

T. C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSADİ GELİŞME VE ULUSLARARASI İKTİSAT
BİLİM DALI

ENDÜSTRİ-İÇİ TİCARET: TÜRKİYE – ALMANYA ÖRNEĞİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Yağmur GÜRSEL

KOCAELİ-2023

T. C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSADİ GELİŞME VE ULUSLARARASI İKTİSAT
BİLİM DALI

ENDÜSTRİ-İÇİ TİCARET: TÜRKİYE – ALMANYA ÖRNEĞİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Yağmur GÜRSEL

Prof. Dr. Yusuf BAYRAKTUTAN

KOCAELİ-2023

T. C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSADİ GELİŞME VE ULUSLARARASI İKTİSAT
BİLİM DALI

ENDÜSTRİ-İÇİ TİCARET: TÜRKİYE – ALMANYA ÖRNEĞİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Tezi Hazırlayan: Yağmur GÜRSEL

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 14.06.2023 / 17

KOCAELİ-2023

ÖNSÖZ

Lisans eğitimi sonrasında bir süre yaşama fırsatı yakaladığım Almanya deneyiminin etkisiyle konusu belirlenen bu çalışmanın ortaya çıkmasında değerli görüşlerini paylaşan, kendisini tanımaktan gurur duyduğum ve duruşuyla örnek aldığım çok kıymetli danışman hocam Prof. Dr. Yusuf BAYRAKTUTAN'a gönülden teşekkür ederim. Yüksek lisans eğitimim süresince bilgi ve birikimime katkılarından istifade ettiğim ilgili anabilim dalının değerli öğretim üyelerine ve tez savunma jürisi üyelerine çok teşekkür ederim.

Hayatımın her anında yanımda olan ve desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, pes etmemeyi ve güçlü bir birey olmayı kendisinden öğrendiğim canım anneme minnettarlığımın tarifi için kelimeler kifayetsiz kalır.

Bu çalışmada olmamasına gayret ettiğim hata ve eksikliklerin sorumluluğu tarafıma aittir. İlerleyen süreçte daha nitelikli akademik çalışmalar yapma umuduyla bu çalışmanın yararlı olmasını dilerim.

Yağmur GÜRSEL

Haziran, 2023

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER.....	ii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
KISALTMALAR LİSTESİ	vi
TABLO LİSTESİ	vii
GRAFİK LİSTESİ	viii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE	3
1.1. DIŞ TİCARET: TANIMI VE ÖNEMİ.....	3
1.2. GELENEKSEL DIŞ TİCARET TEORİLERİ	4
1.2.1. Klasik Dış Ticaret Teorileri.....	5
1.2.2. Neo-Klasik Katkılar	6
1.2.3. Heckscher-Ohlin Modeli	7
1.3. YENİ DIŞ TİCARET TEORİLERİ	9
1.3.1. Varlık Modeli	10
1.3.2. Nitelikli İşgücü Teorisi.....	10
1.3.3. Tercihlerde Benzerlik Teorisi.....	11
1.3.4. Teknoloji Açığı Teorisi	11
1.3.5. Ürün Dönemleri Teorisi	12
1.3.6. Çekim Modeli.....	13
1.3.7. Kuzey-Güney Modeli	13
1.3.8. Ölçek Ekonomileri Teorisi	14
1.3.9. Monopolcü Rekabet Teorisi	15
1.4. ENDÜSTRİ-İÇİ TİCARET: TANIMI VE ÖNEMİ	17
1.5. ENDÜSTRİ-İÇİ TİCARETİ ÖLÇME YÖNTEMLERİ	18
1.5.1. Verdoorn Endeksi.....	19
1.5.2. Michaely Endeksi	19
1.5.3. Balassa Endeksi	19
1.5.4. Grubel-Lloyd Endeksi	20
1.5.5. Aquino Endeksi	21
1.5.6. Loertscher-Wolter Endeksi	22

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE-ALMANYA TİCARETİNİN GENEL YAPISI	23
2.1. TÜRKİYE-ALMANYA ARASINDAKİ İKTİSADİ İLİŞKİLER.....	23
2.2. TÜRKİYE-ALMANYA EKONOMİSİNİN GENEL GÖRÜNÜMÜ	25
2.3. TÜRKİYE-ALMANYA DIŞ TİCARETİNİN GÖRÜNÜMÜ.....	27
2.3.1. Türkiye'nin Almanya'ya İhracatı.....	31
2.3.2. Türkiye'nin Almanya'dan İthalatı.....	33
2.4. ALMANYA'DAKİ TÜRK VARLIĞI VE İLİŞKİLERE ETKİSİ	35
2.5. TÜRKİYE'NİN AB ÜYELİĞİ VE ALMANYA	37
2.6. TÜRKİYE'NİN GÜMRÜK BİRLİĞİ'NE KATILIMI VE TÜRKİYE- ALMANYA TİCARETİNE YANSIMALARI.....	39
2.7. TÜRKİYE-ALMANYA DIŞ TİCARETİNİN GELECEĞİ.....	41

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE-ALMANYA ENDÜSTRİ-İÇİ TİCARETİ	43
3.1. LİTERATÜR TARAMASI	43
3.2. YÖNTEM.....	45
3.3. ANALİZ VE BULGULAR	47
KAYNAKÇA	70
ÖZGEÇMİŞ.....	76

ÖZET

Geleneksel dış ticaret teorilerinin, benzer faktör yapısına sahip ülkeler arasında aynı endüstriye ait malların karşılıklı ithal ve ihraç edilmesi olarak tanımlanan endüstri-içi ticareti izah edememesi, yeni dış ticaret teorilerinin gelişimine; monopolcü rekabet koşullarında ölçek ekonomileri ve farklılaşmış mal olgularının ticaret nedeni olarak ele alınmasına yol açmıştır.

Ölçek ekonomilerinden yararlanmak isteyen firmalar, ortalama maliyetlerini düşürebilmek ve rekabet avantajı elde edebilmek için, farklılaşmış mallar üreterek belirli malların üretiminde uzmanlaşırlar. Başka ülkelerden farklılaşmış ürünlere yönelik oluşan talep hem endüstri-içi ticaretin gerçekleşmesini hem de refah artışını sağlamaktadır. Gelişme düzeyleri ve faktör yapıları birbirine yakın olan, aralarında gümrük engeli bulunmayan veya daha az gümrük engeli olan, komşu ülkeler ve iktisadi bütünleşmeye taraf ülkeler arasında endüstri-içi ticaret daha yüksektir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye ile Almanya arasındaki endüstri içi ticareti incelemektir. 2001-2022 dönemini kapsayan ithalat ve ihracattaki ilk 20 fasıla ait veriler yardımıyla, toplam 30 ürün grubundaki endüstri-içi ticaret düzeyi Grubel-Lloyd endeksi ile hesaplanmıştır. Analiz sonucunda, Türkiye-Almanya arasında orta-yüksek teknoloji ürün gruplarında endüstri-içi ticaretin gerçekleştiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Ticaret, Endüstri-İçi Ticaret, Türkiye-Almanya Ticareti

ABSTRACT

The inadequacy of traditional foreign trade theories to explain intra-industry trade, which is defined as the mutual import and export of goods within the same industry between countries with similar factor structures, has led to the development of new foreign trade theories under the conditions of monopolistic competition where economies of scale and differentiated goods are considered as trade reasons.

Firms that want to benefit from economies of scale specialize in the production of certain goods by producing differentiated goods in order to reduce their average cost and gain competitive advantage. The demand for differentiated products from other countries provides both the realization of intra-industry trade and the increase in welfare. Intra-industry trade is higher between neighboring countries and countries that are parties to economic integration, whose development levels and factor structures are close to each other, with no or less customs barriers between them.

The aim of this study is to examine intra-industry trade between Türkiye and Germany. Using the data of the first 20 chapters in imports and exports for the period of 2001-2022, the intra-industry trade index in a total of 30 product groups was computed making use of the Grubel-Lloyd index. As a result of the analysis, it was determined that intra-industry trade took place in medium-high technology product groups between Türkiye and Germany.

Keywords: International Trade, Intra-Industry Trade, Turkish-German Trade.

KISALTMALAR LİSTESİ

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

ADB: Alman Dışişleri Bakanlığı

AR-GE: Araştırma ve Geliştirme

DEİT: Dikey Endüstri-içi Ticaret

DESTATIS: Statistisches Bundesamt (Federal İstatistik Ofisi)

DIHK: Deutsche Industrie und Handelskammer (Alman Sanayi ve Ticaret Odası)

EAT: Endüstriler-arası Ticaret

EİT: Endüstri-içi Ticaret

TB: Ticaret Bakanlığı

TİM: Türkiye İhracatçılar Meclisi

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

WB: World Bank (Dünya Bankası)

YEİT: Yatay Endüstri-içi Ticaret

TABLO LİSTESİ

Tablo-1: Türkiye'nin iktisadi görünümü	25
Tablo-2: Almanya'nın iktisadi görünümü	26
Tablo-3: Türkiye'nin Almanya'ya yaptığı ihracatta ilk 20 fasıl (Milyon \$).....	32
Tablo-4: Türkiye'nin Almanya'dan yaptığı ithalatta ilk 20 fasıl (Milyon \$).....	34
Tablo-5: Harmonize sistem HS2 (fasıl) sınıflandırmasına göre ele alınan ürün grupları	47
Tablo-6: Türkiye ile Almanya'nın endüstri-içi ticareti (2001-2022).....	48



GRAFİK LİSTESİ

Grafik-1: Türkiye'nin dış ticaret hacmi (Milyar \$)	28
Grafik-2: Türkiye'nin ithalat ve ihracat rakamları (Milyar \$)	29
Grafik-3: Almanya'nın ithalat ve ihracat rakamları (Milyar \$)	30
Grafik-4: Türkiye'nin Almanya ile yaptığı ticaret (Milyar \$).....	30
Grafik-5: AB'nin Türkiye'nin ithalat ve ihracatındaki payı (%).....	40
Grafik-6: 87 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	49
Grafik-7: 85 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	50
Grafik-8: 83 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	51
Grafik-9: 84 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	51
Grafik-10: 74 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	52
Grafik-11: 73 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	53
Grafik-12: 40 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	53
Grafik-13: 82 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	54
Grafik-14: 39 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	54
Grafik-15: 69 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	55
Grafik-16: 72 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	56
Grafik-17: 33 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	56
Grafik-18: 90 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	57
Grafik-19: 48 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	57
Grafik-20: 76 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	58
Grafik-21: 27 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	59
Grafik-22: 94 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	59
Grafik-23: 28 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	60
Grafik-24: 88 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	61
Grafik-25: 34 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	61
Grafik-26: 38 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	62
Grafik-27: 32 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	62
Grafik-28: 63 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	63
Grafik-29: 29 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	63
Grafik-30: 30 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	64
Grafik-31: 62 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	64
Grafik-32: 08 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	65
Grafik-33: 20 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	65
Grafik-34: 07 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	66
Grafik-35: 61 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)	66

GİRİŞ

Klasik iktisatçılar karlı ticaretin gerçekleştirilebilmesini açıklamak üzere mutlak üstünlük ve karşılaştırmalı üstünlük teorilerini geliştirmişlerdir. Emek-değer teorisine dayandırılan bu teorileri geliştiren neo-klasik iktisatçılar, ekonomideki tek üretim faktörünün emek olmadığını, sermaye, girişim ve doğal kaynakların katkısını da hesaba katan “fırsat maliyeti” kavramını kullanmışlardır. Ayrıca, maliyet ve birim fiyatla sınırlı kalan arz yönlü bir yaklaşım yerine talep unsurunun da analize dahil edilmesini sağlamışlardır.

Klasik ve neoklasik yaklaşımda üzerinde durulmayan verimlilik ve fiyat farklılıklarının nedenini açıklayan bir yaklaşım olarak Heckscher-Ohlin modeline göre, bir ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahipse, üretiminde o faktörün yoğun olarak kullanıldığı mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder ve bu malları ihraç ederken kıt olan faktörün yoğun kullanıldığı malları ithal eder. 1950’lerden itibaren yapılan ampirik değerlendirmelerin paradoksal bulguları yeni teorilerin gelişimine yol açmıştır. Geleneksel dış ticaret teorilerinin aynı sektörde bulunan bir ürünün hem ihraç hem de ithal edilmesini ifade eden endüstri-içi ticarete açıklık getirememesi yeni teorilerin önünü açmıştır.

Yeni dış ticaret teorilerinde ön plana çıkan ölçek ekonomileri, farklılaşmış mal ve monopolcü rekabet kavramlarıyla endüstri-içi ticarete yönelik yaklaşımlar sunulmuştur. Heckscher-Ohlin modelindeki sabit getiriler ve faktör donanımı açısından benzer yapıya sahip ülkeler arasındaki ticaret hacminin düşük olacağı beklentisine karşılık, monopolcü rekabet ve ölçek ekonomileri teorisinde artan getiriler söz konusu olsa dahi benzer yapıdaki ülkeler arasında da karlı ticaretin gerçekleşebileceği ileri sürülmektedir. Üretim hacminin artmasıyla maliyet avantajlarından yararlanmak isteyen firmalar, piyasadaki talebi karşılamak üzere farklılaşmış mallar üreterek rekabet avantajı elde etmeye çalışmaktadır. Birden çok ülkede bulunan farklılaşmış ürünlere yönelik talebin artması ise endüstri-içi ticareti doğurmakta olup, farklılaşmış ancak birbirinin yakın ikamesi olan malların söz konusu olması da monopolcü rekabet koşullarını oluşturmaktadır. Nihayetinde, monopolcü rekabet teorisinden yola çıkarak endüstri-içi ticaret açıklığa kavuşturulmuştur.

Teorik gelişmelerin ardından endüstri-içi ticaretin önemi 1957’de Avrupa Ekonomik Topluluğu’nun kurulmasıyla belirgin hale gelmiştir. Bununla birlikte II. Dünya Savaşı’nın olumsuz etkilerini ortadan kaldıracı için gümrük tarifleri ve dış ticareti kısıtlayıcı diğer engellerin kaldırılmasıyla birlikte ticaretin serbestleşmesi firmaların piyasalara erişimlerini kolaylaştırmış ve rekabetin artmasına yol açmıştır. Sanayileşmiş ülkelerde sermaye, vasıflı işgücü ve teknoloji düzeyinde meydana gelen gelişmeler ülkelerin daha fazla benzer yapıya sahip olmasını beraberinde getirmiş, tüketicilerin zevk ve tercihlerine göre farklılaşmış ürünlere erişebilmesi refah artışına olumlu yansımış ve endüstri-içi ticaretin gelişmesini sağlamıştır. Endüstri-içi ticaretin teorik olarak açıklığa kavuşturulmasıyla birlikte ölçülmesine yönelik çalışmalar da literatüre dahil olmuştur.

1980’den itibaren Türkiye’nin ihracata dayalı sanayileşme politikasını benimsemiş olması ve endüstri-içi ticaretin giderek artan önemiyle birlikte Türkiye’nin endüstri-içi ticareti de birçok çalışmaya konu olmuştur. Bu çalışmanın amacı ise, Türkiye’nin ihracatında ilk sırada yer alan Almanya ile endüstri-içi ticaretini analiz etmek; Türkiye’nin Almanya ile uzun yıllara dayanan ticaret ilişkilerini endüstri-içi ticaret açısından değerlendirmektir.

Üç bölümden oluşan bu çalışmanın birinci bölümünde dış ticaret ve endüstri-içi ticaretin kavramsal ve teorik çerçevesi sunulmaktadır. İkinci bölümde, Türkiye ile Almanya arasındaki iktisadi ilişkilerin tarihsel seyri ve her iki ülkenin genel iktisadi görünümüne dair verilerin paylaşılmasının ardından, Almanya’nın Türkiye’nin Avrupa Birliği üyelik sürecindeki etkisi ve Gümrük Birliği üyeliğinin Almanya ile gerçekleştirilen ticarete nasıl bir etkide bulunduğu dair başlıklara yer verilmektedir. Üçüncü bölümde, Türkiye’nin Almanya ile ticaretinde yer alan ürün gruplarına ait verilerle endüstri-içi ticaret endeksi hesaplanarak yorumlanmaktadır. Sonuçta, çalışmanın genel değerlendirilmesi yapılarak, Türkiye-Almanya endüstri-içi ticaretinin geliştirilmesine yönelik politika önerilerinde bulunmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Dışa açıklığın kaçınılmaz olduğu koşullarda, dış ticaret uluslararası iktisadi etkileşim kanallarının başında yer almaktadır. Dış ticaretin anlamı, önemi, nedenleri ve endüstri-içi ticaret olgusuna doğru teorik gelişim, bu bölümde ele alınmaktadır.

1.1. DIŞ TİCARET: TANIMI VE ÖNEMİ

Dış ticaret, ülkeler arasında mal ve hizmetlerin mübadelesi olarak ifade edilmektedir. Dünya üzerinde birbirinden bağımsız birçok ülke bulunmakta, ancak hiçbir ülke yurt içi talebi karşılayacak miktarda doğal kaynağa ve üretim kapasitesine sahip değildir. Mevcut kaynaklarla bazı mal ve hizmetleri üretemediklerinden dolayı iç talebi karşılamak üzere başka ülkelere temin etmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla, bu durum ülkeleri birbirine bağımlı hale getirerek dış ticarete yönlendirmektedir (Karluk, 2013: 1).

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte 1980'lere kadar geçen süreçte dış ticarete korumacı politikaların kaldırılması sonucu uluslararası ticaretin artması küreselleşme eğilimine hız kazandırmış ve karşılıklı bağımlılığı daha da artırmıştır (Salvatore, 2013: 4-7). Ülkelerin birbirlerine bağımlılığı ile dış ticarete yönelmeleri iki temel nedene dayanmaktadır. İlki, birbirlerinden tamamen farklı olmalarıdır. İkincisi ise, ölçek ekonomilerine erişmektir. Yani, her şeyi üretmek yerine, farklılıklar nedeniyle sahip oldukları sınırlı ürün yelpazesindeki malları büyük ölçekte üreterek, üretimi daha verimli hale getirmektedir (Krugman ve Obstfeld, 2003: 10).

Dış ticaretin bir diğer nedeni, ülkeler arasındaki fiyat farklılıklarıdır. Doğal kaynak ile birlikte faktör donanımındaki farklılığın bir sonucu olarak ortaya çıkan üretim maliyetindeki farklılıklar iş bölümü ve uzmanlaşma kavramlarını ortaya çıkarmaktadır. Bazı malların üretiminde uzmanlaşma, kaynakların daha verimli kullanılmasını ve ilgili malların daha ucuza üretilmesini sağlayacaktır. Öyle ki, ülkeler zengin olarak sahip olduğu faktörün kullanıldığı malları daha düşük maliyetle üretebildiği için karşılaştırmalı üstünlük elde ederek bu malların ihracatçısı konumuna gelmekte, yani bu malın üretiminde uzmanlaşmaktadır. Buna karşılık, üretimi yüksek maliyetli olan malların ise ithalatçısı olmaktadır. Dış ticarete neden olan bir diğer

etmen de farklılaşmış mallardır. Tüketicilerin zevk ve tercihlerindeki farklılığa bağlı olarak başka ülkelerde üretilen farklı nitelikteki mallara yönelik ortaya çıkan talep de dış ticareti zorunlu hale getirmektedir (Seyidoğlu, 2003: 4-23). Tüm bu etmenlere ek olarak, riskleri farklı pazarlara dağıtmak, devlet teşvikleri ve ekonomik bütünleşmeler de ülkeleri dış ticaret yapmaya sevk etmektedir (Uğur, 2022: 1).

Günümüzde ekonomilerin rekabet edebilme yetenekleri, uluslararası alanda ticari ilişkilerin önemli bir belirleyicisi haline gelmiştir. Rekabetin artan önemi, ülkelerin geleneksel ticaret yaklaşımlarını değiştirmeleri gerektiğini ön plana çıkarmıştır. Dış ticaret, ülkelerin ekonomik açıdan söz sahibi olması, büyümesi ve kalkınması için önem arz etmektedir. İleri teknoloji düzeyi ile desteklenen istikrarlı makroekonomik yapıların varlığı bir ülkenin dış ticarete rekabet gücüne sahip olmasını ve ticaret payının büyük olmasını mümkün kılmaktadır (Gültekin, 2011: 31). Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler gelişmişlik düzeyi açısından geride kalmamak, rekabet gücü elde edebilmek ve yeni teknolojiler geliştirmek için bilgi birikimine, yeni sanayileşme stratejilerine ve politikalarına gereksinim duymaktadır (Kaya, 2021: 4)

Nitekim, ülkelerin hangi malları ihraç ve ithal edebileceği, karşılıklı dış ticaretin kapsamı, nispi fiyat ve refah etkilerini konu alan argümanlar, klasik iktisatçılardan itibaren gündemde olmuş ve geleneksel dış ticaret teorilerini ortaya çıkarmıştır. Ancak, ölçek ekonomileri ve farklılaşmış mal kavramlarından söz edilmeye başlanması yeni dış ticaret teorilerini gerekli kılmıştır.

1.2. GELENEKSEL DIŞ TİCARET TEORİLERİ

Dış ticareti açıklamak üzere Sanayi Devrimi öncesinde feodal yapıdaki ülkelerin modern ulusal devletlere dönüşüm sürecinin bir ürünü olarak ortaya çıkan ve “Merkantilizm” adı ile anılan düşünce akımı, 16. ve 17. yüzyılın hakim iktisadi doktrini olmuştur (Salvatore, 2013: 32). Merkantilistlere göre yeryüzündeki servetin kaynağı altın ve değerli madenlerdir. Bir diğer ifade ile, bir ülke ne kadar çok altın ve değerli maden stokuna sahip ise refah seviyesi o kadar yüksektir. Bu düşünceden hareketle Merkantilistlerin uyguladığı dış ticaret politikasının amacı, ihracatı artırmak ve hammadde dışında ithalatı kısıtlamaktır (Bayraktutan, 2022: 13). Bu yönüyle Merkantilizm, devlet müdahalesinin olduğu korumacı bir doktrindir. Zira, ticaret

fazlası oluşturarak altın stoklarını artırabilmek amacıyla, iç ve dış iktisadi faaliyetlere müdahale edilmektedir (Seyidoğlu, 2003: 14).

Merkantilistlerin bir diğer görüşü ise dünya servetinin sabit olduğudur. Bir ülkenin diğer ülkelere daha fazla ihracat yaparak ticaret fazlası vermesi, diğer ülkelerin o ülkeye daha az ihracat yaparak ticaret açığı vermesine sebep olmaktadır. Dolayısıyla, merkantilist düşünceye göre uluslararası ticaret sıfır toplamı bir oyundur (Ünsal, 2005: 6). Ancak, sanayi devriminden sonra üretimde kas gücünün yerine makinaların kullanılmasıyla birlikte üretim istenildiği kadar artırılabilir hale gelmeye başlamıştır. Temel amaç üretimden çok ürünlere pazar bulmak olmuş ve merkantilizmin bu ihtiyacı karşılayamaması liberal düşünceye yönelimi artırmıştır (Bayraktutan, 2022: 17).

1.2.1. Klasik Dış Ticaret Teorileri

Klasik iktisadi düşünce ve liberal iktisat politikaları Adam Smith'in 1776 yılında yayınlanan "Ulusların Zenginliği (Wealth of Nations)" başlıklı eseriyle ön plana çıkmaya başlamıştır. Smith'in bireylerin rasyonel olduğu (homo economicus), "bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler" (laissez faire, laissez passer) ve fiyat mekanizmasını ifade eden "görünmez el" görüşleri klasik liberalizme yön vermiştir (Seyidoğlu, 2003: 15).

Smith, eserinde serbest dış ticaretin yararlarını ortaya koyarak merkantilizmin dış ticareti sınırlandıran görüşlerine karşı çıkmıştır. Dünyadaki servetin kaynağının değerli madenler olmadığını ve servetin de sabit olmadığını ifade ederek bu düşünce akımına bir eleştiri yöneltmiştir. Smith'e göre, değer asıl kaynağı emektir. Zira serbest dış ticaret koşulları altında işbölümü ve uzmanlaşma ile artan dünya kaynak verimliliği, üretim ve refahın artmasını da beraberinde getirmektedir (Bayraktutan, 2022: 17-19).

Merkantilizmin aksine klasik iktisatçılar iki ülkenin de dış ticaretten karşılıklı kazanç elde edebileceğine yönelik teoriler ileri sürmüşlerdir. A. Smith'in geliştirdiği "Mutlak Üstünlükler Teorisi" ise dış ticaret teorilerinin temelini oluşturmaktadır. İki ülkeli-iki mallı ve tek üretim faktörünün emek olduğunu varsayan bu teoriye göre, bir ülke hangi malı daha ucuza üretiyor ise o malın üretiminde uzmanlaşmalı ve ihraç etmeli; pahalıya ürettiği malı ise ithal etmelidir. Böylelikle, emek faktörünün verimli şekilde kullanılması sonucu artan üretim, ülkeler arasında paylaşılr ve karşılıklı

ticaretin etkisi ile refah artışını sağlar (Salvatore, 2013: 34; Ünsal, 2005: 7-8). Ancak, teoride iki ülkeden birinin her iki malın üretiminde de mutlak üstünlüğe sahip olduğu bir durumun ihmal edilmesi karlı dış ticareti açıklamada yetersiz kalmaktadır. D. Ricardo'nun "Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi" ise bu eksikliği gidermektedir.

Ricardo'ya (Aktaran: Seyidoğlu, 2003: 18-20) göre, bir ülke her iki malın üretiminde mutlak üstünlüğe sahip olmasına rağmen, ticaretten karşılıklı kazanç elde etmek mümkündür. Burada asıl önemli olan mutlak üstünlükten ziyade, üstünlüğün derecesidir. Bir ülke, hangi malı göreceli olarak daha düşük maliyetle üretiyorsa, o malın üretiminde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu için ihraç etmelidir. Buna karşılık, maliyet farkının göreceli olarak yüksek olduğu ve üstünlük sağlayamadığı malı ise ithal etmelidir. Karlı dış ticaretin gerçekleşebilmesi için sağlanması gereken en önemli koşul, maliyet farklarının iki malda da aynı olmamasıdır.

1.2.2. Neo-Klasik Katkıları

Dış ticaretin emek-değer teorisine dayanan teoriler ile tam olarak açıklanamayacağını düşünen Neo-Klasik iktisatçılar, bir ekonomide tek üretim faktörünün emek olmadığını, bununla birlikte sermaye, girişimci ve doğal kaynakların da üretim faktörleri içerisinde yer aldığını belirterek, "fırsat maliyeti" (opportunity cost) kavramı ile Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'ni geliştirip, teoriyi gerçek hayata uygun hale getirmişlerdir (Seyidoğlu, 2003: 24).

Neo-Klasik iktisatçılardan biri olan G. Haberler tarafından 1936 yılında ortaya konan "fırsat maliyeti" kavramına göre, bir malın fırsat maliyeti, o malın üretimini bir birim artırmak için gerekli olan kaynakları serbest bırakmak üzere, başka bir malın üretiminden vazgeçilmesi gereken miktara eşittir. Fırsat maliyeti kavramını anlamada önemli bir araç olan "dönüşüm eğrisi", bir başka adıyla "üretim imkanları eğrisi", veri teknoloji ve tam çalışma koşulları varsayımı altında bir ülkenin sınırlı kaynaklarla üretebileceği mal ve hizmet bileşimlerini göstermektedir. Bu eğri yardımıyla iki mallı bir model için oluşturulan koordinat düzleminde, ülke ekonomisinin üretim kapasitesi, büyüme/kalkınma performansı, nispi fiyatları, karşılaştırmalı üstünlük alanı ve dış ticaretin refah sonucu yorumlanabilmektedir (Bayraktutan, 2022: 31-35). Haberler'e (Aktaran: Karluk, 2013: 52) göre, emek dışındaki diğer üretim faktörleri de dikkate alındığında iki ülkedeki fırsat maliyeti farklı ise, emek-değer teorisine dayanmadan da benzer sonuçlar çıkacaktır.

Mutlak ve karşılaştırmalı üstünlük teorilerinde maliyet ve fiyat kavramlarının yalnızca arz koşulları dikkate alınarak açıklanmaya çalışılması J. Stuart Mill tarafından eleştirilmiştir. Mill (Aktaran: Yüksel ve Sarıdoğan, 2011: 200), talep unsurunun göz önünde bulundurulduğu “Karşılıklı Talep Kanunu” ile bir ülkenin diğer ülkedeki mallara olan talebinin şiddetinin derecesi bilinirse, dış ticaret hadlerinin belirlenmesinin de mümkün olacağını ifade etmiştir.

Mill’in açıklamalarından hareketle Marshall ve Edgeworth teklif eğrilerini geliştirmişlerdir. Teklif eğrisi, ithalata konu olan malın miktarının bir birim artırılmasına karşılık olarak önerilen ihraç malının miktarını gösteren eğridir. Eğri üzerindeki her nokta teklif ve talep edilen miktarlarla uluslararası nispi fiyatı, yani dış ticaret haddini göstermektedir (Bayraktutan, 2022: 44). Marshall ve Edgeworth (Maneshi, 1998: 5), bir ticaret dengesinin istikrarlı olup olmadığını, teknik gelişmelere veya ticaret vergilerine nasıl tepki verdiğini analiz etmek için teklif eğrilerini kullanmış ve dış ticaret hadlerinin belirlenmesinde arz ve talebin etkilerine açıklık getirmiştir.

Tüketici davranışlarını incelemek üzere neo-klasik iktisatçılar tarafından geliştirilen “farksızlık eğrileri (indifference curve)” ise, tüketiciye aynı düzeyde fayda sağlayan farklı mal bileşimlerini göstermektedir. Bireysel farksızlık eğrileri, mikro iktisadi düzeyde tüketici davranışlarını analiz etmek üzere geliştirilmiştir. Talep unsurunu dış ticaret analizlerine dahil etmek için ise toplumsal talebi temsilen “toplumsal farksızlık eğrileri” kullanılmalıdır. Ancak, her bireyin zevk ve tercihlerini ifade eden bireysel farksızlık eğrilerini toplayarak toplumsal farksızlık eğrilerine ulaşmanın zor olması, tercihleri etkileyen gelir düzeyi ve gelir dağılımının değişmesi sebebiyle toplumsal fayda düzeyini ve değişimini saptamak kolay olmamaktadır (Bayraktutan, 2022: 48-51).

1.2.3. Heckscher-Ohlin Modeli

Ricardo’nun karşılaştırmalı üstünlükler teorisi dış ticareti açıklamada güçlü bir teori olsa da ülkeler arasında emek verimliliği ve fiyat farklılıklarının nedenini açıklayamaması modelin eksikliğini ortaya çıkarmaktadır. Teorinin bu eksikliği E. Heckscher (1919) ve B. Ohlin’in (1933) çalışmalarında ele alınmış ve “faktör donanımı teorisi”, yaygın kullanımıyla “Heckscher-Ohlin Modeli” ile giderilmiştir. Karşılaştırmalı üstünlükler teorisinde tek üretim faktörü olduğu varsayılan emeğin

yanında sermayenin de analize dahil edildiği Heckscher-Ohlin modeline göre, bir ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahipse, üretiminde o faktörün yoğun olarak kullanıldığı mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder ve bu malları ihraç eder. Buna karşılık, kıt olan faktörün kullanıldığı malları ise ithal eder (Aslan ve Terzi, 2006: 2).

Heckscher-Ohlin Modeli'nden faktör fiyatları eşitliği, gelir dağılımı ve Rybczynski teorileri türetilmiştir. Faktör fiyatları eşitliği teorisine göre, faktör hareketliliğinin olmadığı bir durumda serbest ticaret ile faktör fiyatları eşitlenecektir. Bir diğer ifadeyle, ülkeler faktör donanımlarına bağlı olarak, zengin olarak sahip olduğu faktörün yoğun olarak kullanıldığı mallarda uzmanlaştığında bu sektördeki üretim artacaktır. Dolayısıyla, bol olan faktöre yönelik talep artacağı için fiyatı yükselecek, kıt olan faktöre yönelik talebin düşmesi ise fiyatını düşürecektir (Bayraktutan, 2022: 65).

Stolper ve Samuelson (1941: 66-73) tarafından türetilen gelir dağılımı teorisine göre, serbest ticaret ülkede bol olarak bulunan faktörün yararına iken, korumacılık kıt olan faktörün yararınadır. Serbest ticaret, ülkede bol olarak bulunan faktörün gelirini yükseltirken, kıt olan faktörün gelirini düşürecektir. Özetle, ülkelerin faktör donanımları ile uyguladıkları dış ticaret politikalarının, gelir dağılımı ve refah düzeyine etkide bulunduğu ileri sürülmektedir (Yüksel ve Saridoğan, 2011: 200).

Rybczynski teorisi ise, bir faktörün arzındaki artışın, o faktörün yoğun olarak kullanıldığı malın çıktısını büyük oranda artıracığını, arzı sabit kalan faktörün kullanıldığı malın çıktısının azaltacağını ifade etmektedir (Salvatore, 2013: 192).

Her ne kadar Heckscher-Ohlin teorisi analitik yönden tutarlı görünse de bir malın faktör donanımını belirleyebilecek tekniğin olmamasından dolayı uzun bir süre ampirik olarak test edilememiştir. Teorinin test edilmesi 1930'larda Wasilly Leontief'in geliştirdiği girdi-çıkı (input-output) tekniği ile mümkün hale gelmiştir (Karluk, 2013: 81).

Leontief (1953: 343) geliştirdiği girdi-çıkı yöntemi ile Heckscher-Ohlin Modeli'ni ampirik açıdan test etmek üzere, ABD'nin 1947 yılı verilerine dayanarak oluşturduğu 1 milyon dolarlık ihraç ve ithal ikamesi ürünleri içeren mal sepetlerini kullandığı analizinde Hecksher-Ohlin Modeli'nin geçerli olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bir diğer ifadeyle, sermaye-zengini olarak nitelendirilen ABD'nin emek-

yoğun mallar ihraç ederken, sermaye-yoğun malları ithal ettiği ortaya çıkmıştır. Analizden çıkan bu sonuç Heckscher-Ohlin Modeli'nde ileri sürülenin aksine bir durumu gösterdiği için literatürde "Leontief Paradoksu" olarak adlandırılmıştır.

Leontief'in elde ettiği bulgulardan beklenenin aksi bir sonucun çıkması, çalışmaya yönelik eleştirileri de beraberinde getirmiştir. Leontief bu çelişkili durumu açıklamak üzere, Amerika'daki işgücü niteliğinin diğer ülkelerdeki işgücüne kıyasla daha yüksek olduğunu ifade etmiştir. Paradoksu açıklama amacıyla devam eden çalışmalarda beşeri sermaye ve araştırma geliştirme faaliyetlerinden kaynaklanan "bilgi sermayesi" üzerinde durulmaya başlanmıştır. Bununla birlikte, Leontief yalnızca emek ve sermaye faktörlerini analize dahil ederken, dikkate alınmayan doğal kaynaklar da çalışmalarda ele alınmaya başlanmıştır (Seyidoğlu, 2003: 76-77).

Leontief'in tezine, yöntemle ilgili eleştiriler gelmiş olsa da devam eden tartışmaların ortak noktası, Heckscher-Ohlin Modeli'nin emek zengini olan gelişmekte olan ülkeler ile sermaye zengini olan gelişmiş ülkelerin arasındaki ticareti, yani endüstriler-arası ticareti açıklamakta başarılı olduğu şeklindedir. Bu tartışmalardan sonra, 1950'lerden itibaren gelişmiş ülkeler arasındaki ticaretin giderek artması, yeni uluslararası ticaret teorilerinin ileri sürülmesini beraberinde getirmiştir. (Yüksel ve Saridoğan, 2011: 201).

1.3. YENİ DIŞ TİCARET TEORİLERİ

Geleneksel dış ticaret teorileri karşılıklı dış ticareti açıklamak üzere literatürde önemli bir yere sahip olmasına rağmen, Leontief'in çalışmalarından sonra Heckscher-Ohlin'in faktör donanımı farklılığına bağlı olarak karşılaştırmalı üstünlüğe dayalı endüstriler-arası ticareti açıklayan teorisine kuşku ile yaklaşılmıştır. Zira dünya ticareti geleneksel teorilerin ileri sürdüğü gibi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında gerçekleşmek yerine, benzer faktör donanımına sahip gelişmiş ülkeler arasında gerçekleşmeye başlamıştır. Bu durum, geleneksel teorilerin öngörülerini ile çelişmekte olup, yeni teorilere zemin oluşturmuştur (Dura, 2000: 3-4).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra serbest dış ticaretin giderek artması ile birlikte faktör donanımları birbirine benzer olan gelişmiş ülkeler arasında endüstri-içi ticaretin arttığına yönelik bulgular elde edilmiştir. Endüstri-içi ticaret paylarındaki artışı açıklamak üzere geliştirilen yeni teorilerde, Heckscher-Ohlin modelindeki ölçeğe göre

sabit getiri ve tam rekabet varsayımları terk edilerek (Akkoyunlu, 1996: 71-72) ürün farklılaştırması ve ölçek ekonomileri gibi dinamik değişkenler yeni dış ticaret teorilerinde dikkate alınmaya başlanmıştır (Karluk, 2013: 147).

1.3.1. Varlık Modeli

I. Kravis'in (1956: 143-153; Bayraktutan, 2022: 79) geliştirdiği Varlık (Availability) Modeli'ne göre, bir malın ülkede bulunup bulunmaması dış ticaretin kapsamını belirlemektedir. Üretim faktörlerinin farklılığı ve maliyet dezavantajlarından dolayı yurt içinde üretilmeyen ürünler ithal edilecektir. Kravis, bir malın bir ülkede üretilmemesi sebepleri arasında doğal kaynakların eksikliğini “mutlak erişilemezlik (absolute nonavailability)”, teknoloji düzeyi veya maliyet dezavantajlarını ise “nispi erişilemezlik (relative nonavailability)” olarak tanımlamaktadır. Mutlak erişilemezlik ifadesi Heckscher-Ohlin'in faktör donanımı kavramını çağrıştırmaktadır. Nispi erişilemezlik ise teknolojik gelişme ve ürün farklılaştırması ile açıklanmaktadır. Teknolojik gelişmenin sağladığı maliyet avantajı, aynı zamanda yeni ürünleri de beraberinde getirmektedir. Bu ürünlerin her ülkede bulunmaması “gösteriş etkisi” ile başka ülkelere talep edilmesine ek olarak ürün farklılaştırması da dış ticarete teşvik etmektedir.

1.3.2. Nitelikli İşgücü Teorisi

Geleneksel dış ticaret teorilerinde homojen olarak kabul edilen emek faktörü, aslında sahip olduğu nitelik açısından her ülkede farklılık göstermektedir. Ülkeler başta eğitim olmak üzere, sağlık ve beslenmeye yönelik yatırımlarla sahip olduğu işgücünü nitelik yönünden zenginleştirip avantajlı duruma gelerek, bu avantajı dış ticarete yansıtabilmektedir (Bayraktutan, 2022: 73; Karluk, 2013: 189).

1960'lı yıllarda Donald B. Keasing ve Peter Kennen tarafından geliştirilen “Nitelikli İşgücü Teorisi”, gelişmiş ülkeler arasındaki dış ticareti nitelikli ve niteliksiz işgücü ayırmasına dayandırmaktadır. Teoriye göre, gelişmiş ülkeler nitelikli işgücü ile üretilen malların üretiminde uzmanlaşırken, niteliksiz işgücünün bol olduğu gelişmekte olan ülkeler ise niteliksiz işgücü ile üretilen malların üretiminde uzmanlaşırlar. Öyle ki, Keasing (1965), Leontief'in çalışmasından hareketle yalnızca Amerika Birleşik Devletleri'ni değil, Almanya ve Japonya gibi birçok gelişmiş sanayi ülkesindeki belirli meslek gruplarını dahil ederek gerçekleştirdiği ampirik analizinde,

nitelikli işgücünün özellikle sanayi ürünlerinin ticaretinde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Teori bu bağlamda değerlendirildiğinde, nitelikli işgücü tarafından üretilen emek-yoğun mallar ile sermaye-yoğun mallar aynı olduğundan dolayı, Heckscher-Ohlin modelinin değiştirilmiş bir şekli olarak görüldüğünden “neo-faktör donanımı” teorisi olarak da ifade edilmektedir (Seyidoğlu, 2003: 81-82).

1.3.3. Tercihlerde Benzerlik Teorisi

Tercihlerde Benzerlik Teorisi, 1961 yılında S. B. Linder’in dış ticareti talep yönlü olarak dikkate alması ile önceki arz yönlü dış ticaret teorilerinden farklılaşmaktadır. Linder, ticareti yapılan ürünleri doğal kaynakları içeren birincil ürün ve sanayi ürünü olarak iki ayrı gruba ayırarak modelini oluşturmuştur. Linder’e (Aktaran: Atik, 2006: 34; Ünsal, 2005: 220) göre, Heckscher-Ohlin teorisi birincil ürünlerin ticaretini açıklamak için yeterli iken, sanayi ürünlerinin ticaretini açıklamada yetersiz kalmaktadır. Zira, birincil ürünlerin ticareti faktör donanımı farklılıklarından kaynaklanan üretim maliyetlerine dayanırken, sanayi ürünlerinin ticareti, zevk ve tercihlerin belirleyicisi olan gelir düzeyine bağlıdır. Bu bağlamda tercihlerde benzerlik teorisi, zevk ve tercihlerin ön planda olması sonucu homojen olmayan sanayi ürünlerinin ticaretini açıklamaktadır. Öyle ki, benzer gelir düzeyine sahip olan ülkelerdeki hane halkları benzer zevk ve tercihlere sahip olacaktır. Dolayısıyla, bu ülkeler arasındaki sanayi ürünleri ticareti de fazla olacaktır.

Firmalar, iç talebi karşılamak üzere üretim yaptıkça uzmanlaşır ve üretim attıkça ölçek ekonomilerinden faydalanmak üzere, ürünleri benzer zevk ve tercihlere sahip olan ülkelere ihraç ederek uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde eder. Zevk ve tercihleri farklı olan azınlıkların talebi ise talep yapısı benzer olan başka ülkelere ithal edilerek karşılanır. Nitekim, iktisadi açıdan kabul edilebilir bir teori olmakla birlikte, iç piyasası olmayan ürünlerin ihracatını açıklayamaması teorisinin eksikliğini ortaya çıkartmaktadır (Bayraktutan, 2022: 76; Karluk, 2013: 192).

1.3.4. Teknoloji Açığı Teorisi

Heckscher-Ohlin modeli üretim teknolojisinin her ülkede aynı olduğunu varsaymaktadır. Buna göre (Ünsal, 2005: 211), bir ülkede meydana gelecek olan teknolojik yenilik diğer ülkelere hızlıca yayılacağı için dış ticareti etkilemeyecektir. Gerçek hayatla çelişen bu varsayıma karşılık olarak, 1961 yılında M. V. Posner iktisadi

koşulları birbirine benzer olan gelişmiş ülkeler arasındaki ticareti açıklamak üzere “Teknoloji Açığı Teorisi”ni ileri sürmüştür. Posner’e (1961: 323-324) göre, bir ülke yeni bir ürün veya üretim yöntemi icat ettiğinde, bunların ilk ihracatçısı olurken, diğer ülkeler ithalatçısı olmaktadır.

Yeni ürün veya üretim süreci geliştiren firmalar, patent, fikri mülkiyet hakkı vb. yasalarla koruma altına alınarak monopol gücü elde eder ve malın ilk ihracatçısı olurlar. Ancak, başlangıçta ithalatçı konumunda olan ülke sahip olduğu ucuz emek veya doğal kaynak üstünlüğü ile ürünü taklit ederek daha düşük maliyete üretir ve ihraç eder. Ürünün ilk üreticisi olan ülke ise üstünlüğü kaybederek ithalatçı ülke konumuna gelir (Seyidoğlu, 2003: 82-83).

1.3.5. Ürün Dönemleri Teorisi

1966 yılında Raymond Vernon tarafından öne sürülen “Ürün Dönemleri Teorisi” Teknoloji Açığı Teorisi’nin geliştirilmiş bir versiyonudur. Vernon’a göre (1966: 192-193), her ürün üç aşamalı bir yaşam devresine sahiptir ve çalışmasında ABD örneği ile bu aşamaları açıklamaktadır. Teoriye göre, yeni ürün ABD gibi nitelikli işgücü ve yüksek gelir düzeyinin olduğu ülkelerde ortaya çıkar. Öyle ki, yeni ürüne yönelik ilk talep yüksek gelir düzeyine sahip tüketiciler tarafından olur. Bu yüzden firmalar, ilk aşamada iç talebi karşılamaya yönelik üretim yapar ve tüketici tercihlerine göre ürünü geliştirirler. Ürün üretildikten sonra, diğer ülkeler tarafından da talep edilir ve ihraç edilmeye başlanır. Ancak, elde edilen monopol gücüne istinaden, ürün icat edildiği ülkede üretilmeye devam eder (Bayraktutan, 2003: 181).

İkinci aşamada, ürünün olgunlaşması ile birlikte üretim artar ve ölçek ekonomilerinden faydalanılır. Ancak, bu aşamada monopol gücü zayıflar ve ürün rakip firmalar tarafından taklit edilerek daha düşük maliyetle üretilebilir hale gelir. Üretim maliyetlerindeki farklılar göz önünde bulundurulduğunda, ilk üretici firma ürünü ihraç etmek yerine, başka ülkelere daha düşük maliyetle üretim yapmayı tercih eder (Ünsal, 2005: 215). Son aşamada ise, ürün standartlaşır ve Ar-Ge yatırımları ile nitelikli işgücüne olan ihtiyaç azalır. Üretim, işgücünün bol olması sebebiyle ücret seviyesinin düşük olduğu gelişmekte olan ülkelere kayar. İlk aşamada ihracatçı konumunda olan ülke, icat ettiği ürünün yurt dışında daha düşük maliyetle üretilmesi sonucu bu ürünü ithal edecek duruma gelir. Bu andan itibaren, yeni ürün ve teknolojiler geliştirmeye devam ederek bunların ilk ihracatçısı olması gerekmektedir (Karluk, 2013: 184).

1.3.6. Çekim Modeli

Çekim Modeli, Newton'un 17. yüzyılda geliştirdiği yer çekimi yasasından esinlenilmesiyle ileri sürülmüştür. Newton'a (Aktaran: Tatlıcı ve Kızıltan, 2011: 288-289) göre, cisimler birbirlerini kütleleri ile doğru, aralarındaki mesafe ile ters orantılı olarak çekerler. Ülkelerin dış ticaret eğilimlerini açıklamak üzere çekim yasasına başvuran ilk iktisatçılardan biri olan J. Tinbergen, yasanın ekonomiye uyarlanabilmesi için ekonometrik bir modelin gerekliliğini belirtmiştir. Kendisinden sonra gelen Poyhonen ve Linnemann tarafından 1960'larda teorisinin özü oluşturulmuş, 1980'lerden itibaren ise Anderson ve Bergstrand gibi iktisatçıların da katkılarıyla model geliştirilmiştir. Modele göre, dış ticaret miktarı ülkelerin milli geliri ile doğru, aralarındaki mesafe ile ters orantılıdır. Milli gelir arttıkça ihracat ve ithalat artacaktır. Mesafenin artması ise taşıma maliyetlerinden kaynaklı olarak ticarete olumsuz etkide bulunacaktır.

1.3.7. Kuzey-Güney Modeli

Vernon'un ürün dönemleri teorisine benzer sonuçların elde edildiği Kuzey-Güney Modeli'nde (Aktaran: Ağazade ve Karakaya, 2022: 474), ülkeler yenilikçi kuzey ve yenilikçi olmayan güney olarak ikiye ayrılmaktadır. Yeni ürünler başlangıçta yenilikçi kuzey ülkesinden güney ülkesine ihraç edilmekte, üretim teknolojisinin zamanla güney ülkesinde kullanılabilir hale gelmesiyle düşük ücretlerden kaynaklanan rekabet üstünlüğü sayesinde bu ürünler kuzey ülkesinin güney ülkesinden ithal edilmesiyle neticelenmektedir.

Modelde, gelir veri iken üretilen-tüketilen mal miktarı artınca tüketicilerin refah seviyesinin artacağı ve çeşitliliği tercih ettikleri kabul edilmektedir. Bu bağlamda, kuzeyde yeni bir mal üretildiğinde çeşitlilik artmakta ve buna bağlı olarak kuzeydeki tüketicilerin refah seviyesi yükselmektedir. Ayrıca, kuzeydeki firmaların elde ettiği geçici monopol gücü, kuzeydeki ücretlerin yüklemesini sağlayacaktır. Dolayısıyla, daha yüksek ücret ve daha fazla çeşitlilikten dolayı işçilerin-tüketicilerin refah seviyeleri yükselecektir. Buna karşılık, kuzeydeki ücretlerin güneye kıyasla yüksek olması, yeni malların üretiminin ve teknolojik bilgisinin güneye transferini teşvik edeceğinden dolayı kuzeyin monopol gücünün sona ermesiyle ücretlerin düşmesi refah seviyesini düşürürken, güneydeki ücretlerin artması refah seviyesini yükseltecektir.

Bu süreçte, kuzeydeki refah seviyesinin azalmaması için kuzeyde yeni ürünlerin üretilmesi gerekmektedir (Ünsal, 2005: 218).

1.3.8. Ölçek Ekonomileri Teorisi

Heckscher-Ohlin modelinde üretimde sabit getirilerin söz konusu olduğu ve faktör donanımı açısından birbirine benzer olan ülkeler arasında dış ticaret hacminin büyük olmayacağı varsayılmaktadır. Ölçek ekonomileri teorisine göre, üretimde artan getiriler söz konusu olduğunda bile birçok açıdan benzer olan ülkeler karşılıklı dış ticaretten kazanç sağlayabilmektedir (Salvatore, 2013: 159).

Ölçek ekonomileri içsel ve dışsal olarak ikiye ayrılmaktadır. İçsel ölçek ekonomileri kavramı, firmanın üretim hacminin artması ile ortalama maliyetlerinin azaldığını ifade etmektedir. Dışsal ölçek ekonomileri ise, firmanın bağlı olduğu endüstrideki üretim hacminin artması sonucu firmanın üretim maliyetlerinin azaldığını belirtmektedir (Seyidoğlu, 2003: 87). İçsel ölçek ekonomileri söz konusu olduğunda firmaların artan üretim hacmi ile elde ettiği maliyet avantajından faydalanmak istemeleri sonucu, piyasa talebi tek bir firma tarafından veya az sayıda firma tarafından karşılanabilmektedir. Bu durumda içsel ölçek ekonomilerinde eksik rekabet piyasa yapısının varlığından söz edilebilmektedir. Dışsal ölçek ekonomilerinde ise bir firma diğer firmalar karşısında maliyet avantajı elde edememekte ve piyasa talebi çok sayıda firma tarafından karşılanabilmektedir. Bu durum geleneksel dış ticaret teorilerinin tam rekabet varsayımı ile çelişmemektedir (Ünsal, 2005: 225-226).

Ortaya çıkan maliyet avantajlarına ilave olarak, firmaların rekabet avantajı elde etmek için farklılaşmış mallar üreterek ürün çeşitliliğini artırması, tüketicilerin farklı ülkelerde üretilen değişik türdeki ürünleri talep edebilmesini sağlayarak refah artışını olanaklı hale getirmektedir (Yüksel ve Sarıdoğan, 2011: 201). Maliyet dezavantajı nedeniyle bir malın her çeşidi üretilmeyeceği için firmalar belirli malların üretiminde uzmanlaşacaklardır. Bu nedenle, ölçek ekonomilerinin söz konusu olduğu bir durumda bir ülkede üretilen ürün çeşitleri sınırlı sayıda olacaktır (Akkoyunlu, 1996: 79). Birden fazla ülkede farklılaşmış ürünler bulunmakta ise, her çeşit yalnızca bir ülkede üretileceğinden dolayı, farklılaşmış ürüne yönelik talebin oluşması iki ülke arasında endüstri-içi ticaretin gerçekleşmesini sağlayacaktır (Helpman, 1984: 355). Farklılaşmış ancak birbirine yakın ikame malların varlığı monopolcü rekabet piyasa koşullarını meydana getirmektedir (Karluk, 2013: 149).

1.3.9. Monopolcü Rekabet Teorisi

Geleneksel teorilerin öne sürdüğü tam rekabet koşullarından biri olan malların homojenliği varsayımı günümüz dünyasında karşılık bulamamaktadır. Özellikle sanayi mallarının büyük çoğunluğu bileşimi, görünümü, kullanılışı veya markası açısından farklılaşmaktadır. Bu şekilde aynı endüstriye ait farklılaşmış malların karşılıklı ticareti endüstri-içi ticaret olarak ifade edilmektedir. Monopolcü rekabet teorisi ise, uluslararası ticareti faktör donanımındaki farklılığa dayandırarak açıklamaya çalışan geleneksel teorilerin aksine, ölçek ekonomileri ve farklılaşmış mal varsayımları ile endüstri-içi ticareti açıklamaya çalışmaktadır (Dura, 2000: 12).

Monopolcü rekabet teorisi, ilk olarak 1933 yılında Edward Chamberlin tarafından ileri sürülmüştür. Chamberlin, piyasaya yeni girecek olan firmaların ürünlerini, aynı endüstride faaliyet gösteren firmaların ürünlerinden farklılaştırdığını ifade etmiştir. Ölçek ekonomileri veri iken, yeni firmaların normal üstü karı uzun dönemde sıfır olacaktır. Bu nedenle Chamberlin, tekel karını düşüren tekel nitelikli firmaların bulunduğu bir endüstri düşünmüştür. Ancak, 1970'ten önceki yıllarda ürün farklılaşmasının ayrıntılı olarak ele alınamamasından dolayı teori dış ticaret teorisine entegre edilememiştir (Karluk, 2013: 147). Daha sonra Dixit ve Stiglitz (1977), Krugman (1979), Lancaster (1980) ve Helpman (1981) tarafından model geliştirilerek monopolcü rekabet ile uluslararası ticaret arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılmıştır.

Dixit ve Stiglitz (Aktaran: Akkoyunlu, 1996: 76), 1977 yılındaki çalışmalarında bir ürünün tüm çeşitlerinin her bir tüketici tarafından talep edildiğini belirtmişlerdir. Tüketici tercihlerinin iki aşamalı fayda fonksiyonu ile ele alındığı modelde, her bir tüketicinin fayda fonksiyonunun aynı olduğu ve tüm ürün çeşitlerinin fayda fonksiyonuna simetrik olarak girdiği varsayılmıştır. Ürün farklılaştırması, yeni bir ürün çeşidinin üretilmesi olarak modele dahil edilmiştir. Modelden çıkan sonuca göre, mevcut ürün çeşitlerinin fiyatı ve bir ürün için yapılan toplam harcama veri iken, ürün çeşitliliğinin artması tüketicilerin toplam faydasını maksimize etmektedir.

Krugman'a göre (1979: 477-478), ölçek ekonomileri söz konusu olduğunda zevklerde, teknolojiye ve faktör donanımında farklılıkların olmadığı bir durumda bile ticaret gerçekleşebilir ve karşılıklı kazanç sağlanabilir. Zira, benzer zevk ve teknolojiye sahip olan iki ülke düşünüldüğüne, birleşik bir pazarın olması daha fazla ürün çeşitliliğine ve büyük bir üretim ölçeğine olanak sağlayacaktır. Aynı zamanda

Krugman, kapalı bir ekonomide faktör hareketliliğinin olduğu bir durumda emek faktörünün daha büyük işgücüne sahip olan bölgeye göç edeceğini ve serbest ticaret ortamındaki aynı kazançların elde edilebileceğini ifade etmektedir.

Krugman (1980) aynı zamanda Dixit ve Stiglitz'in modelini basitleştirip ulaşım maliyetlerini de dahil ederek, monopolcü rekabet teorisine katkıda bulunmuştur. Buna göre, diğer her şey sabitken ölçeğe göre artan getirilerin söz konusu olduğu durumda, bir malın üretimi en büyük pazara yakın yerde yoğunlaşacaktır. Üretimin tek bir yerde yoğunlaşması sonucu ölçek ekonomilerinin büyük pazarın yakınında konumlanması ulaşım maliyetlerini en aza indirecektir. Ülkeler, büyük iç pazara sahip oldukları malların ihracatçısı olacaktır.

Lancaster'a göre (1980: 154-155), her bir farklılaşmış ürünün değişik bir özelliği olduğu gibi, tüketici isteklerinin de birbirinden farklı olması sonucu her bir tüketicinin talebini karşılayan değişik özelliklere sahip bir ideal mal bulunmaktadır. Nihayetinde, tüketici mevcut ürünler arasından, istediği tüm bileşenleri sağlayan kendisi için ideal olan ürünü tüketemediğinde yakın ikamesi olan ürünü tercih edecektir.

Helpman (1981: 306), monopolcü rekabete yönelik Chamberlin tipi yaklaşımla Heckscher-Ohlin'in faktör donanımı yaklaşımını entegre ederek dış ticareti açıklamaktadır. Helpman'a göre, iki ülke arasında hem endüstriler-arası hem de endüstri-içi ticaret gerçekleşmektedir. Sermaye zengini olan bir ülke sermaye-yoğun malın net ihracatçısı olurken, emek-zengini olan bir ülke emek-yoğun malın net ihracatçısı olacaktır. Farklılaşmış mallar her ülke tarafından ithal ve ihraç edilecektir. Burada öne çıkan durum, kişi başına düşen gelirdeki farklılık azaldıkça endüstri-içi ticaretin dış ticaret hacmi içerisindeki payının artacağıdır (Akkoyunlu, 1996: 81).

Uluslararası rekabet, sanayileşmiş ülkelerdeki her firmayı ortalama maliyetlerini düşürebilmeleri için birçok farklı çeşitte ürün üretmek yerine, aynı ürünün bir veya birkaç çeşidini üretmeye zorlamaktadır. Ürün farklılaştırması, her firmanın bulunduğu endüstri içinde kendi ürününde tekel gücüne sahip olmasını sağlar. Tüketiciler ise farklı ülkelerdeki farklı çeşitteki ve daha düşük fiyattaki malları talep ederek faydalarını maksimize etmektedir. Nitekim endüstri-içi ticaret ölçek ekonomilerinden yararlanmak amacıyla ortaya çıkmaktadır (Krugman ve Obstfeld, 2003: 127; Salvatore, 2013: 164).

1.4. ENDÜSTRİ-İÇİ TİCARET: TANIMI VE ÖNEMİ

Karşılaştırmalı üstünlük teorisi ve Heckscher-Ohlin modelinin gelişmiş ülkeler arasındaki ticarete ve benzer ürün gruplarının karşılıklı mübadelesine açıklık getirememesi sebebiyle yeni dış ticaret teorilerine ihtiyaç duyulmuştur. Geleneksel dış ticaret teorilerinin tam rekabet, ölçeğe göre sabit getiri ve malların homojenliği varsayımlarının endüstri-içi ticaret ile uyumsuz olmasından dolayı uluslararası ticaretin değişen yapısına açıklık getirmek üzere eksik rekabet, ölçek ekonomileri ve farklılaşmış mal kavramları ortaya çıkmıştır.

Endüstri-içi ticaret, belirli bir endüstri içinde yer alan bileşimi, görünümü, markası ve kullanılışı bakımından farklılaşmış ürünlerin eş zamanlı olarak ithal ve ihraç edilmesidir. Bir başka ifadeyle, faktör donanımları birbirinize benzer olan ülkeler arasında tüketici tercihlerine göre farklılaşmış ürünlerin ticareti endüstri-içi ticaret olarak tanımlanmaktadır.

Endüstri-içi ticaretin önemi 1957’de Avrupa Ekonomik Topluluğu’nun kurulması ve beraberinde topluluğa üye ülkeler arasındaki gümrük tarifeleri ile diğer dış ticaret kısıtlamalarının kaldırılması sonucu dikkat çekmiştir (Seyidoğlu, 2003: 89). Günümüzde ise gelişmiş ülkeler arasındaki özellikle mamul mal ticaretinde endüstri-içi ticaret büyük bir role sahiptir. Sanayileşmiş ülkelerde sermaye, vasıflı iş gücü ve teknoloji seviyesinde yaşanan gelişmelerle birlikte daha fazla benzer yapıya ulaşmışlardır. Bu benzerlikten kaynaklı olarak uluslararası ticaret, bir endüstride elde edilen karşılaştırmalı üstünlükten doğan endüstriler-arası ticaretten ziyade ölçek ekonomilerinin ön planda olduğu endüstri-içi ticaret şeklinde gerçekleşir hale gelmiştir (Krugman ve Obstfeld, 2003: 139).

Ticaretin serbestleşmesiyle beraber piyasalar genişlediğinde, imalatçılar daha geniş bir yelpazede tüketim malları sunabilmekte veya ara imalat girdilerinin üretiminde uzmanlaşabilmektedir. EİT daha geniş bir piyasaya erişme olanağı tanıdığı için EAT’ye kıyasla daha büyük kazanç sağlamaktadır. Üretimde artan getiri varsayımına dayanan endüstri-içi ticaret, firmaları verimli bir üretim ölçeği elde edebilmeleri için sınırlı sayıda ürün üretmeye zorlamaktadır (Marvel ve Ray, 1987: 1280). Ürün farklılaştırması, bir sektördeki firmaların tüketim veya üretimde yakın ikame olan aynı ürünün farklı çeşitlerini ürettiği bir durumda ortaya çıkmaktadır. Ülkeler arasında talep benzerliği ve tüketiciler arasında tercih çeşitliliğinin olduğu bir

durumda farklılaşmış ürünlerin mübadelesi endüstri-içi ticaret oluşturmaktadır (Phan ve Jeong, 2014: 834). Tüketicilerin diğer ülkelerde üretilen farklı nitelikteki mallara erişim sağlayabilmesi de refah seviyesini artırmaktadır.

Endüstri-içi ticareti ölçmeye yönelik çalışmaların çoğu, gelişmiş ülkeler arasındaki ticarete odaklanmaktadır. Bu tür ülkeler arasındaki ticaret, Kuzey-Güney ticaretinden ziyade teknolojik farklılıklardan kaynaklanmalıdır. Sanayileşmiş ülkelerin entegrasyonu, geçmişteki know-how yayılımı, doğrudan yabancı yatırımların karşılıklı taşınması ve emek faktörünün hareketliliği göz önünde bulundurulduğunda, endüstri-içi ticaretin sektöre özgü belirleyicileri konusunda teori destek görebilmektedir. Ancak, ürünlerin yatay ve dikey endüstri-içi ticaret olarak ayrımının yapılmaması bu kanıtların zayıflığına yönelik bir düşünce ortaya çıkarmaktadır (Aturupane vd., 1999: 62).

Yatay endüstri-içi ticaret, benzer kalitede ancak farklı özellik veya niteliklere sahip ürünlerin iki yönlü ticaretini ifade etmektedir. YEİT'nin teorik temeli Lancaster (1980), Krugman (1981), Helpman (1981, 1987) ve Bergstrand (1990) tarafından geliştirilmiştir. Bu modeller, ülkeler gelir düzeyleri açısından ne kadar benzerse, YEİT'nin payının o kadar yüksek olduğunu göstermektedir. Dikey endüstri-içi ticarete ise, ürünler kaliteleri açısından farklılaşmaktadır. DEİT'nin teorik temeli ise ilk olarak Falvey (1981) tarafından geliştirilmiştir. DEİT modeli, nispeten sermaye zengini ülkenin daha yüksek kaliteli ürünler ihraç etmesi ve nispeten emek zengini ülkenin daha düşük kaliteli mallar ihraç etmesi ile geleneksel faktör donanımına dayalı modelleri izlemektedir (Aturupane vd., 1999: 64). Nitekim, DEİT gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler (Kuzey-Güney) arasındaki ticareti, YEİT ise daha ziyade gelişmiş ülkeler arasındaki (Kuzey-Kuzey) ticareti açıklamak için kullanılmaktadır (Şimşek, 2005: 44).

1.5. ENDÜSTRİ-İÇİ TİCARETİ ÖLÇME YÖNTEMLERİ

Önceki başlıklarda monopolcü rekabet teorisi aracılığıyla endüstri-içi ticareti açıklamaya yönelik yaklaşımlara yer verilmiştir. Yaklaşımlardaki farklılığın bir sonucu olarak endüstri-içi ticareti ölçmeye yönelik oluşturulan endekslerde de benzer durum ortaya çıkmış olup, endüstri-içi ticareti ölçme amacıyla çeşitli endeksler geliştirilmiştir. Bu çalışmada, literatürde daha yaygın olan Verdoorn (1960), Michaely

(1962), Balassa (1966), Grubel-Lloyd (1971,1975), Aquino (1978) ve Loertscher-Wolter (1980) endekslerine yer verilmektedir. Bunların içerisinde endüstri-içi ticareti ölçmek üzere en sık kullanılan endeks ise Grubel-Llyod endeksidir.

1.5.1. Verdoorn Endeksi

Verdoorn, 1960 yılında Benelux üye ülkelerindeki tüm sektörler için endüstri-içi ve endüstriler-arası uzmanlaşmayı aşağıdaki formül ile ölçmüştür.

$$U_i = \frac{X_i}{M_i}$$

X_i i endüstrisindeki ihracatı, M_i ise ithalatı temsil eden değerdir. Endeks değeri 1'e eşit ise endüstri içi ticaretin var olduğunu gösterir. Eğer $X_i > M_i$ ise endeks 1'den büyük, $X_i < M_i$ ise endeks 1'den küçüktür. Bu durum farklı endüstriler arasındaki endüstri-içi ticaret düzeyinin karşılaştırılmasını zorlaştırmaktadır. Endeksin 0 ile 1 arasında sınırlandırılması nedeniyle endüstri-içi ticaret düzeyi hakkında herhangi bir fikir vermemesi bu ölçme yönteminin dezavantajıdır (Hansson, 1989: 125).

1.5.2. Michaely Endeksi

Michaely (1962), ülkelerin ithalat ve ihracatındaki benzerliği ölçmek için aşağıdaki formülü geliştirmiştir.

$$E_i = \sum_i^n \left| \frac{X_i}{\sum_i^n X} - \frac{M_i}{\sum_i^n M} \right|$$

0 ile 2 arasında değerler aralan Michaely endeksinde, endeks değeri 0 ise dış ticarete konu olan mallar tam benzerdir, yani endüstri içi ticaret vardır. Endeks değeri 2 ise mallar birbirinden tamamen farklıdır, yani endüstriler-arası ticaret gerçekleşmektedir. Toplam ihracatın toplam ithalata eşit olduğu bir durumda, Michaely endeksi Grubel-Lloyd endeksinin iki katı olacaktır. (Aktaran: Köse, 2018: 98). Endüstri içi uzmanlaşmanın tespitinde kullanılabilen endeks olduğu için endüstri düzeyinde hesaplamalarda uygun görülmemektedir (Aktaran: Aydın, 2008b: 128).

1.5.3. Balassa Endeksi

Balassa (1966: 467), Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun 1958-1963 yıllarındaki imalat sektörüne dahil olan 91 ürün grubunun verilerini kullanarak topluluğa üye

ülkeler arasındaki endüstri-içi ticareti analiz etmiştir. Balassa endüstri-içi ticareti ölçmek için aşağıdaki endeksi geliştirmiştir.

$$E\dot{I}T_B = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i}$$

Denklemden $E\dot{I}T_B$ endüstri-içi ticaret katsayısını, X_i i ürün grubuna ait ihracatı, M_i i ürün grubuna ait ithalatı, n ise ürün grubu sayısını ifade etmektedir. Balassa Endeksi, ilgili ürün grubundaki dış ticaret dengesinin, toplam dış ticaret hacmine oranlanmasıyla hesaplanmakta olup, 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Endeks değerinin 0'a yaklaşması $E\dot{I}T$ uzmanlaşma düzeyinin arttığını, 1'e yaklaşması durumunda endüstriler-arası uzmanlaşmanın arttığını göstermektedir. Endeks değerinin 0 olması, ticaretin tamamında $E\dot{I}T$ 'nin söz konusu olduğunu, 1 olması ise endüstriler-arası ticaretin varlığını işaret etmektedir.

Mutlak ihracat ve ithalat farklarının toplam ticaret hacmine oranının ağırlıklı ortalaması olarak hesaplanan Balassa endeksi, endüstri-içi ticaret oranını değil uzmanlaşma düzeyini ölçmektedir (Balassa, 1966: 471). Ayrıca, tüm endüstrilere toplam dış ticaret içindeki paylarının büyüklüklerine bakılmaksızın eşit ağırlık verildiği ve dış ticaret dengesizliklerini dikkate almadığı için dezavantajlıdır (Grubel-Lloyd, 1971: 497).

Balassa'ya (1966: 469-471) göre, uluslararası ürün farklılaştırması söz konusu olduğunda çok taraflı tarife indirimleri ticareti artırmaktadır. Bununla beraber, vergilerdeki indirimler sonucu ara malı ticaretinin daha yüksek imalat düzeyinde genişlemesi ve ticaretin serbestleştirilmesi endüstri-içi ticarete yol açmaktadır.

1.5.4. Grubel-Lloyd Endeksi

Grubel ve Lloyd (1971: 495-496) çalışmalarında Avustralya ve OECD üyesi dokuz sanayileşmiş ülkenin 1968-1969 yıllarını kapsayan SITC verileri yardımıyla endüstri-içi ticareti ölçmeyi amaçlamışlardır. i endüstrisindeki herhangi bir toplulaştırma düzeyinde aynı endüstrinin ithalatına karşılık gelen ihracatı $E\dot{I}T$ olarak tanımlamaktadırlar. Endeksi hesaplamak için geliştirdikleri formül;

$$E\dot{I}T_{\overline{B}_i} = \frac{(X_i + M_i) - |X_i - M_i|}{(X_i + M_i)} \text{ veya } E\dot{I}T_{\overline{B}_i} = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{(X_i + M_i)} \text{ dir.}$$

X_i ve M_i i ürün grubundaki ihracat ve ithalatı ifade etmektedir. Grubel-Lloyd Endeksi 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Endeks değeri 1'e yaklaştıkça EİT'nin arttığı, 0'a yaklaştıkça endüstriler arası ticaretin varlığını göstermektedir. Söz konusu ürün grubunun ihracatı ithalatına eşitse endeks değeri 1'e eşit olduğunda endüstri-içi ticaret en yüksek seviyededir.

Endüstri-içi ticaret ölçümlerinde en çok kullanılan Grubel-Lloyd endeksinde sadece ihracat ve ithalat verilerinin kullanılması, endeksi kolay hesaplanabilir hale getirmektedir. Bununla birlikte, belli bir zaman diliminde ülkeler arası karşılaştırmaya ve belli bir ülke için farklı zamanlardaki değerleri karşılaştırmak mümkündür. Ancak endeks değerinin dış ticarete dengesizlikler söz konusu olduğunda aşağı sapmalı sonuçlar vermesi ve her bir toplulaştırma derecesinde farklı sonuçlar vermesi eleştirilmiştir (Aktaran: Bilici, 2007: 36).

1.5.5. Aquino Endeksi

Aquino (1978: 280), Grubel-Lloyd'un endüstri-içi ticareti ölçmek üzere oluşturduğu endekste dış ticaret dengesizliğinin hesaba katılmasının ölçme sorununu ortadan kaldırmadığını belirterek eleştiri yöneltmiştir. Aquino, dış ticaretteki dengesizliğin etkisinin tüm endüstrilerde eşit olduğu varsayımından hareketle, toplam ihracatın toplam ithalata eşit olduğu durumda her bir malın ihracat ve ithalatının teorik değerlerini aşağıdaki formüllerle hesaplamıştır.

$$X_{ij}^e = X_{ij} \frac{\frac{1}{2} \sum_i (X_j + M_j)}{\sum_i X_j}$$

$$M_{ij}^e = M_{ij} \frac{\frac{1}{2} \sum_i (X_j + M_j)}{\sum_i M_j}$$

Aquino, dış ticaret dengesizliğinin giderildiği ihracat ve ithalatın teorik değerlerini Grubel-Lloyd endeksinde yerine koyarak EİT'yi aşağıdaki formülle hesaplamıştır.

$$Q_j = \frac{\sum_i (X_{ij} + M_{ij}) - \sum_i |X_{ij}^e - M_{ij}^e|}{\sum_i (X_{ij} + M_{ij})}$$

Aquino endeksi 0 ile bir arasında değer almakta olup, endeks değeri 1 olduğunda tam endüstri-içi ticaret söz konusu iken, değer 0 olduğunda endüstriler-arası ticaretten söz edilmektedir. Ticaret dengesizlikleri ne kadar büyükse ölçülen endeks değeri o kadar küçük olmaktadır. Dolayısıyla, Aquino endeksi Grubel-Lloyd endeksine kıyasla daha yüksek değerler almaktadır (Çalışkan, 2010: 8; Sharma, 2000: 246). Aquino endeksi, tüm endüstrilerde ticaret dengesizliklerinin eşit dağıldığını varsaydığı ve endeksteeki sapmaları ortadan kaldırmadığı için eleştirilmiştir (Aktaran: Aydın, 2008b: 128).

1.5.6. Loertscher-Wolter Endeksi

Loertscher ve Wolter (1980: 281) endüstri-içi ticareti net ticaretin brüt ticarete oranı olarak tanımlayarak, EİT düzeyini önceki endekslerden farklılaşarak aşağıdaki şekilde formülle hesaplamıştır.

$$EİT_{ijk} = - \left| \ln \frac{X_{ijk}}{M_{ijk}} \right|$$

Formülde X_{ijk} ve M_{ijk} sırasıyla j ve k ülkesinin i malındaki ihracat ve ithalatını ifade etmektedir. Endeks 0 ile $-\infty$ arasında değer almakta olup, 0 olduğunda EİT söz konusu iken, $-\infty$ olduğunda ise EAT söz konusu olmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE-ALMANYA TİCARETİNİN GENEL YAPISI

Bu bölümde Türkiye ve Almanya arasındaki iktisadi ilişkilerin gelişimi, her iki ülkenin genel ekonomik görünümleri ve dış ticareti yorumlanmakta olup, en çok ithalat ve ihracatı yapılan 20 fasıla ait veriler paylaşıp aralarındaki dış ticaretin yapısı incelenmektedir.

2.1. TÜRKİYE-ALMANYA ARASINDAKİ İKTİSADİ İLİŞKİLER

Türkiye-Almanya ilişkileri 18. yüzyıldan bu yana süreklilik arz etmiştir. İki taraf arasındaki resmi ilişkilerin başlaması 2 Nisan 1761 tarihinde Osmanlı İmparatorluğu ile Prusya arasında imzalanan Dostluk, Gemicilik, ve Ticaret Anlaşması'na dayandırılmaktadır. Osmanlı-Prusya ilişkileri, 1834 yılında Alman Konfederasyon Devletleri arasında Prusya'nın önderliğinde bir gümrük birliği (Zollverein) kurulması ve 1840 yılında bir ticaret anlaşmasının imzalanması ile 1871 yılına kadar Osmanlı-Zollverein ilişkileri şeklinde gelişme göstermiştir (Alkan, 2015: 35-41). 1871 yılında Alman İmparatorluğu'nun ortaya çıkması ile iki ülkenin birlikteliği I. Dünya Savaşı'nda ilk kez doruk noktasına ulaşmıştır. Her iki ülkenin dış ve güvenlik politikalarındaki “kader ortaklığı” (Aktaran: Esen, 2012: 63), ilerleyen süreçte iki ülkenin daha sık birlikte hareket etmesine sebep olmuştur.

Savaş sonrasında, yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti ile Almanya arasında 1924'te Dostluk, 1929'da Konsolosluk ve 1930'da Ticaret Anlaşmaları imzalanmıştır. Yakın tarihe bakıldığında, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra büyük bir yıkıma uğrayan Almanya'da yoğun bir işgücü talebi doğması sonucu 1961 yılında Türkiye ile Almanya arasında Türk işçilerinin Alman Federal Cumhuriyeti'ne gönderilmesine ilişkin bir anlaşmanın imzalanmasıyla ikili ilişkilerde yeni bir dönem başlamıştır (Ermağan, 2012: 76-77). Türk-Alman ilişkilerindeki dinamizmi oluşturan ve karşılıklı ilişkilerin birçok alana yayılmasını sağlayan faktörlerden biri Türk işgücü göçü iken, bir diğer önemli faktör de Türkiye'nin Avrupa Birliği üyelik sürecidir (Esen, 2012: 63).

Türkiye'nin 1959'da Avrupa Ekonomik Topluluğu'na ortaklık başvurusu yapması Avrupa iktisadi bütünleşmesi ile ilişkileri başlatmıştır. Daha sonra, 12 Eylül

1963 yılında bir ortaklık anlaşması olan Ankara Anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşma, çok sınırlı ve geleceğe dönük uzun vadeli geçiş aşamalarıyla son derece iddialı hedefleri birleştirmiştir. 5-10 yıllık bir hazırlık aşamasından ve bunu takip eden 12 yıllık bir geçiş sürecinden sonra Türkiye'ye tam üyelik imkanı sağlayan son aşamanın da sonra ermesiyle bir gümrük birliği kurulacaktır (Dembinski, 2001: 10). Türkiye, 14 Nisan 1987'de Avrupa Topluluğu'na tam üyelik başvurusunda bulunmuştur. Türkiye'nin bu başvurusuna karşılık olarak Avrupa Komisyonu, Türkiye üyelik için uygun olmasına rağmen, katılım müzakerelerinin başlatılmasını tavsiye etmeyen Komisyon Görüşü (Avis) Raporu'nu 1989'da sunmuştur. Komisyon, tam üyelik yerine bir gümrük birliğinin gerçekleştirilmesini önermiştir (Müftüler-Baç, 1998: 241). 1970 yılında Avrupa Ekonomik Topluluğu ile Türkiye arasında tarife ve kota uygulamalarının kaldırılmasını ve malların serbest dolaşımını sağlamaya yönelik olarak Katma Protokol imzalanmıştır. Nitekim, 6 Mart 1995'te gümrük birliği kararı imzalanmış ve 1 Ocak 1996'da yürürlüğe girmiştir.

Türk-Alman ekonomik ilişkileri her şeyden önce Avrupa Birliği'ndeki ekonomik entegrasyon gelişmelerinden etkilenmektedir. Bir yandan, Türk göçmenler sayısal olarak en güçlü Almanya'da temsil edilirken, diğer yandan, Almanya'nın üyeliği vasıtasıyla Avrupa Birliği'ndeki tüm ekonomik gelişmeler Alman dış ticaret ilişkilerini de etkilemektedir. Türkiye, Avrupa Birliği üyesi olmayan bir ülke olarak AB ekonomi politikasına doğrudan dahil olmazken, Türkiye ve AB arasında gümrük birliği aracılığıyla dolaylı olarak yoğun ekonomik bağlar bulunmaktadır (Rieple, 2000: 92). Gümrük birliği, Türkiye ve Almanya arasındaki ticari ve ekonomik ilişkilerin dönüm noktasıdır. Zira bu anlaşma, Türk ihraç mallarının Almanya piyasasına girmesinde ve iki ülke arasındaki ticaret hacminin geliştirilmesinde belirleyici olmuştur (Özmen ve Firikci, 2016: 126-127).

1994 yılında Türkiye ve Almanya hükümetlerinin teşvikiyle Alman Sanayi ve Ticaret Odası (DIHK) ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından Türk-Alman Ticaret ve Sanayi Odası'nın kurulması da iki ülke arasındaki ilişkinin boyutunu göstermektedir. Bununla beraber, doğrudan yatırımlar aracılığıyla birçok büyük Alman firmasının Türkiye'de üretimini gerçekleştirmesi de Türkiye ekonomisi açısından büyük bir önem arz etmektedir.

Bu ilişkiyi bir başka açıdan değerlendirdiğimizde, neredeyse 3,5 milyon Türk'ün Almanya'da yaşaması ve Türk göçmenlerin ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi alandaki başarıları da Almanların Türkiye'ye olan ilgisini artırarak, Türkiye turizmine büyük katkı sağlamaktadır. Ayrıca, Türkiye ve Almanya arasında imzalanan bir anlaşma ile 2010 yılında Türk Alman Üniversitesi'nin kurulması eğitim işbirliğini de ön plana çıkarmaktadır.

Her ne kadar iki ülke arasında sıkı bir ilişki olsa da zaman zaman siyasi krizler de yaşanmaktadır. Bu kriz süreçlerinde yaşanan olaylar da dış ticaret, doğrudan yatırım ve turizm gelişmelerine yansımaktadır (Kandemir, Purtul ve Ayhan, 2018: 642). Ancak, tüm bu gelişmelere rağmen, gerek Almanya'daki Türk nüfusu gerek Türkiye'nin AB üyelik süreci, iki ülke arasındaki ekonomik, siyasi ve kültürel ilişkinin ciddiyetini ortaya koymaktadır.

2.2. TÜRKİYE-ALMANYA EKONOMİSİNİN GENEL GÖRÜNÜMÜ

Türkiye ve Almanya arasındaki ticaretin yapısını incelemeden önce, her iki ülkenin genel iktisadi görünümünü ve ticaret ilişkisini incelemekte yarar vardır. Aşağıdaki tablolarda 1990-2022 dönemini kapsayan beşer yıllık aralıklarla iki ülkeye ait enflasyon oranı, büyüme oranı, milli gelir, kişi başına gelir ve nüfus verilerine yer verilmektedir.

Tablo-1: Türkiye'nin iktisadi görünümü

	1990-1995	1995-2000	2000-2005	2005-2010	2010-2015	2015-2020	2022
Milli gelir (Milyar \$)	169	274	506	776	864	720	905
Kişi başına gelir (\$)	2.857	4.278	7.369	10.615	10.851	8.561	10.655
Enflasyon oranı (%)	89,1	54,9	8,2	8,6	7,7	12,3	72,3
Büyüme oranı (%)	7,8	6,9	8,9	8,4	6,1	1,9	5,6
Nüfus (Milyon kişi)	59.3	64.1	68.7	73.2	78.7	83.6	85.2

Kaynak: WB, 2023; TÜİK, 2023. Milli gelir ve fert başına gelir cari fiyatlarla hesaplanmıştır.

Tablo-1'de görüleceği üzere, Türkiye ekonomisi ele alınan dönem içerisinde gelişme göstermiş olup, 1995'te 169 milyar dolar olan milli gelir artış göstererek 2022 yılında 905 milyar dolara ulaşmıştır. Aynı yıllara bakıldığında, kişi başına gelir 2.857 dolar iken, 2022 yılında 10.655 dolara yükselmiş olarak görünmektedir.

Türkiye, 1990-2000 yılları arasında iki haneli enflasyon oranlarına sahipken, 2002 sonrasında enflasyon oranında düşüş yaşanarak tek haneli enflasyona ulaşılmış ve 2005 yılında Türk lirasından altı sıfır atılabilmektedir. 2019 yılından itibaren makro iktisadi sorunlar, Koronavirüs salgının pandemiye dönüşmesi; 2022’de Rusya-Ukrayna çatışmasının yol açtığı enerji-gıda krizinin yansımaları, enflasyon oranının tekrar yükselmesini beraberinde getirmiştir. 2020’den itibaren Türk lirasının değer kaybetmesi enflasyon oranını %72,3’e yükselterek tekrar iki haneli sayılara ulaştırmıştır. Türkiye ekonomisi 1995-2015 yılları arasında yüksek büyüme oranlarına ulaşmakta iken, bu dönem sonrasında aynı sorunlardan kaynaklı olarak 2020 yılında %1,9 büyümüştür. 2022 yılının başında Rusya ve Ukrayna arasındaki gerilimin savaşa dönüşmesi diğer bölge ülkeleri gibi Türkiye ekonomisini de etkilemiş olmasına rağmen büyüme oranı %5,6 olarak gerçekleşmiştir. Nüfus açısından değerlendirdiğimizde ise, 1995’te 59,3 milyonluk bir nüfusa sahipken, 2022 yılı itibarıyla 85.2 milyona ulaşmış genç bir nüfusa sahiptir.

Tablo-2’de yer alan veriler yardımıyla Almanya ekonomisinin iktisadi görünümünü incelediğimizde, 1995 yılında 2.586 milyar dolar milli gelire sahip iken, 2022 yılında 4.247 milyar dolara ulaşmıştır. Benzer şekilde, kişi başına gelir 31.658 dolardan, 48.527 dolara yüklemiştir.

Tablo-2: Almanya'nın iktisadi görünümü

	1990-1995	1995-2000	2000-2005	2005-2010	2010-2015	2015-2020	2022
Milli gelir (Milyar \$)	2.586	1.947	2.846	3.400	3.357	3.890	4.247
Kişi başına gelir (\$)	31.658	23.694	34.520	41.572	41.103	46.772	48.527
Enflasyon oranı (%)	1,7	1,4	1,5	1,1	0,5	0,5	7,9
Büyüme oranı (%)	1,6	2,9	0,7	4,1	1,5	-3,7	1,9
Nüfus (Milyon kişi)	81.6	82.2	82.4	81.7	81.6	83.1	84.3

Kaynak: WB, 2023; DESTATIS, 2023. Milli gelir ve fert başına gelir cari fiyatlarla hesaplanmıştır.

Enflasyon oranlarını değerlendirdiğimizde 1995-2020 yıllarına arasında Almanya sürekli düşüş gösteren bir enflasyon oranına sahiptir. Söz konusu dönemin başlangıcında %1,7 olan enflasyon oranı %0,5’e düşmüştür. 2020 yılı sonunda enflasyon oranının düşük seviyelerde kalmasının bir nedeni olarak, pandemi sürecinde Almanya hükümetinin vergi indirimi uygulaması gösterilebilmektedir. Her ne kadar

Almanya ekonomisi pandemi süreci sonrasında toparlanmaya başlasa da Rusya ve Ukrayna arasındaki savaş sebebiyle yaşanan enerji krizi bu toparlanma sürecini sekteye uğratmıştır. Almanya hükümeti tüketici fiyatlarını baskılamak üzere, 9 avroluk tren bileti, yakıt indirimi ve EEG (Erneuerbare-Energien-Gesetz) yenilenebilir enerji kaynağı harçlarını kaldırarak önlemler alsa da, hem enerji hem de gıda fiyatlarındaki aşırı artış Almanya'daki enflasyon oranını hiç olmadığı kadar yükselterek, 2022 yılı itibarıyla %7,9 seviyesine çıkarmıştır (DESTATIS, 2023).

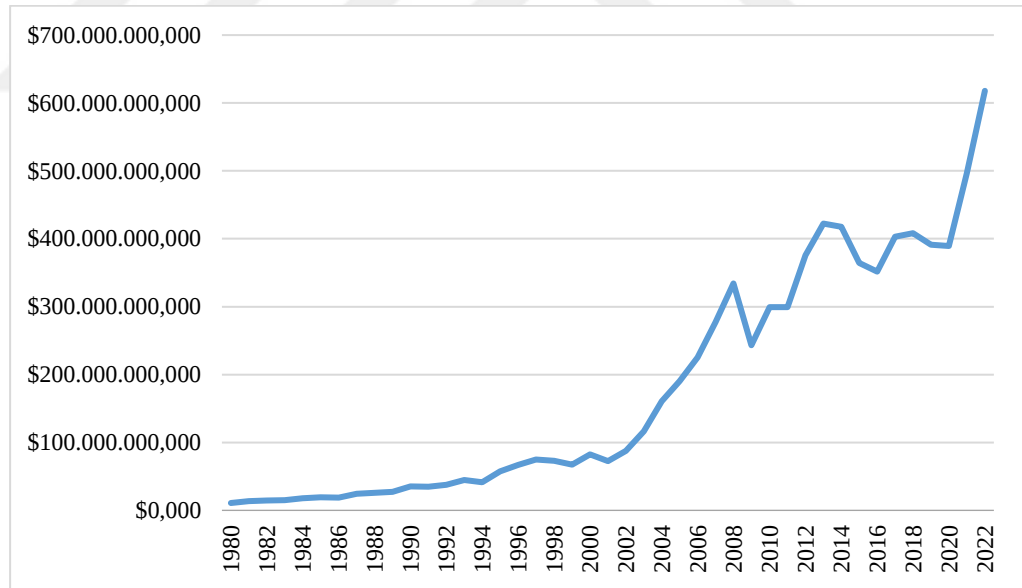
Almanya ekonomisinin büyüme performansını ele aldığımızda, 1995-2005 yılları arasında en düşük büyüme oranın 2005 yılında %0,7 seviyesinde olduğu görülmektedir. 2008 krizinin öncesindeki döneme tekabül ettiği için büyüme oranının neden düşük olduğu anlaşılabilmektedir. Krizden sonraki dönemde ise ekonomi önemli ölçüde toparlanmış olup, 2010 yılında %4,1'lik oranla en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Ancak, 2019'da yaşanan pandemi sebebiyle 2020 yılında büyüme oranı %-3,7 olarak gerçekleşmiştir. 2022 yılında gelindiğinde ise hem pandemi sonrası dönemin hem de Rusya-Ukrayna savaşının olumsuz etkilerine rağmen %1,9 büyüme gerçekleşmiştir. Son olarak, incelenen dönem içerisinde Almanya nüfusunda yüksek bir artış yaşanmadığı ve 2022 yılı itibarıyla 83 milyona ulaştığı görülmektedir. Bu durum da Almanya'nın yaşlı bir nüfusa sahip olduğunu ifade etmektedir.

2.3. TÜRKİYE-ALMANYA DIŞ TİCARETİNİN GÖRÜNÜMÜ

Günümüzde her ülke ekonomik büyüme ve kalkınmasını gerçekleştirebilmek amacıyla farklı politika ve stratejiler uygulayabilmektedir. Ekonomik büyümenin sağlanması açısından dış ticaretin artan önemi ve serbest dış ticaretin ön plana çıkması, ülkelerin dış ticareti bir politika aracı olarak kullanmalarına neden olmuştur. Dış ticaretin önemli olmasının yanı sıra ticaret ortağı ülkenin ve ticarete konu olan malın ne olduğu da önemli bir husustur (Köse ve Çayır, 2019: 66). Bu bağlamda, ülkeler iktisadi hedeflerine ulaşabilmek için ithal ikamesine dayalı sanayileşme ve ihracata dayalı sanayileşme olarak birbirini tamamlayıcı nitelikte iki farklı strateji tercih etmektedirler. (Korkmaz, 2015: 49). Öyle ki, Türkiye 24 Ocak 1980 tarihine kadar ithal ikamesine dayalı sanayileşme politikası izlemiş olup, 24 Ocak Kararları ile serbest dış ticaret politikası olarak da bilinen ihracata dayalı sanayileşme politikasını uygulamaya başlamıştır.

Türkiye'nin 1980 yılındaki dış ticaret politikasındaki değişimin etkilerini görebilmek adına Grafik-1'de 1980-2022 dönemini içeren dış ticaret hacmi verilerine yer verilmiştir. 1980 yılında 10 milyar dolarlık dış ticaret hacmi doğrusal bir artış göstererek 1994 yılında 41 milyar dolara yükselmiştir. Bu dönemden sonra, özellikle 1996 yılında gümrük birliği anlaşmasının imzalanmasıyla belirgin bir artış yaşandığı görülmektedir. Akabinde, 2001 krizi sebebiyle bir düşüş yaşanmış olmasına rağmen kriz sonrası dönemde dış ticaret hacminde yaşanan artış önceki yıllara kıyasla çok daha yüksek olmuştur. Ancak, yaşanan 2008 kriziyle bu artış sekteye uğramış olsa da tekrar toplanmaya başlamıştır. İlerleyen dönemde döviz kurundaki aşırı oynaklığın bir yansıması olarak 2016 yılında dış ticaret hacminde tekrar düşüş gerçekleşmiştir. 2016 yılından sonra tekrar artan dış ticaret hacmi, son dönemlerde Türk lirasında yaşanan değer kaybından dolayı ihracatı yapılan malların ucuzlamasına bağlı olarak bu mallara yönelik talebin artmasıyla daha da yükselmiş olup, 2022 yılı itibariyle 618 milyar dolara ulaşmış bulunmaktadır.

Grafik-1: Türkiye'nin dış ticaret hacmi (Milyar \$)

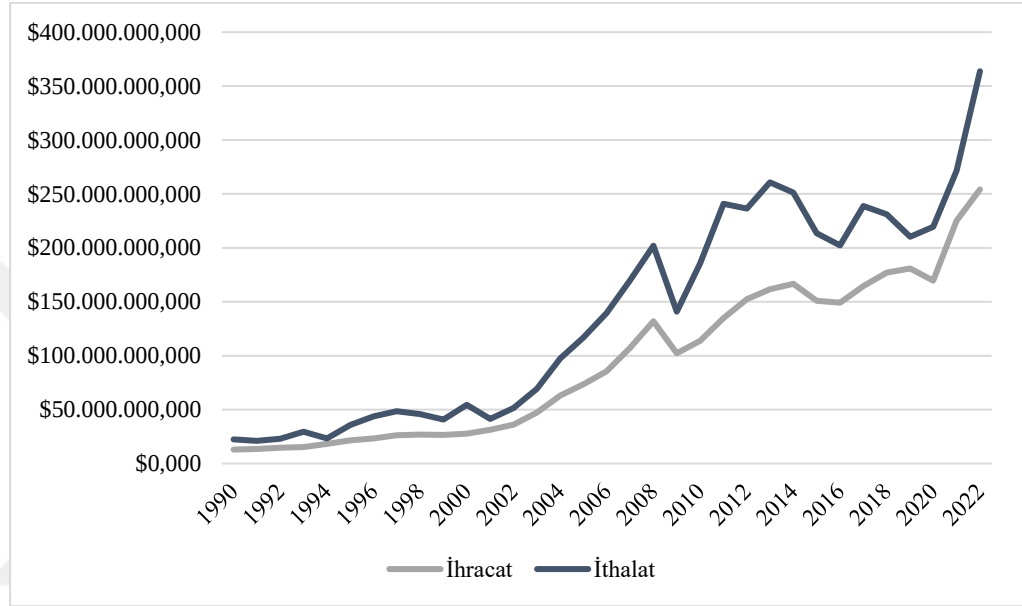


Kaynak: TÜİK, 2023.

Türkiye'nin dış ticaret hacmine ait verileri paylaştıktan sonra Grafik-2'de yer alan 1990-2022 dönemi ithalat ve ihracat rakamlarına bakıldığında, ithalatın ihracattan her zaman daha yüksek miktarda gerçekleştiği, yani dış ticaret açığının olduğu görülmektedir. 1990 yılında yaklaşık 13 milyar dolarlık ihracata karşılık olarak, 22 milyar dolarlık ithalat yapılmıştır. İthalat ve ihracat rakamları 2001 kriz yılına kadar

artış eğilimi göstermiş olup, kriz yılında ihracatta herhangi bir düşüş yaşanmamış; ancak ithalatta düşüş olmuştur. 2001 kriziyle 2008 krizi arasında geçen süreçte ise hem ithalat hem de ihracatta ciddi miktarda artmıştır. Yakın dönemde yaşanan döviz kuru ve Türk lirasındaki değer kaybının yansımaları neticesinde 2022 yılında 364 milyar dolarlık ithalat, 254 milyar dolarlık ihracat gerçekleşmiş bulunmaktadır.

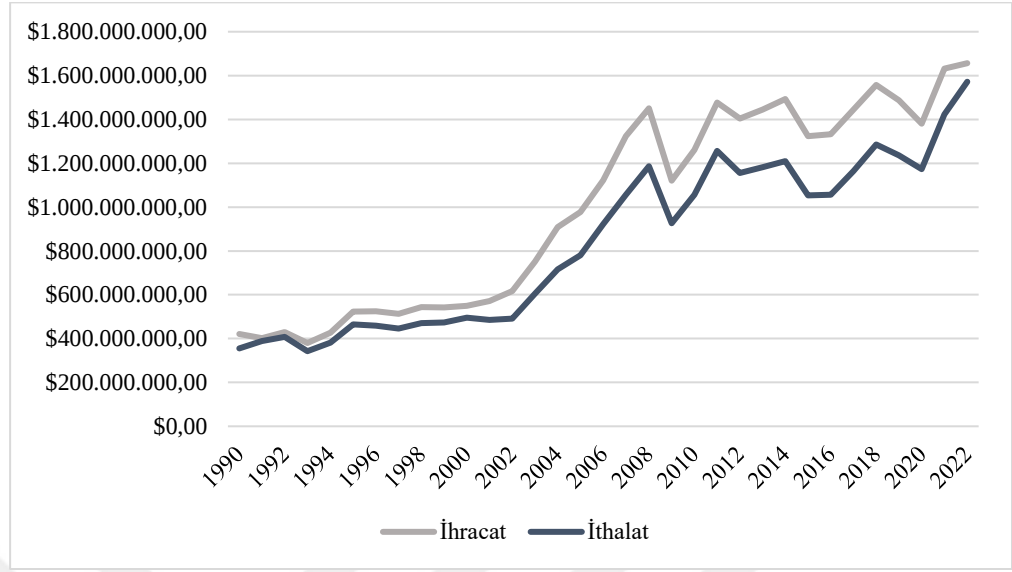
Grafik-2: Türkiye'nin ithalat ve ihracat rakamları (Milyar \$)



Kaynak: TÜİK, 2023.

Almanya'nın dış ticaretini incelemek amacıyla Grafik-3'te 1990-2022 dönemine ait ithalat ve ihracat verileri paylaşılmıştır. 1990 yılında 421 milyar dolarlık ihracata sahip olan Almanya, aynı yıl içinde 356 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. 2000'li yıllara kadar ithalat ve ihracatta çok yüksek artışlar meydana gelmemiş, asıl artış 2002-2008 döneminde yaşanmıştır. Öyle ki, 2002 yılında ithalat 490 milyar dolar iken, 2008 yılında 1.186 milyar dolara çıkmıştır. Buna karşılık, ihracat ise 616 milyar dolardan 1.450 milyar dolara ulaşmıştır. 2008 krizi sebebiyle hem ihracatta hem de ithalatta yaşanan düşüş sonrasında ekonomi toparlanma aşamasına geçmiştir. Almanya'nın dış ticaretinin son dönemlerinde dalgalanmalar görünse de 2022 yılı itibariyle 1.572 milyar dolarlık ithalat, 1.656 milyar dolarlık ihracat yapmıştır. Genel anlamda değerlendirdiğimizde ise, Almanya'nın her dönemde dış ticaret fazlası verdiği gözlemlenebilmektedir.

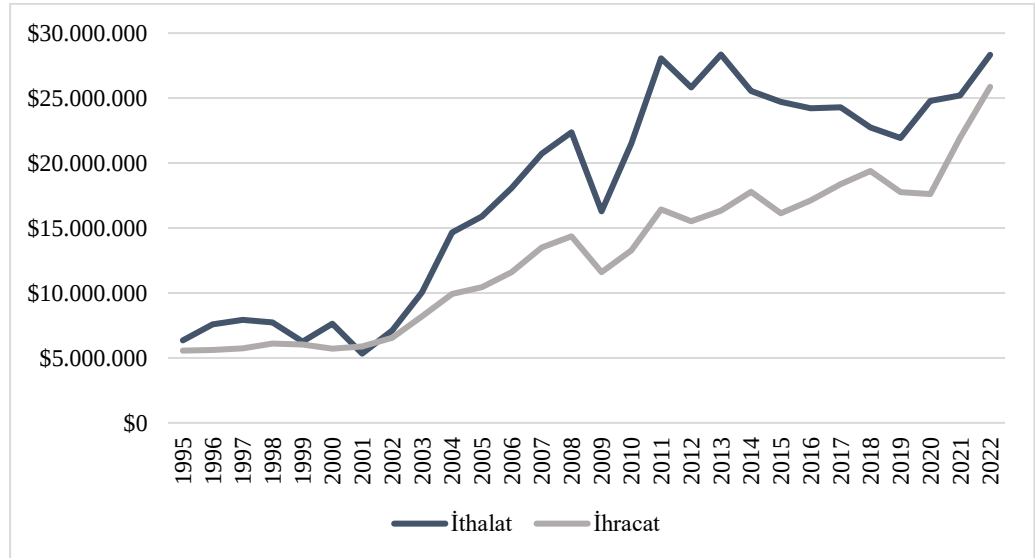
Grafik-3: Almanya'nın ithalat ve ihracat rakamları (Milyar \$)



Kaynak: DESTATIS, 2023.

Türkiye ve Almanya'nın dış ticaret verilerini ayrı ayrı değerlendirdikten sonra, aşağıdaki grafikte 1995-2022 dönemi içerisinde iki ülke arasındaki dış ticaret verileri ele alınmaktadır.

Grafik-4: Türkiye'nin Almanya ile yaptığı ticaret (Milyar \$)



Kaynak: DESTATIS, 2023.

Grafik-4'e bakıldığında, 1995 yılında Türkiye'nin Almanya'ya yaptığı ihracat 5.5 milyar dolar, Almanya'dan yaptığı ithalat ise 6 milyar dolardır. Gümrük birliği anlaşmasının imzalanmasında sonra Türkiye'nin ithalatının ihracata kıyasla daha fazla arttığı görülmektedir. Yalnızca 2001 krizinde bu durum tersine dönmüş ve sonrasında

ithalat ve ihracat arasındaki fark daha da açılmıştır. 2008 yılında gelindiğinde ithalat 22 milyar dolara, ihracat 14 milyara ulaşmıştır. Krizden sonra hem ithalat hem de ihracat dönemsel dalgalanmalar yaşayarak artmaya devam etmiştir. 2018 yılında meydana gelen kur dalgalanmaları ve 2019 yılındaki pandemi sebebiyle düşüş yaşanmış olup, tekrar artış göstererek 2022 yılı itibariyle 28 milyar dolarlık ithalata ve 26 milyar dolarlık ihracata ulaşmıştır. Her ne kadar ithalat ve ihracat arasındaki makas daralmış olsa da Türkiye'nin Almanya karşısında dış ticaret açığı verdiğini söylemek mümkündür.

Yukarıda paylaşılan verilere istinaden, gümrük birliğinin Türkiye'nin dış ticaret hacmi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu, ancak büyük bir kısmının ithalattan oluştuğu söylenebilmektedir. Türkiye ile Almanya arasındaki dış ticaretin yapısal değişimini inceleyebilmek amacıyla ithalat ve ihracata konu olan mallara yönelik bilgileri de ele almak gerekmektedir.

2.3.1. Türkiye'nin Almanya'ya İhracatı

Türkiye-Almanya dış ticaretindeki yapısal değişimi incelemek amacıyla bu başlık altında 2001-2021 yılları arasında Türkiye'nin Almanya'ya yaptığı ihracattaki ilk 20 fasıla ait verilere yer verilmiştir.

Tablo-3'te görüldüğü üzere, ihraç ettiğimiz mal ve mal grupları arasında örme giyim eşyası (61) ve örülmemiş giyim eşyaları (62) ihracat miktarı 2001 yılında daha fazla iken, zamanla motorlu kara taşıtları (87) gibi sanayi malları ihracatında yaşanan artışla ilk sıraya yükselmiş ve 2018 yılında 3.3 milyar dolara ulaşmıştır. 2018'de yaşanan kur dalgalanmaları ve 2020'nin ilk aylarında ortaya çıkan Covid-19 pandemisinin etkisiyle motorlu kara taşıtları ihracatında bir düşüş meydana gelmiş; ancak tekrar yükselerek 2021 yılı itibariyle 2.9 milyar dolara ulaşmıştır.

Makinalar, mekanik cihazlar ve aletler (84) ikinci sırada iken, örme giyim eşyası ise üçüncü sırada yer edinmiştir. Benzer şekilde, 2001 yılında yenilen meyvelerin (8) ve sebzeler, meyveler ve sert kabuklu meyvelerin (20) ihracatı daha yüksek iken, bu mal gruplarına göre daha düşük bir seviyede olan; demir veya çelikten eşya (73), kauçuk ve kauçuktan eşya (40), kıymetli ve yarı kıymetli taşlar (71), alüminyum ve alüminyumdan eşya (76), plastik ve mamullerine (39) yönelik mal ve mal gruplarına yönelik ihracat artış göstererek üst sıralara çıkmıştır. Bunun dışında, göze çarpan bir

kısım ise hava taşıtları (88), demir ve çelik (72), bakır veya bakırdan eşyaya (74) yönelik malların ihracatında da büyük oranda artış yaşanmıştır.

Motorlu kara taşıtları ihracatındaki yükseliş Türkiye'nin otomotiv sektöründeki gelişimini de göstermektedir. Ayrıca, otomotiv endüstrisi motorlu karayolu taşıma araçlarının ve bu araçlar için yedek parça aksam ve sistem, demir-çelik, hafif metaller, petro-kimya, plastik, kauçuk ve lastik gibi sanayi dallarının önemli bir alıcısı olması sebebiyle otomotiv sektöründe yaşanan ilerlemelerden bu sektörler de olumlu yönde etkilenmektedir (Bakan ve Selci, 2019: 33).

Tüm bu gelişmelerden yola çıkarak, Türkiye'nin Almanya'ya ihracatı 2000'li yılların başında daha çok tarım, gıda, tekstil ve hazır giyim sektörü ağırlıklı iken, yapısal bir değişime uğrayarak sanayi sektörünün ağırlıklı olduğu bir ihracata dönüştüğü söylenebilmektedir.

Tablo-3: Türkiye'nin Almanya'ya yaptığı ihracatta ilk 20 fasıl (Milyon \$)

Fasıl No	Fasıl Açıklaması	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
87	Motorlu kara taşıtları	521	468	689	1072	1069	1261	1861	2141
84	Makinalar, mekanik cihazlar ve aletler	331	453	612	769	878	1059	1511	1594
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	1370	1469	1933	2009	1999	2005	2267	2233
85	Elektrikli makina ve cihazlar	407	534	632	759	895	819	825	864
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	841	949	1030	1084	1072	932	1006	992
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	61	65	87	106	140	202	276	319
73	Demir veya çelikten eşya	89	91	146	222	243	265	360	500
39	Plastikler ve mamulleri	42	42	55	76	102	130	171	230
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya	93	99	124	157	193	242	314	353
08	Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler	270	227	255	343	333	332	361	361
20	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler	154	145	193	280	386	320	378	403
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya	288	304	437	476	500	444	452	493
94	Mobilyalar	58	72	110	133	138	128	155	179
27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar	59	62	116	95	471	329	65	119
72	Demir ve çelik	8	16	16	32	44	95	179	194
74	Bakır veya bakırdan eşya	3	4	8	17	16	29	42	45
69	Seramik mamulleri	59	56	69	77	77	75	97	105
88	Hava taşıtları	4	4	94	13	20	14	14	16
90	Optik, fotoğraf, sinema	7,2	6,8	13	18	23	30	41	47
07	Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular	37	41	50	57	69	71	91,3	91,1

Tablo-3 (devam)

Fasıl No	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
87	1158	1590	1776	1690	1840	2261	2012	2605	2195	3311	3156	2517	2922	3165
84	1101	1288	1972	2025	2307	2496	2084	2145	2306	2451	2449	2328	2903	2933
61	1968	2161	2312	2030	2304	2448	1886	1892	1920	1875	1834	1733	2130	2219
85	673	719	905	1044	994	1131	898	879	927	843	940	997	1228	1310
62	801	844	904	878	1087	1077	798	798	834	832	949	961	953	1214
76	241	348	448	411	416	451	391	389	411	462	474	478	866	1136
73	310	377	580	488	508	580	498	491	603	725	650	651	935	1131
39	211	273	321	306	382	414	360	385	411	455	462	484	682	756
40	288	371	541	473	503	540	421	425	518	574	582	512	649	687
08	358	406	456	406	457	496	459	421	435	450	499	534	643	588
20	319	389	451	453	466	557	687	490	492	455	461	546	570	535
63	457	540	664	493	692	677	471	450	446	457	484	575	602	528
94	135	148	184	169	177	185	183	205	199	219	361	366	451	504
27	89	77	142	185	153	144	77	43	38	44	79	13	16	468
72	69	99	175	122	97	124	92	130	183	261	177	122	288	319
74	34	97	121	101	120	129	103	98	146	177	155	145	261	260
69	96	113	129	113	108	120	113	136	134	144	154	181	187	220
88	9	7	12	19	41	53	100	169	217	204	287	196	209	217
90	30	40	47	52	186	219	62	65	71	88	177	173	194	200
07	97	106	88	81	87	82	70	81	87	86	100	126	154	165

Kaynak: Trade Map, 2023. **Not:** Fasıl isimleri kısaltılmıştır.

2.3.2. Türkiye'nin Almanya'dan İthalatı

Bir önceki başlığa bağlayıcı nitelikte olacak şekilde burada 2001-2021 dönemi içerisinde Türkiye'nin Almanya'dan yaptığı ithalattaki ilk 20 fasıla ait veriler ele alınmıştır.

Tablo-4'teki verilere bakıldığında makinalar, mekanik cihazlar ve aletler (84) söz konusu dönem içerisinde ithalat miktarı en yüksek olan ürün grubu olarak ilk sırada yer almıştır. 2008 krizinin etkileriyle ithalat miktarında düşüş yaşanmış olup, ilerleyen dönemlerde tekrar artış eğilimine girerek 2013 yılında yaklaşık 6 milyar dolarlık ithalatla en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 2021 yılı itibariyle ise ithalat değeri 5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Diğer ürün gruplarının verileri incelendiğinde bu fasılı sırasıyla; motorlu kara taşıtları (87), elektrikli makine ve cihazlar (85), plastik ve mamulleri (39), eczacılık ürünleri (30), demir ve çelik (90) ürün grupları takip

etmiştir. Tablo-4'te dikkat çeken ürün grubundan biri olan hava taşıtları (88) ithalatı 2001 yılında son sıralarda yer alacak kadar düşük miktarda iken, 2020 yılında 1 milyar dolarlık ithalatla en yüksek seviyesine ulaşmış; ancak 2021 yılında 458 milyon dolara düşmüştür.

Tablo-4: Türkiye'nin Almanya'dan yaptığı ithalat ilk 20 fasıl (Milyon \$)

Fasıl No	Fasıl Açıklaması	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
84	Makinalar, mekanik cihazlar ve aletler	1420	1922	2450	2849	3462	3649	4517	4386
87	Motorlu kara taşıtları	523	743	1694	2731	2640	2919	3412	3589
39	Plastikler ve mamulleri	362	481	649	882	1020	1176	1329	1307
85	Elektrikli makine ve cihazlar	649	806	891	1209	1173	1244	1508	1591
88	Hava taşıtları	8	2	6	72	8	55	3	288
72	Demir ve çelik	145	236	320	480	571	579	662	835
30	Eczacılık ürünleri	152	206	316	460	515	501	642	782
90	Optik, fotoğraf, sinema	203	222	280	410	500	554	639	710
29	Organik kimyasal ürünler	175	209	273	333	330	393	448	540
38	Muhtelif kimyasal maddeler	113	158	199	269	291	333	358	401
73	Demir veya çelikten eşya	124	173	275	194	210	256	299	359
48	Kağıt ve kartondan eşya	142	179	223	313	328	370	391	447
32	Debagatte ve boyacılıkta kullanılan hülusalalar	132	178	222	263	275	321	332	333
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya	57	76	97	124	130	166	206	224
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	48	71	82	129	139	154	161	161
34	Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler	54	71	84	96	102	127	160	189
28	İnorganik kimyasallar, kıymetli metal, radyoaktif element	35	42	53	65	64	79	101	118
33	Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri	43	50	62	78	92	107	131	140
82	Adi metallerden aletler, sofa takımları ve parçaları	31	38	47	71	77	101	115	114
83	Adi metallerden çeşitli eşya (Kilit, kasa vb.)	26	42	57	87	103	106	124	131

Tablo-4 (devam)

Fasıl No	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
84	2901	3631	5078	4917	5952	5533	4541	4495	4595	4437	4041	4323	5003	5519
87	2539	4108	5620	4826	5776	5417	5706	5210	4925	3863	2427	3999	3585	4122
39	994	1248	1596	1461	1835	1758	1420	1400	1531	1527	1500	1546	1806	1960
85	1567	1556	1753	1749	2154	1875	1645	1979	1820	1513	1575	1953	2014	1845
88	167	12	602	360	593	88	580	638	16	158	739	1048	458	1451
72	577	874	914	862	867	734	608	563	780	874	873	714	1082	1081
30	716	751	795	725	822	856	794	822	796	850	1160	1080	1262	958
90	543	576	738	720	889	926	830	842	920	841	794	819	844	845
29	356	460	498	476	481	464	379	347	443	435	416	399	549	619

38	319	375	439	399	437	464	454	451	490	474	418	433	523	605
73	224	264	342	335	525	534	385	460	491	799	806	571	494	580
48	410	484	555	510	538	525	420	389	444	423	395	386	448	565
32	261	308	351	333	384	365	300	303	338	320	309	314	349	386
40	181	240	306	301	327	289	243	256	300	270	250	239	256	292
76	109	136	165	148	205	201	237	214	258	270	208	185	271	249
34	163	177	217	197	226	210	173	166	185	176	156	176	202	239
28	100	120	139	148	162	164	143	139	150	160	159	153	186	209
33	148	167	171	161	207	232	174	175	190	185	169	189	176	177
82	75	104	136	135	148	156	143	141	151	139	137	135	160	171
83	84	104	135	129	159	166	152	153	171	145	126	122	148	150

Kaynak: Trade Map, 2023. **Not:** Fasıllar isimleri kısaltılmıştır.

Türkiye’de ithalatın ihracattan fazla olmasının nedeni, teknoloji transferine dayalı mevcut teknolojik yapıya bağlı olarak sermaye ve ara malları ithalatının zorunlu olmasıdır (Çelebi, 2002: 166). Zira, Türkiye yüksek teknolojide dışa bağımlı bir ülke olup, Almanya’ya yaptığı ihracatta ilk sıralarda yer alan ürün grupları düşük ve orta-yüksek teknolojiye dayalı iken, Almanya’dan yaptığı ithalat yüksek teknolojiye dayalı ürün gruplarına yöneliktir. Sonuç itibarıyla, Türkiye ve Almanya arasındaki endüstri-içi ticaretin orta-yüksek teknolojilere dayalı olarak gerçekleştiği ifade edilebilmektedir.

2.4. ALMANYA’DAKİ TÜRK VARLIĞI VE İLİŞKİLERE ETKİSİ

Türkiye ve Almanya tarihsel, siyasi, ekonomik ve sosyal nedenlerden dolayı birbirleri için önemli ortaklar haline gelmiş iki ülkedir. Günümüzde Türk-Alman ilişkilerini ciddi bir boyuta taşıyan en önemli etken ise Almanya’da yaşayan ve sayısı yaklaşık 3 milyona ulaşan Türk toplumdur.

II. Dünya Savaşı’nda sosyal ve ekonomik açıdan büyük kayıplar veren Almanya’nın yeniden inşası için artan işgücü talebi sebebiyle 1960’tan itibaren Türkiye’den işgücü göçü yaşanmıştır. Zamanla artan eğitim düzeyinin etkisiyle Türkler misafir işçi statüsünden Almanya’da sürekli ikamet eden vatandaşlar haline dönüşmüş; bilim adamı, doktor, avukat, mühendis, politikacı, sporcu ve sanatçı gibi diğer alanlarda meslek edinerek yaşadıkları ülkenin siyasi, ekonomik, sosyal ve kültürel hayatında yer edinmiştir (Dartan, 2012: 155).

Nüfus açısından Almanlardan sonra ikinci sırada yer alan ve Alman vatandaşlığına sahip olan Türkler, Almanya’nın geleceğinin tayininde etkili olabilmektedir. Öyle ki, Türkiye’nin Avrupa Birliği adaylığını olumlu karşılayan

Sosyal Demokratlar Türklerin oylarını kaybetmekten yana değillerdir. Buna rağmen, başta muhafazakar partiler olmak üzere pek çok parti tarafından seçimlerde sık sık gündeme getirilen Türklerin Almanya'ya entegrasyonu ve göçmen konuları olayın farklı bir boyutunu ortaya koymaktadır. AB üyesi olan Almanya'da yaşayan Türklerin bulunduğu ülkeye henüz uyum sağlayamamış ve ülkenin genel değerlerini kabul etmemiş olması, Türkiye'nin AB üyeliği söz konusu olduğunda Türkiye ve Türklerin AB'ye nasıl entegre olabileceğine yönelik soru işareti yaratmaktadır. Bu bağlamda, Türkler Türkiye-Almanya ilişkilerine etkide bulundukları gibi Türkiye'nin AB ile ilişkilerinde de önemli bir role sahiptir (Hekimler, 2009: 20-21).

Türkiye'nin Avrupalılar tarafından benimsenmesi ve üye olması durumunda sağlayacağı yararların kamuoyuna aktarılmasında en büyük görev Sivil Toplum Kuruluşları'na düşmektedir. Zira toplumsal hayatta önemi giderek artan STK'lar, AB kurumları için danışma organı niteliği taşımakta ve kurumların karar alma süreçlerinde etkili olabilmektedir. Öyle ki AB Komisyonu, Ekim 2004 tarihli Tavsiye Metninde, Türkiye ve üye ülkeler arasındaki endişe ve önyargıların samimi bir şekilde tartışılabilmesi diyalog ortamında sivil toplumun önemli bir role sahip olduğunu belirtmiştir (Yatkın, 2008: 33-36).

Türkiye'deki STK'ların nicel ve nitel açıdan önemi toplumların demokrasi kültürlerinin farklı gelişmesinden dolayı Avrupa'daki benzerlerinin gerisinde kalmaktadır. Türkiye'deki sivil toplumun demokratikleşmesi ve gelişmesi önünde devletin sınırlayıcı, dayatıcı özelliklerinin yanı sıra mali kaynak, eğitim ve toplumsal alışkanlıklar gibi birçok engel bulunmaktadır (Yaktın, 2008: 35). Türklerin Almanya'da kurdukları STK'lara bakıldığında ise birçoğunun siyasi, sosyal-kültürel ve dini alanlarda faaliyet gösteren derneklerden oluştuğu görülmektedir. Bu derneklerin farklı siyasi, etnik, dini ve kültürel özelliklere sahip olmalarından dolayı birlikte hareket etmeleri ve ortak bir platformda buluşmaları çoğu zaman mümkün olmamaktadır. Bununla birlikte, Türk STK'ların Alman toplumuna yönelik faaliyetleri de sınırlı olmaktadır. Almanya'daki eğitim almış ve dil sorununu aşmış 2. ve 3. nesil Türklerin, Türkiye ile AB ülkeleri arasındaki sivil toplum diyalogunun geliştirilmesi için Alman STK'larına yönelmesi, hem Alman toplumundaki konumlarının iyileşmesi hem de Türkiye'nin AB ile ilişkilerine önemli katkıda bulunmaktadır (Dartan, 2012: 157-160).

2.5. TÜRKİYE’NİN AB ÜYELİĞİ VE ALMANYA

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ilişkiler farklı etkenlere göre farklı dönemlerde gerçekleşmiştir. Özellikle Soğuk Savaş yıllarında Sovyet tehdidine karşı ortak savunma düşüncesi Batılı ülkelerle Türkiye’yi birbirine yakınlaştırmış, 1952 yılında NATO üyeliği ile başlayan güvenlik ortaklığı ilişkilerin temelini oluşturmuştur (Dartan ve Göral, 2017: 36). Avrupa iktisadi bütünleşmesi ile ilişkiler ise Türkiye’nin 1959’da Avrupa Ekonomik Topluluğu’na (AET) yaptığı ortaklık başvurusu ile başlamış ve dört yıl süren görüşmelerin ardından 12 Eylül 1963’te Ankara Anlaşması imzalanmıştır. Türkiye’nin iktisadi gelişme düzeyinin yetersizliği sebebiyle Topluluğa girmesinin henüz erken olduğu düşünülerek, Türkiye ile AET arasında aşamalı olarak gümrük birliği ve tam üyelik öngörülmüş olup üç aşama belirlenmiştir: Hazırlık, Geçiş ve Sonlandırma (Bayraktutan, 2022: 257). Nitekim “Hazırlık Dönemi” (1963-1973), Katma Protokol ile düzenlenen “Geçiş Dönemi” (1973-1995) tamamlanmış; ancak son aşamadaki koşullar henüz sağlanmadan Türkiye 14 Nisan 1987’de AET’ye tam üyelik başvurusunda bulunmuş ve 1996’da Gümrük Birliği yürürlüğe girmiştir.

1997 yılında Lüksemburg Zirvesi’nde açıklanan ve Avrupa Birliği’nin yeni genişleme stratejisini oluşturan Gündem 2000 başlıklı raporda birliğe üye olacak aday ülkeler arasında Türkiye’ye yer verilmemesi, dönemin Türk Hükümeti’nin tepkisine yol açmış ve taraflar arasında siyasi ilişkilerin askıya alınmasına neden olmuştur. 1999’da gerçekleşen Helsinki Zirvesi’nde, özellikle Almanya’da sosyal demokrat Başbakan Gerhard Schröder’in inisiyatifi üzerine Türkiye’ye “aday ülke” statüsü verilmiştir. Her ne kadar Schröder Hükümeti’nin bu dönemde Türkiye’ye gösterdiği yakınlık Almanya’nın çıkarları gereği ise de, sayıları giderek artan Türk kökenli Alman vatandaşları da bir baskı unsuru olmuştur (Dartan, 2012: 144-148).

2001 yılında Türkiye’nin AB ile katılım müzakerelerinin başlatılması için gerekli şartların ve yapılacak çalışmaların belirlendiği Katılım Ortaklığı Belgesi hazırlanmıştır. 2002’de düzenlenen Kopenhag Zirvesi’nde ise, Kopenhag Kriterleri’nin yerine getirilmesi halinde Türkiye ile katılım müzakerelerine başlanacağı açıklanmıştır. Avrupa Komisyonu tarafından 2004 yılında açıklanan Türkiye İlerleme Raporu’nda, Türkiye’nin siyasi kriterleri yeterli düzeyde karşıladığı teyit edilerek, katılım müzakerelerinin başlatılması için olumlu görüş belirtilmiştir.

2004 yılında yine Kopenhag'da gerçekleşen zirvede, Türkiye ile katılım müzakerelerinin 3 Ekim 2005'de başlatılmasına karar verilmiştir.

Angela Merkel'in lideri olduğu Hristiyan Demokrat Partisi (CDU) müzakerelerin sürdüğü bir süreçte Türkiye'nin üyeliğine karşı çıkararak, Türkiye'ye "imtiyazlı ortaklık" adı altında başka bir öneri sunmuştur (Dartan, 2012: 144-149). "Tam üyelik yerine yakın işbirliği" olarak betimlenebilecek bu öneri, Türkiye'nin Almanya için önemine bir kez daha vurgu yapmıştır. Ancak, AB üyeliğini bir devlet politikası olarak benimsemiş olan Türkiye bu öneriyi reddetmiştir. Zira Türkiye'nin uzun süredir Batı sistemi içerisinde yer alması, Almanya'da göz ardı edilemeyecek Türk nüfusunun varlığı ve karşılıklı ticari ilişkiler, tam anlamıyla etkisiz olmamış bir politikayı gerekli kılmıştır (Ermağan, 2012: 86-87).

Her ne kadar Hristiyan Demokratların büyük bir kısmı Türkiye'nin AB üyeliğine karşı çıksa da CDU'nun önde gelen politikacılarından Ruprecht Polenz'in 2010 yılında yayınladığı "Türkiye AB'ye Ait (Die Türkei gehört in die EU)" kitabında, Türkiye'nin Avrupa için önemini vurgulayarak AB üyeliğini desteklediğini belirtmiştir. Polenz, kültürel ve dini faktörleri öne sürerek Türkiye'nin üyeliğine karşı çıkılmasını ve tam üyelik dışında alternatif önerilerde bulunulmasını eleştirmiştir. AB üyeliği aşamasına gelen bir Türkiye'nin bugünkünden farklı olacağını söyleyerek, AB'nin hiçbir sözleşmesinde Hristiyanlığa atıfta bulunulmadığı ve Türkiye'nin Müslüman bir ülke olarak AB üyesi olmasını desteklemiştir. Ayrıca, Avrupa değerlerini benimseyen Türkiye'nin üyelik perspektifinin Almanya'daki Türklerin topluma uyumunun kolaylaşmasına da katkıda bulunacağını ifade etmiştir (Aktaran: Dartan, 2012: 150). Buna rağmen, Haziran 2013'te gerçekleşen katılım müzakerelerinde bölgesel politik kararlar ve yapısal araçların koordinasyonuna ilişkin 22. faslın açılmasına yönelik Merkel hükümetinin vetosu Türkiye-Almanya arasındaki ilişkilerde geçici krize neden olmuştur (Aktaran: Turhan, 2016: 59). Ancak, Türkiye AB üyeliğine uyum kriterlerini sağlamaya yönelik çalışmalarını kararlılıkla sürdürmeye devam etmektedir.

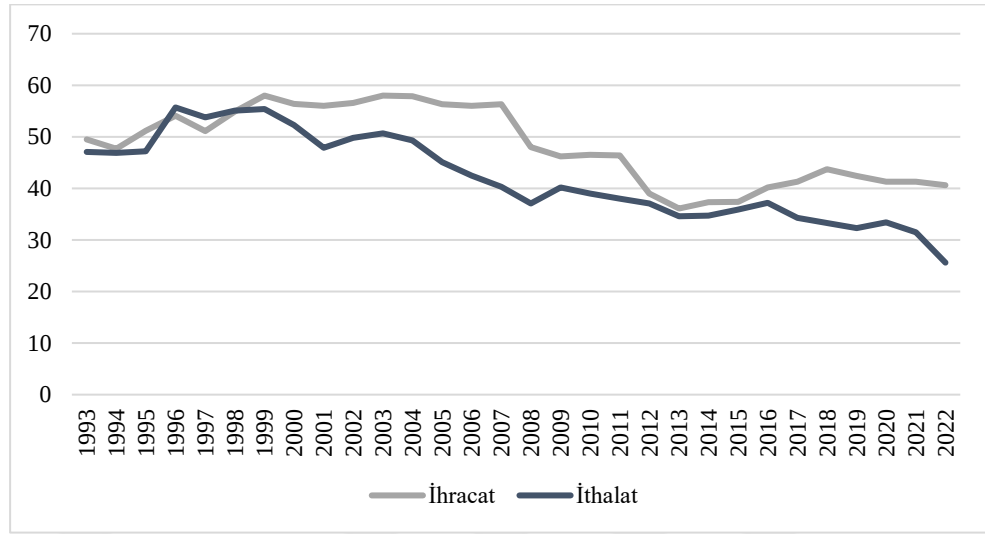
2.6. TÜRKİYE’NİN GÜMRÜK BİRLİĞİ’NE KATILIMI VE TÜRKİYE-ALMANYA TİCARETİNE YANSIMALARI

Ülkeler, II. Dünya Savaşı’nın dünya ekonomisinde yarattığı olumsuzlukları ortadan kaldırabilmek ve dış ticaretten daha fazla kazanç elde etmek için ticaretin önündeki engelleri kaldırmaya yönelik politikalara, müdahale araçlarına ve bütünleşme eğilimlerine yönelmiştir. İktisadi bütünleşmenin başarılı bir örneği olan ve 1957’de imzalanan Roma Anlaşması’yla kurulan AET, 1993’te yürürlüğe giren Maastricht Anlaşması’yla birlikte Avrupa Birliği adıyla anılmaya başlanmış; üye ülkeler arasında oluşan Gümrük Birliği ile malların serbest dolaşımı önündeki ticari engel ve miktar kısıtlamaları kaldırılmıştır.

Türkiye’nin gümrük birliğine tam üyelik sürecinin üç aşamada gerçekleştirilmesini öngören Ankara Anlaşması’nın hazırlık döneminde AET bazı ürünlerde (tütün kuru üzüm, kuru incir, fındık) tek taraflı olarak gümrük tarifelerini kaldırmış; ancak bu ürünlerin ihracatına kota uygulamıştır. Türkiye bu dönemde herhangi bir yükümlülük altına girmemiş olsa da, ilerleyen yıllarda AET’nin tarifelerini kaldırdığı ürün sayısı artmıştır. 1973’te düzenlenen Katma Protokol ile geçiş dönemi başlamış ve gümrük vergilerinin 22 yıllık bir dönem içerisinde belirli aralıklarla kaldırması kararlaştırılmıştır. Bununla birlikte, Türkiye’nin 22 yıllık dönemden daha kısa bir sürede üçüncü bir ülkeye karşı gümrük tarifelerini kaldırması halinde üye ülkelere karşı kaldırması şartı da hükme bağlanmıştır (Özdemir ve Koç Aytekin, 2016: 51).

Geçiş döneminden sonra 1995’te düzenlenen Ortaklık Konseyi toplantısında gümrük birliğinin tamamlanmasını gerektiren koşulların karara bağlanması sonucunda 1996 yılı itibarıyla Türkiye Gümrük Birliği’ne tam üye olmuştur. Gümrük Birliği sanayi ürünleri ile işlenmiş tarım ürünlerini kapsamakta olup, tarım ürünlerine ortaklık konseyi kararları, kömür ve çelik ürünlerine ise ayrı bir anlaşma kapsamında “menşe” esasına dayalı tercihli rejim uygulanmıştır (AB, 2023). Bununla beraber, sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri, kota uygulamaları ve eş etkili vergiler kaldırılmış, Türkiye üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulamaya başlamıştır (TB, 2023).

Grafik-5: AB'nin Türkiye'nin ithalat ve ihracatındaki payı (%)



Kaynak: Çolpan Nart, 2010; Işık, 2015 ve TÜİK, 2023.

Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne üye olmasıyla birlikte AB ile arasındaki ticaretin nasıl etkilendiğini görebilmek adına Grafik-5'te AB'nin Türkiye'nin ithalat ve ihracatındaki payına ait veriler paylaşılmıştır. Gümrük birliğinin yürürlüğe girdiği 1996 yılında AB'nin ithalattaki payı %55,7 iken, ihracattaki payı %54,1'dir. Bu durum 1998 yılı itibariyle tersine dönmüş ve Türkiye AB'ye daha fazla ihracat yapar hale gelmiştir. 2008 krizinin etkisiyle ihracattaki düşüş ithalattaki düşüşe kıyasla daha fazla olmuş ve 2016 yılına kadar aradaki makas giderek azalmıştır; ancak bu tarihten sonra makas tekrar açılmaya başlamıştır. Bu değişimdeki en önemli ekten Türk lirasında yaşanan değer kaybı neticesinde ihraç mallarının ucuzlamış, ithal mallarının ise pahalılaşmış olmasıdır. 2022 yılı itibariyle AB'nin ithalattaki payı %25,6 iken, ihracattaki payı %40,6 olmuştur.

Gümrük birliğine üyeliğin tamamlanmasının ardından yerli firmalar geniş bir piyasaya erişim sağlamış ve Avrupa'daki firmalarla rekabet edebilme olanağına sahip olmuşlardır. Buna ek olarak, tam üyeliğin beraberinde hem AB'nin en gelişmiş ekonomilerinden biri olan hem de Türkiye'nin ihracatında ilk sırada yer alan Almanya ile ticaret hacmi artış göstermiştir. Genç nüfus ve büyük bir pazara sahip olan Türkiye, Alman sermayesi için bir yatırım alanı olmuştur. Öyle ki, şu anda Türkiye'de Alman sermaye ortaklığında 7.250'nin üzerinde Türk-Alman şirketi bulunmaktadır (ADB, 2023). Birçok Alman firmanın Türkiye'de kurmuş olduğu üretim tesisi de Türkiye'deki istihdamı olumlu yönde etkilemiştir.

Gümrük Birliği kapsamında öngörülen hizmetlerin, kişilerin ve sermayenin serbest dolaşımı gibi hususlar Türkiye için büyük bir öneme sahip olmasına rağmen henüz serbest dolaşıma tabii olmamıştır. Tarım ve sanayi sektörü dışındaki tüm sektörler hizmet ticareti olarak değerlendirilirse, Türkiye AB arasındaki hizmet ticaretinin serbestleşmesi sağlık, eğitim, bankacılık ve lojistik vb. gibi hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren Türk firmaların rekabet güçlerini ve karlılık oranlarını artıracaktır (Özdemir ve Koç AYTEKİN, 2016: 54-55). Özellikle hizmet sektörü kapsamına giren faaliyet alanlarının Gümrük Birliği'ne dahil edilmesi, Türkiye ile Almanya arasındaki iktisadi ilişkilerin gelişmesini sağlayacaktır (SELÇUKİ ve TULAN, 2021: 13).

2.7. TÜRKİYE-ALMANYA DIŞ TİCARETİNİN GELECEĞİ

ABD ve Çin arasında yaşanan ticari anlaşmazlıklar ile Rusya ve Ukrayna arasındaki siyasi krizin beraberinde getirdiği küresel belirsizlikler Türkiye-Almanya arasındaki dış ticaret üzerinde de olumsuz bir etki yaratmıştır. Bunun dışında, Almanya güzergahındaki transit kısıtlamaları nedeniyle yaratılan “yapay engeller” Türkiye’nin ihracatında en büyük paya sahip olan otomotiv ve otomotiv yan sanayii ile tekstil ve hazır giyim sektörlerinin uluslararası rekabet gücünü azaltmaktadır (TİM, 2020: 78). Ayrıca, Türk vatandaşlarına uygulanan vize prosedürü de bir diğer önemli husustur. Zira bu durumdan en çok etkilenen kesim iş adamları ve tır şoförleridir. Her ne kadar malların serbest dolaşımına izin verilse de söz konusu malların ticaretini ve taşınmasını yapacak kişilerin önüne vize engeli çıkarılmaktadır (CENGİZ ve KURTBAĞ, 2015: 13). Ticareti olumsuz yönde etkileyen bu sorunların giderilmesi iki ülke arasındaki dış ticaretin daha etkin bir biçimde gelişmesini sağlayacaktır.

Gümrük birliği, Türkiye’nin AB’ye tam üyelik perspektifinin hala netleşmemiş olması neticesinde tahmin edilenden daha uzun bir süre yürürlükte kalarak, Türkiye açısından sistemik sorunlar içeren bir ortaklık ilişkisine dönüşmüştür. Bunlar; AB’nin gümrük birliği ile ilgili karar alma süreçlerinde Türkiye’nin yer almaması, AB’nin akdettiği Serbest Ticaret Anlaşmalarının (STA) üstlenilmesinde yaşanan güçlükler ve Türkiye’nin gümrük birliğinden tam anlamıyla yararlanmasını engelleyen karayolu kotaları gibi sorunlardır. Diğer yandan, AB’nin son yıllarda birçok ülke ile tarım, hizmet, yatırımlar ve kamu malları gibi alanlarda akdettiği yeni nesil STA’lar, Türkiye ile olan ortaklık ilişkisinden daha derin tercihlili düzenlemeler içermektedir. Bu tarz

sebeplerden dolayı Gümrük Birliği'nin güncellenmesi gündeme gelmiş, 2015 yılında Avrupa Komisyonu ile yürütülen görüşmeler sonucunda müzakerelerin çerçevesini belirleyen rapor resmiyet kazanmıştır (TB, 2021).

Türkiye'nin 1980'den sonra ihracata dayalı sanayileşme politikası izlemeye başlaması her ne kadar dış ticaret hacmini genişletmiş olsa da bu süreçte teknoloji transferine bağımlı bir sanayileşme gerçekleşmiştir (Çelebi, 2002: 163). Almanya'ya karşı dış ticaret açığı verilmesindeki en önemli sebeplerden biri de orta-yüksek teknoloji içeren malları ithal ederken, orta-düşük teknoloji içeren malları ihraç etmemizden kaynaklanmaktadır. Günümüzde birçok endüstride karşılaştırmalı üstünlük kazanmanın yolu, Ar-Ge ve deneyim aracılığı ile edinilen bilgiden geçmesi (Bayraktutan, 2003: 184), Ar-Ge harcamalarının önemini gözler önüne sermektedir. Buradan hareketle, Türkiye'nin ihracat sektörlerinde rekabet gücü elde edebilmesi için Ar-Ge harcamalarını ön planda tutması gerektiği söylenebilmektedir.

Yatırım fırsatları ve ilişkileri, çoğunlukla otomotiv ve bankacılık gibi köklü sektörlerle yönelik geliştirilmekte iken, 21. yüzyılın ekonomileri yeşil yatırımlar gibi yeni alanlara yönelmek zorunda kalmıştır. Bu yeşil yatırım alanında ise Almanya lider ülke olmak için yenilenebilir enerji ve elektrikli araçlar gibi alanlara yatırım yapmayı hedeflemektedir. Öyle ki, elektrik üretimini %10 hidrojen ile karşılayan Almanya, “yarının petrolü” olarak adlandırarak hidrojene verilen önemi vurgulamaktadır. Türkiye Enerji Bakanlığı'nın verilerine göre ise, elektrik üretiminin %44' ünü yenilenebilir kaynaklardan (%31, 'ünü hidroelektrik türbinlerden) sağlayan Türkiye, yeşil yatırım sektöründe, özellikle hidroelektrikte, ortaklıklar ve yatırımlar için gelecek vaat eden bir ülke haline gelmektedir. Türkiye'nin yenilenebilir enerjiye yönelik adımları ve sektördeki deneyimi, Almanya için stratejik önemini artırmakta olup, iki ülke arasındaki ekonomik ilişkinin güçlenmesine katkı sağlayabilecektir. Bu süreci hızlandırıp teşvik etmek amacıyla Türk-Alman Enerji Forumu kurulmuştur (Selçuki ve Tulan, 2021: 5-6).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE-ALMANYA ENDÜSTRİ-İÇİ TİCARETİ

Bu bölümde literatürde endüstri-içi ticareti konu alan önceki çalışmalara temas edildikten sonra birinci bölüm kapsamındaki teorik çerçeveye istinaden Türkiye-Almanya arasındaki endüstri-içi ticaretin hesaplanması ve yorumlanması gerçekleştirilecektir.

3.1. LİTERATÜR TARAMASI

Yeni dış ticaret teorileri ile gündeme gelen ve önemi giderek artan endüstri-içi ticaret olgusu 1960'tan itibaren birçok iktisatçısının çalışmasına konu olmuştur. Pieter Verdoorn, Bela Balassa, Herbert Grubel ve Peter Lloyd endüstri-içi ticareti ölçmeye yönelik çalışmalara öncülük eden ilk iktisatçılar arasındadır. Bunlar dışında literatürde yer alan ulusal ve uluslararası araştırmaların bazıları aşağıda özetlenmiştir.

Xing (2007), Çin'in 1980-2004 döneminde Japonya ve ABD ile yaptığı ticaretteki EİT'nin gelişimini ele almıştır. EİT'nin Japonya ile yapılan toplam ticarete %34'e yükseldiği, ABD ile yapılan ticarete ise %10'dan fazla olduğu sonucuna varmıştır. Çin ile Japonya'nın endüstri ticaretinde elektrik ve makine sektörünün öne çıktığını, ABD ile ticaretinde ise kimya ve gıda sektörünün büyük bir paya sahip olduğunu belirtmiştir. Ampirik analizde ise Japonya'nın Çin'deki doğrudan yabancı yatırımlarının EİT'ye katkı sağladığı görülmüştür.

Aydın (2008a), 1989-2005 dönemi için Türkiye'nin AB(25), AB-Dışı ve Dünya ülkeleriyle ticaretindeki EİT seviyesini hesaplamıştır. SITC 3 ve 4 basamaklı verileri ele almış ve yöntem olarak Grubel-Lloyd endeksini kullanmıştır. Türkiye'nin ticaret ortaklarına karşı rakip olmaktan çok tamamlayıcı bir ekonomi olduğunu belirterek EİT'nin söz konusu olmadığı sonucuna varmıştır.

Han ve Lee (2012), 1992-2006 yılları arasında Çin ve Kore arasında gerçekleşen dikey ve yatay endüstri-içi ticareti incelemiştir. Tekstil, kimya, metal olmayan ana metaller, fabrikasyon metal, makine ve teçhizat, elektronik ve motorlu taşıtlar gibi sektörlerdeki EİT endeksini Grubel-Lloyd yöntemiyle hesaplamıştır. 1992'den beri yapılan ticaretin %50'sinin EİT şeklinde gerçekleştiğini ifade ederek, dikey endüstri-içi ticarete doğru bir eğilimin olduğunu; ancak bazı sektörlerde farklı sonuçlar elde

edildiğine dikkat çekmiştir. Kimya sektöründe yatay endüstri-içi ticaretin arttığını tekstil, makine ve teçhisat, fabrikasyon metal ve elektronik sektöründe ise dikey endüstri-içi ticaret artış gösterirken yatay endüstri-içi ticaretin sonucuna ulaşmıştır.

Şentürk (2014), Türkiye'nin dış ticaretinde en büyük paya sahip olan 20 ülke ile hem tüm endüstrilerdeki hem de imalat sanayiindeki EİT'yi hesaplama yöntemi olarak Grubel-Lloyd endeksini tercih etmiş ve 1990-2013 dönemi SITC 3 basamaklı verilerini kullanmıştır. Tüm endüstriler için yapılan analizde İtalya, İspanya, Fransa ve Almanya ile; imalat sanayii endüstrilerinde ise İtalya, İspanya, Fransa, Almanya, Polonya ve Romanya ile EİT yapıldığını ortaya koymuştur.

Şahin (2015), 1996-2004 döneminde Türkiye ile G-8 ülkeleri arasında gerçekleşen tarımsal ve imalat ürün gruplarındaki EİT düzeyini ölçmüştür. Grubel-Lloyd yöntemiyle yapılan analizde hem tarımsal ürünlerdeki hem de imalat ürünlerindeki EİT seviyesinin yüksek olduğunu belirtmiştir.

Bashimov (2017), Türkiye ve Rusya arasında gerçekleşen tarım ve gıda ürünleri ticaretindeki EİT seviyesini incelemek için 2002-2014 dönemi veriyle Grubel-Lloyd endeksini hesaplamıştır. Türkiye'nin Rusya ile yaptığı tarım ve gıda ticaretinde EİT'nin var olduğunu belirterek, özellikle bitkisel ürünlerde endeksin daha yüksek olduğuna dikkat çekmiştir.

Yalçın ve Gürel (2018), Türkiye ile Karadeniz Ekonomik İş Birliği Örgütü arasındaki EİT'yi analiz etmek için 1992-2007 dönemi SITC verileriyle Grubel-Lloyd yöntemini kullanmıştır. Türkiye'nin Romanya, Bulgaristan ve Yunanistan ile ticaretinde EİT'nin yüksek, Ermenistan, Azerbaycan ve Ukrayna ile ticaretinde ise düşük olduğu görülmüştür.

Bakan ve Selci (2019), Türkiye ile seçilmiş 5 AB üyesi ülkenin (Almanya, Çekya, Fransa, İngiltere, İspanya) otomotiv sektöründeki EİT seviyesini Grubel-Lloyd endeksiyle hesaplamak için 2008-2017 dönemine ait SITC Rev.3 verilerinden faydalanmıştır. Otomotiv sektöründe Almanya, Fransa ve İngiltere ile EİT seviyesinin yüksek olduğunu, buna karşılık İngiltere ve Çekya ile EİT'nin düşük düzeyde olduğunu göstermiştir.

Demir (2020), Türkiye'nin 2019 yılını baz alarak ithalat ve ihracattaki ilk 20 ürün grubunun 2013-2019 dönemindeki EİT düzeyini ölçmek için Grubel-Lloyd

endeksini hesaplamıştır. İthalat ve ihracata konu olan 29 ürün grubunu incelemiş ve 15 ürün grubunda EİT'nin var olduğunu, 14 ürün grubunda ise EAT'nin gerçekleştiği belirtmiştir.

Ürüt Saygın (2020), Türkiye ve AB ülkeleri arasındaki endüstri-içi ticareti analiz etmek üzere demir-çelik sektörünün 2009-2019 dönemini kapsayan SITC Rev.3 sınıflandırmasına ait verilerini kullanmıştır. EİT'yi hesaplamak için Grubel-Lloyd endeksinden yararlanmış ve Türkiye ile AB ülkeleri arasında gerçekleşen demir-çelik sektöründeki ticaretin EİT şeklinde olduğunu ifade etmiştir.

3.2. YÖNTEM

Çalışmada analiz yöntemi olarak endüstri-içi ticareti ölçmeye yönelik birçok endeks bulunmasına rağmen, bu çalışmada literatürde en çok kullanılan Grubel-Lloyd endeksi tercih edilmiştir. Endeks, dış ticarete dengesizlikler söz konusu olduğunda aşağı sapsmalı sonuçlar vermesi ve her bir toplulaştırma derecesinde farklı sonuçlar vermesi yönünden eleştirilmiştir. Ancak, literatürde kabul görmesi ve endeksin kolay hesaplanabilir olmasıyla birlikte, belli bir zaman diliminde ülkeler arası karşılaştırmaya ve belli bir ülke için farklı zamanlardaki değerleri karşılaştırmaya olanak sağlamaktadır.

Literatürde endüstri-içi ticareti ölçmek için geliştirilen endeksler arasında bulunan Verdoorn endeksi 0 ile 1 arasında sınırlandırılması nedeniyle EİT düzeyi hakkında herhangi bir fikir vermediği için bu çalışmada tercih edilen bir yöntem değildir. Michaely endeksi ise, endüstri-içi uzmanlaşmanın incelenmesi için kullanılabilirken, endüstri düzeyinde hesaplamalarda tercih edilmemektedir. Grubel-Lloyd ile birlikte literatürde en çok kullanılan Ballasa endeksi, dış ticaret içindeki paylarına bakılmaksızın tüm endüstrilere eşit ağırlık verilmesi ve dış ticaret dengesizliklerini dikkate almadığı için dezavantajlıdır. Aquino endeksi ise, tüm endüstrilerde ticaret dengesizliklerinin eşit dağıldığını varsaydığı ve endeksteeki sapsmaları ortadan kaldırmadığı için kullanılmamıştır.

Grubel-Lloyd endeksinin aşağıdaki formül ve endeks aralığına göre;

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

$$0 \leq EİT \leq 1$$

- $E\dot{I}T=0$ ise ticarete konu olan mal grubunda endüstri içi ticaretin gerçekleşmediği, ilgili mal grubunda sadece ithalat ya da ihracat yapıldığı,
- $E\dot{I}T=1$ ise ticarete konu olan mal grubunda yapılan ithalat ve ihracat değerlerinin birbirlerine yakın olduğu,
- $E\dot{I}T>0,50$ ise endüstri-içi ticaret seviyesinin yüksek olduğu,
- $E\dot{I}T<0,50$ ise endüstri-içi ticaret seviyesinin düşük olduğu, yani endüstriler-arası ticaretin var olduğu sonucuna varılmaktadır.

Endüstri-içi ticaretin gerçekleştiği her bir ürün grubu için YEİT ve DEİT'nin ölçülmesi için ise Greenway, Hine ve Milner (1995: 1509) tarafından geliştirilen endeks kullanılmıştır. Buna göre, yatay mal farklılaştırması ihracat birim değerlerinin ithalat birim değerlerine oranının belirlenen aralıkta olması şeklinde ifade edilmektedir. İhracat birim değeri UV^X ve ithalatın birim değeri UV^M olarak belirtildiğinde, $1-\alpha < \frac{UV^X}{UV^M} < 1+\alpha$ koşulu sağlandığında YEİT gerçekleşmektedir. Buna karşılık, $\frac{UV^X}{UV^M} < 1-\alpha$ ya da $\frac{UV^X}{UV^M} > 1+\alpha$ koşulları sağlandığında ise DEİT'nin varlığı söz konusudur.

Farklı faktör yoğunluğu ve/veya teknik bilgi gerektiren farklı kalitedeki ürünlerde uzmanlaşmayı yansıtmaları sebebiyle DEİT, düşük kalite ve yüksek kalite olarak iki şekilde ayrıştırılabilmektedir. Bir ülkenin ihraç ettiği malların kalitesi ithal ettiği aynı sektöre ait mallar kalitesinden yüksek olduğunda yüksek kalite DEİT, ihraç ettiği malların kalitesi ithal mallarına oranla düşük olduğunda ise düşük kalite DEİT söz konusudur. Bir başka ifadeyle, bir malın nispi birim değer indeksi; $\frac{UV^X}{UV^M} < 1/(1+\alpha)$ ise, düşük kalite DEİT, $\frac{UV^X}{UV^M} > 1+\alpha$ ise, yüksek kalite DEİT vardır (Şimşek, 2005: 47).

Yatay ve dikey mal farklılaştırması için literatürde kullanılan α eşik değerleri %15 ve %25'tir (Fukao vd., 2003: 473; Özkaya, 2010: 143). Bu çalışmada ise, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde eksik bilgi koşulları ve ticaret istatistiklerine dâhil edilen değerlerin reel kur dalgalanmalarından etkilenmeleri sebebiyle %15 eşik değerinin dar kalma ihtimali göz önünde bulundurularak %25 eşik değeri dikkate alınmıştır.

3.3. ANALİZ VE BULGULAR

Türkiye ve Almanya arasındaki endüstri-içi ticaretin ölçülmesi için 2001-2022 dönemini kapsayan Harmonize Sistem HS2 (fasıl) sınıflandırılmasına göre ithalat ve ihracattaki ilk 20 fasıla ait veriler kullanılmıştır. İthalat ve ihracata dahil olan ürün gruplarındaki farklılık sebebiyle toplam 30 ürün grubunun EİT endeksi hesaplanmıştır.

Tablo-5'te endeks hesaplamasına dahil edilen ürün gruplarının açıklamaları paylaşılmıştır.

Tablo-5: Harmonize sistem HS2 (fasıl) sınıflandırılmasına göre ele alınan ürün grupları

Fasıl No	Fasıl Açıklaması
87	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı
84	Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı
85	Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya
73	Demir veya çelikten eşya
39	Plastikler ve mamulleri
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya
8	Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler
20	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya, takımlar, kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya, paçavralar
94	Mobilyalar, yatak takımları, aydınlatma cihazları, reklam lambaları, ışıklı tabelalar vb., prefabrik yapılar
27	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, bitümenli maddeler, mineral mumlar
72	Demir ve çelik
74	Bakır veya bakırdan eşya
69	Seramik mamulleri
88	Hava taşıtları, uzay taşıtları ve bunların aksam ve parçaları
90	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar, tıbbi, cerrahi alet ve cihazlar, bunların aksam, parça ve aksesuarı
7	Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular
30	Eczacılık ürünleri
29	Organik kimyasal ürünler
38	Muhtelif kimyasal maddeler (biodizel, yangın söndürme maddeleri, dezenfektanlar, haşarat öldürücüler, vb.)
48	Kağıt ve karton, kağıt hamurundan, kağıttan veya kartondan eşya
32	Debagatte ve boyacılıkta kullanılan hülasalar, tanenler, boyalar, pigmentler, vernikler, macunlar, mürekkepler, vb.
34	Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler, yıkama-yağlama müstahzarları, mumlar, bakım müstahzarları, dişçilik müstahzarları
28	İnorganik kimyasallar, kıymetli metal, radyoaktif element, metal ve izotopların organik-anorganik bileşikleri
33	Uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri, kozmetik veya tuvalet müstahzarları
82	Adi metallerden aletler, bıçakçı eşyası ve sofa takımları, adi metallerden bunların aksam ve parçaları
83	Adi metallerden çeşitli eşya (kilit, kasa, mobilya tertibatı, vb.)

Not: Fasıl açıklamaları TÜİK veri tabanından alınmıştır.

Türkiye-Almanya arasındaki ticarete konu olan ürün gruplarının Grubel-Lloyd endeksi ile hesaplanmış endeks değerlerine göre sıralanarak Tablo-6'da paylaşılmıştır.

Tablo-6: Türkiye ile Almanya'nın endüstri-içi ticareti (2001-2022)

Fasıl No	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
87	0,998	0,774	0,578	0,564	0,577	0,603	0,706	0,747	0,626	0,558
85	0,770	0,801	0,830	0,771	0,866	0,794	0,708	0,704	0,601	0,632
83	0,663	0,409	0,396	0,383	0,421	0,446	0,532	0,629	0,709	0,594
84	0,378	0,382	0,400	0,425	0,405	0,450	0,501	0,533	0,550	0,524
74	0,328	0,197	0,438	0,409	0,405	0,710	0,738	0,714	0,861	0,872
73	0,837	0,689	0,695	0,932	0,926	0,983	0,908	0,836	0,840	0,824
40	0,764	0,865	0,876	0,881	0,804	0,813	0,794	0,776	0,772	0,787
82	0,416	0,318	0,384	0,319	0,320	0,313	0,336	0,407	0,414	0,516
39	0,208	0,160	0,157	0,158	0,183	0,199	0,228	0,299	0,350	0,359
69	0,437	0,742	0,627	0,592	0,598	0,736	0,719	0,685	0,536	0,580
72	0,108	0,127	0,097	0,124	0,144	0,281	0,426	0,377	0,213	0,204
33	0,083	0,097	0,142	0,113	0,106	0,141	0,142	0,170	0,150	0,155
90	0,069	0,059	0,089	0,082	0,089	0,104	0,120	0,124	0,106	0,129
48	0,227	0,091	0,068	0,074	0,070	0,076	0,123	0,112	0,105	0,089
76	0,883	0,958	0,971	0,901	0,998	0,864	0,738	0,671	0,621	0,561
27	0,014	0,010	0,015	0,009	0,042	0,023	0,738	0,674	0,622	0,999
94	0,743	0,598	0,514	0,664	0,660	0,822	0,906	0,888	0,748	0,808
28	0,253	0,184	0,155	0,155	0,172	0,206	0,207	0,216	0,237	0,218
88	0,656	0,699	0,117	0,314	0,567	0,415	0,306	0,103	0,101	0,719
34	0,078	0,137	0,243	0,222	0,222	0,217	0,202	0,189	0,308	0,232
38	0,038	0,023	0,018	0,024	0,027	0,089	0,071	0,052	0,040	0,113
32	0,011	0,014	0,011	0,009	0,016	0,016	0,016	0,022	0,023	0,024
63	0,021	0,035	0,024	0,019	0,030	0,033	0,029	0,028	0,025	0,026
29	0,236	0,156	0,100	0,134	0,117	0,064	0,051	0,101	0,043	0,057
30	0,213	0,168	0,150	0,181	0,182	0,207	0,219	0,188	0,204	0,200
62	0,016	0,018	0,021	0,024	0,021	0,031	0,029	0,038	0,024	0,027
08	0,007	0,025	0,014	0,014	0,037	0,045	0,031	0,033	0,039	0,018
20	0,018	0,033	0,035	0,034	0,045	0,065	0,059	0,060	0,046	0,033
07	0,027	0,215	0,054	0,079	0,104	0,140	0,066	0,096	0,040	0,107
61	0,007	0,010	0,012	0,012	0,011	0,015	0,014	0,017	0,017	0,017

Tablo-6: (devam)

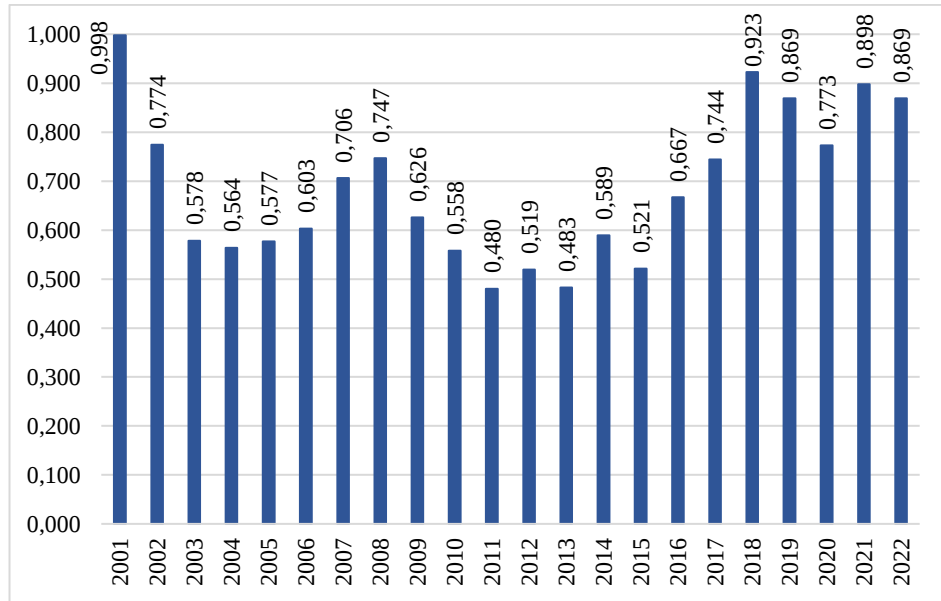
Fasıl No	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
87	0,480	0,519	0,483	0,589	0,521	0,667	0,744	0,923	0,869	0,773	0,898	0,869
85	0,681	0,748	0,631	0,752	0,706	0,615	0,675	0,715	0,748	0,676	0,758	0,831
83	0,622	0,595	0,542	0,503	0,464	0,481	0,489	0,659	0,648	0,687	0,739	0,807
84	0,559	0,583	0,559	0,622	0,629	0,646	0,668	0,712	0,755	0,700	0,734	0,694
74	0,852	0,959	0,940	0,876	0,915	0,890	0,729	0,697	0,691	0,823	0,645	0,686
73	0,742	0,815	0,983	0,958	0,872	0,968	0,897	0,951	0,893	0,934	0,691	0,678
40	0,722	0,778	0,788	0,697	0,732	0,751	0,733	0,640	0,600	0,636	0,565	0,597
82	0,498	0,423	0,451	0,517	0,487	0,459	0,616	0,592	0,617	0,565	0,538	0,587
39	0,335	0,347	0,345	0,381	0,405	0,431	0,424	0,459	0,471	0,477	0,548	0,557
69	0,595	0,666	0,657	0,652	0,543	0,413	0,449	0,452	0,404	0,444	0,422	0,472
72	0,321	0,247	0,201	0,290	0,263	0,374	0,379	0,460	0,337	0,291	0,420	0,456
33	0,210	0,205	0,184	0,241	0,271	0,284	0,332	0,337	0,300	0,341	0,342	0,401
90	0,120	0,135	0,345	0,386	0,139	0,143	0,144	0,190	0,364	0,348	0,373	0,383
48	0,110	0,132	0,161	0,170	0,175	0,190	0,171	0,224	0,291	0,308	0,359	0,362
76	0,539	0,529	0,659	0,617	0,756	0,711	0,772	0,738	0,610	0,558	0,477	0,360
27	0,811	0,918	0,847	0,750	0,863	0,838	0,767	0,800	0,890	0,356	0,355	0,334
94	0,792	0,737	0,862	0,838	0,754	0,672	0,698	0,610	0,392	0,314	0,290	0,304
28	0,226	0,287	0,169	0,275	0,320	0,310	0,225	0,255	0,235	0,275	0,372	0,280

88	0,039	0,099	0,130	0,749	0,293	0,418	0,141	0,874	0,562	0,315	0,626	0,260
34	0,233	0,239	0,239	0,233	0,246	0,255	0,305	0,248	0,288	0,390	0,297	0,257
38	0,033	0,027	0,061	0,108	0,064	0,096	0,073	0,069	0,088	0,219	0,203	0,191
32	0,017	0,030	0,050	0,060	0,061	0,051	0,055	0,059	0,088	0,123	0,153	0,136
63	0,028	0,025	0,054	0,064	0,030	0,035	0,036	0,035	0,090	0,085	0,111	0,117
29	0,140	0,063	0,055	0,050	0,053	0,086	0,052	0,042	0,044	0,080	0,092	0,088
30	0,138	0,173	0,148	0,127	0,115	0,055	0,045	0,059	0,051	0,053	0,054	0,078
62	0,029	0,023	0,025	0,032	0,042	0,034	0,044	0,031	0,021	0,027	0,033	0,051
08	0,028	0,021	0,035	0,041	0,046	0,040	0,033	0,048	0,034	0,039	0,047	0,043
20	0,037	0,038	0,040	0,033	0,055	0,048	0,053	0,045	0,050	0,063	0,038	0,037
07	0,138	0,116	0,055	0,111	0,142	0,105	0,067	0,063	0,143	0,074	0,094	0,033
61	0,016	0,018	0,014	0,015	0,013	0,011	0,010	0,009	0,008	0,010	0,013	0,014

Kaynak: Trade Map (2023) verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

Türkiye'nin Almanya'ya yaptığı ihracatta ilk sırada yer alan Grafik-6'daki 87 nolu (motorlu kara taşıtları) ürün grubu için 2001'de 0,99 endeks değeriyle EİT'nin söz konusu olduğunu söylemek mümkündür. İlerleyen yıllarda EİT endeksinde düşüş yaşanmış olsa da, 2017'den itibaren tekrar artış eğilimine girdiği ve 2018 yılında 0,92 değerine ulaştığı görülmektedir. Bu tarihten sonra düşüş yaşanmış olmasında rağmen 2022'deki 0,86'lık değerle EİT'nin yüksek olduğu görülebilmektedir. EİT'nin 2001, 2007, 2008, 2017, 2018, 2020, 2021 ve 2022 yıllarında YEİT; 2019 yılında yüksek kalite DEİT ve diğer yıllarda ise düşük kalite DEİT şeklinde gerçekleştiği ve 2022 yılı itibarıyla 87 nolu ürün grubunun Türkiye-Almanya ticaretindeki payının %13,45 olduğu tespit edilmiştir.

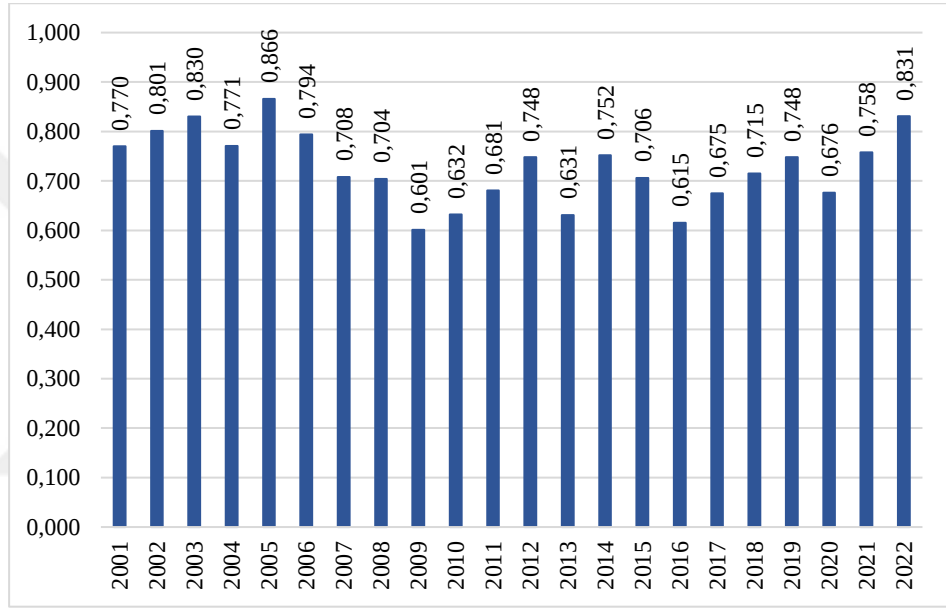
Grafik-6: 87 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Grafik-7'de Türkiye'nin ihracatında 4. sırada yer alan 85 nolu (elektrikli makine ve cihazlar) ürün grubunun 2001'deki endeks değerinin 0,77 olarak hesaplandığı, 2005

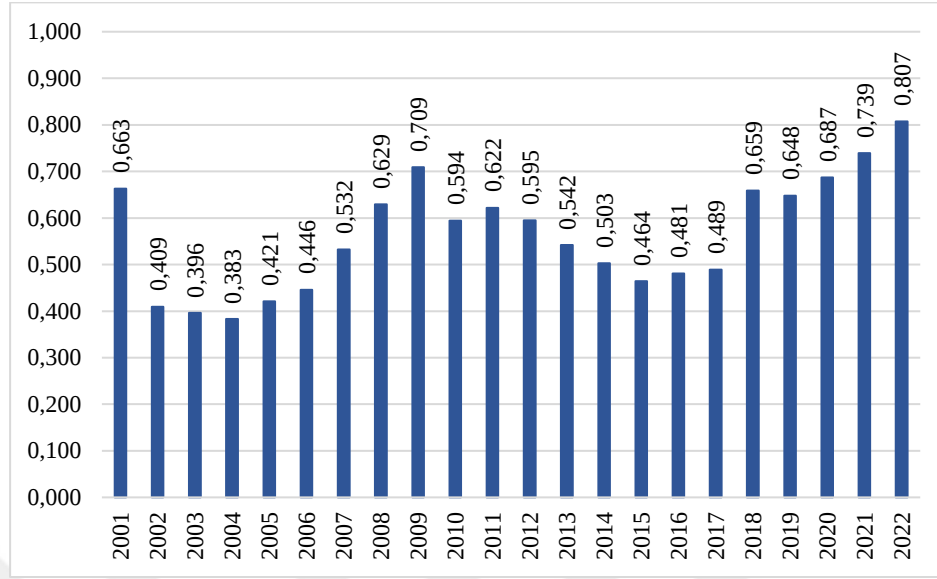
yılına kadar artış gösterdiği ve 0,86'lık değer ile en yüksek seviyeye ulaştığı görülmektedir. 2005'ten itibaren dönemsel azalma ve artışlar göstererek 0,60-0,75 arasında değerlere sahip olmuştur. Endeks değeri 2022 yılındaki 0,83'lük değerle 85 nolu ürün grubunda EİT'nin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, 2003-2008 ve 2010-2015 dönemleri ile 2022 yılında YEİT'nin, incelenen diğer yıllarda ise düşük kalite DEİT'nin gerçekleştiği tespit edilmiştir. 2022 yılında 85 nolu ürün grubunun iki ülke arasında gerçekleşen toplam ticaret içindeki payı %5,82'dir.

Grafik-7: 85 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



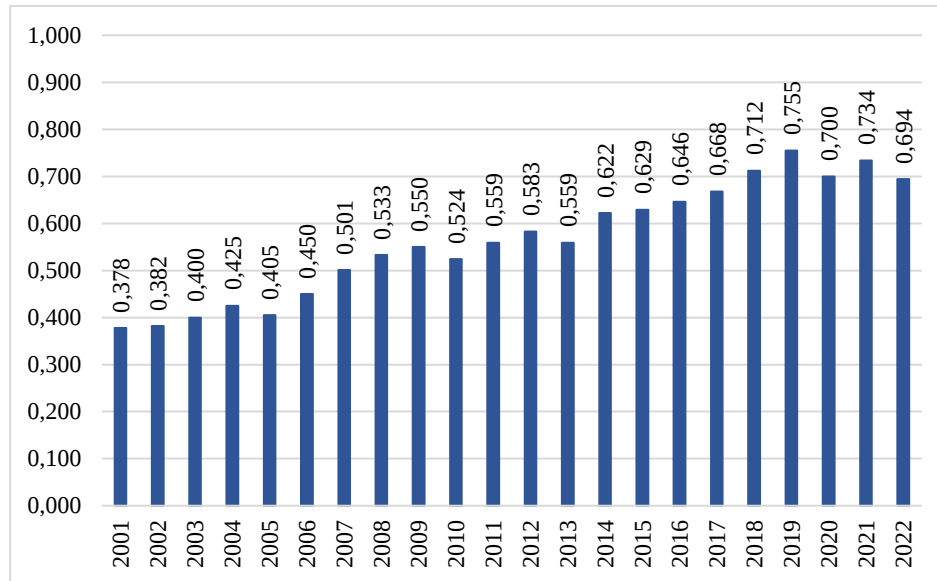
Türkiye'nin ithalatında 20. sırada bulunan 83 nolu (adi metallerden çeşitli eşya, kilit, kasa vb.) ürün grubunun Grafik-8'deki 2001'e ait EİT endeksi 0,66 olarak hesaplanmıştır. Bu tarihten 2006'ya kadar endeks 0,38 ile 0,44 aralığında ilerlemiştir. Endekste 2009'dan itibaren dönemsel düşüş ve yükselişler yaşanmış olsa da 2011-2010 döneminde 0,46 ile 0,68 arasında seyretmiştir. 2021 ve 2022 yılında ise 0,73 ve 0,80 değerini alarak EİT'nin yükseldiği sonucunu ortaya koymuştur. Ancak, 83 nolu ürün grubunda 2009 ve 2011 yıllarında YEİT, diğer yıllarda düşük kalite DEİT tespit edilmiştir. Toplam ticaret içindeki payı ise 2022 yılı itibariyle %0,47 olmuştur.

Grafik-8: 83 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



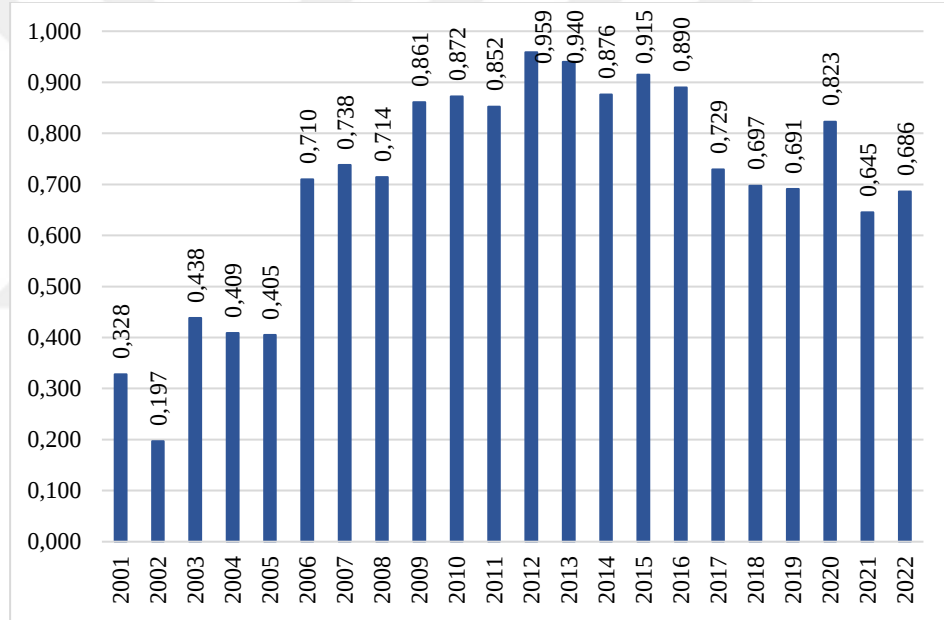
Grafik-9’da Türkiye’nin ihracatında büyük bir yere sahip olan 84 nolu (makinalar, mekanik cihazlar ve aletler) ürün grubunda ise 2001 yılı endeks değeri 0,37 iken, 2002’den itibaren artış göstermiş; 2019 yılında 0,73’e yükselerek en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 2022 yılına gelindiğinde endeks 0,69 olarak gerçekleşmiş olup, 84 nolu ürün grubunda EİT’nin var olduğu ve 2019-2020 yıllarında YEİT’nin, kalan yıllarda ise düşük kaliteli DEİT’in gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır. 84 nolu ürün grubunun 2022 yılı itibariyle toplam ticaret içindeki payı %15,59 olarak gerçekleşmiştir.

Grafik-9: 84 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



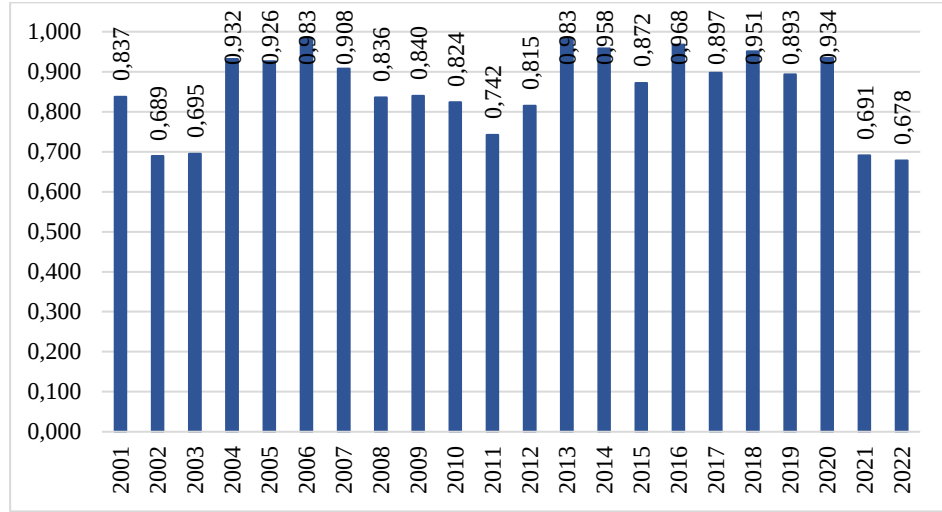
Almanya'ya yapılan ihracatta 16. sırada yer alan 74 nolu (bakır veya bakırdan eşya) ürün grubuna ait EİT endeksi Grafik-10'da da paylaşıldığı üzere 2001'de 0,32'dir. Bir sonraki yıl 0,19 olarak gerçekleşse de 2003-2005 döneminde 0,40 ile 0,43 aralığında yer almıştır. 2006'da 0,71 iken, ilerleyen yıllarda önemli bir yükseliş göstermiş olup, 2012'de 0,95'e yükselerek en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Bu dönemde EİT yüksek olmasına rağmen 2012'yi takip eden yıllarda endeks düşüş eğilimine girmiş ve 2022'de 0,68'e kadar gerilemiştir. İlerleyen yıllarda EİT'nin tekrar eski seviyesine ulaşması mümkün görünmektedir. 2006-2009 döneminde YEİT söz konusu iken, 2010'dan itibaren yüksek kalite DEİT'nin gerçekleştiği saptanmıştır. Türkiye-Almanya ticaretindeki payı, 2022 yılı itibarıyla %0,73'tür.

Grafik-10: 74 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



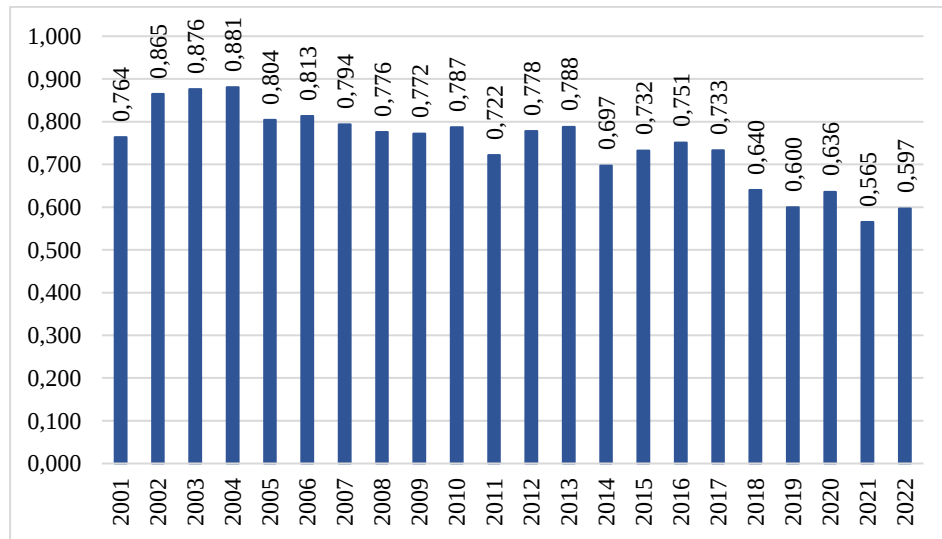
Almanya'ya yapılan ihracatta yine büyük bir paya sahip olan 73 nolu (demir ve çelikten eşya) ürün grubunun Grafik-11'deki EİT endeksi 0,83 seviyesinde iken, 2002 ve 2003 yıllarında 0,69'a düşmüştür. 2004 yılında endeks 0,93 olmuş ve dönemsel azalışlar olsa da 2020'ye kadar 0,74-0,98 aralığında bulunmuştur. Son yıllarda ise düşüş yaşanmış olup 0,69 seviyesine gerilemiştir. Genel anlamda değerlendirdiğimizde 73 nolu ürün grubunda EİT'nin yüksek olduğunu; 2001-2003 döneminde düşük kalite DEİT'nin, 2004'ten itibaren ise yüksek kalite DEİT'nin var olduğunu söylemek mümkündür. 73 nolu ürün grubunun toplam ticaret içindeki payı 2022 yılında %3,16 olmuştur.

Grafik-11: 73 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Grafik-12’ye bakıldığında 40 nolu (kauçuk ve kauçuktan eşya) ürün grubuna ait 2001 yılı EİT endeksi 0,76’dır. Takip eden yıllarda 0,86-0,88 değerlerine ulaşmış olsa da ilerleyen yıllarda 0,72-0,78 aralığında ilerlemiş; 2018’den sonra ise düşüş göstermeye başlamış ve 2022’de 0,59’a düşmüştür. Ele alınan dönemde EİT düzeyi yüksek olsa da EAT’ye doğru bir yönelim olduğu söylenebilmektedir. Buna ek olarak, 2004, 2005 ve 2006 yıllarında YEİT’nin gerçekleştiği, diğer yıllarda ise yüksek kalite DEİT’nin gerçekleştiği görülmüştür. 2022 yılı itibarıyla toplam ticaret içindeki payının %1,81 olduğu tespit edilmiştir.

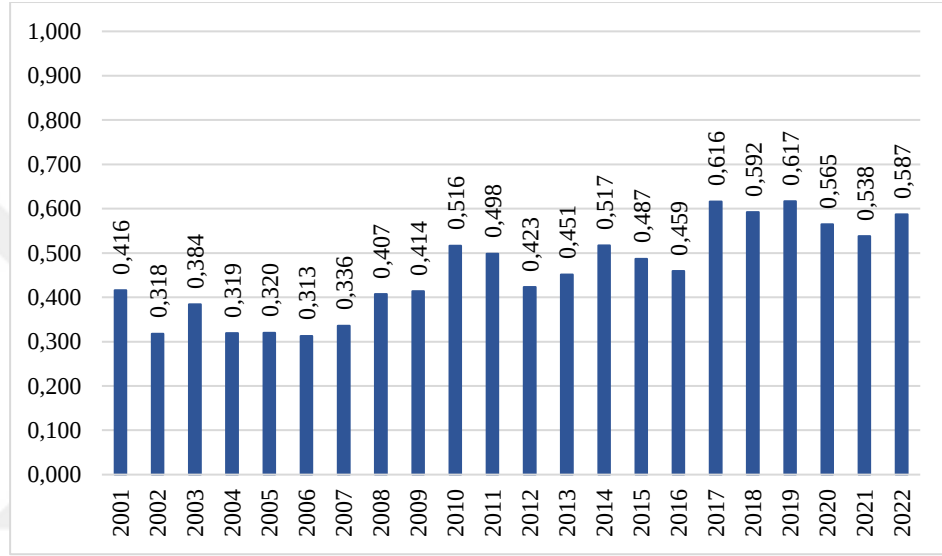
Grafik-12: 40 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Grafik-13’te 82 nolu (adi metallerden aletler, sofrta takımları ve parçaları) ürün grubuna ait EİT endeksi 2001-2009 döneminde 0,31 ile 0,41 arasında gerçekleşmiş,

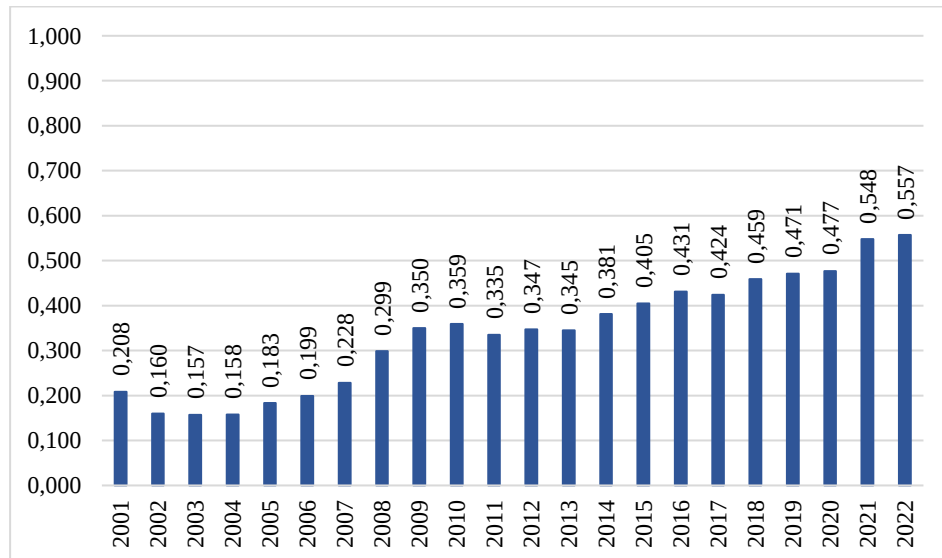
2010-2016 döneminde ise 0,45 ile 0,51 aralığında değerlere ulaşmıştır. 2017’de endeks değeri 0,61’e yükselmiş olup, 2022 itibariyle endeks 0,58 olmuştur. Bulgulardan hareketle, 82 nolu ürün grubunda EAT’dan EİT’ye doğru bir yönelim görülmektedir. EİT endeks değerinin 0,50’den yüksek olduğu yıllarda ise düşük kalite DEİT’nin varlığından söz edilebilmektedir. 2022 yılı itibariyle, bu ürün grubunun toplam ticaret içindeki payı, %0,45’tir.

Grafik-13: 82 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Grafik-14’te görüldüğü gibi, Türkiye’nin ihracatında 8. sırada bulunan 39 nolu (plastikler ve mamulleri) ürün grubu için 2001’deki endeks değeri 0,20 olarak hesaplanmış, 2007’ye kadar düşüş göstermiştir.

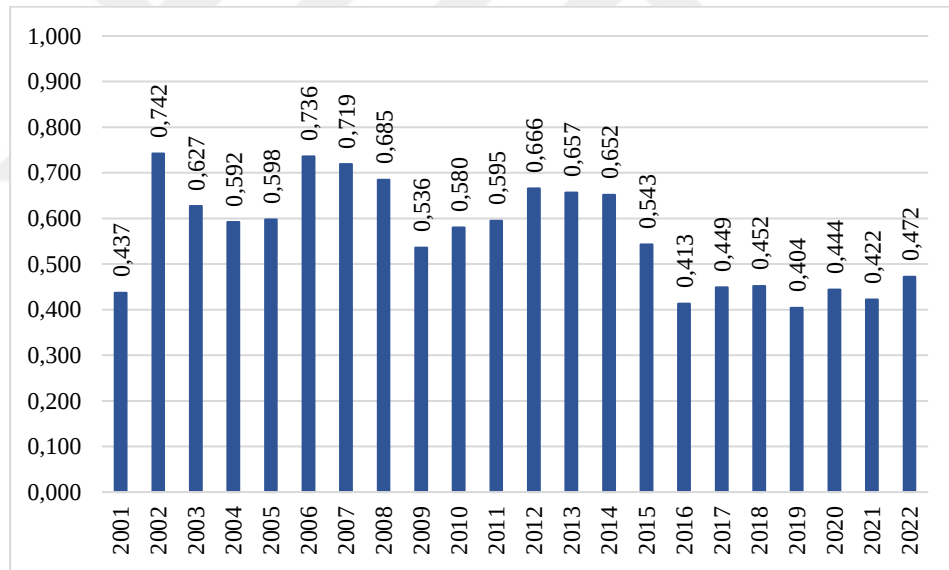
Grafik-14: 39 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



2007'den itibaren endeks yükselme eğilimine girmiş ve bu artış günümüze kadar devam etmiştir. 2022 yılı itibariyle 0,55 seviyesine ulaşarak, 39 nolu ürün grubunda EAT'nin gerçekleşmekte olduğunu, ancak EİT'ye doğru bir değişimin söz konusu olabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte, 2022 yılında toplam ticaret içindeki payı %5'dir.

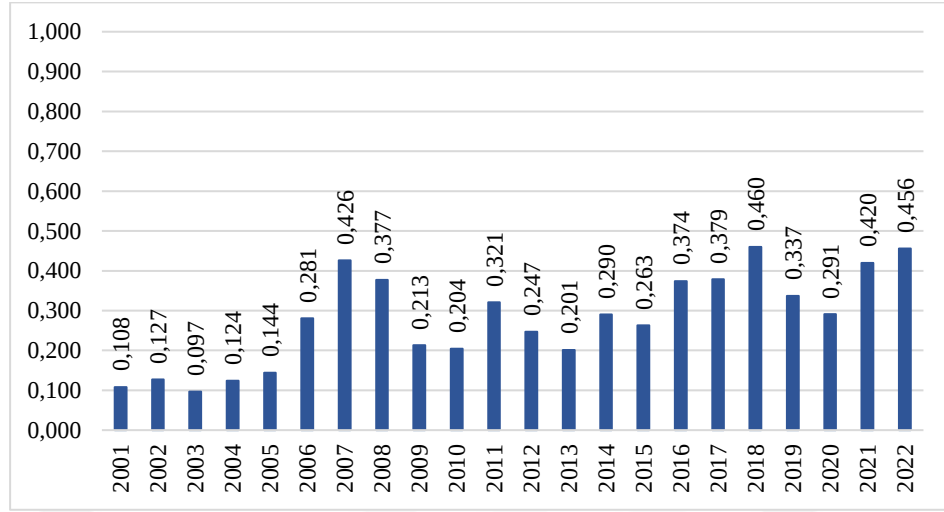
Grafik-15'te yer alan 69 nolu (seramik mamulleri) ürün grubuna ait EİT endeksi 2001'de 0,43 seviyesinde iken, bir sonraki yıl 0,74 değerine ulaşmıştır. Endeks 2003'ten itibaren dönemsel artışlar gösterse de 2014 yılında kadar ağırlıklı olarak 0,55-0,68 aralığında değerlerde seyretmiştir. 2015'ten sonra düşüş gerçekleşmeye başlamış ve 2022'de 0,47 seviyesine inmiş olup, bu ürün grubunda EİT'nin düşük olduğu görülmektedir. Toplam ticaret içindeki payı ise 2022 yılında %0,53 olarak gerçekleşmiştir.

Grafik-15: 69 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



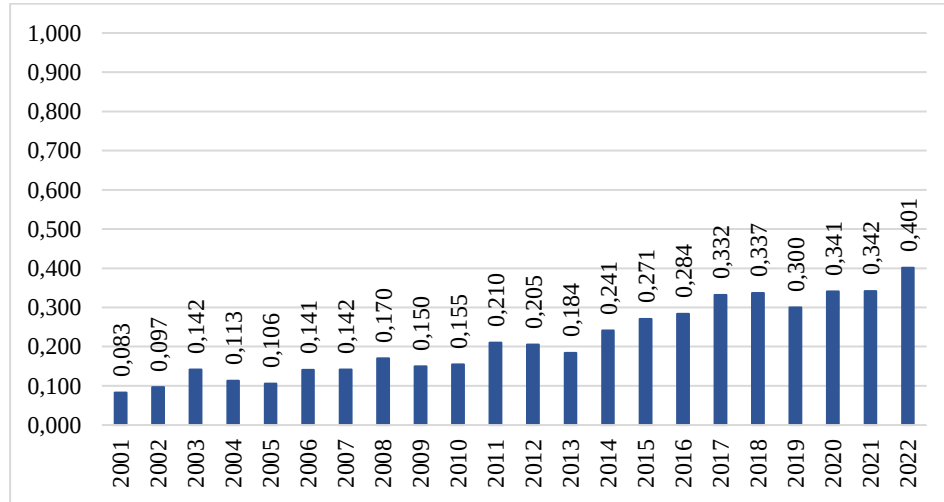
Demir-çelik sektöründeki gelişmelere dair bilgi veren Grafik-16'daki 72 nolu (demir ve çelik) ürün grubu için 2001-2005 dönemindeki endeks değerleri 0,09 ile 0,14 arasında ilerlemiştir. 2006'dan itibaren ise önceki döneme kıyasla artış göstermiş olup, 2020'ye kadar 0,20 ile 0,37 arasında değerler almıştır. EİT endeksi 2022 yılı itibariyle 0,45 seviyesinde gerçekleşmiştir. 72 nolu ürün grubunun EİT endeksinin düşük seyretmesine dayanarak, bu ürün grubunda EAT'nin var olduğunu ve EİT'nin uzun bir süre mümkün olmayacağını söylemek mümkündür. Ayrıca, 72 nolu ürün grubunun toplam ticaret içindeki payının %2,58 olduğu saptanmıştır.

Grafik-16: 72 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Almanya'dan yapılan ithalatla 18. sırada yer alan ve Grafik-17'de paylaşılan 33 nolu (uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri) ürün grubu için hesaplanan EİT endeksi 2001-2010 döneminde 0,08 ile 0,17 aralığında değerler almıştır. Bu döneme kıyasla 2011-2021 döneminde endeks değerleri 0,21 ile 0,37 arasındaki seviyelere yükselmiştir. 2022 yılı itibariyle endeks 0,40 ulaşmış olsa da bu ürün grubunda EAT'nin gerçekleşmesi söz konusu olup, aynı yıl içinde gerçekleşen toplam ticaret içindeki payı %0,41'dir.

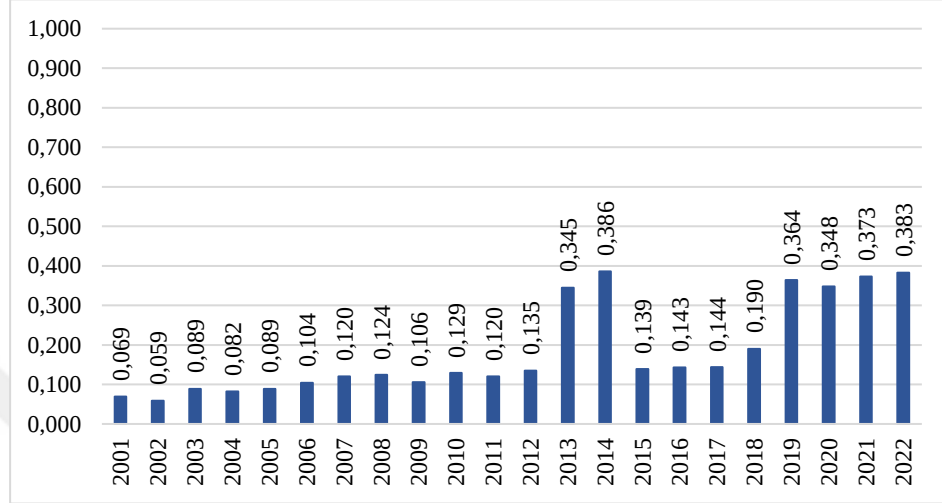
Grafik-17: 33 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Yüksek teknolojiye dahil olan Grafik-18'deki 90 nolu (optik, fotoğraf, sinema) ürün grubunda ise EİT endeksi 2001'de 0,06 iken, 2012'ye kadar 0,08-0,13 arasında seyretmiştir. 2013 ve 2014 yıllarında 0,34 ve 0,38 seviyesine ulaşırken, 2019'a kadar 0,13-0,19 seviyelerinde gerçekleşirken, bu tarihten itibaren tekrar artık göstermiş ve

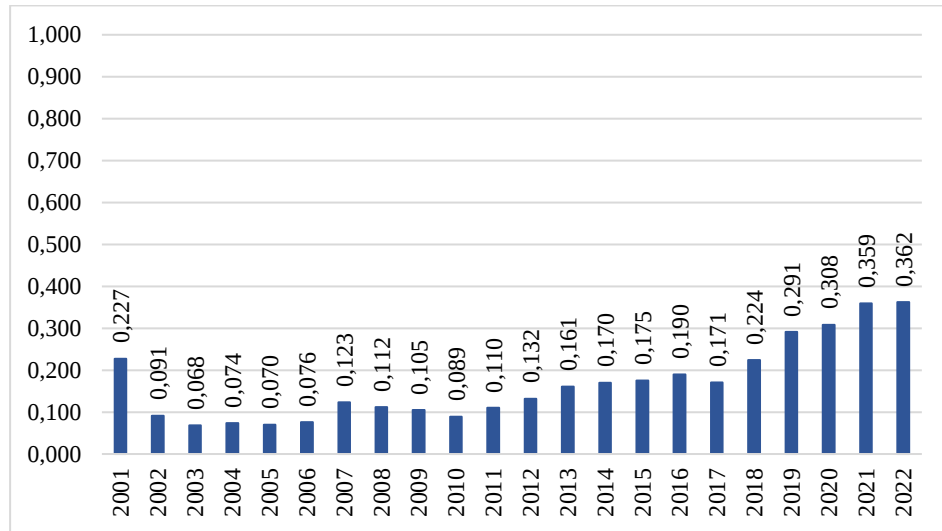
2022’de endeks 0,38 olmuştur. Elde edilen endeks verilerine göre 90 nolu ürün grubunda EAT’nin varlığı ve 2022 yılı itibariyle toplam ticaret içindeki payının %1,93 olduğu gözlenmiştir.

Grafik-18: 90 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



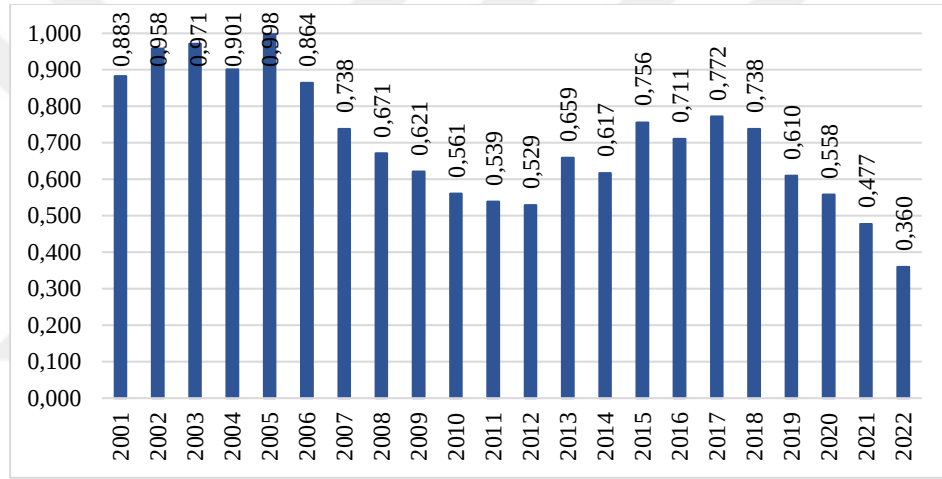
Türkiye’nin ithalatında 12. sırada yer alan 48 nolu (kağıt ve kartonda eşya) ürün grubunun Grafik-19’daki EİT endeks değeri 2001’de 0,22 olarak gerçekleştirmiştir. 2002-2010 döneminde 0,06 ile 0,12 aralığında ilerlerken, 2011’den itibaren sürekli artış göstermiş, 2022’de 0,36 seviyesine ulaşmıştır. Bu ürün grubunda EAT’nin gerçekleşmekte olduğu ve toplam ticaret içindeki payının 2022 yılında %1,27 olduğu sonucuna varılmıştır.

Grafik-19: 48 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



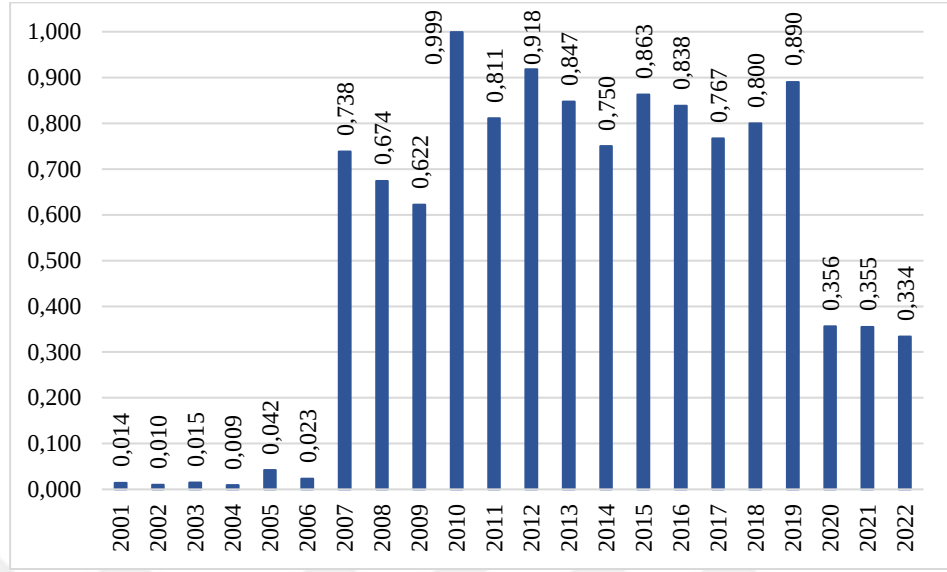
Grafik-20’de yer alan 76 nolu (alüminyum ve alüminyumdan eşya) ürün grubuna ait endeks değeri 2001-2005 yılları arasında 0,88-0,99 seviyelerine ulaşarak bu dönem içerisinde EİT’nin gerçekleştiğini göstermektedir. EİT’nin 2001, 2002 ve 2004 yıllarında YEİT şeklinde olduğu, EİT’nin yüksek olduğu diğer yıllarda ise yüksek kalite DEİT’nin gerçekleştiği görülmüştür. Ancak, 2005’ten itibaren düşüş eğilimine girdiği ve bu süreçte 0,51-0,77 arasında seyrettiği görülmektedir. 2022 yılında gelindiğinde ise 0,36 seviyesine inerek, EİT’den EAT’ye doğru bir değişimin olduğu sonucuna varılmakta ve toplam ticaret içindeki payının %2,56 düzeyinde kaldığı belirlenmiş bulunmaktadır.

Grafik-20: 76 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



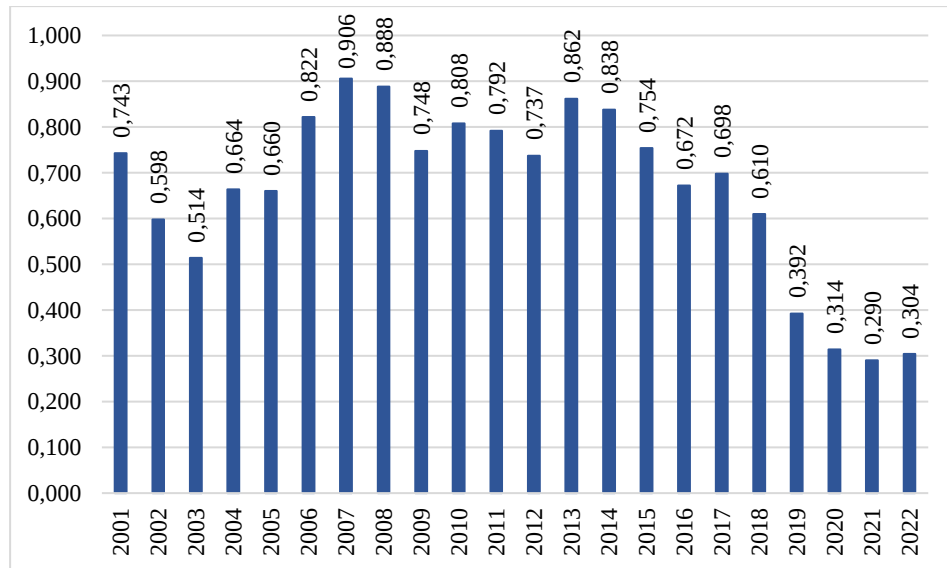
Grafik-21’de 27 nolu (mineral yakıtlar, mineral yağlar) ürün grubunun Türkiye’nin ihracatında büyük bir yere sahip olmamasına rağmen son yıllarda bu ürün grubunun ihracatının arttığı görülmektedir. Öyle ki, 2001-2006 yılları arasında endeks değeri 0,009-0,042 arasında seyretmiştir. EİT endeksi 2007’de 0,73’e yükselmiş ve 2010 yılında 0,99’a ulaşarak EİT’nin gerçekleştiğini göstermiştir. 2011-2019 döneminde, endeks 0,80-0,91 aralığında devam etmiş ve bu süreçte 2016, 2017 ve 2018 yıllarında YEİT; EİT’nin yüksek olduğu geri kalan yıllarda yüksek kalite DEİT gerçekleştirmiştir. 2020’ten itibaren ise ciddi bir düşüş yaşanmış olup, 2022’de 0,33’e kadar gerilemiştir. 27 nolu ürün grubunda bir süre EİT’ye doğru eğilim olsa da son dönemlerde sürdürebilir olmayıp EAT’ye dönüşmüştür ve 2022 yılı itibariyle toplam ticaret içindeki payı %1,04 olmuştur.

Grafik-21: 27 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



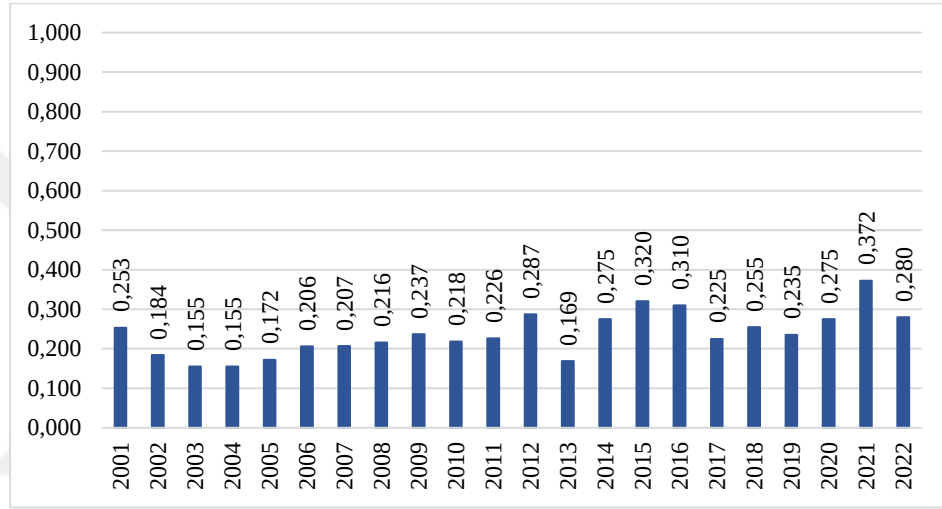
Grafik-22’de 94 nolu (mobilyalar) ürün grubunun 2001’deki EİT endeks değeri 0,74 iken, 2003’e kadarki süreçte düşüş göstererek 0,51’e gerilediği görülmektedir. Ancak, 2004’te 0,66’ya yükselmiş ve dönemsel düşüşler yaşansa da 2014’e kadar 0,73-0,90 aralığında değerler alarak EİT’nin yüksek olduğunu göstermiştir. Ancak, 2014’ten itibaren endeks değeri sürekli düşüş göstermiş ve 2022 itibariyle 0,34 seviyesinde gerçekleşmiştir. 94 nolu ürün grubunda ele alınan dönemin ortalarında EİT’nin yüksek olduğu yıllarda yüksek kalite DEİT gerçekleşmekte iken, bu durumun süreklilik arz etmemesi sebebiyle EAT’ye doğru bir değişim yaşanmıştır. Toplam ticaret içindeki payı da 2022 yılında %1,10 olarak gerçekleşmiştir.

Grafik-22: 94 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



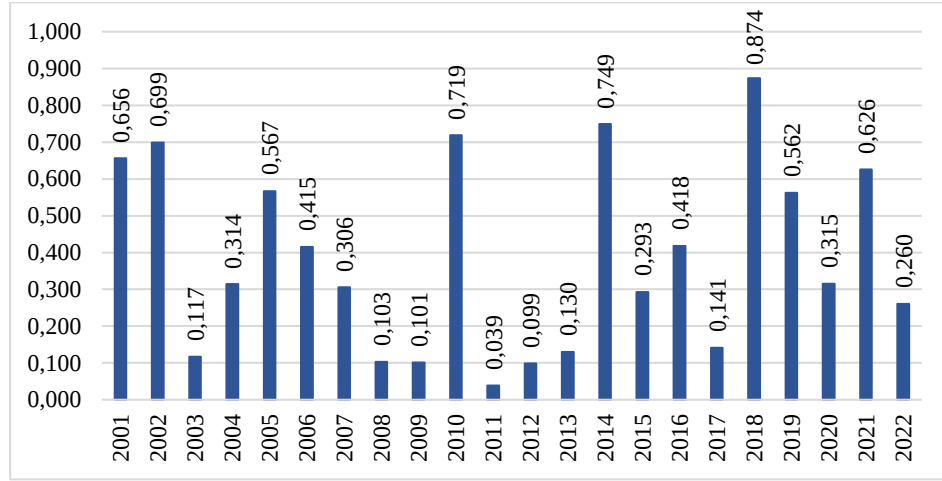
Grafik-23'te yer alan 28 nolu (İnorganik kimyasallar, kıymetli metal, radyoaktif element) ürün grubuna ait 2001 yılı endeks değeri 0,25 iken, ilerleyen yıllarda büyük bir düşüş meydana gelmemiş olup, 2014'e kadar 0,15 ile 0,28 arasında değerlere sahip olmuştur. 2015 ve 2016 yıllarında 0,32 ve 0,31 seviyesinde gerçekleşmiş, akabinde düşüş göstermiş olsa da 2021'de 0,37'ye; 2022 itibariyle 0,28 olmuştur. Önceki kimyasal ürün gruplarına benzer şekilde bu ürün grubunda da EAT'nin varlığından söz edilmektedir. 2022 yılında toplam ticaret içindeki payı ise %0,45'tir.

Grafik-23: 28 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



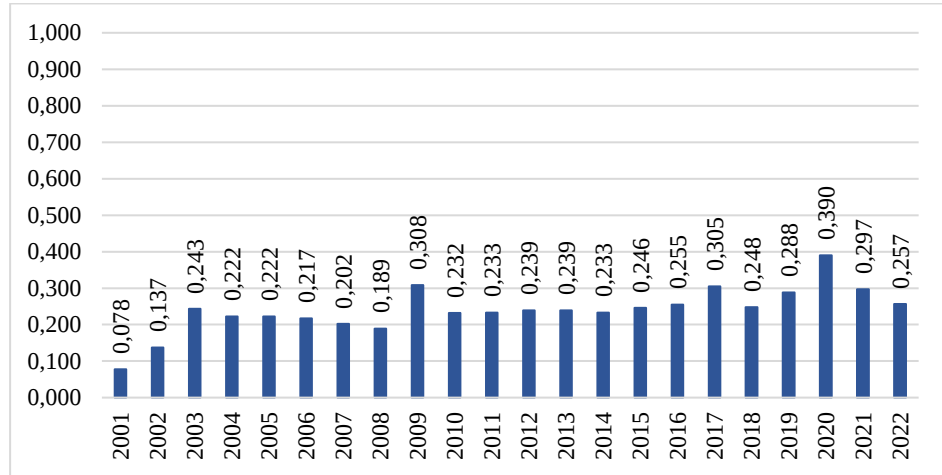
Grafik-24'te yüksek teknoloji içerisinde değerlendirilen 88 nolu (hava taşıtları) ürün grubu için 2001'deki endeks değeri 0,65 olarak hesaplanmıştır. Ancak, 2003-2009 döneminde yükseliş süreklilik arz etmeyerek dönem başında 0,11 olan değer dönem sonunda yine 0,10 seviyesine düşmüştür. 2010'a gelindiğinde iste önemli bir artış göstererek 0,71'e ulaşmış, ancak ilerleyen yıllarda 0,03-0,13 arasında değerler almıştır. Aynı şekilde, 2011'de 0,74 seviyesine yükselip, tekrar düşüş yaşanmış ve 2018 itibariyle en yüksek seviyesine ulaşarak 0,87 olmuştur. EİT'nin yüksek olduğu 2010 ve 2014 yıllarındaki YEİT gerçekleşmiş olsa da, yüksek endeks değerinin söz konusu olduğu 2002 ve 2018 yılında yüksek kalite DEİT gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, 2001 ve 2021 yıllarında düşük kalite DEİT'nin söz konusu olduğu görülmüştür. 2022 yılı itibariyle EİT endeksi 0,26 olarak hesaplanmış olup, endeksteeki yüksek değerlerin sürekliliği henüz yakalanamadığı içi 88 nolu ürün grubunda EAT'nin gerçekleştiği ve EİT'nin uzun bir süre söz konusu olmayacağı sonucu çıkarılabilmektedir. Bununla birlikte, 2022 yılı itibariyle toplam ticaret içindeki payı %3,08 olmuştur.

Grafik-24: 88 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



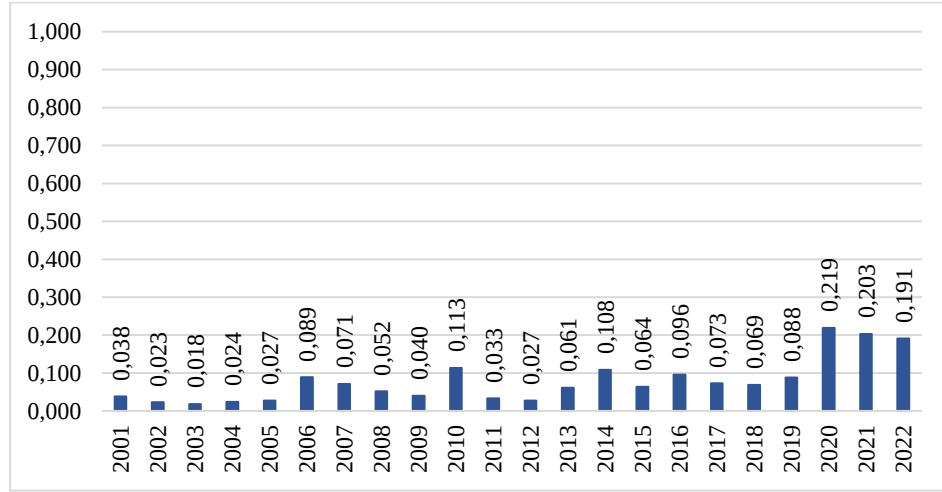
Grafik-25'te kimyasal ürünler içindeki 34 nolu (sabunlar, yüzey aktif organik maddeler) ürün grubuna ait endeks 2001'de 0,07 olmuş ve 2019'a kadar ağırlıklı olarak 0,24 seviyesinde gerçekleşmiştir. 2020'de 0,39 olarak en yüksek seviyesine ulaşmış olmasında rağmen 2022'de tekrar 0,25' düşmüştür. Nitekim, 34 nolu kimyasal ürün grubunda EAT'nin gerçekleştiği ve 2022 yılında toplam ticaret içindeki payının %0,51 olduğu belirlenmiştir.

Grafik-25: 34 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



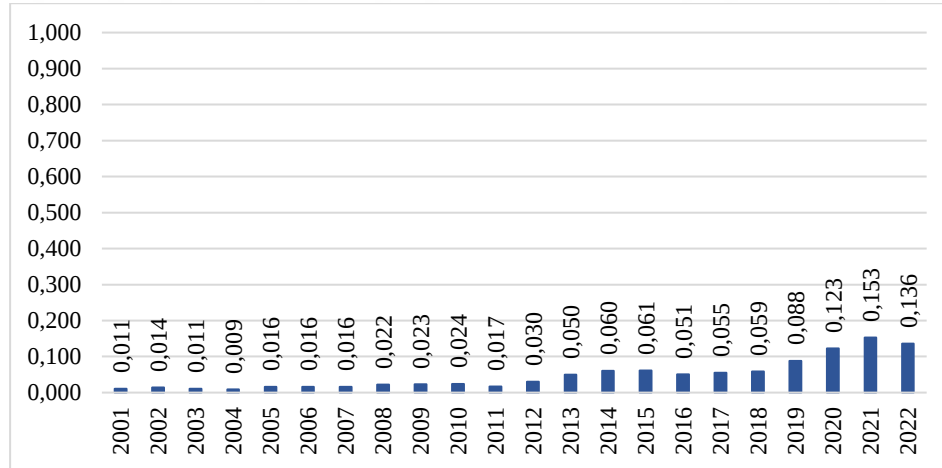
Önceki kimyasal ürün gruplarına benzer şekilde Grafik-26'da yer alan 38 nolu (muhtelif kimyasal maddeler) ürün grubunda endeks değeri 2001-2019 yılları arasında 0,01 ile 0,10 arasında hesaplanmıştır. 2020 yılında endeks değeri önceki döneme kıyasla yükselerek 0,21 seviyesine ulaşmış ve 2022 itibariyle endeks 0,19'a gerilemiştir. 38 nolu ürün grubunda da EİT'nin varlığından bahsedilememektedir. 2022 yılı itibariyle toplam ticaret içindeki payı ise %1,24 olarak gerçekleşmiştir.

Grafik-26: 38 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



32 nolu (debagatte ve boyacılıkta kullanılan hülasalar) ürün grubu için hesaplanan EİT endeksi Grafik-27’de görüleceği üzere 2001-2019 yılları arasında 0,01 ile 0,08 aralığında değerler almıştır. Son yıllarda ise endeks 0,12 ile 0,15 arasında değerlere ulaşmasıyla EAT’nin söz konusu olduğu ortaya çıkmaktadır. Toplam ticaret içindeki payının ise 2022 yılı itibariyle %0,76 olduğu saptanmıştır.

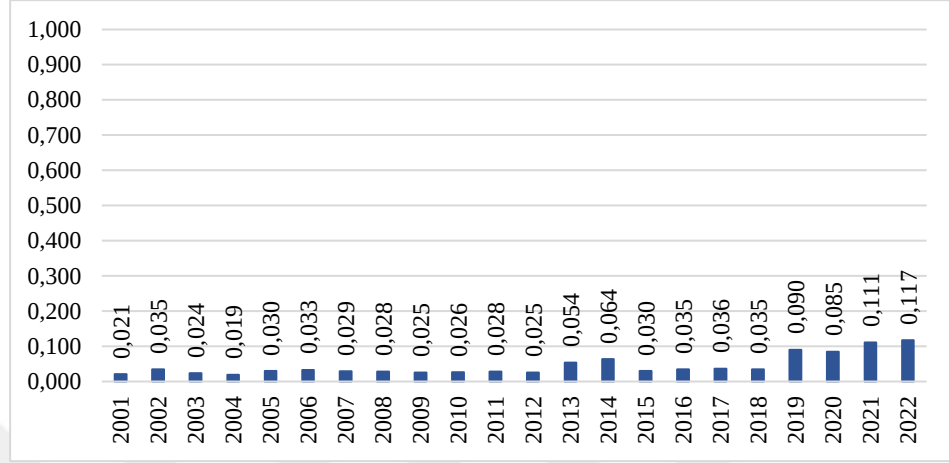
Grafik-27: 32 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Grafik-28’de görüldüğü üzere Türkiye’nin ihracatında 12. sırada yer alan 63 nolu (dokunabilir maddelerden hazır eşya) ürün grubunun 2001’deki EİT endeks değeri 0,02 olarak hesaplanmıştır. Endeks dönemsel azalma ve artış göstererek 0,03-0,08 arasında değerler almaya devam etmiş, 2021 ve 2022 yıllarında ise 0,11 olarak en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Düşük EİT endekslerinden dolayı 63 nolu ürün grubunda

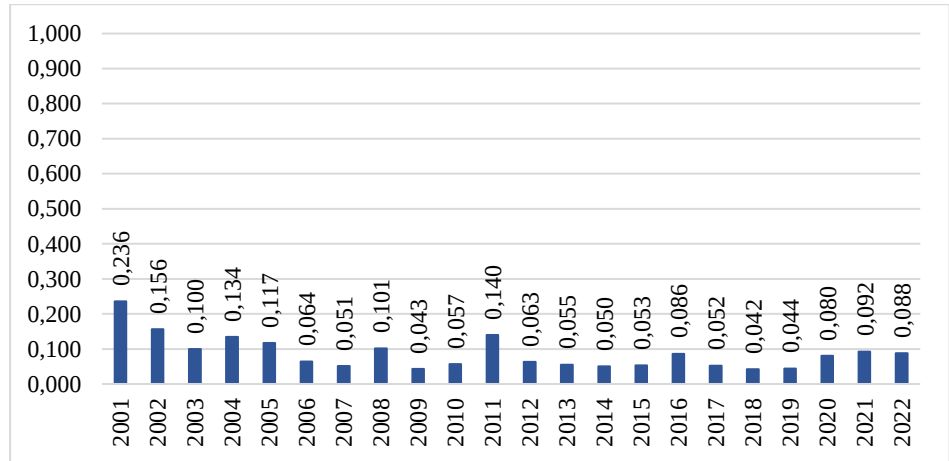
EAT'nin söz konusu olduğu görülmekte olup, 2022 yılında toplam ticaret içindeki payı %1,04 olmuştur.

Grafik-28: 63 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Grafik-29'da 29 nolu (organik kimyasal ürünler) ürün grubundaki EİT endeksi 2001'de 0,23'lük değere sahip olarak ele alınan dönem içerisindeki en yüksek seviyesine ulaştığı görülmektedir. Bu tarihten itibaren daha düşük değerlerde gerçekleşerek, 2002-2022 arasında 0,04 ile 0,15 aralığında seyretmiştir. Hesaplanan verilere göre 29 nolu ürün grubunda EİT'nin gerçekleşmesi söz konusu değildir. 2022 yılında toplam ticaret içindeki payı ise %1,19 olarak hesaplanmıştır.

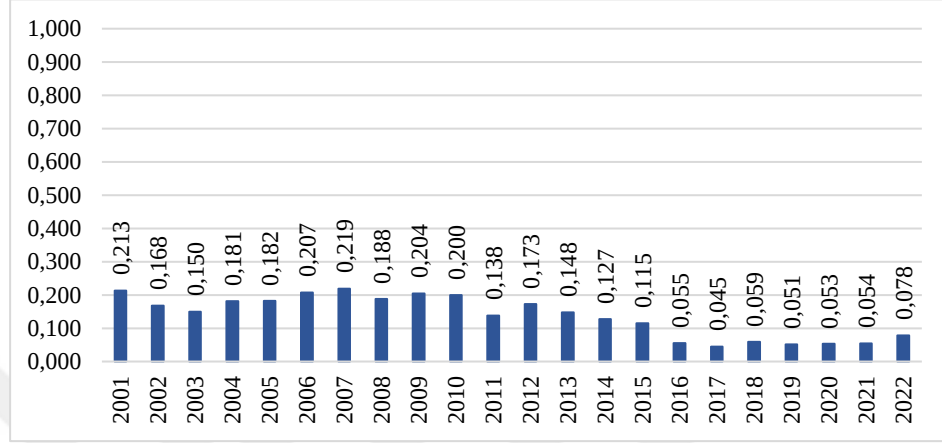
Grafik-29: 29 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Grafik-30'da paylaşılan ve Almanya'dan yapılan ithalatta 7. sırada yer alıp yüksek teknoloji kapsamında ele alınan 30 nolu (eczacılık ürünleri) ürün grubu EİT endeksi 2001'de 0,21 olarak hesaplanmış olup, 2002-2015 dönemi boyunca stabil bir ilerleme göstererek 0,15 ile 0,20 aralığında değerler almıştır. 2016-2021 döneminde

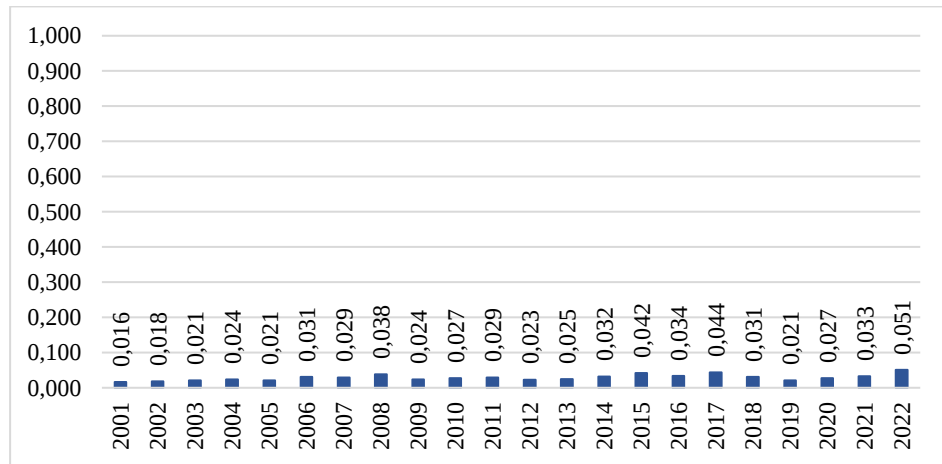
ise 0,05 değerine düşmüş ve 2022’de 0,07 olmuştur. Paylaşılan verilerden hareketle, 30 nolu ürün grubunda EAT’nin geçerli olduğu ve toplam ticaret içindeki payının %1,84 olduğu görülmüştür.

Grafik-30: 30 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Tekstil sektörüne ait bir gösterge olan ve Grafik-31’de paylaşılan 62 nolu (örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı) ürün grubunda 2001 yılına ait endeks değeri 0.016’dır. Bu tarihten sonra 0,020-0,044 aralığında değerlere ulaşmış olup, 2022 yılında 0,051’lik olarak gerçekleşmiştir. 62 nolu ürün grubunda da EAT’nin var olduğu, EİT’nin ise söz konusu olmayacağı görülebilmektedir. 2022 yılında toplam ticaret içindeki payı ise %2,30’dur.

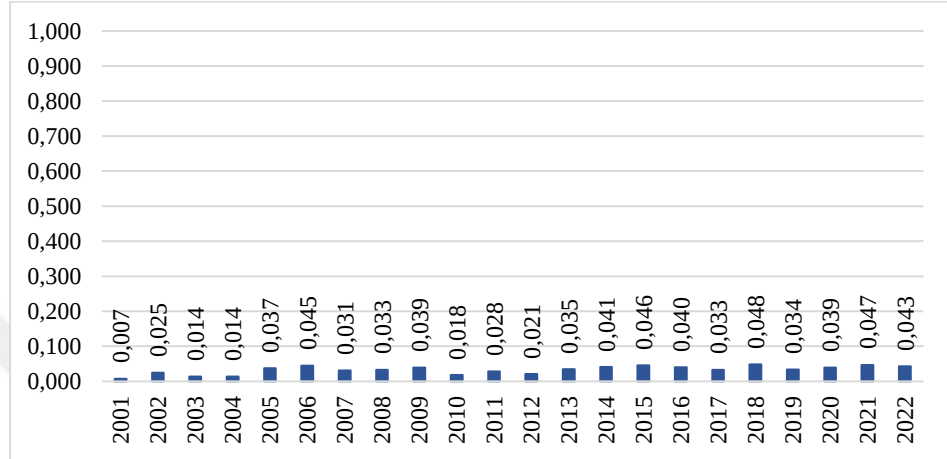
Grafik-31: 62 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



Tarım sektörüne dair gösterge niteliği taşıyan 08 nolu (yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler) ürün grubunun Grafik-32’deki 2001 yılındaki endeks değeri 0,007 seviyesinde gerçekleşerek, EAT’nin varlığını ifade etmektedir. Endeks değeri zamanla

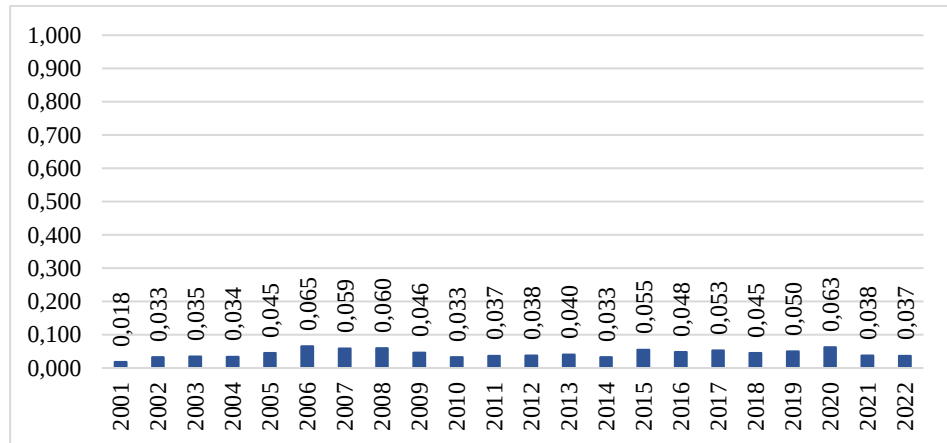
artış gösterse de 0,030 ile 0,048 arasında değerler almıştır. EİT endekse değeri 2022 yılı itibariyle 0,043 seviyesinde gerçekleştirdiğinden 08 nolu ürün grubunda EİT'nin varlığından söz edilememektedir. Toplam ticaret içindeki payı ise 2022 yılında %1,11 olarak gerçekleşmiştir.

Grafik-32: 08 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



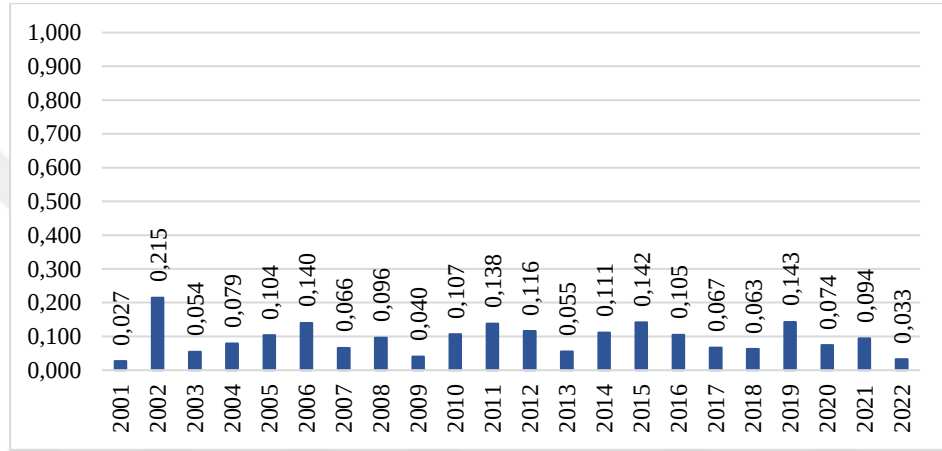
Tarım sektörü içinde yer alan Grafik-33'teki 20 nolu (sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler) ürün grubu, bir önceki ürün grubuna benzer şekilde düşük endeks değerlerine sahiptir. 2001 yılında 0,037 olan değer, 2006'da 0,065 olarak en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Akabinde, endeks düşüş eğilimine girmiş ve her ne kadar dönemsel artış gösterse de 2022' gelindiğinde dönemin başındaki 0,037 endeks değerine gerilemiştir. 20 nolu ürün grubunda da EAT'nin var olduğu ve 2022 yılında toplam ticaret içindeki payının %1 olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Grafik-33: 20 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



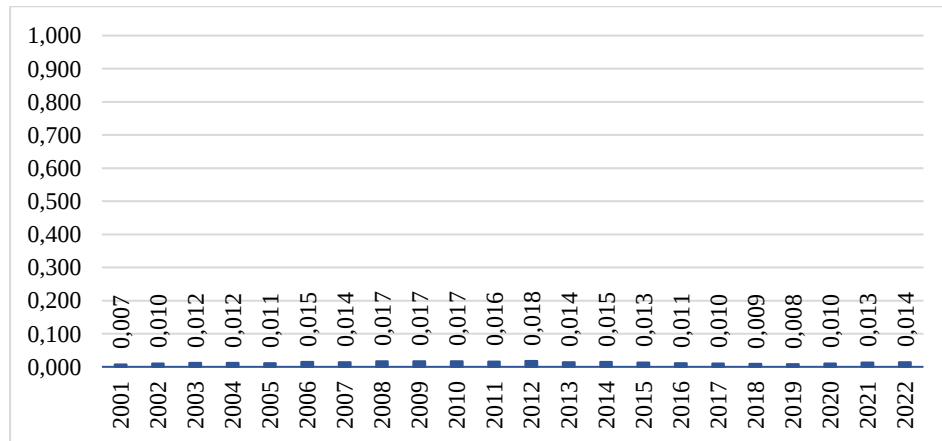
Türkiye'nin ihracatında 20. sırada bulunan 07 nolu (yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular) ürün grubunun Grafik-34'deki EİT endeks değeri 2001'de 0,02 olarak en düşük seviyesindedir. Ele alınan dönem içerisindeki en yüksek seviyesi ise 0,21'lik değer ile 2002'de gerçekleşmiştir. Bu tarihten itibaren 2022 yılına kadar 0,04-0,14 arasında değerlere sahip olmuş ve 2022 itibariyle 0,03 olarak dönem başındaki seviyesine inmiş olması, bu ürün grubunda EAT'nin gerçekleştiği ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, toplam ticaret içindeki payı 2022 yılında %0,31'dir.

Grafik-34: 07 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



61 nolu (örme giyim eşyası ve aksesuarları) ürün grubu Grafik-35'te de görüldüğü üzere, 2001'de 0,007 endeks değerine sahip olmuştur. 2006-2014 yılları arasında ise en düşük 0,014 en yüksek 0,018'e yükselmiştir. Akabinde, tekrar düşüş yaşamış olup 2022 yılında 0,014 seviyesinde gerçekleşmiştir. Genel itibariyle değerlendirildiğinde 61 nolu ürün grubunda EİT'den ziyade EAT'nin var olduğu ve 2022 yılında toplam ticaretteki payının %4,12 olduğu görülmektedir.

Grafik-35: 61 nolu ürün grubu EİT değerleri (2001-2022)



SONUÇ

Geleneksel yaklaşımların 1950'lerden itibaren dış ticaretin niteliğinde meydana gelen değişiklikleri açıklamada yetersiz kalmasıyla yeni dış ticaret teorileri ortaya çıkmıştır. Gelişme düzeyleri ve faktör donanımları benzer olan ülkelerin, aynı endüstri içinde yer alan ürünleri karşılıklı ithal ve ihraç etmesini ifade eden endüstri-içi ticaret kavramı, monopolcü rekabet teorisi kapsamında ölçek ekonomileri ve ürün farklılaştırması olgularıyla açıklanmıştır. Endüstri-içi ticaret yazınının gelişmesinde, Verdoorn (1960), Michaely (1962), Balassa (1966), Grubel-Lloyd (1971,1975), Aquino (1978) ve Loertscher-Wolter (1980) gibi birçok iktisatçının ortaya koyduğu çalışmaların önemli bir rolü olmuştur. Bunlara ek olarak, Dixit ve Stiglitz (1977) Krugman (1979), Lancaster (1980) ve Helpman (1981) tarafından geliştirilen modellerle monopolcü rekabet ile uluslararası ticaret arasındaki ilişkiye açıklık getirilmiştir.

Günümüzde uluslararası ticaretin büyük bir bölümünün endüstri-içi ticaret şeklinde gerçekleştiği bilinmektedir. Ülkelerin refah seviyelerini yükseltmesi yolunda dış ticaretin katkısı nedeniyle ticaretin serbestleşmesine yönelik çabalar artmıştır. Öyle ki, gümrük vergileri, miktar kısıtlamaları ve ticareti kısıtlayan diğer engeller kaldırılmış ya da azaltılmış ve iktisadi bütünleşmeler yaygınlaşmıştır. İktisadi bütünleşmelerden en başarılısı olan Avrupa Birliği ve üye ülkeler arasında oluşturulan gümrük birliği endüstri-içi ticareti görebilmek açısından önemli bir örnek olmuştur. Türkiye'nin Avrupa'ya coğrafi yakınlığı, Avrupa Birliği üyelik süreci, gümrük birliğine katılımı ile bir iktisadi bütünleşmeye taraf olmasının dış ticarete yansımaları incelenmeye değer nitelik taşımaktadır. Türkiye'nin endüstri-içi ticaretinin ele alındığı önceki çalışmaların belirli ülke ve ülke grupları ile sektörler üzerinden sınırlandırılarak yapıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, endüstri-içi ticaret yazınına çeşitlendirebilmek için hem ölçümlene hem de ekonometrik modellemeye yönelik çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çalışmada 2001-2022 döneminde Türkiye-Almanya ticaretinde ithalata ve ihracata konu olan Harmonize Sistem HS2 (fasıl) sınıflandırmasında göre ilk 20 ürün grubuna ait veriler kullanılmış, ancak ürün gruplarının farklılaşmasından dolayı toplam 30 ürün grubu için Grubel-Lloyd endeksi hesaplanmış ve endüstri-içi ticaret düzeyleri incelenmiştir.

Endeks hesaplamaları sonucunda Türkiye'nin ihracatında ilk sıralarda yer alan, 87 (motorlu kara taşıtları), 84 (kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler), 85 (elektrikli makina ve cihazlar), 73 (demir veya çelikten eşya), 74 (bakır veya bakırdan eşya) ve 40 (kauçuk ve kauçuktan eşya) nolu ürün gruplarında endüstri-içi ticaretin gerçekleştiği ortaya çıkmıştır. Bu ürün gruplarının 2022 yılı itibariyle toplam ticaretteki payları göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye ile Almanya arasındaki ticaretin %40,56'lık bölümünün EİT şeklinde gerçekleştiği söylenebilmektedir. Belirli bir dönemde endüstri-içi ticaretin yüksek olduğu 76 (alüminyum ve alüminyumdan eşya), 94 (mobilyalar), 27 (mineral yakıtlar, mineral yağlar) ve 69 (seramik mamulleri) nolu ürün gruplarında son yıllarda meydana gelen düşüş sebebiyle endüstriler-arası ticarete doğru dönüşüm yaşanmıştır.

Başlangıçta endüstriler-arası ticaretin söz konusu olduğu 39 (plastikler ve mamulleri), 33 (uçucu yağlar ve rezinoitler, parfümeri), 82 (adi metallerden aletler, sofrta takımları) ve 83 [adi metallerden çeşitli eşya (kilit, kasa, mobilya tertibatı, vb.)] nolu ürün grupları zamanla endüstri-içi ticarete doğru bir eğilime girmişlerdir. Yüksek teknoloji ürün grupları arasına giren; 88 (hava taşıtları, uzay taşıtları), 90 (optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar, tıbbi, cerrahi alet ve cihazlar), 30 (eczacılık ürünleri), 29 (organik kimyasal ürünler), 38 (muhtelif kimyasal maddeler), 34 (sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler) ve 28 (inorganik kimyasallar, kıymetli metal, radyoaktif element) nolu ürün gruplarında endüstriler-arası ticaretin gerçekleştiği görülmüştür. Bunlar dışında kalan tarım ve tekstil sektörü içinde değerlendirilen ürün gruplarında da endüstriler-arası ticaretin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Türkiye-Almanya ticaretinin niteliği değerlendirildiğinde, dönem başında tarım-gıda, tekstil ve hazır giyim sektörü ağırlıklı ticaretten imalat sanayiinin ağırlıkta olduğu bir ticarete dönüştüğü söylenebilmektedir. Türkiye'nin Almanya'ya yaptığı ihracatta ilk sıralarda yer alan ürün grupları düşük ve orta-yüksek teknolojiye dayalı iken, Almanya'dan yaptığı ithalat orta-yüksek teknoloji ürün gruplarına yöneliktir. Bu bağlamda, Türkiye-Almanya arasındaki endüstri-içi ticaretin orta-yüksek teknolojilere dayandığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Ele alınan dönem, ülke ve ürün grupları yönünden önceki çalışmalardan farklılaşan bu çalışmada, ürün gruplarının teknoloji içeriği ve dahil olduğu sektördeki endüstri-içi ticaret seviyesi bakımından Şahin (2015), Bakan ve Selci (2019), Demir (2020) ve Ürüt Saygın'ın (2020) çalışmalarıyla benzeşen sonuçlar elde edilmiştir.

Türkiye'nin gümrük birliğine girmesiyle birlikte yerli firmalar geniş bir piyasaya erişim sağlamış ve Avrupa'daki firmalarla rekabet edebilme olanağına sahip olmuşlardır. Buna ek olarak, hem AB'nin en gelişmiş ekonomilerinden biri olan hem de Türkiye'nin ihracatında ilk sırada yer alan Almanya ile ticaret hacmi artış göstermiş; ancak Almanya karşısında dış ticaret açığı verilmiştir. Bunun en büyük sebeplerinden biri mevcut teknolojik yapıya bağlı olarak ara malları ithalatının zorunlu olmasıdır.

Gümrük birliğinin zamanla sistemik sorunlar içeren bir ortaklık ilişkisine dönüşmesi güncellenmesi ihtiyacını gündeme getirmiştir. Gümrük birliği kapsamında öngörülen hizmetlerin, kişilerin ve sermayenin serbest dolaşımı gibi hususlar Türkiye için büyük bir öneme sahip olmasına rağmen henüz serbest dolaşıma geçilmemiştir. Hizmet ticaretinin serbestleşmesiyle birlikte sağlık, eğitim, bankacılık ve lojistik vb. gibi sektörlerde faaliyet gösteren Türk firmalarının rekabet güçleri ve karlılığı artacak ve Türkiye ile Almanya arasındaki iktisadi ilişkilerin gelişmesini sağlayacaktır.

Türkiye-Almanya endüstri-içi ticaret seviyesini yükseltmek için ihracat sektörlerinde rekabet gücü ve ihracat performansını geliştirmek adına Türkiye'nin teknolojik kapasite ve kabiliyetini geliştirmesi, politika öncelikleri arasında olmalıdır. Küresel çevresel kaygılar ve geliştirilen standartlar bağlamında Paris Antlaşması ve AB Yeşil Mutabakatı, küresel üretim ve dış ticaret koşullarını yeniden şekillendirmektedir. Almanya lider ülke konumuna gelebilmek adına yenilenebilir enerji ve elektrikli araçlar gibi alanlara yatırım yapmayı hedeflemektedir. Türkiye'nin yenilenebilir enerjiye yönelik adımları ve sektördeki deneyimi, Almanya için stratejik önemini artırarak iki ülke arasındaki ekonomik ilişkinin güçlenmesine katkı sağlayabilecek yeni yatırımlar, ortaklıklar ve ticari etkileşim imkânlarının yolunu açabilecektir.

KAYNAKÇA

- AB (Avrupa Birliği Başkanlığı, 2022). https://www.ab.gov.tr/gumruk-birligi_46234.html /10.05.2023.
- ADB (Alman Dışişleri Bakanlığı, 2023). <https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/themen/wirtschaft/-/1798700?view> /10.05.2023.
- Ağazade, Seymur ve Aykut Karakaya (2022). “Avrupa Ülkelerinde İnovasyon ve Dış Ticaret Arasındaki İlişki”. Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 40(3): 472-493.
- Akkoyunlu, Arzu S. (1996). “Yeni Dış Ticaret Teorileri”. Ekonomik Yaklaşım, 7(21): 71-99.
- Alkan, M. Nail (2015). “Hayranlık, Dostluk ve Çıkar Üçgeninde Türk-Alman İlişkileri”. SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, (34): 35-48.
- Aslan, Nurdan ve Nuray Terzi (2006). “Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS) Teorisi ve Teorinin Değerlendirilmesi”. Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, 21(1): 1-14.
- Aquino, Antonio (1978). “Intra-Industry Trade and Inter-Industry Specialization as Concurrent Sources of International Trade in Manufactures”. Review of World Economics, 114(2): 275-296.
- Atik, Hayriye (2006). “Tercihlerde Benzerlik Teorisi: Türkiye ve Bazı Komşu Ülkelerin Dış Ticareti Üzerine Bir Analiz”. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 61(2): 33-43.
- Aturupane, Chonira, Siemon Djankov, and Bernard Hoekman (1999). “Horizontal and Vertical Intra-Industry Trade Between Eastern Europe and the European Union”. Weltwirtschaftliches Archiv, 135(1): 62-81.
- Aydın, Ahmet (2008a). “Türkiye Ekonomisinde Endüstri İçi Ticaretin Yapısı”. Journal of Management and Economics Research, 6(9): 73-96.
- Aydın, Ahmet (2008b). Endüstri-İçi Ticaret: Türkiye Üzerine Bir İnceleme. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul.
- Bakan, Sumru ve Hakan Selci (2019). “Türkiye’nin Seçilmiş Beş Avrupa Birliği Ülkesiyle Otomotiv Sektöründe Endüstri İçi Ticaretin İncelenmesi (2008-2017)”. ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi, 6(13): 30-53.
- Balassa, Bela (1966). “Tariff Reductions and Trade in Manufacturers among the Industrial Countries”. The American Economic Review, 56(3): 466-473.
- Bashimov, Güçgeldi (2017). “Tarım Ve Gıda Ürünlerinde Endüstri-İçi Ticaretin Analizi: Türkiye Ve Rusya Örneği”. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(4): 155-167.
- Bayraktutan, Yusuf (2003). “Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri”. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi, 4(2): 175-186.
- Bayraktutan, Yusuf (2022). Uluslararası İktisat. Kocaeli: Umuttepe Y.

- Bilici, Özgül (2007). Türkiye ile Avrupa Birliği Ülkeleri Arasında Endüstri-İçi Ticaretin Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE, İzmir.
- Cengiz, Cihangir ve Ömer Kurtbağ (2015). “Türkiye-AB Gümrük Birliğinde Yaşanan Güncel Sorunlar ve Bunlara Olası Çözüm Önerileri”. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 6(2): 1-33.
- Çalışkan, Özgür. (2010). “Türkiye-AB Ticaretinde Endüstri-İçi Ticaret Olgusu, 1990-2007”. Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 28(2): 1-45.
- Çelebi, Kemal (2002). “Türkiye’de Teknolojik Yapı ve Dış Ticaret Üzerindeki Etkileri”. Yönetim ve Ekonomi, 9(1-2): 157-172.
- Çolpan Nart, Ela (2010). “Gümrük Birliği’nin Türkiye’nin Dış Ticareti Üzerine Etkileri: Panel Veri Analizi”. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 17(5): 2872-2885.
- Çütçü, İbrahim ve Muhammed Yaşar (2016). “Brexit Sonrası Türkiye-AB İlişkileri: Maastricht Kriterleri Bağlamında Karşılaştırmalı Bir Analiz”. Balkan Sosyal Bilimler Dergisi, 800-817.
- Dartan, Muzaffer (2012). “Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne Üyelik Sürecinde Almanya’daki Türk Lobi Gücünün Rolü”. Marmara Avrupa Çalışmaları Dergisi, 20(2): 141-163.
- Dartan, Muzaffer ve Göral Emirhan (2017). “Almanya’daki Türk Göçmenlerin Türkiye’nin Avrupa Birliği Üyeliği Sürecine Bakışı: Bir Anket Değerlendirmesi”. Marmara Avrupa Çalışmaları Dergisi, 25(1): 35-73.
- Dembinski, Matthias (2001). Bedingt handlungsfähig: Eine Studie zur Türkeipolitik der Europäischen Union, 5/2001, Frankfurt: Hessische Stiftung Friedens-und Konfliktforschung.
- Demir, Mehmet Ali (2020). “Endüstri-İçi Ticaretin Grubel-Lloyd Yöntemi İle Analizi”. International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, 6(18): 356-365.
- DESTATIS (Statistisches Bundesamt, 2023). <https://www.destatis.de/DE/Home/inhalt.html> / 25.02.2023
- DESTATIS (Statistisches Bundesamt, 2023). https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressekonferenzen/2023/bip2022/statement-bip.pdf?__blob=publicationFile /18.02.2023
- Dura, Cihan (2000). “Yeni Dış Ticaret Teorileri: Genel Bir Bakış”. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (16): 1-16.
- Ermağan, İsmail (2012). “Avrupa Birliği Bağlamında Türkiye-Almanya İlişkileri”. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(20): 73-91.
- Esen, Erol (2012). “Türk-Alman İşbirliğinde Deneyimler ve Sonuçlar”. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, (24): 62-72.
- Fukao, Kyoji, Hikari Ishido, and Keiko Ito (2003). “Vertical Intra-industry Trade and Foreign Direct Investment in East Asia”. Journal of the Japanese and International Economies, 17(4): 468-506.

- Greenaway, David, Robert Hine, and Chris Milner (1995). "Vertical and Horizontal Intra-industry Trade: A cross industry analysis for the United Kingdom". *The Economic Journal*, 105(433): 1505-1518.
- Grubel, Herbert G., and Peter J. Lloyd (1971). "The empirical measurement of intra-industry trade". *Economic Record*, 47(4): 494-517.
- Gültekin, Sadettin (2011). "Küreselleşme Çağında Dış Ticarete Rekabet İçin Kümelenme Stratejisi: Türkiye'nin Tarım Kümelenmesi Gerekliliği". *Kocaeli Üniversitesi SBE Dergisi*, 2011/2(22): 29-40.
- Han, Kwangsuk, and Jaeho Lee (2012). "FDI van Vertical Intra Industry Trade between Korea and China". *Korea and the World Economy*, 13(1): 115-139.
- Hansson, Pär (1989). *Intra-Industry Trade: Measurements, Determinants and Growth - A Study of Swedish Foreign Trade*. Doctoral Thesis, Umea University Institute of National Economy, Sweden.
- Hekimler, Oktay (2009). "Günümüzde Almanya'daki Türk Varlığının Sosyal Yansımaları". *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2009(2): 1-31.
- Helpman, Elhanan (1981). "International Trade in The Presence of Product Differentiation, Economies of Scale and Monopolistic Competition". *Journal of International Economics*, 11: 305-340.
- Helpman, Elhanan (1984). "Increasing Returns, Imperfect Markets, and Trade Theory", in R. W. Jones and P. B. Kenen (Eds). *Handbook of International Economies*. Amsterdam: North Holland, 326-365.
- Işık, Nalan (2015). "Avrupa Birliği-Türkiye Dış Ticaret Akımlarının Genişletilmiş Panel Çekim Modeliyle Tahmini". *Marmara Avrupa Araştırmaları Dergisi*, 23(1): 49-67.
- Karluk, S. Rıdvan (2013). *Uluslararası Ekonomi: Teori ve Politika*. İstanbul: Beta Y.
- Kandemir, Orhan, Selin Purtul ve Derya Ayhan (2018). "Siyasi Kriz Sürecinde Türkiye-Almanya Ekonomik İlişkileri: Dış Ticaret, Doğrudan Yatırım ve Turizm". *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(3): 633-645.
- Kaya, Ferudun (2021). *Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi*. İstanbul: Beta Y.
- Keesing, Donald B. (1965). "Labor Skills and International Trade: Evaluating Many Trade Flows with a Measuring Device". *The Review of Economics and Statistics*, 47(3): 287-294.
- Kishor, Sharma (2000). "The Pattern and Determinants of Intra-Industry Trade in Australian Manufacturing". *The Australian Economic Review*, 33(3): 245-255.
- Korkmaz, Suna ve Ahmet Aydın (2015). "Türkiye'de Dış Ticaret-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(3): 47-76.
- Köse, Zeynep (2018). *Seçilmiş Ülkelerde İmalat Endüstrisinde Endüstri İçi Ticareti Etkileyen Faktörler Üzerine Ampirik Bir İnceleme*. Doktora Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi SBE, Gaziantep.

- Köse, Zeynep ve Bilal Çayır (2019). “Türkiye-Almanya Arasındaki Endüstri İçi Dış Ticaret Yapısının Sektörler Göre Değerlendirilmesi”. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, 6(17): 63-84.
- Kravis, Irving B. (1956). “Availability and Other Influences on The Commodity Composition of Trade”. *Journal of Political Economy*, 64(2): 143-155.
- Krugman, Paul R. (1979). “Increasing Returns, Monopolistic Competition, and International Trade”. *Journal of International Economics*, 9: 469-479.
- Krugman, Paul R. (1980). “Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade”. *The American Economic Review*, 70(5): 950-959.
- Krugman, Paul R., and Maurice Obsfeld (2003). *International Economics: Theory and Policy*. (Sixth Edition). USA: Addison Wesley.
- Lancaster, Kelvin (1980). “Intra-Industry Trade Under Perfect Monopolistic Competition”. *Journal of International Economics*, 10: 151-175.
- Leontief, Wassily (1953). “Domestic Production and Foreign Trade: The American Capital Position Re-Examined”. *Proceedings of American Philosophical Society*, 97(4): 332-349.
- Loertscher, Rudolf, and Frank Wolter (1980). “Determinants of Intra-Industry Trade: Among Countries and Across Industries”. *Review of World Economics*, 116(2): 280-293.
- Maneshi, Andrea (1998). *Comparative Advantage in International Trade: A Historical Perspective*. USA: Edward Elgar.
- Marvel, Howard P., and Edward John Ray (1987). “Intraindustry Trade: Sources and Effects on Protection”. *Journal of Political Economy*, 95(6): 1278-1291.
- Müftüler Bac, Meltem (1998). “The Never-Ending Story: Turkey and the European Union”. *Middle Eastern Studies*, 34(4): 240-258.
- Özdemir, Yavuz ve Güner Koç Aytekin (2016). “Avrupa Birliği AB Gümrük Birliği’nin Türkiye Ekonomisine Etkileri”. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9): 45-59.
- Özkaya, M. Hilmi (2010). “Tekstil Sektöründe Endüstri-içi Ticareti Etkileyen Faktörler Üzerine Ampirik Çalışma”. *Uşak Üniversitesi SBE Dergisi*, 3(2): 136-157.
- Özmen, Mehmet ve Elifcan Firikci (2016). “Gümrük Birliği Sonrası Almanya ve Türkiye Arasındaki İhracat Fonksiyonunun Ekonometrik Tahmini”. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1): 125-140.
- Phan, Hoan T., and Young J. Jeong (2014). “An Empirical Analysis of Intra Industry Trade in Manufactures Between Korea and ASEAN”. *Journal of Economic Studies*, 41(6): 833-848.
- Posner, M.V. (1961). “International Trade and Technical Change”. *Oxford Economic Papers*, 13(3): 323-341.

- Rieple, Beate (2000). "Transstaatliche Wirtschaftsräume zwischen Deutschland und der Türkei". Şu kitapta: Thomas Faist (ed). Transstaatliche Räume: Politik, Wirtschaft und Kultur in und zwischen Deutschland und der Türkei. Bielefeld: Transcript, 87-111.
- Salvatore, Dominick (2013). International Economics 11th Edition. USA: John Wiley & Sons.
- Selçuki, Can ve Dilan Tulan (2021). "Türkiye-Almanya İlişkilerinin Durumu ve Geleceği: Mevcut ve Gelişmekte Olan Ekonomik İlişkilerin Değerlendirilmesi". Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi, 2021(3): 3-20. https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2021/03/TURGEREconomicsFNF_TR.pdf / 11.03.2023
- Seyidoğlu, Halil (2003). Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama. İstanbul: Güzem Y.
- Stolper, Wolfgang F., and Paul A. Samuelson (1941). "Protection and Real Wages". The Review of Economic Studies, 9(1): 58-73.
- Şahin, Dilek (2015). "Türkiye'nin ve G-8 Ülkelerinin Endüstri-İçi Ticaretinin Statik Analizi". İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, 3(3): 98-107.
- Şentürk, Canan (2014). "Türkiye'nin Seçilmiş Ülkeler İle Endüstri İçi Ticaretinin Endeks Yöntemine Dayalı Analizi (1990-2013)". Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (20): 207-230.
- Şimşek, Nevzat (2005). "Türkiye'nin Yatay Ve Dikey Endüstri-İçi Dış Ticareti". Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi, 20(1): 43-62.
- Tatlıcı, Özge ve Alaattin Kızıltan (2011). "Çekim Modeli: Türkiye'nin İhracatı Üzerine Bir Uygulama". Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi, 10. Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu Özel Sayısı, 287-299.
- TB (Ticaret Bakanlığı, 2021). <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/avrupa-birligi/gumruk-birliginin-guncelleme-sureci> / 08.03.2023
- TB (Ticaret Bakanlığı, 2021). <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/avrupa-birligi/gumruk-birligi> / 10.05.2023
- TİM (Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2020). Almanya Hedef Pazar Ülke Analizi, https://tim.org.tr/files/downloads/Analiz_Rapor/Almanya%20Hedef%20Pazar%20%C3%9Clke%20Analizi.pdf / 08.03.2023
- Trade Map (2023). <https://www.trademap.org/Index.aspx> / 25.02.2023
- Turhan, Ebru (2017). "Türkiye-Almanya Ekonomik ve Siyasi İlişkilerinin Türkiye'nin AB Üyelik Süreci Bağlamında Analizi". Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, (59): 51-76.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu, 2023). <https://www.tuik.gov.tr/> / 25.02.2023
- Uğur, Burak (2022). Dış Ticaret Teorilerinin Evrimi. Ankara: İksad Y.
- Ünsal, Erdal (2005). Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Açık Ekonomi Makro İktisadı. Ankara: İmaj Y.

- Ürüt Saygın, Serap (2020). “Demir Çelik Sektöründe Endüstri İçi Ticaret: Türkiye Ve AB Ülkeleri Üzerine Bir Analiz”. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 11(Ek): 102-116.
- Vernon, Raymond (1966). “International Investment and International Trade in The Product Cycle”. Quarterly Journal of Economics, 80(2): 190-207.
- WB (World Bank, 2020). <https://databank.worldbank.org/home.aspx> / 25.02.2023
- Xing, Yuqing (2007). “Foreign Direct Investment and China’s Bilateral Intra-Industry Trade with Japan and The US”. Journal of Asian Economics, 18(4): 685-700.
- Yalçın, Elif ve Sinem P. Gürel (2018). “Türkiye İle Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü Arasındaki Endüstri İçi Ticaretin Analizi”. Business Economics and Management Research Journal, 1(2): 81-92.
- Yatkın, Ahmet (2008). “Avrupa Birliği Üyelik Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları: Güçlü Sivil Toplum Kuruluşları, Avrupa Birliği Üyesi Türkiye”. Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi, 6(2): 29-38.
- Yüksel, Esra ve Ercan Sarıdoğan (2011). “Uluslararası Ticaret Teorileri ve Paul R. Krugman’ın Katkıları”. Öneri Dergisi, 9(35): 199-206.

ÖZGEÇMİŞ

Yağmur GÜRSEL ilk, orta ve lise eğitimini İstanbul'da tamamlamıştır. Lisans eğitiminin ilk yılını Karabük Üniversitesi İktisat Bölümü'nde tamamladıktan sonra Kocaeli Üniversitesi İktisat Bölümü'ne yatay geçiş yapmış ve 2018 yılında bölüm ikincisi olarak mezun olmuştur. 2019-2020 eğitim-öğretim yılında Bochum Ruhr Üniversitesi'nde Almanca dil eğitimi almış ve 2020 yılında Türkiye'ye dönerek Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde İktisat Anabilim Dalı İktisadi Gelişme ve Uluslararası İktisat Programı'nda yüksek lisans eğitimine başlamıştır. Demir-çelik sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın Satınalma Departmanı'nda çalışma hayatına devam etmektedir.