

**TÜRKİYE’NİN AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ İLE DIŞ TİCARETİNİN YAPISAL
ANALİZİ: ARTAN REKABET Mİ YOKSA YOĞUNLAŞMA MI?****Dr. Öğr. Üyesi Semanur SOYYIĞIT** **Prof. Dr. Seyhun DOĞAN** **ÖZET**

Uluslararası ticaretin boyutlarının oldukça genişlediği günümüz dünyasında, ülkelerin sadece dış ticaret hacimlerinde artış sağlamaları sürdürülebilir bir büyümeye ulaşmalarında yeterli olmamaktadır. Ülkeler arasında karşılıklı bağımlılığın giderek artması, bir ülkede yaşanan şokun diğer ülkelere sirayet etmesi sonucunu doğurmaktadır. Bu bakımdan, ülkelerin dış ticaret hacimlerini arttırmalarına paralel olarak ihracat pazarlarını ve ihrac ettikleri ürünleri çeşitlendirmeleri önem kazanmıştır. Böylelikle, ticaret ortağı ülkelerde yaşanması olası şoklar yoluyla oluşacak riskler de azaltılmış olacaktır.

Bu çalışmada; Türkiye’nin Avrupa Birliği ülkeleri ile gerçekleştirdiği dış ticaretteki yoğunlaşma incelenmiştir. Gümrük Birliği sürecinde Türkiye’nin Avrupa Birliği pazarındaki ürün ve ülke çeşitliliğinin Yoğunlaşma Oranı (CR), Herfindahl-Hirschman İndeksi (HHI) ve Gini-Hirschman İndeksi (GHI) ile analiz edildiği çalışmanın sonucunda; ihracat açısından gerek ülke gerek ürün çeşitliliğinin sağlandığı görülmüştür. Ayrıca, ithalattaki çeşitlenmenin sınırlı kaldığı ve ihracatın nitelik açısından geliştiği bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Gümrük Birliği, Dış Ticaret, Yoğunlaşma, Rekabet

Jel Sınıflaması: F10, F14, F15.

**STRUCTURAL ANALYSIS OF TURKEY’S FOREIGN TRADE WITH THE EUROPEAN
UNION COUNTRIES: INCREASING COMPETITION OR CONCENTRATION?****ABSTRACT**

In today’s world where the dimensions of global trade have widened considerably, the increase in foreign trade volumes of the countries is not sufficient to ensure a sustainable growth. The increase of the interdependence among countries, leads to the spread of a shock experienced in one country to other countries. In this respect, it becomes important that countries diversify their export markets and

* Erzincan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, İktisat A.B.D., e-mail: semanurs83@gmail.com

* İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi İktisat Bölümü, İktisat A.B.D., e-mail: seyhundogan@yahoo.com

Makale Geçmişi/Article History

Başvuru Tarihi / Date of Application : 27 Mart / March 2019

Düzeltilme Tarihi / Revision Date : 6 Eylül / September 2019

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 30 Eylül / September 2019

the products they export in parallel with increasing their foreign trade volumes. In this way, the risks arising from possible shocks in trade partner countries will be reduced.

In this study, the concentration of the trade performed by Turkey with European Union countries was examined. As a result of the study in which product and country diversification of Turkey in the European Union market is analyzed via Concentration Ratio (CR), Herfindahl-Hirschman Index (HHI) and Gini-Hirschman Index (GNI), it is revealed that diversification in both product and country is achieved in terms of export. In addition, it was found that the diversification in import was remained limited and there was a development in export in terms of quality.

Keywords: *European Union, Custom Union, Foreign Trade, Concentration, Competition*

Jel Classification: *F10, F14, F15.*

1. GİRİŞ

Klasik dış ticaret teorileri tam rekabet, karşılaştırmalı üstünlükler ve ölçüğe göre sabit getiri varsayımlarına dayalı olarak geliştirilmiş; bu varsayımlar üzerinde A. Smith'in uzmanlaşma kavramından Heckscher-Ohlin modeline dek ülkelerin karşılaştırmalı olarak üstün oldukları malların üretimine odaklanmaları gerektiği ifade edilmiştir. Ancak sonraki dönemlerde dış ticaret teorisi alanında ortaya konulan görüşler, ülkelerin ürettikleri ve ihraç ettikleri ürünlerde çeşitlilik yaratmalarının gerekliliği üzerinde durmaktadır (Sannasse, Seetanah ve Lamport, 2014: 11). Aslında bu durum, küresel değer zinciri kavramının gelişimiyle de paralel bir gelişim sergilemiştir. Geleneksel dış ticaret kuramlarının temelinde yer alan, ülkelerin yalnızca nihai mal ticareti yaptıkları öncülü, özellikle 2000'lerden itibaren artan ara malları ticareti ile açıklayıcılıktan uzaklaşmıştır. Ara malları ticaretindeki bu artış ise küresel değer zinciri kavramını karşımıza çıkarmaktadır (Inomata, 2017: 16). Değer zinciri, geniş bir coğrafi alana yayılmış olan firmaların ve işgücünün, mal ve hizmetleri fikir aşamasından nihai kullanıcıya ulaştırma faaliyeti olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde, birçok ürünün üretim aşaması coğrafi anlamda oldukça yayılmış durumdadır. Ürünlerin üretimi için gerekli olan hammaddeler belli bir bölgede çıkarılmakta ya da üretilmekte, başka bir bölgede işlenmekte, diğer girdiler ile birleştirilerek başka bölgede mamul/yarı mamul mallara dönüştürülmektedir (Brunner, 2014: 8). Dolayısıyla, küresel değer zincirinin gelişmesi ile dış ticaret, nihai malların yanı sıra ara malları ve yarı tamamlanmış malları da kapsayacak biçimde gelişmiştir. Buna paralel olarak, ticaret hacminde de oldukça büyük artışlar gerçekleşmiştir. Küresel hâsıla içinde ticaretin payı 1990 yılında % 38,74 iken bu oran, 2000 yılında % 51,17'ye ve 2017 yılında % 71,7'ye yükselmiştir (Worldbank, 2019).

Bu oluşum içerisinde, ülkelerin de ihracat yapılarında çeşitliliğin sağlanması önem kazanmaktadır. Bu kapsamda çalışma; 1996 yılında henüz Avrupa Birliği (AB) üyesi olmamasına rağmen Gümrük Birliği (GB) üyeliğini imzalayan Türkiye'nin, AB ülkeleri ile olan ihracatının çeşitliliğini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, öncelikle ihracatın çeşitliliğinin teorik boyutu ve

yoğunlaşma kavramı ele alınmış; literatür araştırmasının ardından, analizde kullanılan yöntem ve veriler açıklanmış; Türkiye ve AB ülkeleri arasındaki ticari ilişkilerin tarihsel gelişimi ve mevcut durumun incelenmesinin ardından da elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

2. İHRACATIN ÇEŞİTLİLİĞİ VE YOĞUNLAŞMA

İhracat çeşitliliği, bir ülkenin ihracatının yapısının değişmesi olarak ifade edilmektedir ve bu değişimin temel olarak iki şekilde gerçekleştiği ifade edilmektedir. Bunlar; (1) ülkenin ihraç ettiği ürünlerin genişlemesi ve çeşitlenmesi anlamında kullanılan ürün çeşitliliği, (2) ülkenin ihracatçı olarak girdiği pazarların çeşitlenmesi ve genişlemesidir. İktisat teorisine göre, bir ülke ne kadar gelişmiş ise ihracatının da o kadar çeşitlenmesi gerekmektedir. Gelişmiş ülkelerin ihracatı genellikle bütün ürün gruplarında yer alan çok sayıda ürün üzerinde çeşitlenmiştir. İhracatın çeşitliliği, gelişen ülkeler açısından da oldukça önemlidir. Zira bu ülkelerde ihracat genellikle, ihracat hacmi ticaret ortağı olan ülkelerin talep yapısıyla şekillenen ve dünya fiyatlarına bağlı olan birkaç ürüne bağlıdır. Bu ülkeler ayrıca, birçok makro iktisadi değişken ve politik istikrar üzerinde olumsuz etki oluşturan döviz kuru volatilitesine bağlı riskleri de barındırmaktadır. Bir diğer çeşitlilik türü olan ülke çeşitliliği ise, mümkün olduğunca çok ihracat pazarı olması durumunu ifade etmektedir. Dar bir pazara büyük ölçüde bağlı bir ekonomide, gelecek dönemlerde istikrarsızlıkların oluşması oldukça olasıdır (Vahalik, 2015: 60). Dolayısıyla, ihracat çeşitliliğinin özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından avantajları söz konusudur. İhracat yapılan ülkelerin ya da ihraç edilen ürünlerin çeşitliliği sayesinde ülkeler, sadece birkaç ülke pazarına ya da birkaç ürünün ihracatına yoğunlaştıkları duruma göre daha istikrarlı bir gelir elde ederler (Hinlo ve Arranguéz, 2017:1). İhracatta ülke çeşitliliğinin, ülkenin mevcut ticari bağlantıları kanalıyla maruz kalabileceği ticari ortağı olan ülkelerdeki dalgalanmalara karşı bir tampon görevi üstlendiği de bir diğer ifade şekli olarak karşımıza çıkmaktadır (Bacchetta, Jansen, Piermartini ve Amurgo-Pacheco, 2007: 4). Esasen ticari ortak olan ülke ekonomilerinde oluşan dalgalanmalar nedeniyle oluşan kırılmalıklar, küresel değer zinciri kavramı ile daha da artış göstermiştir. Her biri üretim zincirinin bir halkasını oluşturan bu ülkelerin birinde yaşanacak beklenmedik bir şok, ihracat veya ithalat kanalı ile zincirdeki diğer ülkeleri de tehlikeye sokacaktır (Vahalik, 2015: 61).

İhracat çeşitliliği, hem ülke bazında hem ürün bazında gerçekleştirilmesi istenilen bir husus olmakla birlikte, özellikle ürün çeşitliliği açısından gözden kaçırılmaması gereken önemli bir konu daha bulunmaktadır. Bu da ihraç ürünlerinin sayısal çeşitliliğinin nitelik artışı ile paralel biçimde gerçekleştirilmesi gerekliliğidir. Buna göre, tarımsal ürün fiyatlarının mamul mal fiyatlarına kıyasla düşeceği, bu nedenle de tarımsal ürünleri ihraç eden ülkelerin zamanla fakirleşeceği düşüncesi ortaya konmuştur. Dolayısıyla, tarımsal ürünlerin ihracatı zayıf büyümenin kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Böyle bir ekonomik yapıda yüksek derecede bir yoğunlaşma, ekonominin doğal kaynaklar ya da birincil ürünler denilen katma değeri düşük ürünler üzerinde aşırı uzmanlaşması ile sonuçlanmaktadır. Sınai ihracatın geliştirilmesi ise sadece ürün çeşitlendirmesi ile sayısal artışın

sağlanması yoluyla elde edilmez. Burada, ihracat temelini yüksek katma değere sahip faaliyetlere kaydırmanın önemine dikkat çeken araştırmacılar, böyle bir çaba sonucunda gelecekte daha yüksek büyümenin elde edileceğini ifade etmişlerdir (Cottet, Madariaga ve Jegou, 2012: 5).

Bu anlamda, yoğunlaşma kavramının incelenmesi önem arz etmektedir. Dış ticarete yoğunlaşma, bir ülkenin dış ticaretinin belli sayıda ürün ya da ülkeye dayalı olarak gerçekleştirilmesini ifade etmektedir. Yoğunlaşmanın yüksek olması, o ülkenin ihracatında az sayıda ürünün/ülkenin yüksek düzeyde ağırlığa sahip olması olarak değerlendirilmektedir. Literatürde yoğunlaşmanın ölçümünde kullanılan çeşitli indeksler bulunmaktadır. Bunlardan öne çıkanlar; Hirschman-Herfindahl İndeksi (HHI), Entropi İndeksi (EI), Rosenbluth-Hall-Tideman İndeksi (RHTI), Yoğunlaşma Oranı (CR-Concentration Ratio) ve Gini-Hirschman İndeksi (GHI)'dir (Ayrancı, 2009: 56).

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Dış ticarete yoğunlaşma analizi, oldukça fazla uygulama bulan alanlardan biridir. Literatürde yapılmış çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların önemlileri şu şekilde özetlenebilir:

Çil Yavuz; 1975-1998 dönemi kapsamında liberalleşme politikalarının dış ticaret üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, 1980 yılındaki serbestleşme ile birlikte ihracatta hem hacimsel artış hem de mal çeşitlenmesinin olduğu; ancak, 1990 sonrasında mal çeşitlenmesinin azaldığı; ihrac edilen malların ülkelere göre çeşitliliğinde bir değişiklik olmadığı ve OECD ülkeleri üzerinde devam eden bir yoğunlaşma olduğu bulgusu elde edilmiştir. Çalışmada ayrıca, 1980 sonrasında artış gösteren ithalatta mal çeşitliliğinde önemli bir yükseliş olduğu; ancak, ülke çeşitlenmesinin gerçekleşmediği ve OECD ülkelerinin yoğunlaşmaya sahip olduğu ortaya konulmuştur (Çil Yavuz, 2000: 3-12).

Kösekahyaoğlu; 1980'lerdeki liberalleşme hareketinin ve 1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği'nin, Türkiye'nin dış ticaret hacmi ve dış ticaretin ülke/ürün çeşitlenmesi üzerinde yarattığı etkileri incelemiştir. GHI ile dış ticaretin sektörel ve ülke bazlı incelemesinin yapıldığı çalışmada, özellikle 1980'lerin başlarında ihracatta ürün çeşitlenmesi açısından önemli değişiklikler olduğu sonucu elde edilmiştir. Çalışmada ayrıca, Gümrük Birliği ile birlikte ithalattaki ürün çeşitlenmesinde küçük bir değişim meydana gelmesine karşılık, ihracatta önemli değişimlerin yaşandığı bulgusuna ulaşılmıştır (Kösekahyaoğlu, 2007: 15-34).

Seymen; 1969-2008 dönemi kapsamında Türkiye'nin AB ile ticaretinin ülke çeşitlenmesini entropi indeksi, HHI, iki yanlı ticaret yoğunlaşma indeksi gibi ölçümler ile incelemiştir. Çalışmanın sonucunda; AB ülkelerinin birliğe üyeliklerinin, Türkiye ile AB arasındaki dış ticaret ilişkileri ve ülke yoğunlaşması üzerinde etkili olduğu ortaya konulmuştur (Seymen, 2009: 199-220).

Özer, Özden ve Güneş'in (2012) çalışmalarında; Türkiye'nin tarım ve işlenmiş tarım ürünleri ticaretinin diğer ülkelerle karşılaştırılması ve yoğunlaşmanın ortaya konulması amaçlanmıştır; elde edilen

bulgular ile Türkiye'nin komşusu olan ülkeler ve özellikle Orta Doğu ülkeleri ile olan yoğunlaşmasının arttığı ortaya konulmuştur (Özer vd., 2012: 1067-1072).

Çeviker ve Taş'ın çalışmasında; Türkiye'de ihracat çeşitlenmesi ile ekonomik büyüme ilişkisi incelenmiştir. 1962-2008 dönemi için Granger nedensellik analizinin uygulandığı çalışmanın sonucunda, ekonomik büyümeden ihracata ve ihracattan ihracat çeşitlenme düzeyine doğru nedensel ilişki tespit edilmiş; ancak, ihracat çeşitlenme düzeyinden ekonomik büyümeye doğru nedensel bir ilişki bulunmamıştır (Çeviker ve Taş, 2011: 1-10).

Akgün Güngör'ün, 1980-2001 ve 2006-2011 dönemleri kapsamında Türk imalat sanayiinin alt sektörleri için rekabet düzeyini incelediği çalışmanın sonucunda; yoğunlaşma oranlarının en düşük olduğu sektörlerin konfeksiyon, un ve unlu mamuller, mezbaha ürünleri, yem sanayi olduğu ortaya konulmuştur. Çalışmada ayrıca, en yüksek düzeyde yoğunlaşmanın rafine edilmiş petrol ürünleri, malt ve bira, ambalaj sanayii ve tütün ürünleri sektörlerinde olduğu; Türkiye'de rekabetin 1980 sonrasında kriz yaşanan dönemlerde düştüğü bulgusuna ulaşılmıştır (Akgün Güngör, 2014: 45-57).

Erkan ve Sunay; 2000-2014 yıllarını kapsayan çalışmalarında CR ve GHI ile Türkiye'nin ihracatındaki ürün ve ülke yoğunlaşmasını incelemişlerdir. Analiz sonucunda, Türkiye'nin gerek ürün gerekse pazar bazında yoğunlaşmanın azaldığı, yani çeşitlenmenin arttırıldığı bulgusuna ulaşılmıştır (Erkan ve Sunay, 2016: 1823-1842).

Kaynak'ın 1995-2014 yılları kapsamında Türk giyim sektöründeki yoğunlaşmayı CR, HHI ve Entropi İndeksi ile analiz ettiği çalışmasında; CR₈ ölçümü 2002 ve 2003 yılları dışında yüksek çıkmıştır. Ayrıca küresel kriz de sektörün rekabetçi yapısını bozan bir unsur olarak ortaya konulmuştur. HHI ölçümüne göre ise, 2008 yılına kadar düşük yoğunlaşma söz konusuysen, sektörde 2008 yılından sonra orta düzey yoğunlaşma hakim olmuştur (Kaynak, 2016: 21-37).

Yıldırım ve Özbaşı'nın 2012-2016 dönemi için Türkiye'nin dış ticaretinin ürün ve ülke bazlı yoğunlaşmasını analiz ettikleri çalışmalarında; dönemler itibarıyla mineral yakıt ithalat miktarının azaldığı ve Rusya'dan yapılan ithalatın düşme eğiliminde olduğu bulgusu elde edilmiştir. Araştırmacılar ayrıca, Çin'den yapılan ithalatın artma eğiliminde olduğu, AB ile yapılan dış ticarete ise yoğunlaşma oranının özellikle ihracatta arttığı bulgusuna ulaşmışlardır (Yıldırım ve Özbaşı, 2018: 1-20).

Ildırar ve Kırıl'ın, 2004-2017 dönemi kapsamında Türk otomotiv sektöründeki yoğunlaşmayı CR ve HHI ölçümleri ile inceledikleri çalışmalarının sonucunda; CR₄ ölçümüne göre yerli binek otomobil ve hafif ticari araç piyasasında yoğunlaşmanın oldukça yüksek olduğu; ithal binek ve hafif ticari araç sektöründe ise yoğunlaşmanın düşük, dolayısıyla rekabetin yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. HHI ile de benzer bulgular ortaya konulmuş; ithal binek ve hafif ticari araç sektöründe yoğunlaşmanın yerli sektöre göre oldukça düşük olduğu sonucu elde edilmiştir (Ildırar ve Kırıl, 2018: 93-117).

4. METODOLOJİ VE VERİLER

Bu çalışmada, Türkiye'nin AB ülkeleri ile olan dış ticaretinin ülke ve ürün bazlı yoğunlaşması incelenmektedir. Yoğunlaşmanın incelenmesinde ise literatürde çoğunlukla kullanılan CR, HHI ve GHI indekslerine yer verilmektedir.

Hesaplama basitliği sebebiyle en yaygın biçimde kullanılan ölçütlerden biri olan CR ile belirli sayıdaki ülke ya da ürünün birikimli payları hesaplanmaktadır. CR formülü Eşitlik (1)'de verilmektedir:

$$CR_m = \sum_{i=1}^m P_i x 100 \quad (1)$$

Eşitlik (1)'de P_i ülke ya da ürünün toplam ihracattaki payını göstermekte; m değerinin seçilmesi keyfi olmakla birlikte, yapılan çalışmalarda genellikle CR₄ ve CR₈ değerlerine yer verilmektedir (DİE, 2003: vi). CR₄ ülkenin ihracatındaki en büyük paya sahip dört birimin kümülatif paylarını, CR₈ ise en büyük paya sahip olan sekiz birimin kümülatif paylarını vermektedir. Yoğunlaşma oranlarının yorumlanmasında ise genellikle CR₄ temel alınmaktadır. Buna göre; CR₄ değeri 0-30 aralığında ise düşük derecede yoğunlaşma, 31-50 aralığında ise orta derecede yoğunlaşma, 51-70 aralığında ise yüksek derecede yoğunlaşma ve 71-100 aralığında ise çok yüksek derecede yoğunlaşma olduğu şeklinde değerlendirilmektedir (Polat, 2007: 100).

HHI ise her bir birimin paylarının kareleri toplamı alınarak hesaplanmaktadır (DİE, 2003: vii):

$$HHI = \sum_{i=1}^n P_i^2 \quad (2)$$

Eşitlik (2)'de n birim sayısını, P_i ise i biriminin payını göstermektedir. Bu indeksin, bütün ürünleri ya da ülkeleri kapsaması ve piyasa payı büyük olan birimlere daha fazla ağırlık vermesi sebebiyle, teorik açıdan daha üstün olduğu düşünülmekte; diğer taraftan hesaplanan indeks değerinin birimlerin tek tek büyüklüğünü yansıtmaması da bir dezavantaj olarak değerlendirilmektedir. İndeks değeri "0-1000" aralığında ise düşük yoğunlaşma-yüksek rekabet; "1000-1800" aralığında ise orta yoğunlaşma-orta rekabet; "1800-10000" aralığında ise yüksek yoğunlaşma-düşük rekabet durumunun olduğu ifade edilmektedir (İldırar ve Kıral, 2018: 99).

Yoğunlaşma analizlerinde çoğunlukla kullanılan bir diğer ölçüt olan GHI ise, aşağıdaki gibi formülize edilmektedir (Erkan ve Sunay, 2016: 1830):

$$GHI = 100 \sqrt{\sum_{k=1}^n \left(\frac{X_{kt}}{X_t}\right)^2} \quad (3)$$

Formülde X_{kt} ülkenin t döneminde belli bir mala ilişkin ihracatını, X_t ise ülkenin t dönemindeki toplam ihracatını göstermektedir. "0-100" arasında değer alan indeksin sıfıra yaklaşması, ülkenin ihraç

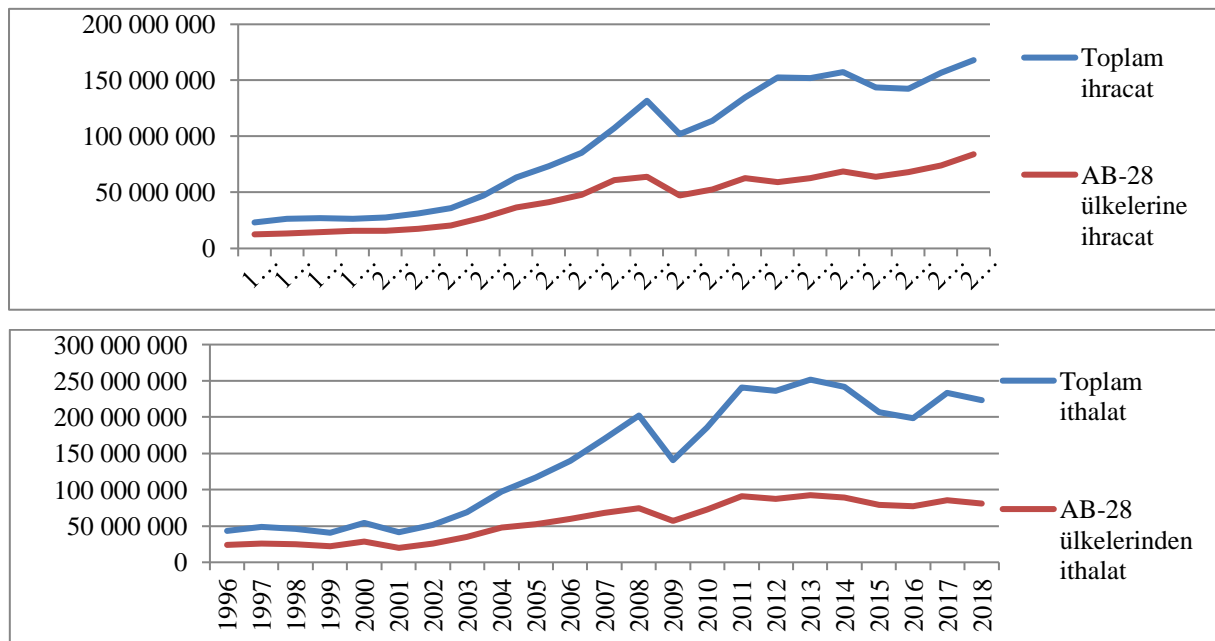
ettiği mal sayısının fazla olduğunu ve ihracatın bu mallar arasında dengeli dağıldığını; yüze yaklaşması ise tam tersi durumu göstermektedir. Başka bir deyişle, indeksin sıfıra yaklaşması ihracat çeşitliliğini, yüze yaklaşması ise yoğunlaşmayı ifade etmektedir (Bashimov, 2017: 43).

Metodolojik olarak açıklanan bu ölçütlerden CR ve HHI, Türkiye'nin ihracatının ve ithalatının ülke bazında yoğunlaşmasının analizinde kullanılmıştır. Analizin bu kısmında, Türkiye İstatistik Kurumu'ndan elde edilen dış ticaret verilerinden yararlanılmıştır. Sonrasında, incelenen periyod boyunca CR değerine göre ihracatta ve ithalatta ilk dört içerisinde yer alan ülkeler (CR4) açısından, GHI ile ürün yoğunlaşması incelenmiştir. Bu ülkeler bazında yapılan ürün yoğunlaşması analizinde, Birleşmiş Milletler veri tabanında yer alan Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırması (SITC) Revizyon 2 kapsamındaki verilerden yararlanılmıştır. Analizin amacı, Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne dahil olması sonucu AB piyasasındaki ticaretinde gerçekleşen değişimlerin ortaya konması olduğu için, hesaplamalara dahil edilen ülkeler açısından AB genişleme süreci dikkate alınmıştır.

5. TÜRKİYE'NİN AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ İLE DIŞ TİCARETİNİN GÖRÜNÜMÜ

Türkiye ile AB ülkeleri arasındaki dış ticaretin görünümü kapsamında öncelikle Türkiye'nin toplam dış ticareti içinde AB ülkelerinin payına bakılabilir. Grafik 1'de Türkiye'nin toplam ihracatının önemli bir kısmını AB-28 ülkelerine yapılan ihracatın oluşturduğu görülmektedir. TÜİK (2019) istatistiklerinden yararlanılarak yapılan hesaplama göre, 1996 yılında %54'lük bir orana tekabül eden toplam ihracatta AB ülkelerinin payı, 2018 yılında %50 olarak gerçekleşmiştir. İhracat gelirlerinin yarısını elde ettiği bu ülke grubunun, Türkiye ekonomisinin istikrarı açısından taşıdığı önem oldukça yüksektir. Bu durum aynı zamanda, AB ülkelerinin ekonomik istikrarını Türkiye açısından önemli kılmaktadır.

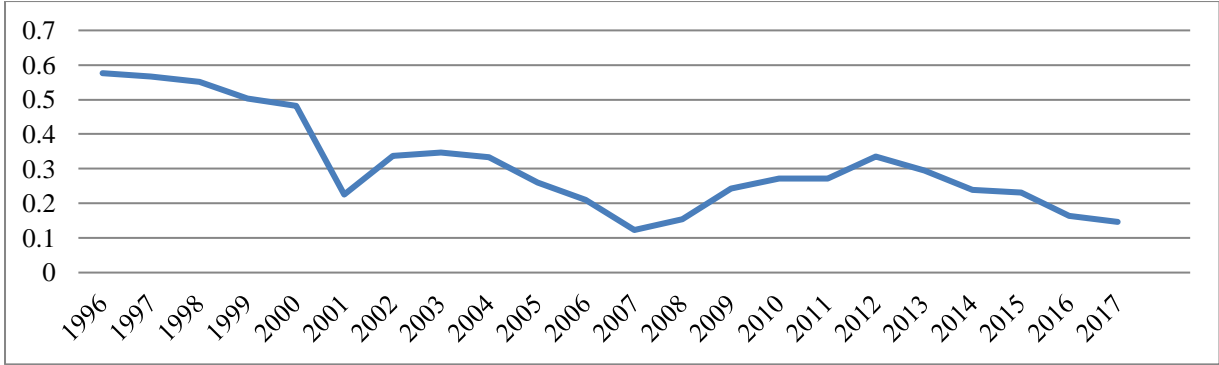
Grafik 1: Türkiye'nin AB-28 Ülkeleri ile Dış Ticareti



Kaynak: (TÜİK, 2019)

İthalata bakıldığında ise, AB-28 ülkelerinden yapılan ithalatın 2000'lerin ortalarından itibaren azalan bir trende girdiği söylenebilir. 1996 yılında AB ülkelerinin Türkiye'nin toplam ithalatı içerisindeki payı %56 iken, 2018 yılı itibarıyla bu oran %36 olmuştur. Bu azalış, özellikle 2000'li yıllarda yükselişe geçen başta Çin olmak üzere Asya ekonomilerinin gelişimine bağlanabilir. Ancak yine de AB-28 ülkelerinden yapılan ithalat toplam ithalat içerisinde ciddi bir paya sahiptir.

**Grafik 2: Türkiye'nin AB-28 Ülkeleri ile Dış Ticaretindeki Açığın
Toplam Dış Ticaret Açığındaki Payı**



Not: Türkiye'nin 2018 yılı dış ticaret dengesi 55 milyar ABD doları açık verirken, AB ile yapılan dış ticaret sonucu yaklaşık 3,2 milyar ABD doları dış ticaret fazlası gerçekleşmiştir.

Kaynak: (TÜİK, 2019)

AB-28 ülkelerine yapılan ihracatın artan trendine ve bu ülkelerden yapılan ithalatın azalan trendine bağlı olarak, söz konusu ülke grubu ile oluşan dış ticaret açığının Türkiye'nin toplam dış ticaret açığı içerisindeki payı giderek azalış göstermektedir. 1996 yılında %57 olan bu oran, 2017 yılında %14 olarak gerçekleşmiştir. Önemli bir düşüş gerçekleşmiş olmakla birlikte, %14 de ciddi bir orandır. Bu nedenle AB-28 ülkeleri ile dış ticaretin iyi değerlendirilmesi gerekmektedir. İhracatta ülke ve ürün çeşitlendirmesi bu anlamda önem taşımaktadır. Ülkenin ihracat gelirlerinin dışa bağımlılığından doğacak olan riskleri azaltmak adına, bu sürecin iyi yönetilmesi gerekmektedir

6. BULGULAR

Türkiye'nin Gümrük Birliği kapsamında AB ülkeleri ile yaptığı ihracatta ve ithalatta yoğunlaşma oranları, Tablo 1'de sunulmaktadır. Buna göre, ihracatta en büyük paya sahip ülkenin oranını gösteren CR(1), 1996 yılında 41,2 iken, 2018 yılı itibarıyla 19,29'a düşmüştür. Bu yoğunlaşma oranında yaklaşık yarı yarıya bir azalış söz konusudur. İthalatta ise CR(1), 1996 yılında 32,09 iken, bu oran 2018 yılında 24,95 düzeyine inmiştir. Gerek ithalatta gerek ihracatta CR(1) kapsamındaki ülke Almanya'dır. Bu anlamda Almanya ile olan ithalat ilişkisindeki yoğunlaşmanın, ihracattaki yoğunlaşmadaki kadar azalış sergilemediği söylenebilir.

Tablo 1: İhracat ve İthalat İçin Yoğunlaşma Oranları

Yıllar	İhracat				İthalat			
	CR(1)	CR(4)	CR(8)	HHI	CR(1)	CR(4)	CR(8)	HHI
1996	41,20	71,07	86,48	2085,9	32,09	71,38	88,92	1672,1
1997	39,00	69,15	85,04	1917,1	30,70	69,71	88,37	1579,4
1998	36,81	67,82	84,94	1780,4	28,92	68,21	87,68	1484,4
1999	35,43	68,32	85,97	1719,2	26,09	63,84	86,71	1319,6
2000	33,02	67,97	85,00	1596,8	24,45	60,49	82,10	1195,0
2001	30,54	67,02	84,13	1479,8	26,89	65,61	83,94	1371,0
2002	28,69	65,52	82,45	1389,0	27,40	64,71	82,39	1346,0
2003	27,24	62,50	81,14	1287,9	26,89	64,25	81,72	1312,9
2004	23,83	61,60	81,15	1195,5	26,00	62,11	80,50	1247,7
2005	22,77	59,71	80,32	1137,3	25,83	60,22	79,61	1210,4
2006	20,12	57,87	79,09	1054,0	25,92	62,83	80,95	1270,0
2007	19,74	56,09	78,33	1010,7	25,62	59,32	78,28	1188,3
2008	20,33	55,80	77,16	998,3	25,08	58,58	77,78	1165,8
2009	20,74	58,93	77,87	1052,0	24,90	57,51	76,31	1140,9
2010	21,69	59,08	79,03	1080,6	24,24	56,23	76,26	1107,8
2011	22,29	58,73	78,69	1081,5	25,14	56,72	75,97	1143,6
2012	22,10	57,90	77,80	1069,8	24,41	56,31	75,15	1121,1
2013	21,74	56,45	77,17	1038,0	26,16	55,77	75,16	1160,1
2014	22,11	56,42	77,08	1050,0	25,20	54,77	74,32	1111,2
2015	20,96	57,35	78,09	1065,8	27,14	57,42	75,95	1206,3
2016	20,48	57,49	77,82	1068,9	27,71	57,72	76,78	1228,3
2017	20,46	53,82	76,09	988,1	25,00	55,43	75,72	1111,8
2018	19,29	53,12	76,66	959,6	24,95	56,15	75,42	1105,7

CR(4) açısından değerlendirildiğinde; ihracat açısından 1996 yılında 71,07 olan oranın, 2018 yılında 53,12 düzeyine gerilediği görülmektedir. İthalat açısından en büyük dört ülkenin paylarını ifade eden oran ise, 1996 yılında 71,38 düzeyinde iken, 2018 yılında 56,15'e gerilemiştir. Hem ithalatta hem ihracatta çok yüksek derecede yoğunlaşmadan, yüksek derecede yoğunlaşmaya gerileme söz konusudur. Diğer taraftan, CR(4) açısından ithalata kıyasla ihracatta daha fazla azalış sergilendiği söylenebilir. Yani, Türkiye AB pazarında geçen süre zarfında ihracat pazarını çeşitlendirirken, ithalatta ihracattakine kıyasla daha kısıtlı bir çeşitlilik sergilemektedir.

Tablo 1'de yer alan HHI değerlendirildiğinde; ihracatta 1996 yılında yüksek yoğunlaşma-düşük rekabet durumu söz konusuysen, 2018 yılı itibarıyla düşük yoğunlaşma-yüksek rekabet durumuna

gelindiği görülmektedir. İthalat açısından ise, dönem boyunca orta yoğunlaşma-orta rekabet durumunun sabit kaldığı görülmektedir.

Hem ihracatta hem de ithalatta CR(4) kapsamında yer alan ülkelerin hangileri olduğuna bakıldığında, dönem boyunca Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, İtalya ve İspanya'nın en büyük paya sahip ülkeler arasında yer aldıkları görülmüştür. Bu ülkelerin dönem boyunca ihracattaki ve ithalattaki payları Grafik 3'te sunulmaktadır. Buna göre; hem ihracat hem de ithalat açısından en yüksek paya sahip olan ülke konumunda olan Almanya'nın bu payı ihracatta önemli bir azalış sergilerken, bu azalış ithalatta daha sınırlı kalmaktadır. İhracatta Birleşik Krallık ve İspanya'nın payları artarken; İtalya ve Fransa'nın payları dönem boyunca dalgalanma sergilemekle birlikte, dönem başı ve sonu olarak bakıldığında, durağan olarak değerlendirilebilir.

Grafik 3: CR(4)'te Yer Alan Ülkelerin İhracat ve İthalat Payları



Türkiye'nin AB ülkelerinden yaptığı toplam ithalatta CR(4)'te yer alan ülkelerin ithalatı incelendiğinde, İspanya dışında diğer tüm ülkelerin paylarının azaldığı söylenebilir. İspanya'nın payı 1996 yılında % 4,25'ten 2018 yılında % 6,87'ye yükselmiştir.

Çalışmada ayrıca CR(4) kapsamında yer alan ülkeler (Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, İtalya ve İspanya) ile Türkiye arasındaki ikili ticaretin ürünler üzerinden incelenmesi ile GHI değerleri elde

edilmiştir. Tablo 2’de bu değerler sunulmaktadır. 0 ile 100 arasında değer alan bu indeks değerinin 0’a yaklaşması ihracatta çeşitlenmenin sağlandığını, 100’e yaklaşması ise yoğunlaşma durumunu ifade etmekteydi. Bu açıdan değerlendirildiğinde, Almanya ve Birleşik Krallık ile yapılan ihracatta dönem boyunca ürün yoğunlaşmasının azaldığı ve ürün çeşitliliğinin arttığı söylenebilir. Fransa’ya yapılan ihracatta, dönem içinde dalgalanmalar olmakla birlikte, dönem başı ve sonu itibariyle bir değişim görülmemektedir. İspanya ve İtalya’ya yapılan ihracatta ise ürün çeşitliliğinin azaldığı, diğer bir ifadeyle ürün yoğunlaşmasının arttığı görülmektedir.

Tablo 2: CR(4) Ülkeleri İçin GHI Değerleri

Yıllar	İhracat					İthalat				
	Almanya	Birleşik Krallık	Fransa	İspanya	İtalya	Almanya	Birleşik Krallık	Fransa	İspanya	İtalya
1996	57,90	40,17	44,16	28,33	29,40	28,75	21,59	22,30	24,83	28,49
1997	54,13	39,24	41,82	25,66	31,04	28,36	22,80	22,60	29,76	26,86
1998	52,78	38,65	41,68	24,71	29,71	27,22	22,26	23,35	28,71	26,07
1999	49,34	39,53	38,66	24,54	28,50	24,93	24,17	26,54	28,10	24,15
2000	50,30	43,87	37,50	25,94	29,31	28,74	25,69	33,02	36,14	23,87
2001	47,08	46,51	37,38	25,71	28,53	23,53	22,18	26,20	24,14	23,41
2002	46,74	46,31	38,35	27,08	28,82	24,37	22,24	24,54	24,23	24,65
2003	44,74	44,66	39,45	28,63	27,35	27,40	23,78	30,71	33,20	25,28
2004	41,62	39,29	41,47	30,40	31,04	28,87	27,86	35,11	41,29	24,96
2005	39,00	40,76	39,57	31,96	31,37	27,53	29,05	33,95	37,11	24,26
2006	37,46	38,41	41,05	32,86	32,99	27,72	28,94	31,80	33,64	23,92
2007	35,44	36,64	42,88	35,97	35,51	27,75	29,63	30,13	31,74	23,91
2008	33,95	35,17	45,73	34,81	33,58	26,93	30,18	27,82	30,43	23,06
2009	35,15	36,41	50,27	38,78	33,66	26,27	26,65	27,01	30,86	23,06
2010	34,14	35,91	42,64	38,87	34,39	29,80	29,17	28,10	33,22	23,63
2011	31,71	33,15	39,89	40,28	32,26	30,49	29,42	27,02	31,06	26,22
2012	31,06	33,28	39,72	41,73	30,72	29,22	29,37	25,74	27,36	28,41
2013	31,48	36,10	39,71	38,99	30,52	29,73	30,27	25,12	30,60	25,49
2014	31,36	36,84	39,13	39,76	30,15	30,23	29,43	25,93	28,98	24,91
2015	30,77	35,70	37,86	41,52	31,11	32,16	30,54	26,94	34,01	24,69
2016	31,52	38,06	41,90	42,87	37,80	30,55	32,51	27,00	36,84	24,74
2017	31,64	36,68	44,44	41,61	38,21	29,95	32,18	27,22	31,56	24,00

Tablo 2 söz konusu ülkelere yapılan ithalat açısından değerlendirildiğinde; Almanya’dan yapılan ithalatta ürün yoğunlaşması açısından küçük bir artış olduğu, İtalya’dan yapılan ithalatta ise ürün yoğunlaşmasının dönem boyunca azaldığı görülmektedir. Buna karşılık, Birleşik Krallık, Fransa ve İspanya’dan yapılan ithalatta yoğunlaşmanın arttığı söylenebilir.

Tablo 3: Türkiye'nin Almanya ile Dış Ticaretinde Ürünlerin Payları

Dış Ticaret	1996		2017	
	Ürün Grubu Adı	Pay %	Ürün Grubu Adı	Pay %
İhracat	Giyim eşyası ve giyim aksesuarları	55,88	Karayolu taşıtları	20,66
	Sebze ve meyve	10,66	Giyim eşyası ve giyim aksesuarları	18,56
	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	7,96	Elektrik üreten makine ve ekipmanlar	7,66
	Elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri ve parçaları	5,68	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	6,28
İthalat	Belirli endüstriler için özel makineler	19,50	Karayolu taşıtları	23,66
	Karayolu taşıtları	14,41	Genel endüstriyel makine ve ekipman ve parçaları	8,76
	Genel endüstriyel makine ve ekipman ve parçaları	8,04	Belirli endüstriler için özel makineler	6,91
	Elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri ve parçaları	7,53	Elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri ve parçaları	6,76

Türkiye'nin Almanya'ya ihracatının kalemleri ve bunların ülkeye gerçekleştirilen toplam ihracattaki payları 1996 ve 2017 yılları için Tablo 3'te sunulmaktadır. Buna göre; 1996 yılında yaklaşık %55,88 pay ile ihracatta birinci sırada yer alan “giyim eşyası ve giyim aksesuarları”, 2017 yılı itibarıyla yaklaşık %18,56 pay ile ikinci sıraya gerilemiş; ilk sırada %20,66 pay ile “karayolu taşıtları” yer almıştır. 1996 yılında %10,66 paya sahip olan “sebze meyve” ihracatı, 2017 yılında en yüksek paya sahip olan ilk dört ürün grubu arasında yer almamıştır. Bu anlamda, Almanya'ya yapılan ihracatta düşük teknolojili imalat ürünlerinden, orta teknoloji düzeyindeki imalat ürünlerine geçiş olduğu ifade edilebilir. Almanya'dan yapılan ithalatta ise, yapısal bir değişim gerçekleşmemiştir. Zira, “endüstriyel makineler”, “karayolu taşıtları” ve “elektrikli cihazlar” her iki yılda da ithalatta ilk dört ürün arasındaki yerini korumuştur.

Tablo 4: Türkiye'nin Birleşik Krallık ile Dış Ticaretinde Ürünlerin Payları

Dış Ticaret	1996		2017	
	Ürün Grubu Adı	Pay %	Ürün Grubu Adı	Pay %
İhracat	Giyim eşyası ve giyim aksesuarları	28,57	Karayolu taşıtları	26,92
	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	23,11	Giyim eşyası ve giyim aksesuarları	19,59
	Sebze ve meyve	13,65	Elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri ve parçaları	11,74
	Elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri ve parçaları	4,60	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	5,03
İthalat	Karayolu taşıtları	9,29	Elektrik üreten makine ve ekipmanlar	22,03
	Genel endüstriyel makine ve ekipman ve parçaları	8,12	Metal lifli cevherler ve metal hurda	14,56
	Elektrik üreten makine ve ekipmanlar	7,43	Karayolu taşıtları	14,38
	Belirli endüstriler için özel makineler	7,13	Tıp ve eczacılık ürünleri	5,74

Birleşik Krallık ile gerçekleştirilen ithalat ve ihracatta ilk dört sırada yer alan ürünler ve payları Tablo 4’te sunulmaktadır. Buna göre; “tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler” ile “giyim eşyası ve giyim aksesuarları” ürün gruplarının ihracattaki payları azalmakla birlikte, ilk dört sıradaki yerlerini korumaktadır. “Elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri ve parçaları” ürün grubunun payında da 1996 yılındaki %4,60’tan 2017 yılında %11,74’e yükseliş gerçekleşmiştir. Bu kapsamda, düşük teknolojlili imalat ürünlerinin ihracattaki ağırlığının azaldığı; buna karşılık, orta teknolojlili imalat ürünlerinin payının ise arttığı söylenebilir. Birleşik Krallık’tan yapılan ithalata bakıldığında ise, ithal kalemlerin hem nitelik olarak hem de oran olarak artış gösterdiği görülmektedir. “Karayolu taşıtları” ithalatı, 1996 yılında %9,29 oranla birinci sıradayken, 2017 yılında %14,38 oranla üçüncü sırada yer almıştır. “Elektrik üreten makine ve ekipmanlar” ürün grubu ise, 1996 yılında %7,43 pay ile yer aldığı üçüncü sıradan, 2017 yılında %22,03 pay ile birinci sıraya yükselmiştir. Ayrıca, ithalatta 2017 yılında “tıp ve eczacılık ürünleri” grubunun %5,74 pay ile yer aldığı görülmektedir. Bu anlamda Birleşik Krallık’tan yapılan ithalatta hem oransal artışların, hem de orta teknolojlili imalat ürünlerinden yüksek teknolojlili imalat ürünlerine geçiş şeklinde niteliksel bir artışın olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Türkiye’nin Fransa ile Dış Ticaretinde Ürünlerin Payları

Dış Ticaret	1996		2017	
	Ürün Grubu Adı	Pay %	Ürün Grubu Adı	Pay %
İhracat	Giyim eşyası ve giyim aksesuarları	37,35	Karayolu taşıtları	40,76
	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	17,00	Giyim eşyası ve giyim aksesuarları	11,06
	Sebze ve meyve	13,54	Elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri ve parçaları	10,21
	Elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri ve parçaları	6,19	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	4,35
İthalat	Diğer taşıma ekipmanları	11,76	Diğer taşıma ekipmanları	15,30
	Genel endüstriyel makine ve ekipman ve parçaları	7,83	Karayolu taşıtları	14,38
	Demir ve çelik	7,47	Demir ve çelik	7,43
	Belirli endüstriler için özel makineler	6,96	Yapay reçineler ve plastik malzemeler ve selüloz esterleri vb.	6,51

Fransa’ya gerçekleştirilen ihracata bakıldığında; 1996 yılında ihracatın yaklaşık %54’ünün “tekstil sektörü” ile ilişkili olduğu gözlenmektedir. Bunun dışında, %13,54 oranında “sebze-meyve” ihracatı gerçekleştirilirken, “elektrikli makine ve cihaz” ihracatı ise %6,19 pay ile dördüncü sırada yer almaktadır. 2017 yılına gelindiğinde, “tekstil sektörü”nün payındaki azalışa paralel olarak, “karayolu taşıtları”nın %40,76 ile birinci sırada yer aldığı görülmektedir. “Elektrikli makine ve cihazlar”ın Fransa’ya yapılan ihracattaki payı da 2017 yılında %10,21’e yükselmiştir. Bu anlamda Fransa’ya yapılan ihracatta niteliksel bir değişimin gerçekleştiği söylenebilir. Başka bir ifadeyle, düşük teknolojlili imalat ürünlerinden orta teknolojlili imalat ürünlerine kayma söz konusudur. Buna karşılık, ithalatta bağımlılığın arttığı söylenebilir. “Diğer taşıma ekipmanları” ürün grubu 1996 yılında %11,76 oranıyla

birinci sırada yer almaktayken, 2017 yılında %15,3 oranıyla birinci sıradaki yerini korumuştur. “Demir ve çelik” ithalatı oransal önemini korumuştur. 1996 yılında ilk dört ürün grubu arasında yer almayan “karayolu taşıtları”, 2017 yılında %14,38 pay ile ithalat kalemler arasında ikinci sırada yer almıştır.

Tablo 6: Türkiye'nin İtalya ile Dış Ticaretinde Ürünlerin Payları

Dış Ticaret	1996		2017	
	Ürün Grubu Adı	Pay %	Ürün Grubu Adı	Pay %
İhracat	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	16,02	Karayolu taşıtları	34,02
	Karayolu taşıtları	15,77	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	9,88
	Sebze ve meyve	10,12	Demir ve çelik	7,33
	Petrol, petrol ürünleri ve ilgili malzemeler	9,74	Sebze ve meyve	6,11
İthalat	Belirli endüstriler için özel makineler	21,60	Genel endüstriyel makine ve ekipman ve parçaları	12,38
	Genel endüstriyel makine ve ekipman ve parçaları	10,52	Belirli endüstriler için özel makineler	9,33
	Elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri ve parçaları	7,10	Karayolu taşıtları	8,46
	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	5,98	Elektrik üreten makine ve ekipmanlar	6,72

İtalya'ya gerçekleştirilen ihracata ürün grupları açısından bakıldığında; Tablo 6'da görüldüğü gibi, “tekstil sektörü”nden yapılan ihracatın payı azalırken, “karayolu taşıtları” ürün grubundan yapılan ihracatın payında oldukça yüksek bir artışın gerçekleştiği görülmektedir. 1996 yılında %15,77 olan pay, 2017 yılında %34,02'ye yükselmiştir. “Sebze ve meyve” ihracatının payında da bir azalış gerçekleşmiştir. İthalatta ise, “endüstriyel makineler”in payı azalırken, “karayolu taşıtları” ve “elektrik üreten makine ve ekipmanlar” 2017 yılındaki ilk dört ürün grubu arasında yer almıştır. Genel olarak, İtalya'ya yapılan ihracatta nitelik olarak düşük ve orta teknolojili imalat ürünleri ile tarımsal ürünlerin önemini koruduğu ifade edilebilir.

Tablo 7: Türkiye'nin İspanya ile Dış Ticaretine Ürünlerin Payları

Dış Ticaret	1996		2017	
	Ürün Grubu Adı	Pay %	Ürün Grubu Adı	Pay %
İhracat	Metalik olmayan mineral ürünler	16,83	Giyim eşyası ve giyim aksesuarları	32,43
	Sebze ve meyve	12,90	Karayolu taşıtları	23,45
	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	11,53	Demir ve çelik	6,75
	Giyim eşyası ve giyim aksesuarları	6,86	Tekstil ipliği, kumaşlar, tamamlanmış ürünler ve ilgili ürünler	4,87
İthalat	Diğer taşıma ekipmanları	14,85	Karayolu taşıtları	26,50
	Karayolu taşıtları	10,43	Demir ve çelik	7,75
	Organik kimyasallar	9,27	Yapay reçineler ve plastik malzemeler ve selüloz esterleri vb.	7,23
	Belirli endüstriler için özel makineler	5,57	Diğer taşıma ekipmanları	6,98

İspanya'ya olan ihracat ise; 1996 yılındaki birincil ürünlere ve düşük teknolojlili imalat ürünlerine dayalı yapısını, 2017 yılında da sürdürmektedir. Zira, “giyim eşyası ve giyim aksesuarları” ürün grubunun payı %6,86'dan %32,43'e yükselmiştir. Bununla birlikte, 2017 yılında orta teknolojlili imalat ürünlerinin de payı yükselmiştir. “Karayolu taşıtları” ürün grubu 1996 yılında ilk dört ürün grubu arasında yer alamazken, 2017 yılında bu ürün grubunun İspanya'ya yapılan toplam ihracat içerisindeki payı %23,45 olarak gerçekleşmiştir. İspanya'dan ithalatı yapılan ürün grupları içerisinde, “karayolu taşıtları”nın payı 2017 yılına gelindiğinde artış göstermiştir.

7. SONUÇ

Genel olarak Türkiye'nin Gümrük Birliği üyeliğinden sonra, AB pazarında hem ithalat hem ihracat açısından çok yüksek derecede yoğunlaşmadan, yüksek derecede yoğunlaşmaya gerileme söz konusudur. Yani, ülke çeşitlenmesi söz konusudur. HHI sonuçları da benzer bulgular ortaya koymaktadır. 1996 yılında AB'ye ihracatta yüksek yoğunlaşma-düşük rekabet yapısı varken, 2018 yılına gelindiğinde düşük yoğunlaşma – yüksek rekabet yapısı ortaya çıkmıştır. Bu durum, Türkiye'nin zamanla AB'ye ihracat ile gelir sağladığı kaynakları çeşitlendirdiği anlamına gelmektedir. İthalat açısından ise, Gümrük Birliği üyeliğinden itibaren orta yoğunlaşma-orta rekabet durumunda bir değişiklik gerçekleştirilememiştir. Bu durum, Türkiye'nin ithalatını birkaç ülke üzerinde yoğunlaştırdığı, dolayısıyla rekabetin sınırlı olduğu anlamına gelmektedir.

Analiz edilen dönem boyunca gerek ihracat gerek ithalat açısından en büyük paya sahip olan ülkelere bakıldığında, bu ülkelerin Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, İtalya ve İspanya olduğu görülmektedir. Söz konusu ülkeler için yapılan ürün yoğunlaşması sonuçlarına göre; Almanya ve Birleşik Krallık ile ihracat açısından ürün çeşitliliğinin arttırıldığı, Fransa'ya yapılan ihracatta önemli bir değişim gerçekleşmediği, İspanya ve İtalya'ya yapılan ihracatta ise ürün çeşitliliğinin azaldığı görülmüştür. Almanya'ya yapılan ihracatta düşük teknolojlili imalat ürünlerinden orta teknolojlili imalat ürünlerine geçiş gerçekleştirilmiştir. Almanya'dan yapılan ithalatta ise herhangi bir yapısal değişim söz konusu olmamıştır. Birleşik Krallık'a yapılan ihracatta düşük teknolojlili imalat ürünlerinin ağırlığı azalmış, orta teknolojlili imalat ürünlerinin payı ise artmıştır. Bu ülkeden yapılan ithalatta ise orta teknolojlili ürünlerden yüksek teknolojlili ürünlere doğru bir niteliksel değişim gerçekleşmiştir. Fransa'ya gerçekleştirilen ihracatta düşük teknolojlili imalat ürünlerinden orta teknolojlili imalat ürünlerine doğru bir niteliksel değişim gerçekleşmişken, bu ülkeden yapılan ithalatta bağımlılık oransal olarak artmıştır. İtalya'ya yapılan ihracatta nitelik olarak düşük ve orta teknolojlili imalat ürünleri ile tarımsal ürünlerin önemini koruduğu ifade edilebilir. İspanya'ya olan ihracat ise, 1996 yılındaki birincil ürünlere ve düşük teknolojlili imalat ürünlerine dayalı yapısını 2017 yılında da sürdürmektedir.

Söz konusu ülkeler için ithalat açısından yapılan ürün yoğunlaşması sonuçlarına göre; Almanya'dan yapılan ithalatta ürün yoğunlaşmasında küçük bir artış gerçekleştiği, İtalya'dan yapılan ithalatta ise ürün yoğunlaşmasının dönem boyunca azalış sergilediği gözlenmiştir. Diğer taraftan,

Fransa, Birleşik Krallık ve İspanya'dan yapılan ithalatta ürün yoğunlaşmasının fark edilir biçimde arttığı sonucu elde edilmiştir.

Özetle, Türkiye Gümrük Birliği sonrasında AB ülkeleri ile ihracat açısından gerek ülke çeşitliliğini gerek ürün çeşitliliğini sağlamış durumdadır. Aynı zamanda, ihracatın niteliksel değişimini de belli bir ölçüde sağladığı ifade edilebilir. Buna karşılık, bu ülkelerden yapmış olduğu ithalatta ihracattaki kadar çeşitlilik oluştuğu söylenemez. İthal ürünlerin teknoloji yoğunluğu da genel anlamda (Birleşik Krallık dışında) değişiklik göstermemiştir.

KAYNAKÇA

- Akgün Güngör, G., (2014), “Serbest Ticaret ve Endüstriyel Yoğunlaşma İlişkisi: Türkiye İmalat Sanayii Üzerine Bir İnceleme”, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 51 (595), 45-57.
- Bacchetta, M., Jansen, M., Piermartini, R., Amurgo-Pacheco, A., (2007), “Export Diversification as an Absorber of External Shocks”, <https://www.etsg.org/ETSG2007/papers/jansen.pdf>, (03.02.2019).
- Bashimov, G., (2017), “Dış Ticarete Ürün Bakımından Yoğunlaşma: Orta Asya Ülkeleri Örneği”, *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (12), 37-50.
- Brunner, H.P.W., Prasad, K., (2014), “Regional Cooperation and Integration (RCI) and Trade-Driven Competitiveness-Is There a Relation to Inclusive Growth?-Overview of Economic Literature”, (September 24, 2014). Robert H. Smith School Research Paper No. RHS 2500702, 1-31.
- Cottet, C., Madariaga, N., Jegou, N., (2012), “Export Diversification in the Franc Zone: Its Extent, Sophistication and Dynamics”, *Macroeconomics and Development*, No:3, 1-32.
- Çeviker, A., Taş, İ., (2011), “Türkiye’de İhracat Çeşitlendirmesi ve Büyüme İlişkisi”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3(2), 1-10.
- Çil Yavuz, N., (2000), “Türkiye’nin Dış Ticaretinin Mallar ve Ülkeler Açısından Konsantrasyon Analizi (1975-1998)”, *Çimento İşveren Dergisi*, 14, 3-12.
- DİE, (2003), “Dış Ticarete Yoğunlaşma 2001”, Yayın No: 2746, Ankara.
- Erkan, B., Sunay, Z.,F., (2016), “Türkiye’nin İhracatının Yoğunlaşma Perspektifinde Analizi”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5 (7), 1823-1842.
- Hinlo, J., E., Arranguéz, G.,I.,S., (2017), “Export Geographical Diversification and Economic Growth Among ASEAN Countries”, MPRA, Paper No: 81333.
- Ildırar, M., Kırıl, E., (2018), “Piyasa Yapısı ve Yoğunlaşma: Türk Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Analiz”, *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1), 93-117.

- Inomata, S., (2017), “Analytical Framework for Global Value Cahins: An Overview, in Measuring and Analyzing the Impact of GVCs on Economic Development”, Global Value Chain Development Report 2017, The World Bank, 15-35.
- Kaynak, S., (2016), “Giyim Eşyası İmalatı Piyasa Yapısı ve Yoğunlaşma Oranı: Türkiye’nin İlk 500 Sanayi Kuruluşu Üzerine Bir Uygulama”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 12 (30), 21-37.
- Kösekahyaoğlu, L., (2007), “Türkiye Dış Ticaretinde Ürün ve Ülke Bazında Yoğunlaşma: 1980-2005 Dönemi Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz”, İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 36, 15-34.
- Özer, O., Özden, A., Güneş, E., (2012), “Türkiye’de Tarım ve Tarıma Dayalı Sanayi Ürünleri Dış Ticaretinde Yoğunlaşmanın Araştırması”, 10. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Konya.
- Sannasse, R., V., Seetanah, B., Lamport, M., J., (2014), “Export Diversification and Economic Growth: The Case of Mauritius”, in: Jansen, M., Jallab, M.S. and Smeets, M., eds., Connecting to Global Markets-Challenges and Opportunities: Case Studies Presented by WTO Chair-Holders, Chapter 1, WTO, Geneva, 11-23.
http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/cmark_full_e.pdf, (17.03.2019).
- Seymen, D., (2009), “Gümrük Birliği, Türkiye’nin Avrupa Birliği ile Ticaretinde Ülke Yoğunlaşmasını Değiştirdi Mi?”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14 (1), 199-220.
- TÜİK (2019) http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046, (04.02.2019)
- Yıldırım, O., Özbaş, H., (2018), “Turkey’s International Trade Investigation & Country-Based Products Concentration in International Trade (2012-2016)”, EconWorld 2018, 23-25 January, Lisbon.
- Vahalik, B., (2015), “Analysis of Export Diversification Development of the European Union and BRICS Countries”, Ekonomicka Revue-Central European Revire and Economic Issues, 18, 59-69.
- Worldbank, (2019), “<https://data.worldbank.org/indicator/NE.TRD.GNFS.ZS>”, (03.02.2019).