994), mali olan ve mali olmayan ölçümlerin ve değişkenlerin birbirlerine göre çeşitli avantajları ve dezavantajları bulunduğunu, buna ek olarak, ihracat performansını ölçmek için bu iki tipteki değişkenlerin de kullanılması gerektiğini belirtmişlerdir. Sousa (2004), nesnel olan ölçütleri üç ana grupta toplayarak, bu grupların piyasa, satış ve kâr ile ilgili olduğunu belirtmektedir. Satış ile ilgili kullanılan ölçütler en çok kullanılan nesnel ölçüt olarak literatürdeki yerini almaktadır. En çok kullanılan temel ölçütler, ihracat yoğunluğunun artması ve ihracat satışlarının artış göstererek büyümesidir. Zou ve Stan (1998), incelemiş oldukları ihracat performansı literatüründe ölçüm için kullanılan değişkenlerin mali olan ve mali olmayan olarak ayrıldığını belirtmektedirler. Sousa (2004), 1998-2004 yıllarını kapsayan literatür taramalarında kullanılan elli farklı ihracat performansı göstergesinden

on bir adedinin nesnel ölçütler olduğunu açıklamaktadır. Çalışmalarda kullanılan öznel ihracat performansı değişkenleri firma yöneticilerinin, piyasa payı, ihracat satışları ve kârlılıklarla ilgili görüşlerini içermektedir. Bu yüzden ihracatta elde edilen başarının firma kârlılığını ve firma imajını artıracasına yönelik yönetici düşünceleri, ihracat performansının gelişmesine katkı sağlayacaktır (Zou ve Stan, 1998: 342). Yapılan çalışmalarda nesnel ihracat performans ölçütlerinin kullanılması bazı problemlere sebep olabilmektedir. Firmalar ilk başta ihracat eylemlerini iç piyasaya yaptıkları satışların büyümesi şeklinde düşündüklerinden, mali tablolarında yer alan yerel piyasa ile dış piyasa verilerinin doğruluğu konusu tartışılabilir. Diğer bir ihracat performansı ölçütü olan ihracat kârlılığı ise firmalarda kullanılan muhasebe uygulama şekillerine göre farklılıklar gösterebilir. Benzer durumlarda firmaların ihracat performanslarının kıyaslanmasında, satışların hacmi, piyasa payı ölçütleri veya satışların artması, endüstri ya da ürün gamlarındaki farklılıklardan etkilenebilir. Durumun böyle olması, nesnel ölçütlerle firmaların karşılaştırılmasını güç hale getirebilir (Katsikeas vd., 1996: 9-12).

3.2. İhracat Performansı ve Dış Ticaret Teorileri

Ülkeler arasındaki ticaretin ve ticaret politikalarının temel prensiplerini anlamamızı sağlayan teoriler dış ticaret teorileridir. Bu teoriler, ülkelerin ne tür ürünleri veya hizmetleri üreteceğine ve ihraç edeceğine dair stratejilerini şekillendirmelerine yardımcı olabilir. Eğer bir ülke sahip olduğu kaynaklar veya teknoloji nedeniyle belirli bir üründe veya sektörde rekabet avantajına sahipse, bu alanda yoğunlaşarak ve bu ürünleri ihraç ederek ihracat performansını artırabilir. Dış ticaret teorileri ayrıca serbest ticaret anlaşmaları, korumacılık ve diğer ticaret politikalarının etkilerini anlamamıza da yardımcı olur. Bu da ihracat performansını etkileyen faktörlerden biridir.

Smith'in "Ulusların Zenginliği" adlı 1776 yılında yayımlanan ünlü eseri ile iktisat bilimi ve özelde uluslararası ticaret teorisinin temelleri atılmıştır. Ricardo ise 1817'de Smith'in teorisinin geçerlilik alanını genişletmekle kalmamış, aynı zamanda günümüze kadar izlerini sürdüren etkiler bırakmıştır. 15. yüzyılda başlayıp 18. yüzyıla kadar süren ekonomi politikası süreci, Ticari Kapitalizm veya Merkantilizm olarak adlandırılmaktadır. Bu teori, servetin temelini oluşturan faktörü belirlemeyi hedefler. Merkantilistler, bir ülkenin zenginliğinin, sahip olduğu kıymetli madenlerle ölçüldüğüne inanır. Bu nedenle, hazineyi altın ve gümüşle doldurmak için çeşitli yollar

aranmıştır. Merkantilistler, bu amaca ulaşmak için uluslararası ticareti önemseyerek ülkeye değerli maden getirilen ihracatı desteklemiş ve ithalatı kısıtlayan politikalar uygulamışlardır. Böylece değerli maden stokunu artırmayı amaçlamışlardır. Bu teori, ilk olarak Adam Smith tarafından ortaya atılmıştır (Tezel, 1997: 63). İngiltere'de başlayan Merkantilizm, Fransa'da sanayici ve devletçi, İspanya'da külçeci, Almanya'da devlete ait malları koruma ve verimli bir şekilde yönetme, İngiltere'de ise ticari zenginleşme şeklinde farklı formlarda uygulanmıştır (Öztürk, 2010: 85-95). "İktisadi insan" olarak bilinen kavram, klasik liberalizme yön veren Adam Smith tarafından ortaya atılmıştır. Smith, "bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler" ilkesini ve "görünmez el" kavramını kullanarak ekonomik düşüncesini şekillendirmiştir. Merkantilistlerin düşüncelerinin aksine, Smith dünyadaki toplam servetin sabit olmadığını ve iş bölümü ile birlikte uzmanlaşmanın dünya kaynakları üzerinde verimliliği artıracığını savunmuştur. Ona göre dış ticaret yalnızca tek tarafın refahını değil, bununla birlikte her iki tarafın refahını ve ayrıca dünyanın refahını artıran bir etkiye sahiptir. Adam Smith, dış ticaretin dünya ekonomisine katkı sağlayarak zenginliği artırabileceğini öne sürmüştür (Smith, 1937: 479).

Merkantilizme karşı ilk ciddi eleştiriyi getiren isim David Hume olmuştur. Hume'a göre, bir ülkenin altın rezervlerinin artması, miktar teorisi çerçevesinde ülke içindeki para arzının yükselmesine yol açar ve bu durum ülke içindeki malların fiyatlarını artırabilir. Artan fiyatlar sonucunda ihracat azalırken, ucuz yabancı mallarının ithalatı artabilir. Bu durumda, ülkenin altın rezervleri ithalatta kullanılarak azalacaktır. Hume, bu durumu dile getirerek Merkantilistlerin altın ve gümüş stoklarının artırılmasının sürdürülebilir olmadığını ve dış ticarete serbest rekabetin önemini vurgulamıştır. Bu eleştiriyle Hume, Merkantilistlerin görüşlerine meydan okumuş ve serbest ticaretin faydalarını savunmuştur (Seyidoğlu, 2007: 22-23).

3.2.1. Klasik dış ticaret teorilerine göre

Klasik dış ticaret teorileri, ekonomistlerin uluslararası ticaretin temel prensiplerini anlamaya çalıştığı erken dönemde ortaya çıkmıştır. Bu teoriler, temel olarak iki önemli isim olan Adam Smith ile birlikte David Ricardo'nun çalışmalarına dayanmaktadır.

Smith'in "mutlak üstünlük" teorisi, ülkelerin daha düşük maliyetle üretebildiği mallarda uzmanlaşmasını ve bu malları ihraç etmesini önerirken, daha yüksek maliyetle üretilen malların ithal edilmesini savunur. Bu şekilde her iki ülkenin de uzmanlaştığı alanlarda daha verimli olması sağlanır.

Ricardo'nun "karşılaştırmalı üstünlük" teorisi, bir ülkenin diğer ülkeye göre belli mal veya hizmetlerde *daha fazla* üstünlüğe sahip olduğu durumda, bu alanlarda uzmanlaşmasını ve bu malları ihraç etmesini önerir. Buna karşılık diğer ülke, kendi daha üstün olduğu alanlarda uzmanlaşarak karşılığında bu malları ithal eder. Bu şekilde her iki ülkenin de refahı artar.

Klasik dış ticaret teorileri, bu temel prensipler etrafında dönerken, ilerleyen yıllarda ekonomik gelişmelere ve farklı teorilere evrilmiştir. Ancak, bu teoriler hala uluslararası ticaretin temel anlayışını oluşturan önemli temel taşları olarak kabul edilir.

Klasik dış ticaret teorileri, Fیزیokratların görüşlerine karşı bir tür karşı görüş olarak ortaya çıkmıştır. Bu teorilerin temelinde beş önemli varsayım bulunmaktadır. İlk varsayım, uluslararası düzeyde üretim faktörlerinin sabit ve hareketsiz olduğunu öngörür. İkinci varsayım ise, parayı nötr bir örtü olarak ele alır. Üçüncü varsayım, klasiklerin piyasaların tam rekabete sahip olduğunu düşündüğü bir temeli taşır. Dördüncü olarak, mübadele yapan ülkelerin aynı üretim tekniklerini kullandıkları varsayılır. Son olarak, beşinci varsayım ise mübadele için gereken ulaşım ve haberleşme masraflarını hesaba katmaz (Unay, 1997: 421).

3.2.1.1. Mutlak üstünlükler teorisi

Bu teori, bir ülkenin belirli bir mal veya hizmeti daha düşük maliyetlerle üretebildiği durumlarda, bu ürünü üreterek uluslararası ticarete rekabet avantajı elde edebileceğini savunan bir yaklaşımdır. Bu teori, bir ülkenin sahip olduğu doğal kaynaklar, beceriler veya teknolojik üstünlüklerin uluslararası ticarete nasıl bir rol oynayabileceğini açıklamayı amaçlar, uluslararası ticaretin işbölümünü ve uzmanlaşmayı teşvik ettiğini vurgular. Ülkeler, kendi mutlak üstünlüklerine dayalı olarak belirli ürünler veya sektörlerde uzmanlaşarak, dünya piyasalarında daha etkin bir oyuncu olabilirler.

Smith, (1937), bu teoriye göre, iki ülkenin olduğu bir modelde, eğer ülkelerden bir tanesi diğerine oranla belirli ürünleri daha düşük bir maliyetle imal ediyorsa, o

ürünlerin üretimi konusunda uzmanlaşmalıdır. Bu ülke, daha düşük maliyetle imal ettiği ürünleri ihracat yaparken iç maliyetleri yüksek olan ürünleri de ithalat etmelidir. Ancak, bu maliyet kavramı yalnızca homojen olduğu düşünülmekte olan emek unsurunu içermektedir (Seyidoğlu, 1999:17).

3.2.1.2. Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi

Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi, uluslararası ticaretin temelini oluşturan bir ekonomik teoridir. Bu teoriye göre, her ülkenin belirli ürünler veya hizmetler üretme konusunda doğal veya edinilmiş üstünlükleri bulunur. Ülkenin kaynaklarını en etkin ve verimli şekilde kullanarak bu ürünleri üretmesi, uluslararası ticarete rekabet avantajı sağlar. Bu teorinin uluslararası ticaret etkisi oldukça büyüktür. Ülkeler, kendi karşılaştırmalı üstünlükleri doğrultusunda uzmanlaşır ve bu ürünleri diğer ülkelere ihraç eder. Bu durum, ülkelerin daha fazla çeşitliliğe ve daha geniş bir tüketici kitlesine erişim sağlayarak ekonomik büyümeyi destekler.

Karşılaştırmalı üstünlükler, her ülkenin belirli sektörlerde uzmanlaşmasını ve bu sektörlerde dünya pazarlarında etkin bir oyuncu olmasını teşvik eder. Bu, küresel ticaretin canlı ve rekabetçi bir ortamda gerçekleşmesine imkân tanır.

Klasik ekonomistler, sermaye ve doğal kaynaklar gibi üretim faktörleri hakkında bilgi sahibiydiler; doğal kaynakları Allah'ın lütfu ve sermaye birikmiş emeğin sonucu idi. Dış ticaret kazançlarını açıklamak için önceki teorisyenlerin göz ardı ettiği talep unsuru üzerinde duran John Stuart Mill, daha sonra ise neoklasik ekonomistlerin geliştirdiği karşılıklı talep ilkesini ortaya koydu. Ayrıca, karşılıklı talebin teknolojik ilerlemeyi ve dış ticareti nasıl etkileyebileceğini belirtti. Mill'e göre, ihracat ürünlerine yeni ürünler eklemek veya ihracat ürünlerinin üretim maliyetlerini düşüren teknolojik ilerlemeler, ihracat ürünlerinin verimliliğini artırarak ülkenin karşılıklı taleple belirlenen ithalat ürünlerini daha düşük maliyetle elde etmesine imkân tanır. Bu durum, dış ticaret kazancını artırır. Teknolojik gelişmeler sayesinde bir ülke, hem ihraç edilen ürünleri çeşitlendirebilir hem de ithal ettiği ürünleri daha düşük maliyetle satın alarak dış ticaret kazancını artırabilir (Mill, 1848/1965: 593-601). Ricardo (1817/1971: 154), uluslararası ticaretin sadece mutlak üstünlüklere dayandırılmasının kapsamını daraltıcı etkilerini fark ettikten sonra, üretim maliyeti farkının yanı sıra *farklılığın derecesine* de odaklanmaya başlamıştır. Bu yaklaşıma göre, uluslararası ticaret, mutlak üstünlükler

yerine karşılaştırmalı üstünlüklere dayandırılmalıdır. Mesela, bir ülke diğerine kıyasla her alanda üstünlük sağlasa bile, karşılaştırmalı olarak *en büyük avantaja* sahip olduğu ürün veya hizmetlere odaklanarak uzmanlaşabilir, bunları ihraç edebilir ve *daha az üstünlüğe sahip olduğu* ürünleri ithal ederek refah seviyesini artırabilir.

3.2.1.3. Heckscher-Ohlin (Faktör Donatımı) teorisi

Heckscher-Ohlin Teorisi, uluslararası ticaretin temelini ülkelerin faktör donatımlarına (üretim faktörlerine) dayandıran bir ekonomik teoridir. Bu teoriye göre, ülkeler arasındaki ticaretin ana nedeni, ülkelerin sahip oldukları faktör donatımlarının farklılıklarıdır. Özellikle emek, sermaye ve toprak gibi faktörler, ticaret eğilimlerini belirleyen ana unsurlardır. Bir ülke sahip olduğu faktörlerin yoğun olduğu ürünleri daha verimli bir şekilde üretecektir. Bu nedenle, faktör donatımına göre avantajlı olduğu ürünleri ihraç edecek ve diğer ürünleri ise ithal edecektir. Teoriye göre, ülkeler arasındaki ticaretin amacı, farklı faktör donatımlarından en iyi şekilde yararlanarak üretim ve tüketimi optimize etmektir. Heckscher-Ohlin Teorisi, klasik ticaret teorilerine bir alternatif olarak ortaya çıkmış ve faktör donatımının ticaret üzerindeki etkilerini açıklamada önemli bir rol oynamıştır. Bu teorinin temel varsayımları arasında faktör hareketliliği olmaması yer almaktadır.

Heckscher (1919) ve Ohlin'in (1933) çalışmalarıyla geliştirilen Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi, temel eksikliğe yönelik katkılarıyla ortaya çıkmıştır. Bir ülkenin sahip olduğu üretim faktörlerinden hangisi daha zenginse, bu faktörün yoğun olduğu ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğü elde etmiş olur. Bu nedenle, ülke bu üretim faktörüne dayalı mallarda uzmanlaşarak onları ihraç ederken, kıt olan üretim faktörüne dayalı malları ise ithal eder. Heckscher-Ohlin teorisi, Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'ne ek olarak üretim faktörleri arasındaki farklılıkları vurgulayarak uluslararası ticaretin nedenini daha kapsamlı bir şekilde açıklar.

Faktör donatımı kavramı, bir ülkenin bünyesinde bulundurduğu üretim faktörlerini temel alarak emek ve sermayeyi dikkate alan bir yaklaşımı ifade eder. Bu çerçevede, ülkeler "emek-zengini" veya "sermaye-zengini" gibi sınıflandırmalarla ele alınırken, ürünler de "emek-yoğun" veya "sermaye-yoğun" olarak ayrıştırılır. Bu şekilde, ülkelerin sahip oldukları üretim faktörleri ve ürünlerin faktör yoğunlukları açısından farklılaştığı öne sürülür (Ohlin, 1933: 7-8). Bunun yanı sıra, bu teori, bir

ürünün üretim süreci ve teknolojisi tüm ülkelerde aynı kabul edilerek, teknolojik ilerlemenin ve artan verimliliğin dışlanmasını içerir. Yani, üretimde sabit verim şartlarının geçerli olduğu varsayılır (Heckscher, 1919: 278-280).

3.2.2. Yeni dış ticaret teorilerine göre

Faktör donatımı teorisi, gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler arasındaki *endüstriler arası ticareti* açıklarken, yeni dış ticaret teorileri ise gelişmiş ülkelerin kendi aralarında *endüstri içi ticareti* anlamayı amaçlar. Yeni dış ticaret teorileri, sermaye ve teknoloji yoğun sanayi ürünlerinin ticaretini açıklamaya odaklanırken, faktör donatımı teorisi tarım ürünleri, hammadde ve emek yoğun sanayi ürünlerinin endüstriler arası ticaretini açıklamak üzerine yoğunlaşır (Seyidoğlu, 2007: 101).

3.2.2.1. Monopolcü rekabet teorisi

Monopolcü Rekabet Teorisi, mikroekonomide önemli bir teoridir. Bu teori, firmaların farklılaşmış ürünler üreterek rekabet ettikleri bir ortamı açıklar. Her firma, *benzersiz* özelliklere sahip ürünleri tüketicilere çeşitli seçenekler halinde sunar. Bu farklılaşma, firmaların fiyat ve pazarlama stratejilerini şekillendirir. Monopolcü Rekabet, firmaların kısmen rekabetçi, kısmen de monopolistik piyasalarda faaliyet gösterdiği bir modeli ifade eder. Bu teori, ürün farklılaşmasının tüketici tercihleri ve fiyatlar üzerindeki etkilerini incelemekte ve sektörler arasındaki rekabet dinamiklerini anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Monopolcü rekabet teorisi, ürün farklılaştırması ve Bertrand'ın fiyat rekabeti kavramı üzerine temellenir. Bertrand fiyat rekabeti, firmaların kendi fiyatlarını belirlerken rakip firmaların fiyatlarını göz önünde bulundurarak kârlarını en üst düzeye çıkarmaya çalıştıkları bir rekabet modelidir. Aynı zamanda bu firmalar, mevcut rakiplerinin veya gelecekte girecek yeni firmaların ürünlerinin tam olarak ikame edilememesi için ürün farklılaştırması yaparlar. Böylece her bir firma, farklılaştırdığı ürün üzerinde neredeyse bir tekelci firma gibi davranabilir (Helpman ve Krugman, 1985: 35).

Ürün farklılaştırması, monopolcü rekabetin oluşmasında hayati bir rol oynar. Chamberlin, ürün farklılaştırmasını tanımlarken, bir satıcının aynı ürün kategorisinde

farklılaştırdığı ürününü müşterinin gözünde diğerlerinden farklı bir şekilde sunması gerektiğine işaret etmiştir. Bu farklılık, satılan üründe gerçekte var olabilecek özelliklerden biri veya müşterinin var olduğunu düşündüğü bir özellik olabilir. Ancak, esas olan nokta, müşterinin tercihini var olduğuna inandığı özelliğe sahip olan üründen yana kullanmasıdır. Böylece ürün farklılaştırması, firmalar arasındaki rekabeti artırarak monopolcü rekabet ortamını oluşturur (Davut, 1994: 44). Ürün farklılaştırmasının temel amacı, bir malın tüketici gözünde diğer mallardan farklı olduğu izlenimini oluşturmaktır. Bu amacı gerçekleştirmek için, malın özellikleri, marka imajı, ambalaj tasarımı, müşteri hizmeti gibi faktörler kullanılır. Ancak, ürün farklılaştırması sonucunda malın benzer özelliklere sahip diğer mallarla yakın ikame durumunda olması, yani aynı mal grubunda kalmaları mümkündür. Bu durumda, tüketici tercihlerini belirlemek ve piyasa payını artırmak için farklılaştırma stratejileri daha da önemli hale gelir (Koutsoyiannis, 1987: 238).

Monopolcü rekabet teorisi, sanayi malları sektörleri arasındaki ticareti ürün farklılaştırması ve ölçek ekonomileri kavramlarıyla açıklar. Bu teoriye göre, firmalar benzer ancak hafifçe farklılaştırılmış ürünler üretirler ve rekabetin büyük bir kısmı bu farklılaştırılmış ürünler arasında gerçekleşir. Aynı zamanda, firmaların büyük ölçekte üretim yapmaları, üretimde ölçek ekonomilerinden yararlanmalarına neden olur ve bu da ortalama maliyetleri düşürerek rekabet gücünü artırır. Monopolcü rekabet teorisi, farklılaştırılmış ürünlerin ticareti ve firmaların ölçek ekonomilerinden faydalanması sonucu sanayi içi ticareti açıklar (Helpman, 1981: 305- 340).

3.2.2.2 Tercihlerde benzerlik teorisi

Bu teori, uluslararası ticaretin temelinde ülkeler arasındaki benzer tercihlerin yattığını öne süren bir yaklaşımdır. Bu teoriye göre, ülkeler benzer tercihlere sahip oldukları ürünleri birbirleriyle daha fazla ticaret yaparak değiş tokuş ederler. Bu da özellikle kültürel yakınlığa sahip ülkeler arasında ticareti artırabilir.

Tercihlerde benzerlik teorisi, Brunstam Linder tarafından 1961 yılında geliştirilmiş olan bir dış ticaret teorisidir. Linder'e göre, her ülke iç piyasada yüksek talep gören malları üretme eğilimindedir. Zaman içinde bu ülkeler üretimde uzmanlaşarak avantaj sağlar ve bu malları benzer zevklere ve ihtiyaçlara sahip diğer ülkelere ihraç etmeye başlar. Linder, ülkelerin gelir seviyeleri yakınsa, zevklerin ve

ihtiyaçların da benzer olduğunu iddia eder ve bu nedenle uluslararası ticaretin genellikle benzer gelir seviyelerine sahip ülkeler arasında gerçekleştiğini belirtir. Ancak, Linder'in teorisi yeterince destek bulmamıştır. Gelir seviyeleri benzer olmasına rağmen tercihlerinin farklı olabileceği ülkeler mevcuttur. Mesela, Kuveyt ile A.B.D gibi gelir seviyeleri yüksek iki ülkenin ikili ticareti, toplam ticaretleriyle oranlandığında artış göstermemektedir. Bu da Linder'in teorisinin tüm uluslararası ticaret durumlarını açıklamada yeterli olmadığını gösterir. Ticarete tercihlerin ve diğer faktörlerin de rol oynadığı düşünülmektedir (El-Agraa, 1983).

3.2.2.3. rn dönemleri teorisi

Bu teori, bir ürünün yaşam döngüsü boyunca uluslararası ticaretin nasıl şekillendiğini açıklar. Bu teoriye göre, bir ürünün başlangıçta gelişmiş ülkelerde üretilip tüketildikten sonra, zamanla üretim maliyetlerinin düşmesiyle gelişmekte olan ülkelere kayabilir. Mesela, bilgisayarlar rn Dönemleri Teorisi'ne örnek olarak gösterilebilir. Bilgisayarlar ilk olarak gelişmiş ülkelerde geliştirilip üretildi. Ancak zamanla üretim teknolojileri geliştikçe ve maliyetler dştike, üretim gelişmekte olan ülkelere kaydı. Bugün birçok gelişmekte olan ülke, bilgisayar ve bileşenlerini üreterek uluslararası ticarete yer almaktadır.

John Cantwell (1995) tarafından yapılan çalışma ürün dönemleri teorisinin ilk uyarlamalarıyla ilgili yapılan iki hipotezi incelemeye yöneliktir. İlk hipotez, yeniliklerin her zaman ana firmanın ülkesinde gerçekleştiği iddiasını içerir. Ancak, ABD Patent Ofisi verilerine dayanan kanıtlar bu hipotezi rtmektedir. İkinci hipotez ise, teknolojik faaliyetlerin tarihsel olarak teknoloji liderleri tarafından yrtldği önermesine dayanır ve bu hipotez geçmişte gözlemlenen bir durumu yansıtır (Cantwell, 1995: 155-174). Raymond Vernon tarafından 1960'lı yıllarda geliştirilen rn Dönemleri Teorisi, Teknoloji Açığı Teorisi'nin aksine, ürünlerin standardizasyon aşamasını vurgular. Teknoloji Açığı Teorisi, yapılan taklit etme aşamalarındaki gecikmeleri ne çıkarırken, rn Dönemleri Teorisi, rnlerin standardizasyon aşamalarını vurgular (Salvatore, 1998: 168).

3.2.2.4. Teknoloji açığı teorisi

Bu teoriye göre, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki teknolojik farkın uluslararası ticarete etkisi önemlidir. Bu teoriye örnek olarak, gelişmiş ülkelerde yüksek teknoloji sektörlerindeki üstünlükler ve gelişmekte olan ülkelerde düşük teknoloji sektörlerindeki rekabet avantajları gösterilebilir. Mesela, gelişmiş ülkeler Amerika Birleşik Devletleri, Almanya ve Japonya yüksek teknoloji alanlarında üstünlüğe sahiptir. Bu ülkeler elektronik, ilaç, otomotiv ve makineler gibi yüksek teknolojili ürünlerde dünya çapında lider konumundadır. Bu ülkelerin gelişmiş AR-GE altyapısı, yüksek eğitilmiş işgücü ve teknolojik yenilikçilikleri, bu ürünleri üretme ve ihraç etme yeteneklerini artırır.

Gelişmiş ülkeler arasındaki ticaretin büyük bir bölümü, yeni ürünler ve üretim süreçleri temel alınarak gerçekleşmektedir. Bu tür ticaret genellikle, inovatif üretim tesislerinin bulunduğu gelişmiş ülkelerde gerçekleştirilir ve inovasyonlar patent ve fikri mülkiyet hakları yasaları ile koruma altına alınır. Yani, bir yeniliği ilk kez geliştiren kişi veya firma, bu inovasyonun sahibi olarak rekabet avantajı elde eder. Diğer ülkelerin bu teknolojileri izinsiz olarak kullanması yasalara aykırıdır. Bu nedenle, teknoloji açığı hipotezine göre, yeni bir ürün geliştiren gelişmiş ülkeler bu ürünün ilk ihracatçıları olurlar. Ancak daha sonra bazı ülkeler, teknolojik taklit yoluyla veya ürün serbest duruma geldikten sonra ucuz işgücü veya doğal kaynak üstünlükleri sayesinde bu ürünü daha düşük maliyetle üretebilirler. Bu durumda, bu ürün daha az gelişmiş ülkeler tarafından uluslararası piyasaya sunulmaya başlanır. İlk icat eden gelişmiş ülkeler, bu rekabetçi fiyatlarla rekabet edemedikleri için bu ürünleri az gelişmiş ülkelere ithal etmeye başlarlar (Aydın vd., 2004: 33).

M. V. Posner tarafından geliştirilmiş olan teknoloji açığı teorisi, yeni piyasaya sürülen ürünlerin üretim süreçlerine teknoloji tarafından sağlanacak katkılara odaklanmaktadır (Posner, 1961:323-341).

3.2.2.5. Ölçek ekonomileri teorisi

Bu teori, bir firmanın üretim ölçeğini artırdıkça ortalama maliyetlerin düşeceğini savunan bir yaklaşımdır. Bu teoriye göre, daha fazla üretim yaptıkça birim başına düşen maliyetler azalır ve rekabetçi avantaj elde edilir.

Ölçek ekonomileri, içsel ölçek ekonomileri ve dışsal ölçek ekonomileri olmak üzere iki ayrı kategoride incelenir. İçsel ölçek ekonomileri, firmanın kendi üretim ölçeğini genişlettiğinde ortalama maliyetlerin düşmesini ifade eder ve bu sonuç diğer firmaların üretim ölçeklerinden bağımsızdır. Bu tür ölçek ekonomilerine örnek olarak otomobil endüstrisi verilebilir. Dışsal ölçek ekonomileri ise, bir endüstride toplam üretim ölçeğinin artmasıyla (endüstrinin genişlemesi) her bir firmanın ortalama maliyetlerinde düşüşe neden olan avantajlardır. Bilgisayar endüstrisi ve yarı iletken çip imalatı gibi endüstriler, dışsal ölçek ekonomilerinin görüldüğü alanlara örnek olarak verilebilir (Seyidoğlu, 2007: 106-107).

3.2.2.6. Nitelikli işgücü teorisi

Nitelikli İş Gücü Teorisi, ülkeler arasındaki nitelikli işgücü beceri seviyelerinin uluslararası ticaret üzerindeki etkisini açıklayan bir yaklaşımdır. Bu teoriye göre, farklı ülkelerin sahip olduğu işgücü yetenekleri ve nitelikleri, üretimde uzmanlaşma ve uluslararası ticarete rekabet avantajı yaratma konusunda önemlidir. Mesela, gelişmiş ülkeler genellikle yüksek teknoloji ürünlerinde ve bilgi yoğun sektörlerde uzmanlaşabilirler. Amerika Birleşik Devletleri, Almanya ve Japonya gibi ülkeler, yüksek eğitim seviyesine sahip işgücü ile elektronik, otomotiv, ilaç gibi yüksek katma değerli ürünlerde rekabet avantajı elde edebilirler.

Nitelikli işgücünün yoğun olduğu mallar ile sermayenin yoğun olduğu mallar genellikle birbirine benzeyen ve çoğunlukla gelişmiş ülkeler tarafından üretilen ürünlerdir. Gelişmekte olan ülkelerde ise çoğunlukla nitelikli emek gerektirmeyen temel tarım ürünleri ile düşük katma değerli sanayi malları üretimine odaklanmaktadır (Oktay, 2005:51). Gelişmiş ülkeler arasında İngiltere'nin hem araba ihraç etmesi hem de ithal etmesi oldukça yaygın bir durumdur. Zhang'ın çalışmasında da uluslararası ticaretin sermaye ve işgücü kadar teknolojik gelişmelere de bağlı olduğu belirtilmiştir. Bu durum, ülkelerin teknolojik yetenekleri, yenilikçilik ve rekabet avantajları gibi faktörlerin uluslararası ticarete önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Zhang, 2000). Grubel ve Lloyd'un iddiasına göre, ülkeler, ürün farklılaştırması ve zevk değişiklikleri gibi nedenlerden dolayı aynı ürünü hem ihraç edebilir hem de ithal edebilirler (Gandolfo, 1998). Kenen ve Keesing, uluslararası ticareti işgücü becerisi ile açıklamaya çalışmışlardır. Bu varsayıma göre, nitelikli işgücüne sahip olan ülkeler, bu faktörün

ağırlıklı olduğu ürünleri ihraç ederken, niteliksiz işgücüne sahip olan ülkeler de daha kalitesiz ürünleri üretir ve ihraç ederler. Toprağı bol olan az gelişmiş ülkeler tarımsal ürünleri ihraç ederken, gelişmiş ve nitelikli işgücüne sahip olan ülkeler ise endüstri mallarını ihraç ederler. Bu teori, Heckscher ve Ohlin'in emek ve sermaye odaklı ticaret teorisine benzer ve işgücünü daha ayrıntılı olarak ele almıştır (Ulbrich, 1983).

3.3. İhracat Performansının Belirleyicileri

Literatürde ihracat performansına etki eden belirleyiciler, Leonidou (2002) tarafından yönetsel faktörler, stratejik faktörler, organizasyonel faktörler ve çevresel güçler, Lages (2000) tarafından iç faktörler ve dış faktörler, Zou ve Stan (1998) tarafından kontrol edilebilecek ve edilemeyecek iç faktörler ile kontrol edilemeyen dış faktörler, Çavuşgil ve Zou (1994) tarafından iç belirleyiciler ve dış belirleyiciler gibi kavramlarla sınıflandırılmıştır.

Bu çalışmada, ihracat performansının belirleyicileri, ihracat performansını belirleyen firma içi faktörler, firma dışı faktörler, makroekonomik faktörler olarak alınmıştır. Ayrıca, COVID-19 salgınının ihracat performansına etkisi de incelenmiştir.

İhracat performansını belirleyen firma içi faktörler, firma özellikleri (firma büyüklüğü ve ölçek ekonomileri, firma yaşı ve ihracat tecrübesi, bilişim teknolojileri ve dijitalleşme) ve firma yönetiminin özellikleri (yöneticilerin eğitim düzeyi ve yabancı dil bilgisi ile yöneticilerin ihracat konusundaki bilgi, algı, tutum ve tecrübeleri) başlıklarından oluşmaktadır.

İhracat performansını belirleyen firma dışı faktörler ise endüstri özellikleri ve dış ticaret politikaları olmak üzere iki alt bölümden oluşmaktadır.

İhracat performansını belirleyen makroekonomik faktörler; GSYH (gayri safi yurtiçi hâsıla), döviz kuru ve AR-GE faaliyetleri gibi alt bölümlerden oluşmaktadır.

3.3.1. İhracat performansını belirleyen firma içi faktörler

İhracat performansını belirleyen firma içi faktörler; firma özellikleri ve firma yönetiminin özellikleri olmak üzere iki alt bölümden oluşmaktadır.

3.3.1.1. Firma özellikleri

Bu başlık altında, firma büyüklüğü ve ölçek ekonomileri, firma yaşı ve ihracat tecrübesi, bilişim teknolojilerinin kullanımı ve dijitalleşme incelenecektir.

Firma büyüklüğü ve ölçek ekonomileri; bir firmanın ihracat performansını etkileyen önemli faktörlerdir. Genel olarak, büyük firmaların ve ölçek ekonomilerine sahip olan işletmelerin ihracat konusunda avantajları bulunabilir. Büyük firmalar, genellikle daha fazla finansal kaynağa ve insan gücüne sahiptir. Bu da uluslararası piyasalara girişi kolaylaştırabilir ve pazarlama, dağıtım gibi faaliyetlerde daha etkin olmalarını sağlayabilir. Ayrıca, büyük firmaların genellikle daha fazla AR-GE yeteneği bulunur ve yeni ürün ve hizmetler geliştirme konusunda daha yeteneklidirler. Ölçek ekonomileri ise büyük ölçekte üretim yapmanın maliyet avantajlarına işaret eder. Daha fazla üretim yapmak, birim başına maliyetleri düşürebilir ve rekabetçi fiyatlandırmayı mümkün kılabilir. Bu da ihracatçı işletmelerin uluslararası pazarlarda daha rekabetçi bir pozisyon elde etmelerini sağlayabilir. Ancak, küçük ve orta ölçekli işletmelerin de bazı avantajları bulunabilir. Esneklikleri ve hızlı karar alma yetenekleri, yeni piyasalara girişi hızlandırabilir. Ayrıca, özelleştirilmiş ürünler veya hizmetler sunma yetenekleri, küçük işletmelerin belirli piyasa bölümlerinde başarılı olmalarını sağlayabilir.

Firma büyüklüğü, firmanın elde ettiği toplam gelir ya da istihdam ettiği iş gücü ile ölçülür. Bu konular üzerine yapılan çalışmalar, ihracat performansının firma büyüklüğü ile ilişkili olduğu konusunda bir görüş birliği olduğunu göstermektedir. Cavusgil ve Naor (1987) firma büyüklükleri arttıkça firmaların ihracat yapma potansiyelinin de buna bağlı olarak arttığı görülmektedir. Nakos vd. (1998) firma büyüklüğü ve ihracat performansı arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirlemiştir.

Cooper ve Kleinschmidt (1985) tarafından yapılan çalışmada firma büyüklüğünün ihracat performansını olumsuz yönde etkilediği belirtilmektedir. Diamantopoulos ve Inglis (1988) yapmış oldukları çalışmada firma büyüklüğü ile ihracat performansı arasında pozitif veya negatif herhangi bir ilişkinin olmadığını ortaya

koymuşlardır. Kaynak ve Kuan (1993) yapılmış olan çalışmalarında firmaların sahip olduğu iş gücü sayısının ve firma yaşının, ihracat satışları ve elde ettiği kârlar üzerinde olumsuz bir etki oluşturduğu belirtilmektedir. Wolf ve Pett (2000: 44), çalışmalarında, küçük ve orta ölçeğe sahip firmaların da ihracat piyasasında büyük firmalar kadar iyi bir performans ortaya koyabileceği göstererek, bu iki değişken arasında olumsuz yönde bir ilişkinin olduğunu belirtmişlerdir.

Das (1994) yapmış olduğu çalışmada küçük ölçekli olan firmaların büyük ölçekli firmalara göre daha iyi ihracat performansına sahip olduğunu açıklamıştır. Çavuşgil ve Kirpalani'nin (1993) Japon, Kanadalı ve Amerikalı ihracatçılara yönelik olarak yapmış oldukları araştırmada, küçük ölçeğe sahip firmaların, ihracat yapma hususunda daha kararlı bir yapıya sahip oldukları ve dolayısıyla daha büyük ölçekte firmaları olan ihracatçılarla rekabete girmekten uzak durarak, piyasada özel olan ve az bulunan mamüllere daha fazla odaklanmalarının onların orta ölçekli veya büyük ölçekli firmalardan daha çok başarı elde etmelerine sebebiyet verdiğini ortaya koymuştur. İhracat performansı ile firma büyüklüğü arasında olumlu ilişki olduğunu bulan çalışmalar da yer almaktadır (Christensen vd., 1987).

Firma yaşı ve ihracat tecrübesi; bir firmanın ne kadar süredir faaliyette olduğu ve daha önceki ihracat deneyimleri, uluslararası pazarlarda başarılı olma olasılığını etkileyebilir. Yeni kurulan firmalar genellikle ihracat konusunda belirli zorluklarla karşılaşabilir. Küresel piyasalara giriş yaparken karşılaşılan mevzuat, lojistik ve pazarlama zorlukları gibi konular, yeni firmaların ihracat performansını olumsuz etkileyebilir. Ancak, bu firmaların inovasyon ve esneklik gibi avantajları da bulunabilir, bu da rekabetçi bir konum elde etmelerini sağlayabilir. Öte yandan, deneyimli ihracatçı firmalar daha önceki tecrübelerinden yararlanabilirler. Daha önceki ihracat deneyimleri sayesinde, uluslararası pazarların gereksinimlerini ve dinamiklerini daha iyi anlayabilirler. Bu da ürünlerini ve pazarlama stratejilerini bu gereksinimlere uygun bir şekilde ayarlamalarını sağlar.

Firma yaşına bağlı olarak elde edilen sonuçlar tutarsızlık göstermektedir. Ursic ve Czinkota (1984), yeni kurulan firmaların daha iyi bir ihracat performansına sahip olduğunu tespit etmiştir. İhracat deneyimi ile ihracat performansı arasında farklı görüşler olsa da, genel olarak ihracat deneyimi ihracat performansı ile olumlu bir şekilde ilişkilendirilir (Dean vd., 2000). Nakos vd. (1998) tarafından yapılan çalışmada, firma yaşı ile firma kârlılığı arasında negatif bir ilişki olduğu bulunmuş, ancak firma

yaşı ile ihracat arasında herhangi bir ilişki olmadığını göstermiştir. Seifert ve Ford (1989) firmanın yaşının ve deneyiminin ihracat performansı ile pozitif bir ilişkisi olduğunu ifade etmiştir. Bodur (1994) firmaların yaşının ihracat performansı ile negatif bir şekilde ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Louter (1991) çalışmasında, firmanın ihracat tecrübesinin ihracat ve kârlılığı üzerinde negatif yönde bir etkisi olduğunu belirtmiştir.

Bilişim teknolojileri ve dijitalleşme; bilişim teknolojileri, ürünlerin ve hizmetlerin dijital ortamda pazarlanmasını ve dağıtılmasını mümkün kılar. E-ticaret platformları, dijital pazarlama stratejileri ve çevrimiçi ödeme sistemleri gibi araçlar, firmaların sınırları aşan piyasalara ulaşmasına yardımcı olur. Dijitalleşme sayesinde küçük ve orta ölçekli işletmeler bile uluslararası arenada varlık gösterebilir. Bilişim teknolojileri aynı zamanda veri analitiği ve yapay zekâ gibi alanlarıyla da büyük bir rol oynar. Bu teknolojiler, piyasa trendlerini tahmin etmeyi, müşteri tercihlerini anlamayı ve ürün geliştirme süreçlerini optimize etmeyi mümkün kılar. Bu da ihracatçıların daha hızlı ve bilinçli kararlar almasına imkân sağlar. Dijitalleşme aynı zamanda küresel tedarik zincirlerini ve lojistik süreçlerini daha etkin hale getirebilir. Dijital çözümler, ürün izleme, envanter yönetimi ve lojistik planlaması gibi alanlarda maliyetleri düşürebilir ve teslimat süreçlerini optimize edebilir.

Danışman ve Sökmen (2007: 223), tarafından Türkiye'de faaliyette bulunan ihracat firmaları üzerinde yapmış oldukları çalışmada, firmaların sahip olduğu teknolojiler ile ihracat performansları arasında pozitif yönde bir ilişki bulunduğunu tespit etmişlerdir. Kaynak ve Kuan (1993: 36), yüksek ihracat performansı sergileyen firmaların gelişmiş ülkelere yaptıkları ihracatta sahip oldukları teknolojik ürünlerin rekabetçi üstünlüğünü kullandıklarını belirlemişlerdir. Aaby ve Slater (1989), sahip olunan teknolojik güç ile ihracat yapma niyeti arasında pozitif yönde bir ilişki olduğunu belirtirken, iki değişken arasında herhangi bir ilişki bulunmadığı yönünde neticeler elde edilmiştir. Kaynak ve Kuan (1993: 41), firmanın yapmış olduğu ihracat ile teknolojik gelişmişliği arasında negatif yönde bir ilişkinin var olduğunu bulmuştur.

3.3.1.2. Firma yönetiminin özellikleri

Bu alt bölümde, ihracat performansını etkileyen faktörler olarak yöneticilerin eğitimi ve yabancı dil bilgileri ile ihracat konusundaki algı, tutum ve tecrübeleri incelenecektir.

Yöneticilerin eğitimi ve yabancı dil bilgileri, uluslararası piyasaların karmaşıklığını anlama, strateji geliştirme ve iş fırsatlarını değerlendirme yeteneklerini etkileyebilir. Daha yüksek eğitim seviyelerine sahip yöneticiler, uluslararası ticaretin gerektirdiği finansal, hukuki ve kültürel faktörleri daha iyi anlayabilirler. Aynı şekilde, yöneticilerin yabancı dil bilgisi de kritik bir rol oynar. İhracat yapılacak ülkelerin dilini bilmek iletişimi kolaylaştırabilir, kültürel farklılıklara saygı göstermeyi sağlayabilir ve güvenilir ilişkiler kurmaya yardım eder. Yabancı dil bilen yöneticiler, potansiyel müşterilerle daha etkili iletişim kurabilir, piyasa araştırmalarını daha iyi yapabilir ve iş görüşmelerini daha verimli hale getirebilirler.

Garnier (1982) iyi eğitilmiş yöneticilerin uluslararası faaliyetlerden elde edilecek yararları daha iyi değerlendirdiklerini belirtmişlerdir. Zou ve Stan (1998), yöneticilerin eğitim seviyesi ve deneyiminin ihracat performansı ile ilişkisini inceleyen on üç çalışmada toplam otuz dört analizi incelemişlerdir. Bu analizlerin incelenmesiyle, yöneticilerin eğitim ve deneyiminin ihracat performansı ile üç analizde negatif, on bir analizde pozitif ilişkili olduğu ve yirmi analizde ise herhangi bir ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yöneticilerin iyi eğitilmiş ve birden fazla yabancı dil bilen firmaların ihracat işlemlerine daha fazla önem verdikleri görülmektedir (Leonidou vd., 2004). Koh (1991), uluslararası deneyime sahip yöneticilerin ihracatı daha kârlı bir faaliyet olarak gördüğünü ve bu nedenle ihracat başarısına daha fazla odaklandığını ifade etmektedir. Brouthers ve Nakos (2005) yapmış olduğu çalışmada, ihracat performansı ile eğitim düzeyleri arasında herhangi bir ilişki olmadığını göstermektedir. Schlegelmilch ve Ross (1987) eğitim seviyesi ve yabancı dil bilgisiyle ihracat yoğunluğu arasında anlamlı ilişkinin olmadığını ortaya koymuştur. Yabancı dil bilgisi, yabancı kültürler hakkında bilgi edinmeyi kolaylaştırarak kültürel farklılıkların üstesinden gelmeyi desteklemektedir (Spence, 2003). Yabancı dil bilgisinin ihracat performansına etkisinin, yabancı müşterilerle daha iyi iletişim kurma, yabancı iş pratiklerini anlama ve uluslararası piyasalarda etkili planlama ve kontrol yapabilme yeteneklerine katkı sağladığı belirtilmektedir (Leonidou vd., 1998).

Yöneticilerin ihracat konusundaki algıları, tutumları ve tecrübeleri, firmaların ihracat performansını etkileyebilir. Yöneticilerin küresel piyasalara yönelik algıları, uluslararası rekabeti anlama ve stratejileri belirleme yeteneklerini yansıtabilir. Pozitif bir ihracat algısı, yöneticilerin yeni piyasalara girmek konusundaki isteklerini artırabilir. Tutumlar da ihracat performansını şekillendirebilir. İhracata yönelik olumlu bir tutum,

yöneticilerin riskleri yönetme ve yeni fırsatları değerlendirme konusundaki istekliliğini artırabilir. Ayrıca, kültürel farklılıklara saygı gösteren ve esnek bir tutum benimseyen yöneticiler, uluslararası pazarlarda daha başarılı olma eğilimindedir. Yöneticilerin ihracat alanında sahip olduğu tecrübeler de kritik öneme sahiptir. Daha önce ihracat yapmış yöneticiler, uluslararası pazarların dinamiklerini anlama ve bu zorluğu daha etkili bir şekilde yönetme yeteneğine sahip olabilirler. Tecrübeli yöneticiler, ihracat süreçlerini daha verimli bir şekilde yönetme konusunda avantaja sahiptirler.

Firma yöneticilerinin ihracata yönelik tutumları, doğrudan firma ihracat performansını ve başarısını etkiler (Louter vd., 1991). Madsen (1989) ihracat yöneticilerinin ihracat deneyimi ile firmanın ihracat performansı arasında olumlu bir ilişkinin olduğu saptamıştır. Shamsuddoha (2005:25) ihracat kararlarında doğrudan sorumluluklarının olması sebebiyle firmanın ihracat işlemlerinin başlatılması, geliştirilmesi, sürdürülebilmesi ve başarı elde edilmesinin arkasında yer alan en temel gücün yönetim olduğunu belirtmektedir. Holzmüller ve Stöttinger (1996: 33), ihracat yöneticilerinin risk konusundaki algılamalarının, belirsizlik karşısında toleranslarının, ekonomik yargılarının, dış piyasa operasyonları hakkındaki fikirlerinin ve değişime karşı göstermiş oldukları davranışların ihracat performansını etkilediğini bildirmektedir. İhracat yöneticilerinin faaliyetleri, ihracat satışları ile ilgili planlamaların yapılması ve kontrolü, araştırılan ihracat piyasalarının gezilmesi, potansiyel müşterilerin seçilmesi ve bu müşterilerle iletişime geçilmesi şeklindedir (Katsikea ve Morgan, 2003: 471). Firma yöneticilerinin ihracat deneyimindeki artış, uluslararası piyasalara dair bilgi ve bağlantılarını artıracığı için ihracat performansını olumlu bir şekilde etkileyecektir (Reid, 1983). Sousa vd. (2008: 357) firma yöneticilerinin uluslararası iş deneyimlerinin ihracat performansı üzerinde hem olumsuz hem de olumlu sonuçlar doğurabileceğini belirten iki çalışmayı belirlemiştir. Nakos ve diğerleri (1998), uluslararası iş deneyimi olmayan yöneticilere sahip firmaların düşük bir ihracat performansı sergileyeceğini tespit etmiştir. Çünkü bu tür yöneticilerin çevresel fırsat ve tehditler konusunda daha az bilgiye sahip olabileceği ve maliyetli hatalar yapma olasılığının yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

3.3.2. İhracat performansını belirleyen firma dışı faktörler

İhracat performansını belirleyen firma dışı faktörler, endüstri özellikleri ve dış ticaret politikaları olmak üzere iki alt bölümden oluşmaktadır.

3.3.2.1. Endüstri özellikleri

Bir ülkenin ihracat performansı, sahip olduğu endüstrilerin özellikleriyle yakından ilişkilidir. Farklı endüstriler, ihracat potansiyelini çeşitli şekillerde etkileyebilir. Yüksek teknolojiye dayalı endüstriler, genellikle katma değeri yüksek ürünler üretir ve bu da ihracat gelirlerini artırabilir. Bu tür endüstrilerdeki inovasyon ve Ar-Ge faaliyetleri, uluslararası piyasada rekabet avantajı sağlayabilir. Aynı zamanda, geleneksel ve emek yoğun endüstriler de ihracat performansını etkiler. Bu endüstriler, düşük maliyetli işgücüne dayalı ürünler üretebilir ve fiyat rekabetçiliği sağlayabilir. Ancak, bu tür endüstrilerdeki hızlı fiyat değişimleri ve düşük kâr marjları da dikkate alınmalıdır. Endüstri özellikleri aynı zamanda uluslararası talep eğilimlerine de bağlıdır. Mesela, enerji ürünleri talebi, enerji ihracatçısı bir ülkenin performansını etkileyebilir. Tarım ürünleri veya ham madde ihracatına dayalı ekonomiler ise küresel talep dalgalanmalarından etkilenebilir.

Porter'a (1980) göre, ihracat pazarlama stratejileri ve ihracat yoğunluğu, endüstriler arasında çok fazla çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitliliğin sebebi endüstrinin sahip olduğu özelliklerdeki farklılıklardır. Çavuşgil ve Zou (1994: 75) endüstrinin mevcut teknolojik yoğunluğunun ihracat performansını olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. Jain (1989) Amerikalı ihracatçı firmalar üzerine yaptıkları çalışmada, gelişmekte olan ülkeler konumunda yer alan ülkelerdeki ihracat yapan firmaların ihracat performansının, gelişmiş ülkeler konumunda bulunan ülkelerdeki ihracat yapan firmaların ihracat performansından daha yüksek seviyede olduğunu belirtmişlerdir. Bu fark, gelişmiş ülkelerdeki rekabet düzeyinin, gelişmekte olan ülkelerdeki endüstrilerdeki rekabet düzeyine göre daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Das (1994: 26) yaptığı çalışmada endüstrideki fiyat rekabeti ile yapılan ihracat; çevresel dönüşümlülük ile memnuniyet ve ihracat karlılığı arasında olumlu bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Zou ve Stan (1998) tarafından yapılan literatür taramasında, endüstrinin sahip olduğu teknolojik yoğunluk ile ihracat performansı arasında yer alan ilişkiyi

inceleyen dört çalışmada beş analiz bulmuşlardır. Bu analizlerde dört pozitif ilişki ve bir ilişki bulunmamıştır.

3.3.2.2. Dış ticaret politikaları

Dış ticaret politikaları, bir ülkenin ihracat performansını önemli ölçüde etkileyebilir. Bu politikalar, bir ülkenin mal ve hizmetlerini uluslararası pazarlarda rekabet edebilir hale getirme çabalarını şekillendirir. İhracat performansını etkileyen bazı temel dış ticaret politikaları şunlardır:

Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Engelleri: Düşük gümrük tarifeleri ve gevşetilmiş ticaret engelleri, ihracat yapmayı teşvik eder. Bu politikalar, yabancı piyasalara girişi kolaylaştırarak ihracatçıların ürünlerini daha rekabetçi hale getirmelerine yardımcı olur.

Serbest Ticaret Anlaşmaları: Ülkeler arasında imzalanan serbest ticaret anlaşmaları, gümrük vergilerini azaltabilir veya ortadan kaldırabilir. Bu, ülkelerin birbirlerine daha avantajlı koşullarda mal ve hizmet ihraç etmelerine imkân tanır.

İhracat Teşvikleri: Hükümetler, ihracatçıları desteklemek için çeşitli teşvikler sağlayabilir. Mesela, vergi indirimleri, finansal destekler veya ihracat kredileri gibi teşvikler ihracatçıların uluslararası arenada daha güçlü konuma gelmelerine yardımcı olabilir.

Ticaret Politikası İstikrarı: Öngörülebilir ve istikrarlı bir ticaret politikası çevresi, firmaların uzun vadeli planlar yapmasına yardımcı olur. Sürekli değişen politikalar ise işletmelerin stratejik kararlarını zorlaştırabilir.

Ticaret Engellerinin Kaldırılması: Bürokratik engellerin azaltılması ve ticaret prosedürlerinin basitleştirilmesi, ihracatçıların iş yapma süreçlerini hızlandırabilir.

Uygun ve destekleyici dış ticaret politikaları ihracat performansını artırabilir. İhracatçılara daha geniş piyasalara erişim sağlayarak, rekabetçiliklerini artırarak ve ticaret süreçlerini kolaylaştırarak ekonomik büyümeyi teşvik edebilirler. Bu nedenle, ülkeler dış ticaret politikalarını dikkatlice tasarlayarak ve uygulayarak ihracat potansiyellerini maksimize edebilirler.

Altıntaş vd. (2007: 49) yaptıkları Türkiye odaklı çalışmada, farklılık engelleri altında toplanan yabancı alıcıların alışkanlıkları, ihracat yapılan ürünün kalite standartlarının sağlanması, yabancı iş prosedürlerinin farklılığı, yurtdışı ödemelerin gecikmesi ve içsel zorluklar gibi faktörlerin, ihracat performansı ile ilişkili olduğunu

ortaya koymuşlardır. Ayrıca, satış sonrası teknik destek sağlama ve niteliksiz çalışanlar gibi unsurlar da bu ilişki içinde etkili olmaktadır. Katsikeas vd. (1996) ihracat engellerinin, firmaların uluslararası piyasalara girişini ve bu pazarlarda güçlenmeyi olumsuz etkilediğini ve bu nedenle ihracat performansını düşürdüğünü belirtmişlerdir. Mavrogiannis vd. (2008: 649) ihracatı engelleyen faktörlerin ve sorunların, ihracat performansı ile negatif yönde ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Katsikeas vd. (1996: 20-23), ihracat sorunlarını sekiz farklı faktör bağlamında ele alarak incelemişlerdir: İhracat pazarı ile iletişim ve bilgi eksikliği ile ihracat performansı arasında negatif bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir. Ürün adaptasyonu, ihracat fiyatlamasındaki kısıtlamalar, lojistik engeller, pazarlama organizasyonunun uyum sağlaması, milli ihracat politikaları, yerel para biriminin devalüasyonu ve algılanan işlem karmaşıklığıyla ihracat performansı arasında herhangi bir anlamlı ilişki olmadığı sonucuna varmışlardır.

3.3.3. İhracat performansını belirleyen makroekonomik faktörler

Bu alt başlıkta ihracat performansını belirleyen makroekonomik faktörler içerisinde yer alan gayri safi yurtiçi hâsıla, döviz kuru ve AR-GE faaliyetleri incelenecektir.

3.3.3.1. Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla

Bir ülke ekonomisinin genel büyüklüğünü ve üretilen mal ve hizmetlerin toplam değerini ölçen GSYH'nın ihracat performansına etkisi, bir ülkenin mal ve hizmetlerinin dış piyasalardaki talebini ve büyümesini yansıtır. Büyüyen bir ekonomi, ihracatçıların daha fazla mal ve hizmeti uluslararası piyasalara sunabilmesine imkân tanır. Ancak GSYH'nın ihracat performansına etkisi tek yönlü değildir. Dünya ekonomisindeki bir durgunluk yanında bir ülkenin iç ekonomisindeki yavaşlama dönemleri, talep düşüşüne ve dolayısıyla ihracatın azalmasına neden olabilir. Bu, ihracatçıların hedef pazarlarda daha zorlu koşullarla karşılaşmasına neden olabilir.

Klasik İktisatçılar, kalkınmanın itici gücü olarak ihracat ile kalkınma arasındaki ilişkilere dikkat çekerler. 1960'lı yıllar itibarıyla, ihracata yönelik kalkınma modelini önemseyen ülkelerin büyüme hızlarıyla birlikte ihracattan elde ettikleri gelirlerinin de

yüksek olduğu gözlenmiştir. Bu ülkeler, ithal ikamesi yönünde politika benimseyen ülkelere kıyasla daha da fazla büyümüşlerdir (Yıldırım ve Karaman, 2003: 478).

Oskooee ve Oyolola (2007), 44 gelişmekte olan ülke incelenmiş ve ihracat performansı ile ekonomik büyüme arasında bulunan ilişkiyi anlamak amacıyla eş bütünleşme analizi ve hata düzeltme modelini kullanılmıştır. Ulaşılan sonuçlar, incelenen değişkenler arasında iki yönlü bir nedenselliğin olduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra, incelenen ülkelerin %60'ında ihracata bağlı büyüme hipotezinin de geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Oskooee and Oyolola, 2007: 9).

Hsiao ve Hsiao (2006), 1986-2004 döneminde sekiz Doğu Asya ülkesinde DYY, ihracat ve GSYH arasındaki ilişkiyi anlamak için panel veri analizi ve Granger nedensellik testi yöntemlerini kullanmışlardır. Yaptıkları çalışmanın sonucunda, GSYH ve ihracat satışları arasında çift yönlü bir nedensellik olduğunu ortaya koymuşlardır.

Afxentiou ve Serletis (1991), 1950-1985 yılları arasında 16 sanayileşmiş ülkenin Gayri Safi Milli Hâsıla, ihracat ve ithalat verileri yardımıyla ihracat ile GSYH arasında bulunan nedenselliği incelemişlerdir. Yaptıkları araştırmada, ABD ve Norveç hariç olmak üzere, reel ihracattaki artışlar ile reel GSMH artışları arasında anlamlı bir nedensellik ilişkisi tespit edememişlerdir.

Şimşek (2003), yaptığı çalışmada, Türkiye ekonomisinde ihracat ile GSYH arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu çalışmada, Johansen eş bütünleşme ve hata düzeltme modeline dayalı Granger nedensellik testleri sınamaları kullanılmıştır. Yapılan test sonuçları, kısa dönemde ve uzun dönemde büyümeden ihracat satışlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığını göstermiştir.

Özmen ve Furtun (1997) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'nin 1970-1995 dönemini içeren zaman serileri kullanılarak ihracata dayalı büyüme hipotezi test edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, her iki değişken arasında uzun dönemli koentegrasyonun anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Guan ve Hong (2012), ABD'nin ihracat, ithalat ve GSYH'sı arasında bulunan ilişkiyi inceleyen 1960-2010 yıllarını kapsayan çalışmalarında eş bütünleşme, VAR ve Granger Nedensellik testlerini kullanmışlardır. Çalışma sonunda, ihracat ile GSYH arasında iki taraflı bir nedensellik ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Demirhan (2005) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye için ihracat ile GSYH arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, büyümeden ihracata doğru nedensellik olduğu görülmüştür.

Takım (2010), Granger Nedensellik yöntemi kullanarak Türkiye'de 1975-2008 yılları arasındaki GSYH ve ihracat arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Ampirik araştırma sonucunda, ihracat ile GSYH arasında herhangi bir nedenselliğin olmadığı görülmüştür.

Yiğidim ve Köse (1997) tarafından yapılan çalışmada, 1980-1996 döneminde Türkiye'nin ihracatı ile GSYH'sı arasındaki ilişki incelenmiştir. İlk olarak, değişkenlerin yüzde değişimleri kullanıldığında, ihracat ile GSYH arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Ancak, logaritmik farklarının alınması sonucunda büyümeden ihracata doğru tek yönde bir nedenselliğin var olduğu tespit edilmiştir.

3.3.3.2. Döviz kuru

Bir ülkenin ulusal para biriminin diğer ülkelerin ulusal para birimleri karşısındaki değerini ifade eden kavram döviz kurudur. Döviz kuru, ihracat performansını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Bir ülkenin ulusal para biriminin değer kaybetmesi, ihracatçılar için avantaj sağlayabilir. Çünkü para birimi zayıf olduğunda, ülkenin mal ve hizmetleri uluslararası piyasada daha rekabetçi hale gelir. Bu durum, yabancı alıcılar için daha uygun fiyatlar demektir ve ihracatı teşvik edebilir. Diğer yandan, güçlü bir ulusal para birimi, ülkenin mal ve hizmetlerinin uluslararası piyasada daha pahalı hale gelmesine neden olabilir. Bu da ihracatçıların rekabet gücünü düşürebilir ve ihracat performansını olumsuz etkileyebilir. Döviz kurlarının dalgalanması, ihracatçılar için belirsizlik yaratabilir. İhracat yapan şirketler genellikle döviz kuru dalgalanmalarına karşı korunma yöntemleri kullanarak risklerini minimize etmeye çalışırlar. Bu bağlamda, döviz kuru istikrarının sağlanması veya etkin risk yönetimi stratejilerinin kullanılması, bir ülkenin ihracat performansını olumlu yönde etkileyebilir.

Geçmişe kıyasla, özellikle gelişmiş ülkelerde iyi işleyen vadeli işlem piyasaları, ihracat ve ithalat yapan şirketlerin döviz kuru dalgalanmalarına karşı daha korunaklı hale gelmesine neden olmuştur. Son zamanlarda yapılan bazı ampirik çalışmalar, firmaların döviz kuru değişimleriyle hızlı bir şekilde uyum sağladığını göstermektedir. Bu durum, beklenmedik değişikliklere karşı daha dirençli hale geldiklerini göstermektedir (Clark vd., 2004: 15).

Terzi ve Zengin (1999), tarafından yürütülen bir çalışmada, döviz kuru ile ihracat ve ithalat arasında yer alan ilişki incelenmiştir. Bu ilişki sadece toplam dış

ticaret verileriyle sınırlı kalmamış, aynı zamanda sektörel alt kalem düzeyinde de analiz edilmiştir. Çalışma, kur politikasının dış ticaret dengesini düzenleme etkinliğini incelemek için VAR yöntemini kullanmıştır. Araştırma, 1989:1-1996:12 dönemi aylık verilerini temel almaktadır. Araştırmacılar, analizlerinin sonuçlarına dayanarak, toplamda ve sektörel olarak döviz kuru ile yapılan ithalat arasında herhangi bir anlamlı ilişki bulunmadığını belirtmişlerdir.

Dekle ve Ryoo (2007), Japonya'daki 14 farklı endüstride faaliyet gösteren ve imalat ihracatının %90'ını gerçekleştiren firmalar düzeyinde, döviz kurları ve ihracat hacmi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Elde edilen sonuçlar, ihracat hacminin döviz kurlarındaki değişikliklerden önemli ölçüde etkilendiğini göstermiştir.

Akbostancı (2002), Türk dış ticaret yapısını 1987:1-2004:4 arası dönemine ait bir veri setini kullanarak araştırmıştır. Uzun dönem denklem modeli ve hata düzeltme modeli analizlerine dayanarak, reel döviz kurunun dış ticaret dengesini hem kısa vadede hem de uzun vadede etkileyen tek değişken olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bulgular, aynı zamanda Türk Lirası'nda meydana gelen değer kaybının dış ticaret dengesini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Özbay'ın (1999) araştırmasında, 1988-1997 dönemine ait üç aylık veriler kullanılarak gerçekleştirilen analiz sonucunda, Türkiye'de döviz kuru belirsizliğinin ihracat üzerinde istatistiksel olarak anlamlı olumsuz etkilere sahip olduğu bulunmuştur.

Tunçsiper ve Öksüzler (2006), çalışmalarında, döviz kuru riskinin Türkiye'nin toplam ihracatı ve sektörel ihracatı üzerinde etkisini incelemek amacıyla 1980-2001 yılları arası dönemlere ait üç aylık verileri kullanmışlardır. Elde edilen sonuçlar, döviz kuru riskinin toplam ihracatı ve sektörel ihracatı negatif olarak etkilediğini ortaya koymuştur.

Doğanlar (2002) Türkiye, Güney Kore, Malezya, Endonezya ve Pakistan'ı içeren bir çalışmada döviz kuru oynaklıklarının ihracat üzerindeki etkisini araştırmıştır. 1980:I-1996:IV dönemine ait üç aylık veriler kullanılarak yapılan analiz sonucunda, bu ülkelerde döviz kuru oynaklıklarının reel ihracatı azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.3.3.2. AR-GE faaliyetleri

AR-GE (Araştırma ve Geliştirme) faaliyetleri, bir ülkenin ekonomik büyümesi ve rekabet gücü için önemli bir faktör olarak kabul edilir. AR-GE yatırımları, ürün ve

hizmetlerin yenilikçi ve rekabetçi olmasını sağlayarak ihracat performansını etkileyebilir. Yenilikçi ürünler ve süreçler geliştirmek, ihracatçıların uluslararası piyasada öne çıkmasına yardımcı olabilir. AR-GE faaliyetleri, ürün kalitesini artırabilir, yeni alt piyasalara ulaşmayı sağlayabilir ve müşteri taleplerine uygun ürünlerin imal edilmesine imkân tanır. Bu, ihracatçıların farklı piyasalarda daha rekabetçi olmalarına yardımcı olabilir. Ayrıca, AR-GE faaliyetleri ürünlerin veya hizmetlerin katma değerini artırabilir. Yenilikçi ürünler genellikle daha yüksek fiyatlarla satılabilir ve bu da ihracat gelirlerini artırabilir. Bununla birlikte, AR-GE yatırımlarının sonuçları genellikle uzun vadede alınır, bu nedenle ihracat performansına etkisi daha uzun süreli bir perspektifte değerlendirilmelidir.

Yapılan çalışmalara göre, ülkeler arasındaki gelir ve büyüme oranları arasındaki farkların kapatılması ve azaltılmasında AR-GE harcamalarının önemli bir unsur olduğu belirlenmiştir. AR-GE harcamaları aynı anda yüksek teknoloji mal ihracatını da artırdığından GSYH'nın da artmasına önemli derecede katkı sağlamaktadır (Kılıç vd, 2014: 115-130).

Araştırma-Geliştirme (AR-GE) faaliyetleri, firmaların üretim, iletişim ve pazarlama süreçlerinde bilimsel yöntemler ve teknikler kullanarak daha düşük maliyetlerle ve daha yüksek verimlilikle iş yapmalarının en önemli ve etkili yoludur. Başka bir deyişle, nitelikli ve nicelikli personelin bilim ve teknolojiyi verimli bir şekilde kullanarak firmaların yeni ve etkili bilgilere ulaşmasını, mevcut bilgilerle de yeni ürünler, araçlar ve gereçler üretmelerini sağlar (Çankaya, 2003: 143-147).

Bir ülkenin gelişmişlik düzeyi, yüksek teknoloji ürünlerini ihraç ediyor olmasıyla değerlendirilebilir. İleri teknoloji ihracatı, ülkenin teknolojik açıdan ne kadar ileri seviyede olduğunun bir göstergesidir. Aynı zamanda, bu tür ihracat, küreselleşme sürecinde de önemli bir rol oynamaktadır. Ülkelerin rekabet gücü, teknoloji ve sanayi odaklı ihracatla doğru orantılıdır (Adaçay, 2007: 193).

Braunerhjelm ve Thulin (2006) tarafından 1981-1999 dönemi için 19 OECD ülkesine ait veriler kullanılarak yapılan çalışmada, AR-GE faaliyetlerine yapılan harcamalarının ileri teknoloji ürünlerin ihracatını artırdığı sonucuna varılmıştır.

Bojnec ve Ferto (2011) tarafından yapılan çalışmada, 18 OECD ülkesine ait 1995-2003 dönemi verileri kullanılarak AR-GE harcamaları ile imalat sanayii ihracatı arasında bir ilişkinin var olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma sonucunda, AR-GE

harcamaları ile imalat sanayii ürünleri ihracatı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmüştür.

Özer ve Çiftçi (2009) tarafından yapılan çalışmada, 1993-2005 dönemi verileri kullanılarak 19 OECD ülkesine ait AR-GE harcamalarının ihracat ile ilişkisi panel veri analizleriyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda, araştırma ve geliştirme harcamaları ile ihracat satışları arasında pozitif yönde ve güçlü bir ilişkinin var olduğu sonucu elde edilmiştir.

Rodriguez ve Rodriguez (2005) tarafından yapılan çalışmada, İspanya imalat firmaları verileri kullanılarak AR-GE harcamaları ile ihracat satışları arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla 1998-1999 dönemi için analiz yapılmıştır. Sonuçlar, AR-GE harcamalarının ihracat satışlarını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

Yıldırım ve Kesikoğlu (2012) tarafından Türkiye'deki 25 endüstrinin 1996-2008 dönemi verileri kullanılarak yapılan çalışmada, AR-GE harcamalarından ihracat satışlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin var olduğu görülmüştür. Araştırma sonucu, aynı zamanda AR-GE harcamalarının ihracatı artırmada önemi bir faktör olabileceği yönünde bulgular içermektedir.

Külünk (2018) tarafından yapılan çalışmada, doğrusal regresyon analizi ile 1996-2016 yılları arasında GSYH, AR-GE harcamaları ile ihracat verileri kullanılmış ve bu üç değişken arasında bulunan ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonucunda, AR-GE harcamalarının ihracat satışlarını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Wakelin (1998), 1988-1992 yılları arası İngiltere'de bulunan 320 firmanın verilerini kullanarak yaptığı çalışmada, AR-GE harcamaları ile ihracat satışları arasında ilişki olup olmadığını tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda, AR-GE harcamalarının ihracat üzerinde negatif yönde ve istatistiki olarak anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

3.4. COVID-19 ve İhracat Performansı

2019 yılı sonlarına doğru Çin'de ortaya çıkan ve sonrasında bütün dünya ülkelerine yayılan COVID-19 salgını, küresel ekonomide önemli etkilere yol açmış ve ülkelerin ihracat performansını etkilemiştir. Salgının neden olduğu kısıtlamalar, tedarik zinciri kesintileri ve düşen talep, birçok ülkenin dış ticaretini olumsuz yönde etkilemiştir. Seyahat kısıtlamaları ve sınırların kapanması, uluslararası taşımacılığı ve

lojistiği olumsuz etkilemiş, bu da mal ve hizmetlerin teslimatını ve dağıtımını zorlaştırmıştır. Ayrıca, küresel talepte yaşanan düşüş, ihracatçıların ürünlerini satma konusunda karşılaştıkları zorlukları artırmıştır. Özellikle turizm, otomotiv ve perakende endüstrileri salgın nedeniyle büyük darbeler almıştır. Bu da ülkelerin toplam ihracat gelirlerini düşürmüştür. Ancak e-ticaret, dijital ürünler ve sağlık malzemeleri gibi bazı sektörlerde ise artan talep görülmüştür. Bazı ülkeler, salgın sonrası dönemde dış ticaretlerini desteklemek için teşvikler ve stratejiler geliştirmiştir. Dijital ticaretin önemi artarken, tedarik zincirlerini güçlendirme ve çeşitlendirme çalışmaları da hız kazanmıştır. COVID-19 salgınının ülkelerin ihracat performansına etkisi sektörel farklılıklar gösterse de genel olarak olumsuz olmuştur. Ancak, salgının yarattığı zorluklara rağmen, adaptasyon ve stratejik yaklaşımlarla birçok ülke ticaretlerini yeniden canlandırmak için çaba sarf etmiştir.

Dünya genelinde etkili olan COVID-19 salgını, sosyo-ekonomik sonuçları beraberinde getirmesiyle birlikte, ülkelerin birçok alanda ders çıkarmasına vesile olmuştur. Bu dönem, ülkelerin alternatif tedarik zincirleri ve üretim noktaları belirleme ihtiyacını artırmış, yerel kaynaklara yönelik üretimden elektronik ve yazılım alanlarına, tasarımdan sağlık ve biyoteknolojiye kadar farklı alanlardaki çabalara yön vermiştir. Aynı zamanda alternatif çalışma koşullarının geliştirilmesi, sağlık ve biyoteknoloji alanındaki yatırımların artırılması, tüketim alışkanlıklarının revize edilmesi ve insanların tasarrufa teşvik edilmesi gibi önemli gelişmeler yaşanmıştır. Enerji arzındaki olası kesintilere karşı alternatif kaynakların çeşitlendirilmesinin gerekliliği de bu süreçte vurgulanmıştır (Duran ve Acar, 2020).

Akçacı ve Çınaroğlu (2020), araştırmasında virüsün (COVID-19) küresel etkilerini ekonomik, dış ticaret, elektronik ticaret ve lojistik bağlamında incelemiştir. COVID-19 virüs salgını, acil bir sağlık sorunu olmanın ötesinde, bir çok endüstride faaliyetlerin çökmesi, ihracat ve ithalatın azalması, lojistik açıdan taşıma yöntemlerinin olumsuz etkilenmesi gibi etkilere neden olmuştur. Aynı şekilde, COVID-19 salgını dünya çapında tüketicilerin alışkanlıklarını ciddi şekilde değiştirmiştir.

Dünya ekonomilerinin merkezinde yer alan dış ticaret, pandemi sürecinde arz-talep dengesizliği nedeniyle ve yöneticilerin insan sağlığını korumak amacıyla aldıkları önlemler sebebiyle daralmıştır. Bu önlemler, dış ticaretin toparlanmasını zorlaştırmıştır. Özellikle sağlık ve gıda ürünlerine erişim zorlukları, küresel tedarik zincirinin kesintiye uğramasına neden olmuştur. Gıda ve tarım gibi emek yoğun sektörler, pandemiden

özellikle büyük ölçüde etkilenmiştir. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin ihracat kısıtlamalarından ciddi şekilde etkilendikleri vurgulanmıştır (Espitia vd., 2020: 925).

COVID-19 krizi, Türkiye ekonomisini birçok alanda olumsuz etkileyerek durgunluğa yol açmıştır. Bu kriz, pandeminin süresine bağlı olarak yaklaşık 400-675 milyar TL civarında GSYH kaybına neden olmuştur. Ekonominin pandemi sonrası hızla düzelmesinin önüne birçok engel çıkmıştır. İç ve dış talebin azalması üretimi düşürmüş ve zaten yüksek olan işsizliği daha da artırmıştır. 2018 krizinden sarsılarak çıkan ve borçları yeniden yapılandırılan firmalar ile yeni kurulmuş olan firmalar, pandemi krizinin ve döviz kuru artışının olumsuz etkilerine maruz kalmış olup, bu durum ciddi bir sorun olarak öne çıkmıştır (Adıgüzel, 2019).

COVID-19 salgını, özellikle emtia ihracatına dayalı ekonomilerde ve turizm gelirlerine bağımlı gelişen ülkelerde derin etkiler bırakmıştır. Bu olumsuz etkileri azaltmak amacıyla artan kamu harcamaları, yüksek kamu borç riskini beraberinde getirebilir. Aynı zamanda ekonomik faaliyet düşüşleri ile birleşen bu durum, ülke ekonomilerinin borç ödeme zorlukları ile karşılaşma olasılıklarını artırmaktadır. İşgücü piyasasındaki bozulmanın etkisi ile ortaya çıkan COVID-19, bir arz şokuna yol açmış ve bunun sonucunda güven kaybı ile sonuçlanan bir talep şoku yaşanmıştır. Mal ve hizmet üretim kapasitesinin daralması, işgücü piyasasının yeniden düzenlemeye ihtiyaç duyması, bireylerin sosyal ve ekonomik davranışlarındaki değişiklikler, COVID-19 krizini diğer krizlerden ayıran unsurlar olmuştur (Soylu, 2020).

Jean (2020), çalışmasında, COVID-19 salgınının uluslararası ticareti olumsuz etkileyen sonuçlar doğurduğunu açıklamaktadır. Ülkelerin dış ticaret verilerinde belirgin düşüşlerin görüldüğü gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, Avrupa Birliği'nin bu salgın sürecinde çok yönlü istikrar ve esneklik dengesini koruma amacıyla olduğu belirtilmekte ve kamu politikaları ile ticaret kurallarının dengelenmesinin önemini altı çizilmektedir.

Kara (2020) tarafından yapılan çalışmada, COVID-19 salgınının ardından üretim miktarlarını en çok etkileyen sektörler, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verileri kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen bilgilere göre; toptan ticaret ve perakende ticaret, gayrimenkul, idari faaliyetler, destek hizmet faaliyetleri, imalat, konaklama ve yiyecek-içecek sektörleri en yüksek düzeyde etkilenmiş sektörlerdir. Bu sektörlerde faaliyet gösteren çalışanlar, iş kaybı, ücretsiz izin, haftalık olarak çalışma sürelerinin azaltılması

gibi risk unsurlarıyla karşılaşmışlardır. Çalışma sonucunda, krizin etkilerinin belirli çalışan gruplarında daha fazla hissedildiği tespit edilmiştir.

Küresel çapta bir salgın olan COVID-19, üretim ve birikim sistemlerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Salgın öncesindeki gelenekselleşmiş ticaret ilişkileri değişmeye, uluslararası tedarik zincirinde aksaklıklar ve kopmalar yaşanmaya başlamıştır. Salgının arz ve talep dengesinde meydana getirdiği etki, hem dış ticaret hacminin azalmasına yol açmış hem de yenilikçi gelişmelerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Türkiye'nin dış ticaretini etkileyen COVID-19'un sonuçları bu bağlamda dikkate alınmalıdır (Tekoğlu, 2020).

Loayza ve Pennings (2020) tarafından yapılan çalışma, COVID-19'un sadece kamu sağlığını değil, aynı zamanda uluslararası ekonomiyi de tehdit eden bir kriz haline geldiğini göstermektedir. COVID-19 salgınının hem negatif talep hem de negatif arz şoklarına neden olduğu ve bunun sonucunda da geniş çaplı işsizlik ve iflasların meydana geldiği belirtilmiştir. COVID-19 pandemisine karşı ekonomik toparlanmanın gelişmekte olan ülkelerde, parasal teşviklerin yanında mali teşviklerde içerdiği vurgulanmaktadır.

Dünya genelinde COVID-19 pandemisinin hızla yayılması, özellikle Avrupa ve Kuzey Amerika'da bu yayılmanın hız kazanması sonucunda, küresel talepte azalma ve artan endişelerin birleşimi, petrol fiyatlarının düşüş hızını artırdı. Bu süreçte yayınlanan Uluslararası Enerji Ajansı (IEA) raporu, bir dizi petrol bağımlı endüstrinin üretim eğiliminin azalmasıyla birlikte, Çin, Avrupa gibi büyük petrol ithalatçılarının ithalat miktarını düşüreceğini ve bu durumun küresel petrol talebinde düşüşe neden olacağını belirtti. Sadece Çin'deki tedarik zincirlerinin kesintiye uğramasının ötesinde, bu virüs aynı zamanda Avrupa ve dünya çapında sanayi üretimini azaltarak küresel ölçekte döngüsel bir yavaşlamaya yol açmıştır (Kingsly ve Henri, 2020:2-3).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. İHRACAT PERFORMANSININ BELİRLEYİCİLERİ HAKKINDA BİR PANEL VERİ ANALİZİ

Çalışmanın bu bölümünde çalışmada kullanılan model, veri seti ile birlikte ekonometrik yöntemler hakkında bilgi verilecektir. Yapılan bu çalışmada, içinde gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkelerin de bulunduğu 15 ülkenin 2000-2022 dönemi için ihracat performansı ile GSYH, döviz kuru ve AR-GE harcamaları değişkenleri arasındaki ilişkiler panel veri analiz yöntemi ile analiz ve test edilmiştir.

4.1. Veri Seti

Bütün ülkelerin verilerine aynı anda ulaşılması aşamasında karşılaşılan kısıtlamalar nedeniyle 2000-2002 yılları arası seçilmiştir. Analiz çalışmasında yer alan ülkeler sırasıyla Kanada, Çin, Almanya, İspanya, Finlandiya, Fransa, Birleşik Krallık, İtalya, Japonya, Kore Cumhuriyeti, Meksika, Rusya, Singapur, Türkiye ve Güney Afrika'dır. Çalışmada analizde kullanılan ihracat *ülkelerin mal ve hizmet ihracatını*, GSYH *piyasa büyüklüğünü*, döviz kuru *ülkelerin milli paralarının diğer ülkelerin paralarına göre değerini*, AR-GE harcamaları *ülkenin inovasyon ve teknolojik ilerlemenin teşvik edilmesi amacıyla yaptığı AR-GE faaliyetlerine yönelik harcamaları* ifade etmektedir. Analizde kullanılan ihracat, GSYH, döviz kuru ve AR-GE harcamaları verilerinde kullanılan bütün rakamlar ABD doları olarak alınmıştır.

Analizde kullanılan veriler WBG, OECD, TÜİK gibi kurumların internet sitelerinde yer alan verilerden ve ayrıca ülkelerin kendi resmi sitelerinde bulunan veri tabanlarından elde edilerek kullanılmıştır.

Tablo 4. 1. Çalışmada kullanılmış olan değişkenler ve açıklamaları

Değişkenin Adı	Açıklaması
İhr	İhracat
GSMH	Piyasa Büyüklüğü
Parite	Döviz Kuru (ABD Doları)
Arge	Araştırma Geliştirme Harcamaları

4.2. Ekonometrik Yöntem: Panel Veri Analizi

Bu çalışma, R ekonometrik paket programında panel veri analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analizde tanımlayıcı veri analizleri, durağanlık analizleri, yatay kesit bağımlılık testleri, otokorelasyon analizleri, değişen varyans testleri ve dirençli tahminciler ile panel regresyon analizi yapılmıştır.

Ekonometrik ve istatistiksel analizlerde, iktisadi değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerini incelemek için üç farklı veri türü kullanılmaktadır. Bu veri türleri zaman serileri, yatay kesit verileri ve her iki türün birleştiği panel verileridir. Panel verileri, birden fazla kesite ait zaman serilerini veya zaman boyutuna sahip kesit verilerini içeren bir veri türü olarak tanımlanabilir (Greene 2003: 612).

Panel veri, zaman serisi gözlemlerini içeren bir dizi birimin en az iki boyutlu bir yapısını ifade eder. İki boyut, çapraz-kesit boyutunu (i ile gösterilen) ve zaman boyutunu (t ile gösterilen) içerir. Ancak, panel veriler bazen hiyerarşik bir yapı veya karmaşık bir kümelemeye sahip olabilir. Örnek olarak, "y değişkenine ait, t zamanda, i ülkesi j şehrinin l istasyonunun hava kirliliği seviyesinin ölçmesi" gibi bir yapı, bu karmaşıklığın tipik bir örneğini oluşturur (Hsiao, 2003: 1).

Panel veriler, ülkeler, firmalar, hane halkları ve bireyler gibi çeşitli birimlerin yatay kesit gözlemlerine ait belirli bir zaman aralığının bir araya getirilmesi suretiyle oluşturulur (Güriş, 2018).

Panel veri modeli genellikle aşağıdaki şekilde gösterilmektedir:

$$Y_{it} = \beta_{0it} + \beta_{1it} X_{it} + u_{it} \quad i=1,2,\dots,N \quad t=1,2,3,\dots,T$$

Formülde Y bağımlı olan değişkeni ifade ederken, X bağımsız olan değişkeni, β_{0it} sabit parametreyi, β_{1it} eğim parametresini, u_{it} ise hata terimini ifade etmektedir.

Panel veri analizi, ekonometri ve istatistik alanlarında sıkça kullanılan bir yöntemdir. Bu analiz türü, aynı nesnelere (mesela, firmalar, ülkeler, bireyler) farklı zaman dilimlerindeki gözlemlerini içeren verileri incelemek ve analiz etmek amacıyla kullanılır. Panel verileri, hem çapraz kesit (yatay kesit) hem de zaman serisi (dikey kesit) bileşenlerini içerir.

Panel veri analizi, çeşitli avantajlara sahiptir:

Zaman ve işaret etkilerini ele alma: Panel veri analizi, zaman içinde değişen ve sabit etkilere sahip olan nesnelere aynı çerçevede değerlendirilmesini sağlar. Bu, farklı

nesneler arasındaki farklılıkların ve zaman içindeki değişikliklerin aynı analiz içinde ele alınmasına imkân tanır.

Etki tahminleri: Panel veri analizi, çeşitli nesnelerin performansını etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla regresyon analizlerinin kullanılmasına imkân tanır. Bu, nesneler arasındaki korelasyonların ve bağımlılıkların incelemesine yardımcı olur.

Zaman serileri analizi: Panel veri analizi zaman serileri bileşeni içerdiği için, zaman içindeki değişiklikleri ve trendleri değerlendirmek için kullanılabilir. Bu, gelecekteki trendleri tahmin etmek veya geçmiş verilerin etkisini incelemek için önemlidir.

Panel veri analizi, hem istatistiksel hem de ekonometrik yöntemleri içerir. Bu analiz türü, heterojenlik ve zaman içindeki değişiklikleri ele alırken aynı zamanda kapsamlı sonuçlar elde edilmesini sağlar.

4.2.1. Breusch-Pagan Lagrange çarpanı (LM) testi

LM testi olarak ifade edilen Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı testi, ekonometri ve istatistikte heteroskedastisiteyi tespit etmek ve değerlendirmek amacıyla kullanılan bir testtir. Heteroskedastisite, regresyon analizlerinde hata terimlerinin varyansının değişken olduğu bir durumu ifade eder. Bu, regresyon modelinin standart hata tahmincilerini yanıltabilir ve sonuçların güvenilirliğini azaltabilir.

Breusch-Pagan LM testinin temel hipotezleri şunlardır:

Null (boş) hipotez (H_0 - ilginçlik hipotezi): H_0 , heteroskedastisitenin olmadığını ifade eder. Yani, hata terimlerinin varyansı bağımsız değişkenlere bağlı olarak değişmemektedir.

Alternatif hipotez (H_1 - araştırma hipotezi): H_1 ise heteroskedastisitenin varlığını gösterir. Bu durumda, hata terimlerinin varyansı bağımsız değişkenlerle ilişkilidir.

Testin uygulanışı, regresyon modelinin hata terimlerini tahmin etmek ve bu tahminleri kullanarak varyansın modeldeki bağımsız değişkenlerle ilişkisini test etmekle ilgilidir. Eğer test sonucu istatistiksel olarak anlamlıysa, yani null hipotezi reddedilirse, bu heteroskedastisitenin varlığını gösterir ve regresyon sonuçlarını etkileyebilir.

4.2.2. CADF Birim kök testi

Pesaran (2007) çalışmasında önerilen yöntem, yatay kesit bağımlılık durumunu ortadan kaldırmak için vekil değişkenler yaklaşımını kullanmaktadır. Bu yaklaşım, Zaman Serisi Birim Kök Testi'nin (ADF) gecikmeli yatay kesit ortalamaları ile genişletilmiş versiyonunu içermektedir. Ayrıca, bu regresyonun birinci farkı, farklı birimler arasındaki korelasyonu azaltarak yatay kesit bağımlılığını ele almaktadır. Bu yönteme "Yatay Kesit Genelleştirilmiş Dickey Fuller (CADF)" adı verilmektedir (Keskin ve Aksoy, 2019). Pesaran (2007) birim kök testi için aşağıda yer alan regresyon denklemi ele alınmaktadır.

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + \beta_i y_{i,t-1} + u_{it}$$

Hata terimi yatay kesit bağımlılığını dikkate almak için gerekli formül de aşağıdaki gibi tanımlanmıştır:

$$u_{it} = \gamma f_t + \varepsilon_{it}$$

Hata teriminde f_t değişkeni gözlenemeyen faktörleri ifade etmektedir ve analiz çerçevesinde durağan olduğu varsayılmaktadır:

$$t_i = (N, T) = \left(\frac{\Delta y'_i \bar{M}_w y_{i-1}}{\bar{\sigma}(y'_{i-1} \bar{M}_w y_{i-1})^{1/2}} \right)$$

Pesaran (2007) tarafından geliştirilmiş olan ve yatay kesit bağımlılığı durumunun var olduğunun tespit edildiğinde kullanılan ikinci kuşak birim kök testlerinden CADF testi, $N > T$ ve $T > N$ olduğu durumlarda tutarlıdır (Pesaran, 2007).

Zaman serisi birim kök testlerinin kullanılmasıyla panel birim kök testleri oluşturulmuştur. Panel birim kök testleri ile zaman serisi birim kök testleri arasındaki en büyük fark, hem zaman (T) hem de yatay kesit (N) boyutlarının asimptotik davranışlarının dikkate alınmasıdır. Panel verilerin durağanlaştırılması gerektiğinde, T ve N'nin sonsuza yakınsaması büyük önem taşır. Bu nedenle diyagonal iz limitleri, sıralı limit teorisi ve ortak limitler gibi yöntemler kullanılır (Nell ve Zimmermann, 2011: 2).

4.2.3. F Testi

F-testinin temel amacı, farklı gruplar veya modeller arasındaki istatistiksel farklılıkları değerlendirmektir. F-testi, bir grup değişkenin, istatistiksel anlamda diğer bir grup değişkenden farklı olup olmadığını veya bir modelin diğerine göre daha iyi uyum sağlayıp sağlamadığını test etmek için kullanılır.

F-testi, genellikle iki varyansın karşılaştırılması veya regresyon analizlerinde model uyumunun değerlendirilmesi gibi durumlarda kullanılır. Özellikle ANOVA (Varyans Analizi) ve regresyon analizlerinde F-testi sıkça görülür. F-testi, iki farklı varyansın oranının test edilmesi amacıyla kullanıldığında Fisher-Snedecor dağılımına dayalıdır. İki ayrı varyansın oranı, F dağılımı olarak adlandırılan istatistiksel bir dağılıma uyar. Bu test, gruplar arasındaki istatistiksel farklılıkları tespit etmek için yaygın olarak kullanılır. Ayrıca, regresyon analizlerinde F-testi, modelin genel uyumunun değerlendirilmesi amacıyla kullanılır. Modelin anlamlılığını veya birden fazla bağımsız değişkenin etkisinin toplu olarak test edilmesi gibi durumlarda F-testi önemli bir araç olmaktadır.

F-testinin hipotezleri genellikle şu şekildedir:

H₀ (null hipotezi): İki grup arasında veya iki model arasında istatistiksel anlamda anlamlı bir fark yoktur.

H₁ (alternatif hipotezi): İki model arasında veya iki grup arasında istatistiksel anlamda anlamlı bir fark vardır.

F-testi sonuçları, p-değeri olarak ifade edilir ve belirli bir anlamlılık seviyesi ile karşılaştırılarak hipotez testi sonuçları yorumlanır. Eğer p-değeri anlamlılık seviyesinden küçükse, null hipotezi reddedilir ve iki grup arasında veya iki model arasında istatistiksel anlamda anlamlı bir farkın olduğu kabul edilir.

4.2.4. Hausman testi

Açıklayıcı değişkenlerin birim etkiler ile korelasyonu, iki önemli yaklaşım arasındaki temel farkı oluşturur. Eğer açıklayıcı değişkenler ile birim etkiler arasında korelasyon mevcutsa, sabit etkiler modeli tercih edilirken, korelasyon yoksa rassal etkiler modeli daha etkilidir. Hausman testi genellikle sabit etkili olan model ile rassal etkili olan model arasında tercih yapmak için kullanılır (Güriş ve Bıyıklı, 2018).

Hausman Testi, ekonometrik analizlerde kullanılan ve iki farklı tahmin yöntemi arasındaki farklılıkları değerlendirmek amacıyla kullanılan bir istatistiksel testtir. Bu test, özellikle panel verileri veya panel verilerle sınırlı olan verilerle çalışırken tahmin yöntemlerinin doğruluğunu ve uygunluğunu karşılaştırmak amacıyla kullanılır. Hausman Testi'nin temel amacı, "durağanlık" veya "rastgelelik" varsayımlarını test etmektir. Panel verileri üzerinde çalışırken, araştırmacılar farklı tahmin yöntemlerini karşılaştırmak isteyebilir. Mesela, Fixed Effects (Sabit Etkiler) tahmin yöntemi ve Random Effects (Rassal Etkiler) tahmin yöntemi gibi farklı modeller kullanabilirler. Bu iki model, farklı varsayımlara dayalıdır ve hangi modelin kullanılması gerektiğini belirlemek için Hausman Testi devreye girer.

Hausman Testi, şu ana hipotezleri test eder:

H₀ (null hipotez): Fixed Effects (Sabit Etkiler) modeli (durağan model) ve Random Effects (Rassal Etkiler) modeli (rastgele model) arasında bir fark yoktur. Bu, varsayımların test edildiği birim kök (unit root) ve heteroskedastisite gibi durumları içerir.

H₁ (alternatif hipotez): Fixed Effects (Sabit Etkiler) modeli (durağan model) ve Random Effects (Rassal Etkiler) modeli (rastgele model) arasında bir fark vardır. Bu fark, durağanlık veya rastgelelik varsayımlarının ihlali ile ilişkilendirilebilir.

Hausman Testi sonuçları, bir test istatistiği ve p-değeri olarak ifade edilir. Eğer p-değeri belirli bir anlamlılık seviyesinden düşükse (mesela, 0.05), H₀ hipotezi reddedilir ve Sabit Etkiler modeliyle Rassal Etkiler modeli arasında anlamlı bir fark olduğu kabul edilir. Bu fark, genellikle durağanlık veya rastgelelik varsayımlarının ihlali ile ilişkilendirilir.

4.2.5. Breusch–Godfrey (BG) testi

Breusch-Godfrey (BG) testi, otokorelasyonun tespit edilmesi ve değerlendirilmesi amacıyla ekonometrik analizlerde kullanılan bir testtir. Otokorelasyon, bir zaman serisinin kendi içindeki önceki değerlerle ilişkili olduğu durumu ifade eder. BG testi, bu otokorelasyonun varlığını ve etkisini sınamak için kullanılır.

BG testinin temel hipotezleri şunlardır:

Null Hipotezi (H0 - İlginçlik Hipotezi): H0, otokorelasyonun olmadığını ifade eder. Yani, hata terimleri arasında zaman içinde herhangi bir sistemli ilişki yoktur.

Alternatif Hipotezi (H1 - Araştırma Hipotezi): H1 ise otokorelasyonun varlığını gösterir. Bu durumda, hata terimleri arasında zaman içinde sistematik bir ilişki mevcuttur.

BG testi, regresyon analizlerinde hata terimlerinin otokorelasyonunu değerlendirmek için kullanılır. Eğer test sonucu istatistiksel olarak anlamlıysa, yani null hipotez reddedilirse, bu otokorelasyonun varlığını gösterir ve regresyon sonuçlarını yanıltabilir.

4.2.6. Breusch-Pagan (BP) testi

Breusch-Pagan (BP) testi, değişen varyansın (heteroskedastisite) tespit edilmesi ve değerlendirilmesi amacıyla ekonometrik analizlerde kullanılan bir testtir. Heteroskedastisite, bir regresyon modelinde hata terimlerinin varyansının bağımsız değişkenlere bağlı olarak değiştiği bir durumu ifade eder. Bu durum, regresyon sonuçlarını saptırabilir ve güvenilirliği azaltabilir. Bu model, bağımlı değişkenin bağımsız değişkenlerle nasıl ilişkilendiğini açıklar. Mesela, y değişkeninin x1 ve x2 bağımsız değişkenleri ile nasıl ilişkilendirildiğini gösteren bir regresyon modeli aşağıdaki formül gibi ifade edilir:

$$y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \varepsilon$$

Hata terimleri, ε sembolü ile temsil edilir ve her gözlem için hesaplanır.

BP testinin temel hipotezleri şunlardır:

Null Hipotezi (H0 - İlginçlik Hipotezi): H0, heteroskedastisitenin olmadığını ifade eder. Yani, hata terimlerinin varyansı bağımsız değişkenlere bağlı olarak değişmez.

Alternatif Hipotezi (H1 - Araştırma Hipotezi): H1 ise heteroskedastisitenin varlığını gösterir. Bu durumda, hata terimlerinin varyansı bağımsız değişkenlere bağlı olarak değişir.

BP testi, regresyon analizlerinde hata terimlerinin heteroskedastisitesini değerlendirmek için kullanılır. Eğer test sonucu istatistiksel olarak anlamlıysa, yani null hipotezi reddedilirse, bu heteroskedastisitenin varlığını gösterir ve regresyon sonuçlarını güvenilir bir şekilde yorumlamayı zorlaştırabilir.

4.2.7. Dirençli Driscoll-Kraay tahmincisi testi

Dirençli Driscoll-Kraay Tahmincisi testi, ekonometrik analizlerde seri bağımsızlık ihmal sorununu ele almak ve zaman serileri verileriyle çalışırken daha sağlam sonuçlar elde etmek amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Bu test, seriler arası bağımlılığı göz önüne alarak hesaplamalarda düzeltilmiş standart hata tahmincileri sunar. Temel hipotezleri şunlardır:

Null Hipotezi (H0 - İlginçlik Hipotezi): H0, seri bağımsızlık ihmalinin olmadığını ifade eder. Yani, seriler arası bağımlılık dikkate alınmalıdır ve düzeltilmiş tahminler kullanılmalıdır.

Alternatif Hipotezi (H1 - Araştırma Hipotezi): H1 ise seri bağımsızlık ihmalinin geçerli olduğunu ifade eder. Bu durumda, seriler arası bağımlılık göz ardı edilebilir.

Dirençli Driscoll-Kraay Tahmincisi testi, seriler arası bağımlılığın hesaplamalarda önemli bir faktör olduğu zaman serileri verileriyle çalışırken kullanışlıdır. Test sonucuna göre, seriler arası bağımlılık dikkate alınmalı veya göz ardı edilebilir. Bu da ekonometrik analizlerin daha sağlam ve güvenilir olmasına katkı sağlayabilir.

4.3. Uygulama

Çalışmanın bu bölümünde, analiz aşaması için toplam on beş farklı (N=15) ülke kapsamında 2000-2022 (T=23) yılları ihracat (İHR), gayri safi milli hâsıla (GSMH), araştırma-geliştirme (AR-GE) harcamaları ve Euro/dolar paritesi değişkenleri kullanılarak panel regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırmada bağımlı değişken olarak ihracat verileri alınmıştır. Panel regresyon analizi uygulanırken değişkenlerin doğal logaritması alınmış (L) ve durağan olmayan veriler 1. farkları alınarak (D) durağan hale getirilmiştir.

İlk aşamada, araştırmada kullanılan dört değişken için tanımlayıcı istatistikler verilmiştir. Araştırmada panel veri yapısı $N < T$ olduğu için, yatay kesit bağımlılığının varlığı Breusch-Pagan Lagrange çarpanı (LM) testi ile incelenmiştir. Değişkenlerde yatay kesit bağımlılığı var olduğu için, değişkenlerin durağanlıklarını sınamak üzere, 2. nesil birim kök testlerinden Hansen'in Kovariyet-Genişletilmiş Dickey Fuller (CADF) birim kök testi ile verilerin durağanlık analizleri gerçekleştirilmiştir (Lupi, 2009). Durağan olmayan veriler fark alma işlemi ile durağanlaştırılmıştır.

Regresyon modellerinde bağımsız değişkenler için varyans şişirme çarpanı (VIF) değerleri hesaplanarak çoklu bağlantı sorunu analiz edilmiştir. Panel regresyon analizi modelleri oluşturulurken, havuzlanmış en küçük kareler (EKK), sabit etki ve rassal etki türleri arasından en uygun olanını belirlemek için F-testi, Breusch-Pagan LM testi ve Hausman testleri yapılmıştır. Üç testin genel sonucuna göre etki türü seçiminin hemen ardından, panel regresyon modelinde otokorelasyon ve değişen varyans testleri gerçekleştirilmiştir. Otokorelasyon probleminin sınamasında Breusch-Godfrey (BG) testi, değişen varyans probleminin sınamasında ise Breusch-Pagan (BP) testi uygulanmıştır (Torres-Reyna, 2010).

Panel regresyon modelindeki anlamlılıklar değerlendirilirken, yatay kesit bağımlılığı, otokorelasyon veya değişen varyans problemlerine karşı dirençli Driscoll-Kraay (Driscoll-Kraay, 2008) tahmincisi kullanılmıştır.

Anlamlılık testi sonuçları %1, %5 ve %10 hata payı baz alınarak değerlendirilmiştir. Panel veri analizine dair tüm sonuçlar, R programında (R Core Team, 2023) bulunan plm, lmtest ve CADFtest paketleri kullanılarak hesaplanmıştır (Croissant ve Millo, 2008; Lupi, 2009; Zeileis ve Hothorn, 2002).

Tablo 4. 2. 2000-2022 yılları arası araştırma değişkenlerine yönelik tanımlayıcı istatistikler

Değişken	Ort	SS	Min	Maks	Çarp	Bas
İhr	4.51E+13	1.51E+14	5.60E+10	8.76E+14	4.016	18.457
GSMH	1.43E+14	3.83E+14	1.77E+11	1.96E+15	3.198	12.631
Parite	88.612	282.8332	0.499	1291.447	3.459	13.202
Arge	5.90E+10	8.96E+10	4.51E+08	6.79E+11	3.746	20.424

Ort: Ortalama, SS: Standart sapma, Min: Minimum, Maks: Maksimum

Tablo 4.2'de 2000-2022 yılları arası araştırmada yer alan 15 ülkenin ihracat, GSMH, AR-GE harcamaları ve Euro/dolar paritesi değişkenlerine yönelik tanımlayıcı

istatistik sonuçları gösterilmektedir. Tanımlayıcı istatistik bulgularına göre, ülkelerin ihracat ortalaması 45.1 trilyon dolar, GSMH ortalaması 142.6 trilyon dolar, Euro/dolar paritesi ortalaması 88.612 ve AR-GE harcamaları ortalaması 59 milyar dolardır.

Tablo 4. 3. Yatay kesit bağımlılığı testi sonuçları

Değişken	Z	p
L-İhr	1881.373***	<0.01
L-GSMH	1856.184***	<0.01
L-Parite	831.769***	<0.01
L-Arge	1113.926***	<0.01

***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1

Tablo 4.3’de 2000-2022 yılları arasındaki dört araştırma değişkeninin yatay kesit bağımlılığı testi sonuçları gösterilmektedir. Test bulgularına göre, 2000-2022 yılları arası tüm değişkenlerde anlamlı bir yatay kesit bağımlılığı mevcuttur. Verilerde yatay kesit bağımlılığı problemi olduğu için, durağanlık aşamasında CADF testine başvurulmuştur.

Tablo 4. 4. Durağanlık analizi sonuçları

Değişken	Sabit terim		Trend	
	İstatistik	p	İstatistik	p
L_İhr	-2.279	0.179	-2.303	0.431
D(L_İhr,1)	-24.635***	<0.01	-24.634***	<0.01
L_GSMH	-2.266	0.184	-2.249	0.460
D(L_GSMH,1)	-12.648***	<0.01	-12.664***	<0.01
L_Arge	-2.896**	0.047	3.631**	0.029
D(L_Arge,1)	-	-	-	-
L_Parite	-2.022	0.277	-2.199	0.488
D(L_Parite,1)	-6.670***	<0.01	-7.176***	<0.01

***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1

Tablo 4.4’te ihracat, GSMH, Euro/dolar paritesi ve Arge harcamaları verilerinin durağanlık analizi sonuçları gösterilmektedir. Bu sonuçlara göre, Arge harcamaları değişkeni kendi seviyesinde durağandır. Ancak ihracat, GSMH, Euro/dolar paritesi verileri kendi seviyesinde durağan değildir. Durağan olmayan bu üç değişkenin 1. farkları alındığında durağan hale gelmektedir. Analizlerin regresyon modellemesi aşamasında da tüm verilerin durağanlaştırılmış halleri kullanılmıştır.

Tablo 4. 5. Bağımsız değişkenlere yönelik varyans şişirme çarpanı (VIF) değerleri

	D(L-GSMH,1)	D(L-Parite,1)	L-ARGE
VIF	1.027	1.030	1.005

L: Doğal logaritma

Tablo 4.5'te 2000-2022 yılları arası GSMH, AR-GE harcamaları, Euro/dolar paritesi değişkenleri için VIF değerleri gösterilmektedir. Bağımsız değişken olarak alınan GSMH, Euro/dolar paritesi ve AR-GE harcamaları verilerinin hepsinde VIF değerleri 10'dan düşüktür. VIF değerlerin 10'un altında olduğu için, üç değişken için de çoklu bağlantı sorunu yoktur.

Tablo 4. 6. Panel regresyon modeli için etki türü seçimine yönelik test sonuçları

Etki testleri	İstatistik	p	Karar
F-testi	0.587	0.875	Havuzlanmış EKK
Breusch-Pagan LM testi	3.751*	0.053	Rassal etki
Hausman testi	6.789*	0.079	Sabit etki

***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1

Tablo 4.6'da ihracat değişkeninin bağımlı değişken olarak ele alındığı panel regresyon modelinin etki türü seçim sonuçları verilmiştir. F-testine göre havuzlanmış EKK yerine sabit etki, Breusch-Pagan LM testine göre havuzlanmış EKK yerine rassal etki ve son olarak Hausman testi sonucuna göre rassal etki yerine sabit etki türü seçilmiştir. Test bulguları birlikte ele alındığında, panel regresyon modeli için en uygun etki türü sabit etki türü olarak belirlenmiştir.

Tablo 4. 7. Otokorelasyon ve değişen varyans testleri

Otokorelasyon/değişen varyans testleri	İstatistik	p
Breusch-Godfrey otokorelasyon testi	89.398***	<0.01
Breusch-Pagan değişen varyans testi	19.397***	<0.01

***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1

Tablo 4.7'de sabit etki türü ile tahmin edilen panel regresyon modeline ait otokorelasyon ve değişen varyans testi sonucu gösterilmektedir. Test sonuçlarına göre bu modelde anlamlı bir otokorelasyon ve değişen varyans problemi bulunmaktadır.

Tablo 4. 8. Panel regresyon modeline ait katsayılar ve genel istatistik bulguları

Katsayı	Beta	SH	z-istatistiği	p
Sabit terim	0.112	0.157	0.714	0.475
D(L-GSMH,1)	1.344***	0.378	3.559	<0.01
D(L-Parite,1)	0.066*	0.036	1.824	0.068
L-ARGE	-0.011	0.015	-0.714	0.476

$$R^2 = 0.042$$

$$\text{Düzeltilmiş } R^2 = 0.034$$

$$\text{Ki-kare istatistiği} = 14.582$$

$$p < 0.01$$

***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1. R²: Belirtme katsayısı, Beta: Regresyon katsayısı, SH: Standart hata.

Tablo 4.8’de 15 ülkenin genel ihracat verilerini etkileyen faktörleri belirlemek üzere sabit etki türü ile yatay kesit bağımlılığına dirençli Drisscol-Kraay tahmincisi kullanılarak elde edilmiş panel regresyon modeli sonuçları yer almaktadır. İhracat verilerinin bağımlı değişken olarak yer aldığı model, ki-kare istatistiğine göre anlamlıdır. Modelin genel anlamlılığı teyit edildikten sonra bağımsız değişkenlerin anlamlılıkları incelenmiştir.

Bağımsız değişkenlerdeki katsayıların anlamlılıklarına göre, GSMH ve Euro/dolar paritesi değişkenleri ülkelerin ihracat verileri üzerinde ekonometrik açıdan anlamlı bir etkiye sahiptir. Ancak AR-GE harcamalarının 15 ülkenin genel ihracat verileri üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur. Regresyon katsayılarının değerlerine bakıldığında, GSMH ve Euro/dolar pariteleri ile ihracat verileri arasında pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur (Beta>0). Bu sonuç doğrultusunda, GSMH ve Euro/dolar paritelerinde meydana gelecek bir artış, ülkelerin genel ihracat verilerini artırıcı bir rol oynayacaktır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda dünya ekonomisinde önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Teknolojik ilerlemeler, ticaret dinamikleri ve küresel olaylar ekonomik görünümü etkilemeye devam etmektedir. En belirgin değişikliklerden biri, dijital ekonominin yükselişidir. Yeni nesil teknolojiler, online ticaret, eğitim, sağlık hizmetleri ve uzaktan çalışma gibi alanlarda büyük dönüşümlere neden olmuştur. Bununla birlikte, COVID-19 pandemisi dünya ekonomisini derinden etkilemiştir. Salgın, küresel tedarik zincirlerini bozmuş, firmaların kapanmasına veya kısıtlamalara gitmesine neden olmuş ve işsizlik oranlarını artırmıştır. Dünya ekonomisine etki eden bir diğer unsur Rusya-Ukrayna savaşı olmuştur. Savaşın etkisi özellikle uluslararası tahıl ve enerji fiyatlarında oldukça büyük dalgalanmalara sebep olmuş, olmaya da devam edeceği görülmektedir. Dünya ticaret ilişkilerinde de değişiklikler gözlemlenmektedir. Bazı ülkeler kendi üretim kapasitelerini artırma ve daha az dışa bağımlı hale gelme eğilimindedir. Ticaret savaşları ve korumacılık eğilimleri, uluslararası ticaretin seyrini etkilemiştir. Sürdürülebilirlik ve iklim değişikliği de ekonomik gelişmelerin önemli bir parçası haline gelmiştir. Ülkeler ve firmalar, bu değişen koşullara uyum sağlamak ve fırsatları değerlendirmek için esnek politikalar benimsemeye devam etmelidir.

Dış ticaret teorileri, bir ülkenin ihracat performansını etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır. Bu teoriler, ülkelerin uluslararası ticaretteki rolünü ve ticaret politikalarının sonuçlarını anlamamıza yardımcı olur. Dış ticaret teorilerinin ihracat performansına etkisi, hem pozitif hem de negatif yönlerden ele alınabilir. David Ricardo'nun karşılaştırmalı avantaj teorisi, bir ülkenin kendi özel avantajlarına dayalı olarak belirli ürünlerin üretimine odaklanmasını önerir. Bu, ülkenin bu ürünleri diğer ülkelere ihraç etme kapasitesini artırabilir, ihracat performansını olumlu yönde etkileyebilir. Dış ticaret, üretim süreçlerinin daha verimli hale gelmesine katkıda bulunabilir. Bir ülke, ithal ettiği mal ve hizmetlerle daha ucuz bir şekilde üretim yaparak kaynaklarını daha etkili bir şekilde kullanabilir. Bu, ülkenin ihracat performansını artırabilir. Bazı dış ticaret teorilerine göre, korumacılık politikaları ve ticaret engelleri, ihracatı kısıtlayabilir. Bu tür politikalar, dış ticaretin serbestleşmesini engeller ve ihracat performansını olumsuz etkileyebilir. Döviz kuru dalgalanmaları, ihracatçıların

gelirlerini ve karlarını etkileyebilir. Firmalar için belirsizlik yaratabilir ve ihracat performansını olumsuz etkileyebilir.

Çalışmamızda ihracat performansı ile GSYH (Gayrisafi Yurtiçi Hasıla) arasında *pozitif yönde* bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. GSYH'deki artış, ekonominin büyümesine ve daha fazla üretim kapasitesine işaret eder. Bu da daha fazla mal ve hizmetin üretilmesi ve ihraç edilmesi, ayrıca ithalatın artması anlamına gelebilir. Daha yüksek GSYH, genellikle daha büyük bir ithalat ve ihracat hacmiyle ilişkilendirilir. Demirhan (2005) ve Şimşek (2003) tarafından yapılan çalışmalarda ihracat performansı ile GSYH arasında GSYH'den ihracata doğru tek yönde ilişki olduğunu bulmuşken, Hsiao ve Hsiao (2006), Guan ve Hong (2012) ve Oskooee ve Oyolola (2007) çift yönlü bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Bu çalışmaların yanında Afxentiou ve Serletis (1991), Takım (2010) ve Yiğidim ve Köse (1997) tarafından yapılan çalışmalarda ise ihracat performansı ile GSYH arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Çalışmamızda ihracat performansı ile döviz kuru arasında *pozitif yönde* bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Döviz kuru dalgalanmaları, ihracatçıların uluslararası piyasada rekabet gücünü etkileyebilir. Bir ülkenin para biriminin değeri düşükse, ihracatçılar için ürünler daha ucuz hale gelir ve bu da ihracatı teşvik edebilir. Tersine, güçlü bir para birimi ihracatçılar için daha zorlu hale getirebilir. Akbostancı (2002) tarafından yapılan çalışmada döviz kurunun dış ticaret dengesini etkileyen bir değişken olduğu tespit edilirken, Özbay (1999), Tunçsiper ve Öksüzler (2006) ve Doğanlar (2002) tarafından yapılan çalışmalarda döviz kurlarında meydana gelen oynaklıklar sonucu negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmamızda ihracat performansı ile AR-GE (Araştırma ve Geliştirme) harcamaları arasında *anlamlı bir etkinin olmadığı* sonucuna ulaşılmıştır. AR-GE (Araştırma ve Geliştirme) harcamaları, yenilikçilik ve ürün geliştirme faaliyetleri anlamına gelir. Yenilikçi ürünler ve süreçler, ihracatçıların rekabet gücünü artırabilir. AR-GE yatırımları, daha yüksek kaliteli ürünlerin ve daha fazla değer üretilmesine yardımcı olabilir, bu da ihracat performansını olumlu etkileyebilir. Bu faktörlerin dikkatlice yönetilmesi, ihracatı artırmak ve sürdürülebilir bir şekilde yükseltmek için önemlidir. Kılıç vd. (2014), Adaçay (2007), Braunerhjelm ve Thulin (2006), Bojnec ve Ferto (2011), Özer ve Çiftçi (2009), Rodriguez ve Rodriguez (2005), Yıldırım ve Kesikoğlu'nun (2012) ve Külünk (2018), tarafından yapılan çalışmalarda ihracat performansı ile AR-GE harcamaları arasında pozitif yönlü ilişki olduğu bulunmuşken,

Wakelin (1998), tarafından yapılan çalışmada ihracat performansı ile AR-GE harcamaları arasında negatif yönlü ilişki olduğu bulunmuştur. Araştırma sonucumuz ile literatür arasındaki farklılığa, analizde yer alan ülkelerin bazı yıllarındaki verilerinde görülen AR-GE harcamalarının ihracata dönüşmemesinin (AR-GE harcamaları artarken, ihracat rakamları azalmış) neden olabileceği düşünülmektedir.

Bir ülkenin ihracat performansı, çeşitli faktörlerden etkilenir ve bunlardan bazıları GSYH, döviz kuru ve AR-GE harcamalarıdır. Çalışmada bağımlı değişken olarak ülkelerin ihracat verileri alınırken, bağımsız değişkenler olarak ülkelerin GSYH, döviz kuru ve AR-GE harcamaları alınmıştır. Bu değişkenler tek tek, sektörel, firma, ürün bazında tek bir ülke veya birden çok ülke için analiz edildiğinde ihracat performansı karşısında anlamlı sonuçlar verebilirken, çalışmamızda da görüldüğü üzere bir arada kullanıldıklarında AR-GE harcamalarındaki sonuç gibi anlamsız sonuçlar verebilir.

Ülkelerin ihracat performansı, ekonomik büyüme ve ulusal refah açısından son derece kritik bir faktördür. Bu performansı etkileyen birçok faktör arasında, GSYH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla), döviz kuru ve AR-GE (Araştırma ve Geliştirme) harcamaları kilit rol oynar.

Bir ülkenin GSYH'si, ekonominin toplam üretimini ve büyüklüğünü ölçer. Yüksek bir GSYH, genellikle daha fazla kaynak, işgücü ve sermaye sağlar, bu da ürünlerin ve hizmetlerin daha fazla üretimini ve ihracatını teşvik eder. Büyüyen bir ekonomi, daha fazla ihracat fırsatı sunabilir.

Döviz kuru, bir ülkenin milli para biriminin diğer ülkelerin milli para birimleri karşısındaki değerini ifade eden kavramdır. Rekabetçi bir döviz kuru, ülkenin ihracatçıları için uluslararası pazarlarda daha rekabetçi hale gelmesini sağlayabilir. Düşük bir yerel para birimi, ihracatçıların ürünlerini daha cazip hale getirebilir ve dış talebi artırabilir.

Araştırma ve geliştirme (AR-GE) harcamaları, yeni ürünlerin ve teknolojilerin geliştirilmesini teşvik eder. İnovasyon, ihracatçıların uluslararası pazarda daha rekabetçi olmalarına yardımcı olabilir. Yeni ve geliştirilmiş ürünler, ihracatçıların dış pazarlarda daha fazla talep oluşturmasını sağlayabilir.

Bu nedenle, ülkelerin bu faktörleri dikkate alarak politika ve stratejiler oluşturması, ihracat performansını artırmalarına yardımcı olabilir. Bu da ekonomik büyümeyi teşvik edebilir, istihdamı ve ulusal refahı artırabilir.

KAYNAKÇA

- Aaby, N. E. and Slater, F. S. (1989). Management Influences on Export Performance: A Review of Empirical Literature 1978-1988, *International Marketing Review* 6(4), p.7- 26.
- Adaçay, F. R. (2007). "Bilgi Ekonomisine İlişkin Temel Göstergeler Açısından Avrupa Birliği ve Türkiye'nin Karşılaştırılması", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 19, Aralık, s. 185-204.
- Adıgüzel, M. (2019). "Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkilerinin Makroekonomik Analizi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı*, 37, 191-221.
- Afxentiou, P. C. and A. Serletis. (1991). "Exports and GNP Causality in The Industrial Countries: 1950–1985." *Kyklos*, 44(2): 167-179.
- Akbostancı, E. (2002). "Dynamics of the Trade Balance: The Turkish J Curve," ERC/ETU 6. International Conference in Economics, September Ankara.
- Akçacı, T. ve Çınaroğlu, M. S. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Lojistik Ve Ticarete Etkisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19 (Covid-19 Special Issue), 447-456.
- Altıntaş, M. H., Tokol, T., and Harcar, T. (2007). The Effects of Export Barriers on Perceived Export Performance: An Empirical Research on SMEs in Turkey. *EuroMed Journal of Business*, 2(1), 36-56.
- Anıl, N. K. (2009). İhracat Performansını Belirleyen Faktörler Arasındaki İlişkiler ve İhracat Başarısına Etkileri (Türkiye Örneği). Doktora Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa, ss.1-74.
- Atabay, İ. (2007). İhracat Performansını Etkileyen Faktörler (Zeytinyağı Sektöründe Bir Araştırma). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2): 17-25.
- Axinn, C. N. (1988). Export Performance: Do Managerial Perceptions Make a Difference? *International Marketing Review*, Summer, pp.61-71.
- Aydın, N., vd. (2004). *Uluslararası İşletmecilik*, Eskişehir: T. C. Anadolu Üniv. Yayınları, Yayın No:1576.
- Bijmolt, Tammo, H. A. and Zwart, P. S. (1994). "The Impact of Internal Factors On The Export Success Of Dutch Small And Medium-Sized Firms," *Journal of Small Business Management*, April 1994, 69-83.
- BM (2022). Dünya Ekonomik Durum ve Beklentileri 2022 Raporu- *Küresel Büyüme Beklentileri*. <https://www.un.org/>. (15.03.2023).
- Bodur, M. (1994). Foreign Market Indicators, Structural Resources and Marketing Strategies as Determinants of Export Performance, *Advances in International Marketing*, Vol. 6, p. 183-205
- Bojnec, S. and Ferto, I. (2011). Impacts of research and development on manufacturing trade. *Zbornik European Review for Medical and Pharmacological Sciences*, 18, 1-9.

- Braunerhjelm, P., and Thulin, P. (2006). Can countries create comparative advantages? R&D expenditures, high-tech exports and country size in 19 OECD countries, 1981-1999. *International Economic Journal*, 22(1), 95-111.
- Brouthers, L. E. and Nakos, G. (2005). The Role of Systematic International Market Selection on Small Firms' Export Performance, *Journal of Small Business Management*, 43 (4), pp. 363-381
- Cantwell, J. A. (1995). The Globalization of Technology: What Remains of The Product Cycle Model? *Cambridge Journal of Economics*, 19 (1): 155–174.
- Christensen, C. H., Da Rocha, A. and Gertner, R. K. (1987). An Empirical Investigation of the Factors Influencing Exporting Success of Brazilian Firms, *Journal of International Business Studies*, Fall, pp.61-77.
- Clark, P., Natalia, T., Shang-Jin, W., Azim, S. and Li Z. (2004). "Exchange Rate Volatility and Trade Flows - Some New Evidence," IMF Working Paper, May 2004.
- Cooper, R.G. and Kleinschmidt, E.J. (1985). The Impact of Export Strategy on Export Sales Performance, *Journal of International Business Studies*, Vol. 16, No.1, pp.37-55.
- Croissant, Y. and Millo, G. (2008). Panel data econometrics in R: The plm package. *Journal of statistical software*, 27(2), 1-43.
- Çankaya, M. (2003). "Araştırma ve Geliştirme Faaliyeti Harcamalarında Vergi Ertelenmesi," *E- Yaklaşım Dergisi*, 126, 143-147. Ankara.
- Çavuşgil, S. T. and Zou, S. (1994). "Marketing Strategy-Performance Relationships: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures," *Journal of Marketing*, Vol.58, 1-75.
- Çavuşgil, S. T. and Noar, J. (1987). "Firm and Management Characteristics As Discriminators of Export Marketing Activity," *Journal of Business Research*, Vol.13, No.3, 221-235.
- Çavuşgil, S. T. and Kirpalani, P. H. (1993). Introducing Products into Export Markets: Success Factors, *Journal of Business Research*, 27, 1-15.
- Danışman, A. ve Sökmen, A. G. (2007). Girişimci Özellikleri ve Firma Niteliklerinin İhracat Performansına Etkisi: Kobi'ler Üzerinde Bir Araştırma, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 16, Sayı 1, s.213-230
- Das, M. (1994). "Successful and Unsuccessful Exporters from Developing Countries", *European Journal of Marketing*, Vol. 28, No. 12, 19-33.
- Davut, L. (1994). *Sanayi İktisadı*, İmaj Yayıncılık, Yayın No:13, ss.44, Ankara.
- Dean, D. L., Mengüç, B. and Myers, C. P. (2000). Revisiting Firm Characteristics, Strategy, and Export Performance Relationship: A Survey of the Literature and an Investigation of New Zealand Small Manufacturing Firms, *Industrial Marketing Management*, 29, 461-477.
- DEF (2020). Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu Özel Sürümü 2020-Ülkeler İyileşme Yolunda Nasıl Performans Gösteriyor?.<https://www3.weforum.org/>, (21.05.2023).

- DEF (2022). Küresel Riskler 2022 Raporu. <https://www3.weforum.org/>, (21.05.2023).
- DEF (2023). Küresel Riskler 2023. <https://www3.weforum.org/>, (21.05.2023).
- DEİK (2021). Ekonomik Araştırmalar. <http://tabef.org/>, (01.08.2023)
- Dekle, R. and Ryoo, H. H. (2007). Exchange Rate Fluctuations, Financing Constraints, Hedging, and Exports: Evidence From Firm Level Data. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 17(5), 437–451.
- Demir, S. (2014). Küresel Rekabet Endeksi 2013-2014, Rekabet Kurumu, Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi Başkanlığı
- Demirhan, E. (2005). “Büyüme ve İhracat Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 60(4), 76- 88.
- Diamantopoulos, A. and Inglis, K. (1988). Identifying Differences between High-and-Low Involvement Exporters, *International Marketing Review*, Summer, pp. 52-60.
- Doğanlar, M. (2002). Estimating the Impact of Exchange Rate Volatility on Export: Evidence
- Driscoll, J. C. and Kraay, A. C. (2008). Consistent covariance matrix estimation with spatially dependent panel data. *Review of economics and statistics*, 80(4), 549-560.
- DTÖ (2022). Küresel Ticaretin Görünümü. <https://wto.org/>, (10.01.2023).
- DTÖ (2023). Küresel Mal Ticaret Barometresi Raporu. <https://wto.org/>, (08.04.2023).
- Duran, M. S. ve Acar, M. (2020). “Bir Virüsün Dünyaya Ettikleri: Covid-19 Pandemisinin Makroekonomik Etkileri”, *International Journal Of Social and Economic Sciences* (10)1, s.54-67.
- El-Agraa, A. (1983). *The Theory of International Trade*, Croom Helm Electronics Industry Market Research and Knowledge Network, - www.electronics.ca
- Espitia, A., Rocha, N., and Ruta, M. (2020). Covid-19 and Food Protectionism: The Impact of the Pandemic and Export Restrictions On World Food Markets. *World Bank Policy Research Working Paper*, (925).
- Gandolfo, G. (1998). *International Trade Theory and Policy*, Springer
- Garnier, G. (1982). “Comparative Export Behaviour of Small Firms in the Printing and Electrical Industries”, in M.Czinkota and G. Tesar (eds.), “Export Management: An International Context”, New York: Praeger, 114-131.
- Greene, W. H. (2003). *Econometric Analysis*, 5th Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Guan, J. L. and Hong, Y. (2012). An Empirical Analysis on U.S. Foreign Trade and Economic Growth. A. P. 2 (Dü.), AASRI Conference on Power and Energy Systems içinde, (s. 39-43).
- Güriş, S. (2018). Panel Veri Modelleri. S. Güriş içinde, *Uygulamalı Panel Veri Ekonometrisi* (s.3) İstanbul: DER Kitabevi Yayınevi ve Dağıtım

- Güriş, S. ve Bıyıklı S. İ. (2018, Ocak). *Bilgi ve İletişim Teknolojileri – Büyüme Bilgi ve İletişim Teknolojilerini Büyüme Etkisi: Panel Veri Uygulaması*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/330292594_Bilgi_ve_iletisim_teknolojileri_buyume_bilgi_ve_iletisim_teknolojilerini_buyumeye_etkisi_panel_veri_uygulaması
- Heckscher, E. F. (1919). *The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income*, aktaran Gandolfo, G., 1998. *International Trade Theory and Policy*, Springer
- Helpman, E. (1981). “International Trade in The Presence of Product Differentiation Economies of Scale and Monopolistic Competition: A Chamberlin-Heckscher-Ohlin Approach”, *Journal of International Economics*. 11, 1981, 305-340.
- Helpman, E. and Krugman, P. (1985). *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*. MIT Press, Cambridge.
- Holzmuller, H. H. and Stottinger, B. (1996). Structural Modelling of Success Factors in Exporting: Cross-Validation and Further Development of an Export Performance Model, *Journal of International Marketing*, Vol.4, No.2, pp.29-55.
- Hsiao, C. (2003). Panel Data Analysis-Advantage and Challenges. *Sociedad de Estadística e Investigación Operativa Test*, 0000(00),1–63.
- Hsiao, F. S. T. and Hsiao, M. W. (2006). *‘FDI, Exports, and Growth in East and Southeast Asia: Evidence from Time-Series and Panel Data Causality Analyses’*, Paper presented at 2006 International Conference on Korea and the World Economy V, Seoul, Korea.
- IMF (2022). Dünya Ekonomik Görünümü. <https://www.imf.org/>, (01.06.2023).
- İMMİB (2023). Ekonomik Araştırmalar. <https://immib.org.tr/>, (20.05.2023)
- Jain, S. C. (1989). *“Standardization of international Marketing Strategy: Some Research Hypotheses”*, *Journal of Marketing*, Vol.53, 70-79.
- Jean, S. (2020). *“How The COVID-19 Pandemic Is Reshaping The Trade Landscape and What to Do About It”*, *Intereconomics*, 55, 135-140.
- Kara, E. (2020). Covid-19 Pandemisi: İşgücü Üzerindeki Etkileri ve İstihdam Tedbirleri, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 269-282.
- Katsikea, E. and Morgan, R. E. (2003). “Exploring Export Sales Management Practices in Small- and Medium- Sized Firms”, *Industrial Marketing Management*, Vol:32, No: 6, 2003, 467-480.
- Katsikeas, C. S., Leonidas C. L. and Neil A. M. (2000). *“Firm-Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation and Development”*, *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol.28, No.4, 493-511.
- Katsikeas, C. S., Nigel F. P. and Chris, I. (1996). *“Determinants of Export Performance in A European Context”*, *European Journal of Marketing*, Vol.30, No.6, 6-35.
- Kaynak, E. and Kuan, W. K. (1993). Environment, Strategy, Structure, and Performance in the Context of Export Activity: An Empirical Study of Taiwanese Manufacturing Firms, *Journal of Business Research*, 27, p. 33-49.

- Keskin, H. İ. ve Aksoy, E. (2019). OECD ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Gelir Artışı ve İşgücüne Katılım Arasındaki İlişki: Panel Eşbütünleşme Analizi, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 54(1), 1-20
- Kılıç, C., Bayar, Y. ve Özekicioğlu, H. (2014). Araştırma Geliştirme Harcamalarının Yüksek Teknoloji Ürün İhracatı Üzerindeki Etkisi: G-8 Ülkeleri İçin Bir Panel Veri Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (44), 115-130. Kayseri.
- Kingsly, K. M. and Henri, K. (2020). Covid-19 and Oil Prices. Social Science Research Network.
- Koh, A. C. (1991). Relationships Among Organizational Characteristics, Marketing Strategy and Export Performance, *International Marketing Review*, Vol.8, No.3, pp. 46- 60.
- Koutsoyiannis, A. (1987). *Modern Mikro İktisat*, Çev: Muzaffer SARIMEŞELİ, Teori Yayınları, ss.238.
- Külünk, İ. (2018). Türkiye’de Arge Harcamaları, İhracat ve Büyüme Arasındaki İlişki: 1996-2016. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4 (2), 73-82.
- Lages, L. F. (2000). A Conceptual Framework of the Determinants of Export Performance: Reorganizing Key Variables and Shifting Contingencies in Export Marketing, *Journal of Global Marketing*, Vol. 13(3), p. 29-51.
- Leonidou, L., Katsikeas C. S. and Piercy, N. (1998). Identifying Managerial Influences on Exporting: Past Research and Future Directions, *Journal of International Marketing*, Vol.6, No.2, p. 74-102.
- Leonidou, L., Kaminarides, J. S. and Hadjimarcou, J. (2004). An Analysis of U.S. Small and Medium-Sized Manufacturers' International Business Relationships, *Thunderbird International Business Review*, Vol. 46(5), pp. 545-573
- Leonidou, L. C., Constantine S. K., and Saeed S. (2002). "Marketing Strategy Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis", *Journal of Business Research*, Vol. 55, 51- 67
- Loayza, N. and Pennings, S. M. (2020). Macroeconomic Policy in the Time of COVID-19: A Primer for Developing Countries, *World Bank Research and Policy Briefs*, 147291, 1-9.
- Louter, P.J., Ouwerkerk, C., Bakker, B.A. (1991). An Inquiry into Successful Exporting, *European Journal of Marketing*, 25(6), 7-23.
- Lupi, C. (2009). Unit Root CADF Testing with R. *Journal of Statistical Software*, 32 (2), 1-19.
- Madsen, T. K. (1989). Successful Export Marketing Management: Some Empirical Evidence, *International Marketing Review*, Vol.6, No.44, pp. 41-57.
- Mavrogiannis, M., Bourlakis, M. A., Dawson, P. J. and Ness, M. R., (2008). Assessing Export Performance in The Greek Food and Beverage Industry: An Integrated Structural Equation Model Approach, *British Food Journal*, Vol. 110 No. 7, pp. 638654.
- Mill, J. S. (1965). *Principles of Political Economy*, New York, Kelly.

- Nakos, G., Keith D. B. and Lance E. B. (1998). " *The impact of Firm and Managerial Characteristics on Small and Medium-Sized Grek Firms' Export Performance*", Journal of Global Marketing, Vol.11, No.4, 23-47.
- Nell, C. and Zimmermann, S. (2011). Summary Based on Chapter 12 of Baltagi: Panel Unit Root Tests. PhD-Course: Panel Data. Vienna: Department of Economics, University of Vienna.
- OECD (2022). Ekonomik Görünüm Raporu, Kasım 2022. <https://www.oecd.org/> (24.03.2023)
- Ohlin, B. (1933). Interregional Trade and International Trade, Harvard University Press, aktaran Gandolfo, G., 1998. International Trade Theory and Policy, Springer.
- Oktaç, N. (2005), *Dış Ticarete Giriş*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No:1624, Eskişehir.
- Oskooee, M. B. and Oyolola, M. (2007). Export Growth and Output Growth: An Application Of Bounds Testing Approach. Journal of Economics and Finance, 1(31), 1-11.
- Özbay, P. (1999). " *The Effect Of Exchange Rate Uncertainty On Exports A Case Study For Turkey*", Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Tartışma Tebliğleri, Ankara.
- Özer, M. ve Çiftçi, N. (2009). Ar-ge Harcamaları ve İhracat İlişkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 39-49.
- Özmen, E. ve Furtun, G. (1998). " *Export-led growth hypothesis and the Turkish data: An empirical investigation*", METU Studies in Development, 25 (3), 491-503.
- Öztürk, S. (2010). " *İktisadi Düşünceler Tarihi Ders Notları*", ss.85-95, Bilecik.
- Pesaran, M. H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross Section Dependence, Journal of Applied Econometrics, (22), 365-312.
- Porter, M. E. (1980). Competitive strategy New York: Free Press.
- Posner, M. V. (1961). International Trade and Technical Change, Oxford Economic Papers, pp. 323-341 Ricardo, D., 1817. On the Principles of Political Economy and Taxation, aktaran Evans, H.D., 1989. Comparative Advantage and Growth, Harvester Wheatsheaf.
- R Core Team. (2023). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL <https://www.R-project.org/>.
- Reid, S. (1983). "Firm Internationalization, Transaction Costs and Strategic Choice", International Marketing Review, Cilt 1, Sayı 2, s. 44–56.
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*, Ed. R. M. Hartwell (1971), Pelican Classics.
- Rodriguez, J. L. and Rodriguez, R. M. G. (2005). Technology and export behaviour: A Resource-Based View Approach. International Business Review, 14 (5), 539–557.

- Schlegelmich, B. B. and Ross, A. G. (1987). The Influence of Managerial Characteristics on Different Measures of Export Success, *Journal of Marketing Management*, No.2, pp. 145-158.
- Salvatore, D. (1998). *International Economics*, Prentice Hall, 6th Ed., New Jersey, 1998, s. 168.
- Seifert, B. and John, F. (1989). "Are Exporting Firms Modifying Their Product, Pricing And Promotion Policies?", *International Marketing Review*, Vol.6, No.6, 53-68.
- Seyidoğlu, H. (2007). *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*, Güzem Can Yayınları, İstanbul.
- Shamsuddoha, A. K. (2005). Antecedents of Firm Export Performance: The Role of Export Promotion Programs, PhD. Thesis, Queensland University of Technology.
- Shoham, A. (1998). "Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assessment.", *Journal of International Marketing*, Vol.6, No.3, 59-81.
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of The Wealth of Nations*, Londra, aktaran Seyidoğlu, H., (1999), *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*, Güzem Yayınları.
- Smith, A. (1776-1937). *The Wealth of Nations*, New York: The Modern Library.
- Sousa, C. M. P. (2004). Export Performance Measurement: An Evaluation of the Empirical Research in the Literature, *Academy of Marketing Science Review*.
- Sousa, C. M., Martinez Lopez, F. J. and Coelho, F. (2008). "The Determinants of Export Performance: A Review of the Research in the Literature Between 1998 and 2005", *International Journal of Management Reviews*, 10/4, 343-374.
- Soylu, Ö. B. (2020). "Türkiye Ekonomisinde Covid-19'un Sektörel Etkileri", *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 169-185
- Spence, M. M. (2003). Evaluating Export Promotion Programmes: UK Overseas Trade Missions and Export Performance, *Small Business Economics*, 20, p.83-103.
- Şimşek, M. (2003). "İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin Türkiye Ekonomisi Verileri ile Analizi, 1960-2002" *D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 18(2): 43-63.
- Takım, A. (2010). Türkiye'de GSYİH ile İhracat Arasındaki İlişki: Granger Nedensellik Testi . *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 14 (2) , 315-330.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı SBB (2019). On Birinci Kalkınma Planı. (2019-2023). <https://www.sbb.gov.tr/>, (11.03.2023).
- T.C. Cumhurbaşkanlığı SBB (2022). Dünya Ekonomisindeki Son Gelişmeler. <https://www.sbb.gov.tr/>, (16.03.2023).
- T.C. Cumhurbaşkanlığı SBB (2022). 2022 Ekonomik Rapor. <https://www.sbb.gov.tr/>, (15.05.2023).
- T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, (2014). Dünya Ekonomisindeki Gelişmeler.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı (2012). Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) Özel İhtisas Komisyonları El Kitabı

- T.C. Ticaret Bakanlığı (2022). Ülkeler. <https://ticaret.gov.tr/>, (12.03.2023).
- T.C. Ticaret Bakanlığı (2023). Ülkeler. <https://ticaret.gov.tr/>, (04.08.2023).
- Tekoğlu, A. S. (2020). "Covid-19 Salgını ve Dış Ticarete Kriz Yönetimi: Türkiye Örneği", *İnceleme Gümrük Ticaret Dergisi*, 7(22), 32-53.
- Terzi, H. ve Zengin, A. (1999). Kur Politikasının Dış Ticaret Dengesini Sağlamadaki Etkinliği: Türkiye Uygulaması, *Ekonomik Yaklaşım*, 10(33).
- Tezel, Y. S. (1997). *İktisadi Büyüme*, Ankara Yayıncılık, Ankara.
- TİM (2022). Raporlar ve Yayınlar-Bilgi Notları. <https://tim.org.tr/>, (10.03.2023)
- TİM (2022). İhracat 2022 Raporu. <https://www.tim.org.tr/>, (28.03.2023).
- TİM (2023). İhracat 2023 Raporu. <https://www.tim.org.tr/>, (01.09.2023).
- TİSK (2019). DEF-Küresel Rekabetçilik Raporu. <https://www.tisk.org.tr/>, (01.01.2023)
- TOBB (2020). 2020 Ekonomik Rapor. <https://www.tobb.org.tr/>, (01.04.2023).
- TOBB (2021). 2021 Ekonomik Rapor. <https://www.tobb.org.tr/>, (01.04.2023).
- TOBB (2022). 2022 Ekonomik Rapor. <https://www.tobb.org.tr/>, (08.04.2023).
- Torlak, Ö., Özdemir, Ş. ve Kula, V. (2007). 'Türk İşletmelerinin İhracat Performansı Belirleyicileri', *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (1), 103-114.
- Torres-Reyna, O. (2010). Getting started in fixed/random effects models using R. Data and Statistical Services. Princeton University.
- Tunçsiper, B. ve Öksüzler, O. (2006). "Döviz Kuru Riski Türkiye'nin İhracatını Azaltır mı? Hata Doğrulama Yöntemi İle Bir Ampirik Değerlendirme", *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 2, Sayı 3, ss. 1-13.
- Ulbrich, H. (1983). *International Trade and Finance*, Prentice-Hall
- Unay, C. (1997). *Genel İktisat*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- Ursic, M. L. and Czinkota, M. R. (1984). "An Experience Curve Explanation of Export Expansion", *Journal of Business Research*, Vol.12,159-170.
- Wakelin, K. (1998). Innovation and Export Behavior at The Firm Level. *Research Policy*, 26(7), 829–841.
- Wolf, J. A. and Pett, T. L. (2000). Internationalization of Small Firms: An Examination of Export Competitive Patterns, Firm Size, and Export Performance, *Journal of Small Business Management*, April, pp34-47.
- Yıldırım, E. ve Kesikoğlu, F. (2012). Ar-Ge Harcamaları İle İhracat Arasındaki Nedensellik İlişkileri: Türkiye Meselade Panel Nedensellik Testi Kanıtları. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 165-180.
- Yıldırım, K. ve Karaman, D. (2003). Makroekonomi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.

- Yiğidim, A. ve Köse, N. (1997). “İhracat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki, İthalatın Rolü: Türkiye Örneği (1980-1996)”, *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 8 (26), 71-85.
- Zeileis, A. and Hothorn, T. (2002). Diagnostic Checking in Regression Relationships. *R News* 2(3), 7-10. URL <https://CRAN.R-project.org/doc/Rnews/>
- Zhang, W. B. (2000). *A Theory of International Trade*, Springer.
- Zou, S. and Stan, S. (1998). "The Determinants of Export Performance: A Review of the Empirical Literature between 1978 and 1997", *International Marketing Review*, Vol 15, No.5, 333-356.



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Mustafa YILDIRIM
Uyruğu : T.C.

EĞİTİM

Derece	Adı	Bitirme Yılı
Yüksek Lisans :	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	2023

İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görevi
2012- Devam ediyor	Gaziantep	Öğretmen

YABANCI DİLLER : İngilizce