



# Kesit Akademi Dergisi

The Journal of Kesit Academy

ISSN: 2149 - 9225

Yıl: 2, Sayı: 6, Aralık 2016, s. 378-391

**Yrd. Doç. Dr. Seda EKMEK ÖZÇELİK**

Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik,  
ekmen@ybusm.info

## ESKİŞEHİR'İN DIŞ TİCARET PERFORMANSI ANALİZİ

### Özet

Türkiye, küreselleşme sürecine paralel olarak, ihracat gelirini ve dünya piyasasında rekabet gücünü arttırmaya çalışan bir ülkedir. Bu çabanın ardındaki amaç ise sürdürülebilir bir ekonomik büyüme ve kalkınmayı gerçekleştirmektir. Çalışmamızın amacı Eskişehir ilinin Türkiye'nin bu çabasına ne ölçüde eşlik edebildiğini saptamaktır. Daha açık şekliyle, bu çalışmada Eskişehir ilinin dış ticaret performansının Türkiye'nin geneline kıyasla incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada Eskişehir ilinin 10 yıl içindeki dış ticaret performansının betimsel olarak incelenmesinin yanısıra, ihracat performansını ölçmeye yönelik olarak "açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler", "ihracatta yaygın ve yoğun marjlar" ve "ihracatın dinamik piyasa konumlanması", il ve ürün düzeyinde analiz edilmektedir. Eskişehir ili düzeyinde bu denli kapsamlı ve detaylı bir dış ticaret çalışması bulunmadığından, çalışmanın genel sonuçları Eskişehir ilinin umut vaat eden sektörlerinin saptanması ve zaman içinde hangi mal gruplarına daha fazla önem ve destek verilmesi gerektiği konusunda yol gösterici bir nitelik taşımaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmanın özelde Eskişehir'in ve genelde Türkiye'nin büyüme ve kalkınma olanaklarını ortaya çıkarması amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Eskişehir, dış ticaret, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, yaygın ve yoğun marjlar, dinamik piyasa konumlanması

## FOREIGN TRADE PERFORMANCE OF ESKİŞEHİR

### Abstract

Turkey, in accordance with the globalization process, has been trying to increase its competitiveness and export earnings in the world markets. The purpose behind this effort is to achieve sustainable economic growth and development. The aim of this study is to analyze the contribution of Eskişehir to this effort of Turkey. More specifically, this study aims to evaluate Eskişehir's foreign trade performance vis-à-vis overall cities in Turkey based on general indicators and foreign trade indices. In addition to the descriptive analysis of Eskişehir's foreign trade performance in last 10 years, this study also utilizes competitiveness indices such as "revealed comparative advantages", "extensive and intensive margins" and "dynamic market positioning". Our analyses are based on city and product. To our knowledge, there is no such comprehensive and detailed foreign trade analysis of Eskişehir in the literature. Findings of this study constitute a guideline for determining the promising export sectors of Eskişehir and can be utilized to improve Turkey as well as Eskişehir export competitiveness in the world markets.

**Keywords:** Eskişehir, foreign trade, revealed comparative advantage, extensive and intensive margins dynamic market positioning

### 1. Giriş

Bu çalışmanın amacı Eskişehir'in dış ticaret performansını incelemek, bu performansı Türkiye'nin geneli ile kıyaslamalı olarak değerlendirmek ve bu değerlendirme sonucunda Eskişehir'in umut vaat eden sektörlerini belirlemektir.

Türkiye'nin ihracata dayalı büyüme ve dünya pazarındaki payını artırma amacına eşlik eden illerden birisi olan Eskişehir ekonomik büyüme ve kalkınmaya katkısı bakımından ülkenin önemli illerinden birisidir. Coğrafi konumu, yeraltı zenginlikleri, tarım ve sanayideki kamu yatırımları, şehir nüfusunun artışı, yetişmiş işgücü varlığı, enerji ve hammadde kaynaklarının uygunluğu, sanayi için gerekli alt yapı yatırımlarının yeterli oluşu neticesinde Eskişehir ekonomi, sanayi ve ticaret alanında önemli bir il olmuştur. (ESO, 2014)

Eskişehir Sanayi Odası (ESO) tarafından 2014 yılında yapılan bir Piyasa Analizi çalışmasının sonucunda sanayi, tarım, turizm, sosyal kalkınma, ulaşım ve lojistik alanları Bursa, Eskişehir ve Bilecik'in gelişme eksenleri olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada ise Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için ihracat artışının dünya piyasalarında rekabet gücünü arttırmada önemli bir rolü olduğu gerçeğinden yola çıkarak Eskişehir'in dış ticaret eksenini ve Türkiye içindeki rekabetçi konumu detaylı olarak analiz edilmekte ve öne çıkan ihracat sektörleri belirlenmektedir.

Bu amaç doğrultusunda Eskişehir ilinin ihracat performansı dış ticaret yazınında kullanılan ve genel kabul gören, "ihracatta çeşitlenme", "yoğun ve yaygın marjlar" (*intensive and extensive margins*), "açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (RCA)", "dinamik piyasa konumlanması"

kavramları açısından ele alınmaktadır. Bu endeksler daha önce Ekmen ve Erlat (2013) ve Ekmen ve Erlat (2014) çalışmalarında Türkiye'nin Avrupa Birliği-15 piyasasındaki rekabet gücünü ölçmek için kullanılmıştır. Bu çalışmada ise sözü geçen endeksler Eskişehir ili düzeyinde ilk kez kullanılmaktadır ve ayrıca çalışma Eskişehir'in Türkiye'nin geneline göre rekabet gücünü ölçen ilk çalışmadır.

## **2. Veri, Yöntem ve Sonuçlar**

Çalışmamızda Eskişehir ve Türkiye'nin ihracat ve ithalat verileri kullanılmaktadır. Veriler Türkiye İstatistik Kurumu'ndan (TÜİK) alınmıştır. Analizlerimiz il düzeyinde ISIC Revize 3 sınıflandırmasında 4-basamaklı 144 adet ürünü ve son 10 yıllık dönemi kapsamaktadır.

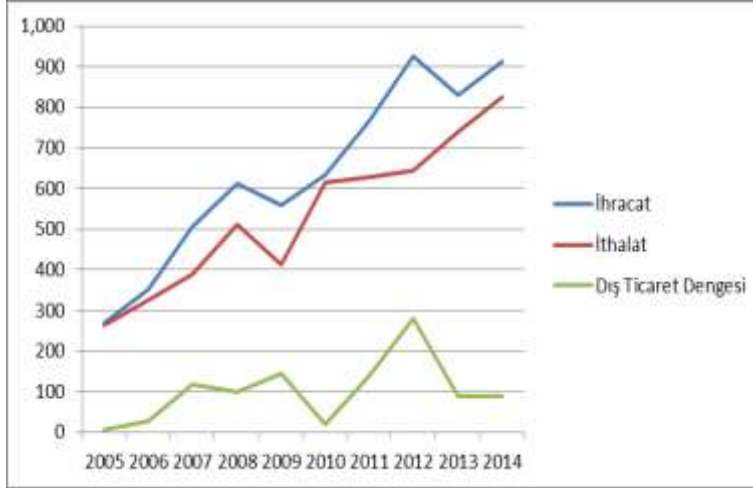
Çalışmada öncelikle Eskişehir'in ihracat ve ithalat verileri il düzeyinde betimsel olarak incelenmekte, daha sonra ürün düzeyindeki analizlere geçilmektedir. Bu analizler dış ticaret yazınında kullanılan ve ülkelerin ihracat potansiyellerini ölçmeye yönelik yöntemlerden olan "yaygın ve yoğun marjlar", "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler" ve "dinamik piyasa konumlanması"dır.

### **2.1 Betimsel Analiz**

Bu bölümde Eskişehir'in son 10 yıl içinde ihracat ve ithalat kalıpları il ve sektör düzeyinde sunulacaktır. Şekil-1 ve Tablo-1, 2005-2014 yılları arasında Eskişehir'in ihracat ve ithalat kalıplarını ve dış ticaret dengesini milyon dolar cinsinden göstermektedir.

Şekil-1 ve Tablo-1: Eskişehir'in Toplam İhracatı, İthalatı ve Dış Ticaret Dengesi , milyon dolar, 2015-2014

	İHRACAT	İTHALAT	DIŞ TİCARET DENGESİ
2005	268.8	262.8	5.9
2006	352.1	325.6	26.5
2007	507.1	388.4	118.7
2008	611.3	511.8	99.5
2009	557.8	413.3	144.5
2010	634.0	615.4	18.6
2011	766.9	627.5	139.4
2012	924.8	645.1	279.7
2013	829.4	739.4	90.0
2014	913.6	825.6	88.0



Şekil-1 ve Tablo-1'e göre Eskişehir'in ihracatı 2009 ve 2013 yıllarındaki ufak düşüşler dışında son 10 yıldır artış göstermektedir. Şöyle ki, 2005 yılında 268.8 milyon dolar olan Eskişehir'in ihracatı 2014 yılında 913.6 milyona ulaşmıştır. En yüksek değere ise 924.8 milyon dolarlık ihracatla 2012 yılında ulaşmıştır. Eskişehir'in ithalatı ise 2005 yılından 2014 yılına 262.8 milyondan 825.6 milyona yükselmiştir. İthalatı 2013 yılı haricinde ihracatla aynı seyri izlemiştir, 2013 yılında 2012'ye göre ihracat azalırken ithalat artmıştır. Dış ticaret dengesine baktığımızda Eskişehir'in son 10 yıl içinde dış ticaret açığı vermediğini görmekteyiz. Dahası 2012 yılında dış ticaret fazlası 279.7 milyona kadar yükselmiştir. Bu da Eskişehir'in Türkiye'nin dış ticaretine olan önemli katkısının bir göstergesidir. Ayrıca Eskişehir'in ihracatında sergilediği istikrarlı artışlar da varolan potansiyelin iyi kullanıldığına dair bir ipucu sergilemektedir.

Tablo-2'de Eskişehir'in ihracat yaptığı ülkeler ve bu ülkelerin son 10 yıl içinde ortalama olarak Eskişehir'in toplam ihracatındaki payı gösterilmektedir. Şekil-2 ise Eskişehir'in ihracatında em fazla paya sahip olan beş ülkenin dönem boyunca seyrini göstermektedir.

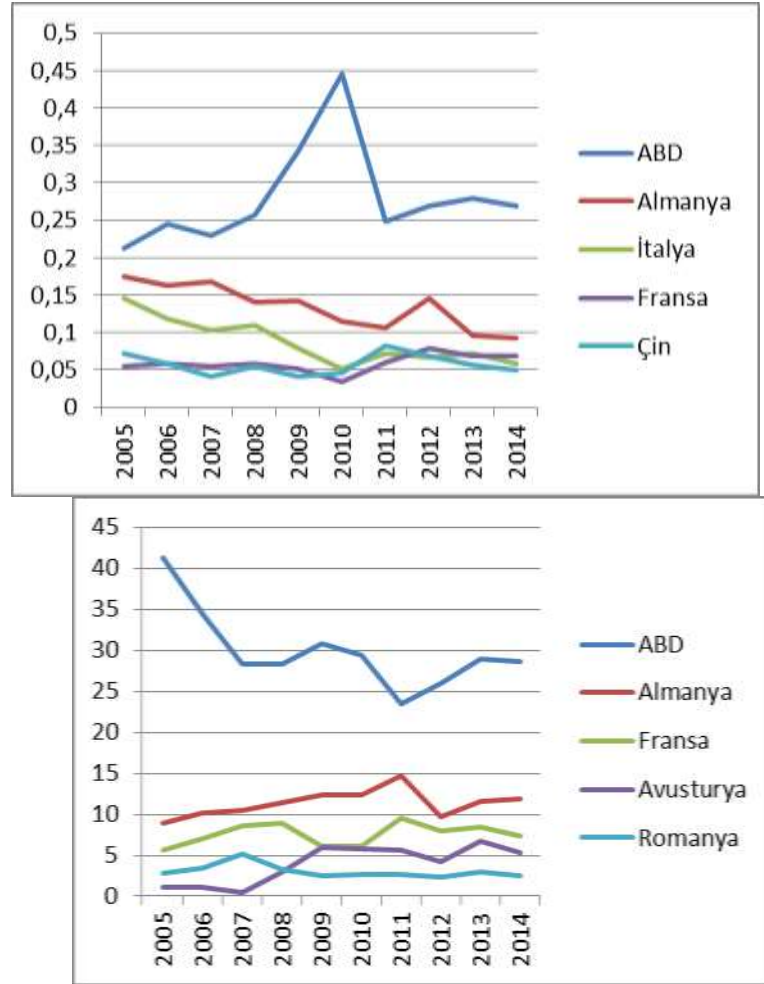
Tablo-2: Ülkelerin Eskişehir'in Toplam İhracatındaki ve İthalatındaki Payı, %, 2015-2014 ortalama

İHRACAT				İTHALAT			
Ülkeler	Paylar	Ülkeler	Paylar	Ülkeler	Paylar	Ülkeler	Paylar
ABD	29.94	Ürdün	0.48	ABD	27.97	Hindistan	0.59
Almanya	11.33	G. Afrika Cum.	0.44	Almanya	13.45	Polonya	0.59
Fransa	7.56	Türkmenistan	0.42	İtalya	8.80	AHL Ser.Böl	0.49
Avusturya	3.91	Katar	0.41	Fransa	5.89	Kanada	0.42
Romanya	3.02	Kanada	0.41	Çin	5.73	İrlanda	0.42
İran	2.29	İsviçre	0.40	Japonya	3.80	Slovenya	0.41
İngiltere	2.24	Filistin	0.38	Avusturya	3.17	Danimarka	0.38
Belçika	2.10	Makedonya	0.34	İngiltere	2.68	Arjantin	0.37
İspanya	2.03	İstanbul Ser .Böl.	0.34	İspanya	2.48	Nijerya	0.35
İtalya	1.85	Bursa Ser. Böl.	0.34	Hollanda	2.18	Meksika	0.33
Rusya	1.81	Güney Kore	0.31	Rusya	1.76	G Afrika Cu	0.33
Irak	1.58	Arnavutluk	0.31	Güney Kore	1.32	Bulgaristan	0.31
Ege Ser. Böl.	1.48	Bosna-Hersek	0.30	İsviçre	1.31	S Arabistan	0.31
Ukrayna	1.47	Suudi Arabistan	0.29	Pakistan	1.20	Vietnam	0.25
Azerbaycan	1.37	Norveç	0.29	Romanya	1.13	Fildişi Kıyısı	0.22
Polonya	1.21	Çek Cum.	0.29	Belçika	1.07	Bahreyn	0.19
Bulgaristan	1.11	Kazakistan	0.27	Malezya	1.07	Ukrayna	0.13
Hollanda	1.10	Kosova	0.24	İsveç	0.95	Uganda	0.13
Yunanistan	1.01	Mersin Ser. Böl.	0.21	Endonezya	0.93	Filipinler	0.13
KKTC	0.95	Avustralya	0.19	Macaristan	0.75	Yunanistan	0.13
Cezayir	0.94	Suriye	0.19	İsrail	0.74	BAE	0.13
İsrail	0.92	İrlanda	0.16	Çek Cum.	0.71	Mozambik	0.12
Litvanya	0.90	Panama	0.16	Etiyopya	0.69	Norveç	0.12
BAE	0.89	Kuveyt	0.16	Portekiz	0.64	Avustralya	0.12
Yemen	0.87	Tunus	0.16	Tayvan	0.62	Brezilya	0.11
Fas	0.78	Danimarka	0.15				
Macaristan	0.76	Meksika	0.15				
Mısır	0.74	Hırvatistan	0.15				
İsveç	0.68	Vietnam	0.13				
Lübnan	0.66	Endonezya	0.12				
Hindistan	0.54	Japonya	0.11				
Gürcistan	0.53	Slovenya	0.11				
Çin	0.53	Sırbistan	0.11				
Libya	0.50	Others	1.88				

Eskişehir, ihracat ve ithalat ortakları açısından oldukça geniş bir portföye sahiptir. Şöyle ki, sayıları yıldan yıla değişmekle birlikte Eskişehir'in ortalama olarak 121 ihracat piyasası, 82 ithalat piyasası bulunmaktadır.

Tablo-2'den görüldüğü üzere Eskişehir'in hemen her bölgeden bir çok ülkeye ihracatı bulunmaktadır. En önemli ihracat piyasası ise ABD'dir. Son 10 yıl içinde Eskişehir'in toplam ihracatının %30'u ABD'ye gerçekleşmektedir. ABD'yi Almanya, Fransa, Avusturya ve Romanya takip etmektedir. Eskişehir'in toplam ithalatında ise en fazla paya sahip olan ülke yine ABD'dir. ABD'yi Almanya, İtalya, Fransa ve Çin takip etmektedir. Japonya'nın payının diğer ülkelere göre oldukça yüksek olması sebebiyle Eskişehir'in teknolojik olarak ileri düzeyde malları ithal ettiği ve muhtemelen bu malların ara madde olarak kullanıldığı tahmin edilebilir.

Şekil-2: Eskişehir'in Toplam İhracat ve İthalatında En Fazla Payı olan Ülkeler, %, 2015-2014



Şekil-2 ise Eskişehir'in ihracat ve ithalatında en fazla paya sahip olan ülkelerin yıllar itibariyle seyrini göstermektedir. Şekle göre Eskişehir'in toplam ihracatında ABD'nin payı 2012 yılı haricinde yıllar itibariyle azalan, Almanya'nın ise artan bir seyir izlemektedir. Avusturya ise 2007 yılından itibaren Eskişehir'in ihracat piyasası haline gelmiş ve payı yıllar içinde yükselen bir seyir izlemiştir. Fransa ve Romanya'nın ise son 10 yıl içinde Eskişehir'in toplam ihracatındaki payları çok değişmemiştir. Şekilde gösterilmeyen ülkelerden İran'ın ise sadece 2012 yılına özgü %14'lük bir payı bulunmakta, bu yıl haricindeki payı ortalama %1 civarındadır. Eskişehir'in 2012 yılındaki önemli ihracat artışında İran piyasasının önemli payı olduğunu söyleyebiliriz. Şekilde gösterilmeyen diğer ülkelerden Polonya'nın ise 2008 yılından itibaren Eskişehir'in ihracat piyasasına girdiğini ve bu yıldan itibaren payının arttığını, Hindistan ve Türkmenistan'ın da Eskişehir'in toplam ihracatındaki payları düşük olmasına rağmen son yıllarda artış gösterdiğini belirtebiliriz. Diğer yandan KKTC'nin 2008 yılından itibaren payının azaldığını, Litvanya'nın ise 2009 yılından itibaren Eskişehir'in ihracat piyasasından çıktığını gözlemlemekteyiz.

Şekil-2'ye göre Eskişehir'in ithalatında en fazla paya sahip olan ülkelerin dönem boyunca paylarına baktığımızda ise ihracattaki eğilimin aksine ABD'nin payının 2010 yılındaki önemli artış dışında hemen hemen aynı seviyede seyrettiğini, Almanya'nın payının ise 2012 yılındaki ufak bir artış dışında dönem boyunca azaldığını görmekteyiz. İtalya'nın payı da genel olarak azalma eğilimi göstermekte iken Fransa ve Çin'in payları aynı seviyede kalmıştır. Çin'in payının dönem boyunca önemli bir artış göstermemesi, Eskişehir'in yerli üretiminin Çin ile rekabetinde geri plana düşmediği anlamını taşımaktadır.

Şimdiye kadar Eskişehir'in ihracat ve ithalat performansını betimsel olarak analiz edildi.. Bundan sonra Eskişehir'in ihracatına odaklanarak ihracat performansı dış ticaret endeksleri ile analiz edilmektedir. Bu analizler dış ticaret yazınında kullanılan ve ülkelerin ihracat potansiyellerini ölçmeye yönelik yöntemlerden olan "yaygın ve yoğun marjlar", "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler" ve "dinamik piyasa konumlanması"dır.

## 2.2 Eskişehir'in İhracatında Çeşitlenme: Yoğun ve Yaygın Marjlar

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarından biri geleneksel ihraç ürünlerine bağımlı kalmalarıdır. Oysa uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazanmak ve ihracat gelirlerini arttırmak sadece geleneksel ürünlerin ihraç edilmesiyle değil aynı zamanda yeni ürünlerin ihracat portföyüne eklenmesiyle mümkün olmaktadır. Bu da bizi ihracatta çeşitlenmeye götürmektedir. Dolayısıyla ihracatta çeşitlenme halihazırda ihraç edilen malların paylarının artırılması ("yoğun marj") ve yeni mallar ihraç edilmesi ("yaygın marj") ile sağlanabilir.<sup>1</sup>

İlgili yazında, ihracatta ürün çeşitliliğinin yıllar itibarıyla değişimini ölçen çalışmalara öncülük eden çalışma Feenstra (1994) tür. Feenstra ve diğerleri (1999), Feenstra ve Kee (2007), Funke ve Ruhwedel (2001) bu çalışmalardan bazılarıdır. Feenstra (1994), belirli bir yılda ülkeler arasında ürün çeşitliliğini yani ülkelerin belli bir zamanda yaygın marjlarını ölçmeye yönelik bir çalışmadır. Feenstra (1994) çalışmasını yoğun marj hesaplanmasını da ekleyerek genişleten Hummels ve Klenow (2005)'in çalışması da ilgili yazında temel çalışmalardan biri olarak kabul edilmektedir. Bir çok çalışma Hummels ve Klenow (2005)'in analiz çerçevesini takip etmekte ve geliştirmektedir. Alvarez ve Claro (2007), Yoshida (2008), Iranzo ve Ma (2006), Kandoğan (2006) bunlardan bazılarıdır. Bizim çalışmamıza öncülük eden çalışma olan Amity ve Freund (2008) ise yaygın-yoğun marj hesaplanmasına zaman boyutunu da ekleyerek bir ülkenin ihracat büyümesini yaygın ve yoğun marjlarına ayıran bir çalışmadır. Bu çalışma, 1992-1996 yılları arasında Çin'in ihracat büyümesini yaygın ve yoğun marjlarına ayırmış ve bu büyümenin neredeyse tamamının yoğun marjdan kaynaklandığını saptamıştır. Amity ve Freund (2008) çalışmasını Türkiye için uygulayan çalışmalar ise Ekmen ve Erlat (2013) ve Aldan ve Çulha (2013)'tür. Ekmen ve Erlat(2013) çalışmasında Türkiye'nin ihraç ettiği ürünler teknolojik olarak sınıflandırılmış ve her bir sınıf için yaygın ve yoğun marjlar hesaplanmıştır. Çalışmanın

---

<sup>1</sup> Aslında ilgili yazında ihracatta çeşitlenme farklı biçimlerde de tanımlanıp analiz edilmektedir. Erlat ve Şahin (1998) ile Erlat (1999), bu konudaki alternatif ölçümler ve onların Türk dış ticaretine uygulamalarını konu alan çalışmalara örnektir.

sonuçlarına göre Türkiye ihracatta çeşitlenme yapabilme konusunda oldukça hem rakiplerine göre hem de yıllar içinde iyi bir performans sergilemektedir. Ayrıca, yeni ürünler ihraç ederek geleneksel emek-yoğun sektörlere olan bağımlılığını kırmakta ve araştırma-yoğun sektörlere doğru yönelmektedir. Bu sektörlerde ihracatta çeşitlenmeyi ve buna bağlı olarak rekabet gücünü arttırmayı gerçekleştirecek önemli fırsatlara sahiptir.

Bizim çalışmamızın bu bölümü ise Türkiye'nin bu performansına Eskişehir ilinin ne ölçüde eşlik ettiğini saptamaya yöneliktir. Çalışmanın bu kısmında 10 yıl boyunca Eskişehir'in ihracat gelirlerinin artmasında yoğun ve yaygın marjların payı belirlenmekte ve bu doğrultuda yeni ürün üretme ve ihraç etme konusunda geleceğe yönelik çıkarımlar yapılmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda ürün sayılarıyla birlikte ihracat değerlerini de hesaba katan Amiti ve Freund (2008) endeksi hesaplanacaktır. Bu endeks bir ülkenin ihracat artışını yaygın ve yoğun marjlarına ayırmakta, halihazırda ihraç edilen ürünlerin ihracat artışından dolayı olan kısmına "yoğun marj", yeni ürünlerden dolayı olan kısmına ise "yaygın marj" demektir. Amiti ve Freund (2008) endeksi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir:<sup>2</sup>

$$\frac{\sum_j X_{t,j} - \left[ \frac{\sum_{j \in I^N} X_{t,j} - \sum_{j \in I^D} X_{t-1,j}}{\sum_j X_{t-1,j}} \right]}{\sum_j X_{t,j}} = \frac{\sum_{j \in I^N} X_{t,j} - \sum_{j \in I^D} X_{t-1,j}}{\sum_j X_{t-1,j}} + \frac{\sum_{j \in I^D} X_{t,j}}{\sum_j X_{t-1,j}} - \frac{\sum_{j \in I^D} X_{t-1,j}}{\sum_j X_{t-1,j}}$$

İhracat Büyümesi                      Yoğun Marj                      Yaygın Marj

$I^N$ : Bir ülkenin "t-1" yılında ihraç etmeyip "t" yılında ihraç etmeye başladığı ürün seti (yeni ürünler)

$I^D$ : Bir ülkenin "t-1" yılında ihraç edip "t-1" yılında ihraç etmediği ürün seti (kaybolan ürünler)

$X_{t,j}$  ve  $X_{t-1,j}$ : Bir ülkenin "t" ve "t-1" yıllarında "j" malının ihracat değerleri

Amiti ve Freund (2008) endeksini Eskişehir iline uygulayarak Eskişehir'in yıldan yıla ihracat büyümesinde her iki yılda da ihraç edilen ürünlerdeki artışın payını, yeni ürünlerin payını ve ikinci yılda ihraç edilmeyen yani kaybolan ürünlerden doğan kaybı belirlemektediriz.

Ürün sayıları ve Amiti ve Freund(2008) endeksinin sonuçları Tablo-3'te özetlenmiştir.

Tablo-3 Eskişehir'in İhracatında Yoğun ve Yaygın Marjlar



	İhraç edilen ürün sayısı ve oranı	Yoğun Marj (%)	Yaygın Marj (%)		
				Yeni	Kaybolan
2005	96 (%67)				
2006	95 (%66)	100.1	-0.1	0.03 (3 ürün)	0.1 (4 ürün)
2007	96 (%67)	99.9	0.1	0.2 (8 ürün)	0.1 (7 ürün)
2008	100 (%69)	99.6	0.4	0.4 (10 ürün)	0.0 (6 ürün)
2009	104 (%72)	100.4	0.4	0.6 (10 ürün)	0.2 (6 ürün)
2010	104 (%72)	90.8	9.2	9.3 (6 ürün)	0.1 (6 ürün)
2011	103 (%72)	100.1	-0.1	0.1 (6 ürün)	0.2 (7 ürün)
2012	102 (%71)	100.0	0.0	0.1 (6 ürün)	0.1 (7 ürün)
2013	106 (%74)	99.9	0.1	0.1 (6 ürün)	0.0 (2 ürün)
2014	108 (%75)	98.7	1.3	1.3 (6 ürün)	0.0 (4 ürün)

Tablo-3 bize 2005-2014 arası Eskişehir'in ihraç ettiği ürün sayılarını, bu sayıların her yıl için Türkiye'nin ihraç ettiği ürün sayısındaki yüzdelik payı ve Amiti ve Freund (2008) endeksine göre yoğun ve yaygın marjları göstermektedir. Tabloda, yaygın marjın içinde yeni ürünlerin ve kaybolan ürünlerin payı da ayrıca görülmektedir.

Tabloya göre Eskişehir 2005 yılında 96 adet ürün ihraç etmektedir. Bu sayı Türkiye'nin ihraç ettiği toplam ürün sayısının %67'sini oluşturmaktadır. 2006 yılında ise 95 adet ürün ihraç edilmektedir ki bu sayı da toplam ürün sayısının %66'sını oluşturmaktadır. Eskişehir'in ihracat büyümesinin tamamına yakını her iki yılda da ihraç edilen ürünlerden oluşmaktadır. Ayrıca Eskişehir 2005 yılından 2006 yılına 3 adet yeni ürün ihraç ederken 4 adet ürünü ihraç etmekten vazgeçmiştir. Bu 3 adet ürün toplam ihracatta katkısı yok denecek kadar azken 4 adet kaybolan ürünün toplam ihracatta %0.12lik bir kayba yol açmıştır. Bu nedenle 2005 yılından 2006 yılına yaygın marj eksi bir değer almıştır.

Dönemin geneline baktığımızda Eskişehir'in ihracat artışının yoğun marj kaynaklı olduğunu görmekteyiz. Diğer bir deyişle yeni ürünlerin Eskişehir'in ihracat büyümesine kayda değer bir katkısı olmamıştır. Bu katkının en yüksek olduğu ihracat artışı 2009 yılı ile 2010 yılı arasında gerçekleşmiştir. Eskişehir 2010 yılında 6 adet yeni ürün ihraç etmiş, 6 adet ürünün de ihracatından vazgeçmiştir. Yeni ürünlerin toplam ihracat artışına katkısı %9.3 gibi önemli bir değerken kaybolan ürünler %0.1 gibi düşük bir kayba yol açmıştır. Bu da seçilen ve vazgeçilen ürünlerin bu yıl için doğru seçildiğinin bir göstergesidir. 2008 ve 2009 yıllarında da 10 adet yeni ürün ihraç edilirken bu yeni ürünlerin ihracata katkısı oldukça düşüktür.

2014 yılında Eskişehir'in toplam ürünlerin %75'ini ihraç ettiğini gösteren tabloya göre önümüzdeki yıllarda Eskişehir'in yeni ürünler ihraç ederek ihracatını artırma olanağı bulunduğunu söyleyebiliriz. Ancak burada önemli olan nokta yeni ürünlerin doğru seçilmesi, istikrarlı olarak ve hatta giderek artan bir eğilimde ihracatına devam edilmesi gerekliliğidir.

### 2.3 Eskişehir'in RCA endeksi ve Türkiye'deki Piyasa Konumlanması

Çalışmanın bu kısmında dış ticaret yazınında çok sık kullanılan "karşılaştırmalı üstünlükler" kavramına dayanan analizler yer almaktadır. Bu amaçla Eskişehir için Balassa (1965)

tarafından ortaya atılmış olan “Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler” endeksini (RCA) ve dinamik piyasa konumlanmasını incelemektedir.

RCA endeksi bir malın bir ülkenin toplam ihracatındaki payının, o malın dünyanın toplam ihracatındaki payına oranı olarak tanımlanır. RCA katsayısının 1'den büyük olması, o ülkenin o malda, dünyaya göre açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğunu gösterir. Bu çalışmada amacımız Eskişehir ilinin dünya piyasalarında Türkiye'nin geneline kıyasla hangi mallarda açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü olduğunu saptamaktır. Bu amaca uygun olarak RCA endeksini bir malın Eskişehir'in toplam ihracatındaki payının, o malın Türkiye'nin toplam ihracatındaki payına oranı şeklinde hesaplayarak bu oranı 1 sayısı ile kıyaslamaktayız. RCA endeksi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir:

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / X_i}{X_{wj} / X_w}$$

Formülde,  $X_{ij}$  Eskişehir'in j malı ihracatı,  $X_i$  Eskişehir'in toplam ihracatı,  $X_{wj}$  Türkiye'nin j malı ihracatı,  $X_w$  ise Türkiye'nin toplam ihracatını göstermektedir. RCA değeri 1'den büyük olan ürünler için Eskişehir'in Türkiye yani tüm iller arasında açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü bulunmaktadır.

Eskişehir'in Türkiye'deki piyasa konumlanmasını belirlemek için ise Edward ve Schoer (2002)'in çalışmasının bizim örneğimize uyarlanmış hali ile iki yıl arasında bir malın Eskişehir'in toplam ihracatındaki payında gerçekleşen artış ya da azalış ile o malın Türkiye'nin toplam ihracatındaki payında gerçekleşen artış ya da azalışı kıyaslamaktayız.

Tablo-4 Eskişehir'in RCA endeksi 1'den büyük olan yani Türkiye geneline kıyasla Eskişehir'in üstünlüğü olan ürünlerin sayısını, bu sayının Eskişehir'in ihraç ettiği toplam ürün sayısına oranını ve bu ürünlerin ihracatının, Eskişehir'in toplam ihracatındaki payını göstermektedir.

Tablo-4 Eskişehir'in RCA endeksi

	RCA>1		
	Ürün Sayısı	İhraç edilen ürün sayısı payı (%)	Toplam ihracat payı (%)
2005	24	25.0	96.2
2006	30	31.6	88.1
2007	23	24.0	97.8
2008	30	30.0	96.8
2009	27	26.0	95.5
2010	25	24.0	95.9
2011	24	23.3	95.9
2012	28	27.5	95.8
2013	32	30.2	94.4
2014	31	28.7	89.8

Tablo-4'e göre 2005 yılında 24 adet üründe Eskişehir'in Türkiye geneline kıyasla açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü bulunmaktadır. Bu 24 adet ürün Eskişehir'in 2005 yılında ihraç ettiği toplam ürün sayısının %25'ini, toplam ihracatının ise %96.2'sini oluşturmaktadır. RCA endeksi 1'den büyük olan ürün sayısı yıldan yıla değişmekle birlikte genel olarak toplam ihraç edilen ürün sayısına göre oldukça düşük olmasına rağmen Eskişehir'in ihracat gelirlerinin tamamına yakın bir kısmını bu ürünler oluşturmaktadır. 2005 yılından 2014 yılına RCA endeksi 1'den büyük olan ürün sayısının artması Eskişehir açısından olumlu bir gelişmedir. Ancak bu ürünlerin Eskişehir'in toplam ihracatındaki payının azalması ise RCA endeksi 1'den küçük olan ürünlerin daha hızlı arttığının bir göstergesidir.

Son olarak Eskişehir'in 4-digit ürün düzeyinde son 10 yıl içinde ortalama olarak en yüksek Açıklanmış Göreli Üstünlüğe sahip ürünlerine ve onların Türkiye içindeki piyasa konumlanmasına değineceğiz.

ISIC 3530 (Hava ve Uzay Taşıtları): Son 10 yıl için ortalama RCA değeri ortalama 60.01 olan bu ürün, Eskişehir'in toplam ihracatının %30'unu oluşturmaktadır. Teknolojik açıdan yüksek seviyeli bir ürün olan "hava ve uzay taşıtları"nda Eskişehir'in Türkiye'nin geneliyle kıyaslandığında ihracatta önemli bir üstünlüğünün olduğunu görmekteyiz. Dinamik piyasa konumlanmasına baktığımızda ürünün Türkiye'nin toplam ihracatındaki payı azalmakta iken, Eskişehir'in ihracatındaki payının arttığını görmekteyiz. Bu da bize Türkiye'nin dış pazarının giderek daralmakta olduğu bir üründe Eskişehir'in ihracatının arttığını göstermektedir. Yüksek teknolojik bir ürün olması sebebiyle Eskişehir'in dünya piyasalarında reklam ve tanıtım faaliyetlerini iyi yönetmesi ve dış pazar analizini çok dikkatli yapması gerekliliğini öngörebiliriz.

ISIC 2692 (Ateşe dayanıklı seramik ürünleri): Ortalama RCA değeri 30.6 olan bu ürünün Eskişehir'in toplam ihracatındaki payı %3.9'dur. Bu ürünün dinamik piyasa konumlanmasına baktığımızda son yıllar dışında Türkiye'nin toplam ihracatındaki payı artmakta iken Eskişehir'in toplam ihracatındaki payının da arttığını gözlemlemekteyiz. Ancak son yıllarda Türkiye'deki artış devam etmekte iken ürünün Eskişehir'in ihracatındaki payı azalma eğilimine girmiştir. Bu da son yıllarda bu üründe Eskişehir'in varolan fırsatları kaçırdığını göstermektedir. Diğer bir deyişle Eskişehir, bu üründe sahip olduğu potansiyeli son yıllarda yeterince değerlendirememiştir. Sorunun dış talep kaynaklı olmadığı tahmininden yola çıkarak Eskişehir'in tanıtım faaliyetleri ile ilgili sorunların veya ihracatı engelleyici faktörlerin analiz edilerek kaçırılmış olan fırsatların telafi edilmeye çalışılması sağlanabilir.

ISIC 1429 (Madencilik ve taşocaklığı): Ortalama RCA değeri 25.1 olan bu ürün Eskişehir'in toplam ihracatında %5.9'luk bir paya sahiptir. Ürünün 2010 yılına kadar Eskişehir'in toplam ihracatındaki payı hızla artarken Türkiye'nin toplam ihracatındaki payı genelde sabit kalmıştır. Son 5 yılda ise Eskişehir'in toplam ihracatındaki payı azalırken Türkiye'deki payı az da olsa artış göstermiştir. Bu da Eskişehir'in Türkiye geneline kıyasla üstünlüğe sahip olduğu bu üründe son yıllarda ihracatı engelleyici bir takım sıkıntılar yaşandığının göstergesidir. Eskişehir'in bu üründeki üstünlüğünden uzun dönemde de faydalanması için ürünün ihracatını ve/veya üretimindeki sorunları analiz etmesi gerekmektedir.

ISIC 1541 (Fırın ürünleri)'in ortalama RCA değeri 10.9 olup Eskişehir'in toplam ihracatındaki payı % 4.28'dir. ISIC 3693 (Spor malzemeleri) ve ISIC 3420 (Motorlu kara taşıtlarının

karasörleri ve römorkları) de RCA değerleri 10.7 ve 5.76 olan yani Eskişehir'in Türkiye geneline göre üstünlüğü olan ürünlerdir. Ancak piyasa konumlanması açısından baktığımızda bu ürünlerin zaman içinde Türkiye'nin ihracatındaki payı artmakta iken Eskişehir'in ihracatındaki payı azalmaktadır. Bu da bu ürünlerin ihracatında Eskişehir'in payının zamanla başka illere kaydığı yani Eskişehir'in kaçırdığı fırsatlar olduğunun bir göstergesidir. Bu durumun kaynağı dış taleple ilgili değil, ürünlerin pazara sunulmasıyla ilgili olabilir. Eskişehir'in bu ürünlerle ilgili üretimi ve ihracatı arttırmaya yönelik teşvikler uygulaması ya da ihracatın önündeki engelleri kaldıracak politikalar izlemesi kaçınılmış olan fırsatların ileriye yönelik telafi edilmesini sağlayacaktır.

ISIC 1422 (Tuz), ISIC 3520 (Demiryolu ve tramvay lokomotifleri ile vagonları), ISIC 2915 (Kaldırma ve taşıma teçhizatı), ISIC 2422 (Boya, vernik vb. kaplayıcı maddeler ile matbaa mürekkebi ve macun), ISIC 3420 (Motorlu kara taşıtlarının karasörleri ve römorkları), ISIC 2022 (İnşaat kerestesi), ISIC 1543 (Kakao, çikolata ve şekerleme), ISIC 2893 (Çatal-bıçak takımı, el aletleri ve hırdavat malzemeleri), 2924 (Maden, taşocağı ve inşaat makineleri) ürünleri de Eskişehir'in Türkiye geneline göre üstünlüğü olan ürünlerdir. Piyasa konumlanması açısından da Türkiye'nin artan ihracatına eşlik eden bu ürünlerin ihracatı yıllar içinde artan bir seyir izlemektedir. Bu da bu ürünlerin Eskişehir için umud vaad eden ürünler olduğunun göstergesidir. Ancak RCA değerleri 1'den büyük olmasına ve Eskişehir'in toplam ihracatındaki payları yıldan yıla artmasına rağmen bu ürünlerin Eskişehir'in toplam ihracatındaki payları hala %0.1 civarında yani oldukça düşük seviyededir. Dolayısıyla umud vaad eden bu ürünlerin ihracatının artmasına yönelik teşvikler uygulamak Eskişehir'in üstünlüğünü uzun dönemde de kalıcı kılacaktır.

ISIC 3693 (Spor malzemeleri) ise yine Eskişehir'in üstünlüğünün olduğu bir ürün olup, Eskişehir'in toplam ihracatındaki payı da dönem ortalamasında %2.7'dir. Dinamik olarak da umud vaad eden bir üründür.

ISIC 1810 (Giyim eşyası (kürk hariç)) ise RCA değeri 0.88 olan yani Eskişehir'in Türkiye geneline göre üstünlüğü bulunmayan bir üründür. Piyasa konumlanması açısından da Türkiye'nin yıldan yıla azalan payıyla paralel olarak Eskişehir'in toplam ihracatındaki payı yıldan yıla düşmektedir. Ancak son on yıl içinde ortalama olarak hala %7.4 gibi yüksek bir paya sahip olan bu ürün büyük olasılıkla dış pazarlarda Çin gibi ülkelerle rekabet etmekte güçlük çekmektedir. Dolayısıyla bu üründe dış talep kaynaklı sorunlar bulunmaktadır.

### 3. Genel Değerlendirmeler

Bu çalışma Eskişehir'in son on yıl içindeki dış ticaret performansını değerlendirmeye ve buradan geleceğe yönelik dış ticaret politikaları için ipuçları almaya yöneliktir.

Eskişehir'in toplam ihracatı son 10 yıl içinde artan bir seyir izlemektedir ve Eskişehir dış ticaret fazlası vermektedir. ABD, Almanya ve Fransa Eskişehir'in en önemli ticaret ortaklarıdır.

Eskişehir'in uzun vadede ihracat gelirlerini artırması için yeni ürün ihraç etme imkanı bulunmaktadır. Ancak bazı yıllarda yeni ürünlerin doğru seçilmemesinden dolayı kaynakları iyi kullanamama sorunu ile karşılaşan bu ilde Eskişehir'in yeni ürünleri doğru seçmesi ve bu ürünlerin ihracatına istikrarlı bir şekilde devam etmesi gerekmektedir.

Türkiye son yıllarda hammadde ve emek yoğun mallardan, sermaye yoğun ve yüksek katma değerli mallara doğru bir dönüşüm gerçekleştirmektedir. Eskişehir, ülkenin bu amacına öncülük eden illerden birisidir. İleri teknoloji içeren ürünlerde Türkiye geneline göre üstünlüğü bulunan bu il, Türkiye'nin dünya piyasalarında rekabet gücünü arttırması için de kilit önem taşımaktadır.

#### KAYNAKLAR

- Aldan, A. ve Çulha, O. Y. (2013). The Role of Extensive Margin in Exports of Turkey: A Comparative Analysis. *Working Paper No. 13/3*, Central Bank of the Republic of Turkey.
- Alvarez, R. and Claro, S. (2007), "On the Sources of China's Export Growth", *Central Bank of Chile Working Papers*, No. 426.
- Amiti, M. ve Freund C. (2008). An Anatomy of China's Export Growth. *Policy Research Working Paper No. WPS 4628*.
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalization and 'Revealed' Comparative Advantage. *The Manchester School*, 33, 99–123.
- Edwards, L. ve Schoer, W. (2002). Measures of Competitiveness: A Dynamic Approach to South Africa's Trade Performance in the 1990s. *The South African Journal of Economics*. 70 (6): 1008-1046.
- Ekmen, S. ve Erlat, G. (2013). Export Diversification and Competitiveness: Intensive and Extensive Margins of Turkey, *Ekonomik Yaklaşım*. 24 (88): 35-64
- Ekmen, S. ve Erlat, G. 2014. Turkey's Comparative Advantages and Dynamic Market Emerging Markets Finance and Trade, 50 (5): 18-41.
- Eskişehir Sanayi Odası (ESO). 2014. 2014-2017 Stratejik Planı.
- Eskişehir Sanayi Odası (ESO). 2014. Eskişehir Piyasa Analizi.
- Feenstra, R. C. (1994), "New Product Varieties and the Measurement of International Prices", *American Economic Review*, 84 (1), 157-177.
- Feenstra, R., Madani, C. D., Yang, T. and Liang, C. (1999), "Testing Endogenous Growth in South Korea and Taiwan", *Journal of Development Economics*, 60, 317–41.
- Feenstra, R. C. ve Kee, H. L. (2007), "Trade Liberalization and Export Variety: A Comparison of Mexico and China", *The World Economy*, 30 (1), 5-21.
- Funke, M. ve Ruhwedel, R. (2001), 'Product Variety and Economic Growth: Empirical Evidence from the OECD Countries', *IMF Staff Papers*, 48 (2), 225–42.
- Hummels, D. ve Klenow, P. (2005), "The Variety and Quality of a Nation's Trade", *American Economic Review*, 95 (3), 704–23.

- Iranzo, S. ve Ma, A. (2006), "The Effect of China on Mexico-US Trade: Undoing NAFTA?", mimeo, University of California, San Diego.
- Kandoğan, Y. (2003), "Intra-industry Trade of Transition Countries: Trends and Determinants", *Emerging Markets Review*, 4(3).
- Yoshida, Y. (2008), "Intra-Industry Trade Between Japan and Korea: Vertical Intra-Industry Trade, Fragmentation and Export Margins", *Discussion Papers 32*, Kyushu Sangyo University, Faculty of Economics.