



Munich Personal RePEc Archive

# **The Performance of Turkey's Foreign Trade Strategy of Neighbouring and Surrounding Countries within the Regional Strategies**

Aras, Osman Nuri and Erdoğan, Eren

2013

Online at <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/81904/>  
MPRA Paper No. 81904, posted 16 Oct 2017 05:50 UTC

**UOT: 658.011.46**

## TÜRKİYE'NİN KOMŞU VE ÇEVRE ÜLKELERLE DIŞ TİCARET STRATEJİSİNİN BÖLGESEL STRATEJİLER İÇİNDEKİ PERFORMANSI

**Osman Nuri ARAS, Eren ERDOĞAN**

Fatih Üniversitesi

İstanbul / TÜRKİYE

onaras@fatih.edu.tr, erenerdogan@fatih.edu.tr

### ÖZET

Türkiye, 24 Ocak 1980 kararları ile ithal ikameci dış ticaret stratejisi yerine ihracata yönelik dış ticaret stratejisi uygulamaya başlamıştır. İhracata yönelik dış ticaret stratejisinin uygulanmaya başladığı 1980'li yıllar, özellikle komşu ve çevre ülkeler ile ticari ve ekonomik ilişkilerin hızla arttığı bir dönem olmuştur. 1990'larda Ortadoğu'da yaşanan olaylar ve Gümrük Birliğine dâhil oluş sonrası AB pazarının belirli bir doygunluk noktasına gelmesi gibi bir takım olumsuzluklar nedeniyle dış ticaret hacminde olumsuz gelişmeler yaşanmaya başlamıştır.

Dış ticarete 1990'lı yıllarda yaşanan olumsuz gelişmeleri aşmak üzere Türkiye 2000'li yıllarda yeni strateji ve politikalar geliştirmiştir. Yeni strateji ve politikalarla dış ticaret hacminde artış sağlama ve pazar çeşitlendirmesi çabalarına girişilmiştir. Uygulamaya konulan bölgesel ağırlıklı dış ticaret strateji ve politikalar ile Türkiye ihracatta hem ulaşılan pazar sayısında hem de ihracat miktarında artış yaşamaya başlamıştır. Uygulanan bölgesel ağırlıklı strateji ve politikardan biri de "Komşu ve Çevre Ülkeler ile Ticaretin Geliştirilmesi" stratejisidir.

Bu çalışmada komşu ve çevre ülkeler ile dış ticaret performansı diğer bölgesel stratejilerin kapsadığı ülkelerle mukayese edilmiştir. Komşu ve çevre ülkeler stratejisinin uygulandığı 2003-2013 döneminde Türkiye'nin komşu ve çevre ülkelerle ihracat ve ithalatı hem oransal hem de istatistiki olarak komşu ve çevre ülkeler harici toplam ihracat ve ithalatına oranla daha başarılı performans göstermiştir. Ancak, ihracat ve ithalat hacmi açısından komşu ve çevre ülkeler stratejisinin kapsadığı ülkelerin diğer bölgesel stratejilerin kapsadığı ülkelere göre daha iyi olduğu sonucuna ise varılamamıştır.

**Anahtar kelimeler:** Dış Ticaret Stratejileri, İhracat, İthalat, Türkiye Ekonomisi.

### THE PERFORMANCE OF TURKEY'S FOREIGN TRADE STRATEGY OF NEIGHBOURING AND SURROUNDING COUNTRIES WITHIN THE REGIONAL STRATEGIES

#### ABSTRACT

Turkey has started to implement the export-oriented foreign trade strategy in place of foreign trade import-substitution strategy with the decisions of January 24, 1980. The 1980s, that began to implement the export-oriented foreign trade strategy, was a period in which economic and trade relations with especially neighboring and surrounding countries increased rapidly. In contrast, in 1990s negative developments occurred in foreign trade volume due to a number of negatives such as the events in the Middle East and the EU market to come to a certain saturation point after incorporation into the Customs Union.

In 2000s, Turkey developed new strategies and policies to overcome the negative developments of 1990s in foreign trade. Providing an increase in foreign trade volume and market diversification efforts have been attempted with the new strategies and policies. Turkey began to experience an increase in both the number of reached export markets and the volume of exports with the implemented new foreign trade strategy and policy in which was regionally weighted. One of the implemented new strategies and policies in which regional weighted is the strategy of the "Development of Trade with Neighboring and Surrounding Countries".

In this study, the performance of foreign trade of the neighboring and surrounding countries was compared with the countries covered by the other regional trade strategies. During the period of strategy implementation of the neighboring and surrounding countries between the years of 2003-2013, Turkey's exports and imports with the neighboring and surrounding countries showed better performance both proportionally and statistically in comparison with the total exports and imports except for the neighboring and surrounding countries' exports and imports.

However, the neighboring and surrounding countries covered by the neighboring and surrounding countries strategy were not found to be better in comparison with the countries covered by other regional strategies in terms of exports and imports.

**Key words:** Foreign Trade Strategies, Export, Import, Turkey's Economy.

## 1. Giriş

Türkiye, 24 Ocak 1980 kararları ile ithal ikameci dış ticaret stratejisi yerine ihracata yönelik bir dış ticaret stratejisine geçiş yapmıştır. Yeni dış ticaret stratejisinin uygulanmaya başladığı 1980'li yıllar, özellikle komşu ve çevre ülkeler ile ticari ve ekonomik ilişkilerin hızla arttığı bir dönem olmuştur. Nitekim 1980'li yıllarda Ortadoğu ülkelerinin başı çektiği bir dışa açılma süreci yaşayan Türkiye'nin, bu yıllarda yaptığı ihracatın yaklaşık %50'sini komşu ve çevre ülkelere yaptığı görülmektedir.

Ancak 1990'lı yıllarda yaşanan Körfez Savaşı ve Irak'a uygulanan yaptırımlar, Körfez ülkelerinin geçirdiği çalkantılı dönem ve beraberinde Ortadoğu'ya gerçekleştirilen ihracatın payında yaşanan gerileme ve son olarak 1996 yılındaki Gümrük Birliği sonrası AB pazarının belirli bir doygunluk noktasına gelmesi gibi bir takım olumsuzluklar, dış ticaret üzerinde kara bulutlar oluşmasına sebep olmuştur. Yaşanan tüm bu olumsuzluklar, komşu ve çevre ülkeler ile dış ticaret hacminde durgunluğa, hatta azalma yaşanmasına, ayrıca Türkiye'nin klasik pazarları (AB, ABD ve komşu ve çevre ülkeler) dışındaki yeni pazarlara giriş ve ulaşmada problemlere neden olmuştur.

Türkiye 2000'li yıllarla beraber, 1990'lı yıllarda yaşanan bu problemleri aşmak için yeni strateji ve politikalar geliştirerek, dış ticaret hacminde artış sağlama ve pazar çeşitlendirmesi çabalarına girişmiştir. Uygulanan strateji ve politikalarla biri olarak bölgesel düzeyde dış ticaret stratejileri uygulamaya başlanılmış, böylelikle hem komşu ve çevre ülkelerle dış ticaret hacminin artırılması hem de klasik pazarlardaki ticaret paylarının muhafaza edilerek (hatta artırılarak) yeni pazar-

lardan da pay alınması hedeflenmiştir. Komşu ve çevre ülkelerle ticaret hedefleri doğrultusunda dış ticaret hacmine istikrar kazandırıp, kırılganlığı azaltmak için çok yönlü siyasi ve ekonomik ilişkiler geliştirilmeye çalışılırken, bir yandan da yeni bölgesel pazar araştırmaları ve tanıtım çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Uygulamaya konulan bölgesel strateji ve politikalar ile ihracatta hem ulaşılan pazar sayısında hem de ihracat miktarında artış yaşayan Türkiye, bölgesel ve küresel konjoktüre uygun dinamik dış ticaret strateji ve politikaları geliştirmeye ve uygulamaya günümüzde de devam etmektedir.

Hâlihazırda devam eden temel dış ticaret stratejilerden biri de 2000 yılında uygulamaya konulan "Komşu ve Çevre Ülkeler ile Ticaretin Geliştirilmesi" stratejisidir.

## 2. Türkiye'nin Dış Ticaret Stratejileri

Ülkelerin istikrarlı ve sürdürülebilir bir büyüme oranı ile istihdam rakamlarını ve kişi başına düşen milli gelirlerini artırmasında, dış ticaretin, özellikle de ihracatın göz ardı edilemez bir etkisi olduğu günümüz dünyasının bir gerçeğidir. Bu gerçekten hareketle ülkeler, dış ticaret hacimlerini artırmak için çeşitli sistemler hayata geçirmekte ve kurdukları bu sistemlerle dış ticaretlerine ivme kazandırarak nihai ekonomik amaçlarına ulaşmaya çalışmaktadırlar.

Küreselleşen dünya ticaretinde rekabet düzeyi, hem sanayileşmiş ülke piyasalarında, hem de gelişmekte olan ülke piyasalarında artmaya devam etmektedir. Rekabetin, her geçen gün arttığı uluslararası ticari piyasalarda yer edinebilmek ise ancak bölgesel düzeyde kurulacak ekonomik sistemlerle mümkün olabilmektedir. Bu doğrultuda bölgesel dü-

zeyde ticari bütünleşmeyi hedefleyen ve bu amaca ulaşmada uygulanabilir araçları kapsayan dış ticaret stratejilerinin, öngörülen hedeflere ulaşmada etkin ve verimli araçlar olduğu görülmektedir.

Bir ülkenin gerçekleştirmiş olduğu dış ekonomik ilişkilerin çoğunluğunu teşkil eden dış ticaret ilişkileri hususunda “yakın bölge” düzeyinde kalıcı olunabilmesi, bölge ülkelere yönelik ticaret politikalarının üretilmesi ve komşu ülkeleri esas alan bir dış ticaret stratejisi takip edilmesi ile mümkün olmaktadır. Zira yakın bölgesel ticaret, dolayısıyla komşu ülkelerle ticaret, özellikle gelişmiş ülkelerin ticaret hacimleri içerisinde önemli bir yere sahiptir. Dünya genelinde ülkelerin komşuları ile ticari ilişkilerine bakıldığında, Avrupa Birliği ülkelerinin birlik içi ticaretinin %70’ler düzeyinde olduğu görülürken, bu oranın Asya-Pasifik bölgesinde %60’lar ve Kuzey Amerika bölgesinde ise %40’lar düzeyinde olduğu görülmektedir[4].

Ülkelerin uygulamaya koydukları bu yeni dış ticaret stratejileri sebebiyle dünya genelinde bölgesel entegrasyonların öneminin arttığı ve komşu ülkelerle ticaretin hızla geliştiği görülmektedir. Nitekim genel olarak son yıllardaki küresel ticaret trendlerine bakıldığında, bölgesel entegrasyonların ve dolayısıyla bu entegrasyonlara yönelik bölgesel stratejilerin, ülke ihracatlarında yaşanan artışta önemli role sahip oldukları görülmektedir. Yaşanan bu değişime paralel olarak Türkiye de ekonomik ihtiyaçların karşılıklı olarak eş düştüğü coğrafi, tarihi ve kültürel yakınlığa sahip olunan ülkelerle gerçekleştirilebilecek ticaret potansiyelini değerlendirmek üzere, 2000 yılından itibaren komşu ve çevre ülkeler başta olmak üzere bölgesel dış ticaret stratejileri uygulamaya koymuştur[1].

Bölgesel stratejiler ile gerçekleştirilmeye çalışılan pazar çeşitlendirmesi çabalarının, en azından Türkiye açısından, 2008 küresel krizinin dünya ekonomisinde ve ticaretinde yarattığı önemli düzeyde daralmanın etkisini hafifleten bir unsur olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Bölgesel stratejiler ile ticaret-

teki önemi tekrardan vurgulanmış olan komşu ve çevre ülkelere yapılan ihracat, özellikle gelişmiş ülke piyasalarını (örneğin; Türkiye’nin en büyük ticaret ortağı konumundaki AB üyesi ülkelerin piyasalarını) vuran küresel krizin dış ticaret üzerindeki etkisini azaltıcı bir rol oynamıştır.

Bölgesel stratejiler “Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi”, “Afrika Stratejisi”, “Asya-Pasifik Stratejisi”, “ABD ile Ticaret ve Yatırımı Geliştirme Stratejisi”, “Latin Amerika Ülkeleri ile Ticaret ve Yatırımı Geliştirme Stratejisi” olmak üzere beş farklı bölge hedef alınarak belirlenmiştir. Bu bölgelerde gerçekleştirilecek pazara giriş çalışmaları ise belirlenen “hedef ülkeler” ve “öncelikli ülkeler” bazında yoğunlaştırılmaktadır. Söz konusu stratejiler, ülke, bölge ve dünya konjonktüründe yaşanan ekonomik ve ticari gelişmeler dikkate alınarak, Türkiye’nin bölge ve dünya ticaretinden aldığı payın artırılması amacıyla özenle seçilerek uygulamaya konulmuştur. Ayrıca hedef bölge belirlenmesi ve ülke tercihlerinin belirlenmesi gibi olumlu gelişmelere ilave olarak, Türkiye’nin ticaret projeksiyonunda yeni stratejilerin ve var olan stratejilerde yapılacak geliştirmelerin yer aldığı da belirtmek gerekmektedir.

Dış ticaret stratejileri, 2000 yılından itibaren uygulanmaya konulan bölgesel stratejilerin yanı sıra sektörel ve yapısal dönüşüme yönelik strateji ilaveleri ile daha da zenginleştirilmiştir. Sektörel dış ticaret stratejisi uygulamalarına baktığımızda karşımıza yurtdışı müteahhitlik ve teknik müşavirlik hizmetleri, yapısal dönüşüme yönelik stratejiler olarak da ihracata dönük üretim stratejisi ve girdi tedarik stratejisi (GİTES) olmak üzere iki alt alan çıkmaktadır.

### 3. Türkiye’nin Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi

Komşu ve çevre ülkeler ile 1980’li yıllarda ticari ve ekonomik ilişkilerde hızlı bir artış olmuştur. 1980’li yıllarda ticari ve ekonomik ilişkilerde komşuların ön plana çıkmasının temelinde yatan nedenlerden birisi coğrafi

yakınlık olgusu olmuştur. Dışa açılımın ilk evresi olan bu süreç, "ihracat pazarlaması" stratejisine (ihracat pazarlaması stratejisi, iç pazara yönelik üretim yapan firmaların, üretim fazlalarını dış pazarlara, özellikle de yakın komşulara satmaları üzerine kurulu bir stratejidir) de uygun bir şekilde gelişmiştir[1].

1980'li yıllarda komşu ve çevre ülkeler ile ticari ve ekonomik ilişkilerde yaşanan hızlı artış ihracatta görülen önemli artışta birinci dereceden bir rol üstlenmiş olsa da bu artış 1990'lı yıllarda yerini durgunluk, hatta azalmaya bırakmıştır. Yaşanan bu olumsuz gelişme üzerine Türkiye, dış ticaret hacmindeki payı hızla azalan komşu ve çevre ülkeler ile ticaretin geliştirilmesi ve toplam dış ticaret hacmindeki paylarının artırılması amacıyla, 2000 yılından itibaren "Komşu ve Çevre Ülkeler ile Ticaretin Geliştirilmesi Stratejisi"ni uygulamaya koymuştur.

Öte yandan uygulamaya konulan bu strateji, yakın muadilleri ile bir takım farklılıklar sergilemektedir. Örneğin AB'nin komşu ülkeler politikası ile Türkiye'nin "Komşu ve Çevre Ülkeler" stratejisi karşılaştırıldığında bu iki politikanın kapsam olarak farklı oldukları görülmektedir. Nitekim AB'nin komşu ülkeler politikası barış, istikrar ve refah ortamını komşu ülkelere yayarak, komşu ülkelerle si-

yasi, ekonomik, kültürel ve güvenlik alanlarında kapsamlı işbirliğini geliştirmeyi amaçlamakta olup, bunu gerçekleştirecek hukuki ve mali politikalar ortaya koyarak, bunlar için uygulama alanları oluşturmaktadır. Hâlbuki Türkiye ise komşu ve çevre ülkeler stratejisi ile sadece bu ülkelerle ticaretini, hatta sadece ihracatını arttırmayı hedeflemekte ve buna yönelik basit teşvik politikaları uygulamaktadır. Bu nedenle AB'nin komşuluk politikası ile Türkiye'de uygulanan politika arasında isim benzerliğinden fazla bir benzerlik bulunmamaktadır. Türkiye'nin, bu stratejiyi sadece "komşuluk politikası" olarak algılaması; politika araçlarının da sınır ticareti, sınır ticaret merkezleri, yurt dışı fuar-sergi, ofis-mağaza destekleri, heyetler halinde ülke çıkartmaları, ihraç ürünleri tanıtım faaliyetleri ve dâhilde işleme rejimi (DİR) uygulamaları gibi kısıtlı birkaç araçtan öteye geçememesine neden olmaktadır[3].

### 3.1. Strateji'nin Uygulandığı Ülkeler

"Komşu ve Çevre Ülkeler" stratejisi iki aşamalı bir yapıya sahiptir. Stratejinin uygulama alanında yer alan ülkeler, "komşu-ön hat ülkeler" ve "çevre ülkeler" olarak iki alt gruba ayrılarak incelenmektedir

Tablo-1: "Komşu ve Çevre Ülkeler" Stratejisi Kapsamındaki 52 Ülke

Afganistan	Cezayir	İran	Libya	Romanya	Tunus
Arnavutluk	Cibuti	İsrail	Lübnan	Rusya	Türkmenistan
Azerbaycan	Eritre	Karadağ	Macaristan	Sırbistan	Ukrayna
BAE	Etiyopya	Katar	Makedonya	Slovenya	Umman
Bahreyn	Fas	Kazakistan	Mısır	Somali	Ürdün
Bangladeş	Filistin	Kırgızistan	Moğolistan	Sudan	Yemen
Belarus	Gürcistan	Kosova	Moldova	Suriye	Yunanistan
Bosna-Hersek	Hırvatistan	Kuveyt	Özbekistan	S. Arabistan	
Bulgaristan	Irak	KKTC	Pakistan	Tacikistan	

Not: Sırbistan-Karadağ strateji ilk belirlendiğinde tek bir ülke olduğundan, her ne kadar bu iki ülke ayrılmış olsa da çalışmanın bütünlüğü adına ilerleyen yıllar içinde tek bir ülke gibi ele alınmıştır.

Strateji'deki "komşu-ön hat ülkeler" ifadesi ile kast edilen Türkiye ile sınırları olan ülkelerdir. Yani Türkiye ile arasında geçiş zorluğu olmayan ve başka bir ülke üzerinden geçmeksizin doğrudan kara ve/veya yakın deniz bağlantısı vasıtasıyla Türkiye ile ortak

sınıra sahip ülkelerdir. Diğer yandan "çevre ülkeler" ifadesi ile kastedilen ise Türkiye ile ortak bir sınırı olmamakla birlikte Türkiye ile yakın tarihi, kültürel ve coğrafi bağları olan ve belirli bir nüfusa ve ekonomik potansiyele sahip olan ülkelerdir.

2000 yılında uygulamaya konulan “Komşu ve Çevre Ülkeler ile Ticaretin Geliştirilmesi Stratejisi”nin 2003 yılında genişletilmesi ile birlikte söz konusu strateji kapsamına 52 ülke dâhil olmuştur. Strateji kapsamındaki ülkeler Kafkaslardan, Ortadoğu’ya, Güneydoğu Avrupa’dan, Karadeniz’e ve Orta Asya’ya kadar geniş bir bölgeye yayılmaktadır. Strateji kapsamına dâhil olan bu ülkelerin dünyadaki dağılımı Şekil-1’deki haritada gösterilmiş; söz konusu ülkelerin listesi ise Tablo-1’de verilmiştir.

### 3.2. Strateji’nin Kapsamı

“Komşu ve Çevre Ülkeler” stratejisi kapsamında yer alan hususlar şunlardır[7]:

- Ekonomik ve ticari ilişkilerin geliştirilmesinde büyük öneme sahip olan, Ticaret, Serbest Ticaret Anlaşması (STA), Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması (YKTK), Çifte Vergilendirmeyi Önleme (ÇVÖ), Gümrük ve Ulaştırma gibi yasal altyapıyı oluşturacak anlaşmaların bu ülkeler ile öncelikle tamamlanması,
- Komşu ve çevre ülkelere yönelik ticareti ve ekonomik işbirliğini geliştirici faaliyetlerin sistematik olarak gerçekleştirilmesi,
- Türk müteşebbisleri, bu ülkelerdeki stratejik yatırımlara ve ticari faaliyetlere yönlendirmek amacıyla çalışmalar yapılması,
- Türk müteşebbislerin komşu ve çevre ülkelerde müteahhitlik alanında sunulan potansiyeli değerlendirebilmelerine yönelik olarak söz konusu sektörde müteahhitlik heyeti ziyaretleri gerçekleştirilmesi.
- Komşu ve çevre ülkelerle Karma Ekonomik Konsey (KEK) veya benzeri üst düzey istişare ve karar mekanizmalarının oluşturulması ve bunların etkin olarak çalışmasının sağlanması,
- Türkiye’nin bu ülkelerle ilişkilerinin yasal alt yapısını oluşturacak (ticaret, ortaklık ve ekonomik işbirliği, kara, deniz ve sivil havacılık, ÇVÖ, YKTK, gümrük işbirliği) anlaşmalarının imzalanması,
- Bazı komşu ülkelerle, tercihli ticaret ve sınır ticareti düzenlemeleri yapılması,
- Komşu ve çevre ülkeler ile Avrupa Birliği (AB) arasındaki ilişkilerin yakından takip edilerek, AB ile eşzamanlı olarak bu ülkelerle STA anlaşmaları imzalanması,
- Söz konusu ülkelerin Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) üyeliklerinin desteklenerek, ticaret ile ilgili mevzuatlarının uluslararası normlara uygun hale getirmelerinin sağlanması,
- İslam Konferansı Örgütü Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi (İSEDAK), Ekonomik İşbirliği Teşkilatı (ECO) ve Karadeniz Ekonomik İşbirliği (KEİB) gibi bölgesel entegrasyonlar çerçevesinde yürütülen ticaretin serbestleştirilmesi çalışmalarının hızlandırılmasında Türkiye’nin öncü rol üstlenmesi,
- Bölge ülkeleri arasındaki tercihli ticaret imkânlarından (Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) Ülkeleri Gümrük Birliği ve Arap Ülkeleri Ortak Pazarı) yararlanılmasını sağlamak amacıyla belirli ülkelerde rekabet üstünlüğüne sahip olunan sektörlerdeki Türk yatırımlarının teşvik edilmesi,
- Komşu ve çevre ülkelerin stratejik hammadde ve doğal kaynaklarından Türkiye’nin azami ölçüde faydalanmasını temin edecek envanter ve politika çalışması yapılması ve stratejik hammaddeler temini alt stratejisinin oluşturulması,
- Ticaretin sürdürülmesinin ve uygun ihraç fiyatlarının sağlanmasının ön şartı olan lojistik hizmetlerinin geliştirilmesi ve bu doğrultuda kara, demir, deniz ve hava yolu taşımacılığının kesintisiz olarak yapılabilmesi için gerekli koşulların oluşturulması,
- Ülke gümrük kapılarının teknolojik donanımlarının ve personel kalitesinin iyileştirilmesi,

- Ticareti olumsuz yönde etkileyen bürokratik işlemlere, tarife dışı engellere ve firma sorunlarına her türlü üst düzey resmi temasta çözüm aranması,
- Zaman zaman ülkelerarası ilişkileri de olumsuz yönde etkileyen firma sorunlarına çözüm bulmak amacıyla bölgesel tahkim mekanizmalarının tesis edilmesi,
- Fuar, sergi ve ticaret heyetleri gibi tanıtım faaliyetlerinin yoğun olarak düzenlenmesi,
- İş konseylerinin kurulması ve etkin şekilde çalışmalarının temin edilmesi,
- Türk teknik müşavirlik firmalarının bu ülkelerdeki yapılanmalarının sağlanması,
- Türk Eximbank'ın "politik risk sigortası" uygulamasına başlaması ve bu ülkelerdeki yatırım ve müteahhitlik projelerine daha fazla kaynak aktarması,
- Komşu ve çevre ülkelerle bankacılık ve finans ilişkilerinin geliştirilmesi.

### **3.3. Strateji'nin Hedefleri**

Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi'nin hedefleri ise şöyle sıralanabilir[4]:

- Bölge ülkeleriyle mal, hizmet ve sermaye akışının serbestleştirilmesini öngören anlaşmaların imzalanması,
- Ulaştırma ve gümrük başta olmak üzere bölgedeki ekonomik altyapıların uyumlaştırılması,
- Bölgesel düzeyde ekonomik mevzuatların uyumlaştırılması,
- Pazara giriş ve tanıtım programları ile ihracatın desteklenmesi,
- Bölgesel düzeyde lojistik imkânlarının geliştirilmesi,
- Bölgede üretilen petrol ve doğalgazın ülkemiz üzerinden Avrupa'ya taşınmasını öngören projelerin hayata geçirilmesi,
- Müteahhitlik firmalarımızın bölge ülkelerindeki faaliyetlerinin özel programlarla desteklenmesi,
- Türkiye'ye yabancı sermaye akışını hızlandıracak koşulların oluşturulması.

Kısaca stratejinin temel hedefinin, belirli mal gruplarında ve pazarlarda sıkışmış ülke ihracatına yeni bir ivme kazandırabilme olduğu söylenebilir[5].

### **3.4. "Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi" Çerçevesinde Yapılan Faaliyetler**

Stratejinin uygulamaya konulduğu ilk yıllarda ön hat olarak tanımlanan Irak, İran ve Suriye başta olmak üzere daha çok Ortadoğu ülkeleri ile ekonomik ve ticari ilişkilere ağırlık verilmiş ve önemli başarılar elde edilmiştir. 2003 yılından itibaren ise Kuzey Afrika ülkeleri, Orta Asya Cumhuriyetleri, Rusya, Ukrayna ve Balkan ülkelerine ağırlık vermeye başlanmıştır[7].

Komşu ve çevre ülke olarak adlandırılan pazarlara girmek için, diğer tüm ülke Pazarlarına girişte olduğu gibi, pazarın ihtiyaçları saptanarak, pazarın ihtiyacı çerçevesinde mal ve hizmet üretilmesi teşvik edilmektedir. Bu ise, karşılıklı resmi temaslar, ticaret heyetleri, fuarlara katılım, reklam ve tanıtım çalışmaları ile desteklenmektedir. Bu çerçevede, öncelikle komşu ülkelere başlamak üzere, bu ülkelere yönelik alım heyeti, ticaret heyeti, fuarlara katılım, reklam ve tanıtım faaliyetleri hususlarına ağırlık verilmektedir[1].

"Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi" çerçevesinde gerçekleştirilen birçok faaliyetten önemlileri şunlardır:

- Hemen hemen her bir ülke ile KEK toplantıları gerçekleştirilmiş, birçok ülke ile ÇVÖ ve YKTK anlaşmaları imzalanmıştır.
- Bazı ülkelerle STA anlaşmaları imzalanırken bazıları ile anlaşma yapılmasına ilişkin müzakereler devam etmektedir. STA'lar sayesinde, komşu ve çevre ülkeler ile Türkiye'nin dış ticaretinin geliştirilmesi; ihracatçılarının dış pazarlarda, başta AB ülkeleri olmak üzere rakipleri ile eşit şartlarda rekabet edebilmelerinin temini; karşılıklı yatırımların ve ülkenin uluslararası rekabet gücünün artırılması hedeflenmektedir. STA'ların ihracat ve

ithalat rakamları incelendiğinde, 2000-2010 döneminde, Türkiye'nin genel ihracat artış oranı %310 iken, yürürlükte olan 16 STA ülkesine ihracatının artış oranının ise %468 olduğu görülmektedir.

- Gürcistan ile Tercihli Ticaret Anlaşması imzalanırken birkaç ülke ile daha anlaşma yapılmasına ilişkin görüşmeler yürütülmektedir.

### 3.5. "Komşu ve Çevre Ülkeler" ile Ticaret Performansı ve Potansiyeli

Çalışmanın bu bölümünde "Komşu ve Çevre Ülkeler" stratejisinden bahsedilecek olmakla beraber, stratejinin başarısının değerlendirilebilmesi için strateji öncesi durumda kısa bir özetinin belirtilmesi gerekmektedir. Strateji 2000 yılında uygulamaya konulduğundan, bu tarih öncesi verilere çalışmada yer verilmemiştir. Çalışmada yer verilmiş olsa da bu veriler incelenirse, Türkiye'nin 2000'lere kadar klasik pazarlar harici dış ticaret seviyesinin çok düşük olduğu görülmektedir. 2000'li yıllardan önce klasik pazarlar harici dış ticaret seviyesinin çok düşük olmasındaki sebeplerden biri bu ülkelerin iç piyasalarında yaşamış oldukları zorluklardır. Ülkelerin iç piyasalarının yeteri kadar gelişmemiş olması, Balkanlar'da süren savaşlar, eski Sovyetler Birliği ülkelerinin (Azerbaycan, Belarus, Gürcistan, Kazakistan, Kırgızistan, Moldova, Özbekistan, Rusya, Tacikistan, Türkmenistan ve Ukrayna olmak üzere 11 ülke) dışa kapalı bir ekonomiden dışa açık bir ekonomiye dönüşüm sürecinin sancılı geçmesi gibi durumlar ticaretin önüne engel olmuştur.

Türkiye'nin kendi iç pazarındaki sorunlar ve ülkelerin Türkiye algısı da bu ülkelerle gerçekleştirilen ticaretin hacminin düşük olmasına sebep olan diğer unsurlardandır. Türk firmalarının bu ülkelere dair bilgilerinin zayıf olması, bu ülkelerin siyasi durumlarından korkmaları ve bu ülkelerle ticareti kolaylaştıracak yeterli destek ve devlet güvencesinin olmayışı, uzun bir dönem Türk firmalarını

kolaycılığa, başka bir söylemle klasik pazarlara yönlendirmiştir. Diğer taraftan uzunca bir süre kabuğuna çekilmiş bir görünüm sergileyen Türkiye, komşularıyla ilişkilerinin problemlili olduğu, hakkında yanlış ve yanlış bir imajın oluştuğu ve tarihi ve kültürel bağlara sahip olunan devletlerle yakınlaşmayı engelleyici dış baskıların mevcut olduğu dönemler geçirmiştir. Tüm bu durumların zaman içerisinde değişmesine ek olarak klasik pazarlarda rekabetin artması ve pazarın daralması nedeniyle Türkiye, dış ticarete açılma gitmiş ve yeni politikalar geliştirmiştir.

Şekil-1'de, 2000-2013 yılları arasında Türkiye'nin "Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi" çerçevesindeki ülkelerle gerçekleştirmiş olduğu ticaret performansını yansıtmaktadır. Şekilde ihracat siyah sürekli çizgiyle, ithalat ise siyah kesikli çizgiler ile gösterilmiştir. Ayrıca Türkiye'nin Rusya ile gerçekleştirmiş olduğu ticaretin boyutu düşünüldüğünde, Türkiye'nin gerçek performansının ortaya konulabilmesi için Rusya ile ticaretin etkisinin grafikten çıkarılması gerektiği için gri siyah çizgi ile gösterilen "Rusya harici ihracat performansı" ve gri kesikli çizgi ile gösterilen "Rusya harici ithalat performansı" serileri de grafiğe eklenmiştir.

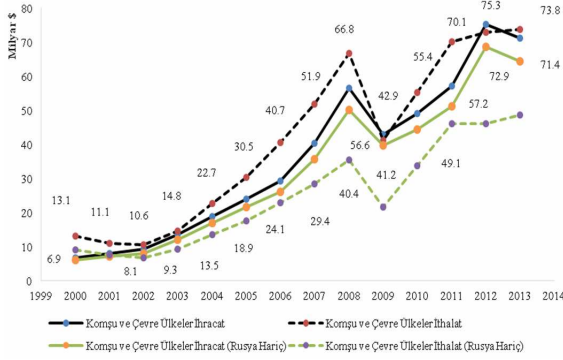
Şekil-1'ye bakıldığında göze ilk çarpan, Türkiye'nin 2000-2013 yılları arasında "Komşu ve Çevre Ülkeler" stratejisi kapsamındaki ülkelerle ticaretindeki yüksek artıştır. Türkiye, 2000 yılında "Komşu ve Çevre Ülkeler" stratejisi kapsamındaki ülkelerle 6,9 milyar doları ihracat ve 13,1 milyar doları ithalat olmak üzere toplamda 20 milyar dolarlık ticaret gerçekleştirirken, 2013 yılında 71,4 milyar doları ihracat ve 73,8 milyar doları ithalat olmak üzere toplam 145,2 milyar dolarlık ticaret gerçekleştirmiştir.

Bu ülkelerle yapılan ticaret, tutar olarak gerçekleşen bir artışın yanında toplamdan alınan pay olarak da artış göstermiştir. Nitekim Türkiye'nin toplam ticareti ele alındığında, "Komşu ve Çevre Ülkeler" kapsamındaki



ülkelerle yapılan ihracatın toplam ihracat içerisindeki payı 2000 yılında %24,7, bu ülkelerle yapılan ithalatın toplam ithalat içerisindeki payı ise %24,1 olarak gerçekleşmişken, 2013 yılına gelindiğinde bu rakamlar ihracat için %29,3'e ithalat için ise %47'ye yükselmiştir (Yıllara göre kıyaslamalar için bkz. Tablo-2). Bu durum Türkiye'nin uyguladığı stratejinin sonuçlarını verdiği şeklinde yorumlanabilir.

**Şekil-1:** Türkiye'nin "Komşu ve Çevre Ülkeler" Stratejisi Kapsamındaki Ülkelerle Ticaret Performansı



Kaynak: TÜİK

Diğer taraftan Türkiye'nin klasik pazarlarından birisi olan Rusya ile ticaretin (Özellikle mineral kaynak ve yakıt alımları özelinde ithalatın) büyüklüğü, uygulanan stratejinin sonuçlarının değerlendirilmesi açısından yanıltıcı sonuçlar elde edilmesine sebep olabilir. Örneğin; grafiğe bakıldığında 2013 yılında Türkiye'nin strateji kapsamındaki ülkelerle yapmış olduğu ticaretten 2,4 milyar dolar dış ticaret açığı verdiği anlaşılıyor. Fakat grafiği daha karmaşık hale getirmemek için sayısal değerler gösterilmese de, "Rusya hariç ithalat performansı" serisine bakıldığında, bu serinin Rusya'yı kapsayan seriden düşük bir seviyede olduğu görülmektedir (Rusya hariç ithalat eğrisinin 2013 değeri 48,8 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir). Bu açıdan bakıldığında Türkiye'nin 2013 yılında bu ülkelerle ticaretinde 25 milyar dolar fazla verdiğini, yani Türkiye'nin bu ülkelerle ticaretten kârlı çıktığı söylenebilir.

Strateji kapsamındaki ülkelerle yapılan ticaretin hacminde yaşanan artışla benzer bir so-

nuç ticaret rakamlarındaki yıllık değişimlerde yaşanmıştır. Bu durum Şekil-2 ve Şekil-3'te, sırasıyla yıllık ihracat ve ithalat miktarlarındaki değişim grafiklerinde de gösterilmiştir.

#### 4. Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisinin Bölgesel Stratejiler İçerisindeki Yeri ve Önemi

2000-2013 yılları arasında yıllık ihracat büyüme performanslarına bakıldığında, genel olarak "Komşu ve Çevre Ülkeler" stratejisi kapsamındaki ülkelere yapılan ihracattaki büyümenin Türkiye'nin toplam ihracatındaki büyümeden daha yüksek olduğu görülmektedir. Tablo-2'deki ve Şekil-2'deki rakamlara bakıldığında Türkiye'nin toplam ihracatının 2000-2013 yılları arasında ortalama olarak %14,8, "Komşu ve Çevre Ülkeler" stratejisi kapsamındaki ülkelere ihracatın ise yıllık ortalama olarak %21,4 büyüdüğü görülmektedir.

**Tablo-2:** Türkiye'nin 2000-2013 Dönemi "Komşu ve Çevre Ülkeler" Stratejisinin Ticari Performansı

Seriler / Yıllar	K.Ç.S İhracat (milyar \$)	K.Ç.S İthalat (milyar \$)	Top. İhracat (milyar \$)	Top. İthalat (milyar \$)	İhracat Pay (% olarak)	İthalat Pay (% olarak)
2000	6,9	13,1	27,8	54,5	24,7	24,1
2001	8,1	11,1	31,3	41,4	25,8	26,8
2002	9,3	10,6	36,1	51,6	25,7	20,6
2003	13,5	14,8	47,3	69,3	28,6	21,3
2004	18,9	22,7	63,2	97,5	30,0	23,3
2005	24,1	30,5	73,5	116,8	32,8	26,1
2006	29,4	40,7	85,5	139,6	34,3	29,2
2007	40,4	51,9	107,3	170,1	37,6	30,5
2008	56,6	66,8	132,0	202,0	42,9	33,1
2009	42,9	41,2	102,1	140,9	42,0	29,3
2010	49,1	55,4	113,9	185,5	43,1	29,9
2011	57,2	70,1	134,9	240,8	42,4	29,1
2012	75,3	72,9	152,5	236,5	49,4	30,8
2013	71,4	73,8	151,8	251,7	47,0	29,3

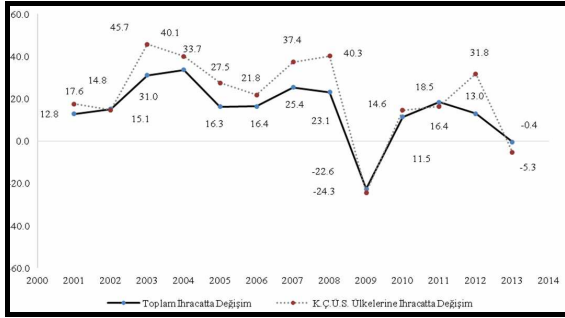
Kaynak: TÜİK

Komşu ve çevre ülkelere yapılan ihracattaki artışın toplam ihracattaki artış oranından yüksek olması, "Komşu ve Çevre Ülkeler" stratejisinin başarılı olduğu şeklinde değerlendirilebilir. Ayrıca bu sonuç, Türkiye'nin pazar çeşitlendirmesi çabalarının verdiği bir sonuç olarak da düşünülebilir.

Yıllık ithalat büyüme performanslarına bakıldığında da yine "Komşu ve Çevre Ülkeler" stratejisi kapsamındaki ülkelere yapılan ithalattaki yıllık büyümenin, Türkiye'nin top-

lam ithalatındaki yıllık büyümeden genel olarak daha yüksek olduğu görülmektedir.

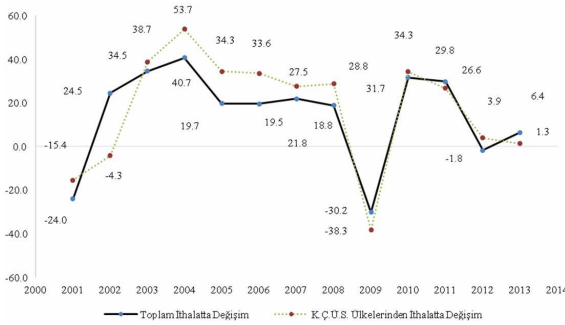
Şekil-2: Türkiye'nin Yıllık İhracat Performansı (% olarak)



Kaynak: TÜİK

Tablo-2 ve Şekil-4'deki rakamlara bakıldığında Türkiye'nin toplam ithalatının 2000-2013 yılları arasında ortalama olarak %14,7, "Komşu ve Çevre Ülkeler" stratejisi kapsamındaki ülkelere ithalatın ise yıllık ortalama olarak %17,3 büyüdüğü görülmektedir. Her ne kadar rakamlar birbirine yakın olsa da bu durum genel olarak Türkiye'nin bu ülkelere dış alımlarının, genele oranla daha fazla arttığı anlamına gelmektedir.

Şekil-3: Türkiye'nin Yıllık İthalat Performansı (% olarak)



Kaynak: TÜİK

Genel olarak değerlendirilecek olursa, her ne kadar uygulamaya konulan dış ticaret stratejilerinin olumlu etkisi sonucu Türkiye'nin komşu ve çevre ülkelerle dış ticaret hacminde önemli oranda artış yaşanmış olsa da yapılan bazı çalışmalarda[6] Türkiye'nin birçok komşu ülke ile gerçekleştirdiği ihracatın potansiyelin altında olduğu ve geliştirilmeye müsait olduğu görülmektedir. Dolayısıyla potansiyel dikkate alınarak, dış ticaret stratejisine kazandırılacak derinlik, zenginlik ve çeşitlilik ile dış ticaret hacmi daha da arttırı-

labilir. Nitekim potansiyele ilişkin farkındalık, hem devlet kuruluşlarını hem de özel sektörü ve de birlikte stratejiye komşu ve çevre ülkelere yönelik dış ticaret stratejisini geliştirmeye yöneltmektedir.

#### 4. Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisinin Performans Analizi

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye'nin 2003 yılında uygulamaya koyduğu bölgesel dış ticaret stratejileri doğrultusunda komşu ve çevre ülkeler ile dış ticaret stratejisinin performansı analiz edilmiştir.

##### 4.1. Yöntem ve Uygulama

Türkiye'nin uygulamaya koyduğu komşu ve çevre ülkeler ile dış ticaret stratejisinin performansının analizi için Türkiye'nin 1993–2013 arası dış ticaret verileri kullanılmıştır. "Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi"nin performansını değerlendirebilmek için iki aşamalı bir çalışma yapılmıştır: Birinci aşamada 2003 yılından sonra uygulanan bu stratejinin genel olarak dış ticaret performansından ve diğer uygulanan stratejilerden farklı bir seyir sergileyip sergilemediğine bakılmıştır. Diğer uygulanan stratejiler olan Latin Amerika Ülkeleri, Asya-Pasifik Ülkeleri ve Afrika Ülkeleri Dış Ticaret Strateji programları kapsamındaki ülkeler Ekonomi Bakanlığı tarafından spesifik olarak belirtilmediği için bu ülkelerin tespit edilmesinde coğrafi konum kullanılmıştır.

İkinci aşama olarak 2003 öncesi dönem verileri ile 2003 sonrası dönem verileri birbiri ile karşılaştırılmış, böylece programlarda yaşanan gelişmeler, önceki dönem performanslarına göre kıyaslanarak herhangi bir gelişim olup olmadığı incelenmiştir. Çalışmada veriler setleri arasında anlamlı fark olup olmadığını test edebilmek için "Eşleştirilmiş t-Test" yöntemi kullanılmış ve böylelikle rakamsal değişimlerin istatistiksel anlamlılıkları araştırılmıştır. SPSS 20 programı ile gerçekleştirilen bu yöntemle göre iki veri seti arasın-

da t-Test anlamlılık sonucu 0,05'in altında gerçekleşiyorsa,  $H_0$  hipotezini ifade eden iki veri seti arasında anlamlı bir farklılık yoktur önermesi reddedilerek  $H_1$  hipotezi yani veri setleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu önermesi kabul edilmektedir. Özellikle stratejilerin 2003 yılında uygulamaya konulmuş olması sebebiyle yaşanan gözlem azlığı sıkıntısını aşabilmek için ise 3 aylık dış ticaret verileri kullanılmıştır.

#### 4.2. Bulgular ve Bulguların Analizi

Türkiye'nin 2003 yılından sonra uygulamaya koyduğu dış ticaret stratejilerinin performanslarına ilişkin bulgulara Tablo-3'de yer verilmiştir.

**Tablo-3:** Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisinin 2004–2013 Dönemi Performansı

Strateji Grupları	df (n)	Ortalamalar	Anlamlılık (Significance)
1. Komşu ve Çevre Ülkelere İhracat 2. Toplam İhracat-KÇÜ İhracat	39 (40)	1. 20,7750 2. 10,8850	0,001
1. Komşu ve Çevre Ülkelerden İthalat 2. Toplam İthalat-KÇÜ İthalat	39 (40)	1. 21,3275 2. 14,8075	0,007
1. Komşu ve Çevre Ülkelerden İhracat ve 2. Latin Amerika Ülkelerine İhracat	39 (40)	1. 20,7750 2. 33,5425	0,030
1. Komşu ve Çevre Ülkelerden İthalat 2. Latin Amerika Ülkelerinden İthalat	39 (40)	1. 21,3275 2. 19,2100	0,559
1. Komşu ve Çevre Ülkelere İhracat 2. Asya-Pasifik Ülkelerine İhracat	39 (40)	1. 20,7750 2. 19,5150	0,790
1. Komşu ve Çevre Ülkelerden İthalat 2. Asya-Pasifik Ülkelerinden İthalat	39 (40)	1. 21,3275 2. 21,8775	0,813
1. Komşu ve Çevre Ülkelere İhracat 2. Afrika Ülkelerine İhracat	39 (40)	1. 20,7750 2. 29,3350	0,189
1. Komşu ve Çevre Ülkelerden İthalat 2. Afrika Ülkelerinden İthalat	39 (40)	1. 21,3275 2. 27,4575	0,434

Tablo-3'e bakıldığında ilk olarak dikkat çeken husus, Türkiye'nin genel ihracat ve ithalat performansı ile Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelere yapılan ihracat ve ithalat performansı arasındaki farklılık olmaktadır. Nitekim 2003–2013 döneminde Türkiye'nin Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkeler hariç gerçekleştirdiği ihracat ve ithalatta yaşanan dönemlik değişim ortalama olarak sırasıyla %10,88 ve %14,8075 olarak gerçekleşirken, strateji kapsamındaki ülkelere yapılan ihracat ve ithalatta yaşanan dönemlik değişim ortalama olarak sırasıyla %20,7750 ve %21,3275 olarak gerçekleşmiştir. İki veri setinin analizinde elde edilen anlamlılık değerlerine bakıldığında her iki analiz içinde 0,05'in altında bir an-

lamlılık değeri elde edildiği için bu iki analizde de veri setleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmaktadır. Aynı dönemde yüzdelik artışlar arasındaki fark anlamlı olduğuna ve Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelere yapılan dönemlik ortalama ihracat ve ithalat artışının bu ülkeler harici genel ihracat ve ithalat artışından fazla olduğu göz önünde bulundurulursa, Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi'nin beklenen yönde artış gösterdiği söylenebilir. Öte taraftan, Latin Amerika ve Afrika Ülkelerinin dönemlik ortalama ihracat artışının Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelere yapılan ihracattaki dönemlik ortalama ihracat artışının hemen hemen aynı sonuç göstermesi ise diğer stratejilerin de beklenen yönde gelişme gösterdiği şeklinde yorumlanabilir. Fakat hem Asya-Pasifik Ülkeleri Stratejisi kapsamındaki ülkelere ihracatın hem de Afrika Ülkeleri Stratejisi kapsamındaki ülkelere ihracatın, Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelere gerçekleştirilen ihracat ile analiz edilmesi sonucu ortaya çıkan anlamlılık değerleri (sırasıyla 0,790 ve 0,189) bu veri setleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olmadığı anlamına gelmektedir.

Bu nedenle hangi stratejinin diğerinden daha başarılı olduğu konusunda istatistiki olarak bir şey söylenemeyecek olsa da rakamsal olarak Latin Amerika Ülkeleri stratejisinin, Afrika Stratejisinden, Afrika Stratejisinin ise Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisinden daha başarılı sonuç verdiği söylenebilir. Yine de hem Afrika ülkelerine hem de Latin Amerika ülkelerine gerçekleştirilen ihracatın 2000'li yılların başında rakamsal olarak az olması ve ufak bir rakamsal artışın yüzdesel olarak yüksek bir artışa sebep olması, Latin Amerika ve Afrika ülkelerinin gerçekleştirdiği yüksek rakamların bir başka sebebi olduğunu da belirtmek gerekmektedir. 2003–2013 dönemi ithalat verileri açısından ince-

lendiğinde Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelerden gerçekleştirilen ithalattaki dönemlik değişimlerin ortalamasının (%21,3275), Latin Amerika ve Asya-Pasifik ülkeleri ile benzer bir performans (Sırasıyla %19,2100 ve %21,8775) sergilediği ve genel olarak toplam ithalattan ise yüksek bir yüzdesel artış gösterdiği görülmektedir. Afrika ülkelerinden gerçekleştirilen ithalattaki dönemlik değişimin ortalaması ise rakamsal olarak (%27,4575) Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelerden iyi olmakla beraber, genel ithalat performansı hariç diğer 3 strateji ile yapılan karşılaştırmalı analizde veri setleri arasında istatistiki anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Tablo-4'te 2004–2013 döneminde uygulanan dış ticaret stratejisinin performansı 1994–2003 dönemi ile mukayese edilerek analiz edilmiştir. Tablo-4'e bakıldığında Afrika ülkelerinden yapılan ithalatın 1994–2003 dönemi ile 2004–2013 dönemi arasındaki istatistiki olarak anlamlı farklılık dışında diğer veri setleri kıyaslamalarında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu açıdan veri setleri ortalamaları arasındaki farklara dair ancak oransal artışlar üzerinden yorum mümkün olmaktadır.

Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelerle yapılan ticaretin yıllar içerisindeki seyrine bakıldığında dönemlik olarak ortalama ihracat artışının 1994–2003 yılları arasında %13,4675 olarak gerçekleşirken, 2004–2013 yılları arasında ise %20,7750 olarak gerçekleştiği görülmektedir. İki veri seti arasındaki anlamlılık katsayı 0,05'ten büyük olduğu için (0,108) bu iki seri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık belirlenmemiş olmakla beraber, 2004–2013 dönemindeki artışın 1994–2003 dönemindeki artıştan daha fazla olduğu görülmektedir. Benzer şekilde 1994–2003 dönemindeki dönemlik ortalama ihracat artışı ile 1994–2003 arasında Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkeler hariç toplam ihracattaki ortalama artış arasında istatistiki olarak anlamlı

bir farklılık bulunamamış olmakla beraber bu dönemde de Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelere yapılan ihracatın toplam ihracattan yaklaşık 2 puan fazla olduğu görülmektedir.

Aynı şekilde Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelerden yapılan ithalattaki dönemlik ortalama artış, 2004–2013 döneminde 1994–2003 dönemine göre yaklaşık %9 fazla gerçekleşmiş olmasına rağmen bu iki veri seti arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**Tablo4:** 2004–2013 Dönemi Dış Ticaret Stratejilerinin 1994–2003 Dönemi ile Karşılaştırmalı Performansı

Seriler	df (n)	Ortalamalar	Anlamlılık (Significance)
1. Komşu ve Çevre Ülkelere İhracat (94-03)	39 (40)	1. 13,4675	0,108
2. Komşu ve Çevre Ülkelere İhracat (04-13)		2. 20,7750	
1. Komşu ve Çevre Ülkelere İhracat (94-03)	39 (40)	1. 13,4675	0,443
2. Toplam İhracat-KÇÜ İhracat (94-03)		2. 11,7800	
1. Komşu ve Çevre Ülkelerden İthalat (94-03)	39 (40)	1. 12,2250	0,126
2. Komşu ve Çevre Ülkelerden İthalat (04-13)		2. 21,3275	
1. Komşu ve Çevre Ülkelerden İthalat (94-03)	39 (40)	1. 12,2250	0,962
2. Toplam İthalat- KÇÜ İthalat(94-03)		2. 12,3950	
1. Latin Amerika Ülkelerine İhracat (94-03)	39 (40)	1. 24,6975	0,435
2. Latin Amerika Ülkelerine İhracat (04-13)		2. 33,5425	
1. Latin Amerika Ülkelerinden İthalat (94-03)	39 (40)	1. 19,7750	0,957
2. Latin Amerika Ülkelerinden İthalat (04-13)		2. 19,2100	
1. Asya-Pasifik Ülkelerine İhracat (94-03)	39 (40)	1. 05,6175	0,059
2. Asya-Pasifik Ülkelerine İhracat (04-13)		2. 19,5150	
1. Asya-Pasifik Ülkelerinden İthalat (94-03)	39 (40)	1. 15,3625	0,353
2. Asya-Pasifik Ülkelerinden İthalat (04-13)		2. 21,8775	
1. Afrika Ülkelerine İhracat (94-03)	39 (40)	1. 11,1325	0,942
2. Afrika Ülkelerine İhracat (04-13)		2. 29,3350	
1. Afrika Ülkelerinden İthalat (94-03)	39 (40)	1. 02,9025	0,032
2. Afrika Ülkelerinden İthalat(04-13)		2. 27,4575	

Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelerden yapılan ithalat, 1994–2003 döneminde dönemlik olarak ortalama %12,2250 artış gösterirken, 2004–2013 döneminde bu rakam %21,3275 olarak gerçekleşmiştir. Her ne kadar arada istatistiki olarak anlamlı bir farklılık belirlenmemiş olsa da rakamsal olarak 2004–2013 döneminde daha başarılı sonuçlar elde edildiği söylenebilir. Ayrıca 1994–2003 döneminde toplam ithalatın dönemlik ortalama artışının, aynı dönemde Komşu ve Çevre Ülkeler Stratejisi kapsamındaki ülkelerden yapılan ithalattaki dönemlik ortalama artış ile neredeyse benzer sonuçlar verdiği düşünülürse (Bu dönemde iki veri seti arasında sadece 0,17 puanlık bir fark vardır.), 2004–2013 döneminde olumlu bir gelişme yaşandığı söylenebilir. Bu durum ise stratejinin sonuç verdiği şeklinde değerlendirilebilir.

Daha önce de belirtildiği üzere her ne kadar veri setleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamış olsa da Tablo-4'e rakamsal olarak bakıldığında, tüm strateji gruplarında, 2004-2013 döneminde 1994-2003 dönemine göre artışlar yaşandığı görülmektedir. Tablo-4'ten Latin ülkelerinden yapılan ithalattaki benzerlik dışında hem ihracatta hem de ithalatta artışlar yaşandığı anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan çalışmadaki veri setlerinin ortalamaları arasında rakamsal olarak farklılık olduğu Tablo-3 ve Tablo-4'ten de anlaşılabilir olsa da veri setleri arasında istatistiki olarak anlamlı farklılık çok fazla bulunmamıştır. Bunun sebebi ise genel olarak benzer seyreden verilerin, bazı yıllar arasında çok fazla artış ya da azalış göstererek ortalamaları yukarı ve aşağıya çekmesidir. Bundan dolayı bazı dönemlerde yaşanan ani artış ve azalışlar nedeniyle ortalamalar arasındaki farklılıklar yüksek olsa da istatistiki olarak anlamlı olmayan, yani rastgele olan yükselişlerle ya da azalışlarla karşılaşılmıştır.

## 5. Sonuç

Yaklaşık onbeş yıldır başta bölgesel olmak üzere uygulamaya koyduğu dış ticaret stratejileri sonucunda, komşu ve çevre ülkeler stratejisinin uygulandığı 2003-2013 döneminde Türkiye'nin komşu ve çevre ülkelerle hem ihracatının hem de ithalatının komşu ve çevre ülkeler harici toplam ihracat ve ithalatına oranla daha başarılı performans gösterdiği sonucuna hem oransal hem de istatistiki olarak varılmıştır. Ancak diğer bölgesel stratejiler ile mukayese edildiğinde ise komşu ve çevre ülkeler stratejisinin uygulandığı dönemde diğer bölgelere oranla hem ihracat hem de ithalatta ne oransal ne de istatistiki açıdan daha başarılı bir performans gösteremediği sonucuna varılmıştır.

1994-2003 dönemi ile mukayese edildiğinde ise 2004-2013 döneminde uygulanan komşu ve çevre ülkeler stratejisinin hem ihracat hem de ithalatta performansının 1994-2003 döne-

mine göre oransal olarak daha iyi olduğu tespit edilmekle birlikte istatistiki olarak anlamlı bir sonuç elde edilememiştir. Komşu ve çevre ülkeler stratejisinin ihracat ve ithalat performansının 1994-2003 dönemine göre oransal olarak daha iyi olduğunun tespit edilmesine karşın istatistiki olarak anlamlı bir sonuç elde edilememesine bazı yıllarda yaşanan ani artış veya azalışların neden olduğu düşünülmektedir.

Komşu ve çevre ülkelere yönelik dış ticaret stratejisinin uygulandığı ülkelerin yer aldığı Ortadoğu, Geçiş Ekonomileri ve Afrika bölgelerine yönelik ihracatın Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı, özellikle son yıllarda kaydedilen gelişme ile bu bölgelerin dünya ithalatından aldıkları payın üzerine çıkmıştır. Nitekim çalışmada yapılan analizde de bu sonuca varılmıştır. Ancak uygulanan bölgesel stratejiler doğrultusunda, diğer bölgelerle mukayese edildiğinde ise komşu ve çevre ülkelerle gerçekleştirilen dış ticaretin ne oransal ne de istatistiki olarak anlamlı bir farka sahip olmadığını tespit edilmiş olması, Türkiye'nin söz konusu ülkelerin "komşu" ve "çevre" ülke olma potansiyelini tam olarak kullanamadığı sonucuna varılmıştır. Nitekim uygulanan stratejilerle komşu ve çevre ülkelerle ticaret hacminde çok önemli artış olmasına karşın, gerçekleştirilen ticaret hacminin potansiyelin bir hayli altında olduğu yapılan bazı çalışmalarla da teyit edilmiştir. Dolayısıyla komşu ve çevre ülkelerle coğrafi, tarihi ve kültürel yakınlık ve ekonomilerin birbirini tamamlayıcı yapısı dikkate alındığında, ticaret hacminin halen bulunulan noktanın çok ilerisine taşınabilme potansiyeline sahip olduğu görülmektedir.

Komşu ve çevre ülkelerle mevcut dış ticaret potansiyelinden daha yüksek düzeyde faydalanılabilmesi için, uygulanmakta olan dış ticaret stratejileri kapsamında ön plana çıkan ülkelere yönelik sektörel düzeyde önceliklerin belirlendiği pazara giriş stratejilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca artan ikili

ticari ve ekonomik ilişkiler sayesinde ülkenin ihracatı, bölgesel anlamda sürdürülebilir ihracat artışını destekleyici bir yapıya da dönüştürülmelidir.

Türkiye komşu ve çevre ülke stratejisini geliştirirken AB'nin komşuluk politikasından da yararlanması gerekmektedir. Türkiye, hem AB'ne katılım süreci, hem de kendisinin ve bölge ülkelerinin refahı ve güvenliği açısından daha kapsamlı bir komşu ve çevre ülke stratejisi belirlemeli ve uygulamalıdır.

#### KAYNAKLAR

1. Avrupa Birliği'ne Katılım Sürecinde Türkiye'nin Komşu ve Çevre Ülkeler Politikası-Stratejik Yaklaşımlar, Yayın No: TÜSİAD-T/2007-05/434, TÜSİAD Yayınları, İstanbul, Mayıs-2007.
2. Binhan Oğuz Berksoy, Sektörel Olarak Komşu Ülkelerde Türkiye'nin İhracat Potansiyeli, Yayın No: 2012-28, İTO Yayınları, İstanbul, 2012.
3. Gülden Ayman, Aydın Sezer, Tülay Ayalp Kılıçdağı, "Avrupa Birliği'ne Katılım Sürecinde Türkiye'nin Komşu ve Çevre Ülkeler Politikası-Stratejik Yaklaşımlar", TÜSİAD Basın Bülteni, No:07/36, 2 Mayıs 2007.
4. Hüsamettin Kılıçkaya, Komşu ve Çevre Ülkeler İle Ticareti Geliştirme Stratejisi, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.ekonomi.gov.tr, (Erişim Tarihi: 25.05.2014).
5. Rıfat Barış Tekin, Türkiye'nin Komşu ve Çevre Ülkeleriyle Sınırı Aşan Ticaretinin Geliştirilmesine Yönelik Bir Strateji Denemesi, Yayın No: 2005-34, İTO Yayınları, İstanbul, 2005.
6. Sezai Ata, "Türkiye ile Komşuları Arasındaki Ticaret Potansiyeli: Çekim Modeli Çerçevesinde Bir İnceleme", International Conference on Eurasian Economies-2013, Almaata-Kazakistan, 2013, ss-500-509.
7. T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2013 Yılı Performans Programı, www.ekonomi.gov.tr, (Erişim Tarihi: 25.05.2014).
8. T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı, www.ekonomi.gov.tr, (Erişim Tarihi: 25.05.2014).
9. Dış Ticaret Müsteşarlığı, Komşu ve Çevre Ülkelerle Ticareti Geliştirme Stratejisi ve 2000-2001 Yılları Uygulaması, Ankara, Ekim 2001.
10. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Stratejik Plan 2009-2013, http://iklim.cob.gov.tr, (Erişim Tarihi: 25.05.2014).
11. TÜİK Verileri. (Çeşitli Yıllar)