

# Türkiye- Almanya Arasındaki Endüstri İçi Dış Ticaret Yapısının Sektörlere Göre Değerlendirilmesi\*

## Evaluation of Intra Industry Trade Structure Between Turkey-Germany by Sectors

Dr. Zeynep KÖSE\*\*

Bilal ÇAYIR\*\*\*

ORCID ID : 0000-0002-9494-3098

ORCID ID : 0000-0001-5340-6635

### Öz

Dış ticaret ülkeler için son derece önem arz etmektedir. Ekonomik büyüme, maliyet avantajları ve hazineye gelir sağlanması gibi birçok sebepten ötürü ülkeler birbirleri ile ticaret yapmaktadır. Dış ticaretin bu avantajlarından dolayı çeşitli ticaret teorileri geliştirilmiştir. Klasik ticaret teorilerinde açıklanan ve ekonomi tam istihdamda iken farklı özelliklerdeki ülkelerin ölçeğe göre sabit getiri koşulları altında homojen mallar üretip, bunların ticaretinin yapıldığı ticaret türü endüstriler arası ticaret olarak tanımlanmaktadır. Zamanla benzer özelliklere sahip ülkeler ölçeğe göre sabit getiri koşulları altında farklılaştırılmış malların ticaretini yapmaya başlamıştır. Endüstri içi dış ticaret olarak açıklanan bu ticaret türü klasik ticaret teorileri ile açıklanamamış ve yeni ticaret teorileri ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada 2018 yılında Türkiye'nin seçilmiş endüstrilerde en büyük ticaret ortağı olan Almanya ile SITC 78 Kodlu Otomotiv, SITC 84 Hazır Giyim, SITC 67 Demir Çelik, SITC 05 Kodlu Kimya ve SITC 00 Kodlu Gıda alt sektörlerindeki endüstri içi dış ticareti Standart Grubel Llyod Endeksi ile hesaplanmıştır. Seçilen sektörler 2018 yılında Türkiye-Almanya arasında en fazla ticareti yapılan ilk beş sektördür. Buna göre Türkiye ile Almanya arasındaki ticaretin endüstri içi ticaret değil, endüstriler arası ticaret şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler :** Dış ticaret, Endüstri İçi Ticaret, Türkiye, Almanya  
**Jel Sınıflandırma Kodları :** F10, F12, F14.

### Abstract

Countries trade with each other for many reasons such as economic growth, technical progress, cost advantage, and income to the treasury. Because of these advantages, various trade theories have emerged. It is defined as the trade between industries, which is explained by classical trade theories and economically produces full homogeneous goods under fixed income conditions according to the scale of countries with different characteristics while the economy is at full employment level. Countries with similar characteristics over time have started to trade differentiated goods under constant return conditions. The classical trade theories of this type of trade, which are described as intra-industry foreign trade, cannot be explained and new trade theories have emerged. In this study, intra-industry trade calculated by using standard Grubel Lloyd Index for Turkey and its biggest trade partner Germany in 2018 in terms of most traded sectors, SITC 78 Coded Automotive, SITC 84 Clothing, SITC 67 Iron and Steel, SITC 05 Coded Chemistry and SITC 00 Coded food. According to the results, the trade between Turkey and Germany is inter-industry trade rather than intra-industry trade.

**Keywords:** Foreign Trade, Intra Industry Trade, Turkey, Germany.  
**Jel Codes :** F10, F12, F14.

\* Bu çalışma 26-27 Nisan 2019 tarihinde gerçekleştirilen 6. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi'nde "Türkiye Almanya Endüstri İçi Dış Ticaret Yapısının Sektörlere Göre Değerlendirilmesi" başlıklı bildiri olarak sunulmuştur.

\*\* Hasan Kalyoncu Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü Öğretim Üyesi, zeynep.kose@hku.edu.tr

\*\*\*Hasan Kalyoncu Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü Araştırma Görevlisi, bilal.cayir@hku.edu.tr

## Giriş

Sanayi Devrimi'nden önce Merkantilizm olarak anılan dönemde genellikle tarımsal üretim ve tarım ürünlerinin ticareti yapılmakta idi. Merkantistlere göre zenginliğin kaynağı hazinedeki değerli madenlerdir. Bunu sağlamanın yolu da daha az ithalata karşılık daha fazla ihracat yaparak hazinedeki değerli maden stokunu arttırmaktır. Bu dönemin ardından A.Smith ve D. Ricardo'nun önemli katkıları ile Klasik Ticaret Teorileri ortaya çıkmıştır. Mutlak Üstünlükler Teorisi ve Karşılaştırmalı üstünlükler Teorisi'nde üretim fonksiyonu emekten ibaret olup; emeğin homojen olduğu varsayılmaktadır. Teorilerdeki bu eksikliği giderilmek üzere Fırsat Maliyeti Teorisi ve Faktör Donatımı Teorisi ortaya atılmıştır. Fırsat Maliyeti teorisinde emeğin yanı sıra sermaye de bir üretim faktörü olarak modele dâhil edilmiştir. Faktör donatımı Teorisi'nde de emek ve sermaye üretim faktörleri olarak modele dâhil edilmiş ve ülkelerin hangi faktöre daha fazla sahipse o malı üretmesi gerektiği vurgulanmıştır. Fakat küreselleşmenin de etkisi ile tüm dünyada bir değişim ve dönüşüm süreci yaşanmıştır. Yaşanan bu değişim ve dönüşüm sürecinde ticarete konu olan mallar, üretim teknikleri, ticaret şekli gibi birçok köklü değişiklik olmuştur. Daha önce farklı özelliklere sahip ülkeler arasında homojen malların ticareti yapılırken; bu süreçten sonra benzer yapıdaki ülkeler arasında heterojen malların ticareti yapılmaya başlanmıştır. Benzer gelişmişlik düzeyine ve faktör donatımına sahip ülkeler arasında benzer malların ticareti, geleneksel ticaretin yerini almaya başlamıştır. Özellikle teknolojiadaki gelişme nedeniyle firmalar hem üretimde ölçek ekonomilerine sahip olurken hem de daha fazla çeşit mal üretme imkânına sahip olmaktadır. Benzer faktör donatımına sahip ülkeler arasında benzer özelliklere sahip malların ticareti endüstri içi ticaret olarak anılmaktadır. Bu yeni ticaret türü de yeni ticaret teorileri ile açıklanmaktadır.

Bu çalışmada endüstri içi ticaret (EİT) hakkında genel bir bilgi verildikten sonra Türkiye ile Almanya arasında 2000- 2018 yılları arasında farklı sektörlerde gerçekleştirilen dış ticaretin genel görünümü endüstri içi ticaret bağlamında analiz edilmiştir. Çalışma boyunca öncelikle Türkiye Almanya dış ticareti raporlar ışığında açıklandıktan sonra ilerleyen bölümlerde EİT hakkında teorik bilgiler ve Türkiye- Almanya EİT değerlerine yer verilecektir. Ülkelerin belirlenmiş olan sektörlerdeki verileri COMTRADE resmi veri tabanından elde edilmiş, SITC Rev. 3 sınıflandırması göz önünde bulundurularak sektörlerin ihracat ve ithalat değerleri Standart Grubel- Llyod endeksi ile hesaplanmıştır.

## 1. Teorik Çerçeve

Endüstriler arası ticaret açıklanırken genellikle geleneksel ticaret teorileri kullanılmaktadır. Fakat zaman içinde Verdoorn (1960), Benelüks ülkelerinin kendi aralarında benzer malların ticaretinin yapıldığını; Drèze (1961) geliştirmekte olan altı Avrupa Ekonomi Topluluğu ülkesinde de benzer bir durum olduğunu gözlemlemiştir. Ülkelerin artık karşılaştırmalı üstünlüğe dayalı sektörler arası uzmanlaşma yerine kendi ulusal ekonomileri geniş sanayi yapılarını korumakta olduğu ve belli bir sektörde uzmanlaşmaya başladığı görülmüş ve benzer faktör donatımına sahip ülkelerin benzer malların ticaretini yaptığı ortaya çıkmıştır. Geleneksel ticaret teorileri tek başına bu yeni ticaret türünü açıklamakta yetersiz kalmıştır (Brülhart, 2002: 1). Bu eksiklikler farklı bir bakış açısı ile giderilmeye çalışılmıştır. EİT açıklanırken karşılaştırmalı üstünlükler teorisine ve yeni ticaret teorilerine başvurulmaktadır. Endüstriler arası ticaret gelişmiş ve geliştirmekte olan ülkeler arasındaki ticareti açıklarken, EİT benzer gelişmişlik düzeyine sahip benzer yapıdaki ülkelerin ticaretinde ürün farklılaştırması ya da ölçek ekonomisiyle elde edilen maliyet avantajı sayesinde aynı ürünlerin ihracat ve ithalatının gerçekleştirilmesidir.

Belli bir endüstrideki malın ihracat değeri ile ithalat değerinin birbirini karşılması olarak tanımlanan EİT aşağıdaki denklem ile hesaplanmaktadır (Grubel ve Llyod, 1975: 14):

$$GL = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{(X_i + M_i)} \quad (1)$$

Denklemden yer alan GL t endüstri içi ticaret endeksini;  $X_t$ , t zamanındaki i malı ihracatı;  $M_t$ , t zamanındaki i malı ithalat miktarını ifade etmektedir.

Küreselleşmenin etkisi ile sınırlar ortadan kalkmış ve ülkeler arasındaki ticaret artmıştır. Pazar büyüdükçe ürün çeşitliliği de artmaktadır. Ürün çeşitliliğinin artması için üretimin süreçlere bölünmesi ve uzmanlaşmanın sağlanması gerekmektedir. EİT'yi açıklamak için genellikle "ayakkabı" örneği verilir. Örneğin, bir ülkenin koşu ayakkabısı ihracatı yapmasına karşılık tenis ayakkabısını ithal ediyor olması EİT göstergesidir. Böyle bir ticaret ilişkisinde ayakkabı ticareti yapılıyor gibi görünse de her iki ayakkabının üretim tekniği ve maliyeti farklıdır (Pomfret, 1987: 57).

EİT'nin yapılması için birçok haklı gerekçe bulunmaktadır. Hem üreticilere hem de tüketicilere ürün çeşitliliği sunması, firmalara ölçek ekonomilerinden faydalanma imkânı vermesi, inovasyonu teşvik etmesi, ekonomik büyümeyi artırması, ticaretten ilave kazançlar sağlaması ve ülkelerin ticaret performansını artırması gibi birçok sebepten dolayı ülkeler artık endüstriler arası ticaretten EİT'ye kaymaya başlamıştır (Handjiski vd., 2010: 15).

Ülkelerin EİT yapmasının bazı sebepleri vardır. Birbirleri ile ticaret yapan ülkelerin gelişmişlik düzeyi, pazar büyüklüğü, coğrafi yakınlık gibi ülkeye özgü sebepler vardır. Bunun yanı sıra ürünlerin farklılaştırma ve toplulaştırma derecesi, beşeri sermayenin yoğunluğu, ülkenin teknoloji yoğunluk derecesi ve çok uluslu şirketlerin varlığı gibi endüstriye özgü sebeplerle ülkeler EİT yapmaktadırlar (Bano, 2013: 7).

Ülkelerin gelişmişlik düzeyi, pazar büyüklüğü ile EİT hacmi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Gelişmişlik düzeyi yüksek olan ülkelerde daha fazla farklılaştırılmış mal üretimi yapılmaktadır. Bu da uzun vadede farklılaştırılmış mallarda ölçek ekonomilerinin ortaya çıkmasına neden olacaktır. Piyasa büyüklüğü arttıkça da tüketiciler daha fazla ürün çeşidi talep edebilecektir. Ülkeler arasındaki gelişmişlik düzeyi farklılıkları azaldıkça da EİT artmaktadır. Çünkü gelişmişlik düzeyi olarak birbirine benzeyen ülkelerde zevk ve tercihler de birbirine benzerdir. Benzer zevk ve tercihlere sahip ülkeler arasındaki ticaret yoğunlukla EİT niteliğindedir (Loertscher ve Wolter, 1980: 282).

EİT'nin belirleyicilerinden olan gelişmişlik düzeyini temsilen genellikle gayri safi milli hâsıla (GSYH) kullanılmakta ve bundaki artış anlamına genel pazar büyüklüğü arttıkça insanlar daha fazla çeşit mal/hizmete erişme imkânı elde edecektir. Zaten ürün farklılaştırması EİT'nin ortaya çıkış sebepleri arasında yer alan önemli bir belirleyicidir. Bununla birlikte çoğu çalışmada kişi başına düşen milli gelir ile temsil edilmekte olan gelişmişlik düzeyi arttıkça insanlar zevk ve tercihlerine göre daha fazla mal talebinde bulunacaklardır. İnsanların gelir düzeyi arttıkça talepleri de artacaktır. Bu da yine EİT'nin benzer yapıdaki ülkeler arasındaki ticaret olma özelliği hakkında bilgi vermektedir. Ülkeler bazen de yüksek taşıma maliyetlerine katlanmamak için aynı malın hem ihracatçısı hem de ithalatçısı olabilmektedir. Ülkenin bir ucundan diğer ucuna bir malı taşımanın maliyeti o malı yakın komşu bir ülkeden ithal etmenin maliyetinden yüksek olacağı için bu mal ithalat yoluyla temin edilebilmektedir. Bu durumda coğrafi uzaklık ile EİT arasında ters yönlü bir ilişkinin olduğunu da söylemek yanlış olmayacaktır.

## 2. Literatür Taraması

Bu çalışmada farklı sektörlerde Türkiye'nin Almanya arasındaki EİT hacmi hesaplanmıştır. Çalışmanın bu kısmında farklı ülkelerde farklı sektörlerdeki EİT'yi hesaplayan çalışmalara dair bir literatür taraması

yapılmıştır.

Balassa (1966), 1958- 1963 yılları arasında Avrupa Ekonomi Topluluğu üyesi olan ülkelerde 91 endüstrideki endüstri içi ticaret hacmini ölçmüştür. Bu ülkelerde 1958'de yaklaşık 0,4- 0,6 aralığındaki EİT hacmi, 1963 yılına gelindiğinde 0,3-0,5 civarında gerçekleşmiştir. Elde edilen sonuçlara göre bu ülkelerde ticari serbestleşme, EİT hacmini artırmaktadır.

Grubel ve Llyod (1975), belirli tarihlerde (1957, 1964, 1966) Amerika, Almanya, Avustralya, Belçika, Fransa, Hollanda, İngiltere, İtalya, Japonya, Kanada, Lüksemburg gibi ülkelerde 163 farklı ürün grubundaki EİT hacmini ölçmüştür. Söz konusu ülkelerde imalat endüstrisinin oldukça önemli olduğu ve on ülkede EİT hacminin yaklaşık %70 civarında olduğu tespit edilmiştir. EİT hacmi ABD'de %49, Avustralya %17 ve İngiltere'de %69 olarak ölçülmüştür.

Başkol (2009), farklı sektörlerde 1969-2009 tarihleri arasında Türkiye'nin EİT hacmini ölçmüştür. Buna göre makine ve ulaşım araçları, işlenmiş mallarda yüksek olduğu; çeşitli mamul mallar ve kimyevi ürünlerde ise düşük olduğu gözlenmiştir.

Çalışkan (2010), 1990-2007 döneminde sektörler için AB ile Türkiye arasındaki EİT hacmini ölçmüştür. Elde edilen sonuçlara göre söz konusu ülkeler arasındaki EİT hacmi yıllara göre değişmektedir.

Şentürk (2014), 1990-2013 döneminde Türkiye ile ticaret ortağı 27 ülke arasındaki EİT hacmini ölçmüştür. Elde edilen sonuçlara göre, Türkiye'nin imalat sanayisindeki EİT hacminin artış gösterdiği görülmüştür.

Eşiyok(2014), 2003-2013 tarihleri arasında Türkiye ile AB üyesi ülkeleri arasındaki yüksek teknoloji ürün grubunda EİT hacmini ölçmüştür. Elde edilen sonuçlara göre Türkiye ile AB arasında gerçekleşen EİT daha çok düşük-orta ve orta- yüksek teknolojilere dayalı olduğu ve bu sektörlerdeki ticaret hacminin yüksek olduğu gözlenmiştir.

### 3. Türkiye'de Dış Ticaretin Genel Görünümü

Türkiye gibi birçok gelişmekte olan ülkede dış ticaret ekonomik büyümenin sağlanması için oldukça büyük bir öneme sahiptir. Dış ticaret yapmak önemli olmakla birlikte ticaret ortağı ülkenin ve ticarete konu olan malın ne olduğu da önemlidir. Bu çalışmanın hazırlanmasındaki amaç ise Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM)'nin 2019 yılı raporunda en çok ihracat yaptığı ülkeler listesinde ilk sırada yer alan Almanya ile olan ticaretin endüstriler arası ticaret mi yoksa endüstri içi ticaret mi olduğunun tespit edilmesidir. Sektörler belirlenirken yine aynı raporda yer alan 2018 yılında en fazla ihracatı yapılan sektörler ele alınmıştır. Bu sektörler Uluslararası Standart Ticaret Sınıflandırması (SITC)'nda belirlenen kodlara göre alınmıştır. Türkiye ile ticaret ortağı ülke arasındaki belirlenen sektörlerdeki ihracat ve ithalat rakamları COMTRADE veri tabanından alınarak Standart Grubel Llyod Endeksi ile hesaplanmıştır. Çalışmanın bu kısmında öncelikle Türkiye dış ticareti hakkında kısaca bilgi verildikten sonra sektörlerdeki ticaretin genel durumu ve TR-Almanya arasındaki EİT değerleri yorumlanacaktır.

Türkiye ve Almanya arasındaki ticari ilişkilerin seyri geçmişten günümüze stratejik önemde ve geniş bir ticaret hacmi halinde süregelmiştir. Özellikle Türkiye'nin Avrupa Birliği ile arasındaki ticari faaliyetler içerisinde Almanya'nın son derece önemli bir ticari partner olduğu bilinmektedir. Türkiye'nin ihracat ve ithalatının yoğunlaştığı ülkeler arasında Almanya ilk sıralarda yer almaktadır. 2017 ve 2018 yılı itibariyle Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkeler ve ihracat miktarı Tablo 1 itibariyle gösterilmektedir.

Tablo 1: Türkiye'nin En Çok İhracat Yapığı İlk 5 Ülke (2017-2018)

Ülke	2017	2018	Değişim (%)
Almanya	15,1 milyar \$	16,2 milyar \$	7%
İngiltere	9,6 milyar \$	11,1 milyar \$	15,8%
İtalya	8,5 milyar \$	9,6 milyar \$	12,9%
Irak	9,1 milyar \$	8,4 milyar \$	-7,7%
ABD	8,7 milyar \$	8,3 milyar \$	-3,9%

Kaynak: TİM, 2019: 10-11.

Tablo 1'de verilen rakamlara göre, Türkiye'den Almanya'ya 2018 yılında 16 milyar \$ civarında ihracat gerçekleştirilmiştir. Almanya'ya yapılan ihracat miktarı İngiltere, İtalya, Irak ve ABD'yi açık ara geride bırakarak ilk sırada yer almaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin toplam ihracatı içerisinde Almanya'nın payının oldukça yüksek olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır. Ancak iki ülke arasındaki dış ticaret dengesine bakıldığında, Türkiye'nin uzun yıllardır sürekli açık verdiği gözlemlenmektedir. Tablo 2'de Türkiye'nin Almanya'ya olan dış ticaretine dair göstergelere yer verilmektedir.

Tablo 2: Türkiye-Almanya Dış Ticaret Göstergeleri 2005-2018

Yıl	İhracat	Toplam İhracattaki Payı %	İthalat	Toplam İthalattaki Payı %	Dış Ticaret Dengesi
2005	9.455.050	12,87	13.633.888	11,68	-4.178.838
2006	9.686.235	11,32	14.768.220	10,58	-5.081.985
2007	11.993.232	11,18	17.539.955	10,31	-5.546.723
2008	12.951.755	9,81	18.687.197	9,25	-5.735.443
2009	9.783.225	9,58	14.096.963	10,00	-4.313.738
2010	11.479.066	10,08	17.549.112	9,46	-6.070.047
2011	13.950.825	10,34	22.985.567	9,54	-9.034.741
2012	13.123.905	8,61	21.400.614	9,05	-8.276.709
2013	13.696.842	9,02	24.182.422	9,61	-10.485.579
2014	15.147.423	9,61	22.369.476	9,24	-7.222.053
2015	13.418.068	9,33	21.351.984	10,35	-7.933.916
2016	13.998.653	9,82	21.474.989	10,81	-7.475.136
2017	15.118.910	9,63	21.301.869	9,11	-6.182.959
2018	16.137.388	9,61	20.407.294	9,15	-4.269.906

Kaynak: <https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/almanya/ulke-profilii/turkiye-ile-ticaret>

İki ülke arasında gerçekleşen ticaret hacmi 2005-2018 yılları arasında gerek ihracat gerekse ithalat bakımından kademeli olarak artış göstermiştir. 2018 yılı itibariyle Türkiye'den Almanya'ya 16 milyar \$ civarında ihracat gerçekleşmiştir. Öte yandan, Türkiye Almanya'dan aynı yıl içerisinde 22 milyar \$ civarında ithalat gerçekleşmiştir. Türkiye ile Almanya arasındaki dış ticaret dengesi ise 2005-2018 dönemi boyunca Türkiye aleyhine açık vermiştir. 2018 yılında Türkiye'nin Almanya ile dış ticaret açığı 4 milyar \$ civarında gerçekleşmiştir. Son olarak ele alınan dönemde, Almanya ile olan dış ticaret miktarının Türkiye'nin toplam ihracat ve ithalat miktarı içerisindeki payı %9 ila %12 bandında hareket etmektedir.

Türkiye'nin ihracatında öne çıkan sektörler Tablo 3'de yer almaktadır. TİM (2019) raporuna göre, 2017 ve 2018 yıllarında Türkiye'nin ihracatında sırasıyla otomotiv endüstrisi, hazır giyim sektörü, kimyevi maddeler, çelik ve elektrik-elektronik sektörleri öne çıkmıştır. 2017-2018 yılı arasında ihracatta en yüksek artışın yaşandığı sektör çelik sektörü olmuştur.

Tablo 3: Türkiye'nin En Çok İhracat Yaptığı Sektörler (2017-2018)

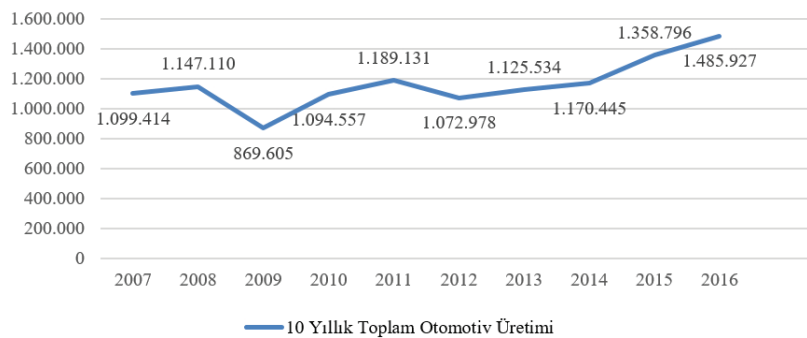
Sektör	2017	2018	Değişim
Otomotiv Endüstrisi	28,5 milyar \$	31,6 milyar \$	10,7%
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	17 milyar \$	17,6 milyar \$	3,6%
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	16 milyar \$	17,4 milyar \$	8,3%
Çelik	11,4 milyar \$	15,6 milyar \$	36,1%
Elektrik, Elektronik	10,5 milyar \$	11,3 milyar \$	7,9%

Kaynak: TİM, 2019: 10-11

Çalışmanın takip eden bölümünde, Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği ilk 5 sektör küresel ölçekte ve Türkiye özelinde ayrı ayrı incelenecek ve son olarak da sektördeki EİT değerleri yorumlanacaktır.

### 3.1. Türkiye Dış Ticaretinde Otomotiv Sektörü Genel Görünümü

Daha önce Tablo 3'de gösterildiği üzere, otomotiv sektörü, Türkiye'nin ihracatı içerisinde en yüksek paya sahip olan sektör olarak öne çıkmaktadır. Türkiye'de otomotiv sektörü her yıl gittikçe büyüyen, ürün yelpazesini genişleten ve ihracat performansına doğrudan etki eden en önemli sektörlerden biridir. Şekil 1'de Türkiye'de son 10 yılda üretilen otomotiv miktarı gösterilmektedir.



Şekil 1: Türkiye'nin 2007-2016 Toplam Otomotiv Üretimi (Bin Adet)

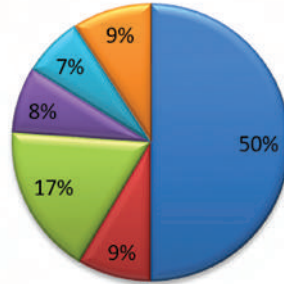
Kaynak: OSD (2018), Otomotiv Sanayii Dış Ticaret Raporu.

Şekil 1'den hareketle Türkiye'de toplam otomotiv üretimi 2007 yılından bu yana kademeli olarak artış göstermiştir. Ancak 2008 krizinin etkisiyle birlikte 2009 yılında otomotiv üretiminde ciddi ölçüde bir düşüş gerçekleşmiştir. Takip eden yıllarda ise, sektör toparlanma gösterip üretimde artış trendine devam etmiştir. Otomotiv sektörü Türkiye'nin ihracatında en yüksek paya sahiptir. Sektörün bu yüksek performansının en önemli belirleyicisi olarak Avrupa Birliği'ne yapılan satışlar gösterilmektedir. Öyle ki Türkiye, sektörde söz sahibi olan birçok gelişmiş ülkeyi geride bırakarak Avrupa'ya otomotiv satışlarında önemli bir oyuncu olarak öne çıkmaktadır. Türkiye'nin sektörde önemli bir aktör olmasının temel sebepleri olarak, sektörde ölçek ekonomilerinden faydalanıyor olması, emek-yoğun bir ülke olması, ülkede farklı segmentlerde üretilen araçların olması gibi etkenler gösterilmektedir.

Türkiye'nin otomotiv ihracatında Avrupa pazarının %75'in üzerinde paya sahip olduğu bilinmektedir. Bu durum sektördeki ihracatın yüksek düzeyde Avrupa pazarına bağımlı olmasını beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla Avrupa'daki piyasa ve talep koşullarında yaşanan dalgalanmaların Türkiye'nin otomotiv sektörü ihracatını etkileyeceği düşünülmektedir (Pişkin, 2017: 43). Şekil 2'de Türkiye'nin 2018 yılında ülke gruplarına göre otomotiv ihracatına yer verilmiştir.

## Ülke Gruplarına Göre Otomotiv İhracatı

■ Avrupa Birliği (AB 28) ■ Afrika ■ Ortadoğu  
■ Amerika ■ Diğer Avrupa (AB Hariç) ■ Diğer Ülkeler

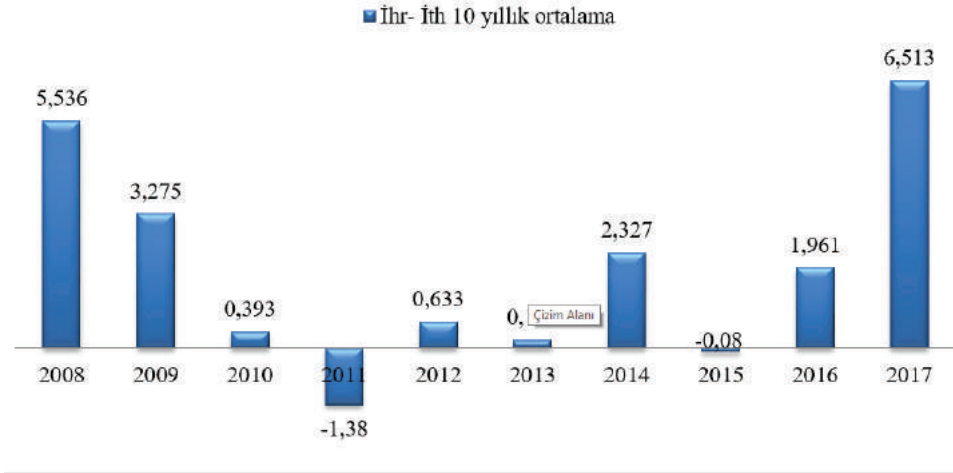


Şekil 2: Türkiye'nin Ülke Gruplarına Göre Otomotiv İhracatı (2018)

Kaynak: TÜİK veri tabanından derlenmiştir.

Şekil 2'de görüldüğü üzere, Türkiye'den yapılan otomotiv ihracatı içerisinde AB ve birliğe üye olmayan Avrupa ülkelerinin payı %57 civarındadır. Dolayısıyla 2018 yılında Türkiye'nin otomotiv ihracatının yarısından fazlası Avrupa kıtasına yönelik olarak gerçekleşmiştir. Öte yandan Avrupa kıtasını takiben en fazla otomotiv ihracatının gerçekleştiği ikinci bölge Ortadoğu bölgesidir. Afrika ve Amerika kıtalarına yönelik olarak gerçekleşen otomotiv ihracatı ise birbirine yakın düzeyde seyretmiştir. Türkiye'nin otomotiv sektörü için dış ticaret dengesine bakıldığında, genel itibariyle ihracatının ithalatından yüksek olduğu görülmektedir. Şekil 3'de Türkiye'nin son 10 yılda otomotiv sektörü dış ticaret dengesine dair verilere yer verilmektedir.





Şekil 3: Türkiye'nin otomotiv sektöründe Dış Ticaret Dengesi (Milyar \$)

Kaynak: OSD (2018), Otomotiv Sanayii Dış Ticaret Raporu.

Türkiye'de otomotiv sektörü 2008-2017 yılları arasında genel eğilim olarak dış ticaret fazlası vermiştir. Ancak 2011 ve 2015 yıllarında sektörde ithalatın ihracat düzeyini aştığı görülmektedir. Otomotiv sektörünün son 10 yıllık dış ticaret dengesi ortalama olarak 1,9 milyar \$ düzeyindedir.

Türkiye'nin otomotiv sektörü dış ticaretinde en önemli partnerlerinden biri Almanya'dır. Tablo 4'de 2014-2018 yılları için Türkiye ile Almanya arasındaki otomotiv dış ticaretine dair verilere yer verilmektedir.

Tablo 4: 2014-2018 Yılları Arasında Türkiye-Almanya Otomotiv Dış Ticareti (Milyar \$)

Yıllar	Otomotiv İhracatı	Otomotiv İthalatı
2014	2.141	5.221
2015	2.012	5.705
2016	2.604	5.210
2017	2.914	4.925
2018	3.311	3.863

Kaynak: Trademap

Tablo 4'den anlaşıldığı üzere, Türkiye-Almanya otomotiv sektörü ticaretinde 2014-2018 yılları arasında genel olarak Türkiye aleyhine dış ticaret açığı gerçekleştiği görülmektedir. 2015 yılından itibaren Türkiye tarafından Almanya'ya yapılan otomotiv ihracatının kademeli olarak arttığı, ithalatın ise azalma eğilimi gösterdiği görülmektedir. Esasen son dönemde Türkiye'de uygulanan özel tüketim vergisi ve motorlu taşıtlar vergisi oranlarında yaşanan artışların Almanya'dan yapılan otomotiv ithalatında azalmaya neden olduğu düşünülmektedir. Ayrıca 2018 yılında Brexit süreci, küresel ticaretteki korumacı eğilimler ve Türkiye'de yaşanan kur şoku gibi etkenler de bu düşüşte etkili olmuştur.



Tablo 5:Türkiye-Almanya Arasındaki SITC 78 Kodlu Otomotiv Sektörü EİT Değerleri

Tarih	EİT Değeri
2000	0,3362
2001	0,9985
2002	0,7834
2003	0,581
2004	0,5675
2005	0,5795
2006	0,6069
2007	0,7148
2008	0,7615
2009	0,6306
2010	0,5603
2011	0,4815
2012	0,5173
2013	0,471
2014	0,5825
2015	0,5231
2016	0,6683
2017	0,5231
2018	0,5174

NOT: Tabloda yer alan değerler COMTRADE veri tabanı üzerinde söz konusu sektöre ait Türkiye ile Almanya arasındaki ihracat ve ithalat değerleri alınarak, Grubel Llyod Endeksi ile hesaplanmıştır.

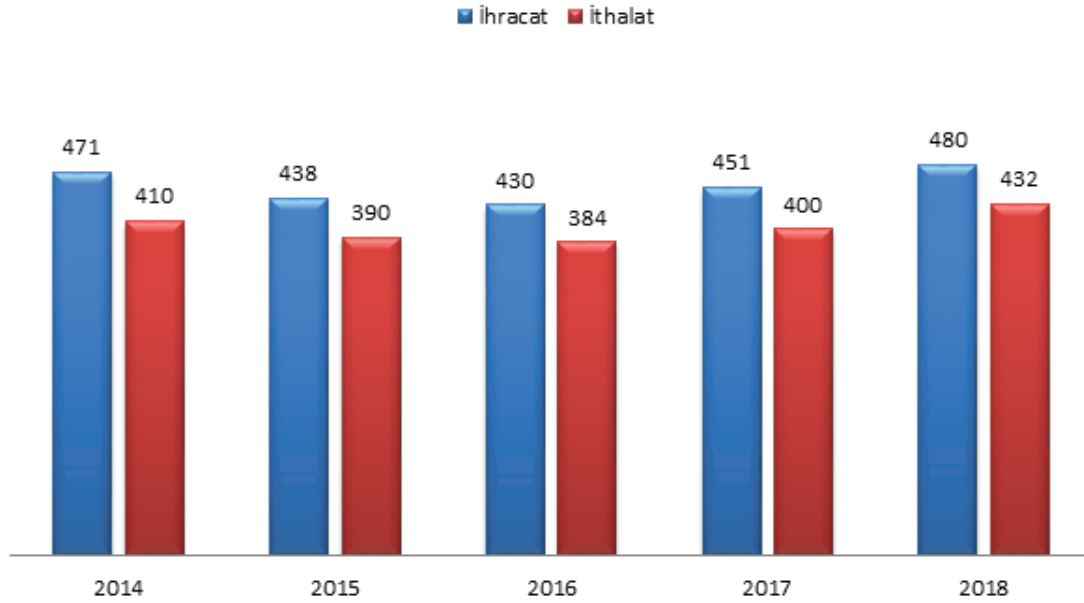
Türkiye ile Almanya arasında SITC 78 kodlu otomotiv sektöründe Standart Grubel Llyod endeksi ile hesaplanan EİT değerleri Tablo 5'te yer almaktadır. Buna göre Türkiye'nin otomotiv sektörü EİT değerleri yıllar içinde değişiklik göstermektedir. Yaklaşık olarak %50 civarında olan değer, Türkiye'nin henüz tam olarak otomotiv sektöründe EİT yapılamadığını göstermektedir. Elbette bunda Türkiye'nin emek yoğun bir ülke olması ve sanayisizleşme olarak adlandırılan sanayi sektörü içinde imalat sanayisi payının azalması durumu gibi sebepler de rol oynamaktadır. Tablo incelendiğinde kriz dönemlerinde EİT değerlerinin yüksek olduğu göze çarpmaktadır. Bu durum kriz dönemlerinde kur seviyesindeki artış nedeniyle Türkiye'de otomotiv ihracatı artarken ithalatın düşmesi ile açıklanabilir. EİT'nin ölçek ekonomilerinde faydalanmaya imkân vermesi maliyet avantajı sağlaması nedeni ile endüstriler arası ticaretten daha fazla ilave kazanç sağladığı düşünüldüğünde bu değer artırılması gerektiği sonucuna varılabilir. Tablo değerlendirilirken ticaret ortağı Almanya'nın sektördeki durumu göz önünde bulundurulmalıdır. Türkiye'nin ara mal ithalatı yaptığı, ticaret ortağının sektördeki liderliği, sektördeki AR-GE çalışmalarının henüz tamamlanma-

miş olması gibi sebepler bulunmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde otomotiv sektörü ayrıca bir öneme sahip olması durumu da göz önünde bulundurulduğunda Türkiye’de özellikle otomotiv sektöründe EİT’in artırılması için AR-GE faaliyetlerinin artırılması, beşerî sermayenin iyileştirilmesi gerekmektedir.

### 3.2. Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Genel Görünümü

Türkiye ekonomisinde hazır giyim sektörünün üretim ve ihracat üzerinde oldukça önemli katkısı bulunmaktadır. Hazır giyim sektörü ülkeye net döviz girdisi sağlaması bakımından da stratejik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda hazır giyim sektörünün Türkiye ekonomisine ortalama olarak yılda 14 ila 15 milyar dolar civarında net döviz girdisi sağladığı ifade edilmektedir. 2023 yılına gelindiğinde ise sektörün 60 milyar dolar ihracat gerçekleştirmesi hedeflenmektedir.

Hazır giyim sektörünün dünya genelinde dış ticaret hacmi incelendiğinde, sektörün 2018 yılında 912 milyar \$ düzeyinde dış ticaret hacmine sahip olduğu görülmektedir. Şekil 4’de 2014-2018 yılları arasında dünya hazır giyim dış ticaretine dair rakamlara yer verilmektedir. Söz konusu dönemde dünya hazır giyim ticaretinde çok yüksek düzeyde bir değişiklik görülmemiştir.



Şekil 4: Dünya Hazır Giyim Dış Ticareti (2014-2018)

Kaynak: Trademap

Türkiye’de hazır giyim sektörü net ihracatçı konumunda olduğu ve her yıl ortalama olarak 14-15 milyar \$ düzeyinde döviz girdisi sağladığı bilinmektedir. Hazır giyim sektörü ürün bazında değerlendirildiğinde, örme giyim ve örülmemiş giyim sektörleri öne çıkmaktadır. Tablo 6 ve 7’de Türkiye’nin örme ve örülmemiş giyim sektörlerinde dış ticaretine dair rakamlara yer verilmektedir.

Tablo 6: Türkiye'nin Örülmemiş Giyim Dış Ticareti (Milyar \$)

Yıl	Örülmemiş Giyim İhracatı (\$)	Yıl	Örülmemiş Giyim İthalatı (\$)
2014	6.232.503.344	2014	1.882.795.705
2015	5.916.438.474	2015	1.790.828.789
2016	5.925.409.782	2016	1.693.937.897
2017	5.947.844.255	2017	1.342.510.936
2018	6.262.368.500	2018	1.068.925.243

Kaynak: TÜİK

Tablo 6'ya göre, Türkiye'de örülmemiş giyim dış ticaret hacminde 2014 yılından bu yana küçülme olduğu ancak 2018 yılında 1,06 milyar \$ düzeyinde gerçekleşmiştir. Tablo 6'ya göre Türkiye'nin örülmemiş giyim sektöründe ciddi düzeyde dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir.

Tablo 7: Türkiye'nin Örne Giyim Dış Ticareti (Milyon \$)

Yıl	Örne Giyim İhracatı (\$)	Yıl	Örne Giyim İthalatı (\$)
2014	10.024.248.141	2014	984.998.919
2015	8.926.474.623	2015	859.747.120
2016	8.849.343.720	2016	789.745.136
2017	8.840.031.409	2017	735.651.573
2018	<b>9.041.809.910</b>	2018	621.303.663

Kaynak: TÜİK

Diğer yandan örme giyim sektörü de Türkiye'nin etkili olduğu bir diğer alt sektör olarak öne çıkmaktadır. Ancak hazır giyim sektöründe yaşanan genel daralmanın söz konusu dönemde örme giyim ticareti için de geçerli olduğu görülmektedir. Tablo 7'ye göre, 2014 yılında 10 milyar \$ civarında örme giyim ihracatı söz konusu iken 2018 yılında 9 milyar \$ düzeyinde ihracat gerçekleşmiştir. Sektöre ithalat pencesinden bakıldığında ise, 2018 yılında 621 milyon \$ düzeyinde ithalat yapılmıştır. Türkiye'nin örme giyim ticaretinde de yüksek düzeyde dış ticaret fazlası verdiği gözlemlenmiştir.

Tablo 8: Türkiye-Almanya Arasındaki SITC 84 Kodlu Hazır Giyim Sektörü EİT Değerleri

Tarih	EİT Değeri
2000	0,0153
2001	0,0125
2002	0,014
2003	0,0164
2004	0,0185
2005	0,0174
2006	0,0216
2007	0,02
2008	0,0252
2009	0,0201
2010	0,0219
2011	0,0212
2012	0,022
2013	0,0182
2014	0,0203
2015	0,0239
2016	0,0204
2017	0,0235
2018	0,0287

NOT: Tabloda yer alan değerler COMTRADE veritabanı üzerinde söz konusu sektöre ait Türkiye ile Almanya arasındaki ihracat ve ithalat değerleri alınarak, Grubel Llyod Endeksi ile hesaplanmıştır.

2000-2018 yılları arasında SITC 84 kodlu Hazır giyim sektöründe Türkiye'nin Almanya ile olan EİT değerlerinin yer aldığı Tablo 8 incelendiğinde, bu sektörde EİT'in oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bunun en önemli sebebi de Türkiye'nin özellikle hazır giyimde ticaret fazlası vermesidir. Yani sektördeki ihracatın ithalattan fazla olması anlamına gelen bu durum gelişmekte olan ülkelerde emeğin ucuz olması, hammaddenin fazla olması gibi sebeplerle kabul edilebilir bir durumdur. Maliyet avantajını elinde bulunduran Türkiye dâhil birçok gelişmekte olan ülke tarafından sektörde markalaşma yolunda hamlelerin yapılması, ürün kalitesinin iyileştirilip, yüksek fiyatlardan satılarak ihracat gelirinin artırılması önerilebilir.

### 3.3. Türkiye'de Kimya Sektörü Genel Görünümü

Kimya sektörü birçok sektörde girdi görevi görmekle birlikte üretim ve ihracat kalemlerinde de önemli rol oynamaktadır. Türkiye'de kimya sektörü, otomotiv ve hazır giyim sektörünün ardından en çok ihracat yapan üçüncü sektördür. 2017 yılı itibariyle kimya sektörü ihracatının toplam ihracat içindeki payı %11,5 civarındadır. Sektör içerisinde yoğun olarak ihracata konu olan alt sektörler, plastik ve mamulleri, mineral yakıtlar ve yağlar olarak ifade edilmektedir. Öte yandan, yoğun olarak ihracatın yöneldiği ülkeler ise, Birleşik Arap Emirlikleri, Almanya, Irak, ABD ve Mısır olarak öne çıkmaktadır (Özden ve Haçikoğlu, 2017).

Tablo 9'da 2014-2018 yılları arasında dünya genelinde kimya sektörü dış ticaretine dair verilere yer verilmiştir. 2014 yılında küresel ölçekte 2,4 trilyon \$ düzeyinde ihracat gerçekleşirken, 2018 yılında 2,6 trilyon \$ düzeyinde seyretmiştir. Söz konusu düşüş trendi aynı zamanda ithalat tarafında da görülmektedir. Sektörde ithalat düzeyi bakımından 2012-2017 yılları arasında bir daralma yaşanmakla birlikte, 2018 yılında toparlanma sürecine girildiği gözlemlenmektedir.

Tablo 9: Küresel Kimya Sektörü Ticareti (Bin \$)

Yıllar	İhracat	İthalat
2014	2.457.902.127	2.537.093.229
2015	2.204.034.832	2.301.805.096
2016	2.161.244.813	2.260.293.652
2017	2.352.600.174	2.481.254.613
2018	2.627.109.583	2.748.862.115

Kaynak: Trademap

Kimya sektörü ürünleri Ekonomi Bakanlığı'nın sınıflandırmasına göre, mineral yakıtlar ve yağlar, inorganik kimyasallar, organik kimyasallar, eczacılık, gübre, boya, macun, vernik, parfümeri ve kozmetik, sabun, albüminod madde, barut, patlayıcı madde, fotoğrafçılık ve sinemacılık eşyası muhtelif kimyasallar, plastik ve plastikten mamul eşya ve kauçuktan eşyadan oluşmaktadır. Türkiye'de kimya sektörü ithalata bağımlı bir sektör olarak öne çıkmaktadır. Öyle ki sektörde kullanılan hammadde miktarının %70'i ithal edilmektedir. Özellikle plastik ve kauçuk gibi alt sektörlerde ithalat oranının %90 civarında olduğu ifade edilmektedir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2016).

Tablo 10 ve 11'de sırasıyla Türkiye'nin kimya sektörü ihracatı ve ithalatında ilk 5 ülkeye dair göstergelere yer verilmektedir.

Tablo 10: Türkiye'nin Kimya Sektörü İhracatında ilk 5 Ülke (2015, Bin ABD \$)

Sıra	Ülke	İhracat Miktarı
1	Almanya	972.424
2	Mısır	954.350
3	Almanya	884.439
4	BAE	757.227
5	İtalya	601.238

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2016: 4.

2015 yılı ihracat rakamlarına göre kimya sektörü ihracatında Türkiye'nin sınır komşusu olan Irak'ın ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Irak'ı takiben Mısır, Almanya, Birleşik Arap Emirlikleri ve İtalya en çok ihracat gerçekleştirilen ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Sektörde gerçekleşen ihracat miktarına ürün bazında bakıldığında, mineral yakıtlar ve yağları takiben inorganik kimyasallar, organik kimyasal ürünler, eczacılık ve gübreler gibi alt sektörlerin öne çıktığı görülmektedir. Öte yandan Tablo 11'de sektörde en çok

ithalat gerçekleştirilen ilk 5 ülkeye yer verilmektedir.

**Tablo 11: Kimya Sektöründe En Çok İthalat Gerçekleştirilen ilk 5 Ülke (2015, Bin \$)**

Sıra	Ülke	İthalat Miktarı
1	Almanya	4.190.180
2	Rusya	3.612.070
3	İtalya	2.753.041
4	Hindistan	2.671.966
5	Çin	2.557.510

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2016: 6.

2015 yılında kimya sektörü için en çok ithalat gerçekleştirilen ülke Almanya olmuştur. Almanya'yı sırasıyla Rusya, İtalya, Hindistan ve Çin izlemektedir. Diğer yandan kimya sektöründe gerçekleşen ithalatın yaklaşık olarak %50'si mineral yakıtlar ve yağlar kaleminde oluşmaktadır. Ürün bazında ithalatı mineral yakıtlar ve yağları takiben inorganik kimyasallar, organik kimyasal ürünler, eczacılık ve gübreler takip etmektedir.

**Tablo 12: Türkiye-Almanya Arasındaki SITC 05 Kodlu Kimya Sektörü EİT Değerleri**

Tarih	EİT Değeri
2000	0,053369
2001	0,121231
2002	0
2003	0,088086
2004	0,094787
2005	0,10002
2006	0,112866
2007	0,124559
2008	0,143047
2009	0,160975
2010	0,171298
2011	0,13
2012	0,011085
2013	0,18293
2014	0,179589
2015	0,179148
2016	0,172894
2017	0,162587
2018	0,167501

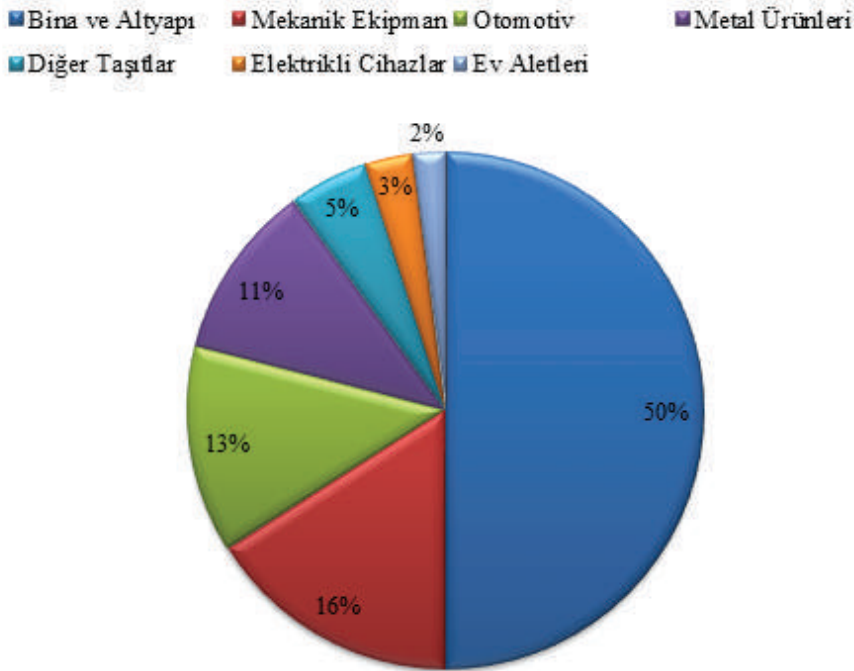
NOT: Tabloda yer alan değerler COMTRADE veritabanı üzerinde söz konusu sektöre ait Türkiye ile Almanya arasındaki ihracat ve ithalat değerleri alınarak, Grubel Llyod Endeksi ile hesaplanmıştır.

Türkiye ile Almanya arasında 2000-2018 yılları arasında SITC 05 kodlu Kimya Sektörü EİT değerleri Tablo 12'de yer almaktadır. Tablo genel olarak incelendiğinde söz konusu sektörde EİT değerinin yeterince yüksek olmadığı görülmektedir. Bunun sebebi ise Türkiye'de bu sektörde katma değeri yüksek mallar üretilmemesi olabilir.

### 3.4. Türkiye'de Demir Çelik Sektörünün Genel Görünümü

Demir-çelik sektörü Türkiye için hammadde bakımından dışa bağımlılığın yüksek olduğu diğer bir sektördür. Öte yandan sanayide diğer alanlara da girdi görevi görmesi açısından stratejik bir sektör olarak öne çıkmaktadır. Otomotiv ve inşaat sektörlerinde önemli bir görevi üstlenen demir-çelik, söz konusu sektörlerde ortaya çıkabilecek dalgalanmalardan da büyük ölçüde etkilenmektedir. Demir-çelik üretiminde hammaddelerin türüne göre Bazik Oksijen Fırını ve Elektrik Ark Ocağı gibi yöntemler kullanılmaktadır. Küresel ölçekte çelik üretiminin yaklaşık dörtte üçünün Bazik Oksijen Fırını ile gerçekleştirildiği ifade edilmektedir. Ancak Türkiye'de gerçekleştirilen çelik üretiminin yaklaşık %66'sı Elektrikli Ark Ocağı ile üretilmektedir (TSKB, 2018: 2).

Demir-çelik kullanımının küresel ölçekte en çok kullanıldığı sektörler Şekil 5 itibarıyla gösterilmektedir. 2014 yılında dünya genelinde çelik kullanımının %50'si bina ve altyapı sektöründe kullanılmıştır. Öte yandan, mekanik ekipman ve otomotiv sektörleri toplamda %32 civarında çelik kullanmıştır. Diğer taşıtlardan oluşan sektörde ise %6 civarında çelik kullanımı gerçekleşmiştir.



Şekil 5: Küresel Çelik Kullanımının Sektörlere Göre Dağılımı (2014)

Kaynak: TSKB, 2018: 16.

Tablo 13'te çelik dış ticaretinin ülkelere göre dağılımına ve dünya çelik dış ticaretinde en çok pay sahibi ülkelere yer verilmektedir.



Tablo 13: Demir- Çelik Sektöründe Dış Ticaretin Ülkelere Göre Dağılımı (2018)

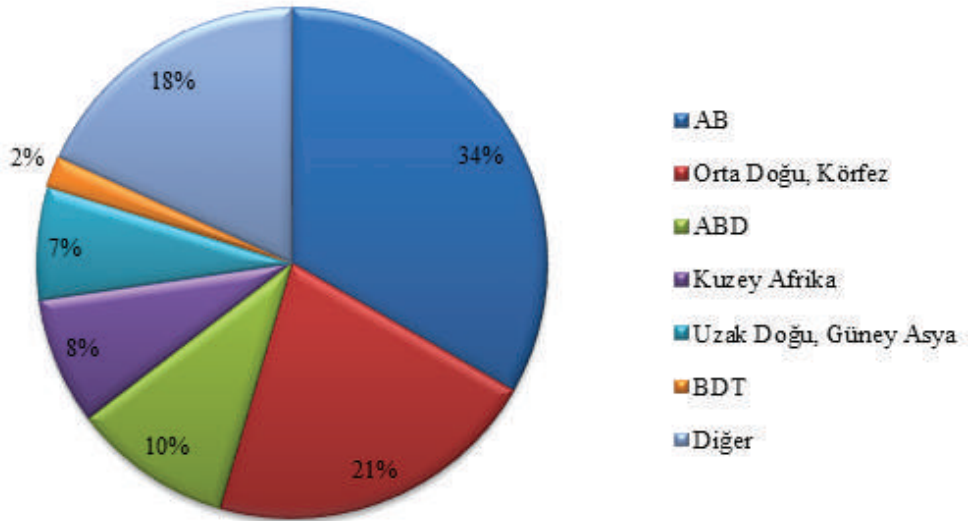
Ülke	İhracat	Pay (%)	Ülke	İthalat	Pay (%)
Çin	422.713.682	11,1	Almanya	33,319,553	7,6
Japonya	46.917.053	7,1	ABD	31.096.552	7,1
Almanya	29.929.973	6,9	Çin	22,377,160	5,1
Güney Kore	29.160.888	5,9	İtalya	21.863.955	5
Rusya	24.756.756	5,5	Türkiye	18,401,452	4,2
Belçika	23.357.805	4,7	Güney Kore	16.453.996	3,8
Amerika	19.764.114	3,9	Belçika	14,943,728	3,4
Fransa	16.496.255	3,9	Fransa	13.929.009	3,2
İtalya	16.373.681	3,5	Tayland	12,531,816	2,9
Hollanda	14.995.377	3,3	Hindistan	11.968.529	2,7

Kaynak: Trademap

2018 yılında çelik ihracatında dünya genelinde %11'lik payıyla Çin ilk sırada yer almaktadır. Çin'i sırasıyla Japonya, Almanya, Güney Kore ve Rusya takip etmekte ve söz konusu ülkeler dünya çelik ihracatında %5'in üstünde paya sahiptir. Türkiye ise Trademap veri tabanından elde edilen 2018 verilerine göre, %2,7'lik pay ile dünya genelinde 12. sırada yer almaktadır ve dış ticaret açığı verdiği görülmektedir.

Dünya genelinde en çok çelik ithal eden ülkeler Almanya ve ABD olarak öne çıkmaktadır. Öte yandan Çin önemli bir çelik ihracatçısı olmasına rağmen çelik ithalatında dünya sıralamasında 3. sırada yer almaktadır. Türkiye ise 2018 yılında İtalya'nın ardından en çok çelik ithal eden 5. ülke olmuştur.

Şekil 6'da 2017 yılında Türkiye çelik ihracatının gerçekleştiği bölge ve ülkelere dair göstergelere yer verilmektedir.



Şekil 6: Türkiye'nin Demir-Çelik İhracatının Bölgelere Göre Dağılımı (2017)

Kaynak: TÇÜD

Türkiye'nin çelik ihracatında yoğunlukla yöneldiği bölgeler Avrupa ve Orta Doğu bölgesi olarak öne

çıkılmaktadır. Diğer taraftan aynı yıl içerisinde ABD ve Kuzey Afrika'ya Türkiye tarafından yaklaşık olarak %20 civarında çelik ihracatı gerçekleştirilmiştir.

Tablo 14: Türkiye-Almanya Arasındaki SITC 67 Kodlu Demir Çelik Sektörü EİT Değerleri

Tarih	EİT Değeri
2000	0,2467
2001	0,3685
2002	0,2923
2003	0,2383
2004	0,3271
2005	0,3289
2006	0,4109
2007	0,5555
2008	0,5559
2009	0,3307
2010	0,3699
2011	0,499
2012	0,3994
2013	0,346
2014	0,4921
2015	0,4329
2016	0,5112
2017	0,5621
2018	0,5587

NOT: Tabloda yer alan değerler COMTRADE veritabanı üzerinde söz konusu sektöre ait Türkiye ile Almanya arasındaki ihracat ve ithalat değerleri alınarak, Grubel Llyod Endeksi ile hesaplanmıştır.

SITC 67 kodlu Demir Çelik sektöründe 2000-2018 yılları arasında Türkiye ile Almanya'nın EİT değerlerinin yer aldığı Tablo 14 incelendiğinde Türkiye'nin sektördeki EİT'nin yaklaşık %50 civarlarında olduğu görülmektedir. Bu değer gelişmekte olan bir ülke için iyi kabul edilecek olmasına rağmen artırılmasının daha iyi olacağı unutulmamalıdır. Demir çeliğin otomotiv, inşaat gibi lokomotif olarak görülen sektörlerde kullanılması nedeni ile de oldukça büyük önemi vardır. Bunun yanı sıra ülkede kişi başına düşen demir tüketiminin bir gelişmişlik göstergesi olması, demir ve çeliğin son yıllarda yaşanan ticaret savaşlarına konu olması gibi haklı gerekçeler düşünüldüğünde bu sektörde dışa bağımlılığı azaltmak, daha fazla kazanç sağlamak için EİT'in artırılması gerektiği düşünülmektedir. Tıpkı otomotiv sektöründe olduğu gibi bu sektörün de gelişmesi için AR-GE, inovasyon gibi yatırımların artırılması önerilmektedir.

### 3.5. Türkiye’de Gıda Sektörü Genel Görünümü

Gıda sektörü daha önce de belirtildiği üzere, Türkiye’nin ihracatında beşinci sektör olarak öne çıkmaktadır. Günümüz dünyasında ülkelerin giderek artan nüfusları sonucunda tarımsal üretimin ve dolayısıyla gıda üretiminin de artışı gerekmektedir. Gıda üretiminin artışının yanı sıra ürün çeşitliliğinin de artırılması genç nüfusun artan talebini karşılayabilecektir. Tablo 15’te dünya genelinde net gıda üretiminde en çok paya sahip olan ilk 10 ülke gösterilmektedir.

Tablo 15: Net Gıda Üretiminde Ülke Payları (2014)

Sıra	Ülke	Pay (%)
1	Çin	27,0
2	Hindistan	12,5
3	Brezilya	7,2
4	Endonezya	3,2
5	Rusya	2,3
6	Arjantin	2,2
7	Fransa	2,0
8	Nijerya	2,0
9	Pakistan	1,9
10	Türkiye	1,9

Kaynak: DOĞAKA, 2018 :30

Tablo 15’te görüldüğü üzere, yüksek nüfusa sahip ülkeler olan Çin ve Hindistan net gıda üretiminde 2014 yılı itibariyle ilk sıralarda yer almaktadır. Türkiye ise, dünya net gıda üretiminden %1,9’luk pay alarak onuncu sırada yer almıştır.

Gıda ve içecek sektörünün küresel ölçekte dış ticaretine dair göstergeler Tablo 16’de yer almaktadır. Gıda sektörüne dış ticaret göstergeleri açısından bakıldığında, ABD’nin gerek ithalat gerekse ihracat kalemlerinde 2016 yılı için dünya genelinde ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Gıda ve İçecek ihracatında ABD’yi Hollanda, Almanya, Çin ve Brezilya takip etmektedir. Türkiye ise 14,7 milyar \$ civarında ihracatla gıda ve içecek ihracatında 24. sırada yer almıştır.

Gıda ve içecek sektöründe en çok ithalat gerçekleştiren ilk beş ülke ise sırasıyla ABD, Çin, Almanya, İngiltere ve Japonya olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca ABD, Çin, Almanya ve İngiltere gibi gelişmiş ülkelerin söz konusu sektörün dış ticaretinde açık verdiği gözlemlenmiştir. Türkiye ise gıda ve içecek sektörü ithalatında dünya genelinde 33. sırada yer almıştır. Dış Ticaret dengesi bakımından da Türkiye’nin bu sektörde 6 milyar \$ civarında fazla verdiği görülmektedir.

Tablo 16: Gıda ve İçecek Sektöründe Dış Ticaret (2016)

Sıra	Ülke	İhracat (Milyar \$)	Sıra	Ülke	İthalat (Milyar \$)
1	ABD	110,0	1	ABD	130,7
2	Hollanda	68,2	2	Çin	92,2
3	Almanya	63,5	3	Almanya	76,2
4	Çin	61,8	4	İngiltere	54,2
5	Brezilya	56,4	5	Japonya	52,4
6	Fransa	55,0	6	Fransa	49,1
7	İspanya	45,7	7	Hollanda	48,4
8	Kanada	42,4	8	İtalya	38,1
9	İtalya	38,9	9	Kanada	31,8
10	Belçika	35,8	10	Belçika	31,5
:	:		:	:	
24	Türkiye	14,7	33	Türkiye	8,5

Kaynak: DOĞAKA, 2018: 31.

Gıda ve içecek sektöründe Türkiye, dünyanın farklı bölgelerine ihracat gerçekleştirmektedir. Türkiye, 2017 yılında en çok gıda ve içecek ihracatını Irak'a gerçekleştirmiştir. Irak'ı takiben sırasıyla Almanya, ABD, Suriye ve İngiltere en çok ihracatın gerçekleştiği ülkelerdir. Sektörde en çok ithalatın gerçekleştirildiği ülkelerde ise, Malezya ilk sırada yer almaktadır. Öte yandan Rusya, Hollanda, Ukrayna ve Almanya ise en çok gıda ve içecek ithalinin yapıldığı diğer ülkeler olarak öne çıkmıştır (DOĞAKA, 2018: 35).

Tablo 17: Türkiye-Almanya Arasındaki SITC 00 Kodlu Gıda Sektörü EİT Değerleri

Tarih	EİT Değeri
2000	0,3813
2001	0,2068
2002	0,3327
2003	0,382
2004	0,239
2005	0,2459
2006	0,2668
2007	0,3221
2008	0,3398
2009	0,4248
2010	0,4048
2011	0,5408
2012	0,4841
2013	0,3813
2014	0,3622
2015	0,3574
2016	0,4894
2017	0,4333
2018	0,4567

**NOT: Tabloda yer alan değerler COMTRADE veri tabanı üzerinde söz konusu sektöre ait Türkiye ile Almanya arasındaki ihracat ve ithalat değerleri alınarak, Grubel Llyod Endeksi ile hesaplanmıştır.**

Tablo 17’de TR-Almanya arasındaki SITC 00 kodlu gıda sektörü EİT değerleri yer almaktadır. Gıda sektöründe EİT değerlerinin yaklaşık %40 civarında olduğu görülmektedir. Söz konusu sektörde daha çok endüstriler arası ticaret yapılıyor olması/EİT yüksek olmamasının nedeni daha önce hazır giyim sektöründe olduğu gibi Türkiye’nin emek yoğun bir ülke olarak sektörde önemli avantajlara sahip olmasıdır.

## Sonuç

Sanayi devriminin yaşanması sonucu üretimde makineleşme başlamıştır. Makineleşmeyle birlikte daha az maliyetle daha fazla mal üretme imkânı ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra küreselleşme, ülkeler arasındaki sınırları ortadan kaldırarak mal ve hizmetlerin serbestçe dolaşmasını sağlamış ve pazar imkânlarını artırmıştır. Sanayi devrimi ile ortaya çıkan arz fazlası küreselleşme sonucu artan pazarlarda satılmaya başlamıştır. Ülkeler hazineye gelir sağlamak, üretim maliyetlerini azaltmak gibi birçok sebeple birbiri ile ticaret yapmaktadır. Sanayi devrimi ve küreselleşmenin yaşandığı ilk zamanlarda farklı faktör donatımlarına sahip ülkeler farklı malların ticaretini yapmaktaydı. Zamanla benzer yapıdaki ülkeler de birbirleriyle benzer malların ticaretini yapmaya başlamıştır. Ortaya çıkan bu ticaret endüstri içi ticaret olarak adlandırılmış ve zamanla birçok gelişmiş ülkede yoğun olarak bu ticaret türü yapılmaya başlanmıştır. EİT’in ülkelere birçok avantaj sunması gelişmekte olan ülkelerinde yavaş yavaş bu ticarete ortak olmaya başlamasına neden olmuştur.

Bu çalışmada öncelikle dış ticaret- ekonomik büyüme ilişkisi teorik olarak açıklandıktan sonra endüstri içi ticaret hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra ise TİM (2019) raporuna göre, Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı 5 ülkeden birinci sırada yer alan Almanya ile yine aynı raporda en fazla ihracatı yapılan ilk beş sektördeki ticaretin genel seyri ortaya konmuştur. Devamında söz konusu iki ülke arasında yoğun olarak dış ticareti yapılan otomotiv, hazır giyim, kimya, demir çelik ve gıda sektörlerindeki EİT değerlerine yer verilmiştir. Buna göre Türkiye’nin otomotiv, demir- çelik ve gıda sektöründe, hazır giyim ve kimya sektörlerine kıyasla daha yüksek düzeyde EİT değerlerine sahip olduğu görülmüştür. Yani Türkiye’de otomotiv, demir-çelik ve gıda sektörlerinde daha çok EİT yapılırken, kimya ve hazır giyim sektörlerinde endüstriler arası ticaret yapıldığı saptanmıştır. Özellikle hazır giyim sektöründeki emek maliyeti avantajının olması nedeni ile Türkiye’nin ihracatı ithalatından daha yüksek seyretmektedir. Bu sebeple Türkiye’nin hazır giyim sektöründe endüstriler arası ticaret yaptığı gözlemlenmiştir. Ayrıca bu durum sektörde dışa bağımlılığın düşük olduğunun da göstergesidir. Türkiye’nin otomotiv, demir-çelik ve gıda sektörleri için hesaplanan EİT değerlerinin yüksek olması, ülkenin emek-yoğun bir ülke olması ve söz konusu sektörlerde ölçek ekonomilerinin geçerli olması gibi sebeplerle açıklanabilir. Bunun yanı sıra özellikle demir-çelik sektöründeki yüksek EİT değerleri, Türkiye’nin inşaat sektöründeki etkinliği ile de açıklanabilir. Bu sektörlerde elde edilen bu başarının sürdürülebilir olması için küresel gelişmelerin yakından takip edilmesi, kalite standartlarının iyileştirilmesi ve marka çeşitliliğinin artırılması yapılabilecek öneriler arasındadır.

Bu sonuçlara göre, Türkiye’nin söz konusu sektörlerden daha fazla kazanç elde edebilmesi, daha fazla mal çeşidine daha az maliyetle erişebilmesi için endüstriler arası ticaretten daha çok EİT yapması gerekmektedir. Ticaret politikalarının bu yönde revize edilmesi, söz konusu sektörlerde daha fazla ürün çeşidine ulaşabilmek ve ölçek ekonomilerinden faydalanmak için AR-GE yatırımlarının artırılması, ticaretle uğraşanların bu konuda bilinçlendirilmesi verilebilecek önerilerdir. Bunun yanı sıra ticaretin büyüme üzerindeki etkisinin daha büyük ve anlamlı olması için bu ticaret türünün yaygın olarak yapılması önemli bir gerektir.

## KAYNAKÇA

Balassa, B. (1966). Tariff Reductions and Trade in Manufactures Among the Industrial Countries. *The American Economic Review*, 56(3), 466-473.

Bano, S. (2013), "Horizontal, Vertical and Marginal Intra-Industry International Trade and Their Determinants: Evidence For New Zealand And Australia", 54 New Zealand Associations Of Economists (Nzae) Annual Conference, 3-5 July 2013. Wellington.

Başkol, M. O.(2009). Türkiye'nin Endüstri-İç Ticaretinin Analizi. Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 28(2), 1-24 <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423935871.pdf>

Brülhart, M. (2002), "Marginal Intra-Industry Trade: Towards a Measure of Non- Disruptive Trade Expansion", P. J. Lloyd and H-H. Lee (der), *Frontiers of Research on Intra-Industry Trade* (1-26), London: Palgrave-Macmillan, <http://www.hec.unil.ch/mbrulhar/papers/gll27.pdf>. Erişim Tarihi: 14/04/2017.

Çalışkan, Ö. (2010). Türkiye-AB Ticaretinde Endüstri-İç Ticaret Olgusu, 1990-2007. H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 28(2), 1-45 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/300966>

DOĞAKA (2018), Hatay İli Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı Sektör Raporu, 1-73.

Eşiyok, B.A. (2014), TÜRKİYE-AB Arasında Dış Ticaretin Teknolojik Yapısı, Rekabet Gücü ve Endüstri-İç Ticaret: Ampirik Bir Değerlendirme. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi* Cilt:13, No:1 (Yıl: 2014), s.91-124

Grubel H.G. and Llyod P.J. (1975), *Intra-Industry Trade The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Product*, New York: A Halsted Press Book. John Wiley&Sons.

Handjiski, B., Lucas, R., Martin, P. and Guerin, S.S. (2010), *Enhancing Regional Trade Integration in Southwest Europe*. World Bank Publications, 185, 1-135.

Loertscher, R. and Frank, W. (1980), "Determinants of Intra- Industry Trade: Among Countries and Across Industries", *Review of World Economics (Weltwirtschaftliches Archive)*, 116(2), 281-293.

OSD (2018), Otomotiv Sanayii Dış Ticaret Raporu.

Özden, A. ve Haçikoğlu, M. (2017), Hazır Giyim Sektörü, A&T Bank Ekonomik Araştırmalar Departmanı, 1-30.

Pişkin, S. (2017), "Otomotiv Sektör Raporu: Türkiye Otomotiv Sanayii Rekabet Gücü ve Talep Dinamikleri Perspektifinde 2020 İç Pazar Beklentileri", TSKB Ekonomik Araştırmalar, 1-94.

Pomfret, R. (1987), "On The Division of Labour and International Trade: or Adam Smith's Explanation of Intra-Industry Trade", *Journal of Economic Studies*, 13(4), 55-62.

Şentürk, C. (2014). Türkiye'nin Seçilmiş Ülkeler İle Endüstri İç Ticaretinin Endeks Yöntemine Dayalı Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(20), 207-230 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/215706>

T.C. Ekonomi Bakanlığı (2016), Kimya Sektörü Raporu.

T.C Ticaret Bakanlığı (2018), Türkiye-Almanya arasındaki Dış Ticaret 2005-2018,

<https://www.ticaret.gov.tr/yurtdisi-teskilati/avrupa/almanya/ulke-profili/turkiye-ile-ticaret>.

TİM (2019), İhracat 2019 Raporu: Yeni Vizyon Yeni Yol Haritası, 1-70.

TSKB (2018), Sektörel Görünüm: Demir Çelik.

UİB (2017), Almanya Ülke Raporu (Otomotiv Sektörü Açısından).