

İL İL DIŞ TİCARET POTANSİYELİ

Dış Ticaret Müsteşarlığı olarak hayata geçirdiğimiz “İhracata Dönük Üretim Stratejisi” ile bugüne kadar, her bir ilimizin hali hazırda ürettiği ürünleri nasıl dünya pazarlarında rekabetçi bir şekilde satılabilir sorusunun cevabını aradık. Amacımız bunun yolunu açmaktı ve bugün sevinçle görüyorum ki “ihracata dönük olma” anlayışı ve inancı aslında küçüğünden büyüğüne pek çok insanımızda oluşmuştur.

“İl İl Dış Ticaret Potansiyeli” çalışmamız ile birlikte bu bilincin daha da pekişmesini hedefliyoruz.

Bunun için öncelikle, her bir ilimizin üretim ve ihracat potansiyelinin hangi ülkelere yönlendirilmesi gerektiğini belirledik. Artık illerimiz en rekabetçi ve kolay şekilde ürünlerini hangi ülkelere ihraç edebileceklerini biliyor olacaklar.

Her ilin ihracat sepeti en hızlı ve kolay nasıl daha nitelikli ürünler ile doldurulabilir onu tespit ettik. Buna göre Türkiye genelinde 200’den fazla sektör potansiyel arz ediyor. Her bir ilimizde, mevcut üretim ve ihracat deseni ile yeni hangi sektörlerin hayata geçirilebileceğini tek tek belirledik. Her ilde güçlü sektörleri ve hedef sektörleri bulduk. İllerimizin her birini bir ülke olarak kabul ettiğimizde, dünya pazarlarında hangi ürünler ile rekabet edebilecekleri ortaya çıktı.

İnanıyorum ki, her bir il için belirlediğimiz bu sektörler, uygun destek ve teşvik mekanizmaları ile desteklendiğinde, illerimizin sanayisine, ticaretine, istihdamına ve kalkınmasına önemli derecede katkıda bulunacaktır.

Ayrıca, ihracatımızın ürün çeşitliliğini, bu ürünlerin niteliğini, sofistikasyonunu tüm ayrıntıları ile analiz ettik. Gördük ki; halihazırda BRIC ülkelerinden; Brezilya, Rusya ve Hindistan’dan daha sofistike bir ihracat yapısına sahip olan ülkemiz, mevcut durumda ihracatını %23-%30 artırma imkanına sahip durumdadır. Bunun için hangi ülke ve bölgelere ağırlık vermemiz gerektiğini ülke ülke tespit ettik.

2000 yılından günümüze kadar olan süreçte hem Türkiye genelinde hem de iller bazında önemli bir ekonomik dönüşüm gerçekleştiği açık bir şekilde kendini göstermektedir. 2000 yılında ihracatta emek yoğun sektörlerde rekabetçi avantaja sahip olan pek çok ilimizin bugün sermaye yoğun sektörlerin ihracatında rekabetçi avantaj elde etmiş olduğunu görüyoruz.

Bu noktadan hareketle; doğru bir şekilde yönlendirilip desteklendiğinde Türkiye’deki tüm sanayicilerimizin, KOBİ’lerimizin, firmalarımızın ihracatta başarı öykülerini dinleyeceğimizden hiçbir kuşku yok.

Yeter ki doğru hedefe, hep birlikte omuz omuza yürüyelim...

Ülkemiz ekonomisine yararlı olması dileğiyle...



Zafer ÇAĞLAYAN
Devlet Bakanı

VERİLER

Çalışmada, gerekli uyumlaştırmalar yapıldıktan sonra 4 ayrı kaynaktan veri temin edilmiştir.

1. TÜİK Girişim Esaslarına Göre İhracat Verileri—4 Dijit
(TÜİK sözkonusu veriyi 2009 yılından itibaren yayınlamaya başlamıştır. Veriler SITC Rev.2. formatında 206 ülkeye yaptığımız 570 sektöre göre düzenlenmektedir.)
2. Maliye Bakanlığı İl Bazında Toplam Satışlar Verisi—2 Dijit
(NACE Rev.2.1 formatında 616 sektöre göre düzenlenmiştir)
3. 2009 yılı dışındaki veriler DTM ve UNCOMTRADE veri tabanından çekilmiştir.
 - Uluslararası karşılaştırmalar için UN verisi (Türkiye'nin ihracatının %97'sini oluşturan ilk 100 ülke seçilerek 570 adet sektörler arası veriler),
 - 81 ilin dinamik gelişim seyrinin analiz edilmesi için DTM verileri (260 ülkeye yaptığımız ihracatın 1037 sektörü içeren dağılımı) derlenmiştir.

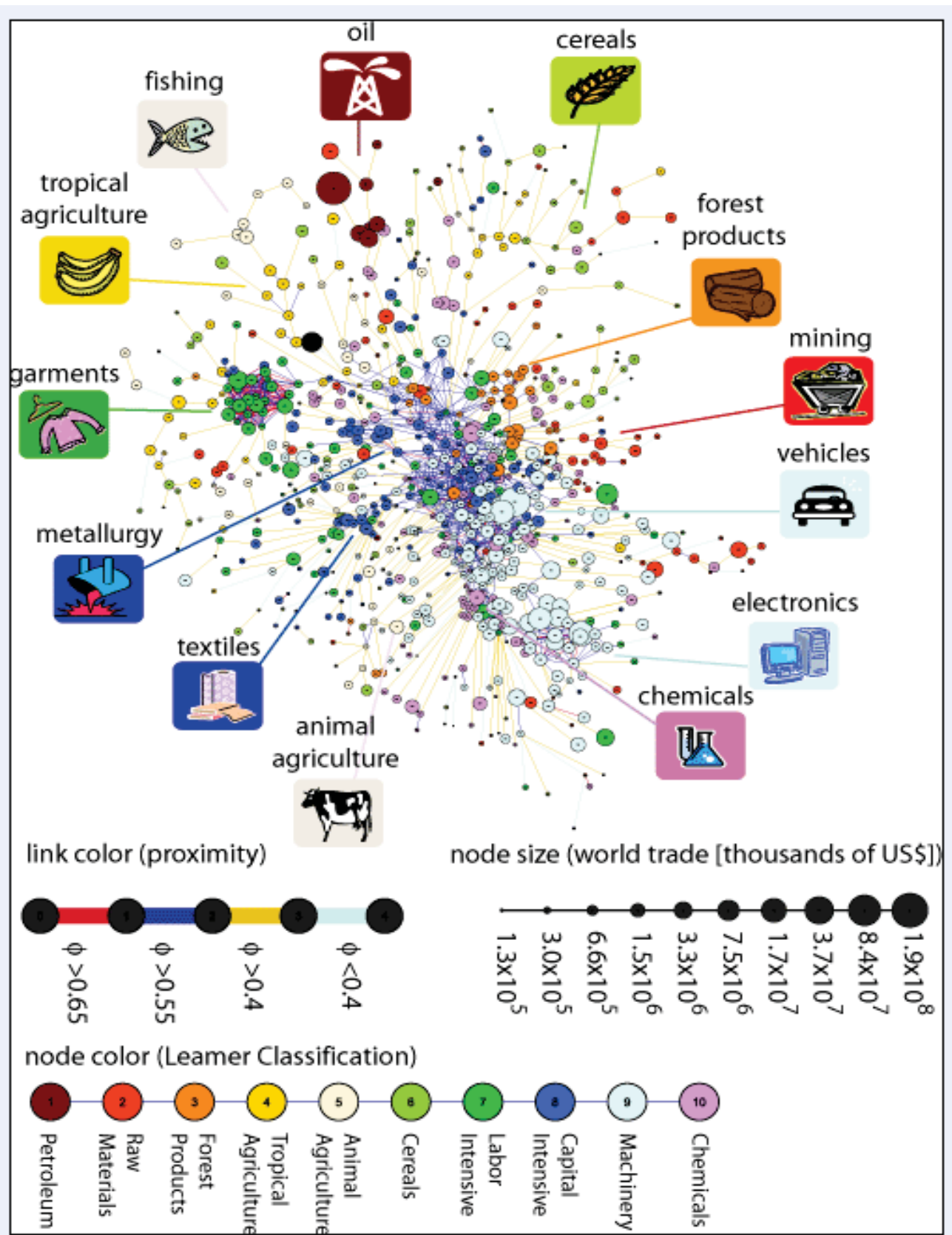
YÖNTEM

Harvard Üniversitesi Uluslararası Kalkınma Merkezi Direktörü Ricardo Hausmann ile MIT öğretim görevlisi Cesar Hidalgo'nun 2007 yılında ihracata dönük üretim şekliyle ekonomik büyüme ve kalkınma konusunda yaptıkları çalışmanın ardından kompleks ekonomik sistemlerin şimdiye kadar alışlagelmiş klasik büyüme modellerinden farklı bir şekilde de ele alınabileceğine işaret etmişlerdir.

Söz konusu çalışma Dünya Bankası, Amerika Kıtası Kalkınma Bankası(IADB), Afrika ve Asya Kalkınma Bankası gibi bir çok uluslararası kuruluş tarafından büyüme ve kalkınma sorunları çeken ülkelerin temel ekonomik sıkıntılarını tespit etmek ve öncelikli politikalara yoğunlaşmalarını sağlamak üzere kaynak olarak kullanılmıştır.

Yöntem temel olarak genetik, fizik gibi alanlarda kompleks sistemleri anlamak üzere kullanılan network modelini temel almaktadır.

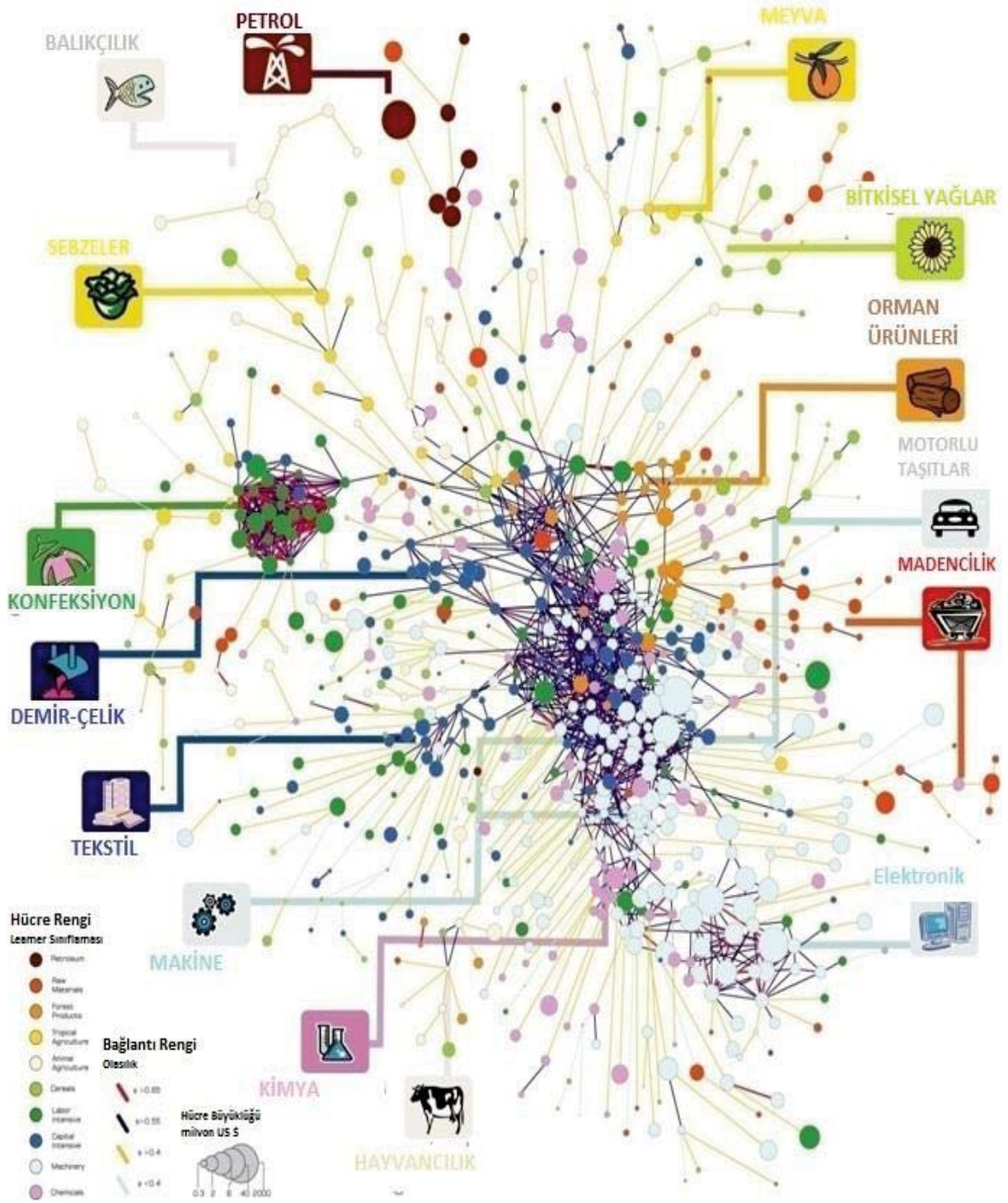
Network modelinde hedeflenen ihracata konu ürüne odaklı sanayi politikaları gerçekleştirmek için hedeflenen sektörlerden girdilere doğru yönelen bir bakış açısı kullanılmaktadır.



- Network modeli ekonomik kalkınma ile ilgili karışık olarak algılanan bir çok sorunsala tek bir perspektiften bakmaya çalışmaktadır.
- Kalkınma ve büyüme alanlarında ilk defa kullanılan kavramlar şimdiye kadar teorik olarak çalışılan konulara yönelik ilk defa somut önermelerde bulunma olanağı da vermiştir.
- Söz konusu model; önce tüm dünyadaki ihracata dönük üretim uzayındaki ürünlerin tümünü 774 adet ürün sınıflandırması altında sektörlerin birbirlerine yakınlıklarına göre yerleştirilmekte; daha sonra ülkelerin üretim desenlerinin çeşitliliklerine ve sektör yoğunluklarına göre Leamer'ın(1984) sınıflandırması altında görsel olarak öbeklendirme olanağı sunmaktadır.
- Bahsekonu ürün uzayında ülkelerin sektörel öbeklenmeleri 10 farklı Leamer sınıflandırması kullanılarak yerleştirilmesi ile aslında bir nevi ülkelerin üretim yapılarının da sanatsal resmi çizilmektedir. Eğer bir ülkede farklı 2 ürün/sektör aynı anda üretiliyorsa sözkonusu sektörler arasındaki bağlantı daha yakın olacağından o ülkenin ürün uzayında kümeler/öbekler şekillenmektedir.
- Leamer sektör kümeleri:
 1. Petrol ve türevleri
 2. Hammaddeler
 3. Orman ve ağaç ürünleri
 4. Tropik tarım ürünleri
 5. Hayvan ve tarımsal ürünler
 6. Tahıllar
 7. Emek yoğun sektörler
 8. Sermaye Yoğun ürünler
 9. Makine teçhizat
 10. Kimyasallar
- Ürün uzayında bağlantı noktalarının büyüklüğü/alanı, ilgili sektörün dünya ticaretindeki (bin \$) payını göstermektedir. Alan büyüdükçe dünya ticaretinden aldığı pay büyümektedir.
- Ürün uzayı haritasının üçüncü önemli kısmını bağlantı noktalarının birbirine bağlayan yollar/çizgiler oluşturmaktadır. Bahsekonu çizgiler sektörlerin birbirine yakınlık gösterdiği orana göre 4 ayrı renk ile gösterilmiştir. Sektörlerin birbirlerine yakınlık olasılığı 0 ile 1 aralığında temsil edilmesi için sektörler birbirlerine korrele edilmiştir. Bu bağlamda;
 - ✓ 0.65'ten büyük olan olasılıklar kırmızı ile
 - ✓ 0.55'ten büyük olanlar mavi çizgi ile
 - ✓ 0.4'ten büyük olanlar hardal rengi ile
 - ✓ 0.4'ten küçük olanlar açık mavi ile gösterilmiştir
- Ürün uzayı/ağacının sinir uçları gibi görünen son noktalarında ise kalkınma ve büyüme yönünden kısır sektör ve ürün gruplarına işaret edilmektedir.
- Sektörler arası sıçrama yapabilmek için, örneğin bir sektörün ürün uzayındaki en yakın komşusu olan sektöre geçebilmesi için bahsekonu komşu sektörün üretimindeki "yetenek ve imkan" setine sahip olabileceği gerekli girdi, sermaye, insan kaynakları geçişini yapabilecek politikalar üretilmesine yönelik çıkarımlarda bulunmaktadır.

- Böylelikle bu çalışma, devletlerin sanayi ve ticaret politikalarında ilerleme potansiyeli olan hangi sektörleri ve ilgili imkan setlerini geliştirmek üzere desteklemesi gerektiğine dair ipuçları da sunmaktadır.

Harvard Üniversitesi Profesörü Ricardo Hausmann ve MIT öğretim görevlisi Cesar Hidalgo, 2010 yılında bahsekonu çalışmalarına iki önemli katkıda daha bulunmuşlardır. Bir ülkenin ihracat yaptığı ürünlerden *çeşitlilik*, *sıradanlık*, *sofistikasyon ve sıçrama kabiliyetlerini* belirleyerek; başka hangi ürünleri üretebileceğinin öngörüsü yapılabilmektedir. “İl il dış ticaret potansiyeli” isimli çalışmada da sözkonusu akademisyenler ve TEPAV ile birlikte her bir ilimiz için mevcut ve potansiyel ihracat ürünleri ile tamamlayıcı ihracat pazarlarının tespiti yapılmıştır.



A. ÇALIŞMANIN AMACI

Günümüz küresel ortamında rekabet olgusu, ulusaldan daha yerele kayma eğilimine girmiştir. Ülke genelindeki rekabetçiliğin ötesinde kent seviyesinde rekabet algısı, artık şehirlerin rekabet güçlerine odaklanmayı zorunlu kılmaktadır. Bu çalışma ile özellikle illerin ihracatta performanslarının bilimsel yöntem ve metodolojiler çerçevesinde analiz edilmesi ve farklı performans kriterleri ile konularının netleştirilmesi, ileride illerin ihracatta daha rekabetçi hale gelmelerine imkan tanıyacak politikaların tasarlanmasında ve bu politikaların sonuçlarının değerlendirilmesine bize önemli bir başlangıç noktası teşkil edecektir.

Diğer taraftan Sanayi Stratejisi ile ortaya konulan “Avrasya’nın mal ve hizmet üretim üssü haline gelme” vizyonunun ve İhracat Stratejisi ile belirlenen “ihracatta yüksek teknolojlili ve katma değerli ürünlerin ihracatına geçme” amaçlarının hem sektörel hem de coğrafi alanlar bazında detaylandırılması, ortaya konulan vizyonların hayata geçirilmesinde önemli bir adım teşkil edecektir.

Söz konusu bu çalışma, yukarıdaki her bir stratejinin makro bazda ortaya koyduğu hedeflere iller bazında nasıl ulaşabileceğimizi net bir şekilde ortaya koymak üzere hazırlanmıştır. Bu çalışma ile il bazında tespit edilen mikro haritalar, bahsedilen vizyonların hayata geçirilmesinde il bazında atılması gereken adımların neler olduğu konusunda önemli bir veri kaynağı olacaktır.

Bu çalışma ile ulaşılmak istenen üç temel hedef bulunmaktadır. Bunlar;

- her bir il için potansiyel üretim alanlarına işaret etmek suretiyle üretim deseninin ihracatımızı destekleyecek şekilde dizayn edilmesine imkan sağlamak,
- özellikle az gelişmiş yörelerimizdeki “bölgesel güç merkezlerini” harekete geçirmek suretiyle bölgesel kalkınmaya destek vermek,
- bu amaçlara uygun teşvik ve destek mekanizmalarının geliştirilmesine yardımcı olmak.

¹ Söz konusu politika dokümanı; Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın, Harvard Üniversitesi Profesörü Ricardo Hausmann, MIT öğretim üyesi Cesar Hidalgo ve TEPAV ile birlikte yürüttüğü “İl İl Dış Ticaret Potansiyeli” isimli çalışmanın makro görünümünü ortaya koymaya yönelik olarak hazırlanmıştır.

B. ÇALIŞMANIN KAPSAMI

Yukarıdaki amaçlar doğrultusunda, metodolojiye ilişkin açıklamalar bölümünde ayrıntılı anlatıldığı üzere, Türkiye için ilk defa uygulanan bir model çerçevesinde her bir il için aşağıdaki soruların cevapları araştırılmıştır.

- İller hangi ihracat ürünlerinin üretiminde güçlüler?
- İllerin ihracatının teknolojik dağılımı nasıldır?
- Her bir il için ihracat ürünlerinin çeşitliliği, sıradanlığı nasıldır?
- Her bir ilin ihracat ürünlerinin sofistیکasyonu nasıldır?
- İllerin doğal ihracat partnerleri olan ülkeler hangileridir?
- İhracat ürünlerinin üretiminde bölgesel güç merkezleri nerelerdir?
- İllerin ihracatta sıçrama kabiliyetleri ne kadardır?
- İllerin ihracatta sıçrama yapabileceği yeni ve daha nitelikli sektörler hangileridir?
- İllerin daha nitelikli ihracat ürünü üretmesi için teşvikler ve destekler nasıl dağıtılmalıdır?
- Sınır illerinin kalkınmasında dış ticaretin rolü nedir?

Her bir il için bu soruların cevapları basit ve en anlaşılır şekilde tablolara dökülmüş, olabildiğince basit sayısal ifadeler ile durum tespitine gidilmiştir. Bu şekilde 81 ilimiz için “ihracat yol haritaları” hazırlanmıştır. Tüm illerimiz için standart bir formatta hazırlanan yol haritaları dört bölümden oluşmaktadır:

1. BÖLÜM: İhracatta Genel Görünüm
2. BÖLÜM: İhracatta Performans Göstergeleri
3. BÖLÜM: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri
4. BÖLÜM: Rekabet Gücü Gündemi İçin Stratejik Yol Haritası

“İhracatta Genel Görünüm” başlıklı birinci bölümde öncelikle her bir ilimizin ihracatına ilişkin temel verilere yer verilmiştir. Aynı bölümün devamında “satışların yoğunlaştığı sektörler” ve “toplam satışlar performansı” kısımlarında, ildeki firmaların satışları baz alınarak oluşturulan tablolara yer verilmiştir.

2010 yılında illerdeki firmaların ticari satışları esas alındığında, ticari hareketliliği en yüksek ilk beş ilimiz şu şekilde sıralanmaktadır:

İl İsmi	Ülkedeki Payı (%)
İstanbul	52,30
Bursa	9,17
İzmir	5,99
Kocaeli	5,65
Ankara	4,74

İHRACATTA PERFORMANS GÖSTERGELERİ

Çalışmanın ikinci bölümünde illerin ihracat performansı göstergelerine yer verilmiştir. Buna göre analizde öncelikle her bir ilin ihracatta rekabetçi avantaja sahip oldukları sektörler tespit edilmiştir. İl raporlarında 2010 yılı için her bir ilin rekabetçi avantaja sahip olduğu ilk beş sektör ve bu sektörlerinin sırasıyla 2000 ve 2005 yıllarında ne derece rekabetçi olduğu analiz edilmiştir. Bu şekilde 2010 yılında her bir ilin rekabetçi avantaja sahip olduğu sektörün son 10 yıldaki gelişimi tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna göre 2000 ve 2010 yıllarında illerimizin ihracatta rekabetçi avantaja sahip oldukları sektörler ve her bir sektörde kaç ilimizin rekabetçi avantaja sahip olduğu aşağıdaki tabloda genelleştirilmiştir:

SEKTÖR ADI	SEKTÖRDEKİ REKABETÇİ İL SAYISI	
	2000	2010
Et ve et ürünleri	21	28
Canlı hayvanlar	16	11
Süt, süt ürünleri ve yumurtalar	18	36
Balıklar ve diğer deniz ürünleri	19	23
Hububat, hububat ürünleri	45	49
Meyve ve sebzeler	59	61
Şeker, şeker ürünleri ve bal	40	27
Kahve, çay, kakao, baharat ve ürünleri	30	32
Hayvanlar için gıda maddeleri	12	25
Çeşitli yenilebilir ürünler (yağ, homojenize ürünler)	34	29
İçkiler	18	19
Tütün ve tütün mamülleri	2	3
İşlenmemiş kösele, deri ve kürk	2	4
Yağlı tohumlar, yağ veren meyveler	17	25
Ham kauçuk (tabii ve sentetik)	6	11

SEKTÖR ADI	SEKTÖRDEKİ REKABETÇİ İL SAYISI	
	2000	2010
Mantar, odun ve kereste	30	39
Kağıt hamuru ve kullanılmış kağıt	5	7
Dokuma elyafı ve bunların artıkları	27	28
Hayvansal ve bitkisel gübreler, tuz, kükürt, alçı gibi mineral maddeler	45	55
Metal cevherleri, döküntüleri, hurdaları	14	26
Başka yerde belirtilmeyen hayvansal ver bitkisel menşeli hammaddeler	35	33
Taş kömürü, kok kömürü ve biriket kömürü	7	10
Petrol, petrolden elde edilen ürünler	11	12
Petrol gazları, doğal gaz ve diğer mamul gazlar	5	4
Elektrik enerjisi	1	2
Hayvansal sıvı ve katı yağlar	6	7
Bitkisel sıvı yağlar ve fraksiyonları (rafine edilmiş olsun olmasın, kimyasal işlem görmemiş)	23	23
Kimyasal işlem görmüş bitkisel ve hayvansal katı/sıvı yağlar, mumlar	16	13
Organik kimyasal ürünler	13	22
İnorganik kimyasal ürünler	29	30
Debat ve boyacılıkta kullanılan hülasalar, tanen, boya, pigment, macun, mürekkep	30	40
Tıp ve eczacılık ürünleri	10	24
Uçucu yağlar, parfüm, kozmetik, tuvalet müstahzarları	25	31
Mineral kimyasal gübreler	7	12
İlk şekillerde plastikler, döküntü ve hurdalar	22	24
İlk şekilde olmayan plastikler (boru, hortum, levha, yaprak, plaka, şerit, film vb.)	36	51
Başka yerlerde belirtilmeyen kimyasal maddeler ve ürünler	24	36
Başka yerde belirtilmeyen işlenmiş deri ve köseleler	14	23
Kauçuk ve kauçuktan eşya	21	27
Mantar ve ahşap eşya(mobilya hariç)	40	54
Kağıt,karton ve kağıt hamurundan eşya	34	35
Tekstil ürünleri (iplik, kumaş, yer kaplamaları)	61	62
Taş, alçı, çimento, amyant, cam, seramik vb. mad. eşya	56	67
Demir ve çelik	37	45
Demir ihtiva etmeyen madenler	25	32
Demir, çelik, bakır, nikel, alüminyum ve diğer adi metallerden eşya	55	62
Güç üreten makineler ve araçlar	40	44
Özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı	60	71
Metal işleme makineleri	32	43

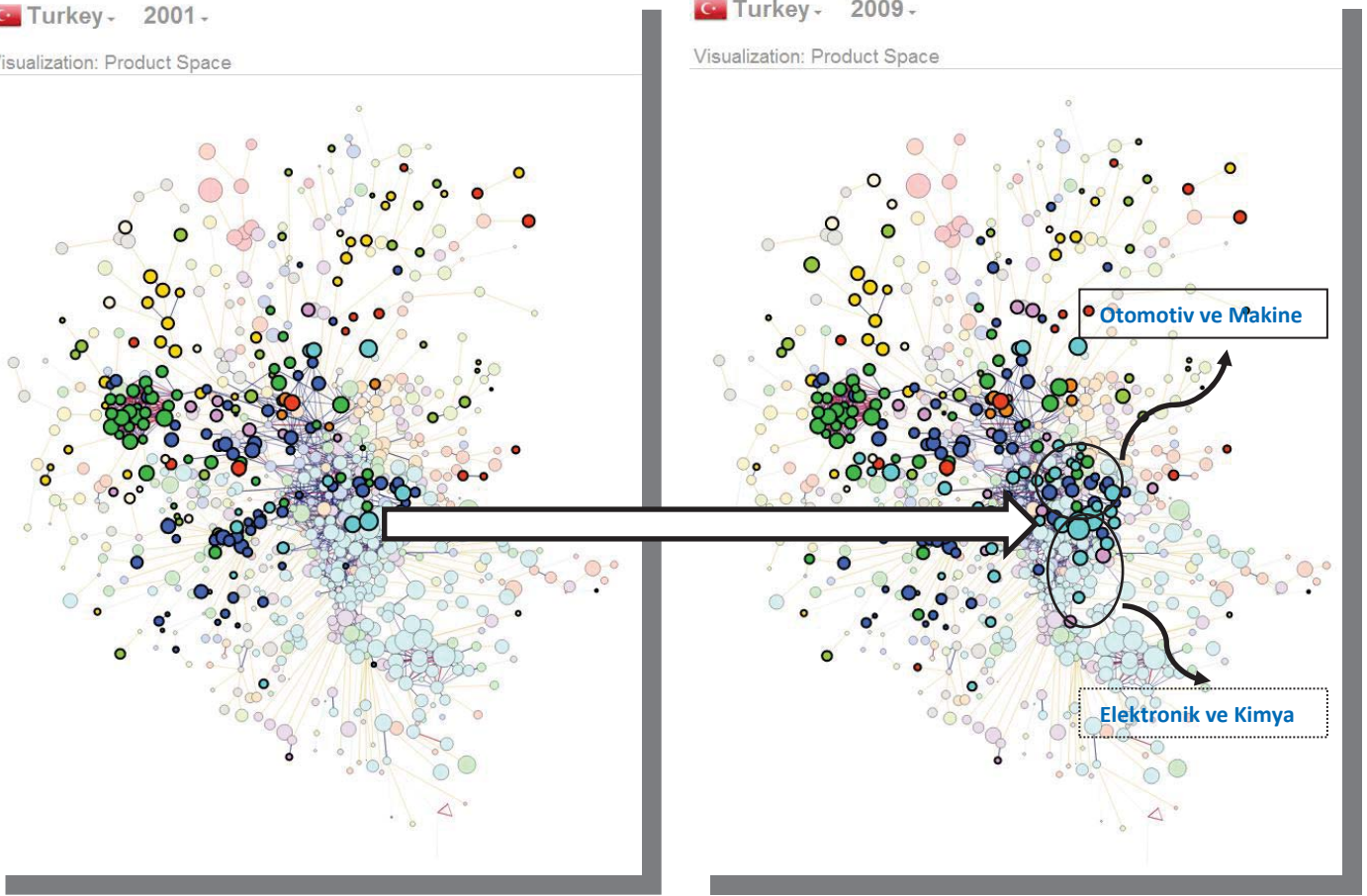
SEKTÖR ADI	SEKTÖRDEKİ REKABETÇİ İL SAYISI	
	2000	2010
Diğer genel endüstri makina/cihazların aksamları	58	70
Büro makinaları ve otomatik veri işleme makinaları	9	16
Haberleşme, ses kaydetme ve sesi tekrar vermeye yarayan cihaz ve araçlar	15	19
Elektrik makinaları, cihazları ve aletleri, aksam, parçaları	38	41
Motorlu kara taşıtları, bisiklet ver motosikletler, bunların aksam ve parçası	33	39
Demir, deniz, havayolu taşıtları ile aksam, parçaları	13	17
Prefabrik yapılar; sıhhi su tesisatı, ısıtma ve sabit aydınlatma cihazları	22	31
Mobilya; yatak takımı, yatak payandaları ve yastıklar	46	48
Seyahat eşyası, el çantaları vb. taşıyıcı eşya	12	15
Giyim eşyası ve bunların aksesuarları	56	51
Ayakkabılar ve aksamı	19	27
Başka yer. belirt. mesleki, ilmi, kontrol alet ve cihazlar	26	36
Fotograf, sinemacılıkta kullanılan alet ve cihazlar ile optik eşya, saatler	25	27
Başka yerde belirtilmeyen çeşitli mamül eşyalar	56	64

Tabloya göre **2000 yılı ile kıyaslandığında 2010 yılında 55 sektörde rekabetçi avantaja sahip il sayısı artarken yalnızca 7 sektörde rekabetçi il sayısında bir azalma yaşanmıştır.** Bu da son 10 yılda illerimizin rekabetçi avantaja sahip sektör sayısında ülke genelinde önemli artışların yaşandığına işaret etmektedir.

İllerimizin sektörlerdeki rekabet güçlerini 2000 ve 2010 için karşılaştırdığımızda Türkiye genelinde emek yoğun sektörlerden sermaye yoğun sektörlere geçiş olduğu gözlemlenmektedir. Sermaye yoğun sektörlerin tümünde rekabetçi il sayısında bir artış vardır. Örneğin, 2000 yılı ile mukayese edildiğinde 2010 yılında "özelliği olan belirli sanayiler için makineler ve aksamı" sektöründe 11, "diğer genel endüstri makine/cihazların aksamı" sektöründe 12, "metal işleme makineler" sektöründe 11, "motorlu kara taşıtları ve bunların aksamları" sektöründe 6, "tıp ve eczacılık ürünleri sektöründe" 14, "haberleşme cihaz ve araçları" sektöründe 14, "demir, deniz, havayolu taşıtları ve bunların aksamları" sektöründe 4, "prefabrik yapılar; sıhhi su tesisatı, ısıtma ve sabit aydınlatma cihazları" sektöründe ise 9 ilimiz rekabet gücü yüksek iller arasına dâhil olmuştur.

Türkiye'nin son 10 yıldaki bu dönüşümü, aşağıdaki Türkiye'nin ihracatının ürün uzayındaki 2001 ve 2009 yıllarındaki konumunu gösteren grafiklerden açık bir şekilde görülebilmektedir (Harvard Üniversitesi Profesörü Ricardo Hausmann ve MIT öğretim üyesi Cesar Hidalgo

tarafından geliştirilen “network metodolojisi” çerçevesinde çizilen “ürün uzayı”, “Veriler ve Metodoloji” bölümünde ayrıntılı açıklanmıştır)



2001 ve 2009 yıllarında, Türkiye'nin ihracatta rekabetçi avantaja sahip olduğu sektörlerin ürün uzayındaki değişimi incelendiğinde, özellikle ok işareti ile gösterilen otomotiv, makine, elektronik ve kimya sektörlerindeki ihracatta Türkiye'nin önemli bir başarı elde ettiği anlaşılmaktadır.

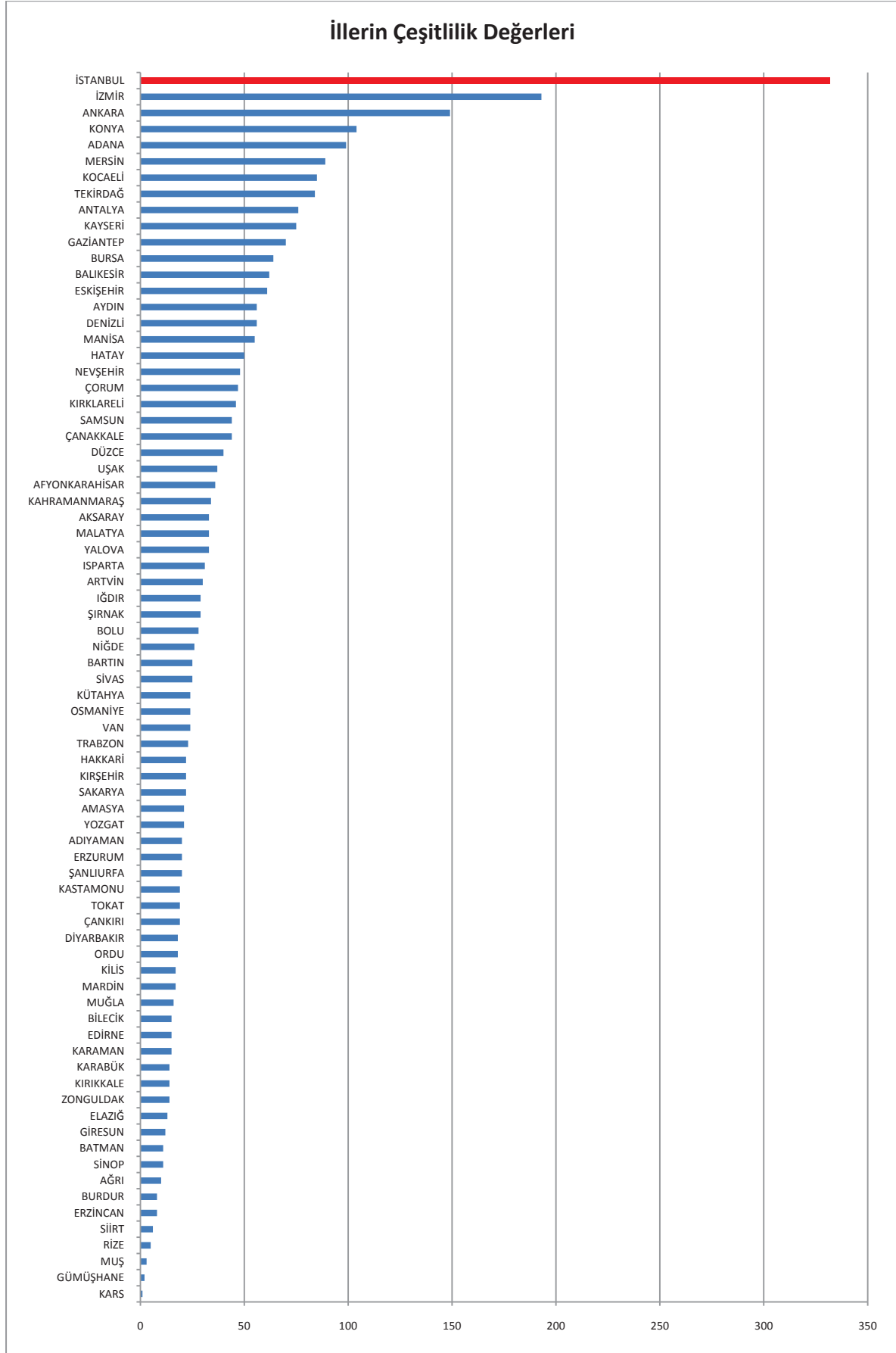
İllerimizin ihracat performanslarının analizinde kullanılan temel göstergelerden biri olan “ihracatın teknolojik dağılımı” bize; her bir ilimizin yaptığı ihracatın doğal kaynağa mı dayalı olduğunu ya da bu ihracatın teknoloji seviyesinin düşük, orta ya da ileri teknoloji ürünü olup olmadığına göre nasıl bir dağılım gösterdiğini ortaya koyması açısından önem arz etmektedir. Aşağıdaki tabloda 2010 yılı itibari ile orta ve ileri teknoloji ürün ihracatı yüz milyon doların üzerinde olan illerimiz gösterilmiştir:

İl Adı	Orta ve İleri Teknolojili Mal İhracatı (milyon ABD \$)
İstanbul	20.280
Bursa	7.990
Kocaeli	1.948
Ankara	1.846
İzmir	1.597
Sakarya	1.519
Manisa	545
Gaziantep	415
Konya	413
Adana	393
Eskişehir	309
Kayseri	280
Denizli	252
Tekirdağ	187
Hatay	158
Aydın	123
Antalya	104

Türkiye'nin ihracatının teknolojik dağılımının 2000 yılından günümüze nasıl değiştiğini incelediğimizde; **52 ilimizde hem yüksek teknolojili ürünlerin ihracatının payının hem de orta teknolojili ürünlerin ihracatının payının, 2000 yılından 2010 yılına artış gösterdiği anlaşılmaktadır.** Bu, illerimizin ihracatında son 10 yılda önemli bir dönüşüm yaşadığımızı bize açıkça göstermektedir. Diğer taraftan 43 ilimizin doğal kaynağa dayalı ihracatının payının ve 31 ilimizin düşük teknolojili ürün ihracatının payının son 10 yılda artış göstermesi, özellikle bu illerimize yönelik ihracat politikalarımızın teknoloji seviyesi yüksek ürünleri hedeflemesi gerektiğini bize söylemektedir.

Performans göstergelerinden üçüncüsü "çeşitlilik". Bu gösterge, ilin tüm ihraç ürünlerini değil yalnızca rekabetçi avantaja sahip olduğu ürün çeşitliliğini kapsama almaktadır. Aynı zamanda bu gösterge, ilde ihracata konu olan ürünleri değil ilde üretilip ihraç edilen ürünleri esas almaktadır. Buna göre çeşitlilik değeri yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde üretilip ihraç ediliyordu. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla üretilmesine ve ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ihracata konu ürün üretilmektedir.

Aşağıdaki grafikte illerimiz “çeşitlilik” kriteri baz alınarak sıralanmıştır:

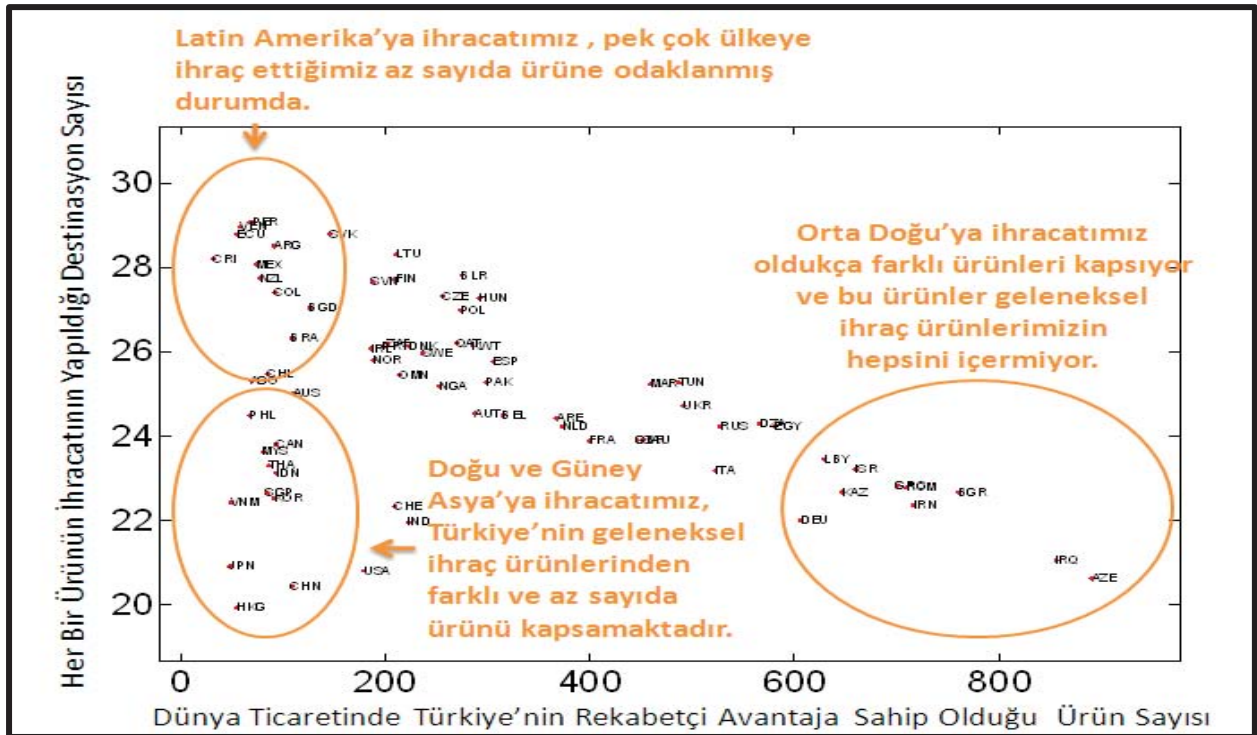


Buna göre çeşitlilik performansı hesaplanan illerimizden, ihracata konu malların üretiminde en çok çeşitliliğe sahip olan ilk on ilimiz sırasıyla İstanbul, İzmir, Ankara, Konya, Adana, Mersin, Kocaeli, Tekirdağ, Antalya ve Kayseri'dir.

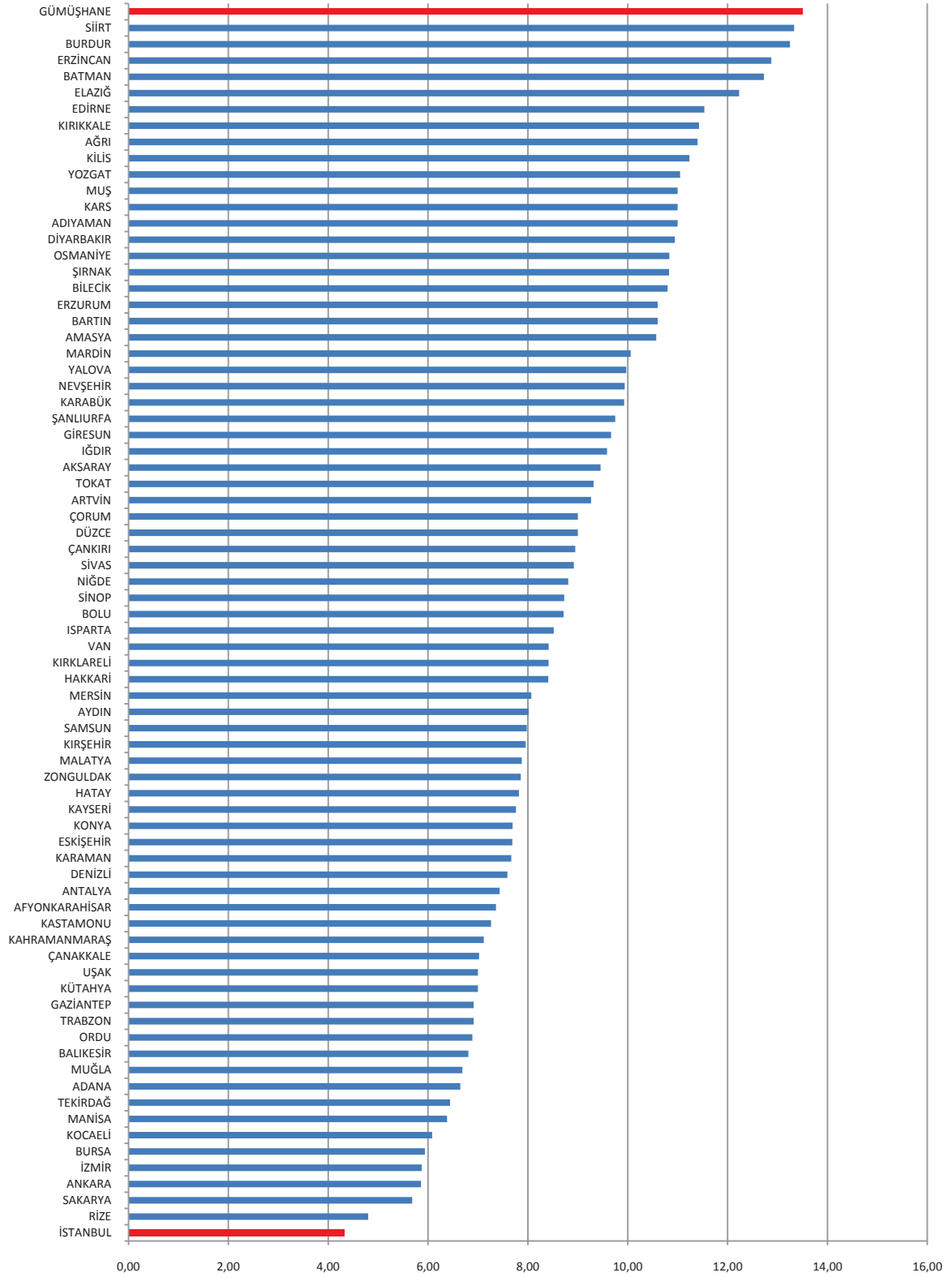
İllerimizin ihracatta çeşitlilik performansları incelendiğinde, endeks değeri hesaplanan 76 ilimizin üretip rekabetçi bir şekilde ihraç ettiği ürün çeşitliliği ortalamasının 40 olduğu anlaşılmaktadır.

Aşağıdaki tabloda 1995-2009 yılları arasında Türkiye'nin ihracatının ürün çeşitliliği ihracat destinasyonlarına göre incelenmiştir. Buna göre;

- Latin Amerika'ya (Ekvator, Venezüella, Peru, Arjantin, Meksika, Brezilya, Kolombiya, Şili) ihracatımızın az sayıda (çeşitliliği düşük) ancak geleneksel ihraç ürünlerine dayandığı,
- Çoğunluğu Doğu ve Güney Asya'daki Çin, Hong-Kong, Japonya, Vietnam, Kore, Singapur, Tayland, Endonezya ve Malezya'ya az sayıda ve geleneksel ihraç ürünlerimizin dışındaki ürünleri ihraç ettiğimiz,
- Çoğunluğu Orta Doğu ve Kafkas bölgesinde yer alan Irak, İran, İsrail, Azerbaycan, Libya ve Kazakistan'a ihracatımızın önemli bir çeşitlilik gösterdiği anlaşılmaktadır.



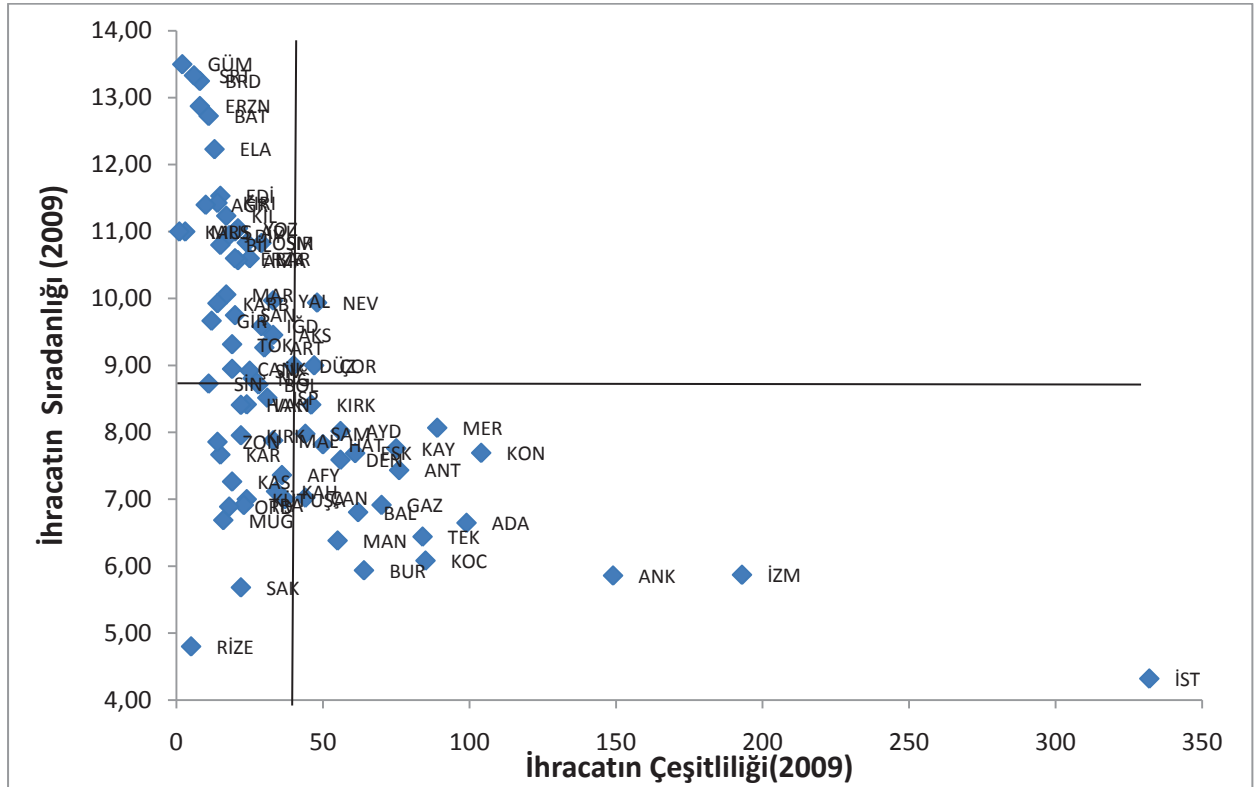
İllerin Sıradanlık Değerleri



Bir diğer performans kriteri “sıradanlıktır”. İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde üretilip rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Ürünün sıradan olup olmadığının belirleyicisi, o ürünün kaç ilin ihracat sepetinde bulunduğuyla bağlı olarak değişmektedir. Çok sayıda ilin ihracat sepetinde yer alan ihraç ürünleri sıradan ürün olarak kabul edilmektedir. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunurlar

İllerin ürettiği ve aynı zamanda ihraç ettiği ürünlerin sıradanlık değerlerini gösteren yukarıdaki grafikten, sıradanlık değeri en düşük olan ilk on ilimiz sırasıyla İstanbul, Rize, Sakarya, Ankara, İzmir, Bursa, Kocaeli, Manisa, Tekirdağ ve Adana’dır.

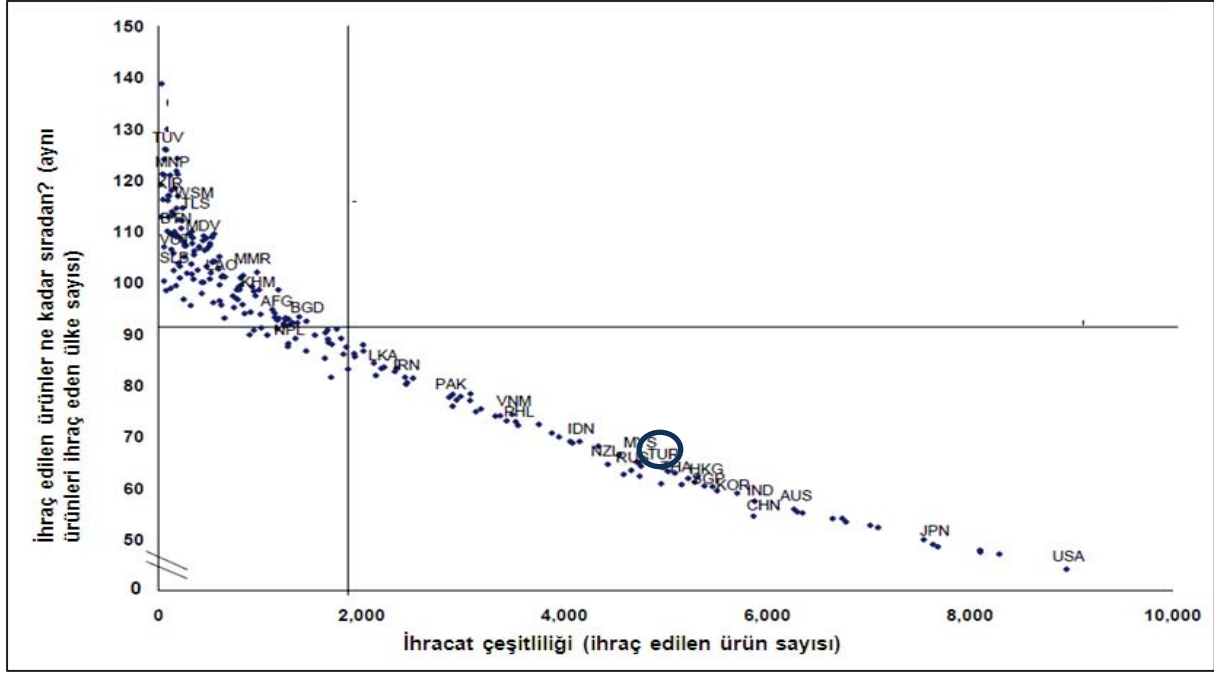
İllerimizin çeşitlilik ve sıradanlık değerlerini bir arada gösteren aşağıdaki grafikten, her bir ilimize ya da il gruplarına yönelik sanayi ve ticaret politikalarının farklılaşması gerektiği, il/il gruplarının nitelik ve kabiliyetlerine uygun farklı politika önermelerine ihtiyacımız olduğunu bize göstermektedir. Buna göre kimi illerimizde çeşitlilik yüksek iken ürünler sıradanlaşmakta, buna karşılık kimi illerimizde ise özel ürünlere ağırlık verilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.



Aynı tablonun içinde yer alan çizgiler, çeşitlilik ve sıradanlıkta Türkiye ortalamalarına işaret etmektedir. Buna göre yatay çizginin üstünde (sıradanlığı Türkiye ortalamasının üstünde) ve aynı zamanda dikey çizginin solunda (çeşitliliği Türkiye ortalamasının altında) yer alan iller,

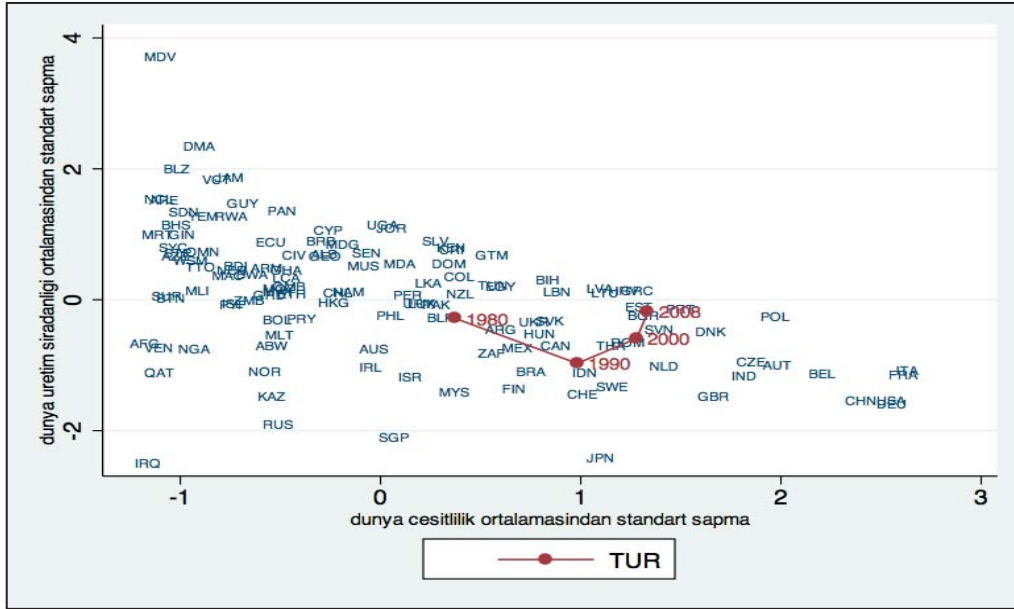
hem sıradanlıkta hem de çeşitlilikte Türkiye ortalamasının gerisinde kalmaları nedeniyle öncelikle değerlendirilmesi gereken illerimizdir (Her bir bölgedeki illerin isimleri Ek-3'teki tabloda yer almaktadır).

İl ya da benzer il grupları bazında tespit edilecek politikalar temelinde illerin ihraç ürünleri üretiminde çeşitliliğinin artırılması ya da daha nadir ürünlerin üretimine geçilmesi, bir bütün olarak Türkiye'nin ihraç ürünlerinin çeşitliliğinin ve sıradanlığının olumlu yönde gelişmesine ve böylece aşağıdaki grafikte yer verilen Türkiye'nin dünyadaki konumunun iyileşmesine imkan tanıyacaktır.



2009 yılı itibari ile ülkelerin ihracatta çeşitlilik ve sıradanlıkta konumlarını gösteren yukarıdaki grafiğe göre Türkiye hem çeşitlilikte hem de sıradanlıkta dünya ortalamasına göre oldukça iyi konumdadır. Buna göre Türkiye'nin ihracatı çeşitlilik ve sıradanlık yönüyle; Rusya, Endonezya, Malezya gibi ülkelerin önünde Hong-Kong, Singapur, Kore gibi ülkelerin hemen gerisindedir.

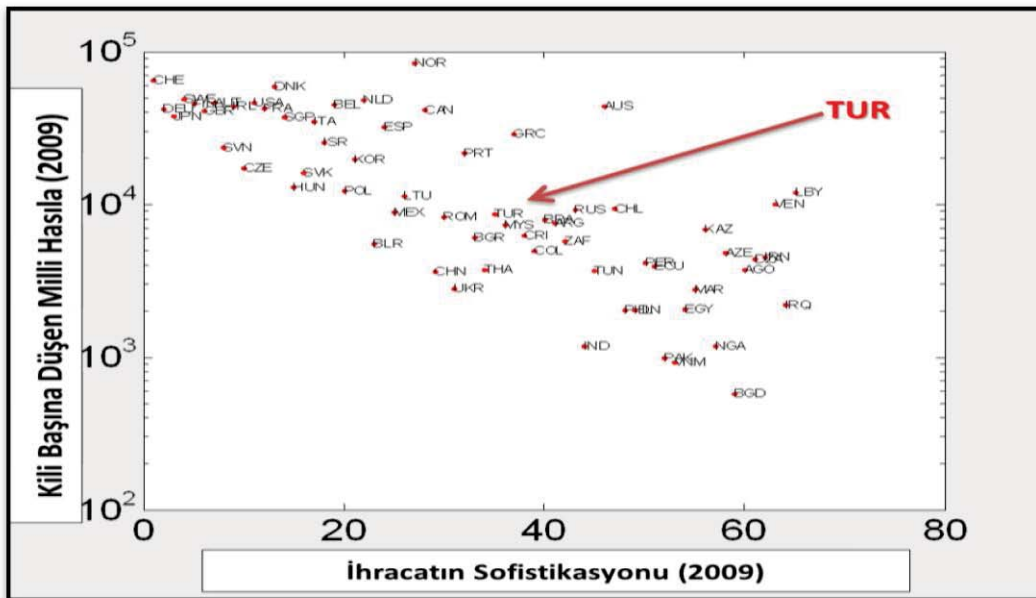
Ancak Türkiye'nin ihracat sepetinde yer alan ürünlerin son otuz yıllık süreçte değişimini inceleyen aşağıdaki grafikten; bu süreçte ülkemizin ihraç ürünleri çeşitliliğinin dünya ortalamasından daha fazla arttığı, buna karşılık ihraç ürünlerinin niteliğinin ancak dünya ortalamasına paralel bir şekilde yükseldiği anlaşılıyor. Buradan hareketle Türkiye'nin en önemli önceliklerinden birinin, üretim yapısının ihracata konu ürünlerin niteliğinin artırılmasına imkan sağlayacak şekilde dizayn edilmesi olduğu sonucu çıkmaktadır.



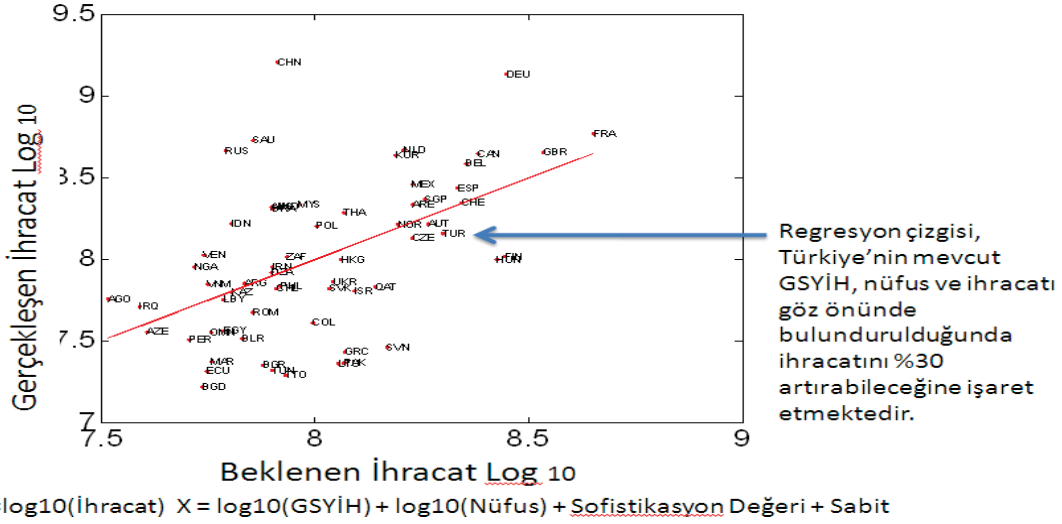
İllerin ihracat performanslarının analizinde kullanılan bir diğer gösterge “sofistikasyondur”. Buna göre sofistikasyon değeri, her bir ilin üretip ihraç ettiği ürünlerin ne derece gelişmiş ülkelerin ihracat sepetleri ile örtüşüğünün göstergesidir. Diğer bir ifade ile sofistikasyon değerinin düşük olması, ilin ihraç ürünlerinin, gelişmiş ülkeler tarafından ihraç edilen kompleks ürünlerden uzaklaştığına işaret etmektedir.

Sofistikasyon değeri de, illere yönelik sanayi ve ihracat politikalarının şekillendirilmesinde önemli bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ülkelerin ihracat sepetlerinin sofistikasyonu ve kişi başına düşen milli hasıllarının yer verildiği aşağıdaki grafikten Türkiye’nin 2009 yılı itibari ile ihracatının BRIC ülkelerinden; Brezilya, Rusya ve Hindistan’dan daha sofistike, Çin’in ise hemen gerisinde olduğu görülmektedir.



1995-2009 yıllarına ilişkin dünya verisi baz alınarak, ülkelerin ihracat sepetlerinin sofistikasyonu, nüfusları ve gayri-safi yurtiçi hasılları ile ülkelerin ihracat miktarları arasındaki ilişkiyi ekonometrik olarak incelediğimizde ise, aşağıdaki grafikten görüleceği üzere, Türkiye'nin mevcut durumda ihracatını %30 artırma imkanına sahip olduğu sonucu çıkmaktadır. İhracat miktarı yerine, kişi başına düşen ihracat miktarını aldığımızda dahi, mevcut durumda Türkiye'nin ihracatını %23 artırma potansiyeline sahip olduğu anlaşılmaktadır.

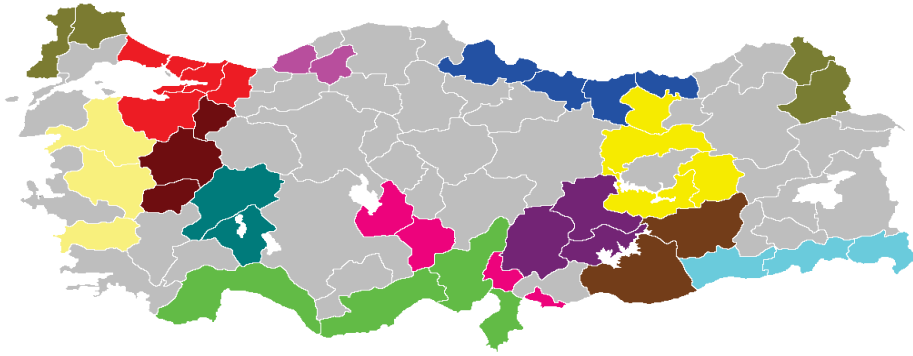


Bu bölümde son olarak 2000-2009 yılları arasında her bir ilimizin ihracatının dünyadaki pazar payındaki değişimin nedenleri üç bileşenle açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bileşenlerden "rekabet gücü etkisi", ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. "Adaptasyon etkisi", ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. "Yapısal etki" ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

Bu kapsamda incelediğimizde, 2000-2009 yılları arasında illerimizden 64 tanesinin rekabet gücünde artış yaşanırken yalnızca 17 ilimizin rekabetçi gücünde gerileme yaşanmıştır. Bu yıllar arasında rekabet gücü en fazla artış gerçekleşen ilk beş il sırasıyla İstanbul, Bursa, Sakarya, Kocaeli ve Gaziantep'tir. Yine aynı dönemde ülkelerdeki talep değişimlerine uyum sağlamak suretiyle dünyadaki pazar payını artıran ilk beş ilimiz sırasıyla İstanbul, Kocaeli, Hatay, Trabzon ve İzmir'dir.

TAMAMLAYICILIK VE BENZERLIK GÖSTERGELERİ

Çalışmanın üçüncü bölümünde illerimizin tamamlayıcılık ve benzerlik göstergelerine yer verilmiştir. Benzerlik göstergesi ile her bir ilimizin ihracatının sektörel dağılımı incelenmiş ve ihracat desenleri itibari ile birbirlerine benzeyen iller tespit edilmiştir. Benzerlik sonuçları bir bütün olarak değerlendirildiğinde, birbirine komşu kimi illerin benzer ihracat sepetlerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Aşağıdaki haritadaki her bir renk grubundaki birbirine komşu iller “ihracatta bölgesel güç merkezleri” olarak tanımlanabilecektir. Bu noktadan hareketle söz konusu bölgesel güç merkezleri ihracat kanalıyla harekete geçirilerek bölgesel kalkınma adına önemli açılımlar sağlanabilecektir.

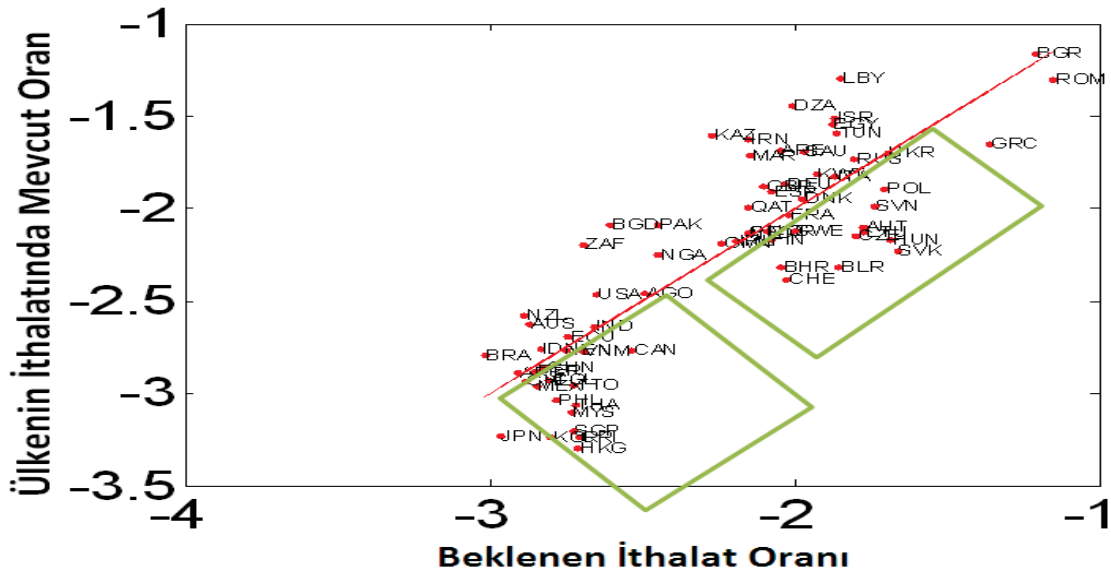


Aşağıdaki haritada ise, Türkiye'nin ihracatından aldığı pay, Türkiye'deki toplam ticarettен aldığı pay yüksek olan sınır ya da sınıra yakın illerimiz gösterilmiştir. **Bu yönüyle başta Iğdır, Ağrı, Hakkari, Şırnak, Mardin, Hatay, Kilis, Antep, Artvin, Rize, Trabzon olmak üzere söz konusu illerimiz, iç pazardan daha ziyade dış ticarete odaklanmış illerimizdir.** Buradan hareketle özellikle bölgesel kalkınma amacına yönelik olarak sınır ya da sınıra yakın illerimizde dış ticaret yoluyla önemli atılımlar gerçekleştirebileceği ilk bakışta söylenebilecektir.



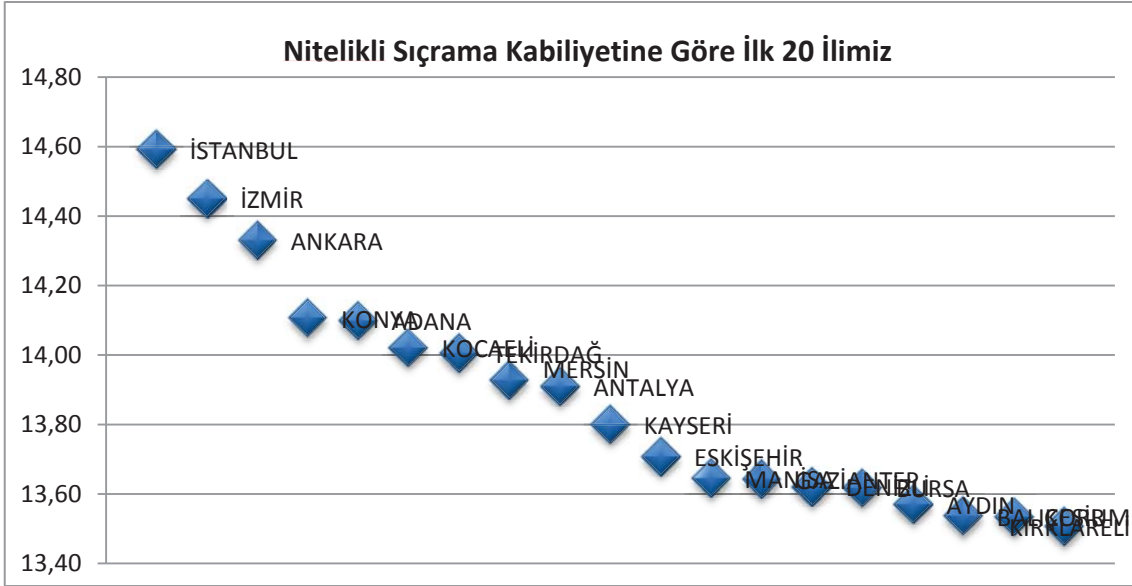
Çalışmanın devamında her bir ilin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler tespit edilmiş ve bu şekilde illerin tamamlayıcısı ülkeler tespit edilmiştir. İllerin tamamlayıcısı olan ülkelerin, ilin halihazırda ihracat yaptığı ülkelere farklı olarak “ilin potansiyel olarak ihracat yapabileceği ülkeleri” göstermesi açısından önemlidir. Diğer bir ifade ile bu analiz, ilin ihracatını yönlendirebileceği ve ithalat yapısı itibari ile ilin doğal partneri olabilecek ülkeleri göstermektedir. Her bir ilimizin tamamlayıcısı ülkelerin tespiti, illerimizin ihracat pazarlarını çeşitlendirmeleri aşamasında kendilerine yol gösterici bir kılavuz olabilecektir. Ek-1’deki tabloda **ondan fazla ilimizin tamamlayıcısı olan on altı ülkenin hangi illerimizin tamamlayıcı olduğunu göstermektedir. Buna göre Danimarka 27 ilimizin, Rusya 26, Cezayir 24, Nijerya 24, B.A.E. 20, İngiltere 20, İsrail 20, Romanya 19, Mısır 14, Kazakistan 12, S. Arabistan 12, Hong-Kong 11, Norveç 11, Venezuela 11 ve Belçika 10 ilimizin tamamlayıcısı olan başlıca ülkelerdir.**

Çalışma kapsamında, Türkiye’nin ihracatını bir bütün olarak aldığımızda, bu ihracatın tamamlayıcısı olan ülkelere olan ticaretimiz de incelenmiştir. Bu incelemede yalnızca tamamlayıcılık değil aynı zamanda ülkelerin milli hasılları, ülkemize uzaklıkları da göz önünde bulundurulmuştur. Bu kapsamda aşağıdaki grafikte kırmızı çizginin altında kalan ve kutu içerisinde alınan ülkelere ihracatta Türkiye’nin potansiyelle sahip olduğu ve önemli yol alabileceği anlaşılmaktadır. **Bu ülkeleri incelediğimizde söz konusu ülkelerin çoğunluğu Doğu Avrupa ülkeleri olan Slovakya, Slovenya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Belarus, Polonya, Ukrayna gibi ülkeler ile Güney ve Doğu Asya’da yoğunlaşmış Hong-Kong, Kore, Singapur, Japonya, Malezya, Filipinler, Tayland gibi ülkeler olduğu görülmektedir.**



REKABET GÜCÜ İÇİN STRATEJİK YOL HARİTASI

Çalışmanın son bölümü olan dördüncü bölümde her bir il için yönelik olarak “Rekabet Gücü İçin Stratejik Yol Haritası” oluşturulmuştur. Bunun için öncelikle illerin “nitelikli sıçrama kabiliyetleri” derecelendirilmiştir. Nitelikli sıçrama, ilin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini göstermektedir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabileceklerdir. Aşağıda nitelikli sıçrama kabiliyetine göre ilk 20 ilimiz sıralanmıştır:



Ek-2'deki tablo ise Türkiye'deki illerin sıçrama yapılabilecek potansiyel sektörleri ve bu sektörlerle kaç ilin sıçrama yapabileceğini göstermektedir. Ürün uzayı metodolojisi çerçevesinde illerin mevcut üretim ve ihracat kapasitesi, yetenekleri göz önünde bulundurulduğunda, her bir ilin ihracatına geçiş yapabileceği 200'den fazla sektör tespit edilmiş ve bu sektörlerin üretiminde kaç tane ilimizin potansiyel arz ettiği tespit edilmiştir.

Son olarak bu bölümde her bir il için 2 ayrı strateji matrisine yer verilmiştir. Bu matrisler, illerin sofistikasyon ve sıçrama kabiliyetlerini baz alarak oluşturulmuştur. İlk matris, ilin kendisi ile birlikte aynı NUTS-2² seviyesinde bulunan diğer illeri birlikte göstermektedir. Bu şekilde her bir il, sosyo-ekonomik gelişmişlik endeksi bakımından kendisi ile aynı seviyedeki illerin ihracatının sofistikasyon ve nitelikli sıçrama kabiliyetini karşılaştırma imkanına sahip olabilmekteyiz. **Her bir il için ortak olan aşağıdaki genel strateji matrisi ise ihracata dönük üretim modeli çerçevesinde illerimizin üretim deseninin ve ihracat sepetlerinin daha nitelikli ürünler ile doldurulmasının temin edilmesine yönelik olarak devlet yardım ve teşviklerinin nasıl dağıtılabileceğine ışık tutmaktadır.**

² Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne uyum süreci doğrultusunda, Avrupa Birliği ülkelerinin kullandığı istatistik bölge birimi sınıflandırmasına paralel olarak Türkiye için üç ayrı düzeyde istatistik bölge oluşturulmuştur.

Yeni Nesil Yatırım Teşvikleri	İstanbul, Kırklareli, Tekirdağ, Balıkesir, İzmir, Aydın, Denizli, Afyon, Manisa, Bursa, Eskişehir, Kocaeli, Ankara, Konya, Adana, Mersin, Nevşehir, Kayseri, Samsun, Çorum
Mevcut Sektörlerin Rekabet Gücünü Arttıracak Devlet Yardımları	Uşak, Bolu, Osmaniye, Aksaray, Sivas, Artvin, Van, Şırnak, Kütahya, Bilecik, Sakarya, Karaman, Burdur, Batman, Kırıkkale, Karabük, Zonguldak, Çankırı, Amasya, Ağrı, Adıyaman, Kilis, Çanakkale, Düzce, Yalova, Antalya, Hatay, Gaziantep
Yeni Sektörlere Yönelik Devlet Yardımları	
Çok Yönlü Devlet Yardımları	Muğla, Kırşehir, Muş, Isparta, Kahramanmaraş, Niğde, Bartın, Iğdır, Malatya, Edirne, Yozgat, Kastamonu, Sinop, Tokat, Gümüşhane, Giresun, Ordu, Rize, Trabzon, Erzurum, Erzincan, Kars, Elazığ, Hakkari, Diyarbakır, Şanlıurfa, Mardin, Siirt

Ek-1: 10'dan Fazla İlimizin Tamamlayıcısı Olan Ülkeler

	Danimarka	Rusya	Cezayir	Nijerya	BAE	İngiltere	İsrail	Romanya	Vietnam	Mısır	Kazakistan	S. Arabistan	Hong Kong	Norveç	Venezuela	Belçika
ADANA		X	X	X				X				X				
ADİYAMAN	X					X							X			
AFYON				X			X									X
AKSARAY		X	X	X											X	
AMASYA			X	X			X			X					X	
ANKARA			X	X	X						X			X		
ANTALYA	X	X			X	X										
ARDAHAN				X	X		X									
ARTVİN			X		X				X	X	X					
AYDIN	X	X				X		X								
AĞRI				X				X	X						X	
BALIKESİR								X					X			
BARTIN	X						X									
BATMAN							X									
BAYBURT		X										X				
BOLU	X	X						X								
BURDUR				X			X									X
BURSA		X		X								X				
BİLECİK					X	X	X	X								X
DENİZLİ					X			X	X				X			
DÜZCE	X				X			X						X		
DİYARBAKIR				X	X		X						X			
EDİRNE	X				X	X	X									
ELAZIĞ			X		X		X				X					X
ERZURUM					X		X						X			X
ERZİNCAN	X		X	X						X		X				
ESKİŞEHİR						X						X		X		

GAZİANTEP								X	X	X						
GÜMÜŞHANE	X	X	X			X								X		
GİRESUN	X	X				X										
HAKKARİ	X								X							
HATAY			X		X				X	X	X					
ISPARTA					X	X	X						X			X
IĞDIR			X	X								X				
K.MARAŞ								X	X						X	
KARABÜK			X		X				X	X	X					
KARAMAN			X	X						X		X				
KARS					X	X	X									X
KASTAMONU														X		
KAYSERİ								X	X				X			
KIRIKKALE	X	X												X	X	
KIRKLARELİ	X	X				X							X			
KİRŞEHİR				X				X								
KOCAELİ																
KONYA		X	X	X								X				
KÜTAHYA					X		X									X
KİLİS					X		X	X	X							
MALATYA	X	X				X										X
MANİSA			X							X	X					
MARDİN			X	X						X		X			X	
MERSİN	X	X	X			X						X				
MUĞLA	X								X						X	
MUŞ						X	X						X			X
NEVŞEHİR		X		X		X	X							X		
NİĞDE		X		X				X								
ORDU	X	X														
OSMANİYE		X		X				X	X						X	
RİZE		X												X		
SAKARYA		X		X								X				
SAMSUN	X					X							X			
SİNOP	X	X				X										
SİVAS			X	X							X			X	X	
SİİRT			X	X						X		X				
TEKİRDAĞ	X							X					X			
TOKAT	X	X				X										
TRABZON	X	X				X										
TUNCELİ		X				X										
UŞAK							X	X	X							
VAN	X							X						X		
YALOVA	X													X		

YOZGAT			X						X		X				X
ZONGULDAK			X		X			X	X	X					
ÇANAKKALE	X	X													
ÇANKIRI			X	X					X		X				
ÇORUM		X	X	X						X					X
İSTANBUL	X				X		X								
İZMİR	X		X		X										
ŞANLIURFA			X				X			X					
ŞIRNAK			X				X		X	X	X				

Ek-2: İllerimizin Sıçrama Yapabileceği Potansiyel Sektörler

Sektör Adı	Sektöre Sıçrama Yapabilecek İl Sayısı
Hububattan elde edilen kepek, kavuz ve diğer kalıntılar	17
Kadın/kız çocuk için gecelik ve pijama	14
Buğday ve mahlut unu, bulgur, irmik ve pellet	13
Sert kabuklu meyvalar	13
Soya fasulyesi tohumu	13
Taşkömürü, linyit ve turbdan elde edilen kok/sömikok, karni kömürü	13
Selüloz eterleri (ilk şekilde) selüloz, kimyasal türevi; vulkanize fiberden levha, folye film, vs.	11
Kauçuktan diğer iç/dış lastikler	11
Tabii taşlardan kaldırım, döşeme ve inşaata elverişli işlenmiş taşlar	11
Kesilmiş sütün suyu, süt ve krema	10
Et, balık, yumuşakça unu, pelletleri	10
Aritilmiş bakır, bakır alaşımları, çöktürülmüş bakır	10
Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar vs. hülasa ve sular	9
Diğer şekilde işlenmiş hububat taneleri	9
Yün, yapağı (kırkma, yıkanmış)	9
Özellikle örgü için kullanılan türdeki bitkisel maddeler	9
Diğer römork-yarı römork, taşıtlar vb. aksam parçaları	9
Erkek/erkek çocuk-takım elbiseler	9
Çeşitli ağaçlardan sırık, kazık, sap, çubuk, ağaç yünü ve unu vb.	8
Diğer lokomotif, lokotraktör, tenderler, demiryolu hat bakım ve servis taşıtları	8
Makarnalık buğday(durum buğdayı)	7
Diğer hububat	7
Sentetik, suni lif döküntüleri	7
Çinko cevherleri ve konsantreleri	7
Toprak, taş, cevher vb ayıran, yıkayan makineler ile bunların parçaları	7
Römorklar ve yarı römorklar	7
Koyun ve keçi eti	6
Etler ve yenilen sakatat	6
Balık filetoları (taze/soğutulmuş)	6
Hazırlanmış/konserve edilmiş balıklar; balık yumurtası ve havyar	6

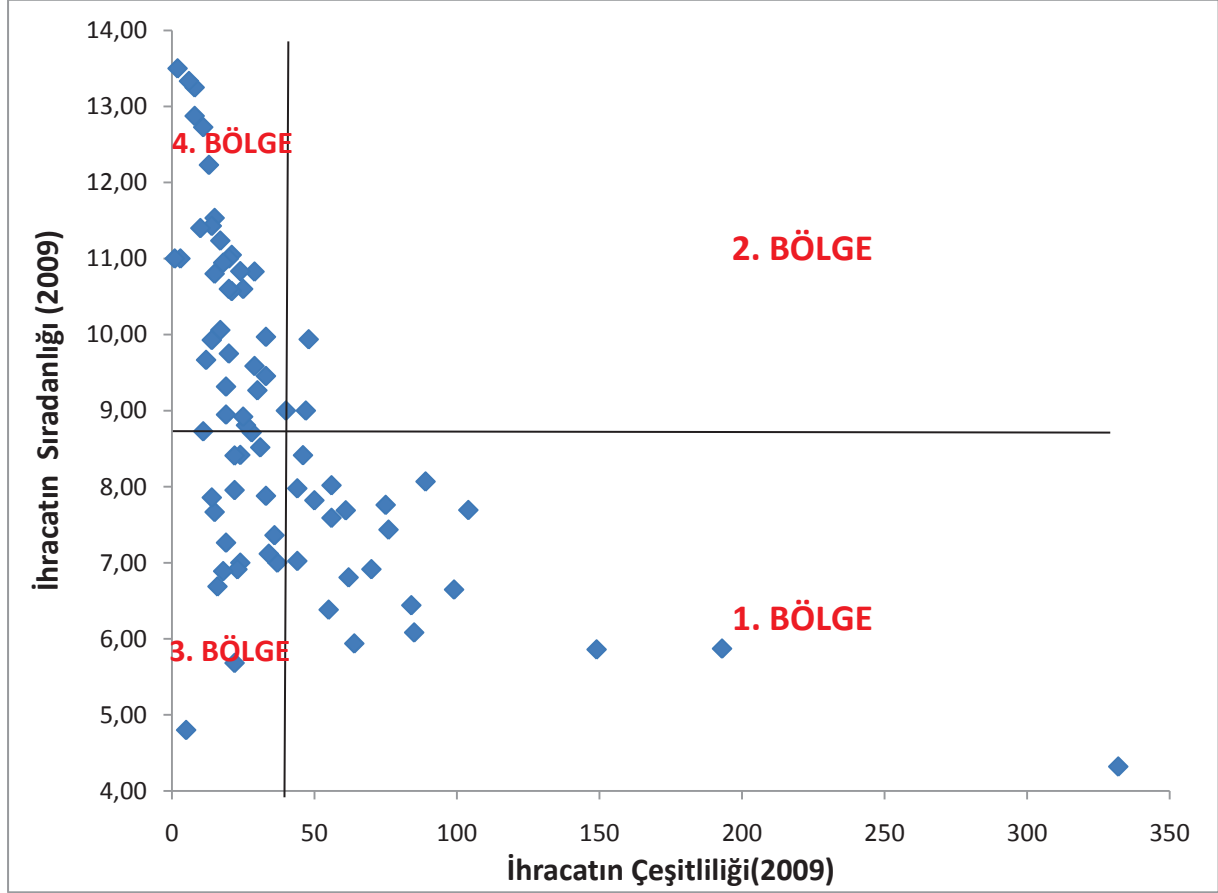
Sektör Adı	Sektöre Sıçrama Yapabilecek İl Sayısı
Yarı/tam olarak değirmenden geçirilmiş ve kırık pirinç	6
Diğer hububat un, bulgur, irmik ve pellet.	6
Çakıl taşı, kırılmış ezilmiş taşlar	6
Florspat, kuvars, kuvarzit, mika, mika döküntüleri, tabii kriolit; tabii şiolit	6
Mineral katrandan elde edilen zift ve zift koku	6
Hayvansal katı ve sıvı yağlar ve fraksiyonları	6
Şenlik fişekleri, işaret fişekleri, yağmur fişekleri, sis işaretleri vb.	6
Dokunmamış mensucat (emdirilmiş, sıvanmış olsun olmasın)	6
Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları.	6
Porselenden sofrta,mutfak ve tuvalet eşyası	6
Motorsuz bisikletler (üç tekerlekliiler dahil)	6
Kabuklu hayvanlar (dondurulmamış, hazırlanmış konserveler)	5
Reçel, jöle, marmelat, meyva püresi ve pastları	5
Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	5
Yer fıstığı	5
Ağaçtan demiryolu, tramvay traversleri	5
Sülfürlü kimyasal odun hamuru	5
Sentetik devamsız lifler (karde edilmiş/taranmış)	5
Ağaçlardan kaplamalık yapraklar; kalın >6mm.	5
Pamuk ipliği(dikiş ipliği hariç)	5
Suni filament iplikleri (dikiş ipliği hariç)	5
Seramikten sofrta ve mutfak eşyası, diğer ev ve tuvalet eşyası	5
Demir/çelikten çapalar, filika demirleri vb. aksam; demir/çelik telden eşya	5
Yiyecek/içecek sanayii makine, cihazlar vb. aksam, parçaları	5
Alet tutucu, otomatik açılan pafta kafaları, makinalara ait taksim edici tertibat	5
Somyalar, yataklar, uyku tulumları vs.	5
Siğır eti (taze, soğutulmuş, dondurulmuş)	4
Balık filetosu(dondurulmuş)	4
Kabuklu hayvanlar, yumşakçalar (canlı/taze/soğutul../donduru../kurutul../tuzlan.. vs.)	4
Diğer turunçgiller (taze/kurutulmuş)	4
Hububat sapları, yonca unu, hayvan yemi olabilen diğer bitkisel döküntü, artıklar	4
Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş iğne yapraklı ağaçlar	4
Kayagan taşı, mermer, granit, porfir, bazalt, gre, inşaata elverişli diğer taşlar	4
Kastin, alçı, kireç taşı ve diğer kireçli taşlar	4
Kemik, boynuzların iç kemikleri, döküntü ve tozları	4
Sentetik filement iplikler	4
Pamuktan mensucat (dokunmamış, ağartılmamış, merserize edilmemiş)	4
Kurşun boru bağlantı parçaları (çubuk, tel, profil, levha, plaka, şerit, toz, pul vs.)	4
Buhar üreten kazanlar	4

Sektör Adı	Sektöre Sıçrama Yapabilecek İl Sayısı
Diğer rotatif elektrik konvertörleri	4
Başka yerde belirtilmeyen inşaat ve iş makinaları	4
Oturmaya mahsus mobilyalar vb. aksamı	4
Etten, sakatattan/kandan yapılmış sosisler vb. ürünler	3
Tereyağı; süt esaslı katı, sıvı yağlar	3
Diğer buğday ve mahlut	3
Arpa	3
Diğer sebzeler(taze/soğutulmuş) (mantar ve domalanlar hariç)	3
Elma (taze)	3
Yün, ince/kaba hayvan kılları (karde edilmiş/taranmış)	3
Pencere, kapı vb.kasaları, çerçevesi; ağaçtan	3
Diğer devamsız sentetik lifden dokumalar	3
Keçe(emdirilmiş,sıvanmış,kaplanmış olsun olmasın)	3
Tabii inci/kültür incileri	3
Dökme demirden tüpler, borular, içi boş profiller	3
İşlenmemiş nikel	3
Tarla, bahçe tarımında, ormancılıkta kullanılan makina, cihazlar ve aksamı	3
Tarım ürünlerinin hasat ve harman edilmesine mahsus makina ve cihazlar	3
Metal işleme torna tezgahları	3
Kadın/kız çocuk için gömlek, bluz ve gömlek-bluzlar	3
Silahlar ve mühimmat, bunların aksam,parça ve aksesuarları	3
Hazırlanmış, konserve edilmiş et, sakatat, kan unu	2
Balıklar (canlı,taze,soğutulmuş)	2
Kavuz içinde ve kavuzundan çıkarılmış pirinç (çeltik)	2
Kuru baklagiller(kabuksuz)(taneleri ikiye ayrılmış)	2
Ananas, kayısı, kiraz, şeftali ve diğer sert kabuklu meyva karışımı konserveleri	2
Kakao içermeyen şeker mamulleri (beyaz çikolata dahil)	2
Kağıt ve karton döküntü ve kırpıntıları	2
Jüt ve bitki iç kabuklarının dokumaya elverişli diğer lifleri	2
Sentetik filament demetleri	2
Tebeşir, barit, borat, silisli fosil unu, asfalt ve başka yerde belirtilmeyen mineraller	2
Aluminyum cevheri, konsantresi; aluminyum oksit	2
Diğer bitkisel sabit katı ve sıvı yağlar	2
Diğer pamuklu mensucat	2
Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil eşyası	2
Seramikten heykelcikler ve diğer süs eşyası	2
Ferro alyajlar	2
Turbojetler/turbopropellerin aksam-parçaları	2
Sanayi-laboratuvarlara mahsus fırınlar vb. aksam ve parçalar	2
Vantilatörler; aspiratörler	2

Sektör Adı	Sektöre Sıçrama Yapabilecek İl Sayısı
Sıvı dielektrik ve diğer transformatörler	2
Keçe, dokunmamış, sıvanmış mensucattan giyim eşyası	2
Erkek/erkek çocuk için gömlekler	2
Müzik aletlerine ait aksam, parça, aksesuar ve mekanizmalar	2
Kuş ve kümes hayvanlarının kabuklu yumurtaları	1
Balıklar (donurulmuş)	1
Balıklar (kurutulmuş/tuzlanmış/salamura edilmiş/tütsülenmiş)	1
Makarna	1
Malt hülasası; un, nişasta ve malt esaslı müstahzarlar	1
Domates(taze/soğutulmuş)	1
Sebzeler (dondurulmuş) (geçici olarak konserve edilmiş)	1
Başka yerde belirtilmeyen yemeye elverişli çekirdek içleri ve diğer ürünler	1
Patates unu, ezmesi, tozları; kuru baklağil, kök, yumru, meyvaların unu, ezmesi ve tozu	1
Portakal, mandarin, klemantin, vilking vb.(taze/kurutulmuş)	1
Kayısı, kiraz, şeftali, kavun, ananas ve diğer meyvalar (taze)	1
Portakal ve diğer tunçgillerin suyu; yemiş, bitki parçaları konserveleri	1
Bitkisel yağ üretiminden arta kalan küspe ve katı atıklar	1
Viski, alkol ve alkollü içkiler	1
Kabaca yontulmuş ağaç, yonga, testere talaşı	1
Uzunlamasına kesilmiş yüzüne şekil verilmiş geniş yapraklı ağaçlar	1
Pamuk döküntüleri	1
Keten, keten kırıntı, döküntüsü ve dokumaya elverişli diğer bitkisel lif, kırıntı, döküntüleri	1
Kendir; ham/işlem görmüş, kırıntı ve döküntüleri	1
Hayvansal/bitkisel gübreler	1
Dolomit, tabii grafit, tabii magnezyum karbonat, diğer killer	1
Nikel cevheri, konsantresi, nikel matları, oksit sinterleri, ara ürünleri, döküntü, hurdaları	1
Turb (turb döküntüleri dahil)	1
Bitkisel katı ve sıvı yağlar vb. fraksiyonları	1
Diğer organik kimyasallar	1
Glikozitler ve veterinerlikte kullanılan aşılarda	1
Müstahzar patlayıcı maddeler	1
Aljinik asit, tuzları, esterleri (ilk şekilde)	1
Kazeinat, kazein, jelatin, peptonlar, dekstrinler ve tadil edilmiş nişastalar	1
Kauçuk ve kauçuktan eşya	1
Ağaçtan aletler, alet sapları, süpürge, fırça sapları, kalıplar, askılar	1
Başka yerde belirtilmeyen diğer kağıt ürünleri	1
İpek İplikleri	1

Sektör Adı	Sektöre Sıçrama Yapabilecek İl Sayısı
Sentetik/ suni devamlı/devamsız liflerden dikiş ipliği	1
Sentetik iplik, monofil, şeritlerle dokumalar	1
Sentetik ve suni liflerden atkı iplik, peluş ve kadifeler	1
Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensucat	1
Yatak çarşafı, masa örtüleri, bezler, örtüler.	1
Çimento	1
Taş, alçı ve minerallerden eşya.	1
Başka yerde yer almaya demir, çelik ürünleri	1
İşlenmemiş magnezyum, molibden, tantal, tozları, döküntü ve hurdaları	1
Demir/çelik/bakır civata, somun, tavan halkası, vida, perçin, pim vb.	1
Benzinli, dizel motorlar için aksam, parçalar	1
Turbojetler, tepkili motorlar	1
Dikiş makinası, dikiş makinalarının aksam-parçaları	1
Isı değişikliği yöntemi ile maddeleri işlemek için cihazlar	1
Kısa mesafe eşya taşıyan taşıtlar ile bunların aksam-parçaları	1
Aynı kabin içinde en az bir merkezi işlem giriş/çıkış birimi bulunan	1
Otomatik bilgi işlem makinelerinin diğer birimleri	1
Motorlar için elektrikli ateşleme cihazı, kara taşıtlarının aydınlatma, sinyal vb tertibatı, cihaz	1
Özel amaçlı motorlu taşıtlar	1
Kendinden hareketli olmayan yük vagonları, vagonetleri	1
Demiryolu, tramvay hatlarına ait tertibat ve taşıtların, aksam-parçaları	1
Merkezi ısıtma kazanı, radyatörler vb. aksam, parçası	1
Seramik musluk taşları, lavobolar, küvetler, bideler vb	1
Diğer mobilyalar vb. aksam, parçaları	1
Kadın/kız çocuk takımları	1
Kadın/kız çocuk için takım elbise, elbiseler	1
Kadın/kız çocuk için etek ve pantolon etek	1
Erkek/erkek çocuk için gece gömlek ve pijama	1
Osiloskop, X ışınları, radyasyon ölçü alet ve cihazları	1
Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül	1

Ek-3: Çeşitlilik ve Sıradanlıkta İller Listesi



1. Bölge	Sıradan olmayan ürünler ihraç eden çeşitliliği yüksek iller	Kırklareli, Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa, Çanakkale, Denizli, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kocaeli, Konya, Manisa, Mersin, Samsun, Tekirdağ
2. Bölge	Sıradan ürünler ihraç eden çeşitliliği yüksek iller	Çorum, Nevşehir
3. Bölge	Sıradan olmayan ürünler ihraç eden çeşitliliği düşük iller	Niğde, Kahramanmaraş, Malatya, Uşak, Van, Isparta, Rize, Sakarya, Trabzon, Sinop, Afyonkarahisar, Bolu, Hakkâri, Karaman, Kastamonu, Kırşehir, Kütahya, Muğla, Ordu, Zonguldak
4. Bölge	Sıradan ürünler ihraç eden çeşitliliği düşük iller	Düzce, Yalova, Yozgat, Aksaray, Artvin, Çankırı, Adıyaman, Ağrı, Amasya, Bartın, Batman, Bilecik, Burdur, Diyarbakır, Edirne, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Giresun, Gümüşhane, Iğdır, Karabük, Kars, Kilis, Kırıkkale, Mardin, Muş, Osmaniye, Şanlıurfa, Siirt, Şırnak, Sivas, Tokat

01

ADANA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	343	878	1.340
Türkiye'deki payı (%)	1,24	1,20	1,18

Harita 1: Türkiye'de Adana



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	99	161
Almanya	28	55	145
Rusya	2	33	89
İtalya	33	57	75
Fransa	16	85	73

Harita 2: Adana'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Adana'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
ABD	46	132	508
Japonya	159	197	204
Çin	14	44	160
Almanya	70	98	113
S. Arabistan	9	38	100

Harita 3: Adana'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Adana payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Adana payı
Tekstil Elyafı ve Mamulleri	134	39.1%	3.6%	248	18,5%	2,8%
Sebzeler, Meyvalar ve Mamulleri	23	6.6%	1.3%	140	10,4%	2,3%
Plastikler ve Mamulleri	9	2.7%	9.5%	126	9,4%	17,9%
Kara Ulaşım Araçları	8	2.4%	0.5%	119	8,8%	0,9%
Plastikten Mamuller	0	0,1%	0,2%	54	4,0%	3,1%

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Adana payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Adana payı
İkamet Amaçlı Olan veya İkamet Amaçlı Olmayan Binaların İnşaatı	633	4.6%	2.0%	1480	5.0%	1.5%
Belirli Bir Mala Tahsis Edilmiş Mağazalarda Otomotiv Yakıtının Perakende Ticareti	387	2.8%	2.1%	1226	4.1%	1.7%
Tahıl, İşlenmemiş Tütün, Tohum ve Hayvan Yemi Toptan Ticareti	439	3.2%	10.5%	1218	4.1%	9.1%
Belirli Bir Mala Tahsis Edilmemiş Mağazalardaki Gıda, İçecek ve Tütün Toptan Ticareti	471	3.4%	2.1%	938	3.1%	1.5%
Motorlu Kara Taşıtlarının İmalatı	743	5.4%	8.1%	932	3.1%	3.9%

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	1,3	1,7	1,6	1,5	1,3	1,5
Sıra	7	8	9	9	10	10

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Melas	5.2	0	83.8
Nişasta, Şeker, İçki Sanayi Artıkları	62	66.1	68.1
Ağaçtan Demiryolu Traversleri	80.2	63.5	56.8
Kraft Kağıt ve Kartonlar	0	47.4	54.7
Ağaçlardan Yarıbeyaz, Beyaz Kimyasal Odun Hamuru	0	0.9	53.6

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	20.0	40.1	39.4	0.5
2005	19.3	29.2	48.6	2.9
2010	25.6	30.4	42.8	1.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	99	5

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	18	7
2005	28	4
2010	37	4

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	19	4
2005	22	4
2010	22	12

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde çeşitliliği düşük olan bir ilde az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	6.65	10

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.78	28

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	1.93	0.11	-0.23
2000-2005	1.91	0.13	-0.32
2005-2009	0.05	-0.22	1.03

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	12	15	78
2000-2005	9	11	78
2005-2009	38	75	11

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde sıradanlık değeri düşük olan iller özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Mersin, Hatay, Gaziantep

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Adana’ya benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Romanya, Arjantin, Nijerya, S. Arabistan, Rusya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Adana’yı en tamamlayıcı ülkeler



02 ADIYAMAN

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	5	23	73
Türkiye'deki payı (%)	0,02	0,03	0,06

Harita 1: Türkiye'de Adıyaman



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	2	14
Almanya	1	16	13
A.B.D.	0	0	9
İtalya	0	1	6
Romanya	0	0	4

Harita 2: Adıyaman'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Adıyaman'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
A.B.D.	0	12	25
İsviçre	0	0	13
İtalya	3	2	6
Çin	0	0	6
Avusturya	0	2	5

Harita 3: Adıyaman'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Adıyaman payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Adıyaman payı
Giyim eşyası ve aksesuarları	0,3	% 6,8	% 0	41,2	56,5%	0,3%
Tekstil elyafı ve mamulleri	1,2	%24,7	%0	11,8	16,2%	0,1%
Elektrikli makine ve cihazlar	0	%0.0	%0.0	4,2	5,7%	0,1%
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0	%0.0	%0.0	2,3	3,1%	0,1%
Mobilyalar	0	%0.0	%0.0	2,0	2,7%	0,1%

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Adıyaman payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Adıyaman payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	115	11,8%	0,5%	335	9.8%	0.5%
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	68	7,0%	0,4%	301	8.8%	0.4%
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	29	3,0%	0,1%	202	5.9%	0.2%
Katı. sıvı ve gazlı yakıtlar ile bunlarla ilgili ürünlerin toptan ticareti	96	9,9%	0,8%	198	5.8%	0.7%
Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi	31	3,2%	0,9%	179	5.2%	2.2%

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2
Sıra	48	46	48	50	53	50

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Glikozitler ve tuzları, türevleri; guddeler, serumlar, aşular vb.	2689.8	567.5	203.5
Skreyper, yol silindiri, havöz, tünel açma makinası, delme makinası	0	0	62.7
Sentetik ve suni lif döküntüleri	0	0	37.9
Diğer römork-yarı römorklar ve römorkların aksam, parçaları	0	0	26.2
Pamuk ipliği	15.1	0.5	17.1

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	8.8	62.4	1.0	27.7
2005	5.8	85.5	5.6	3.1
2010	3.2	81.6	6.4	8.8

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	20	48

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	7	38
2005	4	54
2010	17	13

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	4	55
2005	2	67
2010	10	35

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde. Çeşitliliği düşük olan bir ilde az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	11	63

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	10.71	2

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.04	-0.02	-0.01
2000-2005	0	0	0
2005-2009	0.08	0	0.01

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	42	56	67
2000-2005	65	35	52
2005-2009	34	45	47

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde sıradanlık değeri düşük olan iller özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller. Gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, İlin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, İlin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Van, Kahramanmaraş

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller. Benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Adıyaman’a benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

İspanya, Avusturya, Danimarka, Hongkong, İngiltere

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler. Bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Adıyaman’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12,64	48

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

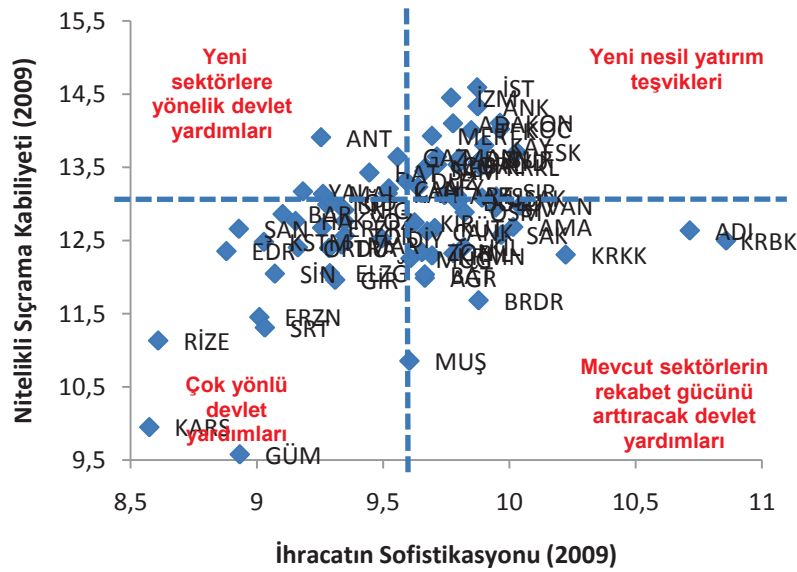
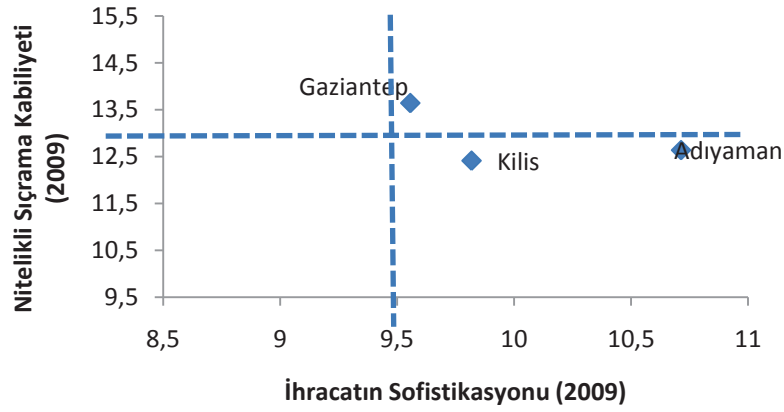
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Tişört, fanila, atlet, külotlu çorap, gömlek vs. giyim eşyası (örme)	Sentetik iplik, monofil, şeritlerle dokumalar	Diğer devamsız sentetik lifden dokumalar
--	---	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Kadın/kız çocuk için gecelik ve pijama	Sert kabuklu meyvalar	Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül
--	-----------------------	--

Strateji matrisinde Adıyaman'ın yeri



03

AFYON

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	46	114	212
Türkiye'deki payı (%)	0,17	0,16	0,19

Harita 1: Türkiye'de Afyon



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	1	34
A.B.D.	19	49	29
Çin	1	3	24
Hindistan	0	1	19
Fransa	1	3	15

Harita 2: Afyon'un başlıca ihracat pazarları, 2010



Afyon'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	3	1	12
Rusya	1	0	7
Polonya	0	0	6
Össova	0	0	6
İtalya	3	3	5

Harita 3: Afyon'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000		2010			
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Afyon payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Afyon payı
Metal dışı mineral mamuller	29,0	63,7	2,9	105,0	49,7	2,8
Süt ürünleri, yumurta, dondurma	0,0	0,0	0,0	30,0	14,2	9,2
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	1,9	4,2	0,7	29,0	13,9	2,1
Yağlı tohumlar ve meyvalar	0,0	0,0	0,0	16,9	8,0	13,4
Metallerden nihai ürünler	3,5	7,6	0,6	8,3	3,9	0,2

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Afyon payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Afyon payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	71	4,2%	0,4%	419	6,6%	0,6%
Taş ve mermerin kesilmesi, şekil verilmesi ve bitirilmesi	83	4,9%	10,6%	366	5,7%	13,3%
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	145	8,5%	0,6%	277	4,3%	0,5%
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	65	3,8%	0,3%	264	4,1%	0,4%
Kara yolu ile yük taşımacılığı	129	7,6%	1,1%	237	3,7%	0,7%

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay (%)	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3
Sıra	34	30	29	31	28	30

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Sığır eti ve sakatati (tuzlu, salamura, tütsülü vb)	0	0	507,5
Haşhaş, kenevir (kendir) ve diğer yağlı tohumlar	0	27.5	172.8
Örgü için kullanılan bitkisel maddeler	0	0	106.2
Kuş ve kümes hayvanlarının yumurtaları-kabuklu	0	0	103.3
Vülkanize kauçuktan taşıyıcı kolanlar	473.9	271.6	94.9

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	82.9	15.2	1.8	0.0
2005	91.2	7.3	1.4	0.1
2010	88.3	10.1	1.5	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	36	26

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	2	70
2005	2	75
2010	3	61

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	5	49
2005	5	48
2010	13	28

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.36	21

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,64	42

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.68	-0.19	-0.07
2000-2005	0.54	-0.11	-0.04
2005-2009	0.37	0.06	-0.16

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	21	67	73
2000-2005	19	70	68
2005-2009	21	17	77

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

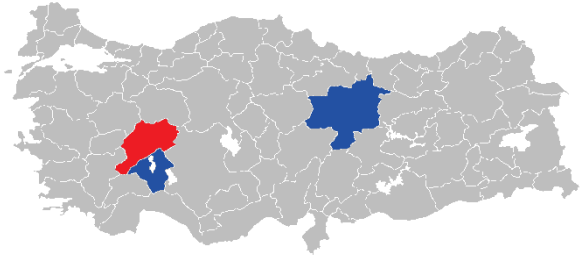
Türkiye'de benzer iller

Isparta, Sivas

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Afyon'a benzer iller



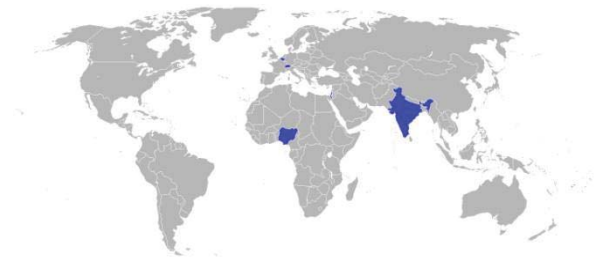
İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, Belçika, Hindistan, Nijerya, İsviçre

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Afyon'u en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13,23	24

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

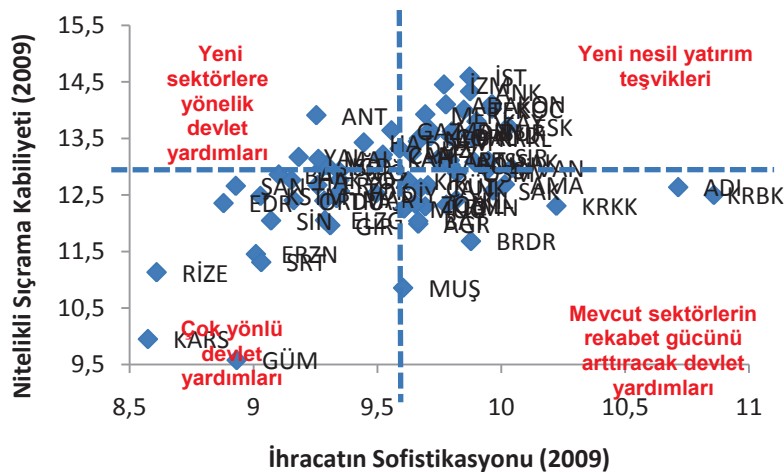
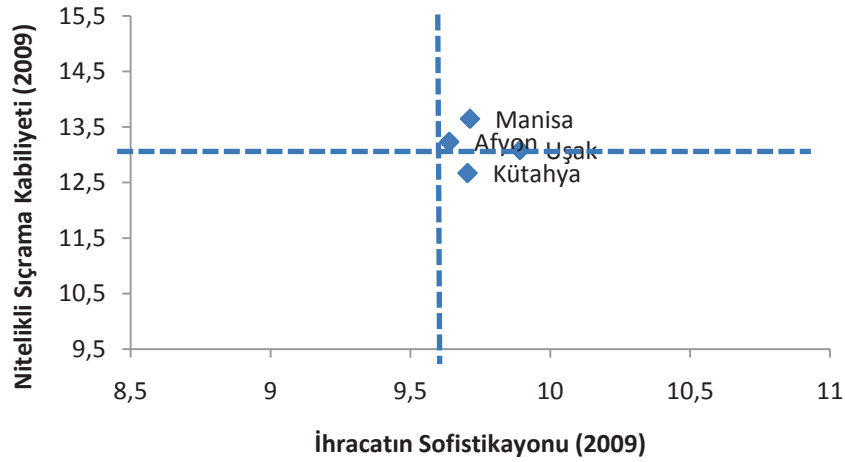
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	Silisli fosil unlarından vb. silisli topraklardan eşya ve ateşe dayanaklı eşya	Kara taşıtları için aksam-parçaları
---	--	-------------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Kauçuktan diğer iç/dış lastikler	Merkezi ısıtma kazanı, radyatörler vb. aksam, parçası	Taşkömürü, linyit ve turbdan elde edilen kok/sömikok, karni kömürü
----------------------------------	---	--

Strateji matrisinde Afyon'un yeri



04

AĞRI

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	3	30	76
Türkiye'deki payı (%)	0,01	0,04	0,07

Harita 1: Türkiye'de Ağrı



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İran	0	23	64
Türkmenistan	0	1	6
Azerbaycan	0	4	2
Pakistan	0	0	2
Irak	0	0	2

Harita 2: Ağrı'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Ağrı'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0	14,3	29,9
İran	4	0,5	14,9
Hindistan	0	3	2,9
Özbekistan	2,5	5	2,3
Türkmenistan	1,2	0	2,0

Harita 3: Ağrı'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin ihracatında Ağrı payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin ihracatında Ağrı payı
Tekstil elyafı ve mamulleri	0,7	25,3	0,0	24,8	32,7	0,3
Giyim eşyası ve aksesuarları	0,3	10,9	0,0	12,4	16,4	0,1
Belirli sanayi kollarında kullanılan makineler ve cihazlar	0,0	0,1	0,0	7,5	9,9	0,4
Kara ulaşım araçları	0,4	16,5	0,0	5,2	6,9	0,0
Elektrikli makina ve cihazlar	0,1	4,1	0,0	5,0	6,6	0,1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Ağırlık payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Ağırlık payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	2	1,2%	0,0%	227	17,0%	0,3%
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	6	4,4%	0,0%	149	11,2%	0,2%
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	28	21,3%	0,1%	121	9,1%	0,1%
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	15	11,8%	0,1%	109	8,2%	0,2%
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	3	2,0%	0,0%	86	6,5%	0,1%

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1
Sıra	73	57	75	73	69	68

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Mendil, şal, eşarp, kaşkol, kravat, eldiven vb.-örülmemiş	0	423,6	151,6
Suni bağırsaklar, sosis kılıfları-proteinden, selüloziktan	0	0	84,1
Eİ ile kullanılan pnömatik veya motorlu aletler	0	2,5	78,6
Çek valfler	0	0,8	67,0
Dokumaya elverişli suni lifler	0	0	43,3

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	7,0	53,5	35,0	4,4
2005	4,3	53,9	40,2	1,6
2010	3,8	42,3	51,8	2,1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	10	69

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	11	21
2005	12	20
2010	26	6

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	5	45
2005	2	69
2010	1	70

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	11.40	68

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.66	38

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.09	0.1	0.09
2000-2005	0.09	0.09	0.05
2005-2009	-0.03	-0.07	0.15

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	37	16	23
2000-2005	31	12	17
2005-2009	62	69	24

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Samsun, Tekirdağ

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Ağrı’ya benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Venezuela, Fas, Nijerya, Vietnam, Romanya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Ağrı’yi en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	11.99	68

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

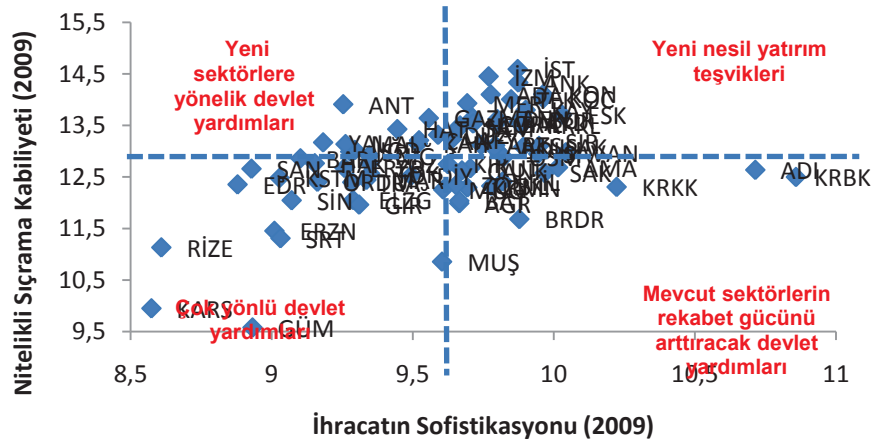
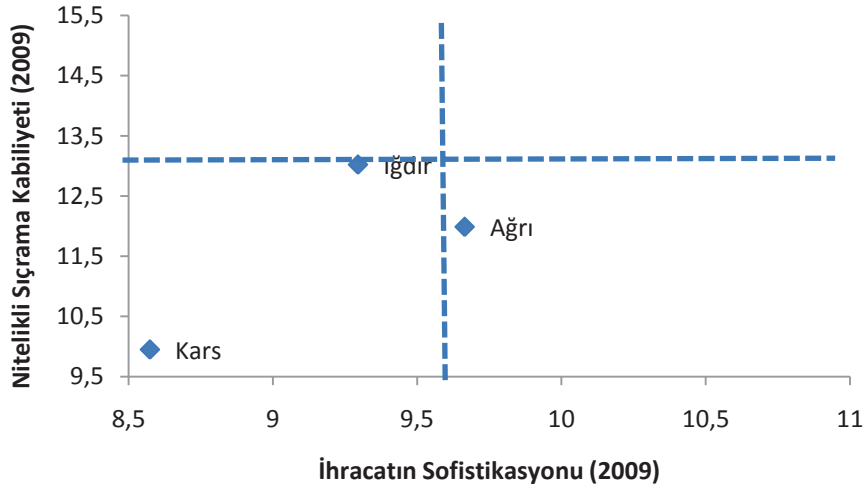
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Kağıt/karton selülozik vatka/lif tabakalarından kutu, torba, vb. ambalaj malzemesi	Demir/çelikten boru bağlantı parçaları (rakor, dirsek, manşon)	Plastikten diğer eşyalar
--	--	--------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Seramikten heykelticiler ve diğer süs eşyası	Kesilmiş sütün suyu, süt ve krema	Tarım ürünlerinin hasat ve harman edilmesine mahsus makina ve cihazlar
--	-----------------------------------	--

Strateji matrisinde Ağrı'nın yeri



05

AMASYA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	3	18	25
Türkiye'deki payı (%)	0,0	0,0	0,0

Harita 1: Türkiye'de Amasya



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	0	6	4
ABD	1	0	3
Irak	0	5	3
İran	0	0	2
Gürcistan	0	0	2

Harita 2: Amasya'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Amasya'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0,0	0,1	5,3
İtalya	0,4	2,4	3,0
Almanya	1,0	1,0	1,3
Macaristan	0,0	0,0	1,0
Rusya	0,0	0,1	0,9

Harita 3: Amasya'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Amasya payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Amasya payı
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0,1	4,0	0,0	6,5	25,7	0,2
Tekstil elyafı ve mamulleri	0,1	2,4	0,0	4,9	19,5	0,1
Metal dışı mineral mamulleri	0,0	0,0	0,0	4,0	15,9	0,1
Süt ürünleri, yumurta, dondurma	0,0	0,0	0,0	2,4	9,4	0,7
Mantar ve ağaç mamulleri	0,0	0,0	0,0	1,9	7,5	0,4

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Amasya payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Amasya payı
Sıvı ve katı yağ imalatı	1,0	0,1	0,0	3793,0	57,1	44,0
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	51,3	7,0	0,2	225,6	3,4	0,3
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	30,7	4,2	0,2	170,6	2,6	0,2
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	35,0	4,8	0,1	150,8	2,3	0,2
Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	25,2	3,4	0,9	127,5	1,9	1,4

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3
Sıra	52	54	51	54	56	29

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Süt ve krema konsantre, tatlandırıcı içeren	0,0	0,0	722,1
Vakum pompaları; hava pompaları, kompresörleri; davlumbazlar	1,5	0,0	141,1
Vantilatörler, aspiratörler	260,4	766,9	124,1
Taze peynir, lor ve diğer peynirler	0,0	0,0	114,4
Ağaçtan yonga pano, levhalar-aglomere olsun, olmasın	0,0	135,0	75,4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	69,0%	19,8%	11,3%	0,0%
2005	46,1%	6,6%	47,0%	0,3%
2010	37,2%	29,8%	30,4%	2,6%

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	21	46

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	3	63
2005	3	62
2010	9	32

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	3	61
2005	5	54
2010	12	33

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	10,57	56

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	10,01	6

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,04	-0,02	0,0
2000-2005	0,0	0,0	0,0
2005-2009	-0,07	-0,05	0,05

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	41	59	41
2000-2005	49	57	34
2005-2009	69	63	38

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

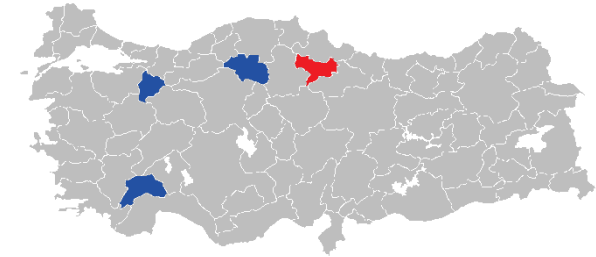
Türkiye’de benzer iller

Bilecik, Burdur, Çankırı

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Amasya’ya benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Mısır, Venezuela, Cezayir, Nijerya, İsrail

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Amasya’yı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12,68	44

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

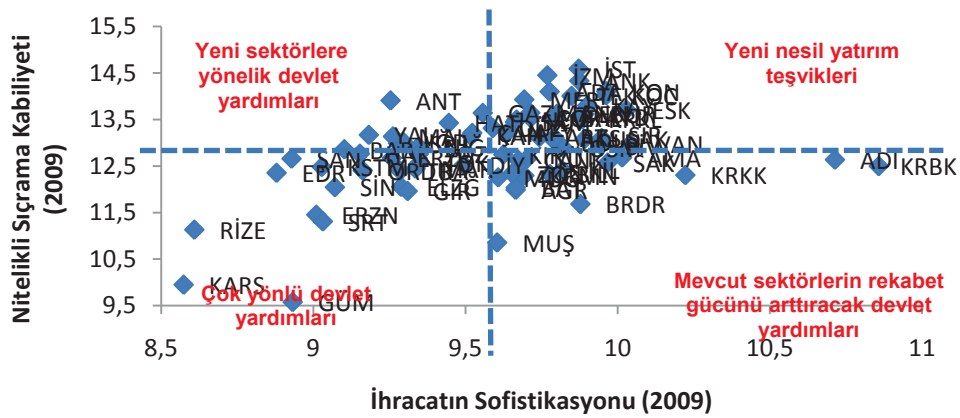
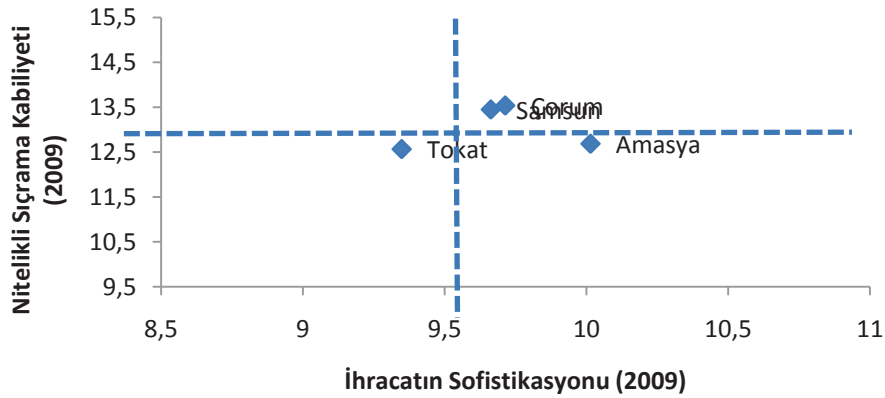
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Plastikten diğer eşyalar	Demir/çelik/bakır civata, somun, tavan halkası, vida, perçin, pim vb.	Kazeinat, kazein, jelatin, peptonlar, dekstrinler ve tadil edilmiş nişastalar
--------------------------	---	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş iğne yapraklı ağaçlar	Alet tutucu, otomatik açılan pafta kafaları, makinalara ait taksim edici tertibat	Selüloz eterleri (ilk şekilde) selüloz, kimyasal türevi; vulkanize fiberden levha, folye film, vs.
---	---	--

Strateji matrisinde Amasya'nın yeri



06 ANKARA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	1.340	2.640	5.400
Türkiye'deki payı (%)	4.86	3.59	4.74

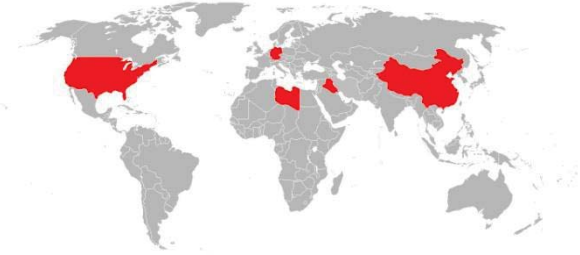
Harita 1: Türkiye'de Ankara



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	1	90	409
A.B.D.	196	234	375
Irak	0	287	318
Libya	13	46	306
Almanya	150	218	253

Harita 2: Ankara'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Ankara'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya	1.380	3.620	5.570
İran	1	903	2.530
A.B.D.	806	691	1.430
Almanya	707	996	1.410
Cezayir	578	834	1.210

Harita 3: Ankara'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000		2010			
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Ankara payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Ankara payı
Metallerden nihai ürünler	53.1	4.0	8.5	520.0	9.6	11.7
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	24.6	1.8	7.7	487.0	9.0	24.5
Anorganik kimyasallar, radyoaktif, nadir elementlerin bileşikler	110.0	8.2	56.1	471.0	8.7	50.7
Demir ve çelik	43.5	3.2	2.3	357.0	6.6	3.5
Kara ulaşım araçları	82.3	6.1	5.4	353.0	6.5	2.6

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Ankara payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Ankara payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	11580	20.4%	37.2%	27860	15.8%	28.1%
Elektrik enerjisi üretimi	105	0.2%	1.9%	12180	6.9%	41.6%
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	1968	3.5%	8.0%	5255	3.0%	8.6%
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	1423	2.5%	7.9%	4935	2.8%	6.8%
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	1745	3.1%	7.7%	4538	2.6%	6.6%

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	5.2%	7.8%	8.1%	7.6%	7.2%	8.8%
Sıra	3	2	2	2	2	2

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Doğal gaz-gaz halinde	-	-	21.1
Ham şeker, tat, renk verici madde katılmamış şeker	0	0	21.1
Stiren polimerlerinden döküntü, kalıntı ve hurdalar	-	0	21.1
Nikel cevherleri	-	21.4	21.1
Arpa	20.6	27.8	21.1

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	31.5	19.1	28.5	20.9
2005	22.4	29.8	37.6	10.3
2010	21.8	30.3	33.5	14.4

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	49	3

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	25	4
2005	44	2
2010	50	3

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	18	6
2005	25	2
2010	32	1

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	5.86	4

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.87	18

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	5.71	-2.42	5.98
2000-2005	-0.50	-0.46	1.87
2005-2009	7.00	0.72	5.22

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	7	78	2
2000-2005	79	78	3
2005-2009	4	3	2

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

İzmir

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Ankara’ya benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

BAE, Cezayir, Norveç, Kazakistan, Nijerya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Ankara’yı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	14.33	3

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

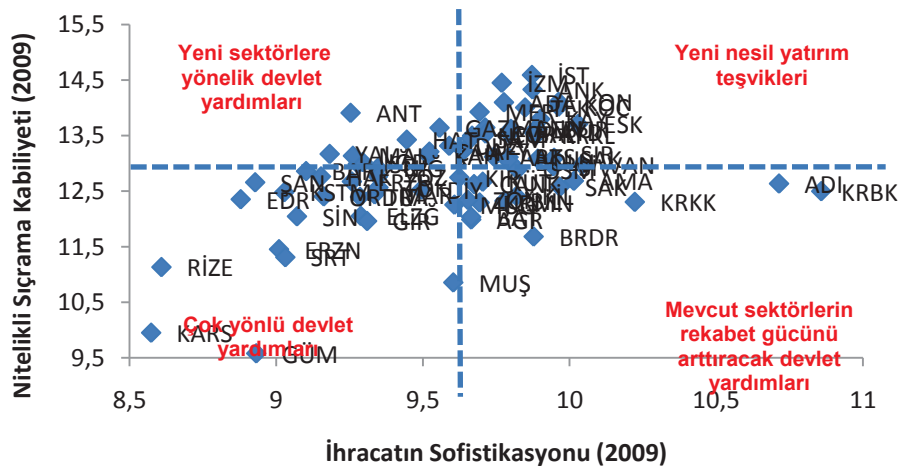
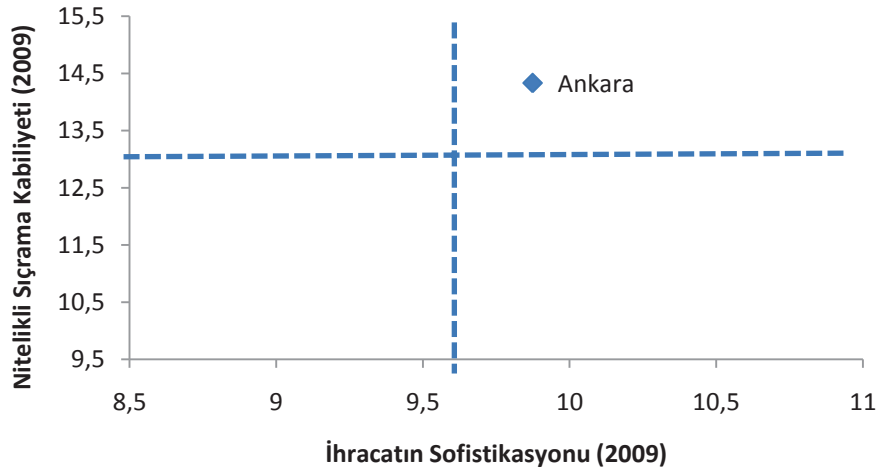
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Aritılmış bakır, bakır alaşımları, çöktürülmüş bakır	Hububat-baklagilin öğütülmesi, işlenmesi için makina-cihazlar vb. aksam/ parçalar	Kara taşıtları için aksam-parçaları
--	---	-------------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Demiryolu, tramvay hatlarına ait tertibat ve taşıtların aksam parçaları	Turb (turb döküntüleri dahil)	Ferro alyajlar
---	-------------------------------	----------------

Strateji matrisinde Ankara'nın yeri



07

ANTALYA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	237	398	855
Türkiye'deki payı (%)	0,86	0,54	0,75

Harita 1: Türkiye'de Antalya



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya	5	38	151
Almanya	54	72	120
Bulgaristan	1	6	50
Çin	0	4	50
Ukrayna	3	10	41

Harita 2: Antalya'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Antalya'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
ABD	182	18,5	316,0
Çin	8,5	49,3	77,0
Almanya	18,4	56,3	74,2
İspanya	3,5	22,6	31,6
Romanya	3,8	40,7	27,2

Harita 3: Antalya'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Antalya payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Antalya payı
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	42	17,6%	2,3%	414	48,4%	6,7%
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	4	1,5%	1,3%	63	7,4%	4,6%
Mantar ve ağaç mamulleri	0	0,1%	0,3%	61	7,1%	11,5%
Demir ve çelik	0	0,1%	0,0%	40	4,7%	0,4%
Tekstil elyafı ve mamulleri	32	13,5%	0,9%	36	4,3%	0,4%

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Antalya payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Antalya payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	945,7	6,7	3,0	2720	1	6,9%
Oteller ve benzeri konaklama yerleri	598,6	4,3	19,9	1986	2	5,1%
Seyahat acentesi faaliyetleri	647,2	4,6	19,2	1795	3	4,6%
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	556,7	4,0	3,1	1619	4	4,1%
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	555,7	4,0	2,5	1547	5	3,9%

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	1,3%	1,9%	2,0%	2,0%	1,8%	2,0%
Sıra	6	6	6	6	7	6

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Süs, buket için kesilmiş taze çiçek, gonca, dal, yaprak, yosun	92	139,5	96,7
Zooloji, botanik, mineroloji, anatomiye ait koleksiyonlar	0	0	78,0
Yolculuk için tuvalet, dikiş, ayakkabı, elbise temizleme takım çantaları	0	0	56,6
Diğer sebzeler-taze, soğutulmuş	0	88,9	54,9
İşlenmemiş kurşun	0	0	47,1

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	4,3%	20,8%	2,5%	72,4%
2005	28,2%	45,1%	26,0%	0,7%
2010	34,5%	30,7%	33,5%	1,3%

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	76	9

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	3	64
2005	15	15
2010	15	19

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	8	24
2005	15	18
2010	14	23

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7,43	22

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,25	63

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,84	0,87	0,32
2000-2005	0,84	0,29	-0,06
2005-2009	0,65	0,57	0,46

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	7	7	15
2000-2005	15	7	70
2005-2009	16	4	14

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

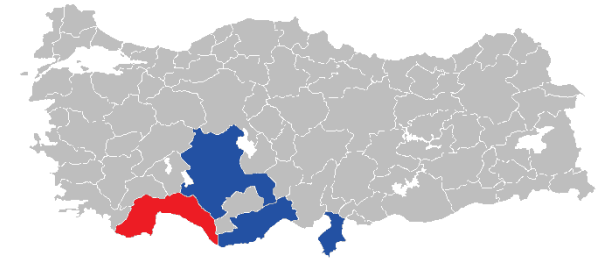
Türkiye’de benzer iller

Konya, Mersin, Hatay

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Antalya’ya benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, İngiltere, Danimarka, Hırvatistan, BAE

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Antalya’yı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13,91	9

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

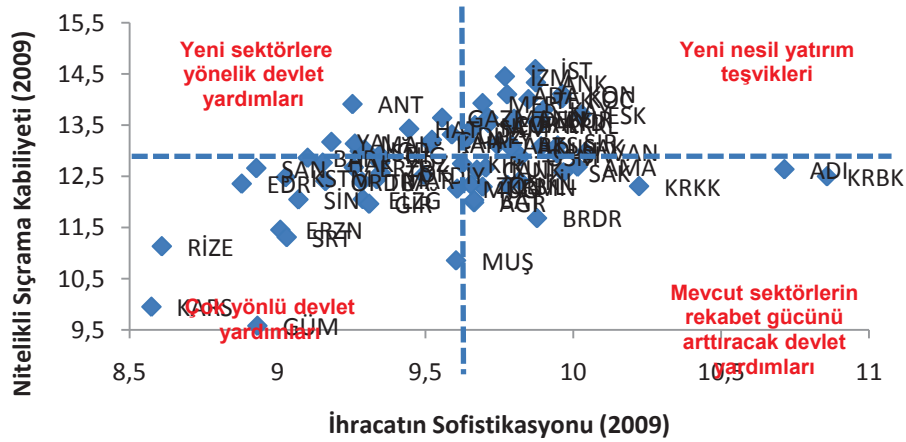
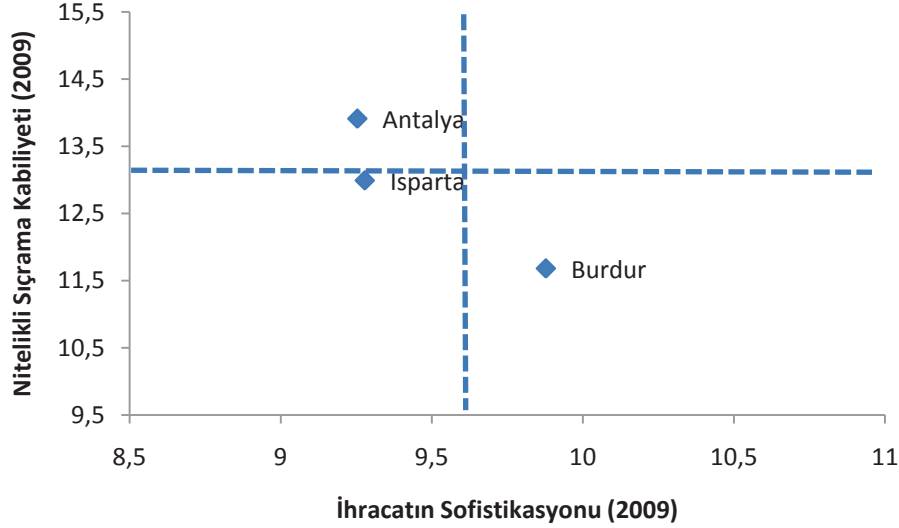
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Diğer turuncgiller (taze/kurutulmuş)	Diğer mobilyalar vb. aksam, parçaları	Başka yerde belirtilmeyen inşaat ve iş makineleri
--------------------------------------	---------------------------------------	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Soya fasülyesi tohumu	Yiyecek/içecek sanayii makine, cihazlar vb. aksam, parçaları	Buhar üreten kazanlar
-----------------------	--	-----------------------

Strateji matrisinde Antalya'nın yeri



08 ARTVIN

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	3	25	63
Türkiye'deki payı (%)	0,01	0,03	0,06

Harita 1: Türkiye'de Artvin



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Gürcistan	2	22	61
Azerbaycan	1	3	2
Letonya	0	0	0
Litvanya	0	0	0
Kazakistan	0	0	0

Harita 2: Artvin'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Artvin'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya	11,0	27,2	54,3
Azerbaycan	9,8	10,5	2,7
Gürcistan	11,7	9,2	1,3
Kazakistan	0	27,2	0,1
Ukrayna	0	10,5	0,1

Harita 3: Artvin'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Artvin payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Artvin payı
Demir ve çelik	0,0	0,6	0,0	21,2	33,8	0,2
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	0,2	5,8	0,0	7,1	11,3	0,1
Çeşitli mamul eşya	0,4	14,8	0,1	6,6	10,5	0,2
Metallerden nihai ürünler	0,0	0,6	0,0	5,1	8,1	0,1
Metal dışı mineral mamuller	0,0	0,4	0,0	4,3	6,8	0,1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Artvin payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Artvin payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	0,1	0,1	0,0	169,1	17,5	0,2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya bütün ağırlıklı perakende ticaret	10,7	11,9	0,0	91,3	9,5	0,1
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	14,5	16,1	0,0	78,7	8,2	0,1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	6,8	7,5	0,0	70,0	7,3	0,1
Kara yolu ile yük taşımacılığı	3,2	3,5	0,0	61,9	6,4	0,2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Sıra	79	73	68	67	75	75

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Rotatif elektrik konvertörleri	0,0	0,0	98,7
Hidrojen peroksit, fosforler, karbürler, hidrürler, nitrürler vb.	287,3	56,0	84,6
Çinko kaplamalı demir, alaşımsız çelik yassı mamulleri	0,0	62,5	61,0
Zift, zift koku-taşkömüründen	41,2	0,0	59,6
Alçı taşı, anhidrit, alçılar, kistin, kireç taşı, kireçli taşlar	10,3	9,1	51,9

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	29,2%	55,1%	12,9%	2,8%
2005	21,0%	62,0%	14,6%	2,5%
2010	18,1%	63,6%	15,6%	2,6%

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	30	32

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	15	11
2005	9	27
2010	24	10

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	2	67
2005	1	73
2010	1	79

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	9,27	46

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,74	30

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,0	-0,01	0,01
2000-2005	0,0	0,0	0,0
2005-2009	-0,01	-0,01	-0,01

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	64	52	38
2000-2005	61	37	33
2005-2009	59	54	44

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Benzerlik tanımı

Hakkari, Şanlıurfa, Iğdır

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Artvin'e benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Mısır, Kazakistan, BAE, Cezayir, Vietnam

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Artvin'i en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13,12	29

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

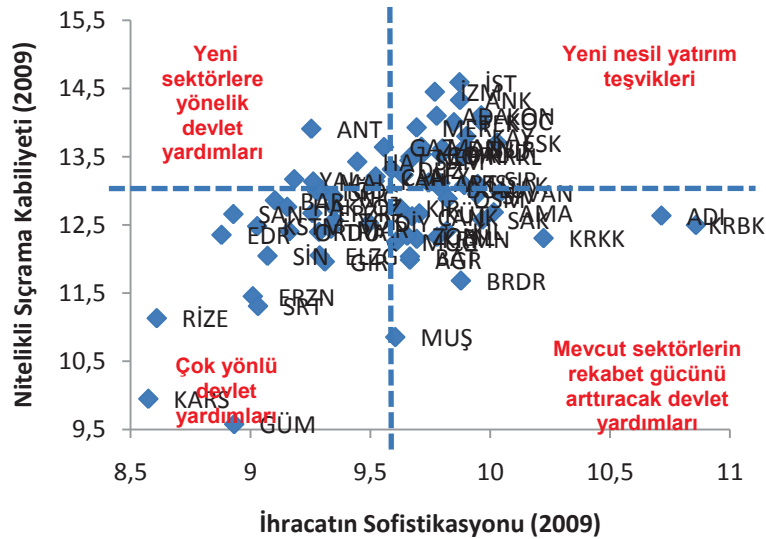
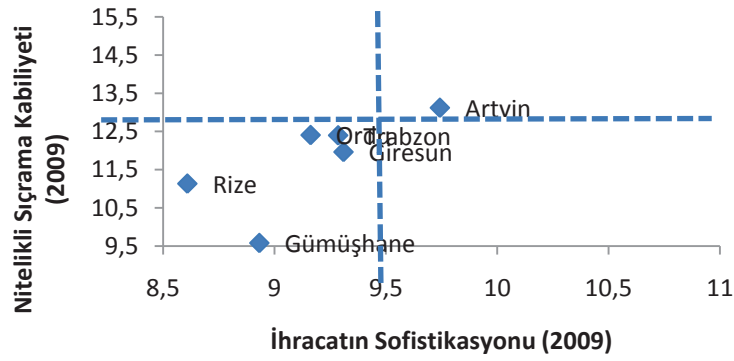
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Ananas, kayısı, kiraz, şeftali ve diğer sert kabuklu meyva karışımı konserveleleri	Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç)	Oturmaya mahsus mobilyalar vb. aksamı
--	-----------------------------------	---------------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Kadın ve kız çocukları kıyafetleri	Balık filetoaları (taze/soğutulmuş)	Diğer şekilde işlenmiş hububat taneleri
------------------------------------	-------------------------------------	---

Strateji matrisinde Artvin'in yeri



09 **AYDIN**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	96	310	445
Türkiye'deki payı (%)	0,3	0,4	0,4

Harita 1: Türkiye'de Aydın



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İtalya	18	52	47
Çek Cum.	0	23	42
Almanya	4	18	34
Fransa	7	17	28
ABD	11	25	23

Harita 2: Aydın'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Aydın'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0,4	49,0	32,9
İtalya	5,7	12,4	15,9
Hindistan	49,0	7,1	12,4
Almanya	8,5	12,4	7,7
Pakistan	0,0	1,4	6,2

HARİTA 3: Aydın'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Aydın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Aydın payı
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	20,9	21,7	1,2	104,0	23,3	1,7
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	15,0	15,6	5,5	78,7	17,7	5,7
Giyim eşyası ve aksesuarları	20,1	21,0	0,3	48,0	10,8	0,4
Tekstil elyafı ve mamulleri	19,9	20,8	0,5	44,0	9,9	0,5
Kara ulaşım araçları	4,6	4,8	0,3	38,1	8,6	0,3

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Aydın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Aydın payı
Oteller ve benzeri konaklama yerleri	338,7	7,6	11,3	752,7	7,2	7,4
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	218,5	4,9	1,2	664,1	6,3	0,9
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	170,1	3,8	0,5	571,9	5,4	0,6
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	187,9	4,2	0,8	487,7	4,6	0,8
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	176,2	4,0	0,8	457,1	4,4	0,7

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,4	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5
Sıra	21	20	20	23	20	25

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kaba hayvan kılları	120,3	104,1	136,5
Kuvars, mika, tabii kriolit, şiolit, feldispat, lösit, siyenit	104,8	108,5	116,3
Selüloz ve kimyasal türevleri	0,0	12,5	84,3
Yün, hayvan kıllarının topsu, karde edilmiş	68,9	119,3	74,9
Demir veya çelikten mafsallı halkalı zincirler	31,2	21,0	66,4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	25,6%	58,8%	15,6%	0,1%
2005	31,2%	41,1%	27,2%	0,6%
2010	26,2%	25,0%	47,2%	1,6%

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	56	15

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	13	16
2005	11	22
2010	17	15

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	10	19
2005	14	19
2010	22	10

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8,0	33

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,88	17

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	1,0	-0,4	0,1
2000-2005	0,9	-0,1	0,0
2005-2009	0,5	0,0	0,1

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	18	73	29
2000-2005	12	72	69
2005-2009	20	61	35

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Şanlıurfa, Manisa, Balıkesir

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Aydın’ı benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Romanya, İngiltere, Kanada, Danimarka

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Aydın’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13,57	16

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

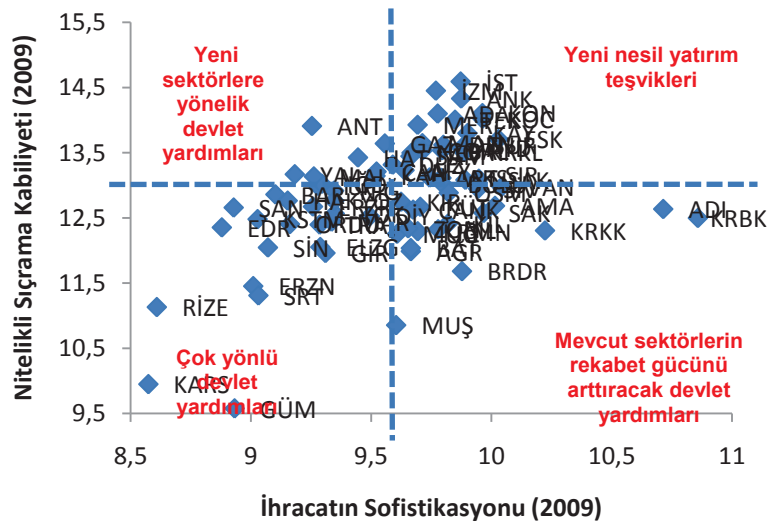
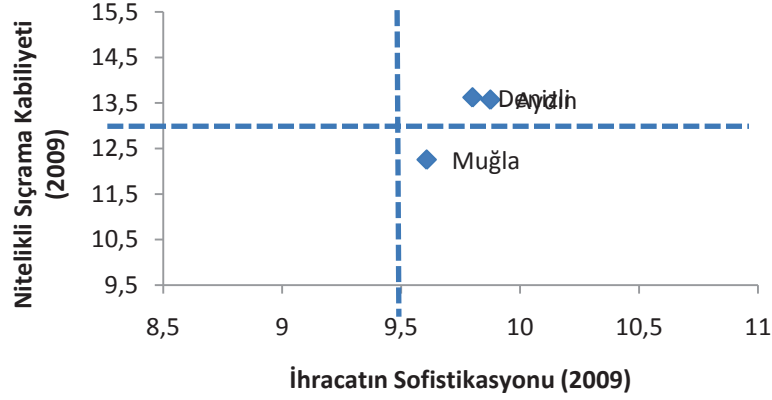
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Diğer sebzeler (dondurulmuş)	Isı değişikliği yöntemi ile maddeleri işlemek için cihazlar	Başka yerde belirtilmeyen inşaat ve iş makineleri
------------------------------	---	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Florspat, kuvars, kuvarzit, mika, mika döküntüleri, tabii kriolit; tabii şiolit	Koyun ve keçi eti	Motorsuz bisikletler (üç tekerlekli dahil)
---	-------------------	--

Strateji matrisinde Aydın'ın yeri



10 **BALIKESİR**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	57	227	375
Türkiye'deki payı (%)	0,2	0,3	0,3

Harita 1: Türkiye'de Balıkesir



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	21	49
İtalya	6	30	38
Almanya	8	22	37
Fransa	3	9	20
Etiyopya	0	0	17

Harita 2: Balıkesir'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Balıkesir'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	10,9	27,7	56,1
ABD	17,5	34,8	51,4
Ukrayna	3,9	4,4	46,0
İtalya	11,3	13,8	21,5
Bulgaristan	2,6	8,2	18,4

Harita 3: Balıkesir'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Balıkesir payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Balıkesir payı
Tekstil elyafı ve mamulleri	21,4	37,6	0,6	66,5	17,8	0,7
Etler ve hazırlanmış et mamulleri	1,8	3,1	14,0	58,1	15,5	24,6
Elektrikli makina ve cihazlar	3,3	5,9	0,3	51,2	13,7	0,7
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	9,2	16,2	3,4	30,0	8,0	2,2
Balıklar, balık müstahzarları	4,8	8,4	5,4	26,3	7,0	7,7

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Balıkesir payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Balıkesir payı
Kümes hayvanları yetiştiriciliği	501,0	7,7	51,1	1360,0	9,1	40,4
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	277,6	4,3	1,2	1177,0	7,8	1,7
Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı	159,7	2,4	9,5	942,9	6,3	18,0
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	263,7	4,0	1,5	761,1	5,1	1,1
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	167,4	2,6	0,5	524,8	3,5	0,5

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,6	0,9	0,8	1,0	0,7	0,6
Sıra	16	15	16	16	16	16

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Hayvansal, bitkisel, yenmeyen, değiştirilmiş yağlar	0,0	0,0	221,8
Fermente edilmiş süt, krema suyu	0,0	114,0	146,5
Rep, kolza, hardal yağı ve fraksiyonları	0,0	0,0	143,8
Canlı diğer hayvanlar	96,2	0,0	131,8
Motorlu kara taşıtları için karoseriler	0,0	158,1	123,3

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	24,3%	54,7%	7,9%	13,1%
2005	36,2%	31,9%	12,6%	19,3%
2010	35,3%	32,1%	15,2%	17,4%

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	62	13

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	7	39
2005	13	17
2010	13	24

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	16	8
2005	19	10
2010	20	15

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	6,81	12

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,79	25

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	1,1	-0,2	0,0
2000-2005	0,9	-0,2	0,0
2005-2009	0,3	0,1	0,1

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	17	71	68
2000-2005	13	77	66
2005-2009	23	19	33

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

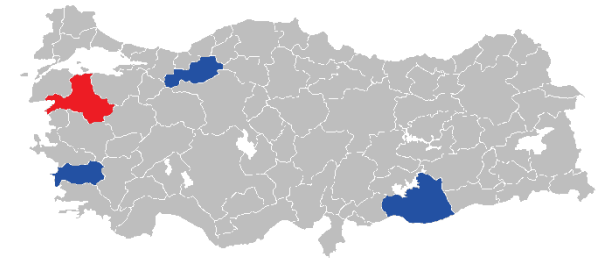
Türkiye'de benzer iller

Şanlıurfa, Muğla, Aydın

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Balıkesir'e benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Macaristan, Romanya, Filipinler, Malezya, Hong Kong

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Balıkesir'i en tamamlayıcı ülkeler



11

BİLECİK

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	6	34	34
Türkiye'deki payı (%)	0,02	0,05	0,03

Harita 1: Türkiye'de Bilecik



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0	0	5
A.B.D	0	6	4
Fransa	0	1	4
Almanya	0	1	3
İtalya	0	1	2

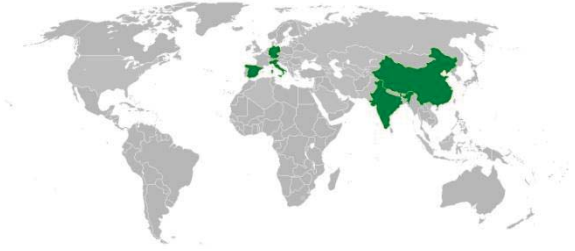
Harita 2: Bilecik'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Bilecik'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	2,9	8,8	59,9
Almanya	4,9	6,9	7,7
Hindistan	0,1	1,3	6,3
İtalya	7,7	6,7	5,6
İspanya	0,8	3,6	4,2

Harita 3: Bilecik'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Bilecik payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Bilecik payı
Metal dışı mineral mamuller	3,3	% 55.8	% 0.3	26,8	% 78.6	% 0.7
Mineral maddeler, Gübre ham maddeleri	0,2	%4.1	%0.1	4,9	% 14.6	% 0.4
Süt ürünleri, yumurta, dondurma	0,0	% 0.0	% 0.0	0,8	% 2.6	% 0.3
Metallerden nihai ürünler	0,16	%2.7	%0.0	0,5	% 1.5	% 0.0
Mantar ve ağaç mamülleri	0,0	%0.0	%0.0	0,2	% 0.7	% 0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bilecik payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bilecik payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat, boya ve cam perakende ticareti	34	%4.1	%0.4	227	%9.6	%0.9
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda elektrikli ev aletlerinin perakende ticareti	18	%2.1	%0,4	155	%6.5	%1.3
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	1	%0.2	%0.1	150	%6.3	%0.2
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	38	%4.5	%0.2	142	%6.0	%0.2
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalardaki et ve et ürünlerinin perakende ticareti	74	%8.8	%3.7	128	%5.4	%2.4

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.3	0.1	0.1	0.1	0.1
Sıra	50	31	54	58	59	58

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Seramik ve porselen sofr, mutfak eşyası	0.0	262	399,7
İpek böceği kozaları	0.0	0.0	238,4
Siğır eti-taze, soğutulmuş	0.0	0.0	111,8
Tabii taşlar, işlenmiş taşlar	45.4	50.8	61,4
Ağaçtan muhafazalar, kutu, kafes, sandık, paletler, yük tablaları	0.0	0.1	28,4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	68.5	3.0	1.6	26.9
2005	78.7	19.9	1.4	0.0
2010	58.7	39.6	1.7	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	15	59

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	49
2005	3	61
2010	3	64

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	11	15
2005	12	26
2010	13	25

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İilde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	10,80	59

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.78	27

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.16	-0.03	-0.01
2000-2005	0.22	-0.03	0.00
2005-2009	-0.05	0.03	-0.06

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	28	60	65
2000-2005	27	62	59
2005-2009	68	28	73

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Burdur, Amasya

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Bilecik’e benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, Romanya, BAE, Belçika, İngiltere

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Bilecik’i en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.33	61

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

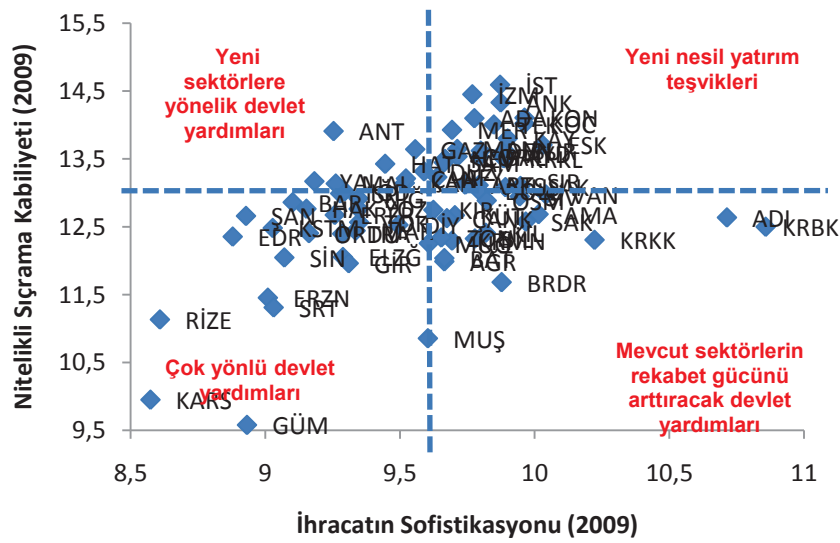
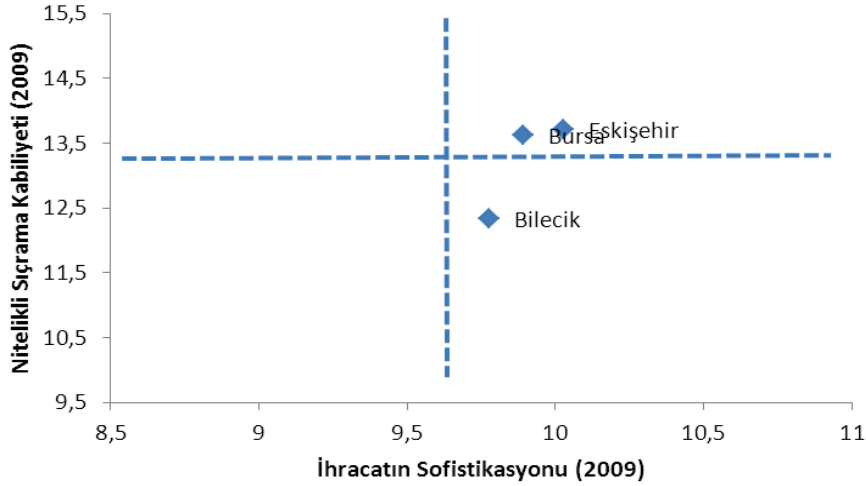
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstehzarları	Transmisyon milleri, kranklar, yatak kovanları, dişliler, çarklar	Oturmaya mahsus mobilyalar vb. aksanı
---	---	---------------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Aritılmış bakır, bakır alaşımları, çöktürülmüş bakır	Başka yerde belirtilmeyen inşaat ve iş makineleri	Diğer şekilde işlenmiş hububat taneleri
--	---	---

Strateji matrisinde Bilecik'in yeri



12 BİNGÖL

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	0	0	3
Türkiye'deki payı (%)	0,0	0,0	0,0

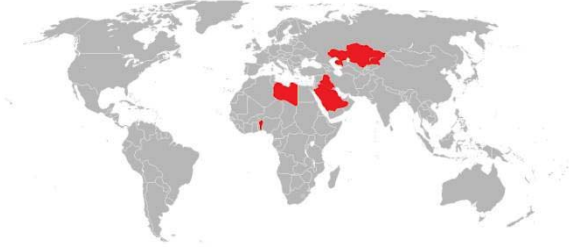
Harita 1: Türkiye'de Bingöl



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Kazakistan	0	0	1
S. Arabistan	0	0	1
Libya	0	0	1
Irak	0	0	1
Benin	0	0	0

Harita 2: Bingöl'ün başlıca ihracat pazarları, 2010



Bingöl'ün başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Slovenya	0,0	0,0	0,6
Avusturya	0,0	0,0	0,4
Almanya	0,1	0,0	0,0
İspanya	0,0	0,0	0,0
Finlandiya	0,0	0,0	0,0

Harita 3: Bingöl'ün başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Bingöl payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Bingöl payı
Metal dışı mineral mamuller	0,0	% 0.0	% 0.0	1,7	% 48.4	% 0.0
Belirli sanayi kollarında kullanılan makine ve cihazlar	0,0	% 0.0	% 0.1	1,3	% 38.3	% 0.1
Etler ve hazırlanmış et mamülleri	0,0	% 0.0	% 0.0	0,3	% 9.2	% 0.1
Çeşitli mamül eşya	0,0	% 0.0	% 0.0	0,0	% 2.0	% 0.0
Hububat ve mamülleri	0,0	% 0.0	% 0.0	0,0	% 1.0	% 0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bingöl payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bingöl payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	224	%63.8	%0.7	745	%61	%0.8
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	27	%7.7	%0,1	56	%4.6	%0.1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	6	%1.7	%0.0	54	%4.4	%0.1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda eczacılık ürünlerinin perakende ticareti	10	%2.9	%0.1	25	%2.1	%0.1
Katı, sıvı ve gazlı yakıtlar ile bunlarla ilgili ürünlerin toptan ticareti	1	%0.2	%0.0	23	%1.9	%0.1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1
Sıra	66	67	66	68	73	69

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Buldozer, angledozer, greyder vb. toprak tesviye makinaları	0.0	0,0	3935,7
Taş, cevher yıkama, ayırma, aglomere etme makina ve cihazları	0.0	0,0	125,1
Tabii taşlar, işlenmiş taşlar	0.0	18,1	66,7
Kümes hayvanlarının etleri (taze, dondurulmuş)	0,0	0,0	51,8
Ocak brülörleri, mekanik kömür taşıyıcılar, kül boşaltıcılar	0.0	0.1	35,1

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	93,6	6,4	0,0	0,0
2005	24,9	71,1	3,9	0,1
2010	59,2	2,0	38,7	0,0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	-	-

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	-	-
2005	-	-
2010	-	-

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	-	-
2005	-	-
2010	-	-

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	-	-

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	-	-

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,0	0,0	0,0
2000-2005	0,0	0,0	0,0
2005-2009	0,0	0,0	0,0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	53	34	47
2000-2005	54	42	41
2005-2009	53	40	63

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Elazığ, Erzincan, Batman

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Bingöl’e benzer iller

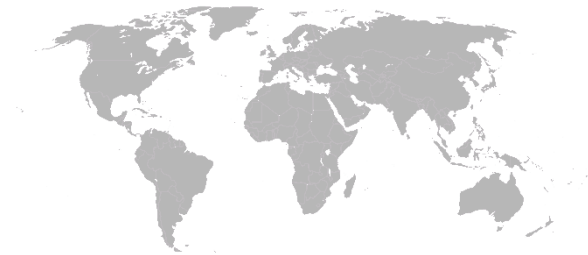


İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Bingöl’ü en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	-	-

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

Gelişme potansiyeli olan sektörler

Diğer devamsız sentetik lifden dokumalar	Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları.	Erkek/erkek çocuk-takım elbiseler
--	---	-----------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Sentetik devamsız lifler (karde edilmiş/taranmış)	Çinko cevherleri ve konsantreleri	Keçeler
---	-----------------------------------	---------

13 **BITLİS**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	0	3	5
Türkiye'deki payı (%)	0,0	0,0	0,0

Harita 1: Türkiye'de Bitlis



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Estonya	0	0	1
Japonya	0	0	1
İsrail	0	0	1
A.B.D.	0	0	0
Avusturya	0	1	0

Harita 2: Bitlis'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Bitlis'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	0,0	0,2	0,5
Azerbaycan	0,0	0,0	0,3
Çin	0,0	0,1	0,1
Güney Kore	0,0	0,1	0,1
Hindistan	0,0	0,0	0,0

Harita 3: Bitlis'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Bitlis payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Bitlis payı
Çeşitli mamül eşya	0,13	% 78,1	% 0,0	1,7	% 36,4	% 0,0
Giyim eşyası ve aksesuarları	0,03	%16,7	%0,0	1,6	% 33,2	% 0,0
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	0,0	% 5,1	% 0,0	1,2	% 26,3	% 0,1
Metal dışı mineral mamuller	0,0	%0,0	%0,0	0,09	% 2,0	% 0,0
Tekstil elyafı ve mamulleri	0,0	%0,0	%0,0	0,05	% 1,0	% 0,0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bitlis payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bitlis payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	32	%30.2	%0.1	523	%37.1	%0.5
İnşaatlardaki diğer bütünleyici ve tamamlayıcı işler	0	%0.0	%0.0	117	%8.3	%5.6
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	2	%1.8	%0.0	95	%6.7	%0.1
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	5	%4.9	%0.0	71	%5.1	%0.1
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	2	%1,5	%0.0	53	%3.8	%0.1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.5	0.6	0.8	0.9	1,4
Sıra	77	69	69	71	71	66

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Ateşli silahların aksam ve parçaları	3510.9	3541,5	1763,9
Sünger taşı (ponza), zımpara taşı ve elmas tozları	0.0	0,0	1729,1
Patates	0.0	0,0	46,3
Erkek için palto, kaban, pelerin, anorak, rüzgarlık vb.	0.0	0,0	37,8
Kadın için örme kombinezon, jüpon, jüp, slip ve külot, pijama, lizöz	0.0	0.0	23,4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	41.6	68.4	0.0	0.0
2005	58.2	8.3	29.8	3.7
2010	7.5	91.5	1.0	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	-	-

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	-	-
2005	-	-
2010	-	-

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	-	-
2005	-	-
2010	-	-

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordu. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordu.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	-	-

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	-	-

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	0.0
2000-2005	0.01	0.0	0.0
2005-2009	-0.02	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	60	42	45
2000-2005	48	39	39
2005-2009	60	47	60

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

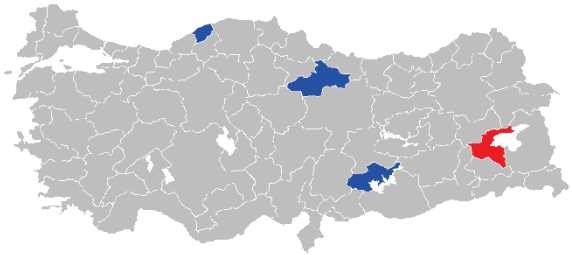
Türkiye’de benzer iller

Bartın, Tokat, Adıyaman

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Bitlis’e benzer iller

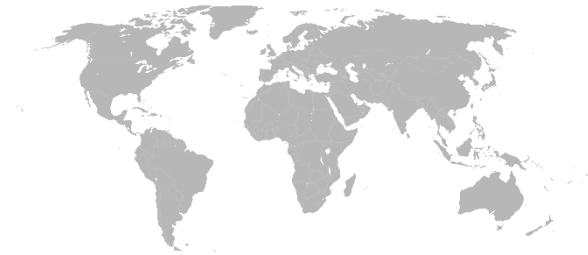


İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Bitlis’i en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	-	-

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

Gelişme potansiyeli olan sektörler

Isı değişikliği yöntemi ile maddeleri işlemek için cihazlar	Oturmaya mahsus mobilyalar vb. aksamı	Diğer mobilyalar vb. aksam, parçaları
---	---------------------------------------	---------------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç)	Sığır eti (taze, soğutulmuş, dondurulmuş)	Ananas, kayısı, kiraz, şeftali ve diğer sert kabuklu meyva karışımı konserveleri
-----------------------------------	---	--

14 **BOLU**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	4	22	53
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.0	0.0

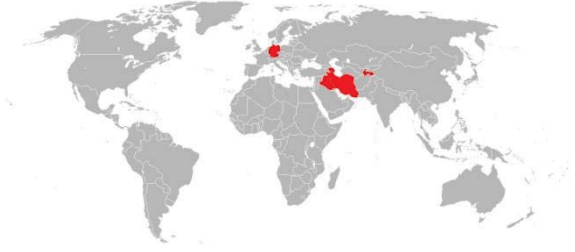
Harita 1: Türkiye'de Bolu



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	2	16
Azerbaycan	0	2	6
İran	0	2	6
Tacikistan	0	0	3
Almanya	1	2	2

Harita 2: Bolu'nun başlıca ihracat pazarları, 2010



Bolu'nun başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	7.4	12.1	25.3
Hollanda	3.5	5.3	16.4
İtalya	4	8	12.9
ABD	1.4	7.3	6.7
Finlandiya	0.1	0.6	6.2

Harita 3: Bolu'nun başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı(%)	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Bolu'nun payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı (%)	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Bolu'nun payı
Etler ve Hazırlanmış Et Mamülleri	0	0	0	21.4	40.6	9.1
Plastikten Mamuller	0.1	1.5	0	13.8	26.2	0.8
Mantar ve Ağaç Mamulleri	1.3	33.6	2.7	3.1	5.9	0.6
Mobilyalar	0.8	20.9	0.4	2.6	4.8	0.2
Metallerden Nihai Ürünler	0.1	2.7	0.0	2.2	4.2	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bolu'nun payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bolu'nun payı
Kümes Hayvanları Yetiştiriciliği	37	2.2	3.2	734	15.7	21.8
Canlı Hayvanların Toptan Ticareti	247	14.6	23.0	630	13.5	15.6
Karayolu ile Yük Taşımacılığı	114	6.7	1.0	491	10.5	1.4
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	119	7	0.7	252	5.4	0.3
Çimento imalatı	133	7.8	4.7	154	3.3	2.3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay (%)	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2
Sıra	36	41	36	37	36	38

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Karışım halinde alkali benzenler,alkil naftalinler	0	0	2142.6
Yuvarlak ağaçlar-koruyucularla işlem görmüş	0	0	506.7
Kümes hayvanlarının etleri (taze, dondurulmuş)	0	530.8	225.7
Kaplama malı yapraklar<6mm- rendelenmiş, zımparalı olsun olmasın	719.3	442.3	177.5
Plastiklerden diğer levha, yaprak, pelikül, lamalar	35.2	61.9	140.5

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	57.2	35	7.1	0.7
2005	57.7	24.1	18.1	0.1
2010	49.2	15.6	33.8	1.3

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	28	35

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	8	34
2005	9	31
2010	4	54

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	8	28
2005	17	13
2010	8	46

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8.71	39

İhracatta sofistیکasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.79	24

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.01	-0.01	0.02
2000-2005	0.02	0.01	0.01
2005-2009	0.0	-0.07	0.17

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	65	50	34
2000-2005	42	30	27
2005-2009	55	67	23

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığını göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığını göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Balıkesir, Uşak

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Bolu'ya benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Polonya, Danimarka, Meksika, Romanya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Bolu'yu en tamamlayıcı ülkeler



15 BURDUR

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	9	46	183
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.1	0.2

Harita 1: Türkiye'de Burdur



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Mısır	0	0	22
A.B.D.	1	24	19
Libya	0	0	14
İsrail	1	4	13
Kanada	0	1	11

Harita 2: Burdur'un başlıca ihracat pazarları, 2010



Burdur'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya	0.0	0.0	10.4
İtalya	1.1	2.7	2.9
Ukrayna	0.0	0.0	2.8
Almanya	0.3	1.7	2.8
Mısır	0.0	0.0	2.4

Harita 3: Burdur'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Burdur'un payı (%)	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Burdur'un payı (%)
Metal Dışı Mineral Mamuller	5.4	63.6	0.5	158	86.0	4.3
Mineral Maddeler, Gübre Ham Maddeleri	1.7	19.5	0.6	10	5.6	0.7
Çeşitli Mamul Eşya	0.2	2.1	0.0	7	4.1	0.2
Belirli Sanayi Kollarında Kullanılan Makina Ve Cihazlar	0.1	1.4	0.0	4	2.1	0.2
Metallerden Nihai Ürünler	0.1	1.6	0.0	2	1.0	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı (%)	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Burdur'un payı (%)	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı (%)	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Burdur'un payı (%)
Çimento imalatı	0	0.0	0.0	330	10.2	4.9
Taş ve mermerin kesilmesi, şekil verilmesi ve bitirilmesi	6	1.0	0.7	191	5.9	6.9
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	33	6.0	0.2	177	5.5	0.2
Kara yolu ile yük taşımacılığı	51	9.3	0.4	167	5.2	0.5
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	20	3.7	0.1	140	4.3	0.2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2
Sıra	62	52	50	48	51	53

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Ağızdan Doldurulmalı Silahlar, Hayvan Öldürmeye Mahsus Silahlar	10.3	118.1	65.7
Çimento	22.1	12.9	58.3
Tabii Taşlar, İşlenmiş Taşlar	82.7	80.4	39.2
Hasat, Harman, Balya, Çimen Bıçme Makinaları Vb.	38.7	85.1	30.5
Toprağı Hazırlamaya, İşlemeye, Ekmeye Mahsus Makina Ve Cihazlar	0.0	0.4	8.7

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	80.7	15.4	3.9	0.0
2005	88.0	5.4	6.2	0.4
2010	96.0	1.2	2.8	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	8	70

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	57
2005	2	70
2010	2	73

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	6	38
2005	3	58
2010	8	44

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	13.3	74

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.9	16

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.6	-0.2	0
2000-2005	0.4	-0.1	0
2005-2009	0.5	-0.1	-0.1

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	23	69	63
2000-2005	23	67	58
2005-2009	18	68	74

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Bilecik, Amasya

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Burdur'a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, Nijerya, Belçika, Hindistan, İsviçre

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Burdur'u en tamamlayıcı ülkeler



16 BURSA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	230	5.880	10.400
Türkiye'deki payı (%)	8.1	8.0	9.2

Harita 1: Türkiye'de Bursa



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Fransa	385	560	1660
İtalya	209	966	1640
Almanya	613	973	1350
Romanya	41	357	554
İngiltere	109	258	529

Harita 2: Bursa'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Bursa'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Fransa	672	1100	2170
İtalya	457	844	1390
Almanya	365	753	926
İspanya	159	538	508
Çin	48.7	177	477

Harita 3: Bursa'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı(%)	Türkiye'nin sektörlerdeki ihracatında Bursa'nın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı(%)	Türkiye'nin sektörlerdeki ihracatında Bursa'nın payı
Kara ulaşım araçları	783	35.1	51.7	5810	55.6	42.9
Tekstil elyafı ve mamülleri	579	25.9	15.7	1120	10.8	12.5
Enerji üreten makine ve cihazlar	158	7.1	39.0	994	9.5	47.2
Giyim eşyası ve aksesuarları	195	8.7	3.0	319	3.1	2.5
Mobilyalar	49	2.2	28.5	306	2.9	22

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bursa'nın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bursa'nın payı
Otomobillerin ve hafif motorlu kara taşıtlarının ticareti	3395	9.1	14.0	7791	9.3	16.6
Motorlu kara taşıtlarının imalatı	2999	8.1	32.6	6438	7.7	26.7
Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	3532	9,5	39,5	5997	7.2	39.7
Diğer musluk ve valf-vana imalatı	17	0	1.7	4416	5.3	75.8
Tekstil ürünlerinin toptan ticareti	2868	7.7	26.0	4369	5.2	19,1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	3.4	4.7	4.4	4.1	3.3	4.2
Sıra	4	4	4	5	6	5

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kara taşıtları için motorlar	9.0	7.1	10.6
Kendinden hareketli olmayan yolcu vagonu, özel vagonlar	0	0	10.5
İpek böceği kozaları	12.4	12.5	10.1
Motorlu taşıtlarda kullanılan alıcı radyolar	0.1	9	9.1
Metalleri dövme, kalıpta dövme tezgahları, presleri, çekiçleri	11.0	10.3	8.3

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	3.4	33.6	61.1	1.9
2005	3.4	26.2	69.6	0.9
2010	2.9	16.1	79.8	1.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	64	12

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	11	22
2005	9	29
2010	6	42

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	8	31
2005	13	20
2010	13	29

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	5.94	6

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.89	14

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	41.92	-0.76	0.69
2000-2005	16.84	0.7	2.35
2005-2009	29.89	-2.76	-2.94

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	2	77	8
2000-2005	3	6	2
2005-2009	1	80	80

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Kocaeli, Sakarya

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Bursa'ya benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Kanada, Nijerya, S. Arabistan, Arjantin

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Bursa'yı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.62	15

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

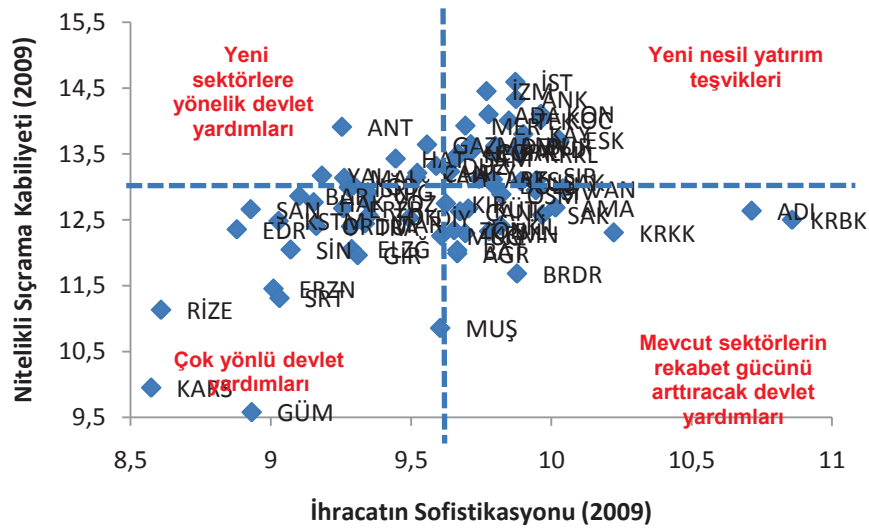
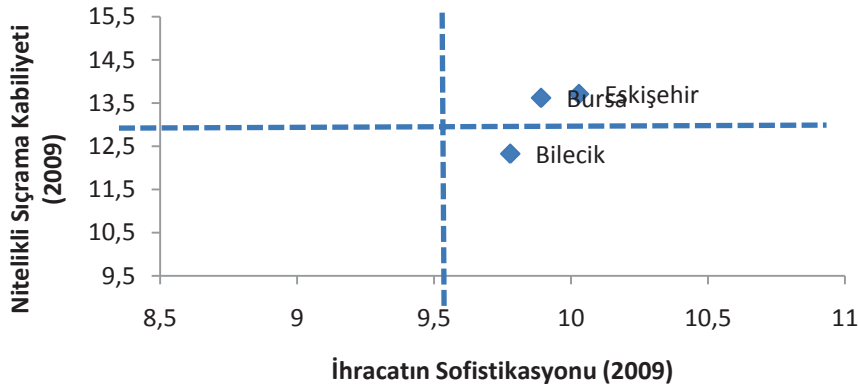
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Vantilatörler, aspiratörler	Demir/Çelikten inşaat ve aksamı, prefabrik yapılar	Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül
-----------------------------	--	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

İşaret, yağmur, şenlik fişekleri ve sis işaretleri vb.	Diğer rotatif elektrik konvertörleri	Kurşun boru bağlantı parçaları
--	--------------------------------------	--------------------------------

Strateji matrisinde Bursa'nın yeri



17

ÇANAKKALE

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	35	63	79
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.1	0.1

Harita 1: Türkiye'de Çanakkale



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Yunanistan	4	9	9
Almanya	9	10	9
İtalya	8	9	9
Belçika	2	5	7
Çin	0	0	4

Harita 2: Çanakkale'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Çanakkale'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
İtalya	1.4	2.3	3.2
Fransa	5.2	1.3	2.9
Ukrayna	0.3	1.8	2.1
Almanya	2.5	3.1	1.4
Çin	0.2	1.1	1.3

Harita 3: Çanakkale'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Çanakkale payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Çanakkale payı
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	9.1	26.3	0.5	18.1	22.9	0.3
Balıklar, balık müstahzarları	5.6	16.1	6.4	16.9	21.4	5.0
Mobilyalar	0.4	1.3	0.3	15.8	20.0	1.1
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	7.9	22.7	2.9	12.5	15.9	0.9
Sihhi tesisat, ısıtma, aydınlatma ile ilgili çeşitli eşya	1.5	4.4	0.9	4.5	5.7	0.4

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Çanakkale'nin payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Çanakkale'nin payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	178	10.7	0.7	381	7.0	0.6
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	100	6.0	0.6	354	6.5	0.5
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	66	4.0	0.2	297	5.4	0.3
Kara yolu ile yük taşımacılığı	23	1.4	0.2	271	5.0	0.8
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	122	6.0	0.6	263	4.8	0.4

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.2	0.2	0.3	0.3	0.2	0.3
Sıra	37	36	32	34	33	34

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Et, balık, kabuklu hayvan, yumuşakça vb hülusalari, suları	242.9	398.7	1235.2
Zooloji, botanik, mineroloji, anatomiye ait koleksiyonlar	0	0	597.6
İstakoz, karides, yengeç, kerevit-dondurulmuş	0	982.8	345.3
İstiridye, midye, mürekkep balığı, kalamar, ahtapot, tarak vb.	54	70	304.8
Sebzeler (dondurulmuş)	129.1	223.5	285.5

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	46.9	35.2	17.7	0.3
2005	46.1	23.8	30.1	0.0
2010	39.8	46.3	13.9	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	44	23

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	13	15
2005	16	13
2010	16	18

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	7	34
2005	10	32
2010	16	18

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.0	18

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.5	48

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.01	0.02	-0.03
2000-2005	0.05	0.02	-0.03
2005-2009	0.07	0	0

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	66	24	69
2000-2005	36	21	67
2005-2009	36	34	68

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Kilis

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Çanakkale’ye benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Tayland, Portekiz, Danimarka, Japonya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Çanakkale’yi tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.2	25

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

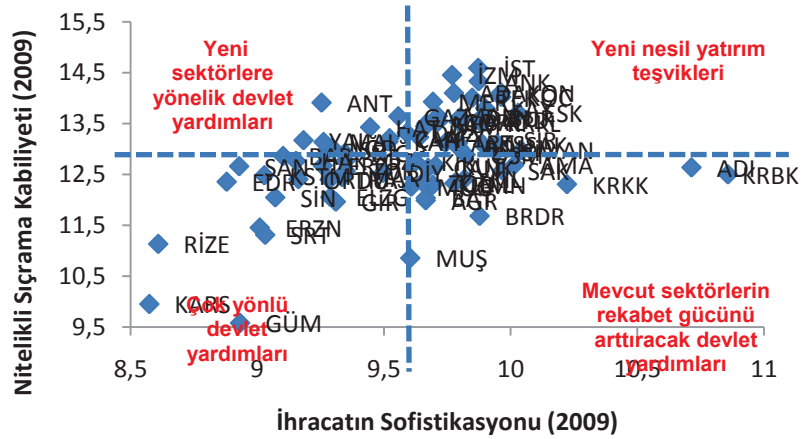
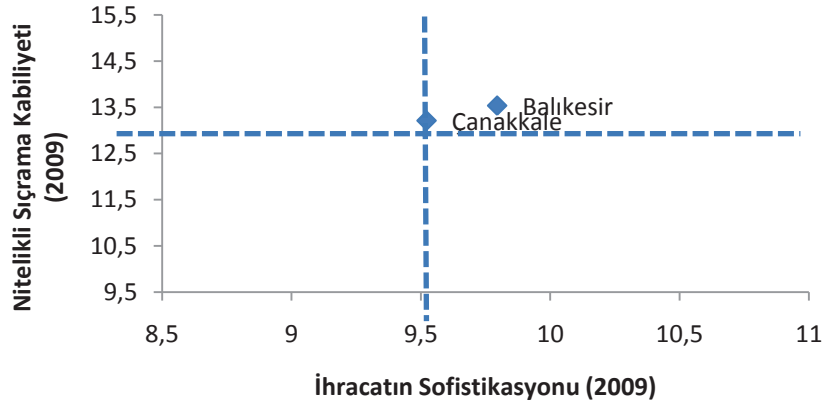
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Diğer pamuklu mensucat	Kadın/kız çocuk için mont, palto, kaban, takım, çeket, blazer vb. giysi	Seramikten sofraya ve mutfak eşyası, diğer ev ve tuvalet eşyası
------------------------	---	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Makinalara ait taksim edici tertibat	Diğer devamsız sentetik lifden dokumalar	Buğday ve mahlut unu, bulgur, ırmık ve pellet
--------------------------------------	--	---

Strateji matrisinde Çanakkale'nin yeri



18 ÇANKIRI

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	2	3	24
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0	0.0

Harita 1: Türkiye'de Çankırı



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Endonezya	0	0	3
Mısır	0	0	2
Angola	0	0	2
Filipinler	0	0	2
Benin	0	0	1

Harita 2: Çankırı'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Çankırı'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
İtalya	0.4	0.1	2.7
Avusturya	0	0.5	2.1
Polonya	0	0	1.9
Kazakistan	0	0.2	1.6
Yunanistan	0	0	1.4

Harita 3: Çankırı'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Çankırı'nın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Çankırı'nın payı
Hububat ve mamulleri	0.04	2.4	0.0	19.4	82.0	1.1
Tekstil elyafı ve mamulleri	0	0.0	0.0	1.4	6.2	0.0
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0	0.2	0.0	0.6	2.9	0.0
Mesleki, ilmi cihazlar, kontrol alet ve cihazları	0	0.0	0.0	0.6	2.6	0.2
Mobilyalar	0.01	0.6	0.0	0.4	1.9	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Çankırı'nın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Çankırı'nın payı
Etin işlenmesi ve saklanması	0	0.0	0.0	153	11.2	15.4
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	26	9.6	0.1	129	9.4	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	38	14.5	0.2	123	9.0	0.2
Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	14	5.1	0.5	113	8.3	1.3
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	17	6.5	0.1	88	6.4	0.1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1
Sıra	69	71	71	64	67	67

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Pişirilmemiş makarna	89.8	536.1	365.6
Bulgur, irmik ve pelletler-buğdaydan	9.1	1031.4	242.3
Et, sakatat, kandan mamul sosisler vb müstahzarlar	1972.6	212.2	64.2
Suni bağırsaklar, sosis kılıfları-proteinden, selülozikten	0	0	54.0
Buğday unu veya mahlut unu	0	48.4	50.1

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	61.6	27.6	0.9	9.9
2005	81.0	18.7	0.3	0.0
2010	84.3	6.1	9.0	0.7

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	19	53

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	13	18
2005	4	59
2010	3	65

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	5	50
2005	12	24
2010	20	14

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8.9	43

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.7	36

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0	0	0
2000-2005	0	0	0
2005-2009	0.02	0.01	0.01

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	49	44	58
2000-2005	66	49	49
2005-2009	43	30	49

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

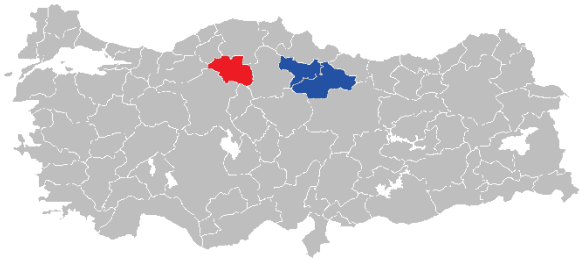
Türkiye’de benzer iller

Amasya, Tokat

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Çankırı’ya benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Cezayir, Mısır, S. Arabistan, Nijerya, Hollanda

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Çankırı’yı en tamamlayıcı ülkeler



19 ÇORUM

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	23	55	110
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.1	0.1

Harita 1: Türkiye'de Çorum



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	1	10
Azerbaycan	0.3	3	9
Almanya	5	9	9
ABD	8	3	5
İtalya	1	4	5

Harita 2: Çorum'un başlıca ihracat pazarları, 2010



Çorum'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya	0.3	1.4	19.3
ABD	0.1	3.9	5.6
Ukrayna	0	1.1	3.7
İtalya	1.2	2.6	3.4
Yunanistan	1.3	0.5	3.3

Harita 3: Çorum'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Çorum'un payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Çorum'un payı
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	6.6	29.1	2.1	39.3	35.6	2.0
Kara ulaşım araçları	0.1	0.4	0.0	9.1	8.3	0.1
Sihhi tesisat, ısıtma, aydınlatma ile ilgili çeşitli eşya	0.2	1.2	0.2	8.7	8.0	0.7
Hububat ve mamulleri	0.7	3.1	0.2	8.6	7.9	0.5
Çeşitli mamul eşya	0.1	0.3	0.0	6.9	6.3	0.2

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Çorum'un payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Çorum'un payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	122	7.1	0.7	456	8.8	0.6
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	201	11.7	0.8	406	7.8	0.7
Tahıl, işlenmemiş tütün, tohum ve hayvan yemi toptan ticareti	11	0.7	0.3	243	4.7	1.8
Otomobillerin ve hafif motorlu kara taşıtlarının ticareti	109	6.4	0.5	230	4.4	0.5
Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	59	3.5	0.9	218	4.2	1.2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.2	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3
Sıra	35	27	34	35	35	36

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kurşun çubuk, profil, tel, sac, levha, şerit, borular	0	402.8	563.6
Hububat, baklagilin işlenmesi için makina, cihazların aksamı, parçaları	182.5	286.2	222.1
Krikolar, taşıt kaldıran ağır yük kaldırıncılar	0	13.2	118.9
Sülfürler, polisülfürler, ditiyonitler, sülfatlar	0	0.8	90.4
Pnömatik elevatör, konveyörler (sürekli hareketli olanlar dahil)	23.9	11.8	68.7

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	17.9	32.5	49.4	0.2
2005	17.7	14.0	68.1	0.1
2010	14.5	16.0	69.2	0.3

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	47	20

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	9	26
2005	9	30
2010	9	34

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	6	41
2005	17	12
2010	23	9

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	9.0	45

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.7	31

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.12	-0.11	0.07
2000-2005	0.04	-0.03	0.03
2005-2009	0.23	-0.03	0.03

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	33	63	26
2000-2005	37	61	19
2005-2009	27	59	41

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

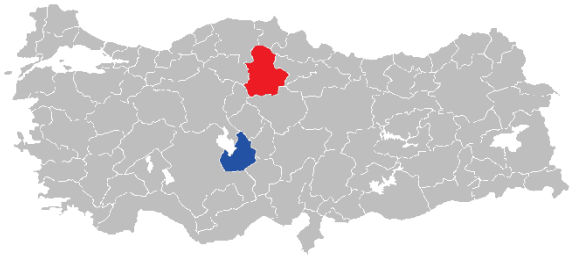
Türkiye’de benzer iller

Aksaray

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Çorum’a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Venezuela, Cezayir, Nijerya, Rusya, Kazakistan

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Çorum’u en tamamlayıcı ülkeler



20 DENİZLİ

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	298	1430	1970
Türkiye'deki payı (%)	1.7	1.9	1

Harita 1: Türkiye'de Denizli



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	39	218	270
İngiltere	38	180	214
İtalya	20	75	150
A.B.D.	83	263	129
Fransa	13	83	118

Harita 2: Denizli'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Denizli'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Kazakistan	34.8	55.4	259.0
Rusya Fed.	7.8	53.2	244.0
Özbekistan	0.1	62.8	156.0
Şili	44.3	141.0	155.0
A.B.D.	21.4	41.4	137.0

Harita 3: Denizli'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Denizli'nin payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Denizli'nin payı
Tekstil elyafı ve mamulleri	81.9	27.5	2.2	619	31.4	6.9
Giyim eşyası ve aksesuarları	106	35.7	1.6	325	16.5	2.5
Demir ve çelik	10.7	3.6	0.6	277	14.1	2.7
Elektrikli makina ve cihazlar	2.3	0.8	0.2	204	10.3	2.8
Metallerden nihai ürünler	28.3	9.5	4.5	136	6.9	3.1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Denizli'nin payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Denizli'nin payı
Dokuma	1498	18.2	14.4	2484	10.4	15.4
Elektrik enerjisi üretimi	219	2.7	4.0	1455	6.1	5.0
Tel ürünleri, zincir ve yayların imalatı	15	0.2	1.9	1452	6.1	48.2
Tekstil ürünlerinin toptan ticareti	332	4.0	3.0	1344	5.6	5.9
Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı	306	3.7	2.1	910	3.8	2.4

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.8	1.2	1.3	1.2	0.9	1.2
Sıra	10	11	11	13	13	12

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kadın için fanila, kaşkorse, kombinezon, jüpon, slip, gecelik, sabahlık vb	27.5	42.4	41.9
Erkek için külotlar, slipler, fanilalar, pijamalar, bornozlar vb.	12.0	31.3	28.4
Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri	7.2	20.4	25.8
Selüloz ve kimyasal türevleri	36.4	24.4	24.0
Bakırdan teller	17.8	11.2	21.0

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	18.1	79.6	2.2	0.1
2005	12.0	81.9	6.0	0.1
2010	14.8	71.7	13.3	0.2

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	56	16

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	12	20
2005	7	40
2010	10	30

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	8	27
2005	12	27
2010	19	16

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İfade var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.6	23

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.8	23

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	10.5	-2.8	-0.9
2000-2005	10.4	-1.7	-0.6
2005-2009	0.6	0.3	-1.4

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	6	80	81
2000-2005	5	80	79
2005-2009	17	9	79

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Tekirdağ, Kayseri

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Denizli'ye benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Vietnam, Romanya, Fas, Hong Kong, B.A.E

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Denizli'yi en tamamlayıcı ülkeler



21

DİYARBAKIR

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	8	51	160
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.1	0.1

Harita 1: Türkiye'de Diyarbakır



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	1	78
Çin	0	0	53
Nijerya	0	0	6
Kazakistan	0	0	4
S. Arabistan	1	0	3

Harita 2: Diyarbakır'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Diyarbakır'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0.6	2.5	11.8
Almanya	6.7	1.2	10.1
Rusya Fed.	0.0	0.4	5.9
A.B.D.	0.1	0.4	3.6
Özbekistan	0.0	0.9	2.8

Harita 3: Diyarbakır'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Diyarbakır'ın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Diyarbakır'ın payı
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	0.9	21.3	0.0	38.2	23.9	2.8
Hububat ve mamulleri	0.0	0.6	0.0	26.7	16.7	1.5
Metal cevherleri, kırıntı, döküntü, hurdaları	0.0	0.0	0.0	17.5	11.0	1.1
Elektrikli makina ve cihazlar	0.0	0.0	0.0	16.7	10.5	0.2
Metal dışı mineral mamuller	0.0	0.8	0.0	15.2	9.5	0.4

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Diyarbakır'ın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Diyarbakır'ın payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	18	2.8	0.1	1564	13.9	1.6
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda eczacılık ürünlerinin perakende ticareti	9	1.4	0.1	752	6.7	4.0
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	46	6.9	0.3	500	4.5	0.7
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	67	10.1	0.3	404	3.6	0.6
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat, boya ve cam perakende ticareti	41	6.1	0.5	404	3.6	1.6

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	2.5	3.6	6.3	7.7	8.7	11.2
Sıra	27	26	23	24	24	22

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Melas	0.0	0.0	360.0
Demir cevherleri - aglomere edilmemiş	0.0	0.0	105.2
Linter pamuğu	0.0	71.1	50.9
Rendelenmiş veya toz halinde peynirler	0.0	-	46.3
Uzunlamasına kesilmiş, biçilmiş iğne yapraklı ağaç-kalın>6mm	0.0	0.0	36.4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	46.1	51.0	2.9	0.0
2005	73.1	9.1	10.3	7.5
2010	55.5	12.8	23.1	8.5

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	40	24

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	9	28
2005	12	19
2010	9	31

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	6	39
2005	3	64
2010	3	62

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	10.9	62

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.5	50

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.13	0.15	0.01
2000-2005	0.06	0.04	0.01
2005-2009	0.20	0.08	0.14

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	31	14	37
2000-2005	35	16	30
2005-2009	28	15	25

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

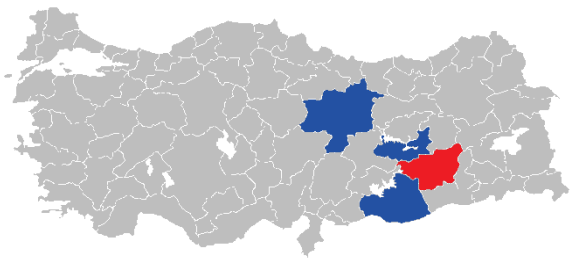
Türkiye’de benzer iller

Şanlıurfa, Sivas, Elazığ

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Diyarbakır’a benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, BAE, Nijerya, Filipinler, Hong Kong

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Diyarbakır’ı en tamamlayıcı ülkeler



22 EDİRNE

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	9	28	44
Türkiye'deki payı (%)	0	0	0

Harita 1: Türkiye'de Edirne



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Bulgaristan	4	7	14
Hollanda	0	0	4
Kosova	0	0	3
İtalya	0	1	2
Rusya	1	0	2

Harita 2: Edirne'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Edirne'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Ukrayna	1.1	2.9	80.9
Bulgaristan	4.6	65.4	68.7
Rusya Fed.	7.6	0.3	16.2
Romanya	1.8	11.1	8.5
Endonezya	0	1.3	6.0

Harita 3: Edirne'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Edirne'nin payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Edirne'nin payı
Giyim eşyası ve aksesuarları	0	11.0	0.6	14.5	33.0	0.1
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	0	6.6	1.3	7.3	16.5	0.1
Metal dışı mineral mamuller	2	0.6	0.2	5.4	12.3	0.1
Hububat ve mamulleri	4	1.3	1.1	4.4	10.0	0.2
Kara ulaşım araçları	0.0	0.4	0.0	1.9	4.5	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Edirne'nin payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Edirne'nin payı
Sıvı ve katı yağ imalatı	634	23.9	26.9	940	17.6	10.9
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	212	8.0	0.9	326	6.1	0.5
Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	123	4.6	4.5	302	5.7	3.4
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	101	3.8	22.0	256	4.8	0.4
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	100	3.8	0.6	242	4.5	0.4

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.2	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3
Sıra	24	25	27	28	27	35

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Melas	0.0	0.0	83.8
Nişasta, şeker, içki sanayi artıkları	0.0	0.0	68.1
Ağaçtan demiryolu traversleri	0.0	0.0	56.8
Kraft kağıt ve kartonlar	0.0	0.0	54.7
Ağaçlardan yarı-beyaz, beyaz kimyasal odun hamuru	0.0	0.0	53.6

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	72.3	23.4	4.3	0.0
2005	60.9	31.4	7.1	0.5
2010	60.0	20.3	19.1	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	15	60

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	5	47
2005	7	42
2010	7	49

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	14	13
2005	8	36
2010	8	36

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	11.5	70

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	88.8	74

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.02	-0.01	0.09
2000-2005	0.01	0.01	0.01
2005-2009	0.05	0.03	0.06

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	67	51	25
2000-2005	46	24	29
2005-2009	40	26	36

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Kırklareli, Kilis

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Edirne’ye benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Danimarka, İngiltere, İsrail, BAE, Avusturya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Edirne’yi en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.4	59

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

Gelişme potansiyeli olan sektörler

Diğer pamuklu mensucat

Plastiklerden monofil, çubuk, profil, boru, hortum, döküntü kalıntı ve hurda

Demir/çelikten inşaat ve aksamı, prefabrik yapılar

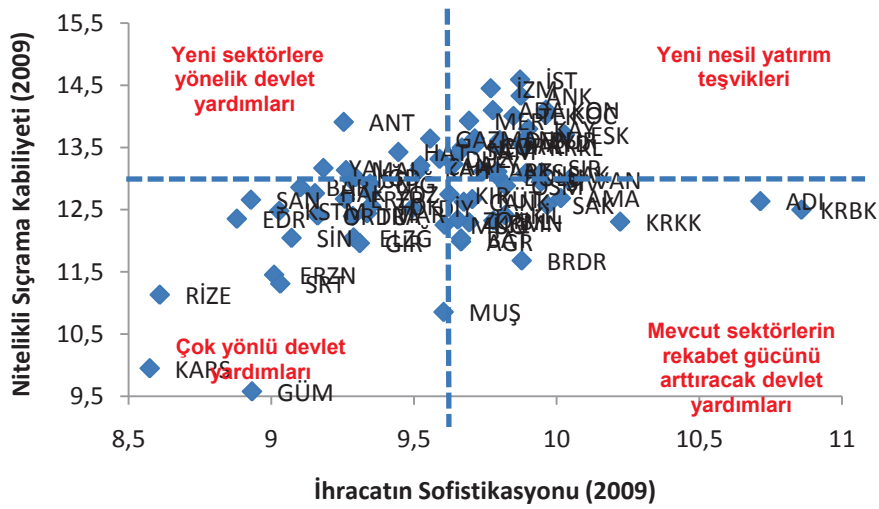
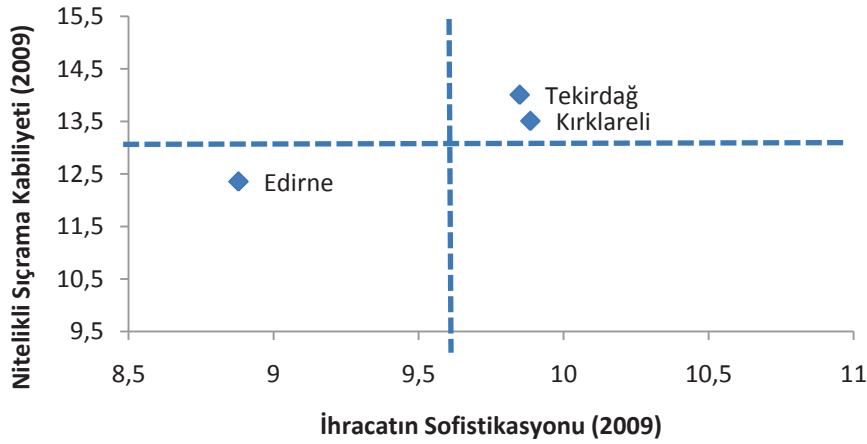
Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Artırılmış bakır, bakır alaşımları, çöktürülmüş bakır

Kauçuktan diğer iç/dış lastikler

Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları

Strateji matrisinde Edirne'nin yeri



23 ELAZIĞ

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	3	54	37
Türkiye'deki payı (%)	0	1	0

Harita 1: Türkiye'de Elazığ



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	1	28	13
Irak	0	11	8
A.B.D.	0	1	3
B.A.E.	0	0	1
Suriye	0	0	1

Harita 2: Elazığ'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Elazığ'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Ukrayna	0	1.3	11
İtalya	2.5	0.7	2.6
Almanya	1.7	2.5	2.2
Kanada	0	0	1.6
Çin	0.1	29.3	1.2

Harita 3: Elazığ'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Elazığ'ın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Elazığ'ın payı
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	1.5	46.8	0.6	15.6	42.4	1.1
Metal dışı mineral mamuller	0.5	15.6	0.0	12.5	34.0	0.3
Mobilyalar	0.01	0.3	0.0	2.4	6.7	0.2
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0.9	2.7	0.0	1.6	4.5	0.1
Metallerden nihai ürünler	0.3	0.9	0.0	1.1	3.0	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyonTL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Elazığ'ın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Elazığ'ın payı
Kara yolu ile yük taşımacılığı	40	1.5	0.3	1841	26.3	5.2
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	58	2.2	0.2	883	12.6	0.9
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	100	3.8	0.6	433	6.2	0.6
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	212	8.0	0.9	344	4.9	0.6
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	85	3.2	0.4	218	3.1	0.3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.2	0.2	0.3	0.4	0.2	0.4
Sıra	32	37	37	27	34	28

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Güderi (kombine güderi dahil), rugan, rugan kaplı ve metalize deri, kösel	0	0	66.8
Kayagan taşı, mermer, granit, porfir vb.	378.7	94.3	61.2
Kahve içeren, kahve yerine kullanılan maddeler	0	0	50.4
Tabii taşlar, işlenmiş taşlar	28.8	6.7	46.7
Alçı taşı, anhidrit, alçılar, kastin, kireç taşı, kireçli taşlar	0	0	40.2

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	31.2	7.4	61.4	0.0
2005	31.2	7.3	61.5	0.0
2010	64.7	24.1	11.0	0.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	13	65

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	3	65
2005	5	48
2010	4	60

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	9	20
2005	3	60
2010	6	52

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	12.2	71

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.3	58

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.09	0.03	0.01
2000-2005	0.07	0.03	0.01
2005-2009	-0.09	-0.02	0.03

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	36	19	36
2000-2005	34	18	25
2005-2009	73	56	40

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

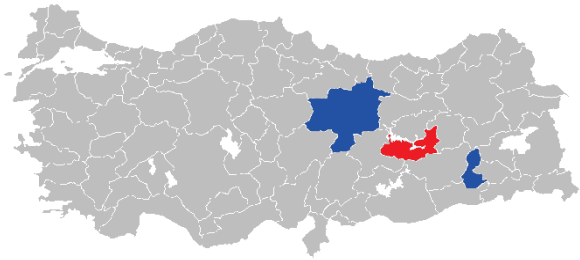
Türkiye'de benzer iller

Batman, Sivas

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Elazığ'a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, BAE, Kazakistan, Cezayir Belçika

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Elazığ'ı en tamamlayıcı ülkeler



24 ERZİNCAN

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	1	1	2
Türkiye'deki payı (%)	0	0	0

Harita 1: Türkiye'de Erzincan



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0.0	0.4	0.8
Çin	0.0	0.0	0.7
İtalya	0.0	0.0	0.1
Hollanda	0.0	0.0	0.1
Fransa	0.0	0.1	0.1

Harita 2: Erzincan'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Erzincan'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Avusturya	0.0	0.0	1.5
Çin	0.0	0.1	0.8
İspanya	0.0	0.0	0.7
Fransa	0.0	0.0	0.7
Almanya	0.1	0.6	0.5

Harita 3: Erzincan'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Erzincan'ın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Erzincan'ın payı
Hububat ve mamulleri	0.6	96.1	0.1	0.8	38.5	0.0
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	0.0	0.0	0.0	0.7	32.7	0.0
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	0.0	0.1	0.0	0.3	16.6	0.0
Giyim eşyası ve aksesuarları	0.0	0.0	0.0	0.1	7.1	0.0
Metal dışı mineral mamuller	0.0	0.2	0.0	0.1	4.5	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005		2010			
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Erzincan'ın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Erzincan'ın payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	96.9	17.7	0.4	195.3	13.5	0.3
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	53.6	9.8	0.3	161.4	11.1	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	96.9	17.7	0.4	139.6	9.6	0.2
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	43.8	8.0	0.1	89.4	6.2	0.1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat, boya ve cam perakende ticareti	33.7	6.2	0.4	74.0	5.1	0.3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay (%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Sıra	61	66	65	65	65	65

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Meyvalardan reçel, jöle, marmelat vb müstahzarlar	0.0	2.5	104.2
Buğday unu veya mahlut unu	410.7	141.3	73.2
Kayagan taşı, mermer, granit, porfir vb.	0.0	0.0	50.1
Alçı, çimento esaslı bileşiklerden eşya	0.0	0.0	17.1
Erkek gömlekleri	0.0	0.0	13.5

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	98.3	1.7	0	0
2005	83.3	1.3	14.2	1.3
2010	96.5	3.1	0.5	0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	8	71

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	1	79
2005	1	77
2010	3	62

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	1	77
2005	3	62
2010	4	59

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İilde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	12.8	73

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9	71

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	0.0
2000-2005	0.0	0.0	0.0
2005-2009	0.0	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	54	35	48
2000-2005	67	36	55
2005-2009	50	43	58

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

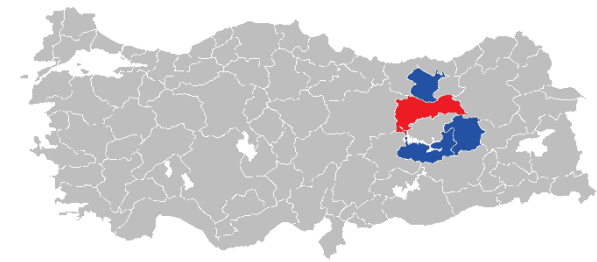
Türkiye’de benzer iller

Gümüşhane

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Erzincan’a benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Mısır, Danimarka, Cezayir, Nijerya, S. Arabistan

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Erzincan’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	11.5	71

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

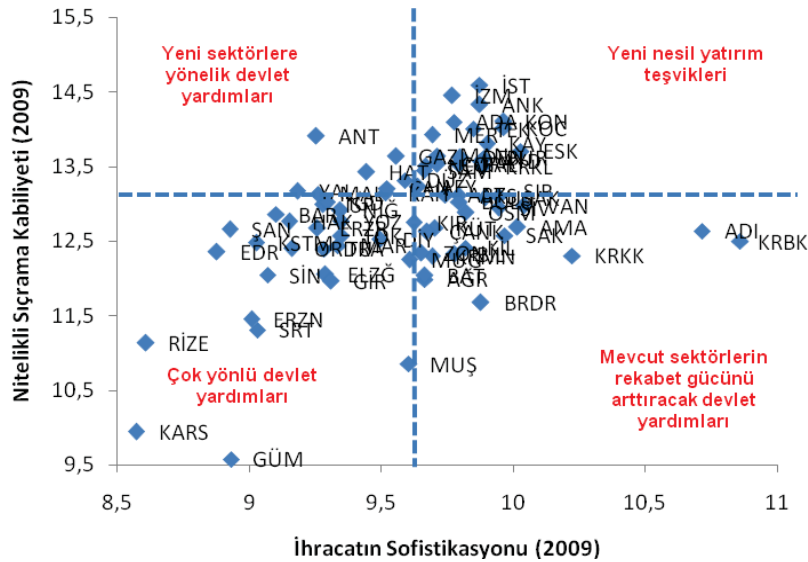
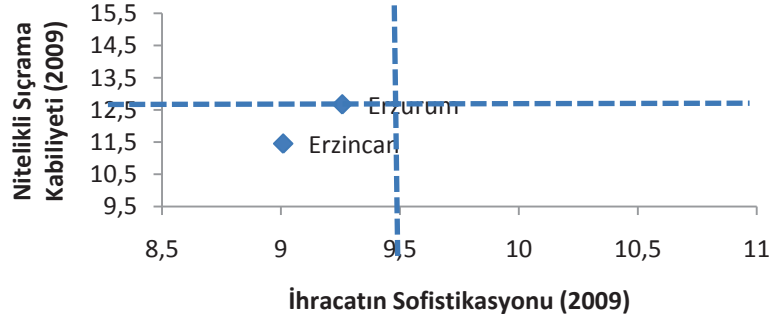
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Düğer bitkisel sabit katı ve sıvı yağlar	Spor, kayak ve diğer giyim eşyası(örülmüş)	Erkek/erkek çocuk-ceket ve blazer
--	--	-----------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Dökme demirden tüpler, borular, içi boş profiller	Kauçuktan diğer iç/dış lastikler	Düğer turuncgiller (taze/kurutulmuş)
---	----------------------------------	--------------------------------------

Strateji matrisinde Erzincan'ın yeri



25 ERZURUM

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	7	14	19
Türkiye'deki payı (%)	0	0	0

Harita 1: Türkiye'de Erzurum



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Azerbaycan	4	7	8
Gürcistan	0	2	2
Rusya Fed.	1	0	2
İran	1	2	2
Tunus	0	0	2

Harita 2: Erzurum'un başlıca ihracat pazarları, 2010



Erzurum'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
İtalya	1.2	1.4	12.4
Rusya Fed.	0.2	0	11.1
Çin	0	0.4	7.7
Almanya	1.8	2	5.1
Slovenya	0	0.1	1.0

Harita 3: Erzurum'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Erzurum'un payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Erzurum'un payı
Metal dışı mineral mamuller	0.1	1.5	0.0	4.4	23.7	0.1
Giyim eşyası ve aksesuarları	0.4	6.0	0.0	2.4	12.9	0.0
Mantar ve ağaç mamulleri	0.0	0.4	0.1	2.3	12.1	0.4
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0.0	0.1	0.0	1.4	7.3	0.1
Debagat ve boyacılıkta kullanılan hülâsalar, boyayıcı maddeler	0.3	3.5	0.3	1.3	6.7	0.2

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Erzurum'un payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Erzurum'un payı
Elektrik enerjisi üretimi	0	0	0	618.4	10.6	2.1
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	178.2	8.4	0.6	531.7	9.1	0.5
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	200.1	9.5	0.9	404.6	6.9	0.6
Çimento imalatı	0	0	0	400.3	6.8	6.0
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	304.2	14.4	1.2	304.3	5.2	0.5

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.2	0.3	0.2	1.2	0.2	0.3
Sıra	30	35	38	11	32	33

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Manganez cevherleri	0	0	328.7
Tuz, saf sodyum klorür	397.9	771.7	186.2
Suni filament iplikleri, monofilamentler	0	0	164.7
Yuvarlak ağaçlar-koruyucularla işlem görmüş	0	0	163.2
Hayvansal ve bitkisel gübreler, bu esaslı müstahsallar	0	0	158.0

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	30.5	20.2	49.3	0.0
2005	20.4	47.7	30.4	1.5
2010	43.8	29.7	24.1	2.4

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	20	49

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	3	62
2005	3	61
2010	5	54

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	9	30
2005	13	18
2010	18	11

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İfade var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	10.6	58

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.2	62

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.03	-0.10	0.16
2000-2005	-0.02	0.01	0.01
2005-2009	-0.03	-0.08	0.10

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	69	62	20
2000-2005	69	23	26
2005-2009	63	71	29

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Van, Kilis

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Erzurum'a benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, BAE, Belçika, İsviçre, Hong Kong

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Erzurum'u en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.6	45

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

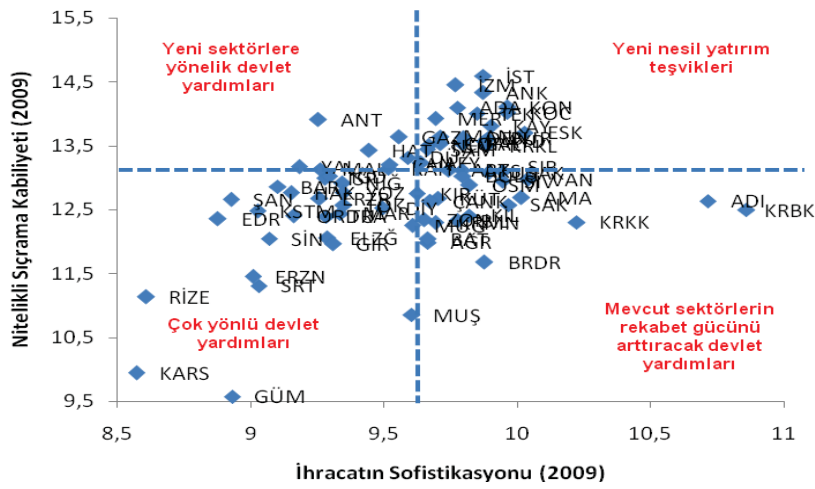
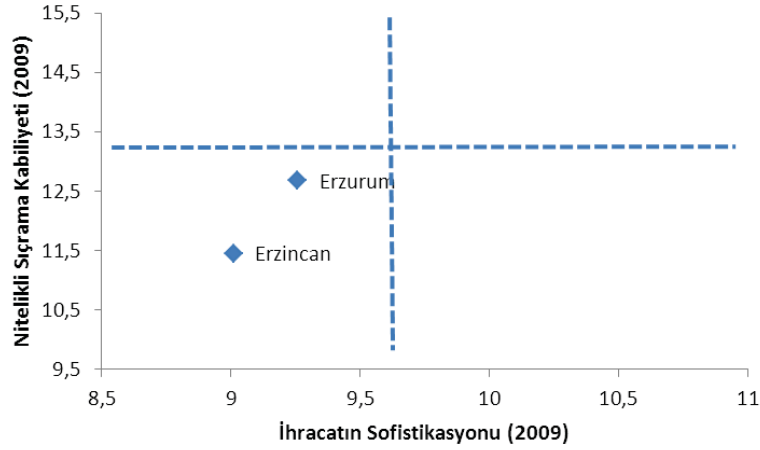
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Ananas, kayısı, kiraz, şeftali ve diğer sert kabuklu meyva karışımı konserveleri	Sıvı dielektrik ve diğer transformatörler	Diğer mobilyalar vb. aksam, parçaları
--	---	---------------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Ağaçtan demiryolu, tramvay traversleri	Sentetik filament demetler	Çinko cevherleri ve konsantreleri
--	----------------------------	-----------------------------------

Strateji matrisinde Erzurum'un yeri



26 ESKİŞEHİR

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	129	269	619
Türkiye'deki payı (%)	0.5	0.4	0.5

Harita 1: Türkiye'de Eskişehir



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
A.B.D.	67	110	186
Almanya	13	24	78
Fransa	5	15	38
Avusturya	3	3	36
Ukrayna	0	0	17

Harita 2: Eskişehir'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Eskişehir'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
A.B.D.	34.6	55.7	270.0
Almanya	19.6	45.5	67.7
İtalya	21.9	38.1	35.7
Çin	0.8	20.2	27.3
Fransa	4.7	14.5	26.1

Harita 3: Eskişehir'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Eskişehir'in payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Eskişehir'in payı
Enerji üreten makine ve cihazlar	54.1	42.0	13.3	159.0	25.7	7.5
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	1.1	0.9	0.4	59.6	9.6	4.3
Metal dışı mineral mamuller	4.5	3.5	0.4	58.3	9.4	1.6
Giyim eşyası ve aksesuarları	37.3	28.9	0.6	47.5	7.7	0.4
Elektrikli makine ve cihazlar	1.7	1.3	0.1	41.7	6.7	0.6

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Eskişehir'in payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Eskişehir'in payı
Şeker, çikolata ve şekerleme toptan ticareti	466.3	6.9	48.4	1100.0	7.0	35.5
Peksimet ve bisküvi imalatı; dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı	262.6	3.9	30.9	897.5	5.7	30.0
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ayakkabı ve deri eşyaların perakende ticareti	16.1	0.2	1.5	737.0	4.7	21.4
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	366.2	5.4	1.5	667.8	4.3	1.1
Kara yolu ile yük taşımacılığı	285.3	4.2	2.5	636.9	4.1	1.8

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.6	0.9	0.8	0.8	0.6	0.8
Sıra	15	16	15	17	18	15

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Turbojetler, turbopropellerin gaz türbinlerinin aksam, parçaları	198.4	139.4	160.5
Kobalt, kadmiyum, titanyum, zirkonyumdan diğer eşya	5.1	67.1	108.6
Tabii grafit, killer, dolomit, magnezit	0.4	0.9	88.8
Ateşe dayanıklı çimento, silisli topraklardan inşaat malzemesi	0.1	0.1	72.9
Turbojetler, tepkili motorlar	0	15.3	70.1

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	8.2	21.1	68.9	1.9
2005	11.2	14.8	68.7	5.3
2010	23.4	14.6	52.7	9.3

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	61	14

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	5	45
2005	8	34
2010	11	28

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	3	59
2005	5	46
2010	8	45

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.7	25

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	10.0	5

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	2.3	-0.7	-0.4
2000-2005	0.61	-0.12	-0.29
2005-2009	1.69	0,03	-0,1

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	10	75	80
2000-2005	18	71	77
2005-2009	8	25	75

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

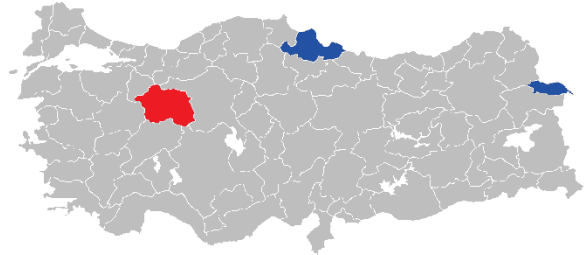
Türkiye’de benzer iller

İğdir, Samsun

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Eskişehir’e benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

S.Arabistan, Kanada, Avusturya, İngiltere, Norveç

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Eskişehir’i en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.7	11

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

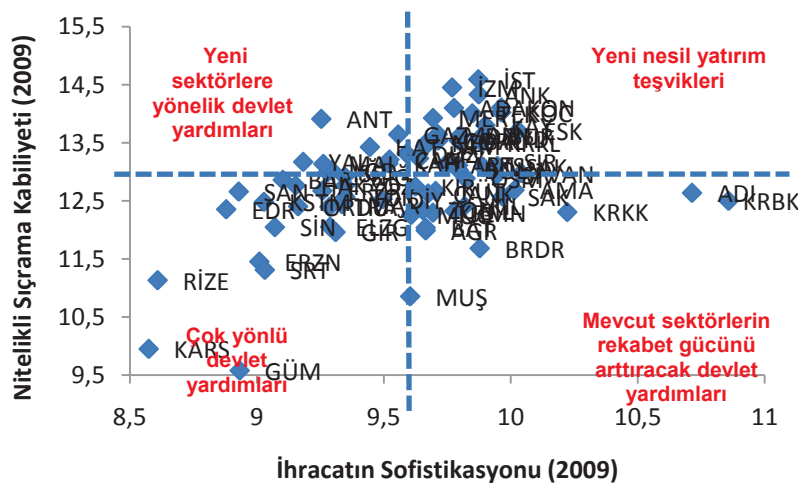
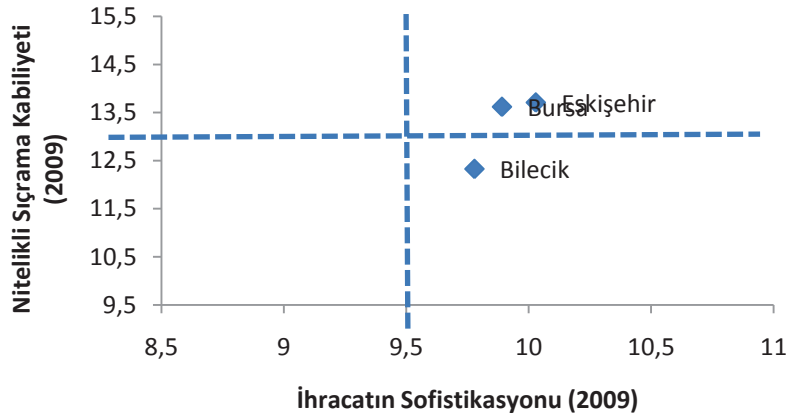
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Eşya taşıma ambalajı için plastik malm., kapak, kapsül	Diğer römork-yarı römork, taşıtlar aksam ve parçaları	Su ve gazların filtre edilmesi- arıtılmasına mahsus cihazlar
--	---	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Oturmaya mahsus mobilya vb. aksamları	Başka yerde belirtilmeyen inşaat ve iş makineleri	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam ve parçaları ve aksesuarları
---------------------------------------	---	---

Strateji matrisinde Eskişehir'in yeri



27

GAZİANTEP

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	420	1700	3590
Türkiye'deki payı (%)	1.5	2.3	3.2

Harita 1: Türkiye'de Gaziantep



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	578	1260
S. Arabistan	15	71	157
A.B.D.	21	72	147
Almanya	26	87	142
Suriye	27	43	118

Harita 2: Gaziantep'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Gaziantep'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
S. Arabistan	7.1	84.2	551
Almanya	63.1	334	300
A.B.D.	57.1	139	265
Çin	10.9	53.8	171
Hindistan	10.6	41.2	157

Harita 3: Gaziantep'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Gaziantep'in payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Gaziantep'in payı
Tekstil elyafı ve mamulleri	247.0	58.9	6.7	1630.0	45.3	18.1
Hububat ve mamulleri	11.4	2.7	2.8	300.0	8.4	16.8
Demir ve çelik	5.5	1.3	0.3	192.0	5.3	1.9
Çeşitli mamul eşya	4.5	1.1	0.6	168.0	4.7	4.7
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	13.4	3.2	0.7	152.0	4.2	2.5

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Gaziantep'in payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Gaziantep'in payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	1779.0	13.3	3.9	3442.0	9.7	4.6
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	718.9	5.4	2.9	2587.0	7.3	4.2
Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	324.3	2.4	11.9	1545.0	4.3	17.5
Halı ve kilim imalatı	549.1	4.1	47.0	1338.0	3.8	63.7
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda telekomünikasyon teçhizatının perakende ticareti	38.7	0.3	1.0	1265.0	3.6	12.3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	1.2	1.8	1.9	1.6	1.5	1.8
Sıra	8	7	7	7	8	7

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Koko liflerinden ve diğer elyaftan yer kaplamaları	4.4	13.4	27.1
Bulgur, ırmık ve pelletler-buğdaydan	4.9	21.8	24.8
Bulgur ve ırmık- yulaf, mısır, pirinç, çavdar vb.den	-	7.3	19.6
Sentetik filamentlerden dayanıklı iplikler (pd)	2.2	22.2	18.4
Ağırlığı 2 kg dan fazla kap ve ambalajlarda kakao müstahzarı	20.4	11.9	15.9

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	12.9	76.8	9.3	1.0
2005	22.2	67.2	10.4	0.2
2010	21.5	66.4	11.9	0.3

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	70	11

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	17	8
2005	14	16
2010	15	20

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	16	7
2005	8	39
2010	7	47

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	6.9	15

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.6	47

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	10.8	-3.4	0.5
2000-2005	4.8	-0.7	0.1
2005-2009	6.3	0.5	1.8

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	5	81	12
2000-2005	7	79	14
2005-2009	5	7	5

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Adana, Mersin

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Gaziantep’e benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Vietnam, Fas, Romanya, Mısır, Bulgaristan

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Gaziantep’i en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.6	13

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

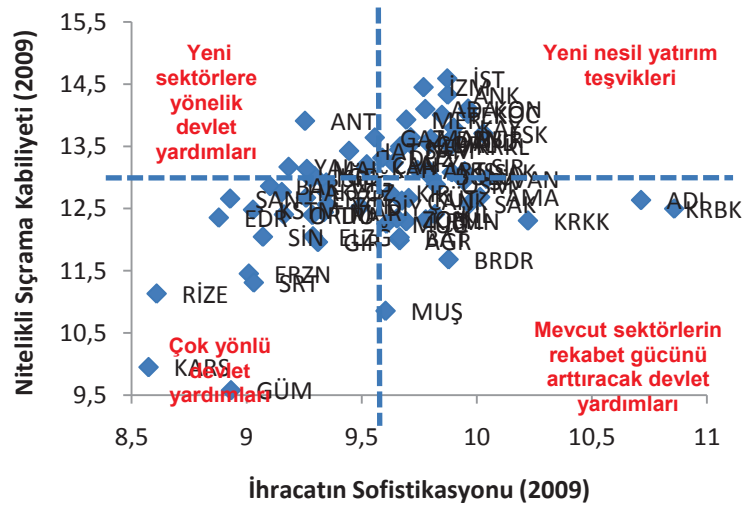
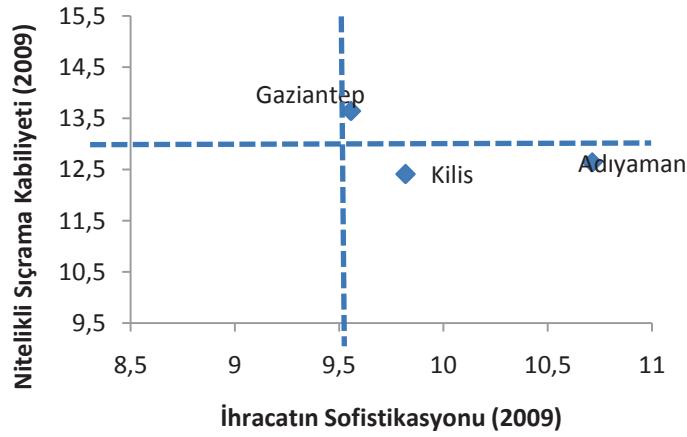
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Plastikten diğer eşyalar	İnşaat ve iş makineleri	Demir çelikten inşaat aksamı, prefabrik yapılar
--------------------------	-------------------------	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Diğer silahlar, har mühimmatı ve benzeri aksamı, parçası	Seramikte sofa ve mutfak eşyası, diğer ev ve tuvalet eşyası	Taşkömürü, linyit ve turbdan elde edilen kok, sömükok, karni kömürü
--	---	---

Strateji matrisinde Gaziantep'in yeri



28 GİRESUN

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	61	117	143
Türkiye'deki payı (%)	0.2	0.2	0.1

Harita 1: Türkiye'de Giresun



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	8	45	34
Avusturya	1	5	16
İtalya	2	4	16
Hollanda	9	22	12
Belçika	-	4	10

Harita 2: Giresun'un başlıca ihracat pazarları, 2010



Giresun'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	2.7	2.8	1.7
İtalya	0.5	0.8	1.1
Avusturya	-	1.3	0.8
Çin	-	0.1	0.5
Japonya	-	0.5	0.5

Harita 3: Giresun'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Giresun payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Giresun payı
Sebzeler, Meyveler ve Mamulleri	30,9	50,8	1,7	132,0	92,3	2,1
Belirli Sanayi Kollarında Kullanılan Makine ve Cihazlar	0,1	0,1	0,0	3,1	2,2	0,2
Değişik Sanayi Kollarında Kullanılan Makine ve Cihazlar	-	-	-	2,3	1,6	0,1
Giyim Eşyası ve Aksesuarları	0,2	0,3	0,0	2,0	1,4	0,0
Çeşitli Mamul Eşya	-	-	-	1,5	1,1	0,0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Giresun payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Giresun payı
Meyve ve sebzelerin toptan ticareti	251.7	23.5	11.7	546.7	17.1	8.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	119,8	11,2	0,5	333.0	10.4	0.5
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	36.1	3.4	0.2	240.7	7.5	0.3
Diğer ağaç ve çalı meyvelerinin ve sert kabuklu meyvelerin yetiştirilmesi	-	-	-	192.9	6.0	63.4
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	38.2	3.6	0.1	192.7	6.0	0.2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2
Sıra	43	47	45	46	49	54

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Rep, Kolza, Hardal Tohumu	0.0	0.0	757,9
Patates, Kuru Baklagil, Kök ve Yumruların Un, Ezme, Flokonları	27.5	54.7	122,9
Meyvelerden Reçel, Jöle, Marmelat vb Müstahzarlar	14.3	82.8	84,7
Meyve ve Yenilen Bitki Konserveleri-Diğer	43.5	38.6	62,5
Cevizler, Sert Kabuklu Meyveler	10.8	16.7	45,8

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	99.7	0.1	0.2	0.0
2005	86.6	0.8	12.6	0.0
2010	91.7	1.3	7.0	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	12	66

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	50
2005	4	53
2010	3	63

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	6	40
2005	5	49
2010	10	39

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	9.7	50

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.3	56

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.1	0.0	0.1
2000-2005	0.4	0.0	0.0
2005-2009	-0.3	0.0	0.1

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	34	21	24
2000-2005	22	27	35
2005-2009	77	58	27

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

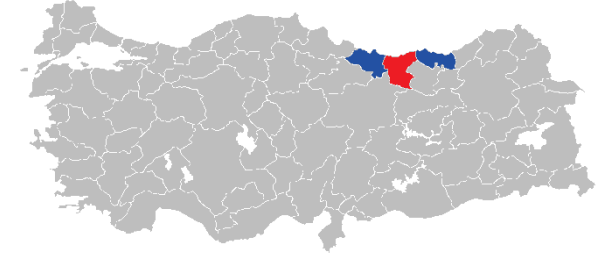
Türkiye’de benzer iller

Ordu, Trabzon

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Giresun’a benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, İngiltere, Hollanda, Danimarka, Kanada

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Giresun’u en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.0	69

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

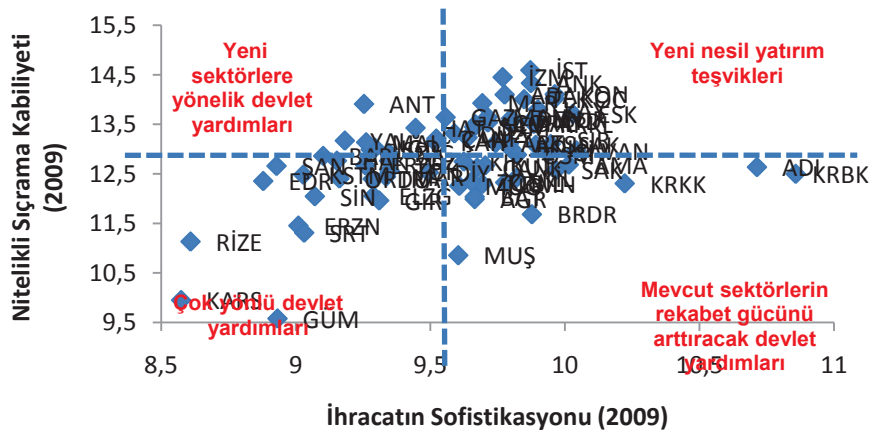
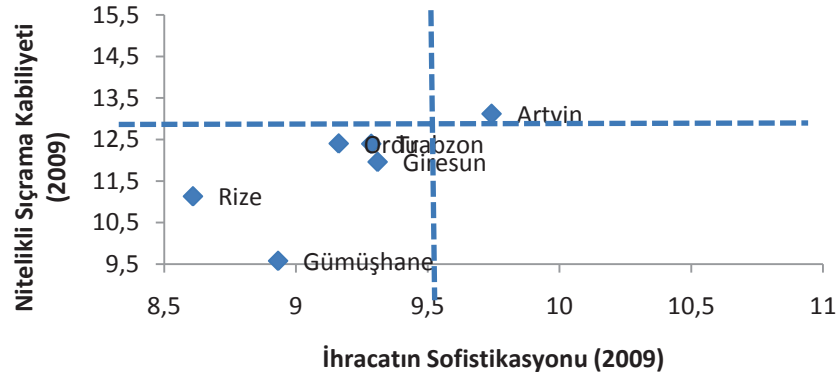
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül	Ağaçtan aletler, alet sapları, süpürge, fırça sapları, kalıplar, askılar	Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil eşyası
--	--	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Kadın/kız çocuk için gecelik ve pijama	Diğer devamsız sentetik lifden dokumalar	Sentetik filement iplikler
--	--	----------------------------

Strateji matrisinde Giresun'un yeri



29

GÜMÜŞHANE

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	0,0	0,0	0,3
Türkiye'deki payı (%)	0,0	0,0	0,0

Harita 1: Türkiye'de Gümüşhane



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	0,0	0,0	0,3
Azerbaycan	0,0	0,0	0,1

Harita 2: Gümüşhane'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Gümüşhane'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Avusturya	0,0	0,0	0,3
Fransa	0,0	0,0	0,2

Harita 3: Gümüşhane'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Gümüşhane payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Gümüşhane payı
Tabii Bal, Şeker, Şekerli Meyveler	0,0	0,0	0,0	0,2	% 55,8	% 0,0
Mobilyalar	0,0	0,0	0,0	0,1	% 22,2	% 0,0
Sebzeler, Meyveler ve Mamulleri	0,0	0,0	0,0	0,1	% 20,1	% 0,0
Mantar ve Ağaç Mamulleri	0,0	0,0	0,0	0,0	% 1,3	% 0,0
Çeşitli Mamul Eşya	0,0	0,0	0,0	0,0	% 0,4	% 0,0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Gümüşhane payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Gümüşhane payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	8	% 6,8	% 0,0	81	% 14,4	% 0,1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	8	% 6,8	% 0,0	70	% 12,5	% 0,1
Kara yolu ile yük taşımacılığı	10	% 8,0	% 0,1	62	% 11,0	% 0,2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	9	%7,4	0,0	46	% 8,1	% 0,1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat, boya ve cam perakende ticareti	6	%5,3	0,1	20	% 3,6	% 0,1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay (%)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sıra	75	78	80	77	77	77

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Sakızlar, Şekerle Kaplanmış Olsun Olmasın	-	-	228,0
Meyvelerden Reçel, Jöle, Marmelat Vb Müstahzarlar	-	-	126,1
Ahşap Diğer Eşya	-	-	106,3
Ağaç Mobilyalar	-	-	50,6
Kağıt, Kartondan Baskılı Etiketler	-	-	4,7

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	-	-	-	-
2005	100,0	0,0	0,0	0,0
2010	77,5	22,5	0,0	0,0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	2	75

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	0	81
2005	2	67
2010	2	72

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	0	81
2005	2	66
2010	2	69

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur, ilde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur,

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	13,50	76

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	8,93	72

İlin pazar payı değişimi unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,00	0,00	0,00
2000-2005	0,00	0,00	0,00
2005-2009	0,00	0,00	0,00

İlin pazar payı değişimi unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	55	36	49
2000-2005	55	43	42
2005-2009	48	36	64

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir, Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur, Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir, Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur,

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler, Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir,

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir, Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir, Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir, Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar,

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

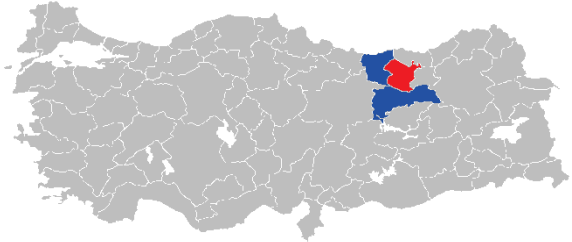
Türkiye’de benzer iller

Erzincan, Giresun

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir,

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Gümüşhane’ye benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Cezayir, Norveç, İngiltere, Danimarka

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir,

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Gümüşhane’yi en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	9,58	76

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir, Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler,

Gelişmesi muhtemel sektörler

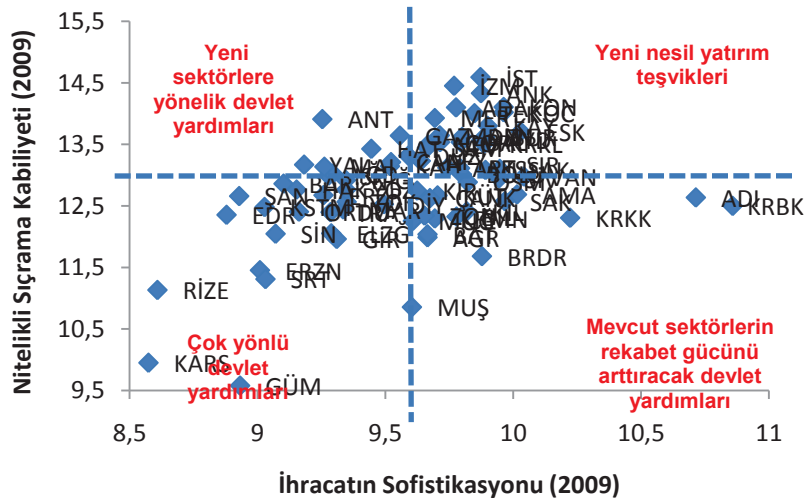
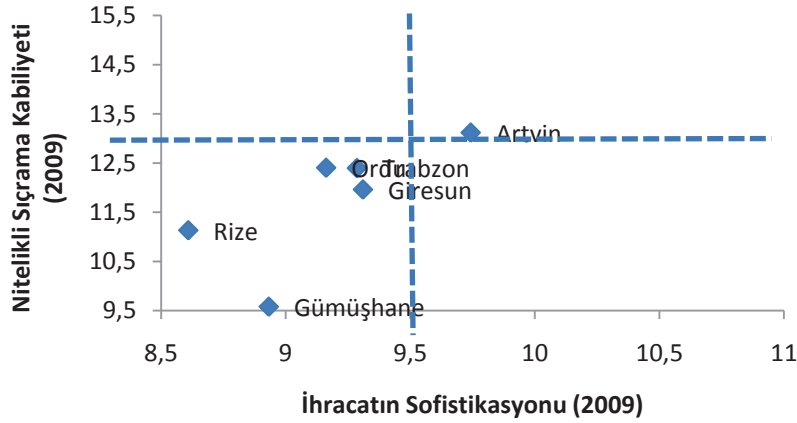
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Sert Kabuklu Meyveler	Reçel, jöle, marmelat, meyve püresi ve pastları	Ananas, kayısı, kiraz, şeftali ve diğer sert kabuklu meyve karışımı konserveleri
-----------------------	---	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Dökme demirden tüpler, borular, içi boş profiller	Kabuklu hayvanlar, yumşakçalar (canlı/taze/soğutul,,/donduru,,/kurutul,,/tuzlan,, vs,)	Balıklar (dondurulmuş)
---	--	------------------------

Strateji matrisinde Gümüşhane'nin yeri



30 HAKKARI

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	4	43	320
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.1	0.3

Harita 1: Türkiye'de Hakkari



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İran	4	41	235
Irak	-	1	18
B.A.E.	-	1	15
Makedonya	-	-	13
Libya	-	-	7

Harita 2: Hakkari'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Hakkari'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
B.A.E.	-	1.0	13.7
Rusya	-	-	1.4
Macaristan	-	-	1.4
Özbekistan	-	-	0.6
Belçika	-	-	0.5

Harita 3: Hakkari'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Hakkari payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Hakkari payı
Demir ve çelik	0.3	6.1	0.0	108.0	33.7	1.1
Tekstil elyafı ve mamulleri	1.0	22.4	0.0	26.9	8.4	0.3
Giyim eşyası ve aksesuarları	0.1	1.3	0.0	19.6	6.1	0.2
Kağıt-karton ve kağıt, karton esaslı mamuller	0.1	1.5	0.0	17.9	5.6	1.5
Altın, altın kaplama gümüş ve adi metal, altın kaplama döküntü ve artığı	-	-	-	15.1	4.7	0.7

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Hakkari payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Hakkari payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	-	-	-	355	30,4	0,5
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	30	35,9	0,1	204	17,5	0,2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	7	8,0	0,0	59	5,1	0,1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	3	3,2	0,0	51	4,4	0,1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat, boya ve cam perakende ticareti	3	3,7	0,0	44	3,8	0,2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1
Sıra	80	80	72	69	66	70

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Cam kırık, döküntü, artıkları; külçe cam, cam bilyalar-ışlenmemiş	3543.7	1074.4	233.7
Yapıştırma kağıt ve kartonlar; filtreler, duvar kağıtları	0.0	61.2	91,7
Kenarına, yüzüne şekil verilmiş iğne yapraklı ağaçlar	0.0	0.0	71,3
Yıkama, temizleme, kurutma, doldurma, paketlenme vb. makinalar	0.0	0.0	35,1
Kenarına, yüzüne şekil verilmiş geniş yapraklı ağaçlar	0.0	73.4	33,5

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	14.8	24.3	27.1	33.8
2005	7.5	55.5	35.6	1.4
2010	7.8	71.6	19.6	1.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	22	43

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	8	33
2005	8	33
2010	15	21

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	1	78
2005	1	77
2010	2	67

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8.4	35

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.2	66

İlin pazar payı değişimi unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.6	1.0	0.1
2000-2005	0.1	0.2	0.1
2005-2009	1.1	0.2	0.2

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	22	6	22
2000-2005	30	9	15
2005-2009	14	11	20

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Artvin, Şirnak, Iğdır

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Hakkari’ye benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Danimarka, Vietnam, Avusturya, İtalya, Hırvatistan

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Hakkari’yi en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.8	41

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

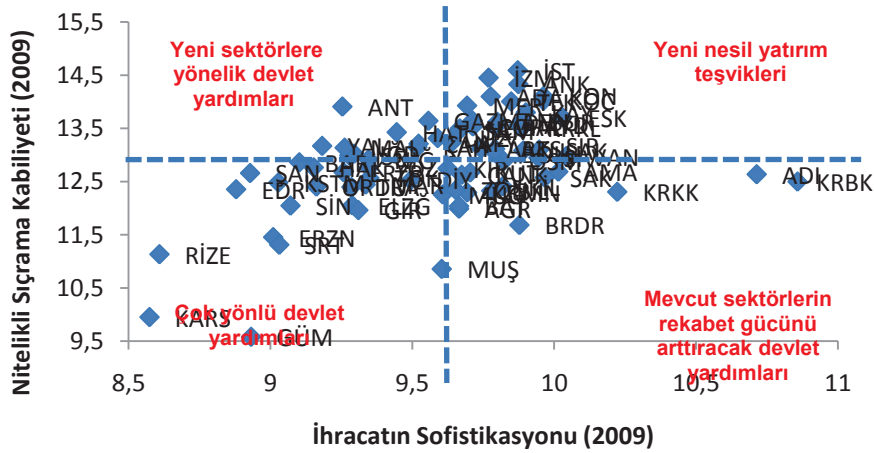
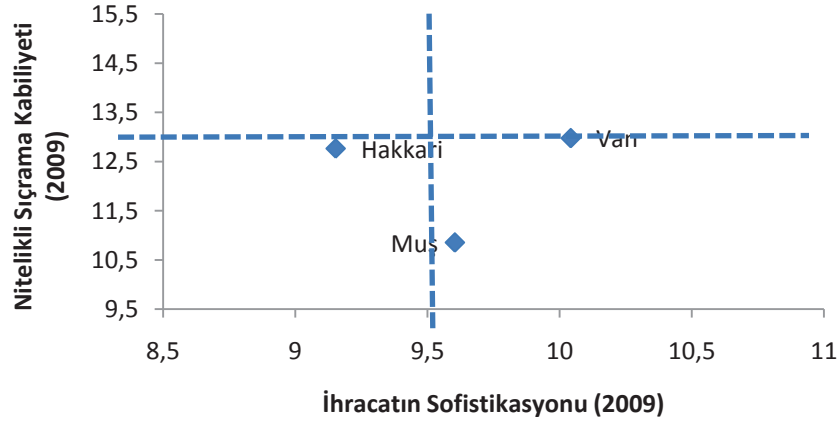
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Plastikten diğer eşyalar	Adi metalden kilit, sürgüler vb eşya	Kayagan taşı, mermer, granit, porfir, bazalt, gre, inşaata elverişli diğer taşlar
--------------------------	--------------------------------------	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları	Pamuk ipliği (dikiş ipliği hariç)	Diğer hububat un, bulgur, irmik ve pellet.
--	-----------------------------------	--

Strateji matrisinde Hakkari'nin yeri



31

HATAY

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	271	745	1.670
Türkiye'deki payı (%)	1.0	1.0	1.5

Harita 1: Türkiye'de Hatay



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Suudi Arabist.	80	111	181
Mısır	5	12	153
Rusya Fed.	16	76	129
Romanya	24	75	120
İtalya	11	10	110

Harita 2: Hatay'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Hatay'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
A.B.D.	76,3	189.0	733.0
Rusya Fed.	33,5	152.0	335.0
Brezilya	4,0	27.5	232.0
İtalya	5,7	30.6	213.0
İngiltere	3,5	17.5	177.0

Harita 3: Hatay'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Hatay'ın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Hatay'ın payı
Demir ve çelik	39,6	14,6	2,1	656.0	39.3	6.4
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	139,0	51,3	7,7	627.0	37.6	10.2
Değişik sanayi kollarında kullanılan makine ve cihazlar	12,1	4,5	2,8	53.8	3.2	1.9
Hububat ve mamulleri	4,7	1,7	1,2	38.6	2.3	2.2
Kara ulaşım araçları	12,3	4,5	0,8	37.1	2.2	0.3

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Hatay'ın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Hatay'ın payı
Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı	1 166.0	14.7	7.9	5 430.0	19.5	14.4
Madenler ve maden cevherlerinin toptan ticareti	591.6	7.4	11.1	3 417.0	12.2	16.9
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	801	10.1	1.8	1 826.0	6.5	2.4
Çelikten tüpler, borular, içi boş profiller ve benzeri bağlantı parçalarının imalatı	385.3	4.8	41.0	1 531.0	5.5	35.1
Diğer yiyecek hizmeti faaliyetleri	7.3	0.1	1.4	1 293.0	4.6	28.4

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.7	1.3	1.3	1.4	1.1	1.4
Sıra	11	10	10	10	11	11

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Muz	0.0	0.0	62.2
Demir cevherinin doğrudan indirgenme ürünleri, granül ve tozlar	0.0	0.0	42.2
Karabuğday, cin ve kum darı, kuşyemi	5.1	55.5	38.7
Tamamen veya yarı değirmenden geçirilmiş pirinç	-	0.2	35.3
Elma-taze	23.3	35.2	32.3

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	19.8	42.8	36.5	0.8
2005	13.4	59.5	26.8	0.4
2010	9.3	74.3	16.2	0.2

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	50	18

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	21	5
2005	18	10
2010	16	17

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	9	23
2005	16	14
2010	19	17

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.8	28

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.4	51

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	1.9	1.5	3.0
2000-2005	0.7	0.0	1.3
2005-2009	1.9	0.4	2.9

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	13	3	3
2000-2005	16	28	5
2005-2009	7	8	3

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

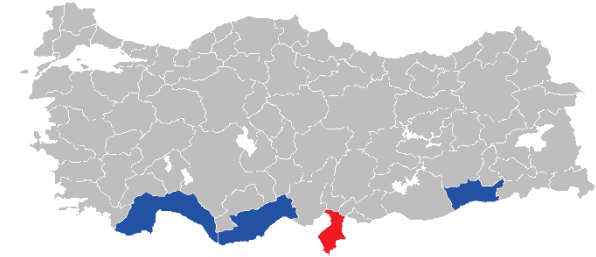
Türkiye’de benzer iller

Mardin, Antalya, Mersin

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Hatay’a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Cezayir, Kazakistan, Mısır, Vietnam, BAE

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Hatay’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.4	22

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

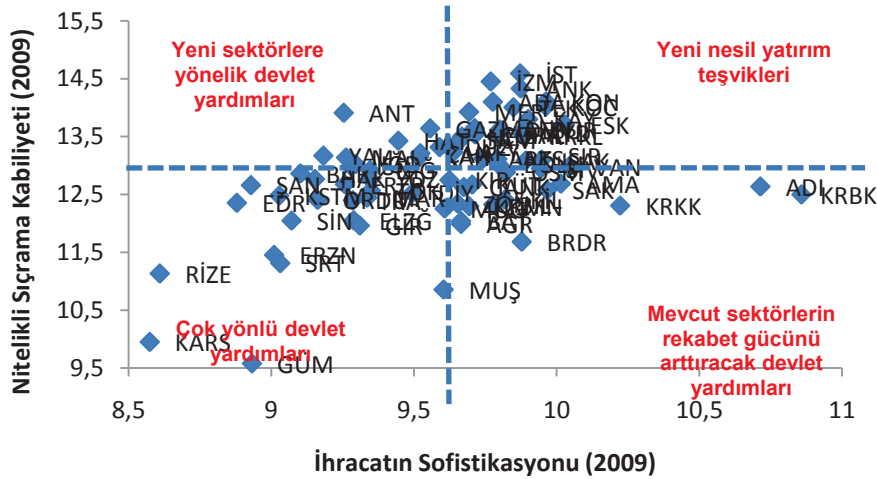
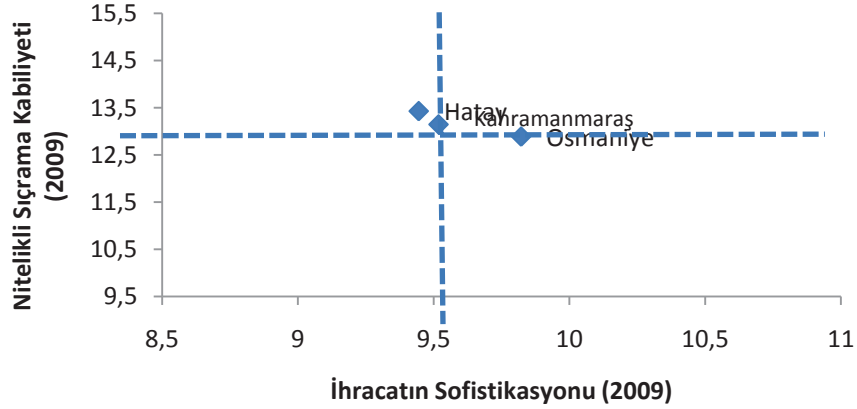
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Her nevi kükürt (süblime, presipite ve koloidal kükürt hariç)	Kauçuktan diğer iç/dış lastikler	Her türlü maddelerden elektrik izaltörleri
---	----------------------------------	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Diğer lokomotif, lokotraktör, tenderler, demiryolu hat bakım ve servis taşıtları	Et, balık, yumuşakça unu, pelletleri	Müstahzar patlayıcı maddeler
--	--------------------------------------	------------------------------

Strateji matrisinde Hatay'ın yeri



32 ISPARTA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	27	68	81
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.1	0.1

Harita 1: Türkiye'de Isparta



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
A.B.D.	5	15	11
Almanya	2	6	10
Fransa	5	8	9
Irak	0	0	4
Portekiz	0	5	4

Harita 2: Isparta'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Isparta'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0.3	1.7	7.1
Almanya	3.0	6.7	5.9
Özbekistan	0.0	0.0	5.7
Hindistan	0.0	0.1	5.3
Rusya	0.0	0.4	2.7

Harita 3: Isparta'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Isparta'nın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Isparta'nın payı
Metal dışı mineral mamuller	5.4	19.8	0.5	20.5	25.3	0.6
Uçucu yağlar, yüzey aktif maddeler, temizlik patları, boyaları	4.0	14.8	1.3	12.2	15.0	1.1
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	1.9	7.1	0.1	11.1	13.7	0.2
Tekstil elyafı ve mamulleri	6.8	24.8	0.2	10.0	12.3	0.1
Balıklar, balık müstahzarları	2.6	9.5	2.9	8.4	10.4	2.5

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Isparta payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Isparta'nın payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticareti	139.6	9.0	0.6	328.3	9.2	0.5
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	97.9	6.3	0.5	265.3	7.4	0.4
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat, boya ve cam perakende ticareti	71.1	4.6	0.8	201.1	5.6	0.8
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	67.8	4.4	0.2	196.9	5.5	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	87.8	5.7	0.4	171.6	4.8	0.3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Sıra	40	39	43	43	45	47

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Uçucu yağlar, rezinoitler, konsantreleri, çözeltileri	475.3	701.4	955.5
Jüt ve bitki iç kabuğu kıtık, döküntüleri	0.0	0.0	578.9
Dondurulmuş balık filetosu	284.9	326.6	376.5
Yün, hayvan kıllarının topsu, karde edilmiş	0.0	0.0	284.7
Dc motorları; dc jeneratörleri-diğer	0.0	0.0	162.4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	46.4	52.3	0.8	0.5
2005	53.1	46.4	0.5	0.0
2010	59.5	22.0	11.9	6.6

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	31	31

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	9	27
2005	8	39
2010	8	37

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	8	29
2005	9	35
2010	16	19

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8.5	38

İhracatta sofistیکasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.3	60

İlin pazar payı değışimi unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.1	0.0	-0.1
2000-2005	0.3	-0.1	-0.1
2005-2009	-0.1	0.0	0.0

İlin pazar payı değışimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	30	47	74
2000-2005	25	66	71
2005-2009	74	29	70

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değeri yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değeri düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değışimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değışimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değışimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

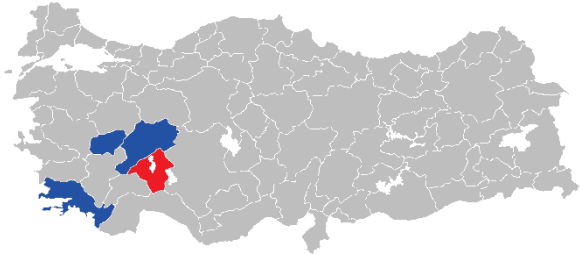
Türkiye’de benzer iller

Muğla, Afyon, Uşak

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Isparta’ya benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

İngiltere, Belçika, BAE, Hong Kong, İsrail

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Isparta’yı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.0	35

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

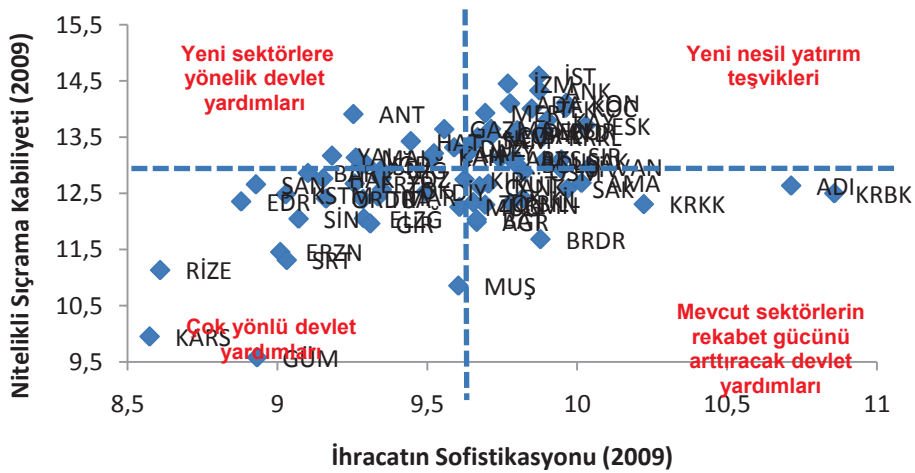
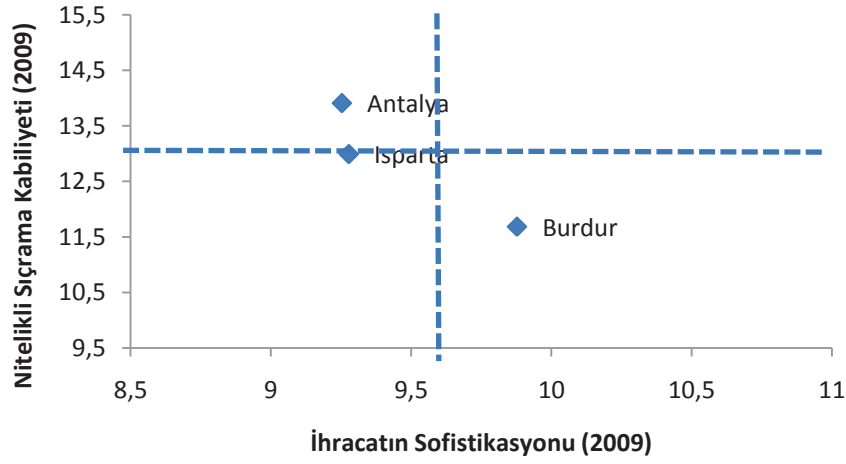
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Seramikten sofraya ve mutfak eşyası, diğer ev ve tuvalet eşyası	Silisli fosil unlarından vb. silisli topraklardan eşya ve ateşe dayanıklı eşya	Tabii taşlardan kaldırım, döşeme ve inşaat elverişli işlenmiş taşlar
---	--	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Motorsuz bisikletler (üç tekerlekli dahil)	Özellikle örgü için kullanılan türdeki bitkisel maddeler	Kısa mesafe eşya taşıyan taşıtların aksam ve parçaları
--	--	--

Strateji matrisinde Isparta'nın yeri



33 İÇEL

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	226	596	1,093
Türkiye'deki payı (%)	0.82	0.81	0.96

Harita 1: Türkiye'de Mersin



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	77	241
Rusya	7	36	92
Almanya	30	62	73
KKTC	8	43	54
Mısır	10	13	47

Harita 2: Mersin'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Mersin'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya	7.5	8.2	225
Kanada	38	18	119
Çin	9.7	39	93
ABD	25	44	53
Hindistan	2.7	9	39

Harita 3: Mersin'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Mersin payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Mersin payı
Sebze, meyve ve mamulleri	106	% 46.9	% 5.9	584	% 53.4	% 9.5
Metallerden nihai ürünler	0.8	%0.3	%0.1	70	% 6.5	% 1.6
Sınai makine ve cihazlar	9	% 3.9	% 2.7	50	% 4.6	% 2.6
Tütün ve mamulleri	0	%0.0	%0.0	44	% 4.0	% 6.3
Hububat ve mamulleri	2.4	%1.1	%0.6	39	% 3.6	% 2.1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyonTL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Mersin payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Mersin payı
Başka yerde sınıflandırılmamış kara taşımacılığı ile yapılan diğer yolcu taşımacılığı	89	%1.2	%2.0	9618	%31.0	%47.4
Katı, sıvı ve gazlı yakıtlar ile bunlarla ilgili ürünlerin toptan ticareti	243	%3.3	%2.1	1940	%6.3	%6.5
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	676	%9.1	%1.5	1822	%5.9	%2.4
Tahıl, işlenmemiş tütün, tohum ve hayvan yemi toptan ticareti	583	%7.8	%13.9	1473	%4.8	%11.0
Karayolu ile yük taşımacılığı	426	%5.7	%3.7	1212	%3.9	%3.4

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.7	1.1	1.1	1.2	0.9	1.6
Sıra	13	14	14	12	14	9

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Linyit	116.9	1.0	57.5
Kuru baklagil	52.7	76.2	57.0
Örgü içi kullanılan bitkisel maddeler	37.0	42.6	54.9
Deniz otları, algler, bitkisel özler	36.6	72.0	52.6
Hububat sapları ve kavuzları	22.8	96.2	50.0

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	28.4	18.8	49.8	2.9
2005	35.9	27.3	35.3	1.4
2010	42.8	36.2	20.2	0.7

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	89	6

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	13	17
2005	18	12
2010	16	16

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	18	5
2005	20	5
2010	14	24

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8.07	34

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.69	35

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.12	0.27	1.08
2000-2005	0.35	0.08	0.25
2005-2009	0.30	0.56	1.41

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	75	11	6
2000-2005	24	13	10
2005-2009	24	25	9

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Hatay, Adana, Antalya

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 3: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Mersin'e benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Cezayir, Danimarka, S. Arabistan, İngiltere

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 4: Dünyada ithalat yapısı açısından Mersin'i en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.93	8

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

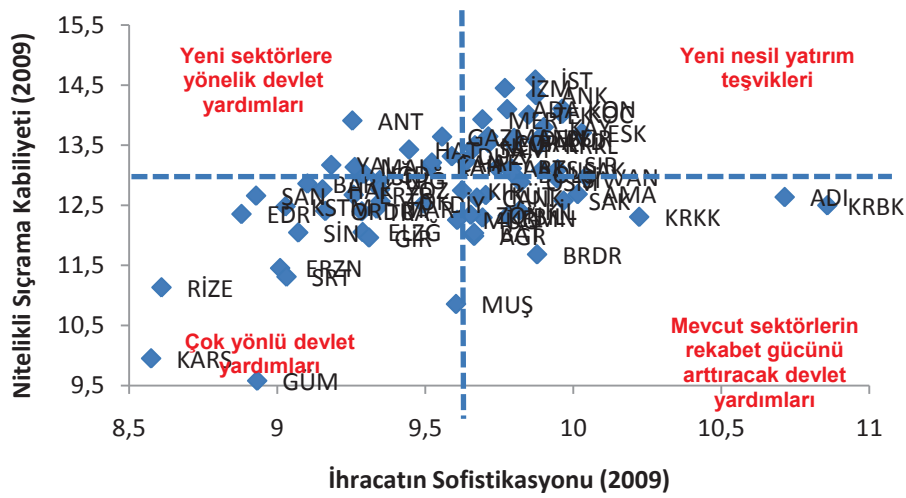
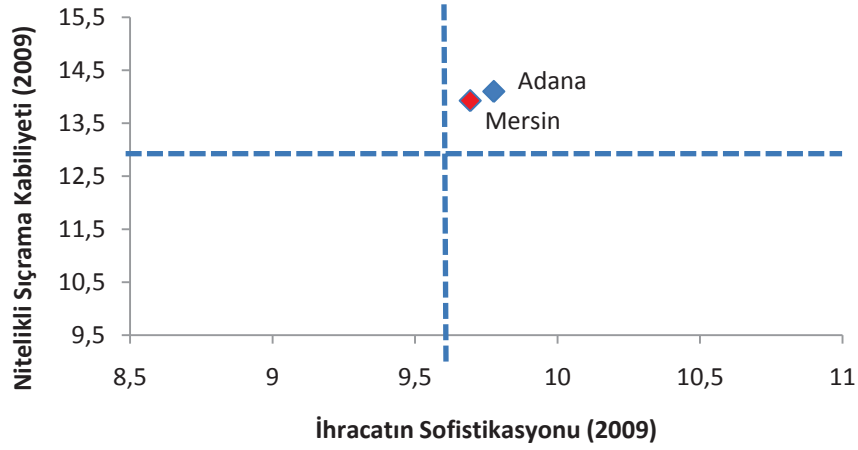
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Somyalar, yataklar, uyku tulumları vs.	Plastikten diğer eşyalar.	Pencere, kapı vb.kasaları, çerçevesi; ağaçtan
--	---------------------------	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Sıvı dielektrik ve diğer transformatörler	Pompa, sıvı elevatörlere ait aksam ve parçalar	Dokunmamış mensucat (emdirilmiş, sıvanmış olsun olmasın)
---	--	--

Strateji matrisinde Mersin'in yeri



34 İSTANBUL

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	16.000	40.900	59.600
Türkiye'deki payı (%)	58.12	55.69	52.30

Harita 1: Türkiye'de İstanbul



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	3.060	5.780	6.300
İngiltere	1.300	4.290	4.980
Fransa	815	1.890	2.800
İtalya	903	2.360	2.660
BAE	171	1.170	2.470

Harita 2: İstanbul'un başlıca ihracat pazarları, 2010



İstanbul'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	946	5.400	13.200
Almanya	4.740	9.060	12.000
Rusya	1.390	4.470	8.690
ABD	1.890	3.050	6.460
İtalya	2.730	4.760	5.880

Harita 3: İstanbul'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000		Türkiye'nin sektördeki ihracatında İstanbul'un payı	2010		Türkiye'nin sektördeki ihracatında İstanbul'un payı
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı		İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	
Giyim eşyası ve aksesuarları	4870	30.3	74.4	10400	17.4	81.2
Demir ve çelik	1520	9.5	81.9	6910	11.6	67.5
Elektrikli makina ve cihazlar	716	4.5	60.3	5320	8.9	72.5
Kara ulaşım araçları	414	2.6	27.3	4230	7.1	31.3
Tekstil elyafı ve mamulleri	1860	11.6	50.5	3840	6.4	42.8

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında İstanbul'un payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında İstanbul'un payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	33420	4.6	74.2	51310	5.6	68.7
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	5549	0.8	30.6	33600	3.6	46.6
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	9391	1.3	41.6	33540	3.6	49.1
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	8153	1.1	26.2	32790	3.6	33.1
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	9347	1.3	38.0	27020	2.9	44.2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	67.0	50.8	50.0	46.6	52.0	46.2
Sıra	1	1	1	1	1	1

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Bakır matları	1.7	1.8	1.9
Sodyum nitrat	0.0	0.0	1.9
Mavi damarlı peynirler	0.0	1.8	1.9
Sıvılaştırılmış propan gazı	0.8	0.0	1.9
Çözünür kimyasal odun hamuru	0.0	0.0	1.9

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	12.2	58.4	18.2	11.2
2005	10.2	50.1	29.7	10.0
2010	14.7	45.9	33.2	6.2

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	332	1

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	60	1
2005	52	1
2010	78	1

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	15	10
2005	20	6
2010	28	3

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İilde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	4.3	1

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.9	19

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	116.0	8.4	15.0
2000-2005	116.1	2.3	9.4
2005-2009	14.0	28.1	11.4

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	1	1	1
2000-2005	1	3	1
2005-2009	2	1	1

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

İzmir, Ankara, Bursa

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından İstanbul'a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

BAE, Danimarka, Avusturya, Romanya, Slovenya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından İstanbul'u en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	14.6	1

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

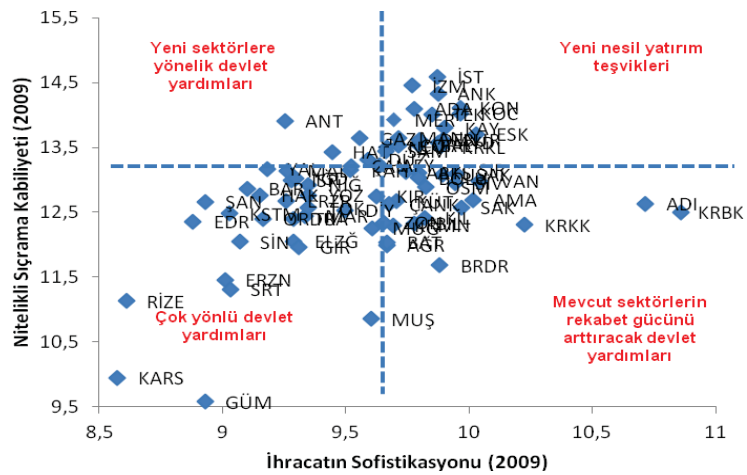
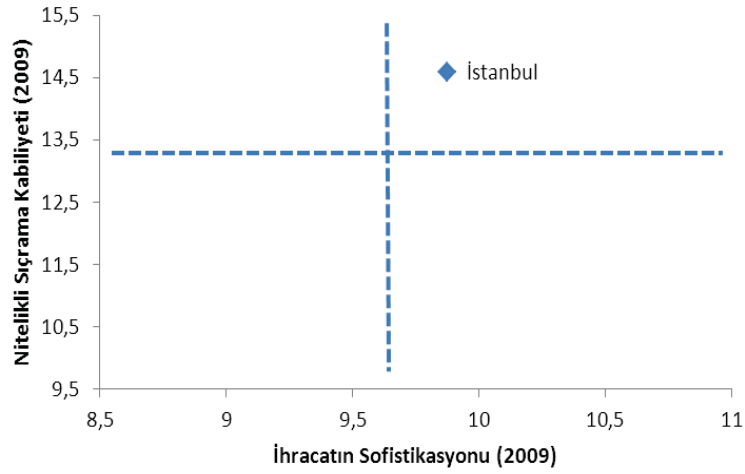
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Poliasetal, diğer polieterler (ilk şekilde)	Sertleştirilmemiş vulkanize kauçuktan diğer eşya	Kara taşıtları için aksam-parçaları
---	--	-------------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Glikozitler ve veterinerlikte kullanılan aşılarda	Uçaklar ve diğer hava taşıtları (Boş Ağırlık < 2.000 kg)	Planör, balon, hava taşıtlarını fırlatma, iniş tertibatı aksam ve parçaları
---	--	---

Strateji matrisinde İstanbul'un yeri



35

İZMİR

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	3.010	4.630	6.820
Türkiye'deki payı (%)	10.9	6.3	6.0

Harita 1: Türkiye'de İzmir



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	642	547	902
ABD	417	511	440
İngiltere	249	314	412
İtalya	144	347	394
Fransa	163	246	348

Harita 2: İzmir'in başlıca ihracat pazarları, 2010



İzmir'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	384	705	891
Rusya	70	358	612
ABD	276	248	564
Çin	53	246	559
İtalya	256	461	532

Harita 3: İzmir'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında İzmir'in payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında İzmir'in payı
Giyim eşyası ve aksesuarları	982	32.6	15.0	984	14.4	7.7
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	375	12.5	20.8	752	11.0	12.2
Demir ve çelik	113	3.7	6.1	472	6.9	4.6
Kara ulaşım araçları	92,7	3.1	6.1	461	6.8	3.4
Tütün ve mamulleri	348	11.5	70.9	459	6.7	65.9

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında İzmir'in payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında İzmir'in payı
Tütün ürünleri imalatı	5063	8.7	99.9	8670	7.8	63.8
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	1326	2.3	5.9	4172	3.7	6.1
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	1924	3.3	4.3	3630	3.3	4.9
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	1241	2.1	4.0	3600	3.2	3.6
Birincil formda plastik hammaddelerin imalatı	1780	3.1	38.1	3576	3.2	33.5

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	5.3	6.6	6.4	5.4	4.6	5.6
Sıra	2	3	3	4	5	4

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Tuzlanmış ringa, morina, hamsi ve diğer balıklar	0.4	0.0	16.7
Kavrulmamış demir piritleri	0.0	0.0	16.7
Sıvılaştırılmış etilen, propilen, bütülen-bütadien gazları	9.2	15.9	16.7
Asiklik hidrokarbonlar	9.0	15.8	16.6
Pamuk tohumu yağı ve fraksiyonları	9.1	15.7	16.4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	19.3	65.7	13.9	1.0
2005	23.3	49.9	25.9	0.8
2010	24.0	43.0	31.6	1.4

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	193	2

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	36	3
2005	43	3
2010	63	2

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	12	13
2005	19	9
2010	24	6

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İfade var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	5.9	5

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.8	29

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-5.3	1.1	0.6
2000-2005	-8.6	2.4	-0.8
2005-2009	4.0	-0,5	1.8

İlin pazar payı değişimin unsurları (ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	81	5	10
2000-2005	80	2	80
2005-2009	6	78	6

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Ankara, İstanbul

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından İzmir’e benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Danimarka, Slovenya, Cezayir, BAE, İtalya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından İzmir’i en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	14.5	2

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

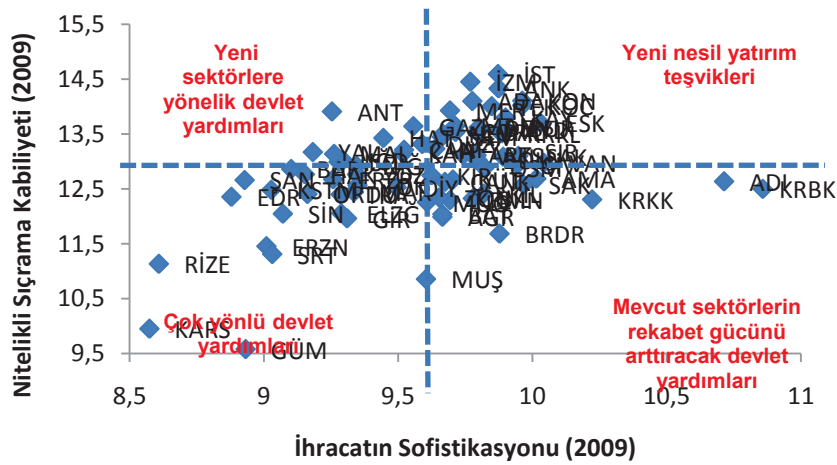
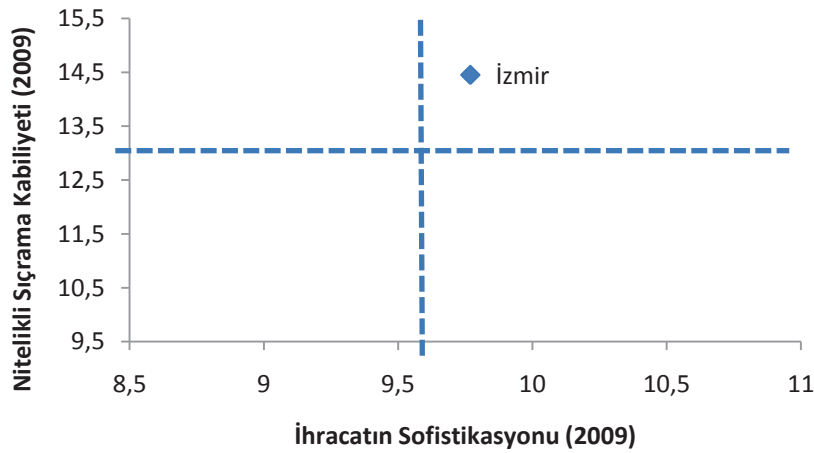
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Demir/çelikten çapalar, filika demirleri vb. aksam; demir/çelik telden eşya	Spor, kayak ve diğer giyim eşyası(örülmüş)	Makina, mekanik cihazların aksam-parçaları-diğer
---	--	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Diğer römork-yarı römork, taşıtlar vb. aksam parçaları	Diğer lokomotif, lokotraktör, tenderler, demiryolu hat bakım ve servis taşıtları	Metal işleme torna tezgâhları
--	--	-------------------------------

Strateji matrisinde İzmir'in yeri



36 KARS

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	1	3	0
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.0	0.0

Harita 1: Türkiye'de Kars



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İngiltere	0	0	0
Suriye	0	0	0
Gürcistan	0	0	0
Bulgaristan	0	0	0
Surinam	0	0	0

Harita 2: Kars'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Kars'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Uruguay	0.0	0.0	1.1
Polonya	0.0	0.0	0.7
Macaristan	0.0	0.0	0.7
Avusturya	0.1	0.1	0.3
Almanya	0.4	0.5	0.2

Harita 3: Kars'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kars'ın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kars'ın payı
Mesleki, ilmi cihazlar, kontrol alet ve cihazları	0.0	0.0	0.0	0.1	49.9	0.0
Demir dışı metaller, mamulleri	0.0	0.0	0.0	0.0	33.8	0.0
Metal dışı mineral mamuller	0.4	25.4	0.0	0.0	15.8	0.0
Değişik sanayi kollarında kullanılan makine ve cihazlar	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0
Kauçuk ve mamulleri	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kars'ın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kars'ın payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	46	12.3	0.3	127	11.4	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	29	7.9	0.1	102	9.1	0.1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalardaki içeceklerin perakende ticareti	24	6.5	0.9	93	8.4	1.2
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	27	7.3	0.1	61	5.5	0.1
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	19	5.2	0.1	58	5.2	0.1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Sıra	65	68	67	72	70	72

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Fiziksel ve kimyasal analiz için alet ve cihazlar	0.0	0.0	5041.4
Bakırdan ince ve kalın borular, boru bağlantı parçaları	0.0	69.7	418.1
Çimento	2.6	128	15,9
Diğer muslukçu eşyası	0.0	0.0	2.7
Suni filament iplikleri, monofilamentler	0.0	0.0	0.0

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	81.6	8.9	1.3	8.1
2005	97.1	0.8	2.1	0.0
2010	49.8	0.0	0.0	50.2

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	1	76

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	55
2005	1	80
2010	3	71

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	3	60
2005	2	65
2010	3	63

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	11	64

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	8.6	76

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	0.0
2000-2005	0.0	0.0	0.0
2005-2009	0.0	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	56	37	50
2000-2005	62	32	32
2005-2009	58	51	54

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Ardahan, Muş

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Kars'a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Belçika, Slovenya, BAE, İsrail, İngiltere

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Kars'ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	10	75

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

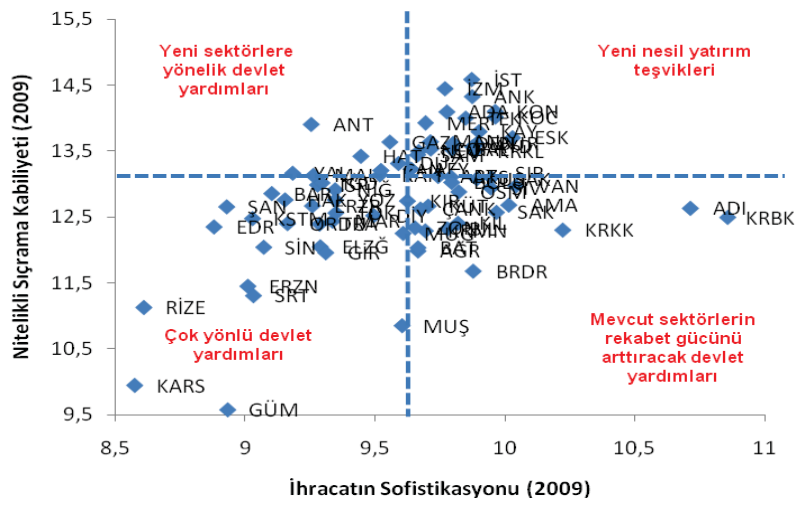
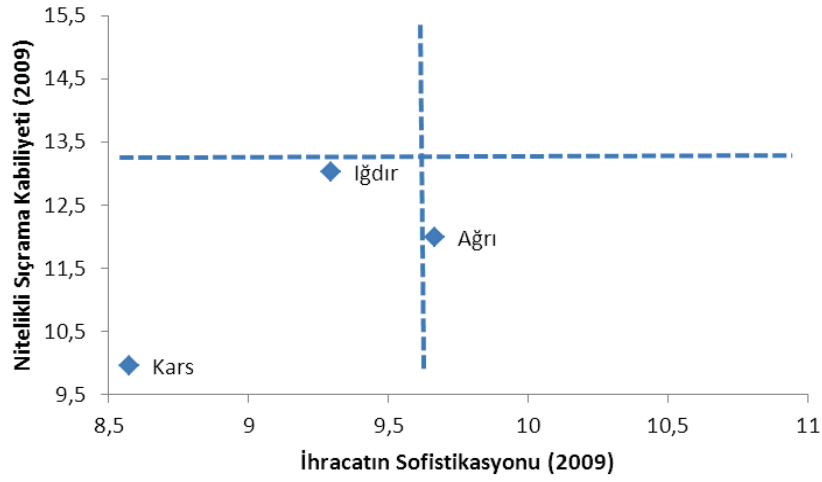
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Somiyalar, yataklar, uyku tulumları vs.	Palanga, vinçler (kara nakil vasıtası kaldırın hariç)	Kadın/kız çocuk için etek ve pantolon etek
---	---	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Bitkisel katı ve sıvı yağlar vb. fraksiyonları	Kakao içermeyen şeker mamulleri	Sülfütlü kimyasal odun hamuru
--	---------------------------------	-------------------------------

Strateji matrisinde Kars'ın yeri



37

KASTAMONU

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	14	54	26
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.1	0.0

Harita 1: Türkiye'de Kastamonu



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İtalya	0	2	6
Almanya	2	3	3
Rusya	0	0	3
İngiltere	4	10	2
Fransa	0	1	2

Harita 2: Kastamonu'nun başlıca ihracat pazarları, 2010



Kastamonu'nun başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
İtalya	3.1	11.3	20
Çin	0.0	3.1	10.5
Almanya	2.8	3.8	5.9
İsveç	0.2	0.3	4.7
Kamerun	1.6	0.9	4.2

Harita 3: Kastamonu'nun başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Mersin'in payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Mersin'in payı
Giyim eşyası ve aksesuarları	9.7	70.9	0.1	18.6	70.8	0.1
Mineral maddeler, gübre hammaddeleri	0.0	0.0	0.0	2.2	8.4	0.2
Metal cevherleri, kırıntı, döküntü, hurdaları	3.9	28.3	2.1	2.1	7.8	0.1
Mesleki, ilmi cihazlar, kontrol alet ve cihazları	0.0	0.0	0.0	1.8	6.9	0.6
Belirli sanayi kollarında kullanılan makine ve cihazlar	0.0	0.0	0.0	0.6	2.1	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Mersin'in payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Mersin'in payı
Ahşap kaplama paneli ve ağaç esaslı panel imalatı	0.0	0.0	0.0	1104	29.4	51.2
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	10	3.9	0.1	214	5.7	0.3
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	24	9.1	0.1	195	5.2	0.3
Diğer kredi verme faaliyetleri	0	0.2	0.1	144	3.8	4.0
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda giyim eşyalarının perakende ticareti	2	0.7	0.0	125	3.3	0.8

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Sıra	70	64	57	52	52	46

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Erkek için takım elbiseler, mesleki kıyafetler	121.3	86.3	306.9
Hassas teraziler, maddelerin özelliklerini ölçen aletler	0.0	67	279.0
Dokumaya elverişli maddelerden erkek için ceketler, blazerler	218.9	69.4	219.3
Sadece ağaç yapraklarından kontrplaklar	0.0	15.9	65.5
Kazık, kar makineleri, hareketli sondaj makineleri, yol makineleri	0.0	0.0	46.6

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	32.3	52.2	15.5	0.0
2005	96.1	1.8	0.4	1.8
2010	7.8	26.9	16.9	48.4

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	19	51

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	59
2005	2	68
2010	5	47

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	4	54
2005	6	45
2010	10	34

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.3	20

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.0	70

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.04	-0.18	0.53
2000-2005	0.04	-0.00	-0.01
2005-2009	0.05	0.06	0.00

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	72	66	13
2000-2005	38	56	64
2005-2009	39	16	56

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

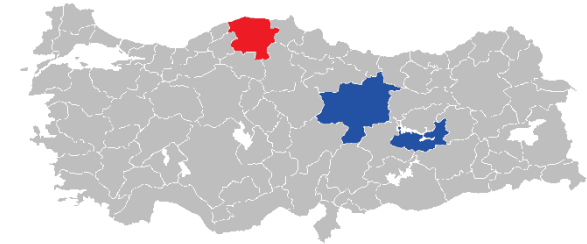
Türkiye’de benzer iller

Elazığ, Sivas

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Kastamonu’ya benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Norveç, Çin, Japonya, Finlandiya, Bulgaristan

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Kastamonu’yu en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.5	54

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

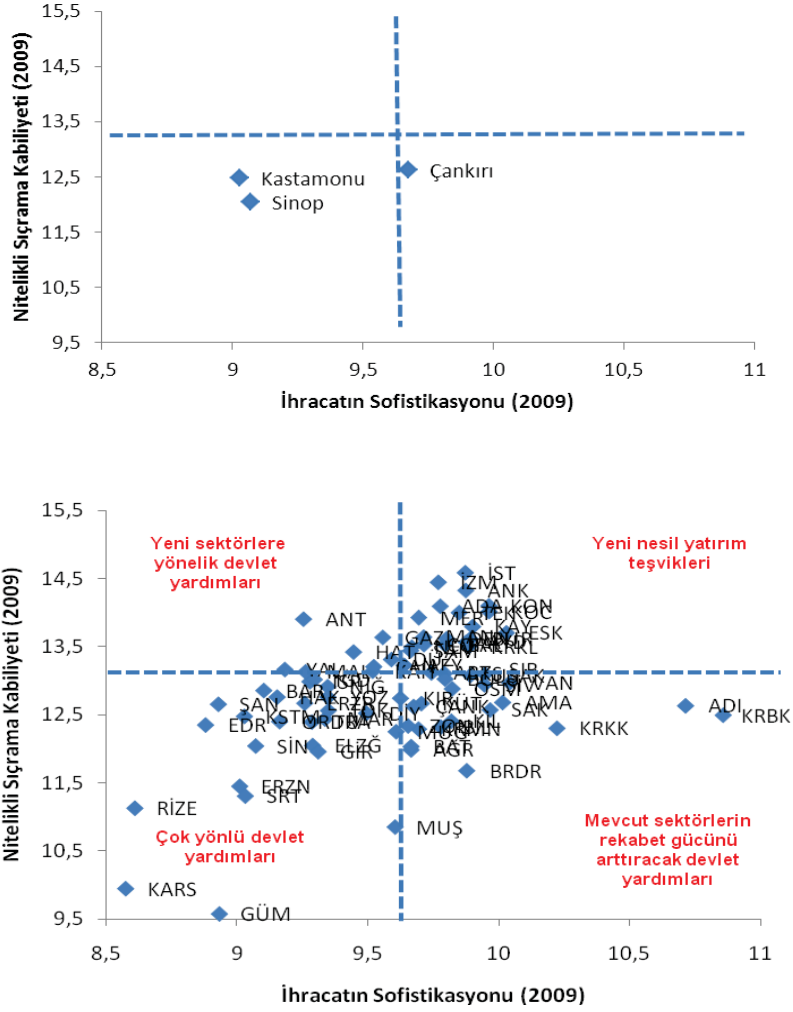
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Toprak, taş, cevher vb. ayıran, yıkayan, makineler ile bunların parçaları	Pompa, sıvı elevatörlere ait aksam, parçalar	Vantilatörler, aspiratörler
---	--	-----------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Sert Kabuklu meyveler	Buğday ve mahlut unu, bulgur, ırmik ve pellet	Kavuz içinde ve kavuzundan çıkarılmış pirinç
-----------------------	---	--

Strateji matrisinde Kastamonu'nun yeri



38 KAYSERİ

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	255	700	1.140
Türkiye'deki payı (%)	0,9	1,0	1,0

Harita 1: Türkiye'de Kayseri



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	52	147
Almanya	24	54	67
İtalya	13	45	55
ABD	23	80	54
Belçika	19	11	47

Harita 2: Kayseri'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Kayseri'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya	22.2	123	278
Çin	5.8	48.1	109
Özbekistan	5.6	20.3	101
İran	3.0	5.1	91.3
Almanya	62.8	114	90.6

Harita 3: Kayseri'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kayseri'nin payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kayseri'nin payı
Mobilyalar	35.1	13.7	20.1	259	22.6	18.6
Tekstil elyafı ve mamulleri	109	42.7	3.0	256	22.4	2.9
Elektrikli makine ve cihazlar	43.7	17.1	3.7	163	14.3	2.2
Metallerden nihai ürünler	15.5	6.1	2.5	140	12.2	3.1
Demir ve çelik	19.3	7.6	1.0	71	6.2	0.7

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005		2010		Türkiye'nin toplam satışında Kayseri'nin payı	Türkiye'nin toplam satışında Kayseri'nin payı
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı		
Büro ve mağaza mobilyaları imalatı	791	10.4	1698	7.5	25.2	23
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	353	4.6	1242	5.5	1.1	1.3
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	317	4.1	952	4.2	1.8	1.3
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	367	4.8	797	3.5	1.6	1.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	379	5.0	781	3.4	1.5	1.3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.7	1.1	1.3	1.1	1.0	1.1
Sıra	12	13	13	14	12	13

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Tabii Kauçuk Lateksi-Prevülkanize Olsun Olmasın	0	0	47.0
Dolgu Maddeleri İle Dikerek Elde Edilen Kapitoneli Mamuller	0	0	36.3
Keçeler	27.8	28.3	35.5
Ekmekçi Mamulleri Yapımında Kullanılan Karışım Ve Hamurlar	21.9	31.1	31.3

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	4.5	73.6	21.6	0.3
2005	4.0	73.3	22.5	0.3
2010	7.5	65.1	27.2	0.2

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	75	10

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	12	19
2005	19	7
2010	25	8

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	22	3
2005	23	3
2010	25	5

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İilde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.8	27

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.9	12

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	1.8	-0.7	0.2
2000-2005	2.0	-0.2	-0.15
2005-2009	0.1	-0.5	1.05

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	15	76	19
2000-2005	8	76	74
2005-2009	30	79	10

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Tekirdağ, Denizli

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Kayseri'ye benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Vietnam, Romanya, Malezya, Hong Kong, Filipinler

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Kayseri'yi en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.8	10

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

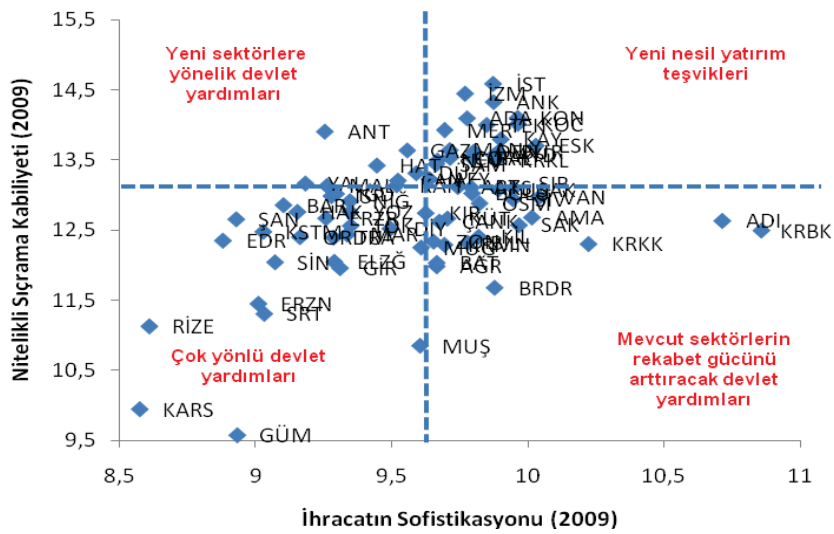
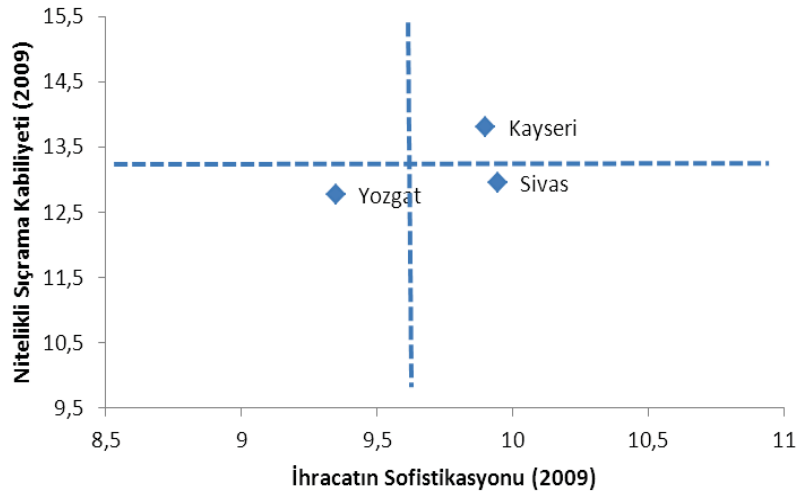
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Vantilatörler, aspiratörler
Demir/çelikten inşaat aksamı, prefabrik yapılar
Buhar üreten kazanlar

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Demiryolu, tramvay hatlarına ait tertibat ve taşıtların aksam-parçaları
Sentetik ve suni liflerden atkı iplik, peluş ve kadifeler
Benzinli ve dizel motorlar için aksam ve parçalar

Strateji matrisinde Kayseri'nin yeri



39

KIRKLARELİ

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	60	90	74
Türkiye'deki payı (%)	0.22	0.12	0.07

Harita 1: Türkiye'de Kırklareli



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İspanya	0	1	9
Çin	0	0	9
Ukrayna	2	4	7
Bulgaristan	0	1	6
Fransa	9	19	5

Harita 2: Kırklareli'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Kırklareli'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Bulgaristan	1.1	37.2	17.7
Ukrayna	0	0	6.6
Finlandiya	0	0	5.5
Avusturya	1.5	4.9	5.0
Çin	0.1	5.1	3.5

Harita 3: Kırklareli'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin ihracatında Kırklareli payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin ihracatında Kırklareli payı
Tekstil lifleri	1.1	19.0	5.8	20	26.9	3.5
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	0.8	0.1	0.0	16.7	22.5	0.3
Giyim eşyası ve aksesuarları	24.7	41.4	0.4	15.7	21.1	0.1
Hububat ve mamulleri	0.4	0.1	0.0	9.5	12.9	0.5
Tabii bal, şeker, şekerli meyvalar	0.7	1.2	0.3	2.6	3.5	0.7

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kırklareli payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kırklareli payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	119	10.7	0.5	370	9.8	0.5
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	59	5.3	0.3	263	6.9	0.4
İçecek toptan ticareti	0	0.0	0.0	211	5.6	2.7
Çiftlik hayvanları için hazır yem imalatı	5.2	0.5	0.5	167	4.4	5.4
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	34	3.1	0.1	149	3.9	0.2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Sıra	42	45	42	38	38	44

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Pamuk (karde edilmemiş, penyelenmemiş)	146.5	230.5	286.7
Pamuk döküntüleri-iplik döküntüleri dahil	0.2	3.0	172.8
Kesici ağızlı bıçaklar	18.6	71.6	108.6
Vatkadan mamuller, örme fitiller, mensucattan teknik eşya	0.0	0.0	53.4
Diğer sebzeler-taze, soğutulmuş	0.4	5.8	34.7

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	30.1	56.1	13.3	0.5
2005	33.0	56.7	10.3	0.1
2010	42.9	50.1	6.4	0.6

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	46	21

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	7	36
2005	8	35
2010	11	29

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	13	12
2005	12	21
2010	16	20

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8.4	36

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.9	15

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.2	0.0	0.0
2000-2005	-0.1	-0.1	0.0
2005-2009	-0.1	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	77	59	72
2000-2005	74	68	56
2005-2009	75	24	69

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Edirne, Uşak

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Kırklareli’ye benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, İngiltere, Pakistan, Hong Kong, Kolombiya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Kırklareli’yi en tamamlayıcı ülkelere



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.5	19

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

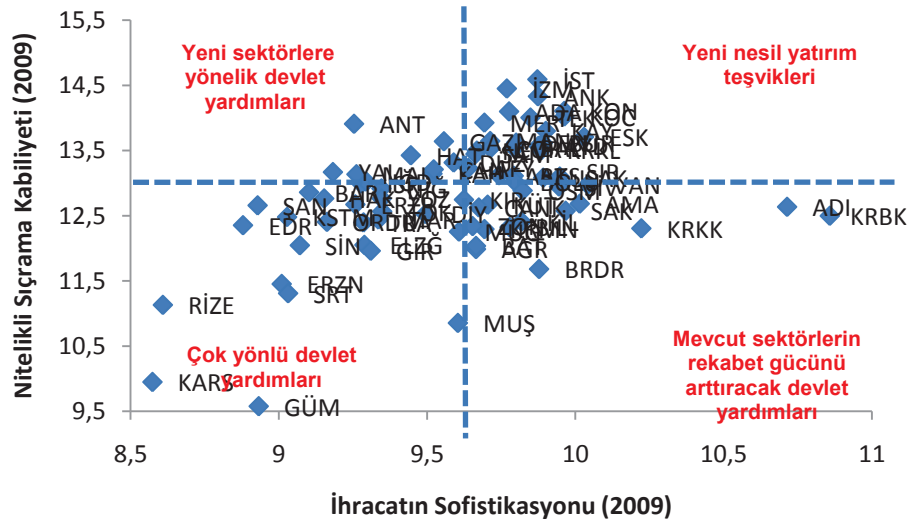
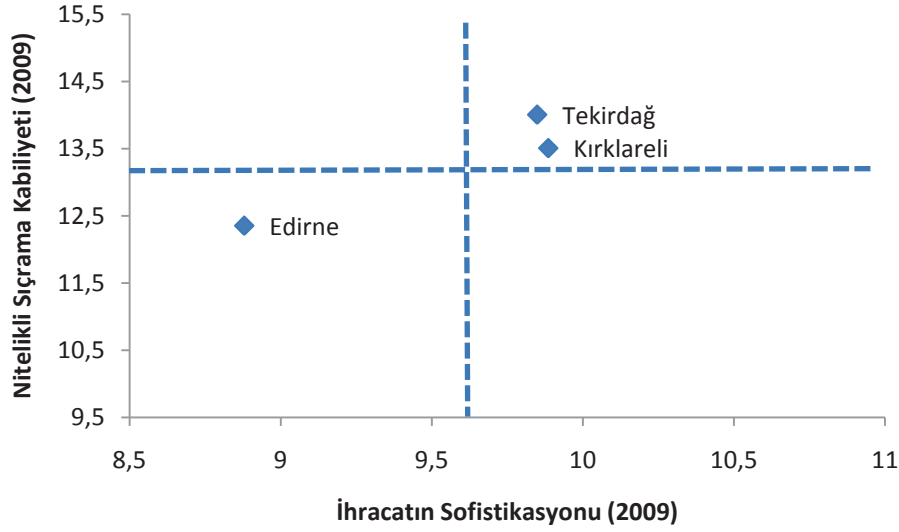
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	Sentetik filement iplikler	Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil eşyası
---	----------------------------	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Yün, ince kaba hayvan kılırları (karde edilmiş/taranmış)	Diğer turuncgiller (taze/soğutulmuş)	Selüloz eterleri (ilk şekilde), selüloz kimyasal türevi, vulkanize fiberden levha, folye film
--	--------------------------------------	---

Strateji matrisinde Kırklareli'nin yeri



40 KIRŞEHİR

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	9	24	144
Türkiye'deki payı (%)	0.03	0.03	0.13

Harita 1: Türkiye'de Kırşehir



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	2	10
Mısır	0	0	9
Almanya	1	3	9
İspanya	0	0	9
Romanya	0	1	9

Harita 2: Kırşehir'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Kırşehir'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Güney Kore	0.5	3.6	44.2
Malezya	3.1	6.2	24.1
Mısır	0.1	0.5	16.5
Çin	0.2	0.6	14.9
Endonezya	0	0.1	10.5

Harita 3: Kırşehir'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000		2010			
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kırşehir payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kırşehir payı
Kauçuk ve mamulleri	3.9	2.2	0.0	116	80.7	6.3
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	0.7	0.4	0.0	9.5	6.6	0.2
Giyim eşyası ve aksesuarları	0.2	9.3	0.0	7.8	5.4	0.1
Metallerden nihai ürünler	0	0.0	0.0	4	2.8	0.1
Süt ürünleri, yumurta, dondurma	0	0.0	0.0	2.4	1.7	0.8

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kırşehir payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kırşehir payı
İç ve dış lastik imalatı; lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi	77	15.2	3.2	339	20.1	6.8
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	64	13.1	0.3	158	9.3	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	60	12.2	0.3	152	9.0	0.2
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	14	2.9	0.0	64	3.8	0.1
Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	9	2.0	0.4	64	3.8	0.7

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Sıra	64	62	64	66	63	63

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Üzeri zigzag vb tırnaklı dış lastikler ve diğerleri-yeni	0.0	0.0	478.0
Diğer dış lastikler, iç lastikler	112.4	24.5	29.0
Otomobillerde kullanılan dış lastikler-yeni	8.6	9.6	19.2
Sebzeler (dondurulmuş)	29.4	63.3	16.1
Meyvalar, sert çekirdekli meyvalar-işlem görmüş,dondurulmuş	0.0	18.3	13.1

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	48.9	50.4	0.7	0.0
2005	77.2	22.2	0.6	0.0
2010	89.5	8.9	1.7	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	22	44

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	61
2005	5	51
2010	2	74

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	7	36
2005	12	22
2010	24	7

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8.0	31

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.6	43

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.2	0.1	0.1
2000-2005	0.0	0.0	0.0
2005-2009	0.2	0.1	0.1

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	27	17	27
2000-2005	43	52	21
2005-2009	29	18	34

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

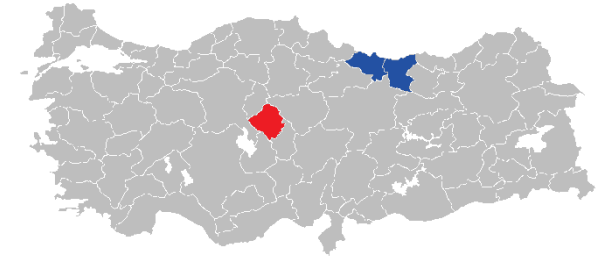
Türkiye'de benzer iller

Ordu, Giresun

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 3: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Kırşehir'e benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Kolombiya, Nijerya, Romanya, Çek Cum., Arjantin

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 4: Dünyada ithalat yapısı açısından Kırşehir'i en tamamlayıcı ülkeler



41

KOCAELİ

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	753	3.740	6.440
Türkiye'deki payı (%)	2.7	5.1	5.7

Harita 1: Türkiye'de Kocaeli



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2000	2010
Suriye	3	126	517
BAE	4	159	436
Almanya	74	194	429
İran	8	93	301
Mısır	9	40	297

Harita 2: Kocaeli'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Kocaeli'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya	520	3070	4230
İran	703	2390	4220
Kazakistan	221	0	1390
İrak	0	392	1200
S.Arabistan	818	1380	1150

Harita 3: Kocaeli'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Kocaeli payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Kocaeli payı
Taşkömürü katranı ve ham petrolden ürünler	214	28.4	73.3	2.280	44.7	70.8
Elektrikli makina ve cihazlar	82.1	10.9	6.9	563	8.8	7.7
Kara ulaşım araçları	31.1	4.1	2.1	542	8.4	4.0
Metallerden nihai ürünler	89.1	11.8	14.3	403	6.3	9.1
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	11.3	1.5	2.6	365	5.7	12.6

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kocaeli payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kocaeli payı
Rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	53.2	0.4	0.4	38.810	32.0	58.8
Haşere ilaçları ve diğer zirai-kimyasal ürünlerin imalatı	67.1	0.5	19.9	38.730	31.9	98.4
Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı	400	2.7	2.7	2.295	1.9	6.1
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	870	5.9	2.8	2.147	1.8	2.2
Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	613	4.2	6.9	1.689	1.4	11.2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	1.3	2.7	2.4	7.6	5.0	6.1
Sıra	5	5	5	3	4	3

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Ağaçlardan, ince dilimler, yongalar	0.0	0.0	17.7
Radyoaktif elementler ve radyoaktif izotoplar, bileşikleri	0.6	18.9	17.0
Alay, çubuk, profil, tel, sac, levha, şerit; boru, boru bağlantı parçaları	0.0	0.0	14.8
Ametallerin halojenli bileşikleri, sülfürleri	0.0	0.0	14.2
Reaksiyon, başlatıcı, hızlandırıcı-katalitik müstahzarlar	1.5	6.9	14.0

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	51.1	22.4	16.8	9.7
2005	63.5	15.0	16.1	5.4
2010	56.7	11.7	24.5	7.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	85	7

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	9	25
2005	4	58
2010	5	50

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	16	9
2005	17	1
2010	29	2

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	6.1	7

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	10.0	9

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	13.1	3.3	1.7
2000-2005	14.0	3.1	1.7
2005-2009	10.4	-7.2	0.3

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	4	2	4
2000-2005	4	1	4
2005-2009	3	81	16

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Konya, Bursa, İstanbul

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 3: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Kocaeli’ne benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Belarus, Şili, Endonezya, Pakistan, G. Afrika

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 4: Dünyada ithalat yapısı açısından Kocaeli’ni en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	14	6

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

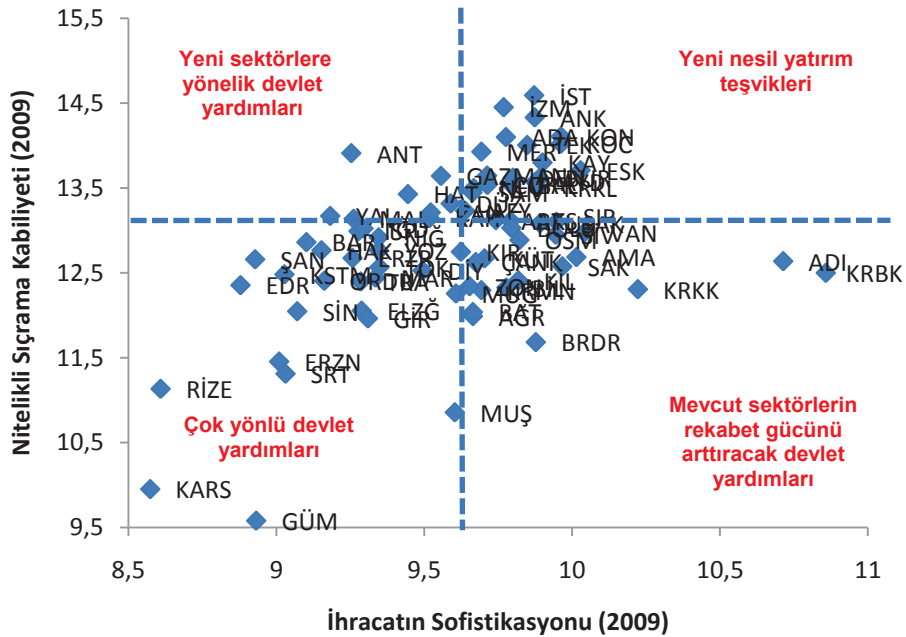
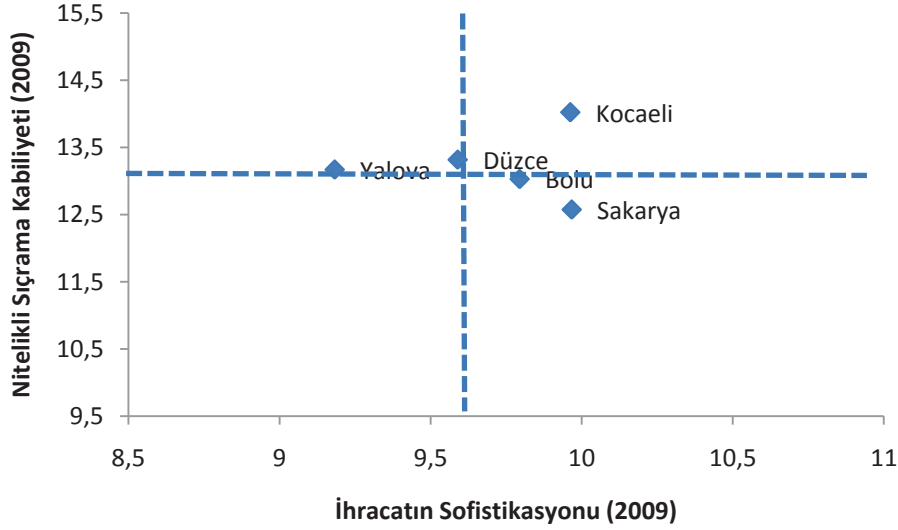
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Dokuma maddelerinden lif imal eden, elyaf hazırlayan ve işleyen makineler	Metal işleme, torna tezgahları	Dokuma, örgü tezgahları ve diğer makine ve cihazları
---	--------------------------------	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Tarım ürünlerinin hasat ve harman edilmesine mahsus makine ve cihazlar	Selülöz eterleri (ilk şekilde) selülöz, kimyasal türevi, vulkanize fiberden levha, folye film vs.	Kısa eşya taşıyan taşıtlar ile bunların aksam parçaları
--	---	---

Strateji Matrisinde Kocaeli'nin Yeri



42 KONYA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	87	417	988
Türkiye'deki payı (%)	0.3	0.6	0.9

Harita 1: Türkiye'de Konya



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	47	144
Yunanistan	1	5	76
Suriye	2	9	57
İran	2	19	50
Almanya	0	33	48

Harita 2: Konya'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Konya'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya	22.5	40.2	116
Çin	11.5	50.8	89.1
Almanya	34.5	51.2	72.1
İtalya	13.3	26.5	53.7
Tayvan	2.4	14	36.7

Harita 3: Konya'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000		2010			
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Konya payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Konya payı
Kara ulaşım araçları	3.3	3.8	0.2	146	14.8	1.1
Demir dışı metaller, mamulleri	0.8	1.0	0.2	119	12	5.5
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	14.4	16.6	4.5	107	10.8	5.4
Hububat ve mamulleri	3.3	3.9	0.8	83.8	8.5	4.7
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	2.6	3.0	0.6	72.9	7.4	2.5

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Konya payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Konya payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	600	5.5	3.3	1997	6.1	2.8
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	881	8.1	3.9	1723	5.2	2.8
Tahıl, işlenmemiş tütün, tohum ve hayvan yemi toptan ticareti	287	2.7	6.9	1663	5.1	12.5
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	806	7.5	3.3	1637	5.0	2.4
Şeker imalatı	18	0.2	5.6	1135	3.5	27.5

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	1.0	1.5	1.7	1.5	1.3	1.7
Sıra	9	9	8	8	9	8

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kakao kabukları, iç ve dış zarlari,döküntüleri	0.0	0.0	115.2
Hindistan cevizi (kopra) yağı	0.0	0.0	115.2
Sakatat-sığır koyun, domuz,at vb.nin (taze soğutulmuş)	0.0	0.0	95.1
Anorganik bazlar; metallerin oksit, hidroksit, peroksitler	6.3	57.7	92.8
Rendelenmiş veya toz halinde peynirler	0.0	0.0	84.2

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	20.8	24.1	51.9	3.2
2005	36.3	14.3	44.2	5.1
2010	40.6	11.2	44.6	3.5

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	104	4

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	17	9
2005	22	6
2010	24	9

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	24	2
2005	25	1
2010	22	11

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordu. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordu.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.7	26

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	10.0	8

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	1.9	-0.1	0.7
2000-2005	0.7	0.0	0.3
2005-2009	1.3	-0.1	0.8

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	14	61	9
2000-2005	17	15	8
2005-2009	12	65	12

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

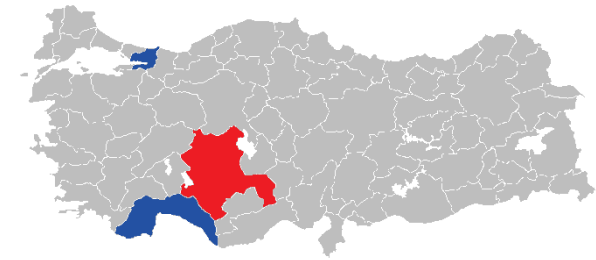
Türkiye’de benzer iller

Kocaeli, Antalya

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 3: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Konya’ya benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Nijerya, Cezayir, S. Arabistan, Rusya, Arjantin

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 4: Dünyada ithalat yapısı açısından Konya’yı en tamamlayıcı ülkeler



43 KÜTAHYA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	34	93	117
Türkiye'deki payı (%)	0.12	0.13	0.10

Harita 1: Türkiye'de Kütahya



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Fransa	2	8	12
Almanya	4	4	12
ABD	1	5	7
İtalya	3	4	6
İspanya	3	7	6

Harita 2: Kütahya'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Kütahya'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	3.6	11.1	22.3
Çin	2	9	21.2
İtalya	1.3	8.4	16.6
Rusya	0.5	1.6	8.4
Fransa	0.1	1.8	8.1

Harita 3: Kütahya'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kütahya payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kütahya payı
Metal dışı mineral mamuller	23.8	69.6	2.4	103	88.0	2.8
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0.0	0.1	0.0	58.9	5.1	0.2
Plastikten mamuller	0.0	0.0	0.0	32.5	2.8	0.2
Mineral maddeler, gübre hammaddeleri	9.6	28.3	3.6	7.8	0.7	0.1
Metallerden nihai ürünler	0.0	0.1	0.0	6.1	0.5	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kütahya payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kütahya payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda eczacılık ürünlerinin perakende ticareti	49	1.9	0.4	1033	14.7	5.5
Linyit madenciligi	268	10.3	74.3	792	11.3	38.0
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	130	5.0	0.6	425	6.1	0.6
Seramik ev ve süs eşyaları imalatı	172	6.7	15.0	396	5.7	13.7
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	178	6.9	1.0	326	4.7	0.5

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.2	0.3	0.4	0.3	0.2	0.4
Sıra	25	29	28	33	31	27

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Linyit	0.0	741.4	416.8
Seramik ve porselen sofras, mutfak eşyası	427.7	443.1	361.7
Camdan, cam seramiğinden mutfak, tuvalet, yazıhane, tezyinat eşyası	19.0	45.8	99.4
Seramikten heykelticikler, diğer süs eşyası	193.2	50.9	94.3
Ateşe dayanıklı çimento, silisli topraklardan inşaat malzemesi	151.8	257.1	77.6

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	37.4	61.4	1.1	0.0
2005	35.9	56.9	7.2	0.0
2010	24.1	67.8	8.1	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	24	39

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	5	48
2005	6	45
2010	4	53

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	14	11
2005	19	8
2010	23	8

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.0	16

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.7	33

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.3	-0.1	0.1
2000-2005	0.3	0.0	0.0
2005-2009	0.1	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	24	64	28
2000-2005	26	63	18
2005-2009	37	55	46

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Bilecik, Uşak

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 3: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Kütahya’ya benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, BAE, Belçika, Hindistan, İsviçre

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 4: Dünyada ithalat yapısı açısından Kütahya’yı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.7	46

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

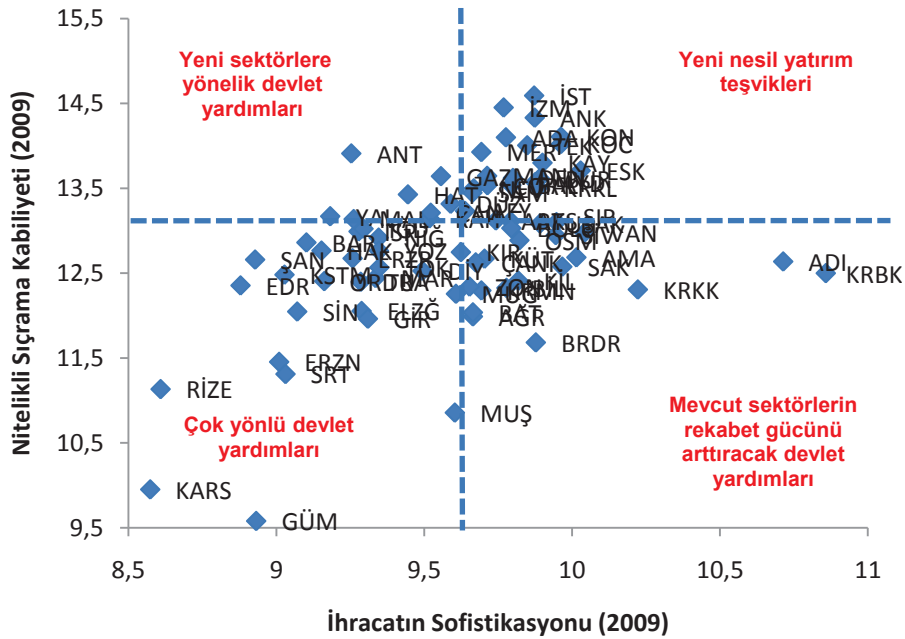
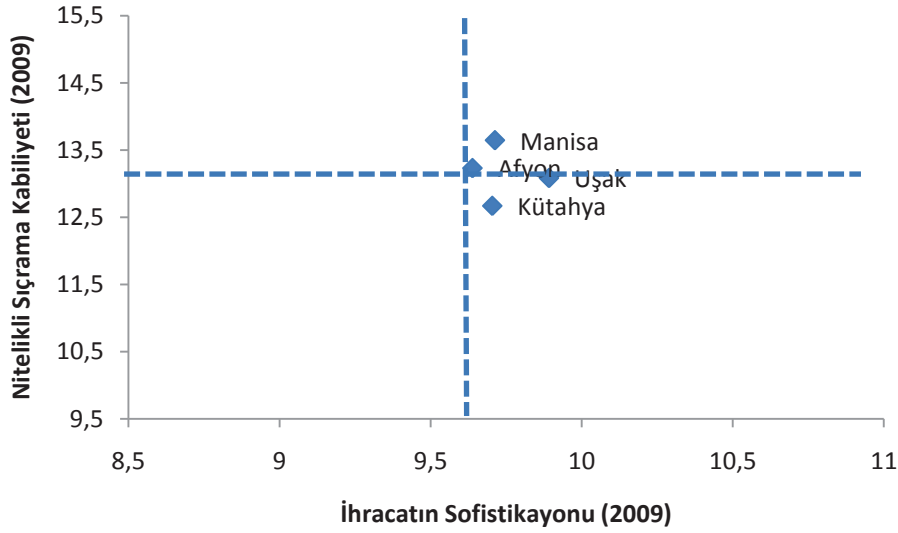
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Seramik musluk taşları, lavabolar, küvetler vb.	Ağaçtan aletler	Ağaçlardan kaplamalık yapraklar kalın 6>mm
---	-----------------	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Florspat, kuvars, kuvarzit, mika, mika döküntüleri, tabi kriolit, tabi şilolit	Hazırlanmış, konserve edilmiş balıklar, balık yumurtası ve havyar	Çakıl taşı, kırılmış ezilmiş taşlar
--	---	-------------------------------------

Strateji matrisinde Kütahya'nın yeri



44 MALATYA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	69	121	260
Türkiye'deki payı (%)	0.25	0.17	0.23

Harita 1: Türkiye'de Malatya



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya Fed.	4	13	44
A.B.D.	8	13	43
Almanya	7	11	27
Fransa	10	13	15
İtalya	13	5	11

Harita 2: Malatya'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Malatya'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Tacikistan	1.5	0	16.6
Almanya	6.4	6.5	7.2
A.B.D.	7.2	6.9	6.5
Çin	0.1	0.4	6.3
Rusya Fed.	0.2	5.5	5.8

Harita 3: Malatya'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Malatya payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Malatya payı
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	48.2	70.1	2.7	234	90.1	3.8
Tekstil elyafı ve mamulleri	18.2	26.6	0.5	6.1	2.4	0.1
Metal dışı mineral mamuller	0	0	0	3.2	1.2	0.1
Metal cevherleri, kırıntı, döküntü, hurdaları	0	0	0	2.4	0.9	0.2
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0.1	0.2	0	1.7	0.7	0.1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Malatya payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Malatya payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	249	1	10.7	666	1	11.0
Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi	205	2	8.8	351	2	5.8
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	152	3	6,5	330	3	5.5
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	132	4	5.7	288	4	4,8
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	106	6	4.6	238	5	3.9

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Sıra	29	32	31	30	29	32

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Manyok, tatlı patates, ararot, salep kök ve yumruları	175.4	282.4	303.5
Testere talaşı, odun döküntü ve artıkları	0	0	253.4
Diğer taze meyvalar	104.1	153	125.4
İncirler (taze, kuru)	2.6	7.2	21.4
Buhar, kızgın su kazanları ve yardımcı cihazlarının aksamı	0.1	0	16.2

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	8,6	85,7	5,6	0,1
2005	47,8	44,6	5,8	1,8
2010	33,0	39,4	21,7	6,0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	33	29

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	2	77
2005	2	73
2010	2	71

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	10	16
2005	15	15
2010	13	30

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.9	30

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.3	61

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.2	0.2	0.2
2000-2005	-0.1	0.0	0.1
2005-2009	0.3	0.0	0.3

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	29	13	17
2000-2005	75	17	16
2005-2009	26	22	17

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

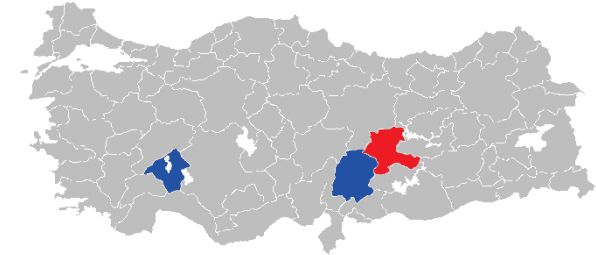
Türkiye’de benzer iller

İsparta, Kahramanmaraş

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Malatya’ya benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, İngiltere, Belçika, Danimarka, Hollanda

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Malatya’yı en tamamlayıcı ülkeler



45 MANISA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	215	579	1070
Türkiye'deki payı (%)	0.8	0.8	0.9

Harita 1: Türkiye'de Manisa



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	63	130	193
İngiltere	16	46	132
İtalya	18	50	77
Hollanda	7	50	58
Fransa	19	38	58

Harita 2: Manisa'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Manisa'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Fransa	36	43.6	102.0
Almanya	55	94.8	89.0
Ukrayna	4.9	2.0	75.5
Bulgaristan	3.5	2.6	55.3
İtalya	25	63.4	54.9

Harita 3: Manisa'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin ihracatında Manisa payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin ihracatında Manisa payı
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	70.0	32.6	3.9	379.0	35.4	6.2
Sıhhi tesisat, ısıtma, aydınlatma ile ilgili çeşitli eşya	1.6	0.8	1.0	211.0	19.7	17.8
Kara ulaşım araçları	28.6	13.3	1.9	173.0	16.1	1.3
Elektrikli makina ve cihazlar	8.1	3.8	0.7	67.2	6.3	0.9
Plastikten mamuller	0.6	0.3	0.6	65.6	6.1	3.8

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Manisa payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Manisa payı
Sıvı ve katı yağ imalatı	119.9	2.4	5.1	715.8	5.2	715.8
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	255.8	5.1	1.4	660.1	4.8	660.1
Tahıl, işlenmemiş tütün, tohum ve hayvan yemi toptan ticareti	112.3	2.3	2.7	498.0	3.6	498.0
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	17.1	0.3	1.4	489.4	3.5	489.4
Birincil formda plastik hammaddelerin imalatı	192.2	3.9	4.1	406.8	2.9	406.8

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.5	0.7	0.7	0.7	0.6	0.7
Sıra	18	18	19	20	17	18

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Mısır-diğer	0,0	1.5	85.0
Motorsuz bisikletler (üç tekerlekli dahl)	93,9	81.4	84.1
Aşındırıcı toz, küçük taneler	48,2	52.5	55.4
Üzüm-taze, kurutulmuş	27,1	41.4	37.8
Diğer sebze konserveleri-dondurulmuş (sirkesiz, asetsiz)	4,3	8.7	35.3

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	15.2	13.8	65.1	5.8
2005	25.0	6.9	64.8	3.3
2010	20.7	7.4	63.8	8,0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	55	17

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	9	29
2005	10	25
2010	9	35

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	8	25
2005	12	28
2010	13	26

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	6.4	8

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.7	32

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	2.6	0	0.2
2000-2005	1.7	-0.2	0.2
2005-2009	1.3	0.1	0.3

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	8	26	16
2000-2005	11	75	11
2005-2009	11	14	15

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Aydın, Eskişehir

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Manisa'ya benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Mısır, Kazakistan, Cezayir, Çin, Malezya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Manisa'yı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.6	12

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

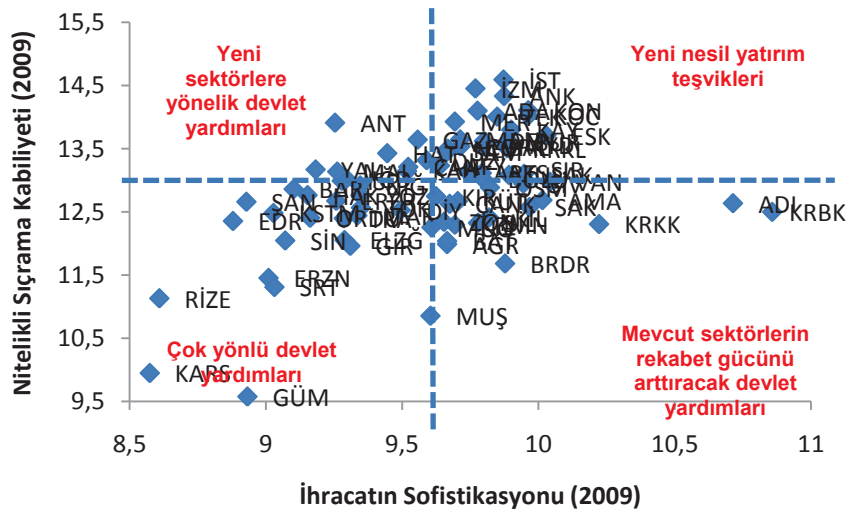
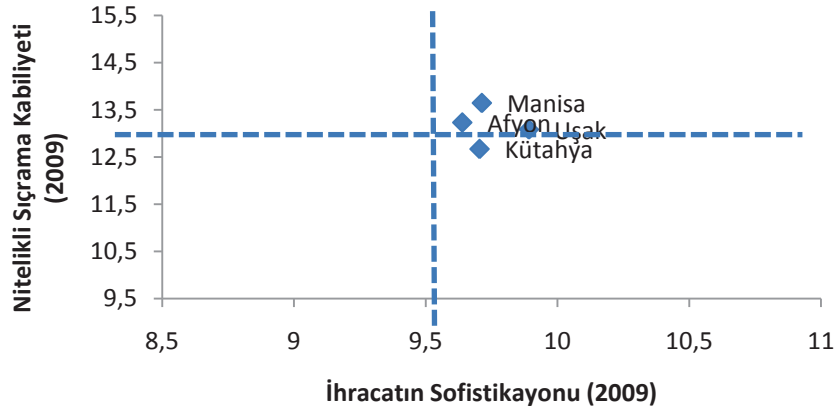
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Kağıt/karton selülozik vatka/lif tabakalarından kutu, torba, vb. ambalaj malzemesi	Laboratuvarlarda, kimyasal-teknik işlerde kullanılan seramikten cihazlar ve eşya	Diğer silahlar, bomba, mermi ve benzeri harp mühimmatı, aksamı, parçası
--	--	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Diğer rotatif elektrik konvertörleri	Ateşlemeyi önleyici müstahzarlar, peptizan katkıları ve benzeri	Tabii taşlardan kaldırım, döşeme ve inşaata elverişli işlenmiş taşlar
--------------------------------------	---	---

Strateji matrisinde Manisa'nın yeri



46 KAHRAMANMARAŞ

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	96	237	537
Türkiye'deki payı (%)	0.3	0.3	0.5

Harita 1: Türkiye'de Kahramanmaraş



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İtalya	22	72	151
Brezilya	0	0	37
Almanya	9	14	32
Mısır	0	1	31
İspanya	4	8	23

Harita 2: Kahramanmaraş'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Kahramanmaraş'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
ABD	57.7	170.0	242.0
Türkmenistan	0.5	1.6	75.2
Hindistan	1.2	3.5	67.3
Brezilya	0.0	3.1	56.8
Çin	0.0	6.4	51.1

Harita 3: Kahramanmaraş'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kahramanmaraş'ın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kahramanmaraş'ın payı
Tekstil Elyafı ve Mamulleri	68.1	70.8	1.8	367	68.4	4.1
Giyim Eşyası ve Aksesuarları	22.4	23.3	0.3	67.1	12.5	0.5
Metallerden Nihai Ürünler	2.0	2.1	0.3	29.7	5.5	0.7
Demir Dışı Metaller, Mamulleri	0.1	0.1	0.0	29.5	5.5	1.4
Tekstil Lifleri	0.6	0.6	0.3	16.5	3.1	2.9

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kahraman maraşı'nın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kahraman maraşı'nın payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	83	3.4	0.3	1547	13.5	1.6
Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi	459	18.9	13.8	1475	12.9	18.3
Elektrik enerjisi üretimi	0	0.0	0.0	719	6.3	2.5
Dokuma	166	6.8	1.6	677	5.9	4.2
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	108	4.4	0.6	547	4.8	0.8

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.2	0.4	0.4	0.4	0.4	0.6
Sıra	28	24	25	26	25	21

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Bakırdan Toz, İnce Pul,Yaprak ve Şeritler	0.0	0.0	131.4
Pamuk İpliği	34.3	58.5	72.2
Bakır Saclar,Levhalar,Yapraklar ve Şeritler	6.4	14.1	46.9
Pamuk Döküntüleri-İplik Döküntüleri Dahil	2.2	9.1	38.2
Diğer Örme Mensucat	40.7	44.4	28.6

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	3.0	93.6	3.4	0.0
2005	1.9	93.5	4.2	0.3
2010	7.4	89.8	2.6	0.2

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	34	27
	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	6	43
2005	7	43
2010	7	41
	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	10	17
2005	9	36
2010	10	37

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlide var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.1	19

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.5	49

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	2.5	-0.7	-0.4
2000-2005	0.9	-0.1	-0.2
2005-2009	1.6	-0.1	-0.2

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	9	74	79
2000-2005	14	69	76
2005-2009	9	70	78

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

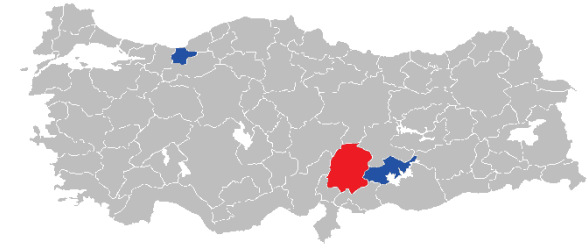
Türkiye'de benzer iller

Düzce, Adıyaman

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Kahramanmaraş'a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Venezuela, Fas, Romanya, Bulgaristan, Vietnam

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Kahramanmaraş'ı en tamamlayıcı ülkeler



47

MARDİN

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	32	170	566
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.2	0.5

Harita 1: Türkiye'de Mardin



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	164	536
Suriye	0	3	15
Mısır	0	0	2
K.K.T.C.	0	0	2
İran	0	0	2

Harita 2: Mardin'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Mardin'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	6.7	8.7	16.2
Rusya fed.	0.1	2.5	15.0
Kazakistan	0	0.3	8.0
Ukrayna	0.2	1.2	4.1
Kanada	0	0	3.0

Harita 3: Mardin'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Mardin payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Mardin payı
Demir ve çelik	7.5	23.8	0.4	148.0	26.2	1.4
Hububat ve mamulleri	6.2	19.6	1.5	128.0	22.6	7.2
Giyim eşyası ve aksesuarları	0.6	1.8	0.0	82.3	14.5	0.6
Metal dışı mineral mamuller	7.4	23.4	0.7	68.2	12.1	1.8
Tekstil elyafı ve mamulleri	1.6	5.1	0.0	17.2	3.0	0.2

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Mardin payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Mardin payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	41.0	5.7	0.1	541.6	11.9	0.7
Kara yolu ile yük taşımacılığı	59.1	8.2	0.5	525.6	11.5	1.5
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	66.1	9.2	0.3	379.0	8.3	0.6
Ağaç, inşaat malzemesi ve sıhhi teçhizat toptan ticareti	122.6	17.1	1.1	311.0	6.8	1
Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	17.5	2.4	0.6	279.0	6.1	3.2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2
Sıra	53	51	47	45	41	39

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Canlı sığırlar	0	-	201.3
Kepek, kavuz, değirmencilik artıkları	0	0.1	82.2
Fotoğrafçılıkta kullanılan dolu, developpe edilmiş levha, film	0	0	51.7
Tropikal ağaçlar, meşe, kayın, kavak vd.(yuvarlak, kare şeklinde)	0	4.6	50.4
İşlenmiş diğer hububat	7.6	11.2	46.8

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	28.9	61.5	7.4	2.3
2005	30.1	55.0	14.4	0.5
2010	41.4	49.7	8.4	0.6

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	17	57

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	14	12
2005	15	14
2010	17	14

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	1	75
2005	1	78
2010	1	77

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde. Çeşitliliği düşük olan bir ilde. az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	10.1	55

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.3	55

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0	0	0
2000-2005	0	0	0
2005-2009	1.3	0.5	1.6

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	61	32	56
2000-2005	60	40	50
2005-2009	13	6	7

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması. İlde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde sıradanlık değeri düşük olan iller özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Hatay, Şırnak

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller. benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Mardin’e benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Mısır, Cezayir, S.Arabistan, Nijerya, Venezuela

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler. bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Mardin’i en tamamlayıcı ülkeler



48 MUĞLA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	20	100	211
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.1	0.2

Harita 1: Türkiye'de Muğla



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Hollanda	4	8	52
İtalya	5	35	27
İngiltere	1	2	18
Almanya	3	3	17
İspanya	2	15	12

Harita 2: Muğla'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Muğla'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Peru	0	1.3	16.6
Almanya	1.6	2.4	9.4
Norveç	0	2.5	9.1
Güney Afrika	0	0.2	9.1
İtalya	3.1	13.6	7.9

Harita 3: Muğla'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Muğla payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Muğla payı
Balıklar, balık müstahzarları	8,8	42,9	9,9	111.0	52.5	32.5
Diğer ulaşım araçları	2,3	11,5	0,3	27.3	12.9	1.9
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	1,8	8,8	0,1	25.7	12.2	0.4
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	0,2	0,8	0,1	18.8	8.9	1.4
Metal dışı mineral mamuller	4,3	21,2	0,4	12.7	6.0	0.3

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Muğla payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Muğla payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	173.5	4.3	0.6	1010,0	9,1	1,0
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	163.7	4.1	0.7	705,6	6,4	1,2
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	259.5	6.5	1.4	653,4	5,9	0,9
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	178.8	4.5	0.8	553,3	5,0	0,8
Oteller ve benzeri konaklama yerleri	220.3	5.5	7.3	503,4	4,5	5,0

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.4	0.6	0.6	0.6	0.4	0.6
Sıra	23	22	21	22	23	23

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Balık filetosu, diğer balık etleri (taze, soğutulmuş)	0	500.5	367.0
Tütsülenmiş pasifik, atlantik, tuna salmonu	0	6.7	214.8
Balıklar-canlı, taze, soğutulmuş	557.3	252.4	209.7
Dondurulmuş balık filetosu	0	3.5	185.3
Tabii bal	22.1	173	110.5

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	49.2	22.5	28.3	0.0
2005	56.8	16.3	26.9	0.1
2010	39.2	14.4	46.3	0.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	16	58

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	56
2005	4	56
2010	8	39

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	7	32
2005	6	44
2010	10	38

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	6.7	11

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.6	44

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.7	0	0
2000-2005	0.5	0	0
2005-2009	0.3	0	0.1

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	20	25	32
2000-2005	21	33	54
2005-2009	24	23	32

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Isparta, Sivas

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Muğla’ya benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Venezuela, Kolombiya, Vietnam, Endonezya, Danimarka

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Muğla’yı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.3	64

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

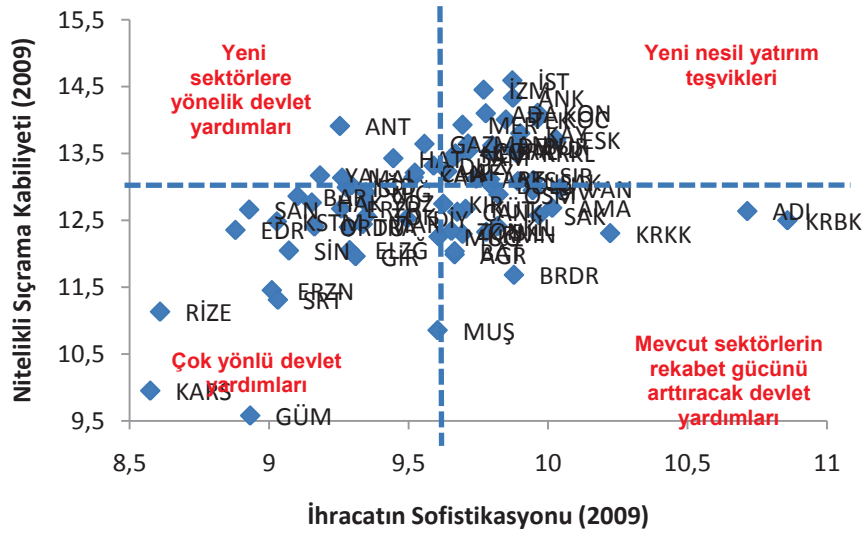
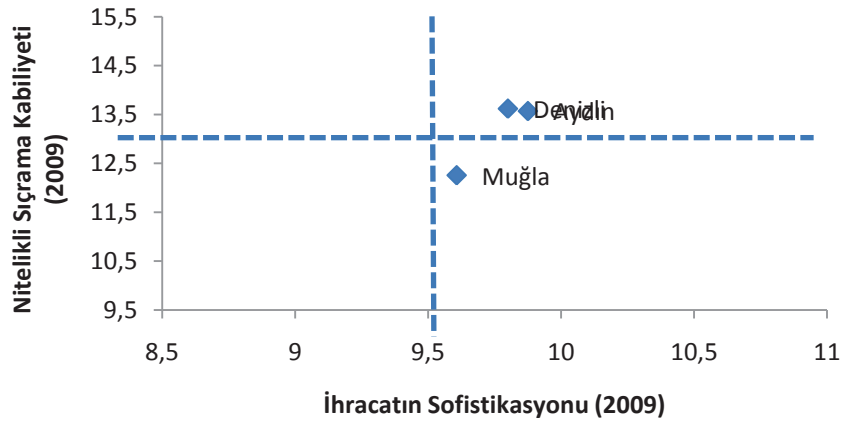
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Ağaçlardan kaplamalık yapraklar	Pencere-kapı vb kasaları	Kara taşıtları için karoserler
---------------------------------	--------------------------	--------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Hazırlanmış-konserve edilmiş balıklar, balık yumurtası ve havyar	Tabi inci-kültür incileri	Mobilya
--	---------------------------	---------

Strateji matrisinde Muğla'nın yeri



49 MUŞ

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	0	0	16
Türkiye'deki payı (%)	0	0	0

Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	0	15
İngiltere	0	0	1
Bulgaristan	0	0	0
Danimarka	0	0	0
Hırvatistan	0	0	0

Muş'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0	0	0,6
Belçika	0	0	0,1
İtalya	0	0,1	0,1
Pakistan	0	0	0,0
Tayvan	0	0	0,0

İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Muş payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Muş payı
Metal dışı mineral mamuller	0	0	0	15,0	94,2	0,4
Giyim eşyası ve aksesuarları	0,1	78,2	0	0,5	3,2	0,0
Demir dışı metaller, mamulleri	0	0	0	0,1	0,7	0,0
Metallerden nihai ürünler	0	0	0	0,1	0,7	0,0
Metal işleme makinaları	0	0	0	0,1	0,5	0,0

Harita 1: Türkiye'de Muş



Harita 2: Muş'un başlıca ihracat pazarları, 2010



Harita 3: Muş'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Muş payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Muş payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	23.9	15.3	0.1	173.3	15.4	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	34.4	22.1	0.1	139.4	12.4	0.2
Kara yolu ile yük taşımacılığı	19.0	12.2	0.2	94.7	8.4	0.3
Çimento imalatı	-	-	-	89.0	7.9	1.3
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	13.1	8.4	0.1	57.5	5.1	0.1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0	0	0	0	0	0
Sıra	72	74	73	74	74	71

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Çimento	0	0	94.3
Metal, metal karbür, sermetleri talaşsız işleme makineleri	0	0	45.3
Toprağı hazırlamaya, işlemeye, ekmeye mahsus makina ve cihazlar	0	0	10.1
Aluminyum inşaat ve aksamı	0	0	3.4
İşlenmiş, çok katlı camlar, optik camlar, saat camları, diğer camlar	0	0	3.2

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	0	100	0	0
2005	0	100	0	0
2010	95.5	4.1	0.5	0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	3	74

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	2	77
2005	2	76
2010	1	80

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	2	71
2005	2	70
2010	1	78

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	11.0	65

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.6	45

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0	0	0
2000-2005	0	0	0
2005-2009	0	0	0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	57	38	51
2000-2005	56	44	43
2005-2009	54	44	61

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Ardahan, Kars

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Muş’a benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

İngiltere, İsviçre, İsrail, Hong Kong, Belçika

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Muş’u en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	10.9	74

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

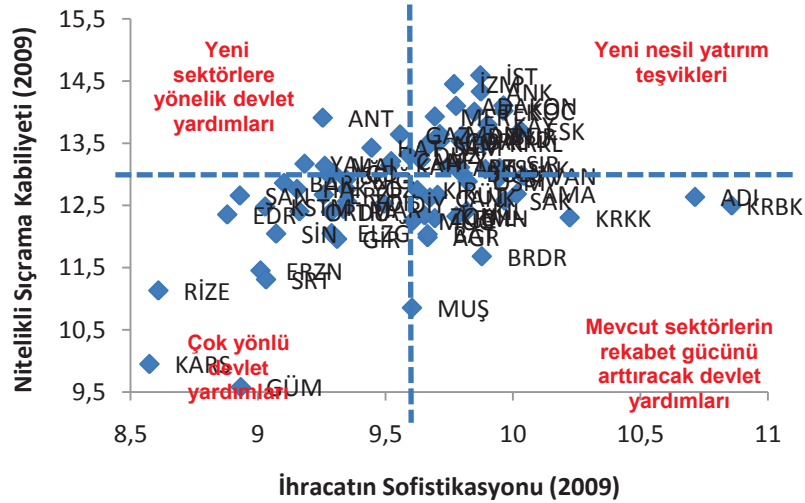
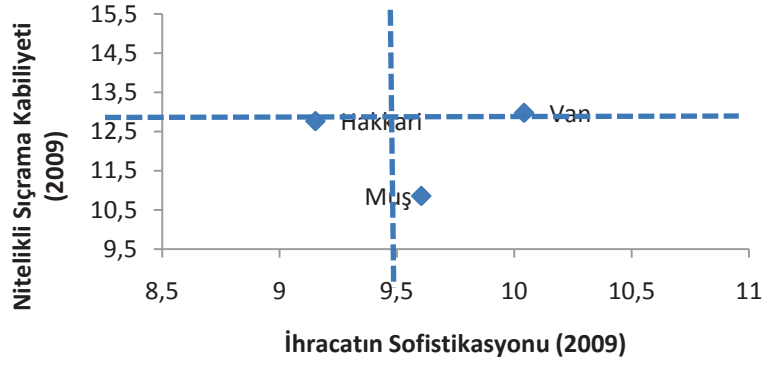
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Silisli fosil unlarından vb. silisli topraklardan eşya ve ateşe dayanıklı eşya	Oturmaya mahsus mobilyalar vb. aksamı	Diğer dokunmuş mensucat
--	---------------------------------------	-------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Alet tutucu, otomatik açılan pafta kafaları, makinalara ait taksim edici tertibat	Malt hülasesi; un, nişasta ve malt esaslı müstahzarlar	Etlere ve yenilen sakatat
---	--	---------------------------

Strateji matrisinde Muş'un yeri



50 NEVŞEHİR

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	4.5	12.8	39.7
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.0	0.0

Harita 1: Türkiye'de Nevşehir



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	2.9	17.7
Japonya	0	0.1	4.6
Hollanda	1.4	2.3	3.2
Almanya	1.5	2.0	2.9
Çin	0	0.2	1.9

Harita 2: Nevşehir'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Nevşehir'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Hollanda	1.4	1.3	3.0
Mısır	0	0	2.2
İtalya	0.3	1.4	2.1
Rusya	0	0.5	2.0
İngiltere	0	0.3	1.9

Harita 3: Nevşehir'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Nevşehir'in payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Nevşehir'in payı
Tabii bal, şeker, şekerli meyvalar	0	1.5	0.0	15.8	39.9	4.0
Tekstil elyafı ve mamulleri	0.9	19.5	0.0	5.5	13.9	0.1
Giyim eşyası ve aksesuarları	1.4	30.4	0.0	3	7.6	0.0
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	0.3	6.7	0.1	2.7	6.7	0.2
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	1.2	26.9	0.1	2.4	6.1	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Nevşehir payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Nevşehir payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	187	18.3	0.8	363	11.2	0.6
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	59	5.7	0.3	225	6.9	0.3
Otomobillerin ve hafif motorlu kara taşıtlarının ticareti	40	3.9	0.2	170	5.2	0.4
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	90	8.8	0.4	154	4.7	0.2
Kara yolu ile yük taşımacılığı	39	3.8	0.3	152	4.7	0.4

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Sıra	46	48	49	49	50	52

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Aromalı, renkli, beyaz, kristal, küp vb. şeker	0	0	997.1
Seramikten laboratuvar eşyası, diğer eşya	812.9	1612.5	509.8
Kilim, sumak, karaman vb. el dokumaları, yer döşemeleri	266.5	344.2	289.6
Seramikten heykelticikler, diğer süs eşyası	4.3	217.3	205.6
Her nevi kükürt (süblime, çöktürülmüş, koloidal kükürt hariç)	0	0	139.9

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	35.8	64.1	0.1	0.0
2005	59.5	33.5	7.0	0.0
2010	56.0	31.4	12.5	0.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	48	19

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	16	10
2005	12	21
2010	6	45

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	5	53
2005	8	38
2010	4	56

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	9.9	53

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.7	37

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	0.0
2000-2005	0.0	0.0	0.0
2005-2009	0.1	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	48	49	64
2000-2005	47	53	62
2005-2009	35	49	57

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

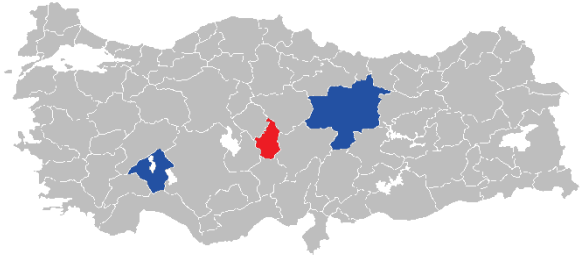
Türkiye’de benzer iller

Sivas, Isparta

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Nevşehir’e benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Norveç, İngiltere, Nijerya, İsrail

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 4: Dünyada ithalat yapısı açısından Nevşehir’i en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.5	20

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

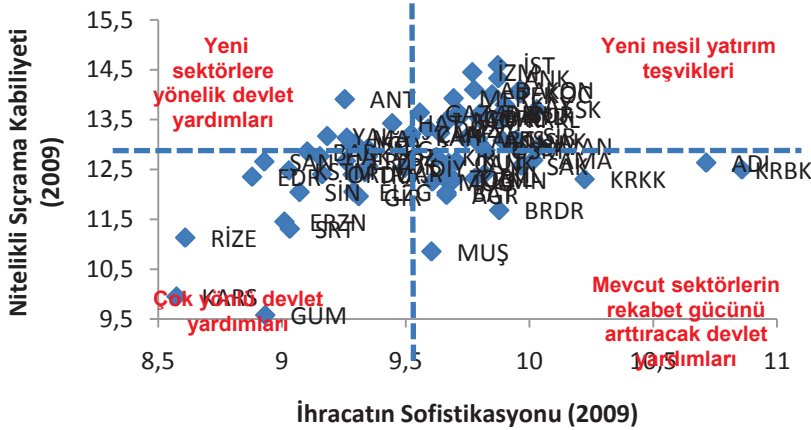
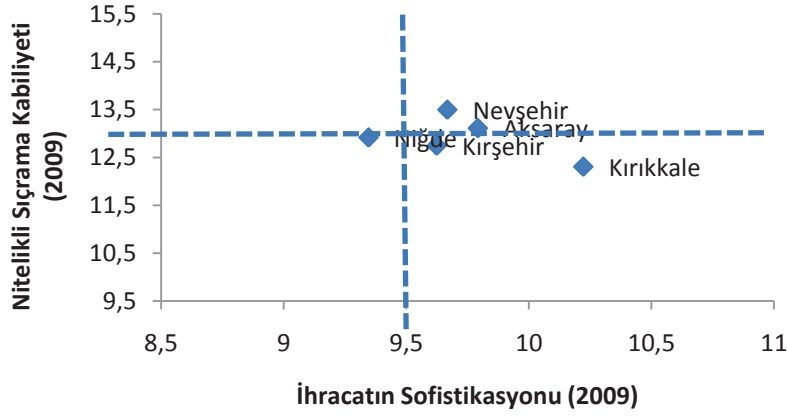
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Reçel, jöle, marmelat, meyva püresi ve pastaları	Diğer römork-yarı römork, taşıtlar vb. aksam parçaları	Metalden sünger, silgi, eldiven, temizleme-parlatma eşyası
--	--	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Kurşun boru bağlantı parçaları (çubuk, tel, profil, levha, plaka, şerit, toz, pul vs.)	Diğer turuncgiller (taze/kurutulmuş)	Uzunlamasına kesilmiş yüzüne şekil verilmiş geniş yapraklı ağaçlar
--	--------------------------------------	--

Strateji matrisinde Nevşehir'in yeri



51

NIĞDE

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	28	28	49
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.0	0.0

Harita 1: Türkiye'de Niğde



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İtalya	8.6	12	10.5
Rusya Fed.	0	0	9.5
Almanya	0.7	2.2	5.5
Irak	0	0.1	3.2
Romanya	0	0.7	3.2

Harita 2: Niğde'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Niğde'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
A.B.D.	0	4.4	11.2
Yunanistan	0	0.5	7.6
Almanya	9.6	6.9	5.6
Çin	0	1.2	3.6
Türkmenistan	0	0	1.6

Harita 3: Niğde'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Niğde payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Niğde payı
Anorganik kimyasallar, radyoaktif, nadir elementlerin bileşikleri	0	0.0	0.0	13	25.7	1.4
Tekstil elyafı ve mamulleri	22	79.6	0.6	12	23.7	0.1
Kara ulaşım araçları	3	11.6	0.2	9	18.2	0.1
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	0	0.0	0.0	7	14.1	0.5
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	2	6.8	0.1	4	8.5	0.1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Niğde'nin payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Niğde'nin payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	78	8.0	0.4	197	9.0	0.3
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	45	4.6	0.2	157	7.2	0.3
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	58	6.0	0.3	146	6.7	0.2
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	26	2.6	0.1	95	4.4	0.1
Halı ve kilim imalatı	113	11.6	9.7	85	3.9	4.0

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Sıra	47	49	56	60	60	59

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Amyant (asbest)	-	-	665.1
Çakıl taşı, kırılmış ezilmiş taşlar, çakmak taşı	4.5	0.0	258.7
Portakal suyu-dondurulmuş (tatlandırılmış olsun, olmasın)	0.0	3.3	244.6
Çinko krom, mangan, demir, kobalt, titanyum, kurşun oksit, peroksitleri	0.0	0.0	184.2
Patates	77.4	85.3	101.0

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	0.2	87.0	12.8	0.1
2005	0.9	64.2	34.9	0.0
2010	39.9	31.6	28.5	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	26	36

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	2	76
2005	2	64
2010	7	40

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	7	37
2005	5	52
2010	9	43

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordu. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordu.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8.8	41

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.3	54

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	-0.1
2000-2005	-0.1	0.0	-0.1
2005-2009	0.0	0.0	-0.1

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	70	20	76
2000-2005	73	19	72
2005-2009	64	31	72

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

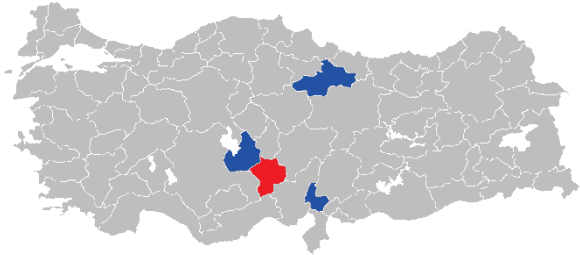
Türkiye’de benzer iller

Tokat, Aksaray, Osmaniye

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Niğde’ye benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Arjantin, Nijerya, Rusya, Romanya, Fas

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Niğde’yi en tamamlayıcı ülkeler



52 ORDU

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	91	352	280
Türkiye'deki payı (%)	0.3	0.5	0.2

Harita 1: Türkiye'de Ordu



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	26.1	104	122
İtalya	8.2	54.7	32.9
Rusya Fed.	2.8	7	11.4
Hollanda	7.4	21.6	11.2
İspanya	2.5	15.2	10.1

Harita 2: Ordu'nun başlıca ihracat pazarları, 2010



Ordu'nun başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	26	13.6	18
Rusya Fed.	1	12	12.9
Ukrayna	5.1	6.7	10.2
Romanya	1.8	5.1	8.3
İtalya	1.9	2	3.6

Harita 3: Ordu'nun başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Ordu'nun payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Ordu'nun payı
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	83.1	91.0	4.6	212	75.5	3.4
Diğer ulaşım araçları	0	0.0	0.0	35.8	12.8	2.5
Mantar ve ağaç mamulleri	2.5	2.8	5.4	9.7	3.5	1.8
Bitkisel yağlar	0.7	0.8	1.0	8.5	3.0	4.0
Anorganik kimyasallar, radyoaktif, nadir elementlerin bileşikleri	1.1	1.2	0.5	4.1	1.5	0.4

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Ordu'nun payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Ordu'nun payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	653	25.7	1.4	493	8.0	0.7
Kahve, çay, kakao ve baharat toptan ticareti	100	3.9	18.1	492	8.0	37.8
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat, boya ve cam perakende ticareti	59	2.3	0.7	436	7.1	1.7
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	132	5.2	0.6	415	6.7	0.6
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	85	3.4	0.5	337	5.5	0.5

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.2	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3
Sıra	26	28	30	32	30	31

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Çin ağacı, jojoba, haşhaş, fındık, defne vb. yağları	24.8	0.0	247.1
Şişirilebilen sallar, diğer yüzer araçlar	0.0	0.0	112.7
Patates, kuru baklagil, kök ve yumruların un, ezme, flokonları	43.0	76.6	97.5
Hazır, konserve balık ürünleri	6.0	39.0	59.6
Meyve ve yenilen bitki konserveleri-diğer	46.1	30.6	51.4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	94.2	4.4	1.4	0.0
2005	98.4	1.2	0.3	0.0
2010	76.6	0.3	23.0	0.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	18	55

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	3	66
2005	2	65
2010	4	52

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	8	30
2005	7	41
2010	5	55

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordu. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordu.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	6.9	13

İhracatta sofistیکasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.2	65

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.2	-0.2	0.4
2000-2005	1.8	0.1	0.2
2005-2009	-2.4	-0.3	0.5

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	79	65	14
2000-2005	10	10	12
2005-2009	79	76	13

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

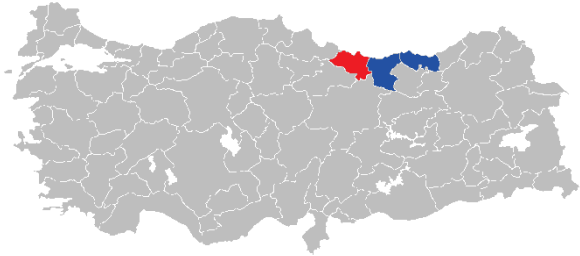
Türkiye'de benzer iller

Giresun, Trabzon

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Ordu'ya benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Slovenya, Peru, Danimarka, İrlanda

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Ordu'yu en tamamlayıcı ülkeler



53 RIZE

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	89	158	346
Türkiye'deki payı (%)	0.3	0.2	0.3

Harita 1: Türkiye'de Rize



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	2.1	0	69.8
Gürcistan	19.3	25.2	41.9
Hindistan	0	0	39.2
Finlandiya	10.4	21.5	33.5
İsveç	0	15.5	33.2

Harita 2: Rize'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Rize'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	3.5	2.3	2.2
Finlandiya	0.2	1.2	1.8
Gürcistan	0.5	0.6	1.4
Kanada	0.7	0.9	1.3
Çin	0.1	0.6	1.1

Harita 3: Rize'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektörteki ihracatında Rize'nin payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektörteki ihracatında Rize'nin payı
Metal cevherleri, kırıntı, döküntü, hurdaları	53	59.3	29.2	259	75.0	16.6
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	2	1.9	0.1	15	4.2	0.2
Debat ve boyacılıkta kullanılan hülâsalar, boyayıcı maddeler	8	9.2	9.0	11	3.3	2.1
Kahve, çay, baharat, kakao ve hülâsaları	7	8.4	5.4	10	2.9	1.9
Metal dışı mineral mamuller	1	1.2	0.1	6	1.7	0.2

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Rize'nin payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Rize'nin payı
Madenler ve maden cevherlerinin toptan ticareti	0	0.0	0.0	677	15.9	3.3
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	146	8.3	0.6	325	7.6	0.5
Kara yolları ve otoyolların inşaatı	0.2	0.0	0.1	288	6.8	8.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	99	5.6	0.4	256	6.0	0.4
Otomobillerin ve hafif motorlu kara taşıtlarının ticareti	23	1.3	0.1	231	5.4	0.5

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.2	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2
Sıra	33	33	35	39	42	43

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Hayvanların Karaciğerinden Hazırlanmış Maddeler, Konserveler	0.0	-	329.6
Çay	226.6	345.0	261.3
Kakao Tozu Şeker-Tatlandırıcı Madde Katılmış	0.0	185.4	166.4
Koyun ve Keçi Eti (Taze, Dondurulmuş)	0.0	0.0	134.4
Bakır Cevherleri	235.9	397.2	128.4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	45.0	10.4	38.6	6.0
2005	64.6	10.9	23.4	1.1
2010	38.2	15.5	39.3	7.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	5	73

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	54
2005	4	57
2010	3	69

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	9	22
2005	8	37
2010	9	40

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İfade var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	4.8	2

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	8.6	75

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.2	0.3	0.8
2000-2005	-0.1	-0.2	0.5
2005-2009	-0.3	-0.1	0.1

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	76	10	7
2000-2005	77	73	7
2005-2009	76	72	26

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

İğdir, Trabzon

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Rize’ye benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Çin, Norveç, Slovenya, Finlandiya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Rize’yi en tamamlayıcı ülkeler



54 **SAKARYA**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	116	2.720	1.700
Türkiye'deki payı (%)	0.4	3.7	1.5

Harita 1: Türkiye'de Sakarya



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	10	410	313
İspanya	0.2	229	214
Fransa	3.2	290	142
İngiltere	5.6	221	141
İsveç	0.2	51	98

Harita 2: Sakarya'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Sakarya'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Japonya	110	338	169
Çek Cum.	0.1	62.6	167
İngiltere	72.1	350	136
Almanya	33.2	214	133
Fransa	8.2	184	112

Harita 3: Sakarya'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Sakarya'nın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Sakarya'nın payı
Kara ulaşım araçları	18	15.3	1.2	1410	82.8	10.4
Metallerden nihai ürünler	4	3.5	0.7	49	2.9	1.1
Elektrikli makina ve cihazlar	21	17.9	1.7	35	2.1	0.5
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	5	4.3	1.2	29	1.7	1.0
Debagat ve boyacılıkta kullanılan hülusalalar, boyayıcı maddeler	2	1.8	2.3	22	1.3	4.1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Sakarya'nın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Sakarya'nın payı
Motorlu kara taşıtlarının imalatı	1177	16.5	12.8	2761	15.9	11.5
Elektrik enerjisi üretimi	531	7.4	9.8	1630	9.4	5.6
Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	1445	20.2	16.2	1568	9.0	10.4
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	255	3.6	1.4	670	3.9	0.9
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	275	3.9	1.1	644	3.7	1.1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.7	1.1	1.3	1.0	0.8	0.9
Sıra	14	12	12	15	15	14

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Lak, tabii sakızlar, sakız reçineler, pelesenkler	0.0	0.0	53.0
Karavan tipi kamp veya ikamet için römork, yarı römorklar	26.7	15.8	45.0
Şenlik fişekleri, işaret fişekleri, pirotekni eşyası	0.0	3.6	33.2
Elektrik rezistansları-ısıtıcılar hariç	0.0	0.0	14.6
İçten yanmalı motorlu otomobiller vd. elektrik motorlu taşıtlar vd.	1.3	14.5	13.9

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	8.9	10.2	77.5	3.4
2005	1.3	1.1	97.1	0.6
2010	4.0	4.5	91.0	0.5

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	22	45

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	10	23
2005	1	79
2010	2	75

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	12	14
2005	15	17
2010	13	27

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	5.7	3

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	10.0	7

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	14.0	-2.5	0.2
2000-2005	18.2	1.2	0.1
2005-2009	-8.0	0.8	-4.6

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	3	79	18
2000-2005	2	4	13
2005-2009	81	2	81

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

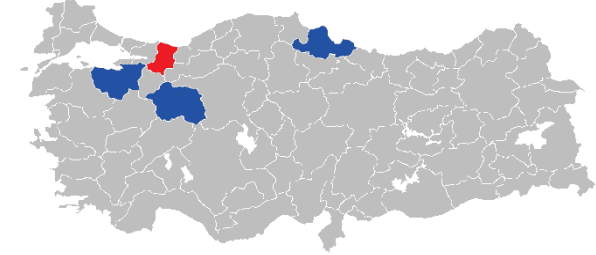
Türkiye’de benzer iller

Samsun, Bursa, Eskişehir

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Sakarya’ya benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Kanada, Arjantin, Nijerya, S. Arabistan, Rusya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Sakarya’yı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.6	50

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

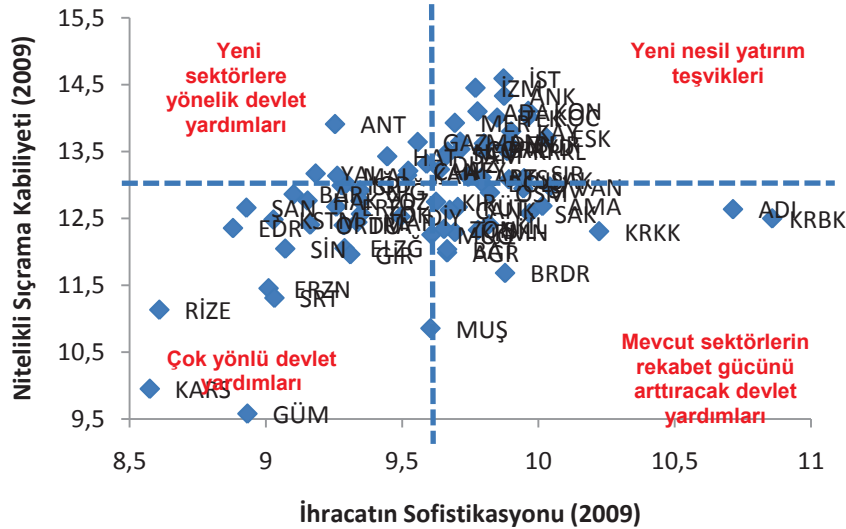
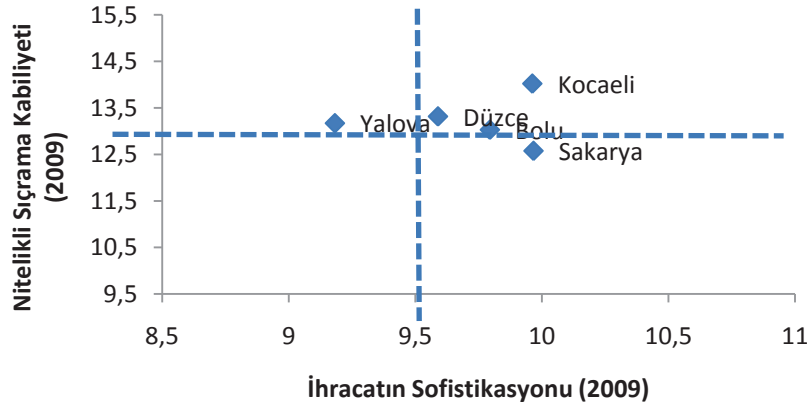
Gelişme potansiyeli olan sektörler

İzole edilmiş tel, kablo; diğer izole edilmiş elektrik iletkenleri	Somyalar, yataklar, uyku tulumları vs.	Diğer pamuklu mensucat
--	--	------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Elle kullanılan elektrik motorlu, elektromekanik aletler	Pamuktan mensucat (dokunmamış, ağartılmamış, merserize edilmemiş)	Selüloz eterleri (ilk şekilde) selüloz, kimyasal türevi; vulkanize fiberden levha, folye film, vs.
--	---	--

Strateji matrisinde Sakarya'nın yeri



55 **SAMSUN**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	45	119	294
Türkiye'deki payı (%)	0,16	0,16	0,26

Harita 1: Türkiye'de Samsun



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	0	28	41
Endonezya	0	0	38
Irak	0	11	26
Mısır	0	1	25
İtalya	0	6	18

Harita 2: Samsun'un başlıca ihracat pazarları, 2010



Samsun'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya Fed.	24,2	132,0	212,0
A.B.D.	0,6	12,8	110,0
İtalya	2,6	5,2	52,2
Almanya	14,7	25,1	33,4
Romanya	1,7	7,0	27,9

Harita 3: Samsun'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Samsun payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Samsun payı
Hububat Mamülleri	1,81	%1,81	%0,5	62,7	21,3%	3,5%
Demir ve çelik	1,76	%3,9	%0,1	43,8	14,9%	0,4%
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	15,20	%33,7	%0,8	39,6	13,5%	0,6%
Kara ulaşım araçları	0,43	%1,00	%0,0	28,3	9,6%	0,2%
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	4,50	-	%1,0	23,4	8,0%	0,8%

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Samsun'un payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Samsun'un payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	295	6,1	1,6	897	6,3	1,2
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	235	4,9	0,8	737	5,2	0,7
Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	186	3,9	6,8	709	5,0	8,0
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	223	4,6	0,9	669	4,7	1,1
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	273	5,6	1,2	619	4,4	0,9

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,4	0,6	0,7	0,7	0,6	0,7
Sıra	19	19	18	18	19	17

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Et, balık vb. un, pelletleri-insan gıdası olmayan	0,0	223,5	387,6
Balık yağları	0,0	0,0	143,4
Bulgur ve irmik-yulaf, mısır, pirinç, çavdar vb.den	199,9	443,7	133,2
Dökme demirden, demir ve çelikten borular, içi boş profiller	2,9	91,7	97,8
Orglar, akordeonlar, nefesli, vürmalı, elektrikli müzik aletleri	0,0	87,1	75,2

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	18,1	63,7	18,1	0,0
2005	37,9	33,7	28,0	0,4
2010	45,0	26,1	28,7	0,2

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	44	22

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	9	31
2005	10	26
2010	14	23

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	5	51
2005	12	25
2010	15	22

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7,98	32

İhracatta sofistیکasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,66	40

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,27	0,40	0,02
2000-2005	-0,02	0,01	0,00
2005-2009	0,50	0,21	0,22

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	25	9	35
2000-2005	68	25	36
2005-2009	19	12	21

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

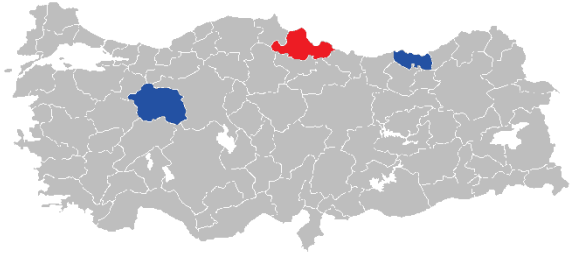
Türkiye'de benzer iller

Eskişehir, Trabzon

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Samsun'a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

İspanya, İngiltere, Danimarka, Avusturya, Hong Kong

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Samsun'u en tamamlayıcı ülkeler



56 **SIIRT**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	1	6	11
Türkiye'deki payı (%)	0,00	0,01	0,01

Harita 1: Türkiye'de Siirt



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İran	0	0	9
Irak	0	5	1
Kuveyt	0	0	0
Azerbaycan	0	0	0
Kongo Dem. Cum.	0	0	0

Harita 2: Siirt'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Siirt'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	0,1	1,3	19,8
İsviçre	0,0	0,1	6,2
A.B.D.	0,0	0,4	4,8
Çin	0,0	0,0	1,8
Hindistan	0,0	0,2	0,9

Harita 3: Siirt'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Siirt payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Siirt payı
Kara ulaşım araçları	0	0	0	5,63	52,5	0,0
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0	0	0	2,05	19,2	0,1
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0	0	0	1,46	13,6	0,1
Hububat ve mamulleri	0	0	0	0,38	3,6	0,0
Çeşitli mamul eşya	0	0	0	0,22	2,0	0,0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005		Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Siirt payı	2010		Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Siirt payı
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı		Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	
Çimento imalatı	-	-	-	402	36,0	6,0
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	33	26,4	0,1	145	13,0	0,2
Kara yolu ile yük taşımacılığı	2	1,3	0,0	66	5,9	0,2
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	11	8,4	0,0	60	5,4	0,1
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	5	4,0	0,0	36	3,3	0,1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Sıra	74	76	76	76	68	73

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kavuz içinde pirinç (çeltik)	0,0	0,0	567,7
Transmisyon milleri(kam milleri ve krank şaftları), kranklar	1468,4	597,6	498,5
Optik lif demetleri, optik lif kabloları	0,0	21,8	381,9
Kayagan taşı, mermer, granit, porfir vb.	0,0	100,6	62,7
Metal, sinter metal karbür, sermetleri	0,0	0,0	30,4
aşındırarak işleyen tezgâhlar			

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	49,9	50,1	0,0	0,0
2005	100,0	0,0	0,0	0,0
2010	4,1	6,6	88,7	0,6

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	6	72

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	60
2005	1	78
2010	4	56

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	3	63
2005	1	74
2010	1	73

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	13,33	75

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,03	63

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü		
		Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,0	0,0	0,0
2000-2005	0,0	0,0	0,0
2005-2009	0,0	0,0	0,0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü		
		Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	58	39	52
2000-2005	58	46	45
2005-2009	56	48	55

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

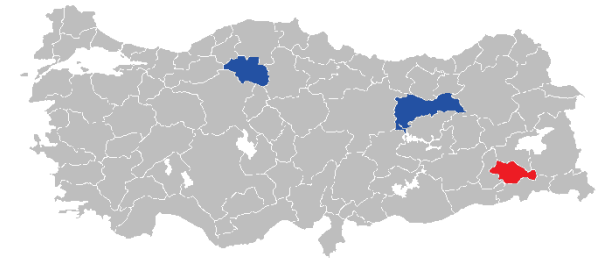
Türkiye’de benzer iller

Erzincan, Çankırı

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Siirt’e benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Cezayir, Nijerya, Slovenya, Mısır, S. Arabistan

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Siirt’i en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	11,31	72

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkânları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

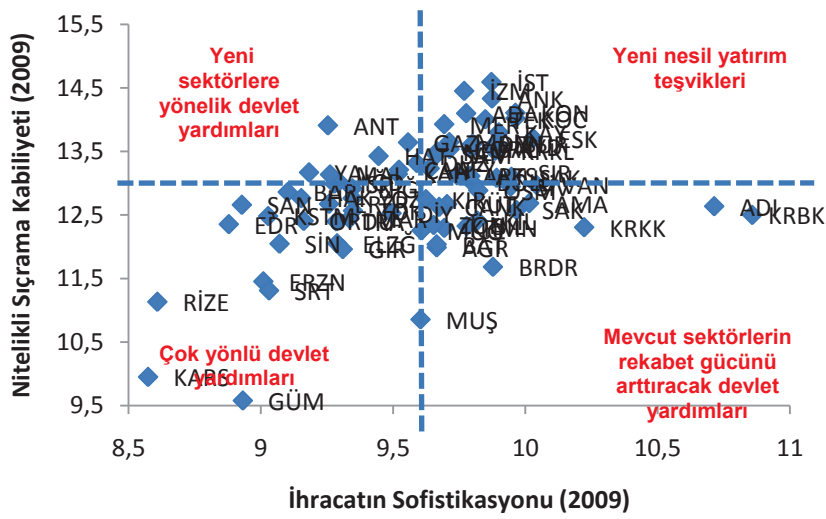
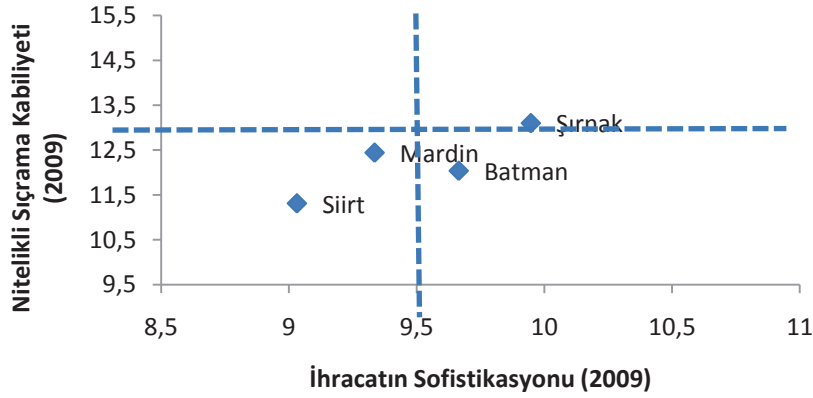
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Plastikten kuru sandık ve benzeri muhafaza eşyası	Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları.	Dokuma maddelerinden lif imal eden, elyaf hazırlayan ve işleyen makineler

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Pamuktan mensucat (dokunmamış, ağartılmamış, merserize edilmemiş)	Suni filament iplikleri (dikiş ipliği hariç)	Makarnalık buğday(durum buğdayı)

Strateji matrisinde Siirt'in yeri



57

SINOP

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	1	11	29
Türkiye'deki payı (%)	0,01	0,01	0,03

Harita 1: Türkiye'de Sinop



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Ukrayna	1	6	18
Güney Kore	0	2	3
Japonya	0	1	1
Moldovya	0	0	1
Gürcistan	0	0	1

Harita 2: Sinop'un başlıca ihracat pazarları, 2010



Sinop'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0.0	0.2	1.5
Özbekistan	0.0	0.0	1.4
Rusya	0.6	0.3	0.7
Pakistan	0.0	0.0	0.7
Japonya	0.0	0.1	0.5

Harita 3: Sinop'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Sinop payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Sinop payı
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	0,79	55,2	0,0	20,8	72,3	0,3
Balıklar, balık müstahzarları	0,0	0,0	0,0	5,56	19,4	1,6
Metallerden nihai ürünler	0,26	17,9	0,0	1,10	3,8	0,0
Hayvansal ve bitkisel ham maddeler	0,06	4,0	0,0	0,38	1,4	0,3
Mobilyalar	0,04	1,1	0,0	0,38	1,3	0,0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Sinop payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Sinop payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	25	9,2	0,1	130	12,2	0,2
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	17	6,2	0,1	106	9,9	0,1
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	18	6,5	0,1	49	4,6	0,0
Kara yolu ile yük taşımacılığı	12	4,6	0,1	47	4,4	0,1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda eczacılık ürünlerinin perakende ticareti	11	4,1	0,1	46	4,3	0,2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Sıra	68	70	70	70	72	74

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
İstiridye, midye, mürekkep balığı, kalamar, ahtapot, tarak vb.	0,0	867,4	858,4
Diğer iğne yapraklı ağaçlar-yuvarlak, kabaca yontulmuş	0,0	0,0	393,2
Kemikler, kabuk, boynuz ve dişler, mercanlar	0,0	1422,6	376,1
Demir, çelik çiviler, pünezler; oluklu, yivli, çengelli çiviler	0,0	0,8	130,4
Portakal, mandarin	82,6	119,9	96,3

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	44,3	52,9	2,2	0,6
2005	2,0	92,9	5,10	0,0
2010	8,6	77,4	14,1	0,0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	11	68

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	9	31
2005	10	26
2010	14	23

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	3	66
2005	3	63
2010	2	64

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8,73	40

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,07	68

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,02	0,05	0,04
2000-2005	0,01	0,02	0,02
2005-2009	0,00	0,01	0,05

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	44	18	30
2000-2005	44	20	23
2005-2009	45	32	39

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

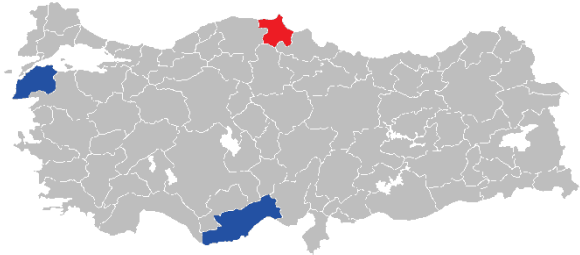
Türkiye’de benzer iller

Çanakkale, Mersin

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Sinop’a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, İngiltere, Portekiz, Danimarka, Hollanda

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Sinop’u en tamamlayıcı ülkeler



58 SIVAS

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	4	19	57
Türkiye'deki payı (%)	0,02	0,03	0,05

Harita 1: Türkiye'de Sivas



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0	4	22
Almanya	2	2	6
İran	0	2	6
A.B.D.	0	2	5
Fransa	0	2	4

Harita 2: Sivas'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Sivas'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Gürcistan	0,0	3,2	22,8
Romanya	0,0	23,6	21,1
Ukrayna	0,1	2,0	10,3
Almanya	0,5	5,5	5,4
Rusya	0,5	6,6	2,8

Harita 3: Sivas'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Sivas payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Sivas payı
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	0,0	0,0	0,0	23,4	41,0	1,7
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	2,83	65,8	0,7	16,6	29,1	0,6
Metal dışı mineral mamuller	0,02	0,5	0,0	4,9	8,6	0,1
Mobilyalar	0,42	9,8	0,2	2,64	4,6	0,2
Metallerden nihai ürünler	0,02	0,4	0,0	2,03	3,5	0,0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Sivas payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Sivas payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	128	12,4	0,6	431	9,5	0,6
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	91	8,8	0,3	412	9,1	0,4
Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı	141	13,6	1,0	398	8,8	1,1
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	143	13,8	0,6	289	6,4	0,5
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	22	2,1	0,1	283	6,2	0,4

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Sıra	45	43	44	42	40	41

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kavuz içinde pirinç (çeltik)	0,0	0,0	567,7
Transmisyon milleri (kam milleri ve krank şaftları), kranklar	1468,4	597,6	498,5
Optik lif demetleri, optik lif kabloları	0,0	21,8	381,9
Kayagan taşı, mermer, granit, porfir vb.	0,0	100,6	62,7
Metal, sinter metal karbür, sermetleri	0,0	0,0	30,4
aşındırarak işleyen tezgahlar			

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	13,7	57,8	24,0	4,5
2005	18,4	64,2	16,8	0,5
2010	44,3	35,7	19,8	0,2

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	25	38

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	2	73
2005	5	49
2010	4	58

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	6	42
2005	10	33
2010	5	53

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8,9	42

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,94	11

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,07	0,01	0,00
2000-2005	0,04	0,01	0,00
2005-2009	0,10	0,00	0,01

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	38	27	43
2000-2005	39	31	37
2005-2009	32	50	45

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

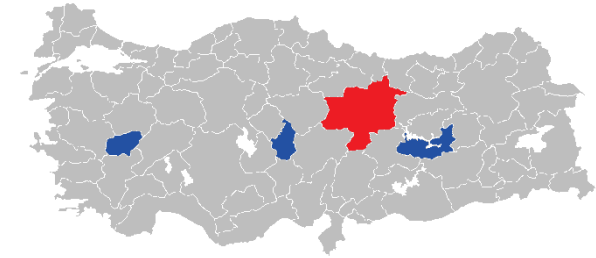
Türkiye'de benzer iller

Uşak, Elazığ, Nevşehir

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Sivas'a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Cezayir, Kazakistan, Nijerya, Norveç, Venezuela

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Sivas'ı en tamamlayıcı ülkeler



59 **TEKİRDAĞ**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	247	509	555
Türkiye'deki payı (%)	0,90	0,69	0,49

Harita 1: Türkiye'de Tekirdağ



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	118	85	137
Fransa	12	17	43
İngiltere	11	34	35
İtalya	12	9	29
Bulgaristan	12	40	26

Harita 2: Tekirdağ'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Tekirdağ'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	72,3	132	121,0
Bulgaristan	6,7	16,8	102,0
İtalya	12,1	46,1	59,2
Çin	7,4	19,8	45,1
Güney Kore	14,4	14,2	34,0

Harita 3: Tekirdağ'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Tekirdağ payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Tekirdağ payı
Giyim eşyası ve aksesuarları	50,3	20,3	0,8	111,1	19,9%	0,9%
Elektrikli makine ve cihazlar	99,9	40,4	8,4	76,4	13,9%	1,0%
Tekstil elyafı ve mamulleri	40,3	16,3	1,1	72,4	13,0%	0,8%
Kauçuk ve mamulleri	10,8	4,4	2,9	63,3	11,4%	3,4%
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0,69	0,3	0,2	36,5	6,6%	1,3%

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışların da payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Tekirdağ payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Tekirdağ payı
Kara yolu ile yük taşımacılığı	61	1,4	0,5	1200	9,2	3,4
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	207	4,9	0,7	1069	8,2	1,1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	176	4,2	1,0	630	4,8	0,9
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	577	13,6	2,6	367	2,8	0,5
İş ve işveren kuruluşlarının faaliyetleri	165	3,9	98,0	324	2,5	91,7

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,4	0,6	0,6	0,6	0,4	0,7
Sıra	22	21	22	21	22	19

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Tungsten, molibden, tantal, magnezyum, krom ve diğer eşya	100,5	43,6	153,6
El kalburları, elekler, düğme, çitçit, fermuar, parfüm spreyleri, mankenler	42,7	66,0	54,7
Epoksi reçineler-ilk şekilde	16,2	33,7	49,8
Beton pompaları	38,4	59,5	43,6
Isı değişikliği yöntemi ile iş yapan cihazların aksam, parçaları	0,0	0,4	37,5

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	5,9	37,7	56,1	0,3
2005	10,8	60,0	28,8	0,4
2010	13,5	46,2	38,1	2,2

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	84	8

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	6	41
2005	23	5
2010	26	7

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	4	56
2005	15	16
2010	12	32

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	6,44	9

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,85	20

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0,60	-0,23	-0,03
2000-2005	-0,12	0,07	-0,19
2005-2009	-0,42	-0,02	0,10

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	80	70	71
2000-2005	76	14	75
2005-2009	78	57	30

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Denizli

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Tekirdağ’a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Romanya, Macaristan, Malezya, Danimarka, Hong Kong

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Tekirdağ’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	14,00	7

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

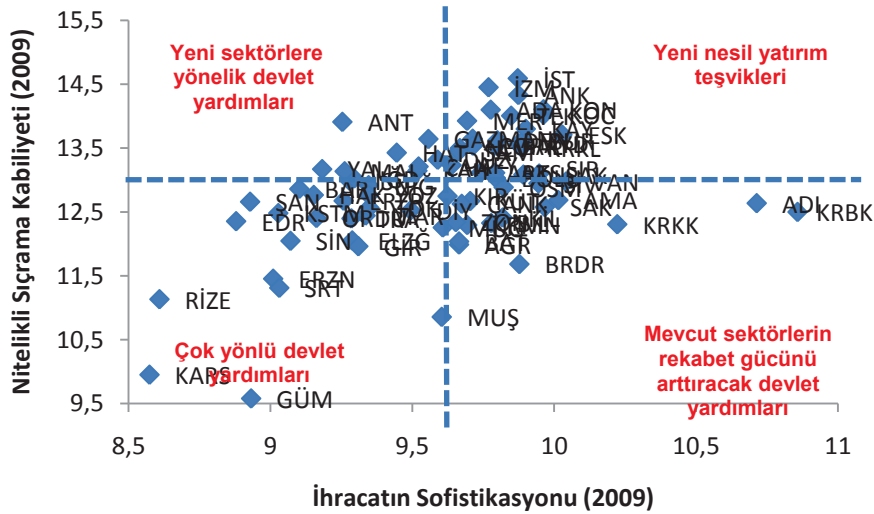
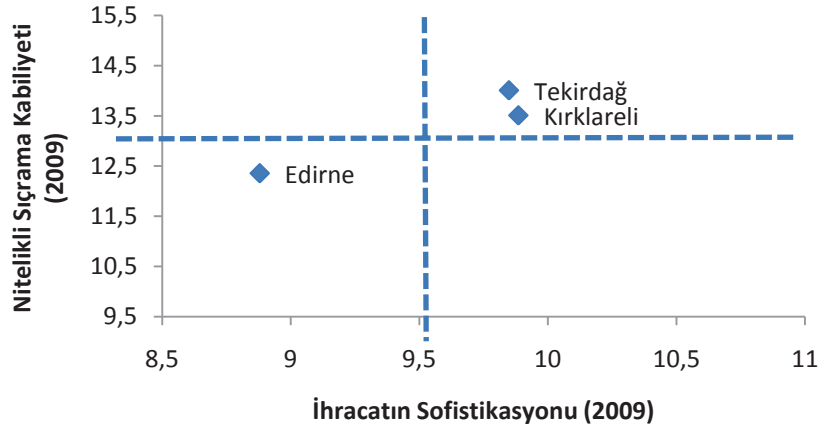
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Plastikten diğer polimerler	Başka yerde belirtilmeyen diğer kâğıt ürünleri	Başka yerde belirtilmeyen makina ve cihazlarla bunların aksam/parçaları
-----------------------------	--	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Seramikten sofraya ve mutfak eşyası, diğer ev ve tuvalet eşyası	Metal işleme torna tezgâhları	Hububattan elde edilen kepek, kavuz ve diğer kalıntılar
---	-------------------------------	---

Strateji matrisinde Tekirdağ'ın yeri



60 TOKAT

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	2	8	23
Türkiye'deki payı (%)	0,01	0,01	0,02

Harita 1: Türkiye'de Tokat



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Danimarka	0	0	6
Almanya	0	1	2
İngiltere	0	1	1
Ürdün	0	0	1
Azerbaycan	1	0	1

Harita 2: Tokat'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Tokat'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0,0	0,1	3,6
Yunanistan	0,1	0,8	3,2
İtalya	1,5	4,1	2,7
İsrail	0,0	0,0	1,6
Ukrayna	0,0	0,4	0,6

Harita 3: Tokat'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Tokat payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Tokat payı
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	0,87	48,7	0,0	7,52	32,5%	0,1%
Giyim eşyası ve aksesuarları	0,07	4,2	0,0	7,23	31,3%	0,1%
Sular, gazozlar, alkollü içkiler	0,00	0,2	0,0	5,15	22,3%	2,6%
Hububat ve mamulleri	0,0	0,0	0,0	1,46	6,3%	0,1%
Elektrikli makina ve cihazlar	0,00	0,0	0,0	0,82	1,3%	0,0%

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Tokat payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Tokat payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	80	9,8	0,4	307	8,8	0,4
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	14	1,7	0,1	251	7,2	0,4
Alkolsüz içeceklerin imalatı; maden sularının ve diğer şişelenmiş suların üretimi	131	16,1	6,5	241	6,9	4,9
İçecek toptan ticareti	131	16,1	4,8	236	6,8	3,0
Otomobillerin ve hafif motorlu kara taşıtlarının ticareti	92	11,3	0,4	150	4,3	0,3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,1	0,2	0,3	0,2	0,1	0,2
Sıra	51	44	33	44	46	49

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Portakal suyu-dondurulmuş (tatlandırılmış olsun, olmasın)	200,9	951,6	1701,9
Sular, gazozlar	0,0	50,1	247,9
Meyve, sert kabuklu yemiş, bitki parçası konserveleri-şekerli	0,0	0,0	170,3
Ananas, domates, üzüm, elma vb. suları-alkolsüz	255,4	433,5	139,8
Sebzeler (dondurulmuş)	0,0	11,5	77,1

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	61,8%	18,1%	20,1%	0,0%
2005	29,1%	70,3%	0,7%	0,0%
2010	46,3%	46,7%	6,9%	0,0%

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	19	52

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	5	46
2005	4	60
2010	8	38

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	5	46
2005	10	30
2010	10	36

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	9,32	42

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,35	52

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,01	0,00	0,00
2000-2005	0,03	0,00	0,00
2005-2009	0,00	0,00	0,01

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	46	46	42
2000-2005	40	54	51
2005-2009	46	33	52

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

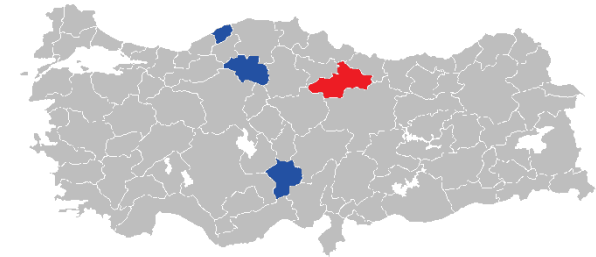
Türkiye’de benzer iller

Bartın, Çankırı, Niğde

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Tokat’a benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

İngiltere, Danimarka, Rusya, Yeni Zelanda, İrlanda

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Tokat’ı en tamamlayıcı ülkeler



61

TRABZON

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	127	969	1000
Türkiye'deki payı (%)	0.46	1.32	0.88

Harita 1: Türkiye'de Trabzon



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya Fed.	27	104	383
Fransa	31	83	112
Almanya	19	119	88
İtalya	1	315	84
Kanada	0	0	32

Harita 2: Trabzon'un başlıca ihracat pazarları, 2010



Trabzon'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya Fed.	15	24	39
Çin	0	2	9
Gürcistan	1	2	7
İtalya	1	4	6
Japonya	1	2	4

Harita 3: Trabzon'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Trabzon payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Trabzon payı
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	113.0	89.0	6.3	904.0	90.0	14.7
Kara ulaşım araçları	1.7	1.4	0.1	20.6	2.1	0.2
Metal dışı mineral mamuller	1.6	1.2	0.2	9.4	0.9	0.3
Yağlı tohumlar ve meyveler	0.0	0.0	0.0	8.7	0.9	6.9
Hayvansal yağlar	0.4	0.3	39.8	8.3	0.8	61.9

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Trabzon payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Trabzon payı
Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı	2.6	0.1	0.0	1483.0	13.5	3.9
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	932.1	20.7	2.1	986.1	9.0	1.3
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	407.8	9.1	1.7	843.9	7.7	1.4
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	219.5	4.9	0.7	671.0	6.1	0.7
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	121.8	2.7	0.5	575.0	5.2	0.8

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.4	0.5	0.5	0.5	5.4	0.6
Sıra	20	23	24	25	3	24

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Balık yağları	91.8	0.0	71.0
Cevizler, sert kabuklu meyveler	29.5	37.7	38.0
Domates-taze, soğutulmuş	28.5	12.8	33.2
Meyvelerden reçel, jöle, marmelat vb müstahzarlar	30.4	24.0	29.3
Meyve ve yenilen bitki konserveleri-diğer	32.2	19.9	27.2

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	84.8	8.3	6.7	0.2
2005	92.0	3.8	4.1	0.0
2010	81.8	5.7	12.0	0.6

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	23	42

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	52
2005	2	69
2010	6	43

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	7	35
2005	7	43
2010	6	51

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordu. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordu.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	6.9	14

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.3	59

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	2.2	1.5	1.3
2000-2005	6.1	1.0	0.6
2005-2009	-4.4	-0.4	1.9

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	11	4	5
2000-2005	6	5	6
2005-2009	80	77	4

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

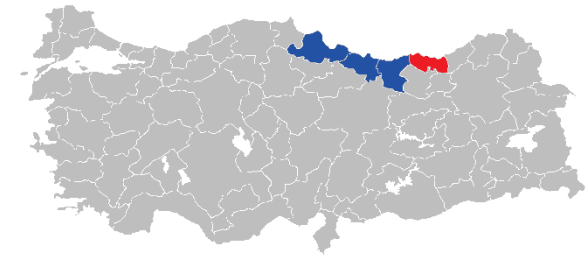
Türkiye’de benzer iller

Samsun, Ordu, Giresun

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Trabzon’a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, İngiltere, Hollanda, Danimarka, Fransa

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Trabzon’u en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.4	58

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

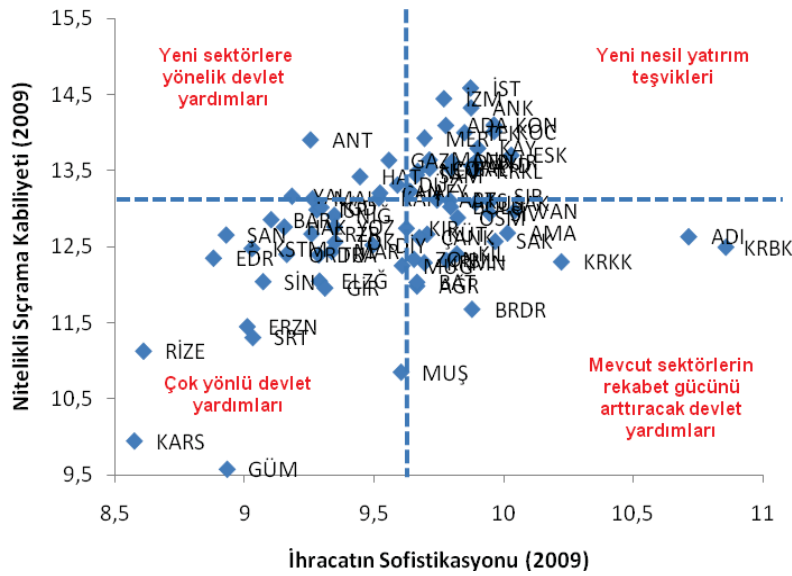
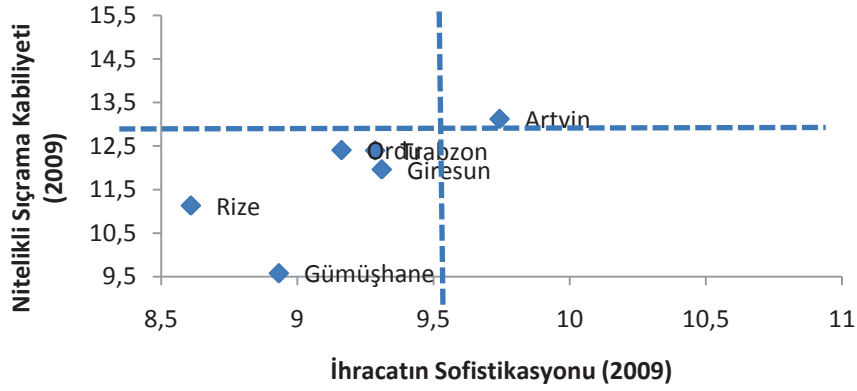
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Demir/çelikten çapalar, filika demirleri vb. aksam; demir/çelik telden eşya	Muslukçu, borucu eşyası-basınç düşürücü, termostatik valf dâhil	Dökme demirden tüpler, borular, içi boş profiller
---	---	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Seramikten sofa ve mutfak eşyası, diğer ev ve tuvalet eşyası	Mineral katrandan elde edilen zift ve zift koku	Çeşitli ağaçlardan sırk, kazık, sap, çubuk, ağaç yünü ve unu vb.
--	---	--

Strateji matrisinde Trabzon'un yeri



62 TUNCELI

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	0	0	0
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.0	0.0

Harita 1: Türkiye'de Tunceli



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
S. Arabistan	0	0	0
İsviçre	0	0	0

Harita 2: Tunceli'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Tunceli'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Pakistan	0	0	0

Harita 3: Tunceli'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Tunceli payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Tunceli payı
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	0.0	0.0	0.0	0.0	92.7	0.0
Sular, gazozlar, alkollü içkiler	0.0	0.0	0.0	0.0	7.3	0.0
Gübreler	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Demir dışı metaller, mamulleri	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Havagazı, petrol gazı, doğal gaz	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Tunceli payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Tunceli payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	18.5	17.8	0.1	89.2	26.5	0.1
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	31.2	29.9	0.1	48.0	14.2	0.0
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	2.3	2.2	0.0	34.5	10.2	0.0
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	4.3	4.1	0.0	30.8	9.1	0.0
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda eczacılık ürünlerinin perakende ticareti	3.0	2.9	0.0	8.9	2.7	0.0

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Sıra	78	79	78	79	79	79

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kuru baklagil	0.0	0.0	382.9
Sular, gazozlar	0.0	0.0	81.0

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	0.0	100.0	0.0	0.0
2005	100.0	0.0	0.0	0.0
2010	100.0	0.0	0.0	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	-	-

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	1	80
2005	1	81
2010	1	79

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	1	80
2005	1	79
2010	1	76

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İilde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	-	-

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	-	-

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	0.0
2000-2005	0.0	0.0	0.0
2005-2009	0.0	0.0	0.0

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	59	40	53
2000-2005	59	47	46
2005-2009	52	38	67

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Batman

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Tunceli’ye benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Slovenya, İrlanda, İngiltere, Rusya, Yeni Zelanda

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Tunceli’yi en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	-	-

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

Gelişme potansiyeli olan sektörler

Tabii taşlardan kaldırım, döşeme ve inşaata elverişli işlenmiş taşlar	Tarım ürünlerinin hasat ve harman edilmesine mahsus makina ve cihazlar	Oturmaya mahsus mobilyalar vb. aksamı
---	--	---------------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Yiyecek/içecek sanayii makine, cihazlar vb. aksam, parçaları	Motorsuz bisikletler (üç tekerlekli dahil)	Buğday ve mahlût unu, bulgur, ırmik ve pellet
--	--	---

63

ŞANLIURFA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	15	30	192
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.0	0.2

Harita 1: Türkiye'de Şanlıurfa



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Suriye	0	0	81
Irak	0	26	58
Libya	0	0	6
Ukrayna	0	0	5
Rusya	0	0	5

Harita 2: Şanlıurfa'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Şanlıurfa'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
ABD	0.1	32.9	73.4
Çin	18.8	30.6	64.7
Türkmenistan	0.0	0.0	23.8
Tayland	0.1	2.7	11.4
Hindistan	0.3	1.1	10.0

Harita 3: Şanlıurfa'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Şanlıurfa payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Şanlıurfa payı
Metal dışı mineral mamuller	0.1	0.6	0.0	74.4	38.7	2.0
Demir ve çelik	0.6	3.7	0.0	25.6	13.3	0.3
Giyim eşyası ve aksesuarları	0.3	1.9	0.0	17.3	9.0	0.1
Elektrikli makine ve cihazlar	0.0	0.3	0.0	17.1	8.9	0.2
Hububat ve mamulleri	0.0	0.1	0.0	16.6	8.6	0.9

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Şanlıurfa payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Şanlıurfa payı
Hasat sonrası bitkisel ürünler ile ilgili faaliyetler	118.1	9.5	9.0	738.4	8.0	22.4
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	228.2	18.3	0.7	606.4	6.6	0.6
Tahıl, işlenmemiş tütün, tohum ve hayvan yemi toptan ticareti	60.4	4.9	1.4	570.8	6.2	4.3
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	51.1	4.1	0.3	437.7	4.7	0.6
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda saat ve mücevher perakende ticareti	2.1	0.2	0.2	423.6	4.6	9.6

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.2	0.4	0.3	0.3	0.5
Sıra	41	38	26	29	26	26

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Ağaçlardan sırik, kazık, sap, yün, un ve aletler	0.0	0.0	70.4
Çimento	0.0	5.7	38.1
İşlenmiş diğer hububat	1.3	77.5	35.7
Pamuk (kadre edilmemiş, penyelenmemiş)	0.0	6.9	26.0
Makarnalık buğday (durum buğdayı)	0.0	0.0	25.3

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	2.3	15.7	81.3	0.7
2005	28.0	42.7	14.9	14.5
2010	55.8	30.9	5.3	7.9

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	20	50

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	6	42
2005	19	8
2010	6	44

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	3	64
2005	1	72
2010	4	60

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	9.8	51

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	8.9	73

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.1	0.4	0.0
2000-2005	-0.1	0.0	0.0
2005-2009	0.3	0.1	0.2

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	35	8	66
2000-2005	71	26	63
2005-2009	22	13	19

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Diyarbakır, Erzurum

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Şanlıurfa’ya benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, Malezya, Tayland, Kazakistan, Cezayir

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Şanlıurfa’yı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.7	47

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkânları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

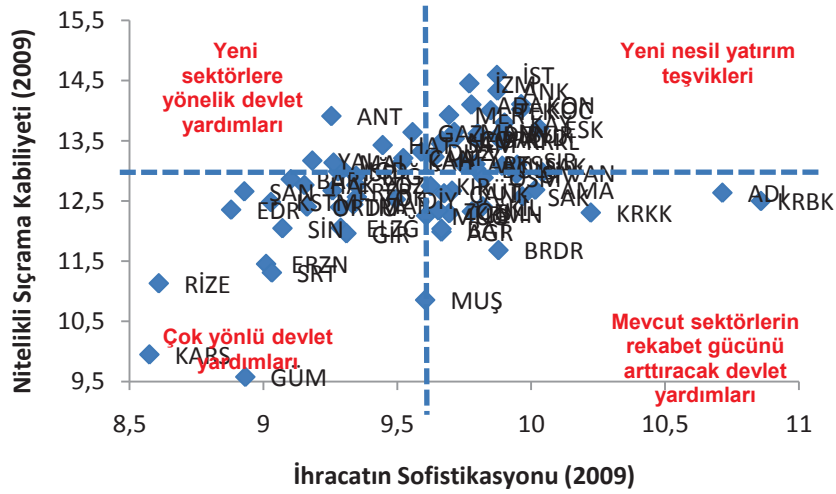
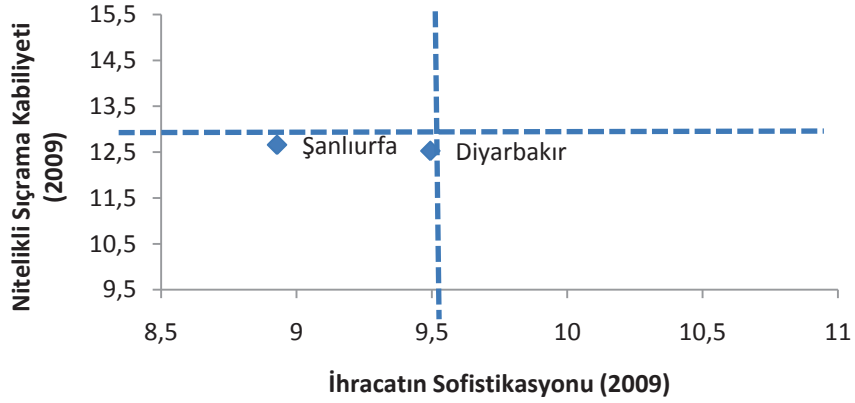
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Tarım ürünlerinin hasat ve harman edilmesine mahsus makine ve cihazlar	Demir/çelikten inşaat ve aksamı, prefabrik yapılar	Demir/çelik/bakır civata, somun, tavan halkası, vida, perçin, pim vb.
--	--	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Soya fasulyesi tohumu	Dokuma, örgü tezgahları, makine ve cihazları	Kayagan taşı, mermer, granit, porfir, bazalt, gre, inşaata elverişli diğer taşlar
-----------------------	--	---

Strateji matrisinde Şanlıurfa'nın yeri



64 UŞAK

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	49	95	115
Türkiye'deki payı (%)	0.18	0.13	0.10

Harita 1: Türkiye'de Uşak



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	7	14	11
İtalya	2	6	9
İspanya	2	5	8
Çin	0	0	7
Irak	0	12	6

Harita 2: Uşak'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Uşak'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
A.B.D.	1	19	20
Çin	2	8	20
Almanya	5	3	12
Hindistan	1	1	8
S. Arabistan	0	0	6

Harita 3: Uşak'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Uşak payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Uşak payı
Tekstil elyafı ve mamulleri	40.0	81.4	1.1	52.5	45.7	0.6
Tekstil lifleri	4.2	8.6	2.2	22.9	19.9	4.0
Metal dışı mineral mamuller	1.0	2.1	0.1	20.0	17.4	0.5
Mineral madde, gübre hammadde	0.1	0.1	0.0	4.1	3.6	0.3
Hazır deriler ve mamulleri	0.2	0.4	0.4	3.2	2.8	2.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Uşak payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Uşak payı
Dokuma	267.9	16.8	2.6	380.7	8.9	2.4
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	105.5	6.6	0.4	244.3	5.7	0.4
Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla gıda, içecek ve tütün ürünleri perakende ticareti	0.0	0.0	0.0	201.9	4.7	22.0
Giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerinin imalatı	108.5	6.8	5.1	187.2	4.4	5.0
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	46.3	2.9	0.3	182.7	4.3	0.3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Sıra	39	40	41	40	39	42

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Sentetik ve suni lif döküntüleri	2.9	64.4	440.8
Yıkanmış yün	152.6	50.1	416.6
Keten lif, kırtık ve döküntüleri	0.0	0.0	332.4
Battaniyeler; diz battaniyeleri	253.9	317.4	309.4
Dokumaya elverişli diğer maddelerden mensucat	2.3	2.3	245.1

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	5.3	70.4	24.2	0.2
2005	15.0	60.9	24.0	0.2
2010	25.2	60.4	14.2	0.3

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	37	25

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	7	37
2005	9	28
2010	13	25

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	9	21
2005	12	23
2010	25	4

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.0	17

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.9	13

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.3	-0.2	-0.1
2000-2005	0.2	0.0	-0.1
2005-2009	-0.1	-0.1	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	26	68	77
2000-2005	28	64	73
2005-2009	72	73	71

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

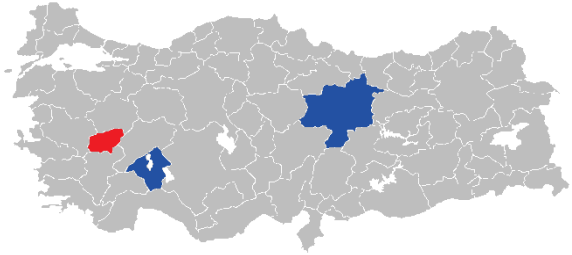
Türkiye'de benzer iller

Sivas, Isparta

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Uşak'a benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Vietnam, Fas, İsrail, Romanya, Bulgaristan

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Uşak'ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.1	32

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

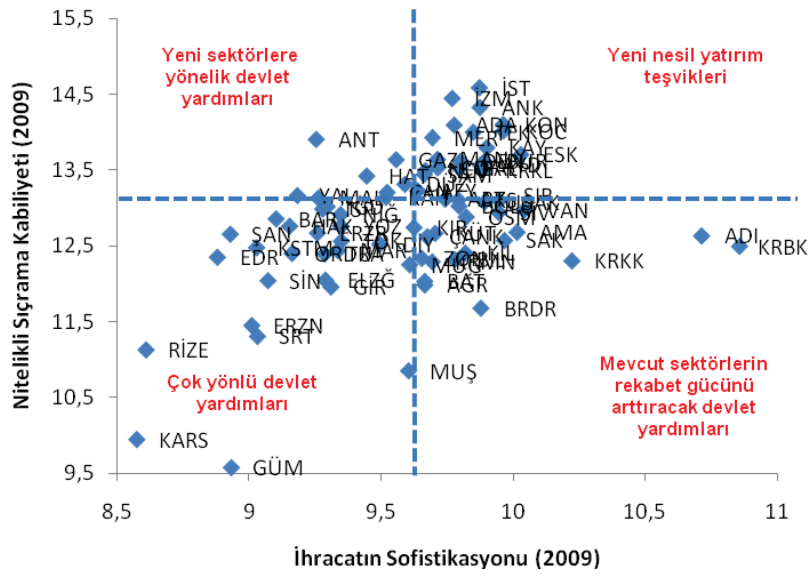
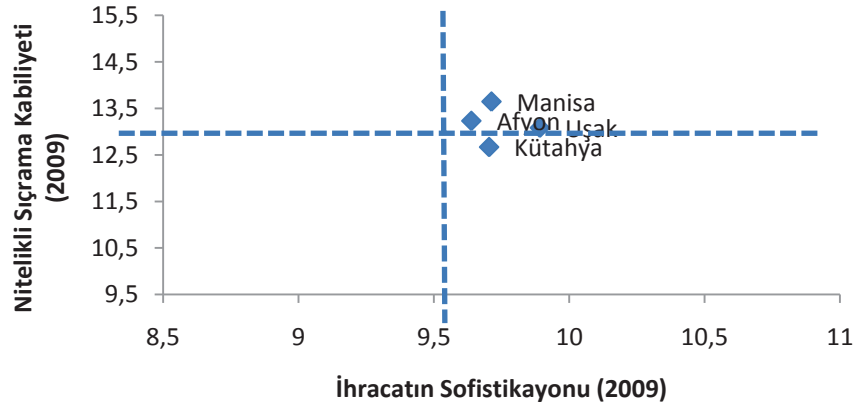
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Hali	Eşya taşıma ambalajı için plastik mamüller	Yıkama, kurutma, ağartma, boya vs. makineleri
------	--	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Pamuktan mensucat	Makarnalık buğday, suni filament iplikleri	Vulkanize fiberden levha, folyofilm ve benzeri
-------------------	--	--

Strateji matrisinde Uşak'ın yeri



65 VAN

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	2	13	19
Türkiye'deki payı (%)	0.01	0.02	0.02

Harita 1: Türkiye'de Van



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İran	1	12	17
Irak	0	1	0
İtalya	0	0	0
Brezilya	0	0	0
Türkmenistan	0	0	0

Harita 2: Van'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Van'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
İtalya	0	0	6
Rusya Fed.	1	4	4
Özbekistan	0	0	2
Bulgaristan	0	0	2
İran	25	1	1

Harita 3: Van'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Van payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Van payı
Demir ve çelik	0.0	0.5	0.0	3.8	20.4	0.0
Mobilyalar	0.0	1.1	0.0	3.0	16.3	0.2
Mantar ve ağaç mamulleri	0.0	0.2	0.0	1.7	9.2	0.3
Debagat ve boyacılık hülusalaları	0.1	2.8	0.1	1.6	8.6	0.3
Tekstil elyafı ve mamulleri	0.0	0.0	0.0	1.4	7.6	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Van payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Van payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	78.6	4.9	0.3	732.5	15.0	0.7
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda elektrikli ev aletlerinin perakende ticareti	477.9	29.9	9.9	436.7	8.9	3.7
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	116.6	7.3	0.5	416.3	8.5	0.7
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	65.4	4.1	0.1	268.4	5.5	0.4
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalardaki içeceklerin perakende ticareti	63.9	4.0	2.4	223.6	4.6	2.8

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Sıra	38	42	40	41	37	37

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Fıçı makaralı rulmanlar	0.0	0.0	318.9
Demir veya çelikten boru bağlantı parçaları	0.0	0.0	185.1
Bel, kürek, kazma, yaba, dirgen vb.	0.0	551.8	183.1
Ateşli silahların aksam ve parçaları	1518.5	241.8	134.6
Yağlı hidrolik veya pnömatik transmisyon valfleri	0.0	0.0	133.8

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	31.1	15.9	51.4	1.6
2005	29.1	40.8	27.3	2.8
2010	16.1	57.3	25.3	1.3

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	24	41

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	7	35
2005	18	11
2010	14	22

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	4	58
2005	1	71
2010	1	75

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	8.4	37

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	10.0	4

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	0.0
2000-2005	0.0	0.0	0.0
2005-2009	0.0	-0.1	0.1

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	45	29	31
2000-2005	45	29	22
2005-2009	65	66	28

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Erzurum, Adıyaman

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Van’a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Danimarka, İsviçre, Norveç, Avusturya, Romanya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Van’ı en tamamlayıcı ülkeler



66 YOZGAT

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	15	9	11
Türkiye'deki payı (%)	0.05	0.01	0.01

Harita 1: Türkiye'de Yozgat



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	2	5
Rusya Fed.	0	0	2
Almanya	6	2	1
Fransa	0	0	0
İngiltere	1	0	0

Harita 2: Yozgat'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Yozgat'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	9	1	8
Rusya Fed.	2	0	2
İtalya	1	0	1
Çin	2	0	1
Hollanda	0	0	1

Harita 3: Yozgat'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Yozgat payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Yozgat payı
Hububat ve mamulleri	0.4	2.5	0.1	5.4	47.8	0.3
Mineral madde, gübre hammadde	0.2	1.0	0.1	2.2	19.4	0.2
Metal dışı mineral mamuller	1.8	11.8	0.2	0.6	5.0	0.0
Mobilyalar	1.3	8.8	0.8	0.6	4.8	0.0
Demir ve çelik	0.0	0.1	0.0	0.4	3.4	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Yozgat payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Yozgat payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	162.7	23.9	0.7	271.4	9.8	0.4
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	37.5	5.5	0.2	228.1	8.3	0.3
Ağaç, inşaat malzemesi ve sıhhi teçhizat toptan ticareti	2.1	0.3	0.0	165.3	6.0	0.5
Kara yolu ile yük taşımacılığı	5.6	0.8	0.0	127.2	4.6	0.4
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	9.6	1.4	0.0	103.1	3.7	0.1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1
Sıra	55	53	52	55	44	57

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Dümbünler, optik teleskoplar vb. astronomi aletleri	0.0	0.0	520.5
Alçı taşı, anhidrit, alçılar, kistin, kireç taşı, kireçli taşlar	35.3	0.0	309.9
Her nevi kükürt (süblime, çöktürülmüş, koloidal kükürt hariç)	0.0	0.0	132.9
Ekmekçi mamulleri	5.7	13.3	107.8
Buhar, kızgın su kazanları ve yardımcı cihazlarının aksamı	0.0	0.0	93.0

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	27.1	62.6	9.5	0.8
2005	29.5	65.5	5.0	0.0
2010	68.8	16.7	12.5	2.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	21	47

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	39	2
2005	11	23
2010	4	57

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	5	44
2005	5	53
2010	4	58

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	11.0	66

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.3	53

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.1	0.0	0.0
2000-2005	-0.1	0.0	0.0
2005-2009	0.0	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	74	22	70
2000-2005	72	22	65
2005-2009	61	74	76

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

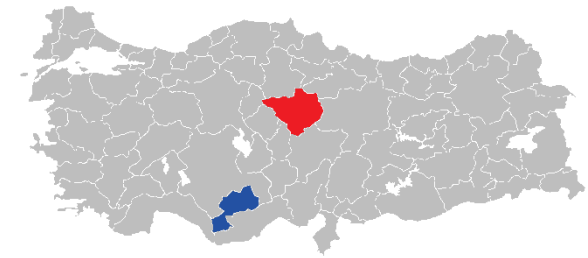
Türkiye’de benzer iller

Karaman

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Yozgat’a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Almanya, Venezuela, Cezayir, Mısır, S. Arabistan

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Yozgat’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.8	42

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

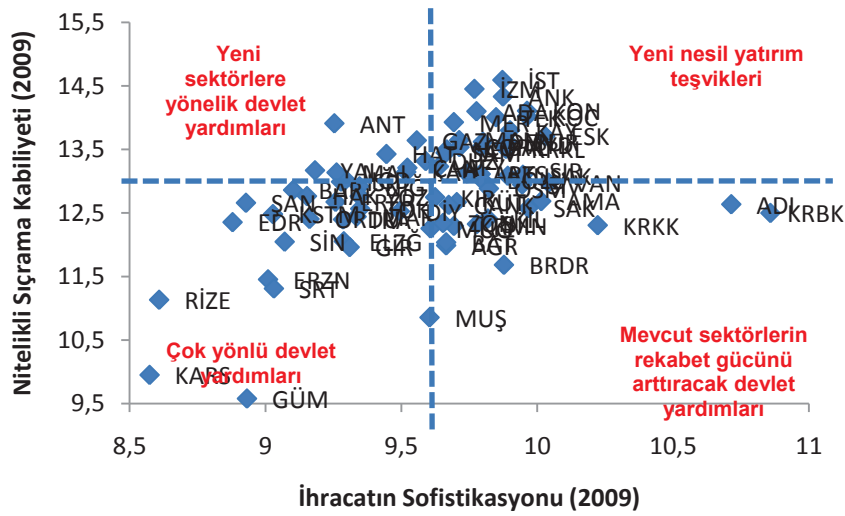
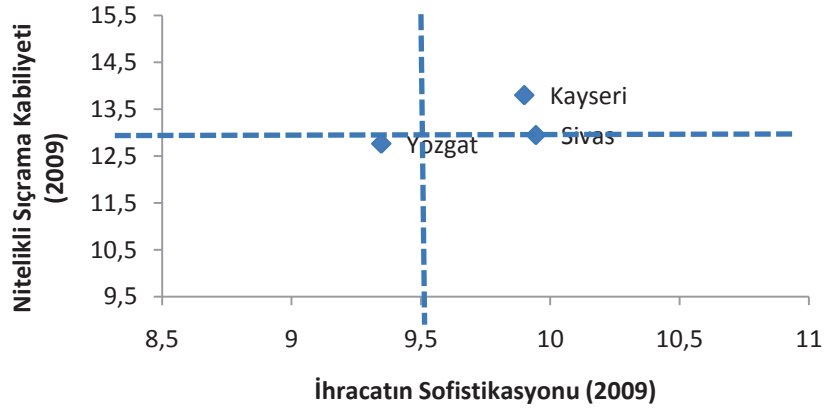
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Elektrik motorları, jenaratörleri, elektrojen grupları	Santrifüjle çalışan kurutma, filtre, arıtma cihazlarının aksam, parçası	Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül
--	---	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Sıvı dielektrik ve diğer transformatörler	Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müstahzarları	Demir/çelikten çapalar, filika demirleri vb. aksam; demir/çelik telden eşya
---	---	---

Strateji matrisinde Yozgat'ın yeri



67

ZONGULDAK

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	33	147	252
Türkiye'deki payı (%)	0,12	0,20	0,22

Harita 1: Türkiye'de Zonguldak



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İspanya	2	0	41
Romanya	1	33	40
İtalya	2	22	22
İngiltere	6	13	16
Belçika	3	2	15

Harita 2: Zonguldak'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Zonguldak'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
İsveç	23,3	87,8	239
ABD	33,6	59,4	237
Brezilya	110	123	214
Rusya	200	464	196
Avustralya	46,1	84,3	140

Harita 3: Zonguldak'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin ihracatında Zonguldak payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin ihracatında Zonguldak payı
Demir ve çelik	21,9	66,1	1,2	158	62,8	1,5
Metal dışı mineral mamuller	4,1	12,6	0,4	34,1	13,5	0,9
Sihhi tesisat, ısıtma, aydınlatma ile ilgili çeşitli eşya	0,75	2,3	0,5	12,4	4,9	1,0
Metallerden nihai ürünler	0,3	1,1	0,1	9,8	3,9	0,2
Kauçuk ve mamulleri	0,9	2,8	0,2	9,1	3,6	0,5

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Zonguldak payı(%)	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Zonguldak payı
Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı	3.166	53,5	21,5	5.556	46,3	14,7
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	209	3,5	0,9	549	4,6	0,8
Ağaç, inşaat malzemesi ve sıhhi teçhizat toptan ticareti	211	3,6	1,8	402	3,3	1,3
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	296	5	1	387	3,2	0,4
Taş kömürü madenciligi	203	3,4	52,9	378	3,1	35,3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,5%	0,7%	0,7%	0,7%	0,5%	0,6%
Sıra	17	17	17	19	21	20

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kemikler, kabuk, boynuz ve dişler, mercanlar	80,5	93,2	141,3
Demir, çelik yassı hadde mamulleri	27,8	9,3	80,6
Diğer et ve sakatat (taze, soğutulmuş, dondurulmuş)	108,8	59,4	68,3
Metalleri haddeleme makineleri, bunların silindirleri	41,6	2,7	33,3
İnşaat tuğlaları, seramik borular, karolar, mozaik	16,9	17,2	31,2

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	17,2	71,3	8,6	2,9
2005	15,0	76,8	7,4	0,8
2010	15,7	75,0	9,2	0,0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	14	64

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	51
2005	6	44
2010	3	67

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	10	18
2005	8	40
2010	12	31

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordu. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordu.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7,86	29

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9,65	41

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	1,52	0,22	-0,10
2000-2005	0,52	0,2	0,02
2005-2009	0,92	-0,17	-0,13

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	16	12	75
2000-2005	20	8	24
2005-2009	15	74	76

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

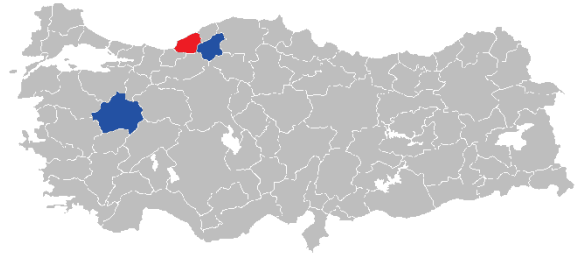
Türkiye’de benzer iller

Kütahya, Karabük

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Zonguldak’a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, İngiltere, Danimarka, Cezayir, S. Arabistan

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Zonguldak’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12,34	60

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkânları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

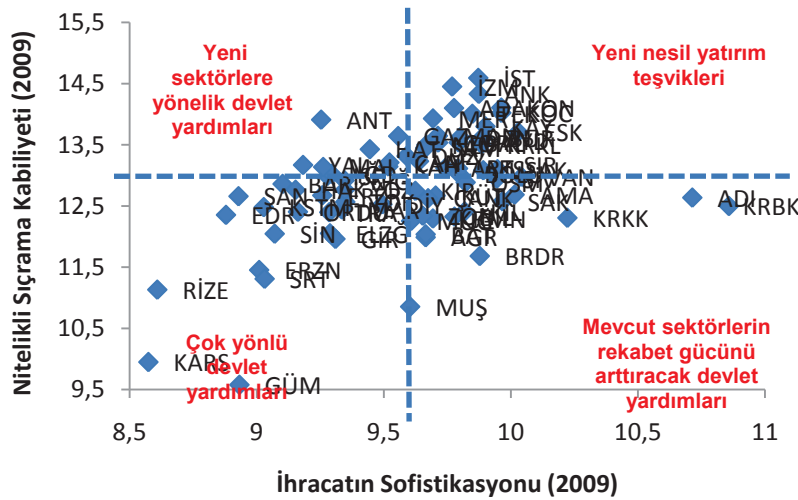
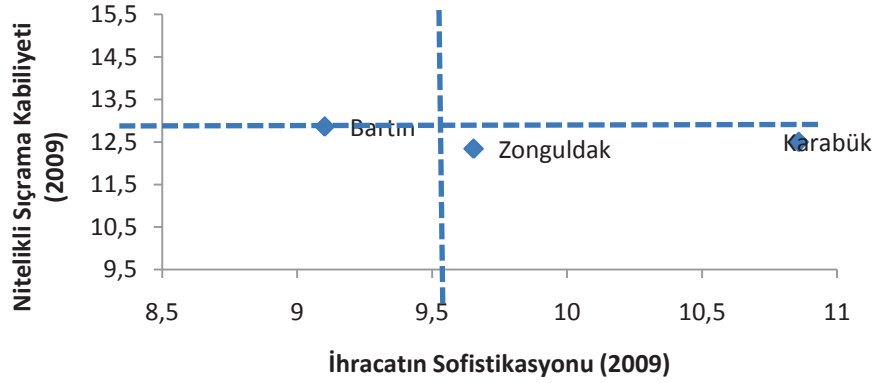
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Yatak çarşafı, masa örtüleri, bezler, örtüler.	Diğer mobilyalar vb. aksam, parçaları	Santrifüjle çalışan kurutma, filtre, arıtma cihazlarının aksam, parçası
--	---------------------------------------	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Toprak, taş, cevher vb ayıran, yıkayan makineler ile bunların parçaları	Sert kabuklu meyvalar	Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil eşyası
---	-----------------------	--

Strateji matrisinde Zonguldak'ın yeri



68 **AKSARAY**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	4	20	57
Türkiye'deki payı (%)	0,01	0,03	0,05

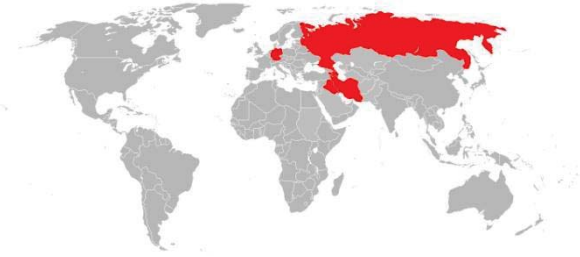
Harita 1: Türkiye'de Aksaray



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
İran	0	0	19
Rusya	0	1	6
Almanya	1	5	5
Irak	0	0	3
Azerbaycan	0	0	3

Harita 2: Aksaray'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Aksaray'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	2	7	14
İtalya	1	1	10
Belçika	0	1	8
Bulgaristan	0	0	7
Çin	1	4	5

Harita 3: Aksaray'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Aksaray payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Aksaray payı
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0.7	17.4	0.2	20.7	36.3	1.0
Metallerden nihai ürünler	0.7	19.1	0.1	16.1	28.3	0.4
Kara ulaşım araçları	0.0	0.5	0.0	8.6	15.0	0.1
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	0.1	1.5	0.0	5.9	10.4	0.4
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0.4	10.5	0.1	1.3	2.2	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Aksaray payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Aksaray payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	70	10,3%	0,4%	347	10.9%	0.5%
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	19	2,7%	0,1%	238	7.5%	0.4%
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	54	7,9%	0,2%	186	5.9%	0.3%
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	40	5,8%	0,1%	152	4.8%	0.2%
Kara yolu ile yük taşımacılığı	33	4,8%	0,3%	151	4.8%	0.4%

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%
Sıra	54	56	55	57	57	55

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Demir, çelik ve alüminyum depolar, sarnıçlar, benzeri kaplar	37.1	422.6	462.2
Çakıl taşı, kırılmış ezilmiş taşlar, çakmak taşı	0	154.9	308.2
Hububat, baklagilin işlenmesi için makina, cihazların aksamı, parçaları	131	134.9	262.0
Diğer römork-yarı römorklar ve römorkların aksam, parçaları	3.7	52.5	93.8
Ağaçtan muhafazalar, kutu, kafes sandık, paletler, yük tablaları	0	5.2	22.4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2010	5.8	49.0	44.8	0.0
2005	0.7	49.1	50.2	0.0
2010	3.5	36.1	60.3	0.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	33	28

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	10	24
2005	10	24
2010	5	48

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	8	26
2005	10	31
2010	7	48

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	9,45	48

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.79	26

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.12	0.00	0.02
2000-2005	0.08	-0.01	0.01
2005-2009	0.12	0.05	0.03

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	32	30	33
2000-2005	32	59	28
2005-2009	31	20	42

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

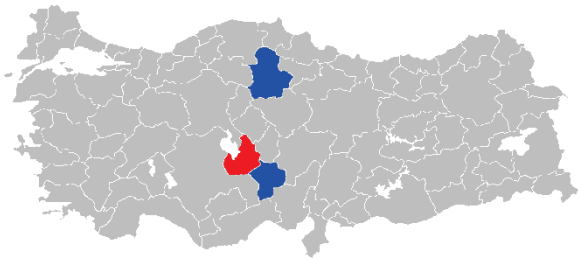
Türkiye’de benzer iller

Çorum, Niğde

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Aksaray’a benzer iller



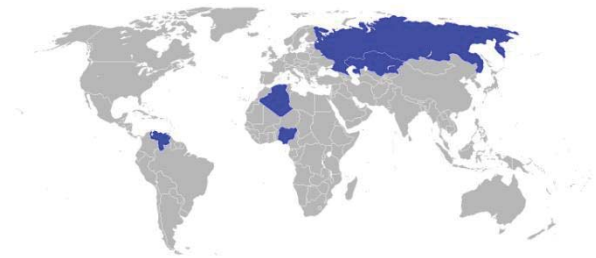
İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Cezayir, Kazakistan, Nijerya, Venezuela

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Aksaray’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.11	30

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

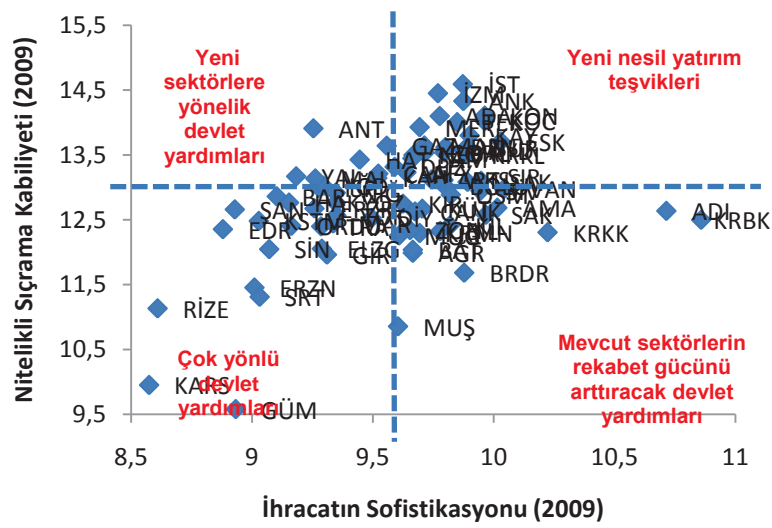
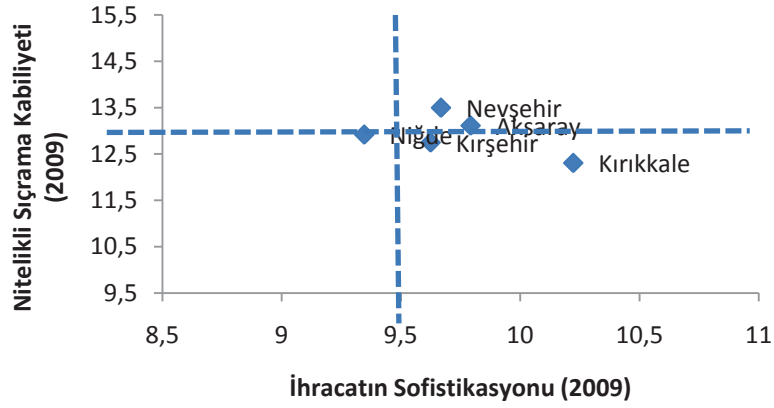
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Tarım makineleri	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	Santrifüjle çalışan kurutma, filtre, arıtma cihazlarının aksam, parçası
------------------	---------------------------------------	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Tabii taşlardan kaldırım, döşeme ve inşaat elverişli işlenmiş taşlar	Buğday ve mahlut unu, bulgur, irmik ve pellet	Çinko cevherleri ve konsantreleri
--	---	-----------------------------------

Strateji matrisinde Aksaray'ın yeri



69

BAYBURT

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	0	0	2
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.0	0.0

Harita 1: Türkiye'de Bayburt



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	0	0	2
KKTC	0	0	0

Harita 2: Bayburt'un başlıca ihracat pazarları, 2010



Bayburt'un başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Endonezya	0.0	0.0	1.2
Almanya	0.1	0.3	0.2
G.Kore	0	0.2	0.2
Ukrayna	0	0	0.1

Harita 3: Bayburt'un başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Bayburt payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Bayburt payı
Kauçuk ve Mamülleri	0	0	0	2	96.3	0.1
Giyim Eşyası ve Aksesuarları	0.2	77.5	0	0	1.6	0
Metal Dışı Mineral Mamülleri	0	0	0	0	1	0
Seyahat Eşyası, El Çantaları vb.	0	0	0	0	0,3	0
Demir Dışı Metaller, Mamülleri	0	0	0	0	0,2	0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	6	5.4	0	28	12.0	0
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	12	11.7	0.1	27	11.5	0
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	6	6.1	0	19	7.8	0
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek veya tütün toptan ticareti	7	6.8	0	17	7.3	0
Karayolu ile yük taşımacılığı	6	5.4	0	13	5.4	0

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0	0	0	0	0	0
Sıra	76	77	79	80	80	81

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Otomobillerde kullanılan dış lastikler-yeni	0	19.3	194.4
Şapkalar, başlıklar, saç fileleri	0	73.9	52.8
Sandık, bavul, valiz, çanta vb.	0	0	9.5
Kalemler	0	0	5.3
Fotokopi cihazları	0	0	4.2

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	0	81.5	18.5	0
2005	8.4	26.1	65.5	0
2010	97.4	2.4	0.1	0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	-	-

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	53
2005	2	66
2010	1	81

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	1	73
2005	2	68
2010	1	81

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	-	-

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	-	-

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-	-	-
2000-2005	-	-	-
2005-2009	-	-	-

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	62	31	59
2000-2005	64	38	53
2005-2009	49	39	65

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Kırşehir

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Bayburt'a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Rusya, Kanada, Slovenya, S. Arabistan, Arjantin

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Bayburt'u en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	-	-

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

Gelişme potansiyeli olan sektörler

Eşya taşıma ambalajı için plastik mamulleri, tıpa, kapak, kapsül	Demir/Çelik/Bakır cıvata, somun, tavan halkası, vida, perçin, pim vb.	Plastikten diğer eşyalar
--	---	--------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Kesilmiş sütün suyu, süt ve krema	Hayvansal ham yağlar	Yiyecek/İçecek Sanayi makine, cihazlar vb. aksam, parçaları
-----------------------------------	----------------------	---

70 KARAMAN

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	33	69	167
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.1	0.1

Harita 1: Türkiye'de Karaman



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	11	25
Cezayir	0	2	16
Yemen	2	3	10
S. Arabistan	2	4	7
Libya	0	2	6

Harita 2: Karaman'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Karaman'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	2.0	1.5	5.5
Malezya	1.6	1.3	4.8
Çin	0.1	0.1	4.0
Endonezya	1.5	0.9	3.5
Hollanda	0.3	0.7	3.4

Harita 3: Karaman'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Karaman'ın payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Karaman'ın payı
Hububat ve mamulleri	19.9	61.1	4.9	103	61.3	5.7
Kahve, çay, baharat, kakao ve hülusalari	4.9	15	3.5	44.9	26.8	8.3
Belirli sanayi kollarında kullanılan makine ve cihazlar	0.7	2.3	0.2	4.3	2.5	0.2
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	0.4	1.1	0.0	3.7	2.2	0.1
Plastikten mamuller	0.8	2.5	0.4	3.0	1.8	0.2

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Karaman'ın payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Karaman'ın payı
Peksimet ve bisküvi imalatı; dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı	431	41.2	50.8	1050	36.6	35.1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	43	4.1	0.2	122	4.2	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalardaki diğer gıda ürünlerinin perakende ticareti	33	3.2	1.8	121	4.2	1.7
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	39	3.7	0.2	111	3.9	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	30	2.9	0.1	93	3.3	0.1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Sıra	44	50	53	51	54	56

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Ekmekçi mamulleri	194.1	184.8	125.5
Diğer çikolata, kakao ihtiva eden gıda müstahzarları	145.5	100.6	107.1
İşlenmiş diğer hububat	24	57.7	62.7
Kalıp, dilim veya çubuk halinde kakao mamulleri	0.0	0.0	45.4
Elma-taze	1.9	22.9	37.0

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	89.8	4.2	6.0	0.0
2005	95.0	0.7	4.3	0.0
2010	93.3	1.4	5.2	0.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	15	61

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	3	70
2005	3	63
2010	3	70

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	27	1
2005	20	7
2010	21	13

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyor. İilde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyor.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	7.7	24

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.7	34

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.1	0.0	0.1
2000-2005	0.0	-0.1	0.0
2005-2009	0.1	0.0	0.2

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	40	53	21
2000-2005	41	65	20
2005-2009	33	21	22

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

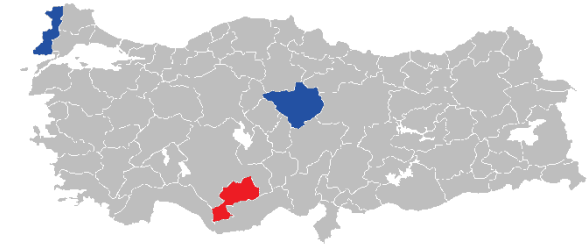
Türkiye’de benzer iller

Yozgat, Edirne

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Karaman’a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Nijerya, Cezayir, Slovenya, S. Arabistan, Mısır

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Karaman’ı en tamamlayıcı ülkeler



71

KIRIKKALE

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	1	2	46
Türkiye'deki payı (%)	0.00	0.00	0.04

Harita 1: Türkiye'de Kırıkkale



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	0	42
İran	0	0	2
Rusya	0	0	1
Türkmenistan	0	1.9	0.9
Fas	0	0	0.5

Harita 2: Kırıkkale'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Kırıkkale'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Rusya	0	0.4	4.2
Özbekistan	0	0	1.7
Belçika	0	0.2	1.5
İtalya	1.1	0	0.9
Almanya	0.4	1	0.9

Harita 3: Kırıkkale'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kırıkkale payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kırıkkale payı
Enerji üreten makina ve cihazlar	0.01	%2.2	%0.0	19.1	%41.4	%0.9
Elektrikli makina ve cihazlar	0	%0.4	%0.0	9.4	%20.5	%0.1
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0.07	%9.3	%0.0	8.1	%17.7	%0.3
Metallerden nihai ürünler	0	%1.2	%0.0	3.8	%8.3	%0.1
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0	%0.2	%0.0	1.9	%4.2	%0.1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kırıkkale payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kırıkkale payı
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	46	%8.4	%0.1	317	%17.9	%0.3
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	59	%10.9	%0.3	159	%9.0	%0.2
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	43	%8.0	%0.2	150	%8.5	%0.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	58	%10.6	%0.2	127	%7.2	%0.2
Kara yolu ile yük taşımacılığı	15	%2.8	%0.1	92	%5.2	%0.3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Sıra	63	63	62	61	62	62

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Buhar Türbinleri	0.0	0.0	654.6
Diğer optik, elektrik aletlerinin aksam ve parçaları	0.0	0.0	572.5
Buhar türbinlerinin aksam, parçaları	0.0	0.0	518.7
Buhar, kızgın su kazanları ve yardımcı cihazlarının aksamı	0.0	0.0	298.2
Diğer amaçlı kıvılcım veya sıkıştırma ateşlemeli motorlar	0.0	0.0	294.8

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	10.1	38.9	50.5	0.6
2005	21.8	17.9	60.3	0.1
2010	4.7	9.1	37.9	48.3

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	14	63

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	6	40
2005	7	41
2010	13	26

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	6	43
2005	5	50
2010	1	74

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordu. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordu.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	11.43	69

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	10.22	3

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.00	0.00	0.00
2000-2005	0.00	0.00	0.00
2005-2009	-0.1	0.00	0.00

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	63	45	44
2000-2005	63	50	38
2005-2009	57	41	62

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

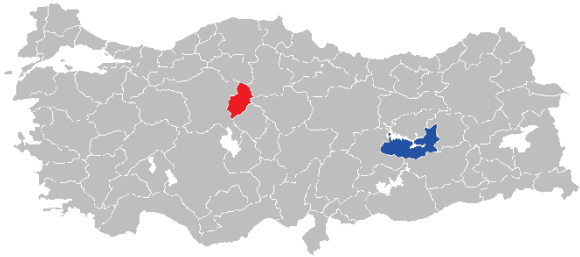
Türkiye'de benzer iller

Elazığ

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Kırıkkale'ye benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Venezuela, Norveç, Rusya, Danimarka, Avusturya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Kırıkkale'yi en tamamlayıcı ülkeler



72 **BATMAN**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	1	45	19
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.1	0.0

Harita 1: Türkiye'de Batman



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	42	14
Suudi Arabistan	0	0	1
K.K.T.C.	0	2	1
Ukrayna	0	0	1
Türkmenistan	0	0	0

Harita 2: Batman'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Batman'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0.0	1.4	8.7
Almanya	1.4	0.5	6.4
A.B.D.	0.1	0.2	2.6
Rusya	0.0	0.1	2.5
İran	0.0	0.0	0.8

Harita 3: Batman'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000		2010			
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı (%)	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Batman payı (%)	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı (%)	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Batman payı (%)
Metal Dışı Mineral Mamüller	0,0	0,0	0,0	3,6	19,7	0,1
Hububat Ve Mamulleri	0,0	0,0	0,0	2,9	15,9	0,2
Mineral Maddeler, Gübre Ham Maddeleri	0,0	0,0	0,0	2,4	13,2	0,2
Tekstil Elyafı Ve Mamulleri	0,0	1,3	0,0	1,4	7,6	0,0
Sebzeler, Meyvalar Ve Mamulleri	0,3	57	0	1,3	7	0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Batman payı (%)	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Batman payı (%)
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	111	17,7	0,4	886	23,4	0,9
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	95	15,2	0,5	550	14,5	0,8
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	55	8,7	0,2	299	7,9	0,5
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	69	11,1	0,3	202	5,3	0,3
Hastane Hizmetleri	12	1,9	0,7	166	4,4	2,4

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Sıra	57	58	59	53	47	45

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Petrol Koku, Bitümenli Karışımlar	3312.4	940.5	620.5
Gazete Kağıdı -Rulo, Tabaka	0.0	0.0	549.7
Fotokopi Cihazları	0.0	0.0	420.3
Vulkanize Kauçuktan Hijyen Eşyası, Eczacılık Eşyası	0.0	0.0	245.3
Alçı Taşı, Anhidrit, Alçılar, Kastin, Kireç Taşı, Kireçli Taşlar	0.0	1.5	219.4

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	90.9	5.7	3.4	0.0
2005	73.6	17.6	8.7	0.1
2010	58.1	15.0	19.1	7.9

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	11	67

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	2	74
2005	2	72
2010	12	27

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	2	69
2005	1	76
2010	2	68

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordu. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordu.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	12.7	72

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.7	39

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	0.0
2000-2005	0.0	0.0	0.0
2005-2009	-0.1	-0.0	0.1

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	51	41	54
2000-2005	53	41	40
2005-2009	67	60	37

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Elazığ, Bingöl

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Batman’a benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, Hindistan, Belarus, Fas, G.Afrika

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Batman’ı en tamamlayıcı ülkeler



73 **ŞIRNAK**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	15	251	642
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.3	0.6

Harita 1: Türkiye'de Şırnak



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Irak	0	250	632
Suriye	0	0	5
Ürdün	0	0	1
Lübnan	0	0	1
Fransa	0	0	0

Harita 2: Şırnak'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Şırnak'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0.1	2.0	3.8
Ekvator	0.0	0.5	3.5
Ukrayna	0.2	0.0	0.6
İsviçre	0.3	0.0	0.5
Irak	0.0	0.2	0.4

Harita 3: Şırnak'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Şırnak payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Şırnak payı
Demir ve çelik	2.2	14.4	0.1	227.0	35.4	2.2
Metal dışı mineral mamuller	1.3	8.7	0.1	200.0	31.1	5.4
Hububat ve mamulleri	0.5	3.5	0.1	40.9	6.4	2.3
İşlenmiş sıvı ve katı yağlar, mumlar	0.0	0.0	0.0	29.5	4.6	25.2
Sebzeler, meyvalar ve mamulleri	4.6	30.9	0.3	25.5	4.0	0.4

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Şırnak payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Şırnak payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	383.9	42.6	0.9	612.2	29.2	0.8
Kara yolu ile yük taşımacılığı	88.1	9.8	0.8	200.4	9.6	0.6
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	49.5	5.5	0.2	194.7	9.3	0.2
Katı, sıvı ve gazlı yakıtlar ile bunlarla ilgili ürünlerin toptan ticareti	32.1	3.6	0.3	168.7	8.1	0.6
Elektrik tesisatı	0.4	0.0	0.0	129.8	6.2	2.3

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Sıra	49	65	63	62	61	60

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Bitkisel ve hayvansal mumlar	0.0	0.0	156.5
Vinil klorür polimerlerinden döküntü, kalıntı ve hurdalar	0.0	0.0	88.6
Patates	196.5	121.2	62.1
Hayvansal ve bitkisel yağlar-hidrojenize, esterlenmiş	0.0	0.0	50.4
Sinema kameraları ve projektörleri	0.0	0.0	48.9

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	51.2	22.3	22.1	4.4
2005	58.2	34.0	7.7	0.1
2010	49.7	41.7	8.1	0.4

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	29	34

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	13	14
2005	5	17
2010	6	46

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	1	72
2005	1	80
2010	1	80

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	10.8	60

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.9	10

İlin pazar payı değişiminin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	0.0
2000-2005	0.0	0.0	0.0
2005-2009	1.5	0.3	1.5

İlin pazar payı değişiminin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	50	43	55
2000-2005	52	48	48
2005-2009	10	10	8

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

İğdır, Hakkâri, Mardin

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Şırnak'a benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, Cezayir, Kazakistan, Mısır, Vietnam

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Şırnak'ı en tamamlayıcı ülkeler



74 **BARTIN**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	2	3	16
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.0	0.0

Harita 1: Türkiye'de Bartın



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	1	0	10
Gürcistan	0	0	1
İtalya	0	0	1
Irak	0	0	1
Fransa	0	0	1

Harita 2: Bartın'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Bartın'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0.2	1.5	5.0
Hindistan	0.0	0.2	1.1
Rusya	0.1	2.1	1.0
Ukrayna	2.1	3.5	0.5
A.B.D.	0.0	0.0	0.4

Harita 3: Bartın'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı (%)	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Bartın payı (%)	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı (%)	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Bartın payı (%)
Giyim eşyası ve aksesuarları	1.4	66.6	0.0	8.7	55.3	0.1
Mobilyalar	0.0	0.2	0.0	4.1	25.9	0.3
Plastikten mamuller	0.0	0.0	0.0	1.3	8.1	0.1
Tekstil elyafı ve mamulleri	0.7	32.8	0.0	0.5	3.3	0.0
Metal dışı mineral mamuller	0.0	0.0	0.0	0.4	2.3	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı (%)	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bartın payı (%)	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı (%)	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Bartın payı (%)
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	58	9.9	0.3	149	9.8	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	89	15.3	0.4	145	9.5	0.2
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	22	3.7	0.1	99	6.5	0.1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat, boya ve cam perakende ticareti	21	3.6	0.2	89	5.8	0.3
Kara yolu ile yük taşımacılığı	24	4.1	0.2	82	5.4	0.2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Sıra	59	60	61	63	64	64

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Borular, hortumlar -takviyesiz, donanımsız	0.0	161.6	269.4
Metal mobilyalar	0.0	166.9	191.2
Sentetik devamsız liflerden dokumalar-elyaf < % 85	0.0	0.0	75.0
Emdirilmiş, sıvanmış kaplanmış vb. mensucattan giyim eşyası	0.0	0.0	35.5
Örme spor kıyafetleri	0.0	0.0	31.6

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	0.0	65.3	34.7	0.0
2005	21.8	70.6	7.6	0.0
2010	3.8	90.5	5.6	0.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	25	37

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	3	67
2005	8	32
2010	9	33

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	5	52
2005	9	34
2010	2	65

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordu. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordu.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	10.6	57

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.10	67

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.1	-0.0	0.0
2000-2005	0.0	0.0	0.0
2005-2009	0.0	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	39	57	60
2000-2005	50	51	47
2005-2009	44	46	59

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

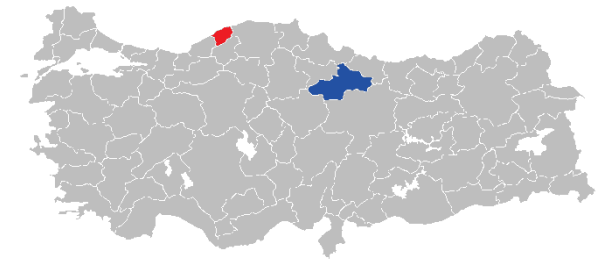
Türkiye’de benzer iller

Tokat

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Bartın’a benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Slovakya, Danimarka, İsrail, G.Afrika, İsviçre

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Bartın’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.9	40

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

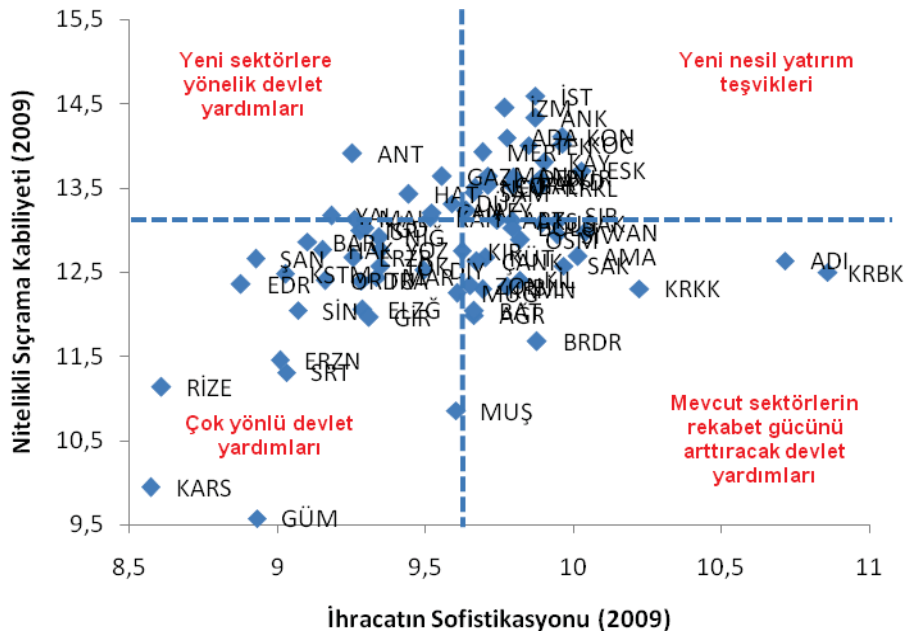
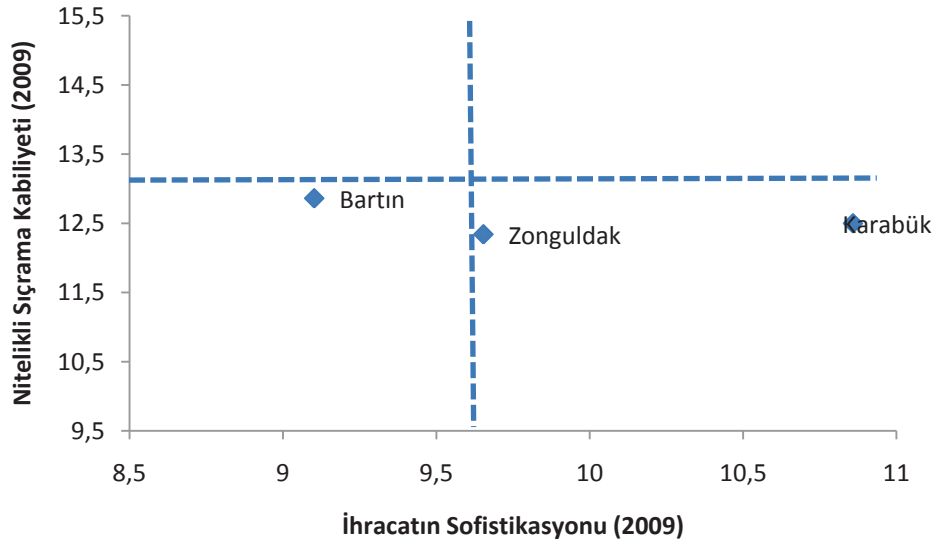
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Pamuktan ağartılmamış mensucat	Deri köseleden giyim eşyası ve aksesuarları	İnşaat Malzemesi
--------------------------------	---	------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

İşlenmiş Hububat	Diğer Sebzeler- Taze ve Soğutulmuş	Demir veya Çelik Teller
------------------	------------------------------------	-------------------------

Strateji matrisinde Bartın'ın yeri



75 ARDAHAN

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	0	0	3
Türkiye'deki payı (%)	0,00	0,00	0,00

Harita 1: Türkiye'de Ardahan



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Azerbaycan	0	0	3
Gürcistan	1	0	0

Harita 2: Ardahan'ın başlıca ihracat pazarları, 2010



Ardahan'ın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-

Harita 3: Ardahan'ın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektörlerdeki ihracatında Ardahan payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektörlerdeki ihracatında Ardahan payı
Metal dışı mineral mamuller	0,0	0,0	0,0	2,7	89,9	0,1
Tarifede yer almayan yenilen ürünler	0,0	0,0	0,0	0,2	7,5	0,0
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0
Belirli sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0
Debagat ve boyacılıkta kullanılan hülâsalar, boyayıcı maddeler	0,0	0,0	0,0	36	4,3%	0,4%

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Ardahan payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Ardahan payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	8,0	12,1	0,0	47,3	18,3	0,1
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	12,1	18,2	0,1	38,2	14,8	0,1
Binaların genel temizliği	0,0	0,0	0,0	14,1	5,4	0,3
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat, boya ve cam perakende ticareti	1,8	2,7	0,0	12,2	4,7	0,0
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda eczacılık ürünlerinin perakende ticareti	3,2	4,9	0,0	10,4	4,0	0,1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sıra	81	81	81	81	81	80

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Çimento	0,0	2,4	90,5
Tuz, saf sodyum klorür	0,0	0	45,3
Süt sağma makinaları, sütçülükte kullanılan cihazlar	0,0	0	41,1
Tarifede yer almayan yenilen ürünler	0,0	88,9	28,1
Yağlama müstahzarları	0,0	0	10,7

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	96,8%	0,0%	3,2%	0,0%
2005	6,3%	4,4%	89,3%	0,0%
2010	98,6%	0,1%	1,4%	0,0%

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	-	-

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	3	62
2005	2	71
2010	1	78

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	1	79
2005	1	81
2010	1	72

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	-	-

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	-	-

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0,00	0,00	0,00
2000-2005	-	-	-
2005-2009	0,00	0,00	0,00

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	52	33	46
2000-2005	-	-	-
2005-2009	51	37	66

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller Muş, Kars

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Ardahan’a benzer iller

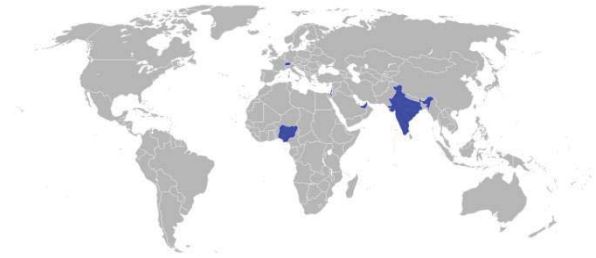


İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler Nijerya, İsviçre, Hindistan, BAE, İsrail

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Ardahan’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	-	-

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

Gelişme potansiyeli olan sektörler

Diğer sebzeler- dondurulmuş	Mobilya	Keçe, dokunmamış, sıvanmış mensucattan giyim eşyası
-----------------------------	---------	---

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Konfeksiyon	Hububatta Elde Edilen Kepek ve Diğer Kalıntılar	Diğer şekilde işlenmiş hububat taneleri
-------------	---	---

76 İĞDIR

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	28	41	103
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.1	0.1

Harita 1: Türkiye'de İğdir



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Azerbaycan	26	38	90
Türkmenistan	1	1	6
İran	-	-	4
Kırgızistan	-	-	1
Irak	-	2	1

Harita 2: İğdir'in başlıca ihracat pazarları, 2010



İğdir'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Tacikistan	-	-	1.0
Irak	-	0.7	1.0
Azerbaycan	0.1	1.2	0.1
Özbekistan	-	-	0.1
Çin	-	-	0.1

Harita 3: İğdir'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında İğdir payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında İğdir'in payı
Kağıt-karton ve kağıt, karton esaslı mamuller	0.3	0.9	0.2	12.2	11.8	1.0
Metal dışı mineral mamuller	4.6	16.4	0.5	11.0	10.7	0.3
Hububat ve mamulleri	4.3	15.5	1.1	10.6	10.3	0.6
Mineral maddeler, gübre ham maddeleri	1.8	6.5	0.7	6.9	6.7	0.5
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	2.5	9.1	0.1	6.3	6.2	0.1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında İğdir'in payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında İğdir'in payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	110.4	36.8	0.2	113.3	14.5	0.2
Ekmek, taze pastane ürünleri ve taze kek imalatı	1.5	0.5	0.1	78.2	10.0	1.3
Kara yolu ile yük taşımacılığı	13.8	4.6	0.1	61.8	7.9	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	28.7	9.6	0.1	55.1	7.1	0.1
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	17.1	5.7	0.1	47.1	6.0	0.1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sıra	67	72	74	75	76	76

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Diğer hububat unları	0.5	457.7	310,2
Süt ve krema- konsantre, tatlandırıcı içeren	-	314.0	196,0
İç zarlari çıkartılmış (esmer) pirinç	-	-	168,0
Patates	62.1	51.4	162,0
Hayvansal, bitkisel, yenmeyen, değiştirilmiş yağlar	-	-	115,2

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	39.8	44.5	13.0	2.8
2005	65.8	14.6	18.9	0.7
2010	43.8	41.1	14.4	0.7

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	29	33

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	20	6
2005	19	9
2010	27	5

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	1	76
2005	1	75
2010	1	71

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	9.6	49

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.3	57

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.2	-0.3	0.6
2000-2005	-0.2	-0.2	0.3
2005-2009	0	0	0.3

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	78	72	11
2000-2005	78	74	9
2005-2009	42	62	18

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Şırnak, Kayseri

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Iğdır’a benzer iller



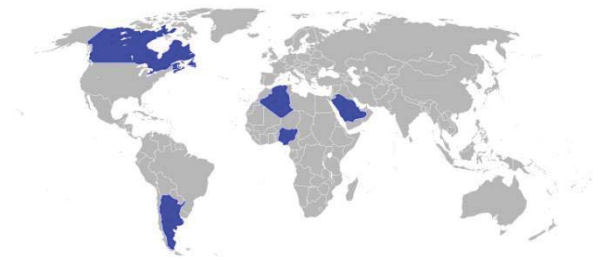
İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

S.Arabistan, Nijerya, Arjantin, Kanada, Cezayir

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Iğdır’ı en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	13.0	34

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

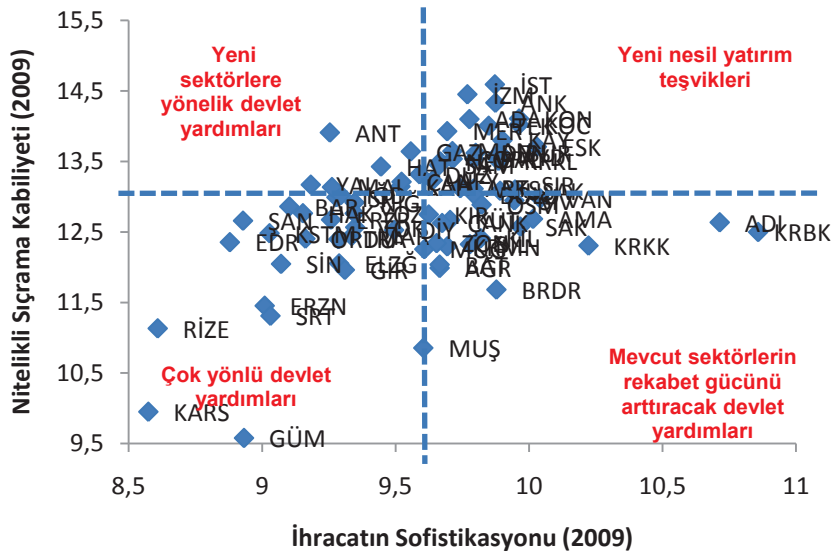
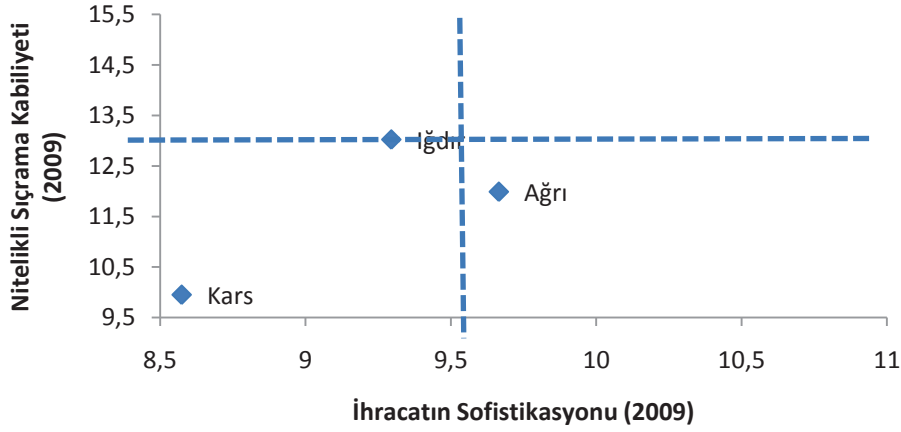
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Lehim ve kaynak yapmaya mahsus makine ve cihazlar	Başka yerde belirtilmeyen tekstil eşyası	Halı ve yer kaplaması
---	--	-----------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Çikolata ve kakao içeren diğer gıda müst.	Taş, alçı ve minerallerden eşya	Arpa
---	---------------------------------	------

Strateji matrisinde İğdir'in yeri



77

YALOVA

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	8	23	44
Türkiye'deki payı (%)	0.03	0.03	0.04

Harita 1: Türkiye'de Yalova



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Hollanda Antil.	0	0	16
Fransa	0	0	6
Hollanda	0	0	5
Almanya	0	0	3
Irak	0	1	3

Harita 2: Yalova'nın başlıca ihracat pazarları, 2010



Yalova'nın başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
İran	0	0	10
Çin	0	0	7
İtalya	1	4	7
Rusya Fed.	1	0	6
Hollanda	2	2	6

Harita 3: Yalova'nın başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Yalova payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Yalova payı
Diğer ulaşım araçları	0.0	0.0	0.0	18.7	42.6	1.3
Hayvansal, bitkisel ham madde	1.9	23.7	3.0	6.1	13.9	4.6
Balıklar, balık müstahzarları	2.8	35.9	3.2	3.8	8.6	1.1
Giyim eşyası ve aksesuarları	2.0	25.7	0.0	3.2	7.4	0.0
Çeşitli mamul eşya	0.0	0.3	0.0	2.0	4.6	0.1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Yalova payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Yalova payı
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	56.5	10.3	0.3	172.6	8.5	0.2
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	25.5	4.6	0.1	141.5	7.0	0.2
Tütün ürünlerinin toptan ticareti	3.5	0.6	0.1	118.1	5.8	0.7
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	22.7	4.1	0.1	106.8	5.3	0.2
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	39.6	7.2	0.1	102.2	5.1	0.1

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Sıra	60	61	58	59	58	61

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kemikler, kabuk, boynuz ve dişler, mercanlar	462	940.3	695.5
Kabuklu hayvanlar ve yumuşakçaların konserveleleri	599	718.1	511.5
Çiçek soğanları, yumrular, kökler, canlı bitkiler	1120	787.1	490.7
Diğer et ve sakatat (taze, soğutulmuş, dondurulmuş)	55	126.4	435.2
Yolcu, gezi, balıkçı, yük, savaş gemileri, feribotlar, mavnalar	0.0	0.0	67.0

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	73.0	16.6	10.1	0.2
2005	35.9	53.7	10.3	0.1
2010	15.1	20.6	63.8	0.4

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	33	30

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	5	44
2005	8	38
2010	5	49

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	4	57
2005	5	51
2010	6	50

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İilde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	10.0	54

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.2	64

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	0.0
2000-2005	0.1	0.0	0.0
2005-2009	-0.1	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	68	28	40
2000-2005	33	60	61
2005-2009	71	53	43

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye'de benzer iller

Sivas, Uşak

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Yalova'ya benzer iller



İthalat yapısı itibariyle Tamamlayıcı Ülkeler

Danimarka, Norveç, Yunanistan, İrlanda, Fransa

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Yalova'yı en tamamlayıcı ülkeler



78 **KARABÜK**

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	6	9	128
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.0	0.1

Harita 1: Türkiye'de Karabük



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Suriye	0	0	32
Fas	0	0	25
Yemen	0	0	7
BAE	0	0	4
Cezayir	0	0	4

Harita 2: Karabük'ün başlıca ihracat pazarları, 2010



Karabük'ün başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Ukrayna	3.8	23.9	93.6
Kanada	0.8	44.5	93.4
A.B.D.	29.0	29.6	40.5
Rusya	0.7	5.2	35.9
Çin	1.8	0.8	24.2

Harita 3: Karabük'ün başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Karabük'ün payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektöründeki ihracatında Karabük'ün payı
Demir ve çelik	0.0	0.0	0.0	119	93.2	1.2
Giyim eşyası ve aksesuarları	5.1	85.4	0.1	4.5	3.6	0.0
Değişik sanayi kollarında kullanılan makine ve cihazlar	0.0	0.2	0.0	0.9	0.7	0.0
Metal işleme makineleri	0.3	4.6	0.3	0.7	0.6	0.1
Metallerden nihai ürünler	0.3	5.2	0.0	0.4	0.4	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Karabük'ün payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Karabük'ün payı
Ana demir ve çelik üretimleri ile ferro alaşımların imalatı	581	31.9	3.9	1223	26.9	3.2
Madenler ve maden cevherlerinin toptan ticareti	208	11.4	3.9	790	17.4	3.9
Kara yolu ile yük taşımacılığı	103	5.7	0.9	319	7.0	0.9
Ağaç, inşaat malzemesi ve sıhhi teçhizat toptan ticareti	81	4.5	0.7	239	5.2	0.8
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat, boya ve cam perakende ticareti	117	6.4	1.3	222	4.9	0.9

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.2	0.3	0.2	0.3	0.2	0.2
Sıra	31	34	39	36	43	40

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Demir veya Çelik Ray, Kontray, Makas vb. demiryolu malzemesi	0.0	0.0	842.1
Demir veya Çelik Profiller	0.0	0.0	56.1
Diğer Demir, Alaşımsız Çelik Yassı Mamulleri	0.0	0.6	17.9
Malt	0.0	0.0	15.8
Kadın İçin Manto, Yağmurluk, Kaban. Kap, Pelerin, Anorak, Rüzgarlık	14.8	0.0	11.8

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	0.5	93.3	4.9	1.3
2005	1.6	91.5	6.6	0.2
2010	0.4	97.5	2.0	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	14	62
	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	3	68
2005	4	55
2010	3	68
	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	5	48
2005	4	56
2010	9	41

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İfade var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	9.9	52

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	10.8	1

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.04	0.02	0.0
2000-2005	-0.03	0.0	0.0
2005-2009	-0.05	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	73	23	61
2000-2005	70	34	57
2005-2009	66	52	53

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığını göstermektedir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

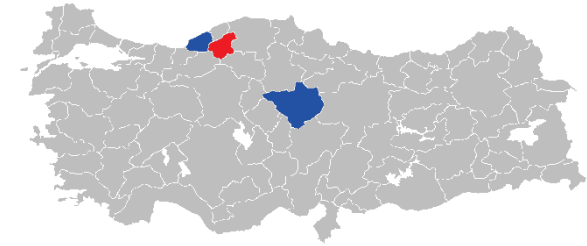
Türkiye'de benzer iller

Zonguldak, Yozgat

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Karabük'e benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Kazakistan, Cezayir, Mısır, BAE, Vietnam

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Karabük'ü en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.5	53

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

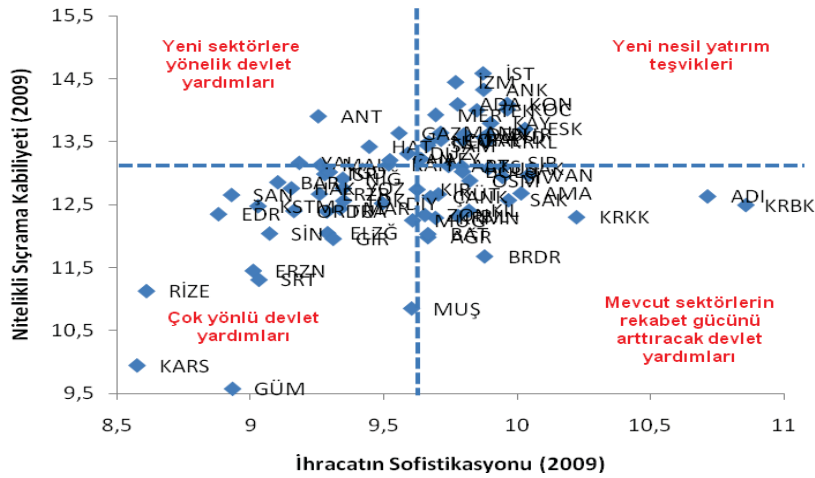
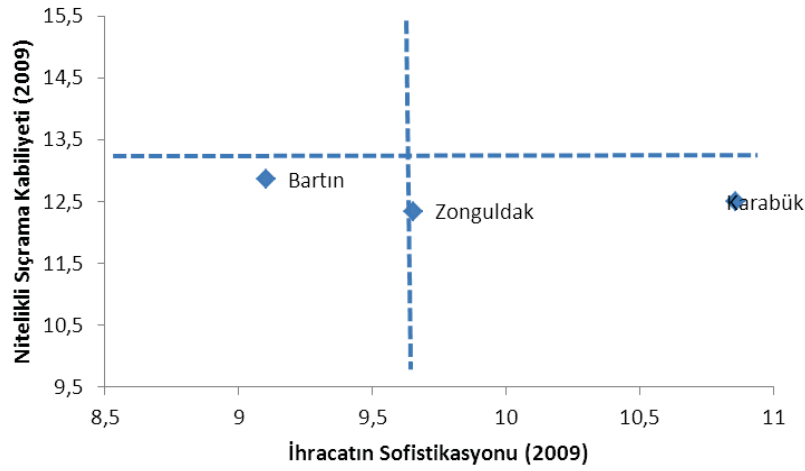
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Sentetik/suni/devamlı/devamsız liflerden dikiş ipliği	Başka yerde belirtilmeyen diğer tekstil eşyası	Arıtılmış bakır, bakır alaşımları, çöktürülmüş bakır
---	--	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Dokumaya elverişli diğer maddelerden dokunmuş mensucat	Selüloz eterleri (ilk şekilde) selüloz, kimyasal türevi, vulkanize fiberden levha, folye film vs.	Sert kabuklu meyvalar
--	---	-----------------------

Strateji matrisinde Karabük'ün yeri



79 KİLİS

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	8	4	35
Türkiye'deki payı (%)	0.03	0.01	0.03

Harita 1: Türkiye'de Kilis



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Suriye	5	1	18
Irak	0	0	15
Polonya	0	0	1
Almanya	0	0	1
Hollanda	0	0	0

Harita 2: Kilis'in başlıca ihracat pazarları, 2010



Kilis'in başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0.1	1.7	33
Endonezya	0.2	1.8	7.1
Suriye	0.6	0.8	3.6
A.B.D.	0	0	2.8
Irak	0	0	1.2

Harita 3: Kilis'in başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kilis payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Kilis payı
Metal Dışı Mineral Mamuller	0	0	0	15.7	45.2	0.4
Mobilyalar	0	0	0	8.7	25.1	0.6
Çeşitli Mamul Eşya	0	0	0	4.2	12.1	0.1
Tekstil Elyafı Mamulleri	2.8	34.3	0.1	1.7	5.1	0
Bitkisel Yağlar	0.1	0.8	0.1	1.6	4.8	0.8

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kilis payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Kilis payı
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	6	3.1	0	54	11.6	0,1
Kara yolu ile yük taşımacılığı	10	5.1	0.1	38	8.1	0,1
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	7	3.6	0	30	6.5	0,0
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	8	3.9	0	29	6.3	0,0
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	9	4.5	0	26	5.6	0,0

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Sıra	71	75	77	78	78	78

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Deri-köşele esaslı terkip levha, şerit-rulolar	-	-	276.9
Ayçiçeği, aspir (yalancı safran) tohumu yağı	1.4	0	54.5
Çimento	0	16.3	45.5
Ağaç mobilyalar	-	-	43.2
Homojenize edilmiş et, sakatat-kandan konserve vb.	9.3	-	11.6

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	57.2	35.6	1.8	5.4
2005	17.5	71.1	11.5	0.0
2010	50.5	47.0	2.4	0.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	17	56

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	4	58
2005	5	50
2010	4	59

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	3	65
2005	5	47
2010	2	66

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	11.24	67

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.82	22

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	-0.04	-0.01	0.01
2000-2005	0	0	0
2005-2009	0.03	0.03	0.01

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	71	54	39
2000-2005	51	55	60
2005-2009	41	27	51

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

Türkiye’de benzer iller

Burdur, Çanakkale, Urfa

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Kilis’e benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

İsrail, BAE, Romanya, Vietnam, Fas

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Kilis’i en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.41	56

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

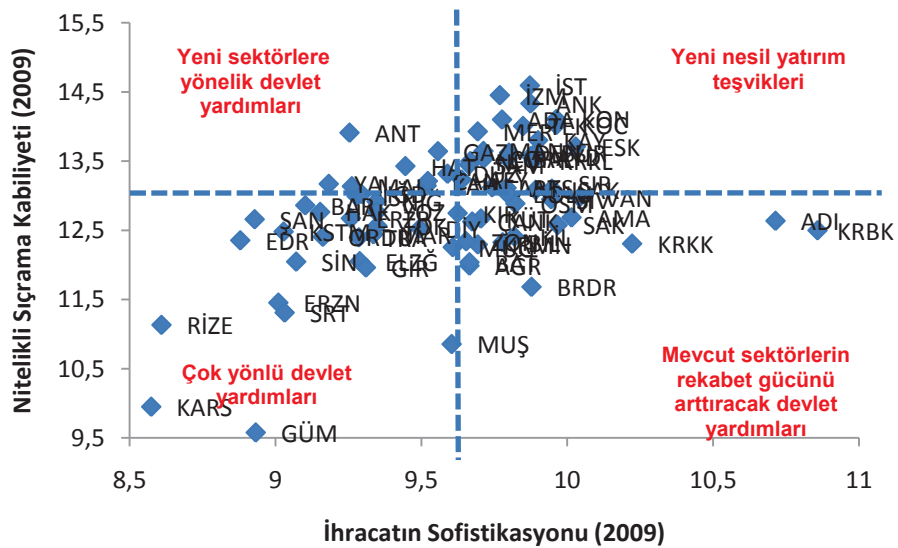
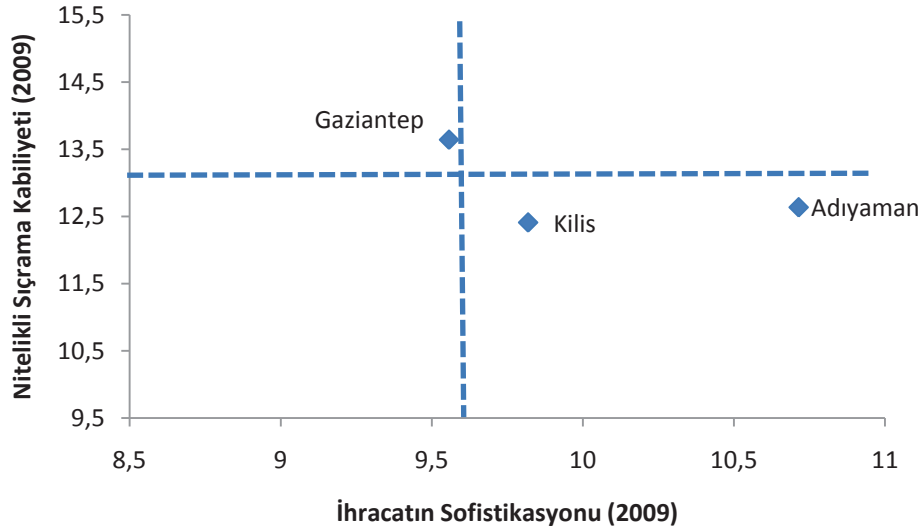
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Yatak çarşafı, masa örtüleri, bezler ve örtüler	Elektrikli olmayan yemek pişirme ocakları, soba vb.	Deri ve köseleden diğer eşya
---	---	------------------------------

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Dokunmuş halılar ve dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları.	Ağaçtan aletler, alet sapları, süpürge, fırça sapları, kalıplar, askılar	Alet tutucu, otomatik açılan pafta kafaları, makinalara ait taksim edici tertibat
---	--	---

Strateji matrisinde Kilis'in yeri



80 OSMANIYE

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	0.9	1.5	75.5
Türkiye'deki payı (%)	0.0	0.0	0.1

Harita 1: Türkiye'de Osmaniye



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
B.A.E.	0	0	32.7
Suriye	0	0.2	11.7
Tunus	0	0	6.1
Irak	0	0.6	5.6
Azerbaycan	0	0	5.1

Harita 2: Osmaniye'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Osmaniye'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
A.B.D.	0	0.1	70.6
Belçika	0	0	60.7
İsrail	0	0	32.6
Lübnan	0	0	26.2
İngiltere	0.7	0	24.1

Harita 3: Osmaniye'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Osmaniye'nin payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Osmaniye'nin payı
Demir ve çelik	0	0.0	0.0	57	76.0	0.6
Tekstil elyafı ve mamulleri	0.1	9.0	0.0	7	8.6	0.1
Hububat ve mamulleri	0	0.0	0.0	3	4.1	0.2
Sebzeler, meyveler ve mamulleri	0	0.0	0.0	3	3.8	0.0
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0	1.4	0.0	1	1.6	0.0

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Osmaniy'e'nin payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Osmaniy'e'nin payı
Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı	2	0.4	0.0	544	15.6	1.4
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	41	6.9	0.2	215	6.2	0.3
Tahıl, işlenmemiş tütün, tohum ve hayvan yemi toptan ticareti	20	3.3	0.5	174	5.0	1.3
İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	8	1.3	0.0	142	4.1	0.1
Süt ürünleri, yumurta ve yenilebilir sıvı ve katı yağların toptan ticareti	49	8.1	1.9	137	3.9	1.7

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Sıra	58	59	60	56	55	48

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kaplı veya plakaj yapılmış demir, alaşımsız çelik yassı mamuller	0.0	0.0	88.8
Yer fıstığı	2216.6	4653.3	75.2
Demir, alaşımsız çelikten yarı mamuller-ağırlıkça karbon < % 0,25	0.0	0.0	54.6
Kâğıt kesme makinaları; torba, kesekâğıdı, zarf, kutu vb. yapma makinaları	0.0	0.0	29.3
Pamuk ipliği	0.0	0.0	29.3

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	1.3	82.7	14.4	1.6
2005	44.9	16.6	38.1	0.4
2010	5.5	10.3	84.1	0.0

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	24	40

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	3	69
2005	8	37
2010	2	76

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	2	68
2005	4	55
2010	4	57

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç ediliyordur. İlde var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç ediliyordur.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	10.8	61

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.8	21

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.0	0.0	0.0
2000-2005	0.0	0.0	0.0
2005-2009	0.0	0.0	0.0

İlin pazar payı değişimin unsurları (Ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	47	48	57
2000-2005	57	45	44
2005-2009	47	42	50

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

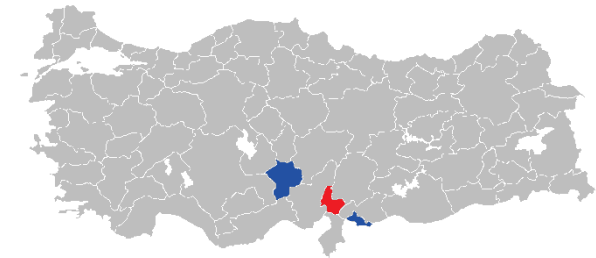
Türkiye'de benzer iller

Niğde, Kilis

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye'de ihracat yapısı açısından Osmaniye'ye benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Venezuela, Vietnam, Romanya, Rusya, Nijerya

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Osmaniye'yi en tamamlayıcı ülkeler



BÖLÜM 4: Rekabet Gücü Gündemi için Stratejik Yol Haritası

İlin nitelikli sıçrama kabiliyeti

	Nitelikli sıçrama kabiliyeti	Sıra
2009	12.9	39

Nitelikli sıçramanın tanımı

İlin mevcut sanayi yapısı ile daha nitelikli ürünleri ihraç edebilme kapasitesini gösterir. Mevcut üretim imkanları geniş olan iller farklı ve daha nitelikli ihraç ürünlerine kolaylıkla geçiş yapabilirler.

Gelişmesi muhtemel sektörler

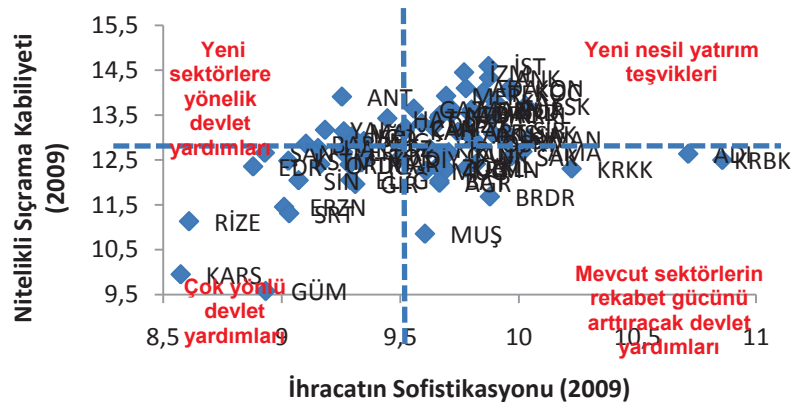
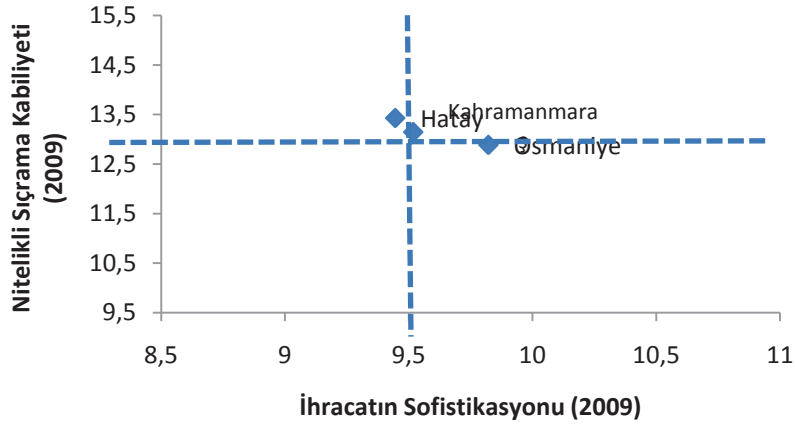
Gelişme potansiyeli olan sektörler

Demir/çelikten inşaat ve aksamı, prefabrik yapılar	Demir/çelikten çapalar, filika demirleri vb. aksam; demir/çelik telden eşya	Yiyecek/içecek sanayii makine, cihazlar vb. aksam, parçaları
--	---	--

Ortaya çıkma potansiyeli olan sektörler

Toprak, taş, cevher vb ayıran, yıkayan makineler ile bunların parçaları	Pencere, kapı vb. kasaları, çerçevesi; ağaçtan	Diğer römork-yarı römork, taşıtlar vb. aksam parçaları
---	--	--

Strateji matrisinde Osmaniye'nin yeri



81

DÜZCE

BÖLÜM 1: İhracatta Genel Durum

Temel göstergeler

	2000	2005	2010
İhracat değeri (milyon \$)	15	46	69
Türkiye'deki payı (%)	0.1	0.1	0.1

Harita 1: Türkiye'de Düzce



Dünya'daki başlıca ihracat pazarları (milyon \$)

	2000	2005	2010
Almanya	4	6	11
Özbekistan	0	0	9
Mısır	1	5	6
İtalya	3	10	4
İngiltere	0	1	4

Harita 2: Düzce'nin başlıca ihracat pazarları, 2010



Düzce'nin başlıca ithalat partnerleri (milyon \$)

	2000	2005	2010
Çin	0.2	6.8	13.7
Rusya Fed.	8.6	4.7	10.5
Almanya	13.0	18.7	9.9
İtalya	7.7	7.6	8.9
Ukrayna	2.2	6.1	4.1

Harita 3: Düzce'nin başlıca ithalat partnerleri, 2010



İhracatta öne çıkan sektörler

	2000			2010		
	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Düzce'nin payı	İhracat miktarı (milyon \$)	Sektörün il ihracatında payı	Türkiye'nin sektördeki ihracatında Düzce'nin payı
Mantar ve ağaç mamulleri	4.0	26.9	8.6	13.4	19.4	2.5
Tekstil elyafı ve mamulleri	0.7	5.1	0.0	12.9	18.7	0.1
Çeşitli mamul eşya	1.4	9.4	0.2	10.8	15.6	0.3
Değişik sanayi kollarında kullanılan makina ve cihazlar	0.05	0.4	0.0	6.2	9.0	0.2
Metallerden nihai ürünler	0.8	5.3	0.1	4.8	6.9	0.1

Satışların yoğunlaştığı sektörler

	2005			2010		
	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Düzce'nin payı	Toplam Satış (milyon TL)	Sektörün ilin satışlarında payı	Türkiye'nin sektördeki toplam satışında Düzce'nin payı
Meyve ve sebzelerin toptan ticareti	37	5.6	1.7	324	9.7	4.9
Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda otomotiv yakıtının perakende ticareti	46	6.9	0.3	248	7.4	0.3
Kara yolu ile yük taşımacılığı	17	2.6	0.1	159	4.8	0.4
Otomobillerin ve hafif motorlu kara taşıtlarının ticareti	16	2.4	0.1	127	3.8	0.3
Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki gıda, içecek ve tütün toptan ticareti	67	10.1	0.3	125	3.8	0.2

Toplam satışlar performansı

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Türkiye'nin toplam satışları içindeki pay(%)	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2
Sıra	56	55	46	47	48	51

BÖLÜM 2: İhracatta Performans Göstergeleri

Rekabet gücü en yüksek 5 sektör

	2000	2005	2010
	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük	Mukayeseli Üstünlük
Kaplamalık yapraklar < 6 mm- rendelenmiş, zımparalı olsun olmasın	819.6	693.8	601.5
Sadece ağaç yapraklarından kontrplaklar	0.0	618.4	260.1
Tropikal ağaçlar, meşe, kayın, kavak vd.(yuvarlak,kare şeklinde)	0.0	0.0	178.8
Santrifüjlü diğer pompalar	0.0	0.2	150.5
Vülkanize edilmiş kauçuk	0.0	0.0	149.7

İhracatın teknolojik dağılımı (%)

	Doğal Kaynağa Dayalı	Düşük Teknoloji	Orta Teknoloji	İleri Teknoloji
2000	40.5	38.0	21.5	0.0
2005	62.9	28.5	8.6	0.0
2010	32.6	46.1	20.2	1.1

İhracatta çeşitlilik performansı

	Çeşitlilik	Sıra
2009	40	24

	Eşdeğer Sektör Sayısı	Sıra
2000	8	32
2005	5	46
2010	17	12

	Eşdeğer Ülke Sayısı	Sıra
2000	7	33
2005	11	29
2010	15	21

Çeşitlilik tanımı

Çeşitliliği yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürün rekabetçi bir şekilde ihraç edilmektedir. İfade var olan beceriler çok sayıda ürünün rekabetçi avantajla ihraç edilmesi için uygundur. Aynı şekilde, çeşitliliği düşük olan bir ilde, az sayıda ürün ihraç edilmektedir.

İhracatta sıradanlık durumu

	Sıradanlık	Sıra
2009	9.0	44

İhracatta sofistikasyon durumu

	Sofistikasyon	Sıra
2009	9.6	46

İlin pazar payı değişimin unsurları (yüz binde)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	0.03	-0.01	0.00
2000-2005	0.16	0.00	0.01
2005-2009	-0.08	-0.05	0.08

İlin pazar payı değişimin unsurları (ülke içindeki sırası)

	Rekabet Gücü	Adaptasyon	Yapısal
2000-2009	43	55	62
2000-2005	29	58	31
2005-2009	70	64	31

Sıradanlık tanımı

İlin sıradanlık değerinin yüksek olması, ilde rekabetçi bir şekilde ihraç edilen ürünlerin sıradan olduğunu gösterir. Sıradan ürünler, çok sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur. Aynı şekilde, sıradanlık değeri düşük olan iller, özel/nadir ürünlerin ihracatında rekabetçi avantaja sahiptir. Nadir ürünler, az sayıda ilin ihracat sepetinde bulunur.

Sofistikasyon tanımı

Sofistikasyonu yüksek olan iller, gelişmiş ülkelerin ihracat sepetlerinde yer alan ürünleri ihraç ederler. Sofistikasyon değerinin düşük olması, ihraç ürünlerinin kompleks olmadığına göstergesidir.

Tanımlar

İlin dünyadaki pazar payı değişimi üç bileşenle açıklanabilir. Bu bileşenlerden rekabet gücü etkisi, ilin mevcut ihracat pazarlarındaki payını artırıp artırmadığının göstergesidir. Adaptasyon etkisi, ilin dünyadaki talep değişimlerine ne derece uyum sağladığının göstergesidir. Yapısal etki ise, ilin mevcut pazarlarının büyümesinden ya da küçülmesinden kaynaklanan ihracat değişimini ortaya koyar.

BÖLÜM 3: Tamamlayıcılık ve Benzerlik Göstergeleri

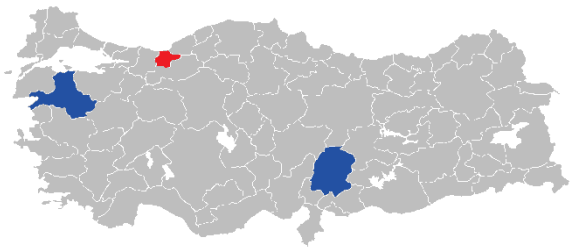
Türkiye’de benzer iller

Kahramanmaraş, Balıkesir

Benzerlik tanımı

İlin ihracatının sektörel dağılımı ile en çok örtüşen sektörel dağılıma sahip diğer iller, benzerlik katsayısı yüksek olan illerdir.

Harita 4: Türkiye’de ihracat yapısı açısından Düzce’ye benzer iller



İthalat yapısı itibarıyla Tamamlayıcı Ülkeler

Norveç, Romanya, Danimarka, Avusturya, BAE

Tamamlayıcılık tanımı

İlin ihracat deseni ile en çok örtüşen ithalat desenine sahip olan ülkeler, bu ilin tamamlayıcı ülkeleridir.

Harita 5: Dünyada ithalat yapısı açısından Düzce’yi en tamamlayıcı ülkeler



