



TÜRKİYE VE SEÇİLMİŞ AB ÜYESİ ÜLKELER ARASINDAKİ TURİZM FAALİYETLERİNİN ‘ENDÜSTRİ İÇİ TİCARET’ YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE ANALİZİ

Prof. Dr. Nurdan KUŞAT¹

ÖZET

Çalışma, turizm sektörü özelinde Türkiye ve Avrupa Birliği arasındaki Endüstri İçi Ticaret (EİT) ilişkisini analiz etmek amacıyla gerçekleştirilmektedir. Türkiye’nin ve AB içerisinde yer alan bazı ülkelerin (Fransa, Hırvatistan, İspanya, İtalya, Kıbrıs Cumhuriyeti, Malta, Slovenya ve Yunanistan) Akdeniz ülkesi olması ve deniz-kum-güneş turizmi açısından benzer turistik ürünleri arz eden yapıları bu çalışmanın yapılmasını teşvik etmiştir. İki aşamalı uygulama kısmında; önce Akdeniz Bölgesi’nde yer alan AB ülkeleri (Fransa, İspanya, İtalya ve Yunanistan); sonra da Türkiye turizm ticaretinde ağırlığı olan AB ülkeleri (Almanya, Hollanda, Romanya ve Avusturya) için EİT değerleri hesaplanmıştır. EİT endeks değeri hesaplamasında Grubel-Lloyd’a ait endeks hesaplama yöntemi kullanılmış ve hesaplamada kullanılan verilere Dünya Ticaret Örgütü (WTO) İstatistik Portalı Hizmet Ticareti Veri Seti (BaTIS) üzerinden ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular Türkiye’nin; aynı zamanda Akdeniz ülkesi olan AB üyesi ülkelerle gerçekleştirdiği turizm ticaretinde EİT varlığını ortaya koyarken, Yunanistan’la gerçekleşen ticaretteki EİT değerinin yüksekliği dikkat çekmektedir. Türkiye’nin seçilmiş diğer AB ülkelerinden sadece Avusturya ile arasında geçici bir süre (2013-2019) EİT olduğu tespit edilirken; pandemi sonrasında ticari ilişkinin tek yönlü (Türkiye’ye yönelen talep şeklinde) bir boyut kazandığı görülmektedir. Türkiye-Hollanda turizm ticaretinin ise son dönem itibarıyla EİT’ye doğru kayma eğilimi gösterdiği gözlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Endüstri İçi Ticaret, Grubel-Lloyd Endeksi, Turizm Sektörü, Akdeniz Ülkeleri, AB.

ANALYSIS OF TOURISM ACTIVITIES BETWEEN TURKEY AND SELECTED EU MEMBER STATES WITHIN THE FRAMEWORK OF THE ‘INTRA-INDUSTRY TRADE’ APPROACH

ABSTRACT

This study aims to analyze the intra-industry trade (IIT) relationship between Turkey and the European Union, specifically within the tourism sector. The fact that Turkey and some EU member states (France, Croatia, Spain, Italy, Cyprus, Malta, Slovenia, and Greece) are Mediterranean countries offering similar tourism products—such as sea, sand, and sun—has encouraged this research. In the two-stage application phase, IIT values were first calculated for Mediterranean EU countries (France, Spain, Italy, and Greece), followed by EU countries with significant weight in Turkey's tourism trade (Germany, Netherlands, Romania, and Austria). The Grubel-Lloyd index method was used for calculations, with data obtained from the WTO's BaTIS dataset. Findings reveal the presence of IIT in tourism between Turkey and Mediterranean EU states, with particularly high values for Greece. While Turkey had a temporary IIT relationship with Austria (2013-2019), this shifted to a one-way demand toward Turkey post-pandemic. Additionally, Turkey-Netherlands tourism trade has recently shown a tendency to shift toward IIT.

Keywords: Intra-Industry Trade, Grubel-Lloyd Index, Tourism Sector, Mediterranean Countries, EU.

¹ Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, nurdankusat@isparta.edu.tr

GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünya ülkelerinin rol dağılımlarında yaşanan değişim ve Avrupa'nın yüzyıllardır dünya ekonomilerini şekillendiren iktisadi, siyasi ve askeri gücünün Amerika ve Sovyetler Birliği'ne doğru kayması; uluslararası ekonomi anlayışında yepyeni bir dönemi gündeme getirmiştir. Bu süreçte uluslararası ticaret anlayışı da evrilmek zorunda kalarak, klasik görüşe ait teorilerin modern dış ticaret teorilerine doğru yeniden şekillendiği gözlenmiştir. Diğer bir ifadeyle dış ticaretin ağırlıklı olarak karşılaştırmalı üstünlükler çerçevesinde yapılabileceğini savunan klasik görüşün, modern dünyanın dış ticaret yapılanmasını tek başına açıklamada yetersizliği ortaya çıkmıştır. Ticaretin tamamı sanıldığı gibi karşılaştırmalı üstünlükler çerçevesinde gelişmemektedir. Son çalışmalar göstermektedir ki dünya ticaretinin bir kısmı benzer mal grubunda üretim yapan ülkeler arasında gerçekleşmektedir. Aynı sektöre ait farklılaştırılmış ürünlerin ticaretini konu alan bu nispeten yeni yaklaşım dış ticaret literatüründe 'Endüstri İçi Ticaret Yaklaşımı' olarak tanınmaktadır.

20. yy'ın ortalarına kadar dünya dış ticaretinin çok büyük bir kısmının endüstriler arası gerçekleştiği ve dış ticaret teorilerinin bu bağlamda şekillendiği bilinmekte olup (Karluk, 2013), savaş sonrasında ülkeler arasında benzer mal ticaretinde yaşanan artış endüstri içi ticaretin varlığını ve önemini ortaya çıkarmaktadır (Seyidoğlu, 2013). Bu yaklaşımın ana temasında; ekonomik birliktelik oluşturmak üzere yola çıkan ülke grupları içerisinde endüstri içi ticaretin artacağı yönünde bir beklenti yer almaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrası artan uluslararası iktisadi birlikteliklerin benzer arz ve talep yapısına sahip ülke ekonomilerini bir araya getirdikleri düşünüldüğünde; artan ve artması muhtemel bir 'Endüstri İçi Ticaret' olgusundan bahsetmek gerekir. Yükseler ve Türkan (2006) piyasa yapısının ölçek ekonomileri, ürün farklılaştırmaları, teknolojik gelişim hızı, liberal dış ticaret anlayışındaki gelişmelerle bağlantılı olarak aksak rekabet ve oligopol piyasalarına doğru kaymakta olduğunu ve Endüstri İçi Ticaret anlayışının bu gelişmelerden pozitif yönde etkilendiğini belirtmektedir.

Çalışma bu çerçevede hem modern dış ticaret anlayışı olarak kabul gören Endüstri İçi Ticaret yaklaşımını, hem de ülkeler arasında artan hizmet ticareti faaliyetlerinin ön sıralarında yer alan turizm sektörü faaliyetlerini kapsayacak şekilde planlanmıştır. Bu hedef doğrultusunda Türkiye'nin; gümrük birliği aşamasından katılım sağladığı AB ile turizm sektörü özelindeki endüstri içi ticareti ölçülmektedir. Seçilmiş bazı AB ülkeleri² özelinde gerçekleştirilen bu ölçümde; endüstri içi ticaret hesaplamalarında en yaygın kullanılan endeks hesaplama tekniği olan Grubel ve Lloyd'a (1975) ait formül kullanılmaktadır. Ükelere ait ticari verilere ise Dünya Ticaret Örgütü (WTO) İstatistik Portalı Hizmet Ticareti Veri Seti (BaTIS) üzerinden ulaşılmıştır.

Gerçekleştirilen çalışmada; önce Türk turizm sektörünün dış ticaret açısından değerlendirilmesi yapılarak, EİT kapsamında gerçekleştirilen çalışmalar hakkında bir literatür taramasına yer verilmektedir. Çalışmanın uygulama kısmında da kullanılan yöntem, örneklem ve veri sistemine ait açıklamalar yapılarak elde edilen bulgular sunulmakta ve sonuç ve öneriler kısmı ile çalışma sonlandırılmaktadır.

TÜRK TURİZM SEKTÖRÜ

Turizm sektörü; Türkiye ekonomisi içerisinde ödemeler dengesine yaptığı katkı ile öne çıkan bir sektördür. Neredeyse tüm gelişmekte olan ülke bilançolarında gözlemlenen hizmet ticareti ağırlığı Türkiye için de gözlenmekte ve hizmetler bilançosunda da turizm sektörünün büyüklüğü dikkat çekmektedir. Türkiye'nin 2024 yılı Ödemeler Dengesi Cari İşlemler Hesabı içerisinde yer alan mal dengesi 56,3 milyar \$ açık verirken, hizmet dengesi vermiş olduğu 5,7

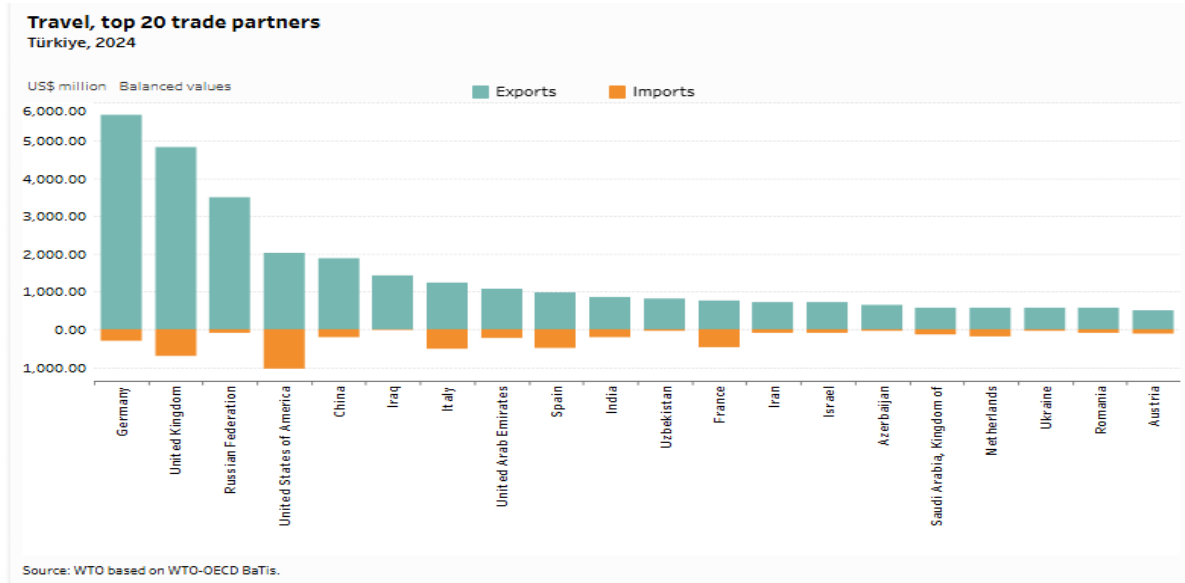
² Bu seçimin ne şekilde yapıldığı çalışmanın uygulama kısmında ayrıntılı olarak belirtilmektedir.

milyar \$'lık fazla ile dikkat çekmektedir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, <https://www.sbb.gov.tr/temel-ekonomik-gostergeler/#1753106102960-6f59fca7-ce8f>).

2024 yılı için 61,1 milyar \$ olan turizm gelirleri, 2025 yılında %6,8 oranındaki artışla 65,2 milyar \$'a yükselmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html>). Benzer şekilde turizm giderlerinin ise 7,7 milyar \$'dan 9,6 milyar \$'a yükseldiği gözlenmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html>).

Türkiye yer aldığı coğrafyanın kendisine kattığı yüksek turizm potansiyeli sayesinde, turistik arz kabiliyeti ve çeşitliliği çok yüksek olan bir ülkedir. Bir Akdeniz ülkesi olması da bu çeşitliliği pozitif yönde etkilemektedir. Şekil 1; Türk turizm sektörünün çekim kabiliyetinin yüksekliğini ve bu çekime dahil olan ülkelerin çeşitliliğini gözlemlemek adına oluşturulmuştur.

Şekil 1. Türkiye Turizm Sektör Gelirlerinde Öne Çıkan İlk 20 Partner Ülke



Kaynak: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/gstdh_batis_e.htm, erişim: 01.05.2026.

2024 yılına ait turizm verileri³; Türkiye'nin turizm gelirleri içerisinde en büyük değeri elde ettiği partner ülkenin Almanya olduğunu; bu ülkeyi sırasıyla Birleşik Krallık, Rusya Federasyonu, Amerika Birleşik Devletleri, Çin, Irak, İtalya, Birleşik Arap Emirlikleri gibi birbirinden çok farklı gelişmişlik düzeylerine, din ve kültür yapılarına sahip ülkelerin takip ettiğini göstermektedir. Türkiye turizm sektörünün gider boyutuna bakıldığında da en çok turizm ithalatı gerçekleştirilen partner ülkenin Amerika Birleşik Devletleri olduğu ve bu ülkeyi Birleşik Krallık, İtalya, İspanya, Fransa, Almanya gibi Avrupa ülkelerinin takip ettiği gözlenmektedir.

Çalışmada örneklem olarak belirlenen hem AB üyesi hem de Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerin Türkiye ile gerçekleştirdiği turizm faaliyetleri; Türkiye'nin turizm ihracat ve ithalatı kapsamında Tablo 1'de yer almaktadır.

³ Dünya Ticaret Örgütü'ne ait bu kaynakta paylaşılan en son tarihli veriler 2024 yılına aittir.

Tablo 1. Seçilmiş Akdeniz Bölgesi AB Ülkelerinin Türkiye ile Gerçekleştirdiği Turizm Ticareti Değerleri (2013-2024) (Milyon\$)

YILLAR	TR-İspanya		TR-İtalya		TR-Fransa		TR-Yunanistan	
	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat
2013	449,01	308,49	624,66	291,27	900,34	166,14	223,38	359,18
2014	498,84	377,65	597,46	291,16	848,15	210,82	230,47	431,32
2015	471,38	418,61	509,57	317,89	557,31	315,31	209,13	423,72
2016	369,77	410,60	362,33	279,13	318,14	199,78	171,49	297,17
2017	415,35	420,57	395,19	252,76	357,62	207,75	202,99	343,04
2018	545,08	481,58	469,15	267,24	418,72	237,85	238,66	358,76
2019	633,28	374,97	592,55	224,51	512,79	201,44	297,41	336,57
2020	244,18	93,69	252,20	68,20	220,20	60,29	83,51	97,13
2021	419,02	157,40	491,88	145,13	470,63	89,77	164,88	147,59
2022	745,31	365,52	867,21	403,54	703,85	216,81	290,65	306,48
2023	868,35	453,13	1082,36	539,70	758,08	368,32	361,56	408,98
2024	992,53	488,68	1251,94	504,62	774,13	461,79	373,47	471,07

Kaynak: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/gstdh_batis_e.htm, erişim: 01.05.2026.

Tablo 1, Türkiye turizm ticaretinin incelen 4 ülkeden sadece bir tanesinde açık veren bir yapı sergilediğini göstermektedir. Türk turizm sektörü Yunanistan ile gerçekleştirdiği karşılıklı turizm faaliyetinde 2021 yılı hariç, incelenen tüm yıllar için açık vermektedir. İspanya, İtalya ve Fransa ile gerçekleştirilen turizm ticareti ise (2016 ve 2017 yıllarında İspanya ile gerçekleştirilen ticaret hariç) incelen her yıl için bir dış ticaret fazlasını ortaya koymaktadır.

Çalışmanın ikinci örneklem grubunu oluşturan Almanya, Hollanda, Romanya ve Avusturya ile Türkiye arasındaki turizm ticaret değerleri Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Türkiye Turizm Gelirlerinde İlk 20 Ülke İçerisinde Yer Alan AB Ülkelerinin Türkiye ile Gerçekleştirdiği Turizm Ticareti Değerleri (2013-2024) (Milyon\$)

YILLAR	TR-Almanya		TR-Hollanda		TR-Romanya		TR-Avusturya	
	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat
2013	4848,03	287,68	589,83	100,04	240,42	49,99	300,42	114,62
2014	5121,74	290,84	655,37	71,78	274,55	53,82	322,29	121,78
2015	4223,28	297,62	240,16	60,79	259,22	39,82	287,52	122,63
2016	3070,71	296,10	349,49	73,00	201,63	40,76	172,12	110,97
2017	3058,34	300,93	415,72	88,83	182,82	42,02	168,77	115,35
2018	3407,46	306,84	595,52	88,14	294,01	34,80	187,50	81,30
2019	3604,00	261,36	589,65	81,80	335,56	34,96	227,04	80,43
2020	1247,01	94,66	100,33	29,08	108,86	11,19	86,61	26,40
2021	2602,51	101,17	263,76	40,53	246,08	20,75	214,94	30,30
2022	4427,21	196,12	582,86	89,95	507,83	37,88	345,28	67,04
2023	5237,55	336,11	597,03	148,32	558,02	53,94	487,86	111,26
2024	5673,77	300,06	577,73	188,87	573,00	78,24	518,88	108,16

Kaynak: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/gstdh_batis_e.htm, erişim: 01.05.2026.

Tablo 2’de yer alan AB ülkelerinin tamamının incelenen yılların tümünde Türkiye ile gerçekleştirdikleri ticarete dış açık verdikleri görülmektedir. Özellikle Türkiye’nin Almanya ile gerçekleştirdiği turizm ticaret haddinin ve elde ettiği turizm dış ticaret fazlasının büyüklüğü oldukça dikkat çekicidir. Türkiye – Almanya arasındaki turizm ticaretinde karşılaşılan bu durum, büyük oranda Almanya’da çalışan Türk vatandaşlarının sayısal yüksekliğinden kaynaklanmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa'nın güçlü ekonomilerinin galip de gelse mağlup da olsa yaşadığı büyük hezimet; kıta ülkelerinin bir araya gelmelerinin bir zorunluluk olduğunu bu ülkelere çok acı bir şekilde anlatmıştır. Avrupa'da gelişen birleşme hareketi bu zorunluluğun bir sonucu olarak gündeme gelmiş ve günümüzdeki Avrupa Birliği'nin temellerinin atılmasında önemli rol oynamıştır. 20. yüzyılın ortalarına denk gelen bu gelişmeler, yine 20. yüzyılın sonlarına gelindiğinde çok güçlü bir iktisadi birliğe şahitlik etmiş ve Avrupa Ekonomi Topluluğu olarak örgütlenen ülkeler, Avrupa Birliği adıyla yepyeni bir oluşuma evrilmiştir. Kuruluşunda 6 ülkeli bir topluluk olarak dikkat çeken bu Birlik, şu anda 27 ülkeyi içerisine alan büyük bir iktisadi örgütlenme olarak dikkat çekmekte; 25 ülkeyi kapsayan ortak para birimi kullanımı, ortak parlamentosu ve ortak politikalarıyla örnek bir iktisadi birlikteliği temsil etmektedir.

AB özelinde yaşanan gelişmelerin, dünya genelinde başka iktisadi birliktelik yapılanmalarına önderlik etmesiyle, dünya dış ticaretinin endüstri içi ticaret boyutunun yükselişe geçtiği söylenebilir. Çünkü iktisadi birlikler içerisinde gerçekleşen ticarete endüstri içi ticaretin ağırlıklı yapısının dikkat çektiği bilinmektedir. Grubel (1967) dünya genelinde iktisadi birliktelik hareketlerinin yoğunlaştığı döneme denk gelen çalışmada; monopolcü rekabet piyasalarının dünya ekonomilerindeki ağırlığının artmasıyla bağlantılı olarak; dış ticarete konu olan ve aynı endüstri içerisinde yer alan malların birbirinin ikamesi olabilme kabiliyetine sahip mallar olmasına karşın; tasarım, kalite, estetik vb. açılardan birbirlerinden farklılaştıklarını belirtmektedir. Bu açıklama aslında Monopolcü Rekabet Piyasasının dış ticaret faaliyetleri içerisindeki endüstri içi ticaret hareketliliğini artıran bir yapı ortaya koyduğunu anlatmaktadır. Monopolcü rekabet piyasası, ürün farklılaştırması ve ölçek ekonomileri aracılığıyla endüstri içi ticaretin açıklanmasında önemli bir teorik zemin sunmaktadır.

Phan & Jeong'un (2014) da belirttiği gibi; ülkeler arasında talep benzerlikleri ve tüketiciler arasında tercih çeşitliliği olduğu müddetçe farklılaştırılmış ürünlerin ticareti, diğer anlamda endüstri içi ticaret gerçekleşmemesi mümkün değildir. Seyidoğlu (2013) bu ticaret türündeki artışı üye ülkeler arasındaki gümrük tarifelerinin ve ticari kısıtlamaların kaldırılmasıyla ilişkilendirmektedir. Krugman & Obstfeld (2003) ise gelişmiş ülkeler arasındaki ticaretin ölçek ekonomilerinin ortaya çıkardığı endüstri içi ticaret yapısının; karşılaştırmalı üstünlüklerle ilişkilendirilen endüstriler arası ticaretten daha baskın bir yapı sergilediğine vurgu yapmaktadır.

Dünya ticaretinde artan endüstri içi ticaret yapılanması, bu ticaret türünün ülkelerin partnerleriyle gerçekleştirdikleri ticaretlerindeki payını hesaplama zorunluluğunu ortaya koymuş ve bu amaçla bazı araştırmacılar tarafından farklı ölçüm teknikleri geliştirilmiştir. Gürsel (2023) yapmış olduğu çalışmada 6 farklı Endüstri İçi Ticaret Endeksinden bahsetmektedir. Bunlar: Verdoorn Endeksi, Michaely Endeksi, Balassa Endeksi, Grubel-Lloyd Endeksi, Aquino Endeksi ve Loertscher-Wolter Endeksi olarak belirtilmiştir. Günay (2023) ise bu endekslere ek olarak Glesjer Endeksi, Bergstrand Endeksi ve Marjinal Endüstri İçi Ticaret Endekslerinin varlığından bahsetmektedir. Fakat akademik yazımda en çok kullanılan endeks Grubel-Lloyd Endeksi olmaktadır.

Tablo 3 Türkiye ve dünya literatüründe Grubel-Lloyd Endeksi kullanılarak farklı ülkeler, ülke grupları, sektörler ve endüstriler üzerinde gerçekleştirilmiş çalışmalardan oluşan bir literatür taramasının sonuçlarını ortaya koymaktadır.

Tablo 3. EİT Üzerine Genel Literatür

Yazar / Yazarlar	Dönem	Bulgular
Ambroziak (2016)	1995-2014	6 AB ülkesi arasındaki otomotiv sektörü endüstri içi ticaretinin varlığı araştırılan çalışmada; EİT'nin olduğu tespit edilmiştir.
Mangır ve Fidan (2017)	1995-2014	Türk gıda sektörünün endüstri içi ticaret yapısının araştırıldığı çalışma sonuçları, sektörün EİT değerinin yüksekliğini fakat tarımsal hammadde konusunda düşük olduğunu göstermektedir.
Haddou & Jang (2018)	1995-2015	Güney Kore ile seçilmiş Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA) ülkeleri arasındaki EİT değerlerinin incelendiği çalışma sonuçları; Güney Kore'nin hem AB hem de ABD ile yaptığı Serbest Ticaret Anlaşmalarının etkisiyle EİT ilişkisinin yüksekliğini göstermektedir.
Yalçın ve Gürel (2018)	1992-2007	Türkiye ile Karadeniz Ekonomik İş Birliği Örgütü arasındaki EİT'yi ölçmek amacıyla yapılmış çalışmada; Türkiye'nin Romanya, Bulgaristan ve Yunanistan ile olan ticaretinde EİT'nin yüksek, fakat Ermenistan, Azerbaycan ve Ukrayna ile olan ticaretinde düşük olduğu tespit edilmiştir.
Kim & Cho (2018)	1994-2011	Güney Kore'nin imalat alanında yüksek ticaret ilişkilerine sahip olduğu Çin, ABD ve Japonya ile olan sanayi ticareti EİT dalgalanmalarını inceleyen çalışma; Güney Kore'nin ABD ile olan EİT'sinin ölçek ekonomileri, doğrudan yabancı yatırım ve Ar-Ge yoğunluğu nedeniyle arttığını göstermiştir.
Bakan ve Selci (2019)	2008-2017	Türkiye ile seçilmiş 5 AB üyesi ülkenin (Almanya, Çekya, Fransa, İngiltere, İspanya) otomotiv sektörü EİT'si hesaplamak istenen çalışmada; Türkiye'nin Almanya, Fransa ve İspanya ile EİT seviyesinin yüksek olduğu, İngiltere ve Çekya ile EİT'nin düşük olduğu tespit edilmiştir.
Ürüt Saygın (2020)	2009-2019	Türkiye ve AB ülkeleri arasındaki demir-çelik sektörü EİT düzeyini analiz etmek üzere gerçekleştirilen çalışmada; Türkiye ile AB ülkeleri arasındaki demir-çelik sektörü ticaretinde EİT varlığı bulunmuştur.
Küçükaksoy ve Kopuk (2020)	1997-2017	Türkiye İmalat Sanayi ticaret yapısının, ürün farklılaştırmasını esas alıp almadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen çalışma sonuçları; Türkiye İmalat Sanayiindeki ticaret yapısının "İki Yönlü Endüstri-İçi Ticaret" şeklinde olduğunu göstermektedir.
Wang & Gyan (2020)	2007-2018	Bu çalışma, Çin ile 18 büyük Afrika ticaret ortağı arasındaki EİT'nin ölçümünü yapmakta; Çin-Afrika EİT'sini etkileyen faktörleri incelemektedir. Çin-Afrika EİT'sinin genel seviyesinin düşük kaldığı ancak bazı ortaklar arasında belirli bir potansiyele sahip olduğu belirlenmiştir.
Yuan & Du (2020)	2009-2018	Çin, Japonya ve Güney Kore arasındaki EİT'nin incelendiği çalışma, üç ülke arasındaki ticaretin gelişmesine rağmen EİT seviyesinin henüz yüksek bir seviyeye ulaşmadığını ortaya koymuştur.
Jošić & Žmuk (2020)	2001-2017	Analiz sonuçları, gayri safi yurtiçi hasıla, ortak sınır, AB üyeliği ve Hırvatistan ile ticaret ortağı ülkeler arasındaki mesafenin Hırvatistan'daki sektör içi ticaret düzeyini önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir.
Neumann & Tabrizy (2021)	2001-2015	Asya'nın en büyük ihracatçıların dış ticaretinin incelendiği çalışmada; Güney Kore'nin ahşap, ulaşım ekipmanları ve gıda sektörlerinde düşük EİT değerleri sergilediğini, buna karşılık, imalat sanayi, özellikle makine, metal ve kağıt ürünleri alanlarında yüksek EİT gösterdiği tespit edilmiştir.
Čuzović & Sokolov-Mladenović (2021)	2004-2018	Sırbistan ve dış ticaret ortaklarının tarım ürünlerindeki sektör içi ticaretini analiz eden bu çalışma; sektör içi ticaret endeksi değerinin, gözlemlenen dönem boyunca artış gösterdiğini ve sektör içi ticaretin hakim olduğu grupların sayısının 26 ile 35 arasında değiştiğini göstermektedir.
Kurt (2024)	2000-2023	Otomotiv sektörü özelinde Türkiye ile Güney Kore arasındaki endüstri içi ticaretin incelendiği çalışmada, iki ülke arasındaki otomotiv sektörü ticaretinde EİT değerinin nispeten düşük olduğu sonucuna varılmıştır.
Sezer ve Önder (2024)	2018-2022	Türkiye'nin seçilmiş sektörler ve ülkelerle olan endüstri içi ticaretinin analiz edildiği çalışma bulguları, Türkiye'nin Güney Kore ile dış ticaretindeki endüstri içi ticaret değerlerinin, Türkiye'nin en sık ihraç ettiği ürün gruplarında nispeten düşük olduğunu göstermektedir.
Ignjatijevic et al. (2025)	2005-2024	Sırbistan'ın tarımsal gıda ürünleri ihracatını analiz eden çalışma Sırbistan'ın tarımsal gıda ticaretindeki istikrarlı ihracat fazlasını ve özellikle seçilen ürün kategorilerinde sektör içi ticaretin artan varlığıyla birlikte gelişen ticaret dinamiklerini vurgulamaktadır.
Aydemir ve Kemer (2025)	2013-2022	Güney Kore dış ticaretinde yüksek teknoloji ürün üreten imalat sanayi sektörleri açısından endüstri içi ticaret yoğunluğunun tespiti amacıyla gerçekleştirilen çalışmada; imalat sanayi ürünlerinin yüksek teknoloji ihracatı ağırlıklı olduğu ve daha önce endüstriler-arası ticarete yer alan imalat sanayi ürünlerinin de EİT'ye doğru dönüşüm geçirdiği gözlenmiştir.
Pangambam (2025)	2013-2023	Bu çalışma, Hindistan ve Myanmar arasında plastik ürünlerdeki EİT belirleyicilerini incelemekte olup, Hindistan-Myanmar plastik ticaretinin dikey sektör içi ticaret tarafından şekillendirildiğini ve üretim yapılarındaki benzerliklerden ziyade tamamlayıcılıkları yansıttığını göstermektedir.

Endüstri içi ticaret ölçümlerinin genellikle imalat ve tarım sektörlerine yönelik çalışmalarla literatürde yer aldığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle mal ticaretini hedef alan çalışmalar daha yaygındır. Hizmet sektörü ve özellikle de turizm sektörü özelinde gerçekleştirilmiş çalışmaların ise yok denecek kadar az olduğu gözlenmektedir. Turizm sektöründe endüstri içi ticaret ölçümlemesine dair gerçekleştirilmiş ve ulaşılabilen az sayıdaki çalışmaya Tablo 4’de yer verilmektedir.

Tablo 4. Turizm Sektöründe EİT Literatürü

Yazar / Yazarlar	Dönem	Bulgular
Muse Sichei et al. (2007)	1994-2002	Bu çalışma, 1994-2002 dönemi boyunca seçilmiş hizmetlerde Güney Afrika-ABD sektör içi ticaretini belirleyen faktörleri ampirik olarak tanımlamayı amaçlamaktadır. Ampirik sonuçlar, prensip olarak, seçilmiş hizmetlerde Güney Afrika-ABD EİT’sinin, mal bazlı "Kuzey-Güney" EİT çalışmalarına benzer faktörler tarafından belirlendiğini göstermektedir.
Hu, Han & Li (2008)	-	ABD için uluslararası turizm hizmetlerinde EİT belirleyicilerini inceleyen bu çalışmanın sonuçları, kişi başına düşen gelirdeki farklılık, pazar yoğunlaşması, ticaret dengesizliği, pazar açıklığındaki farklılık ve turizm kaynaklarındaki farklılığın, uluslararası turizm hizmet ticaretindeki sektör içi ticaret hacmine çok önemli katkıda bulunduğunu göstermektedir.
Webster et al. (2010)	-	Bu makale, turizm akışlarında nicel tekniklerin uygulanmasını incelemektedir. Analizler, Balassa ve Grubel-Lloyd Endekslerinin yanı sıra dinamik endekslerin oluşturulmasına dayanmaktadır. Analizler, sektör içi ticaretin uluslararası turizm akışlarını anlamada önemli olabileceğine dair teorik iddiayı da araştırmaktadır.
Leitão (2011)	2008-2009	Bu çalışma 2008-2009 yıllarında Portekiz’in turizm sektöründeki endüstri içi ticaretini incelemektedir. Elde edilen bulgular Portekiz ile İspanya, ABD, İtalya, Yunanistan, Türkiye ve Kanada arasındaki sektör içi ticaretin oldukça önemli olduğunu göstermektedir.
Nowak, Petit & Sahli (2012)	2000-2004	Avrupa Birliği’nin 14 ülkesinden oluşan bir örneklem için turizm hizmetlerinin endüstri içi hizmet ticaretinin incelendiği çalışmada; ülkeler arasındaki turizm akışlarına tek anlamlılıktan çok karşılıklılığın hakim olduğunu ve bu bölgedeki turizm içi ticaretin dikey olarak farklılaştırılmış turizm ürünlerinin ticaretinden oluştuğunu belirtmektedirler
Ozawa (2013)	2013	Bu çalışmada Japonya ve Asya ülkeleri arasındaki turizm ticaretindeki gelişmeler Grubel-Lloyd (1975) ve Brulhart endeksleri kullanılarak hesaplanmıştır. Grubel ve Lloyd endeksi hesaplamalarına göre Japonya ile Asya ülkeleri arasındaki turizm ticaretinde EİT’nin ilerlediği, Brulhart endeksi sonuçlarına göre ise Japonya ile incelenen pek çok Asya ülkesi arasında EİT’nin zayıf olduğu tespit edilmiştir.
Hanna, Lévi & Petit (2015)	2000-2008	2000-2008 dönemi için tüm Avrupa ülkelerinin tüm ticaret ortaklarıyla gerçekleştirdikleri turizm ticaretinin EİT yapısı ve bu yapı içerisinde ön plana çıkan belirleyiciler üzerinde gerçekleştirilen çalışmada; kişi başına düşen GSYH farklılıkları, gelir dağılımı örtüşmesi ve kültürel yakınlığın öne çıkan belirleyiciler olduğu sonucuna varılmıştır
Kuşat (2022)	2002-2018	Türkiye’nin Avrupa turizm lideri ülkeleriyle olan EİT yapısı Grubel-Lloyd endeksi ile ölçülmüştür. Çalışma sonucunda Türkiye’nin İtalya ve Fransa ile gerçekleştirdiği turizm sektörü dış ticaretinde yüksek oranda EİT varlığı tespit edilmiştir. İngiltere ile olan ticarete ise yükselme eğilimi olan bir EİT görülmektedir. Türkiye-Almanya EİT düzeyi ise tamamen farklı bir sonuç ortaya koymaktadır. Bu ticarete EİT yerine Türkiye’nin ağırlığını ve sektörel karşılaştırmalı üstünlüğünü sergileyen bulgulara ulaşılmıştır.

MATERYAL VE YÖNTEM

EİT konusunda literatür bazlı gerçekleştirilen tarama sonuçları; EİT endeks değeri hesaplamalarında en yaygın şekilde kullanılan tekniğin; Grubel ve Lloyd’un 1975 tarihli çalışmalarında oluşturdukları orijinal endeks hesaplama formülü olduğu tespit edilmiştir. Bu formül yardımıyla belirli bir sektör ve iki ülke arasında gerçekleşen ticaretin yönü gözlenebilmektedir. Çalışmada kullanılacak yöntem bu gerekçeyle Grubel & Lloyd (1975)’ün orijinal endeks hesaplama formülüdür. Bu formül (1) numaralı formül olarak aşağıda yer almaktadır.

$$EİT=1-|Xi-Mi| / (Xi+Mi) \quad (1) \text{ (Grubel ve Lloyd, 1975)}$$

Bu formülde kullanılan değişkenlere ait kısaltmaların açıklamaları şu şekildedir:

EİT: z sektörü Endüstri İçi Ticaret Endeks Değerini

Xi: i ülkesinin partner ülkeye yaptığı z sektörü ihracatını

Mi: i ülkesinin partner ülkeden yaptığı z sektörü ithalatını göstermektedir.

Hesaplama sonucunda elde edilen EİT endeks değerinin 0'dan büyük pozitif bir değer ortaya koyması muhtemeldir. Bu değer genelde 0 ile 1 aralığında oluşur. Elde edilen endeks değerinin sonucuna göre yapılacak yorumda aşağıdaki değerlendirme göz önüne alınmalıdır:

EİT=0 ise; i ülkesinin partner ülke ile gerçekleştirdiği z sektörü (z malı yada hizmeti) ticaretinde endüstri içi ticaretin olmadığı, yani sadece ihracat ya da ithalat yapıldığı (tek taraflı ticaret) anlaşılır.

0<EİT<1 ise; elde edilen değere göre aşağıdaki şekilde değerlendirme yapılması söz konusu olmaktadır:

$0,5 < EİT < 1$ olduğunda endüstri içi ticaretin varlığından,

$0 < EİT < 0,50$ olduğunda endüstri içi ticaretin zayıflığından söz edilebilir.

EİT=1 ise; i ülkesinin partner ülke ile gerçekleştirdiği z sektörü (z malı yada hizmeti) ticaretinde endüstri içi ticaretin güçlü olduğu, yani ihracat ve ithalatın değerlerinin birbirine yakın olduğu (çift taraflı ticaret) söylenebilir.

Örneklem seçimi, Türkiye – AB ilişkileri gözetilerek gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin AB sürecine Gümrük Birliği aşamasından eklenmesi ve AB'nin uluslararası iktisadi birlikteliklere verilebilecek en iyi örneklerin başında gelmesi bu seçimin yapılmasında önemli olmuştur.

AB ülkeleri arasında yer alan Fransa, Hırvatistan, İspanya, İtalya, Kıbrıs Cumhuriyeti, Malta, Slovenya ve Yunanistan; aynı Türkiye gibi Akdeniz Bölgesi ülkeleri olarak dikkat çekmektedir. Türkiye'nin AB'ye o zamanki adıyla AET'ye (Avrupa Ekonomi Topluluğu) katılım arzusunu tetikleyen ve bu Topluluğa başvuru kararını almasında önemli rol oynayan olay, kendisi gibi bir Akdeniz ülkesi olan ve benzer üretim özelliklerine sahip Yunanistan'ın bu birlikteliğe katılım için başvuruda bulunması olmuştur. Bu bakış açısıyla ılıman iklime sahip Akdeniz'e kıyısı olan AB ülkelerinin Türkiye ile benzer mal ve hizmet üretme kabiliyetlerinin ticari açıdan değerlendirilmesi, bu birlikteliğin daha ileri aşamalarda ülke ekonomilerine getirisinin ne olacağı konusunda bilgi verecektir.

Bu bakış açısıyla; Türkiye ve seçilmiş AB - Akdeniz Bölgesi ülkelerinin karşılıklı olarak gerçekleştirdikleri turistik faaliyetlerin Endüstri İçi Ticaret (EİT) yoğunluğunun ölçülmesi amaçlanmıştır. Hem AB üyesi olup, hem de Akdeniz'e kıyısı olan bu ülkeler Fransa, Hırvatistan, İspanya, İtalya, Kıbrıs Cumhuriyeti, Malta, Slovenya ve Yunanistan'dır. Kıbrıs Cumhuriyeti ile sadece Güney Kıbrıs'ın kastedilmesi ve bu ülkenin Türkiye tarafından tanınmaması; Hırvatistan, Malta ve Slovenya'da Türkiye ile turizm ticareti çok küçük değerlere sahip olması gerekçeleriyle (ilk 40 ülke içerisinde yer almamaktadır⁴) bu çalışma kapsamına alınmamıştır.

Çalışmaya ait verilerin toplanması aşamasında Türkiye'nin turizm faaliyetleri içerisinde ağırlıklı yere sahip olan, hatta bu ticarete ilk 20 ülke arasında yer aldığı gözlenen; ama Akdeniz ülkesi olmayan ülkelerin varlığı dikkat çekmektedir. Bu nedenle ikinci bir uygulama bölümü olarak, EİT hesaplamalarının dikkat çeken bu ülkeler için de gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. Bu ülkeler başta Almanya olmak üzere, Hollanda, Romanya ve Avusturya'dır⁵.

Çalışmada EİT endeks değerlerinin hesaplanmasında kullanılan veri setlerine; Dünya Ticaret Örgütü (WTO) İstatistik Portalı Hizmet Ticareti Veri Seti (BaTIS)

⁴ Bknz. Şekil 1.

⁵ Bknz. Şekil 2.

(https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/gstdh_batis_e.htm) üzerinden ulaşılmıştır. Ayrıca hesaplamalar geriye dönük 12 yıllık süreci kapsayacak şekilde, 2013-2024 yıl aralığı için gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

AB ülkeleri arasında yer alan Fransa, Hırvatistan, İspanya, İtalya, Kıbrıs Cumhuriyeti, Malta, Slovenya ve Yunanistan aynı zamanda Akdeniz ülkeleridir. Türkiye'nin topluluk başvurusunda rol oynayan Akdeniz ülkesi kimliğine sahipliği; turizm sektörü açısından sahip olunan benzer arz ve talep koşullarının varlığıyla kendisini göstermektedir. Bu bakış açısıyla ılıman iklime sahip Akdeniz'e kıyısı olan AB ülkelerinin Türkiye ile karşılıklı olarak gerçekleştirdikleri turistik faaliyetlerin Endüstri İçi Ticaret ölçümü yapılarak Tablo 5'te gösterilmektedir. Bu ölçümler Akdeniz'e kıyısı olan 8 AB ülkesinden (Fransa, Hırvatistan, İspanya, İtalya, Kıbrıs Cumhuriyeti, Malta, Slovenya ve Yunanistan) sadece 4 tanesi (Fransa, İspanya, İtalya ve Yunanistan) için gerçekleştirilmiştir⁶.

Tablo 5. Türkiye-Seçilmiş Akdeniz Bölgesi AB Ülkeleri Turizm Faaliyetleri EİT Değerleri

YILLAR	TR-Fransa EİT	TR-İspanya EİT	TR-İtalya EİT	TR-Yunanistan EİT
2013	0,31	0,81	0,64	0,77
2014	0,40	0,86	0,66	0,70
2015	0,72	0,94	0,77	0,66
2016	0,77	0,95	0,87	0,73
2017	0,73	0,99	0,78	0,74
2018	0,72	0,94	0,73	0,80
2019	0,56	0,74	0,55	0,94
2020	0,43	0,55	0,43	0,92
2021	0,32	0,55	0,46	0,94
2022	0,47	0,66	0,64	0,97
2023	0,65	0,69	0,67	0,94
2024	0,75	0,66	0,57	0,88
ORTALAMA	0,57	0,78	0,65	0,83

Elde edilen sonuçlar incelendiğinde; Türkiye'nin adı geçen dört ülke ile gerçekleştirdiği turizm ticareti EİT değerlerinin 0 ile 1 değerleri arasında yer aldığı görülmektedir. Bu durumda elde edilen sonuçların iki kategoride değerlendirilmesi gerekir: $0,5 < EİT < 1$ olduğunda endüstri içi ticaretin varlığından, $0 < EİT < 0,50$ olduğunda endüstri içi ticaretin zayıflığından söz edilebilir.

Bu yaklaşım çerçevesinde tablodaki değerler incelendiğinde; Türkiye-Fransa turizm ticaretinde bazı yıllar endüstri içi ticaretin varlığından (2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2023 ve 2024) söz edilebilirken, bazı yıllar endüstri içi ticaretin olmadığı (2013, 2014, 2020, 2021 ve 2022) görülmektedir. Endüstri içi ticaretin ortadan kalktığı yıllar incelendiğinde, küresel Covid-19 pandemisine denk gelen yılların (2020, 2021 ve 2022) bu durumun oluşumunda etkili olduğunu düşündürmektedir. Nihayetinde İtalya ile gerçekleştirilen karşılıklı turizm faaliyeti EİT sonuçları da benzer bir durumu işaret etmekte olup, Türkiye-Fransa turizm ticaretinde endüstri içi ticaretin incelenen dönem kapsamında sadece 2020 ve 2021 yıllarında ortadan kalktığını göstermektedir. Bu gelişmeler; 2013-2014 yıllarında yaşanan Suriye savaşının Türkiye'nin güvenilirliğini düşürmesi, Avrupa'da yaşanan ekonomik durgunluğun turizm hareketliliğine olumsuz etkileri ve 2020'lerde Türkiye'nin kazandığı fiyat avantajı ile birlikte Avrupa-Türkiye havayolu taşımacılığında altyapı genişlemesi ile açıklanabilir. Bu bulgular

⁶ Gerekçesi Materyal ve Yöntem kısmında açıklanmıştır.

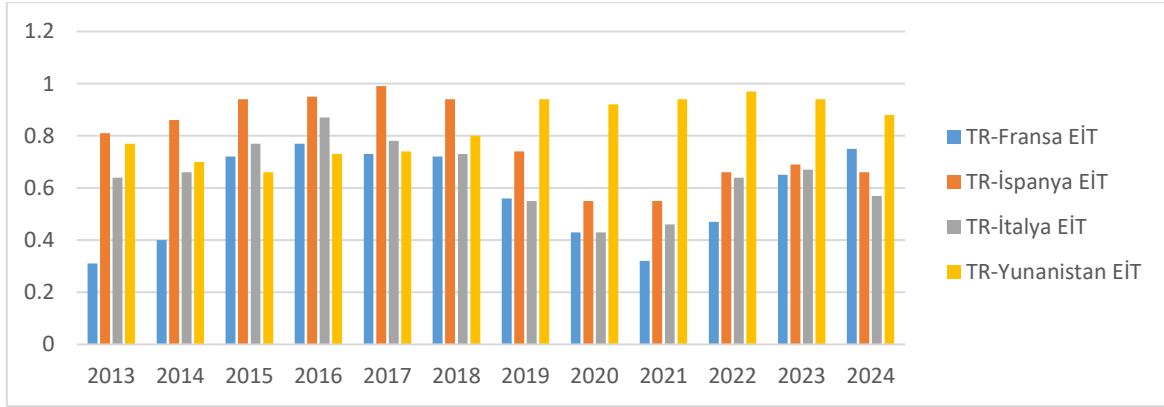
Fransa ve İtalya ile gerçekleştirilen turizm ticaretinin hassas bir yapı sergilediği anlamına gelmektedir. İncelenen 12 yılın EİT değer ortalamalarına bakıldığında da en düşük ortalama endeks değerlerinin Fransa (0,57) ve İtalya'ya (0,65) ait olduğu görülmektedir.

Türkiye'nin İspanya ve Yunanistan'la karşılıklı olarak gerçekleştirdiği turizm faaliyetlerinde ise daha yoğun bir endüstri içi ticaret varlığından bahsedilebilir. Özellikle Yunanistan ile son yıllarda gerçekleştirilen turizm ticaretinin 0,9'lar civarında seyreden EİT sonuçları, Türkiye – Yunanistan turizm ticaretinin endüstri içi ticaret ağırlığını ortaya koymaktadır. İncelenen 12 yılın EİT değer ortalamalarına bakıldığında da İspanya'nın 0,78 ve Yunanistan'ın 0,83'lük endeks değerlerine sahip oldukları görülmektedir.

Hesaplama sonuçları turizm sektörü özelinde incelenen tüm ülkeler açısından EİT varlığını yansıtmakla beraber; Türkiye'nin Fransa ve İtalya ile daha sık, İspanya ve Yunanistan ile daha derin bir endüstri içi ticaret sergilediğini göstermektedir.

Şekil 2; Türkiye ve seçilmiş AB – Akdeniz ülkeleri arasındaki turizm sektörü özelindeki endüstri içi ticaret yapısını daha net gözlemlemek adına oluşturulmuştur.

Şekil 2. Türkiye-Seçilmiş Akdeniz Bölgesi AB Ülkeleri Turizm Faaliyetleri EİT Karşılaştırması



Şekil 2, EİT incelemesine başlanan ilk yıllar için Türkiye'nin en yoğun endüstri içi ticaret gerçekleştirdiği ülkenin İspanya olduğunu göstermektedir. Bu ülkeyi 2018 yılına kadar diğer ülkelerin de takip ettikleri; fakat 2019 yılında yaşanan bir kırılmayla Yunanistan hariç diğer ülkelerin hepsiyle endüstri içi ticarete yoğun düşüşler yaşandığı gözlenmektedir. Covid-19 pandemisinde turizm sektörünün yaşadığı gerileme süreci, Türkiye'nin Fransa, İspanya ve İtalya ile olan turizm yönlü ilişkilerinde keskin bir düşüşe sebep olurken; Yunanistan'la olan endüstri içi ticaretin daha stabil bir şekilde seyrettiği görülmektedir. Pandemi sonrası dönemde ise Fransa, İtalya ve İspanya ile olan turizm içerikli endüstri içi ticarete yaşanan toparlanma ve artış dikkat çekmekte, fakat 2024 yılı itibariyle yine bir azalışın olduğu dikkatlerden kaçmamaktadır. Bu düşüş ise Türkiye'de yaşanan yüksek enflasyonun ülkeyi göreceli olarak daha pahalı hale getirmesiyle bağlantılı bir durum olarak değerlendirilebilir.

Türkiye'nin turizm çıktısının oluşmasında önemli katkıları olan ve bu ticaret sürecinde ilk 20 ülke arasında yer alan AB ülkelerinin Türkiye ile endüstri içi ticaretlerinin hesaplama sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Türkiye Turizm Gelirlerinde İlk 20 Ülke içerisinde Yer Alan AB Ülkelerinin EİT Değerleri

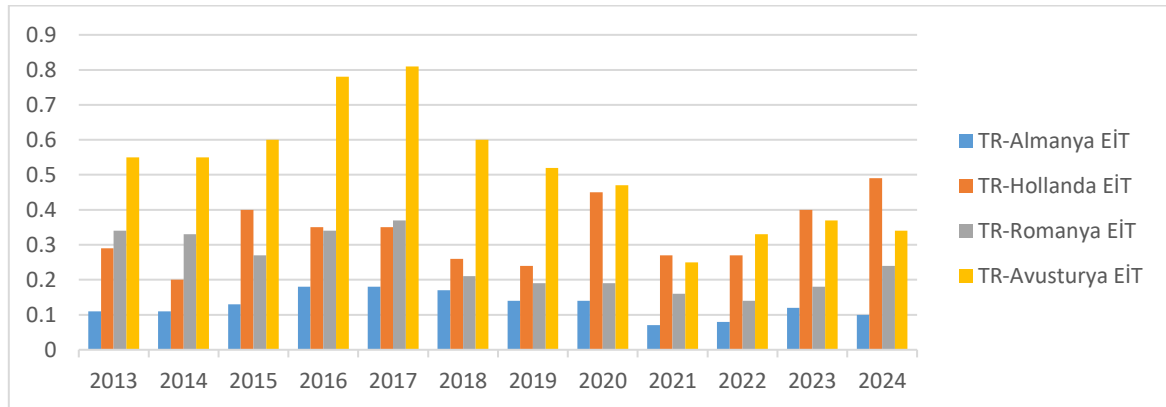
YILLAR	TR-Almanya EİT	TR-Hollanda EİT	TR-Romanya EİT	TR-Avusturya EİT
2013	0,11	0,29	0,34	0,55
2014	0,11	0,20	0,33	0,55
2015	0,13	0,40	0,27	0,60
2016	0,18	0,35	0,34	0,78
2017	0,18	0,35	0,37	0,81
2018	0,17	0,26	0,21	0,60
2019	0,14	0,24	0,19	0,52
2020	0,14	0,45	0,19	0,47
2021	0,07	0,27	0,16	0,25
2022	0,08	0,27	0,14	0,33
2023	0,12	0,40	0,18	0,37
2024	0,10	0,49	0,24	0,34
ORTALAMA	0,13	0,33	0,25	0,51

Türkiye'nin dış turizm ticaretinde elde edilen gelir açısından öne çıkan ülkeler Almanya, Hollanda, Romanya ve Avusturya'dır. Bu ülkelerle Türkiye arasındaki turizm faaliyetlerinin EİT hesaplama sonuçları; Almanya, Hollanda ve Romanya için zayıf bir endüstri içi ticaretin varlığını net olarak ortaya koymaktadır. Aslında Türkiye'nin turizm gelirleri içerisindeki payı oldukça yüksek olan bu ülkeler için hesaplanan EİT değerlerinin düşüklüğü; tek yönlü yoğun bir ticaretin varlığını anlatmaktadır. Bir diğer ifadeyle bu ülkelerle gerçekleştirilen turizm ticaretinde Türkiye karşılaştırmalı üstünlüklere sahip ülke statüsüyle ticaret gerçekleştirmekte ve ticari sonuç lehine gelişmektedir.

Türkiye-Avusturya ilgili sektör ticaretinde ise durum çok değişkendir. İncelenen yıl aralığının ilk dönemlerinde (2013-2019) bu iki ülke arasında endüstri içi ticaretin varlığından bahsedilebilirken, son zamanlarda azalan bir endüstri içi ticaret yapılanması olduğu ve Türkiye'nin Avusturya ile gerçekleşen turizm sektörü ticaretinde karşılaştırmalı üstünlükler çerçevesinde bir ticaret yapılanmasına geçildiği dikkat çekmektedir. Türkiye lehine değişen bu ticari akım, ilişkileri turizm sektörü bazında tek yönlü ticaret boyutuna dönüştürmektedir.

Şekil 3, Tablo 5'te sunulan EİT değerlerindeki değişimin, ülke özelinde daha net gözlemlenebilmesi için çizilmiştir.

Şekil 3. Türkiye Turizm Gelirlerinde İlk 20 Ülke içerisinde Yer Alan AB Ülkeleri EİT Karşılaştırması



Şekil 3'te en çok dikkat çeken durum; incelenen yıl aralığının başlangıcında Türkiye-Avusturya turizm ticareti EİT değerinin yüksekliği ve 2017 sonrası keskin düşüşü (2017'de 0,81'den 2024'de 0,34'e); ayrıca son yıllarda Türkiye- Hollanda turizm ticareti EİT değerinin artan görünümü (2021'de 0,27 ve 2024'de 0,49) olmaktadır.

Türkiye-Avusturya arasındaki sektörel faaliyet, incelenen yıl aralığının başlangıcında endüstri içi ticaretin varlığını gösterirken; 2020 sonrasında EİT değerlerinde belirgin bir düşüş yaşandığı ve ticaretin daha tek yönlü bir yapıya yöneldiği görülmektedir. 2018 yılında EİT’de yaşanan kırılmanın 2021’de dip yaptığı, 2023’e kadar yukarı yönlü bir ivmelenme yaşayıp, 2024’te yine azalışa geçtiği gözlenmekte ve bir anlamda Türkiye-Avusturya karşılıklı turizm faaliyetlerindeki istikrarsızlık dikkat çekmektedir.

Türkiye-Hollanda arasındaki turizm ticaretinde de EİT çerçevesinde dalgalanmalar olduğu görülmekle birlikte, bu dalgalanmalarda çok uçlara dokunmadan izlenen bir salınım olduğu, ayrıca son yıllarda bu ticarete yukarı yönlü bir ivmelenmenin de başladığı gözlenmektedir. EİT adına tam bir varlıktan bahsedilemese de, Türkiye-Hollanda EİT turizm ticaretinin olumlu bir seyir takip ettiği anlaşılmaktadır.

Almanya ve Romanya özelinde durum değerlendirmesi yapıldığında; bu ülkelerle Türkiye arasındaki ticaretin endüstri içi ticaret çerçevesinde değerlendirilemeyeceği ve Türkiye lehine işleyen tek taraflı ticaret olduğu görülmekte ve bu ticaretin de EİT anlamında dalgalı bir yapı sergilediği gözlenmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Endüstri içi ticaret anlayışı; Klasik iktisadi görüşe ait uzmanlaşma ağırlıklı ticaret olgusunun, modern dünyanın ticari yapılanmasını açıklamadaki yetersizlik sonucu ortaya çıkmış bir yaklaşımdır. Nihayetinde günümüz dış ticaretinin büyük bir kısmının benzer ve farklılaştırılmış ürünler üreten ülkeler arasında gerçekleştiği gözlenmektedir. AB gibi ekonomik bir birliktelik içerisinde yer alan ülkeler arasındaki dış ticarete ise endüstri içi ticaret yoğunluğu çok daha fazla gerçekleştirilmektedir.

Çalışma turizm sektörü özelinde Türkiye ve seçilmiş AB ülkeleri arasındaki Endüstri İçi Ticaret (EİT) ilişkisini analiz etmek amacıyla gerçekleştirilmektedir. Türkiye’nin Akdeniz havzasında yer alan önemli bir turizm destinasyonu olması Türk turizm sektörünün deniz-kum-güneş turizmine dayalı arz potansiyelini şekillendirirken; AB üyesi Akdeniz ülkeleri için de aynı durumun söz konusu olması muhtemeldir. Türkiye’nin Gümrük Birliği sürecinden AB ile olan bağlantısı ve Akdeniz ülkesi olma özelliği bu çalışmanın yapılma gerekçelerinin başında gelmektedir.

Fransa, Hırvatistan, İspanya, İtalya, Kıbrıs Cumhuriyeti, Malta, Slovenya ve Yunanistan; aynı zamanda AB içerisinde yer alan Akdeniz ülkeleridir. Bu ülkelerden Hırvatistan, Kıbrıs Cumhuriyeti, Malta ve Slovenya çeşitli gerekçelerle çalışma dışında tutulmak zorunda kalınca; Türkiye turizm ticaretinde en büyük paya sahip 20 ülke arasında yer alan 4 AB ülkesinin de (Almanya, Hollanda, Romanya ve Avusturya) çalışmaya dahil edilmesine karar verilmiştir.

Grubel-Lloyd’a ait endeks hesaplama yönteminin kullanıldığı çalışma sonuçları; Türkiye’nin; aynı zamanda Akdeniz ülkesi olan AB üyesi ülkelerle gerçekleştirdiği turizm ticaretinde EİT varlığını ortaya koyarken, Yunanistan’la gerçekleşen ticaretteki EİT değerinin yüksekliğine dikkat çekmektedir. Türkiye’nin seçilmiş diğer AB ülkelerinden sadece Hollanda ile arasında olası bir EİT’nin gelişmekte olduğu tespit edilirken; diğer ülkelerle tek yönlü bir sektörel ticaret varlığına rastlanmaktadır. Gelişen bu tek yönlü turizm ticaretinin ise, Akdeniz ülkesi üyeler hariç, Türkiye lehine olduğu anlaşılmaktadır.

Özetlemek gerekirse çalışma sonuçları; Türkiye’nin benzer turizm arzına sahip AB ülkeleriyle gerçekleştirdiği ticaret açısından EİT yönlü ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan Türkiye’nin Akdeniz ülkesi olması; Avrupa’nın diğer ülkeleri için cezbedici olmakta ve bu ülkelerle ilgili sektör adına karşılaştırmalı üstünlüklere dayalı tek yönlü bir turizm ticaretini gündeme getirmektedir. Bu bulgular Türkiye turizmi için Akdeniz ülkeleriyle

yoğun bir rekabetin varlığına işaret etmektedir. Türkiye'nin turizm sektöründe rekabet avantajını yakalayabilmesi adına; fiyat dışındaki rekabet unsurlarını iyi değerlendirmesi ve doğru kullanması gerektiği anlaşılmaktadır. Bu konuda özellikle doğru ve sürdürülebilir turizm politikalarının belirlenip uygulanması bir zorunluluk olarak görülmekte ve bu konuda hem politika yapıcılara hem de politika uygulayıcılara önemli sorumluluklar düşmektedir. Ayrıca Türkiye'nin turizm partnerlerinin tamamını içine alan benzer çalışmaların gerçekleştirilmesi ve tüm bu çalışma sonuçlarının bir arada değerlendirilmesinin sektörü daha doğru yönlendirebileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ambroziak, Ł. (2016). FDI and Intra-industry trade in the automotive industry in the new EU member states. *International Journal of Management and Economics*(52), 23-42.
- Aydemir, M.F. & Kemer, O.B. (2025). Intra-industry trade in high-tech product groups within the South Korean manufacturing indust, *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 26(1): 196-210.
- Bakan, S. ve Selci, H. (2019). Türkiye'nin seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkesiyle otomotiv sektöründe endüstri içi ticaretin incelenmesi (2008-2017). *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 6(13): 30-53.
- Ćuzović, Đ. & Sokolov-Mladenović, S. (2021). Agricultural intra-industry trade in Serbia. *TEME*, r. XLV, 6p. 1, january – mарт 2021, стр. 349–366
- Dünya Ticaret Örgütü (WTO) İstatistik Portalı Hizmet Ticareti Veri Seti (BaTIS) https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/gstdh_batis_e.htm, erişim: 01.05.2026.
- Grubel, H. G. (1967). Intra-industry specialization and the pattern of trade. *The Canadian Journal of Economics and Political Science*, 33(3), 374-388.
- Grubel, H. G. & Lloyd, P. J. (1975). Intra-industry trade: The theory and measurement of international trade in differentiated products. London and New York: John Willey & Sons,
- Günay, A. (2023). Türkiye'nin Endüstri İçi Ticaretinin İncelenmesi: 2001-2021 Dönemi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Gürsel, Y. (2023). Endüstri-İçi Ticaret: Türkiye–Almanya Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T. C. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İktisadi Gelişme ve Uluslararası İktisat Bilim Dalı, Kocaeli.
- Haddou, A., & Jang, J. Y. (2018). Comparative intra-industry trade analysis on the asymmetric effects of the FTA: Korea and MENA countries. *Journal of International Trade & Commerce*, 14(4), 49-62.
- Hanna, J., Lévi, L., ve Petit, S. (2015). Intra-tourism trade, income distribution and tourism endowment: An econometric Investigation. *Applied Economics*, 47(21), 2184-2200.
- Hu, Y., Han, L., & Li, D. (2008). Intra-industry trade in international tourism services. 2008 4th International Conference on Wireless Communications, Networking and Mobile Computing. <https://doi.org/10.1109/wicom.2008.2070>.
- Ignjatijevic, S., Vapa-Tankosić, J., Čavlin, M., Gardašević, J., Nastić, S. & Mirkov, M. (2025). On the empirical distribution of the Balassa and Grubel Lloyd Index of Serbian food products. *Economic of Agriculture*, 72(2), 617–630.
- Jošić, H., & Žmuk, B. (2020). Intra-industry trade in Croatia: Trends and determinants. *Croatian Economic Survey. The Institute of Economics*, Zagreb. <https://doi.org/10.15179/ces.22.1.1>
- Karluk, R. (2013). *Uluslararası Ekonomi Teori-Politika*, 10. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kim, S. J., & Cho, B. T. (2018). Determinants of South Korea's intra-industry trade with her major trading countries in the manufacturing sector. *The Singapore Economic Review*, 63(03), 731-758.

- Krugman, P. R. & Obsfeld, M. (2003). *International Economics: Theory and Policy*. (Sixth Edition). USA: Addison Wesley.
- Kurt, A. (2024). Grubel-Lloyd endeksi ile endüstri-içi ticaret analizi: Türkiye ile Güney Kore otomotiv sektörü. *Uluslararası İktisadi Ve İdari Çalışmalar Dergisi*, 2(1), 50-64.
- Kuşat, N. (2022). Türkiye ve Avrupa turizm sektör liderleri endüstri içi ticaret analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 22(2), 115-133.
- Küçükaksoy, İ. ve Kopuk, E. (2020). Türkiye imalat sanayii'nde endüstri içi ticaretin ölçülmesi:1997-2017 dönemi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10 (1), 147-
- Leitão, N. C. (2011). *Intra-industry trade in tourism services, Theoretical and Applied Economics*. Asociația Generală a Economiștilor din România - AGER.
- Mangır, F., & Fidan, A. (2017). Grubel-Lloyd Endeksi ile endüstri-içi ticaret analizi: Tarım sektörü Türkiye örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(33), 45-51.
- Musesichei, M., Harmse, C. & Kanfer, F. (2007). Determinants of South Africa-Us intra-industry trade in services: A wild bootstrap dynamic panel data analysis. *The South African Journal of Economics*. Wiley.
- Neumann, R., & Tabrizy, S. S. (2021). Exchange rates and trade balances: Effects of intra-industry trade and vertical specialization. *Open Economies Review*, 32(3), 613-647.
- Nowak, J. J., Petit, S., ve Sahli, M. (2012). Intra-industry trade and vertical differentiation in tourism services. *Tourism Economics*, 18(6), 1287-1311.
- Ozawa, K. (2013). Empirical evidence on the intra-industry trade of tourism services between Japan and other Asian countries. *동북아관광연구 제9권 제1호 (통권20호)*, 269-277.
- Pangambam, T. (2025). Economic asymmetry and trade openness: An intra-industry trade analysis of India-Myanmar plastic products using the Grubel-Lloyd Index. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-8166970/v1>
- Phan, H. T. & Jeong, Y. J. (2014). An empirical analysis of intra industry trade in manufactures between Korea and ASEAN. *Journal of Economic Studies*, 41(6): 833-848.
- Seyidoğlu, H. (2013). *Uluslararası İktisat Teori, Politika ve Uygulama*, Genişletilmiş 19. Baskı. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Sezer, Ş. & Önder, K. (2024). Türkiye'nin seçilmiş sektör ve ülkelerle endüstri içi ticaretinin analizi. *Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(1), 1-16.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, <https://www.sbb.gov.tr/temel-ekonomik-gostergeler/#1753106102960-6f59fca7-ce8f>, erişim: 06.05.2026.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html>, erişim: 06.05.2026.
- Ürüt Saygın, S. (2020). Demir çelik sektöründe endüstri içi ticaret: Türkiye ve AB ülkeleri üzerine bir analiz. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(Ek): 102-116.
- Wang, X. & Gyan, K.A. (2020). Influencing factors of China-Africa intra-industry trade. *Journal of Applied Economic Sciences*. Universitatea Spiru Haret. [https://doi.org/10.57017/jaes.v15.4\(70\).06](https://doi.org/10.57017/jaes.v15.4(70).06)

- Webster, A., Fletcher, J., Hardwick, P., & Morakabati, Y. (2010). Tourism and empirical applications of international trade theory: A multi-country analysis. Tourism Economics. SAGE Publications. <https://doi.org/10.5367/0000000007782696041>
- Yalçın, E. & Gürel, S. P. (2018). Türkiye ile Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü arasındaki endüstri içi ticaretin analizi. Business Economics and Management Research Journal, 1(2): 81-92.
- Yuan, C., & Du, Y. L. (2020, April). Analysis of intra-industry trade between China, Japan, and Korea. In 5th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSSED 2020) (pp. 302-307). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200331.064>