



EKONOMİ VE DIŞ TİCARET RAPORU

2014

TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ

EKONOMİ VE

DIŞ TİCARET RAPORU

2014



Türkiye İhracatçılar Meclisi

Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii
Sanayi Cad. B Blok Kat:9 (34196) Yenibosna-İstanbul
Tel: 0212 454 04 90 / 454 04 91
Faks: 0212 454 04 13 / 454 04 83
tim@tim.org.tr

Yapım

TİM adına, Küçük Mucizeler Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri tarafından yayına hazırlanmıştır.
www.kucukmucizeler.com



YOL YÜRÜMEYE BAŞLAYINCA GÖRÜNÜR

2023'te 500 Milyar Dolarlık İhracat Hedefine Emin Adımlarla Yürüyoruz

İhracat odaklı büyüme stratejisi çerçevesinde, ülkemiz ekonomisinin dünya pazarlarıyla entegre bir yapıya kavuşması, ekonomimizin gelişiminde ihracatın etkisini her alanda hissettirmiş, ihracat ekonomik büyümeye öncülük eden en önemli unsur olmuştur. Nitekim, son 10 yıllık dönemde ekonomimiz yıllık ortalama % 5,2, 2013 yılında ise % 4 oranında büyüme kaydetmiştir. Bu bağlamda; ihracatımız ivme yakalayıp, 36 milyar dolar düzeyinden, 2012 yılında 152,5 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır. 2013 yılında ise etkisi süregelen küresel belirsizliklere rağmen, 151,8 milyar dolar ile bir önceki yılda gerçekleştirdiğimiz ihracat seviyesini hemen hemen koruduğumuz görülmüştür. 2013 yılında 239 ülke ve gümrük bölgesine ihracat gerçekleştiren Türkiye, dünya mal ihracatında yaklaşık % 0,83 pay ile 32.sırada yer almaktadır. Ayrıca yurtdışındaki pazar çeşitliliği kadar yurtiçinde bölgelerimiz ve illerimizin de ihracatımıza katkısı önem arz etmektedir. 2013 yılında 18 ilimiz 1 milyar doların üzerinde, 51 ilimiz 100 milyon doların üzerinde ihracat gerçekleştirmiş, ülkemizde faaliyet gösteren toplam ihracatçı firma sayımız ise memnuniyet verici biçimde 60 bin 123'e ulaşmıştır.

2000'li yıllarda başlayan değişim ve gelişim süreci, ihracatımızda hem niceliksel artışı hem de niteliksel dönüşümü beraberinde getirmiş, ihracatın da etkisiyle ülkemiz ekonomisi teknolojik ilerleme kaydetmiş, derinlik ve dinamizm kazanmıştır. Günümüzde dünya pazarlarında rekabet gücü elde etmenin ve dünya ihracatından daha fazla pay almanın temel koşulu, teknolojiye dayalı ve marka odaklı üretimden geçmektedir. Bu sebeple, politika ve stratejilerimizin temelini yüksek katma değer, inovasyon, tasarım, ileri teknoloji kullanımı ve markalaşma oluşturmaktadır. Bu vizyon ile hazırlanan 2023 İhracat Stratejisi ve Eylem Planımız ile altyapıdan finansmana, istihdam kalitesinin yükseltilmesinden ihracatımızın teknolojik altyapısının ve inovasyon potansiyelinin artırılmasına, pazar çeşitliliğinin sağlanmasından Türk markalarının tanıtımına kadar pek çok politika başarılı bir şekilde yürütülmektedir. Bu politikalarımız kapsamında, hedef ve öncelikli ülkelerimiz başta olmak üzere tüm ülkelere yönelik olarak sektörel heyet programları, alım heyetleri, fuar organizasyonları, tanıtım grupları, markalaşma çalışmaları ve

çeşitli destek programlarımız ile firmalarımızın ihracatını artırmaya yönelik ve son dönemlerde dünyada hızla artan ticari engellerin bertaraf edilmesi yolunda çalışmalarımız hız kesmeden devam etmektedir. Diğer taraftan, dinamik bir yapıya sahip il bazlı bölgesel teşvik sistemimiz ile ülkemizde yatırım havzalarının oluşması, kümelenmenin sağlanması, lokomotif sektörlerin desteklenmesi ve maliyetlerinin azaltılması hedeflenmekte; büyüme potansiyeli olan sektörlerimizin ara mali ithalat bağımlılığını azaltacak, teknoloji ve Ar-Ge kapasitesini artırarak rekabetçi avantaj sağlayacak büyük ölçekli yatırımların ülkemize çekilmesi amaçlanmaktadır.

İhracatımızın artırılması amacıyla yürütülen bu çalışmalarımızdan beklentimiz büyüktür. 2014 yılına dair ekonomik tahminlerin başta gelişmiş ekonomiler olmak üzere 2013'e göre olumlu olması, bilhassa en önemli ticaret partnerimiz olan Avrupa Birliği'nde beklenen iyileşme, ihracatçılarımız için şüphesiz yeni fırsatlar ortaya çıkaracaktır. Bu fırsatları kazanca çevirmede ülkemizin tüm ihracatçıların aktif rol oynaması ile ihracatta 2014 OVP hedefi olan 166,5 milyar doları yakalayacağımıza ve hatta aşacağımıza yürekten inanıyorum. Hz. Mevlana, "Yol yürümeye başlayınca görünür" demiştir. Bir kez daha vurgulamak isterim ki; 2023'e giden yolda aşılması gereken pek çok engel olduğunun bilincindeyiz; bu bağlamda hem yolu görüyor hem de Cumhuriyetimizin 100. yılı olan 2023'te 500 milyar dolarlık ihracat hedefine emin adımlarla yürüyoruz. Bu süreçte, kamu-özel sektör ve üniversite işbirliğinde katma değeri yüksek, inovasyon, tasarım ve markalaşmaya öncelik veren politikaları sürdürmeli, dünya trendlerini yakından takip ederek geniş bir ürün yelpazesi ile tüm pazarlarda aktif olmayı hedeflemeli ve orta düşük ve orta ileri teknoloji ürün üreten ve ihraç eden Türkiye'den, orta ileri ve yüksek teknoloji ürünleri üreten ve ihraç eden bir Türkiye'ye geçiş elbirliği ile sağlamalıyız.

Bu duygu ve düşüncelerle, günümüz şartlarında ihracatımızın geliştirilmesinde büyük pay sahibi olan ve gayretlerini esirgemeyen tüm ihracatçılarımızı ve 2013 yılına ilişkin bu değerli çalışmayı hazırlayan Türkiye İhracatçılar Meclisi'ni en içten dileklerle kutluyorum ve başarılarının artarak sürmesini temennisiyle teşekkürlerimi sunuyorum.



DIŞ TİCARETİMİZİ DERİNLEMESİNE ANALİZ EDİYORUZ

2013'e Işık Tutarken, 2014'ün Bir İhracat Yılı Olacağını Öngörüyoruz

Dünyadaki küreselleşme eğilimleri, dış ticaretin önemini giderek artırıyor. Dış ticaretini başarıyla sürdüren ülkeler ulusal gelir ve refah artışı sağlıyor. Dünya ticaretindeki önemi giderek artan Türkiye'nin, uluslararası rekabet içindeki konumunu güçlendirebilmesi ve küresel değer zincirinin önemli bir parçası haline gelebilmesi adına bu eğilimlerin analiz edilerek doğru politika önerilerinin geliştirilmesini oldukça önemli görüyoruz. Bu noktadan yola çıkarak Türkiye İhracatçılar Meclisi olarak, dış ticaretimizi bir bütün olarak derinlemesine analiz ediyoruz. Bu yıl ilkini yayınladığımız "2013-2014 Ekonomi ve Dış Ticaret Raporu"nda; dünya ve Türkiye ekonomisinde yaşanan temel makroekonomik gelişmeleri derinlemesine irdeledik. Türkiye'nin dış ticaretini analiz ettiğimizde en önemli sorunun dış ticaret açığına bağlı olarak cari açık olduğunu, cari açığımızın da enerji hariç büyük ölçüde mal dış ticaretinden kaynaklandığını görüyoruz. Dolayısıyla bu çalışmada ihracat ve ithalatımızı fasıl, ülke, bölge ve illere göre ayrıntılı olarak incelerken, net ihracatçı olduğumuz sektör ve fasılları açığa çıkararak cari açığın sürdürülebilirliği noktasında net bir tablo ortaya çıkarmak istedik. Geriye dönüp 2013 yılına baktığımızda, yılı ihracatta 151.8 milyar dolarlık bir performansla kapattığımızı görüyoruz. 2013 büyümesine net ihracatımız altın ihracatının/ithalatının baz etkisiyle pozitif katkı sağlayamadı. Diğer taraftan net mal ihracatımızda önemli bir başarıya imza atarak, 12 ayın 10'unda o aya ait mal ihracatında Cumhuriyet tarihi rekoru kırdık. Geçtiğimiz yılın ihracat şampiyonluğunu 21.3 milyar dolarla otomotiv sektörümüz üstlendi. Otomotiv sektörümüzü kimyevi maddeler, hazır giyim ve konfeksiyon, çelik ve elektrik-elektronik sektörleri takip etti.

2013 yılında tam 250 ülke ve gümrük bölgesine ihracat yaparak ayak basmadık, mal satmadık ülke bırakmadık. Bu ülke ve bölgelerin 165'ine yapılan ihracatta artış yakaladık. 1 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirdiğimiz ülke ve bölge sayısını 34'e, 100 milyon doların üzerinde ihracat gerçekleştirdiğimiz ülke sayısını 115'e yükselttik. 2013 yı-

lında düzenlediğimiz ticari heyetlerle dünyanın etrafında tam 6 tur attık, 20 bine yakın ikili iş görüşmesi gerçekleştirdik. 24 ülkeden 1.000'in üzerinde özel alım heyeti misafirini ağırladık. İleri teknoloji ihracat yapısına dönüşümü hızlandırmak ve ihracatımızdaki katma değeri artırmak da adına geçtiğimiz yıl oldukça önemli çalışmalara imza attık. 28-30 Kasım tarihleri arasında Türkiye İnovasyon Haftası'nın ikincisini gerçekleştirdik. Son derece başarılı geçen organizasyonumuzu üç gün boyunca 26 bini aşkın kişi takip etti. Etkinliğe katılamayan yaklaşık 20 bin kişi ise tüm etkinlikleri online takip etme imkanına erişti. 2013 yılı boyunca TİM Akademi 2023 sektörel bilgilendirme seminerleri düzenledik. İhracatçı Birliklerimizin düzenlediği 17 farklı tasarım yarışması ve 8 farklı Ar-Ge proje pazarını destekledik. 2023 hedefi yolunda "Türkiye Markası" çalışmalarında büyük bir mesafe kat ettik. İnovasyon konusundaki aktif misyonumuzu İnovalig projemizin startını vererek taçlandırdık.

2014 yılında çok daha güçlü bir ihracat artışının eşlik edeceği ekonomik performans ile 2023 hedeflerimize bir adım daha yaklaşacağımıza inanıyoruz. OVP hedefi olan 166.5 milyar dolarlık ihracat hedefinin gerçekleşeceğine de yürekten inanıyoruz. Son 10 yılda yaşadığı büyük dönüşümle milli gelirini 820 milyar dolara ve kişi başına düşen gelirini 10 bin 782 dolara yükselten Türkiye'nin, önümüzdeki dokuz yılda yapacağı atılımla 2 trilyon dolar milli gelire ve 2023 yılı ihracat hedeflerine ulaşacağına olan inancımız tam. Hedefimiz, performansımızı sürdürülebilir bir şekilde daha yüksek düzeylere taşıyarak, Cumhuriyetimizin 100. yıldönümü olan 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat ve dünya ticaretinden aldığımız payı da bugünkü binde 8 düzeyinden yüzde 1.5 mertebesine yükseltmektir. Bu anlamda 2013 yılı makroekonomik gelişmelerine ışık tutarken, 2023 hedeflerimize de büyük katkı sağlayacağına inandığımız bu çalışmada emeği geçen herkese değerli katkılar için teşekkür ediyorum. Daha önce yapılmamış böyle detaylı bir çalışmanın ülkemize ve ihracatçılarımıza yararlı olmasını diliyorum.

RAPORUMUZLA BİR İLKE İMZA ATTIK

Sayırsız Veri ve Analizle Dış Ticaretin Detaylı Resmini Çektik

Türkiye'mizin 2000'lerin ilk yıllarından bu yana yazmış olduğu kalkınma hikâyesinde, ekonomideki tüm aktörler hatırı sayılır roller üstlenmiştir. Gerek özel sektör gerekse kamu tüketim ve yatırımları, dönemsel olarak performans değişimleri göstermekle birlikte, bu süreci çeşitli derecelerde desteklemiştir. Söz konusu dönemde sahnede dikkat çeken önemli bir oyuncu da, hiç şüphesiz, ihracat olmuştur. Türkiye ekonomisinin gelecek on yıllardaki performansında ise, ihracatın daha da ön plana çıkması arzu edilmektedir. Nitekim 2023 ve ötesine giden yolda hedeflere ulaşabilmek, sürdürülebilir yüksek ihracat artışlarının da eşlik ettiği bir yolculukla sağlanabilecektir.

Bu rapor, geleceğe doğru isabetli adımlar atabilmek adına, ekonominin ve özellikle dış ticaretin mevcut durumuna ilişkin tespitleri ve yakın döneme dair beklentileri sunmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla, 2013 yılında dünya ve Türkiye ekonomisindeki makroekonomik gelişmeleri ele almanın yanı sıra, gerek ihracat gerekse ithalatı derinlemesine incelemektedir. Dış ticaretin genel portresini çizmekle kalmayıp, pazarlar ve ürünler bazında da oldukça detaylı resimlere yer veren çalışma, bu anlamda bir ilk olma özelliği taşımaktadır. Bu

minvalde, raporda yer verilen ve Türkiye'nin önde gelen ticaret partnerleri ile fasıllarını temel alan "net ihracat" çözümlemesinin de, ulusal dış ticaret performansına bütünlük bir bakış açısı getirmekte olduğunun altını çizmek isterim. Binlerce verinin kullanıldığı kapsamlı analizler sonucu ortaya çıkan bu çalışmanın, Türkiye ekonomisine ve özellikle ihracatçılarımıza katkıda bulunması en büyük temennimdir.

Bu vesileyle, bu önemli çalışmanın gerçekleştirilmesine ve kamuoyuna kazandırılmasına öncülük eden TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi nezdinde TİM Yönetim Kurulu'na, raporun oluşturulması sürecindeki toplantılarda değerli görüşlerinden faydalandığım TİM Genel Sekreteri Mustafa Ment'e ve çalışmanın her aşamasında yoğun desteğini esirgemeyen TİM Genel Sekreter Yardımcısı Metin Tabalu'ya teşekkürü bir borç bilirim. Bunun yanı sıra, raporun yayına hazırlanmasında gösterdikleri gayret ve işbirliğinden ötürü, TİM Strateji Ofisi'nin değerli ekip üyeleri Gökhan Ezgin ile Kübra Ulutaş'a ve ayrıca Erkan Almaz'a teşekkürlerimi sunarım.

Dr. Hatice KARAHAN
Mayıs 2014

Dr. Hatice KARAHAN

1994 yılında ikincilikle kazandığı Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü'nü onur derecesiyle tamamladı. 2001 yılında Boğaziçi Üniversitesi İktisat Bölümü'nden yüksek lisans derecesi alarak doktora çalışmalarını yapmak üzere ABD'ye gitti. 2006 yılında Ekonomi doktorasını tamamladığı Syracuse University'de, makroekonomi, kalkınma ekonomisi ve temel iktisat alanlarında çeşitli dersler verdi. Bu süre zarfında, aynı zamanda araştırmacı olarak çalıştığı Center for Policy Research bünyesinde, ku-

rumsal projelerin ekonometrik analizlerinde rol aldı. Türkiye Ekonomisi, kalkınma, enerji, Ar-Ge ve istihdam alanlarında birçok ulusal ve uluslararası yayın yapan Karahan, 2012'den bu yana çalışmalarını TÜBİTAK'ta sürdürmektedir. Halen İstanbul Bilgi Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nde yarı zamanlı olarak yüksek lisans ve doktora dersleri vermekte olan Dr. Karahan, 2013'ten bu yana Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Ekonomi Danışmanı olarak da görev yapmaktadır.

08 GİRİŞ

11 1. DÜNYA EKONOMİSİ

12 1.1 Büyüme ve İstihdam

17 1.2 Kamu Maliyesi

19 1.3 Enflasyon

21 1.4 Dış Ticaret

23 2. TÜRKİYE EKONOMİSİ

24 2.1 Milli Gelir ve Büyüme

31 2.2 İstihdam

36 2.3 Kamu Maliyesi

39 2.4 Para Politikası

43 3. İHRACATIN GELİŞİMİ

44 3.1 İhracat Değerinde Yıllık Gelişim

45 3.2 Ekonomik Faaliyetlere Göre
İhracat Gelişimi46 3.3 İhracatın Gelişiminde
Fiyat ve Miktar Etkileri

47 3.4 İhracatın İllere Göre Gelişimi

49 4. ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

50 4.1 Ana Fasıllara Göre İhracat

52 4.2 Alt Fasıllara Göre İhracat

71 5. ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE
GÖRE İHRACAT

72 5.1-Ülke Gruplarına Göre İhracat

73 5.2-Ülkelere Göre İhracat

75 5.3-Ülkeler Bazında Fasıllara Göre İhracat

103 6. İTHALATIN GELİŞİMİ

104 6.1. İthalat Değerinde Yıllık Gelişim

105 6.2 Ekonomik Grup Sınıflamasına
Göre İthalat Gelişimi106 6.3 İthalatın Gelişiminde Fiyat
ve Miktar Etkileri

107 6.4 İthalatın İllere Göre Gelişimi

109 7. ÜRÜN GRUPLARINA
GÖRE İTHALAT

110 7.1 Ana Fasıllara Göre İthalat

112 7.2 Alt Fasıllara Göre İthalat

123 8. ÜLKE GRUPLARI VE
ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

124 8.1 Ülke Gruplarına Göre İthalat

125 8.2 Ülkelere Göre İthalat

127 8.3 Ülkeler Bazında
Fasıllara Göre İthalat

143 9. NET İHRACAT

144 9.1 Ülkelere Göre Net İhracat

148 9.2 Fasıllara Göre Net İhracat

151 9.3 Ülkeler Ve Fasıllar Bağlamında
Detaylı Net İhracat Analizi169 10. DIŞ TİCARET VE
ÖDEMELER DENGESİ

170 10.1 Dış Ticaret Dengesi

174 10.2 Ödemeler Dengesi

179 11. AVRUPA BİRLİĞİ

180 11.1 Ticaret ve Yatırım
İlişkilerinin Gelişimi

182 11.2 Mevcut Durum ve Sorunlar

187 12. İHRACATA DAİR
HEDEF VE BEKLENTİLER

188 12.1 İhracat Hedefi ve Stratejisi

189 12.2 2014 Beklentileri

GİRİŞ

YÖNETİCİ ÖZETİ

1. 2013 yılı gelişmiş ülkeler genelinde ılımlı bir toparlanmaya sahne olmuştur. Özellikle Euro Bölgesi genelinde, 2013 yılında iyileşme belirtilerinde bir güçlenme gözlenmiştir. Çeyrekten çeyreğe büyüme oranları bazında resesyonu geride bıraktığına işaret eden bölge ekonomisinde, buna paralel bir şekilde yıllık GSYH daralması %-0,5 düzeyine gerilemiştir. Öte yandan, işgücü piyasalarını canlandıracak gerekli ivmeyi henüz kazanamayan gelişmiş ülkeler genelinde, kriz öncesindeki işsizlik düzeylerine halen uzak bir mesafe olduğu tespit edilmektedir. Bununla birlikte, ilgili ülkelerde bütçe açıklarının daraldığı ancak borç yükünün yüksek seyri koruduğu görülmektedir.

2. Yükselen ekonomiler 2013 yılında tempo düşürmüştür. Kriz sonrası döneme göre bir iniş eğiliminde olduğu gözlenen gelişmekte olan ekonomiler arasında, Brezilya, Rusya ve Güney Afrika %1-2 bandında seyreden düşük büyümeleriyle dikkat çekmektedir. Hindistan %4 bandındaki mütevazı büyümesine devam ederken, yılı %7,7 GSYH artışıyla tamamlayan Çin'de ise yapısal değişim nedeniyle kademeli bir yavaşlama beklenmektedir. Bununla birlikte, söz konusu ülkelerde kriz sonrası büyümenin olumlu yansıdığı işgücü piyasalarındaki makul gidişat, Güney Afrika dışında devam etmektedir. Mali disiplin açısından ise, yükselen ekonomilerin genel olarak iyi bir performans gösterdiği söylenebilir.

3. 2013, dünya ticaretinin hız kazandığı bir dönem olmuştur. 2012 yılında %0,1 artarak neredeyse yerinde sayan dünya ihracatı, 2013 yılında %2'lik bir büyümeye imza atmıştır. Buna karşılık, ithalatta da aynı dönemde bir canlanma gözlenmiş ve gelişim hızı 2012 yılında %0,4 olan dünya ithalatı 2013'te yıllık 1 puanlık bir ivme kazanmıştır. 2013 yılında gözlenen ticaret seviyesindeki bu artışta, gelişmiş ülkelerdeki kısmi toparlanmanın etkilerinin hissedildiğini ifade etmek mümkündür. Özellikle Avrupa ekonomisinde bu anlamda bir hareketlilik yaşandığı anlaşılmaktadır.

4. Türkiye ekonomisi 2013 senesinde yeniden canlanmaya başlamıştır. Yılın 2. çeyreğinden itibaren ivme kazanan ekonomi, 2012 yılına göre %4 oranında büyümeye kaydetmiştir. Kişi başına düşen gelir ise 10.782 dolara yükselmiştir. Yıllık GSYH büyümesine en büyük katkıyı özel tüketim yapmış, ayrıca kamu harcamaları da hatırı sayılır bir destek vermiştir. Yeniden büyümeye kanadına geçen özel yatırımlar 2013'te büyümeye nötr etki yaparken, dış talep, yıllık gelişimi aşağı yönlü

etkilemiştir. Ayrıca, finans ve imalat sanayi, büyümenin itici gücü sektörler olmuştur. 2013 yılında işsizlik oranı %9,7 olmuş, bunda, işgücüne katılımdaki güçlü artışın istihdam artışını gölgede bırakması rol oynamıştır. İşgücüne katılımdaki artışı ise, kadın nüfus tetiklemiştir. Türkiye ekonomisi 2013 yılında da mali disiplini korumuş, bütçe açığı oranı %1,2'ye gerilerken, faiz dışı fazla oranı %2'ye yükselmiştir. Kamu borç stok yükü ise %35'e inmiştir. Öte yandan, Mayıs, Haziran ve Aralık aylarında küresel ve ulusal gelişmelerden etkilenen piyasalarda riskler yükselmiş, döviz kuru tırmanışa geçmiştir. Enflasyon ise, gerek TL'nin söz konusu değer kaybı gerekse gıda fiyatlarındaki artışların önemli ölçüde etkisiyle, hedefin üzerinde %7,4 olarak gerçekleşmiştir.

5. 2013 ihracat rakamlarına, altının baz etkisi gölge düşürmüştür. Türkiye'nin, söz konusu dönemde ihracatta %0,4 düşüş yaşamasında, 2012 yılında 8 kat artış kaydederek ulusal ihracat hızını yukarı çeken altın ihracatının, 2013'te düşüşe geçmesi etkili olmuştur. Nitekim mal ihracatı aynı dönemde %6,7 büyümeye gerçekleştirmiş ancak altın ihracatındaki keskin düşüş bu olumlu performansı gölgede bırakmıştır.

6. Mal ihracatı birçok fasılda çift haneli artışlar kaydetmiştir. Ulusal ihracat performansına en büyük destek, motorlu kara taşıtları ve makinelerden gelmiştir. Bunun yanı sıra, örme giyim, plastikler, mobilyalar, cevher ve cüruflar gibi fasıllar da, toplam ihracata hız katan gruplar arasında ön sıralarda yer almıştır. Altın ticaretini içeren kıymetli taşlar ve metaller faslı ise, %57,3 oranındaki düşüşüyle, ulusal ihracatın yıllık gelişimini önemli ölçüde aşağı yönlü etkilemiştir. Daralmasıyla dikkat çeken diğer gruplar da, demir-çelik ile mineral yakıtlar ve yağlar olmuştur. Genel itibarıyla bakıldığında ise, altın hariç mal ihracatının başarılı bir sene geçirdiği gözlenmektedir.

7. İhracat, Avrupa, Asya ve Afrika pazarlarında canlanma yaşamıştır. Ortadoğu bölgesine yapılan ihracatın düşüşünde ise, altın baş aktör olmuştur. Bu gelişmeler doğrultusunda, AB-28'in Türkiye'nin ihracat pazarındaki payı %41,5'e yükselmiştir. Ülkeler bazında ise, yıllık ihracat performansını en olumlu etkileyen pazarın Irak olduğu gözlenmektedir. İvme kaybetmesine rağmen çift haneli ihracat büyümesine devam eden Irak'ı, katkı anlamında Çin takip etmiştir. Bunun yanı sıra, Libya, İspanya ve Almanya da, Türkiye'nin yıllık ihracat artışını en

pozitif etkileyen pazarlar arasında yer almıştır. Toplam ihracatın hızını aşağı yönlü etkileyen pazarların başında ise, İran ve Birleşik Arap Emirlikleri gelmiştir.

8. Yıllık ithalat gelişiminde de altın önemli rol oynamıştır. 2013 yılında %6,4 artan ithalatta, bu dönemde %98,1 artış kaydeden işlenmemiş altın ciddi bir yukarı yönlü etki yaratmıştır. Nitekim hesaplamalar, altın hariç yıllık ithalat artışının %3,3 olduğunu göstermektedir. 2013'te enerji ürünlerinin ise, önceki yıllardan farklı olarak düşüşe geçtiği ve ithalat gelişim hızını aşağı çektiği anlaşılmaktadır. Öte yandan, makineler, motorlu kara taşıtları, elektrik-elektronik ve plastiklerin, yıllık ithalatı hızlandıran fasıllar arasında olduğu gözlenmektedir.

9. İthalat artışında en güçlü bölgesel etken Asya ve Avrupa pazarları olmuştur. Amerika bölgesinden yapılan ithalatta ise düşüş kaydedilmiştir. 2013 toplam ithalatında Rusya 1/10'lük payıyla 1. sırada yer alırken, yıllık artışa en büyük etkiyi yapan ülke, altın ithalatına bağlı olarak İsviçre olmuştur. Bunun yanı sıra, Çin, Almanya ve Birleşik Arap Emirlikleri de, ithalat gelişim hızını yukarı yönlü etkileyen pazarların başında gelmiştir. İthalatın 2013'teki hızını aşağı yönlü çeken pazarların başında ise, Rusya, İran ve ABD yer almaktadır. Söz konusu ülkeler kaynaklı ithalatta, enerji ürünlerindeki düşüş etkisini göstermiştir.

10. Türkiye'nin pozitif net ihracat gerçekleştirildiği pazarlar azınlıktadır. 2013 yılında ihracat ve ithalatta ilk 20'de yer alan toplam 26 pazarın 8'inde ticaret fazlası, 18'inde ise ticaret açığı verilmiştir. Net ihracatın pozitif olduğu pazarların başında Irak açık ara farkla birinci durumdadır. Irak'ı, Azerbaycan, İngiltere, Libya ve Mısır takip etmiştir. 2013 yılında dış ticaret fazlası verilen diğer pazarlar ise, Suudi Arabistan, İsrail ve Hollanda olmuştur. Hollanda, bu dönemde net ihracatın en hızlı büyüme kaydettiği Pazar olmayı başarmıştır. Öte yandan, Türkiye'nin 2013'te net ithalatçı olduğu en büyük Pazar ise Çin olmuştur. Çin'i, Rusya, Almanya, İsviçre, ABD ve İran takip etmiştir. Net ihracatın bu dönemdeki yıllık gelişimine en olumlu katkıları, ithalat gerilemesine bağlı olarak Rusya ve ABD'nin yanı sıra, ihracat artışı etkisiyle Irak sağlamıştır. Yıllık net ihracatı en olumsuz etkileyen ülkeler ise, ithalat artışı nedeniyle İsviçre ve Birleşik Arap Emirlikleri ile ihracat düşüşü sebebiyle İran olmuştur.

11. 2013 yılında fasılların önemli bir bölümünde ticaret açığı verilmiştir. Türkiye, 2013 yılında ihracat ve ithalatında ilk 20'de yer alan toplam 29 ürün faslının 11'inde net ihracatçı, 18'inde ise net ithalatçı olmuştur. En yüksek net ihracat değerine hazır giyim fasılları imza atarken, meyve, demir-çelik ürünleri ve tuz-kükürt-taşlar da ön sıralarda gelmiştir. Diğer ticaret fazlası veren gruplar ise,

dokunmuş hazır eşya, halılar, sebze-meyve müstahzarları, mobilyalar, cevher ve cürufur olmuştur. Motorlu kara taşıtları da düşük seviyede de olsa pozitif bir net ihracat değeri kaydetmiştir. Türkiye'nin net ithalatçı olduğu en büyük sektör enerji olurken, 2013 yılında makineler ve kıymetli taşlar, metaller fasılları da başı çeken fasıllar arasında olmuştur. Bunu, demir-çelik, plastikler, elektronik ve organik kimyasallar takip etmiştir. Ulusal net ihracatın yıllık %18,7 oranında daralmasında altın ana etken olurken, makineler ve elektroninin de katkıda bulunan fasıllar arasında ön sıralarda olduğu görülmektedir. Yıllık gelişim hızını olumlu yönde etkileyen fasılların başında ise, mineral yakıtlar ve yağlar ile hava parça ve aksamları gelmektedir.

12. 2013 yılında dış ticaret makası açılmıştır. Toplam ithalatın hız kazandığı, toplam ihracatın ise durgun bir seyir izlediği 2013 yılında dış ticaret açığı %18,7 artmıştır. Bu bağlamda, ihracatın ithalatı karşılama oranı da %60,3 seviyesine gerilemiştir. Bu gelişmelerde, altının 2013 yılında yönünü ihracattan ithalata çevirmesi anahtar rol oynamıştır. Nitekim altın hariç dış ticaret açığının 2013 yılında düşüşünü sürdürdüğü gözlenmektedir. Bununla birlikte, aynı dönemde enerji dış ticaret açığının da inişe geçmesi, altın hariç açığın iyileşmesini sağlamıştır. Altın ve enerji analizleri, 2013 yılı dış ticaret açığında ekonomik aktivitedeki canlanmanın bir miktar etkili olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

13. Altın hariç cari açığındaki ılımlı düşüş 2013 yılında devam etmiştir. Bu dönemde %33,9 oranında artarak 64,9 milyar dolar seviyesine ulaşan cari işlemler açığında ithalat artışı motor güç olmuş, altın hariç cari açık ise gerileyerek 53,2 milyar dolar düzeyine inmiştir. Bu bağlamda bulgular, cari açığın 2013 yılında altın nedeniyle yükseldiğine, ayrıca enerji ticaretinin, açığı daralması yönünde bir etki yaptığına işaret etmektedir. Bununla birlikte, diğer mal ticaretinin cari açığa sınırlı bir olumsuz etkisi olduğu görülmekte, buna bağlı olarak da, 2013 yılında ekonomide görülen hız artışının, açığı önemli derecede artırmadığı tespit edilmektedir.

14. 2013 Türkiye ihracatında motor güç olan Avrupa Birliği ile ticari entegrasyonun güçlenmesi önem taşımaktadır. AB ekonomilerinin 2013 yılında iyileşme belirtileri göstermeleri, aynı dönemde Türkiye'den yaptıkları ithalata da olumlu yansımıştır. 2014 ve sonrasındaki dönemde de, bölgenin toparlanma sürecine devam edeceği beklentileri güçlüdür. Bu nedenle, Türkiye'nin ihracatı için bir fırsat niteliğinde olabilecek bu gelişmelerden etkin kazanımlar elde edebilmek için, bir yandan AB katılım sürecinin hız kazanması, diğer yandan da Gümrük Birliği kapsamında Türkiye'yi olumsuz etkileyen uygulamalara bir çözüm getirilmesi gerekmektedir. Bunların başında ise,

GİRİŞ

AB'nin 3. ülkelerle, Türkiye'den bağımsız bir şekilde serbest ticaret anlaşmaları imzalıyor olması gelmektedir. Buna bağlı olarak, 3. ülkelere karşı ortak bir politika uygulanmaması, Türkiye açısından haksız rekabete ve ekonomik kayıplara yol açabilmektedir. Bu konuda, AB ve Türkiye'nin tek taraf olarak masaya oturması ya da paralel müzakereler yapması şeklinde çözüm arayışlarına gitmek gerekliliği vardır. Bunun yanı sıra, vize serbestisi ve karayolu taşımacılığına ilişkin kotaların kaldırılması hususları da, Gümrük Birliği çerçevesindeki önemli gündem maddeleri olmaya devam etmektedir.

15. 500 milyar dolar ihracat hedefine ulaşmak için sürdürülebilir ihracat artışı gerekmektedir. Türkiye, 2013 yılında 151,8 milyar dolar olarak gerçekleşen ihracatını, 2023 yılında 500 milyar dolara yükseltmeyi amaçlamaktadır. Bu hedefe ulaşmak amacıyla, Türkiye'nin, son 10 yıllık dönemde ortalama olarak gerçekleştirmiş olduğu çift rakamlı ihracat büyümesini, gelecek 10 yıl içinde de sürdürmesi gerekmektedir. Nitekim 500 milyar dolar hedefine ulaşabilmek için, 2013 ila 2023 yılları arasında ortalama yıllık %12,5 civarında bir ihracat büyümesi huzuna ihtiyaç vardır. Bu doğrultuda, Türkiye'nin, mevcut pazarlardaki paylarını artırması ve yüksek büyüme potansiyeli olan pazarlara ulaşmak ve bu bağlamda, ikili ve çoklu ticaret işbirliklerini artırmak önem arz etmektedir. Türkiye bu minvalde, söz konusu dönemde mevcut serbest ticaret anlaşması sayısını artırma yoluna gitmek durumundadır. Hedefe giden yolda izlenen stratejiler doğrultusunda pazarlardaki payı artırarak miktarsal genişlemeyi sağlamanın yanı sıra, ihracat kalitesini de artırması gerekmektedir. Bu ise, daha kaliteli ve yüksek katma değeri olan ürünlerin ihraç edilmesi anlamına gelmektedir. Bu çerçevede, ihracatta orta-yüksek ve yüksek teknolojlili ürünlerin payının artırılması kritik önem arz etmektedir.

16. 2014 yılı Türkiye için kayda değer ihracat fırsatları taşımaktadır. 2014 yılı için yapılan tahminler, gelişmiş ekonomilerin ortalama %2,2, gelişmekte olan ülkelerin ise ortalama %4,9 büyüme kaydedeceğini göstermektedir. Dolayısıyla, gelişmiş ülkeler başta olmak üzere, her iki grup için de, 2014 yılının bir önceki yıla göre daha olumlu bir performansa sahne olacağı beklenmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'nin önde gelen Avrupalı ihracat partnerlerinde ortalama 1,5 puanlık bir ekonomik tempo artışı olacağı öngörülmesi, ulusal ihracat için daha elverişli bir dönemin varlığına işaret etmektedir. Dünya ticaretine ilişkin veriler ile çeşitli ulusal makroekonomik göstergeler de, bu beklentiyi güçlendirmektedir. Sonuç olarak, 2014 yılının Türkiye için ihracat yılı olma yolunda önemli fırsatlar taşıdığı gözlenmektedir.

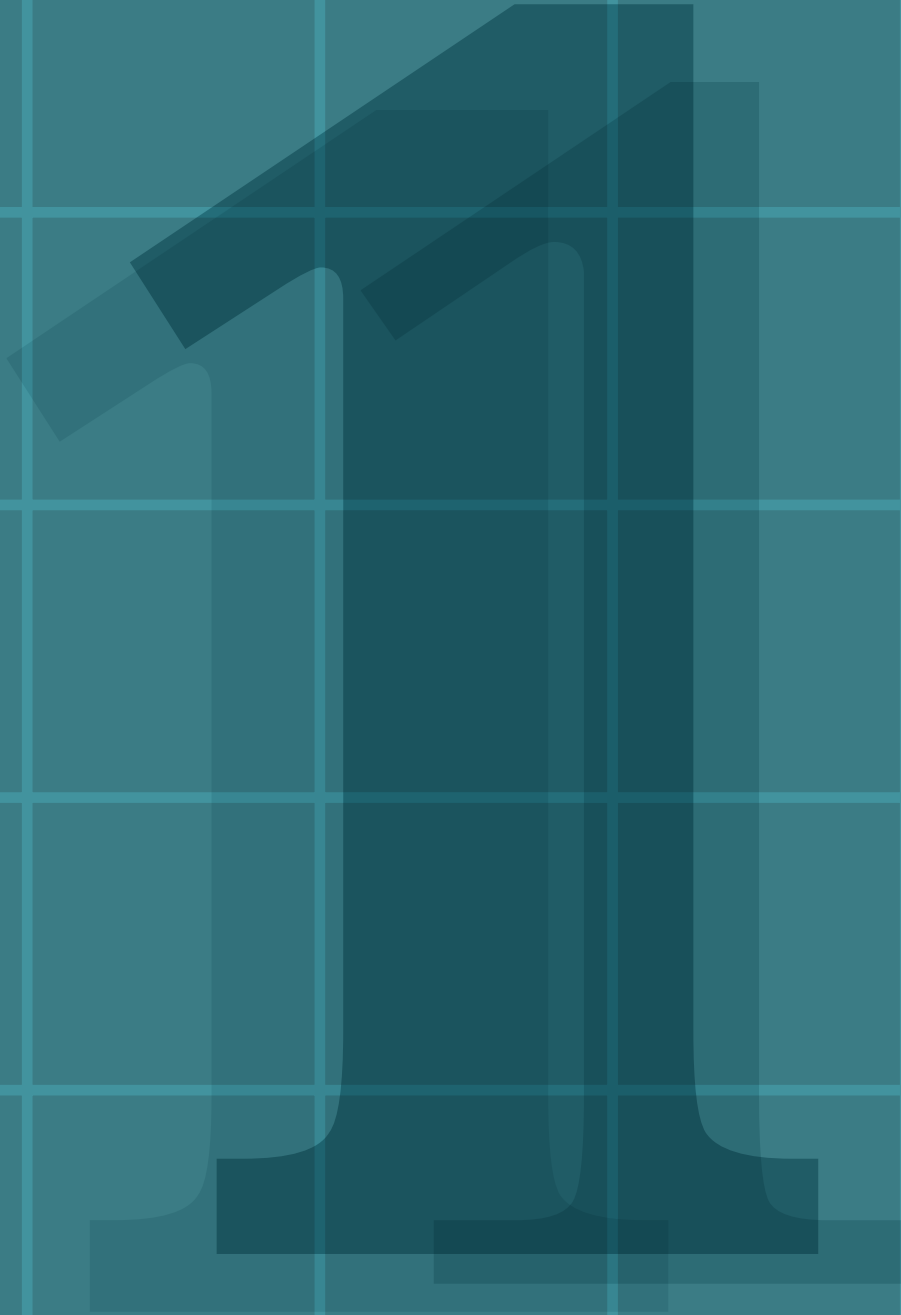
KISALTMALAR

- AB: Avrupa Birliği
- ABD: Amerika Birleşik Devletleri
- Ar-Ge: Araştırma-Geliştirme
- BAE: Birleşik Arap Emirlikleri
- BDT: Bağımsız Devletler Topluluğu
- BRICS: Brazil, Russia, India, China, South Africa / Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika
- C: Consumption / Tüketim
- CIF: Cost, Insurance and Freight / Sigorta ve Navlun Dâhil Yol Bedeli
- DYY: Doğrudan Yabancı Yatırımlar
- EPDK: Enerji Piyasası Denetleme Kurulu
- FED: Federal Reserve / ABD Merkez Bankası
- FOB: Free on Board / Sigorta ve Navlun Hariç Yol Bedeli
- G: Government Expenditures / Kamu Harcamaları
- GB : Gümrük Birliği
- GSYH: Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
- HS: Harmonize Sistem
- I: Investment / Yatırım
- IMF: International Monetary Fund / Uluslararası Para Fonu
- NX: Net Exports / Net İhracat
- OTP: Ortak Ticaret Politikaları
- STA: Serbest Ticaret Anlaşması
- TCMB: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
- TDM: Turkey Data Monitor
- TTIP: Transatlantic Trade and Investment Partnership / Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı
- TÜFE: Tüketici Fiyat Endeksi
- TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu
- WTO: World Trade Organization / Dünya Ticaret Örgütü

ÜLKE KODLARI (9. BÖLÜM)

- ARE: Birleşik Arap Emirlikleri
- AZE: Azerbaycan
- BEL: Belçika
- CHE: İsviçre
- CHN: Çin
- DEU: Almanya
- EGY: Mısır
- ESP: İspanya
- FRA: Fransa
- GBR: İngiltere
- GRC: Yunanistan
- IND: Hindistan
- IRN: İran
- IRQ: Irak
- ISR: İsrail
- ITA: İtalya
- JPN: Japonya
- KOR: Güney Kore
- LBY: Libya
- NLD: Hollanda
- POL: Polonya
- ROU: Romanya
- RUS: Rusya
- SAU: Suudi Arabistan
- UKR: Ukrayna
- USA: Amerika Birleşik Devletleri

DÜNYA EKONOMİSİ



1.1 BÜYÜME ve İSTİHDAM

Küresel İktisadi Faaliyet 2013 Yılında Zayıf Seyretti

2013 yılında küresel iktisadi faaliyet, gelişmiş ekonomilerdeki ılımlı toparlanma eğiliminin devam etmesine rağmen zayıf bir seyir izlemiştir. Bu gelişmeye, son yıllarda küresel büyümenin motor gücü haline alan gelişmekte olan ekonomilerde kaydedilen ivme kaybının da katkıda bulunduğu gözlenmektedir. Bu bağlamda, 2013 yılında %3 oranında büyüyen dünya ekonomisi, 2012 yılına göre temposunu hafif düşürmüştür. Bu dönemde gelişmiş ekonomilerde Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) bir önceki yıla yakın bir hızla %1,3 büyürken, gelişmekte olan ekonomiler için bu oran %4,7'ye gerilemiştir (Tablo 1.1).

Dünya Piyasaları Gelişmiş Ekonomilerle Etkileşim İçinde Bir Yıl Geçirdi

Gelişmiş ekonomilerin 2013'te de devam eden genişletici yöndeki para politikaları uygulamaları, bir yandan ilgili ülkelerin büyüme rakamlarını desteklemeye çalışırken, diğer yandan da küresel finansal piyasalar üzerinde belirleyici bir etken olarak rol oynamıştır. Bu noktada, özellikle yılın ikinci yarısında Amerikan Merkez Bankası FED'den gelen sıkılaştırmaya yönelik sinyallerin, global piyasalardaki dengeleri sarstığını belirtmek gerekmektedir. Buradan hareketle, bir yandan küresel ekonomide yeni nor-

TABLO 1.1 GSYH GELİŞİM HIZI (% YILLIK)

	2012	2013	2014*
Dünya	3,2	3	3,6
Gelişmiş Ekonomiler	1,4	1,3	2,2
ABD	2,8	1,9	2,8
Euro Bölgesi	-0,7	-0,5	1,2
Almanya	0,9	0,5	1,7
Fransa	0	0,3	1
İtalya	-2,4	-1,9	0,6
İspanya	-1,6	-1,2	0,9
Japonya	1,4	1,5	1,4
İngiltere	0,3	1,8	2,9
Gelişmekte Olan Ekonomiler	5	4,7	4,9
Rusya	3,4	1,3	1,3
Çin	7,7	7,7	7,5
Hindistan	4,7	4,4	5,4
Brezilya	1	2,3	1,8
Güney Afrika	2,5	1,9	2,3
Türkiye	2,2	4	2,3

KAYNAK: IMF

malin hikâyesinin tamamlanması için henüz süreye ihtiyaç duyulduğunu gösteren 2013 yılı, diğer yandan da, gelişmekte olan ülkelerin de bu süreçte gelişmiş ekonomilerle yüksek derecede etkileşim içinde olmak durumunda kalacağına işaret etmiştir.

1.1.1 Gelişmiş Ekonomiler İngiltere Yüksek İvmesiyle Öne Çıktı

Tablo 1.1'deki veriler, 2013 yılında dünyanın gelişmiş ekonomilerinde, toparlanmanın sürmesine rağmen büyüme temposunun değişmediğini göstermektedir. Bu dönemde önde gelen gelişmiş ekonomiler arasında en gözle görülür ivme artışının İngiltere'de kaydedildiği anlaşılmaktadır. GSYH artış hızını 2012'deki %0,3 seviyesinden %1,8'e yükselten İngiltere'nin, yılın son çeyreğindeki %2,8 oranındaki GSYH artışıyla, kriz sonrası kaydettiği en yüksek oran olan %2,4 düzeyini aştığı dikkat çekmektedir (Şekil 1.1). Güçlü performansını 2014 yılında da sürdürmesi beklenen İngiltere'nin, yıllık büyüme hızını %2,9'a yükselteceği tahmin edilmektedir.

Fransa Resesyonu Geride Bıraktı

Öte yandan 2013'te ivme kazanan ekonomiler arasında, Avrupa'nın en büyük ikinci ekonomisi olan Fransa da yer almaktadır. Nitekim Fransa'nın düşük düzeyde de olsa hızlanarak 2013 yılında büyüme karnasına geçtiği görülmektedir. Grafikteki çeyrekler bazında sunulan yıllık büyüme rakamlarının da işaret ettiği üzere, bu dönemde resesyondan çıkan Fransa, bununla birlikte henüz kriz sonrasındaki yıllarda kaydettiği değerlere uzak bir performans izlemektedir. Bu doğrultuda, yılın son çeyreğinde ivme kazanan Fransa ekonomisinin, GSYH gelişim hızını %0,8 düzeyine yükseltebildiği gözlenmektedir. İyileşme sürecine devam edeceği öngörülen Fransa ekonomisinde, büyüme hızının 2014 yılında %1'e çıkacağı beklenmektedir.

Japonya Ekonomisinde Genişlemeci Politikaların Desteği Hissedildi

Aynı dönemde büyümesini hafif çapta yukarı yönlü hareket ettiren bir diğer ülke de, Japonya olmuştur. Yıllık %1,5 genişleme kaydeden Japonya ekonomisinde, Abenomics ismi verilen yaklaşımla uygulanmakta olan genişlemeci para ve maliye politikalarının desteği hissedilmiştir. Bu minvalde Japonya 2013 yılında, krizin hemen sonrasında yakaladığı eski hızına henüz ulaşamamış olmakla birlikte, yıl boyunca istikrarlı ve kademeli bir trend sergileyerek son çeyrekte %2,6'lık büyüme seviyesine ulaşmıştır. Japonya ekonomisinin, 2014 yılında da aynı tempoyu sürdürerek yıllık %1,4 oranında büyüyeceği öngörülmektedir.

ABD Gevşek Bir Büyüme Sergiledi

2012 yılında gelişmiş ülkeler arasında nispeten yüksek olarak ifade edilebilecek %2,8'lik GSYH gelişim hızıyla ön plana çıkmış olan ABD ekonomisi ise, 2013'te de ılımlı toparlanmasını sürdürmüş ancak hızını bir miktar düşürerek %1,9 oranında büyümüştür. Gevşek para politikasının sürdürüldüğü ABD'de, bu dönemde finansal şartların düzeldiği, tüketim ve gayrimenkul pazarlarının hareketlilik kazandığı gözlenmiştir. Grafikteki veriler, kriz sonrasında ulaştığı en yüksek seviyeler olan 2012 büyüme rakamlarının gerisinde performans sergileyen ekonominin, hızını son çeyrekte %2,5'a yükselttiğini göstermektedir.

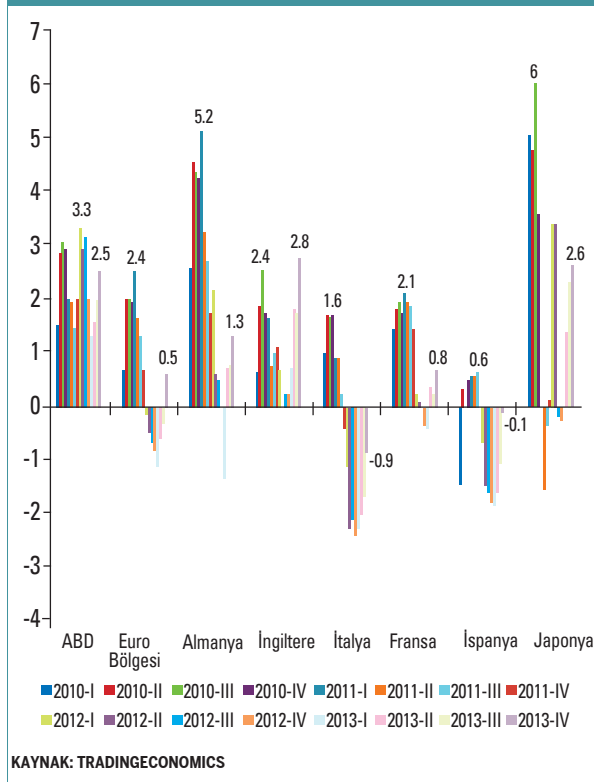
FED Mesajları Uluslararası Piyasalarda Etkin Rol Oynadı

Bununla birlikte, Amerikan Merkez Bankası FED'in yakın dönemde varlık alımlarını azaltmaya gideceğine dair yıl içinde verdiği çeşitli mesajlar, ulusal ekonomideki toparlanmanın güçlenebileceği yönündeki beklentileri de bünyesinde barındırmıştır. Bu çerçevede, ABD ekonomisinin 2014 yılında %2,8 oranında bir büyümeye imza atması beklenmektedir. Bu noktada, söz konusu likidite azalmasının ise, küresel iştah önemli derecede etkilediğini ve gelişmekte olan ülkeler üzerinde olumsuz yansımalarla bulunduğunu vurgulamak gerekir. Bu etkinin 2014 yılında da uluslararası piyasalarda belirleyici bir etken olmaya devam edeceği anlaşılmaktadır.

Almanya İlk Çeyrekteki Daralması Nedeniyle Hız Kesti

ABD'ye benzer bir şekilde 2013 yılını yavaşlamayla tamamlayan Almanya ise, 0,4 puanlık düşüş sonucu, %0,5 oranında bir yıllık GSYH artışı gerçekleştirmiştir. Yılın ilk çeyreğindeki %1,6'lık daralmanın etkisiyle temposunu düşüren Almanya ekonomisinin, sonraki çeyreklerde ise ka-

ŞEKİL 1.1 GELİŞMİŞ EKONOMİLERDE GSYH BÜYÜME HIZI (% YILLIK)



KAYNAK: TRADINGECONOMICS

demeli olarak hız kazandığı gözlenmektedir. Yılın özellikle 2. yarısında gösterdiği nispeten güçlü canlılığı sürdürmesi beklenen Almanya'ya dair 2014 GSYH büyüme beklentisi ise, %1,7 seviyesindedir. Bununla beraber, ekonominin, kriz sonrasındaki %5 bandına erişmiş nispeten yüksek büyüme rakamlarına yeniden kavuşmasının zaman alacağı anlaşılmaktadır.

İtalya ve İspanya Resesyondan Çıkıyor

Diğer taraftan, pozitif büyüme rakamlarına 2011 yılının son çeyreğinde veda eden, Avrupa'nın diğer iki büyük ekonomisi İtalya ve İspanya'da 2013 yılında iyileşmeler kaydedilmiştir. Bu bağlamda, daralma oranını yıl boyunca giderek düşüren bu iki ekonomi, çeyreklik bazdaki büyüme rakamları çerçevesinde resesyondan çıkma mesajları vermiştir. Yıl genelinde sırasıyla %1,9 ve %1,2 GSYH daralması kaydeden İtalya ve İspanya'nın, 2014 yılında bu oranları pozitif çevirmesi beklenmektedir.

Euro Bölgesi Canlanma Belirtileri Gösteriyor

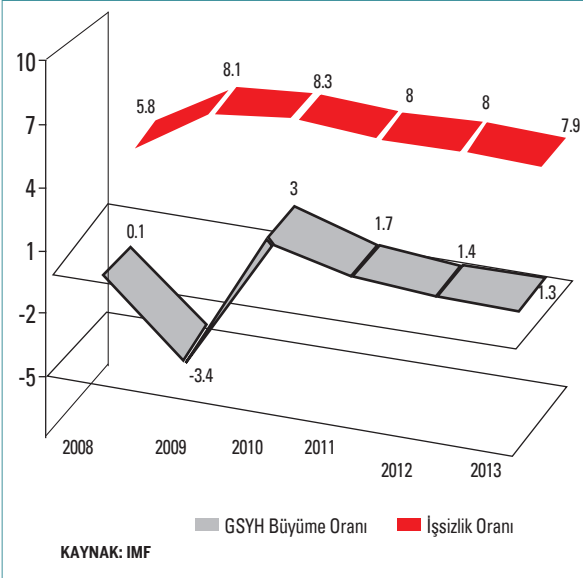
İlk 4 büyük ekonomisi bu şekilde ele alınan Euro Bölgesi'nde genelinde ise, 2013 yılında iyileşme belirtilerinde genel olarak bir güçlenme gözlenmiştir. Çeyrekten

çeyreğe büyüme oranları bazında resesyonu geride bıraktığına işaret eden bölge ekonomisinde, buna paralel bir şekilde yıllık GSYH daralması % -0,5 düzeyine gerilemiştir. Destekleyici para politikasının da etkisiyle periferi ülkelerdeki ekonomik daralmaların zayıflamasının, 2014'teki iktisadi faaliyeti canlandıracağı ve bölge ekonomisinin bu dönemde %1,2 büyüme kaydedeceği tahmin edilmektedir. Bu bağlamda gelişmiş ülkeler genelinde 2013 yılının ılımlı bir toparlanmaya sahne olduğu tespit edilmekle birlikte, iktisadi aktivitede görülen söz konusu iyileşmelerin işgücü piyasalarına ne derece olumlu yansıma yaptığını incelemek de anlamlı olacaktır. Nitekim ekonomideki büyüme, istihdama her zaman dost bir tablo çizemeyebilmekte ya da ilgili olumlu yansımalar uzun bir süre alabilmektedir. Bu minvalde, öncelikli olarak tüm gelişmiş ekonomilerin 2008 yılı itibariyle ortalama büyüme hızlarının ve işsizlik oranlarının gelişimine bakmakta fayda vardır.

Gelişmiş Ekonomiler Genelinde İşsizlik Kriz Öncesi Seviyelere Dönemiyor

Şekil 1.2, gelişmiş ülkeler genelinde krizin tavan yaptığı 2009 yılında görülen ortalama %3,4 oranındaki daralmanın, işsizlik oranını hızlı bir şekilde yükselterek %8,1 seviyesine getirdiğini göstermektedir. Kriz sonrasında pozitif döneme büyümenin ise, istihdama etkisinin bu şekilde hızlı olamadığı açıkça görülmektedir. Nitekim 2010 yılında GSYH büyüme hızı %3 olmuş ancak buna rağmen işsizlik düşmek bir yana, hafif bir artış göstermiştir. 2010 yılı sonrasında daha gevşek seyretmeye başlayan büyüme rakamları ise, işsizlik oranını düşürme yönünde ciddi bir

ŞEKİL 1.2 GELİŞMİŞ EKONOMİLERDE ORTALAMA BÜYÜME HIZI VE İŞSİZLİK (% YILLIK)



etki yaratamamıştır. Bu bağlamda 2011-2013 döneminde %1 bandında büyüyen gelişmiş ekonomiler GSYH'sı, ortalama işsizlik oranını ancak %7,9 düzeyine indirgeyebilmiştir. Dolayısıyla, işgücü piyasalarını canlandıracak gerekli ivmeyi henüz kazanamayan gelişmiş ülkeler genelinde, kriz öncesindeki işsizlik düzeylerine halen uzak bir mesafe olduğu tespit edilmektedir.

Almanya'da İşsizlik Oranı %5,3'e Geriledi

Buradan hareketle, yukarıda incelenen önde gelen gelişmiş ekonomiler aynı yıl incelendiğinde, Euro Bölgesi işsizlik oranlarındaki yüksek seyrin 2013 yılında da devam ettiği anlaşılmaktadır. 2008 yılındaki %7,7 olan ve 2013 itibariyle %12,1 seviyesine yükselen bölge işsizlik oranı, özellikle periferi ülkelerdeki zayıf performans ve buna bağlı yüksek işsizlikten önemli ölçüde etkilenmektedir. Merkez ülkelerde ise farklı gelişmeler gözlenmektedir. Almanya'da istikrarlı bir şekilde inişini sürdüren işsizlik, kriz dönemi seviyelerinin oldukça altına inmeyi başarmış ve 2013 itibariyle %5,3 düzeyinde gerçekleşmiştir (Şekil 1.3).

Euro Bölgesi Merkez Ekonomilerinde İşsizlik Oranı Direniyor

Bununla beraber, Almanya'nın sergilediği başarıya, bölgedeki diğer merkez ülkelerde rastlamak söz konusu olamamaktadır. Zira zayıf iktisadi aktivite ve/veya daralmalar nedeniyle 2012 yılında işsizlik oranlarının hızla tırmanışa geçtiği Fransa, İtalya ve İspanya'da tarihi yüksek seviyeler yaşanmaya devam etmektedir. Özellikle İspanya ekonomisinin, 2013 itibariyle %26,4 oranına ulaşan işsizlikle zorlu bir mücadele verdiği görülmektedir.

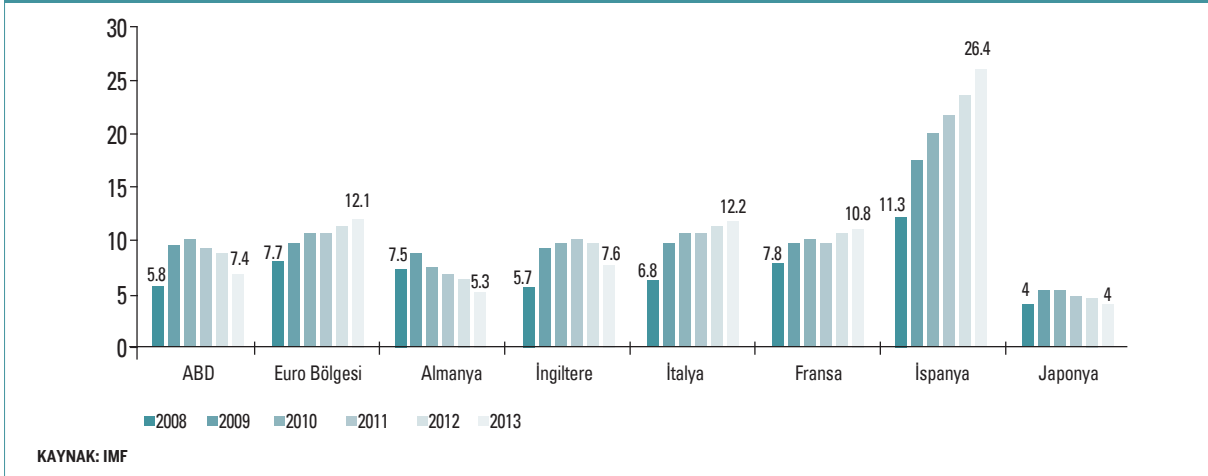
İşsizlik Japonya'da Makul Seyrediyor

Performansını giderek güçlendirdiği gözlenen İngiltere ekonomisi ise, henüz kriz öncesindeki düzeye ulaşamamakla birlikte, 2013 yılında 0,4 puanlık düşüş kaydederek %7,6'lık bir işsizlik oranı kaydetmiştir. Japonya da, işsizlikteki kademeli düşüşünü sürdüren bir başka ülke olmuş ve yıllık 0,3 puanlık bir gerileme kaydederek %4 seviyesindeki 2008 oranını yakalamayı başarmıştır.

ABD'de İşsizlik Düşüş Kaydetti

Öte yandan, ABD'nin de 2013 yılında işgücü piyasalarında bir miktar iyileşme yaşayan ekonomilerden biri olduğu ifade edilebilir. 2012 yılında %8,1 olan işsizlik oranını 2013'te %7,4'e düşüren ABD'de, söz konusu oranın sadece ulusal ekonomi değil, uluslararası piyasalar için de önem taşıyan bir nitelikte olduğunu vurgulamak gerekir. Nitekim FED'in Mayıs ayı ve sonrasında sinyallerini verdiği sıkılaştırmanın hayata geçirilmesinin

ŞEKİL 1.3 GELİŞMİŞ EKONOMİLERDE İŞSİZLİK ORANI (%)



de hayati bir gösterge olan enflasyonun yanı sıra, işsizlik oranı da bir çapa vazifesi görmektedir. Bu nedenle, FED tarafından farklı zamanlarda konuya ilişkin çeşitli mesajlar verilmiş olmakla birlikte, iktisadi aktivite-

nin toparlanmasında önemli bir gösterge olan işsizlik oranındaki gelişmelerin, 2014 yılındaki para politikası kararlarında geleneksel yaklaşım dâhilinde rol almaya devam edeceği öngörülebilir.

1.1.2 Gelişmekte Olan Ekonomiler

Yükselen Ekonomiler

Tempoyu Hafif Düşürdü

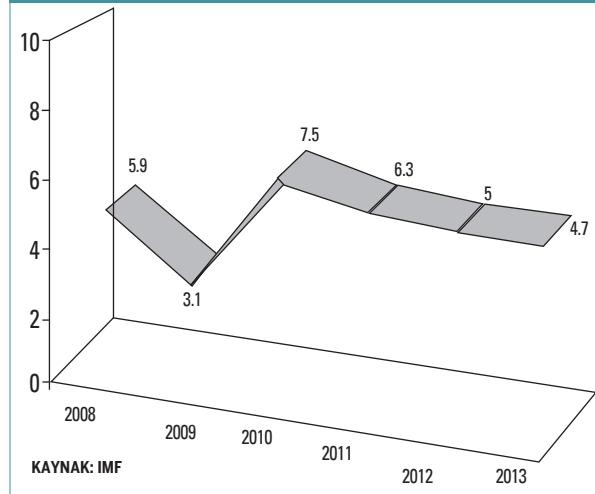
2008-2009 yıllarında yaşanan global krizin ardından hızla toparlanarak dünya ekonomisinin motor gücü olmayı başaran gelişmekte olan ekonomiler genelinde 2011'de başlayan ivme kaybı sonrasında da devam etmiş ve ortalama büyüme hızı 2013 itibarıyla %4,7 düzeyine gerilemiştir (Şekil 1.4). Yavaşlayan söz konusu büyüme hızının arka planında ise, ülkeden ülkeye değişebilen tablolara rastlanmaktadır.

Kriz Sonrası En Hızlı

Düşüşü Brezilya Yaşadı

Bu bağlamda, önde gelen ilgili ülkelere ayrı ayrı göz atıldığında, hemen hepsinde kriz sonrası döneme göre bir iniş eğilimi olduğu net bir şekilde görülmektedir (Şekil 1.5). Bu dönemde yıllara göre en gözle görülür ivme kaybının ise Brezilya'da kaydedildiği anlaşılmaktadır. Global krizden hızlı bir toparlanmayla çıkan Brezilya ekonomisi, 2010 yılının ilk çeyreğinde %9,3 seviyesini gören yüksek büyüme oranında sonraki çeyreklerde istikrarlı bir şekilde düşüş yaşamış ve 2012 yılında %1 seviyesine gerilemiştir. 2013 yılında bir miktar hareketlendiği gözlenen Brezilya ekonomisi, son çeyreği %1,9, yıl ise %2,3 GSYH

ŞEKİL 1.4 GELİŞMEKTE OLAN EKONOMİLERDE ORTALAMA GSYH BÜYÜME HIZI (% YILLIK)



artışı ile kapamıştır. İnışlı çıkışlı bir performans sergileyen Brezilya'nın, 2014 yılında hızını yeniden aşağı yöne çevirerek %1,8'lik bir büyüme kaydedeceği beklenmektedir.

Hindistan GSYH Büyümesine %4 Bandında Devam Etti

Kriz sonrası istikrarlı yavaşlamasıyla dikkat çeken bir başka ülke de, Hindistan olmuştur. Bununla birlikte, 2010 yılında Brezilya'ya benzer şekilde yüksek büyüme oranlarına imza atan Hindistan'ın tempo kaybının, daha makul seviyelerde

olduğu söylenebilir. Nitekim bu süreçte Hindistan ekonomisi yumuşak bir inişe sahne olmuş, 2012'de kaydettiği %4,7 oranındaki milli gelir artışını 2013 yılında hafif bir hız kaybıyla %4,4'e çekmiştir. Bununla birlikte, Hindistan'ın 2014 yılında iktisadi aktivitesini güçlendireceği ve %5,4 oranında büyüme kaydedeceği öngörülmektedir.

Çin Yapısal Değişimle Yavaşlayacak

Küresel ekonominin özellikle kriz sonrasındaki en büyük güçlerinden biri olan Çin'deki trend de, Hindistan'a benzerlik göstermektedir. Bu dönemde çeyrekler bazında çift haneli büyüme rakamlarına dahi şahit olan Çin ekonomisi, kademeli olarak yavaşlamış, 2013 yılını ise bir önceki yıla benzer bir şekilde %7,7'lik büyüme ile tamamlamıştır. Bu noktada, Çin'de zayıflamaya devam edeceği beklenen performansta, ekonominin yatırım ve ihracat odaklı büyüme modelinden uzaklaşarak tüketim temelli bir yapıya kavuşması amacıyla ortaya koyulan yapısal değişim stratejisinin etkili olacağı ifade edilmektedir. Buna bağlı olarak, 2014 yılı için Çin ekonomisinde hafif bir ivme kaybının kaydedileceği ve %7,5 oranında bir GSYH artışı olacağı tahmin edilmektedir.

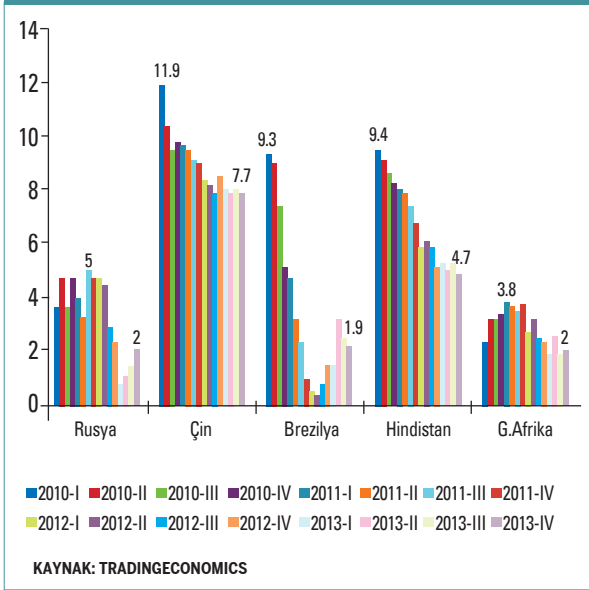
Rusya ve Güney Afrika'da İktisadi Faaliyet Zayıfladı

Bir diğer yükselen ekonomi olan Rusya'da ise, 2012 yılında yaşanan ivme kaybının 2013'te de sürdüğü gözlenmektedir. Küresel kriz sonrasında ağırlıklı olarak %4-%5 bantlarında bir büyüme gerçekleştiren Rusya ekonomisinde, zayıflayan performansla birlikte 2012'de %3,4'e düşen hız 2013'te de %1,3'e gerilemiştir. Rusya'nın, 2014'te içinden geçtiği uluslararası boyuttaki gerginliğin de etkisiyle, yakın dönemde iktisadi temposunu artırabilmesinin zor gözüktüğü ifade edilebilir. Öte yandan Güney Afrika, kriz sonrası dönemde diğer ilgili ülkelere göre nispeten mütevazı düzeylerde büyümüş, 2013 yılında ise bir güç kaybına uğramıştır. Nitekim 2012 yılında %2,5 oranında büyüyen Güney Afrika ekonomisi, 2013 yılını %1,9'luk GSYH artışı ile tamamlamıştır. Bununla beraber, Güney Afrika'nın 2014 yılında temposunu bir miktar hızlandıracağı ve bu seviyeyi %2,3'e çıkaracağı öngörülmektedir.

Yükselen Ekonomilerde Kriz Sonrası Büyüme İstihdama Yansıdı

Bu noktada, 2010 ve sonrasında dünya ekonomisinin itici gücü olan yükselen ekonomilerde yaşanan söz konusu büyümenin, işgücü piyasalarına nasıl yansıdığını anlamak da önem arz etmektedir. Bu bağlamda, Çin'in kriz döneminde %4,3 olan işsizlik oranını 2010 yılından itibaren %4,1 se-

ŞEKİL 1.5 GELİŞMEKTE OLAN EKONOMİLERDE GSYH BÜYÜME HIZI (% YILLIK)



KAYNAK: TRADINGECONOMICS

viyesinde korumakta olduğu ve istihdam göstergelerinde makul bir performans kaydettiği gözlenmektedir. Brezilya ekonomisinde ise krizle birlikte %8 düzeyine yükselen işsizlik oranı 2010 yılında %6,7'ye düşmüş, bundan sonra da istikrarlı gerilemesini sürdürerek 2013 yılında %5,4 olarak gerçekleşmiştir. Rusya da, Brezilya gibi kriz sonrasındaki süreçte gözle görülür bir iyileşme sağlayan işgücü piyasalarına sahip olmuştur. Nitekim krizle birlikte 2 puanlık bir artışla %8,4 düzeyine yükselen Rusya'daki işsizlik oranının, büyümenin olumlu etkisiyle hızla düşüş kaydettiği ve %5,5'e indiği görülmektedir. Hindistan'a dair işsizlik verileri çeşitli kaynaklarda farklılıklar arz edebilmekle birlikte, mevcut verilerden¹ anlaşıldığı üzere, krizle birlikte %9 bandına çıkan işsizliğin sonrasında hızla aşağı yönlü hareket ettiği ve 2012 itibarıyla %3,4 seviyesine kadar indiği söylenebilir. Tahminler 2013 yılı işsizlik oranının da, buna yakın bir seviyede gerçekleşeceğine işaret etmektedir.

Güney Afrika Yüksek İşsizlik Oranıyla Farklı Bir Tablo Çiziyor

Öte yandan, Güney Afrika tüm bu yükselen ekonomilerde gözlenen işgücü piyasalarındaki iyileşmeden oldukça farklı bir tablo ortaya koymaya devam etmektedir. Nitekim kriz döneminde %23,7 seviyesinde olduğu gözlenen Güney Afrika ekonomisindeki işsizlik oranı, sonrasında hiçbir iyileşme kaydedememiştir. Kriz sonrasındaki 5 yıl içerisinde adeta yerinde sayan işgücü piyasalarında işsizlik oranı, 2013 yılı itibarıyla %24,7 ile oldukça ciddi bir seviyede gerçekleşmiştir.

¹Dünya Bankası ve Uluslararası Çalışma Örgütü kaynaklı veriler ve tahminleri kapsamaktadır.

1.2 KAMU MALİYESİ

Mali dengeyi güçlendirmek, 2013 yılında da dünya ekonomilerinin politikalarını belirleyen ana gündem maddelerinden biri olmaya devam etmiştir. Bu bağlamda mali sürdürülebilirlik risklerinin, gelişmiş ekonomiler üzerindeki etkisini sürdürmesinin yanı sıra,

gelişmekte olan ülkelerde de dikkatle üzerinde durulan bir konu olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte, kamu maliyesindeki performansa yönelik riskler ile bunlara yönelik alınması gereken önlemlerin derecesi ve aciliyeti, ülkeden ülkeye değişiklik göstermiştir.

1.2.1 Gelişmiş Ekonomiler Gelişmiş Ülkelerde Açıklar Daralırken Borç Yükü Yüksek Seyrini Korudu

Global kriz sonrasında yüksek borçluluk oranları ve bütçe açıklarıyla riskli bir tablo çizen gelişmiş ekonomilerde, 2013 yılında toparlanma göstermekle birlikte zayıf bir dış sergileyen büyüme performansları, söz konusu mali risklerin ortadan kalkmasına izin vermemiştir. Bununla birlikte, 2013 yılının birçok gelişmiş ekonomi için mali anlamda daha olumlu bir dönem olduğunu da belirtmek gerekir. Nitekim tüm gelişmiş ekonomiler bazında bütçe açığının GSYH'ya oranı, tahminler çerçevesinde %6,2'den %4,9 seviyesine gerilemiştir (Tablo 1.2). Bu gelişme, söz konusu ülkelerin 2012 yılına göre daha güçlü bir mali performans gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır. Gelişmiş ülkeler genelindeki bu performansın 2014'te de süreceği öngörülmekle birlikte, borç yükünde halen %109 gibi yüksek bir seviye hüküm sürmektedir. Bu ise, 2008 öncesi döneme göre yaklaşık 35 yüzde puanlık ciddi bir uçurumun var olduğu anlamına gelmektedir.

ABD'nin Bütçe Dengesinde Ciddi Toparlanma Görüldü

Bu bağlamda bütçe açığının önemli ölçüde daralma gösterdiği gelişmiş ekonomiler arasında ABD'nin ön sıralarda yer aldığı gözlenmektedir. Söz konusu açığı, 2012 yılındaki %8,5 seviyesinden 2013 yılında %4,1'e indirmeyi başaran ABD ekonomisinin, planlanan harcama azalmalarıyla birlikte 2014 yılında bu oranı 1 puan daha aşağı çekmesi beklenmektedir. Bununla birlikte, kamu borç yükünün ise, ABD'de halen %100'ün üzerinde bir seviyede kaydedildiğinin altını çizmekte fayda vardır. Öte yandan zayıf iktisadi faaliyetin hükümünü sürdürdüğü Euro Bölgesi'nde, mali disiplinin etkin bir şekilde hayat bulması yönünde planlanandan daha yavaş ilerlendiği belirtilmelidir. İspanya, Portekiz ve İrlanda gibi ülkelerdeki açıkların olumsuz etki yaptığı bölge bütçe dengesinin, 2013 yılında 0,7 yüzde puanlık bir toparlanma gerçekleştirdiği tahmin edilmektedir.

TABLO 1.2 GELİŞMİŞ EKONOMİLERDE BÜTÇE DENGESİ / GSYH ORANI (%)

	2010	2011	2012	2013
Gelişmiş Ekonomiler*	-8,3	-6,8	-6,2	-4,9**
ABD	-10,7	-10,1	-8,5	-4,1
Euro Bölgesi	-6,2	-4,2	-3,7	-3**
Almanya	-4,2	-0,8	0,1	0
Fransa	-7,1	-5,3	-4,9	-4,3
İtalya	-4,5	-3,7	-3	-3
İspanya	-9,6	-9,6	-10,6	-7,3
Japonya	-8,7	-9	-9,2	-7,6
İngiltere	-10,1	-7,7	-6,1	-5,5**

KAYNAK: TRADINGECONOMICS

*TÜM GELİŞMİŞ EKONOMİLER BAZINDA ORTALAMA

** TAHMİNİ ORAN

Bölge ekonomisinde borç yükü anlamında ise bir iyileşme yaşanmamış ve tahminlere² göre %95 civarında bir seviye 2013 yılında da sürdürülmüştür.

İspanya ve Fransa'nın Mali Tablolarında İyileşme Yaşandı

Bu çerçevede bütçe açığını GSYH'ya oranla %3'e çektiği hesaplanan bölgenin 4. büyük ekonomisi olan İspanya'da, 2013 yılında önemli bir mali iyileşme kaydedildiği de gözden kaçmamaktadır. Nitekim bütçe açığını GSYH'ya göre 3,3 yüzde puan düşürmeyi başaran İspanya ekonomisinde yıllık denge % -7,3 seviyesinde gerçekleşmiştir. Buna karşın İspanya'da, kamu borcu yükünde %90'ın üzerinde seviyelere çıkılmasına neden olan bir hareket de gözlenmiştir. Öte yandan bölge ekonomilerinden Fransa'da da mali denge bir iyileşme yaşanmış ve bütçe açığının GSYH payı %4,3'e gerilemiştir. Gelirlerdeki olumlu performansa bağlı olarak toparlanmasını sürdüren Fransa kamu maliyesinin 2014 yılında da bir miktar toparlanmaya imza atması beklenmektedir. Bununla birlikte, Fransa'nın da, kamu borç yükünde %90 bandında gezinen bir ekonomi olduğunu vurgulamak gerekir.

Almanya 2013'te Bütçe Denkliği Kaydetti

Bununla birlikte, Euro Bölgesi'nin lider ekonomisi Almanya'da hâlihazırda olumlu seyreden mali disiplini-

²Kamu maliyesi bölümü boyunca belirtilen kamu borç yükü tahminleri IMF kaynaklıdır.

nin, başarısını 2013 yılında da sürdürdüğü gözlenmektedir. 2010 yılında GSYH'ye oranla %4,2 bütçe açığı veren Almanya'nın mali hedeflerine kısa sürede ulaşarak %0,1 fazla verdiği 2012 yılının akabinde, oranın %0 olarak kaydedildiği, bir başka deyişle, denk bütçenin gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Borç yükü göstergelerinde de, Almanya'nın %80 ile, bölgenin nispeten en olumlu tablosuna sahip olduğu söylenebilir. Euro Bölgesi'ndeki 3. en büyük ekonomi olan İtalya'da ise, 2012 yılında %3'e gerileyen açık oranının 2013'te aynen devam ettiği görülmektedir. Buna karşın borç yükünün %130 bandına yükseldiği tespit edilmektedir.

Japonya Mali Disiplinde En Anlamlı Başarısını Yakaladı

Öte yandan, 2013 yılında kaydettiği nispeten güçlü toparlanmayla Avrupa'da öne çıkan ülkelerden olan

İngiltere'nin de, kamu maliyesindeki iyileşme trendini sürdürdüğü gözlenmektedir. Kriz sonrasında %10,1 seviyesine ulaşan bütçe açığı oranını 2012 yılında %6,1 düzeyine indiren İngiltere ekonomisinin, 2013'te de bir miktar daralma kaydederek tahminen %5,5 seviyesini gördüğü hesaplanmaktadır. Bununla birlikte, Japonya'nın da mali sürdürülebilirlik anlamında 2013 yılında bir takım olumlu gelişmelere imza attığı gözlenmiştir. Nitekim 2010-2012 döneminde %9 civarlarında bütçe açığı oranı kaydeden Japonya ekonomisinde, 2013 yılında bu oranın %7,6 seviyesine gerilemiş olması kriz sonrasındaki en anlamlı başarı olarak nitelendirilebilir. Japonya'nın bu başarısını, tüketici vergilerine getireceği artışlar kapsamındaki ciddi sıkılaştırma politikalarıyla önemli ölçüde artıracığı öngörülmektedir. Bununla beraber, Japonya'da borç yükünün halen %240'lar seviyesinde seyrettiği dikkat çekmektedir.

1.2.2 Gelişmekte Olan Ekonomiler

Yükselen Ekonomiler Mali Disiplinde Açık Ara Önde

2008 yılında ortalamasına bakıldığında bir bütçe denkleğinin yaşandığı anlaşılan yükselen ekonomilerde, global krizle birlikte %4,6 seviyesine çıkan bütçe açığı oranı, sonrasında gelen güçlü ekonomik performansla birlikte hızla toparlanmış ve 2012 yılında %1,6 olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında ise bu rakamın, tahminlere göre %2,2 seviyesine yükseldiği anlaşılmaktadır (Tablo 1.3). Bir miktar gerilemeye rağmen halen mali disiplinin sürdürüldüğüne işaret eden söz konusu makul bütçe açığının yanı sıra, kamu borç yükü göstergeleri de bu ülkelerde olumlu sinyaller vermeye devam etmektedir. Nitekim veriler, 2013 yılında yükselen ekonomiler genelinde borç yükünün %35 seviyesine gerilediğini göstermektedir. Bu başarıda, özellikle Asya ve Avrupa'daki, Türkiye'nin de dâhil olduğu yükselen ekonomilerin önemli katkısı olduğu anlaşılmaktadır. Latin Amerika'daki gelişmekte olan ülkeler genelinde ise oranın %50 civarında olduğu görülmektedir.

Rusya'nın Mali Göstergeleri İmrendiriyor

Bu noktada önde gelen gelişmekte olan ülkeler ayrı ayrı incelendiğinde, kriz sonrası süreçte bütçe dengesinde en başarılı performansa imza atan ülkenin Rusya olduğu açıkça görülmektedir. Zira Rusya'da 2010 yılı itibarıyla GSYH'ye oranla %3,9'luk bir açık veren bütçenin, sonrasında fazla

TABLO 1.3 GELİŞMEKTE OLAN EKONOMİLERDE BÜTÇE DENGESİ / GSYH ORANI (%)

	2010	2011	2012	2013
Gelişmekte Olan Ekonomiler*	-2,6	-1,2	-1,6	-2,2**
Rusya	-3,9	0,8	0	-0,5
Çin	-2,5	-1,1	-1,5	-1,7**
Hindistan	-5,1	-5,8	-5,3	-5,4
Brezilya	-2,7	-2,5	-2,7	-3**
Güney Afrika	-4,8	-4,9	-5,2	-4,7

KAYNAK: TRADINGECONOMICS

*TÜM GELİŞMEKTE OLAN EKONOMİLER BAZINDA ORTALAMA

** TAHMİNİ ORAN

vermeye başladığı, 2013 yılında ise %0,5 oranında düşük bir açık kaydettiği anlaşılmaktadır. Rusya kamu borç yükü anlamında da, %14 civarındaki başarılı oranıyla, mali disiplin bağlamında yükselen ekonomiler arasında öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, zayıf seyreden enerji fiyatlarının ve artması beklenen harcamaların etkisiyle, 2014 yılında bütçe dengesinin aşağı yönlü olarak bir miktar daha açılması beklenmektedir.

Çin Kamu Maliyesinde Başarılı Tablo Çizen Ülkeler Arasında

Rusya'nın yanı sıra, olumlu bir kamu maliyesi tablosu çizen bir başka ülkenin de Çin olduğu rahatlıkla ifade edilebilir. Zira Çin ekonomisi, kriz döneminde %3'ün üzerine çıkan bütçe açığı oranını makul bir şekilde aşağı çekme başarısı göstermiş, 2013'te ise bir miktar bozulma kaydetmekle birlikte, tahmini olarak GSYH'nin %1,7'si oranında düşük sayılabilecek bir açık vermiştir. Çin'de kamu borç yükünün de %23 civarında olumlu bir seviyede gerçekleştiği gözlenmektedir.

Hindistan ve G. Afrika Bütçe Eşiğinin Altında Geziniyor

Öte yandan tablodaki veriler, Brezilya'nın da kritik eşik olarak görülen %-3 seviyesi dolaylarında gezinen bir bütçe dengesine sahip olduğuna işaret etmektedir. Ekonomik büyümedeki gevşekliğin ve gelirlerdeki zayıflamanın etkisiyle, 2014 yılında da benzeri bir performans göstermesi beklenen Brezilya ekonomisi, kamu borç yükünde ise yaklaşık %68 seviyesinde bir seyir izlemektedir. Önde gelen yükselen ekonomiler arasında %3 eşiğinin altında bütçe

açığı veren ülkelerin ise, Hindistan ve Güney Afrika olduğu tespit edilmektedir. Açığın GSYH oranının 2013 yılında %5,4 olduğu Hindistan'da, borç yükü de ilgili eşiğin hafif yukarısında %67 seviyesinde gerçekleşmiştir. G. Afrika'da ise bu dönemde bütçe dengesi 0,5 puan iyileşme göstermiş, öte yandan borç yükü tahminlere göre %43 olmuştur. İktisadi faaliyetin zayıf seyrettiği ekonomide, yakın dönemde herhangi bir mali sıkılaştırmanın beklenmediği ve bu nedenle de bütçe açığında %5 bandının 2014'te de devam edeceği ifade edilebilir.

1.3 ENFLASYON

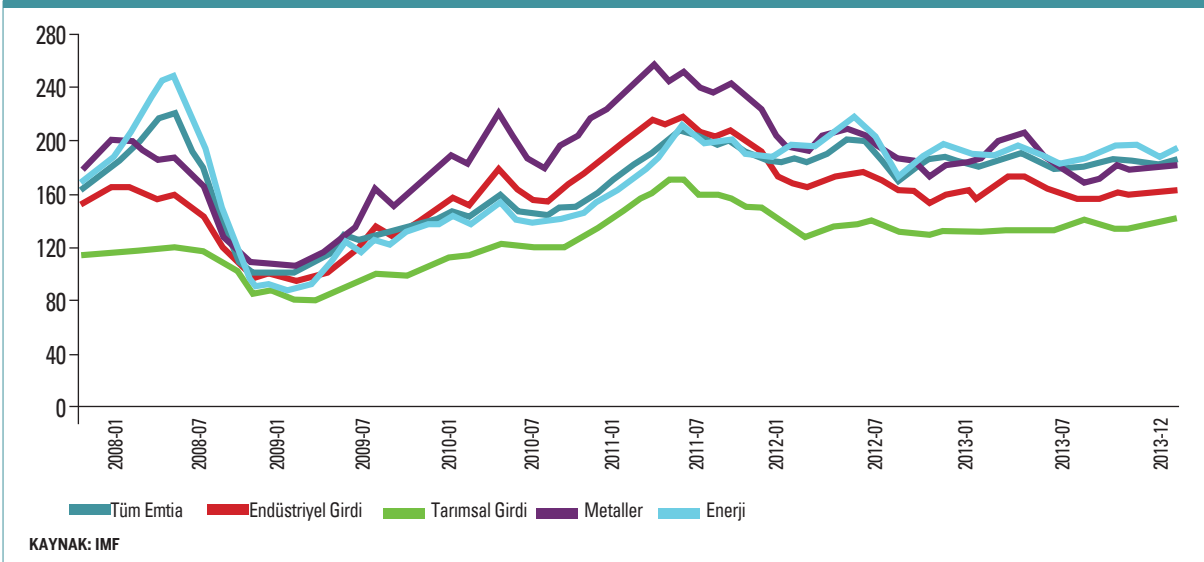
Dünya Ekonomisi 2013 Yılında Enflasyonist Baskı Hissetmedi

2013 yılında gelişmiş ekonomilerde hafif toparlanmanın başlamasına ve genişlemeci para politikalarının devam etmesine rağmen, enflasyonun hafif aşağı yönlü sayılabilecek bir baskıya maruz kaldığı dikkat çekmektedir. Bunun başlıca sebeplerinden biri, gelişmiş ülkelerdeki gevşek büyüme performansının, çıktı açıkları (output gaps) üzerinde henüz ciddi bir azalma sağlayacak etkiyi yaratmamış olması şeklinde ifade edilebilir.

Emtia Fiyatları Durgun Seyrini Sürdü

Bir diğer sebep ise, özellikle yükselen ekonomilerde görülen emtia talebinin düşüş kaydetmesiyle birlikte, ilgili fiyatlarda yukarı yönlü bir hareket yaşanmamış olmasıdır. Emtia fiyatlarındaki söz konusu durgun seyir, Şekil 1.6'da da açıkça görülmektedir. Kriz döneminden sonra yükselişe geçtiği görülen emtia fiyat endeksi, 2011'den sonra global ölçekte yaşanan durgunlukla birlikte düşmüş, 2013 yılını ise bir önceki yıla oldukça yakın seviyelerde tamamlamıştır. Öte yandan gelişmekte olan ekonomilerde de, söz konusu dönemde zayıflayan iktisadi faaliyetin enflasyonu aşağı yönlü etkileyebildiği görülmüştür. Bu bağlamda, her iki ülke grubunu ayrı ayrı değerlendirmek anlamlı olacaktır.

ŞEKİL 1.6 EMTIA FİYAT ENDEKSLERİ (PUAN)



1.3.1 Gelişmiş Ekonomiler Euro Bölgesi'nde Deflasyon Riski Baş Gösterdi

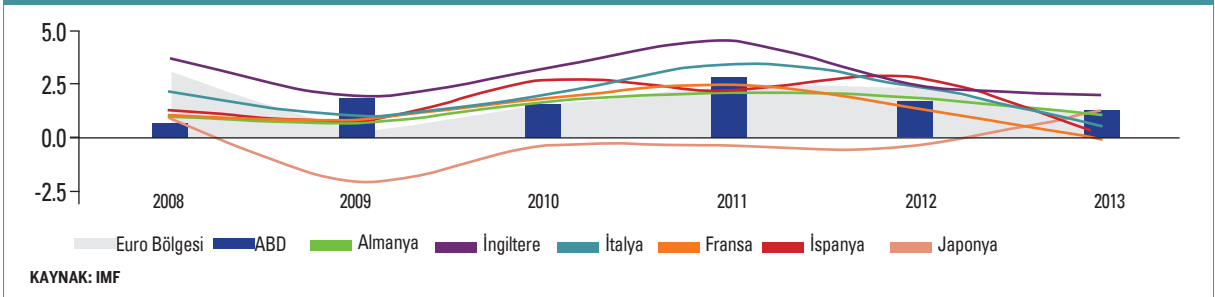
Gelişmiş ekonomiler genelinde 2013 yılı enflasyon oranı ortalama %1,5 seviyesi civarında gerçekleşerek, hedefin altında bir performans göstermiştir. Potansiyel ekonomik büyüme oranlarına ulaşmanın zaman alacağına bir göstergesi niteliğinde olan 2013 yılı, buna bağlı olarak enflasyon hedefinin yakalanmasında da benzeri bir takvim izleneceğini ortaya koymuştur. Bu doğrultuda Euro Bölgesi'nde, mevcudiyetini sürdüren zayıf ekonomi ve çevre ülkelerdeki aşağı yönlü ücret baskılarının etkisiyle, enflasyonun düşük seviyelerini korumaya devam ettiği gözlenmiştir. 2012'deki %2,5 düzeyinden %1,5'a gerileyen söz konusu enflasyon rakamları, 2013 yılında bölgede deflasyon riski yaratmıştır (Şekil 1.7). Bu endişe çerçevesinde, Avrupa Merkez Bankası'nın yıl içerisinde faiz indirimine gitmiş olduğunu da eklemek gerekir. Bununla birlikte, yıl sonu itibarıyla halen varlığını koruyan deflasyon ris-

ki, 2014 yılında da Avrupa Merkez Bankası'nın politikalarına yön verme anlamında en önemli gösterge olmaya devam edecektir.

Japonya Dışındaki Gelişmiş Ekonomilerde Enflasyon Aşağı Yönlü Hareket Etti

Öte yandan, ilgili gelişmiş ülkelere bakıldığında, 2013 yılında sadece Japonya'nın enflasyon artışı yaşandığı anlaşılmaktadır. Negatif değerlerde seyreden enflasyon oranını 2013'te %1,44'e yükseltmeyi başaran Japonya'da, 2014 ve sonrasında uygulanacak olan tüketim vergilerinin etkisiyle bir miktar daha yukarı yönlü hareket olabileceği beklenmektedir. Bunun yanı sıra, Euro Bölgesi ülkelerinden Almanya'nın, aynı dönemde enflasyonda 0,8 puanlık düşüşle %1,22 seviyesine gerilediği görülmektedir. 2013 yılında diğer bölge ülkelerindeki düşüşler ise daha sert olmuş, bu bağlamda, Fransa, İspanya ve İtalya ekonomilerinde enflasyon %0 bandına inmiştir. Bununla birlikte İngiltere'de ise, yaklaşık yarım puanlık bir azalma kaydeden enflasyon oranının, %2,09 olarak gerçekleştiği gözlenmektedir.

ŞEKİL 1.7 GELİŞMİŞ EKONOMİLERDE ENFLASYON ORANI (%), YIL SONU



1.3.2 Gelişmekte Olan Ekonomiler

Yükselen Ekonomiler Enflasyon Bağlamında Durgun Bir Yıl Geçirdi

Gelişmekte olan ülkeler incelendiğinde ise, nispeten yavaşlayan büyüme performanslarının ve buna bağlı olan talep zayıflamasının yanı sıra, hareketsiz seyreden emtia fiyatlarının da etkisiyle, enflasyon anlamında durgun bir yıl yaşandığı ifade edilebilir. Bu bağlamda, yükselen ekonomilerden Çin, Brezilya ve Rusya'da enflasyon oranlarının 2012 yılındaki seviyelerine oldukça yakın gerçekleşmeler kaydettiği görülmektedir (Şekil 1.8). Bu doğrultuda Brezilya ve Rusya'da sırasıyla %5,9 ve %6,5 oranlarında yılsonu enflasyonu

gerçekleşirken, Çin'de ise bu oran %2,5 seviyesini korumaya devam etmiştir.

BRICS Ekonomileri Arasında En Yüksek Enflasyon Hindistan'da

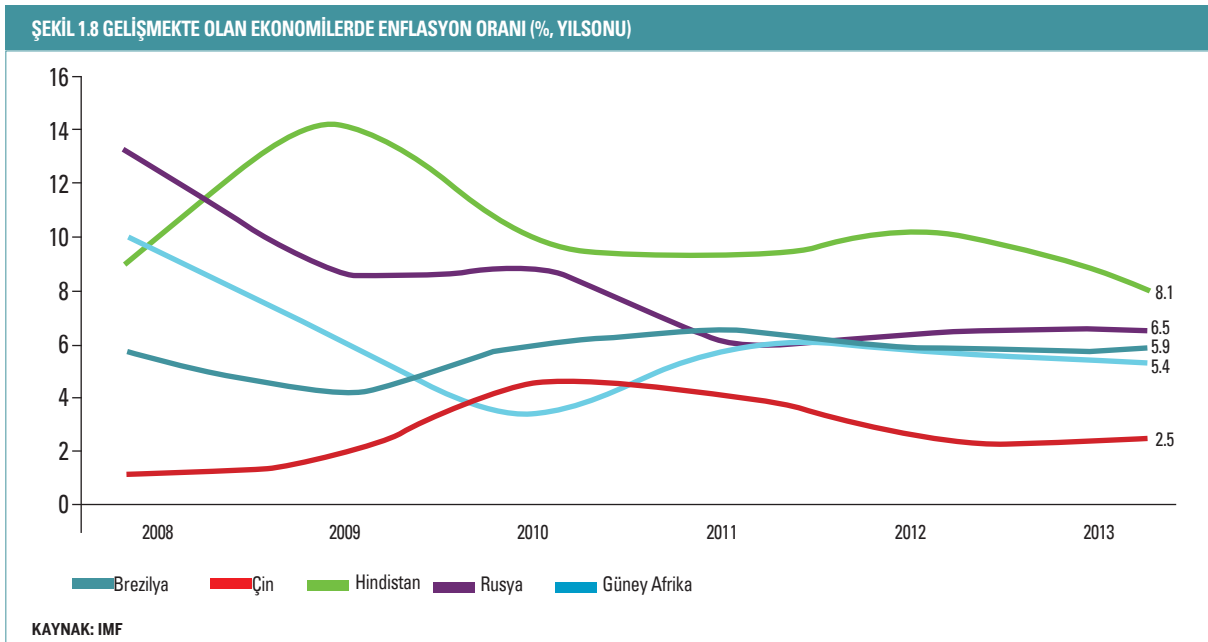
Bununla birlikte, grafikte de görüldüğü gibi, yükselen ekonomiler arasında en yüksek enflasyona sahip olan ülkenin Hindistan olduğu dikkat çekmektedir. 2013 yılsonu itibarıyla %8,1 olarak gerçekleşen Hindistan ekonomisindeki enflasyonun, öte yandan bir önceki yıla göre de yaklaşık 2 puanlık bir düşüş sergilediği göze çarpmaktadır. Hafif düzeyde olsa, bu dönemde enflasyonun aşağı yönlü hareket ettiği bir diğer yükselen ekonomi ise Güney Afrika olmuştur. Bu çerçevede, G. Afrika'da enflasyon oranı 2013 sonu itibarıyla 0,3 puan yıllık düşüşle %5,4 seviyesinde kaydedilmiştir.

Finansal Piyasalardaki Hareketlilik de Enflasyonu Etkileyecek

Özet olarak, gelişmekte olan ekonomilerde 2013 döneminde talep kaynaklı aşağı yönlü gelişmelere bağlı olarak enflasyonist bir baskı hissedilmediği anlaşılmaktadır. 2014 yılı için de benzer bir durum ihtimal dâhilinde olmakla birlikte, özellikle FED kararları bağlamında 2013'ün ikinci yarısına damgasını vuran finansal piyasa-

lardaki hareketliliğin, enflasyon üzerinde ters yönde bir etki yaratabileceğini de belirtmek gerekir. Nitekim küresel risk iştahını azaltan ilgili gelişmeler sonucu yükselen piyasalarda yaşanan para birimi değer kayıplarının, fiyatlara geçiş etkisi yaparak enflasyonu yukarı yönlü hareket ettirmesi beklenmektedir. Dolayısıyla, söz konusu iki ters yönlü etki başta olmak üzere farklı faktörlerin, bu ülkelerdeki enflasyonu yönlendireceği söylenebilir.

ŞEKİL 1.8 GELİŞMEKTE OLAN EKONOMİLERDE ENFLASYON ORANI (% YILSONU)



1.4 DIŞ TİCARET

2013 Yılında Dünya Ticareti Hız Kazandı

Dünya ticaretine ilişkin 2013 verileri incelendiğinde ise, gerek ihracat gerekse ithalat kanadında bir hızlanma olduğu dikkat çekmektedir. Nitekim 2012 yılında %0,1 artarak neredeyse yerinde sayan dünya ihracatı, 2013 yılında %2'lik bir büyümeye imza atmıştır (Tablo 1.4). Buna karşılık, ithalatta da aynı dönemde bir canlanma gözlenmiş ve gelişim hızı 2012 yılında %0,4 olan dünya ithalatı 2013'te yıllık 1 puanlık bir ivme kazanmıştır.³ 2013 yılında gözlenen ticaret seviyesindeki bu artışta, gelişmiş ülkelerdeki kısmi toparlanmanın etkilerinin hissedildiğini ifade etmek mümkündür.

Avrupa'da Ticaret Gözle Görülür Bir Canlanma Yaşadı

Tablodaki küresel ticarete ilişkin veriler bölgeler bağlamında değerlendirildiğinde, Avrupa'da ciddi bir hareketlilik ya-

	TABLO 1.4 DÜNYA TİCARETİNDE GELİŞİM HIZI (% YILLIK)			
	İhracat		İthalat	
	2012	2013	2012	2013
Dünya	0,1	2	0,4	1,4
Kuzey Amerika	4	1,9	3,2	0,2
Latin Amerika	-1,3	-1,4	2,6	2,3
Avrupa	-4,1	4	-5,6	0,9
AB-28	-4,6	4,4	-5,9	0,7
AB-intra	-7,1	3,2	-7,1	3,2
AB-extra	0	6,4	-3,9	-3,3
BDT	1,4	-2,7	5,5	1
Asya	2,4	2,8	4,1	2
Diğer	2,8	-4,3	5,7	2,7

KAYNAK: WTO, TİM HESAPLAMALARI

şandığı göze çarpmaktadır. Nitekim 2012 yılında ihracatta daralmaya giden Avrupa'da, 2013 yılı tam tersi bir gelişmeye

³ WTO tarafından yapılan açıklamaya göre, dünya toplamındaki ihracat ve ithalat rakamları ve bunlara bağlı gelişim hızlarıyla ilgili iraksamalar, bir takım eksik veri girişlerinden kaynaklanmakta olup gelecekteki veri revizyonları sonucunda asgari düzeye indirilecektir.

sahtne olmuş, bu ise, gerek bölge içindeki gerekse dışındaki ülkelerle yapılan ticaret sayesinde gerçekleşmiştir. Buna ek olarak Avrupa'nın, ithalat gelişim hızında da, düşük olmakla birlikte pozitif düzeylere çıktığı gözlenmektedir. Bu gelişimde ise, daha çok bölge içindeki ülkelerden yapılan ithalatların ağırlıklı bir etki yarattığı anlaşılmaktadır.

Asya İhracat Hızını Artırırken, Amerika İvme Kaybetti

Diğer bölgeler arasında ise, Kuzey ve Latin Amerika ile

BDT'de, gerek ihracatın gerekse ithalatın ivme kaybettiği gözlenmektedir. Buna bağlı olarak, bu dönemde toplam küresel ticaretin canlanmasına, Avrupa'dan sonra en büyük desteği veren bölgenin Asya olduğu anlaşılmaktadır. İhracat büyümesini %2,8'e yükselten Asya ülkeleri, ithalatta ise talep azalmasına bağlı bir ivme kaybı yaşamıştır. Bölgelerdeki 2013 yılı ticaret gelişmeleri bu şekilde özetlenmekle birlikte, yukarıda incelenen önde gelen gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerdeki duruma da kısaca göz atmakta fayda vardır.

1.4.1 Gelişmiş Ekonomiler Ticaret Avrupa Ülkelerinde Hareketlenirken, ABD ve Japonya'da Yavaşladı

2013 yılında ekonomik toparlanma sürecine devam eden gelişmiş ülkelerde ihracat hızı da 0,4 puan artarak ortalama %1,5 olmuştur (Tablo 1.5). Bununla birlikte, ülkeler bazında ele alındığında, bu gerçekleşmenin ağırlıklı olarak Avrupa kaynaklı olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim bu dönemde ABD ve Japonya'nın söz konusu oranlarında bir gerileme görülmekte, Almanya, Fransa, İtalya, İspanya ve İngiltere ekonomilerinde ise, 2012 yılındaki daralmaların çarpıcı bir şekilde pozitif büyüme oranlarına dönüştüğü gözlenmektedir. Bununla birlikte, ithalatta da benzeri bir eğilim söz konusu olmuştur. Bahsi geçen Avrupa ülkeleri

TABLO 1.5 GELİŞMİŞ EKONOMİLERDE TİCARET GELİŞİM HIZI (% YILLIK)

	İhracat		İthalat	
	2012	2013	2012	2013
Gelişmiş Ekonomiler	1,1	1,5	0	-0,2
ABD	4,4	2,2	3,1	-0,2
Almanya	-4,6	3,3	-7,3	2
Fransa	-4,6	1,8	-6,2	0,8
İtalya	-4,2	3,2	-12,5	-2,4
İspanya	-3,6	7,1	-10,3	0,4
Japonya	-2,9	-10,5	3,6	-6
İngiltere	-6,5	14,4	2,1	-5,3

KAYNAK: WTO, TİM HESAPLAMALARI

2012 yılındaki ithalat daralmalarını büyük ölçüde geride bırakırken, İngiltere, ABD ve Japonya'da bunun tersi yönde bir eğilim olduğu dikkat çekmektedir.

1.4.2 Gelişmekte Olan Ekonomiler

Yükselen Ekonomiler Ticaret Temposunu Hafif Ölçekte Yavaşlattı

Gelişmekte olan ülkelerde ise, söz konusu dönemde gerek ihracat gerekse ithalat hızlarında hafif ölçekte aşağı yönlü hareketler görülmüştür. Bu bağlamda, gelişmekte olan ekonomilerde ortalama ihracat ve ithalat artışları sırasıyla %3,3 ve %4,4 seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu veriler, ilgili gelişim hızlarında bir ivme kaybı yaşandığını göstermekle birlikte, gelişmekte olan ülkelerin 2013 yılında da dünya ticaretinin seyrinde anahtar rol oynadığına işaret etmektedir.

Hindistan İhracatta, Çin İse İthalatta Dikkat Çekici Artış Kaydetti

Ülkeler çerçevesinde ele alındığında ise, ihracatta Çin'in 2012'deki büyüme seviyesini koruduğu, Hindistan'ın ise oldukça önemli bir atak yaparak hızını %-2'den %5,3'e çıkardığı görülmektedir. İthalat kanadında ise, Çin'in, yıllık artış oranını %7,3 seviyesine yükselttiği tespit edi-

TABLO 1.6 GELİŞMekte OLAN EKONOMİLERDE TİCARET GELİŞİM HIZI (% YILLIK)

	İhracat		İthalat	
	2012	2013	2012	2013
Gelişmekte Olan Ekonomiler	3,8	3,3	5,1	4,4
Rusya	1,4	-1,1	3,6	2,6
Çin	7,9	7,9	4,3	7,3
Hindistan	-2,0	5,3	5,2	-4,6
Brezilya	-5,3	-0,2	-1,5	7,3
G. Afrika	-8,2	-3,9	1,4	-0,6

KAYNAK: WTO, TİM HESAPLAMALARI

lirken, Hindistan'da güçlü bir daralma gözlenmektedir. Öte yandan, Rusya'nın 2013 yılında gerek ihracat gerekse ithalatta ivme kaybı yaşadığı anlaşılmaktadır. Tablodaki veriler ayrıca, Brezilya'nın 2012'deki ihracat daralmasını neredeyse sıfıra indirirken, ithalatına ise önemli ölçüde hız kazandırdığına işaret etmektedir. Bir diğer yükselen ekonomi olan Güney Afrika'da ise, ihracat daralmasının, 2013'te de daha düşük düzeylerde olmakla birlikte devam ettiği, ithalat kanadında da 2012'de kaydedilen düşük büyümenin, yerini küçülmeye bıraktığı anlaşılmaktadır.

TÜRKİYE EKONOMİSİ



2 TÜRKİYE EKONOMİSİ

2.1 MİLLİ GELİR VE BÜYÜME

Milli gelir ya da Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH), bir ekonominin büyüklüğüne dair en önemli ölçüt olarak nitelendirilmektedir. Bir ülkede belli bir dönemde üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin değerini gösteren GSYH'nin ilgili dönemdeki değişim oranı ise, söz konusu ekonominin büyüme hızına işaret etmektedir. Bu bağlamda, çeyreklik ya

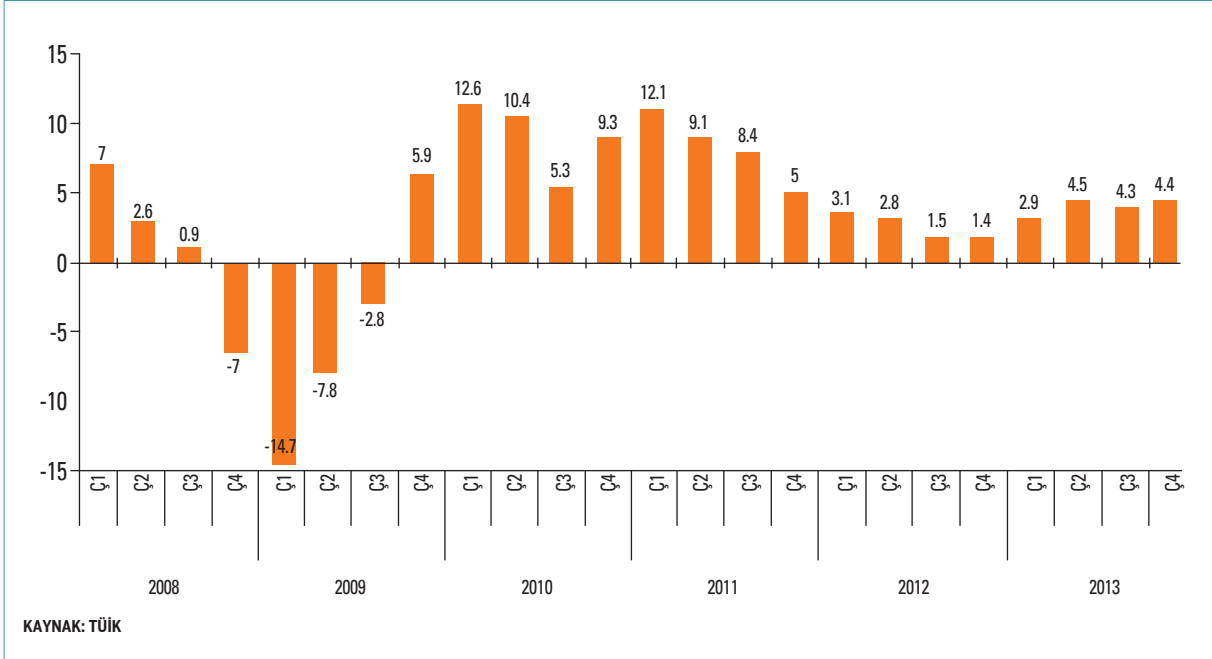
da yıllık ekonomik performansını ölçmek amacıyla, GSYH büyüme oranlarına başvurulmaktadır. Bu bölüm, Türkiye'nin milli gelirindeki 2013 yılı büyüme temposunun yanı sıra, aynı zamanda, GSYH bileşenlerinin bu gelişmedeki payını incelemekte ve ulusal ekonominin önceki döneme göre ne tür benzerliklere ya da farklılıklara imza attığını ortaya koymaktadır.

2.1.1 GSYH Gelişimi

27 çeyrek süren kesintisiz büyümesine, global krizle birlikte 2008 yılının son çeyreğinde ara veren Türkiye ekonomisi, 4 çeyrek süren bir daralmanın ardından, 2009'un 4. çeyreğinde yeniden yükselişe geçmiştir (Şekil 2.1). 2010 yılında sergilediği %9,2 oranındaki güçlü performansla krizin etkisinden kısa sürede sıyrıldığını ispatlayan ulusal ekonomi, 2011'de de temposunu koruyarak %8,5 oranında büyümüştür. Söz konusu hızlı büyüme sonrasında, özellikle artan cari açık sorununa çözüm bulmak amacıyla ekonomiyi soğutma kapsamında bir takım kararlar alınmış ve bunun sonucunda 2012 yılında iktisadi aktivite ciddi bir ivme kaybına uğrayarak %2,1 oranında büyümüştür.

den kısa sürede sıyrıldığını ispatlayan ulusal ekonomi, 2011'de de temposunu koruyarak %8,5 oranında büyümüştür. Söz konusu hızlı büyüme sonrasında, özellikle artan cari açık sorununa çözüm bulmak amacıyla ekonomiyi soğutma kapsamında bir takım kararlar alınmış ve bunun sonucunda 2012 yılında iktisadi aktivite ciddi bir ivme kaybına uğrayarak %2,1 oranında büyümüştür.

ŞEKİL 2.1 GSYH BÜYÜME HIZI (% YILLIK)



Ekonomi 2013 Yılında Yeniden Canlanmaya Başladı

2013 yılı ise, ekonominin yeniden canlanmaya başladığı bir dönem olmuştur. Senenin ilk çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %2,9 büyüyen ekonomi, sonrasında bu tempoyu artırmış ve ertesi çeyrekte %4,5 oranında bir genişleme kay-

detmiştir. Yılın ikinci yarısında aynı hareketliliği koruyan ekonomi, 3. ve 4. çeyreklerde sırasıyla %4,3 ve %4,4 oranlarında büyümüştür. Böylelikle milli gelir 2013 yılında, 2012'ye göre sabit fiyatlar bazında %4 artış sergilemiştir. Cari fiyatlarla GSYH ise, aynı dönemde 1.561.510 milyon TL'ye ulaşmıştır (Tablo 2.1).

TABLO 2.1 GSYH DEĞERİ VE GELİŞİM HIZI

		Cari Fiyatlarla GSYH (milyon TL)	Sabit Fiyatlarla GSYH (milyon TL)	Yıllık Gelişim Hızı (%)
Dönem				
2012	Çeyrek I	325.184	27.197	3,1
	Çeyrek II	350.161	28.855	2,7
	Çeyrek III	377.042	31.644	1,5
	Çeyrek IV	364.412	29.930	1,3
	Yıllık	1.416.798	117.625	2,1
	Çeyrek I	354.727	27.995	2,9
	Çeyrek II	385.483	30.150	4,5
	Çeyrek III	415.915	32.999	4,3
2013	Çeyrek IV	405.384	31.245	4,4
	Yıllık	1.561.510	122.388	4

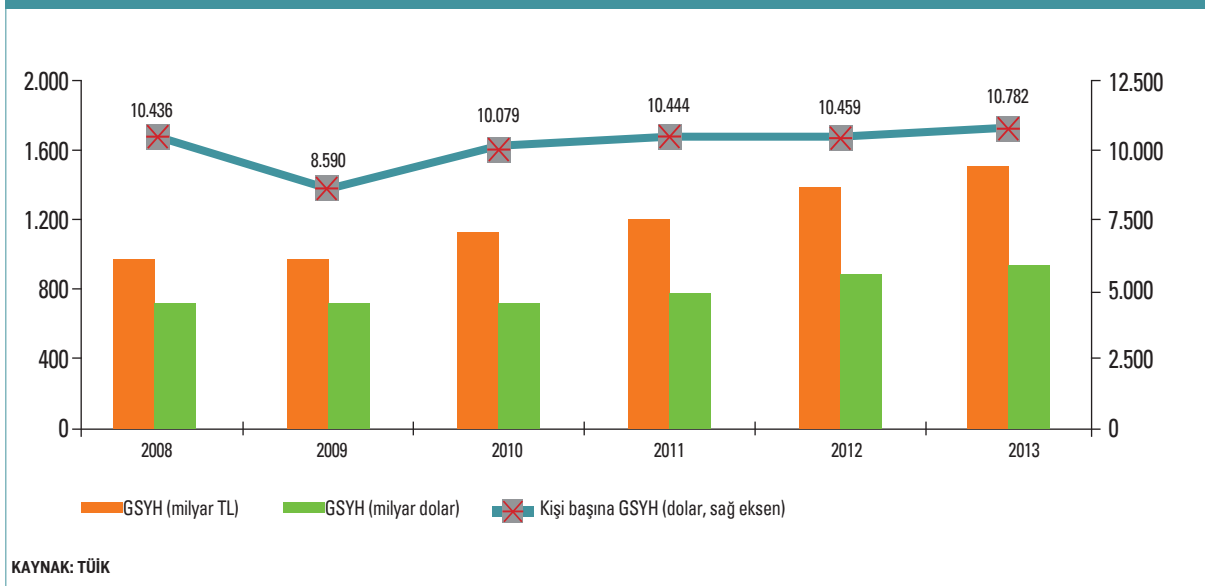
KAYNAK: TÜİK

Kişi Başına Düşen Milli Gelir 10.782 Dolara Yükseldi

Öte yandan, ekonomideki refah ve gelişmişlik seviyesini ölçen ve ülkelerin gelir sınıflandırmalarında baz alınan kişi başına düşen GSYH'nin, bu gelişmeler bağlamında eğilimine bakmak da önem taşımaktadır. 2000'li yıllarda hızla artarak üst orta gelirli ülke kategorisine geçen Türkiye ekonomisindeki söz konusu yükseliş, krizin olumsuz yansımaları nedeniyle 2008 sonrasında öncelikle düşüşe geçmiş, 2010 yılında ise yeniden atağa kalkan ekonomide kişi başına düşen GSYH 10.079 dolar seviyesine ulaşmıştır (Şekil 2.2).

Bunu takip eden 2011 yılında, yüksek büyüme performansına rağmen, döviz kurundaki ciddi yükselmelere bağlı olarak kişi başına düşen milli gelir seviyesinde nispeten düşük bir ilerleme kaydedilmiştir. 2012 yılında zayıf büyümenin de etkisiyle neredeyse yerinde seyreden kişi başı GSYH, 2013 yılında ise yeniden ivme kazanmış ve 10.782 dolar seviyesine erişmiştir. Bu doğrultuda, Dünya Bankası tarafından belirlenen ülke sınıflandırmalarına göre 2013 yılı itibarıyla üst orta gelirli bir ekonomiye sahip olan Türkiye'nin, yüksek gelir sınıfına terfi edebilmek için 12.476 dolar düzeyine ulaşması gerekmektedir.

ŞEKİL 2.2 GSYH VE KİŞİ BAŞINA DÜŞEN GSYH



2

TÜRKİYE EKONOMİSİ

2.1.2 GSYH ve Bileşenleri

Bir ekonomiye ait GSYH'nin hesaplanmasında, harcamalar, gelirler ve üretimi baz alan üç farklı metod kullanılmaktadır. Bunlar arasında önde gelen harcamalar ve üretim teknikleri, esas itibarıyla sırasıyla talep ve arzı ölçmekte olup, ekonomideki dengenin iki kanadını temsil etmektedir. Harcamalar yöntemiyle hesaplanan GSYH, gerek özel gerek-

se kamu kesiminin iç talebe yönelik harcamalarının yanı sıra, dış talebi de kapsamaktadır. Üretim metodu ise, sektörlerin yaptıkları toplam arzın oluşturduğu ekonomik değeri hesaplayarak, aynı GSYH değerine ulaşmaktadır. Bu bölümde, her iki yöntem de bileşenleri itibarıyla ele alınmakta ve 2013 yılında %4 büyüme gösteren ulusal ekonomide hangi harcama ve üretim kalemlerinin nasıl bir rol oynadığı analiz edilmektedir.

2.1.2.1 Harcamalar (Talep) Yönüyle GSYH

Harcamalar yöntemine göre GSYH, ekonomideki tüm aktörlerin taleplerini yansıtan aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır.

GSYH= Tüketim (C) + Yatırımlar (I) + Kamu Harcamaları (G) + Net İhracat (NX)

Bu denklemde C (consumption) ve I (investment), sırasıyla hane halkı tüketimini ve özel sektör yatırımlarını ayrı ayrı temsil ederken, G (government expenditures) ise, gerek kamu tüketimini gerekse kamu yatırımlarını içermektedir. Bu noktada, G kaleminin, aşağıdaki analizlerde tüketim ve yatırım olarak ayrı ayrı ele alındığının altını çizmek gerekir. Öte yandan, denkleğin dış talebi yansıtan bileşeni olan NX (net exports) ise, ihracat ve ithalatın arasındaki fark olan dış ticaret dengesini vermektedir.

GSYH'de Özel Tüketim ve Kamu Harcamalarının Payı Arttı

Türkiye ekonomisinde GSYH'nin en büyük bileşenini tüketim harcamaları oluşturmaktadır. 2012 yılında %66,7 olan hane halkı tüketim harcamalarının (C) GSYH içindeki payı, 2013 yılında %67,1 seviyesine yükselmiştir. Özel sektör yatırımlarının (I) payının ise, diğer kalemlere göre durgun bir yıl geçirmesi neticesinde, 2012'deki %20,6 seviyesinden %19,9'a gerilediği gözlenmektedir. Kamu eliyle gerçekleşen harcamalara bakıldığında ise, tüketim ve yatırımlara ait payların, aynı dönemde sırasıyla 0,2 ve 0,7 puanlık yıllık artışlarla %10,9 ve %4,8 düzeyine çıktığı anlaşılmaktadır.

Dış Talebin Milli Gelir Pastasındaki Dilimi 2013 Yılında Küçüldü

2013 yılında iç talebe ilişkin harcama kalemlerinin milli gelir pastasından aldığı dilimler bu şekilde gelişmiş olmakla birlikte, GSYH'nin dış talebe yönelik

bileşenleri olan ihracat ve ithalatta da gözle görülür değişimler yaşanmıştır. Bu bağlamda, 2012 yılında GSYH'ye oranı %27,2 olan ihracatın payı %26,2'ye düşerken, aynı dönemde ithalat 1,3 puan artış kaydederek %29,1'lik bir dilime sahip olmuştur. Dış ticaret dengesini veren NX kalemi anlamında düşünüldüğünde ise, 2012'de GSYH içinde net % -0,6 paya sahip olan dış talebin, 2013'te gerileyerek % -2,9 seviyesine indiği tespit edilmektedir.

Hanehalkı Tüketimi 2013'te Canlılık Kazandı

Ekonomideki talebi temsil eden harcama kalemlerinin, milli gelire ilgili dönemde ne yönde ve düzeyde etki yaptığını anlayabilmek amacıyla, payların yanı sıra, gelişim hızlarına bakmak da önem taşımaktadır. Burada amaç, her kalemin hızını ve payını bir arada ele alarak, toplam ulusal büyüme hızındaki katkı puanlarını belirleyebilmektedir. Bu doğrultuda, öncelikli olarak bileşenlerin 2013 yılında bir önceki yıla göre nasıl bir performans sergilediklerini gösteren gelişim hızlarını incelemek doğru olacaktır. Şekil 2.3, bu bağlamda, harcama kalemlerinin 2012 ve 2013 yıllarındaki büyüme oranlarını sergilemektedir. Buna göre, milli gelirden en büyük payı alan özel tüketim harcamalarının, 2012 yılındaki politika kaynaklı daralmasını 2013 yılında tersine çevirdiği ve %4,6 oranında yıllık büyüme gerçekleştirdiği, ilk etapta göze çarpan gelişmelerden biri niteliğindedir.

Özel Sektör Yatırımları Yeniden Yükselişe Geçti

GSYH'de iç talebin tüketimlerden sonra en büyük payını teşkil eden özel sektör yatırımları ise, 2012'deki gözle görülür daralmasına 2013'te bir son vererek hafif bir yükselişe geçmiştir. Yılın 3. çeyreğinde hareket yönünü yukarı yönlü değiştiren yatırımlar, bu dönem sonrasında ümit verici bir eğilim içerisinde olmuş, ancak yılın ilk yarısındaki düşük performans nedeniyle 2013

yılı genelinde yalnızca %0,7 oranında artış kaydetmiştir. İktisadi aktivitenin temel taşlarından biri olan özel sektör yatırımlarındaki bu hareketlenmenin, ileriki dönemlerde ivme kazanarak devam etmesi, sürdürülebilir bir ekonomik büyüme için kritik önem arz etmektedir. Özel yatırımlardaki canlanmanın, bir önceki yıl %7 düşüş kaydeden makine (sermaye malı) yatırımlarının 2013'te %1,3'lük artışa imza atmasından kaynaklandığı belirtilebilir. İnşaat yatırımları ise %-1 altındaki hafif düzey daralmasına 2013'te de devam etmiştir.

Kamu Yatırımları 2013 Yılında En Hızlı Büyüme Kaydeden Bileşen Oldu

2013 yılında GSYH içinde toplam %15,7'lik bir dilimi teşkil eden kamu harcamalarına ise, tüketim ve yatırımlar olarak ayrı ayrı göz atmak anlamlı olacaktır. Bu kapsamda grafikte ilk dikkat çeken gelişmenin, kamu yatırımlarındaki %22,9 oranındaki çarpıcı artış olduğu ifade edilebilir. Nitekim 2012 yılında %10,3 oranında büyüyen devletin yatırım harcamaları, 2013 yılının özellikle ilk yarısında ekonomik büyümeyi destekler yönde güçlü bir çıkış yapmıştır. Yılın ikinci yarısında hızını keserek büyümeye devam eden kamu yatırımları, 2013 yılının en yüksek gelişme performansına imza atan GSYH bileşeni olmuştur. Kamu yatırımlarındaki artışta, özellikle %29,1 büyüyen inşaat harcamaları anahtar rol oynamıştır.

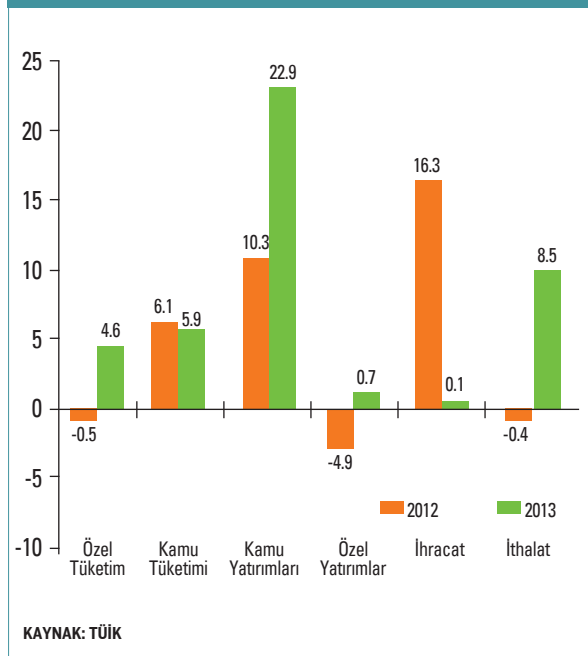
Devletin Tüketim Harcamalarında İstikrarlı Artış Görüldü

Kamunun tüketim ayağı incelendiğinde ise, daha mütevazı bir eğilim gözlenmektedir. Bununla birlikte, 2012 yılında %6,1 artış gerçekleştiren kamu tüketim harcamalarının, bu temposundan 2013'te de neredeyse hiç taviz vermeyerek istikrarlı büyümesine devam ettiği fark edilmektedir. Bu bağlamda, söz konusu dönemde devletin tüketim harcamaları bir önceki yıla göre %5,9 oranında artışa sahne olarak milli gelir büyümesine destek veren kalemler arasında yer almıştır.

Dış Talep Gelişimi 2013'te Tersine Döndü

İç talepte hane halkı ve kamu destekli bir gelişim gözlenirken, GSYH'nin dış talep kalemlerinde ise 2012 yılına nazaran olumsuz bir tablo göze çarpmaktadır. Nitekim NX bileşeni kapsamında ihracatın ithalattan farkı olarak hesaplanan dış talep dengesinin ithalatın

ŞEKİL 2.3 GSYH HARCAMA KALEMLERİNDE GELİŞİM HIZI (% YILLIK)



artması (azalması), ihracatın ise azalması (artması) durumlarında milli gelir gelişimini olumsuz etkilediği ortadadır. Bu bağlamda, 2012 yılında altın ihracatının da katkısıyla %16,43 gibi sıra dışı bir büyüme gerçekleştirerek söz konusu dönemdeki GSYH büyümesinin motor gücü olan ihracatın, 2013 yılında durgun bir performans sergilediği gözlenmektedir. İleriki bölümlerde irdelenecek olduğu gibi, 2012'deki altın ihracatının düşüşe geçmesi sebebiyle baz etkisinden kuvvetli bir şekilde olumsuz etkilenen ihracatın, mal ticaretindeki performansının gölgede kaldığı 2013 yılını %0,1 büyümeyle¹ kapattığı anlaşılmaktadır. İthalat ise aynı dönemde ihracatın aksi yönünde bir eğilim izlemiştir. 2012 yılında iktisadi faaliyetteki durgunluktan etkilenerek %0,4 oranında daralma kaydeden ithalat, 2013 yılında ise yine ileride ele alınacağı gibi, altın ticareti kaynaklı olarak %8,5 oranında kayda değer bir artış gerçekleştirmiştir. Tüm bu bilgiler ışığında, dış talebin 2013 yılı GSYH büyümesini aşağı yönlü etkilediği ilk etapta açıkça ortaya çıkan bir gerçektir.

Yıllık GSYH Büyümesine En Büyük Katkı Özel Tüketimden Geldi

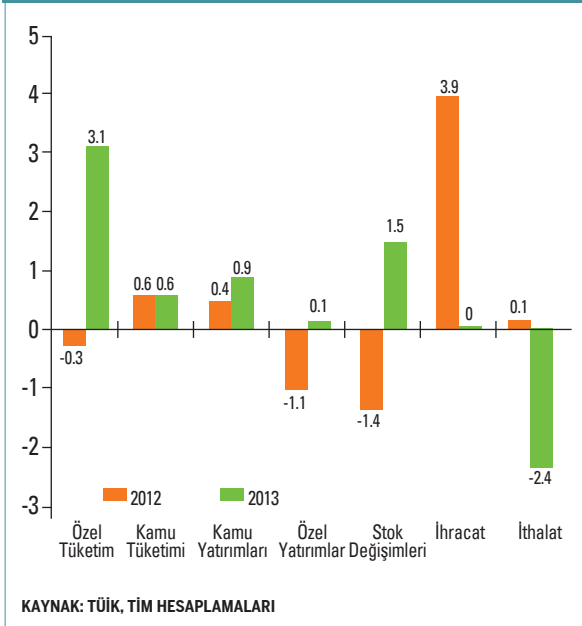
İç talebin büyümeyi olumlu, dış talebin ise olumsuz etkilediği anlaşılan 2013 yılı bağlamında, söz konusu GSYH bileşenlerinin yıllık %4 oranındaki milli gelir

¹ Bu bölümde ele alınan ihracat ve ithalat büyüme oranları, GSYH sabit fiyatlar metoduyla ve TL cinsinden değerler bazında hesaplanmakta olup, raporun sonraki bölümlerinde geçen cari dolar fiyatı temelli hesaplamalardan farklılık arz edebilmektedir.

2

TÜRKİYE EKONOMİSİ

ŞEKİL 2.4 HARCAMA KALEMLERİNİN GSYH BÜYÜME HIZINA KATKISI (% PUAN, YILLIK)



artışına olan etkisini katkı puanlarıyla analiz etmek, tüm tablonun net olarak görülmesini sağlayacaktır. Bu çerçevede, harcama kalemlerinin payları ve yıllık büyüme hızları temel alınarak hesaplanan yüzde katkı puanları, 2012 ve 2013 yılları için Şekil 2.4'te verilmektedir. Buna göre, 2012 yılında ulusal ekonominin büyüme hızını 0,3 puan aşağı yönlü etkileyen hane halkı tüketiminin, 2013 yılının motor gücü olduğu net bir şekilde görülmektedir. Yeniden kazandığı hareketlilik ve milli gelir pastasındaki yüksek payına bağlı olarak özel tüketimler, söz konusu dönemde GSYH büyümesine 3,1 puanlık katkı sağlamıştır.

Kamu Harcamaları Milli Gelir Artışına 1,5 Puan Destek Verdi

İç talep harcama kalemleri kapsamında diğer bileşenler incelendiğinde ise, yukarıda belirtildiği üzere en dikkat çekici performansı sergileyen kamu yatırımlarının, yıllık büyümeye verdiği desteği bir önceki yıla göre 0,5 puan artırarak 0,9 puan seviyesine yükselttiği tespit edilmektedir. Dolayısıyla, iç talep bağlamında, ekonomik gelişime en büyük katkının, hane halkı tüketiminden sonra kamu yatırımlarından geldiği anlaşılmaktadır. Kamu tüketimi ise, önceki yıla göre önemli bir sapma kaydetmeyen büyüme hızı ile, 2012'ye benzer bir şekilde, ekonomik büyümeye 0,6 puanlık olumlu bir etkide bulunmuştur. Bunun sonucunda, devlet eliyle yapılan tüketim ve yatırım harcamalarının, bir diğer ifadeyle GSYH

denkleminde G olarak belirtilen bileşenin yıllık GSYH toplam gelişim hızına, 1,5 puanlık bir destek verdiği ortaya çıkmaktadır.

Özel Sektör Yatırımlarının GSYH Üzerindeki Olumsuz Etkisi Silindi

2012 yılında daralma yaşayan ancak 2013'ün ikinci yarısında, arzu edildiği gibi yeniden yukarı yönlü hareket etmeye başlayan özel sektör yatırımları ise, yıl geneline bakıldığında düşük bir performans kaydetmiş, buna bağlı olarak da yıllık GSYH büyümesine sadece 0,1 puanlık olumlu bir yansımada bulunabilmiştir. Söz konusu bileşenin 2012 yılında ekonominin hızını 1,1 puan aşağı çektiği düşünüldüğünde, etkisi neredeyse yok denilecek kadar az olan bu gelişmenin, yılın ikinci yarısında yakaladığı trendi ivme kazanarak sürdürmesi halinde umut verici olduğu ifade edilebilir. Zira bir ekonomide yatırımların istikrarlı bir şekilde daralıyor olması, sürdürülebilir hedefler açısından oldukça olumsuzdur. Bununla birlikte, sonuç itibarıyla, 2013 milli gelirinin yatırımsız bir büyüme sergilediği de anlaşılmaktadır.

Stok Değişimleri 2013 Ekonomik Performansına Hız Kattı

Öte yandan, dış talebin ilgili etkilerine değinmeden önce, stok değişimindeki hareketlerin de GSYH büyümesini etkilediğinin altını çizmek gerekir. Bu bağlamda, grafikte de görüldüğü gibi, 2012 yılında yıllık büyümeye 1,4 puan olumsuz etki yapan stok değişimleri kaleminin, 2013 yılında bunun tam tersi bir şekilde 1,5 puanlık bir hız kattığı göze çarpmaktadır.

Dış Talep Milli Gelir Gelişimini 2,4 Puan Olumsuz Etkiledi

Bununla birlikte, NX bileşenini oluşturan ihracat ve ithalat kapsamında yukarıda bahsedilen ilgili gelişmelerin, 2013 yıllık GSYH gelişim hızını olumsuz etkilediği görülmektedir. Nitekim 2012 yılında 3,9 puanla büyümenin ana bileşeni olan ihracat, mal ihracatındaki artışın altın ticaretindeki düşüşün arka planında kalması sonucunda durağan bir seyir izlemiş ve GSYH artışına herhangi bir gözle görülür etkide bulunamamıştır. Buna karşılık ithalat, 2012'deki aşağı yönlü hareketi sayesinde milli gelir performansına 0,1 puan katkıda bulunmuşken, 2013 yılında hareket kazanarak ulusal ekonomide 2,4 puanlık hız kaybına neden olmuştur. Böylelikle, harcamalardaki net dış ticareti temsil eden NX kalemi 2012 yılında ekonominin büyüme hızını toplamda 4 puan yükseltmişken, 2013

yılında tam tersi yönde hareket edip 2,4 puan düşürmüştür. GSYH formülünde yer alan tüm harcama bileşenlerinin pay, gelişim ve katkı detayları bu şekilde incelenmekle birlikte, tüm bu bilgiler dâhilinde öne çıkan sonuçlardan biri, ulusal ekonomideki itici talep

gücünün 2013 yılında özel tüketimler olduğudur. Kamunun da destek verdiği büyüme, özel yatırımların nötr etkisiyle yoluna devam etmiş, stok değişimlerinden olumlu etkilenirken, dış talebin olumsuz katkısıyla potansiyelinin altına inmek durumunda kalmıştır.

2.1.2.2 Üretim (Arz) Yönüyle GSYH

Üretim yönüyle hesaplanan GSYH ise, yukarıda detaylı olarak incelenen ve ekonomideki talepleri temsil eden harcamaların karşılığında sunulan arz olarak düşünülebilir. Ekonomide gerçekleşen arz değeri, tüm sektörlerin kaydetmiş olduğu üretimin toplanmasıyla elde edilmektedir. Bu bağlamda, GSYH'yi oluşturan temel sektörleri, tarım, sanayi, inşaat ve hizmetler olarak sınıflandırmak mümkündür. Şekil 2.5, bu 4 ana sektörün, 2012 ve 2013 yıllarında milli gelir içerisindeki üretim paylarını sergilemektedir.

2013 Yılında Hizmetler Sektörü Pay Artışıyla Dikkat Çekti

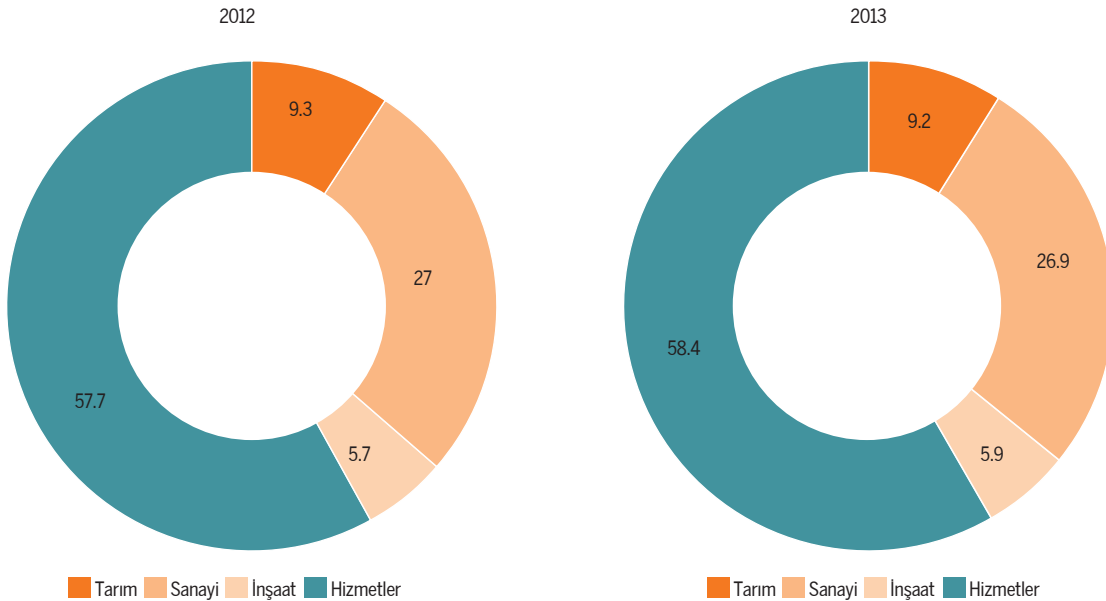
Buna göre, Türkiye ekonomisinde milli gelirin oluşumunda en büyük payın açık ara farkla hizmetler sektörüne ait olduğu net bir şekilde gözlenmektedir. Bu çerçevede, 2012 yılında %57,7 olan bu payın, 2013 yılında %58,4'e yükseldiği de göze çarpmaktadır. Üretim

pastasında en büyük ikinci dilime sahip olan sanayide ise, yıllık bazda önemli bir değişiklik görülmemektedir. Bununla birlikte, sanayi üretiminin GSYH içindeki payı 2013 yılında 0,1 puan gerileyerek %26,9 olarak gerçekleşmiştir. Öte yandan, tarım sektörü de benzer bir düşüşle toplam arzdan %9,2 oranında pay alırken, inşaat sektörü ise genişleme kaydederek %5,9'a ulaşmıştır.

Tarım Sektörü Temposunu Bozmazken İnşaat Atağa Geçti

GSYH'nin harcamalar hesabı incelenirken belirtildiği gibi, milli geliri oluşturan bileşenlerin paylarının yanı sıra, büyüme hızları ve bunun beraberinde getirdiği katkı puanları, dönemsel gelişimleri anlamak açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, sektörlerin 2013 yılında yarattıkları üretimin büyümesini de incelemek gerekmektedir. Şekil 2.6, bu analizi başlıca alt sektörler çerçevesinde yapmakta olup GSYH içinde %2 ve üzeri paya sahip olan sektör ve alt sektörlerin² yıllık gelişim hızını göstermektedir. Buna göre,

ŞEKİL 2.5 GSYH İÇİNDE SEKTÖRLERİN PAYI (%)



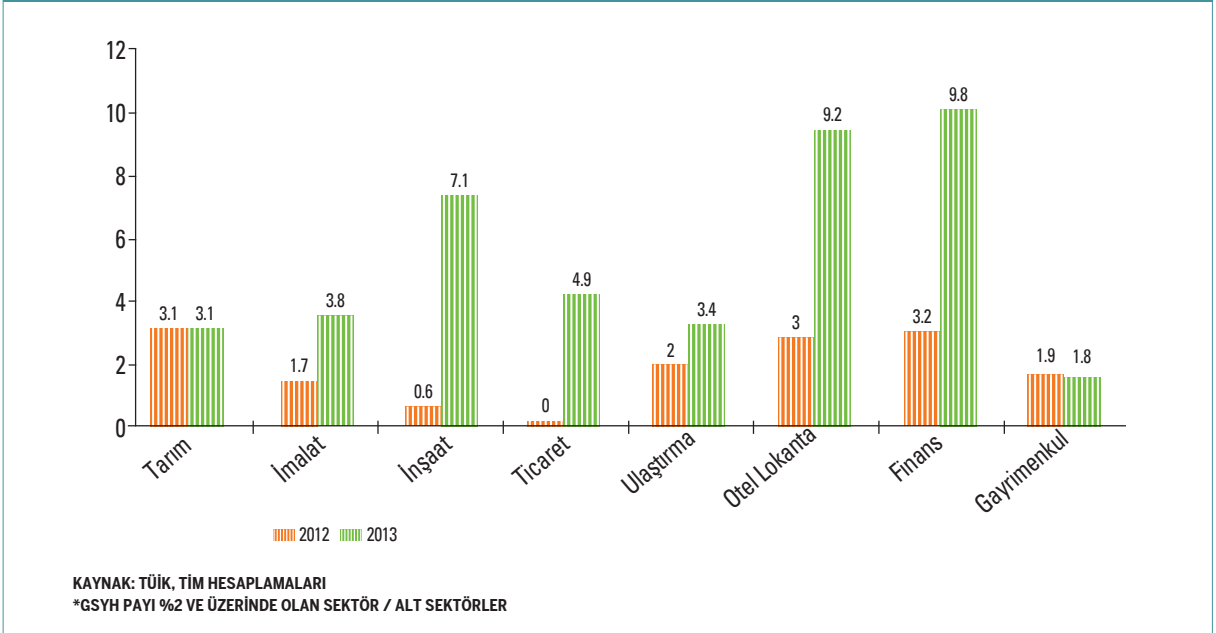
KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

²Tarım ve inşaat sektörleri, sınıflamalarda alt sektör içermediğinden burada aynı isim ve verilerle ele alınmaktadır. Hizmetler ve sanayi sektörlerinde ise, öne çıkan alt sektörler incelenmektedir.

2

TÜRKİYE EKONOMİSİ

ŞEKİL 2.6 BAŞLICA SEKTÖRLERİN* GSYH GELİŞİM HIZI (% YILLIK)



ekonominin ana sektörlerinden biri olan tarımın, bir önceki yıla benzer şekilde %3,1 oranındaki performansını koruduğu gözlenmektedir. Bir diğer ana sektör olan inşaat ise, gözle görülür bir hamle yapmış ve temposunu %0,6'dan %7,1'e çıkarma başarısı göstermiştir.

Hizmetler Sektörü 2013 Yılında Güçlü Bir Şekilde Canlandı

Öte yandan, grafikte yer alan sanayi ve hizmetler alt sektörleri incelendiğinde ilk göze çarpan verinin finans sektörüne ait olduğu ifade edilebilir. 2012 yılına göre %9,8 oranında bir GSYH artışına imza atan finans sektörünü, %9,2 ile otel ve lokantalar³ izlemiştir. Diğer hizmetler kategorisine ait alt sektörlerden toptan ve perakende ticarete %4,9, ulaşımda ise %3,4'lük büyümeler kaydedilmiştir. Söz konusu bu hizmet sektörlerinin çoğunda 2012 yılına göre çarpıcı bir canlanmanın olduğu tespitinin de altını çizmek gerekir. Bunun yanı sıra, yine hizmetler grubunda yer alan gayrimenkul faaliyetlerinde ise, bir önceki yıla göre tempunun değişmediği gözlenmektedir.

Ekonominin Baş Aktörlerinden İmalat Sanayi, Umut Verdi

Sanayi sektörünün ve dolayısıyla Türkiye ekonomisinin temel taşını oluşturan imalat sanayinde ise, aynı

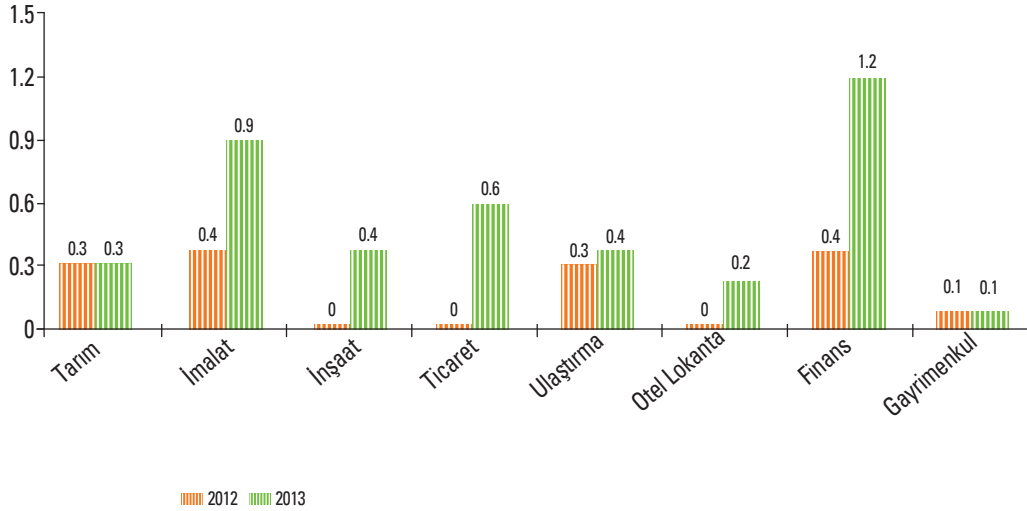
dönemde bir canlanmanın başladığı görülmektedir. 2012 yılında %1,7 oranında GSYH artışı kaydeden imalat sanayinin, 2013 yılında üretimini artırdığı ve %3,8'lik bir büyüme performansına imza attığı anlaşılmaktadır. Bu büyüme, ulusal ekonomideki kritik rolüne bağlı olarak, GSYH gelişimi adına önemli bir gelişme olarak yorumlanabilir. Nitekim yıllar itibariyle incelendiğinde, Türkiye ekonomisinde sanayinin, milli gelir artışına güçlü bir şekilde yön verdiği ortaya çıkmaktadır.

Finans Sektörü Büyümenin İtici Gücü Oldu

GSYH üretim alt kalemlerinin gelişim hızları, başlıca sektörler itibariyle bu şekilde kısaca incelendikten sonra, söz konusu gelişmelerin büyüme hızına yansımaları hakkında fikir verecek olan katkı puanlarını hesaplamak gerekmektedir. Şekil 2.7, ilgili sektörlerin 2013 yılındaki performanslarının, %4 oranındaki toplam GSYH büyüme hızı içerisindeki puan paylarını göstermektedir. Buna göre, analiz sonuçları, Türkiye ekonomisinin 2013'teki büyüme hızına en olumlu katkıyı yapan sektörün finans olduğunu tespit etmektedir. Çarpıcı büyüme hızıyla aynı zamanda en yüksek performansı seyrettiği yukarıda belirtilen finans sektörü, toplam %4'lük gelişim hızına 1,2 puan gibi oldukça önemli bir destek sağlamıştır. 2012'de milli

³ 2013 yılı GSYH verilerindeki yeni sınıflandırma sisteminde konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti olarak geçmektedir.

ŞEKİL 2.7 BAŞLICA SEKTÖRLERİN* GSYH BÜYÜME HIZINA KATKISI (% PUAN, YILLIK)



KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI
*GSYH PAYI %2 VE ÜZERİNDE OLAN SEKTÖR / ALT SEKTÖRLER

gelirin artışına 0,4 puanlık katkı yapan sektör, 2013'te artan temposuyla ekonominin itici gücü olmuştur.

GSYH Büyümesine İkinci En Büyük Destek, İmalat Sanayinden Geldi

Grafik, GSYH'nin ilgili dönemdeki yükselişine ikinci büyük desteğin ise, imalat sanayinden geldiğini ortaya koymaktadır. Ulusal ekonomide oldukça önemli bir paya sahip olan imalat sanayi, 2013'te kazandığı ivmeyle, milli gelirin %4 oranındaki artışına 0,9 puanlık katkıda bulunmuştur. Önceki seneye göre hızını ve buna bağlı olarak da etkisini artıran imalat sanayini, 0,6 puanla ticaret sek-

törü izlemiştir. 2012 senesinde büyüme kaydetmemesi sebebiyle yıllık GSYH gelişiminde bir rol oynamayan ticaret faaliyetleri, 2013'te yakaladığı canlanmayla birlikte ekonomiye hız kazandıran önemli unsurlar arasında yer almıştır. Öte yandan inşaat sektörü aynı dönemdeki dikkat çekici yükselişi sayesinde yıllık toplam gelişimi 0,4 puan desteklerken, ulaştırma sektörünün de benzer bir katkı sergilediği görülmektedir. Bununla birlikte, tarım sektörü değişmeyen hızına bağlı olarak 2012'deki 0,3 puanlık aynı katkıyı sunarken, otel ve lokanta ile gayrimenkul faaliyetleri de milli gelir artışına sırasıyla 0,2 ve 0,1 puanlık yukarı yönlü etki yapmıştır.

2.2 İSTİHDAM

2013 Yılında İşsizlik Oranı %9,7 Oldu

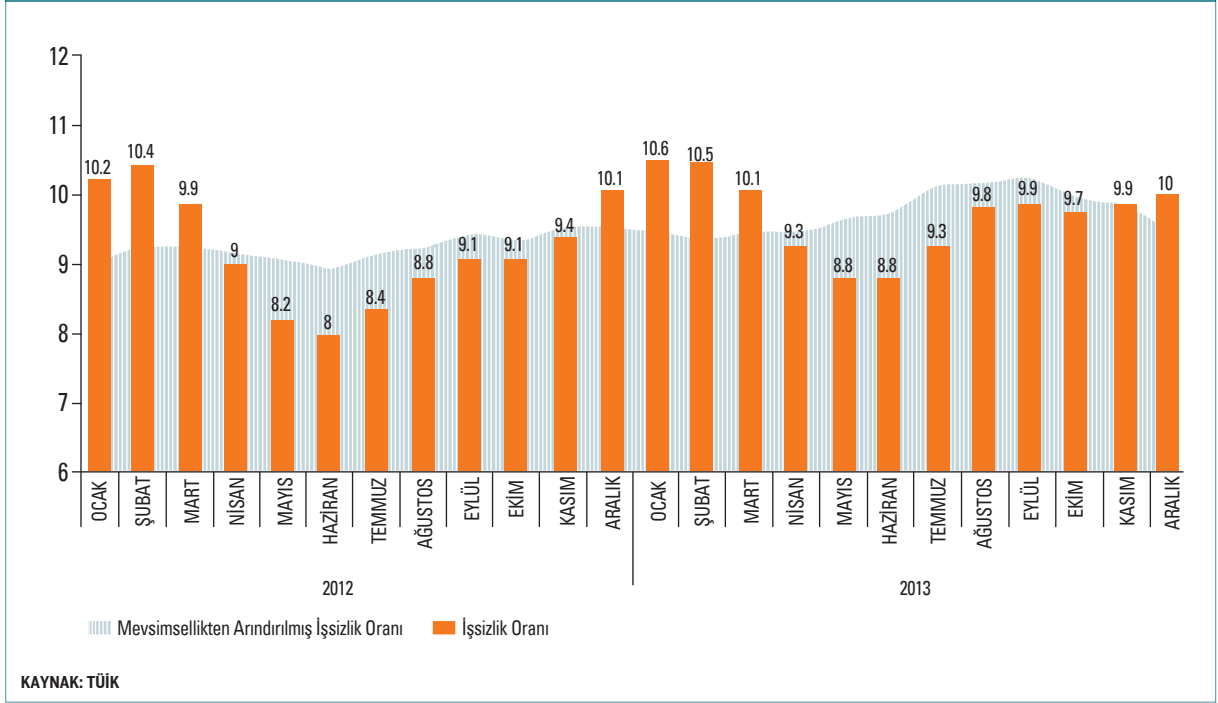
Türkiye ekonomisinin global kriz sonrasında başardığı hızlı toparlanma sürecinde, büyüme performansı işgücü piyasalarına olumlu bir şekilde yansımış, bu dönemde işsizlik oranlarında gözle görülür bir düşüş gerçekleşmiştir. Bu süreçte 2012 itibariyle yıllık %9,2'ye gerileyen işsizlik oranı, 2013 yılında ise %9,7 seviyesine yükselmiştir. Bu bölüm, 2013'teki söz konusu artışın arkasında yatan işgücü göstergelerini irdelemenin yanı sıra, yıl içindeki aylık gelişimleri de gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda, öncelikli olarak işsizlik oranındaki artışın yıllık süreç içindeki gelişimine göz atılabilir.

İşsizlikteki Artış Yılın

2. Çeyreğinde Hızlandı

Şekil 2.8, mevsimsellikten arındırılmış ve arındırılmamış işsizlik oranlarını, 2012 ve 2013 yılları için aylara göre vermektedir. Buna göre, 2013 yılının ilk aylarında çift haneli seviyelere yükselen işsizlik oranında, mevsimsel faktörlerin olumsuz rol oynadığı anlaşılmaktadır. İkinci çeyrekte ise işsizlik yeniden tek haneye inmiş ancak bu gelişimde mevsimsellik bu kez olumlu bir katkı sağlamıştır. Bu dönemde, işsizlik oranında 2012 yılına göre artışların güçlendiği görülmektedir. Söz konusu artışların ve mevsimselliğin getirdiği olumlu etkilerin, bir sonraki çeyrekte de hızla devam ettiği anlaşılmaktadır.

ŞEKİL 2.8 AYLIK BAZDA İŞSİZLİK ORANI (%)



KAYNAK: TÜİK

İşsizlik Aralık Ayında Olumlu Sinyaller Verdi

İşsizliğin artış trendi son çeyrekte de sürmekle beraber, bu dönemde aylık bazdaki verilerde mevsimselliğin önemli olumsuz etkileri tespit edilmektedir. Esas itibarıyla önceki aylara göre güçlü bir düşüşe geçen işsizlik oranı, mevsimsel faktörler nedeniyle yılı %10 seviyesinde kapamıştır. Bu noktada, yıl içerisindeki en olumlu gelişmenin, yıllık bazda 0,1 puan gerilemenin ve aynı zamanda gözle görülmüş bir mevsimsellikten arındırılmış aylık düşüşün gerçekleştiği Aralık ayında yaşandığı ifade edilebilir. Veriler, bu gelişmenin, söz konusu dönemdeki istihdam oranındaki güçlenmeden ileri geldiğine işa-

ret etmektedir. İşsizlik oranının yıl içindeki gelişimi bu şekilde özetlendikten sonra, yıllık performansta hangi faktörlerin etkili olduğuna bakmakta fayda vardır. Tablo 2.2, işgücü piyasalarının temel taşları niteliğindeki demografik ve ekonomik göstergeleri sergilemektedir. Tablo incelendiğinde, Türkiye'nin nüfusunun 2012'deki 73.604 bin seviyesinden 2013 yılında 74.457 bin düzeyine yükseldiği görülmektedir. Bu artışın önemli bir bölümü kentlerde, ağırlıklı bir kısmı ise 15 yaş üstü kesimde görülmüştür.

İşgücüne Katılımdaki Büyüme Nüfus Artışıyla Paralellik Gösterdi

Nüfustaki söz konusu gelişmeler, işgücü piyasaların-

TABLO 2.2 NÜFUS VE İŞSİZLİK

	TOPLAM		KENT		KIR	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Nüfus (000)	73.604	74.457	50.397	50.885	23.207	23.572
15 Yaş Üstü Nüfus (000)	54.724	55.608	37.656	38.129	17.068	17.479
İşgücü (000)	27.339	28.271	18.186	18.907	9.153	9.364
İstihdam (000)	24.821	25.524	16.167	16.736	8.653	8.788
İşsiz (000)	2.518	2.747	2.018	2.171	500	576
İşgücüne Katılım (%)	50	50,8	48,3	49,6	53,6	53,6
İstihdam Oranı (%)	45,4	45,9	42,9	43,9	50,7	50,3
İşsizlik Oranı (%)	9,2	9,7	11,1	11,5	5,5	6,1

KAYNAK: TÜİK

daki göstergeleri zincirleme olarak etkilendiğinden dolayı önem arz etmektedir. Nitekim bir ülkede nüfusun artmasıyla birlikte işgücüne katılımın mevcut ve potansiyel değerleri değişmekte, bu ise istihdam ve işsizlik rakamlarına yansımaktadır. Bu bağlamda, 2013 yılında işgücüne katılan, bir diğer deyişle, aktif olarak çalışma hayatına ya da arayışına girenlerin sayısı, önceki yıla göre 27.339 binden 28.271 bine yükselmiştir. Bu ise, 15 yaş üstü nüfusta görülen nüfus artışıyla paralel bir gelişme gösterir niteliktedir.

İşgücüne Katılım Oranı Kentsel Kesimin Katkısıyla %50,8'e Yükseldi

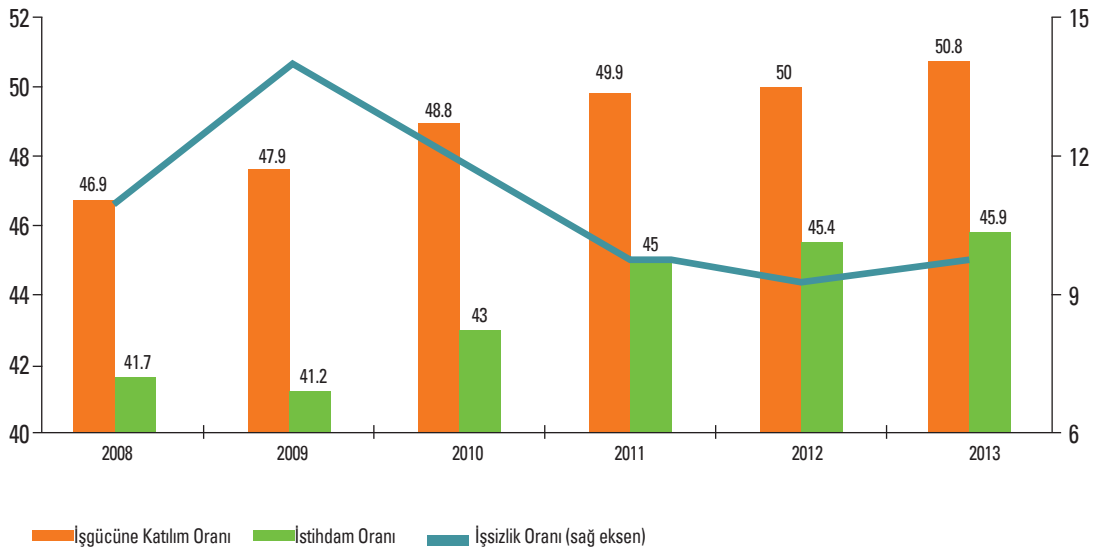
İşgücün katılımdaki büyümenin motor gücü ise, kent nüfusu olmuştur. Kırsal kesimde de artış görülmekle birlikte, bu hususta dikkat çeken nokta, kentteki işgücüne katılım büyümesinin nüfustaki artıştan daha güçlü olması şeklinde ifade edilebilir. Bu ise, işgücüne katılımın 2013 yıllık gelişiminde, kentlerin motor güç olduğuna işaret etmektedir. Bu bağlamda, işgücüne katılım oranını incelemekte yarar vardır. Tabloda da görüldüğü gibi, toplam işgücünde görülen yıllık artışla birlikte, Türkiye'de işgücüne katılım oranı 2013 yılında %50'den %50,8 seviyesine yükselmiştir. İşgücüne katılım oranı, işgücü piyasasında aktif olan birey sayısının, 15 yaş üstü çalışabilir nüfusa oranlanmasıyla elde edilmektedir. Bu

doğrultuda 2013 yılında her iki değişken de artmış olmakla birlikte, işgücündeki artışın etkisi, nüfus faktörüne göre domine edici olmuş ve oran 0,8 puan artış kaydetmiştir. İşte burada, kent ve kır ayırımına bakıldığında, kentlerdeki işgücüne katılımın motor güç olduğu anlaşılmaktadır. Zira kırsal kesimdeki işgücüne katılım oranı 2012 yılına göre sabit kalırken, kentlerdeki oran 1,3 puanlık artışla %49,6 olmuştur. Bu ise, toplam %50,8'lik orandaki artışı, kentlerin temsil ettiğini göstermektedir.

Yeni İstihdam Edilenlerin Büyük Bölümü Kentlerde

Bu noktada elbette önemli olan unsur, artış gösteren işgücündeki toplam kişi sayısının ne kadarının istihdam edildiği, ne kadarının ise işsiz olduğudur. Zira işgücü rakamı, istihdam ve işsizlik verilerinin toplamından oluşmaktadır. Bu minvalde tabloya göz atıldığında, işgücüne katılanların sayısının 2013 yılında 932 bin kişi arttığı, bunlardan 703 bin kişinin istihdam edilirken, 225 bin kişinin ise işsiz kaldığı anlaşılmaktadır. Nitekim istihdam edilenlerin sayısı 24.821 binden 25.524 bine, işsiz sayısı ise 2.518 binden 2.747 bine yükselmiştir. Veriler, istihdamdaki yıllık artışın önemli bir kısmının kentlerde gerçekleştiğini, bununla birlikte işsiz kesimin de nispeten büyük bir bölümünün kentlerde olduğunu göstermektedir.

ŞEKİL 2.9 İŞGÜCÜNE KATILIM, İSTİHDAM VE İŞSİZLİK (%)



KAYNAK: TÜİK

2

TÜRKİYE EKONOMİSİ

İşgücüne Katılımdaki Güçlü Artış İstihdam Artışını Gölgede Bıraktı

Bu veriler dâhilinde ortaya çıkan istihdam ve işsizlik oranları da önemli mesajlar vermektedir. Öncelikli olarak, söz konusu oranların, istihdam edilen ve işsiz olan kişilerin sayısının, sırasıyla toplam işgücüne oranlanarak hesaplandığını belirtmek gerekir. Bir başka deyişle, bu oranlar, “aktif olarak iş arayan ya da çalışan kişiler” bazındaki istihdam ve işsizlik göstergelerini yansıtmaktadır. Buna göre, Türkiye genelinde 2013 yılında gerçekleşen istihdam sayısı artışına bağlı olarak, istihdam oranı yıllık 0,5 puan artışla %45,9 olmuştur. Ancak tablodaki verilerin de işaret ettiği gibi, ülke genelinde işgücündeki artış istihdam artışından daha kuvvetli gerçekleştiğinden dolayı, işsizlik oranında doğal olarak bir yükselme meydana gelmiştir. Bu minvalde, Türkiye genelinde işsizlik oranı 2012 yılındaki %9,2 seviyesinden %9,7’te yükselmiştir. Özet olarak, işgücüne katılımdaki gözle görülür artışın, yeni istihdamdaki artışın gölgede bırakarak işsizlik oranına katkıda bulunduğunu söylenebilir.

Kentlerdeki Yeni İstihdam Artan İşgücü Arzına Yetişemedi

Öte yandan, ülke genelindeki bu gelişmeler kent ve kır nüfusu ayrı ayrı ele alarak incelendiğinde, bir takım farklılıklara rastlamak mümkündür. Nitekim işgücüne katılım oranının hatırı sayılır bir şekilde artış kaydettiği kentsel kesimde, istihdam oranı da 1 puan gibi azımsanmayacak bir derecede artmış ancak bu, piyasaya yeni giren işgücü arzına yetecek talebi karşılayamamıştır. Bu nedenle de, işsizlik oranı kentlerde 0,4 puan artarak %11,5 olmuştur.

Kırsal İşsizlik Artışı İstihdam Oranındaki Düşüşten Kaynaklandı

Bununla birlikte, aynı dönemde kırsal kesimdeki işsizlik oranının artışında farklı bir hikâyeye rastlanmaktadır. Zira 2013 yılında kırsal kesimdeki işsizlik oranı, 0,6 puan artışla %6,1’e çıkmıştır. Ancak bu artış, kentlerdeki olduğu gibi, artan emek arzı ve talebinin birbirini karşılayamamasından kaynaklanmamıştır. Aksine, kırsal işgücüne katılım oranında gözle görülür herhangi bir artış olmamıştır. Buna rağmen, işsizlik oranının neden benzer bir şekilde arttığı incelendiğinde ise, ortaya çıkan tek cevap, istihdam oranındaki düşüş olmaktadır.

Kriz Sonrasında İstihdam Oranı İstikrarlı Bir Artış Trendi Çizdi

2013 yılındaki ilgili göstergeler ve arkalarında yatan temel faktörler bu şekilde özetlendikten sonra, gelişen noktada, son dönemde kaydedilen gelişmelere kıyasla nasıl bir tablonun ortaya çıktığına bakmakta fayda vardır. Bu çerçevede, Şekil 2.9, söz konusu üç işgücü göstergesini krizin baş gösterdiği 2008 yılından itibaren ele almaktadır. Grafik, öncelikli olarak, yukarıda ifade edildiği gibi, kriz döneminde yükselerek %14 bandına çıkan işsizlik oranındaki düşüşe dikkat çekmekte olup, 2013 yılındaki 0,5 puanlık artışı da yansıtmaktadır. Grafikin bir diğer unsuru olan istihdam oranı ise, kriz sonrasındaki dönemde istikrarlı bir artış trendi çizmektedir. Nitekim 2009’da %41,2 seviyesine inen oran, 2013 yılı itibarıyla %45,9 olmuştur. Bununla birlikte, 2010 ve 2011 yıllarındaki kuvvetli büyüme performansının bir yansıması olarak yorumlanabilecek söz konusu dönemdeki çarpıcı istihdam oranı artışlarının, sonraki 2 yılda ivme kaybettiği de gözlenmektedir.

2013 Yılına Kadar Sağlanan İşsizlik Düşüşünde Güçlü İstihdam Artışı Rol Oynadı

Grafikte işgücüne katılım oranının gelişimi incelendiğinde ise, kriz dönemi de dâhil olmak üzere yukarı yönlü bir hareketin var olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, söz konusu dönemde, işgücüne katılım oranında yıllık 1 puan civarında artışlar görülmektedir. İşgücüne katılım ve istihdamın, işsizlik oranını zincirleme olarak belirleyen göstergeler olduğu düşünüldüğünde, tüm yıllardaki gelişmeleri bu noktada daha detaylı olarak yorumlamak mümkündür. Buna göre, kriz döneminde işgücüne katılımın hatırı sayılır bir oranda artarken, istihdamın düşüş kaydetmesinin, otomatik bir işsizlik artışı yarattığı açıkça görülmektedir. Kriz sonrası 2010 ve 2011 yıllarında ise, ekonomik aktivitedeki hızlı tempoya bağlı güçlü istihdam artışları, işgücüne katılım oranındaki artışları geçme başarısı göstererek işsizlik oranını aşağı çekmiştir. 2012’de de benzer bir etki yaşanmış olmakla birlikte, bu dönemde işgücüne katılım oranında önemli bir tırmanış gözlemlenmesinin, işsizlik oranının düşüş kaydetmesine katkıda bulunduğu söylenebilir. Zira ilgili dönemde istihdam oranındaki artış da, önceki yıllara göre ivme kaybetmiştir.

İşgücüne Katılımın Güçlenmesi İşsizlik Oranını Yükselişe Geçirdi

2013 yılına gelindiğinde ise, kriz sonrasında yaşanan işgücüne katılım oranından güçlü istihdam artışından farklı bir tablo ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, 2013 döneminde istihdamdaki artışın, istikrarlı performansını sürdürmüş olmakla birlikte, yukarıda da açıklandığı gibi, işgücüne katılımdaki artışa yetişemediği anlaşılmaktadır. İşte bu dönemde işsizlik oranının ters yönde hareket ederek artışa geçmesi de bundan kaynaklanmıştır. Dolayısıyla, 2013 yılında Türkiye'deki işgücü piyasalarında önceki dönemlere göre farklı bir senaryonun geçerli olduğu söylenebilir. Bu senaryoda başrol oynadığı anlaşılan işgücüne katılımı, bu anlamda bir miktar daha incelemek anlamlı olacaktır.

İşgücüne Katılımdaki Artışın Tetikleyicisi Kadın Nüfus Oldu

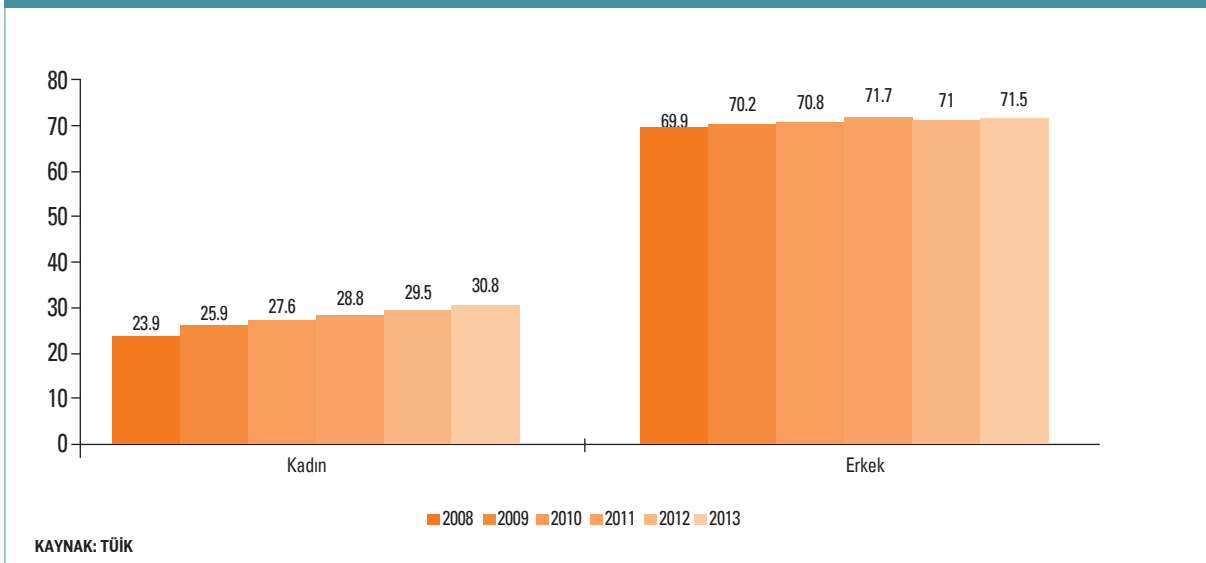
Bu noktada, Türkiye'de son yıllarda artan işgücü oranının arkasında yatan en temel demografik faktörün, kadın nüfusta gözlenen eğilim olduğu ifade edilebilir. Şekil 2.10'da da açıkça görüldüğü gibi, son yıllarda kadın nüfusun işgücüne katılım oranı önemli ölçüde artış göstermiş, erkek nüfusta ise bu oran inişli çıkışlı ve nispeten küçük değişimlere sahne olmuştur. Bu doğrultuda, 2008 yılında %23,9 olan kadınların işgücüne katılım oranı 2013 itibarıyla

le %30,8'e yükselmiştir. Yaklaşık 7 puanlık bir artışa işaret eden bu gelişmenin karşısında, hâlihazırda makul seviyelerde seyreden erkek katılım oranı ise 1,6 puan artmıştır. Dolayısıyla, kriz dönemi sonrasında ülkede işgücüne katılım oranının artışını tetikleyen kesimin, kadın nüfus olduğu ortadadır. Bu durum, 2013 yılında da paralel bir seyir izlemiştir. Nitekim kadın işgücüne katılım oranı 1,3 puan artarken, erkeklerde bu oran 0,5 puanlık bir yükselmeye kaydetmiştir.

İşgücü Piyasaları Dost Büyümenin Yanı Sıra Yapısal Reformların Sinyalini Veriyor

Bilindiği gibi, Türkiye'de kadınların işgücüne katılımı, oldukça düşük oranlarda seyretmektedir. Son yıllardaki bu artışlarla dahi, söz konusu seviyeler, özellikle gelişmiş ekonomilerdeki oranların oldukça altında kalmaktadır. Ekonominin dinamik bir ögesi olan kadının Türkiye'de işgücüne katılımı bu anlamda önemli bir gelişme olmakla birlikte, son dönemde işsizlik oranının artışına katkıda bulunması sebebiyle, işgücü piyasalarına dair sinyaller de vermektedir. Özellikle eğitilmiş kadınların katkıda bulunduğu anlaşılan ilgili katılım artışına, ileriki dönemlerde cevap verilebilmesi için, istihdama dost sürdürülebilir bir kalkınmanın yanı sıra, yapısal önlemlerin de alınması elzem gözükmektedir.

ŞEKİL 2.10 KADINLARDA VE ERKEKLERDE İŞGÜCÜNE KATILIM ORANI (%)



2

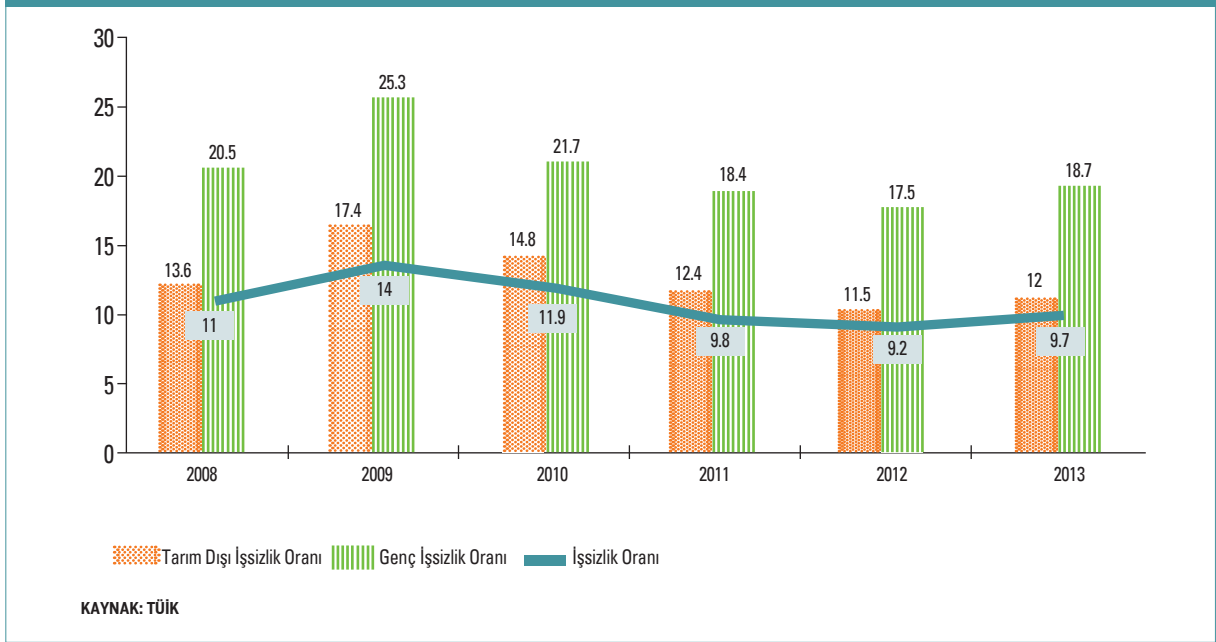
TÜRKİYE EKONOMİSİ

Tarım Dışı ve Genç İşsizlikte Artış Görüldü

Bununla birlikte, işgücü piyasalarına dair iki diğer önemli göstergenin de, tarım dışı ve genç işsizlik olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, her iki oran da, kriz sonrasındaki genel işsizlik düşüşüne paralel bir performans sergilemiştir (Şekil 2.11). Ancak 2013 yılındaki nispeten olumsuz gelişmelere bağlı

olarak, bu oranlarda da yukarı yönlü bir hareket gözlenmiş, tarım dışı ve genç işsizlik oranları sırasıyla %12 ve %18,7 seviyelerine yükselmiştir. Söz konusu oranlar kısmen kadın nüfusla da ilişkili olmakla birlikte, bu hususlarda da reform niteliğinde tedbirlerin gündeme getirilmesi önem taşımaktadır.

ŞEKİL 2.11 TARIM DIŞI VE GENÇ İŞSİZLİK (%)



2.3 KAMU MALİYESİ

Ekonominin sürdürülebilir ve istikrarlı bir şekilde büyüme kaydedebilmesinde, devletin ekonomik faaliyetleri de önemli bir rol oynamaktadır. Bir ülkede kamuya ait gelir ve harcamaların yanı sıra borç yükünün sağlıklı bir şekilde yönetilebilmesi de, işte bu açıdan önem taşımaktadır. Türkiye ekonomisinin 2000'li yıllarda başarı kaydettiği en dikkat çeken göstergeler arasında kamu maliyesinin geldiği söylenebilir. Zira söz konusu dönem, bütçe açıklarının ve borç stok yükünün ciddi oranda indirgenerek Maastricht kriterleri seviyelerinin oldukça altına indiğine şahit olmuştur.

Bütçe Açığı %37,3 Oranında Geriledi

İlgili göstergelerin son dönemdeki detaylı gelişimine değinmeden önce, 2013 yılında bütçede yaşanan gelişmelere kısaca bakmak gerekir. Tablo 2.3 kamu maliyesinin önemli bir bileşeni olan merkezi yönetim bütçesinde 2012 ve 2013

yıllarında kaydedilen gerçekleştirmeleri sunmaktadır. Buna göre, bütçe giderleri bir önceki yıla göre %12,7 oranında artarak 407.890 milyon TL olurken, gelirler ise daha hızlı bir performans sergilemiş ve %17,1 büyüyerek 389.441 milyon TL seviyesine ulaşmıştır. Bunun sonucunda ise, söz konusu dönemde bütçe açığı %37,3 oranında gerileyerek 18.449 milyon TL düzeyine inmiştir.

2013'te Faiz Dışı Fazla %65,9 Arttı

Tablodaki veriler bu doğrultuda, 2013'te gelirlerin daha güçlü bir gelişme kaydetmesinin ardında vergi gelirlerinin önemli bir rol oynadığına işaret etmektedir. Nitekim bütçe gelirlerindeki artışın ağırlıklı bir kısmı, %17 oranında artan vergiler kaleminden gelmiştir. Diğer gelirlerin de, aynı dönemde %18 oranındaki artışla, bütçeye olumlu katkı sağladığı görülmektedir. Öte yandan, giderlere göz atıldığın-

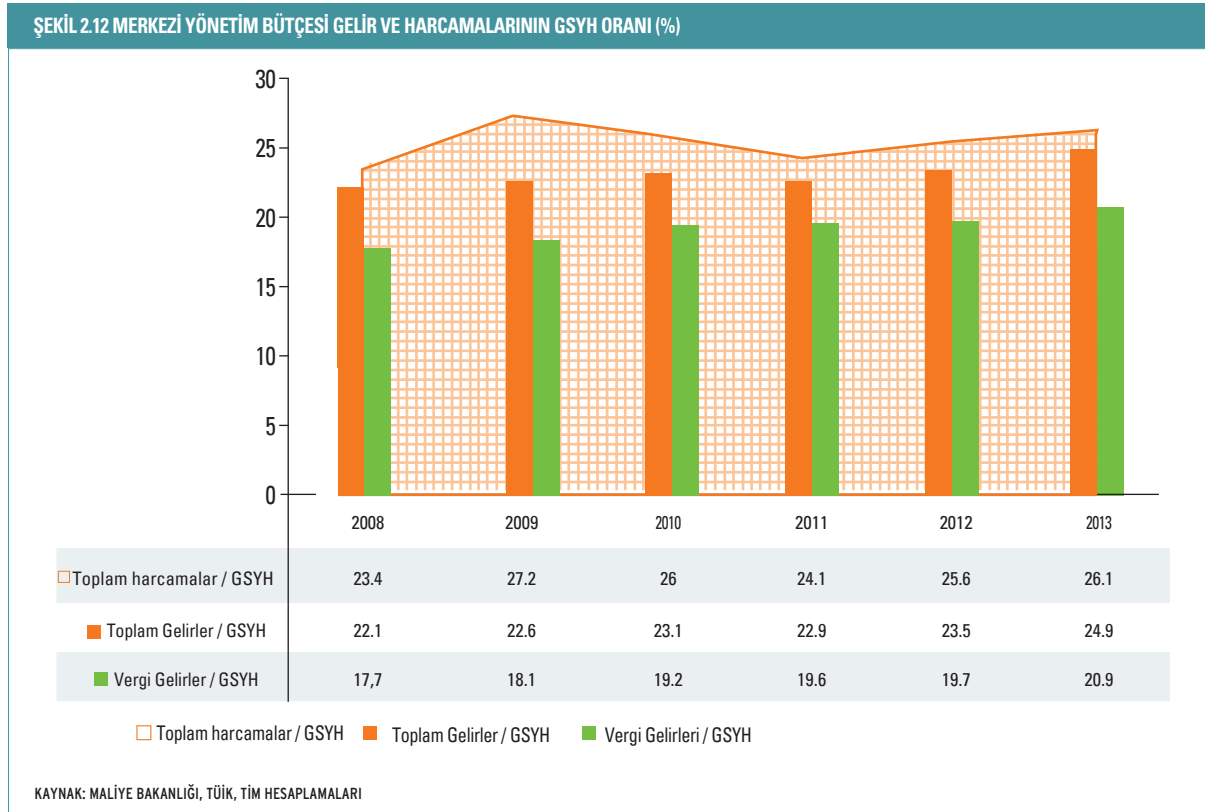
TABLO 2.3 MERKEZİ YÖNETİM BÜTÇE GERÇEKLEŞMELERİ (MİLYON TL)			
	2012	2013	Değişim Oranı (%)
Bütçe Giderleri	361.887	407.890	12,7
Faiz Hariç Giderler	313.471	357.904	14,2
Faiz Giderleri	48.416	49.986	3,2
Bütçe Gelirleri	332.475	389.441	17,1
Vergi Gelirleri	278.781	326.125	17
Diğer Gelirler	53.694	63.316	18
Bütçe Açığı	29.412	18.449	-37,3
Faiz Dışı Fazla	19.004	31.537	65,9

KAYNAK: MALİYE BAKANLIĞI

da, %12,7 oranında gerçekleşen artışın çok büyük bir kısmının, %14,2 büyüyen faiz hariç giderlerden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Faiz giderleri ise ilgili dönemde %3,2 gibi nispeten düşük bir performans göstermiştir. Tüm bunların sonucunda, faiz dışı fazla⁴ 2013 yılında %65,9 artarak 31.537 milyon seviyesine erişmiştir. Gerek bütçe açığındaki aşağı, gerekse faiz dışı fazladaki yukarı yönlü hareketler, 2013 yılında da mali disiplinin yolunda gittiğine dair olumlu mesajlar vermektedir. Bu gelişmelerin daha detaylı değerlendirilebilmesi amacıyla, bu noktada ilgili göstergelerin GSYH'ye oranlarına bakmak anlamlı olacaktır.

Bütçe Harcamalarının GSYH Oranı %26,1 Oldu

Şekil 2.12, Türkiye'de kamu maliyesinin durumunu harcamalar ve gelirler bağlamında kriz döneminden 2013 yılına kadar ele almaktadır. Buna göre, toplam bütçe harcamalarının GSYH'ye oranı 2009 yılında artış göstererek %27,2 olurken kriz sonrasında düşüşe geçmiş ve 2011 itibariyle %24,1'e inmiştir. Giderlerin, 2012 ve 2013 yıllarında da artış eğiliminde olduğu ve milli gelir içindeki payının %26,1'e yükseldiği anlaşılmaktadır. Bu ise, 2013 yılında toplam bütçe harcamalarının GSYH'ye oranının, bir önceki yıla göre 0,5 yüzde puan arttığı anlamına gelmektedir.



⁴Faiz dışı fazla (denge) genel bütçe dengesinden faiz harcamalarının hariç tutulmasıyla elde edilmektedir.

2 TÜRKİYE EKONOMİSİ

Gelirler Krizden Sonraki En Yüksek Performansı Sergiledi

Bununla birlikte, toplam gelirlerin değerindeki nispeten güçlü artış, ilgili GSYH payındaki artışın da daha kuvvetli olması durumunu beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda bütçe gelirlerinin GSYH oranı aynı dönemde 1,4 puan yükselerek %24,9 seviyesine ulaşmıştır. Bu ise, gelirler kaleminin kriz döneminden sonraki en başarılı performansına işaret etmektedir. Gerek rakamlara gerekse grafikteki trende bakıldığında, bu gelişmede, istikrarlı artışını 2013 yılında da sürdüren vergi gelirlerinin anahtar rol oynadığı görülmektedir. Veriler, 2008 yılında %17,7 olan vergi gelirlerinin milli gelire oranının, 2012 yılında %19,7'ye 2013 yılında ise %20,9'a yükseldiğini göstermektedir.

Merkezi Yönetim Bütçe Açığının GSYH Oranı %1,2'ye Geriledi

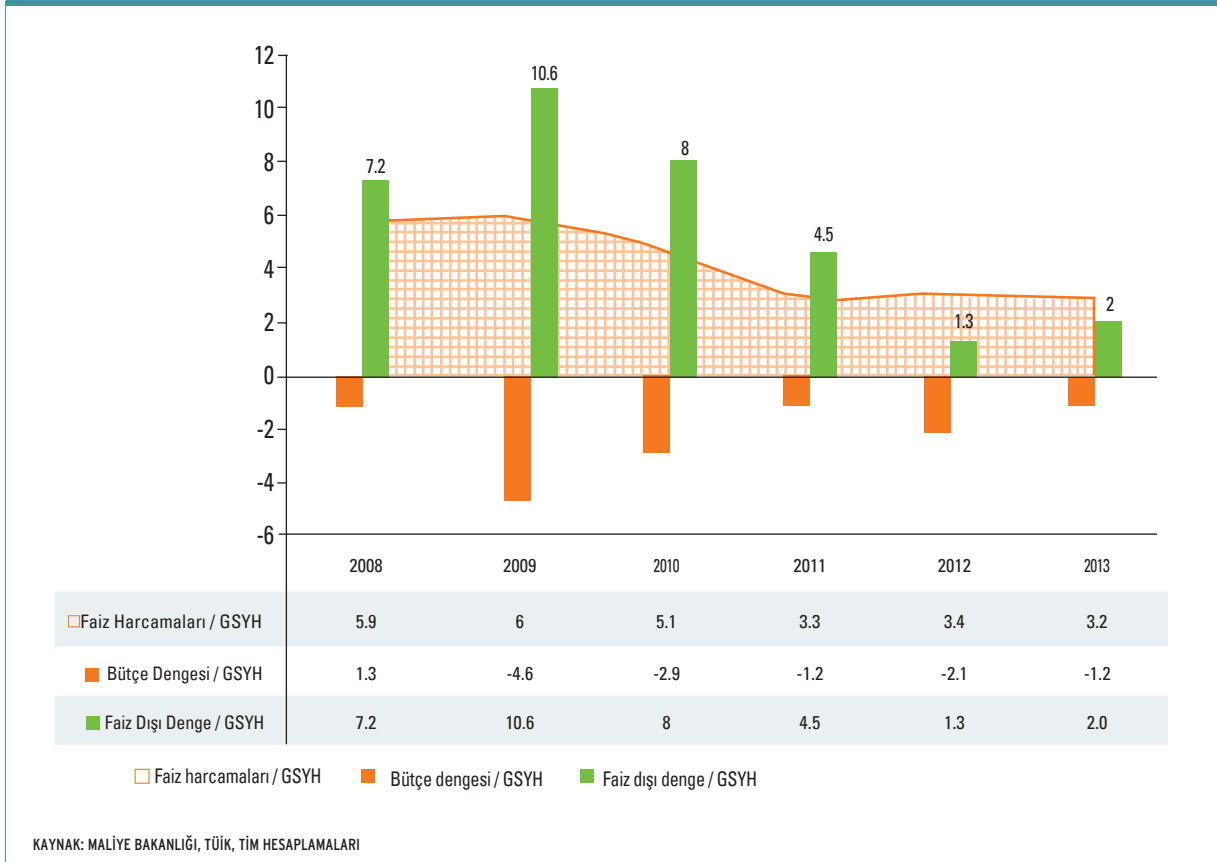
Merkezi yönetim gelir ve giderlerine bu şekilde göz atıldıktan sonra, bu iki ana kalemin arasındaki fark-

tan doğan bütçe açığına bakmak mali disiplinin seviyesini anlamak açısından önem taşımaktadır. Yukarıdaki veriler dâhilinde, kriz yılında yükselen ancak sonrasında yeniden kriz öncesi seviyeleri gören bütçe dengesinin milli gelire oranı, 2013 yılında bir önceki yıla göre 0,9 puan iyileşme kaydederek %-1,2 olmuştur. Maastricht kriterlerine göre, kamu maliyesinde sağlıklı bir performans gösterebilmek adına, bu oranın minimum %-3 olması şartı aranmaktadır. Dolayısıyla, krizin hemen sonrasında bütçe açığını bu seviyenin altına indirmeyi başaran ve bunu istikrarlı bir şekilde sürdüren Türkiye'de, mali disiplinin bu gösterge dahilinde yolunda gittiği ifade edilebilir.

2013 Yılında Faiz Dışı Fazla Oranı %2'ye Yükseldi

2013 yılında bunun yanı sıra, kriz sonrası düşüşe geçen faiz harcamaları oranının da, %3 bandındaki seviyesini 0,2 puanlık bir düşüşle sürdürdüğü anlaşılmaktadır. Buradan hareketle, bütçe dengesi ve faiz giderlerindeki söz konusu olumlu gelişmelerin,

ŞEKİL 2.13 MERKEZİ YÖNETİM BÜTÇESİ GELİR VE HARCAMALARININ GSYH ORANI (%)

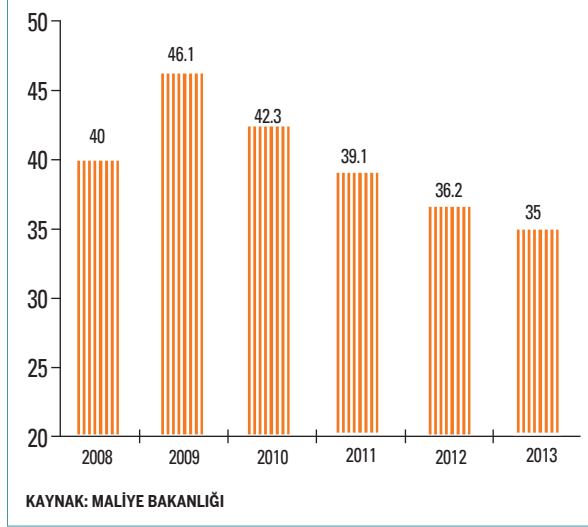


faiz dışı dengeyi olumlu bir şekilde etkilediği ortaya çıkmaktadır. Nitekim faiz dışı fazlanın GSYH'ye oranı 2012 yılındaki %1,3 seviyesinden 2013 yılında %2 seviyesine yükselmiştir.

Kamu Borç Yükü Düşüş Trendini Korudu

Mali disiplinin sağlanmasında bir diğer kritik unsurun da, kamu borcunun etkin bir şekilde yönetilmesi olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda, borç yönetiminin değerlendirilmesinde kullanılan en temel gösterge, kamu borç stokunun GSYH'ye oranıdır. AB tanımlı kamu borç stokunun GSYH içindeki payı, kamu maliyesinde sergilenen başarılı performansın bir parçası olarak 2000'li yıllarda ciddi bir düşüş kaydetmiş, global kriz döneminde ise artışa geçmiştir. 2009 yılında %46,1 seviyesine yükselen kamu borç yükü, kriz sonrasında ise yeniden düşüş trendine girmiştir (Şekil 2.14). Bu doğrultuda istikrarlı bir şekilde gerileme kaydeden oranın, 2013 yılı itibarıyla %35 seviyesine indiği gözlenmektedir. Öte yandan kamu borç yükü verileri, söz konusu oranın Maastricht kriterleri çerçevesinde %60 düzeyinin altında olması

ŞEKİL 2.14 AB TANIMLI KAMU BORÇ STOKUNUN GSYH ORANI (%)



gerektiği ve dünya ekonomisinde halen bu seviyenin oldukça üzerinde rakamların gerçekleşiyor olduğu düşünüldüğünde, Türkiye ekonomisinde kamu maliyesinin olumlu gidişatını sürdürdüğüne dair bir diğer gösterge niteliği taşımaktadır.

2.4 PARA POLİTİKASI

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) 2010 yılı sonlarından itibaren orta vadede ana hedefi olan fiyat istikrarından taviz vermeden iç ve dış talep dengesini gözeterek makro finansal riskleri azaltmayı amaçlamış ve bu bağlamda yeni bir para politikası çerçevesinde ek politika araçları geliştirmiştir. 2012 yılı kapsamındaki ekonomiyi soğutma politikaları sonucunda ise ekonomide dengelenme sağlanmış ve cari açığa iyileşme kaydedilmiştir. Aynı yılın 3. çeyreğinden itibaren enflasyon ve sermaye hareketlerinde gözlenen olumlu

gelişmeler doğrultusunda ise kademeli bir parasal genişlemeye gidilmiş, kısa vadeli faiz oranlarında indirimler yapılmıştır. 2013'ün ilk aylarında da devam eden söz konusu benzer uygulamalar sonrasında ise, Mayıs ayında ve akabinde gerçekleşen global ve ulusal olayların etkisinde kalan piyasalara bağlı olarak değişikliklere gidilmesi gerekmiştir. Bu bölümde, 2013 yılındaki söz konusu finansal koşullar çerçevesinde uygulanan para politikası ve bunun en önemli bileşenlerinden olan enflasyon gelişmeleri ele alınmaktadır.

2.4.1 Finansal Koşullar ve Para Politikası

FED Global Risk İştahını Olumsuz Etkiledi

2013 yılının Mayıs ayında Amerikan Merkez Bankası FED'in parasal genişlemeden çıkacağı yönünde gelen sinyaller doğrultusunda, gelişmekte olan ülkelerden kısa süre içerisinde sermaye çıkışları yaşanmıştır. Global risk iştahında-

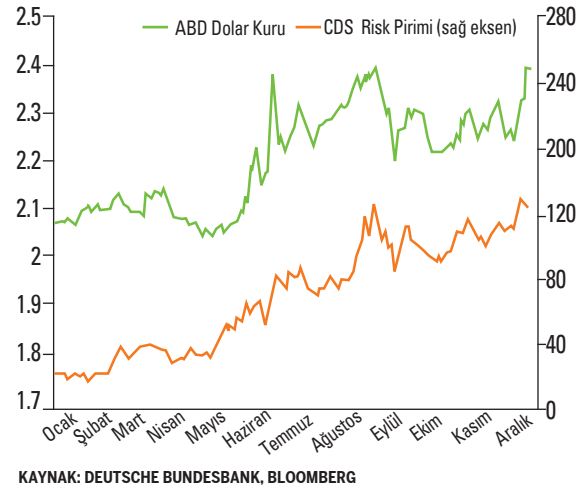
ki oynaklığı tetikleyen bu gelişme, Türkiye'deki piyasalara da yansımış ve aynı dönemdeki ulusal gelişmelerin de olumsuz etkisiyle belirsizliklerin hızla artmıştır.

Mayıs Sonrasında Türkiye'de Risk Primleri Tırmanışa Geçti

Önemli derecede artan belirsizlikleri, söz konusu dönem ve sonrasında buna bağlı olarak tırmanışa geçen CDS risk primleri de açıkça yansıtmaktadır. Şe-

2 TÜRKİYE EKONOMİSİ

ŞEKİL 2.15 2013 YILINDA TÜRKİYE'DE RİSK PRİMİ VE DOLAR KURU



kil 2.15'te görüldüğü gibi, Türkiye'nin riskinde Mayıs ayında başlayan gözle görülür yükseliş, sonrasındaki birkaç ay içerisinde adeta bir sıçrama yapmıştır. Tüm bu gelişmeler, hızlı sermaye çıkışlarının yaşandığı ekonomide döviz kurundaki tırmanışları da beraberinde getirmiştir. Belirsizlikler ve risklerdeki güçlenmeye paralel bir şekilde gelişen bu hareketler sonucunda, döviz kuru da kaçınılmaz olarak yukarı yönlü ivmesini artırmıştır.

TCMB Yılın 3. Çeyreğinde Sıkılaştırmaya Gitti

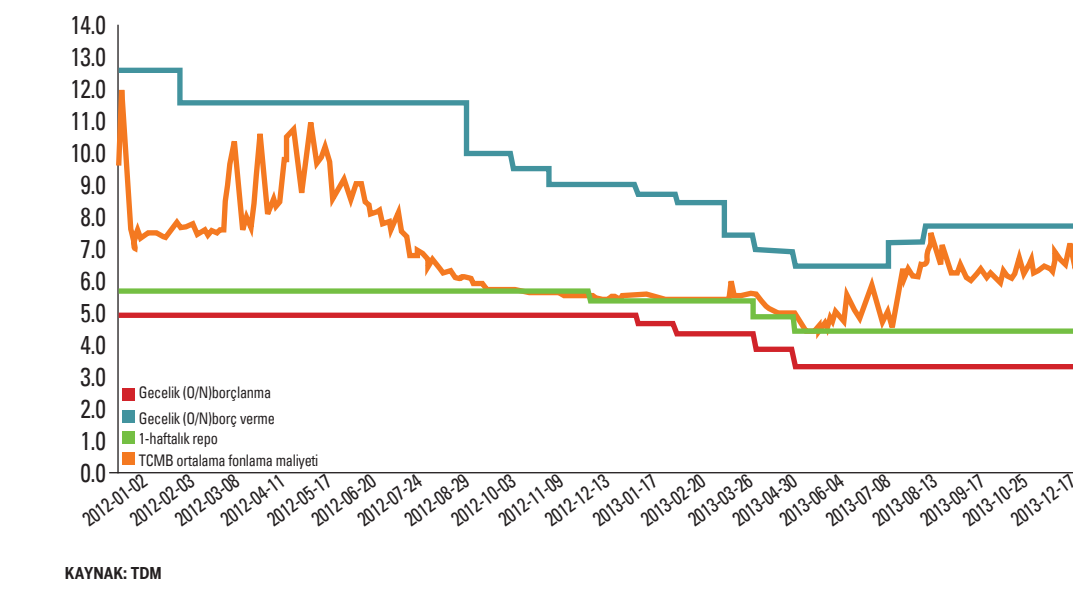
Mayıs ayı sonrasında bu şekilde cereyan eden para piyasalarında görülen dalgalanmalar, böylelikle Türk li-

rasının aşırı değer kaybıyla birleşmiştir. İlgili dönemde enflasyon göstergelerini ve makro finansal riskleri gözeterek temkinli bir para politikası uygulayan TCMB, yılın 3. çeyreğinde küresel risk iştahının belirleyici olmaya devam etmesiyle birlikte, likidite politikasını sıkılaştırma kararı almıştır. Bu bağlamda, devam eden ek sıkılaştırmanın etkinliğini artırmak amacıyla, Ağustos ayında gecelik borç verme faiz oranı %7,25 seviyesinden %7,75'e yükseltilerek faiz koridoru yukarı yönlü genişletilmiştir (Şekil 2.16). Aynı dönemde TCMB, piyasaya döviz satım ihaleleri yoluyla döviz likiditesi sağlamayı da sürdürmüştür.

Aralık Ayında Piyasalardaki Belirsizlik Artış Gösterdi

2013 yılının son çeyreğine gelindiğinde ise, küresel bağlamda, gelişmekte olan ülkelere yönelik sermaye akımlarındaki zayıflık devam etmiş, bunun bir yansıması olarak risk primleri ve döviz kurundaki inişli çıkışlı trend hareketliliğini korumuştur. Bu dönemin sonunda, FED'in sıkılaştırmaya yönelik yeni mesajlar vererek küresel piyasaları yeniden tedirgin ettiği Aralık ayında yaşanan ulusal gelişmeler, piyasalarda belirsizliklerin önemli ölçüde artmasına sebep olmuştur. Bunun sonucunda, risk primleri hızla yükselmiş, sermaye çıkışları ivme kazanmış ve döviz kuru kararlı bir tırmanışa geçmiştir. Öte yandan, yılın son çeyreğinde TL'de gerçekleşen değer kaybının, enflasyon oranına olumsuz şekilde yansıdığından da altını çizmek gerekmektedir.

ŞEKİL 2.16 TCMB FAİZ ORANLARI (%)



2.4.2 Enflasyon

2013 Yılında Enflasyon %7,4 Olarak Gerçekleşti

TCMB'nin temel amacı olan fiyat istikrarının, 2013 yılında yaşanan finansal gelişmelere bağlı olarak zorlu bir süreç geçirdiği ifade edilebilir. Nitekim söz konusu dönemde gıda gibi bir takım harcama gruplarında görülen fiyat artışlarının yanı sıra, finansal gelişmelerden etkilenen Türk lirasındaki değer kayıpları da, enflasyonu yükseltici yönde hareket etmiştir. Bu doğrultuda, Tüketici Fiyatları Endeksi (TÜFE) 2013 yılında bir önceki yıla göre %7,4 artış kaydetmiştir (Şekil 2.17).

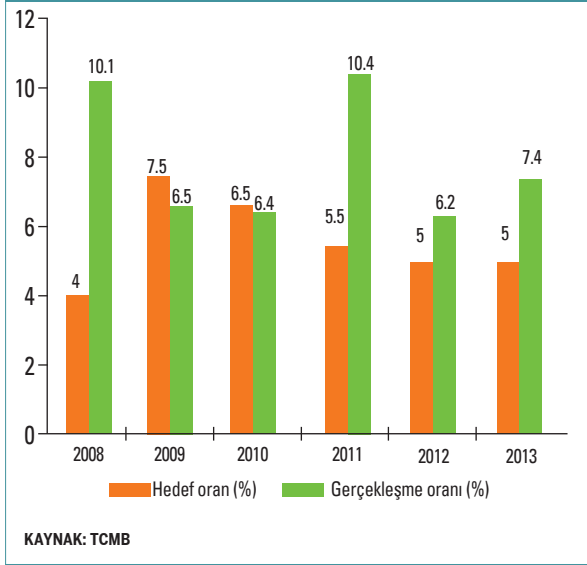
Enflasyon Oranı Hedef Aralığının Üzerine Çıktı

Bu ise, 2013 yılında tüketici enflasyonunun, 2012'ye göre 1,2 puan yükseldiği ve %5 olarak belirlenen hedef ve etrafındaki belirsizlik aralığının üzerinde gerçekleştiği anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, 2008 ve sonrasında kaydedilen enflasyon rakamları hedefler ve gerçekleştirmeler bazında incelendiğinde, 2011'de, 2009 ve 2010 yıllarında yakalanan başarının aksine geniş bir sapma gözlenmektedir. Grafikteki veriler, 2012 yılında oldukça daralan bu hedef-gerçekleşme makasının 2013 yılında yeniden açılma kaydettiğine işaret etmektedir. Bu noktada, 2013 yılında yaşanan enflasyona dair söz konusu bu gelişmeyi, gerek aylar gerekse ilgili faktörler açısından değerlendirmek faydalı olacaktır.

TL'nin Değer Kaybı Yıllık Enflasyonu Yukarı Yönlü Etkiledi

Şekil 2.18, 2012 ve 2013 yıllarında tüketici enflasyonunda yaşanan seyri göstermektedir. Buna göre, enflasyonun yılın ilk aylarında bir önceki yıla göre oldukça düşük seviyelerde seyrettiği göze çarpmaktadır. Bununla birlikte, öne çıkan bir gelişme olarak, bu dönemde tütün ürünlerindeki vergi ayarlamalarının gerçekleşen enflasyon üzerinde yukarı yönlü etki yaptığını da belirtmek gerekir. Öte yandan, yılın ilk yarısında gıda ve enerji fiyatlarına da bağlı olarak dalgalı bir seyir izleyen tüketici enflasyonunun, Mayıs ayında başlamış olduğu yükselme trendini Temmuz ayına kadar koruduğu ve 2012 seviyelerine yakınsadığı gözlenmektedir. Bu bağlamda, yılın ikinci yarısında gözlenen enflasyonda, Türk lirasında yaşanan değer kaybının temel mal grupları kanalıyla yaptığı olumsuz etkinin önemli rol oynadığı da vurgulanmalıdır. Bunun yanı sıra, gıda fiyatlarında beklentinin ötesinde kaydedilen artışlar

ŞEKİL 2.17 YILLARA GÖRE TÜFE DEĞİŞİM ORANLARI VE ENFLASYON HEDEFLERİ (%)



da, yıllık enflasyonun gerçekleşmesinde ve hedeften uzaklaşmasında etkili olmuştur.

Yıllık En Yüksek Fiyat Artışı Alkol ve Tütün Grubunda Görüldü

2013 yılında öngörülere aşan gıda fiyatlarının, enflasyonu yukarı yönlü etkileyen önemli bir faktör olduğu gerçeği, ana harcama grupları kapsamındaki TÜFE değişim hızları incelendiğinde de açıkça görülmektedir. Nitekim tüketim sepetinin en önemli bileşenini oluşturan gıda ve içecekler grubundaki fiyatlar, söz konusu dönemde, bir önceki yıla göre %9,67 oranında artış kaydetmiştir (Şekil 2.19). Öte yandan, yukarıda ifade edildiği gibi vergi ayarlamalarından etkilenen alkol ve tütün grubunun, %10,52 oranındaki yıllık artış ile, harcama grupları içerisinde en yüksek fiyat değişimini gerçekleştiren öge olduğu göze çarpmaktadır. 2013 yılında alkol ve tütün grubunu, %10,05 oranındaki fiyat artışıyla eğitim izlemiştir.

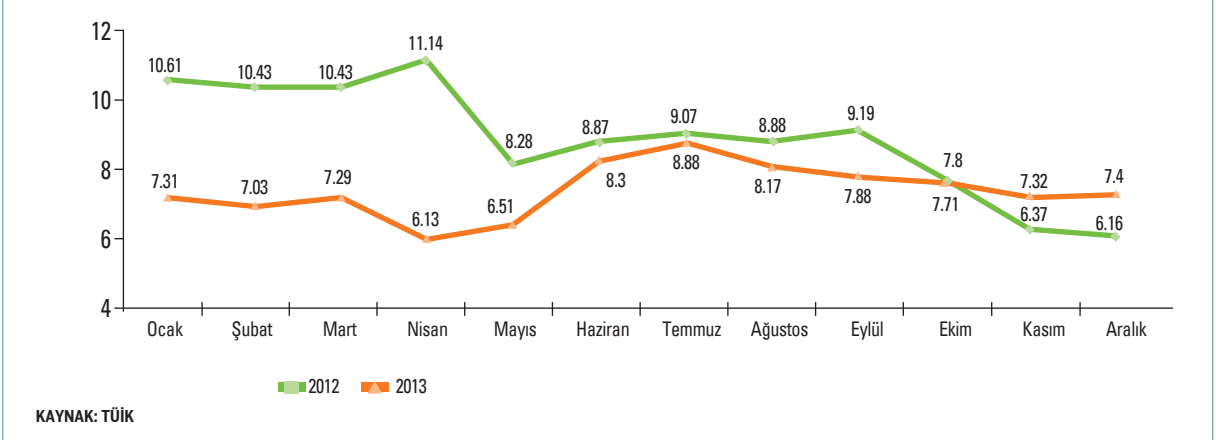
Gıda ve Ulaştırma %9 Bandında Enflasyon Kaydetti

Bunun yanı sıra, enerji fiyatlarını da kapsayan ve tüketici sepetinde hatırı sayılır bir paya sahip olan ulaştırma harcamaları ile lokanta ve oteller grubu fiyatlarında %9 bandında görülen enflasyon da dikkat çekmektedir. 2013 yılında diğer kalemlerdeki artışların ise nispeten daha düşük seviyelerde olduğu ifade edilebilir. Öte yandan, söz konusu grupların yıllık fiyat artışlarını, yıllık enflasyona yaptıkları katkı anlamında değerlendirmek de önem arz etmektedir.

2

TÜRKİYE EKONOMİSİ

ŞEKİL 2.18 AYLARA GÖRE TÜFE DEĞİŞİM ORANLARI (%)

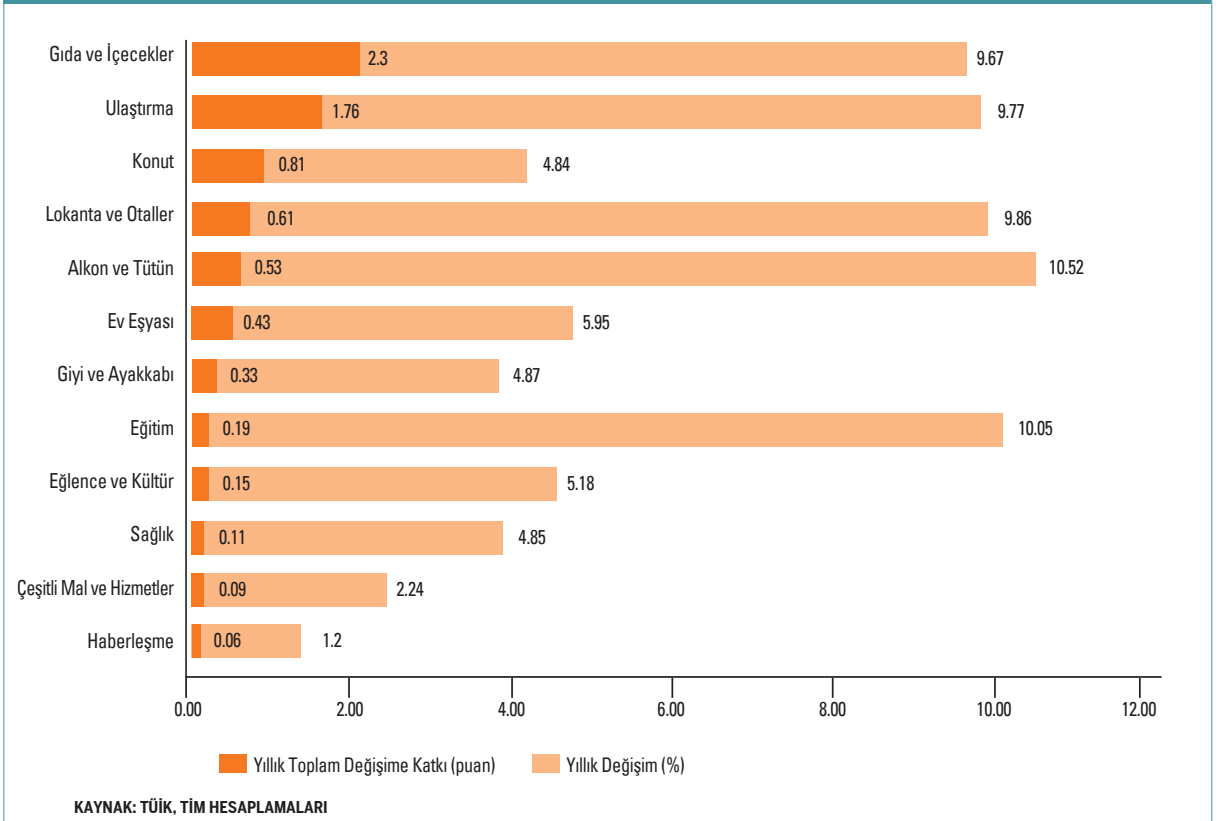


Yıllık Enflasyona En Büyük Katkı Gıda Fiyatlarından Geldi

Bu doğrultuda, Şekil 2.19, harcama gruplarının yıllık %7,4 oranında gerçekleşen enflasyona yaptıkları katkıları da sunmaktadır. Grafik, öngörülerin üzerinde gerçekleşen gıda grubu fiyatlarının, toplam enflasyona 2,33 puanlık önemli bir katkı yaptığına işaret etmek-

tedir. Bir başka deyişle, %7,4 oranındaki enflasyonun 2,33 puanı, gıda ve içecekler grubundaki fiyat artışlarından kaynaklanmıştır. Yıllık enflasyona en yüksek ikinci katkıyı ise, 1,76 puanla ulaştırma yapmıştır. TÜFE'nin yıllık değişimine destek veren diğer başlıca grupların ise, konut, lokanta ve oteller ile alkol ve tütün olduğu tespit edilmektedir.

ŞEKİL 2.19 ANA HARCAMA GRUPLARINDA TÜFE DEĞİŞİMİ VE TOPLAM DEĞİŞİME KATKI



İHRACATIN GELİŞİMİ



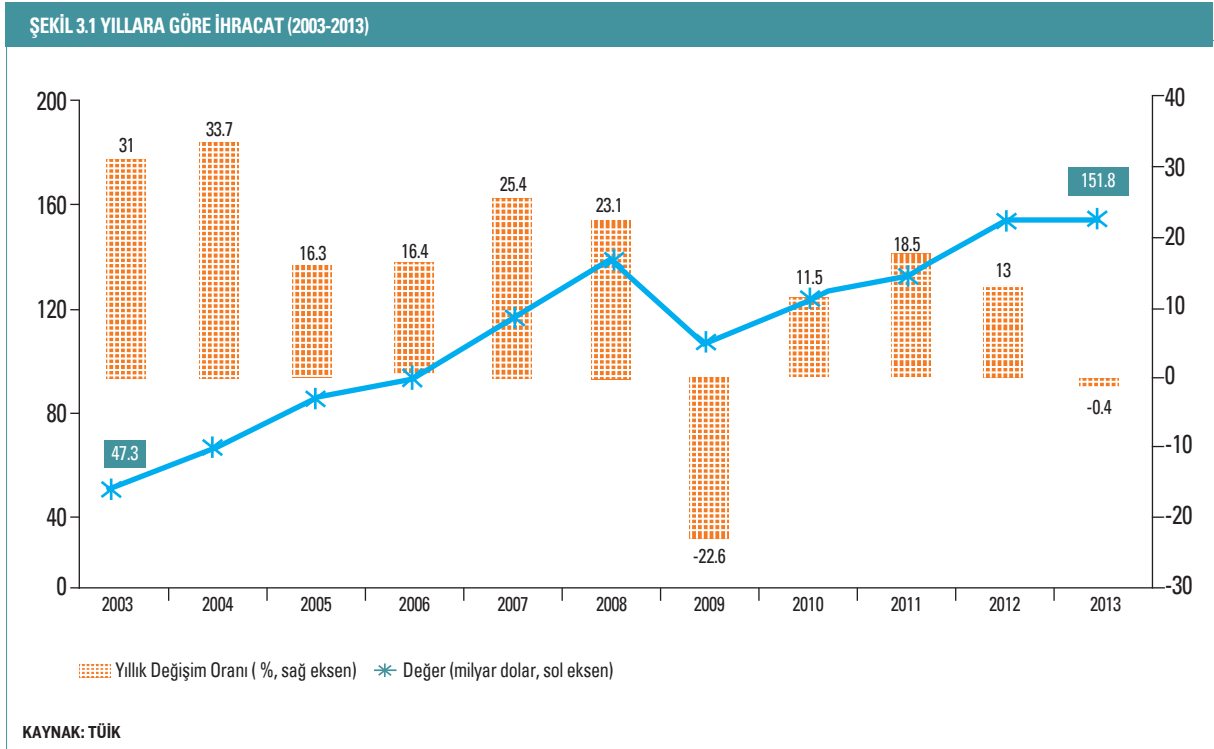
3 İHRACATIN GELİŞİMİ

3.1 İHRACAT DEĞERİNDE YILLIK GELİŞİM

2000'li Yıllarda Türkiye Küresel Ekonomiyle Bütünleşmede Önemli Yol Katetti

Türkiye ekonomisi 2000'li yıllarda yaşadığı büyüme sürecinde, ihracatta da önemli hamleler yapmıştır. Bu bağlamda, son 10 yıllık dönem incelendiğinde, 2003 yılında 47,3 milyar dolar olan ihracatın, katlanarak arttığı ve 2013'te 151,8 milyar dolar seviyesine ulaştığı gözlenmektedir (Şekil 3.1). Bu başarıda,

gerek sektörel gerekse bölgesel çeşitlilik anlamında kaydedilen başarılar önemli bir rol oynamıştır. Nitekim bir yandan sermaye yoğun sektörler toplam ihracattaki payını artırırken, diğer yandan da Ortadoğu, Afrika ve Asya bölgelerinde de ciddi pazar kazanımları gerçekleşmiştir. Türkiye'nin küresel ekonomi ile bütünleşmesinin bir göstergesi olan bu performans, söz konusu dönemde ihracatın GSYH içindeki payının artmasını da beraberinde getirmiştir.



İhracat Son 10 Yılda Kriz Dönemi Dışında Çift Haneli Büyüdü

İhracat 2003-2012 yılları arasında, küresel kriz yılı olan 2009 haricinde çift haneli yıllık büyüme oranları sergilemiştir. 2003 ve 2004 yıllarında %30 bandında olan bu oranlar, bunu takip eden iki sene içerisinde %16 bandında gerçekleşmiştir. Sonrasında 2007 ve 2008 yıllarında sırasıyla %25,4 ve %23,1 gibi ciddi oranlarda artış kaydeden ihracat, 2009'da global krizin etkisiyle yıllar sonra ilk kez daralma yaşamak durumunda kalmıştır. 2010 ve sonrasında ise, ekonomik toparlanma ve dünya piyasalarındaki kısmi iyileşmeyle birlikte, dış pazarlarda yeniden canlanma dönemi başlamıştır. Bu doğrultuda ihracat, 2010 ve

2011 yıllarında sırasıyla %11,5 ve %18,5'lik büyüme hızı kaydetmiştir. 2012 yılında ise bu oran %13 olarak gerçekleşmiş olmakla birlikte, altın talebindeki sıra dışı artışın bu gerçekleşmede önemli bir rol oynadığını vurgulamak gerekmektedir. Nitekim 2013 senesinde ihracatın %0,4 düşüş kaydetmesinde, 2012 yılında yaşanan altın talebi artışının baz etkisi ciddi biçimde etkili olmuştur.

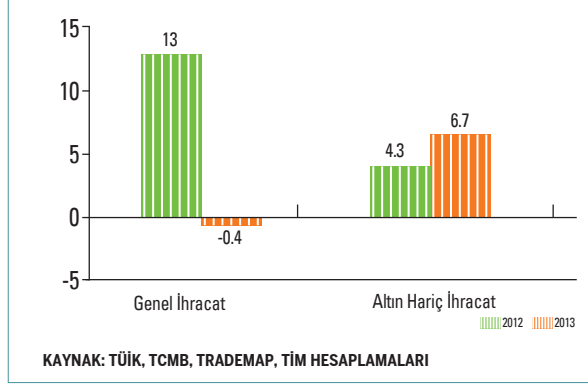
2013 İhracat Rakamlarına Altının Baz Etkisi Gölge Düşürdü

2013 yılında ihracatın ivme kaybetmesi ve hatta düşük bir negatif büyüme hızı sergilemesinin arka planında yatan altın ticaretine yönelik gelişmeleri

incelemekte, Türkiye'nin söz konusu dönemdeki ihracat performansını sağlıklı bir şekilde değerlendirmek açısından fayda vardır. Bu bağlamda ilk olarak, işlenmemiş altın ihracatının 2011'deki 1.474 milyon dolar seviyesinden 2012 yılında 13.345 milyon dolar düzeyine sıçrama yaptığını belirtmek gerekir. Bu, altın ihracatında 2012 yılında 8 kat artış gerçekleştiği anlamına gelmektedir. Dolayısıyla böylesine bir tırmanış, 2012 toplam ihracat büyüme hızını da doğal olarak yukarı yönlü etkilemiştir. Şekil 3.2, bu etkiyi rakamsal olarak görmek açısından anlamlı bir grafikdir. Nitekim gerek toplam gerekse altın hariç ihracatın yıllık hızını sergileyen bu grafikte, 2012 yılında %13 olarak gerçekleşen ihracat büyüme oranının, altın hariç tutulduğunda %4,3 olduğu açıkça görülmektedir. Bir başka deyişle, ilgili dönemde çeşitli sektörlerde ihracat artışı gerçekleşmiş olmakla birlikte, toplamdaki büyümede altın tetikleyici bir rol oynamıştır.

2013 yılına gelindiğinde ise, altının 2012 son çeyreğinde başlamış olduğu düşüş trendi güçlenmiş ve söz konusu dış talep, ulaşmış olduğu tepe noktasından sert bir inişe geçmiştir. Böylece altın ihracatı 2013 yılında bir önceki yıla göre %74,9 oranında gerileyerek 3.349 milyon dolar seviyesine inmiştir. Buna bağlı olarak da, 2012'deki yüksek altın ihracatı, 2013 toplam ihracatı üzerinde ciddi bir baz etkisi yaratarak, rakamlara dış talepte daralma olduğu sonucuyla yansımıştır. Hâlbuki bu daralma altın kaynaklı olup, bunun dışında da sadece birkaç sektörü kapsamaktadır. Bununla birlikte, bir sonraki bölümde detaylı olarak ele alınacak söz konusu birkaç sektördeki gelişimlerin olumsuz etkisinin, altının sebep olduğu aşağı yönlü hareketten çok daha küçük ölçülerde olduğunu da vurgulamak gerekir.

ŞEKİL 3.2 ALTIN DAHİL VE ALTIN HARIÇ İHRACATIN YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%)



2013'te Mal İhracatı 2012'ye Göre Performansını Artırdı

Özet olarak ifade etmek gerekirse, 2013 yılında birçok sektörde pazar genişlemesi yaşanmış, ancak altındaki keskin talep düşüşü, yıllık ihracat artış hızını eksi seviyelerde göstermiştir. Bu bağlamda Şekil 3.2'deki grafiğe yeniden bakıldığında, 2013'te %-0,4 olarak kaydedilen yıllık ihracat değişim oranının, altın hariç tutulduğunda %6,7 artış anlamına geldiği açıkça görülmektedir. Bir diğer ifadeyle, Türkiye'nin mal ihracatı 2013 senesinde %6,7 oranında büyümüştür. Bu oran, 2012 yılındaki altın hariç ihracat büyümesi olan %4,3'ten de daha yüksek bir seviyeye denk gelmektedir. Dolayısıyla, altın ticaretindeki gelişmelerin, 2013 yılı ihracat rakamlarına bir nevi gölge düşürmüştüğü anlaşılmaktadır. Esas itibarıyla Türkiye, altın hariç tutulduğunda, dış pazarlarda 2012'ye göre daha iyi bir performans sergilemiştir. İhracatın geleceği anlamında asıl önemli gösterge olan mal ihracatına ilişkin bu gelişme, memnuniyet vericidir. Öte yandan, 2023 vizyonu olan 500 milyar dolar hedefine ulaşabilmek amacıyla daha yüksek hızlar kaydetmek gerektiği de ortadadır.

3.2 EKONOMİK FAALİYETLERE GÖRE İHRACAT GELİŞİMİ

İhracatın 2013 yılında ekonomik faaliyetlere göre gelişimi Tablo 3.1'de incelenmektedir. Buna göre, 2013'te de, Türkiye ihracatının büyük ağırlığını imalat sanayi oluşturmuştur. Nitekim toplam ihracatın %93,1'lik kısmının imalat tabanlı olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, imalat grubunun ihracat pastasından aldığı pay, söz konusu dönemde 0,8 puanlık bir küçülme yaşamıştır. Buna paralel olarak, imalat tabanlı ihracat değerinde de %1,2 oranında da bir dü-

şüş kaydedilmiştir.

Buna karşın, ihracatta ikinci konumdaki grup olan tarım ve ormancılığın %9 oranında ihracat artışı gerçekleştirdiği ve payını 0,3 puan artırdığı gözlenmektedir. İhracatta payını en çok artıran faaliyet grubu ise, 0,5 puan yükselişle %2,6'lık dilime sahip olan madencilik ve taş ocaklığı olmuştur. Bu gelişmede, grubun %22,8 oranındaki ihracat değer artışı etkili olmuştur.

3 İHRACATIN GELİŞİMİ

TABLO 3.1 EKONOMİK FAALİYETLERE GÖRE İHRACAT (2012-2013)

	2012		2013		Değişim (%)
	Değer (milyar \$)	Pay (%)	Değer (milyar \$)	Pay (%)	
Tarım ve Ormancılık	5,2	3,4	5,7	3,7	9
Balıkçılık	0,2	0,1	0,3	0,2	35,7
Madencilik ve Taş ocakçılığı	3,2	2,1	3,9	2,6	22,8
İmalat	143,2	93,9	141,4	93,1	-1,2
Diğer	0,7	0,5	0,6	0,4	-13
Genel toplam	152,5		151,8		-0,4

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

3.3 İHRACATIN GELİŞİMİNDE FİYAT VE MİKTAR ETKİLERİ

Dış talepte gerçekleşen yıllık değişimleri, ihracat değerinin temelindeki iki ana faktör olan fiyat ve miktardaki gelişmeler bağlamında incelemek, toplam ihracat hızını doğru bir şekilde değerlendirmek açısından önem taşımaktadır. Zira ihracat değerinde gözlenen artışlar, ihraç edilen ürünlerdeki miktar artışına bağlı olabileceği gibi, aynı veya daha düşük seviyedeki bir miktarın daha yüksek fiyatlarda satılmış olmasından da kaynaklanabilmektedir. Bunun aksi yönünde bir açıklama da, ihracat düşüşleri için yapılabilir.

Dış Ticaret Endeksleri İhracattaki Tabloyu Net Görebilmek Açısından Önemli

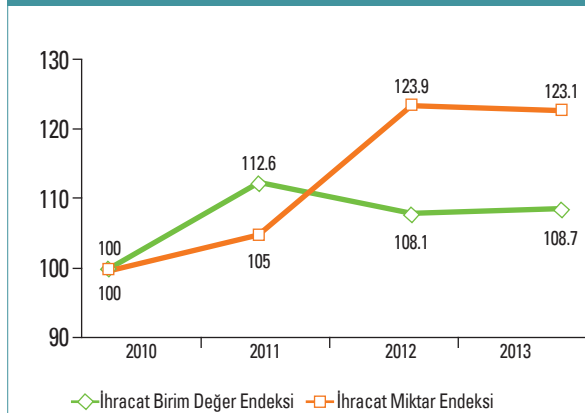
İhracat birim fiyat ve miktar endeksleri, dış talepteki

gelişmeleri bu kapsamda analiz edebilmek amacıyla kullanılmaktadır. TÜİK tarafından açıklanan bu verilerde, taban yılı olan 2010 için endeks 100 olarak kabul edilmektedir. Şekil 3.3'teki grafik, ihracatta gerek birim değer gerekse miktar endeksinin 2010 ve sonrasındaki gelişimini göstermektedir. Buna göre, 2011 yılında fiyatları yansıtan birim endeksinin %12,6, miktar endeksinin ise %5 artış kaydettiği görülmektedir. Dolayısıyla, ilgili dönemde ihracat değerinde yaşanan %18,5 oranındaki artışta hem fiyat hem de miktar etkisi görülmüş, ancak fiyatlardaki artışların daha baskın olduğu gözlenmiştir.

2013 Yılında İhracat Miktar Endeksinde Hafif Bir Düşüş Görüldü

Veriler, 2012 için ise tam tersi bir tablo çizmektedir. Nitekim 2012 yılında miktar endeksinde keskin bir yükseliş kaydedilirken, birim değer endeksinde 4,5 puanlık bir düşüş görülmüştür. Buradan hareketle, söz konusu dönemde gerçekleşen ihracat değer artışının arkasında miktar bazında bir büyüme olduğu ortaya çıkmaktadır. 2013 yılına gelindiğinde ise, gerek birim değer gerekse miktar verilerinde, önceki yılların aksine oldukça küçük hareketler göze çarpmaktadır. Bununla beraber, birim değerde 0,6 puanlık artış, miktarda ise 0,8 puanlık bir düşüş gerçekleşmiştir. Bu, oransal olarak sırasıyla %0,5 ve %-0,6'lık değişimler anlamına gelmektedir. Sonuç olarak, oldukça düşük oranlarda olmakla birlikte, ihracat değerleri üzerinde, miktarın negatif, fiyatın ise pozitif etki yaptığı anlaşılmaktadır.

ŞEKİL 3.3 İHRACAT BİRİM DEĞER VE MİKTAR ENDEKSLERİ (PUAN, 2010-2013)



KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

Miktar Endeksindeki Düşüşte Yakıtlar Grubu Etkili Oldu

2013 yılındaki ihracatın fiyat ve miktar gelişmelerini yansıtan söz konusu veriler, alt kalemler itibarıyla Tablo 3.2'de ele alınmıştır. Tablo, birim değer endeksinde kaydedilen %0,5'lik artışın, makineler ve taşıtlar, hammaddeler, mamul eşyalar ile içki ve tütün başta olmak üzere çeşitli gruplardaki fiyat artışlarından yukarı, buna karşın yağlar, yakıtlar ve sınıflandırılmayan mallardan aşağı yönde etkilendiğine işaret etmektedir. Miktar endeksindeki %0,6 oranındaki düşüş ise, yakıtlar, içki ve tütün ile sınıflandırılmayan mallar kategorilerinden kaynaklanmıştır. Öte yandan endeks verileri, birçok grupta ihracat miktarı artışı yaşandığını, bunların arasında gıda, hammaddeler, yağlar gibi kategorilerin artış hızlarıyla dikkat çektiğini ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, makineler,

TABLO 3.2 İHRACAT BİRİM DEĞER VE MİKTAR ENDEKSLERİNDE YILLIK DEĞİŞİM (%2013)

	Birim Değer Endeksi	Miktar Endeksi
Genel	0,5	-0,6
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	0,3	11,1
İçki ve tütün	16,3	-7,3
Akaryakıt hariç yenilmeyen hammaddeler	3	14,6
Hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağlar, mumlar	-5,7	23,3
Yakıtlar	-4,8	-7,8
Başka yerde belirtilmeyen kimya sanayi ve buna bağlı ürünler	0,6	5,8
Başlıca sınıflara ayrılan işlenmiş mallar	-0,6	2,6
Makineler ve taşıt araçları	3,5	6,2
Çeşitli mamul eşya	3,1	9,1
Başka bir yerde sınıflandırılmayan mallar	-12	-69,4

KAYNAK: TÜİK

taşıtlar, kimya sanayi ürünleri ve çeşitli mamul eşyalarda da, kayda değer miktar artışları yaşanmıştır.

3.4 İHRACATIN İLLERE GÖRE GELİŞİMİ

2013 yılında ihracatta yaşanan gelişimin arka planındaki aktörler, gerek fasıllar gerekse ülkeler bazında ileriki bölümlerde detaylı olarak analiz edilecektir. Bununla birlikte, bilindiği gibi, ihracatın gelişmesinde rol alan bölgeleri de bu kapsamda incelemek gerekmektedir. Nitekim ihracatta öne çıkan oyuncuların iyi tanınarak ilgili performanslarını takip etmek, sorunların tespitine ya da fırsat ve potansiyellerin değerlendirilmesine yönelik politikalar geliştirilmesi anlamında önem taşımaktadır.

Bursa İhracat Sıralamasında

2.liği Elde Etti

Tablo 3.3, 2013 yılında Türkiye'de en yüksek değerlerde ihracat yapan ilk 20 ile dair temel verileri özetlemektedir. Veriler, Türkiye ihracatının motor gücünün %46,7 oranındaki payıyla İstanbul olduğunu açıkça göstermektedir. İstanbul'u %8 bandında birbirine çok yakın oranlarla, sırasıyla Bursa ve Kocaeli izlemiştir. Böylelikle Marmara Bölgesi'nin, sadece bu ilk 3 il bazında, Türkiye ihracatının %63'e yakın bir bölümünü karşıladığı anlaşılmaktadır. Öte yandan, 2012'den farklı olarak Bursa'nın, 2013'te yaptığı atakla Kocaeli'yi geçerek 2. sıraya yerleştiği göze çarpmaktadır. Kocaeli'yi, sırasıyla yaklaşık %6,1 ve %5,3'lük dilimlerle İzmir ve Ankara takip etmiştir. Gaziantep de %4,1 ile 6. sırada yer almıştır. Geri kalan illerin toplam ihracattaki paylarının %3 altında olduğu görülmektedir.

İstanbul'daki İhracat Daralması Büyük Ölçüde Altına Bağlı

İllerin 2013 yılındaki ihracat artış performanslarına bakıldığında ise, Türkiye ihracatının yarıya yakınına sırtlayan İstanbul'da %7,5 oranında bir düşüş fark edilmektedir. İstanbul bazındaki bu gelişmenin, toplam ulusal ihracat hızının yıllık artışına da 3,7 puanlık olumsuz bir etki yaptığı görülmektedir (Şekil 3.4). Ancak ileriki bölümlerde de irdeleneceği üzere, İstanbul'un merkez niteliğinde olduğu birçok sektörde ihracat büyümesi sergilenmişken, bu bölgede böylesine bir düşüş kaydedilmiş olması, akla yine altın ile ilgili gelişmeleri getirmektedir. Nitekim altın ihracatını içermeyen ve bir bakıma mal ihracatının göstergesi niteliğinde olan TİM ihracat verileri incelendiğinde de, İstanbul ilinin 2013 yılında %4,7 oranında bir ihracat büyümesi gerçekleştirdiği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda TİM verileri, İstanbul'un Türkiye ihracat artış hızına söz konusu dönemde 2,1 puanlık olumlu katkı yaptığına da işaret etmektedir. Buradan hareketle, tablodaki verilerin sergilediği İstanbul ili ihracatındaki %7,5 oranındaki düşüşün, büyük ölçüde altın kökenli olduğu sonucunu çıkarmak mümkündür.

İhracat Büyümesine Bursa Olumlu, Kocaeli Olumsuz Katkı Yaptı

Diğer illerin performansına bakıldığında ise, Bursa'nın ihracatta oldukça başarılı bir yıl geçirerek %10,3'lük bir pa-

3 İHRACATIN GELİŞİMİ

TABLO 3.3 İHRACATTA İLK 20 İL (2013)

	İhracat Değeri (milyon \$)	Pay (%)	Yıllık Değişim (%)
İSTANBUL	70.910	46,71	-7,5
BURSA	12.268	8,08	10,3
KOCAELİ	12.172	8,02	-3,4
İZMİR	9.314	6,13	7,6
ANKARA	7.982	5,26	11,8
GAZİANTEP	6.162	4,06	10,4
MANİSA	3.850	2,54	-8,3
DENİZLİ	2.896	1,91	10,4
SAKARYA	2.415	1,59	32,7
ADANA	2.157	1,42	12,6
HATAY	2.008	1,32	-1,5
KAYSERİ	1.671	1,1	5,6
MERSİN	1.566	1,03	19,4
KONYA	1.346	0,89	5,5
TRABZON	1.137	0,75	3,4
ŞİRNAK	1.095	0,72	7,6
ANTALYA	1.066	0,7	9
MARDİN	1.021	0,67	7,7
ESKİŞEHİR	828	0,55	-10,4
KAHRAMANMARAŞ	796	0,52	5,5

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

zar genişlemesi yaşadığı dikkati çekmektedir. Kocaeli'nin kaydettiği %3,4 oranındaki ihracat daralmasının da etkisiyle, Bursa böylelikle 3. sıradan 2.liğe terfi etmiştir. Bursa ilinin ihracat temposundaki bu hareketlilik, mal ihracatı anlamında bir gösterge olan TİM verileriyle de örtüşmektedir. Dolayısıyla, her iki veri seti de, Bursa'nın, 2013'teki toplam dış pazar genişlemesine en olumlu katkı yapan illerden olduğunu gözler önüne sermektedir (Şekil 3.4) 2013 yılında sıralamada 3. konuma gerileyen Kocaeli'ndeki %3,4 oranındaki ihracat azalmasının ise, İstanbul'daki durumun aksine, büyük ölçüde mal ihracatından kaynak-

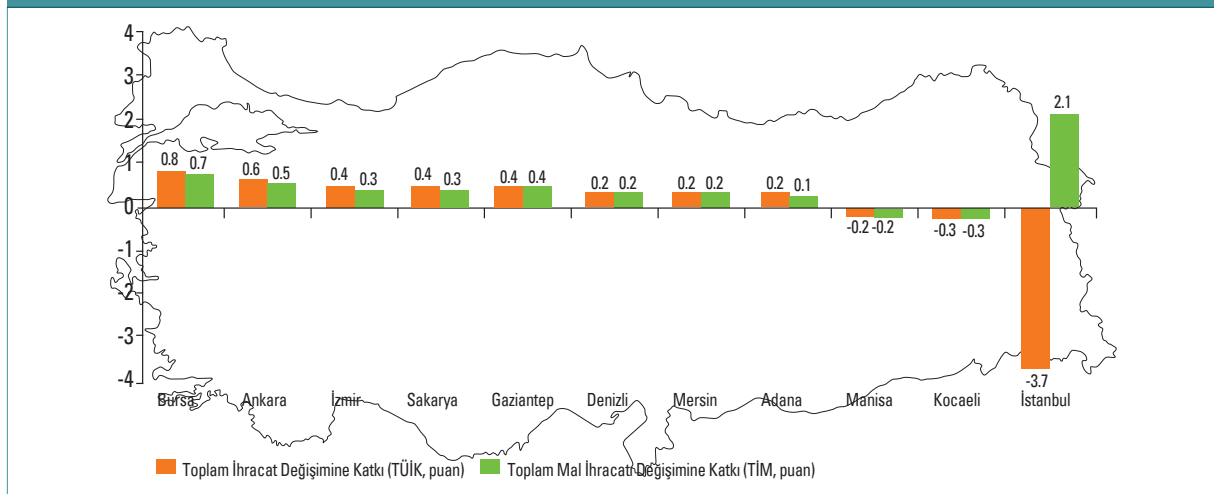
landığı anlaşılmaktadır. Nitekim yine bir gösterge olarak, altın ticaretini içermeyen TİM verilerine başvurulduğunda, ildeki ihracatın 2013 yılında %2,6 düşüş kaydettiği tespit edilmektedir. Bu nedenle 2013, Kocaeli'nin ihracat performansı açısından zayıfladığı bir dönem olarak nitelendirilebilir. Bu doğrultuda yapılan hesaplamalar, söz konusu daralmanın ulusal ihracat artış hızını 0,3 puan aşağı yönlü etkilediğini göstermektedir.

2013 yılında ihracat daralması kaydeden birkaç ilden biri de Manisa olmuştur. Manisa'nın yaptığı ihracat %8,3 düşerek 3.850 milyon dolar seviyesine gerilemiştir. Veriler detaylı olarak incelendiğinde, bu gelişmenin de Kocaeli'ye benzer bir şekilde mal ihracatına bağlı bir düşüş olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda Manisa, 2013 yılında Türkiye ihracat büyüme hızını, 0,2 gibi düşük sayılabilecek bir puanla da olsa, olumsuz etkilemiştir.

İhracat Birçok İlde Canlı Bir Yıl Geçirdi

Öte yandan, Tablo 3.3'te de görüldüğü gibi, ilgili dönemde ilk 20'de yer alan birçok ilde gözle görülür ihracat artışları kaydedilmiştir. Bunlar arasında, büyüme hızıyla en dikkat çeken il ise Sakarya olmuştur. Sakarya ili, ihracatını 2012 yılına göre %32,7 oranında artırarak yıllık toplam ihracat artış oranına 0,4 puanlık bir katkı sağlamıştır. Hız performansında Sakarya'yı, %19,4'lük artış ile Mersin'in takip ettiği gözlenmektedir. Bununla birlikte, en çok ihracat yapan 5. il olan Ankara, gerek nispeten yüksek payı gerekse %11,8 oranında gerçekleştirdiği artışla, toplam ihracat hızını en olumlu etkileyen iller arasında gelmiştir. 4. sırada yer alan İzmir ise, %7,6'lık ihracat artışıyla yıllık performansa yukarı yönlü etki eden illerden olmuştur. Bunun yanı sıra, Gaziantep, Denizli ve Adana illeri de, 2013 yılında çift haneli artış oranlarına imza atarak ihracatta iddialı olduklarını bir kez daha ispatlamıştır.

ŞEKİL 3.4 İHRACAT DEĞİŞİMİNE EN OLUMLU VE OLUMSUZ KATKI YAPAN İLLER (% PUAN, 2013)



KAYNAK: TİM İHRACAT VERİLERİ, TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT



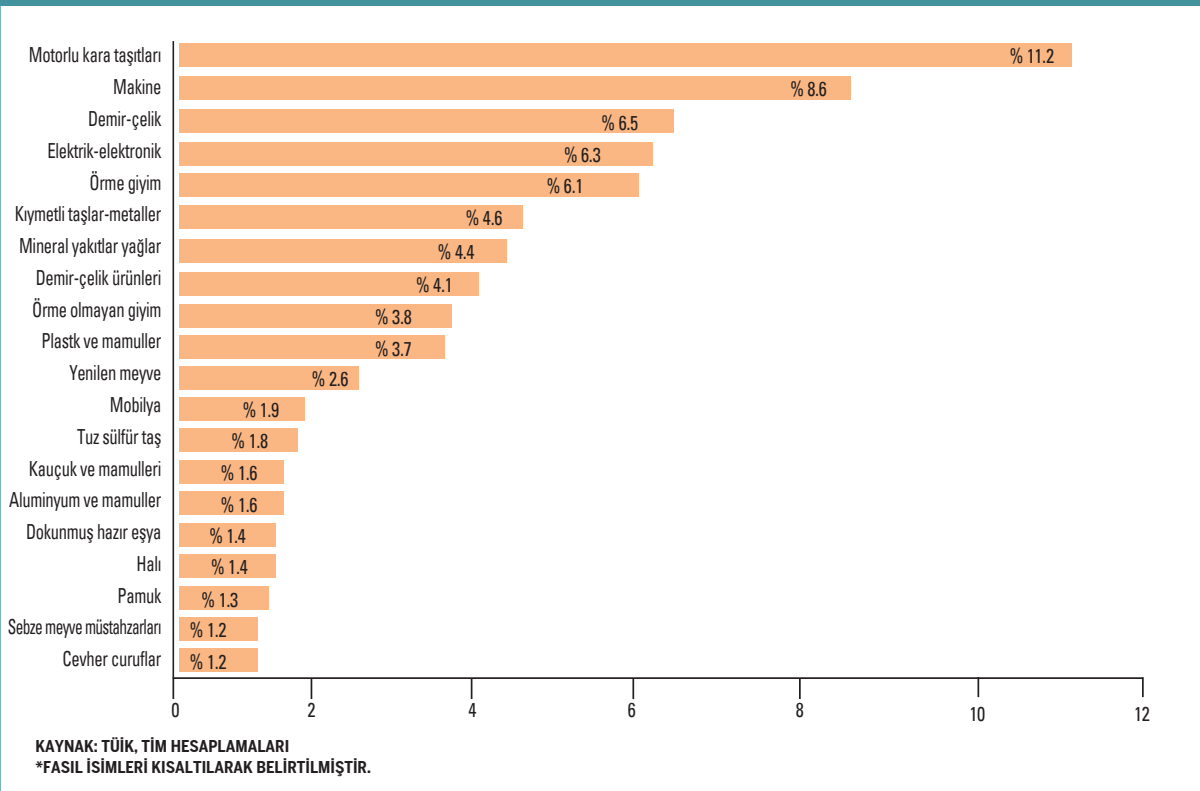
4 ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

4.1 ANA FASILLARA GÖRE İHRACAT

2013 ihracat performansında hangi sektörlerin olumlu veya olumsuz rol aldığını, bir diğer deyişle hangi yurtdışı sektörel pazarlarda genişleme veya daralma yaşandığını irdelemek, gerek mevcut eğilimi anlamak gerekse hedefler belirlemek açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, uluslararası bir uygulama olan Harmonize Sistem (HS)¹ fasıl sınıflandır-

masına göre derlenen dış ticaret istatistiklerinden faydalanılarak, Türkiye'nin ihracatında 2013 yılında en yüksek değer kaydeden ürün grupları, bu bölümde detaylı olarak analiz edilmektedir. Bu kapsamda öncelikle 2- basamaklı ana fasıllarda önde gelenleri incelenecek olup, sonrasında da bu fasılların 4- ve üzeri basamaklı alt ürün gruplarını ele alınacaktır.

ŞEKİL 4.1 İHRACATIN 2-BASAMAKLI ANA FASILLARA* GÖRE DAĞILIMI (2013, %)



İhracata En Büyük Destek Motorlu Taşıtlardan Geldi

Türkiye'nin 2013 yılı ihracatında ilk 3 sırayı, sırasıyla %11,2, %8,6 ve %6,5 oranındaki paylarla motorlu kara taşıtları, makineler ve demir-çelik almıştır (Şekil 4.1). Bunlar arasında gözle görülür bir farkla liderlik kol-tuğuna oturan motorlu taşıtlar faslı ihracatı, 2012'de düşüş kaydetmişken 2013 yılında %12,2'lik bir hızla büyüyerek 17 milyar dolara erişmiştir (Tablo 4.1). Fasıl, yüksek büyüme hızı ve pastadaki büyük dilimi ile Türkiye'nin 2013 yılı ihracat büyüme hızına, 1,2 yüzde puan ile en önemli katkıyı yapan grup olmuştur.

Yıllık İhracat Performansına 2. Büyük Katkısı Makineler Faslı Sağladı

2. sırada yer alan makineler faslı ise %8,3 oranında bir pazar büyümesiyle toplam ihracat artış oranına 0,7 puan destek vererek motorlu kara taşıtlarının hemen ardından gelmiştir. 12 milyar 993 milyon dolar ihracat değerine ulaşan makineleri takip eden demir-çelik faslı ise, 3. sırada yer almakla birlikte, 2013 yılında %12,5 oranında bir daralma kaydettiği göze çarpmaktadır. Fasıl ihracatı, buna bağlı olarak, 9 milyar 921 milyon dolar seviyesine düşerek, yıllık ulusal ihracat hızını 0,9 puan olumsuz etkilemiştir.

¹HS sınıflandırması, 97 adet 2-basamaklı ana fasıldan oluşmakta olup, her bir fasıl kendi içinde 4- ve 6-basamaklı alt fasıllara ve bunlar da 12 basamağa kadar uzanan daha detaylı ürün tanımlamalarına ayrılmaktadır.

Elektronik Yavaş, Örne Giyim Hızlı Tempoda İlerledi

9 milyar 546 milyon dolarlık ihracatla 4.lük konumunda olan ve toplam ihracatın %6,3'üne sahip olan elektronik-elektronik faslının, aynı dönemde yavaş bir tempo izlediği ve %1,8 büyüme kaydettiği gözlenmektedir. Onu takip eden örme giyim eşyaları ihracatı ise, %10 oranındaki yüksek sayılabilecek büyüme hızıyla 9 milyar 248 milyon dolar düzeyine erişmiştir. Söz konusu dönemde Türkiye ihracatının %6,1'lik bölümüne imza atan örme giyim faslı bu performansıya, ulusal ihracat artışına en olumlu etki yapan 3. grup olmuştur.

Kıymetli Taşlar-Metaller Faslı Toplam İhracat Hızını 6,1 Puan Aşağı Çekti

Öte yandan veriler, 2013 ihracat gelişiminde en önemli unsurun, kıymetli taşlar metaller faslı olduğunu bir kez daha gözler önüne sermektedir. Nitekim fasıl, bir önceki bölümdeki analizlerde detaylı olarak sergilediği üzere, işlenmemiş altına yönelik talepteki keskin düşüş nedeniyle söz konusu dönemde %57,3 oranında bir daralma kaydederek 6. sıraya gerilemiştir. Bu

bağlamda, 2012'de 16,33 milyar dolar olan fasıl ihracatı, bir sene içerisinde 6,98 milyar dolar düzeyine inmiştir. Böylece grubun 2012 yılı ihracat pastasında %10,7 oranında olan dilimi, 2013 yılında %4,6'ya düşmüştür. Kıymetli taşlar metaller grubu ihracatındaki bu ciddi düşüş, Türkiye'nin yıllık genel ihracat hızını da 6,1 puan aşağı yönlü etkilemiştir. Bu ise, 2013'te kaydedilen %-0,4'lük genel ihracat değişim oranının arkasında yatan temel sebep olmuştur. Nitekim Tablo 4.1'de de görüldüğü gibi, elektronik ve mineral yakıtlar-yağlar dışında çoğu sektör önemli büyüme rakamlarına imza atmış, bir diğer deyişle, mal ihracatı 2013'te başarılı bir dönem geçirmiştir.

Enerji İhracatı Düşüşe Geçti

Dış talep açısından olumlu gelişmeler yaşayan bu gruplardan dikkat çekenlere kısaca değinmeden önce, 7. sırada yer alan ve enerji grubu olarak nitelendirilebilecek mineral yakıtlar-yağlar faslı ihracatında 2013'te %12,8 oranında bir azalma kaydedildiğini belirtmek gerekir. Söz konusu daralma, genel yıllık ihracat hızı üzerinde 0,7 puanlık olumsuz bir etki yapmıştır. Bu faslı takip eden demir-çelik ürünleri ise, durgun sayılabilecek bir yıl geçirmiş ve %0,9 ihracat artışı gerçekleştirmiştir.

TABLO 4.1 FASILLAR VE İHRACAT (2013)

	İhracat Değeri (milyon \$)	İhracat Değişim Hızı (%)	Toplam İhracat Değişim Hızına Katkı (puan)
Motorlu kara taşıtları	17.001	12,2	1,2
Makine	12.993	8,3	0,7
Demir-Çelik	9.921	-12,5	-0,9
Elektrik-Elektronik	9.546	1,8	0,1
Örme giyim	9.248	10	0,5
Kıymetli taşlar-metaller	6.978	-57,3	-6,1
Mineral yakıtlar yağlar	6.724	-12,8	-0,7
Demir-çelik ürünleri	6.149	0,9	0
Örme olmayan giyim	5.715	5,2	0,2
Plastik ve mamulleri	5.609	11,9	0,4
Yenilen meyve	3.969	4,3	0,1
Mobilya	2.831	17	0,3
Tuz sülfür taş	2.747	10,7	0,2
Kauçuk ve mamülleri	2.482	2,4	0
Alüminyum ve mamulleri	2.364	5	0,1
Dokunmuş hazır eşya	2.192	15,1	0,2
Halı	2.188	9,5	0,1
Pamuk	1.929	8	0,1
Sebze-meyve müstahzarlar	1.800	4,5	0,1
Cevher cüruf	1.774	27,5	0,3
Diğer fasıllar	37.646	12,6	2,8
Genel Toplam	151.807	-0,4	

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

4 ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

Birçok Ürün Grubunda Çift Haneli İhracat Artışı Kaydedildi

2013 yılında dış pazarlarda genişleme yaşanmasına katkıda bulunan diğer sektörlerin başında ise, %11,9 talep artışı kaydeden plastik ve mamulleri gelmiştir. Plastik grubu, bu performansı ile Türkiye ihracatı yıllık hızını 0,4 puan yukarı yönlü etkilemiştir. Bunun yanı sıra, mobilya ile cevher ve cüruflar fasıllarının da, çift haneli ihracat artış oranlarıyla toplam hıza her biri 0,3 puan olmak üzere katkıda bulunduğu dikkat çekmektedir. Öte yandan, çift haneli pazar genişlemesi kaydeden fasıllar olarak, tuz, sülfür ve taşlar ile dokunmuş hazır eşya grupları ön plana çıkmaktadır. İlk 10 sektör arasında yer alan örme olmayan giyim eşyaları ihracatının da, %5,2 oranındaki artışıyla, örme giyim faslının işaret ettiği hazır giyime yönelik dış talepteki olumlu gelişmeleri desteklediği görülmektedir. Bununla birlikte, halı sektörü de, %9,5'lik artış ile dış pazarlarda başarılı bir yıl geçiren sektörler arasında yerini almıştır. İhracat sıralamasında ilk 20'de bulunmayan diğer sektörlerin de toplamda

ortalama %12,6 büyüyerek, yıllık genel ihracat değişim oranına 2,8 puanlık katkı yaptığını da eklemekte fayda vardır.

Altın Hariç Mal İhracatı Başarılı Bir Performans Sergiledi

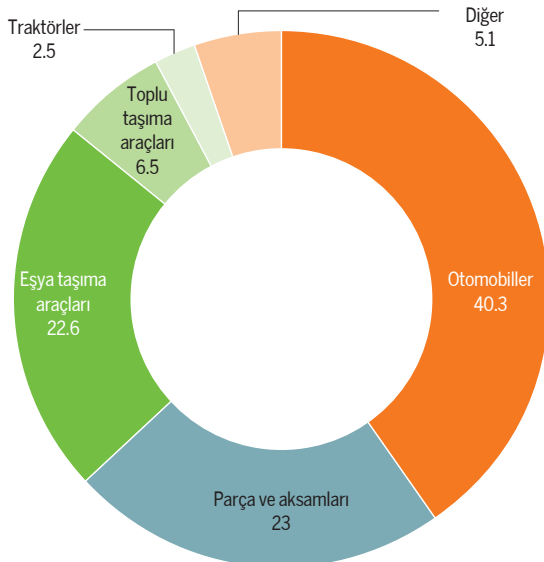
Sonuç olarak 2013 yılı, birçok fasıl açısından kayda değer ihracat büyüme performanslarına sahne olan bir dönem olmuş, dış talebin en yoğun olduğu gruplar arasında ise sadece demir-çelik ve mineral yakıtlar-yağlarda olumsuz gelişmeler gözlenmiştir. Ancak negatif ihracat değişimi kaydeden bu iki fasıl, ulusal ihracat büyümesine toplamda yalnızca -1,6 puanlık olumsuz etki yapmıştır. Dolayısıyla, 2013 yılında tüm fasıllar bazında ağırlıklı bir şekilde büyüme kaydeden mal ihracatının toplam hızını 0 düzeyinin altına çeken asıl unsur, kıymetli taşlar ve metaller grubu olmuştur. Önceki bölümlerde de tespiti yapılan bu analiz, söz konusu dönemde mal ihracatının esas itibarıyla olumlu bir trend izlediğini ancak bu başarının, altının sert etkisiyle gölgede kaldığını bir kez daha gözler önüne sermektedir.

4.2 ALT FASILLARA GÖRE İHRACAT

İhracatın ana fasıllara göre gelişimini gösteren yukarıdaki veriler ve açıklamalar, 2013 yılındaki genel tabloyu ortaya koymuştur. Bununla birlikte, fasıllardaki ilgili gelişmeleri tetikleyen alt faktörleri de anlamak önem

arz etmektedir. Bu bağlamda, öne çıkan fasılların 4- ve daha ileri basamaklı alt fasıllarının incelenmesi ve böylece spesifik ürün gruplarının ihracat performansında ne derece rol aldığı belirlenmesi anlamlı olacaktır.

ŞEKİL 4.2 MOTORLU KARA TAŞITLARI İHRACATININ ALT FASILLARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

4.2.1 Motorlu Kara Taşıtları

Motorlu Taşıtlar İhracatı 2013'te Canlandı

2000'li yıllarda yakaladığı ciddi ivme sonucunda 2004 yılında Türkiye ihracatında liderlik konumunu elde eden ve güçlü performansı ile, bunu kriz dönemi olan 2009 dışında istikrarlı bir şekilde sürdüren motorlu kara taşıtları ve aksesuarları, 2012 yılında, ana pazarı olan Avrupa'daki ekonomik durgunluğun etkisiyle %4,1 talep daralması yaşamıştır. 2013 yılında ise, pazardaki hareketlenmeyle birlikte yeniden yükselişe geçmiş ve %12,2 artışla 17 milyar dolar ihracat düzeyine ulaşmıştır.

Motorlu Taşıtlarda Lider İhracatçı Grup Otomobiller

Türkiye'nin dış pazarlarda en güçlü temsilcisi olan

motorlu taşıtlar sektörünün başarısının temelinde yatan alt ürün grupları incelendiğinde, otomobillerin %40,3'lük dilimle başı çektiği tespit edilmektedir (Şekil 4.2). Otomobil grubunu, yine önemli bir paya sahip olan motorlu taşıt parça ve aksesuarları takip etmektedir. Parça ve aksesuarlar, 2013 yılı toplam kara taşıtları ihracatının %23'ünü temsil etmiştir. Damperler ağırlıklı olan eşya taşımaya mahsus araçlar da, buna oldukça yakın bir oran olan %22,6 ile 3. sırada yer almaktadır. Öte yandan veriler, otobüs, midibüs ve minibüsleri içine alan toplu taşıma araçlarının %6,5, traktörlerin ise %2,5 oranında paya sahip olduğunu göstermektedir. Motorlu kara taşıtları ve aksesuarları faslı, grafikte de görüldüğü üzere birkaç ana alt fasıl çerçevesinde şekillenmekle birlikte, bu alt grupların performanslarını değerlendirmek sektör içindeki dinamikleri anlamak açısından yararlı olacaktır. Bu minvalde Tablo 4.2, önde gelen 5 alt fasılın son 3 yılda sergilediği ihracat gelişimini ve Türkiye'nin dış pazarlarda gözbebeği olan motorlu taşıtlar ihracatı üzerinde oynadığı rolü rakamlarla ortaya koymaktadır.

Taşıtların Motor Gücü 2013'te Otomobil Oldu

Buna göre, ihracat daralmasının yaşandığı 2012 yılında, taşıt parça ve aksesuarları ile traktörler dışındaki

alt kategorilerde bir düşüş yaşandığı gözlenmektedir. Sonrasında 2013 yılında gelen sıçramada ise, tüm gruplar yukarı yönlü hareket etmiştir. Bunlar arasında en hızlı tırmanışı, sırasıyla %14,8 ve %13,8'lik oranlarla parça ve aksesuarlar ile eşya taşıma araçları gerçekleştirmiştir. Bu iki alt fasıl, 2013 yılında %12,2 genişleme kaydeden motorlu kara taşıtları faslı ihracatının sırasıyla %3,3 ve %3,1 puanlık kısmını oluşturmuştur. Sektörün yıllık performansına en ciddi katkıyı ise, sahip olduğu %40,3'lük payın etkisiyle, otomobiller grubu sağlamıştır. %13'lük önemli bir büyümeye imza atan otomobil ihracatı, sektörün dış pazarlardaki genişlemesine 5,2 puan olumlu etki yapmıştır. Dolayısıyla, 2013 yılında kara taşıtları ihracatının motor gücünün otomobiller olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra, tek haneli paylara sahip olan toplu taşıma araçları ve traktörler de, sırasıyla %7,7 ve %5,5 oranlarında ihracat artışı sergileyerek, fasılın yıllık değişim hızına mütevazı katkılarda bulunmuştur. Söz konusu alt fasıllar, ortalama ihracat birim fiyatları açısından incelendiğinde ise, en yüksek satış fiyatının, kg. başına 12,9 dolar ile toplu taşıma araçlarında gerçekleştiği dikkat çekmektedir (Tablo 4.2). Bunu, ortalama kg. birim fiyatı 9,8 dolar olan otomobiller izlemektedir. Eşya taşımaya mahsus taşıtların kilogram değeri 8,9 dolar olurken, traktörler ile parça ve aksesuarların daha düşük seviyelerde satış fiyatları olduğu gözlenmektedir.

TABLO 4.2 MOTORLU KARA TAŞITLARI İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ						
	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Otomobiller	6.486	6.069	6.857	13	5,2	9,8
Parça ve aksesuarlar	3.371	3.404	3.907	14,8	3,3	5,1
Eşya taşıma araçları	3.963	3.386	3.851	13,8	3,1	8,9
Toplu taşıma araçları	1.044	1.025	1.103	7,7	0,5	12,9
Traktörler	369	401	423	5,5	0,1	6,8

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

4.2.2 Makineler

Makine İhracatı Kriz Sonrasındaki Kesintisiz Büyümesini 2013'te de Sürdü

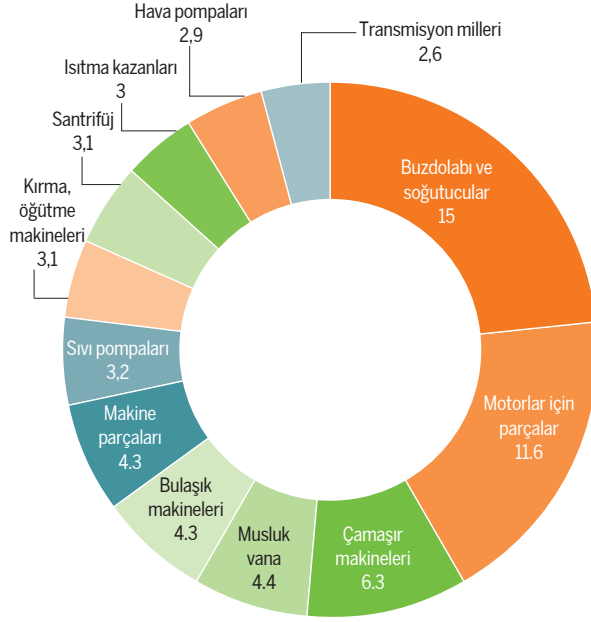
Makineler ihracatı da, 2000'li yıllarda ciddi hamleler yapmış ve kararlı büyüme performansı sayesinde 2007 yılında Türkiye ihracatı fasıllar sıralamasında 2.lık koltuğuyla tanışmıştır. 2009, 2010 ve 2011 yıllarında da bu pozisyonu sahiplenen makineler faslı, 2012'de kıymetli taşlar metaller grubundaki sıra dışı hareketler nedeniyle bir alt sıraya kaymış olmakla

birlikte, söz konusu dönemde de büyümesini sürdürmüştür. Böylelikle 2012 yılında 12 milyar dolar seviyesine ulaşan fasıl, 2013'te ise %8,3 oranında tırmanışla 13 milyar dolar düzeyinde ihracat gerçekleştirmiş ve Türkiye'nin en çok ihracatını yaptığı 2. ürün grubu olmuştur.

Son yıllarda dış pazarlarda istikrarlı bir şekilde büyümeye devam eden makineler fasılının, bu başarısını hangi ürünlere borçlu olduğu incelendiğinde, çeşitli ağırlıklarda paya sahip birçok gruba rastlanmaktadır. Bunlar arasında en ön plana çıkanların ise, fasıl ihracatının sırasıyla %15 ve %11,6'luk bölümlerini

4 ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

ŞEKİL 4.3 MAKİNELER İHRACATININ ALT FASILLARA GÖRE DAĞILIMI (% , 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI
*GRAFİKTE YER ALMAYAN DİĞER ALT FASILLAR MAKİNELER FASLININ %36,3'ÜNÜ TEŞKİL ETMİŞTİR.

oluşturan buzdolabı ve soğutucular ile motorlar için parçalar olduğu görülmektedir (Şekil 4.3). Bunlardan ilk sırada yer alan soğutucular 2013 yılında hafif bir düşüş kaydederken, motorlar için parçalar alt faslında ise %8,5 ile kayda değer bir büyüme göze çarpmaktadır.

Bu bağlamda motorlar için parçalar grubu, makineler faslının yıllık ihracat artış hızına 1 puanlık olumlu bir etki yapmıştır (Tablo 4.3). Bu grubun, ihracat birim değeri açısından da, kg. başına 18,2 dolarla, en yüksek rakam kaydeden alt fasıl olduğu dikkat çekmektedir.

Makine Faslının Alt Gruplarında İhracat Büyümesi Hâkim

Sektörün en çok ihracat değer kaydeden 3. ve 4. kalemeleri olan çamaşır makineleri ile musluk ve vanalar da, sırasıyla %9,8 ve %25,3 oranlarında artırdıkları satışlarla, faslın dış pazarlardaki temposunu artıran unsurların başında gelmiştir. Musluk ve vanalar kategorisi aynı zamanda, önde gelen alt fasıllar arasında en yüksek artışı gerçekleştiren grup olarak ve nispeten yüksek birim fiyatıyla göze çarpmaktadır. Öte yandan her biri pastadan %4,3'lük paylar alan bulaşık makineleri ile makine parçalarının, 2013 yılında birbirine ters yönlü hareket ettiği görülmektedir. Nitekim bulaşık makineleri ihracatı kayda değer bir artışla %10,9 yükselirken makine parçalarına olan talepte ise %4,2 oranında daralma yaşanmıştır. Bununla birlikte, %3 bandındaki sıvılar için pompalar ile kırma ve öğütme makinelerinin, sırasıyla %8,5 ve %5,7'lik hızlarla, santrifüj ile merkezi ısıtma kazanlarının ise çift haneli oranlarla büyüme sergilediği gözlenmektedir. Ayrıca, %2 bandında dilimlere sahip olan hava pompaları ve transmisyon millerinde de, %8'i aşan önemli ihracat artışları kaydedilmiştir. Sonuç olarak, alt grupların ağırlıklı bir şekilde ihracat büyümesi gerçekleştirerek toplam fasıl gelişimine çeşitli derecelerde katkıda bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Daha alt sıralarda yer aldığı için tabloda bulunmayan ürünlerden, dizel ve yarı dizel motorlar, klimalar, mensucat yıkama ütüleme makineleri ve buldozerler de çift haneli artışlarla toplam ihracat hızını olumlu etkilemiştir. İhracat ortalama birim satış değerlerine bakıldığında ise, birçok grubun tek basamaklı fiyatlara sahip olduğu fark edilmektedir. Bunlar arasında çamaşır makineleri en düşük seviyede, motorlar için parçalar, sıvı pompaları, musluk ve vanalar ise ön sıralarda yer almaktadır.

TABLO 4.3 MAKİNELER İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/ kg)
Buzdolabı ve soğutucular	1.811	1.962	1.953	-0,5	-0,1	4,6
Motorlar için parçalar	1.413	1.395	1.514	8,5	1	18,2
Çamaşır makineleri	736	740	813	9,8	0,6	2,9
Musluk, vanalar	395	452	566	25,3	1	10,2
Bulaşık makineleri	463	503	558	10,9	0,5	6,3
Makine parçaları	697	578	553	-4,2	-0,2	4,1
Sıvı pompaları	365	389	422	8,5	0,3	10,3
Kırma, öğütme makineleri	346	386	408	5,7	0,2	4,5
Santrifüj	325	344	399	16	0,5	8,3
Merkezi ısıtma kazanları	354	350	386	10,1	0,3	8,5
Hava pompaları	353	343	371	8,2	0,2	7,8
Transmisyon milleri	274	315	343	8,8	0,2	6,7

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

4.2.3 Demir-Çelik

Demir-Çelik 2013'te İhracat Daralması Kaydetti

Demir-çelik de, motorlu taşıtlar ve makineler gibi, 2000'li yıllarda dış pazarlarda yükselişe geçen gruplardan olmuş, özellikle 2003 sonrasında yaptığı sıra dışı atakla Türkiye ihracatının güçlenmesinde önemli rol oynamıştır. 2005 ve 2009 yılları dışında hatırı sayılır oranlarda pazar genişlemeleri kaydeden demir-çelik, 2011 yılındaki %28,1'lik artışın ardından 2012'de %0,9'luk büyüme oranıyla durgun bir yıl geçirmiş, sonrasında ise düşüşe geçmiştir. Bu bağlamda 2013 yılında %12,5 talep daralması yaşayan fasıl ihracatı, böylelikle 9,9 milyar dolar seviyesine gerilemiştir.

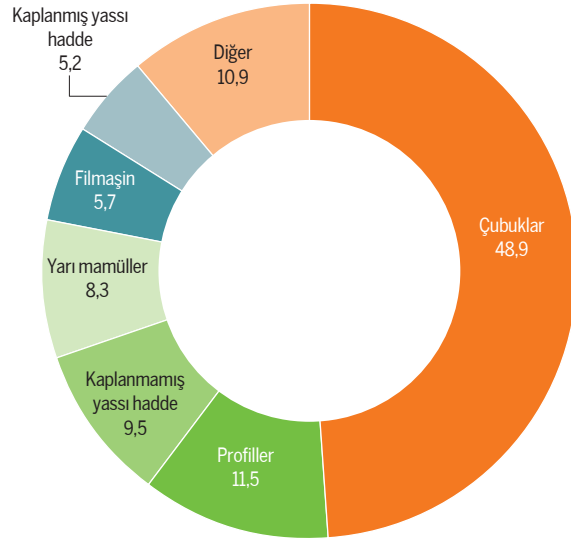
Fasılın Dış Pazarlardaki Payının Yarıya Yakınına Demir Çubuklar Oluşturdu

Demir-çelik ticaretinin hangi alt gruplardan oluştuğuna göz atıldığında, belli başlı birkaç alt grubun dış pazarlarda hâkim olduğu ve ihracatın yarıya yakın bir bölümünü demir veya alaşımsız çelikten çubukların oluşturduğu fark edilmektedir. Zira 2013 yılında söz konusu grup 4.857 milyon dolarlık satışla, fasıl ihracatının %48,9'unu oluşturmuştur (Şekil 4.4). Demir-çelik ticaretinde ikinci sırayı ise 1.145 milyon dolarlık ihracatı ve %11,5'lik payıyla profiller almıştır. Bunu, %9,5 ile, kaplanmamış ve kalınlığı 600 mm veya daha fazla olan yassı hadde ürünleri takip etmiştir. Demir veya alaşımsız çelikten yarı mamuller ve filmaşın, sektörel ihracatın sırasıyla %8,3 ve %5,7'sini gerçekleştirirken, kaplanmış yassı hadde ise %5,2 oranında bir paya sahip olmuştur.

Demir-Çelik İhracatı Düşüşünde Yarı Mamuller ve Çubuklar Rol Oynadı

Bu alt fasılların yıllara göre gelişimi incelendiğinde, 2012 yılında sektördeki ivme kaybının yansımaları-

ŞEKİL 4.4 DEMİR-ÇELİK İHRACATININ ALT FASILLARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*GRAFİKTEKİ FASILLARIN TÜMÜ "DEMİR VEYA ALAŞIMSIZ ÇELİK" OLUŞMAKTADIR.

nın, özellikle kaplanmamış yassı hadde ve filmaşın gruplarında görüldüğü söylenebilir. 2013 yılındaki fasıl ihracat daralmasında ise, 2012 yılında yukarı yönlü hareket eden çubuklar ile yarı mamuller kategorilerinin ertesi sene ani düşüşe geçmelerinin etkili olduğu açıkça gözlenmektedir. Bu çerçevede, 2013 yılında %52,9 oranında ihracat daralması kaydeden demir veya alaşımsız çelikten yarı mamuller 826 milyon dolar seviyesine gerilemiş ve demir-çelik fasıl genelindeki artış hızını 8,2 puan olumsuz etkilemiştir (Tablo 4.4). Keza lider konumda bulunan çubuklar fasıl da, aynı dönemdeki %10,1'lik düşüşüyle, toplam demir-çelik ihracatının performansını 4,8 puan aşağı çekmiştir. Fasıl bazında en sert daralmalara yol açan bu iki grup, esas itibarıyla demir-çelik ihracatının 2013 yılındaki %12,5'lik ciddi düşüşünü büyük ölçüde açıklamaktadır.

Ancak bununla birlikte, kaplanmamış yassı hadde mamullerindeki %36,8'lik keskin yükselişin de, fasıl

TABLO 4.4 DEMİR-ÇELİK İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$ / kg)
Çubuklar	4.744	5.402	4.857	-10,1	-4,8	0,59
Profiller	1.291	1.236	1.145	-7,4	-0,8	0,7
Kaplanmamış yassı hadde	1.237	689	942	36,8	2,2	0,6
Yarı mamuller	1.531	1.752	826	-52,9	-8,2	0,55
Filmaşın	849	689	563	-18,3	-1,1	0,6
Kaplanmış yassı hadde	410	577	516	-10,6	-0,5	0,95

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

4

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

İhracatına 2,2 puanlık pozitif bir katkıda bulunduğu nu belirtmek gerekir. İhracat sıralamasında ön sıralarda yer alan ve dolayısıyla tabloda verileri sunulan diğer tüm alt ürün gruplarında 2013, düşüş yılı olmakla birlikte, nispeten daha küçük paylara sahip olan diğer bazı ürünlerin ise pozitif büyüme rakamlarıyla bu olumsuz etkileri bir nebze hafiflettiği gözlenmektedir. Bu gruplar arasında, sırasıyla %36,9 ve %19,2 ihracat artışı gerçekleştiren paslanmaz çelikten yassı hadde ürünleri ile demir veya alaşım

çelikten teller sayılabilir. Bunun yanı sıra, ferro alyaj da, %21 oranındaki güçlü talep büyümesiyle dikkat çeken alt fasıllar arasında yerini almıştır. Söz konusu tüm kategorilerin ihracat birim fiyatları ise, birbirine yakın ve oldukça düşük değerlere işaret etmektedir. Demir-çelik faslı ihracatında ortalama kg. fiyatı birçok ürün grubunda 0,55-0,7 dolar aralığında olmakla birlikte, kaplanmış yassı hadde için bir miktar daha yüksek seyretmiş ve 0,95 dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

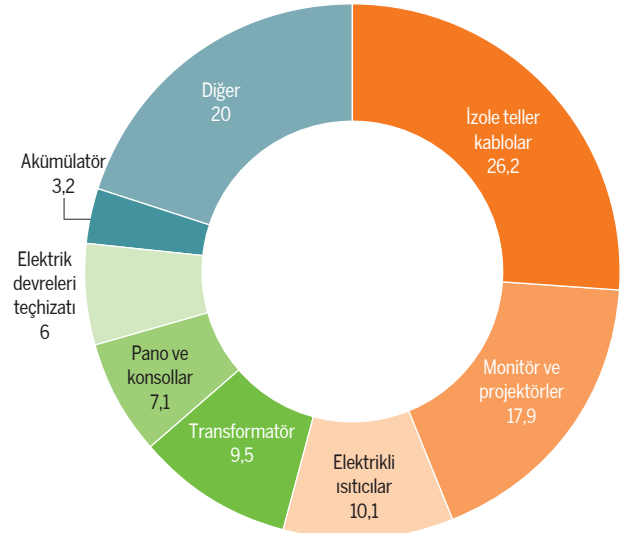
4.2.4 Elektrik-Elektronik Elektronik İhracatı 2013'te İvme Kaybederek Büyüdü

Elektrik-elektronik, Türkiye'nin 2000'li yıllarda dış pazarlara yayılma başarısında önemli paya sahip sektörlerden olmuştur. Zira elektrik-elektronik cihazlar ihracatı söz konusu dönemde 2009 dışındaki tüm yıllarda düzenli bir yükseliş eğilimi sergilemiştir. Bu bağlamda, son döneme göz atıldığında, 2011 yılında %17,8 büyüyen fasıl ihracatının, 2012'de ise daha düşük bir hızla %5,7 artarak 9,4 milyar dolar seviyesine ulaştığı görülmektedir. 2013 yılı ise, elektrik-elektronik ihracatında ivme kaybının devam ettiği ve yıllık %1,8'lik bir artışın kaydedildiği bir yıl olmuştur.

Elektrik-Elektronik İhracatında İzole Teller ve Kablolar Başlı Çekiyor

Şekil 4.5, elektrik-elektronik cihazlar faslını teşkil eden alt kalemlerin dağılımını sunmaktadır. Buna göre, 2013 yılında faslın 1/4'ten fazlasını, %26,2 ile izole teller ve kablolar temsil etmiştir. Bu grup, ağırlıklı olarak elektrikli iletkenler ile kablo bağlantı takımlarından oluşmaktadır. Faslın dış ticaret pas-tasında 2. en büyük payı ise, %17,9 ile monitör ve projektörlerin aldığı gözlenmektedir. Bu ürünler televizyonlara yönelik olup, 2013 yılında ağırlıklı olarak LCD ekranları içermiştir. 3. sırada yer alan elektrikli ısıtıcılar kategorisi, fasıl ihracatının 1/10'luk kısmını gerçekleştirmekle birlikte, yoğunluklu olarak ocak ve fırın satışına dayanmaktadır. Bunu izleyen transformatörler de, %9,5 ile hatırı sayılır bir dilime sahip olup, sıvı dielektrikli transformatör ihracatına ağırlık vermektedir. Pano ve konsollar olarak tabir edilen alt kategoride ise, elektrik kontrol ve dağıtımına mahsus tablo, pano ve konsollar ile sayısal kontrol cihazları yer almaktadır. Bu grubun gerçekleştirdiği ihracatın,

ŞEKİL 4.5 ELEKTRİK-ELEKTRONİK İHRACATININ ALT FASILARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

sayısal kumanda panoları ve cihazlar üzerine yoğunlaştığı ifade edilebilir. Elektrik-elektronik faslı ihracatında %6'lık yer tutan devreler kategorisinde ise, en çok talep gören ürünleri, fişler ve soketler, devreler için prefabrik elemanlar, otomatik devre kesiciler ve anahtarlar olarak özetlemek mümkündür. %3,2'lik bir dilime sahip olan akümülatörler alt faslı da, ağırlıklı olarak pistonlu motorlar için kurşun asitli starter akümülatörler ihraç etmiştir. Grafikte de görüldüğü gibi, bu gruplar dışında kalan daha küçük paylara sahip alt fasıllar ise elektrik-elektronik ihracatının 2013 yılı için %20'lik kısmını açıklamaktadır. Tüm bu veriler, faslın dış pazarlarda çok malı bir yapıya sahip olduğuna işaret etmektedir.

Elektronik İhracatının Durulmasındaki Etken LCD Ekranlar Oldu

Çok ürünlü bir ihracat portföyü içeren elektrik-

TABLO 4.5 ELEKTRİK-ELEKTRONİK İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$ / kg)
İzole teller kablolar	2.314	2.383	2.501	5	1,3	6,2
Monitör ve projektörler	1.872	2.168	1.713	-21	-4,9	27,7
Elektrikli ısıtıcılar	856	920	969	5,3	0,5	4,7
Transformatörler	730	754	906	20,1	1,6	7,3
Pano ve konsollar	388	443	676	52,6	2,5	14,5
Elektrik devreleri teçhizatı	506	527	573	8,8	0,5	14,8
Akümülatörler	227	247	306	23,5	0,6	3,2

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

elektronik ticaretinin gelişiminde hangi alt grupların olumlu ve olumsuz rol aldığına kısaca değinmekte fayda vardır. Tablo 4.5 incelendiğinde, sektörün dış pazarlardaki lideri konumunda olan izole teller ve kablolarla yönelik talebin, makul artış hızını 2013'te de sürdürdüğü gözlenmektedir. Bu bağlamda, %5 büyüyen izole tel ve kablo ihracatı, ulusal elektrik-elektronik ihracatının yıllık hızına 1,3 puanlık katkıda bulunmuştur. Grup, ortalama satış fiyatı açısından ise, 6,2 dolarla, diğer alt fasıllar içinde bir miktar düşük seviyede kalmaktadır. Hesaplamalar, yıllık hıza en büyük katkının ise, %52,6'lık ciddi pa-

zar genişlemesi kaydeden pano ve konsollardan geldiğini ortaya koymaktadır. Bu grup, fasıl içerisinde nispeten yüksek ihracat birim fiyatıyla da dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, transformatörler de %20,1 oranında başarılı bir ihracat artışı kaydetmiş ve yıllık fasıl büyümesine 1,6 puanlık hız katmıştır. Öte yandan veriler, kg. başına 27,7 dolarla fasılın en yüksek birim değerine sahip olan monitörlerde yaşanan %21'lik keskin ihracat daralmasının, Türkiye'nin 2013 yılındaki elektrik-elektronik ihracatındaki durgunlaşmanın arkasında yatan sebep olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

4.2.5 Örme Giyim

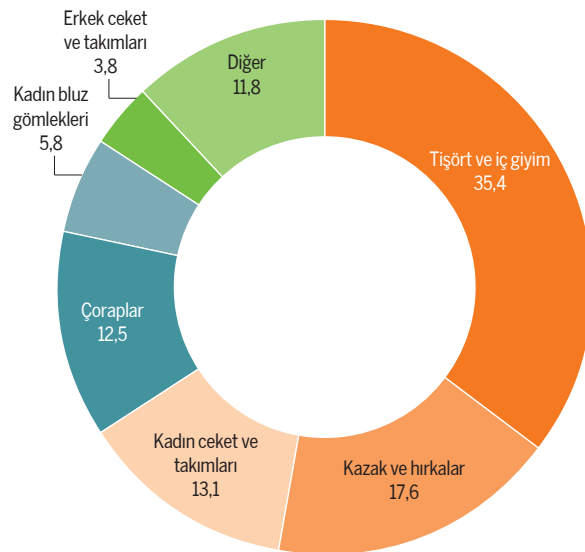
2013 Senesi Örme Giyim İhracatına Hareket Getirdi

2000'li yılların başlarında Türkiye ihracatında 1 numaralı sektör konumunda olan örme giyim, liderlik koltuğunu 2004 yılında motorlu kara taşıtlarına kaptırmakla birlikte, sonraki yıllarda büyümesini sürdürmüş ve ulusal ihracatın yapı taşlarından biri olmaya devam etmiştir. Bu dönem içerisinde sadece 2008 ve 2009 yıllarında düşüş yaşayan örme giyim ihracatı, kriz sonrasında ise yeniden toparlanma sürecine girmiştir. Bununla beraber, 2012 yılında fasılın ana pazarı olan Avrupa'daki durgunluk, sektörün ihracatına olumsuz yansımış ve yıllık bazda sadece %0,5 oranında bir büyüme kaydedilmiştir. Ancak Avrupa pazarlarından etkilenen aynı trendi izleyen diğer fasıllara benzer bir biçimde, örme giyim ihracatı 2013'te yeniden canlanmış ve %10 oranında artarak 9,3 milyar dolar seviyesine yükselmiştir.

Tişört ve İç Giyim, Örme Giyim İhracatının Üçte Birinden Fazlasını Elinde Tutuyor

Türkiye'nin yıllardır lokomotif ihracat fasılların-

ŞEKİL 4.6 ÖRME GİYİM İHRACATININ ALT FASILLARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

dan olan örme giyim eşyaları, alt fasıllar itibariyle ele alındığında, belli başlı ürün gruplarının pazara hâkim olduğu dikkat çekmektedir. Bunlar arasında, dış pazarlardaki örme giyim talebinin üçte birinden fazlasını elinde tutan tişört ve iç giyim kategori-

4

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

TABLO 4.6 ÖRME GİYİM İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$ / kg)
Tişört ve iç giyim	3.050	3.090	3.280	6,1	2,3	24,6
Kazak ve hırkalar	1.321	1.399	1.632	16,6	2,8	23,1
Kadın ceket ve takımları	1.124	1.108	1.213	9,5	1,2	28,6
Çoraplar	1.057	993	1.153	16,1	1,9	17,1
Kadın bluz ve gömlekleri	622	561	534	-4,9	-0,3	29,5
Erkek ceket ve takımları	216	254	349	37,6	1,1	22,6

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

si başı çekmektedir. Nitekim bu grup, 2013 yılında Türkiye'nin örme giyim ihracatının %35,4'ünü gerçekleştirmiştir (Şekil 4.6). Fasil ticaretinde 2. sırada ise, yine kayda değer bir paya sahip olan kazak ve hırkalar gelmektedir. Bu alt fasılda en çok ihracat kaydeden ürün, pamuktan örme kazak ve süveterler olmakla birlikte, sentetik ve suni liflerden örülen benzeri ürünler de yoğun bir talep görmektedir. Veriler, örme giyim ihracatının %13,1'lik bölümünü gerçekleştiren kadın ceket ve takımları kategorisinde 2013 yılında en çok ihraç edilen ürünlerin, pamuktan pantolonlar ile suni ve sentetik liflerden pantolonlar ve elbiseler olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra, çoraplar da, örme giyim faslının dış pazarlardaki 1/8'lik kısmını temsil etmektedir. Fasil ihracatında diğer öne çıkan ürün grupları ise, kadın bluz ve gömlekleri ile erkek ceket ve takımları olarak özetlenebilir.

Sektörün Canlanmasında En Önemli Rolü Kazak ve Hırkalar Oynadı

Türkiye'nin dış pazarlardaki örme giyim performansının 2013 yılında güçlenmesinde alt fasılların oynadığı roller, son 3 yıldaki gelişim dâhilinde Tablo 4.6'da sunulmaktadır. Tabloda yer alan hesaplamalar, 2013

performansında en önemli etkiyi, %16,6 satış artışı gerçekleştiren kazak ve hırkalar grubunun yaptığına işaret etmektedir. Sektörel ihracat hızını 2,8 puan yukarı yönlü etkileyen kazak ve hırkaları, 2,3 puan ile tişört ve iç giyim izlemiştir. Örme giyim ihracatında açık ara farkla liderlik pozisyonunda olan tişört ve iç giyim grubuna olan talep, bu bağlamda %6,1 artış göstermiştir. Alt fasıllar arasında çoraplar grubu da, çift haneli ihracat büyümesi ve yıllık fasıl ihracat artışına yaptığı 1,9 puanlık katkıyla göze çarpmaktadır. Bununla birlikte, en yüksek hızda pazar büyümesi gerçekleştiren alt fasıl, erkek ceket ve takımları olmuştur. Kadın ceket ve takımları da, ihracatını %9,5 gibi başarılı bir oranda artırırken, öne çıkan alt fasıllar arasında tek daralma kaydeden grup, %4,9 düşüş ile kadın bluz ve gömlekleri olmuştur. Kadın bluz ve gömleklerinin, öte yandan, örme giyim eşyaları ihracatında en yüksek birim değere sahip olan alt fasıl olduğu görülmektedir. Kilogram başına ortalama 29,5 dolar ihracat değeri olan bluz ve gömlekleri, fiyat açısından, 28,6 dolar ile kadın ceket ve takımları takip etmektedir. Birçok ürün grubunun kg. başına 20 dolar bandında satış yaptığı örme giyim faslında, en düşük birim fiyatın ortalama 17,1 dolar ile çoraplar kategorisinde gerçekleştiği gözlenmektedir.

4.2.6 Kıymetli Taşlar ve Metaller Kıymetli Taşlar Metaller İhracatı Altına Bağlı Keskin İniş Çıkışlar Sergiliyor

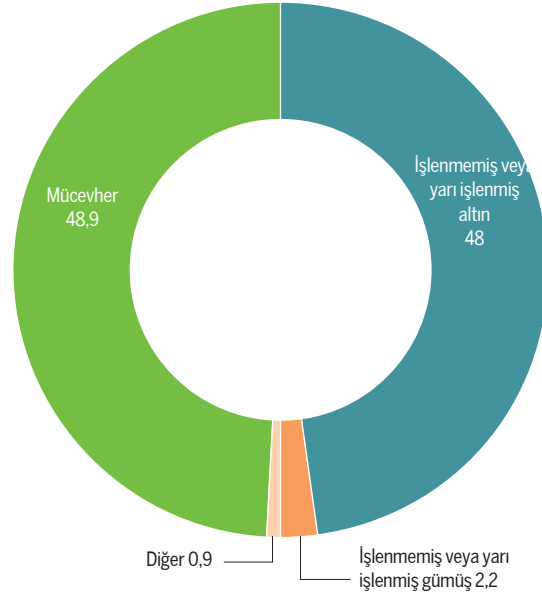
Kıymetli taşlar ve metaller ihracatı, işlenmemiş altına bağlı olarak, 2000'li yıllarda inişli çıkışlı bir trend izlemiştir. Fasil 2008 yılında keskin bir çıkış, 2010 yılında ise keskin bir iniş sergilemiş, 2012'de

ise daha önce benzeri olmayan %337'lik bir artışla 16,3 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. İran ve BAE kökenli bu anormal artış, 2013'te yerini %57,3 oranında sert bir düşüşe bırakmış ve ilgili dönemdeki toplam ulusal ihracat hızına ciddi derecede ket vurmuştur. Bu bağlamda, Türkiye'nin kıymetli taşlar ve metaller ihracatının, 2012 yılındaki 16.328 milyon dolarlık seviyesinden, 2013 yılında 6.979 milyon dolar düzeyine gerilemiş olduğu görülmektedir.

İşlenmemiş Altın Fasılın Yıllık İhracat Hızını 61,2 Puan Aşağı Yönlü Etkiledi

Sözü edilen işlenmemiş ya da yarı işlenmiş altın talebi, toplam fasıl ihracatında 2013 yılı için %48'lik bir dilime sahip olmuş ve %74,9 oranındaki düşüşle, fasılın artış hızını 61,2 puan aşağı çekmiştir (Şekil 4.7 ve Tablo 4.7). Bu, aynı zamanda, işlenmemiş altının, 2012 yılındaki %81,7 olan payının oldukça daraldığı anlamına gelmektedir. Buna karşılık, pastadaki payını bir önceki yıla göre %16,4 seviyesinden %48,9'a çıkaran mücevherler ise, ihracat artışını %27,5 ile sürdürmüş ve toplam hıza 4,5 puanlık katkı sağlamıştır. Değerli metaller ve taşlardan üretilen mücevherlerin %44 gibi önemli bir bölümünün Birleşik Arap Emirlikleri'ne ihraç edildiği göze çarpmaktadır. Öte yandan, %2,2'lik gümüş talebinde de daralma kaydedildiği görülmekle birlikte, sektördeki daralmanın tetikleyicisinin işlenmemiş altın olduğu ortadadır.

ŞEKİL 4.7 KIYMETLİ TAŞLAR METALLER İHRACATININ ALT FASILLARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

TABLO 4.7 KIYMETLİ TAŞLAR METALLER İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$ / kg)
Mücevher	1.950	2.676	3.411	27,5	4,5	18.641
İşlenmemiş veya yarı işlenmiş altın	1.475	13.345	3.349	-74,9	-61,2	46.515
İşlenmemiş veya yarı işlenmiş gümüş	223	217	155	-28,6	-0,4	741

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

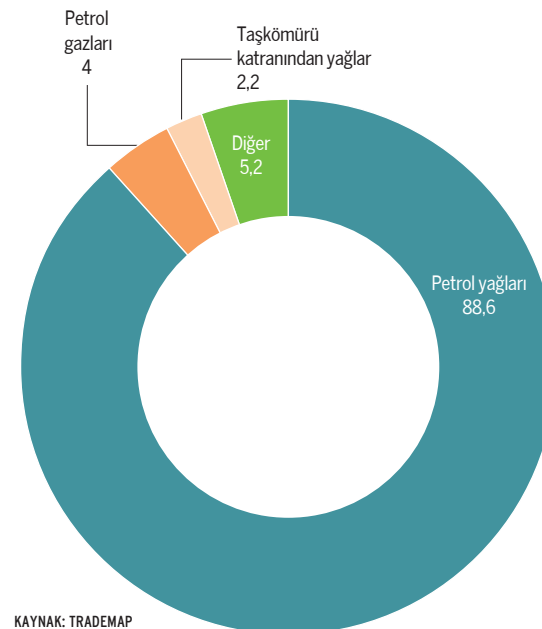
4.2.7 Mineral Yakıtlar ve Yağlar

2000'li yılların ilk yarısında yüksek çift haneli oranlarla ihracat pazarlarını genişleten mineral yakıtlar ve yağlar faslı, 2008'de 7,5 milyar dolarla tepe noktasını görmüş, ancak kriz yılında yaşadığı sert düşüş nedeniyle, bu seviyeyi ancak 2012'de geçebilmiştir. 2011'de %45,1, 2012'de %17,9 büyüme kaydeden fasıl ticareti, 2013 yılında ise %12,8 oranında düşüş yaşamıştır.

Petrol Yağları İhracatı 2013'te İnışe Geçti

Mineral yakıt ve yağların 2000'lerde dış pazarlarda sergilediği büyümenin temelinde petrol yağları yatmaktadır. 2013 yılında fasıl ihracatının %88,6'sını oluşturan petrol yağları, kerosen, orta yağlar ve hafif yağlar ağırlıklı bir ürün portföyüne sahiptir (Şekil 4.8). Veriler, aynı dönemde fasılda kaydedilen talep düşüşünde, bu alt grubun rol aldığını ortaya koy-

ŞEKİL 4.8 MİNERAL YAKITLAR YAĞLAR İHRACATININ ALT FASILLARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

4

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

TABLO 4.8 MİNERAL YAKITLAR YAĞLAR İHRACATINDA ALT FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Petrol yağları	5.817	6.783	5.951	-12,3	-10,8	0,89
Petrol gazları	230	316	267	-15,4	-0,6	1,1
Taşkömüründen yağlar	138	105	146	39	0,5	0,74

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

maktadır. Nitekim %12,3 ihracat daralması yaşayan petrol yağları, Türkiye'nin mineral yakıtlar-yağlar ihracatı hızını 10,8 puan olumsuz etkilemiştir (Tablo 4.8). %4'lük paya sahip olan ve etilen, propilen, büti-

len ağırlıklı olan petrol gazlarında görülen %15,4'lük azalma da, -0,6 puanlık bir etki yapmıştır. Bir diğer ürün grubu olan taşkömürü katranından yağlar ise, %39 gibi önemli bir ihracat artışı gerçekleştirmiştir.

4.2.8 Demir-Çelik Ürünleri (Eşyaları)

Demir-Çelik Eşyaları 2013'te İhracat Temposunu Düşürdü

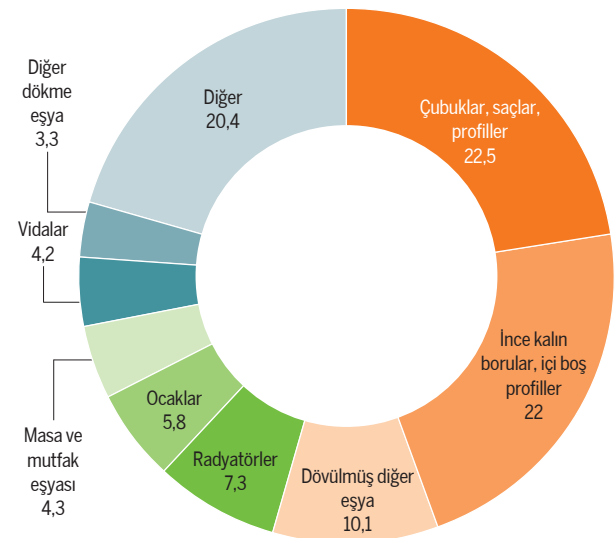
Özellikle Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Türki Cumhuriyetler ile geliştirilen ticaret ilişkileri kapsamında önemli ölçüde gelişme gösteren demir-çelik ürünleri ihracatı, 2009 yılında diğer birçok sektör gibi aşağı yönlü hareket etmiş ancak sonrasında yeniden toparlanarak yoluna devam etmiştir. Bu minvalde, demir-çelik eşyaları ihracatı 2011 ve 2012 yıllarında, sırasıyla %18,4 ve %6 oranlarında artış kaydetmiştir. 2013 yılına gelindiğinde ise, faslın ticaret temposu %0,9'a gerileyerek belirgin bir yavaşlama sergilemiştir.

Demir-Çelik Mamullerine Olan Talepte İnşaat Ürünleri Ağırlıklı

2013 yılı itibarıyla 6,15 milyar dolarlık ihracat seviyesine erişen demir-çelik ürünlerinin dış pazar performansında, iki alt grubun etkin bir role sahip olduğu gözlenmektedir. Bunlar, sırasıyla %22 ve %22,5 gibi birbirine oldukça yakın paylar teşkil eden ince - kalın borular ve içi boş profiller ile çubuklar, saçlar ve profiller alt fasıllarıdır (Şekil 4.9). 3. sırada gelen dövülmüş diğer demir-çelik eşyası ise, faslın ihracat pastasında %10,1'lik dilimi temsil etmekte birlikte, 12-basamaklı en detaylı alt ürünler itibarıyla incelendiğinde, ağırlıklı olarak kelepçeler ile eşya kaldırmakta kullanılan paletleri içerdiği tespit edilmektedir. Demir-çelik ürünleri ihracatının %7,3'ünü oluşturan radyatörler alt faslının büyük bir bölümü ise, elektrikli olmayan demir veya çelikten radyatörler olarak tanımlanan gruptan oluşmaktadır. Bunu takip eden diğer bir alt fasıl da, toplamın

%5,8'inde söz sahibi olan ocaklar kategorisi olup, burada esas ağırlığın görüldüğü grup, yemek pişirme cihazlarıdır. Yemek pişirme cihazları, detaylı alt kodlarla incelendiğinde, fırınlı cihazların başı çektiği, ancak fırınsız ürünlere de talep olduğu fark edilmektedir. Bu ürün gruplarında, gazlı ocakların ihracat payının önemli ölçüde daha yüksek olduğu da görülmektedir. Fasil ihracat sıralamasında ocakları takip eden masa ve mutfak eşyası grubu ise, %4,3 oranında sahip olduğu ihracat payının 2/3'lük bölümünü "paslanmaz çelikten", geri kalan bölümünü de "demir ya da çelikten" sofa ve diğer mutfak eşyasına borçludur. Bir sonraki en büyük payı teşkil eden vidalar ve civataları, %3,3 ile demir veya çelikten diğer dökme eşya izlemektedir.

ŞEKİL 4.9 DEMİR-ÇELİK ÜRÜNLERİ İHRACATININ ALT FASILARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

TABLO 4.9 DEMİR-ÇELİK ÜRÜNLERİ İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Çubuk, saç, profiller	1.102	1.345	1.386	3,1	0,7	1,98
Borular, içi boş profiller	1.337	1.432	1.354	-5,4	-1,3	0,84
Dövülmüş diğer eşya	625	630	625	-0,8	-0,1	2,46
Radyatörler	448	456	451	-1	-0,1	1,69
Ocaklar	343	362	359	-1	-0,1	3,94
Masa ve mutfak eşyası	216	233	267	14,8	0,6	4,9
Vidalar	266	248	261	5,2	0,2	3,67
Diğer dökme eşya	189	182	201	10	0,3	2,3

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

Demir-Çelik Eşyaları İçinde En Yüksek İhracat Fiyatı Masa ve Mutfak Grubuna Ait

Veriler, yukarıda kısaca bahsedilen bu alt ürün gruplarının, 2013 yılı demir-çelik eşyaları ihracatı gelişiminde olumlu ve olumsuz yönde çeşitli etkiler yaptığını göstermektedir (Tablo 4.9). Nitekim en yüksek ihracat değeri kaydeden çubuklar, saçlar ve profiller grubu %3,1 talep artışı sonucunda 0,7 puanlık bir hız katkısı yaparken, sıralamada onu takip eden borular ve içi boş profiller tam tersi yönde hareket ederek fasılın yıllık 1,3 puanlık yavaşlamasına sebep olmuştur. Dövülmüş demir-çelik eşyası, radyatörler ve ocaklarda 2013 yılında

görülen ihracat daralması nispeten düşük seviyelerde olup, masa ve mutfak eşyası ile diğer dökme eşya kategorilerinde çift haneli artışlar kaydedilmiştir. Öte yandan, daha düşük seviyedeki payı nedeniyle tabloda yer almayan “sıvı hale getirilmiş veya sıkıştırılmış gazlar için kaplar” alt fasılının %40,8 ihracat artışı gerçekleştirerek toplam fasıl yıllık hızına 0,8 puanla en yüksek desteği verdiği tespit edilmektedir. Söz konusu alt ürün grupları arasında en yüksek ihracat birim fiyatı 2013 yılında 4,9 dolarla masa ve mutfak eşyasına aitken, bunu sırasıyla ocaklar ve vidalar izlemiştir. En düşük birim değer ise, 0,84 dolarla borular ve içi boş profillerde gözlenmektedir.

4.2.9 Örme Olmayan Giyim Örme Olmayan Giyim İhracatı İstikrarlı Yükselişini 2013'te de Sürdü

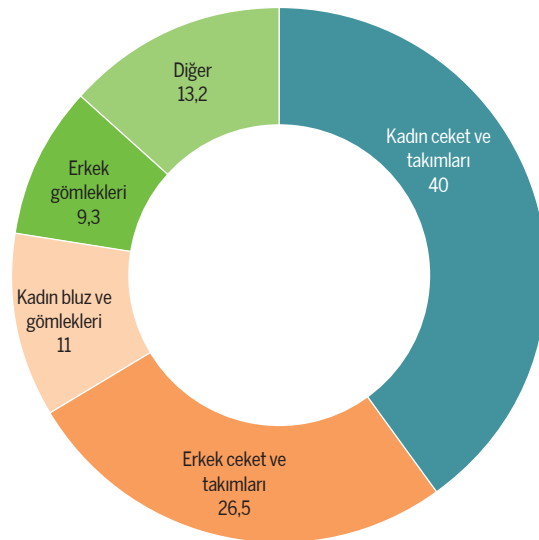
Son 10 yıllık dönemde birkaç yıl haricinde ihracat artışını kararlı bir şekilde sürdüren örme olmayan giyim eşyaları, 2013 yılında %5,2 artışla 5,7 milyar dolar ihracat seviyesine ulaşmıştır. Grubun söz konusu dönemde ihraç ettiği ürünlerin 2/3'ten fazlasını ceket ve takımalar oluşturmuş, bunlardan kadınlara yönelik olanlar toplam fasıl ihracatının %40, erkekler için olanlar ise %26,5'luk kısmını açıklamıştır (Şekil 4.10). Alt fasıllar arasında 2013'te kaydedilen ihracat değeri sıralamasında 3. gelen kadın bluz ve gömlekleri ise, %11'lik bir paya sahip olmuştur. Bunu, %9,3 ile erkek gömlekleri izlemiştir.

Fasılın İhracat Performansında Anahtar Rolü Kadın Giyim Eşyaları Oynadı

Örme olmayan giyim eşyalarının dış pazarlardaki geliş-

mini 2011-2013 yılları arasındaki dönem açısından inceleyen Tablo 4.10, ilk sırada yer alan kadın ceket ve takım-

ŞEKİL 4.10 ÖRME OLMAYAN GİYİM İHRACATININ ALT FASILARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

4

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

TABLO 4.10 ÖRME OLMAYAN GİYİM İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katku (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Kadın ceket ve takımları	2.070	2.205	2.284	3,6	1,5	32,1
Erkek ceket ve takımları	1.382	1.475	1.513	2,6	0,7	25,3
Kadın bluz ve gömlekleri	512	566	631	11,5	1,2	39,5
Erkek gömlekleri	547	540	534	-1,2	-0,1	31,4

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

larının sektörün itici gücü olduğuna işaret etmektedir. Tablo ayrıca, fasıl ihracatının, 2013'teki performansını, ağırlıklı olarak kadınlara yönelik eşyalara borçlu olduğunu da göstermektedir. Nitekim örme olmayan giyim ihracatının ilgili dönemdeki toplam artışına en yüksek katkıyı sırasıyla %3,6 ve %11,5 artış kaydeden kadın ceket ve takımları ile kadın bluz ve gömlekleri yapmıştır.

Örme Olmayan Erkek Giyim Talebinde Yavaşlama Görüldü

Öte yandan, %2,6 satış artışı gerçekleştiren erkek ceket ve takımlarının ise, Türkiye'nin 2013'teki örme olmayan giyim ihracat hızına 0,7 puanlık olumlu bir etki yaptığı görülmektedir. Erkek gömlekler ise aynı dönemde %1,2'lik hafif bir düşüşle ihracat daralması sergilemiş ancak nispeten küçük payı nedeniyle fasılın yıllık performansına -0,1'lik düşük bir etki yapmıştır.

Düşük Paylara Sahip Alt Fasıllarda Dikkat Çekici İhracat Artışları Kaydedildi

Bununla birlikte, tabloda yer alan ve fasıl ihracatı-

nun büyük bir ağırlığını oluşturan bu alt fasıllardaki pazar genişlemeleri, yıllık %5,2 oranındaki örme olmayan giyim ihracatı büyümesini açıklamaya yeterli olmamaktadır. Bu nedenle, dış pazarlardaki toplam satışların %13,2'sini oluşturan diğer alt ürün grupları da detaylı olarak analiz edilmiştir. Bu analizlerden çıkan sonuçlara göre, örme olmayan giyim eşyalarına yönelik 2013 yılındaki talep büyümesinde, spor, kayak ve yüzme kıyafetleri ile iç giyim ürünlerine yönelik çift haneli ihracat artışlarının etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra, bebek kıyafetleri ile eşarplar ve şallar alt fasıllarında da benzeri ihracat artışlarının kaydedildiği ve bu gelişmelerin, fasılın yıllık büyüme oranını olumlu yönde etkilediği de tespit edilmiştir.

Örme olmayan giyim faslı, birim fiyatlar açısından ele alındığında, alt fasıllar arasında en yüksek değerde satışa sunulan ürünlerin, ortalama 39,5 dolarla kadın bluz ve gömleklerine ait olduğu gözlenmektedir. Bunu 32,1 dolarla kadın ceket ve takımları takip ederken, en düşük ortalama birim fiyat değerinin, 25,3 ile erkek ceket ve takımlarında kaydedildiği göze çarpmaktadır.

4.2.10 Plastik ve Mamulleri (Eşyaları)

Plastik İhracatı 2013'te İvme Kazandı

Plastikler faslı, Türkiye'nin 2000'li yıllarda dış pazarlardaki başarısının en önemli temsilcilerinden olmuş, kriz yılı haricinde düzenli bir şekilde sürdürdüğü yüksek ve genellikle çift basamaklı ihracat artışlarıyla, örnek sektörler arasında yer almıştır. 2011 ve 2012'de sırasıyla %23,2 ve %9,5 oranlarında ihracat büyümesi kaydeden ve plastik ve mamullerini içeren söz konusu fasıl, 2013'te ise ivme kazanarak hızını %11,9'a çıkarmış ve 5,6 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır.

Plastik Grubu Dış Pazarlara Ürün Çeşitliliği Sunuyor

Türkiye'nin ihraç ettiği plastik ve mamulleri, gördüğü

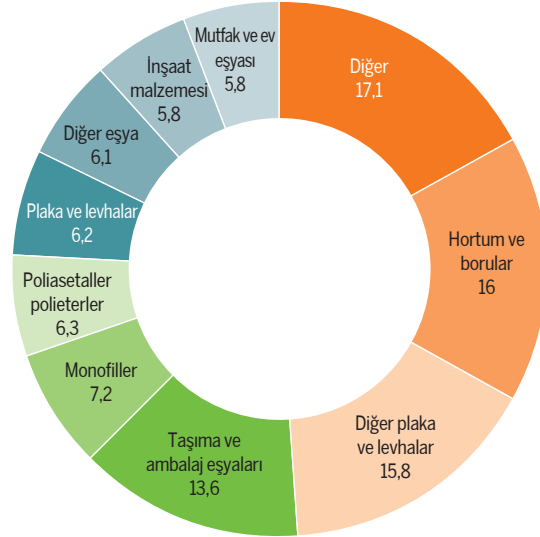
dış talep artışının yanı sıra çok çeşitli ürün yapısıyla da dikkat çekmektedir. Bu ürünler alt fasıllar bazında irdelendiğinde, özellikle iki grubun birbirine oldukça yakın büyüklükte paylarla en ön sırada yer aldığı tespit edilmektedir. Bu iki grup, plastik ihracatının sırasıyla %16 ve %15,8'lik bölümlerini gerçekleştiren hortum ve borular ile diğer plaka ve levhalar olarak tanımlanan alt fasıllardır (Şekil 4.11). Liderlik koltuğuna sahip olan plastik hortum ve boruların detaylı ürün gruplarına göz atıldığında, bağlantı elemanları ile gerek polipropilen gerekse polietilen tüpler ve boruların, ağırlıklı ihraç edilen alt kalemler olduğu anlaşılmaktadır. Plastikler faslının en çok ihracat değeri kaydeden 2. alt faslı diğer plaka ve levhalar kapsamında ise, propilen polimerinden olan ürünler en çok talep edilen grup olma özelliğini taşımaktadır. Bunun yanı sıra, etilen polimerinden üretilen polietilen film ve streç filmler

de, grubun ihracatında etkili bir role sahiptir. Türkiye'nin plastik ihracatında %13,6'lık payıyla 3. sırada yer alan taşıma ve ambalaj eşyaları kategorisi daha da alt gruplara inilerek incelendiğinde, ilgili ürünler arasında torbalar, damacaneler ve şişeler, kutular, kasalar ve çantalar ile tıplar ve kapaklar dikkat çekmektedir. Bir sonraki alt fasıl olan ve enine kesitinin en geniş yeri 1 mm'yi geçen monofillerde ise, vinil klorür polimerlerinden üretilen ürünler talep görmektedir. Poliasetaller ve polietilerler, toplam plastik ihracatının %6,3'ünü karşılarken, %6,2'lik paya sahip plastik plaka ve levhalar grubunda kondensasyon veya çevrilme polimerizasyonu ürünlerinin söz sahibi olduğu gözlenmektedir. Diğer plastik eşyalar alt faslı, alt sınıflamalarda net olarak tanımlanmayan çeşitli ürünleri içermekle birlikte, inşaat malzemeleri grubundaki ihracatın 2/3'ünü plastik kapı ve pencereler ile bunların çerçeveleri oluşturmaktadır. Yaklaşık üçte birlik kısmında, bağlantı ve montaj elemanları ile benzeri plastik inşaat malzemelerinden gelmektedir. İhracat pastasında inşaat malzemeleriyle aynı büyüklükte dilime sahip olan mutfak ve ev eşyaları kategorisinde ise, ağırlıklı olarak plastik sofa ve mutfak eşyaları ihracatının mevcut olduğu tespit edilmektedir.

Plastik Ürün Gruplarının Çoğunda Yüksek İhracat Büyümesi Gerçekleşti

Tüm bu kategorilerin Türkiye'nin 2013 plastik ihracatındaki güçlü performansında nasıl bir rol üstlendiğini

ŞEKİL 4.11 PLASTİK İHRACATININ ALT FASILLARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI
**GRAFİKTEKİ FASILLARIN TÜMÜ DETAYLI KOD İSİMLERİNDE "PLASTİKTEN" OLARAK NİTELİNDİRİLMEKTEDİR.

Tablo 4.11 gözler önüne sermektedir. Buna göre, birçok alt grup oldukça etkili dış pazar büyümelerine imza atarken, bunlar arasında toplam fasıl gelişimine en büyük destek, 2,6 yüzde puanla diğer plaka ve levhalar faslından gelmiştir. Bunu sırasıyla, yüksek çift haneli artış oranlarıyla, taşıma ve ambalaj eşyaları, poliasetaller ve polietilerler ile mutfak ve ev eşyası grupları takip etmiştir. Öte yandan, lider konumdaki plastik hortum ve borular da dâhil olmak üzere birçok ürün grubunun, faslın 2013 performansında etkili rol aldığını söylemek mümkündür.

TABLO 4.11 PLASTİK İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Hortum ve borular	745	843	899	6,7	1,1	2,57
Diğer plaka ve levhalar	734	756	888	17,4	2,6	3,27
Taşıma, ambalaj eşyaları	651	662	763	15,3	2	3,03
Eni >1 mm monofiller	296	355	405	14,2	1	2,04
Poliasetaller, polietilerler	270	280	355	26,8	1,5	2,39
Plaka ve levhalar	268	320	350	9,1	0,6	3,47
Diğer plastik eşya	264	301	342	13,7	0,8	5,5
Plastik inşaat malzemesi	288	303	323	6,7	0,4	2,64
Mutfak ve ev eşyası	222	261	323	23,9	1,2	3,63

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

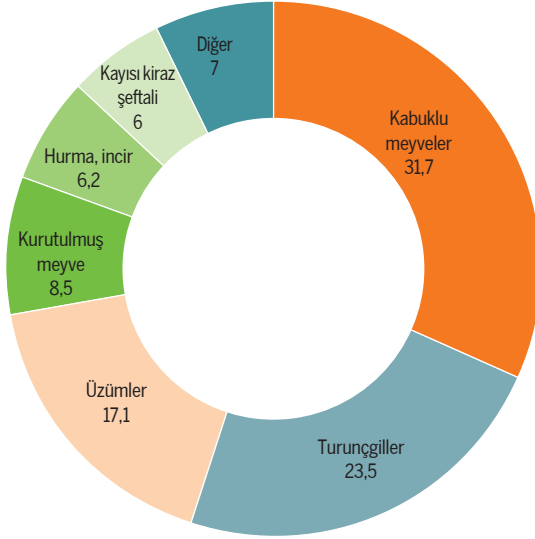
4.2.11 Yenilen Meyve Meyve İhracatı 2013'te Yeniden Yükselişe Geçti

2006 yılı dışında, genel eğilimin aksi yönünde 2009 yılı da dâhil olmak üzere tüm yıllarda büyüme kay-

deden yenilebilir meyve ihracatı, 2011'de gösterdiği başarılı %11,9'luk artışın ardından, Rusya ve Almanya pazarlarındaki talep daralmasının ağırlıklı etkisiyle 2012 yılında %2,6 oranında bir düşüş kaydetmiştir. Ancak bu pazarlardaki talep iyileşmesiyle birlikte 2013, faslın %4,3'lük dış pazar büyümesi ger-

4 ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

ŞEKİL 4.12 MEYVE İHRACATININ ALT FASILLARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

çekleştirdiği bir yıl olmuştur. Meyve ihracatının alt kalemlerine bakıldığında, %31,7'lik önemli bir bölümünün kabuklu meyveler olduğu anlaşılmaktadır (Şekil 4.12). Bu sınıflamada ise, esas itibariyle fındık grubunun hâkim olduğu görülmektedir. Bir başka deyişle, Türkiye'nin yenilen meyve ihracatında en önemli aktör 2013 yılında fındık olmuştur. Kabuklu meyveleri, %23,5 ile turunçgiller takip etmiştir. Bu alt fasılda ise, öncelikle mandarin, bunun yanı sıra limon ve portakal ihracatı ön plana çıkmaktadır. Meyveler faslında 3. en yüksek değerde ihracatı ise, %17,1'lik payla üzümler

kategorisi kaydetmiştir. Üzümleri, %93'ü kayıtsızdan oluşan kurutulmuş meyve ürünleri izlemiş, hurma ve incirler ile kayısı, kiraz, şeftali grupları ise %6 bandında dilimlere sahip olmuştur.

İncir ve Nar İhracatta Sıçrama Yaptı

Öte yandan söz konusu dönemde Türkiye meyve ihracatının yeniden yükselişe geçmesinde en etkili olan grubun hurma ve incirler olduğu, bunun altındaki başarının ise, grubun %98'ini oluşturan incir ihracatındaki sıçramadan geldiği tespit edilmiştir. Nitekim incirler alt faslı, 2013 yılında %22,8'lik bir ihracat büyümesine imza atmıştır (Tablo 4.12). Meyve ihracatına en çok destek veren bir diğer kalem ise, dış pazarlarda %3,9 genişleme kaydeden turunçgiller olmuştur. Burada ise, mandarin grubunda ve limonlarda gözle görülür bir tırmanış yaşanırken, portakal için aşağı yönlü bir hareket gözlenmiştir. Kayısı yoğunluklu olan kurutulmuş meyve grubu da, %7,2 ile hatırı sayılır bir ihracat artışı kaydederken, lider konumdaki fındık durgun bir yıl geçirmiş, üzümler ile kayısı, kiraz, şeftali grubunda da hafif daralmalar yaşanmıştır. Bununla birlikte, detaylı analizler, tabloda yer almayan ve diğer meyveler kategorisi altında yer alan narın, %52'lik ihracat artışıyla faslın 2013 performansında 1 puanlık olumlu etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. İhracat birim değerleri açısından ise, fasılda kabuklu meyveler açık ara farkla liderliği korumakta olup, bunu incir ve kurutulmuş kayısı takip etmektedir.

TABLO 4.12 MEYVE İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Kabuklu meyveler	1.199	1.254	1.258	0,3	0,1	6,73
Turunçgiller	1.065	898	933	3,9	0,9	0,69
Üzümler	682	683	678	-0,7	-0,1	1,62
Kurutulmuş meyve	379	315	338	7,2	0,6	2,8
Hurma, incir	185	201	247	22,8	1,2	3,11
Kayısı, kiraz, şeftali, erik	189	242	240	-0,8	-0,1	1,56

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

4.2.12 Mobilya Mobilya İhracatı Çift Basamaklı Büyümesini Sürdü

Mobilya, Türkiye'nin dış pazarlarda son 10 yılda kriz dönemi hariç istikrarlı bir talep büyümesi kaydeden sektörleri arasında yer almaktadır. Kriz sonrasında süratle toparlanan mobilya ihracatı, 2011'de %18,1,

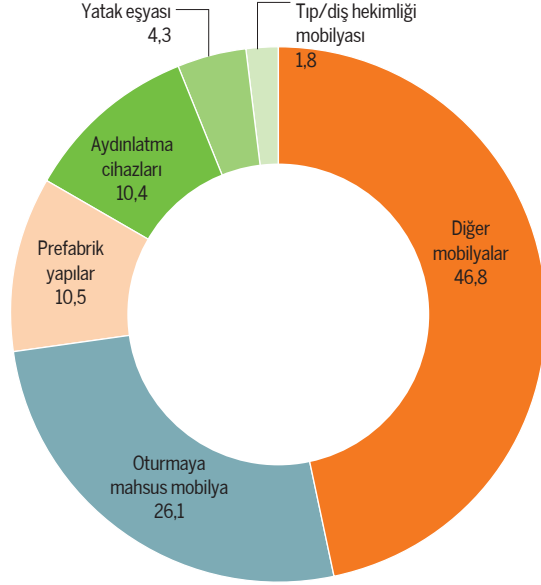
2012'de ise %14,8 genişleme yaşamıştır. Çift basamaklı büyümesini 2013'te de sürdüren mobilya ihracatı, yıllık %17 artışla 2,8 milyar dolar seviyesine erişmiştir.

Faslın yaptığı ihracatın önemli bir bölümünün, diğer mobilyalar olarak adlandırılan alt fasılda yoğunlaştığı dikkati çekmektedir. Toplam mobilyalar ihracatının %46,8'ini gerçekleştiren bu grup, ağırlıklı olarak,

evlerde kullanılan ahşap oda mobilyalarından oluşmaktadır (Şekil 4.13). Bir diğer ifadeyle, sektördeki ihracatın yarıya yakın kısmını, evlere mahsus ahşap mobilyalar sırtlamaktadır. Fashın alt grupları itibariyle %26,1 payla 2. sırada yer alan ve oturmaya mahsus mobilya olarak adlandırılan ürün grubunda ise başı, yatak haline getirilen oturma mobilyaları çekmekte, bunu ahşap iskeletli oturma eşyaları izlemektedir. Bu alt fasılda, ayrıca, motorlu kara taşıtlarında kullanılan koltuklar da kayda değer bir paya sahiptir. Bunun yanı sıra, prefabrik yapılar ve aydınlatma cihazlarının da, mobilya ihracatında %10 bandında dilimlere sahip olduğu görülmektedir. Fashın son iki alt grubundan yatak eşyası, metal yaylı şilteler ve içi doldurulmuş eşyalardan oluşurken, en küçük payı %1,8 ile tıp ve diş hekimliği amaçlı mobilyalar almıştır.

Tüm bu ürün grupları arasında, sektör ihracatının 2013 motor gücü, %19,1 artış kaydeden diğer mobilyalar alt fashı olmuştur. Türkiye mobilya ihracatı yıllık hızını 8,8 puan yukarı yönlü etkileyen bu grubu, %14,3 büyüme sergileyen oturmaya mahsus mobilyalar izlemiştir. Aydınlatma cihazları da, gerek %19,7'lik güçlü performansı sayesinde sağladığı katkı, gerekse 10,36 dolarlık diğer gruplara kıyasla yüksek birim fiyatıyla göze çarpmaktadır. Tıp-diş hekimliği mobil-

ŞEKİL 4.13 MOBİLYA İHRACATININ ALT FASILLARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

yası da buna benzer bir şekilde %60,9'luk ciddi yükselişi ve 9,33 dolarlık fiyatıyla, dikkat çeken bir diğer grup olmuştur. Öte yandan tüm alt grupların, fashın 2013 temposunu arttırdığı gözlenmektedir.

TABLO 4.13 MOBİLYA İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Diğer mobilyalar	895	1.113	1.326	19,1	8,8	2,96
Oturmaya mahsus mobilya	632	646	739	14,3	3,8	4,82
Prefabrik yapılar	214	275	298	8,2	0,9	2,11
Aydınlatma cihazları	238	247	296	19,7	2	10,36
Şilte ve yatak eşyası	105	107	121	13,3	0,6	5,44
Tıp / diş hekimliği mobilyası	27	32	52	60,9	0,8	9,33

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

4.2.13 Tuz, Sülfür (Kükürt), Taşlar

2013 Tuz Sülfür ve Taşlar Faslında Canlanma Yılı Oldu

Özellikle Rusya ve Çin pazarlarında yayılarak 2007 ve 2008 yıllarında çarpıcı büyüme oranlarıyla atağa kalkan tuz, sülfür ve taşlar ihracatı, global kriz döneminden olumsuz etkilenmekle birlikte, sonrasında ağırlıklı olarak Çin ile geliştirilen ticaretin etkisiyle yeniden tırmanışa geçmiştir. Ancak fasıl, 2011 yılında Ortadoğu ve Kuzey Afrika pazarlarında yaşanan ciddi talep düşüşü nedeniyle %1,7 oranında bir da-

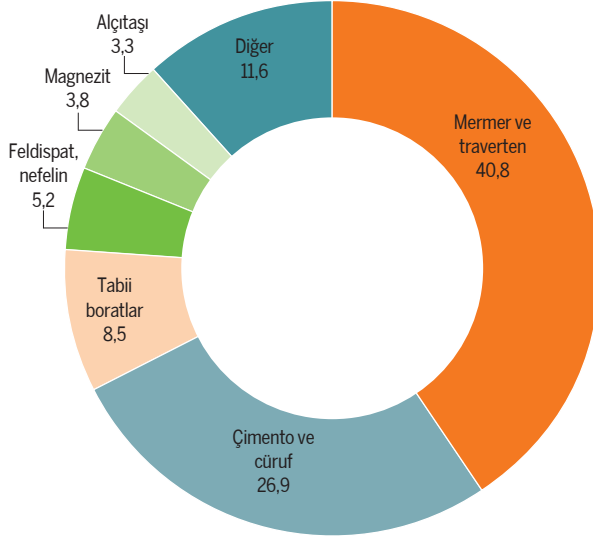
ralma kaydetmiş, 2012'de de benzer gelişmelere bağlı olarak %0,7'lik durgun bir artış gerçekleşmiştir. 2013 yılında ise, sektör eski gücünü Çin pazarlarındaki genişlemesiyle yeniden kazanmış ve bir önceki yıla göre %10,7'lik yükselişle 2,48 milyar dolar seviyesinden, 2,75 milyar dolar ihracat düzeyine erişme başarısı göstermiştir.. Bu bağlamda, tuz, sülfür ve taşlar faslı, söz konusu dönemdeki Türkiye ihracatında çift haneli artış kaydeden fasıllar arasında yer almıştır.

Fasıl İhracatında Mermer ve Travertenler Öne Çıkıyor

Şekil 4.14'te sunulan alt fasıl dağılımı incelendiğinde,

4 ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

ŞEKİL 4.14 TUZ, SÜLFÜR, TAŞ İHRACATININ ALT FASILARA GÖRE DAĞILIMI (% , 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

tuz, kükürt ve taşlar faslının, dış pazarlardaki başarısının önemli bir bölümünü mermer ve travertenlere borçlu olduğu anlaşılmaktadır. 2013 yılında fasıl ihracatının %40,8'lik kısmını gerçekleştiren mermer ve travertenleri, %26,9 ile çimento ve cüruf izlemiştir. Bu alt fasılda, ağırlıklı olarak, portland çimentosu ve klinker ihracatı göze çarpmaktadır. 3. sırada gelen tabii boratların ise, Türkiye'nin dış pazarlara son birkaç senedir hızlı bir yayılma sağladığı bir grup olduğu ifade edilmelidir. Nitekim veriler, tabii borat alt faslı olarak tanımlanan grup ihracatının enyüksek miktarda satışını 2013'te kaydettiğine işaret etmektedir. Grup, fasıl ihracatındaki payını 2013 yılında %8,5'e çıkarmıştır. Tuz, sülfür, taş ihracatında diğer öne çıkan ürün grupları ise, sırasıyla feldispat ve nefelin, magnezit ve alçıtaşı olarak özetlenebilir.

Fasılda En Yüksek İhracat Değeri Mermer Bloklara Ait

Tablo 4.14, Türkiye'nin tuz, sülfür ve taşlar ihraca-

TABLO 4.14 TUZ, SÜLFÜR, TAŞLAR İHRACATINDA ALT FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Mermer ve traverten	770	928	1.121	20,7	7,7	0,2
Çimento ve cüruf	912	798	740	-7,3	-2,3	0,06
Tabii boratlar	2	188	233	24	1,8	0,32
Feldispat ve nefelin	131	132	142	7,8	0,4	0,04
Magnezit	90	84	104	24,9	0,8	0,34
Alçıtaşı	72	77	90	17,5	0,5	0,1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

tında, ilgili alt fasılların oynadığı rolü göstermektedir. Tabloda ilk dikkat çeken unsur, 2013 yılında liderlik konumundaki mermer ve travertenlerin aynı zamanda yıllık fasıl ihracat artışını sırtlanan grup olduğudur. Nitekim söz konusu grup, bu dönemde %20,7 artışla toplam fasıl ihracat hızına 7,7 puanlık ciddi bir katkı yapmıştır. Bu alt fasılda veriler, ağırlıklı olarak, testere ile ya da başka surette kesilmiş dikdörtgen veya kare şeklinde mermer bloklar ile kalın dilimler halinde kesilmiş mermerlerin ihraç edildiğini göstermektedir.

Tabii Boratlar Dış Pazar Yayılmasına Hızla Devam Ediyor

2012 yılında yaptığı hamleyle dış pazarlarda güçlenen tabii boratlar kategorisinde de %24'lük güçlü bir büyüme ve 1,8 puanlık katkı söz konusu olmuştur. Tabii boratlar, bu performansı ile pazarlarda yaptığı hızlı genişlemeyi sürdürdüğünü gözler önüne sermiştir. Magnezit ve alçıtaşı ihracatında da çift haneli kuvvetli artışlar kaydedilmiş, ancak bu gruplar küçük payları nedeniyle toplam fasıl hızına daha düşük düzeylerde destek verebilmiştir. Öte yandan, 2013 yılında tuz, kükürt ve taşlar faslında tabloda incelenen veriler dâhilinde aşağı yönlü hareket eden tek grubun çimento ve cüruf olduğu dikkat çekmektedir. Yıllık %7,3 oranında daralma kaydeden çimento ve cüruf, toplam fasıl ihracat performansını da 2,3 puan olumsuz etkilemiştir.

Fasılda En Yüksek Birim Fiyat Magnezite Ait

Türkiye'nin ihraç ettiği tuz, sülfür ve taşlar faslı ürün grupları, kg. başına birim fiyatları açısından kıyaslandığında, magnezit ve tabii boratların, sırasıyla 0,34 ve 0,32 dolarla ön plana çıktığı gözlenmektedir. Bunu, 0,2 dolarla mermerler takip ederken, diğer alt fasıllarda 0,1 dolar ve altı fiyatlar hâkimdir. Özellikle, feldispat ve nefelin ile çimento ve cüruf düşük birim fiyatlarıyla dikkat çekmektedir.

4.2.14 Kauçuk ve Mamulleri (Eşyaları)

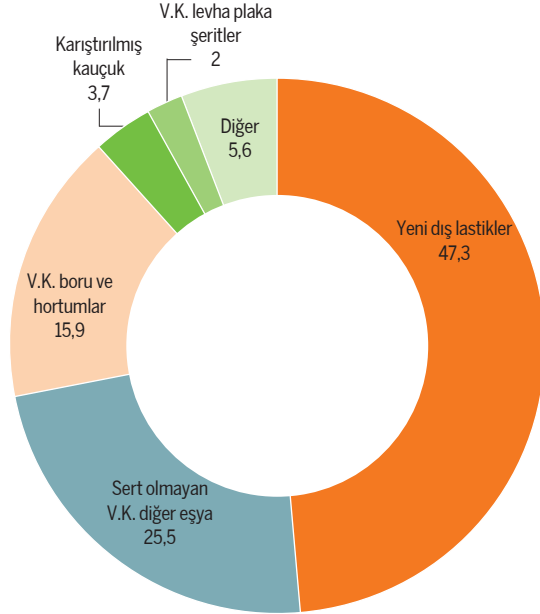
Kauçuk İhracatında Avrupa Pazarlarının Etkisi Sürüyor

Türkiye ekonomisinin küresel bütünleşme anlamında hamle yaptığı 2000'li yıllarda kauçuk ve mamulleri grubu da, çoğunlukla çift basamaklı güçlü pazar büyümeleri kaydetmiş, kriz dönemindeki geçici bir yavaşlamadan sonra 2010 yılında yeniden çarpıcı oranlara geri dönmüştür. Bu bağlamda 2011 yılında, önceki yıllara göre en yüksek başarısına imza atarak %36,8'lik bir ihracat artışı gerçekleştirmiştir. Bu dönemde 2,6 milyar dolara ulaşan kauçuk ve eşyaları ihracatı, 2012'de ise faslın ana pazarı olan Avrupa'daki ekonomik durgunluğa bağlı talep gerilemesi nedeniyle %6,4 düşmüştür. Bununla birlikte 2013, söz konusu pazarlardaki kısmi iyileşmenin etkisiyle yeniden artışa geçilen bir yıl olmuş ve fasıl ihracatı %2,4 oranında yükselmiştir.

Kauçuk İhracatı Ağırlıklı Olarak Motorlu Taşıt Sektöründe Değerlendiriliyor

Kauçuk ihracatı alt fasıllar itibarıyla ele alındığında, yeni dış lastikler olarak adlandırılan sınıflamanın toplamda %47,3'lük bir paya sahip olduğu görülmektedir (Şekil 4.15). Söz konusu alt fasıl 6 ve 12-basamaklı detaylı kodlara inilerek incelendiğinde, ilgili ihracatta iki grubun ağırlık taşıdığı tespit edilmektedir. Bunlar, otobüs ve kamyonlarda kullanılan radyal dış lastikler ile otomobillerde kullanılan çelik kuşaklı radyal binek dış lastiklerdir. Kauçuk ihracatında 2013'te lastiklerden sonra en yüksek ihracat rakamını kaydeden, sert olmayan vulkanize kauçuktan diğer eşya kategorisi ise, pastanın %25,5'ini, bir diğer deyişle yaklaşık çeyreklik kısmını açıklamaktadır. Bu grubun da detaylı kodlarına inildiğinde, genel itibarıyla motorlu araçlarda kullanılan kauçuk parça ve eşyaları içerdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla veriler, kauçuk ihracatının

ŞEKİL 4.15 KAUKUK İHRACATININ ALT FASILLARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*V.K.: VULKANİZE KAUKUK

önemli bir kısmının motorlu kara taşıtları sektöründe değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Kauçuk ve ürünlerinin dış pazarlarda en büyük 3. temsilcisi olan alt fasıl ise, %15,9'luk payıyla, vulkanize kauçuktan boru ve hortumlardır. Bu noktada, fasıl pastasından en büyük payları alan ilk 3 grubun bir arada, 2013 yılı kauçuk ihracatının %89 civarında bir bölümünü teşkil ettiğini belirtmek gerekir. Diğer alt fasıllar olan karıştırılmış kauçuk ve vulkanize kauçuktan levha, plaka ve şeritler ise, sırasıyla %3,7 ve %2 oranında dilimlere sahip olmuştur.

Fasılın 2013 Performansında Vulkanize Kauçuk Eşyaları İtici Güç Oldu

Kauçuk ihracatının, Avrupa pazarlarından büyük ölçüde etkilenmesi nedeniyle son dönemde inişli çıkışlı bir görünüm çizdiği bilinmekle birlikte, bu gelişmelerin temelinde yatan ürün gruplarına bakmak da önemlidir.

TABLO 4.15 KAUKUK İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Kauçuktan yeni dış lastikler	1.374	1.230	1.174	-4,6	-2,3	5
Sertleştirilmemiş vulkanize kauçuktan diğer eşya	566	553	634	14,6	3,3	7,57
Vulkanize kauçuktan boru ve hortumlar	419	389	395	1,4	0,2	5,68
Karıştırılmış kauçuk	67	79	92	16,8	0,5	2,86
Vulkanize kauçuktan levha plaka şeritler	35	41	50	22	0,4	3,95

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

4

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

Bu minvalde Tablo 4.15 incelendiğinde, faslın temel taşı olan yeni dış lastiklerin, sektördeki 2012 düşüşünün tetikleyicisi olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu alt fasıl, 2013 yılında da aşağı yönlü hareketini daha düşük bir hızda olmak kaydıyla sürdürmüştür. Bu dönemde %4,6 azalan lastik ihracatı, toplam kauçuk ticareti performansını 2,3 puan aşağı çekmiştir. Lastik grubu fasıl üzerinde böylesine bir etki yaratmışken, 2013 yılında Türkiye'nin kauçuk ihracatının yeniden toparlanmasında en etkin olan ürün grubunun ise, sağladığı 3,3 yüzde puanlık katkıyla, sertleştirilmemiş

vulkanize kauçuktan diğer eşya olduğu vurgulanmalıdır. Boru ve hortumlar dış pazarlarda nispeten durgun bir yıl geçirirken, karıştırılmış kauçuk ve vulkanize kauçuktan levha, plaka ve şeritler ise çift haneli genişlemelere imza atmıştır. Öte yandan alt fasıllar ortalama ihracat birim fiyatı itibariyle karşılaştırıldığında, en yüksek değere, 2013 yılındaki performansıyla ön plana çıkan sertleştirilmemiş vulkanize kauçuktan eşya kategorisinde rastlanmaktadır. Kilogram başına ortalama 7,57 dolarlık satış değeri olan bu grubu, kauçuk boru ve hortumlar 5,68 dolarla izlemektedir.

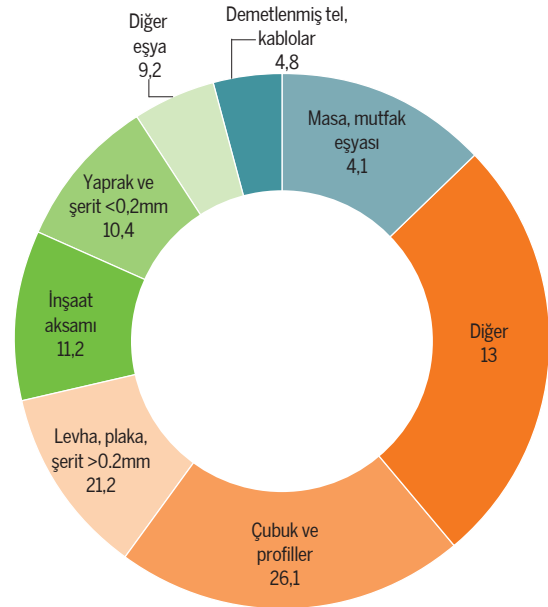
4.2.15 Alüminyum ve Mamulleri (Eşyaları) Alüminyuma Yönelik Dış Talepte Artış Var

Global kriz dönemi dışında istikrarlı yıllık pazar büyümeleri sergileyen Türkiye'nin alüminyum ve mamulleri ihracatı, 2010 ve 2011 yıllarında çift basamaklı yükseliş trendine girmiş ancak 2012 yılında diğer birçok sektörde olduğu gibi, Avrupalı ticaret partnerlerine bağlı bir duraksama yaşamıştır. 2013 yılına gelindiğinde ise, faslın dış pazarlardaki temposunu yeniden artırmaya başladığı ve %5 ihracat artışıyla 2,36 milyar dolar seviyesinde ihracat gerçekleştirildiği görülmektedir.

Alüminyum İhracatının Çeyreğinden Fazlasını Çubuk ve Profiller Grubu Kaydetti

Türkiye'nin ihraç ettiği alüminyum ürünlerinden öne çıkanların dağılımı Şekil 4.16'da verilmektedir. Buna göre, fasılda en geniş pay %26,1 ile çubuk ve profillerle aittir. Bu alt fasıl incelendiğinde, ağırlıklı olan ürünleri, alüminyum alaşımından çubuk ve profiller ile içi boş profiller olarak kategorize etmek mümkündür. Alüminyum grubunda 2. sırada talep gören ve kalınlığı 2 mm.'yi geçen levha, plaka ve şeritler olarak tanımlanan grubun ise, gerek alüminyum alaşımlarından gerekse alaşımsız alüminyumdan üretilen ürünler olduğu görülmektedir. Veriler, faslın dış pazarlardaki en büyük 3. temsilcisi konumundaki alüminyum inşaat aksamı grubunun da, %11,2'lik önemli bir paya sahip olduğunu göstermektedir. Bu grup, çeşitli ürünleri içermekle birlikte, kapı, pencere ve bunların çerçeve ve eşiklerini de ihraç etmektedir. Bunun yanı sıra, kalınlığı 0,2 mm.'den küçük olan alüminyum yap-

ŞEKİL 4.16 ALÜMİNYUM İHRACATININ ALT FASILARA GÖRE DAĞILIMI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI
*GRAFİKTEKİ FASILARIN TÜMÜ DETAYLI KOD İSİMLERİNDE "ALÜMİNYUMDAN" OLARAK NİTELENDİRİLMEKTEDİR.

rak ve şeritlerin, fasıl ihracat pastasında %10,4'lük bir dilim aldığı gözlenmektedir. Sınıflandırmalarda diğer eşya olarak tanımlanan kategori, toplam alüminyum ihracatının %9,2'sinde söz sahibi olurken, demetlenmiş tel ve kablolar ile masa ve mutfak eşyası grupları da sırasıyla %4,8 ve %4,1'lik payları teşkil etmiştir.

Tüm Alüminyum Ürün Grupları 2013'te İhracat Artışı Yaşadı

Alüminyum sektörünün 2013'te girmiş olduğu toparlanma sürecine hangi alt ürün gruplarının ne ölçüde destek vermiş olduğu Tablo 4.16'da sunulmaktadır. Tablo, tüm alt fasılların ilgili dönemde

TABLO 4.16 ALÜMİNYUM İHRACATINDA ALT FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$ / kg)
Çubuk ve profiller	629	614	618	0,6	0,2	4,22
Levha, plaka, şeritler >0,2mm	552	486	502	3,3	0,7	2,96
İnşaat aksamı	206	236	265	12,2	1,3	6,12
Yaprak ve şeritler <0,2mm	192	230	245	6,6	0,7	3,81
Diğer eşyalar	206	183	217	18,9	1,5	7,28
Demetlenmiş teller, kablolar	105	111	113	1,8	0,1	2,53
Masa ve mutfak eşyası	60	77	97	26,3	0,9	5,46

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

ihracat büyümesi gerçekleştirdiğini, fasılın genel performansında en etkili olan gelişmenin ise ihracatını %18,9 oranında artıran alüminyumdan diğer eşyalar kategorisinde kaydedildiğini ortaya koymaktadır. Türkiye'nin 2013 yılındaki alüminyum ihracatı artış hızına 1,5 puanlık yukarı yönlü etki yapan bu grubu, dış pazarlarda %12,2'lik satış artışı başaran inşaat aksamı takip etmiştir. Öte yandan, masa ve mutfak eşyaları, %26,3 ile en yüksek hızda yıllık ihracat değişimi yaşayan alt fasıl olmuş ve sektörün toplam gelişimine

destek vermiştir. Diğer ürün kategorileri ise tek haneli büyümeler kaydetmiş, bunlar arasında en durgun dönemi geçiren fasıl, ilk sırada yer alan çubuk ve profiller olmuştur. Alüminyum ve mamulleri faslında ortalama ihracat birim fiyatları ise, tek basamaklı olup, en yüksek değer 2013'ün öne çıkan grubu alüminyumdan diğer eşyalar bazında görülmektedir. Bunu, inşaat aksamı ile masa ve mutfak eşyaları takip etmektedir. En düşük ortalama fiyat ise, demetlenmiş teller ve kablolar kategorisindedir.

4.2.16 Diğer Fasıllarda Öne Çıkan Gelişmeler

Ev Tekstili İhracatı Dinamik Bir Dönemi Geride Bıraktı

Türkiye'nin 2013 ihracatında en yüksek değeri gerçekleştiren ilk 15 fasıl yukarıda detaylı olarak incelenmiştir. Bunun yanı sıra, ilgili dönemin ulusal ihracat performansında diğer grupların da çeşitli derecede katkıları olmuştur. Bu gruplardan, ihracatta ilk 20'de yer alan diğer fasıllardan da kısaca bahsetmekte fayda vardır. Bu bağlamda, daha önce Şekil 4.1'de sunulan sıralamada görüldüğü gibi 16. sırada bulunan dokunmuş hazır eşya faslında %15,1'lik bir yıllık ihracat artışı göze çarpmaktadır. Türkiye'nin 2013 ihracatına 0,2 puan hız katan bu performans, alt gruplar itibarıyla incelendiğinde, temelinde, havlu veya benzeri mensucattan banyo ve mutfak bezleri ile yatak örtüsü gruplarının yattığı tespit edilmektedir.

Halı ve Pamuklu Mensucat Grupları Başarılı Bir Yıl Geçirdi

İhracat sıralamasında bir sonraki en büyük dilime sahip fasıl olan halılarda ise, kriz sonrası gözlenen istikrarlı büyüme 2013'te de devam etmiştir. %9,6'lık güçlü bir talep artışı yaşayan fasıl, sentetik veya suni

dokumaya elverişli maddeden halı ihracatında başarılı bir sene geçirmiştir. Sıralamada halıları takip eden pamuk grubunda ise, 2012'deki zayıflamanın, yerini %8'lik bir yükselişe bıraktığı gözlenmektedir. Bu başarının arkasında ise, denim başta olmak üzere pamuklu mensucata yönelik talepteki kayda değer artışlar yatmaktadır. Bu veriler dâhilinde, halı ve pamuk fasılları, 2013 toplam ihracatının artış oranını, her biri 0,1 puan olmak üzere olumlu yönde etkilemiştir.

Cevherler İlk 20'de En Hızlı Artış Kaydeden Fasıl Oldu

İhracat sıralamasındaki ilk 20 fasıl arasında son iki sırada yer alan sebze ve meyve müstahzarları ile cevher ve cürüflar ise, sırasıyla %4,5 ve %27,5 oranlarında dış pazar büyümesi kaydetmiştir. İlk 20 grup içerisinde en yüksek ihracat artış oranını yakalayan cevher ve cürüflara alt fasıllar itibarıyla göz atıldığında, önde gelen gruplar olan bakır, krom, çinko ve kurşun cevherlerinin hepsinde hatırı sayılır artışlara rastlanmaktadır. Bununla birlikte, fasılın bu denli büyümesine en önemli katkının, değerli metal cevherlerinden geldiği gözlenmektedir.

Zeytinyağı İhracatı Patlama Yaptı

Öte yandan, 2013 ihracat sıralamasında ilk 20'de yer

4

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

almayan ancak dış pazarlardaki güçlü büyümeleriyle ve bunun sonucunda yaratmış oldukları katkılarla dikkat çeken birkaç fasıla da değinmek gerekir. Bunlar arasında, Türkiye'nin yıllık ihracat temposunu 0,3 puan yukarı yönlü etkileyen bitkisel ve hayvansal yağlar grubunun, %16,8 oranında ihracat artışı yaptığı görülmektedir. Bu gelişme ise, büyük ölçüde, %283 oranında sıra dışı bir pazar patlaması yaşayan zeytinyağı ürünlerinden kaynaklanmıştır. Veriler pazarlar bağlamında incelendiğinde, bu artışın Amerika Birleşik Devletleri, İspanya ve İtalya'ya yapılan zeytinyağı ihracatındaki tırmanmadan ileri geldiği anlaşılmaktadır. Zeytinyağı ihracatının motor güç olduğu yağlar grubunda, ayrıca, ay çiçek ve diğer yağlarda da artışlar yaşanmıştır. söz konusu fasıl ihracatında, hidrojene yağlar alt kategorisindeki ayçiçeği tohumu yağının önemli bir dilime sahip olduğunu da eklemek gerekir. Ayrıca fasılın, 2013 yılında margarin ihracatında da artış kaydettiği görülmektedir.

Hububat İhracatı Makarnayla Coştu

Bununla birlikte, hububat faslı da, oldukça başarılı bir yıl geçirerek ihracatını %25,1 artırmıştır. Türkiye'nin toplam ihracat hızına 0,2 puan olumlu etki yapan bu performansın tetikleyicisinin ise dış pazarlarda %38 satış artışı kaydeden makarnalar grubu olduğu anlaşılmaktadır. Buna ek olarak, fasılın en büyük dilimini oluşturan kek, gofret, bisküvi kategorisinde ve ayrıca kahvaltılık hububat ürünlerinde de önemli artışlar kaydedilmiştir.

Gemi ve Yatlar Dış Pazarlarda Ciddi Büyüme Kaydetti

2013 yılında genel ihracat büyümesine 0,2 puanlık katkı yapan bir diğer fasıl ise, gemi ve yatlar olmuştur. İhracat düzeyini yıllık bazda %40,2 yükselten gemi ve yatlar faslı, böylelikle 2012 yılındaki düşüşünü telafi etme sürecine girmiştir. İhracat düzeyini bir önceki 813 milyon dolardan 1.141 milyon dolara yükselten fasılın alt gruplarına bakıldığında ise, büyümenin ağırlıklı olarak yolcu gemileri ile römorkörler ve itici gemilerden kaynaklandığı görülmektedir.

Hava ve Demiryolu Grupları 2013 Yılında Dış Pazar Hareketliliği Yaşadı

Son olarak, söz konusu dönemdeki toplam ihracat gelişiminde, düşük payları nedeniyle ciddi bir etki yaratmayan diğer bazı fasıllarda da dikkat çeken

gelişmelerden kısaca bahsetmek gerekirse, sırasıyla %37,4 ve %44,4 ihracat artışı gerçekleştiren hava araçları ve aksamaları ile demiryolu araçları gruplarından söz etmek mümkündür. Veriler, hava araçları grubundaki büyümenin, uçak parçalarının yanı sıra, ağırlığı 15.000 kg'ı geçmeyen yolcu taşımaya mahsus uçakların ihracatında görülen artıştan kaynaklandığına işaret etmektedir. Demiryolu araçlarının 2013 yılındaki dış pazar hareketliliği ise, esas olarak, yolcu vagonları ile dizel elektrikli lokomotifler alt gruplarından kaynaklanmaktadır.

Ayakkabı Grubunda Güçlü İhracat Artışı Kaydedildi

Bunun yanı sıra, ayakkabı sektöründeki %32,4'lük artış da, güçlü performanslar arasında yer almaktadır. İhracatını 2012 yılındaki 546 milyon dolar seviyesinden 2013 yılında 723 milyon dolar düzeyine yükselten ayakkabı grubunun dış pazarlardaki büyümesinde, çeşitli ayakkabı alt gruplarının yanı sıra, özellikle iç tabanların oluşturduğu ayakkabı aksamındaki ciddi artış da rol oynamıştır. Öte yandan, dış pazarlarda kayda değer canlanmalar yaşayan diğer fasıllar arasında balıklar ve kabuklu hayvanlar ihracatı 2013 yılında %25,9 artarken, şekerleme ile silahlar ve mühimmat fasılları da, sırasıyla %25,5 ve %28,8 oranındaki ihracat büyümeleriyle göze çarpmaktadır.

ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT



5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

5.1-ÜLKE GRUPLARINA GÖRE İHRACAT

Avrupa, 2013 Yılında Türkiye İhracatı İçindeki Payını Artırdı

Ülke grupları bazında incelendiğinde, 2013 yılında Türkiye'nin en büyük ticaret partnerinin, daha önceki yıllarda olduğu gibi, yine Avrupa Birliği (AB) olduğu görülmektedir. Ortadoğu'daki gelişmelerin de olumsuz etkisiyle söz konusu dönemde Yakın ve Ortadoğu ülkeleri kategorisinin ihracattaki payı düşüş göstermiş, buna karşılık ekonomik toparlanma sürecinin başladığı Avrupa ülkelerinin pastadaki payı artmıştır. Bu bağlamda, 2013'te Türkiye ihracatının %41,5'lik bölümü AB-28 ülkelerine yapılırken, bunu %23,4 ile Yakın ve Ortadoğu ülkeleri izlemiştir (Şekil 5.1). İhracat sıralamasında 3. ve 4. sırada yer alan bölgeler ise, sırasıyla %9,4 ve %9,3 gibi birbirine oldukça yakın paylarla Diğer Avrupa ülkeleri ve Afrika ülkeleri olmuştur. Çin'in de içinde bulunduğu Diğer Asya ülkeleri 2013 yılında Türkiye ihracatında %7,9'luk bir pazar oluştururken, Amerika ülkelerinin payı ise %6,4 olarak gerçekleşmiştir.

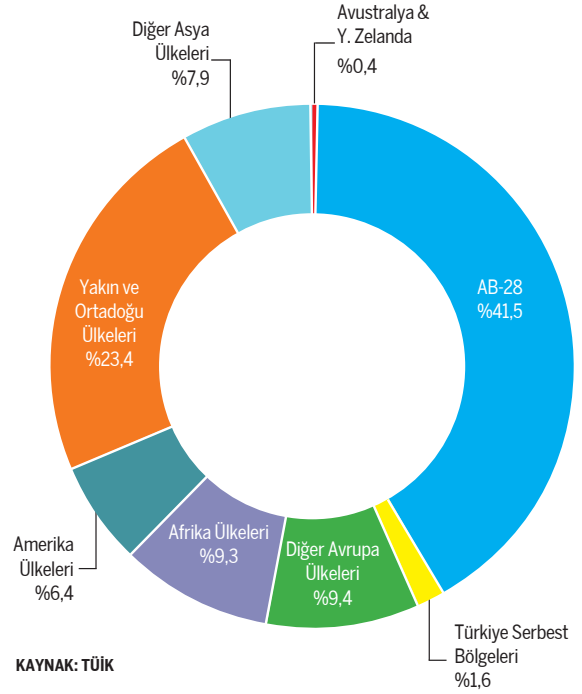
Ülke grupları bazında bu paylar doğrultusunda gerçekleştirilmiş olan ihracat değerleri, Tablo 5.1'de verilmiştir. Tablo aynı zamanda, bölgelere yapılan ihracatın 2013 yılında bir önceki seneye göre nasıl bir değişim gösterdiğini de sergilemektedir. Buna göre, AB-28 bölgesine yapılan ihracatın %6,1 oranında bir büyüme kaydetmesi oldukça olumlu bir gelişme olmuştur. En büyük 2. ihracat partneri Yakın ve Uzakdoğu'ya gerçekleştirilen ihracattaki düşüşün ise, %16,2 oranında olduğu göze çarpmaktadır. 2013 yılında Türkiye'nin en hızlı ihracat büyümesi kaydettiği pazarların başında ise, %13,7 oranında ihracat artışıyla, Diğer Asya ülkeleri gelmektedir. Bununla birlikte, diğer Avrupa ülkeleri ve Amerika ile yapılan ticaret 2013'te nispeten durgun bir

TABLO 5.1 ÜLKE GRUPLARI VE İHRACAT (2013)

	İhracat Değeri (milyon dolar)	İhracat Yıllık Değişim Oranı (%)	İhracat Değişim Oranına Katkı (puan)
Genel Toplam	151.807	-0,4	
AB-28	63.034	6,1	2,40
Yakın ve Ortadoğu Ülkeleri	35.581	-16,2	-4,50
Diğer Avrupa Ülkeleri	14.217	0,4	0,04
Afrika Ülkeleri	14.148	5,9	0,53
Diğer Asya Ülkeleri	12.019	13,7	0,96
Amerika Ülkeleri	9.707	0,9	0,05
Türkiye Serbest Bölgeleri	2.413	5,1	0,08
Avustralya ve Yeni Zelanda	539	9,8	0,03
Diğer Ülkeler	149	41,7	0,03

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

ŞEKİL 5.1 İHRACATIN ÜLKE GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI (2013, %)



KAYNAK: TÜİK

gelişme gösterirken, sıralamada 4. olan Afrika ülkelerine yapılan ihracat, yukarı yönlü trendini sürdürerek %5,9 oranında büyümüştür.

Bölgelere yapılan ihracattaki yıllık değişim oranlarını bu şekilde özetlemekle birlikte, bu değişimlerin toplam ihracat büyüme hızına yaptığı etkiyi de analiz etmekte fayda vardır. Tablo 5.1'de görüldüğü gibi, 2013 yılında Türkiye ihracatı %0,4 oranında bir daralma kaydetmiştir. Bu daralma, bir önceki bölümde ürünler bazında detaylı olarak incelendiği gibi, altın ihracatındaki sert düşüşten, bir diğer deyişle, 2012 yılındaki yüksek altın ticaretinin baz etkisinden kaynaklanmıştır.

Ortadoğu'ya İhracatın Düşüş Nedeni Altın

Ülke grupları açısından ele alındığında ise, tüm gruplarda çeşitli seviyelerde artışlar gözlenirken, sadece Yakın ve Ortadoğu ülkelerine yapılan ihracat düşüş kaydetmiştir. Dolayısıyla, 2013 yılında ihracatın negatif büyüme gerçekleştirmesinde ana etken, Ortadoğu ülkeleri olmuştur. Bu grup, ilgili dönemde ihracat büyüme hızına -4,5 yüzde puanlık

aşağı yönlü bir etki yapmıştır. Hızını kesen altın ihracatında, İran ve Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) gibi ana partnerlerin de bu bölgede yer aldığı düşünüldüğünde, çıkan sonuç oldukça anlamlıdır.

Avrupa, Asya ve Afrika Pazarlarında Canlanma Yaşandı

Öte yandan, Yakın ve Ortadoğu ülkelerinin olumsuz etkilediği 2013 ihracat hızını yukarı çeken en önemli katkı ise, 2,4 puanla AB-28'den gelmiştir. Bölgenin gerek ihracat pastasındaki ağırlıklı payı, gerekse %6,1 oranındaki büyüme hızı, bu yüksek katkıyı beraberinde getirmiştir. Çin'in başı çektiği diğer Asya ülkeleri ise, en yüksek ihracat sıralamasında daha

düşük bir paya sahip olmasına rağmen, %13,7'lik dikkat çekici artışıyla, Türkiye'nin 2013 yılı ihracat büyümesinde 1 puana yakın bir rol oynamış ve aynı dönemde en çok katkıyı yapan 2. grup olmuştur. Asya ülkelerini, 0,53 yüzde puanlık destekle, %5,9 oranında ihracat artışı kaydedilen Afrika pazarı takip etmiştir. Diğer ülke gruplarının katkıları ise, nispeten düşük düzeylerde gerçekleşmiştir. Sonuç olarak, Avrupa, Asya ve Afrika pazarlarında kaydedilen ihracat artışları memnuniyet verici seviyelerde olmakla birlikte, Ortadoğu pazarındaki altın ağırlıklı sert düşüş bu gelişmeleri gölgede bırakmış ve toplam yıllık ihracat büyümesinin %-0,4 olarak gerçekleşmesine sebep olmuştur

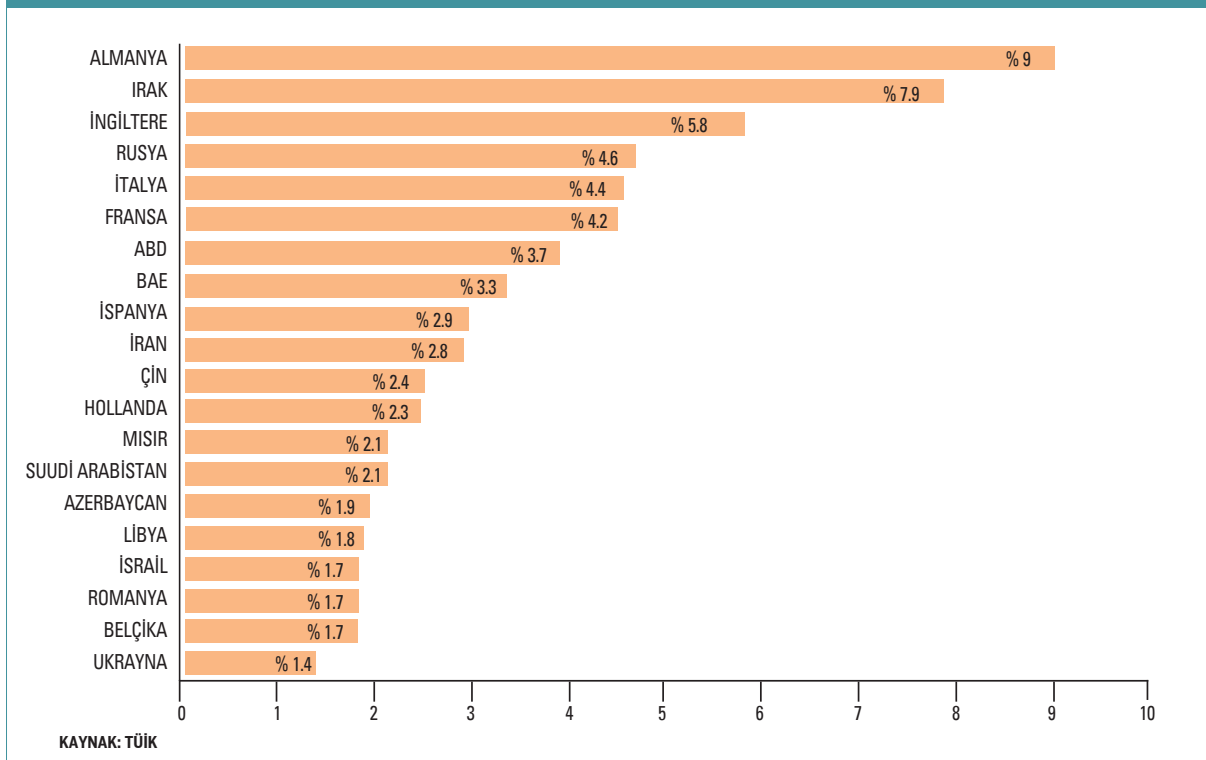
5.2-ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

Türkiye ihracatı ülkeler itibariyle incelendiğinde ise, Almanya'nın, lider pozisyonunu 2013 yılında da bırakmadığı görülmektedir. Yıllık bazda %4,4 oranında artış göstererek 13.706 milyon dolar seviyesine ulaşan Almanya'ya ihracat, 2013 toplam ihracatında %9'luk bir dilime sahip olmuştur (Şekil 5.2). Ülke grupları arasında 1. sırada yer alan AB-28'e yapılan ihracatın %22'lik kısmını açıklayan Almanya, bölgeye yapılan ihracatın motor gücü durumundadır.

Almanya 2013'te de En Büyük İhracat Partneri Oldu

Almanya'yı, 11.953 milyon dolar ile takip eden Irak pazarı ise, aynı dönemde %10,4 gibi güçlü bir talep büyümesine imza atmıştır (Tablo 5.2). Önceki yıllara göre performansında bir yavaşlama görülmeyle birlikte, Irak'a yapılan ihracat çift haneli büyümesi ve %7,9'luk payıyla 2. sıradaki yerini korumuştur. Sıralamada 3. ülke olan İngiltere'yle ticaret ise, durgun

ŞEKİL 5.2 İHRACATIN ÜLKELERE GÖRE DAĞILIMI (2013, % PAY, İLK 20)



5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

bir yıl geçirmiş ve %0,9 oranında büyüme kaydetmiştir. Türkiye ihracat pastasında %5,8'lik bir dilimi elinde tutan İngiltere, 2013 yılında 8.773 milyon dolarlık bir talep gerçekleştirmiştir.

Irak'a İhracat Yine Çift Haneli Büyüdü

İngiltere'yi takip eden Rusya ve İtalya da, Türkiye'den yaptıkları ithalatı canlı tutan ülkeler arasında gelmiştir. Sırasıyla %4,3 ve %5,4 oranlarında ihracat artışı gerçekleştirilen Rusya ve İtalya pazarları, 2013 ihracatında %4,6 ve %4,4'lük paylara sahip olmuştur. Fransa'ya yapılan ihracat, 2012 yılında da olduğu gibi, İtalya'nın hemen arkasındaki yerini korumuş ve sergilediği %2,9'luk artışla toplam ihracatın %4,2'sini oluşturmuştur. Türkiye'nin Amerika ülkeleri pazarında %58'lik bir paya sahip olan ABD ise, söz konusu dönemde talep açısından oldukça durağan bir gelişme göstermiş ve yılı %0,4 artış sonucunda 5.636 milyon dolara varan ihracat rakamıyla kapamıştır.

İhracat Sıralamasında İran ve BAE Düşerken, İspanya Yükseldi

Öte yandan, ABD'nin hemen arkasından gelen Birleşik Arap Emirlikleri, 2012 yılındaki 5.lik pozisyonundan 8.liğe gerileyerek payını %3,3'e düşür-

müştür. Türkiye'den yaptığı ithalatta %39,3 azalma kaydeden BAE ile yaşanan gelişme, 2013 sıralamasında 10. olan İran için de söz konusu olmuştur. Bir önceki yıl 3.lük konumunda olan İran'a yapılan ihracat, aynı dönemde %57,7 oranında düşüşle 4.193 milyon dolara gerilemiştir. Bu iki pazarda gözlenen olumsuz trend ise, büyük ölçüde altın ticaretinden kaynaklanmıştır. 2012 yılında bu ülkelere yapılan altın ihracatındaki ciddi artış 2013 yılında yerini düşüşe bırakınca, ilgili ihracat büyüme göstergeleri de negatif rakamlara geçiş yapmıştır. Bir diğer deyişle, 2012 yılındaki altın ihracatının baz etkisi, bu pazarlarda ihracat düşüşüne neden olmuştur. İran ve BAE temelli bu gelişmeler, yukarıda sözü edilen Yakın ve Ortadoğu ülkeleri grubundaki %16,2 oranındaki talep gerilemesinin de ana nedeni olmuştur. Ortadoğu pazarında bu minvalde olumsuzluklar yaşanırken, canlanan Avrupa kanadından bir başka iyi haber ise İspanya'dan gelmiştir. 2012 yılında ticaret daralması yaşanan İspanya, 2013'te atağa geçerek Türkiye'den yaptığı ithalatı %16,5 oranında artırmıştır. Böylelikle pazarlar arasında %2,9'luk payla 9. sıraya yerleşen İspanya'ya yapılan ihracat, söz konusu dönemde 4.335 milyon dolara ulaşmıştır. Bu kapsamda, ilk 10 pazar arasında yer alan Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa ve İspanya'nın, toplam 39.910 milyon dolar ile, Türkiye'nin en büyük ihracat partneri AB-28'e yapılan ihracatın %63,3'ünü, bir diğer ifadeyle oldukça büyük bir kısmını sırtladığı gözlenmektedir.

TABLO 5.2 ÜLKELER VE İHRACAT (2013)

	Ihracat Değeri (milyon \$)	Ihracat Değişim Hızı (%)	Toplam İhracat Değişim Hızına Katkı (puan)
Almanya	13 706	4,4	0,4
Irak	11 953	10,4	0,7
İngiltere	8 773	0,9	0,1
Rusya	6 965	4,3	0,2
İtalya	6 717	5,4	0,2
Fransa	6 378	2,9	0,1
ABD	5 636	0,4	0,0
BAE	4 966	-39,3	-2,1
İspanya	4 335	16,5	0,4
İran	4 193	-57,7	-3,8
Çin	3 601	27,1	0,5
Hollanda	3 538	9,1	0,2
Mısır	3 201	-13,0	-0,3
Suudi Arabistan	3 192	-13,2	-0,3
Azerbaycan	2 960	14,4	0,2
Libya	2 754	28,7	0,4
İsrail	2 650	13,7	0,2
Romanya	2 617	4,8	0,1
Belçika	2 574	9,1	0,1
Ukrayna	2 190	19,6	0,2
Genel Toplam	151.807	-0,4	

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

Çin'e Yapılan İhracat 2013'te %27,1 Büyüdü

İhracat sıralamasında ilk 10 ülkedeki durum bu şekilde özetlenmekle birlikte, ikinci 10'da yer alan pazarlara da kısaca bir göz atıldığında, en göze çarpan verilerden birinin Çin'e ait olduğu görülmektedir. 2012 yılında sıralamada 14. sırada yer alan Çin'e yapılan ihracat, 2013'te gerçekleştirdiği %27,1 oranındaki kuvvetli büyüme sonucunda, Mısır, Suudi Arabistan ve Hollanda pazarlarının önüne geçerek 11. sıraya yükselmeyi başarmıştır. Hollanda ise, 2013'te Çin'in arkasına düşmekle birlikte, %8.9 oranındaki genişlemesi ile, Türkiye'nin oldukça olumlu bir ihracat performansı kaydettiği Avrupa pazarlarından olmuştur.

Libya %28,7'lik Büyümesiyle İhracat Sıralamasında Üç Basamak Atladı

Bununla birlikte veriler, Mısır ve Suudi Arabistan'ın, her biri %13 bandında kaydedilen ihracat daralmalarıyla, 2013 yılında ticaret ilişkilerinin zayıfladığı diğer iki ülke

olduğunu göstermektedir. Afrika bölgesinde bulunan Libya'yla ise, ilgili dönemde tam tersi yönde olumlu gelişmeler yaşanmıştır. Libya, 2013 yılında Türkiye ihracat sıralamasındaki ilk 20 ülke arasında en hızlı talep artışına imza atan pazar olmuştur. Türkiye'den yaptığı ithalatı %28,7 oranında artıran Libya, böylelikle 2012'deki 19.'luk konumundan hızla 16. sıraya tırmanmıştır. Libya'da yaşanan bu genişleme, Türkiye'nin Afrika pazarında 2013'te gerçekleştirdiği %5,9 oranındaki büyümeyi de büyük ölçüde açıklamaktadır. Bunun yanı sıra, Azerbaycan, İsrail ve Ukrayna da, 2013 yılında çift haneli ihracat artışı kaydedilen pazarlar arasında dikkat çekmektedir.

2013 İhracat Büyüme Hızına En Büyük Katkı Irak Pazarından Geldi

Yukarıda detaylı olarak bahsedilen ihracat gelişmeleri dâhilinde, 2013 yılında toplam ihracat artış hızına en yüksek katkıyı sağlayan ülke Irak olmuştur (Tablo 5.2). %10,4 oranında artan Irak'a ihracat, pastada sahip olduğu yüksek payın da etkisiyle, ihracat hızını 0,7 yüzde puanla yukarı yönlü desteklemiştir. Çin pazarı ise, nispeten düşük bir payı oluşturmakla birlikte, gerçekleştirdiği %27,1'lik ciddi büyüme sayesinde 2013'te Türkiye ihracatının büyümesine 0,5 puan sağlayarak Irak'ı takip etmiştir. Libya ve İspanya çift haneli talep artışlarıyla, Almanya pazarı ise liderliğinin getirmiş olduğu yüksek payın ve %4,4'lük genişlemenin etkisiyle, her biri 0,4 puan olmak üzere, ihracat artışına en çok katkıda bulunan pazarlar arasında yer almıştır.

Öte yandan, diğer birçok ülkeyle yapılan ticaret de, çoğunlukla pozitif büyümeler kaydederek ihracat hızına olumlu katkılar sağlamış olsa da, 2013 yılı toplam ihracat hızı %-0,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu noktada, yukarıda da incelendiği gibi, Yakın ve Ortadoğu'da gözlenen düşüşlerin bu gelişmenin sebebi olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Nitekim, büyük ölçüde altın ticaretinin baz etkisiyle yaşanan İran'a ihracattaki %57,7 oranındaki gerileme, toplam ihracat hızını 3,8 puan gibi ciddi bir seviyede aşağı çekmiştir. Buna benzer bir şekilde, BAE'nin Türkiye'den yaptığı ithalatın %39,3 gerilemesi de, 2,1 puanlık negatif etki anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, sadece bu iki pazarın ihracat artış hızı üzerindeki etkisi %6 civarında gerçekleşmiştir. Ayrıca, Suudi Arabistan ve Mısır'a yapılan ihracat düşüşleri de, her biri 0,3 puanlık aşağı yönlü etki yaratmıştır.

2013'te Pazar Kompozisyonu Yeniden Şekillendi

Bununla birlikte, ağırlıklı olarak altın ticareti yapılan pazarlar nedeniyle düşüş yaşadığı açıkça ortada olan toplam ihracatın, bu pazarlar dışında memnuniyet verici gelişmeler yaşadığı gözlenmektedir. Sonuç olarak, Ortadoğulu partnerlerle olumsuzluklar yaşanmış olmakla birlikte, Avrupa, Asya ve Afrika pazarlarındaki canlanmalar, 2013 yılında Türkiye'nin dış pazar kompozisyonunun yeniden şekillenmesine yol açmıştır. Bu doğrultuda, mal ihracatının 2013 yılında oldukça olumlu bir seyir izlediği ve hatta 2012'den daha iyi bir performans ortaya koyduğu da net bir şekilde ortadadır.

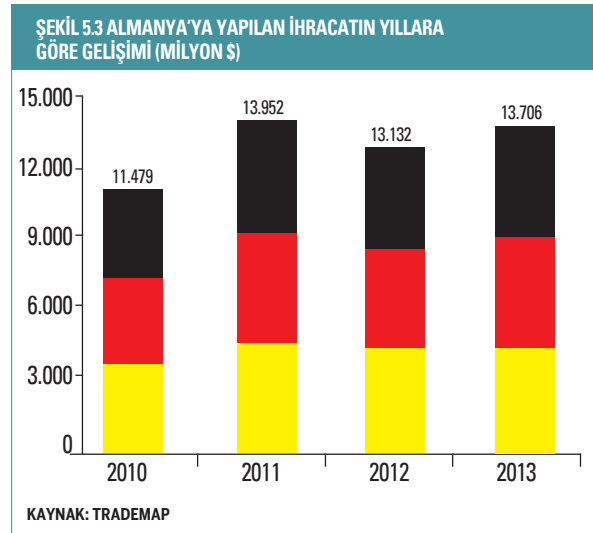
5.3-ÜLKELER BAZINDA FASILLARA GÖRE İHRACAT

Türkiye'nin önce gelen ticaret partnerleriyle gelişen ilişkilerini daha yakından anlayabilmek için, ülkelerin talep ettiği ürün kompozisyonunu incelemekte fayda vardır. Bu bölümde, söz konusu pazarlar tarafından ithal edilen Türk malları ve bunların son yıllarda izlediği trend, fasıllar bazında analiz edilmektedir. .

5.3.1 Almanya Pazarı

Almanya Pazarı 2013'te Yeniden Tırmanışa Geçti

Türkiye'nin en büyük ticaret partneri Almanya, global kriz sonrasında gerçekleştirdiği çift haneli pazar büyüme rakamlarıyla canlılığını korumuştur. 2011 yılında %21,5 oranında artan Almanya'ya ihracat, 2012'de ise Avrupa genelinde yaşanan ve Almanya'nın da içinden



5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

TABLO 5.3 ALMANYA'YA YAPILAN İHRACATTA FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Örme giyim	2.313	2.031	2.224	9,5	1,5
Makine	1.972	2.025	2.164	6,9	1,1
Motorlu kara taşıtları	1.776	1.690	1.723	1,9	0,2
Örülmemiş giyim	904	879	896	1,9	0,1
Elektronik	905	1.045	881	-15,7	-1,2
Tekstil ürünleri	664	494	558	13,0	0,5
Demir-çelik ürünleri	580	488	484	-0,8	0,0
Kauçuk ve ürünleri	541	473	479	1,3	0,0
Sebze-meyve müstahzarlar	451	453	461	1,6	0,1
Yenilebilir meyve	456	406	448	10,4	0,3

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

geçtiği ekonomik durgunluğun yarattığı etkiyle %5,9'luk bir düşüş kaydetmiştir. 2013 yılına gelindiğinde ise, yeniden toparlanmaya başlayan ekonominin Türkiye'den yaptığı ithalat talebi yükselişe geçmiştir. Bu bağlamda, Almanya'ya yapılan ihracat, kriz sonrasındaki keskin tırmanış oranlarında olmasa da, 2013'te %4,4 artarak 13.706 milyon dolar seviyesine erişmiştir (Şekil 5.3)..

Almanya'ya İhraç Edilen Ürünlerin Yarısı Sadece 4 Sektöre Ait

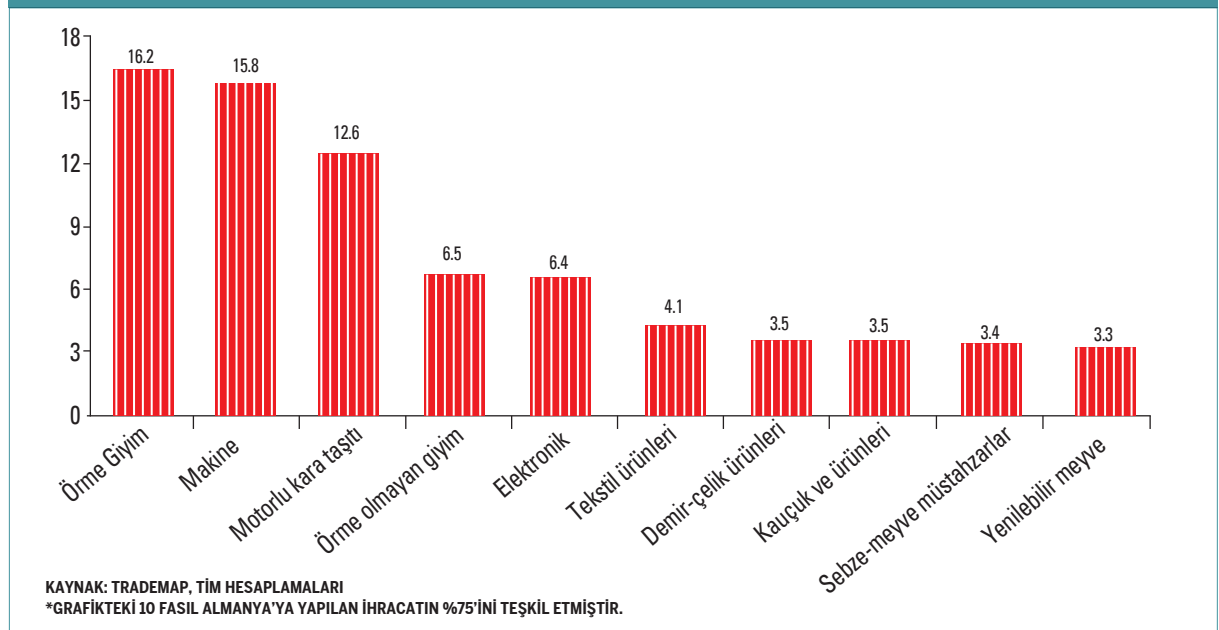
Almanya'ya yapılan ihracatta 2013 yılında önde gelen fasılların dağılımı Şekil 5.4'te verilmiştir. Buna göre, söz konusu ihracatta örme giyim eşyaları ile makineler, sırasıyla %16,2 ve %15,8'lik önemli paylara sahiptir. Yalnızca bu iki grup, Almanya'ya ihracı yapılan malların %32'lik, bir diğer ifadeyle neredeyse üçte birlik

bölümüne denk gelmektedir. Gerek örme giyim gerekse makineler ihracatında, Almanya'nın, Türkiye'nin en büyük pazarı olup bu sektörlerdeki toplam ihracatın sırasıyla %24 ve %17'lik kısımlarını karşıladığını belirtmek gerekir. 3. sırada gelen motorlu kara taşıtları da, 2013 yılında %12,6 gibi hatırı sayılır bir pay teşkil etmiştir. Hemen arkasındaki %6,5 oranındaki örme olmayan giyim faslıyla bir arada değerlendirildiğinde, en büyük payları alan bu 4 sektörün, toplam %51 ile Almanya ihracat pastasının yarısından fazlasına hâkim olduğu görülmektedir. Elektrik-elektronik faslı da, örme olmayan giyime oldukça yakın bir seviye olan %6,4'lük payla, 2013 yılında pazardaki en büyük 5. ürün grubu olmuştur. Bunun yanı sıra, Almanya'ya en çok ihracı yapılan ürünler arasında, tekstil, demir-çelik, kauçuk ürünleri ile sebze-meyve müstahzarları ve yenilebilir meyve gelmektedir.

Almanya İhracatındaki Artışın Motor Gücü Örme Giyim ve Makine Oldu

Tablo 5.3 Almanya ihracatında başı çeken fasılların son 3 yıllık gelişiminin yanı sıra, bu fasılların, pazarda 2013 yılında gerçekleşen ve Türkiye'nin toplam yıllık ihracat artış hızına 0,4 puan katkıda bulunan genişlemedeki katkısını incelemektedir. Rakamlar, 2013'te en büyük ihracat büyümesi yaşayan grupların, sırasıyla %13 ve %10,4 ile tekstil ürünleri ve yenilebilir meyve olduğunu göstermektedir. Bu iki fasıldaki yukarı yönlü hareket, Almanya'ya yapılan ihracatın yıllık artış hızına toplam 0,8 puanlık bir

ŞEKİL 5.4 ALMANYA'YA YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN PAYI (% , 2013)



katkıda bulunmuştur. Öte yandan, pazarın önde gelen iki grubu olan örme giyim ve makineler de, sırasıyla %9,5 ve %6,9 oranlarında ihracat artışı kaydetmiştir. Bu iki fasıl, sahip oldukları yüksek payların etkisiyle, Almanya'ya yapılan 2013 ihracatını sırasıyla 1,5 ve 1,1 puan yukarı

çekmiştir. Diğer fasıllarda nispeten düşük büyümeler ve bunun yansımaları olan katkı puanları gerçekleşmekle birlikte, sıralamada 5. olarak yer alan elektrik-elektronik faslındaki %15,7 oranındaki sert düşüş, toplam ihracat artış hızına -1,2 puanlık olumsuz etki yapmıştır.

5.3.2 Irak Pazarı

Irak'a İhracat Yine Çift Haneli Büyüdü Ancak Performansı Düştü

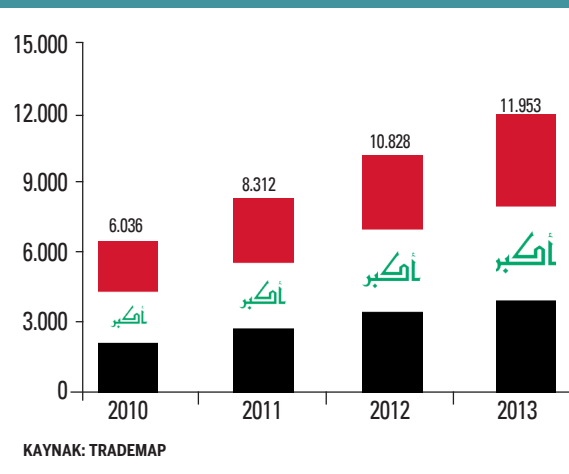
Irak son yıllarda güçlü bir şekilde artırdığı taleple, Türkiye ihracatında güçlü bir konum edinmiştir. Bu kapsamda, Irak 2011 yılında %37,7, 2012'de ise %30,3 büyüyerek özellikle Avrupa'daki talep durgunluğunun yaşandığı dönemlerde Türk ihracatını destekleyen önemli bir pazar olmuştur. 2013 yılında ise, Irak'a yapılan ihracat yine çift haneli büyüyerek 11.953 milyon dolar seviyesine ulaşmış ancak %10,4'lük artış oranıyla önceki yıllara göre bir performans düşüklüğünün varlığına işaret etmiştir (Şekil 5.5). Buna rağmen, Türkiye'nin 2013 toplam ihracat artışına en büyük katkıyı, yine Irak'la yapılan ticaret sağlamıştır.

Irak Pazarı Çok Ürünlü Bir Kompozisyona Sahip

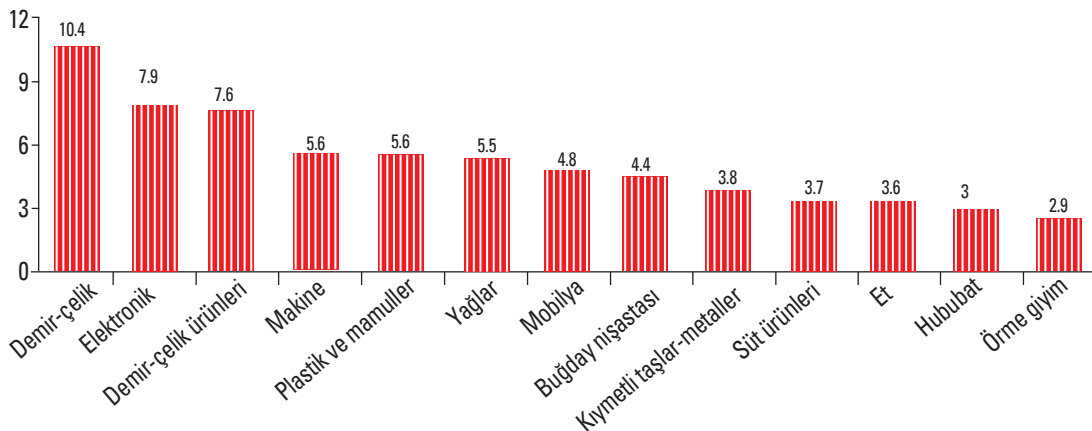
Türkiye'nin dış ticaretinde böylesine önemli bir konumda olan Irak'ın talep ettiği ürün kompozisyonu incelendiğinde, 2013 yılında demir-çelik faslıının %10,4 ile 1. sırada geldiği gözlenmektedir (Şekil 5.6). Bu noktada, Irak'ın, Türkiye'nin demir-çelik ihracatında %12,5 ile en büyük

pazar konumunda olduğunu da vurgulamak gerekir. Bunu takip eden elektrik-elektronik ile demir-çelik ürünleri %7, makine, plastik ve hayvansal-bitkisel yağlar da %5 bandında paylara sahip olmuştur. Ayrıca, mobilya, buğday nişasta, kıymetli taşlar metaller, süt ürünleri ve et gibi birçok fasılın, birbirine çok da uzak olmayan seviyelerdeki paylarla pazarda yer aldığı dikkat çekmektedir. Buna bağlı olarak, grafikte yer alan 13 ürün grubu, 2013 yılında

ŞEKİL 5.5 İRAK'A YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



ŞEKİL 5.6 İRAK'A YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*GRAFİKTEKİ 13 FASIL İRAK'A YAPILAN İHRACATIN %69'UNU TEŞKİL ETMİŞTİR.

5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

Irak'a ihracatın %69'unu oluşturmuştur. Bu durum, Irak pazarında Türk mallarına olan talebin, sadece birkaç ana gruptan oluşmadığına, aksine çok çeşitli sektörleri içinde barındırdığına işaret etmektedir. Irak'a yapılan ihracatın ağırlıklı kısmını oluşturan söz konusu fasıllardaki yıllara göre gelişim Tablo 5.4'te incelenmektedir. Buna göre, 2012'de %34 oranında büyüme kaydeden demir-çelik ihracatı, 2013 yılında artış hızını %9,3'e düşürmüştür ancak yine de önemli sayılabilecek bir yükseliş kaydetmiştir. Bir önceki yıl her biri %35'lik büyüme sergileyen elektronik, makine ve plastik fasıllarının Irak'a ihracatı da ivme kaybına uğramakla birlikte, %15 bandında başarılı artışlar gerçekleştirmiştir. Sıralamada 3. olarak yer alan demir-çelik ürünleri ise, 2012 yılındaki %51'lik keskin yükselişinden sonra, 2013'te %8,3 oranında artışla nispeten daha sakin bir yıl geçirmiştir.

Kıymetli Taşlar-Metaller %70,1 Artışla Irak'a İhracatın En Büyük Destekçisi Oldu

Diğer ilgili fasılların verilerine göz atıldığında, dikkat çeken bir grup, eksi büyüme rakamıyla hayvansal ve bitkisel yağlardır. 2012'de %26 büyüyen sektör ihracatı, 2013 yılında ise bölgede %20,6 oranında talep daralması yaşamıştır. Bunun dışında Irak'a ihracat yapan diğer birçok sektör çift haneli satış büyümeleri gerçekleştirmiştir. Bu artışların en güçlülerinden birinin, %70,1 ile,

TABLO 5.4 İRAK'A YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Demir-Çelik	851	1.136	1.242	9,3	1
Elektronik	606	821	950	15,6	1,2
Demir-çelik ürünleri	556	837	907	8,3	0,6
Makine	434	586	674	15,1	0,8
Plastik ve mamülleri	431	580	671	15,8	0,8
Yağlar	660	833	661	-20,6	-1,6
Mobilya	361	507	577	13,9	0,7
Buğday nişasta	493	492	529	7,5	0,3
Kıymetli taşlar-metaller	171	266	452	70,1	1,7
Süt ürünleri	266	387	439	13,6	0,5
Et	246	351	429	22	0,7
Hububat	235	307	362	17,8	0,5
Örme giyim	156	239	352	47,4	1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

kıymetli taşlar ve metallerde kaydedildiği görülmektedir. Aynı dönemde Irak'a yapılan örme giyim eşyası ihracatı da, %47,4 gibi ciddi bir artış sağlamıştır.

Bu doğrultuda, 2013 yılında Irak pazarının büyümesinde en etkili iki fasılın, sırasıyla 1,7 ve 1,2 yüzde puan katkılarla, kıymetli taşlar ve metaller ile elektrik-elektronik olduğu anlaşılmaktadır. Irak'a yapılan ihracattaki yıllık %10,4'lük artışa 3. en büyük desteği veren gruplar ise, 1'er puanlık katkılarıyla demir-çelik ve örme giyim olmuştur. Bunu, güçlü büyüme rakamlarına bağlı olarak, makine, plastik, mobilya ve et fasılları takip etmiştir. Irak, aynı zamanda, Türkiye'nin plastik, mobilya ve et ihracatlarında dünyada 1. pazar konumundadır

5.3.3 İngiltere Pazarı

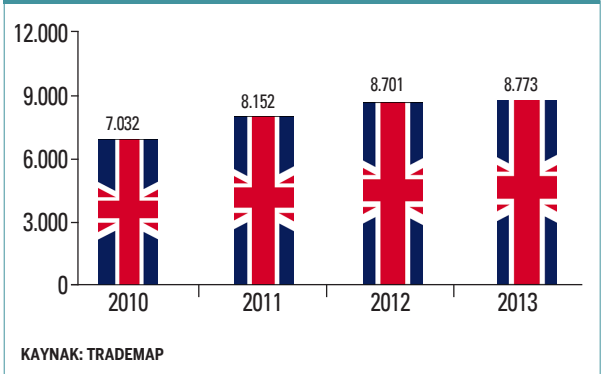
İngiltere Pazarına İhracat Hız Kesti

Türkiye'nin en büyük 3. ihracat partneri İngiltere'nin Türk mallarına olan talebi, 2011 ve 2012 yıllarında sırasıyla %12,7 ve %6,7 oranlarında hatırı sayılır artışlar göstermiş ve 8.701 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır (Şekil 5.7) 2013 yılı verileri ise, bu trendin durgunluğa dönüştüğünü ve söz konusu dönemde %0,9'luk ihracat artışıyla 8.773 milyon dolar olarak gerçekleşen ihracatta bir ivme kaybı yaşandığını ortaya koymaktadır.

Önde Gelen 4 Fasil İngiltere'ye İhracatın % 60'ını Oluşturdu

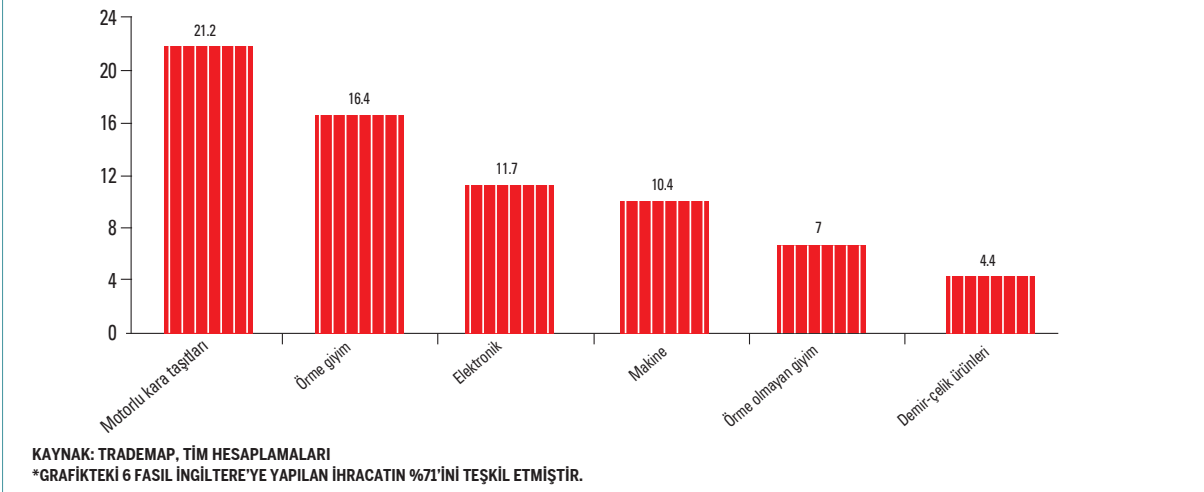
2013 yılında İngiltere'ye yapılan ihracatın, önde gelen fasıllara göre dağılımını gösteren grafik incelendiğinde, ilk dikkat çeken nokta, pazarın belli başlı ürün gruplarının hakimiyetinde olduğudur (Şekil 5.8). Nitekim ilk

ŞEKİL 5.7 İNGİLTERE'YE YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



4 fasıl pazarın %60'ını, ilk 6 fasıl ise %71'ini teşkil etmiştir. Dolayısıyla İngiltere'ye yapılan ihracat, daha az çeşitte ürüne bağlı bir yapıya sahip olup, Almanya'ya benzer, Irak'ın ise aksi bir kompozisyon çizmektedir. Fasılların ağırlıklarına bakıldığında ise, motorlu kara taşıtları ihracatının, İngiltere'ye yapılan toplam ihra-

ŞEKİL 5.8 İNGİLTERE'YE YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% 2013)



catın %21,2 gibi ciddi bir kısmını, bir diğer ifadeyle de beşte birinden yüksek bir payını oluşturduğu dikkat çekmektedir. Motorlu taşıtları takip eden örme giyim eşyaları da, 2013 yılında %16,4'lük önemli bir dilime sahip olmuştur. İngiltere, aynı zamanda, Türkiye'nin gerek motorlu taşıt gerekse örme giyim ihracatında 2. en büyük ticaret ortağı konumundadır. 2013 yılında elektrik-elektronik ve makine ihracatları ise, pastanın sırasıyla %11,7 ve %10,4'lük paylarını teşkil ederek, İngiltere'yle yapılan ihracatta söz sahibi olduklarını ispatlamıştır. Elektronik ihracatında da, İngiltere'nin Türkiye için en önde gelen pazar olduğunu eklemek gerekir. Örme olmayan giyim ve demir-çelik ürünleri ise, 2013 senesinde ülkeye sırasıyla 5. ve 6. en çok ihracatı gerçekleştiren fasıllar olmuştur.

İngiltere'ye Taşıtların Satışları 2013'te Sıradışı Bir Atak Yaptı

İngiltere'ye yapılan ihracatta ilk 6'da yer alan ve %71'lik bir ağırlık oluşturan fasılların son dönemdeki gelişimini incelemek, 2013 yılındaki pazarda yaşanan toplam ihracat hızındaki ivme kaybını anlamak açısından faydalı olacaktır. Bu çerçevede, dikkati çeken ilk tespitlerden biri, 2012'yi yıllık bazda küçük bir daralmayla kapayan motorlu kara taşıtları ihracatının, 2013 yılında atağa geçmiş olduğudur. Fasıl, söz konusu dönemde İngiltere'ye yaptığı ihracatı %64,5 gibi sıra dışı bir oranda artırmış ve 1.865 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır (Tablo 5.5). Bu ise, ülkeye yapılan ihracatın yıllık büyüme hızına 8,4 puanlık bir katkı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, motorlu kara taşıtları ihracatının İngiltere pazarındaki bu köklü artışının altı öncelikli olarak çizmeliyiz.

Pazara yapılan ihracatın hızını olumlu etkileyen bir diğer grup da, %4,4 büyüyen makineler grubu olmuştur. Makine ihracatındaki söz konusu artış, İngiltere'ye yapılan yıllık ihracat artışını 0,4 puan yukarı yönlü etkilemiştir. Öte yandan, ilk 6'da yer alan diğer 4 fasıl ise, pazarda yaşadıkları daralma sonucunda yıllık değişim oranına negatif katkıda bulunmuştur. Bunlar arasında en güçlü olumsuz etki, -1,7 puan ile, %12,3 azalma kaydeden elektronik ihracatından gelmiştir.

İngiltere Pazarındaki İvme Kaybına İşlenmemiş Altın Neden Oldu

Bu noktada, motorlu taşıtlar faslının ihracat büyümesine 8,4 puanlık desteği ve onu takip eden sektörlerin olumlu veya olumsuz nispeten cüzi katkıları ortadayken, İngiltere'ye yapılan ihracatın 2013 yılında neden sadece %0,9 oranında büyüme kaydettiği noktasına değinmek gerekmektedir. Veriler dikkatli incelendiğinde, 2013 yılında İngiltere'ye yapılan ihracatta 25. sırada yer aldığı için ilgili grafik ve tabloda bilgileri bulunmayan kıymetli taşlar ve metaller faslının, 2012'de gerçekleştirdiği 651 milyon dolar sevi-

TABLO 5.5 İNGİLTERE'YE YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

Fasıl	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Motorlu kara taşıtları	1.152	1.134	1.865	64,5	8,4
Örne giyim	1.323	1.451	1.444	-0,5	-0,1
Elektronik	1.119	1.173	1.028	-12,3	-1,7
Makine	870	872	910	4,4	0,4
Örne olmayan giyim	625	653	614	-6,1	-0,5
Demir-çelik ürünleri	407	427	390	-8,7	-0,4

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

yesindeki ihracatını bir yıl içerisinde 42 milyon dolar düzeyine düşürdüğü fark edilmektedir. Bu ise, %748 oranında radikal bir düşüş anlamına gelmektedir. Alt fasillara bakıldığında ise bu gelişmenin, 576 milyon dolarlık ihracat düşüşü kaydeden işlenmemiş altın ürünlerinden kaynaklandığı tespit edilmektedir. Bu sert iniş, İngiltere'ye yapılan ihracatın büyüme hızını 2013 yılında 7 puan aşağı çekmiştir. İşte bu nedenle,

mal ihracatında esas itibarıyla hatırı sayılır bir genişleme yaşayan Türkiye'nin İngiltere pazarında, toplam ihracat bazında sadece %0,9 oranında büyüme kaydedildiği şeklinde bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Bu ise, yukarıda ifade edildiği gibi işlenmemiş altın sebebiyle gerçekleşen bir gelişme olmuş, İngiltere pazarı mal ihracatı açısından genel anlamda olumlu bir yıl geçirmiştir.

5.3.4 Rusya Pazarı

Rusya Pazarı 2013 Yılında %4,4

Büyüme Kaydetti

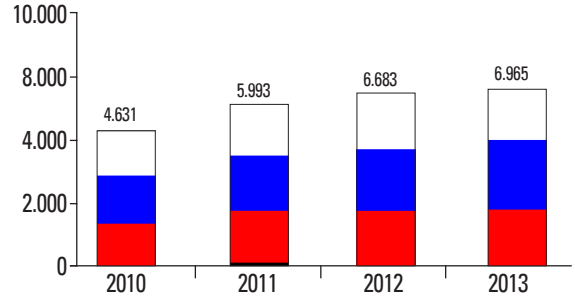
Türkiye'nin önemli ticaret ortaklarından Rusya'ya yapılan ihracat 2013 yılında %4,2 yükselerek 6.965 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (Şekil 5.9). Önceki yıllardaki trend incelendiğinde ise, İngiltere pazarında olduğu gibi daha güçlü artışların kaydedilmiş olduğu ve dolayısıyla 2013 yılında İngiltere pazarındaki kadar olmasa da bir ivme kaybı yaşandığı göze çarpmaktadır. Zira Rusya'ya yapılan ihracat 2011 yılında %29,4, 2012'de ise %11,5 büyüme sergilemiştir.

Rusya Pazarında Ürün Çeşitliliği Hâkim

Türkiye'nin 2013'te Rusya'ya yaptığı ihracatta en büyük dilim %13,6 ile motorlu kara taşıtlarına ait olmuştur (Şekil 5.10). Bunu, sırasıyla %10,5 ve %8,8 ile makineler ve yenilebilir meyve fasılları takip etmiştir. Örme kumaş, elektrik-elektronik ve yenile-

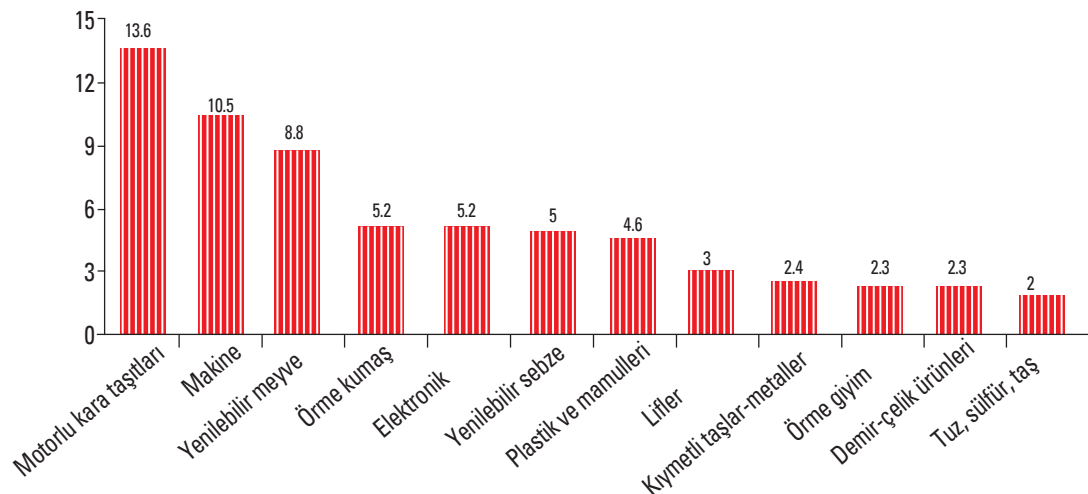
bilir sebze grupları, sektörel ihracatta %5 banında paylara sahip olurken, plastik ve mamulleri ise %4,6 ile 7. sırada yer almıştır. Sıralamayı, %3 ve %2 bandında dilimlere sahip olan birçok sektör oluşturmakla birlikte, grafikte de yer alan ilk 12 fasılın, Rusya'ya yapılan ihracatın %65'ine karşılık geldiği gözlenmiştir. Bu bağlamda, Rusya pazarının, Türkiye'den ithal

ŞEKİL 5.9 RUSYA'YA YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



KAYNAK: TRADEMAP

ŞEKİL 5.10 RUSYA'YA YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN PAYI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*GRAFİKTEKİ 12 FASIL RUSYA'YA YAPILAN İHRACATIN %65'İNİ TEŞKİL ETMİŞTİR.

ettiği ürün kompozisyonu açısından çeşitlilik içeren bir yapısı olduğunu ve bu anlamda Irak pazarına benzerlik gösterdiğini ifade etmek mümkündür.

Rusya'ya Motorlu Taşıtlar İhracatı Sıçrama Yaptı

Ağırlıklı kitlenin birçok farklı sektör tarafından teşkil edildiği Türkiye'nin Rusya ihracatında, 2013 yılında çeşitli artış ve düşüşler kaydedilmiştir. Buna paralel olarak, en olumlu gelişme yaşanan fasılın, 2012 yılında düşüş kaydeden ancak 2013'te %22,8'lik yükselişe geçen motorlu kara taşıtları olduğu gözlenmektedir (Tablo 5.6). Son 2 yılda benzeri bir trend izleyen bir diğer grup da, 2013'te hareket doğrultusunu yukarı yönlü değiştiren meyve ürünleri olmuştur. Pazarda ikinci sırada yer alan makineler ise, 2012'deki tırmanışını 2013'te daha da güçlendirerek %29,6 ihracat büyümesi kaydetmiştir. Öte yandan, Rusya pazarında 4. ve 5. en büyük dilimlere sahip olan örme kumaş ve elektrik-elektronik fasıllarında çift haneli ihracat daralmalarının gerçekleşmiş olduğu dikkat çekmektedir. Sıralamada başı çeken diğer fasılların 2013 yılındaki ihracat değişim oranları tabloda verilmiş olmakla beraber, bunlar arasında

TABLO 5.6 RUSYA'YA YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ					
	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Motorlu kara taşıtları	832	771	947	22,8	2,6
Makine	499	563	731	29,6	2,5
Yenilebilir meyve	597	545	614	12,8	1
Örme kumaş	447	475	365	-23,2	-1,6
Elektronik	381	424	364	-14,2	-0,9
Yenilebilir sebze	319	323	347	7,5	0,4
Plastik ve mamülleri	273	301	319	6,1	0,3
Lifler	181	216	211	-2,4	-0,1
Kıymetli taşlar-metaller	128	182	166	-8,8	-0,2
Örme giyim	114	142	164	15,5	0,3
Demir-çelik ürünleri	106	139	163	17,9	0,4
Tuz, sülfür, taş	115	178	140	-21,1	-0,6

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

sırasıyla %17,9'luk artış ve %21,1'lik düşüşle demir-çelik ürünleri ile tuz, sülfür ve taşların, ön plana çıkan gruplar olduğu ifade edilebilir.

Fasıllardaki bu gelişmeler sonucunda, Türkiye'nin 2013 yılında Rusya'ya yaptığı ihracatın büyümesine en büyük katkılar sırasıyla 2,6, 2,5 ve 1 puanla, motorlu taşıtlar, makine ve meyve fasıllarından gelmiştir. Artış hızını en olumsuz etkileyen sektörler ise, örme kumaş, elektrik-elektronik ile tuz, sülfür ve taşlar olmuştur.

5.3.5 İtalya Pazarı

İtalya Pazarında Talep Yeniden Yükselişe Geçti

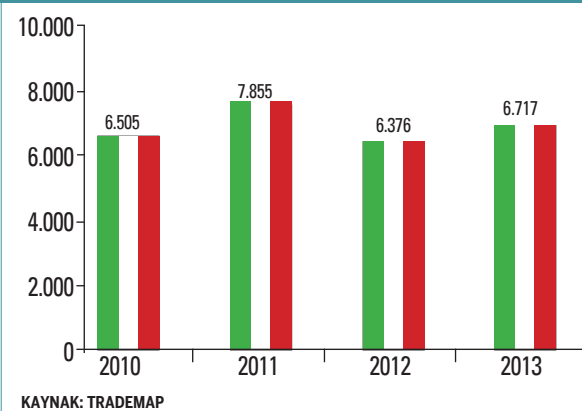
2011 yılında %20,8 artış kaydederek 7.855 milyon dolar düzeyine erişen İtalya'ya ihracat, 2012 yılında ülkedeki ekonomik daralmanın da etkisiyle %18,8 azalmıştı. 2013 yılında ise, bu durumun tersi yönünde bir gelişme olduğu ve İtalya pazarının yeniden yükselişe geçtiği görülmektedir. Nitekim ilgili dönemde ihracat %5,4 oranında artarak 6.717 milyon dolar seviyesine çıkmıştır (Şekil 5.11).

Motorlu Taşıtlar İtalya'ya İhracatta Açık Ara Önde Bir Paya Sahip

Türkiye'nin İtalya'ya ihraç ettiği mal portföyü, gerek ürün türleri gerekse ürün çeşitliliği açısından Rusya pazarına benzerlik göstermekle birlikte, motorlu kara taşıtlarının açık arayla sahip olduğu %22,7'lik dilim dikkat çekici bir fark yaratmaktadır (Şekil 5.12). Diğer fasıllar tek haneli ihracat paylarıyla pazarda yer alırken, motorlu taşıtlar grubu pastanın beşte birinden fazlasını tek başına oluşturmaktadır. 2013 yılında

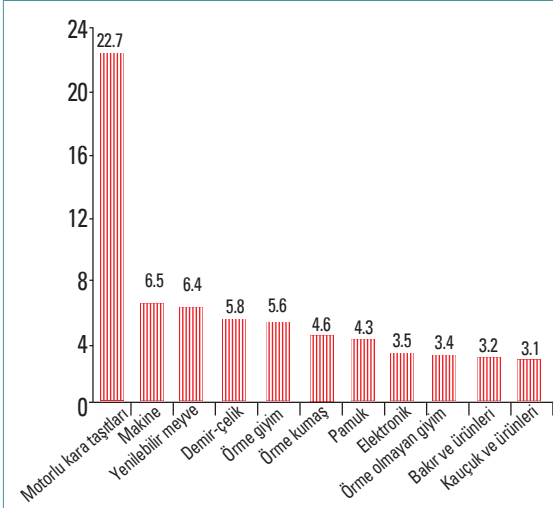
İtalya'nın Türkiye'den en çok ithal ettiği ürünler sıralamasında 2. ve 3.sırada olan makineler ile yenilebilir meyve fasılları %6, onu takip eden demir-çelik ve örme giyim grupları ise %5 bandında paylar almıştır. Bunun yanı sıra, elektronik, örme olmayan giyim, baki ve kauçuk ürünleri de, pazar pastasında %3 bandında dilimlere sahip olmuştur. Grafikte görüldüğü gibi, ilk 11 fasıl ihracatın %69'unu oluşturarak, söz konusu ticaret ilişkilerinin mal çeşitliliğine dayalı bir

ŞEKİL 5.11 İTALYA'YA YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

ŞEKİL 5.12 İTALYA'YA YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI
*GRAFİKTEKİ 11 FASIL İTALYA'YA YAPILAN İHRACATIN %69'UNU TEŞKİL ETMİŞTİR.

yapıda olduğuna işaret etmiştir. Türkiye'nin İtalya pazarındaki en ağırlıklı fasıl olan motorlu kara taşıtlarına olan talep, 2013 yılında, Almanya, İngiltere ve Rusya'daki eğilime benzer bir gelişme göstermiştir. 2012'de düşüş yaşayan taşıt ihracatı, 2013 yılında söz konusu diğer pazarlarda olduğu gibi yeniden yükselmeye başlamış ve %2,5 oranında büyüyerek 1.524 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır. Böylelikle motorlu taşıtları faslı, ülkeye yapılan ihracatın artış hızına 0,6 puan katkıda bulunmuştur (Tablo 5.7).

Demir-Çelik İtalya Pazarındaki Büyümede En Etkili Fasıl Oldu

Bununla birlikte, aynı dönemde en dikkat çekici ge-

TABLO 5.7 İTALYA'YA YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

Fasıl	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Motorlu kara taşıtları	1.909	1.487	1.524	2,5	0,6
Makine	505	451	439	-2,7	-0,2
Yenilebilir meyve	415	405	432	6,6	0,4
Demir-Çelik	776	221	390	76,6	2,7
Örme giyim	435	380	374	-1,5	-0,1
Örme kumaş	248	237	311	31,2	1,2
Pamuk	292	247	289	17,1	0,7
Elektronik	377	292	237	-18,9	-0,9
Örme olmayan giyim	287	245	231	-5,9	-0,2
Bakır ve ürünleri	251	218	218	0,1	0,0
Kauçuk ve ürünleri	241	196	209	6,7	0,2

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

lişme İtalya pazarında en büyük 4. paya sahip demir-çelik faslında yaşanmıştır. Demir-çelik ihracatı 2013'te %76,6 oranında büyüyerek 390 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu ise, İtalya'ya 2013 yılında yapılan ihracatın yıllık artış hızına 2,7 puanlık ciddi bir katkı anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, ülkeyle söz konusu dönemde güçlenen ticarete demir-çelik faslının en önemli rolü oynadığı açıkça görülmektedir. Pazardaki genişlemeye 2. en büyük katkı ise, 1,2 puan olarak gerçekleşmiş ve %31,2 artış kaydeden örme kumaş ihracatından gelmiştir. Pamuk faslı da, örme kumaşa benzer bir şekilde nispeten küçük payına rağmen, kuvvetli ihracat artışıyla, İtalya'ya yapılan ihracatın hızına 0,7 puan destek vermiştir. Öte yandan, sıralamada 2.lik konumunda olan makinelere olan talepte %2,7'lik bir daralma kaydedilirken, en olumsuz gelişme, %18,9 oranında azalma gösteren ve bölgedeki toplam ihracat büyümesini 0,9 puan aşağı çeken elektrik-elektronik ihracatında gözlenmiştir.

5.3.6 Fransa Pazarı

Fransa'daki Talep 2013'te

Toparlanma Sürecine Girdi

Avrupa'da 2012 yılında yaşanan genel ekonomik daralma hikâyesinin ve beraberinde getirdiği ithalat düşüşlerinin bir diğer örneği de, Fransa'da gerçekleşmiştir. Bu gelişmenin Türkiye ihracatına yansması ise, 2011 yılındaki %12,4 artışın hemen ardından 2012'de %8,9'luk düşüş şeklinde görülmüştür. 2012 yılında düşüşe geçerek 6.202 milyon dolar seviyesine gerileyen Fransa pazarına satışlar, 2013 yılında ise yukarıda incelenen Almanya ve İtalya örneklerinde olduğu gibi yeniden yükselmeye başlamış ve %2,8 oranında artarak 6.378 milyon dolar olmuştur (Şekil 5.13).

Türkiye'nin Motorlu Taşıtlar İhracatında Fransa 1 Numaralı Pazar

Fransa'ya satışı yapılan ürünlerin dağılımı incelendiğinde, çeşitlilik ağırlığı açısından İngiltere pazarına benzer bir oluşum gözlenmektedir. Nitekim pazarın %74'ünde sadece 7 fasıl hâkimdir. Bunun yanı sıra, motorlu kara taşıtlarının, liderlik konumunu oldukça güçlü bir şekilde elinde bulundurduğu, ilk dikkati çeken noktalardan biri olmaktadır. 2013 yılında %32,7'lik payıyla Fransa'ya yapılan ihracatın yaklaşık üçte birlik dilimine sahip olan taşıtlar, geri kalan fasıllardan açık ara bir farkla pazarın en önemli unsuru olma özelliğini taşımaktadır. Bu bağlamda, motorlu taşıtlar ihracatında Türkiye'nin en önde gelen ticaret ortağının Fransa olduğunun da altı çizilmelidir.

Fransa'ya ihracat sıralamasında taşıtları takip eden fasıl ise, %10,4 oranındaki payıyla elektrik-elektronik olmuştur. Örne giyim %9,5 ile 3.lük, makineler ise %8,8 ile 4.lük konumunda bulunmaktadır. Böylelikle başı çeken ilk 4 fasıl ülkeye yapılan toplam ihracatın %62'lik önemli bir kısmını tek başına teşkil etmektedir. Bunları takip eden fasıllar ise, grafikte görüldüğü gibi, nispeten daha düşük oranlarda paylara sahip olmuştur.

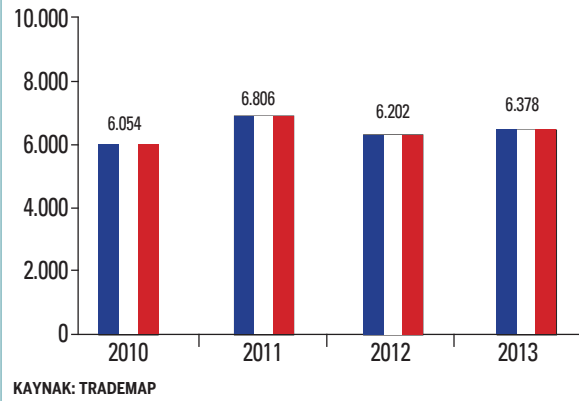
Fransa'ya İhracata En Büyük Katkı Örne Giyim Eşyası Faslından Geldi

Fransa pazarında önde gelen fasıllar bazında son yıllarda kaydedilen gelişmeler, Tablo 5.8'de özetlenmiştir. Buna göre, ihracatın yaklaşık üçte birlik kısmını açıklayan taşıtlarda, diğer Avrupa ülkelerinde son iki yılda görülen düşüş ve yükseliş trendi benzer şekilde bu pazarda da gözlenmiş ancak 2013'teki artış diğer ülkelere nazaran nispeten zayıf olmuştur. Bu doğrultuda söz konusu dönemde %1,3 oranında büyüme kaydeden taşıt ihracatı, Fransa pazarındaki yıllık genişlemeye 0,4 puanlık katkı sağlamıştır. Yıllık ihracat hızını en tetikleyici fasıl ise, satışlarını %9,3 oranında artırmayı başaran örme giyim grubu olmuş ve ilgili büyümeyi 0,8 puan yukarı yönlü etkilemiştir. Bunun yanı sıra, diğer fasıllarda düşük seviyelerde yaşanan artışlar nedeniyle nispeten küçük katkılar kaydedilmiştir. Söz konusu fasıllar arasında tek aşağı yönlü etki ise, %10,1 ihracat daralması yaşanan yenilebilir meyve grubunda gerçekleşmiştir.

Fransa'nın Mobilya ve Tekstil Talebinde Güçlü Artış Var

Öte yandan, veriler daha detaylı incelendiğinde,

ŞEKİL 5.13 FRANSA'YA YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



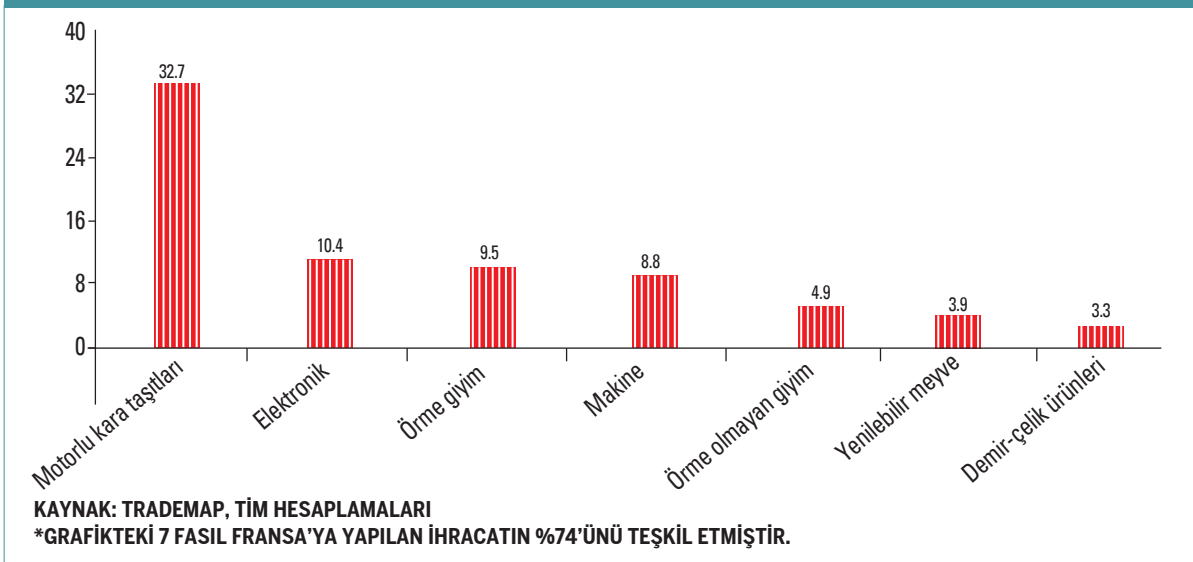
TABLO 5.8 FRANSA'YA YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

Fasıl	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Motorlu kara taşıtları	2.279	2.064	2.091	1,3	0,4
Elektronik	581	657	661	0,7	0,1
Örme giyim	696	555	607	9,3	0,8
Makine	620	565	564	-0,3	0
Örme olmayan giyim	352	303	312	2,9	0,1
Yenilebilir meyve	280	279	251	-10,1	-0,5
Demir-çelik ürünleri	205	200	212	6,3	0,2

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

grafikte ve tabloda düşük payları nedeniyle yer almayan ancak 2013 yılında %20 bandında ihracat büyümesi kaydeden diğer tekstil eşyaları ve mobilya fasıllarının da, yıllık ihracat artışına en çok katkıda bulunan gruplar arasında bulunduğu tespit edilmektedir.

ŞEKİL 5.14 FRANSA'YA YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% 2013)



5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

5.3.7 ABD Pazarı 2013 İhracatı ABD'de Durgun Bir Yıl Yaşadı

Gerek 2011 gerekse 2012 yıllarında Türkiye'nin ihrac ettiği ürünlere olan talebini güçlendiren ve sırasıyla %21,5 ve %22,4 oranlarında büyüme kaydeden ABD pazarı, 2013 yılında ivme kaybı yaşayarak %0,4'lük bir genişleme sergilemiş ve yılı 5.636 milyon dolar seviyesinde ihracatla kapamıştır (Şekil 5.15). ABD'ye yapılan ihracatın, güçlü bir yükseliş trendinin hemen sonrasındaki 2013 yılında durgun bir seyir izleme nedenini irdelemek amacıyla fasılların pay ve gelişimlerini incelemekte fayda vardır. Şekil 5.16'daki grafikte görüldüğü gibi, Türkiye'nin ABD'deki ihrac pazarı çok

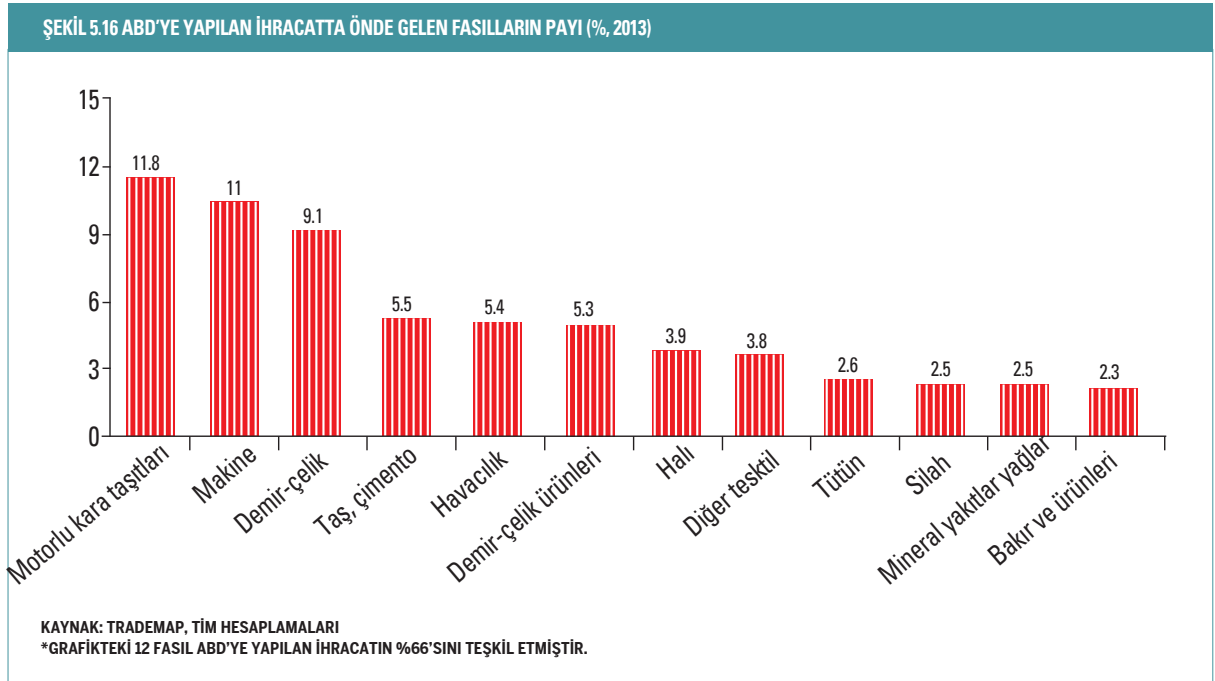
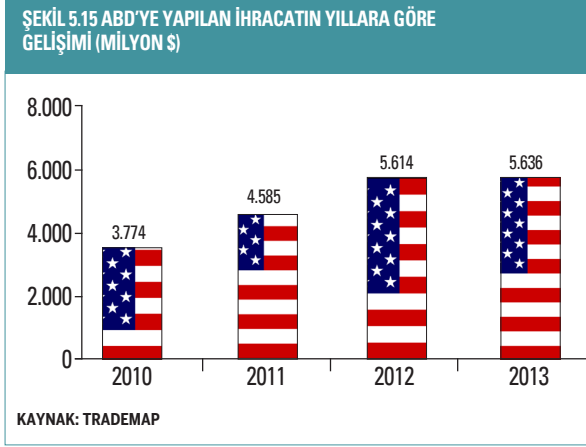
çeşitliliğe dayalı bir içerik teşkil etmektedir. Bu durum, grafikte sergilenen 12 faslın gerçekleştirdiği ticaretin, toplam ihracatın %66'sına denk gelmesiyle de açıkça anlaşılmaktadır. Bir diğer ifadeyle, ABD'ye yapılan ihracat irili ufaklı paylarda çok çeşitli bir ürün portföyüne sahiptir.

Amerikan Pazarında En Büyük Paya Sahip Ürünler Taşıtlar ve Makineler

ABD pazarının 2013'teki kompozisyonu fasılların payları itibarıyla incelendiğinde, motorlu taşıtlar ve makinelerin, sırasıyla %11,8 ve %11 oranındaki paylarla ilk iki sırayı paylaştığı görülmektedir. Bu iki faslı, %9,1 ile demir-çelik sektörü takip etmektedir. Sonrasında gelen grupların paylarının ise, %5 bandında yer aldığı, bu kapsamda taş-çimento, havacılık ve demir-çelik ürünlerinin oldukça yakın rakamlarla birbirini takip ettiği gözlenmektedir. ABD'ye ilgili dönemde en çok ihrac edilen ilk 12 mal grubu arasında, ayrıca, halı, diğer tekstil, tütün, silah, mineral yakıtlar-yağlar ve bakır ürünleri de bulunmaktadır.

İlk 10 Fasl Arasında En Büyük İhracat Artışı Silah Grubundan Geldi

2013 senesinde, ABD'nin Türkiye'den en çok ithal ettiği bu gruplardan kimisi pazar genişlemesi yaşarken bir kısmı da daralma kaydetmiştir. İhracat büyümesi gerçekleştirenler arasında, 10. sırada yer alan silah



faslı öncelikli olarak göze çarpmaktadır. Yıllık %52,6 artış sergileyen silah sektörü, Türkiye'nin ABD pazarındaki büyüme hızına 0,9 puan katkı sağlayarak ön plana çıkmıştır. Bununla birlikte, %18,3 gibi ciddi bir büyüme kaydeden taş ve çimento ihracatı da, toplam artış hızını 0,8 puan desteklemiştir. Havacılık ve halı fasılları ise, gerçekleştirmeyi başardıkları çift haneli ihracat artışlarıyla, pazardaki toplam büyüme hızına en çok katkıda bulunan gruplar arasında yer almıştır.

Taşıt ve Demir-Çelik ABD'ye Yapılan İhracatın Hızını Olumsuz Etkiledi

Öte yandan, ABD'ye ihracatta ilk 3'te yer alan motorlu kara taşıtları ile demir çelik fasıllarındaki sert düşüşler, 6. sıradaki demir-çelik ürünlerindeki gerilemeyle birlikte, pazarda yıllık 6 puanlık bir daralmaya sebep olmuştur. Bu daralmaya rağmen, ülkeye yapılan toplam ihracatın %0,4 gibi durağan bir artış göstermesinde, diğer fasılların irili ufaklı rollerinin olduğu yukarıda belirtilmiştir. Ancak tabloda da sunulan ilgili fasıllardaki büyüme rakamları, 6 puan gibi önemli bir düşüşün toplamda nasıl kompanse edildiğini açıklamaya yeterli olmamaktadır.

ABD'ye İhracat Portföyünde Yükselen Yeni Gruplar Dikkat Çekiyor

Bu bağlamda veriler daha detaylı incelendiğinde, ihracat sıralamasında arka planda buldukları için ilgili tablo ve grafikte yer verilmeyen diğer bazı sektörlerin de, yukarıda bahsedilen 3 büyük grubun sebep olduğu negatif büyümeyi hafiflettiği anlaşılmaktadır. Bu gruplardan en dikkat çekici etkiyi, yıllık bazda

TABLO 5.9 ABD'YE YAPILAN İHRACATTA FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Motorlu kara taşıtları	620	818	664	-18,8	-2,7
Makine	455	598	619	3,5	0,4
Demir-Çelik	501	626	514	-17,9	-2
Taş, çimento	246	261	309	18,3	0,8
Havacılık	183	266	305	14,6	0,7
Demir-çelik ürünleri	242	369	298	-19,2	-1,3
Halı	148	182	221	20,9	0,7
Diğer tekstil	209	211	214	1,5	0,1
Tütün	108	167	148	-11,1	-0,3
Silah	45	93	142	52,6	0,9
Mineral yakıtlar yağlar	152	164	141	-14	-0,4
Bakır ve ürünleri	87	132	130	-1,6	0

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

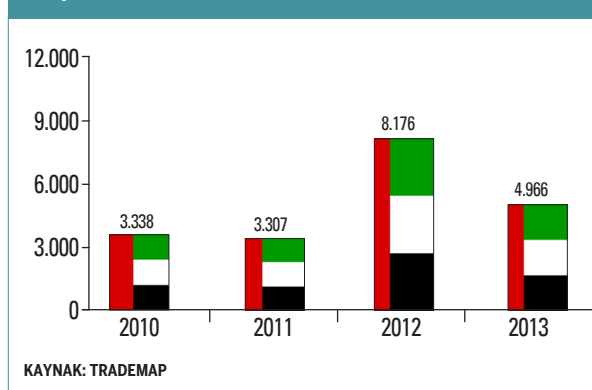
%421 oranında artış sergileyerek 94 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren hayvansal ve bitkisel yağlar yapmıştır. Yağlar faslı, ABD'ye 2013 yılında yapılan toplam ihracatın büyüme hızına 1,4 puan katkı sağlayarak, pazardaki yıllık artışın motor gücü olmuştur. Söz konusu faslın, 2012 yılında da %215'lik ihracat artışı gösterdiği göz önüne alındığında, ABD pazarında hızla büyüyen bir yere sahip olma ihtimali güç kazanmaktadır. Bunun yanı sıra, payları nispeten küçük olmasına rağmen, kaydettikleri oldukça yüksek büyüme oranlarıyla ihracat hızını yukarı yönlü çeken diğer bazı fasıllar arasında, kağıt, şekerleme, lifler ile tuz, sülfür ve taşlar göze çarpmaktadır. Bu grupların her biri, ABD pazarındaki genişlemeye yaklaşık 0,3 puanlık katkıda bulunmuştur. Bunlar arasından şekerleme ve kâğıt sektörleri de, yağlar gibi, 2012'de de yüksek büyüme kaydeden ve 2013'te bunu istikrarlı bir şekilde sürdüren gruplar olma özelliğini taşımaktadır.

5.3.8 BAE Pazarı

Birleşik Arap Emirlikleri'ne İhracatta Keskin İniş ve Çıkışlar Hâkim

Türkiye'nin, 2011 yılında %11,1 ihracat büyümesi kaydetmiş olduğu Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) pazarı, 2012'de sıra dışı altın talebi nedeniyle %121'lik keskin bir büyümeye imza atmıştır. Büyük ölçüde altın ticaretinden kaynaklanan bu gelişme, 2013 senesinde gerileyen altın talebiyle birlikte ciddi bir baz etkisi yaratmış ve %39,3 oranında düşüş kaydederek 4.966 milyon dolar seviyesine inmiştir (Şekil 5.17). Dolayısıyla, BAE'ye yapılan ihracattaki yıllık değişim hızı, son iki senede altının kuvvetli etkisi nedeniyle, sert inişler ve çıkışlara sahne olmuştur. Türkiye'nin BAE'ye yaptığı ihracatta altının kritik rolü, pazarda yer alan fasıllar incelendi-

ŞEKİL 5.17 BAE'YE YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



ğinde açıkça görülmektedir. Nitekim altını alt grup olarak içinde bulunduran kıymetli taşlar ve metaller faslı,

5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

2013 yılında ülkeye ihraç edilen miktarın %50,4'ünü, bir diğer deyişle yarısını oluşturmuştur. Bu fasıl dışında, BAE'nin Türkiye'den ithal ettiği diğer ürünlerin fazla bir çeşitlilik içermediği de, Şekil 5.18'deki grafikte görülmektedir. Pazarda 2. ve 3. sırada yer alan demir-çelik ile mineral yakıtlar ve yağlar fasıllarının payları, 2013 yılında sırasıyla %13,7 ve %11,9 olmuştur. Sıralamada bu gruplardan hemen sonra yer alan makine ve elektrik-elektronik grupları ise, nispeten çok daha düşük dilimleri oluşturmuştur. Bu doğrultuda, Türkiye'nin BAE'ye ihracatının %80'i, söz konusu bu 5 fasıldan gelmiş, ilk 3 fasıl ise yaklaşık %76'lık bir kısmı açıklamıştır.

Altın Talebindeki Keskin Düşüş BAE Pazarını Olumsuz Etkileyen Faktör Oldu

Ülkeye yapılan ihracatın fasıllara göre sıralamasında ilk 5'te yer alan bu ürün gruplarındaki gelişim Tablo 5.10'da verilmiştir. Buna göre, yukarıda da belirtildiği gibi, 2012'de sert bir tırmanış kaydeden kıymetli taşlar ve metaller faslı, 2013 senesinde %55,5 oranında sert bir iniş yaşamış ve BAE'ye yapılan toplam ihracatın hızı-

TABLO 5.10 BAE'YE YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Kıymetli taşlar-metaller	1.031	5.630	2.504	-55,5	-38,2
Demir-Çelik	938	744	682	-8,4	-0,8
Mineral yakıtlar yağlar	852	762	589	-22,7	-2,1
Makine	75	90	125	39	0,4
Elektronik	116	104	97	-6,5	-0,1

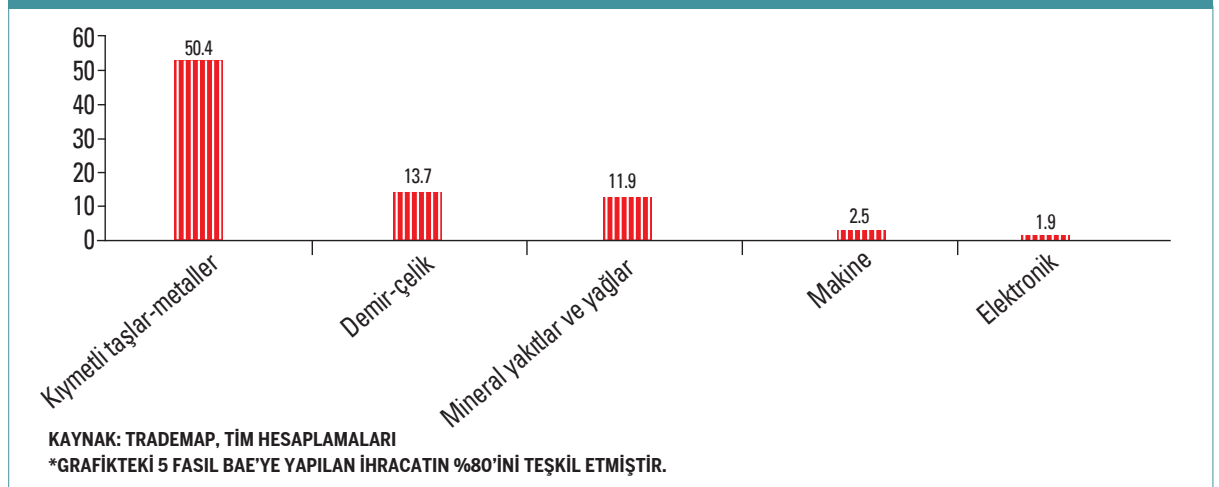
KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

nı 38,2 puan olumsuz etkilemiştir. Dolayısıyla, pazardaki %39,3'lük yıllık daralmanın 38,2 yüzde puanını altın bazındaki bu gelişme açıklamaktadır.

2013 Yılında BAE'nin Türk Makine Sektörüne Olan İlgisi Arttı

Bununla birlikte, mineral yakıtlar ve yağlar ihracatı da aynı dönemde %22,7'lik bir düşüş sergilemiş ve toplam hızı 2,1 puan negatif katkıda bulunmuştur. İlk 5 fasıl içerisinde BAE pazarında büyüme kaydeden tek sektör, %39'luk yüksek artış hızıyla makineler olmuş ancak fasılın toplamdaki payının nispeten düşük olması, toplamda sadece 0,4 puanlık bir olumlu etki yaratmıştır.

ŞEKİL 5.18 BAE'YE YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% 2013)



5.3.9 İspanya Pazarı En Büyük 10 Partner Arasında, En Hızlı İhracat Artışı İspanya'dan

2011 yılındaki %12,4 oranındaki olumlu büyümenin ardından, Avrupa bölgesindeki diğer ticaret ortaklarıyla 2012 yılında yaşanan ekonomik daralma nedeniyle ihracat düşüşü, İspanya pazarında da görülmüştür. Bu bağlamda, söz konusu dönemde Türkiye'nin İspanya'ya yaptığı ihracat %5 oranında azalma kaydederek 3.721 milyon dolar seviyesine gerilemiştir (Şekil 5.19). 2013 yılında ise, yine Avrupa ge-

nelinde görülen eğilime benzer bir şekilde, pazarda Türk ürünlerine duyulan talep yeniden canlanmaya başlamış ve bu doğrultuda İspanya'ya yapılan ihracat %16,5'lik önemli bir büyüme gerçekleştirerek 4.335 milyon dolar düzeyine çıkmıştır. İspanya bu performansı ile Türkiye'nin ilk 10 ihracat ortağı içinde en yüksek büyümenin gerçekleştiği pazar olmuştur.

İspanya Pazarında Giyim Fasılları Üçte Birlik Paya Sahip

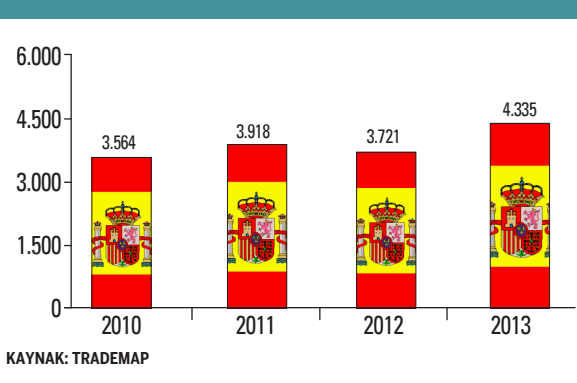
İspanya'nın Türkiye'den ithal ettiği başlıca ürün gruplarının

dağılımı, Şekil 5.20'de sergilenmektedir. Grafikte ilk dikkat çeken noktalardan biri, ilk 3 fasılın paylarının diğerlerine göre yüksek seviyelerde olduğudur. 2013 yılında İspanya pazarında en ön sırada yer alan iki sektör, örme ve örme olmayan giyim olmuş ve pastadan toplam %33,5'lik bir pay kapmayı başarmıştır. Pazarın üçte birlik kısmına hâkim olan giyim gruplarını takip eden fasıl ise, %14,5 ile motorlu kara taşıtları olmuştur. Taşıtların hemen arkasından gelen grupların payları tek haneli olup, mineral yakıtlar ve yağlar ile makinelerin pazarda önemli bir yere sahip oldukları görülmektedir. Bununla birlikte, Türkiye'nin pazardaki ihracatında ilk 9'da yer alan ve %2 üzerinde paya sahip olan fasıllar, 2013 yılında toplam ihracatın %74'ünü teşkil etmiştir.

İspanya'ya Yapılan İhracatın İtici Gücü, Enerji Grubu Oldu

Diğer taraftan, İspanya'daki talepte 2013 yılında kaydedilen %16,5'lik etkileyici artışta hangi fasılların itici güç olduğunu analiz etmek, resmi doğru görmek açısından önemlidir. Tablo 5.11'de yer alan ve fasılların son dönemlerdeki gelişimini gözler önüne seren verilere göre, pazarın 2013'te atağa geçmesinin arkasındaki en büyük etken, mineral yakıtlar ve yağlar faslında %198,8 oranındaki ihracat artışı olmuştur. Enerji grubundaki bu sıra dışı pazar büyümesi, Türkiye'nin İspanya'ya yaptığı ihracatın hızına yıllık bazda 5,4 puanlık ciddi bir katkı sağlamıştır. Söz konusu dönemdeki toplam büyümeye ikinci büyük destek ise, bölgedeki ihracatını %15,8 artıran motorlu kara taşıtlarından gelmiştir. İspanya pazarındaki talep artışına 2,3 puanlık olumlu etki eden taşıtlar faslını, 1,5 puanlık katkısıyla örme olmayan giyim eşyaları takip etmiştir. Örme olmayan giyim ihracatı, gerek %8,8 oranındaki yıllık büyüme hızı, gerekse yüksek payı nedeniyle, İspanya pazarının genişleme-

ŞEKİL 5.19 İSPANYA'YA YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



sinde 2013'te söz sahibi olmayı başarmıştır. Ayrıca, 7. sırada yer alan demir-çelik faslı da, %63,8 oranındaki ihracat artışı ve 1,4 yüzde puanlık hız katkısıyla öne çıkan gruplar arasında gelmektedir. İlk 9 fasıl arasında ihracat daralması yaşayan tek grup ise, %6,1 düşüş kaydeden elektrik-elektronik olmuştur.

Öte yandan, sahip olduğu düşük pay nedeniyle ilgili tablo ve grafikte yer almayan ancak 2013 ihracat artış hızına önemli katkıda bulunan fasıllardan biri de, ABD pazarına benzer bir şekilde, hayvansal ve bitkisel yağlar olmuştur. İspanya'ya yapılan ihracatta %1000 üzerinde büyüme gerçekleştirerek 61,6 milyon dolar düzeyine ulaşan fasıl ihracatı, pazardaki 2013 büyümesine 1,5 puan gibi ciddi bir katkıda bulunmuştur. Benzer şekilde %1000'i aşan bir büyüme sergileyen bir diğer ürün grubunun da, hububat olduğu dikkat çekmektedir. İspanya'ya hububat ihracatı 2013 yılındaki dev artışıyla 34 milyon dolara erişmiş ve ülkeye gerçekleştirilen ihracatın büyüme hızını 0,8 puan yukarı yönlü etkilemiştir.

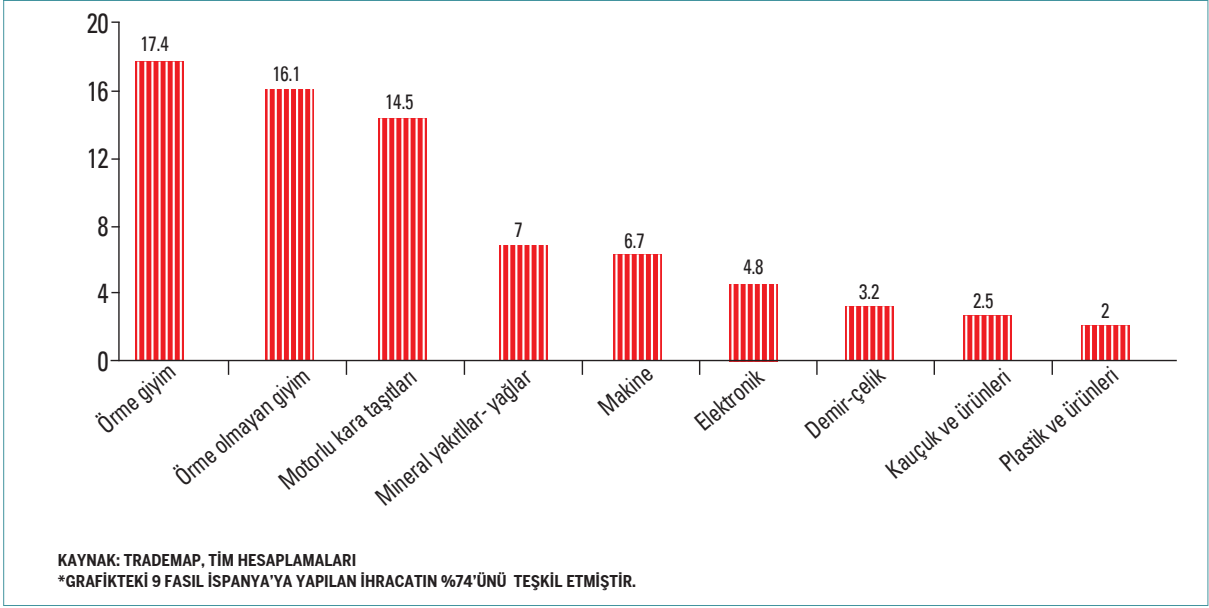
TABLO 5.11 İSPANYA'YA YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Örme giyim	710	734	755	2,9	0,6
Örme olmayan giyim	586	643	699	8,8	1,5
Motorlu kara taşıtları	734	543	629	15,8	2,3
Mineral yakıtlar yağlar	29	101	302	198,8	5,4
Makine	287	271	291	7,2	0,5
Elektronik	170	220	206	-6,1	-0,4
Demir-Çelik	179	84	137	63,8	1,4
Kauçuk ve ürünleri	112	94	110	17,1	0,4
Plastik ve ürünleri	74	80	88	10,4	0,2

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

ŞEKİL 5.20 İSPANYA'YA YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN PAYI (% , 2013)



5.3.10 İran Pazarı

İran'a İhracatta, Altın Baz

Etkisi Kaynaklı Düşüş Yaşandı

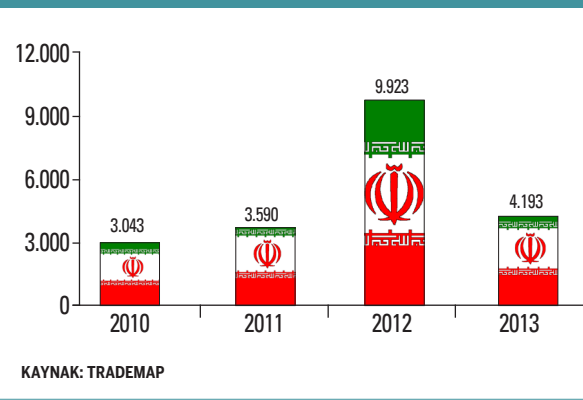
Türkiye'nin 2011 yılında %18 büyüme kaydeden İran pazarı, 2012 yılında işlenmemiş altına yönelik radikal talep artışı nedeniyle %176 gibi dev bir genişlemeye sahne olmuştur. Bu dönemde 9.923 milyon dolar olarak gerçekleşen İran'a ihracat, bunu takip eden 2013 yılında söz konusu altın talebinin düşüşe geçmesine bağlı olarak %57,7 azalma sergilemiş ve 4.194 milyon dolar seviyesine gerilemiştir (Şekil 5.21). 2012-2013 döneminde yaşanan bu gelişmenin altın temelli olduğu belirtilmekle birlikte, İran pazarında talep edilen diğer Türk ürünlerini ve gelişmelerini de incelemek açısından, fasılların dağılımına göz atmakta fayda vardır. Veriler, 2013 senesinde altın talebindeki düşüşe rağmen, kıymetli taşlar ve metaller faslının, İran'a yapılan ihracatın %40 gibi önemli bir bölümünü oluşturduğunu göstermektedir (Şekil 5.22). Bu faslı, sırasıyla %8,3 ve %5'lik dilimlerle makineler ve plastik izlemiştir. Bunun yanı sıra, elektronik ve ahşap ürünleri %3, tütün, kâğıt, demir çelik ve ürünleri ise %2 bandında paylara sahip olan fasıllar olarak pazarda yerini almıştır. Bu doğrultuda, İran'ın Türkiye'den talep ettiği portföyün çeşitli ürünleri içermekle birlikte, ağırlıklı olarak altın ticaretine dayalı olduğu gözlenmektedir.

İran Demir-Çelik Pazarında

Daralma Yaşandı

Tablo 5.12'de fasılların gelişimine dair verilen rakam-

ŞEKİL 5.21 İRAN'A YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



TABLO 5.12 İRAN'A YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

Fasıl	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Kıymetli taşlar-metaller	55	6.541	1.679	-74,3	-49
Makine	641	431	349	-19	-0,8
Plastik ve ürünleri	225	227	209	-8,2	-0,2
Elektronik	195	167	145	-13,2	-0,2
Ahşap ürünler	190	155	129	-16,3	-0,3
Tütün	40	101	113	11,6	0,1
Kağıt	72	103	112	8,6	0,1
Demir-Çelik	452	615	112	-81,9	-5,1
Demir-çelik ürünleri	166	116	107	-7,4	-0,1

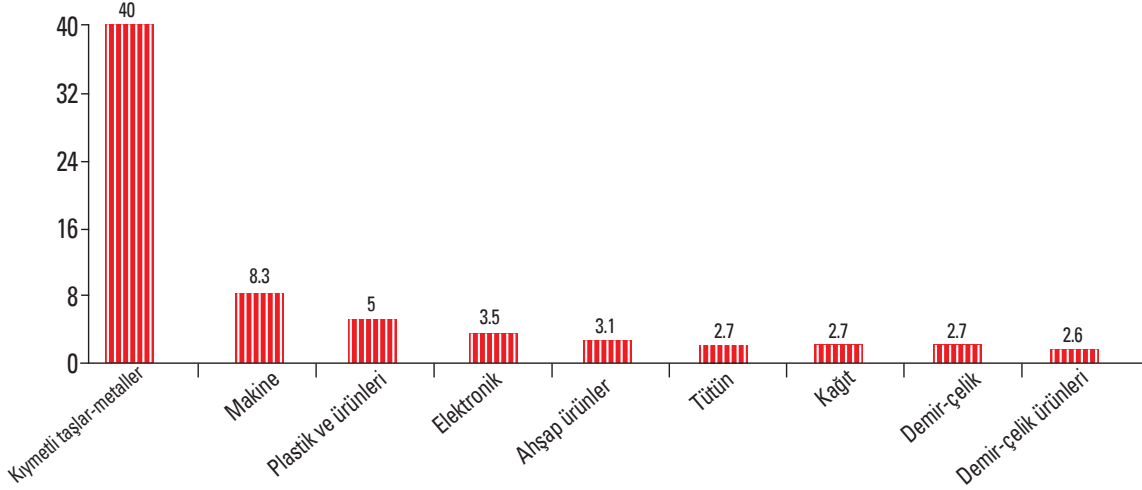
KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

lar, altın ticaretindeki sert düşüşün İran'a yapılan ihracatın yıllık değişimini 49 puan aşağı yönlü çektiğini

açıkça sergilemektedir. Bununla birlikte, ülkede makine, plastik, elektronik, ahşap ürünler ve demir-çelik gibi diğer mal pazarlarında da kayıplar yaşanmıştır.

2012 yılında İran'a yapılan ihracatta 2. sırada yer alan demir-çelik satışlarının 2013'te %81,9 oranında düşmesi, bu anlamda en göze çarpan gelişme olmuştur.

ŞEKİL 5.22 İRAN'A YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN PAYI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI
*GRAFİKTEKİ 9 FASIL İRAN'A YAPILAN İHRACATIN %71'İNİ TEŞKİL ETMİŞTİR.

5.3.11 Çin Pazarı

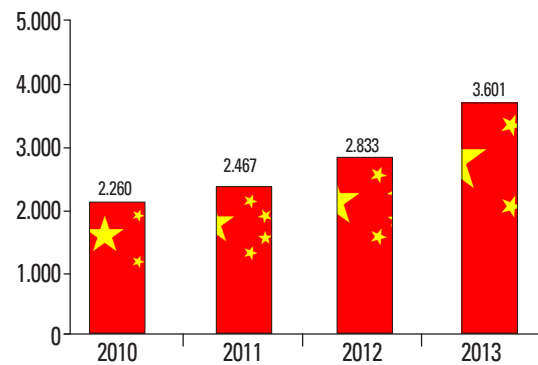
Çin En İstikrarlı Büyüyen Pazarlardan Olmayı Sürdürüyor

Türkiye'nin, son yıllarda ticaret ilişkilerini en istikrarlı ve hızlı şekilde geliştirdiği partnerlerinden birinin Çin olduğu söylenebilir. Nitekim Çin'e yapılan ihracat 2011'de %9,2 artış kaydetmiş ve bu hız sonraki yıllarda ivme kazanarak devam etmiştir. Bu bağlamda, söz konusu yıllık değişim oranı 2012'de %14,9 olurken, 2013 yılında keskin bir artışla %27,1'e çıkmış ve ihracat seviyesini 3.601 milyon dolara yükseltmiştir (Şekil 5.23). Çin bu büyüme oranıyla, 2013 yılında en çok ihracat yapılan 20 partner arasında, Libya'dan sonra en hızlı artışı gerçekleştiren ülke olmuştur. Bunun sonucunda Çin, Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı partner ülkeler sıralamasında, 2012 yılındaki 14.lük konumundan, 2013 yılında 11.liğe yükselmiştir.

Çin'e İhracat Portföyü Madencilik Ağırlıklı

Çin'e yapılan ihracattaki bu düzenli artışın arkasında yatan faktörleri incelemek amacıyla pazardaki ürün portföyüne bakıldığında, esas itibarıyla birkaç grubun ağırlıklı olduğu gözlenmektedir (Şekil 5.24). Grafikte de görüldüğü gibi, Çin'in Türkiye'den talep ettiği mallarda özellikle iki fasıl göze çarpmaktadır. Bunlar, 2013 yılındaki sırasıyla

ŞEKİL 5.23 ÇİN'E YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



KAYNAK: TRADEMAP

TABLO 5.13 ÇİN'E YAPILAN İHRACATTA FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

Fasıl	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Cevher cüruf	749	933	1.364	46,2	15,2
Tuz sülfür taş	724	868	1.092	25,8	7,9
İnorganik kimyasallar	296	277	289	4,3	0,4
Makine	92	80	95	18,7	0,5
Pamuk	42	41	69	67,4	1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

%37,9 ve %30,3'lük paylara göre, cevher ve cürüflar ile tuz, sülfür ve taşlar fasıllarıdır. Dolayısıyla, pazardaki talebin madencilik tabanlı olduğu ve kısmen inşaat sektörüyle ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, inorganik kimyasallar da, 2013'te yapılan ihracatta %8 oranında bir pay alarak sıralamada 3. olmuştur. Bunu takip eden fasıllar, nispeten oldukça küçük dilimlere sahip olup, bunların başında %2,6 ile makineler ve %1,9 ile pamuk gelmiştir.

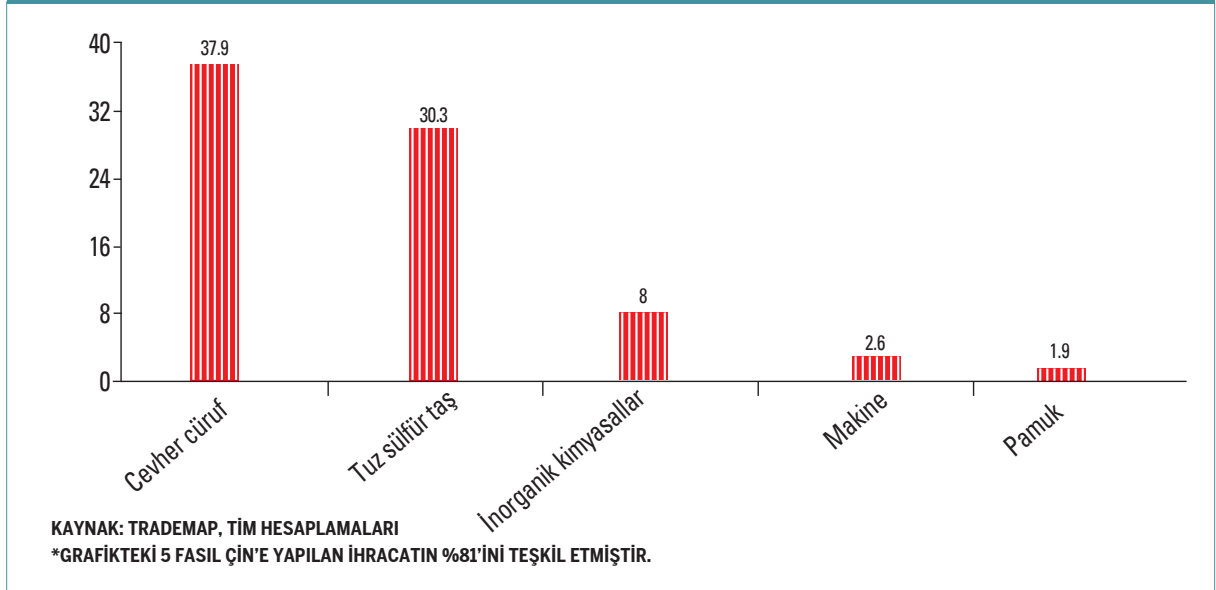
2013'te Çin Pazarındaki Büyümenin Motor Gücü Cevher ve Cürüflar Oldu

Çin'e yapılan ihracatın 2013 yılında sıçrama yapmasında etkili fasıl, %46,2 oranında artış kaydeden cevherler ve

cürüflar olmuş, bu fasıl %27,1 olarak gerçekleşen toplam ihracat hızının 15,2 puanını açıklamıştır (Tablo 5.13). Tuz ve sülfür grubu da, %25,8'lik ciddi bir tırmanış sergileyerek ülkeye yapılan ihracatın yıllık büyümesine 7,9 puanlık önemli bir katkı sağlamıştır.

Öte yandan, ihracat değeri açısından 5. Sırada yer alan pamuk sektörü, %1,9'luk küçük payına rağmen, kaydettiği %67,4 oranındaki sıra dışı artışla, toplam ihracat hızını 1 puan yukarı çekmeyi başarmıştır. Bununla birlikte, makine ve inorganik kimyasallara yönelik talepte de artışlar yaşanmıştır. Sonuç olarak, Çin pazarı madencilik ve pamuk fasılları başta olmak üzere, 2013 yılında da birçok fasılda büyüme gerçekleştirmiş ve böylece istikrarlı genişlemesini sürdürmüştür.

ŞEKİL 5.24 ÇİN'E YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% 2013)



5.3.12 Hollanda Pazarı

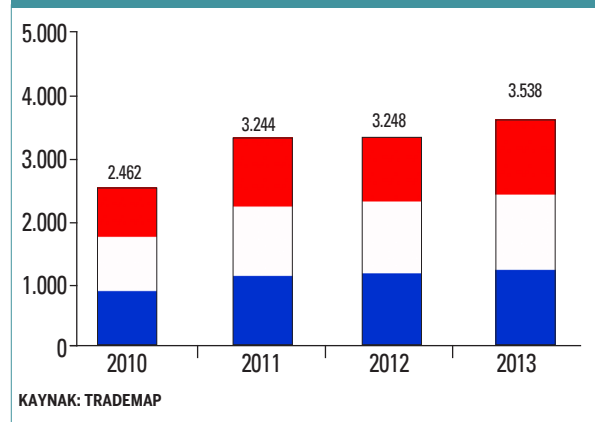
Hollanda'da Talep Yeniden Canlandı

Hollanda da, diğer birçok Avrupa ülkesi gibi, bölgedeki ekonomik durgunluk sürecinde durulan ancak 2013 yılında yeniden canlanmaya başlayan pazarlardan biri olmuştur. Nitekim 2011 yılında %31,7 gibi yüksek bir oranda büyüyerek 3.244 milyon dolar düzeyine ulaşan talep, 2012'de %0,1'lik değişim oranıyla yerinde saymış, 2013 senesinde ise %8,9 oranında bir artışa imza atarak 3.540 milyon dolar seviyesine tırmanmıştır (Şekil 5.25).

Hollanda'ya İhracatta Hazır Giyim Dikkat Çekiyor

Şekil 5.26'da yer alan grafik, Hollanda pazarının Türk mallarına olan talep yapısının çok çeşitliliğe dayalı olduğuna işaret

ŞEKİL 5.25 HOLLANDA'YA YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



etmektedir. Zira ülkeye en yüksek değerde ihracatı yapılan ilk 11 fasıl, toplamın %72'sini oluşturmaktadır. Bununla birlikte,

ilk 4 fasıl nispeten daha büyük ağırlıklara sahip oldukları görülmektedir. Bunlardan 1. ve 2. sırada yer alan motorlu kara taşıtları ile örme giyim eşyaları, 2013 yılında pastadan sırasıyla %12,6 ve %12,3'lük hatırı sayılır paylar almıştır. 3. sırada bulunan ve %11,3 oranında bir dilimi temsil eden mineral yakıtlar ve yağlar fasıl ise, ağırlıklı olarak işlenmiş petrol yağlardan oluşmaktadır. Bunu takip eden örme olmayan giyim %10'luk bir payla 4. sırada yer almış olup, ilk 4 fasıl itibarıyla Hollanda pazarındaki talebin %22,3'ünün hazır giyim ve konfeksiyon sektörü tarafından karşılandığını göstermiştir. Öte yandan, tek haneli paylara sahip olan birçok fasıl da Hollanda ihracatında önemli bir yer tutmaktadır. Bunlar arasında, sırasıyla %5,1 ve %4,1'lik paylarla demir-çelik ve makineler başı çekmektedir. 2013 yılında %3 bandında dilimlere sahip fasıllar ise, yenilebilir meyve, sebze-meyve müstahzarları, elektrik-elektronik, diğer tekstil ürünleri ve su ürünleri olarak sayılabilir.

Hollanda Pazarındaki Genişlemede Petrol Yağları Önemli Rol Oynadı

Yukarıda özetlenen sektörler arasında, 2013 yılında Hollanda'ya yapılan ihracatın hızla artışa geçmesinde rol oynayanların başında mineral yakıtlar ve yağlar grubu gelmiştir. Söz konusu dönemde %54,7 büyüme kaydeden fasıl ihracatı, pazardaki %8,9'luk toplam genişlemenin 4,4 yüzde puanını oluşturmuştur (Tablo 5.14). Bir diğer deyişle, Hollanda pazarının 2013 yılındaki büyümesinin yaklaşık yarısı, petrol yağları ürünlerinden gelmiştir. Hollanda'ya yapılan ihracatın yıllık artışında ikinci derece etkili olan fasıl ise, %67,9 oranında artış gerçekleştiren demir-çelik ticareti olmuştur. Fasıl, toplam

büyüme hızına 2,3 puanlık katkı sağlamıştır. Bununla birlikte, örme olmayan giyim fasılının %9'luk ve ihracat sıralamasında 11. sırada yer su ürünlerinin %35,8'lik büyüme oranlarıyla, yıllık ihracat artışına 0,9 puan katkı sağladığı gözlenmektedir.

Hollanda'ya İhracatın En Büyük Kalemi Olan Taşıtlarda Düşüş Yaşandı

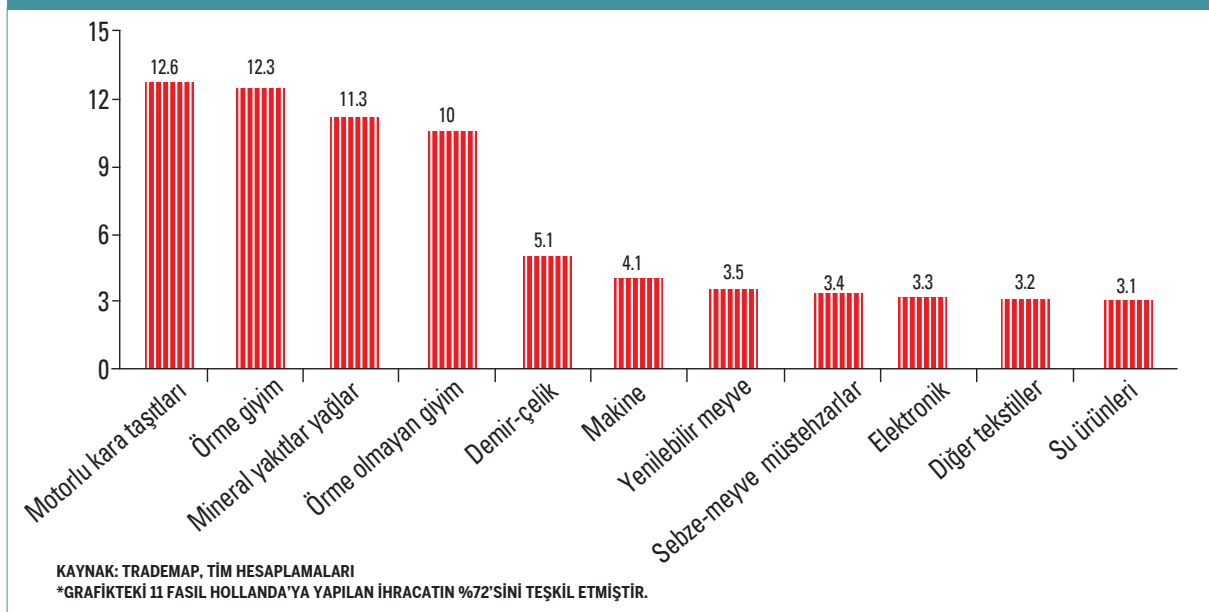
Öte yandan, Hollanda'da 2013'te diğer birçok fasılda pazar genişlemesi yaşanmış ancak en büyük dilime sahip olan motorlu kara taşıtlarında %10,9 oranında bir daralma gerçekleşmiştir. Bu daralma, Hollanda'ya yapılan ihracatın yıllık büyüme hızını 1,7 puan aşağı yönlü etkilemiştir. Pazar payı küçülen bir diğer fasıl da, %3'lük talep düşüşünün kaydedildiği yenilebilir meyve grubu olmuştur. Ancak bu istisnalar dışında, Hollanda pazarındaki canlanmanın, sektörlerin genelinde tecrübe edilen bir durum olduğu ifade edilebilir.

TABLO 5.14 HOLLANDA'YA YAPILAN İHRACATTA FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Motorlu kara taşıtları	509	502	447	-10,9	-1,7
Örme giyim	420	414	434	4,9	0,6
Mineral yakıtlar yağlar	177	259	401	54,7	4,4
Örme olmayan giyim	322	326	355	9	0,9
Demir-Çelik	174	108	182	67,9	2,3
Makine	154	141	144	2,2	0,1
Yenilebilir meyve	123	129	126	-3	-0,1
Sebze-meyve müstahzarlar	99	117	121	3,8	0,1
Elektronik	96	106	118	11,4	0,4
Diğer tekstil	114	97	114	16,9	0,5
Su ürünleri	74	81	110	35,8	0,9

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

ŞEKİL 5.26 HOLLANDA'YA YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN PAYI (% 2013)



5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

5.3.13 Mısır Pazarı

Mısır'daki Olaylar Ticari İlişkilere Olumsuz Yansıdı

Türkiye ile Mısır arasındaki ticari ilişkiler son 10 yıllık dönemde önemli ölçüde bir dinamizme kavuşmuştur. Özellikle 2007 sonrasında köklü büyüme oranlarının kaydedildiği Mısır pazarında, istikrarlı büyüme 2011 yılında %22 ve 2012 yılında %33,4'lük oranlarla sürdürülmüş ve 3.680 milyon dolarlık ihracat düzeyine ulaşılmıştır. 2013 yılına gelindiğinde ise, bölgede yaşanan olaylar ve buna bağlı olarak iki ülke arasında gelişen gerginlik, ticari ilişkilere olumsuz bir şekilde yansımış ve bunun da etkisiyle Mısır'a yapılan ihracat %13 oranında düşerek 3.201 milyon dolar seviyesine gerilemiştir (Şekil 5.27).

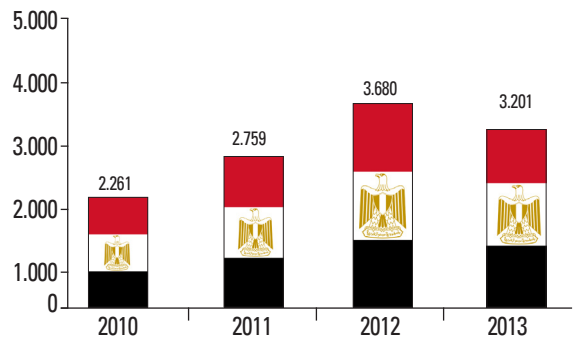
Mısır Türkiye'nin Petrol Yağları İhracatında 1 Numaralı Partner

Türkiye'nin Mısır'a yaptığı ihracatın yıllar içinde büyümesinde motor güç olan fasıllardan biri mineral yakıtlar ve yağlardır. Ülkeye yapılan satışların sektörel dağılımı incelendiğinde de, bu gerçek açıkça göze çarpmaktadır. Talep doğrultusunda ağırlıklı olarak petrol yağlarından oluşan mineral yakıtlar ve yağlar faslı, özellikle 2011 ve 2012 yıllarındaki ciddi artış performansı ile Mısır pazarındaki en yüksek paya sahip grup olarak yerini güçlendirmiştir. 2013 yılında yaşadığı düşüşe rağmen, bu faslın pastadaki payı %36,3 olmuştur (Şekil 5.28). Bir diğer ifadeyle, Mısır'a yapılan ihracatın üçte birinden fazlasını enerji ürünleri, spesifik olarak da petrol yağları oluşturmuştur. Mısır, esas itibarıyla Türkiye'nin petrol yağı ihracatında en büyük payı alan ülke olarak önemli bir yere sahiptir. 2013 yılında dünyaya yapılan petrol yağları satışının %17'si Mısır'a gerçekleşmiştir. Ancak bu oranın, 2012 yılında %20 olduğunu, bir başka ifadeyle 2013'te pazarda kayıp yaşandığını belirtmekte fayda vardır.

Mısır Pazarında Demir-Çelik Grubu da Etkin

Ülkenin Türkiye'den yaptığı ithalat, nispeten düşük oranlarda olmakla birlikte, enerji dışında çeşitli ürünleri de içermektedir. Bu bağlamda, demir-çelik faslı 2013 yılında pazarda %9,2'lik bir paya sahip olmuştur. Aynı dönemde bunu takip eden makineler %5,8'lik, plastik ile demir-çelik ürünleri ise %3,8'lik dilimleri oluşturmuştur. Bu veriler, demir-çelik grubunun da, toplamda %13 oranında bir payla Mısır'a yapılan ihracatta önemli bir talep unsuru olduğunu

ŞEKİL 5.27 MISIR'A YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



KAYNAK: TRADEMAP

TABLO 5.15 MISIR'A YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

Fasıl	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Mineral yakıtlar yağlar	878	1.526	1.164	-23,7	-9,8
Demir-Çelik	576	519	295	-43,1	-6,1
Makine	132	181	187	3,6	0,2
Plastik ve ürünleri	83	106	122	15	0,4
Demir-çelik ürünleri	116	98	121	23	0,6
Motorlu kara taşıtları	39	54	109	102,5	1,5
Elektronik	86	99	103	4,3	0,1
Pamuk	80	69	73	5,2	0,1
Kauçuk ve ürünleri	41	67	67	0,1	0
İnorganik kimyasallar	56	66	67	1,8	0

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, pazarda ön sıralarda yer alan kalemler arasında, motorlu taşıtları, elektrik-elektronik, pamuk, kauçuk ve inorganik kimyasallar göze çarpmaktadır.

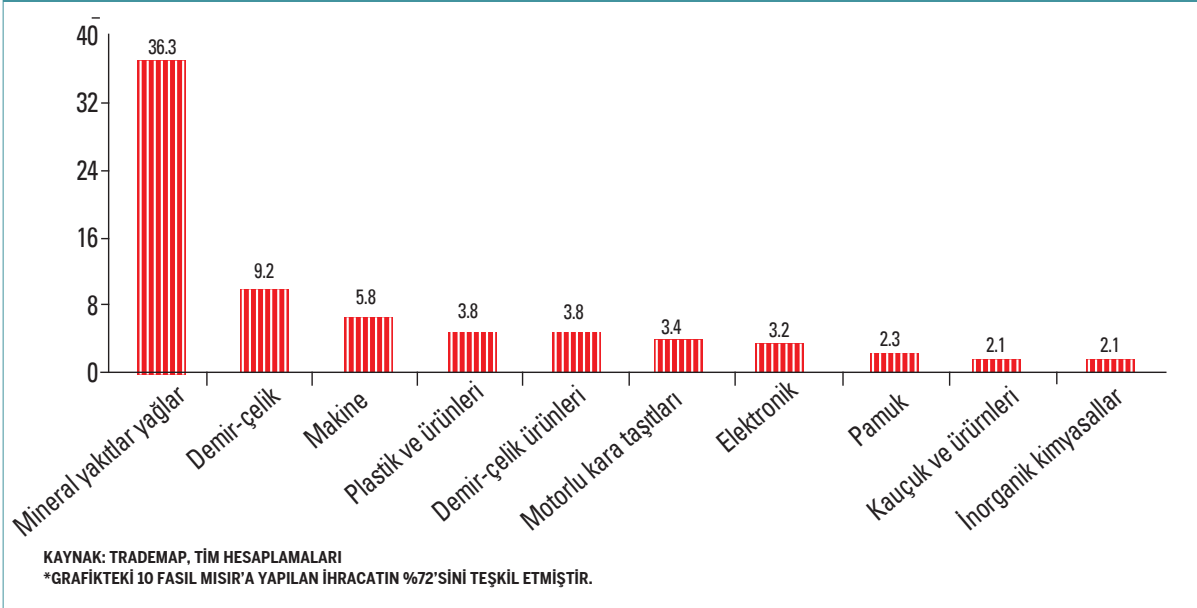
Mısır'da Talebin Düşüşe Geçmesinde Enerji ve Demir-Çelik Baş Rolde

Tüm bu fasılların gelişimini inceleyen Tablo 5.15'teki veriler, 2013 yılında Mısır'a yapılan ihracattaki düşüşün başlıca iki fasıldan kaynaklandığını göstermektedir. Nitekim pazarda en yüksek değerlerde ihracat gerçekleştiren ilk iki grup olan mineral yakıtlar ve yağlar ile demir-çelik fasıllarındaki sırasıyla %23,7 ve %43,1'lik ihracat kayıpları, Mısır pazarının 2013 yılında %15,9'luk bir daralma yaşamasına sebep olmuştur. Bu iki ürün grubundan gelen aşağı yönlü etkiyi, diğer gruplarda görülen büyümeler bir nebze hafifletse de, sonuç itibarıyla yıllık %13'lük pazar kaybı kaçınılmaz olmuştur. Öte yandan, Mısır'daki büyümesine 2013'te de devam eden fasıllar arasında, %102,5'lük hızıyla motorlu kara taşıtları başı çekmiştir. Söz konusu artış, Mısır'a yapılan ihracatın yıllık değişim oranını 1,5 puan yukarı yönlü etkilemiştir. Bunun yanı sıra, demir-çelik sektöründeki güçlü da-

ralmanın aksine, demir-çelik ürünlerinde %23'lük bir ihracat artışı kaydedilmiştir. Fasıllar sıralamasında 3. ve 4. konumda olan makine ve plastik fasıllarında ise bu oran, sırasıyla %3,6 ve %15 olarak gerçekleşmiştir.

Sonuç olarak, diğer birçok ürün grubunda da irili ufaklı artışların gerçekleştiği Mısır pazarında 2013 yılındaki sert düşüşün iki temel nedeni, mineral yağlar ile demir-çelik kategorileri olmuştur.

ŞEKİL 5.28 MISIR'A YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% 2013)



5.3.14 Suudi Arabistan Pazarı

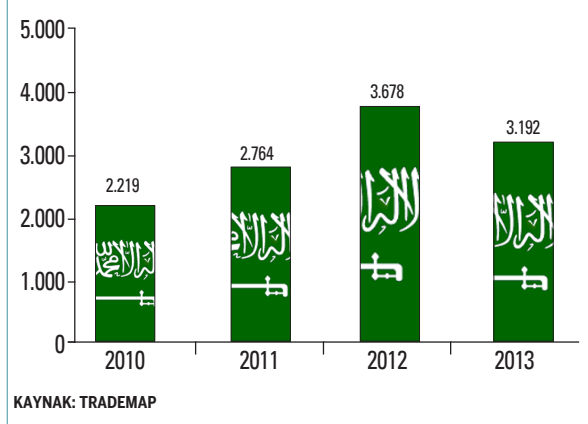
Suudi Arabistan Pazarı 2013'te Mısır Trendini İzledi

Kriz yılı olan 2009 hariç olmak üzere, özellikle 2007 ve sonrasında demir-çelik talebi temelli yüksek ivmelerle ciddi büyümelere sahne olan Türkiye'nin Suudi Arabistan pazarı, 2011 yılında %24,5, 2012'de ise %33,1 oranlarında genişleme kaydetmiştir. 2013 yılında ise %13,2 küçülme yaşayan pazar, 3.192 milyon dolarlık ihracat seviyesine gerilemiş ve bu gelişmelerle Mısır'a benzer bir trend sergilemiştir (Şekil 5.29). Fasılların pazardaki dağılımına göz atıldığında, S. Arabistan'ın Türkiye ürünlerine olan talebinin çeşitlilik gösterdiği ortaya çıkmaktadır. Bunlar arasında, yukarıda da bahsedildiği gibi, ülkeye yapılan ihracatın %23,1'ini teşkil eden demir-çelik grubu, açık ara farkla başı çekmektedir (Şekil 5.30).

Türkiye'nin Halı İhracatında En Büyük Pazar Suudi Arabistan

Pazarda, demir-çelik ürünlerini, 2013 yılında

ŞEKİL 5.29 SUUDI ARABİSTAN'A YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



%11,8 ile elektrik-elektronik takip etmiştir. 3. sırada yer alan fasıl ise, yukarıdaki sıralamalarda sadece ABD'de göze çarpan farklı bir ürün olan halı grubu olmuştur. Suudi Arabistan pazarı %10,1 oranında halı ihracatından oluşmakla birlikte, Türkiye'nin halı ihracatında da 1 numaralı pazarı konumundadır. Söz konusu dönemde, Suudi Arabistan pazarındaki fasılların ağırlık

5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

sıralamasında halı grubunu, sırasıyla %6,1 ve %4'lük dilimlerle makineler ve örme olmayan giyim eşyalar takip etmiştir. İhracat pastasından %3 bandında dilimler alan üç fasıl ise, demir-çelik ürünleri, mobilya ve taş, çimento grupları olmuştur. Bu grupları, örme giyim, motorlu kara taşıtları, yenilebilir meyve ve plastik izlemiştir. Bahsi geçen bu 12 fasıl, Suudi Arabistan'a yapılan ihracatın %74'lük bölümünü gerçekleştirmiştir.

Suudi Arabistan'da Pazar Daralmasının Sebebi Demir-Çelik Oldu

Suudi Arabistan pazarında son dönemdeki gelişmeleri fasıllar bazında inceleyen Tablo 5.16, yukarıda da belirtildiği gibi, önceki yıllarda sıra dışı bir büyüme performansı sergileyen demir-çelik fasılının 2013 yılındaki sert düşüşünü gözler önüne sermektedir. İlgili dönemde yıllık %47,1 gerileyen S. Arabistan'a demir-çelik ihracatı, ülkeye yapılan toplam ihracatın hızını 17,9 puan aşağı yönlü etkilemiştir. Dolayısıyla, toplam pazarın %13,2 oranında daralmasındaki ağırlıklı etkenin, demir-çelik talebindeki keskin iniş olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan, 2. sırada yer alan elektrik-elektronik ürünlerine olan talep ise aynı dönemde ters yönlü bir trend izlemiş ve %81,4 artarak toplam büyümeye 4,6 puan katkıda bulunmuştur.

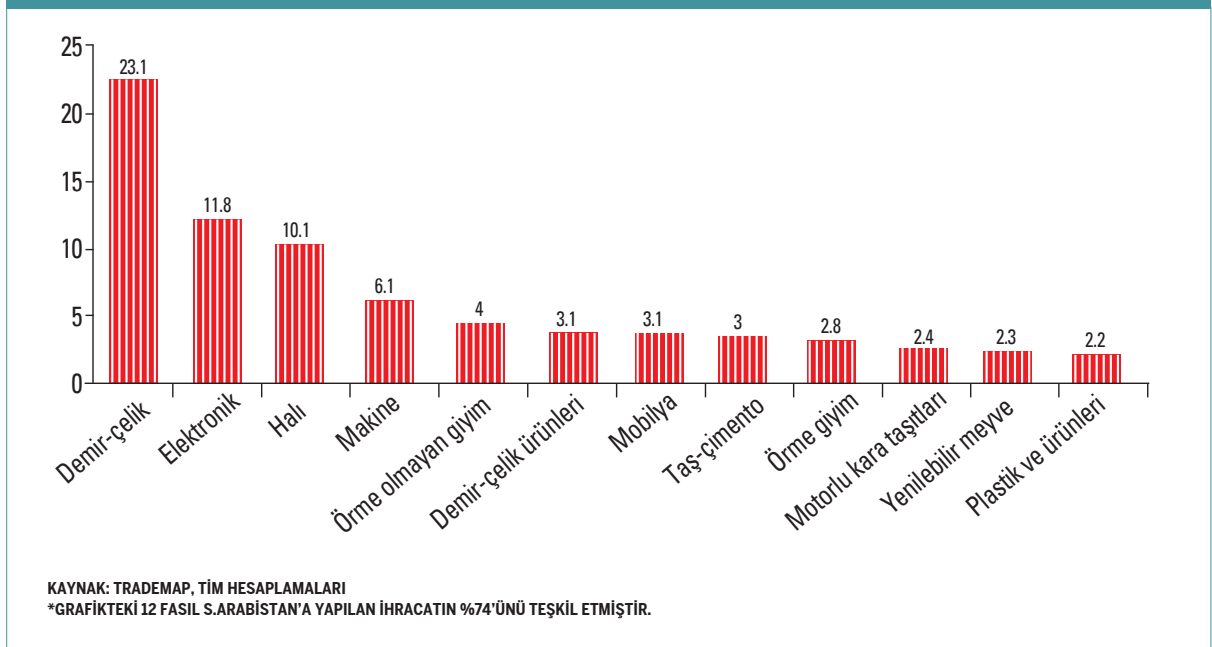
TABLO 5.16 SUUDİ ARABİSTAN'A YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Demir-Çelik	779	1.397	738	-47,1	-17,9
Elektronik	264	208	377	81,4	4,6
Halı	245	332	321	-3,3	-0,3
Makine	132	153	194	27,4	1,1
Örme olmayan giyim	89	132	126	-4,3	-0,2
Demir-çelik ürünleri	63	94	98	4	0,1
Mobilya	47	71	98	37,1	0,7
Taş, çimento	64	87	96	10,6	0,3
Örme giyim	41	52	88	70,1	1
Motorlu kara taşıtları	136	120	78	-35,3	-1,1
Yenilebilir meyve	111	70	74	6,6	0,1
Plastik ve ürünleri	49	56	71	26,2	0,4

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

Halı sektöründe hafif çaplı bir daralma yaşanırken, makine ihracatındaki %27,4 oranındaki artış dikkat çekmektedir. Yukarı yönlü hareket eden diğer ihracat fasılları arasında, mobilya, taş ve çimento, plastik ile örme giyim çift haneli değişim oranlarıyla öne çıkarken, motorlu kara taşıtlarında yaşanan %35,3 oranındaki düşüş ise pazardaki ihracat büyüme hızına 1,1 puan olumsuz etki yapmıştır. Sonuç olarak 2013 yılında, Suudi Arabistan pazarında da Mısır'a benzer bir gelişme olmuş ve demir-çelik başta olmak üzere birkaç fasıl haricinde genel olarak büyüme gözlenmiştir. Ancak bahsi geçen düşüşlerin sert olması nedeniyle, toplamdaki ihracat kaybı engellenememiştir.

ŞEKİL 5.30 SUUDİ ARABİSTAN'A YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% 2013)



5.3.15 Azerbaycan Pazarı

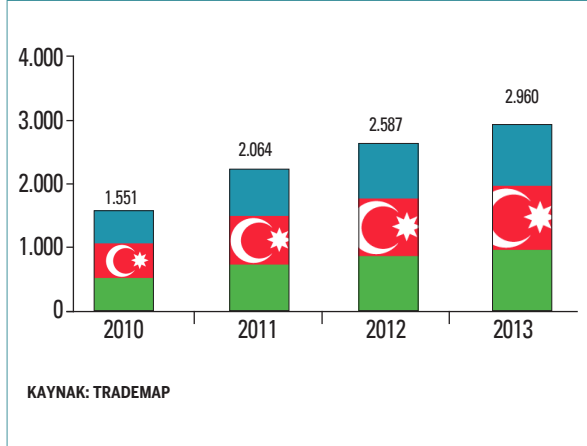
Azerbaycan Pazarı Çift Haneli Büyümesini 2013'te de Sürdürdü

Azerbaycan, son yıllarda Türkiye ihracatının istikrarlı büyüme kaydettiği önemli pazarlardan biri olmuştur. 2007 ve sonrasında, global krizin yaşandığı 2009 haricindeki yıllarda güçlü bir performans sergileyen Azerbaycan pazarı, 2011 ve 2012 senelerinde sırasıyla %33,1 ve %25,4 oranlarında büyüme gerçekleştirmiştir. 2013'te hafif bir ivme kaybı yaşansa da, Azerbaycan'a ihracat artışı çift haneli rakamlarla devam etmiş ve %14,4 oranındaki başarılı bir artışla 2.960 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır (Şekil 5.31)

Azerbaycan'ın Türkiye'den İthal Ettiği Ürün Portföyü Geniş Tabanlı

Azerbaycan'a ihraç edilen ürünler, çok çeşitlilik gösteren bir yapıdadır. Nitekim pazarda en yüksek paya sahip olan 13 fasıl, toplamın %69'unu teşkil etmektedir (Şekil 5.32). Bu kapsamda, makinelerin 2013 yılında %13,1 ile en büyük dilimi oluşturduğu, bunu sırasıyla %9 ve %8,8'lik paylarla elektrik-elektronik ve demir-çelik ürünlerinin izlediği görülmektedir. 4. ve 5.sırada gelen plastik ve ürünleri ile mobilyalar da, pazarda önemli paylar oluşturmaktadır. Öte yandan, demir-çelik,

ŞEKİL 5.31 AZERBAJCAN'A YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)

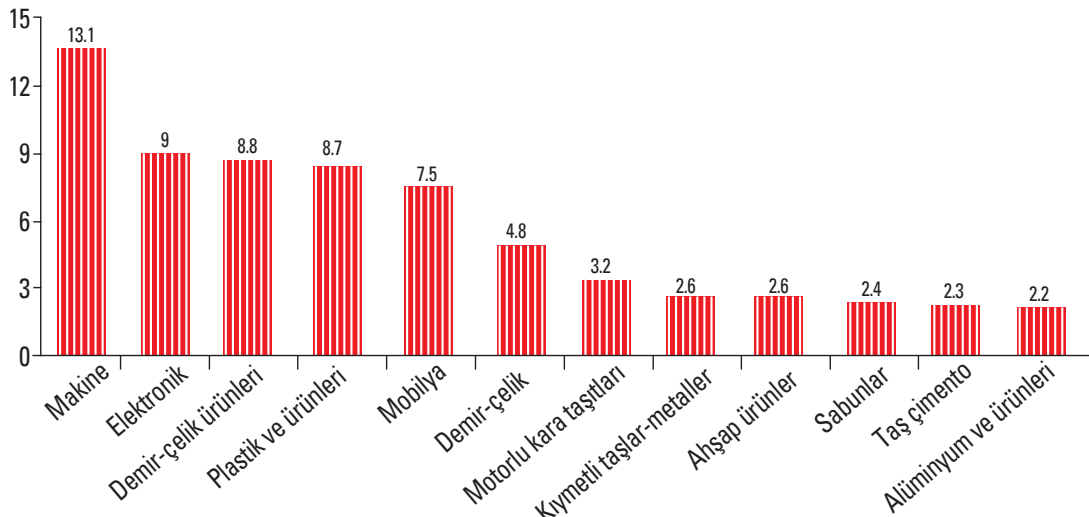


motorlu taşıtlar, ahşap ürünleri ve grafikte de yer alan çeşitli gruplar Azerbaycan'a yapılan ihracatta rol oynamaktadır.

Azerbaycan'a İhracatta Makine ve Elektronik Anahtar Rol Oynadı

Azerbaycan pazarı bu şekilde birçok ürün kategorisinden oluşmakla birlikte, son dönemlerdeki büyümede itici güç olan kalemleri incelemek, gelişimin arka planını anlamak açısından önem arz etmektedir.

ŞEKİL 5.32 AZERBAJCAN'A YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN PAYI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*GRAFİKTEKİ 13 FASIL AZERBAJCAN'A YAPILAN İHRACATIN %69'UNU TEŞKİL ETMİŞTİR.

5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

2011 ve 2012 yıllarında Azerbaycan'a ihracatta yaşanan kuvvetli artışlarda, ilk sıralarda yer alan birçok fasılın yüksek performansının izlerine rastlamak mümkündür. Özellikle makine ve demir-çelik ürünleri ticaretinde gerçekleşen atak niteliğindeki yüksek çift haneli büyümeler, söz konusu dönemdeki yukarı yönlü hareketin tetikleyicisi olmuş ve diğer sektörlerden de gelen ciddi desteklerle birlikte pazarın önemli ölçüde genişlemesini sağlamıştır. 2013 yılında ise, bu gruplar arasında makineler ön planda olmayı sürdürmüş ve yüksek seviyedeki payı ile %14,4 oranındaki artışın birleşimi sonucunda, Azerbaycan'a yapılan ihracatın yıllık değişimine toplamda 1,9 yüzde puan katkı sağlamıştır (Tablo 5.17). Aynı düzeyde katkı yapan bir diğer fasıl da, 2. sırada yer alan ve %23,3 oranında yıllık ihracat büyümesi kaydeden elektrik-elektronik grubu olmuştur. Azerbaycan pazarının 2013 yılı genişlemesinde etkili olan diğer fasılların başında ise, sırasıyla %18, %24 ve %59,6 oranlarında talep artışı yaşayan mobilya, demir-çelik ve ahşap ürünleri kategorileri gelmiştir. Diğer birçok grupta da ihracat artışları gerçekleşmiş olmakla birlikte, dikkat

TABLO 5.17 AZERBAJCAN'A YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Makine	255	338	387	14,4	1,9
Elektronik	203	215	265	23,3	1,9
Demir-çelik ürünleri	185	274	259	-5,3	-0,6
Plastik ve ürünleri	203	244	258	5,8	0,5
Mobilya	153	188	221	18	1,3
Demir-Çelik	52	115	142	24	1,1
Motorlu kara taşıtları	93	115	96	-16,4	-0,7
Kıymetli taşlar-metaller	23	64	78	22,6	0,6
Ahşap ürünleri	54	49	78	59,6	1,1
Sabunlar	54	63	71	12,5	0,3
Taş çimento	44	53	67	26,7	0,5
Alüminyum ve ürünleri	65	67	66	-1,5	0
Optik foto ölçüm cihazları	29	43	65	50,6	0,8

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

çeken bir nokta, önceki yıllarda büyümede anahtar rol oynayan demir-çelik ürünlerine olan talebin düşüşe geçmiş olmasıdır. Buna benzer bir şekilde, motorlu kara taşıtları ihracatı da, pazarı daralan fasıllardan olmuştur. Ancak genel itibarıyla, Azerbaycan'ın Türkiye'den ithal ettiği çoğu fasılda, 2013 yılında da gözle görülür büyümeler gerçekleşmiştir.

5.3.16 Libya Pazarı

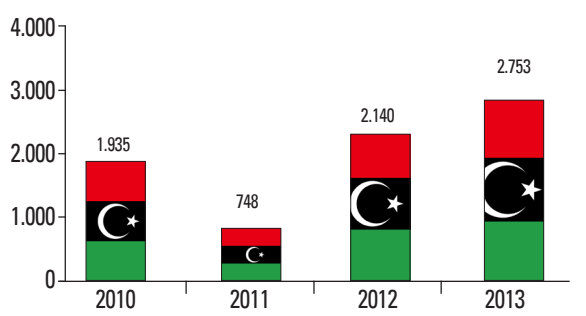
2013 Yılında Türkiye'nin En Yüksek Büyüme Yaşadığı Pazar Libya Oldu

2008 ve 2009 yıllarında yaptığı güçlü hamlelerle Türkiye'nin ihracatında hızla tırmanışa geçen Libya pazarı, 2010'da sürdürdüğü artışın ardından 2011 yılında bölgesel olayların etkisiyle %61 oranında bir düşüş kaydetmiştir. Hemen akabinde 2012 yılında yeniden yukarı yönlü hareket eden Libya'ya ihracat %186'lık radikal bir artış sergilemiştir. Bu eğilim 2013 yılında ise, %28,7'lik oranla çift haneli olarak devam etmiş ve ülkeye yapılan ihracatı 2.753 milyon dolar seviyesine çıkarmıştır (Şekil 5.33). Bu performansıya Libya, Türkiye'nin 2013'te en çok ihracat yaptığı 20 ticaret ortağı arasında en yüksek oranda büyüyen pazar olmuş ve buna paralel olarak da, 2012'deki 19. sırasından 16.lığa yükselmeyi başarmıştır.

Libya'ya İhracatta Demir-Çelik ve Mobilya Başlı Çekiyor

Libya'nın Türkiye'den ithal ettiği ürünlerin başında, 2013 yılındaki %14,2'lik payıyla demir-çelik gelmektedir (Şekil 5.34). %5 oranında bir dilime sahip olan demir-çelik ürünleriyle bir arada ele alındığında, bu grubun pazarda %19,2'lik, bir diğer deyişle, yaklaşık beşte birlik bir payı teşkil ettiği orta-

ŞEKİL 5.33 LIBYA'YA YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



KAYNAK: TRADEMAP

TABLO 5.18 LIBYA'YA YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Demir-Çelik	53	333	392	17,7	2,8
Mobilya	22	186	257	38	3,3
Makine	31	196	242	23,8	2,2
Hali	28	130	207	59,1	3,6
Plastik ve ürünleri	34	119	188	57,7	3,2
Elektronik	46	166	165	-0,6	0
Demir-çelik ürünleri	32	100	137	36,1	1,7
Kıymetli taşlar-metaller	7	79	129	63	2,3
Tuz sülfür ve taşlar	13	56	127	124,7	3,3
Hububat	30	49	83	68,7	1,6

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

ya çıkmaktadır. Libya'ya ihrac edilen 2. en yüksek paya sahip fasıl ise, %9,3 ile mobilyalardır. Türkiye toplam mobilya ihracatının %9'unun gerçekleştirildiği ülke olan Libya, sektörün ihracatında Irak'tan sonra 2. ülke konumundadır. Mobilyayı, 2013 yılında sırasıyla %8,8 ve %7,5'lik paylarla makine ve halı fasılları izlemiştir. Bunun yanı sıra, plastik, elektrik-elektronik, kıymetli taşlar-metaller, tuz ve sülfür ile hububat fasılları da, aynı dönemde ihracat sıralamasında önlerde yer alan gruplar olarak sıralanabilir.

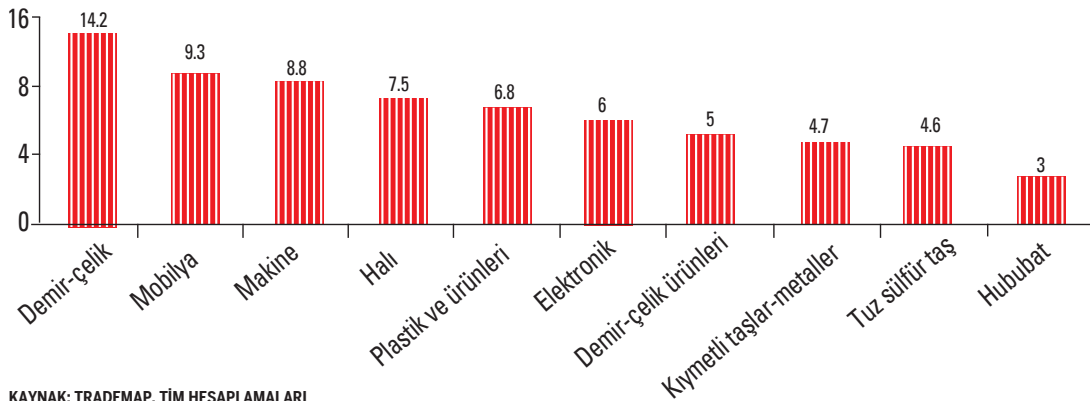
Libya Pazarında Çok Sayıda Sektör Çift Haneli Büyüdü

Tablo 5.18'deki veriler, söz konusu dönemde Libya'ya pazar büyümesinde 1.liğe taşıyan sektörlerin belirlenmesine ışık tutmaktadır. Nitekim tablo, ülkeye ihrac edilen birçok ürün grubunda çift hatta üç haneli sıra dışı büyüme oranlarına imza atıldığını açıkça göstermektedir. Bunlar arasında, %59,1 oranında artış gös-

teren halı ihracatı, Libya'ya yapılan toplam ihracatın yıllık hızına 3,6 puanlık katkı sağlayarak başı çekmiştir. Bu bağlamda sektörün 2013 ihracatında, Libya'nın ABD'den sonra gelen 3. en büyük pazar olduğunu da belirtmekte fayda vardır.

Bununla birlikte, 2012-2013 döneminde ülkede sırasıyla %124,7 ve %38 oranlarında genişleme gösteren tuz, sülfür ve taşlar ile mobilya pazarları da, artan ticaret ilişkilerinin performansını en olumlu etkileyen unsurlar arasında yer almıştır. Benzer şekilde, plastik ve demir-çelik talebinde görülen güçlü artışlar da, diğer fasıllardaki hatırı sayılır büyümelerle birlikte, 2013 yılında Libya'ya yapılan ihracatın %28,7 seviyesinde gerçekleşmesinde önemli rol oynamıştır. Öte yandan, sahip oldukları nispeten düşük paylar nedeniyle ilgili grafik ve tabloda bulunmayan, ancak sergiledikleri yüksek büyüme hızlarıyla pazardaki ihracat artışına dikkat çekici katkılarda bulunan sektörler arasında, motorlu kara taşıtları, örme giyim eşyası, taş ve çimento ile seramik ürünleri fasıllarının yer aldığını eklemek gerekir.

ŞEKİL 5.34 LİBYA'YA YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% , 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI
*GRAFİKTEKİ 10 FASIL LİBYA'YA YAPILAN İHRACATIN %70'İNİ TEŞKİL ETMİŞTİR.

5.3.17 İsrail Pazarı

Türkiye'nin İsrail'e yaptığı ihracat 2011 yılında %14,8 büyüme gerçekleştirmiş ancak 2012'de %2,5 oranında bir pazar kaybı yaşamıştır. Bu düşüş, 2013 yılında ise telafi edilmiş ve ihracat %13,7 gibi önemli bir oranda artarak 2.650 milyon dolar seviyesine yükselmiştir (Şekil 5.35)

İsrail Pazarında Demir-Çelik ve Taşıtlar Ön Planda

İsrail pazarında Türkiye'den çok çeşitli ürün yer almakla birlikte, iki grup yüksek paylarıyla öne çıkmaktadır. Bunlar, ülkeye yapılan ihracatın sırasıyla %17,3 ve %14,7'lik bölümlerini oluşturan demir-çelik ve motorlu kara taşıtlarıdır (Şekil 5.36). Bunu, %7,3 ile elektrik-

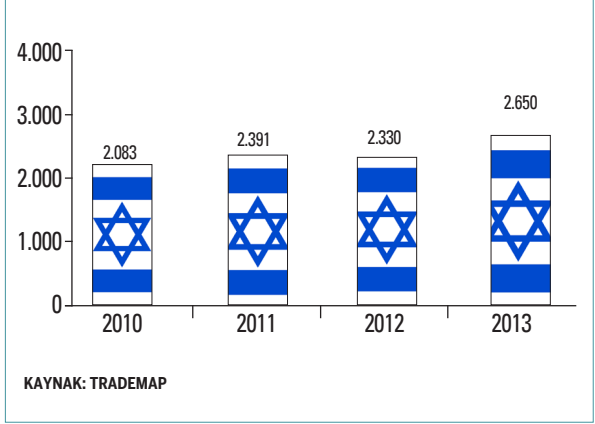
5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

elektronik faslı izlemektedir. Öte yandan, 2013 yılında makineler, plastik ve örme olmayan giyim kategorileri de, en çok talep gören fasıllar arasında yer almıştır.

İsrail'e Yapılan İhracatın Artışına En Büyük Katkı Taşıtlardan Geldi

Söz konusu fasılların, 2013 yılında İsrail'e yapılan ihracatın büyüme kaydetmesinde nasıl bir rolü olduğu incelendiğinde, en belirgin cevap, yıllık %33,6 oranında artış kaydeden motorlu kara taşıtları ticaretinden gelmektedir (Tablo 5.19). Sektör, pazardaki yüksek payı ve güçlü büyüme hızı sayesinde, İsrail'e 2013'te yapılan toplam ihracatın büyümesinde 4,2 puanlık olumlu bir etki yapmıştır. Bunun yanı sıra, plastik ve örme olmayan giyim fasılları da, %20 bandında gerçekleştirdikleri büyüme performanslarıyla, toplam ihracat hızına 1'er puanlık katkıda bulunmuştur. 3.lük konumunda olan elektrik-elektronik faslı ise, ihracatını %12,3 artırarak pazarın genişlemesine destek veren gruplar arasında gelmiştir. Bununla birlikte, düşük payı nedeniyle tabloda yer almayan mineral yakıtlar-yağlar faslı da, kaydettiği %171'lük üç haneli ihracat artışıyla toplam büyüme hızına 1 puanlık pozitif etki yapmıştır. İsrail'e yapılan ihracatta bir diğer etkili kalem de, %26 büyüyen kâğıt ve ürünleri ticareti olmuştur. Özetlemek gerekirse, tabloda da görüldüğü gibi, hemen her fasıl ihracat artışı kaydederek ülkedeki pazarın genişlemesine irili ufaklı katkılarda bulunmuştur. Dolayısıyla 2013 yılı, İsrail'e ihracat yapan sektörler açısından oldukça verimli bir dönem olmuştur.

ŞEKİL 5.35 İSRAİL'E YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)

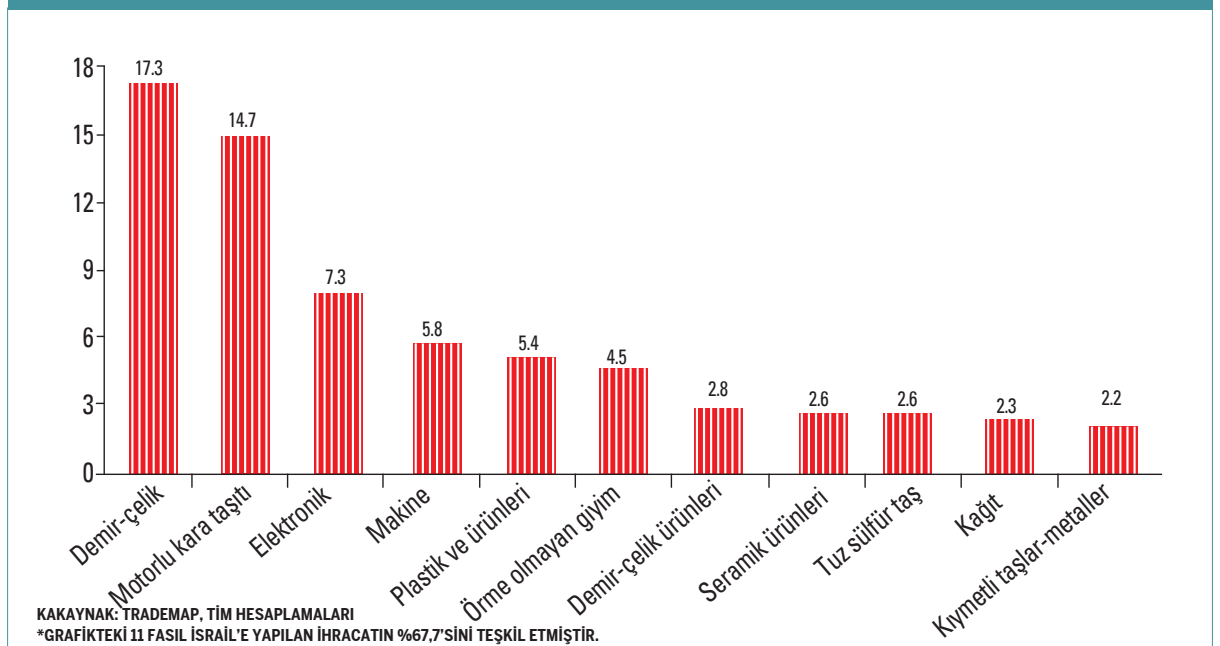


TABLO 5.19 İSRAİL'E YAPILAN İHRACATTA FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

Fasıl	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Demir-Çelik	437	453	459	1,4	0,3
Motorlu kara taşıtları	345	291	389	33,6	4,2
Elektronik	181	173	195	12,3	0,9
Makine	130	142	154	8,6	0,5
Plastik ve ürünleri	115	119	143	20,2	1
Örme olmayan giyim	89	97	120	23,4	1
Demir-çelik ürünleri	79	64	75	18,1	0,5
Seramik ürünleri	64	66	69	5,2	0,1
Tuz sülfür taş	63	67	69	3	0,1
Kâğıt	86	49	62	26	0,6
Kıymetli taşlar-metaller	48	51	58	13,7	0,3

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

ŞEKİL 5.36 İSRAİL'E YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN PAYI (% 2013)



5.3.18 Romanya Pazarı

Romanya'ya yapılan ihracat 2011 yılında %10,8 artış göstermiş ancak 2012'de Türkiye'nin Avrupa'daki birçok partneriyle yaşadığı benzer bir düşüşe sahne olmuştur. Söz konusu dönemde %13,3 daralan Romanya pazarı, 2013'te ise %4,8 büyümeye sergileyerek 2.618 milyon dolar seviyesinde ihracata ulaşmıştır (Şekil 5.37).

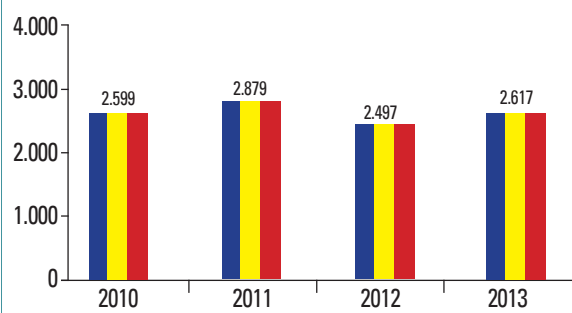
Romanya'ya İhracatta Makine, Taşıt ve Demir-Çelik Başrolde

Veriler, Türkiye'nin Romanya'ya yaptığı ihracatın çeşitli ürün gruplarını içerdiğine işaret etmektedir. Bunlar arasında %13,6'lık paya sahip olan makineler faslı, 2013 yılında da pazardaki liderliğini korumuştur (Şekil 5.38). Makineleri, %10,9 ile motorlu kara taşıtları takip etmiştir. Bu iki grup, ilgili dönemde ülkeye yapılan ihracatın yaklaşık çeyreklik kısmını oluşturmuştur. Bunun yanı sıra, 3. ve 5. sırada yer alan demir-çelik ile demir-çelik ürünleri, bir arada pazarın %14,2'lik önemli bir bölümünü teşkil etmiştir. 4. konumdaki plastik ve ürünleri de %6,4'lük bir dilime sahiptir.

Hazır Giyim Romanya Pazarının Büyümesinde İtici Güç Oldu

Öte yandan, örme ve örme olmayan giyim eşyalarından oluşan hazır giyim ürünlerinin, 2013'te Romanya pazarında toplam %9,2 oranında bir paya sahip olduğu gözlenmektedir. Bu iki fasıl, söz konusu dönemde sergiledikleri sırasıyla %56,3 ve %52,8 oranlarındaki sıra dışı ihracat artışıyla,

ŞEKİL 5.37 ROMANYA'YA YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



KAYNAK: TRADEMAP

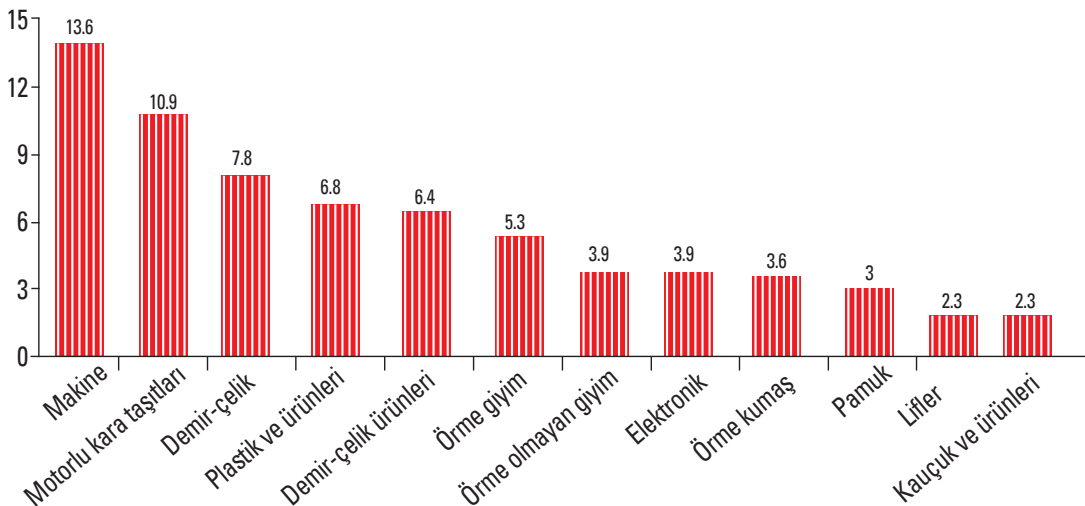
TABLO 5.20 ROMANYA'YA YAPILAN İHRACATTA FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

Fasıl	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Makine	499	333	356	6,9	0,9
Motorlu kara taşıtları	362	304	285	-6	-0,7
Demir-Çelik	226	196	205	4,5	0,4
Plastik ve ürünleri	190	177	177	-0,1	0
Demir-çelik ürünleri	232	188	167	-11,4	-0,9
Örme giyim	71	89	140	56,3	2
Örme olmayan giyim	65	67	102	52,8	1,4
Elektronik	107	108	101	-5,9	-0,3
Örme kumaş	82	84	94	11,7	0,4
Pamuk	72	66	78	18	0,5
Lifler	51	46	60	29,4	0,5
Kauçuk ve ürünleri	78	61	60	-2,8	-0,1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

Romanya pazarının yıllık büyümesine 3,4 puanlık ciddi bir katkı sağlamıştır (Tablo 5.20). Yıllık büyümeye bir diğer kayda değer katkı da, %6,9 ihracat artışı kaydeden makinelerden gelmiştir.

ŞEKİL 5.38 ROMANYA'YA YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN PAYI (% 2013)



KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*GRAFİKTEKİ 12 FASIL ROMANYA'YA YAPILAN İHRACATIN %69,7'SİNİ TEŞKİL EDİYOR.

5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

2. sıradaki motorlu taşıtlar ise, %6 düşüş kaydetmiştir. Demir-çelik faslı, satışlarını %4,5 oranında artırarak Romanya'ya yapılan ihracatın büyüme hızına katkıda bulunmuş, demir-çelik ürünleri

faslında ise bunun tersi yönde bir gelişme yaşanmıştır. Elektronik grubu da bir pazar daralması yaşarken, örme kumaş, pamuk ve lif ürünlerine olan talepte çift haneli artışlar kaydedilmiştir.

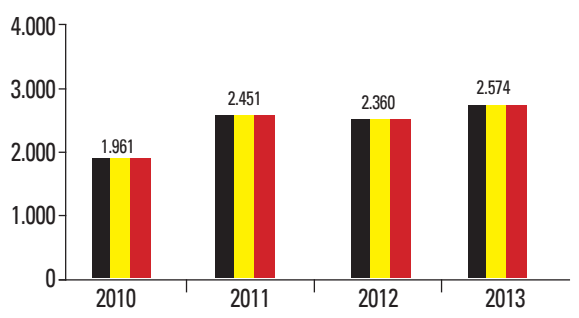
5.3.19 Belçika Pazarı

Türkiye'nin Belçika pazarı da, son dönemde diğer birçok Avrupa ülkesinde olduğu gibi inişli çıkışlı bir trend izlemiştir. 2011 yılında %25 artış oranıyla ciddi bir artış kaydeden Belçika'ya ihracat, 2012'de %3,7 oranında düşmüş ancak 2013'te yeniden yükselişe geçmiştir. Bu dönemde %9,1 artan ihracat, 2.574 milyon dolar düzeyine ulaşmıştır.

Motorlu Taşıtlar Belçika Pazarının Üçte Birine Hâkim

Belçika'ya ihracatı yapılan ürünlerin başında, açık ara farkla, motorlu kara taşıtları gelmektedir (Şekil 5.40). 2013 yılında pazarın %32,6'sına, bir başka deyişle, neredeyse üçte birine hâkim olan motorlu taşıtlar faslına, %9,6'lık dilimle örme giyim eşyaları takip etmiştir. Bu fasıl, 4. sıradaki örme olmayan giyim faslıyla bir arada değerlendirildiğinde, hazır giyim ihracatının Belçika'dan gelen talebin yaklaşık %15'ine karşılık geldiği görülmektedir. Bununla birlikte, ihracat sıralamasında 3. konumda bulunan makineler de, %7,2 oranında bir paya sahip olmuştur. Belçika'ya ihraç edilen diğer fasıllar arasında, lifler, elektrik-elektronik ile cevher ve cürufur da gelmektedir. Veriler, pazardaki ihracatın belli başlı ürünler çerçevesinde ağırlık kazandığını da göstermektedir. Nitekim sıralamadaki ilk 7 fasıl toplam ihracatın %67,2'sine denk gelmektedir.

ŞEKİL 5.39 BELÇİKA'YA YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



KAYNAK: TRADEMAP

Belçika'ya İhracattaki Artışta Ana Etken Motorlu Taşıtlardaki Atak Oldu

Öte yandan, Belçika pazarının 2013 yılında %9,1 oranında genişlemesinde hangi sektörlerin etkin olduğunu, fasılların son dönemdeki gelişimini özetleyen Tablo 5.21'deki veriler açıkça göstermektedir. Buna göre, 2013'te motorlu kara taşıtlarının atağa geçtiği ve %35,1 oranında yükselttiği ihracat seviyesiyle, ülkeye yapılan ihracatın 9,3 yüzde puan artmasını sağladığı gözlenmektedir. Bununla birlikte, elektronik hariç olmak üzere, grafikte yer alan tüm fasıllarda kayda değer artışlar gerçekleşmiştir. Bunların arasında, %30,9 oranında pazar büyümesi kaydederek yıllık toplam ihracata 1,1 puan katkıda bulunan lifler dikkat çekmektedir. 2. sı-

TABLO 5.21 BELÇİKA'YA YAPILAN İHRACATTA FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

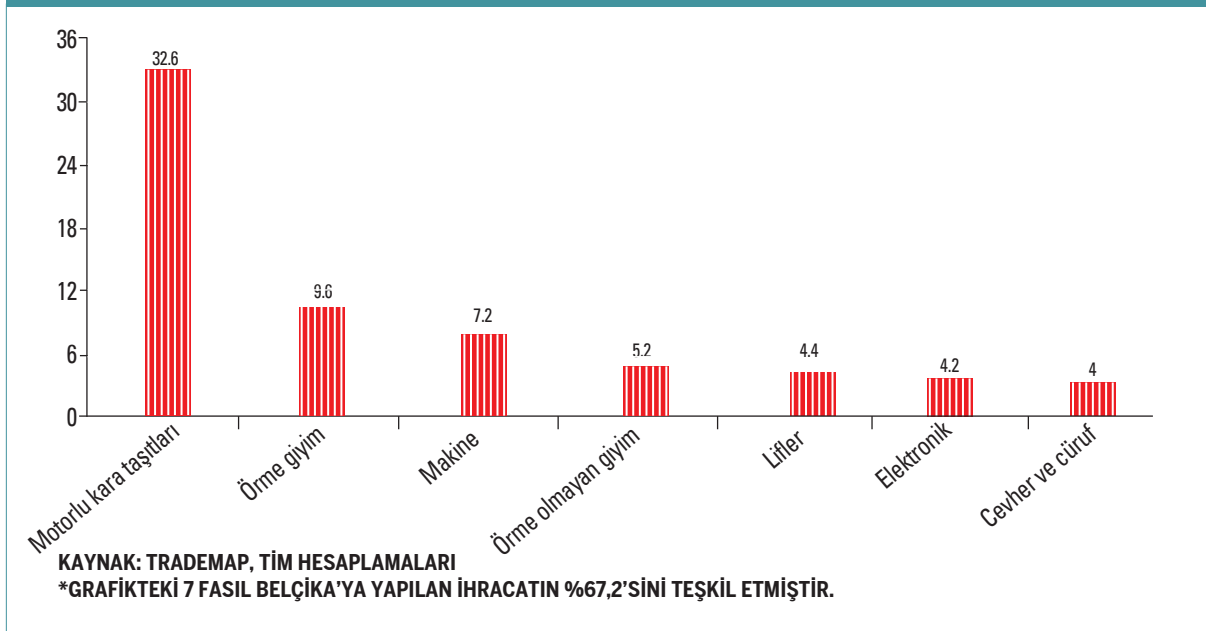
Fasıl	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Motorlu kara taşıtları	599	623	841	35,1	9,3
Örme giyim	244	226	246	9	0,9
Makine	151	169	186	10,1	0,7
Örme olmayan giyim	139	125	133	6,9	0,4
Lifler	81	87	114	30,9	1,1
Elektronik	136	126	108	-14,3	-0,8
Cevher ve cürufur	65	85	102	20,7	0,7

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

rada yer alan örme giyim eşyaları faslı da, %9'luk büyümesiyle Belçika'yla yapılan ticarete en büyük desteği veren gruplar arasında yer almıştır. Öte yandan, nispeten düşük payları nedeniyle ilgili grafik ve tabloda yer almayan bazı fasıllardaki ihracat düşüşlerinin, pazardaki toplam ihracat hızını bir nebze aşağı yönlü etkilediği

far edilmektedir. Bu gruplar arasında, sırasıyla %81 ve %41 oranlarında daralma yaşayan mineral yakıtlar ve yağlar ile kıymetli taşlar ve metaller gelmiştir. Kauçuk faslı da 2013'te Belçika'da düşüşe geçerken, öte yandan alüminyum ve raylı taşıtlar gruplarında yüksek artışlar kaydedilmiştir.

ŞEKİL 5.40 BELÇİKA'YA YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% 2013)



5.3.20 Ukrayna Pazarı

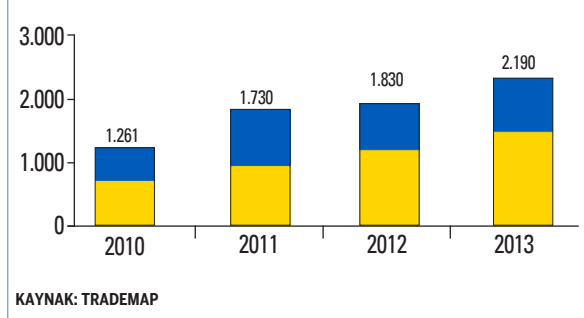
Ukrayna'ya İhracat 2013'te Temposunu Artırdı

Türkiye ihracatında Ukrayna da, hızla yükselen talebiyle önemli pazarlar arasında yer almaktadır. 2011'de %37,2 büyüme kaydeden Ukrayna pazarı, 2012'de %5,8 oranında genişlemeye devam etmiş, 2013 yılında ise temposunu artırarak %19,6 artışla 2.190 milyon dolar ihracat seviyesine erişmiştir (Şekil 5.41).

Örme Giyim ve Meyve İhracatı Ukrayna Pazarını Canlandırdı

Şekil 5.42, Ukrayna'nın Türkiye'den ithal ettiği ürünlerin oldukça çeşitli bir yapıda olduğuna işaret etmektedir. 2013 itibariyle ihracatta ilk 14 fasıl, toplam pazarın %66,1'ini oluşturmaktadır. Pazarın geri kalanında da irili ufaklı paylara sahip çok sayıda ürün yer almaktadır. 2013 yılında Ukrayna'nın Türkiye'den talep ettiği ürünlerin başında, sırasıyla %9,5 ve %9,2'lik paylarla yenilebilir meyve ve

ŞEKİL 5.41 UKRAYNA'YA YAPILAN İHRACATIN YILLARA GÖRE GELİŞİMİ (MİLYON \$)



örme giyim eşyaları gelmiştir. Örme olmayan giyim ve örme kumaş fasıllarının da ilk sıralarda yer almış olması, Ukrayna pazarında Türkiye hazır giyim ve tekstil sektörünün önemli bir yer temsil ettiğini göstermektedir. Örme giyim grubunun, gerçekleştirdiği %137'lik ihracat artışıyla, 6. sıradan 2.liğe tırmandığının ve Ukrayna'ya yapılan toplam ihracata 6,4 puanlık katkı sağladığının altını çizmek gerekir

5 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İHRACAT

(Tablo 5.22). Örme kumaş grubundaki %62,1'lik büyüme de dikkat çekicidir. Öte yandan, %2 bandında paylara sahip olan sebze-meyve müstahzarları ve yenilebilir sebze grupları da, ilk sırada bulunan meyve faslıyla bir arada ele alındığında, Ukrayna'ya yapılan ihracatta tarım sektörünün gözle görülür bir rol oynadığı ortaya çıkmaktadır. Bu fasıllar, sergiledikleri çift haneli ihracat artışlarıyla, pazardaki 2013 büyümesinde önemli rol almıştır. Bununla birlikte,

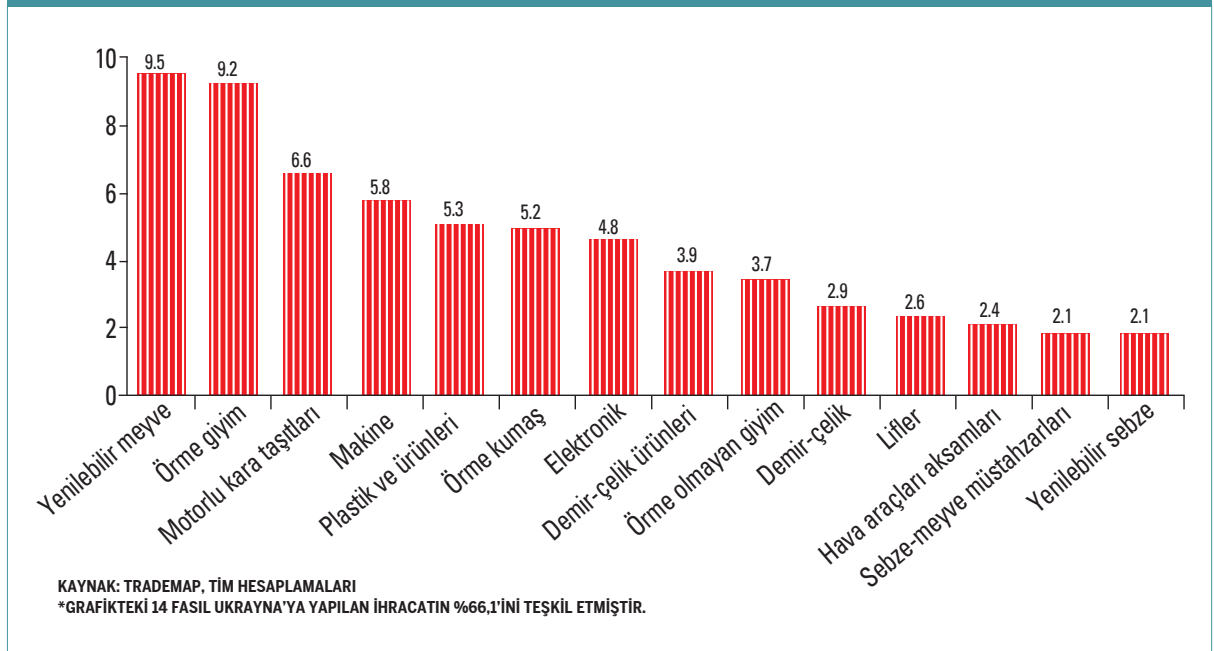
motorlu kara taşıtları ve makineler de, 2013 senesinde pastadan sırasıyla %6,6 ve %5,8'lik dilimler almayı başararak önde gelen sektörlerden olmuştur. Taşıtlar faslı durgun bir yıl geçirmiş, makine ihracatı ise %20'lik bir artışa imza atmıştır. Ukrayna'ya yapılan ihracatta birçok sektör 2013 yılını başarılı pazar büyümeleriyle geçirmekle birlikte, lifler ve hava araçları aksamaları gruplarındaki sıçramalar özellikle dikkat çekmiştir.

TABLO 5.22 UKRAYNA'YA YAPILAN İHRACATTA FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2011 İhracat (milyon \$)	2012 İhracat (milyon \$)	2013 İhracat (milyon \$)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Yenilebilir meyve	171	150	208	38,7	3,2
Örme giyim	53	85	201	136,7	6,4
Motorlu kara taşıtları	113	144	146	1,2	0,1
Makine	128	106	127	20	1,2
Plastik ve ürünleri	132	112	116	3,5	0,2
Örme kumaş	56	71	115	62,1	2,4
Elektronik	102	101	104	3,4	0,2
Demir-çelik ürünleri	81	83	85	2,9	0,1
Örme olmayan giyim	44	65	81	24,7	0,9
Demir-Çelik	58	73	64	-12	-0,5
Lifler	29	30	57	92,8	1,5
Hava araçları aksamaları	0	0	53	57348	2,9
Sebze-meyve müstahzarları	46	40	45	11,7	0,3
Yenilebilir sebze	34	37	45	20	0,4

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

ŞEKİL 5.42 UKRAYNA'YA YAPILAN İHRACATTA ÖNDE GELEN FASILARIN PAYI (% , 2013)



İTHALATIN GELİŞİMİ



6 İTHALATIN GELİŞİMİ

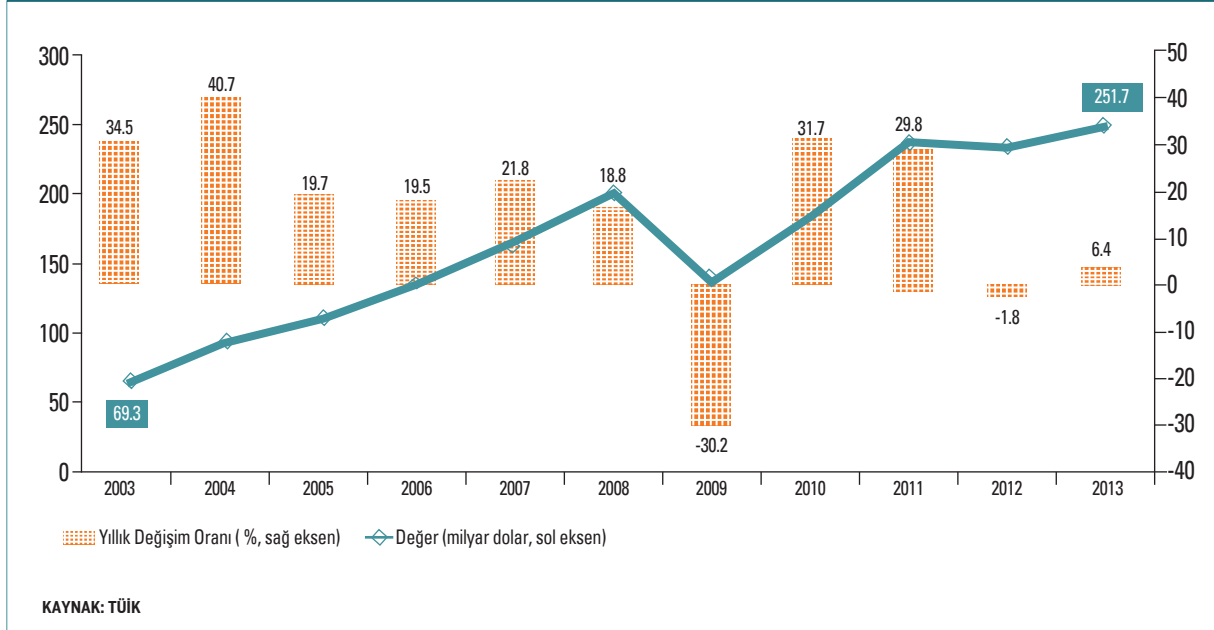
6.1. İTHALAT DEĞERİNDE YILLIK GELİŞİM

Türkiye Ekonomisinde Büyüme ve İthalat Paralel Hareket Ediyor

Türkiye ekonomisi enerjiye ve üretim amaçlı ara malı girdilerine bağımlı bir yapıya sahip olduğundan, iktisadi aktivite ve ithalat birbirine büyük ölçüde paralel yönde hareket eden iki unsur olmuştur. Nitekim ekonomik büyüme kaydedilen dönemlerde ithalatta artışlar, daralma ya da ciddi ivme kaybı yaşanan dönemlerde ise ithalatta azalışlar gerçekleşmiştir. İthalat ve büyüme arasındaki bu nedensellik ilişkisi, 2000'li yıllarda sergilenen kalkınma sürecinde de geçerli olmuştur. Son 10 yıllık dönem incelendiğinde, ekonomik büyüme kaydedilen 2003-2008 yılları arasında ithalatın, çift haneli artış oranlarıyla düzenli bir tırmanış sergileyerek 69,3 milyar dolar seviyesinden 202 milyar dolar düzeyine yükseldiği görülmektedir (Şekil 6.1). 2009 yılında ise, küresel finansal kriz nedeniyle sektöre uğrayan ulusal ekonomik aktivite, ithalattaki

%30,2'lik düşüşü de beraberinde getirmiştir. Kriz sonrasında hızla toparlanan ve 2010 ile 2011 yıllarında sıra dışı büyüme oranlarına sahne olan ekonomiye, %30 dolaylarında ithalat artışları eşlik etmiştir. Hızlı büyümenin bir sonucu olarak giderek belirginleşen cari açık sorununu da kontrol almak amacıyla ekonomiyi soğutma kararları çerçevesinde, 2012 yılında ise frene basılmıştır. Bu ise, amaçlandığı üzere, büyüme ve cari açığın ana kaynağı olan ithalatı dizginlemiştir. Bu bağlamda, GSYH artışında ivme kaybı yaşanan 2012 yılında ithalat da, %1,8 oranında bir gerileme kaydetmiştir. Ancak 2013 yılında yeniden canlanmaya başlayan ekonomide, doğal olarak yukarı yönlü ithalat hareketleri yeniden gözlenmiştir. Bu dönemde ekonomik büyümenin hız kazanarak %4 seviyelerine çıkması, %6,4 oranında artarak 251,7 milyar dolar seviyesine ulaşan ithalat hareketiyle paralel bir gelişme olmuştur.

ŞEKİL 6.1 YILLARA GÖRE İTHALAT (2003-2013)



2013 İthalat Artışında İşlenmemiş Altın Etkisi Kuvvetli Oldu

Öte yandan veriler, 2013 yılında %6,4 olarak gerçekleşen ithalat artışının, ekonomideki canlanmanın yanı sıra, tırmanışa geçen altın ithalatından da önemli ölçüde etkilendiği gerçeğine işaret etmektedir. Zira Türkiye'nin işlenmemiş altına olan söz ko-

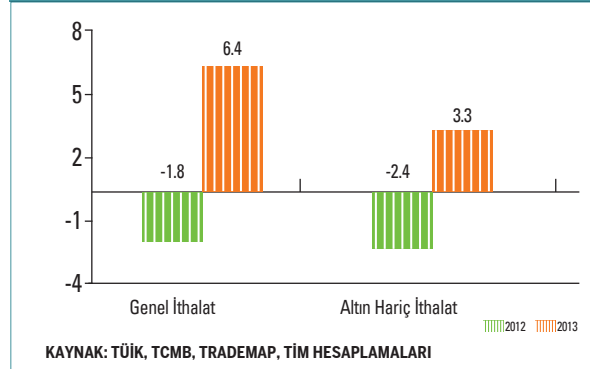
nusu talebi, 2012'deki 7,6 milyar dolar düzeyinden %98,1 oranında artış gerçekleştirerek, 2013 yılında 15,1 milyar dolara yükselmiştir. Bu gelişme ise, tüm ürünler genelindeki toplam ithalatın yıllık artış hızını 3,1 puan yukarı çekmiştir. Altının ithalat büyümesinde yarattığı bu etki, Şekil 6.2'deki grafikte net bir şekilde görülmektedir.

Buna göre, altın talebinin nispeten çok daha düşük bir artış gerçekleştirdiği 2012 senesinde, altın dâhil ve hariç ithalat artış oranları arasında 0,6 puanlık bir fark bulunmaktadır. Oysa 2013 yılı verilerine bakıldığında, bu farkın gözle görülür bir şekilde açıldığı gözlenmektedir. Nitekim yapılan hesaplamalar, bir yıl içerisinde yaklaşık 2 katına çıkan işlenmemiş altının hariç tutulması durumunda, toplam ulusal ithalat hızının %3,3'e gerilediğini tespit etmektedir. Daha yalın bir ifadeyle, altın hariç ithalatın 2013'teki artış hızı %3,3 olmuştur. Bu ise, altına olan talepteki keskin yükselişin, söz konusu dönemdeki toplam ithalat artışına 3,1 puan yukarı yönlü etki yaptığı anlamına gelmektedir. Buna bağlı olarak, ileriki bölümlerde detaylı olarak ele alınacağı üzere, 2013, cari işlemler açığında altının olumsuz etki yaptığı bir yıl olmuştur.

Enerji Grubu 2013'te Yön Değiştirerek İthalata İvme Kaybettirdi

Türkiye ekonomisinin bağımlı olduğu ve kronik bir şekilde ithalatın en büyük kalemini oluşturan enerji grubu ise, 2013 yılında ithalata, hızını kesmesi yö-

ŞEKİL 6.2 ALTIN DÂHİL VE ALTIN HARIÇ İTHALATIN YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%)



nünde bir etkide bulunmuştur. Nitekim enerji ürünlerini temsil eden mineral yakıtlar ve yağlar faslında ithalat 2013 yılında yıllık %7 oranında bir düşüş kaydetmiş ve böylelikle genel ithalat artış oranını 1,6 puan aşağı yönlü etkilemiştir. Dolayısıyla, 2013 yılı ithalatının gelişiminde, önceki yıllardan farklı olarak, enerji grubunun yavaşlatıcı bir etken olurken, işlenmemiş altın talebinin tetikleyici bir rol üstlendiği anlaşılmaktadır.

6.2 EKONOMİK GRUP SINIFLAMASINA GÖRE İTHALAT GELİŞİMİ

Ara Mallar, 2013'te İthalatın %73'ünü Teşkil Etti

Türkiye ekonomisinin, özellikle üretime yönelik girdi ihtiyacını yansıtan yüksek ithalat bağımlılığı olduğu bilinmektedir. Ara mallar ya da hammadde olarak nitelendirilebilecek bu grubun içinde, en büyük ithalat kalemini oluşturan enerji ürünlerinin de olması, söz konusu talebin toplam ithalatta ağırlıklı bir pay almasına sebep olmaktadır. Bu bağlamda, ithalat ekonomik gruplar sınıflamasına göre incelendiğinde, 2013 yılında ara malları ithalatının, Türkiye ithalatında %73 oranında bir dilime sahip olduğu görülmektedir (Tablo 6.1). Türkiye'nin ara malları ithalatı, 2013'te %5,1 oranında artış kaydederek 183,8 milyar dolara ulaşmıştır. Bununla birlikte, diğer gruplardaki büyümenin daha yüksek oranlarda gerçekleşmesine de bağlı olarak, hammadde grubunun payında 2012 yılına göre 1 puanlık bir düşüş göze çarpmaktadır.

Ancak sahip olduğu ağırlıklı pay nedeniyle hammadde ürünlerin, 2013 yılında %6,4 olarak kaydedilen genel ithalat büyüme hızına, 3,8 yüzde puanlık katkıda bulunarak ithalatın motor gücü olmaya devam ettiği de belirtilmelidir. Elbette bu gelişimde, yukarıda ele alınan işlenmemiş altın ithalatının bu grup içerisinde yer alması da önemli bir rol oynamıştır.

En Yüksek İthalat Artışı Tüketim Mallarında Kaydedildi

Öte yandan, 2013 yılında ithalat pastasında en büyük 2. dilim, bir önceki yıla göre 0,3 puan yükselerek %14,6'lık paya ulaşan sermaye mallarına ait olmuştur. 36,8 milyar dolarlık ithalat gerçekleştiren sermaye malları, ilgili dönemde %8,4 oranında büyüme kaydetmiş ve ulusal ithalat artışına yıllık 1,2 puan

6 İTHALATIN GELİŞİMİ

destek vermiştir. Yatırım mallarında gözlenen bu artışta, ithalat fasılları analizinde yer verileceği üzere, makineler grubunda kaydedilen talep büyümesi etkili olmuştur. Bununla beraber, Türkiye'nin 2013'te ithal ettiği malların değer bazında %12,1'ini oluşturan tüketim malları, 2012 yılına göre en hızlı talep

genişlemesi yaşayan grup olmuştur. Nitekim tüketim malları ithalatı, sergilediği %13,9'luk büyümeyle 30,4 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiş ve toplamdaki payını 0,8 puan artırarak %12,1'e çıkarmıştır. Gruptaki bu yükseliş, toplam yıllık ithalat değişimi oranına da 1,6 puanlık katkı olarak yansımıştır.

TABLO 6.1 EKONOMİK GRUP SINIFLAMALARINA GÖRE İTHALAT (2012-2013)

	2012		2013		Değişim (%)	Katkı (%Puan)
	Değer (milyar dolar)	Pay (%)	Değer (milyar dolar)	Pay (%)		
Sermaye (Yatırım) malları	33,9	14,3	36,8	14,6	8,4	1,2
Ara (Hammadde) malları	174,9	74	183,8	73	5,1	3,8
Tüketim malları	26,7	11,3	30,4	12,1	13,9	1,6
Diğer	1	0,4	0,7	0,3	-33,1	-0,1
Genel toplam	236,5		251,7		6,4	

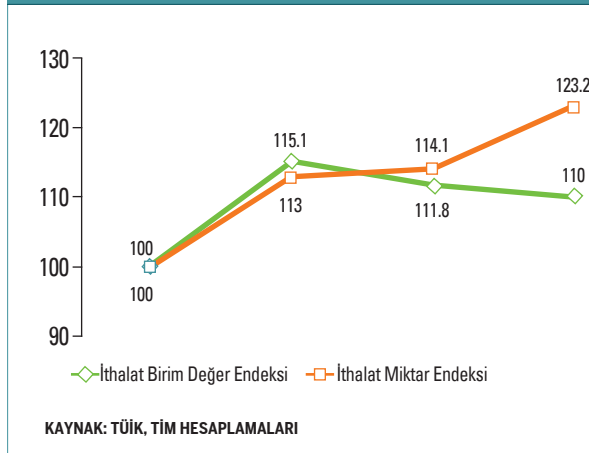
KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

6.3 İTHALATIN GELİŞİMİNDE FİYAT VE MİKTAR ETKİLERİ

Toplam değer belirlenmesinde iki ana unsur olan fiyat ve miktarın, ithalatın yıllık gelişimi üzerindeki etkilerini sağlıklı bir şekilde tahlil etmek önemli bir husustur. Zira ithalattaki hareketler, talepteki büyüme ya da daralmalardan kaynaklanabileceği gibi, uluslararası fiyatlardaki aşağı ya da yukarı yönlü gelişmelerden de büyük ölçüde etkilenmektedir. Bu bağlamda, 3. Bölüm'de ihracat için uygulanan analizin bir benzerini, ithalat bazında da ele almak faydalı olacaktır. Bu amaçla, Şekil 6.3'te yer alan grafikte, TÜİK ta-

rafından açıklanan ithalat birim değer ve miktar endekslerine başvurulmuştur. Grafikteki eğilim incelendiğinde, taban yılı 2010 senesinde 100 olarak kabul edilen her iki endeksin de, 2011 yılında birbirine yakın oranlarda artış kaydettiği göze çarpmaktadır. Bununla birlikte, %15,1 oranında artan ve fiyat etkisini yansıtan ithalat birim değer endeksinde, %13'lük yükseliş kaydeden miktar endeksine göre daha yüksek bir hız gerçekleşmiştir. Bu bağlamda, 2011 yılında gerçekleşen %29,8'lik ithalat büyümesinde, gerek miktar gerekse uluslararası fiyat bazında yukarı yönlü etkilere rastlanmaktadır.

ŞEKİL 6.3 İTHALAT BİRİM DEĞER VE MİKTAR ENDEKSLERİ (PUAN, 2010-2013)



2013 Yılında İhracat Artışında Miktar Etkileri Hâkim Oldu

2012 yılında ise, endekslerin ters yönlü hareket ettiği dikkati çekmektedir. Nitekim miktar endeksi %1 oranında bir yükseliş kaydederken, birim değerde %2,9 civarında bir düşüş söz konusu olmuştur. İlgili yılda toplam ithalatın %1,8'lik bir gerileme gerçekleştirdiği düşünüldüğünde, bu gelişmede fiyat düşüşlerinin baskın bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Bir diğer ifadeyle, 2012'de ekonomiyi soğutma kararları neticesinde miktar anlamında ciddi bir ivme kaybı başarılmış olmakla

birlikte, fiyatların aşağı yönlü gelişiminin de, toplam yıllık ithalat değerinin azalmasında önemli bir etken olduğu ortaya çıkmaktadır. 2013 yılında ise, miktar endeksinin yeniden hareketlilik kazandığı ve yaklaşık %8 oranında bir tırmanışla 123,2 puana ulaştığı gözlenmektedir. Buna karşın, birim değer endeksi 2012'deki aşağı yönlü trendini düşük bir hızda da olsa sürdürerek 110 seviyesine gerilemiştir. Buradan çıkan sonuç, 2013'te kaydedilen ithalat artışının miktar bazında gerçekleşmiş olduğudur. Bir başka deyişle, düşüş eğilimini koruyan fiyat endeksine rağmen, ithalat, ekonomik canlanmayla el ele gelişen talepteki büyümeye bağlı olarak pozitif artış kaydetmiştir.

Yakıtlar Grubu İthalatı Hem Miktar Hem Birim Değer Endeksinde Geriledi

Birim değer ve miktar endekslerindeki bu gelişmeler, Tablo 6.2'de ürün grupları bazında değerlendirilmektedir. Buna göre, uluslararası fiyatlardaki trendi de yansıtan birim değer endeksinin 2013 yılında %1,6 düşüş kaydetmesinde, yakıtlar, hammaddeler ve yağlar gruplarının etkili olduğu görülmektedir. Makine ve taşıt, gıda, kimya ve içki ve tütün gibi sektörler bazında ise, birim değer endeksi yukarı yönlü etkilenmiştir. 2013 ithalatının artışında rol oynayan miktar endeksinin ivme

kazanmasına ise, toplam ithalatta önemli bir yer tutan makineler ve taşıtlar başta olmak üzere, birçok grubun katkıda bulunduğu açık bir şekilde görülmektedir. Bu verilerden çıkarılacak bir sonuç da, yukarıdaki bölümde kısaca bahsedilen enerji grubu ithalatındaki düşüşün, bu gruplar arasındaki yakıtlar ile ilişkilendirilebileceğidir. Zira yakıtlar grubunda birim değer baskın olmak üzere, gerek fiyat gerekse miktar anlamında bir gerileme tablosuna rastlanmaktadır. Bu ise, enerji ürünleri ithalatındaki yıllık düşüşe kısmen de olsa bir açıklama getirmektedir. İthalat miktar endeksinde negatif gelişme kaydeden diğer gruplar ise, akaryakıt hariç yenilmeyen hammaddeler ile hayvansal ve bitkisel yağlar olmuştur

TABLO 6.2 İTHALAT BİRİM DEĞER VE MİKTAR ENDEKSLERİNDE YILLIK DEĞİŞİM (%2013)

	Birim Değer Endeksi	Miktar Endeksi
Genel	-1,6	8
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	3,9	3
İçki ve tütün	5	4,8
Akaryakıt hariç yenilmeyen hammaddeler	-6,8	-3,2
Hayvansal, bitkisel katı ve sıvı yağlar, mumlar	-3,5	-0,2
Yakıtlar	-5,5	-1,7
Başka yerde belirtilmeyen kimya sanayi ve buna bağlı ürünler	0,9	6,4
Başlıca sınıflara ayrılan işlenmiş mallar	-3,3	11,1
Makinalar ve taşıt araçları	4,3	6,5
Çeşitli mamul eşya	0,8	14
Başka bir yerde sınıflandırılmayan mallar	-10,9	106,6

KAYNAK: TÜİK

6.4 İTHALATIN İLLERE GÖRE GELİŞİMİ

İstanbul İthalatta %54,3 Paya Sahip Oldu

Türkiye'deki ithalat artışının perde arkasını, bölgesel olarak anlamak da önem taşımaktadır. Bu amaçla ithalatta en yüksek değer kaydeden ilk 20 il, Tablo 6.3'te sergilenmiştir. Sıralamaya hızlı bir şekilde göz atıldığında, bu illerin, ihracatta, buna paralel bir şekilde de iktisadi aktivitede ve özellikle sanayide önde gelen iller olduğu göze çarpmaktadır. Nitekim yukarıda da ifade edildiği gibi, Türkiye ithalatını ağırlıklı olarak, enerji ve üretim amaçlı hammaddeler oluşturmaktadır. Dolayısıyla,

ortaya çıkan tablo şaşırtıcı değildir. Bu bağlamda, 2013 yılında en yüksek ithalat payına sahip olan il, 136,6 milyar dolar ve %54,3'lük payla İstanbul olmuştur. Görüldüğü gibi İstanbul, Türkiye ithalatının yarısından fazlasının gerçekleştiği bir bölge konumundadır. İstanbul'u, sırasıyla %4,9 ve %4,3 oranındaki paylarla, Kocaeli ve Ankara izlemiştir. 4. ve 5. sırada ise, ithalat pastasından aldıkları %4,2'lik paylarla Bursa ve İzmir yer almaktadır. İhracat sıralamasına benzer bir şekilde, 2013 yılında ithalatta da 6. sıraya Gaziantep'in yerleştiği gözlenmektedir.

6 İTHALATIN GELİŞİMİ

Hatay ve Manisa, İthalat Daralması Kaydetti

Gaziantep aynı zamanda, %31,7 oranındaki artışı ile, söz konusu 20 il arasında en yüksek

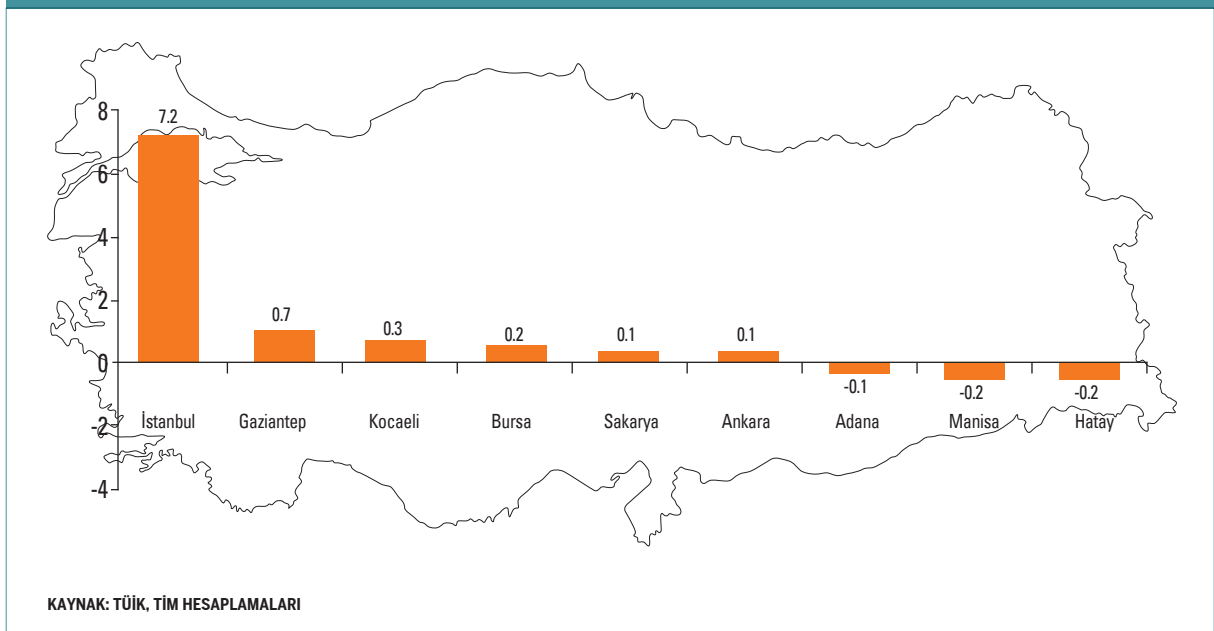
yıllık ithalat büyümesi yapan şehir olarak dikkat çekmektedir. Gaziantep, kaydettiği bu talep patlamasıyla, Türkiye yıllık ithalat artış hızına da 0,7 puanlık bir katkı yapmıştır (Şekil 6.4). Bununla birlikte, grafikte de görüldüğü gibi ithalatın motor gücü, gerek ağırlıklı payı gerekse %14,2 oranında gerçekleştirdiği ithalat büyümesiyle ulusal yıllık ithalat hızını 7,2 puan yukarı çeken İstanbul olmuştur. Bu artışın, ileriki bölümlerde irdelenecek olan çeşitli fasıllardan kaynaklanmakla birlikte, önemli ölçüde 2013 yılındaki işlenmemiş altın talebindeki sert yükselişten etkilendiği de vurgulanmalıdır. 2013'te yıllık ithalat büyümesine katkıda bulunan diğer şehirlerin başında, %5,8 ve %3,5 oranlarındaki artışlarla, Kocaeli ve Bursa gelmiştir. Sakarya da, %21,5 oranındaki çift haneli ithalat artışıyla dikkat çekmektedir. Öte yandan, %10 bandında ithalat daralması kaydeden Hatay ve Manisa, 2013'teki toplam ithalat hızını, her biri 0,2 puan olmak üzere aşağı yönlü etkilemiştir. Adana da, %9,8 oranındaki düşüşüyle benzer bir etki gerçekleştirmiştir. En çok ithalat değeri sıralamasında ilk 20'de yer alan iller arasında ithalat daralması yaşayan diğer iller ise, Samsun ve Osmaniye olmuştur.

TABLO 6.3 İTHALATTA İLK 20 İL (2013)

	İthalat Değeri (milyon \$)	Pay (%)	Yıllık Değişim (%)
İSTANBUL	136.601	54,28	14,2
KOCAELİ	12.418	4,93	5,8
ANKARA	10.691	4,25	1,9
BURSA	10.677	4,24	3,5
İZMİR	10.653	4,23	0,7
GAZİANTEP	6.658	2,65	31,7
HATAY	3.937	1,56	-10,9
MANİSA	3.242	1,29	-10,4
ADANA	2.747	1,09	-9,8
DENİZLİ	2.350	0,93	3,9
KAYSERİ	1.755	0,70	10,4
SAKARYA	1.397	0,56	21,5
ZONGULDAK	1.348	0,54	7,3
MERSİN	1.228	0,49	8,7
KONYA	1.226	0,49	6,3
KAHRAMANMARAŞ	1.157	0,46	11,6
SAMSUN	854	0,34	-15,2
TEKİRDAĞ	779	0,31	21,5
ANTALYA	738	0,29	10,6
OSMANİYE	707	0,28	-15,8

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

ŞEKİL 6.4 İTHALAT DEĞİŞİMİNE EN OLUMLU VE OLUMSUZ KATKI YAPAN İLLER (% PUAN, 2013)



ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İTHALAT



7 ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İTHALAT

7.1 ANA FASILLARA GÖRE İTHALAT

2013 yılında 251,7 milyar dolar olarak gerçekleşen ithalatın, bir önceki yıla göre %6,4 oranında artış kaydetmesinde olumlu veya olumsuz rol alan sektörleri ve bunların bileşenleri olan ürün gruplarını tanımak önem arz etmektedir. Bu doğrultuda bu bölüm, Türkiye'nin ithalatında önde gelen fasılları, daha önceki bölümlerde ihracat analizlerinde kullanılan HS sınıflandırması bazında gerek 2-haneli gerekse daha detaylı haneleri içeren gruplar çerçevesinde değerlendirmektedir.

2013 Yılında Enerji İthalatı Düşüşe Geçti

Şekil 7.1, Türkiye'nin 2013 yılında gerçekleştirmiş olduğu ithalatta, 2-haneli ana fasılların aldığı payları sergilemektedir. Buna göre, söz konusu dönemde, daha önceki yıllarda olduğu gibi, en büyük ithalat kaleminin enerji grubu olduğu açıkça görülmektedir. Mineral yakıtlar ve yağlar olarak adlandırılan bu fasıl, 2013 ithalatında %22,2'lik bir dilime sahip olmuş ve yıllık bazda %7 oranında düşüşle 55 milyar 917 milyon seviyesinde ithalat gerçekleştirmiştir (Tablo 7.1). Bu bağlamda, enerji gru-

bunun ulusal ithalat hızını 2013'te 1,8 puan aşağı yönlü etkilediği anlaşılmaktadır.

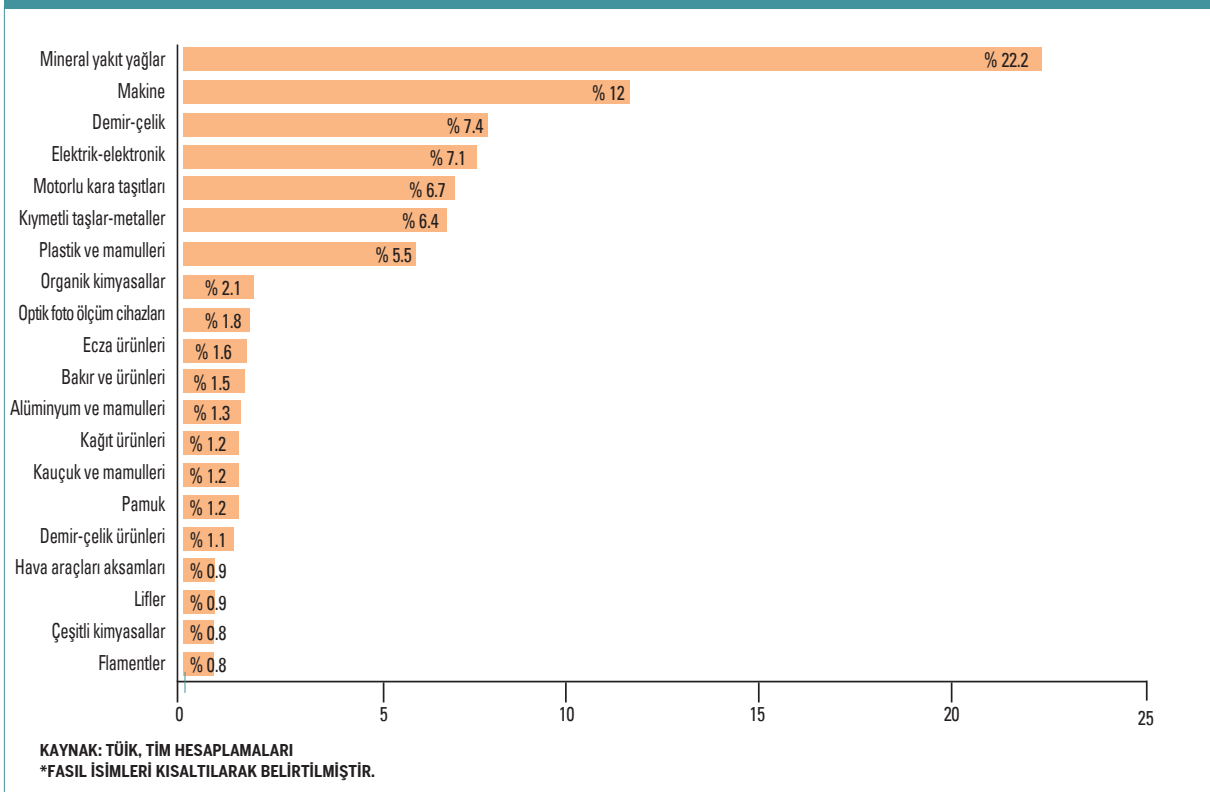
Makineler, Yıllık İthalatı Hızlandıran Fasıllardan Oldu

İthalat pastasında %12'lik dilimle 2. en büyük payı alan makineler ise, enerjinin tersi yönde hareket ederek %14,6'lık bir büyüme kaydetmiştir. Güçlü bir artış sergileyen makine ithalatı, 1,6 yüzde puanlık katkısıyla, Türkiye'nin 2013 yılı ithalat büyümesini hızlandıran en önemli faktörlerden biri olmuştur. %7,4'lük paya sahip demir-çelik faslında ise, aynı dönemde yıllık toplam hızı 0,4 puan aşağı yönlü etkileyen %4,8'lik bir ithalat daralması olduğu gözlenmektedir.

İthalat Artışında Altın Kritik Rol Oynadı

Demir-çelik faslına takip eden elektrik-elektronik ve motorlu kara taşıtları gruplarında ise, 2013 yılı gözle görülmüş artışlarına sahne olmuştur. Sırasıyla %9,1 ve %15,8 oranlarında yükselen elektronik ve taşıtlar fasıllarındaki ithalat, ulusal ithalat hızına toplam 1,6 puanlık katkıda bulunmuştur. Öte yandan, 6. sırada yer alan ve

ŞEKİL 7.1 İTHALATIN 2-BASAMAKLI ANA FASILLARA* GÖRE DAĞILIMI (2013, %)



altın ağırlıklı olan kıymetli taşlar ve metaller kategorisindeki %90,2 oranındaki ithalat patlaması, Türkiye'nin söz konusu dönemdeki %6,8'lik ithalat artışının 3,3 puanlık kısmını oluşturmuştur. Bu ise, kıymetli taşlar ve metaller faslının, daha spesifik olarak ise altının, 2013 ithalat artışında kritik bir role sahip olduğu anlamını taşımaktadır.

Plastik Grubunda İthalat %11 Oranında Artış Kaydetti

Türkiye'nin fasıllar arası ithalat sıralamasında 2013'te 7. sırada olan ve toplam ithalatın %5,5'ünü temsil eden plastikler grubu ise, çift haneli talep artışı yaşayan kategorilerden olmuştur. %11 oranında ithalat artışı sergileyen plastikleri, %2,1'lik payıyla organik kimyasallar izlemiştir. Organik kimyasallar ilgili dönemde %4,9, onu izleyen optik, foto ölçüm cihazları ise %12,4'lük ithalat büyümesine imza atmıştır. Bu grupların, nispeten küçük payları nedeniyle ulusal ithalat artışı üzerinde oldukça düşük seviyelerde etkileri olduğu gözlenmektedir. Tablo, en çok ithal edilen ilk 10 fasıldan biri olan ecza ürünlerinin de %1,6'lık payıyla benzer bir durum arz ettiğine işaret etmektedir.

İthalat Bakırda Aşağı, Pamukta Yukarı Yönlü Hareket Etti

Öte yandan, bakır ve ürünleri faslı, 2013 yılında ithalat daralması kaydeden gruplar arasında yer almıştır. İthalatı %4,3 gerileyen ve toplamda %1,5'lik dilimi teşkil eden bakır grubunu, %1,3'lük pay sahibi olan alüminyum ve mamullerinin takip ettiği görülmektedir. Alüminyum kategorisi, bakır aks yönünde bir eğilim izlemiş ve %8,4 ithalat büyümesi gerçekleştirmiştir. Her biri ithalat pastasından %1,2'lik dilimler alan kâğıt, kaçuk ve pamuk gruplarında ise, sırasıyla %7,3, %0,9 ve %25,7'lik büyümeler kaydedilmiştir. Bunlar arasında, ulusal ithalat hızına en belirgin etkiyi, 0,3 puanla pamuk faslının yaptığı anlaşılmaktadır. Nitekim pamuk, ilk 20 fasıl arasında, kıymetli taşlar ve metallerden sonraki en yüksek ithalat artış oranının yaşandığı fasıl olmuştur.

En Keskin İthalat Daralması Hava Araçlarında Yaşandı

Bununla birlikte, 2013 yılı ithalatının %1,1'lik kısmını oluşturan demir-çelik ürünlerinin ise, söz konusu dönemde %16,5 gibi hatırı sayılır bir hızla ithalat büyümesi kaydettiği gözlenmektedir. Hesaplamalar, demir-çelik ürünleri kapsamındaki bu gelişmenin toplam hıza 0,2 puanlık katkıda bulunduğunu gösterirken, öte yandan

TABLO 7.1 FASILLAR VE İTHALAT (2013)

	İthalat Değeri (milyon \$)	İthalat Değişim Hızı (%)	Toplam İthalat Değişim Hızına Katkı (puan)
Mineral yakıtlar yağlar	55.917	-7	-1,8
Makine	30.155	14,6	1,6
Demir-Çelik	18.691	-4,8	-0,4
Elektrik-elektronik	17.759	9,1	0,6
Motorlu kara taşıtları	16.808	15,8	1
Kıymetli taşlar-metaller	16.226	90,2	3,3
Plastik ve mamulleri	13.881	11	0,6
Organik kimyasallar	5.314	4,9	0,1
Optik foto ölçüm cihazları	4.558	12,4	0,2
Ecza ürünleri	4.151	3,9	0,1
Bakır ve ürünleri	3.710	-4,3	-0,1
Alüminyum ve mamulleri	3.237	8,4	0,1
Kâğıt ürünleri	3.092	7,3	0,1
Kauçuk ve mamulleri	3.062	0,9	0
Pamuk	2.989	25,7	0,3
Demir-çelik ürünleri	2.758	16,5	0,2
Hava araçları aksamaları	2.372	-24,9	-0,3
Lifler	2.175	-2,2	0
Çeşitli kimyasallar	2.124	3,4	0
Filamentler	2.090	-3,8	0
Diğer fasıllar	40.582	5,7	0,9
Genel Toplam	251.650	6,4	

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

%0,9'luk paya sahip hava araçları ve aksamaları faslının tam tersi yönde bir etki yarattığını ortaya koymaktadır. Zira %24,9'luk keskin bir düşüş yaşayan hava araçları ve aksamaları ithalatı, 2013 yılı ulusal ithalat hızını 0,3 puan aşağı yönlü etkilemiştir. Bu fasıl aynı zamanda, söz konusu 20 fasıl arasında en keskin ithalat azalması kaydeden grup olarak dikkat çekmektedir.

Lifler ve Filamentler Fasıllarında İthalat Düşüşü Görüldü

Hava araçları grubu gibi, toplam ithalatın %0,9'luk bölümünü teşkil eden lifler faslı ise, 2013 senesinde ithalat daralması sergileyen kategorilerden biri olmuştur. Lifler faslındaki ithalat, yıllık bazda %2,2 gerileyerek 2,18 milyar dolar seviyesine düşmüştür. İlk 20 fasıl kapsamında son iki sırada yer alan çeşitli kimyasallar ile filamentler ise, her biri %0,8 oranındaki ithalat paylarına sahip olmuştur. 2013 yılında çeşitli kimyasallar grubunda %3,4 oranında mütevazı bir ithalat artışı yaşanırken, filamentlerde ise %3,8'lik bir daralma kaydedildiği göze çarpmaktadır. Sözü edilen bu iki grup ve lifler, düşük orandaki yıllık değişim hızları ve nispeten küçük payları nedeniyle, ulusal ithalat artışında yok denecek kadar az bir etkiye sahip olmuştur.

7

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İTHALAT

7.2 ALT FASILLARA GÖRE İTHALAT

İthalatın ana fasillara göre gelişimini gösteren yukarıdaki veriler ve açıklamalar, 2013 yılındaki genel tabloyu esas itibarıyla ortaya koymuştur. Bununla birlikte, fasillardaki ilgili gelişmeleri tetikleyen alt faktörleri de anlamak

önem arz etmektedir. Bu bağlamda, öne çıkan fasılların 4- ve daha ileri basamaklı alt fasıllarının incelenmesi ve böylece spesifik ürün gruplarının ithalat performansında ne derece rol aldığının belirlenmesi anlamlı olacaktır.

7.2.1 Mineral Yakıtlar ve Yağlar

Veriler Doğalgaz ve Petrol İthalatında Miktarsal Düşüşe İşaret Ediyor

Türkiye'nin 2013 yılı ithalatının 1/5'inden fazla bir bölümü temsil eden mineral yakıtlar ve yağlar faslıının, aynı dönemdeki %7 oranındaki düşüşünü açıklamak amacıyla veriler incelendiğinde, doğalgaz başta olmak üzere bazı verilerin gizliliği nedeniyle tamamen net sonuçlara ulaşılamamaktadır. Nitekim veri tabanlarında, enerji grubundaki alt fasılların %63,8'lik bölümünü oluşturan detaylar açıklanmamıştır. Mevcut verilere bakıldığında ise, fasıl ithalatında %27,6'lık önemli bir paya sahip olan petrol yağlarında %1,2 oranında hafif bir ithalat daralması kaydedildiği göze çarpmaktadır (Tablo 7.2). %4,9'lük dilimi teşkil eden petrol gazları ise, %7,2 oranında ithalat azalması gerçekleştirmiştir. Bununla birlikte, toplam enerji ithalatında %1,6'lık küçük bir dilime sahip taşkömüründe %20,7 oranında sert bir düşüş olduğu da gözlenmektedir. Bunu takip eden petrol koku ise, çift haneli bir ithalat artışı sergilemiştir. Hesaplamalar, tüm bu gelişmelerin, fasıl ithalatının yıllık değişimi üzerinde düşük

TABLO 7.2 MİNERAL YAKITLAR VE YAĞLAR İTHALATINDA ALT FASILLARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$ / kg)
Petrol yağları	15.619	15.437	27,6	-1,2	-0,3	0,97
Petrol gazları	2.946	2.734	4,9	-7,2	-0,4	0,89
Taşkömürü	1.135	900	1,6	-20,7	-0,4	0,03
Petrol koku	490	569	1	16,1	0,5	0,14

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI
*FASILDA %1 VE ÜZERİ PAYA SAHİP OLAN VE VERİSİ AÇIKLANAN ALT FASILLAR. FASILDA AÇIKLANMAYAN İTHALAT DETAYI YÜZDESİ %63,8'DİR.

seviyelerde etki yaptığına ve %7 oranındaki gerilemede, ithalat değer verileri açıklanmayan ham petrol ve doğalgazın rol oynadığına işaret etmektedir. Nitekim bu iki ürüne yönelik ithalat miktar değerleri¹, bu çıkarımı doğrulamaktadır: Doğalgaz ithalat miktarı 2013 yılında %1,5 oranında düşerek 45.269 milyon metreküp, ham petrol ithalat miktarı ise %4,8 azalarak 18.554.156 ton seviyesine gerilemiştir. İthalat birim değerleri açısından kıyaslandığında ise, alt gruplar arasında petrol yağları ve gazlarının daha yüksek düzeylerde fiyatlara ithal edildiği açıkça görülmektedir.

7.2.2 Makineler

Dizüstü Bilgisayar İthalatında Çift Haneli Büyüme Kaydedildi

2012'de daralma yaşayan makineler ithalatı, 2013 yılında %14,6 gibi hatırı sayılır bir oranda büyüme kaydetmiştir. Bu büyümenin arkasında hangi kalemlerin rol aldığına bakıldığında, ithalat değeri sıralamasında %8,8 payla liderlik konumunda bulunan bilgi işlem makineleri alt faslındaki %12,3 oranındaki artışın etkili olduğu görülmektedir (Tablo 7.3). Faslıın ithalat hızına 1,1 puanlık katkı yapan bilgi işlem makineleri grubundaki büyümenin, ağırlıklı olarak dizüstü bilgisayarlardan kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bu grup, aynı zamanda tüm makine alt fasılları arasında ortalama 120,5 dolarlık kg. değeriyle başı çekmektedir. 2013 makineler ithalatının %7,5'lik kısmını oluşturan 2. sıradaki dizel ve yarı-dizel motorlar da, fasıl hızını 0,8 puanla desteklemiş ve yıllık bazda %10,8 ithalat artışı kaydetmiştir. Büyük ölçüde motorlu kara taşıtlarına yönelik olan dizel motorlar grubunu takip eden buldozerler ve greyderler kategorisinde ise, ağırlıklı

TABLO 7.3 MAKİNELER İTHALATINDA ALT FASILLARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$ / kg)
Bilgi işlem makineleri	2.361	2.652	8,8	12,3	1,1	120,5
Dizel/Yarı-dizel motorlar	2.054	2.276	7,5	10,8	0,8	15,7
Buldozerler, greyderler	1.339	1.268	4,2	-5,3	-0,3	7
Hava pompaları	1.095	1.261	4,2	15,2	0,6	8,1
Santrifüj	881	1.107	3,7	25,7	0,9	19,8
Musluk, vanalar	928	1.106	3,7	19,2	0,7	21,5
Diğer mekanik cihazlar	1.065	1.072	3,6	0,6	0	21
Sıvı pompaları	793	967	3,2	22	0,7	16,8
Baskı makineleri	753	824	2,7	9,4	0,3	24,3
Motorlar için parçalar	735	753	2,5	2,5	0,1	14,8
Buhar kazanları	340	709	2,4	108,6	1,4	8,2
Klimalar	557	700	2,3	25,7	0,5	10,6
Kıvılcım ateşlemeli motorlar	458	663	2,2	44,7	0,8	13,3
Isıyla madde işleme cihazları	517	652	2,2	26,3	0,5	15,5
Bulaşık makineleri	500	651	2,2	30,2	0,6	23,2
Transmisyon milleri	568	639	2,1	12,5	0,3	13,6
Kaldırma, yükleme makineleri	472	617	2	30,8	0,6	8,5

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2 VE ÜZERİ PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %38,7'DİR.

¹EPDK kaynaklı ithalat miktar verileri

olarak paletli ekskavatörlerin yol açtığı %5,3'lük bir düşüş gözlenmektedir. Birim fiyat bazında ele alındığında, dizel motorlar ve buldozerler gruplarında, sırasıyla 15,7 ve 7 dolarlık kg. başı ithalat fiyatları göze çarpmaktadır.

Makineler İthalatına En Büyük Katkı Buhar Kazanları ve Türbinlerinden Geldi

Öte yandan, makineler fasıl ithalatının yıllık gelişimine en yüksek hız katan alt fasılın, %2,4'lük paya sahip olan ancak %108,6 artış kaydeden buhar kazanları olduğu fark edilmektedir. Ortalama ithalat birim fiyatı 8,2 dolar olan buhar kazanları, fasıl ithalat büyümesini 1,4 yukarı yönlü etkilemiş, bunda su borulu kazanlar ile kazan parçalarındaki artışlar etkili olmuştur. %25,7 ithalat genişlemesinin görüldüğü santrifüjler ise, tab-

lodaki diğer fasıllar arasında katkı anlamında buhar kazanlarından sonra gelmektedir. Bunu, %44,7 artışla, kıvılcım ateşlemeli pistonlu motorlar izlemektedir. Bununla beraber, %2'den düşük payı nedeniyle tabloda yer almayan alt fasıllardan buhar türbinleri, %215 oranındaki ithalat artışı ve toplam hıza 1,3 puanlık katkıyla dikkat çekmektedir. İthalat sıralamasında üst sıralarda yer alan hava pompaları, musluk ve vanalar ile sıvı pompalarının ise, çift haneli artışlarla fasılın yıllık ithalat artışını destekleyen gruplar olduğu anlaşılmaktadır. Bulaşık makineleri ile kaldırma ve yükleme makineleri de, %30 bandında artışlar kaydetmiştir. Özetlemek gerekirse veriler, makineler faslında önde gelen gruplarda, buldozerler grubu dışında kayda değer artışlar yaşandığını göstermektedir.

7.2.3 Demir-Çelik Demir-Çelik İthalatının Düşüşünde En Büyük Rolü Hurda Demir Oynadı

2012 yılında %3,8 daralan demir-çelik ithalatı, bu eğilimini 2013'te de sürdürerek %4,8 oranında gerilemiştir. Bu gelişimde en yüksek etkiyi, %40,2'lik payıyla fasıl ithalatının en büyük kalemi olan hurda ve atık demir yapmıştır (Tablo 7.4). %20,3 azalan hurda demir ithalatı, Türkiye'nin 2013 yılında yaptığı demir-çelik ithalatının hızını 9,7 puan kesmiştir. Fasılın aşağı yönlü hareket etmesinde bir diğer etkenin ise, %3 gibi nispeten küçük bir paya sahip olmasına rağmen %36,9 oranındaki keskin düşüşüyle -1,7 puanlık etki yaratan çelik alaşım yassı hadde ürünlerinin olduğu fark edilmektedir. Bununla birlikte, fasıl ithalatının %2,2'sini oluşturan dökme demirdeki %33,6 oranındaki ithalat düşüşü de, toplam fasıl hızını 1,1 puan aşağı çekmiştir.

İthal Demir-Çelik Yarı Mamullerdeki Güçlü Artış Dikkat Çekti

Öte yandan, 2013 demir-çelik ithalatında artış sergileyen alt fasılların başında, sıralamada %15,4'lük dilimle 2. olarak yer alan yarı mamuller gelmektedir. Bir önceki yıla göre %46,5 ithalat artışı kaydeden grup, fasıl artış hızına 4,7 puan destek vermiştir. İthalat artışında etkili gruplardan bir diğeri de, "kaplanmamış, sıcak haddelenmiş demir veya alaşım yassı çelikten yassı hadde ürünleri" olmuştur. %20 bandında güçlü artışlar kaydeden paslanmaz çelikten ve "demir ve alaşım yassı çelikten kaplanmış" yassı hadde grupları da dikkat çekmektedir. Birim fiyatlar incelendiğinde, fasılda en yüksek ithalat fiyatının paslanmaz çelik yassı hadde ürünlerinde olduğu, bunu ferro-alyajlar ile çelik alaşım yassı hadde grubunun izlediği görülmektedir.

TABLO 7.4 DEMİR-ÇELİK İTHALATINDA ALT FASILARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Hurda atık demir	9.419	7.511	40,2	-20,3	-9,7	0,38
Yarı mamüller	1.966	2.881	15,4	46,5	4,7	0,53
Demir/alaşım yassı çelik yassı hadde, kaplanmamış, sıcak haddelenmiş**	2.211	2.460	13,2	11,3	1,3	0,6
Paslanmaz çelik yassı hadde**	799	1.000	5,3	25,2	1	2,33
Demir/alaşım yassı çelik yassı hadde, kaplanmış**	672	837	4,5	24,5	0,8	0,92
Çelik alaşım yassı hadde**	893	563	3	-36,9	-1,7	1
Ferro-alyajlar	607	551	2,9	-9,2	-0,3	1,32
Demir/alaşım yassı çelik yassı hadde, kaplanmamış, soğuk haddelenmiş**	491	500	2,7	1,8	0	0,7
Dökme demir	624	414	2,2	-33,6	-1,1	0,42

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2'DEN BÜYÜK PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %10,6'DIR.

**TABLODAKİ YASSI HADDE ÜRÜNLERİN ENLERİ 600 MM'DEN GENİŞTİR.

7 ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İTHALAT

7.2.4 Elektrik-Elektronik Elektronik İthalatında Cep Telefonları Öne Çıktı

Türkiye'nin 2012'de %3,3 azalma kaydeden elektrik-elektronik ithalatı, 2013'te yeniden canlanarak %9,1 oranında bir yükselme sergilemiştir. Söz konusu artışın motor gücü ise, fasıl ithalatının %22,2'sini oluşturarak ilk sırada yer alan telefon cihazlarına yönelik talepteki ciddi büyüme olmuştur (Tablo 7.5). Cep telefonlarından kaynaklanan %39,6'lık bu büyüme, fasıl ithalatının yıllık hızına 6,9 yüzde puan katkı sağlamıştır. 258 dolarlık yüksek birim fiyatıyla da dikkat çeken telefonlar grubu, böylelikle elektronik fasıldaki gözle görülür ithalat artışının önemli bir bölümünü açıklamıştır. İthalat sıralamasında telefonları takip eden ve %7,5 oranında bir paya sahip olan televizyon parçaları alt fasıldaki %30,2'lik büyümenin de, toplam fasıl ithalat hızına hatırı sayılır bir etki yaptığı gözlenmektedir.

dir. Bunun yanı sıra, %49,9'luk ciddi bir ithalat artışı kaydeden elektrik kontrolü amaçlı pano ve konsolların da benzer bir katkı yaptığı görülmektedir.

Birçok Elektrik-Elektronik Alt Grubunda Çift Haneli İthalat Artışı Gözlendi

2013'te ithal edilen elektrik-elektronik ürünlerinde en yüksek değer anlamında sırasıyla 3. ve 4. olan elektrik üretim grupları ve elektrik devreleri teçhizatlarının da, çift haneli yıllık ithalat artışlarına imza attığı fark edilmektedir. Bu iki grubu, %5,9'luk payla takip eden monitörler ve projektörlerde ise %8,7 oranında bir düşüş kaydedilmiştir. Alt fasıllar arasında düşüş kaydeden bir diğer grup ise, 392 dolarla fasıl içinde en yüksek birim fiyata sahip olan elektronik entegre devreler olmuştur. Tabloda yer alan önde gelen diğer tüm elektrik-elektronik alt fasıllarında ise, %2 oranında büyüyen ses kayıt cihazları haricinde, çift haneli ithalat artışları dikkati çekmektedir.

TABLO 7.5 ELEKTRONİK İTHALATINDA ALT FASILARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Telefon cihazları	2.831	3.951	22,2	39,6	6,9	258
Televizyon parçaları	1.023	1.332	7,5	30,2	1,9	39
Elektrik üretim grupları	1.049	1.247	7	19	1,2	10
Elektrik devreleri teçhizatı	982	1.119	6,3	13,9	0,8	32
Monitör ve projektörler	1.149	1.049	5,9	-8,7	-0,6	42
Elektrik motor ve jeneratörleri	705	825	4,6	17,1	0,7	10
Pano ve konsollar	548	821	4,6	49,9	1,7	48
Transformatörler	599	699	3,9	16,6	0,6	21
İzole teller kablolar	623	699	3,9	12,2	0,5	13
Elektrikli ısıtıcılar	450	546	3,1	21,3	0,6	10
Elektronik entegre devreler	522	463	2,6	-11,2	-0,4	392
Ses kayıt cihazları	383	390	2,2	2	0	96

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2 VE ÜZERİ PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %26'DIR.

7.2.5 Motorlu Kara Taşıtları 2013 Taşıtlar İthalatına Otomobil Grubu Damgasını Vurdu

Motorlu kara taşıtları ithalatı, 2013 yılında, bir önceki yılda kaydettiği %15,5 oranındaki daralmanın tam tersi yönde hareket ederek %15,8 artmıştır. Veriler, fasılın ithalatta izlediği bu dikkat çekici eğilimin arkasında ise, otomobiller grubunun yattığına işaret etmektedir (Tablo 7.6). Nitekim otomobil ithalatı söz konusu dönemde %25,9'luk güçlü bir hızda artarak toplam fasıl ithalatının 12,9 puan

büyümesine neden olmuştur. Dolayısıyla, motorlu kara taşıtlarındaki yıllık %15,5'lik ithalat artışının ağırlıklı bir bölümü otomobiller grubundan kaynaklanmıştır. Daha detaylı ürün grupları incelendiğinde, gerek dizel gerekse benzinli motorlara sahip tüm otomobil gruplarında ciddi talep artışlarının yaşandığı anlaşılmaktadır. Otomobil grubunun güçlü etkisinin arkasında, aynı zamanda pastadaki %54,3'lük büyük diliminin olduğunu da belirtmek gerekir.

Traktör İthalatı Düşerken Vites ve Fren İthalatı Büyüdü

Bununla birlikte, motorlu taşıtlar ithalatının %29,1'lik

TABLO 7.6 MOTORLU TAŞITLAR İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILLARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Otomobiller	7.251	9.130	54,3	25,9	12,9	12,2
Parça ve aksesuarlar	4.491	4.894	29,1	9	2,8	10
Eşya taşıma araçları	1.070	1.089	6,5	1,8	0,1	9,9
Traktörler	757	646	3,8	-14,6	-0,8	9,6

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2'DEN BÜYÜK PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %6,2'DİR.

önemli bir kısmını temsil eden parça ve aksesuarlar alt fasılının da, %9 ithalat genişlemesi yaşadığı ve fasıl ithalat hızını 2,8 puan yukarı çektiği görülmektedir. Bu kapsamda, özellikle vitesler, frenler, akslar ve direksiyonlar gruplarındaki artışların etkili olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, ağırlıklı olarak kamyonlardan oluşan eşya taşıma araçları, 2013

yılı taşıtlar ithalatında %6,5'lük bir paya sahip olmuş ve %1,8'lik düşük düzeyde bir ithalat artışı gerçekleştirmiştir. Öne çıkan alt fasıllar arasında tek ithalat daralmasına ise, %14,6 ile traktörlerde rastlanmıştır. Gruplar birim fiyatı anlamında yakın rakamlara sahipken, nispeten en yüksek ithalat fiyatı, 12,2 dolarla otomobillere ait olmuştur.

7.2.6 Kıymetli Taşlar ve Metaller

İşlenmemiş Altın, Türkiye'nin 2013 İthalatındaki Artışta En Büyük Etken Oldu

Türkiye'nin 2013 yılı ithalatındaki artışın en büyük tetikleyicisi olan kıymetli taşlar ve metaller, söz konusu dönemde %90,2 oranındaki çarpıcı ithalat büyümesiyle dikkat çekmektedir. Fasil ithalatının bu keskin yükselişinin ana nedeni ise, daha önceki bölümlerde yer alan analizlerde de belirtildiği gibi, işlenmemiş ya da yarı işlenmiş altın grubuna olan talep olmuştur. 2012 yılına göre %98,1 oranında artış kaydeden bu alt grup, fasıl ithalatının da %87,8 yüzde puan artmasına neden olmuştur

(Tablo 7.7). İşlenmemiş altının, gerçekleştirdiği yüksek ithalat değeriyle, kıymetli taşlar ve metaller fasılının %93,2'lik ağırlıklı bölümünü teşkil etmekte olduğu da belirtilmelidir. Bu grupta ortalama kg. ithalat fiyatının ise, 43.103 dolar olduğu görülmektedir.

Mücevher İthalatı Yukarı, Gümüş İthalatı Aşağı Yönlü Hareket Etti

Kıymetli taşlar ve metaller fasıl ithalatında %4,5'lik bir dilime sahip olan mücevherler alt grubunun da, %41,8 oranında ciddi bir artış yaşadığı anlaşılmaktadır. Bu grupta ise ortalama birim değeri 2013 yılında 8.633 dolar olarak gerçekleşmiştir. Fasil ithalatının %1,3'lük bölümünü oluşturan gümüş alt faslında ise, aynı dönemde %6'lık bir daralma olduğu dikkat çekmektedir.

TABLO 7.7 KIYMETLİ TAŞLAR METALLER İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILLARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
İşlenmemiş veya yarı işlenmiş altın	7.637	15.129	93,2	98,1	87,8	43.103
Mücevher	512	725	4,5	41,8	2,5	8.633
İşlenmemiş veya yarı işlenmiş gümüş	216	203	1,3	-6	-0,2	679

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %1'DEN BÜYÜK PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %1'DİR.

7.2.7 Plastik ve Mamulleri

Plastik İthalatı Polimerlerle Yeniden Artmaya Başladı

Plastik ve mamulleri ithalatı %0,5 oranında daralmayla

oldukça durgun geçirdiği 2012 yılından sonra harekete geçmiş ve 2013 yılında %11'lik bir büyüme sergilemiştir. Hesaplamalar, bu gelişmenin, birçok alt fasılda yaşanan güçlü talep artışlarından kaynaklandığını göstermekle birlikte, nispeten en yüksek pozitif etkisinin %18,4'lük payı ve %11 oranındaki yıllık artışıyla,

7

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İTHALAT

etilen polimerlerinden geldiği anlaşılmaktadır (Tablo 7.8). Bunun yanı sıra, %21,4'lük dilimle ilk sırada yer alan propilen polimerleri de, %7,1'lik büyüme oranıyla, fasılın ithalat artış hızını önemli ölçüde etkilemiştir. Aynı seviyede bir katkı da, güçlü talep artışıyla, vinil klorid polimerlerinden gelmiştir. Plastikler ithalatının %10,4'lük kısmını teşkil eden poliasetaller ve polieterler grubunun ise, %12,4 oranındaki ithalat büyümesiyle, etkin alt fasıllar arasında yer aldığı söylenebilir. Önde gelen ve tabloda yer alan gruplar arasında diğer polimer ürünlerini içeren stiren polimerleri ile akrilik polimerlerinde ise, sırasıyla %6,2 ve %19,2 oranlarında ithalat artışları kaydedilmiştir. İlgili polimerlerin ortalama ithalat birim fiyatlarının 1,2-2,4 dolar arasında değiştiği görülmektedir.

Plastik Alt Fasılları İthalatta Güçlü Büyüme Sergiledi

Diğer alt fasıllara göz atıldığında, en kuvvetli artışlardan birine, %20,7 ile “kendinden yapışkan levhalar, filmler ve panolar” grubunda rastlanmaktadır. Kg. başı ortalama fiyatı olan 6 dolar ile diğer birçok alt fasıldan daha yüksek bir maliyete sahip olan bu alt fasılın yanı sıra, diğer plaka ve levhalar olarak adlandırılan ürün grubundaki %12,1'lik artış da göze çarpmaktadır. Fasıl bazında 10 dolar seviyesindeki en yüksek ithalat fiyatına sahip olan diğer plastik eşyaların ithalatı ise, aynı dönemde %11,2 oranında artmıştır. 2013 yılında toplam plastik ithalatının %4'ünün oluşturduğu amino reçineler ve poliüretanlar %8,4 genişleme kaydederken, %2'lik payı ile tabloda en son sırada yer alan poliamidler ise, diğer birçok alt fasıl gibi güçlü bir ithalat artışı sergilemiş ve %13,8 büyümüştür.

TABLO 7.8 PLASTİK İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$ / kg)
Propilen polimerleri	2.777	2.974	21,4	7,1	1,6	1,7
Etilen polimerleri	2.305	2.557	18,4	11	2	1,7
Poliasetaller, polieterler	1.279	1.438	10,4	12,4	1,3	2,2
Vinil klorid polimerleri	918	1.117	8	21,6	1,6	1,2
Stiren polimerleri	1.012	1.075	7,7	6,2	0,5	2,1
Diğer plaka levhalar	835	937	6,7	12,1	0,8	4
Diğer plastik eşya	578	642	4,6	11,2	0,5	10
Amino reçineler, poliüretanlar	512	554	4	8,4	0,3	2,7
Akrilik polimerler	375	447	3,2	19,2	0,6	2,4
Kendinden yapışkan levhalar	267	323	2,3	20,7	0,4	6
Poliamidler	248	282	2	13,8	0,3	3,2

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2 VE ÜZERİ PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %11,1'DİR.

7.2.8 Organik Kimyasallar Organik Kimyasallar İthalatı Yükselişe Geçti

2012 yılındaki %8 oranındaki düşüşünün ardından 2013'te %4,9 artış sergileyen organik kimyasallar ithalatı çeşitli ürün gruplarını içermekle birlikte, en büyük payları sırasıyla asiklik alkoller ve türevleri, asiklik olmayan hidrokarbonlar ile polikarboksilik asitler almaktadır (Tablo 7.9). İthalatın alt fasıllara göre sıralamasında ilk üçte yer alan bu gruplar, 2013 yılında sırasıyla % 13,2, %4,1 ve %16 oranlarında büyüme kaydetmiştir. Bu bağlamda, söz konusu alt fasılların, organik kimyasallar ithalatı yıllık artış hızını toplam 4 puan yukarı yönlü etkilediği anlaşılmaktadır. Bununla beraber, %6,7'lik payıyla polikarboksilik

asitleri takip eden “sadece azotlu heterosiklik bileşikler” grubu da, aynı dönemde ithalatını %9,4'lük hızla artırarak toplam fasıl hızı üzerinde 0,6 puanlık etki yaratmıştır. Bu grubun, 5,7 dolarlık ithalat birim fiyatıyla ilk sıralardaki diğer alt fasıllara göre daha yüksek bir maliyete sahip olduğu gözlenmektedir.

En Pahalı Organik Kimyasal Grubu Antibiyotikler

Öte yandan, organik kimyasallar alt fasılları arasında en yüksek birim değerinin, açık ara farkla antibiyotikler olduğu göze çarpmaktadır. 2013 yılında fasılın ithalat pastasında %3,7'lik bir dilime sahip olan ve hafif ölçüde bir daralma kaydeden antibiyotiklerin kg. fiyatının 101,1 dolar olduğu anlaşılmak-

tadır. Fasıl kapsamında bir diğer ithalat daralması kaydeden grup ise, eterler ve türevleri olmuştur. Diğer öne çıkan fasılların hepsi ithalat büyümelerine

şahne olmuştur. Bunlar arasında en yüksek ithalat artış hızını %16,3 ile azot fonksiyonlu bileşikler gerçekleştirmiştir.

TABLO 7.9 ORGANİK KİMYASALLAR İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILLARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Asiklik alkoller ve türevleri	691	782	14,7	13,2	1,8	0,9
Asiklik olmayan hidrokarbonlar	610	635	11,9	4,1	0,5	1,6
Polikarboksilik asitler	535	621	11,7	16	1,7	1,4
Sadece azotlu heterosiklik bileşikler	325	356	6,7	9,4	0,6	5,7
Doymamış monokarboksilik asitler	334	340	6,4	2	0,1	2,2
Doymuş monokarboksilik asitler	276	295	5,6	7,2	0,4	1
Eterler ve türevleri	217	214	4	-1,4	-0,1	1,3
Antibiyotikler	200	196	3,7	-1,7	-0,1	101,1
Azot fonksiyonlu bileşikler	166	193	3,6	16,3	0,5	2,7
Oksijen fonksiyonlu amino bileşikler	146	163	3,1	11,6	0,3	3,4
Karboksilik asitler ve türevleri	102	107	2	4,9	0,1	1,6

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2 VE ÜZERİ PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %26,6'DIR.

7.2.9 Optik, Foto, Ölçüm Cihazları

Elektro-Medikal ve Ortopedik Cihazlar İthalatındaki Artışlar Etkili Oldu

2012'de hafif bir düşüş yaşayan optik, foto, teknik ölçüm cihazları ithalatı 2013 yılında %12,4 oranında artarak yeniden canlanmıştır. Fasılın önde gelen ürün gruplarını özetleyen Tablo 7.10 incelendiğinde, ithalatın %21,8 gibi önemli bir bölümünün elektro-medikal cihazlardan kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bu grup,

gerek yüksek payı gerekse %8,5'lik artışıyla, fasılın 2013 yılındaki ithalat artışına 1,9 puan katkıda bulunmuştur. Bu gelişimde, MR cihazlarının yanı sıra, anestezi, diyaliz, endoskopi ve görüntüleme cihazlarının ithalatındaki artışlar etkili olmuştur. %12,2'lik payla 2. sırada yer alan otomatik ayar ve kontrol cihazlarının da, %7,7 artışla yıllık fasıl ithalatına hız kattığı görülmektedir. Onu takip eden ortopedik cihazlar ise, %16'lık güçlü ithalat büyümesi ve 590 dolar olan yüksek birim fiyatıyla dikkat çekmektedir. Bu alt fasılda ise, organ iç protezleri, kırıklara mahsus cihazlar ve suni eklemler alt gruplarındaki artışlar etkin olmuştur.

TABLO 7.10 OPTİK, FOTO CİHAZLARI İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILLARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Elektro-medikal cihazlar	915	993	21,8	8,5	1,9	50,7
Otomatik ayar kontrol cihazları	518	558	12,2	7,7	1	29,8
Ortopedik cihazlar	417	484	10,6	16	1,6	590
Ölçme muayene cihazları	344	339	7,4	-1,5	-0,1	71,6
Fiziksel kimyasal analiz cihazları	300	336	7,4	12,2	0,9	129,6
Sıvı kristalli tertibat	153	266	5,8	73,2	2,8	143,5
Işınlı cihazlar	220	241	5,3	9,6	0,5	107,4
Sıvı gaz ölçme cihazları	183	208	4,6	14	0,6	73,4
Gözlükler	129	140	3,1	8,8	0,3	87,5
Optik lifler ve kabloları	114	137	3	20,7	0,6	25,1
Sayaçlar	91	107	2,3	16,5	0,4	34,1
Mekano-terapi cihazları	107	99	2,2	-7,9	-0,2	27,3

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2'DEN BÜYÜK PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %14,2'DİR.

7 ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İTHALAT

Sıvı Kristalli Tertibatlar Güçlü İthalat Artışıyla Dikkat Çekti

Bununla birlikte, fasıl yıllık ithalat hızını en çok tetikleyen kalem, %73,2'lik çarpıcı büyüme hızıyla 2,8 puanlık katkı yapan sıvı kristalli tertibat ithalatı olmuştur. Nispeten yüksek bir birim ithalat fiyatına da sahip olan bu alt fasıl en hızlı ithalat artışını sergilerken, mercekler, aynalar ve prizmaları içinde barındıran optik lifler ve lif kabloları grubu da %2,7'lik ithalat artışıyla göze çarpmaktadır. Gözlükler ise, 2013 yılında %8,8 oranında bir ithalat artışı kaydetmiştir.

Fasılda En Büyük İthalat Daralması Mekano-Terapi Cihazlarında Görüldü

Öte yandan, fasıl içinde 100 doların üzerindeki nispeten yüksek birim fiyatlarıyla dikkat çeken fiziksel ve kimyasal analiz cihazları ile ışınli cihazlarda da, sırasıyla %12,2 ve %9,6'lık talep büyümeleri olduğu gözlenmektedir. Bunun yanı sıra, basınç ölçme cihazlarının ağırlıklı etkisiyle sıvı ve gaz ölçme ve muayene cihazları grubunda, araç hız göstergeleri etkisiyle de sayaçlar alt faslında çift haneli ithalat artışları tespit edilmiştir. Bu şekilde birçok alt fasılda ihracat artışı gerçekleşirken, ölçme ve muayene cihazları ile mekano-terapi cihazları gruplarında daralmalar yaşanmıştır.

7.2.10 Ecza Ürünleri İthal Ecza Ürünlerinin %68'ini İlaç Karışımları Oluşturdu

2012'deki %15'lik ithalat daralmasının ardından 2013'te yeniden hareketlenen ecza ürünleri fasılının %68 oranında ağırlıklı bir bölümünü dozajlandırılmış ilaç karışımları oluşturmaktadır (Tablo 7.11). Bu alt fasılda söz konusu dönemde görülen %3,1 oranındaki ithalat artışı, Türkiye'nin ecza ürünleri ithalatının 2013 yılı artış hızını 2,1 puan yukarı yönlü etkilemiştir. Dozajlandırılmış ilaçlar, kg. başına ortalama 36,7 dolarlık ithalat fiyatıyla da dikkat çekmektedir.

Antiserum ve Aşılarda Ecza Ürünleri İthalatını Hızlandırdı

Ecza ürünleri ithalatında 2013 yılında etkin olan bir diğer alt fasıl ise, pastada çeyreklik payı bulunan ve %8,2 ithalat artışı gerçekleştiren kan, antiserum ve aşılarda grubu olmuştur. Bu kategoride, antiserum ve veterinerlik amaçlı aşılara yönelik talepteki artışların önemli rol oynadığı gözlenmektedir. Öte yandan, fasıl ithalatında %3'lük paya sahip olan eczacılık eşyaları grubunda, özellikle kan gruplarının tayinine mahsus reaktiflerdeki talep gerilemesine bağlı olarak bir daralma kaydedilmiştir. Dozajlandırılmamış ilaç karışımları da %9,5 oranında düşüşle ithalatı daraltıcı yönde hareket etmiştir.

TABLO 7.11 ECZA ÜRÜNLERİ İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILLARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Dozajlandırılmış ilaç karışımları	2.739	2.823	68	3,1	2,1	36,7
Kan, antiserum ve aşılarda	972	1.052	25,4	8,2	2	2,9
Eczacılık eşyaları ve müstahzarları	131	126	3	-3,1	-0,1	1,5
Dozajlandırılmamış ilaç karışımları	109	99	2,4	-9,5	-0,3	0,8

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2'DEN BÜYÜK PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %1,2'DİR.

7.2.11 Bakır ve Ürünleri Bakır İthalatının Düşüşünde Motor Güç Rafine Bakır Grubu Oldu

2012 yılında düşüşe geçen bakır ve ürünleri ithalatı, aynı trendi 2013 yılında da sergilemiş ve %4,3 oranında daralmıştır. Bu gerçekleşmede en büyük rolü, Türkiye'nin bakır ithalatının büyük bölümünü oluşturan rafine bakır ve alaşımları grubunun oynadığı

gözlenmektedir. Nitekim bakır ithalatında 2013'te %73,6'lık paya sahip olan bu grup, %5,2 oranında azalma kaydetmiş ve fasıl ithalat hızını 3,8 puan aşağı çekmiştir (Tablo 7.12). Sıralamada rafine bakır ve alaşımlarını izleyen bakır teller ise fasıl ithalatının %15,5'ini teşkil etmiş ve ithalatta %2,9'luk bir gerileme kaydetmiştir. Bu gelişmenin fasıl yıllık ithalat artışı üzerindeki etkisi ise, -0,4 yüzde puan olmuştur. Söz konusu bu iki alt fasılın, sırasıyla 7,48 ve 7,85 do-

larlık birbirine yakın ithalat birim fiyatlarına sahip olduğu görülmektedir.

En Hızlı İthalat Daralması Yaşayan Bakır Grubu Saclar ve Levhalar

Önde gelen ve tabloda yer alan bakır ürün grupları arasında tek ithalat artışı kaydeden kategorinin bakır borular olduğu fark edilmektedir. Bu bağlamda, bakır boru ithalatı 2013 yılında %5 artış sergilemiştir. Bunun yanı sıra, bakır borulardaki kilogram başına

ortalama fiyat olan 8,97 dolar, alt fasıllar arasında en yüksek düzeyi de temsil etmektedir. Öte yandan, Türkiye'nin 2013 bakır ithalatında %2,2 gibi nispeten küçük bir paya sahip olan bakır saclar ve levhalar alt faslı ise, fasıl içinde en yüksek ithalat daralmasını sergileyen grup olmuştur. %7,1 oranında azalan bakır saclar ve levhalar ithalatı, yıllık toplam bakır ithalatına 0,2 puanlık olumsuz bir etkide bulunmuştur. Bu alt fasılda ise, 2013 yılındaki ortalama birim fiyatının 8,23 dolar olduğu görülmektedir.

TABLO 7.12 BAKIR VE ÜRÜNLERİ İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Rafine bakır ve alaşımları	2.879	2.730	73,6	-5,2	-3,8	7,48
Bakır teller	592	575	15,5	-2,9	-0,4	7,85
Bakır borular	149	157	4,2	5	0,2	8,97
Bakır saclar levhalar	88	82	2,2	-7,1	-0,2	8,23

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2'DEN BÜYÜK PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %4,5'TİR.

7.2.12 Alüminyum ve Mamulleri

Alüminyum İthalatında

İşlenmemiş Alüminyum Grubu Hâkim
2012'de %8,4 azalan alüminyum ithalatı, 2013'te tam tersi yönde hareket ederek aynı oranda bir yükselmeye imza atmıştır. %8,4 oranındaki artışın 2,6 yüzde puanının, sıralamada liderlik konumunda bulunan işlenmemiş alüminyum grubundan geldiği anlaşılmaktadır (Tablo 7.13). Söz konusu alt fasıl, Türkiye'nin 2013 yılı alüminyum ithalatında %67,6'lık ağırlıklı payıyla hâkim durumdadır. Bu grubun 2012 yılına göre %3,7 oranında ithalat artışı kaydetmesi de, bu doğrultuda, fasıl ithala-

tına en yüksek hız katan unsur olmuştur. İşlenmemiş alüminyum alt faslında ortalama birim fiyatın, 2,21 dolar ile en düşük seviyede olduğu gözlenmektedir.

Alüminyumda En Keskin İthalat Artışını Çubuk ve Profiller Gerçekleştirdi

2013 yılında alüminyum ithalatının artışına destek veren alt fasıllardan bir diğeri ise, %12,7'lik payı ve %16,9'luk ithalat büyümesi ile levha, plaka ve şeritler olmuştur. "Kalınlığı 0,2 mm.'yi geçen alüminyumdan levha, plaka ve şeritleri", ithalat sıralamasında %4,9'luk payla "kalınlığı 0,2 mm.'den küçük olan yaprak ve şeritler" grubu izlemiştir. Bu grupta

TABLO 7.13 ALÜMİNYUM İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
İşlenmemiş alüminyum	2.111	2.189	67,6	3,7	2,6	2,21
Levha, plaka, şeritler >0,2mm**	350	410	12,7	16,9	2	3,84
Yaprak ve şeritler <0,2mm**	141	159	4,9	12,3	0,6	4,75
Diğer eşyalar**	63	72	2,2	15,2	0,3	10,88
Kablolar**	58	72	2,2	22,6	0,4	2,63
Çubuk ve profiller**	42	71	2,2	71,8	1	5,49

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2'DEN BÜYÜK PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %8,2'DİR.

**DETAYLI KOD İSİMLERİNDE "ALÜMİNYUMDAN" OLARAK NİTELENDİRİLMEKTEDİR.

7

ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İTHALAT

%12,3 oranında ithalat büyümesi kaydedilirken, bunu takip eden ve 10,88 dolar ile en yüksek düzeyde birim fiyata sahip olan alüminyumdan diğer eşyalar kategorisi de %15,2'lik çift haneli bir artış gerçekleştirmiştir. Alüminyumdan kablolar grubu %22,6 oranında yüksek bir talep artışına imza atar-

ken, veriler en hızlı ithalat büyümesini gerçekleştiren alt fasılın ise, %71,8 ile çubuk ve profiller olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin 2013 yılındaki alüminyum ithalatı hızını 1 puan yukarı yönlü etkileyen çubuk ve profillerde ortalama birim fiyatı ise, 5,49 dolar olmuştur.

7.2.13 Kâğıt Ürünleri

En Hızlı İthalat Büyümesini Birinci Elyaf Kâğıt Kaydetti

Türkiye'nin kâğıt ürünleri ithalatı 2012 yılında %7,3 oranında düşüş kaydetmişken 2013'te ise aynı oranda bir yükselişe sahne olmuştur. Söz konusu dönemdeki yıllık %7,3 büyüme oranına, en büyük katkıyı 2,5 puanla baskı amaçlı kâğıt ve kartonlar sağlamıştır (Tablo 7.14). 2013 yılında kâğıt ithalatının %23'lük en büyük dilimini elinde bulunduran bu alt fasıl, %11,2 oranında artış kaydederken, onu takip eden sıvanmamış kâğıt kartonlarda ise %6,1 oranında bir yukarı yönlü hareket gözlenmiştir. Kâğıt ürünleri ithalatının yıllık artışını tetikleyen bir diğer kalem de, %15,5 oranında ithalat büyümesi gerçekleştiren birinci elyaf kâğıt olmuştur. Toplam hızı 1,9 puan yukarı yönlü etkileyen bu alt fasıl, en büyük artış kaydeden kategori olurken aynı zamanda kâğıt ithalatının %13,2'lik hatırı sayılır bir bölümünü oluşturmuştur.

En Düşük İthalat Birim Fiyatı Gazete Kâğıdına Ait

Toplam fasıl ithalatının %11,8'lik dilimini temsil eden ve sıralamada 4. olan kâğıt ve karton tabakalar ithalatında ise 2013 yılında %6,3 oranında bir büyüme olduğu gözlenmektedir. Bununla birlikte, alt gruplar arasında, çift haneli ithalat artışlarıyla, diğer kâğıt ve kartonlar ile diğer kâğıt ve karton tabakalar grupları da dikkat çekmektedir. Öne çıkan alt fasıllar arasında tek ithalat daralması kaydeden kategorinin ise, %6,3 oranında düşüşle, gazete kâğıdı olduğu tespit edilmektedir. Diğer tüm gruplarda irili ufaklı artışlar yaşandığı anlaşılmaktadır. İthalat birim fiyatları açısından ise, en yüksek düzeyde değerlerin, sırasıyla, sigara kâğıdı, kâğıt karton ve tabakalar ile kâğıt ambalajlar, kutular ve torbalar alt fasıllarına ait olduğu görülmektedir. En düşük birim fiyat ise, gazete kâğıtları grubunda gerçekleşmiştir.

TABLO 7.14 KÂĞIT İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$ / kg)
Baskı amaçlı kâğıt karton	641	712	23	11,2	2,5	0,91
Sıvanmamış kâğıt karton	505	536	17,3	6,1	1,1	0,99
Birinci elyaf kâğıt	355	410	13,2	15,5	1,9	0,79
Kâğıt karton tabakalar	343	365	11,8	6,3	0,8	2,7
Diğer kâğıt ve kartonlar	258	284	9,2	10,1	0,9	0,68
Gazete kâğıdı	295	276	8,9	-6,3	-0,6	0,63
Diğer kâğıt karton tabakalar	61	69	2,2	14,3	0,3	1,34
Ambalajlar kutular torbalar	68	68	2,2	0,9	0	2,4
Sigara kâğıdı	61	64	2,1	4,4	0,1	4,05

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2'DEN BÜYÜK PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %9,9'DUR.

7.2.14 Kauçuk ve Mamulleri

Kauçuk Alt Fasıllarında Farklı Yönlerde İthalat Gelişmeleri Yaşandı

2012 yılında %9,7 azalan kauçuk ithalatı 2013'te ise

%0,9 gibi düşük bir seviyede artış kaydetmiştir. Bu bağlamda ithalat anlamında durgun bir yıl geçirdiği söylenebilecek kauçuk ve mamulleri fasılının alt kalemleri incelendiğinde ise, farklı yönlerde hareketlere rastlanmaktadır. Nitekim fasıl ithalatının 2013 yılında %33,6 ve %22,6'lık önemli paylarını teşkil

eden yeni dış lastikler ile sentetik kauçuk grupları, toplam kauçuk ithalatı hızı üzerinde sırasıyla 2,9 ve -2,9 puanlık birbirini etkisiz hale getiren katkılar yapmıştır. Zira ilk sıradaki yeni dış lastikler %9,3 oranında artış yaşarken, onu takip eden sentetik kauçuk grubunda ise %11,4'lük ithalat daralması kaydedilmiştir. Keza %12,9'luk dilime sahip olan doğal kauçuk kategorisinde de %14,1 oranında gözle görülür bir düşüş ve bunun getirdiği olumsuz katkı da göze çarpmaktadır.

Taşıyıcı Kolanlar, En Yüksek İthalat Birim Değerine Sahip Kauçuk Grubu

Öte yandan, sıralamada 4. ve 5. sırada yer alan “sert

olmayan vulkanize kauçuktan diğer eşya” ile “vulkanize kauçuktan boru ve hortumlar” birbirine çok yakın oranlarda %13 bandında ithalat artışları kaydederek fasıl ithalatına hız katan gruplar arasında gelmiştir. Bu iki grup aynı zamanda 12 dolar bandındaki nispeten yüksek birim fiyatlarıyla da dikkat çekmektedir. Yukarı yönlü hareket ederek göze çarpan diğer alt fasıllar arasında ise, %19 bandındaki ithalat artışlarıyla karıştırılmış kauçuk ve vulkanize kauçuktan levha, plaka ve şeritler gelmektedir. Bunun yanı sıra, kauçuk ithalatında 2013 yılında %3'lük bir yere sahip olan vulkanize kauçuktan taşıyıcı kolanlar ithalatı %2,6 oranında hafif bir artış kaydetmiş, ancak fasıl kapsamında 15,56 dolar ile en yüksek birim fiyatına sahip olan grup olmuştur.

TABLO 7.15 KAUÇUK İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILLARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Yeni dış lastikler	940	1.028	33,6	9,3	2,9	5,43
Sentetik kauçuk	780	691	22,6	-11,4	-2,9	2,59
Doğal kauçuk	461	396	12,9	-14,1	-2,1	2,75
Sert olmayan V.K. diğer eşya	296	336	11	13,6	1,3	12,33
V.K.** boru ve hortumlar	113	128	4,2	13,5	0,5	12,34
V.K. giyim eşyası	109	109	3,6	0,4	0	5,77
Karıştırılmış kauçuk	77	92	3	19,6	0,5	2,44
V.K. taşıyıcı kolanlar	88	90	3	2,6	0,1	15,56
V.K. levha plaka şeritler	71	86	2,8	19,8	0,5	4,83

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2'DEN BÜYÜK PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %3,5'TİR.

**V.K.: VULKANİZE KAUÇUK

7.2.15 Pamuk

2013 Pamuk İthalatında Taranmamış Pamuk İtici Güç Oldu

Türkiye'nin 2012 yılında %34,1 oranında sert bir düşüş kaydeden pamuk ithalatı, 2013 senesinde ise %25,7'lik

keskin bir tırmanışa sahne olmuştur. Alt fasıllar incelendiğinde, fashın böylesine ciddi bir eğilim değişimi yaşamasında, taranamamış pamuk grubunun anahtar rol oynadığı anlaşılmaktadır. Nitekim 2013 pamuk ithalatının %56,2'lik kısmına hâkim olan taranamamış pamuk alt fash, söz konusu dönemde yıllık %31,9 oranında ithalat artışı kaydetmiş,

TABLO 7.16 PAMUK İTHALATINDA ÖNDE GELEN ALT FASILLARIN* GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıl Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)	2013 Birim Fiyatı (\$/kg)
Taranmamış pamuk	1.275	1.681	56,2	31,9	17,1	1,93
Pamuk ipliği	334	435	14,6	30,1	4,2	3,59
Pamuklu mensucat >%85 pamuk, m ² ağırlık<200 gr.	350	389	13	11	1,6	8,03
Pamuklu mensucat >%85 pamuk, m ² ağırlık>200 gr.	277	300	10	8,3	1	7,68
Pamuklu mensucat <%85 pamuk, m ² ağırlık>200 gr.	76	91	3	19,2	0,6	8,14

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

*FASILDA %2'DEN BÜYÜK PAYA SAHİP OLAN ALT FASILLAR. DİĞER ALT FASILLAR TOPLAM PAYI %3,1'DİR.

7 ÜRÜN GRUPLARINA GÖRE İTHALAT

bunun toplam pamuk ithalat hızına yansımaları ise 17,1 yüzde puan olmuştur. Dolayısıyla, pamuk faslında talep büyümesinde taranamamış pamuk grubunun oldukça önemli bir payı olduğu ortadadır

Pamuk İpliği İthalatı Güçlü Büyüme Sergiledi

Öte yandan, Türkiye'nin 2013 yılı pamuk ithalatının %14,6'lık bölümünü oluşturan pamuk ipliği ithalatında da %30,1 oranında güçlü bir büyüme gerçekleşmiştir. Toplam fasıl ithalat hızını 4,2 puan yukarı yönlü etkileyen pamuk ipliğini takip eden ve

“%85'den çoğu pamuk olan ve m² ağırlığı 200 gr.'ı geçmeyen pamuklu mensucat” olarak adlandırılan kategoride ise %11 oranında bir ithalat büyümesi gözlenmektedir. Tanım olarak bu gruba benzerlik gösteren ancak m² ağırlığı 200 gr.'ı geçen pamuklu mensucat ürünlerinde de %8,3'lük bir ithalat büyümesi söz konusu olmuştur. Bununla birlikte, m² ağırlığı yine 200 gr.'ı geçen ancak içerik olarak %85'den az pamuk içeren mensucat grubundaki ithalat artışı ise %19,2 gibi daha güçlü bir oranda gerçekleşmiştir. Bu grup, birim fiyat olarak da en yüksek seviyede yer alan alt fasıl olmuştur.

7.2.16 Diğer Fasıllarda Öne Çıkan Gelişmeler

Demir-Çelik Tüp ve Borularda İthalat Artışı Kaydedildi

Türkiye'nin 2013 ithalatında en yüksek değeri gerçekleştiren ilk 15 fasıl yukarıda detaylı olarak incelenmiştir. Bunun yanı sıra, söz konusu dönemde ulusal ithalatın gelişiminde diğer grupların da pozitif veya negatif katkıları olmuştur. Bu bağlamda, Şekil 7.1'de görülen ve ithalatta ilk 20'de yer alan diğer fasılların da performanslarına göz atmakta fayda vardır. İlgili fasıllar arasında ithalat büyümesiyle en dikkat çeken kategori, %16,5 oranındaki yukarı yönlü hareketiyle demir-çelik ürünler olmuştur. Demir-çelik ürünleri ithalatının 2013 yılındaki ithalat artışının, özellikle vidalar, cıvatalar, demir veya çelikten inşaat aksamı ile çeşitli niteliklerde tüp, borular ve içi boş profillerden kaynaklandığı gözlenmektedir.

Uçak İthalatı 2013 Yılında Sert Düşüş Yaşadı

En çok ithalat değeri kaydeden ilk 20 fasıl arasında, %24,9 seviyesindeki düşüş hızıyla en göze çarpan gruplardan olan hava araçları ve aksamaları kategorisinde ise, uçak ithalatındaki sert düşüşler etkili olmuştur. Diğer 3 fasıl olan lifler, çeşitli kimyasallar ve filamentler gruplarında

ise, nispeten düşük düzeylerde hareketlilikler gözlenmektedir.

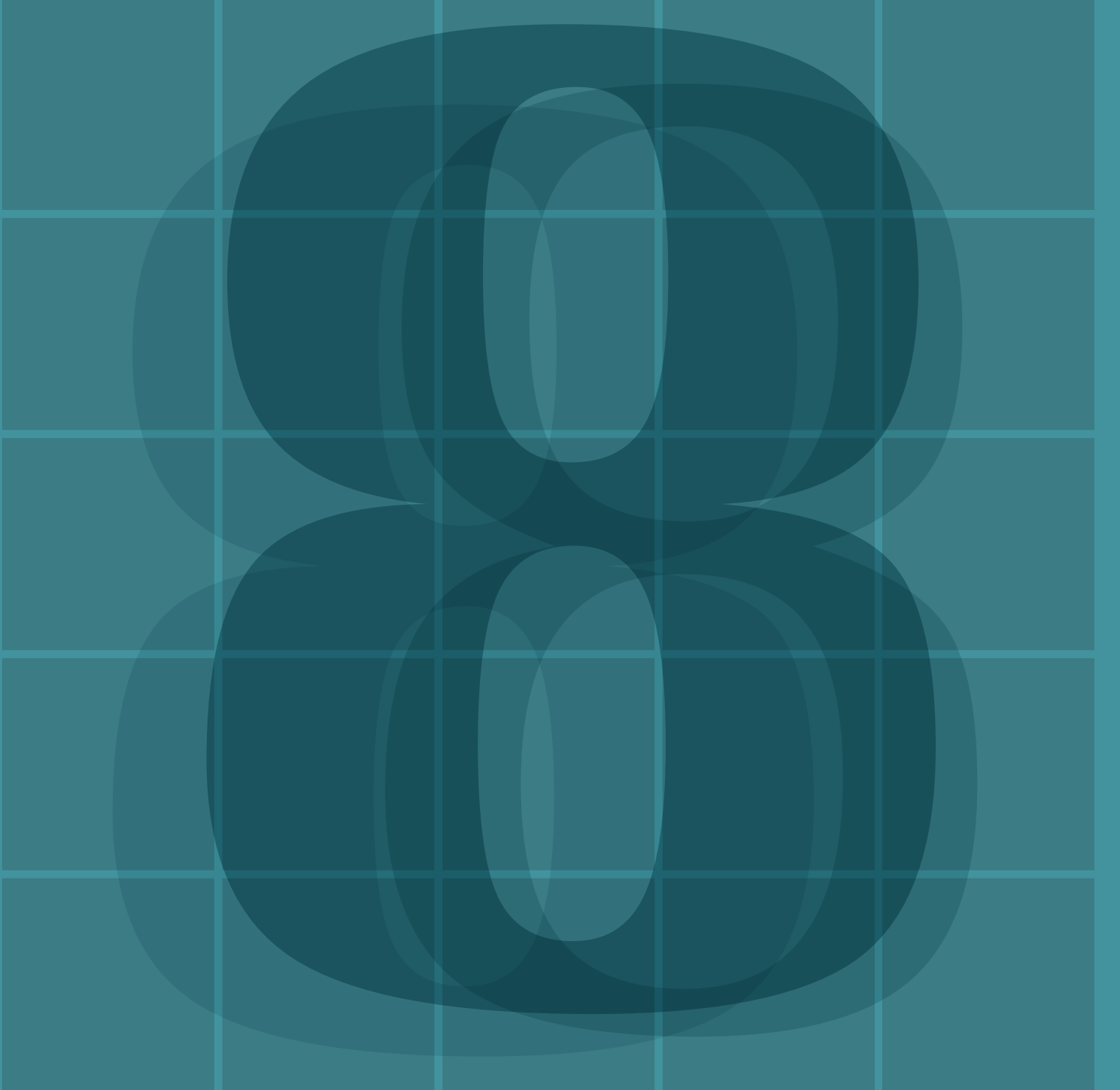
Durum Buğdayı ve Mısırdaki Çarpıcı Talep Artışları Görüldü

Öte yandan, ilk 20'de yer almamakla birlikte, daha düşük paylara sahip ithalat grupları arasında 2013 yılında kaydettiği artışla dikkat çeken fasıllardan birisi, hububatlar olmuştur. 2012 yılına göre %31,9 artış yaşayan hububat ithalatında, durum buğdayı ve mısıra yönelik ciddi talep büyümeleri önemli rol oynarken, arpa ve pirinç alt gruplarındaki yukarı yönlü hareketler de etkili olmuştur. Hububat faslında ithalat genişlemesi, 2013 genel ulusal ithalat hızına 0,3 puan hız katmıştır.

Pantolonlar, Örme Olmayan Giyim Faslında İthalatı Hareketlendirdi

Veriler, nispeten düşük payları temsil eden ithalat grupları arasında bir diğer yüksek oranda büyümenin ise, örme olmayan giyim eşyası faslında gerçekleştiğini göstermektedir. %24,4 oranında ithalat artışı kaydeden örme olmayan giyim eşyaları, toplam ithalat büyüme hızını da 0,2 puan yukarı yönlü etkilemiştir. Fasılın 2013 yılında kaydettiği çift haneli güçlü artışta motor güç, hem kadın hem de erkek pamuk pantolonları gruplarındaki ithalat artışları olmuştur.

ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT



8 ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

8.1 ÜLKE GRUPLARINA GÖRE İTHALAT

Türkiye'nin 2013 yılında yapmış olduğu 251,7 milyar dolar değerindeki ithalat ülke gruplarına göre incelendiğinde, ihracatta olduğu gibi Avrupa pazarlarının ağırlıklı etkisi göze çarpmaktadır. Türkiye, söz konusu dönemde ithalatının %36,7'lik bölümünü 28 ülkeyi kapsayan AB bölgesinden, %16,4'ünü ise diğer Avrupa ülkelerinden yapmıştır (Şekil 8.1). Bu ise, Türkiye ekonomisinin yıllık ithalatında %51,1'lik bir payın, bir diğer deyişle, yarıdan fazla bir dilimin Avrupa kaynaklı olduğunu göstermektedir.

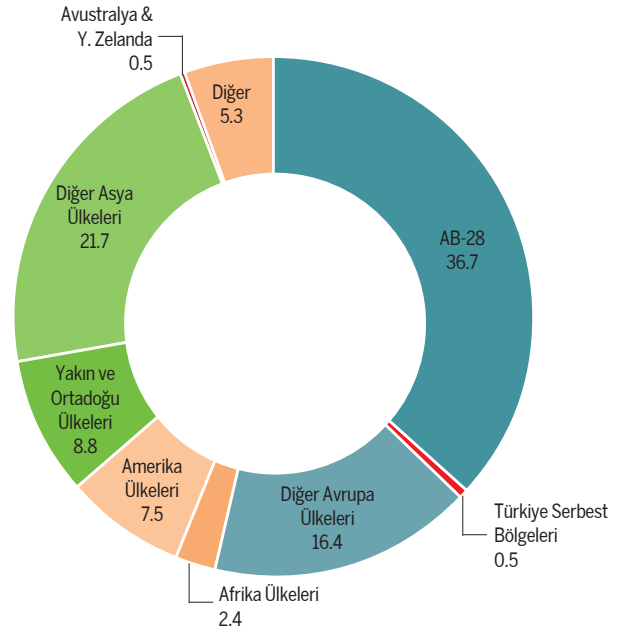
Türkiye İthalatının Yarısından Çoğu Avrupa Kaynaklı

İthalat pastasında bir sonraki en büyük payı ise, Çin'in domine ettiği ve diğer Asya ülkeleri olarak adlandırılan grup almıştır. Asya ülkeleri ithalatın %21,7'lik dilimini elinde bulundururken, Türkiye'nin ihracatta önemli bir partneri olan Yakın ve Ortadoğu ülkeleri ise %8,8'lik bir paya sahip olmuştur. Ortadoğu grubunu, %7,5 ile Amerika ülkeleri takip etmiştir. Afrika ülkelerinin Türkiye ithalatındaki yerinin ise oldukça düşük seviyelerde olduğu gözlenmektedir.

2013 İthalat Artışında En Güçlü Bölgesel Etken Asya Pazarı Oldu

Ülke gruplarının 2013 yılında Türkiye pazarında kaydetmiş olduğu gelişim Tablo 8.1'de sunulmaktadır. Buna göre, yıllık bazda %6,4 artan toplam ithalatta en büyük rolü %10,2'lik değer artışı kaydeden diğer Asya ülkelerinin oynadığı anlaşılmaktadır. Çin'in başı çektiği ve %6,4'lük genel artışın 2,13 yüzde puanını oluşturan bu gelişmenin yanı sıra, AB-28 kaynaklı ithalat da bir önceki yıla göre %5,5 oranında yükselerek toplam ulusal ithalat hızını 2,02 puan yukarı yönlü etkilemiştir.

ŞEKİL 8.1 İTHALATIN ÜLKE GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI (2013, %)



KAYNAK: TÜİK

Öte yandan, diğer Avrupa ülkelerinin de, Türkiye pazarına yaptığı ihracatı %11,1 artırarak yıllık gelişmede etkin olduğu anlaşılmaktadır.

Amerika Ülkelerinden Yapılan İthalat 2013'te Düşüş Kaydetti

Türkiye'nin 2013 yılında ithalat daralmasına gittiği tek partner bölge ise, Amerika olmuştur. Amerika ülkelerinden yapılan ithalat 2012'ye göre %6,2 oranında azalmıştır. Geri kalan ülkeler arasında ise, Avustralya ve Yeni Zelanda kategorisinde %53,1 oranında dikkat çekici bir artış fark edilmektedir.

TABLO 8.1 ÜLKE GRUPLARI VE İTHALAT (2013)

	İthalat Değeri (milyon dolar)	İthalat Yıllık Değişim Oranı (%)	İthalat Değişim Oranına Katkı (puan)
Genel Toplam	251.650	6,4	
AB-28	92.445	5,5	2,02
Diğer Asya Ülkeleri	54.649	10,2	2,13
Diğer Avrupa Ülkeleri	41.321	11,1	1,74
Yakın ve Ortadoğu Ülkeleri	22.214	3,8	0,34
Amerika Ülkeleri	18.981	-6,2	-0,53
Afrika Ülkeleri	6.031	1,8	0,05
Avustralya ve Yeni Zelanda	1.318	53,1	0,19
Türkiye Serbest Bölgeleri	1.268	21,2	0,09
Diğer Ülkeler	13.424	6,5	0,35

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

8.2 ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

Rusya 1/10'luk Payıyla Türkiye İthalatında İlk Sırada Yer Alıyor

Ülke grupları bazında yukarıda ele alınan ithalat, ülkeler itibariyle detaylı olarak incelendiğinde, ilk sırada yer alan ülkenin Rusya olduğu görülmektedir (Şekil 8.2). Türkiye'nin 2013 yılında gerçekleştirmiş olduğu ithalatın 1/10'unu oluşturan Rusya pazarı, liderlik konumunu, daha sonra detaylı olarak analiz edilecek fasıllarda da görüleceği gibi, enerji ticaretine borçludur. Bununla birlikte Rusya'dan yapılan ithalatın, 2013'te bir önceki yıla göre %5,9 oranında azalarak 25 milyar dolar seviyesine gerilediği ve yıllık toplam ithalat artışını aşağı yönlü etkilediği dikkat çekmektedir (Tablo 8.2).

Çin ve Almanya, Yıllık İthalat Artışında Etkin Ülkelerden Oldu

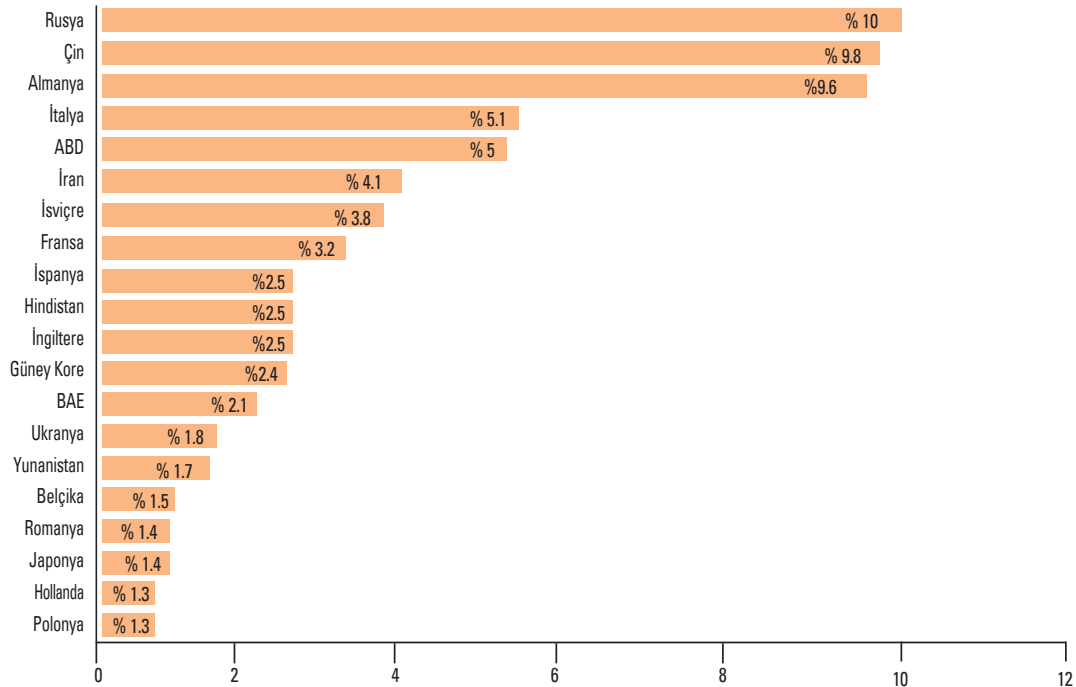
Dağılımda, Rusya'ya çok yakın bir oranda paya sahip olan Çin ise, 2. sırada gelmektedir. Söz konusu dönemde Türkiye ithalatının %9,8'inin kaynağı olan Çin'i, %9,6 ile Almanya izlemektedir. Çin ve Almanya'dan yapılan ithalat 2013 senesinde sıra-

sıyla %15,9 ve %13 oranlarında artmış ve ulusal ithalatın %6,4'lük artışına 1,4 ve 1,2 puanlık katkılar sağlamıştır. Çin ve Almanya böylece 2013 ithalatının yıllık artışında etkin olan ülkeler arasında gelmiştir.

İtalya İhracatta Olduğu Gibi İthalatta da Ön Sıralarda

AB pazarında ihracatta olduğu gibi ithalatta da en önde gelen ticaret ortağı olan Almanya'yı, İtalya takip etmektedir. AB-28 bünyesinde Türkiye'nin en büyük 3. ihracat pazarı olan İtalya, ithalatta ise 2. sırada yer alarak %5,1'lik bir pay temsil etmiştir. Bununla beraber, İtalya'nın, Türkiye pazarında yıllık %3,4 oranında bir daralma yaşadığı gözlenmektedir. Öte yandan veriler, Türkiye ithalatının 2013'teki en büyük 5. kaynağı olan ülkenin ise, %5 ile ABD olduğunu göstermektedir. Bu noktada, ABD'den yapılan ithalatta da %10,9 oranında bir azalma kaydedildiğini belirtmek gerekir. Buna bağlı olarak, yukarıda ülke grupları bazında tek düşüş kaydeden grup olarak ifade edilen Amerika ülkeleri kaynaklı ithalatta,

ŞEKİL 8.2 İTHALATIN ÜLKELERE GÖRE DAĞILIMI (2013, %, İLK 20)



KAYNAK: TÜİK

8

ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

ABD ile yapılan ticaretteki bu gerilemenin rol oynadığı anlaşılmaktadır.

İran ve ABD Kaynaklı İthalat Düşmeye Devam Etti

2013 yılı ithalatında 6. sırada yer alan İran ise, toplamda %4,1'lik bir paya sahip olmuş ancak ABD'ye benzer bir şekilde, Türkiye pazarında bir daralma yaşamıştır. 2012 yılındaki daralmasını %13,2'lik gerilemeyle sürdüren İran kaynaklı ithalat, -0,7 yüzde puanla ulusal ithalat yıllık hızını en olumsuz etkileyen faktör olmuştur.

İsviçre, Yıllık İthalat Artışında Öne Çıktı

Türkiye ithalatının kaynağı olan pazarlar sıralamasında ilk 20'de yer alan ülkeler arasında en hızlı büyümeye ise, İsviçre'nin imza attığı gözlenmektedir. Türkiye'ye yaptığı ihracatı 2012 yılına göre %124,1 artıran İsviçre, böylelikle ulusal yıllık ithalatın büyümesinde, 2,3 puanlık katkıyla itici güç olmuştur.

Fransa'dan İthalat Düşüşünü Sürdürürken İspanya Yükselişe Geçti

2013 yılı ithalat pastasında, diğer önde gelen AB pa-

zarlarından Fransa %3,2, İspanya da %2,5'lik dilimler almıştır. Bu ülkelerden Fransa'nın pastadaki payı 2012'deki eğilimini koruyarak %5,9 oranında küçülürken, İspanya için ise tam tersi bir durum gözlenmiştir. Nitekim 2013 yılı, ihracatta olduğu gibi, ithalatta da İspanya ile ticari ilişkilerin güçlendiği bir dönem olmuş, bu bağlamda İspanya'dan yapılan ithalat %6,5 oranında yükselmiştir. Türkiye'nin 2013 ithalatında İspanya'yla aynı oranda bir dilimi elinde bulunduran Hindistan ise, ilk 10'da yer alan bir başka ticaret partneri olmuştur. Veriler Hindistan'ın, söz konusu dönemde Türkiye'ye yaptığı ihracatı %9 oranında artırdığına işaret etmektedir.

BAE'den Yapılan İthalat 2013'te %49,7 Arttı

Türkiye'nin 2013'te gerçekleştirmiş olduğu ithalatta ikinci 10'da bulunan ülkelerin başında ise, 6,27 milyar dolar değerindeki ve %2,5 oranındaki ihracatıyla İngiltere gelmektedir. İngiltere'nin Türkiye'ye yaptığı ihracatın aynı dönemde %11,4'lük güçlü bir artış kaydettiği gözlenmektedir. Sıralamada İngiltere'yi takip eden Güney Kore'den yapılan ithalatta da, %7,6'lık hızla yukarı yönlü bir hareket yaşanmıştır. Türkiye'nin ithalat pastasında %2,1'lik

TABLO 8.2 ÜLKELER VE İTHALAT (2013)

	İthalat Değeri (milyon \$)	İthalat Değişim Hızı (%)	İthalat Değişim Hızına Katkı (puan)
Rusya	25.064	-5,9	-0,7
Çin	24.686	15,9	1,4
Almanya	24.182	13,0	1,2
İtalya	12.885	-3,4	-0,2
ABD	12.596	-10,9	-0,6
İran	10.383	-13,2	-0,7
İsviçre	9.647	124,1	2,3
Fransa	8.080	-5,9	-0,2
İspanya	6.417	6,5	0,2
Hindistan	6.368	9,0	0,2
İngiltere	6.271	11,4	0,3
Güney Kore	6.088	7,6	0,2
BAE	5.384	49,7	0,8
Ukrayna	4.515	2,7	0,1
Yunanistan	4.206	18,8	0,3
Belçika	3.843	4,1	0,1
Romanya	3.593	11,0	0,2
Japonya	3.453	-4,1	-0,1
Hollanda	3.362	-8,1	-0,1
Polonya	3.184	4,1	0,1
Diğerleri	67.440	7,1	1,9
Genel toplam	251.650	6,4	

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

paya sahip olan Birleşik Arap Emirlikleri ise, Türkiye'deki pazar genişlemesi yaşayan ülkeler arasında İsviçre'den sonra en çok dikkat çeken ülke olmuştur. Türkiye'ye yaptığı ihracatı bir önceki yıla göre %49,7 gibi ciddi bir oranda artıran BAE, böylece toplam ithalat büyümesine de 0,8 yüzde puanlık bir destek vermiştir.

Yunanistan ve Romanya'dan Yapılan İthalat Çift Haneli Büyüdü

İthalat sıralamasında BAE'yi izleyen Ukrayna'nın, 2013 yılında Türkiye pazarında %1,8'lik bir pay alırken, ticaretini %2,7 gibi mütevazı bir oranda artırdığı gözlenmektedir. Ukrayna'dan sonra gelen Yunanistan'ın ise, artış hızıyla göze çarpan ilk

20'deki ülkelerden biri olduğu görülmektedir. İhracatını %18,8 oranında artıran Yunanistan, 2013 pazarının %1,7'sine sahip olmuştur. Bununla birlikte, Belçika kaynaklı ithalatın yukarı, Japonya kaynaklı ithalatın ise aşağı yönlü olmak üzere, %4,1 oranlarında değişim kaydettiği görülmektedir. Japonya gibi toplam ithalatın %1,4'lük bölümünü açıklayan Romanya ise, Türkiye'ye ihracatını %11 oranında yükseltmiştir. Öte yandan veriler, Türkiye pazarında bir diğer daralma yaşayan Avrupa ülkesinin ise Hollanda olduğunu göstermektedir. Hollanda'dan yapılan ithalat 2012 yılındakine benzer bir şekilde %8,1'lik gözle görülür bir oranda düşüş yaşarken, Polonya'nın da tam tersi yönde hareket ederek yükseleşe geçtiği tespit edilmiştir.

8.3 ÜLKELER BAZINDA FASILLARA GÖRE İTHALAT

Türkiye'nin ithalat yaptığı başlıca ülkeler ve bunların 2013 yılındaki pazar gelişimleri yukarıda incelenmiştir. Bu bölümde ise, söz konusu ülkelere

yapılan ithalatın hangi ürün kategorilerinde ağırlıklı olarak gerçekleştiği ve aynı zamanda ne yönde hareket ettiği detaylı olarak analiz edilecektir.

8.3.1 Rusya

Rusya'dan Yapılan İthalatın Düşüşünde Enerji Ürünleri Etkili Oldu

Türkiye'nin Rusya'dan yaptığı ithalat 2013 yılında %5,9 oranında gerileyerek 25,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2011 ve 2012 yıllarında %10 bandında artışlar kaydetmiş olan ithalatın 2013'teki düşüşünde, enerji ürünlerinin tetikleyici olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim Rusya'nın Türkiye'ye ihraç ettiği ürünlerin başında, açık ara farkla mineral yakıt ve yağlar gelmektedir. Bu minvalde, Rusya kökenli ithalatın %68,3 gibi hayati bir kısmını oluş-

turan ve doğalgaz ile petrol ağırlıklı ürünlerden oluşan bu fasılın, 2013 yılında %10 oranında bir düşüş kaydettiği gözlenmektedir (Tablo 8.3). Bu düşüş ise, Rusya'dan yapılan toplam ithalatın artış hızını 7,1 puan aşağı yönlü etkilemiştir.

Rusya'nın Türkiye'deki Demir-Çelik ve Hububat Pazarları Büyüdü

Rusya'dan yapılan ithalatta %11,7'lik payla 2. sırada gelen demir-çelik faslı ise, aynı dönemde enerji grubuna aksi yönde bir eğilim izlemiş ve %10,4 artış sergilemiştir. Alt fasıllar incelendiğinde, bu artışta, demir veya alaşımsız çelikten yarı mamullerin 2012

TABLO 8.3 RUSYA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Mineral yakıtlar yağlar	19.012	17.118	68,3	-10	-7,1
Demir-Çelik	2.648	2.925	11,7	10,4	1
Hububat	887	1.005	4	13,3	0,4
Alüminyum ve mamulleri	974	841	3,4	-13,6	-0,5
Yağlar	646	549	2,2	-15	-0,4

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8

ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

yılına göre 2 katı seviyesine çıkmasının önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Demir-çelik faslındaki bu gelişim, Türkiye'nin Rusya'dan yaptığı ithalatın yıllık değişim oranını 1 puan yukarı çekmiştir. Diğer fasıllarda ise, nispeten düşük paylar nedeniyle, daha hafif etkiler gözlenmektedir. Bunlar arasında %4'lük dilime sahip olan hububat faslı, mısır ürünleri bazındaki talebe bağlı olarak %13,3 oranında güçlü bir büyümeye imza atarken, alüminyum ve mamulleri kategorisinde, işlenmemiş alüminyum

alt grubu temelli tam tersi bir gelişme yaşanmıştır. Bu bağlamda, Rusya'nın Türkiye'ye ihraç ettiği alüminyum ürünleri %13,6 daralma kaydetmiş, öte yandan bitkisel ve hayvansal yağlar faslında da, ay çiçek yağı kaynaklı benzer bir düşüş gerçekleşmiştir. Bunun yanı sıra, tabloda küçük payları nedeniyle yer almayan ancak gerçekleştirdikleri çift haneli ithalat değişimiyle göze çarpan fasıllar arasında, bakır, organik kimya ve kağıt ürünlerinin geldiğini de belirtmek gerekir.

8.3.2 Çin

Çin'den Yapılan İthalatta, Elektronik ve Makine Ağırlıklı Role Sahip

Rusya'dan farklı olarak çok ürünlü bir yapıda olan Türkiye'nin Çin ithalatı, 2011'de gerçekleştirdiği %26'lık büyümeden sonra 2012 yılında hafif çaplı bir küçülme yaşamış, 2013 yılında ise yeniden yukarı yönlü harekete geçmiştir. Bu gelişmede, pazardaki toplam ithalatın %27,1'ini oluşturarak ilk sırada yer alan elektrik-elektronik ürünlerinin oldukça etkin olduğu gözlenmektedir (Tablo 8.4). Yıllık %20 oranında artış kaydeden elektronik ithalatı, böylelikle Çin'in Türkiye pazarında kaydettiği yıllık %15,9'luk büyümenin 5,2 yüzde puanını açıklamıştır. Bunun yanı sıra, 2. sırada bulunan ve Çin ithalatının yaklaşık çeyreklik kısmını teşkil eden makine faslı da, elektronik grubuna benzer bir eğilim göstermiş ve %19,1'lik kuvvetli artışıyla toplam hıza 4,5 puan katkı sağlamıştır. Çin'den yapılan ithalatta makineleri takip

eden plastik faslı ise %4,1'lik bir dilime sahip olmakla birlikte, %31,3 oranındaki büyümesiyle dikkat çeken ürün gruplarından olmuştur.

Çin'den İthal Edilen Fasıllarda Kuvvetli Büyüme Görüldü

Çin'in Türkiye'ye yaptığı ihracatta, 2013 yılında her biri %2,8 oranında pay teşkil eden mobilya ve demir-çelik ürünlerinde da, sırasıyla %23,1 ve %15,9 oranlarında pazar genişlemesi kaydedilmiştir. Bunları takip eden optik, foto, teknik, tıbbi, ölçüm cihazları faslı ise, %35,5'luk yıllık büyüme hızıyla, en ciddi artışa imza atan fasıl olarak ön plana çıkmaktadır. Öte yandan, organik kimyasallar, örme olmayan giyim, motorlu kara taşıtları ve aksesuarları ile ayakkabı fasılları da, Çin'den yapılan ithalatta artış kaydeden gruplar olmuştur. %2,2 payındaki sentetik ve suni filamentler ithalatı ise, Çin pazarındaki önde gelen ürünler arasında tek düşüş kaydeden grup olmuştur.

TABLO 8.4 ÇİN'DEN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Elektronik	5.582	6.697	27,1	20	5,2
Makine	5.054	6.018	24,4	19,1	4,5
Plastik ve mamulleri	778	1.020	4,1	31,1	1,1
Mobilya	560	689	2,8	23,1	0,6
Demir-çelik ürünleri	594	688	2,8	15,9	0,4
Optik foto ölçüm cihazları	451	611	2,5	35,5	0,8
Organik kimyasallar	539	599	2,4	11,1	0,3
Örme olmayan giyim	521	563	2,3	8,1	0,2
Motorlu kara taşıtları	510	552	2,2	8,3	0,2
Filamentler	555	547	2,2	-1,3	0
Ayakkabı	482	537	2,2	11,4	0,3

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.3 Almanya

Almanya İthalatındaki Artışta Taşıtlar ve Elektronik Etkin Oldu

Türkiye'nin 3. en büyük ithalat pazarı olan Almanya da, son yıllarda Çin'e benzer bir trend izleyerek, 2011 yılında çift haneli yüksek bir büyüme kaydetmiş, 2012 yılında ise gerilemiştir. 2013 yılında yeniden yükselişe geçen Almanya'dan ithalatta, yine Çin'e benzer bir şekilde, iki ana faslın ağırlıklı bir yer edindiği göze çarpmaktadır. Bunlardan ilk sırada gelen motorlu kara taşıtları %23,2, ikinci sıradaki makineler ise %22,9'luk dilimlere sahip olmuştur (Tablo 8.5). Sırasıyla otomobil ağırlıklı %16,5 ve dizel motor ağırlıklı %12,5 oranlarında güçlü artışlar kaydeden bu iki fasıl, 3,7 ve 2,9 puanlık katkılarla, Almanya ithalatındaki yıllık bazda %13'lük büyümenin yarısını açıklamaktadır. 3. sırada gelen elektrik-elektronik faslında görülen %14,1 oranındaki artış da, toplam hızı 1,2 puan yukarı yönlü etkilemiştir. Keza, %7'lik

paya sahip plastik faslının da, %15,1'lik talep artışıyla 1 puanlık etkisinin olduğu gözlenmektedir.

Almanya'dan Uçak İthalatı Sıradışı Bir Büyüme Hızına İmza Attı

Almanya'nın Türkiye'ye 2013 yılında yaptığı ihracatın %61,4'lük kısmını teşkil eden bu 4 grupta çift haneli büyüme rakamları gerçekleşirken, bunları takip eden demir-çelik faslında ise atık ve hurda demir tabanlı olarak %1 oranında bir daralma görülmüştür. Öte yandan, özellikle elektro-tıbbi cihazlar kapsamında gözle görülür büyüme kaydeden optik, foto ölçüm cihazları kategorisi ithalatı %14,9, ilaç ve aşı talebinde önemli artışlar yaşayan ecza ürünleri ithalatı ise %13,8 artmıştır. Türkiye pazarındaki Alman ürünleri arasında, 2013 yılında en yüksek hızda değişime imza atan fasıl ise, %55,3 ile, uçak ithalatına bağlı olarak hava araçları olmuştur. Almanya'dan ithal edilen ilk 10 ürün grubu arasında yer alan kâğıt ürünleri ve organik kimyasallarda da, daha düşük seviyelerde olmakla birlikte, artışlar gözlenmiştir.

TABLO 8.5 ALMANYA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Motorlu kara taşıtları	4.826	5.622	23,2	16,5	3,7
Makine	4.917	5.531	22,9	12,5	2,9
Elektronik	1.749	1.996	8,3	14,1	1,2
Plastik ve mamulleri	1.461	1.682	7,0	15,1	1,0
Demir-Çelik	862	854	3,5	-1,0	0,0
Optik foto ölçüm cihazları	720	828	3,4	14,9	0,5
Ecza ürünleri	725	824	3,4	13,8	0,5
Hava araçları aksamaları	360	559	2,3	55,3	0,9
Kâğıt ürünleri	510	533	2,2	4,5	0,1
Organik kimyasallar	476	491	2,0	3,1	0,1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.4 İtalya

İtalya'dan Yapılan 2013 İthalatını Petrol Yağları Düşürdü

AB ülkeleri arasında Türkiye'nin en yüksek değerinde ithalat yaptığı 2. ülke olan İtalya, 2011 yılında %31,8 artışla pazar büyümesi kaydetmiştir. Ancak söz konusu ithalatın 2012 yılındaki aşağı yönlü hareketi, 2013'te de aynı eğilimi korumuş ve ithalat %3,4 oranında azalmış-

tir. İtalya'nın Türkiye pazarındaki bu daralmasında büyük oranda 2013 yılında %33,2'lik azalma kaydeden mineral yakıtlar ve yağlar faslı etkili olmuştur (Tablo 8.6). İtalya'dan yapılan yıllık ithalatın değişimi hızını 6,9 puan aşağı yönlü etkileyen fasıl ithalatındaki bu gelişmenin, petrol yağlarından kaynaklandığı tespit edilmektedir. Enerji grubundaki daralma bu şekilde kayda değer bir etki yaratmakla birlikte, İtalya'nın Türkiye pazarında ilk sırada ve çeyreklik paya sahip olan makineler faslında



ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

TABLO 8.6 İTALYA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Makine	3.374	3.249	25,2	-3,7	-0,9
Mineral yakıtlar yağlar	2.756	1.840	14,3	-33,2	-6,9
Motorlu kara taşıtları	910	975	7,6	7,2	0,5
Demir-Çelik	799	850	6,6	6,5	0,4
Plastik ve mamulleri	710	756	5,9	6,5	0,3
Elektronik	686	712	5,5	3,8	0,2
Ecza ürünleri	289	379	2,9	31,2	0,7
Demir-çelik ürünleri	309	344	2,7	11,4	0,3
Optik foto ölçüm cihazları	288	287	2,2	-0,4	0
Kıymetli taşlar-metaller	218	255	2	16,7	0,3
Hava araçları aksamaları	176	230	1,8	30,3	0,4

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

da %3,7 oranında bir düşüş gözlenmiştir. Pastada daha küçük dilimlere sahip olan çoğu fasılda artış olduğu göz önüne alındığında, İtalya ithalatının 2013 yılındaki düşüşünün, enerji hâkim olmak üzere, ilk 2 fasıldan kaynaklandığı anlaşılmaktadır.

İtalya'dan İlaç ve Helikopter İthalatı Yüksek Büyüme Kaydetti

2013'te İtalya'dan yapılan ithalatta 3. ve 4. sırada yer alan motorlu kara taşıtları ile demir-çelik fasılları, sırasıyla %7,2 ve %6,5 oranlarında artış yaşamış

ve yıllık ithalat gelişimini mütevazı puanlarla yukarı yönlü etkilemiştir. Diğer birçok sektörde de yükselme kaydedilmiş, bunlar arasında %2,9'luk paya sahip olan ecza ürünleri ithalatı, ilaç talebindeki ciddi artışa bağlı olarak %31,2 oranında büyüyerek ön plana çıkmıştır. Helikopter kaynaklı 2012'deki yükselişine 2013'te de devam eden hava araçları ve aksamaları da, %30,3'lük ithalat artışıyla dikkat çekmiştir. Bunun yanı sıra, demir-çelik ürünleri ile kıymetli taşlar ve metaller fasıllarında da çift haneli ithalat artışlarının kaydedildiği gözlenmektedir.

8.3.5 ABD

Uçaklar ve Gıda Kalıntıları ABD'den İthalatta En Dikkat Çeken Gruplar Oldu

Türkiye'ye ihracat yapan ülkeler sıralamasında 5.lik konumunda bulunan ABD, söz konusu ticarete 2011 yılındaki %30,2'lik hızlı tırmanışının ardından 2012'de %11,9'luk düşüş yaşamış, bunu 2013'teki %10,9 oranındaki daralma ile sürdürmüştür. Bu dönemdeki gelişme fasıllar bazında incelendiğinde, 2012'deki eğilimde oldukça etkin olan hava araçları ve aksamaları ithalatındaki düşüşün, 2013'te de başarılı oynadığı anlaşılmaktadır. Nitekim uçak talebine bağlı olarak yıllık bazda %52,4 oranında gerileyen fasıl ithalatı, ABD'den 2013'te yapılan toplam ithalatın hızını 6,5 puan aşağı yönlü etkilemiştir (Tablo 8.7). ABD ithalatının %6,6'lık kısmını elinde bulunduran hava araçları ve aksamaları fasılının yanı sıra, yıllık toplam gelişime bir diğer büyük etki de, %16,4'lük

payıyla 1. sırada yer alan demir-çelik grubundan gelmiştir. Hurda demir alt faslındaki düşüş nedeniyle %24,1 oranında gerileyen fasıl ithalatı, ABD'nin Türkiye'ye yaptığı ihracatın yıllık değişim oranını 4,7 puan olumsuz etkilemiştir. 3. sırada bulunan mineral yakıtlar yağlar faslındaki petrol yağları kaynaklı benzer ciddi düşüşün de, -2,8 puanlık bir etkisi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla söz konusu bu 3 fasıl, ABD ithalatının 2013'te neden aşağı yönlü hareketine devam ettiğini açıklamaktadır.

Öte yandan, ABD'den ithal edilen bazı ürün kategorilerinde güçlü artışlar da gözlenmiştir. Bunlar arasında, öncelikle %9,3'lük paya sahip olan makinelerin, turbo jet ve türbin parçaları kapsamında %11,7 oranında ithalat büyümesi gerçekleştirdiğini belirtmek gerekir. Bununla birlikte, pamuk ve plastik grupları da, sırasıyla %32,8 ve %34,9'luk artış hızlarıyla dikkat çekmektedir. Fasıllar arasında en büyük sıçramayı ise, soya fasulyesi yağı küspesine bağlı olarak, %140,5 ile gıda kalıntıları yapmıştır. ABD'den yapı-

lan ithalatta %6 payı bulunan optik, foto ölçüm cihazlarında %10,1 oranında ithalat artışı görülürken,

eczacı ürünleri, elektronik ve organik kimyasallar fasıllarında aşağı yönlü hareketler tespit edilmiştir.

TABLO 8.7 ABD'DEN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ					
	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Demir-Çelik	2.723	2.066	16,4	-24,1	-4,7
Makine	1.051	1.174	9,3	11,7	0,9
Mineral yakıtlar yağlar	1.550	1.149	9,1	-25,9	-2,8
Pamuk	658	874	6,9	32,8	1,5
Hava araçları aksamaları	1.757	836	6,6	-52,4	-6,5
Optik foto ölçüm cihazları	686	755	6	10,1	0,5
Plastik ve mamulleri	471	636	5	34,9	1,2
Eczacı ürünleri	570	506	4	-11,1	-0,4
Elektronik	485	440	3,5	-9,3	-0,3
Organik kimyasallar	443	430	3,4	-2,9	-0,1
Gıda kalıntıları	160	385	3,1	140,5	1,6

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.6 İran İran Menşeli Enerji İthalatında Düşüş 2013'te de Devam Etti

Türkiye'nin İran'dan yaptığı ithalat, 2011 yılındaki enerji kaynaklı %63'lük ciddi büyümeden sonra 2012 yılında %4 oranında bir daralma gerçekleştirmiştir. 2013 yılına gelindiğinde de, bu daralmanın %13,2'lik düşüşle ivme artırarak sürdüğü gözlenmektedir. Bu gelişmenin arkasında ise, bir önceki yıl olduğu gibi yine enerji grubu yatmaktadır. Zira İran ithalatının fasıllarına göz atıldığında, büyük ağırlığın mineral yakıtlar ve yağlar faslında olduğu hemen göze çarpmaktadır. Doğalgazın başı çektiği bu kategori, 2013 yılında Türkiye'nin İran'dan yaptığı ithalatın %87,9'luk bölümünü oluşturmuştur (Tablo 8.8). Bu denli büyük bir paya sahip olan bu fasılda söz konusu dönemde yaşanan %14,7 oranında düşüş de, doğal olarak İran'dan yapılan ithalatın

yıllık değişim oranını belirleyen faktör olmuştur. Bu bağlamda, yukarıda belirtilen toplam yıllık %13,2'lik ithalat daralmasının neredeyse tamamını mineral yakıtlar yağlar faslı açıklamıştır.

İran'dan İthal Edilen Plastik ve Organik Kimyasal Ürünlerinde Artış Var

Öte yandan, İran'ın Türkiye pazarındaki diğer ürünlerine ve bunların aynı dönemdeki gelişmelerine bakıldığında, bunlar arasında en büyük dilime sahip faslın plastik ve mamulleri olduğu anlaşılmaktadır. Veriler, %5 oranında bir payı teşkil eden plastik kategorisinde kaydedilen %10,5'lük pazar büyümesinin altında, bir önceki seneye göre yaklaşık 2,5 katı seviyesine ulaşan propilen polimerlerindeki talep artışının etkili olduğunu göstermektedir. İran'ın Türkiye pazarında 2013 yılında genişleme yaşayan bir diğer fasıl ise, organik kimyasallar olmuştur. Toplamın %1,2'lik oldukça düşük bir payını açıklayan organik kimyasal ürün-

TABLO 8.8 İRAN'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ					
	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Mineral yakıtlar yağlar	10.698	9.125	87,9	-14,7	-13,2
Plastik ve mamulleri	471	521	5	10,5	0,4
Bakır ve ürünleri	249	139	1,3	-44	-0,9
Organik kimyasallar	97	124	1,2	28,4	0,2

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8

ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

leri, etilen glikol ve metanol ithalatındaki çift haneli güçlü artışlar sonucunda %28,4 oranında ithalat büyümesi kaydetmiştir. Bununla birlikte, tabloda da görüldüğü gibi, bir diğer küçük paya sahip olan bakır ve ürünleri faslı ise, %44 oranında oldukça ciddi bir ithalat gerilemesine imza atmış

ve İran'dan yapılan ithalatın yıllık değişimine 0,9 puanlık aşağı yönlü bir etki yapmıştır. Bakır grubundaki bu sert düşüş, alt fasıllar itibarıyla detaylı olarak incelendiğinde, "elektrolitik bakırdan katot" talebindeki keskin inişe bağlı olarak gerçekleştiği tespit edilmektedir.

8.3.7 İsviçre İsviçre'den Altın İthalatı, Ulusal İthalat Artışının En Belirleyici Unsuru Oldu

İsviçre kaynaklı ithalat, 2011 yılında kaydettiği %59,1 oranındaki kuvvetli artışın akabinde 2012 yılında %14,2'lik daralma yaşamış, 2013'te ise yeniden yukarı yönlü hareket ederek %124 oranında bir sıçramayla Türkiye toplam ithalatını önemli ölçüde etkileyen bir gelişmeye imza atmıştır. İsviçre'den yapılan ithalatın yıllar bazındaki bu inişli çıkışlı ve keskin eğilimi incelendiğinde, bunun altına bağlılık arz ettiği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda Tablo 8.9, İsviçre'nin Türkiye pazarındaki hakimiyetinin kıymetli taşlar ve metaller faslında olduğunu açıkça sergilemektedir. 2013 yılında İsviçre'nin Türkiye'ye yaptığı ihracatın %79,8'ini teşkil eden kıymetli taşlar ve metaller faslının %99'luk kısmını ise, işlenmemiş ve yarı işlenmiş altın oluşturmaktadır. Bu minvalde, bir önceki yıla göre %201,8 artış kaydeden fasıl ithalatı, 2012'deki 2.55 milyon dolar seviyesinden 2013 yılında 7,7 milyar düzeyine tırmanmıştır. Bu keskin yükseliş ise, İsviçre'den yapılan ithalatın yıllık bazda 119,6 yüzde puan yukarı yönlü hareket etmesine sebep olmuştur. Bunun sonucun-

da da, İsviçre kökenli ve altına dayalı ithalat, yukarıda Tablo 8.2'de de sunulan veriler dâhilinde, 2013 yılında Türkiye'nin ithalat büyümesine 2,3 puanlık bir katkı yaparak, ithalat artışında itici güç olmuştur.

İsviçre Türkiye'deki Tekstil Makineleri Pazarını 2013'te Büyüttü

Aynı dönemde İsviçre'den yapılan ithalatta daha düşük seviyelerde paylara sahip olan diğer bazı fasıllarda da güçlü pazar genişlemeleri gözlenmiştir. Bunlar arasında İsviçre'nin Türkiye'ye ihraç ettiği ürünlerin değer bazında %5,6'sını oluşturan makineler faslı, 2012 yılına göre %33,9 oranında artış kaydederken, %1,4'lük dilimi temsil eden saatler grubundaki %25,6'lık büyüme de dikkat çekmiştir. Bu iki fasıl, İsviçre'den yapılan ithalatın yıllık değişim oranını, sırasıyla 3,2 ve 0,6 puanlarla desteklemiştir. Alt fasıllar analiz edildiğinde, makinelere olan talepteki gelişmenin, dokuma makineleri, karde, tarama ve eğirme makineleri ile örgü makineleri çerçevesinde şekillendiği tespit edilmektedir. Saatler grubu ise, büyük ölçüde kol saatleri bazında büyümüştür. İthalat sıralamasında 3. ve 5. sırada yer alan ecza ürünleri ile optik foto ölçüm cihazlarında ise, 2013 yılında mütevazı büyümeler gözlenmiştir.

TABLO 8.9 İSVİÇRE'DEN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Kıymetli taşlar-metaller	2.553	7.704	79,8	201,8	119,6
Makine	403	539	5,6	33,9	3,2
Ecza ürünleri	411	414	4,3	0,8	0,1
Saatler	108	135	1,4	25,6	0,6
Optik foto ölçüm cihazları	123	126	1,3	3	0,1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.8 Fransa Fransa'dan Yapılan İthalatın Hızını Otomobil ve Uçaklar Kesti

2011 yılındaki %12,9 oranındaki genişlemesinden sonra, 2012 yılında %6,9 hızında düşüğe geçen

Fransa kaynaklı ithalat, 2013 yılında da bu eğilimini sürdürmüş ve %5,9 oranında daralma kaydetmiştir. 2 yıl üst üste süren bu düşüşün fasıllar bazındaki sebepleri analiz edildiğinde, en dikkat çekici rolü motorlu kara taşıtlarının oynadığı anlaşılmaktadır. 2012 yılında %19,9 azalan taşıtlar ithalatı, 2013'te

de özellikle otomobiller ve araç parçaları gruplarının etkisiyle benzer şekilde daralmaya devam etmiş ve %14,4'lük payıyla Fransa'dan yapılan ithalatın yıllık değişim hızını 3,2 puan aşağı çekmiştir (Tablo 8.10). Veriler, Fransa'nın Türkiye pazarında söz konusu dönemde pazar kaybı yaşamasının arkasındaki bir diğer önemli faktörün de, %6,3'lük dilime sahip hava araçları grubu olduğuna işaret etmektedir. 2013'te %32,2 oranında gerileyen fasil ithalatı toplam yıllık hızı 2,8 puan düşürürken, buna uçaklar grubunun sebebiyet verdiği anlaşılmaktadır. Fransa'nın Türkiye ihracatında bir diğer dikkat çekici düşüş ise, %31,7 ile organik kimyasallarda gözlenmiştir. Bu ise, %93'lük keskin azalma kaydeden metil tersiyer bütül eter ithalatından kaynaklanmıştır. Bununla beraber, Fransa'nın Türkiye ihracatında en

yüksek değere imza atan makineler faslı, %5 büyüyerek toplam hızı 0,7 puan yukarı yönlü etkilemiştir. İthalat pastasından sırasıyla %10,5, %8,6 ve %8,3'lük dilimler alan demir-çelik, elektronik ve plastik fasılları da, 2013'te pazar büyümesi kaydetmiştir. Demir-çelik grubu yassı hadde ürünleri bazında talep patlaması yaşamış, plastiklerde ise stiren, etilen ve vinil klorid polimerleri ön plana çıkmıştır. Fransa'dan yapılan ithalatın %5,3'lük kısmını temsil eden ecza ürünleri de, antiseptik kökenli %17,4'lük güçlü artışıyla dikkat çekmektedir. Optik, foto ölçüm cihazları ithalatı 2013'te hafif bir daralma yaşarken, çeşitli kimyasallar ve kozmetik tabanlı parfümeri ürünlerinde ithalat artışları görülmüştür. Tabloda yer almayan enerji ve organik kimyasallar gruplarındaki düşüşlerin de, Fransa'nın pazardaki payını aşağı yönlü çektiğini belirtmek gerekmektedir.

TABLO 8.10 FRANSA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Makine	1.233	1.294	16	5	0,7
Motorlu kara taşıtları	1.440	1.162	14,4	-19,3	-3,2
Demir-Çelik	799	850	10,5	6,5	0,6
Elektronik	668	698	8,6	4,5	0,3
Plastik ve mamulleri	627	668	8,3	6,5	0,5
Hava araçları aksamaları	753	510	6,3	-32,2	-2,8
Ecza ürünleri	364	428	5,3	17,4	0,7
Optik foto ölçüm cihazları	303	296	3,7	-2,3	-0,1
Çeşitli kimyasallar	226	240	3	6,2	0,2
Parfümeri	163	177	2,2	8,5	0,2

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.9 İspanya Taşıtlar ve Makineler, İspanya'nın Türkiye Pazarını Harekete Geçirdi

Türkiye pazarında 2011 yılında güçlü bir genişleme sergileyen İspanya, 2012 yılında yaşadığı %2,8 oranındaki düşüşü 2013'te yeniden tersi yöne çevirmeyi başarmıştır. Bu bağlamda söz konusu dönemde söz konusu ithalat %6,5'lik büyüme göstermiş ve İspanya'yı, Türkiye pazarında büyüme kaydeden AB ülkelerinden biri yapmıştır. İspanya'nın, 2013 yılında Türkiye'ye yaptığı ihracatı artırmamasının arkasında ise, motorlu kara taşıtları faslına önemli bir yere sahip olduğu göz-

lenmektedir. Zira pastanın çeyreklik bölümünü teşkil eden fasil, yıllık %29,2 oranında talep artışı kaydederek, toplam hızı 5,9 puanlık katkıda bulunmuştur (Tablo 8.11). Taşıtlar grubundaki bu gelişim, 1500-2500 cc. dizel motorlu otomobillerin ithalatındaki büyümeden önemli ölçüde etkilenmiştir. Ayrıca, 1000-1500 cc. kıvılcım ateşlemeli motorlu otomobiller de söz konusu artışa destek olmuştur. İspanya'dan yapılan ithalatın 2013 yılında hızlanmasına sebep olan bir diğer fasil ise, makinelerdir. Toplamda %11,7'lik paya sahip olan makineler, büyük ölçüde, kaldırma, yükleme, istifleme ve boşaltma makineleri kaynaklı olarak %31,7 oranında artış gerçekleştirmiştir.



ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

İspanya'dan İthal Edilen Elektronik Ürünlerinde Çarpıcı Artış Kaydedildi

İthalat artışında diğer göze çarpan fasıllar ise, toplamın sırasıyla %7,5 ve %2,2'lik bölümlerini temsil eden elektrik-elektronik ile demir-çelik ürünleri olmuştur. Buradaki artışlarda, sayısal kontrol panelleri ile demir-çelikten tüpler, borular ve içi boş profillerin etkili olduğu anlaşılmaktadır. %4,6 paya sahip organik kimyasallar kategorisi bir başka ithalat

artışı yaşayan grup olurken, demir-çelik, plastik ve bakır fasıllarında ise daralmalara rastlanmaktadır. Demir-çelik faslındaki %7,3'lük ithalat azalması büyük oranda hurda ve atık demirden kaynaklanırken, plastik grubunda ise çeşitli polimerlerde düşüşler tespit edilmiştir.. Öne çıkan fasıllar arasında en sert inişi yaşayan bakır kategorisi ise, "elektrolitik bakırdan katot" alt faslındaki ciddi talep düşüşünden önemli ölçüde etkilenmiştir.

TABLO 8.11 İSPANYA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Motorlu kara taşıtları	1.214	1.569	24,5	29,2	5,9
Makine	568	748	11,7	31,7	3
Demir-Çelik	554	513	8	-7,3	-0,7
Plastik ve mamulleri	500	486	7,6	-2,8	-0,2
Elektronik	308	480	7,5	56,2	2,9
Bakır ve ürünleri	397	321	5	-19,2	-1,3
Organik kimyasallar	277	292	4,6	5,5	0,3
Demir-çelik ürünleri	100	142	2,2	41,1	0,7

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.10 Hindistan Hindistan'dan Yapılan İthalatta Petrol Yağları ve Motorlar Öne Çıktı

2013'te Türkiye'ye en çok ihracat yapan 10. ülke olan Hindistan da, son yıllarda inişli çıkışlı bir seyir izlemiştir. 2011'de enerji grubundaki sıra dışı talep artışıyla %90,6'luk pazar genişlemesi sağlayan Hindistan, 2012'de ise büyük ölçüde yine aynı grubun etkisiyle düşüşe geçmiştir. 2012'de %10,1 azalan Hindistan

kaynaklı ithalat, 2013'te ise yeniden yükselmeye başlamış ve %9 oranında artmıştır. Söz konusu bu gelişmede, önceki yıllarda olduğu gibi mineral yakıtlar ve yağlar faslının baskın etkisi gözlenmektedir. Nitekim enerji grubu olarak nitelendirilebilecek bu kategori, 2013 itibarıyla Hindistan ürünlerinin Türkiye pazarındaki %42,9'luk bölümünü oluşturmakta olup yıllık bazda %9,8 ithalat artışı gerçekleştirmiş ve ülkenin pazardaki büyümesine 4,2 puan hız katmıştır (Tablo 8.12). Petrol yağları kaynaklı olan enerji ürünlerine olan talepteki artışın yanı

TABLO 8.12 HİNDİSTAN'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Mineral yakıtlar yağlar	2.487	2.730	42,9	9,8	4,2
Organik kimyasallar	373	356	5,6	-4,6	-0,3
Makine	228	310	4,9	35,9	1,4
Motorlu kara taşıtları	266	309	4,9	16,3	0,7
Filamentler	282	281	4,4	-0,2	0
Elektronik	206	257	4	24,8	0,9
Lifler	232	245	3,8	5,6	0,2
Plastik ve mamulleri	322	242	3,8	-24,8	-1,4
Demir-Çelik	185	215	3,4	16,2	0,5
Boyalar	118	163	2,6	37,6	0,8
Pamuk	67	128	2	90,6	1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

sıra, %4,9'luk paya sahip makineler faslında görülen %35,9'luk büyüme de, toplam hızı 1,4 puan etkileyerek, Hindistan'dan yapılan 2013 ithalatında öne çıkan unsurlardan olmuştur. Makineler grubundaki pazar genişlemesinde ise, kıvılcım ateşlemeli içten yanmalı pistonlu motorlar ithalatının bir önceki yıldaki seviyesinin 7,5 kat üzerine çıkmasının itici güç olduğu tespit edilmiştir.

Hindistan'dan İthal Edilen Cep Telefonu ve Pamuk İpliğinde Keskin Artışlar Yaşandı

2013'te Hindistan'ın Türkiye pazarındaki yıllık bü-

yüme hızına en çok katkı yapan bir diğer fasıl ise, %90,6 oranındaki keskin çıkışıyla pamuk olmuştur. Pamuk ipliği kaynaklı bir tırmanış sergileyen pamuk grubunu, katkı anlamında elektronik ürünleri izlemiştir. Toplam ithalatın %4'ünü teşkil eden elektronik ürünleri de %24,8'lik güçlü bir artış kaydetmiştir. Bu artışın temelinde ise, %78'lik ciddi talep büyümesi kaydeden cep telefonları yatmaktadır. Öte yandan, motorlu taşıtlar, demir-çelik ve boyalar fasıllarında da çift haneli ithalat artışları göze çarparken, plastik ve organik kimyasallar daralma yaşayan gruplardan olmuştur.

8.3.11 İngiltere İngiltere'den Otomobil, Demir-Çelik ve Motor İthalatı Arttı

Türkiye'nin 2011 yılındaki ithalat büyümesine %24,8'lik artışla katkıda bulunan İngiltere ithalatı, 2012 yılında hafif bir pazar daralması yaşamış, 2013'te ise yeniden yukarı yönlü hareket ederek %11,4 büyümüştür. İngiltere'nin Türkiye pazarındaki ürün kompozisyonu incelendiğinde ise, iki grubun birbirine neredeyse eşit seviyelerde paylar alarak başı çektiği görülmektedir. Bu gruplardan ilk sıradaki makineler İngiltere'den yapılan ithalatın %23,8, ikinci sıradaki demir-çelik ise %23,7'lik bölümlerini oluşturmaktadır (Tablo 8.13). Her iki grup da büyük dilimlere sahip olmanın yanı sıra, 2013 yılında sırasıyla %17,9 ve %16,6'lık çift haneli ithalat artışlarına sahne olmuştur. Aynı dönemde 3. sıradaki motorlu kara taşıtları da, İngiltere'nin Türkiye ihracatında %15,2 gibi önemli bir bölümü temsil etmiş ve %36,1 oranındaki genişlemesiyle toplam yıllık hızı en çok etkileyen grup olmuştur. Bu çerçevede, söz konusu

ilk 3 ürün grubu incelendiğinde, İngiltere'den yapılan ithalatın yıllık hızını sırasıyla 4, 3,8 ve 4,5 puan yukarı yönlü etkiledikleri, bir başka deyişle, pazar büyümesinin motor gücü oldukları anlaşılmaktadır. Makineler faslında gelişimi dizel ve kıvılcım ateşlemeli motorlar tetiklerken, taşıtlar faslında artış büyük ölçüde dizel motorlu otomobillerden kaynaklanmıştır. Demir-çelik grubunda ise, demir veya alaşımsız çelikten yarı mamullerin 2 kat artış göstermesinin, fasıl ithalatında büyük bir etki yaptığı görülmektedir.

İngiltere'nin Türkiye'deki Ecza Pazarı Daraldı

Öte yandan, İngiltere'den ithalatta 2013 yılında sırasıyla %4,6 ve %4,1'lik paylar teşkil eden plastik ve elektronik fasıllarında da, %9,6 ve %5,8 oranlarında pazar büyümeleri gözlenmektedir. Plastiklerde en etkili alt fasıl propilen polimerleri olurken, elektrik-elektronikte ise elektrik enerjisi üretim grupları, telefonlar ve elektrik motorları ön plana çıkmıştır. Elektronik faslına takip eden 3 grupta ise, ilgili dönemde ithalat daralması kaydedildiği fark

TABLO 8.3.11 İNGİLTERE'DEN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Makine	1.266	1.492	23,8	17,9	4
Demir-Çelik	1.272	1.484	23,7	16,6	3,8
Motorlu kara taşıtları	702	955	15,2	36,1	4,5
Plastik ve mamulleri	262	287	4,6	9,6	0,4
Elektronik	246	260	4,1	5,8	0,3
Organik kimyasallar	264	254	4,1	-3,7	-0,2
Ecza ürünleri	290	223	3,6	-23,1	-1,2
Optik foto ölçüm cihazları	182	168	2,7	-7,6	-0,2

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI



ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

edilmektedir. Bu bağlamda, organik kimyasallar, ecza ürünleri ve optik, foto ölçüm cihazlarında sırasıyla %3,7, %23,1 ve %7,6 oranlarında ithalat

düşüşleri gerçekleşmiştir. Ecza grubundaki ciddi düşüş, gerek ilaçlar gerekse aşular alt fasıllarından kaynaklanmıştır.

8.3.12 Güney Kore Kore Makine ve Plastikte Sıçrama, Gemiler ve Vagonlarda Sert İniş Yaptı

Yukarıda incelenen birçok ülke gibi, Güney Kore de, Türkiye'ye yaptığı ihracatta 2011 yılında çift haneli güçlü bir artış, 2012'de ise düşüş sergilemiştir. G. Kore, 2013 yılında ise, Türkiye pazarında yükselişe geçen ülkelerden olmuş ve %7,6 oranında büyüme kaydetmiştir. Veriler, bu büyümenin gerçekleşmesinde, %21,5 ve %15,3'lük paylarıyla 2. ve 3. sırada yer alan makineler ile plastik ve mamulleri fasıllarının başrolde olduğunu göstermektedir (Tablo 8.14). Sırasıyla %29 ve %52,3 gibi çarpıcı oranlarda ithalat artışına imza atan bu gruplar, Kore'den yapılan ithalatın yıllık hıza toplamda 10,9 puan pozitif etki yapmıştır. Makine grubundaki tırmanış, buhar üreten kazanlar, dizel motorlar ve döküm kalıpları alt fasıllarındaki ciddi büyümelerden kaynaklanırken, plastikler faslında ise stiren ve etilen polimerleri ithalatındaki artışlar etkili olmuştur. Fasıllar bazında ithalat sıralamasında ilk sırada yer alan elektrik-elektronik kategorisinde ise, televizyon

kameraları ve parçaları alt grubunda gözlenen 2 katın üzerindeki yıllık talep artışının etkisiyle, %9,5 oranında bir pazar genişlemesi yaşanmıştır. Yukarı yönlü hareketiyle 2013'te dikkat çeken bir başka grup ise, %159,6'lık ithalat artışı kaydeden organik kimyasallar olmuştur. Fasıldaki bu gelişime teraftalık asit ve tuzlar ile izosiyanatlar alt fasıllarındaki katlanarak büyüyen ithalat artışları sebep olmuştur.

2013'te G. Kore'den yapılan ithalatın %6,7'lik kısmını oluşturan demir-çelikte de %26,5 oranında kuvvetli bir artış gözlenirken, %10,4'lük paya sahip taşıtlar faslında, ağırlıklı olarak otomobile bağlı %10'luk bir düşüş kaydedilmiştir. Öte yandan, önde gelen ithalat kategorileri arasında, demiryolu taşıtları, kendinden hareketli vagonlar kaynaklı %51'lik pazar daralmasıyla Kore'den yapılan ithalatın yıllık büyüme hızını 2,1 puan aşağı çekmiştir. Tabloda nispeten küçük payları nedeniyle yer almayan petrol yağları ile tankerler ve yük gemileri ise, sırasıyla %90,6 ve %99,7 ithalat azalması kaydederek, diğer ürün gruplarının pazarda yarattığı güçlü etkiyi 6,6 puan aşağı çekerek zayıflatmıştır.

TABLO 8.14 G. KORE'DEN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Elektronik	1.214	1.329	21,8	9,5	2
Makine	1.016	1.311	21,5	29	5,2
Plastik ve mamulleri	613	933	15,3	52,3	5,7
Motorlu kara taşıtları	700	630	10,4	-10	-1,2
Demir-Çelik	321	406	6,7	26,5	1,5
Kauçuk ve mamulleri	200	199	3,3	-0,3	0
Organik kimyasallar	70	183	3	159,6	2
Optik foto ölçüm cihazları	158	178	2,9	12,8	0,4
Filamentler	138	134	2,2	-2,7	-0,1
Demiryolu taşıtları	234	115	1,9	-51	-2,1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.13 BAE İşlenmemiş Altın İthalatında İsviçre'nin Yanı Sıra BAE de Etkili Oldu

Birleşik Arap Emirlikleri, diğer ülkelerin çoğundan farklı olarak, son yıllarda Türkiye pazarında istikrarlı bir şekilde yüksek büyüme kaydeden bir ülke

olmuştur. Bu minvalde, 2011 yılında %132 oranında artan BAE'den ithalatın, 2012'de %118, 2013 yılında ise %49,7 büyüme kaydettiği gözlenmektedir. Veriler, bu sıra dışı yıllık yükselme trendinin arka planında ise, kıymetli taşlar ve metaller faslının rol aldığını göstermektedir. Nitekim Tablo 8,15 incelendiğinde, 2013 yılında söz konusu faslın,

ülkeden yapılan ithalatın %93,6 gibi ağırlıklı bir bölümünü oluşturmakla beraber %51,4 oranında bir büyüme gerçekleştirdiği fark edilmektedir. Bu yüksek oran ise, BAE'nin Türkiye pazarındaki yıllık büyümesine, 47,6 puanlık bir hız katkısı beraberinde getirmiştir. Bir diğer ifadeyle, BAE'den yapılan ithalatın 2013 yılında %49,7 oranında yükselmesinde 47,6 puanlık kısmı, kıymetli taşlar ve metaller faslı açıklamaktadır. Bu faslın alt grupları incelendiğinde ise, temel sebebin, %50 oranında büyümeyle 4,7 milyar dolarlık ithalat seviyesine erişen işlenmemiş altın olduğu anlaşılmaktadır. Kıymetli taşlar ve metaller faslındaki baskın etki altın kanalıyla gerçekleşmiş olmakla birlikte, bu kategori altında %165 oranında talep artışına imza atan değerli metallere mücevherler grubunun da dikkat çektiği belirtilmelidir.

BAE'den Kerosen İthalatı 5 Katına Çıktı

BAE'den yapılan ithalat altın temelli olmakla birlikte, alüminyum ve plastik gruplarının da pastadan küçük dilimler aldığı gözlenmektedir. Bu bağlamda sırasıyla %2,3 ve %1,7 oranlarında paylara sahip olan bu iki fasıldan her biri, 2013 yılında Türkiye'ye yaptıkları ihracatı %20 bandında artırmıştır. Alüminyum ve mamulleri faslında kaydedilen büyümenin kaynağı işlenmemiş alüminyum alaşımları olurken, plastik ve mamulleri grubunda ise etilen polimerleri ile polietilen tereftalat alt fasıllarındaki hareketlilik etkisini göstermiştir. %0,6'lık oldukça küçük bir paya sahip olan mineral yakıtlar yağlar grubunun ise, 2013 yılında %401,5 oranında talep artışı yaşadığı ve 34 milyon dolar seviyesine çıktığı göze çarpmaktadır. Detaylı alt fasıllar incelendiğinde, bu gelişmede, kerosen ithalatındaki sıçramanın etkisi olduğu tespit edilmiştir.

TABLO 8.15 BAE'DEN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Kıymetli taşlar-metaller	3.326	5.038	93,6	51,4	47,6
Alüminyum ve mamulleri	104	126	2,3	20,2	0,6
Plastik ve mamulleri	75	90	1,7	20	0,4
Mineral yakıtlar yağlar	7	34	0,6	401,5	0,8

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.14 Ukrayna

Ukrayna'nın Türkiye'ye İhracatında Demir-Çelik Faslı Hâkim

Türkiye pazarında 2011 yılında %25,6 oranında genişleme kaydeden Ukrayna, 2012 yılında birçok ülke gibi tek haneli bir daralma yaşamış, 2013'te ise yeniden hareketlenmiştir. Söz konusu dönemde %2,7 artışın görüldüğü Ukrayna ithalatının ürün kompozisyonu incelendiğinde, demir-çelik faslının, %51'lik payı sayesinde açık ara farkla hâkimiyete sahip bir grup olduğu göze çarpmaktadır (Tablo 8.16). Veriler, Ukrayna'nın Türkiye pazarının yarısından fazlasını elinde tutan demir-çelik grubu ithalatında, 2013 yılında %1,1 oranında hafif bir daralma yaşandığını göstermektedir. Bu gelişme, alaşımsız dökme demir alt faslından kaynaklanmış ve Ukrayna'nın yaptığı yıllık ihracat hızı üzerinde 0,6 puanlık negatif bir etki yapmıştır. Fasıllar arası ithalat sıralamasında demir-çelikten sonra gelen yağlar ile gübreler fasıllarının ise, sırasıyla %8 ve %7,6 olmak üzere birbirine yakın paylara sahip oldukları gözlenmektedir. Her iki fasıl da, 2013

döneminde ithalat artışı kaydetmiş ve toplam artış oranına sırasıyla 0,4 ve 1,1 puanlık hız katmıştır. Yağlar faslındaki artışta ay çiçek yağı etkili olurken, gübreler kategorisinde üre gübresi önemli rol oynamıştır. Bunları takip eden mineral yakıtlar ve yağlar grubunda ise, antrasit kömürü kaynaklı bir düşüş gözlenmektedir.

Ukrayna'dan İthal Edilen Demir Cevherleri ve Mısır Ürünlerinde Patlama Yaşandı

Ön sıralarda yer alan fasıllar arasında en hızlı ithalat artışları ise, hububat ile cevherler ve cürüflarda görülmüştür. Sırasıyla %196,3 ve %151,7 oranlarında çarpıcı pazar büyümeleri gerçekleştiren bu iki fasıl, yıllık toplam hız üzerindeki 3,8 ve 3 puanlık katkılarıyla, Ukrayna'dan 2013 yılında yapılan ithalatın motor gücünü oluşturmuştur. İthalatını yaklaşık 2 kat artıran hububat faslının performansında mısır alt faslı etkili olurken, cevher ve cürüfler kategorisindeki 1.5 kat artış ise demir cevherlerinden kaynaklanmıştır. Öte yandan, hububat ile cevher ve cürüfların Türkiye



ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

pazarında yarattığı bu güçlü etkiyi, yağlı tohumlar ve ahşap ürünleri ithalatında kaydedilen çift haneli

daralmalar aşağı yönlü etkilemiş, bir başka deyişle zayıflatmıştır.

TABLO 8.16 UKRAYNA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Demir-Çelik	2.327	2.303	51	-1,1	-0,6
Yağlar	341	360	8	5,6	0,4
Gübreler	295	343	7,6	16,2	1,1
Mineral yakıtlar yağlar	298	282	6,2	-5,2	-0,4
Cevher cüruf	111	280	6,2	151,7	3,8
Hububat	67	199	4,4	196,3	3
Ahşap ürünleri	228	180	4	-20,9	-1,1
Gıda kalıntıları	133	151	3,3	13,6	0,4
Yağlı tohumlar	243	136	3	-44,1	-2,4

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.15 Yunanistan Yunanistan'dan Yapılan İthalatın Artışında Etkin Grup Petrol Yağları Oldu

Yunanistan, son yıllarda Türkiye pazarında istikrarlı ve yüksek pazar genişlemesi kaydederek yer alan ülkelerden biri olmuştur. Bu doğrultuda, 2011 yılındaki %66,6 oranında artan Yunanistan kökenli ithalat, ertesi iki sene boyunca ivmesini düşürerek artmaya devam etmiştir. Veriler incelendiğinde, 2012 ve 2013 yıllarında sırasıyla %37,8 ve %18,8 artış sergileyen Yunanistan kökenli ithalatta en etkili ürün grubunun, mineral yakıtlar ve yağlar olduğu anlaşılmaktadır. Mineral yakıtlar ve yağlar faslı, Yunanistan'ın Türkiye pazarında %75 gibi ciddi bir ağırlığa sahip olmakla birlikte, 2013 yılında pazarda %24,4 oranında bir büyüme kaydetmiştir (Tablo 8.17). Böylelikle, Yunanistan'dan yapılan ithalatın yıllık gelişimini 17,5 yüzde puan yukarı yönlü etkileyen enerji grubu, yıllık %18,8'lik büyümeyi büyük ölçüde açıklamıştır. Fasılda görülen artışın, petrol yağları ağırlıklı olduğu gözlenmektedir.

Yunanistan Plastik ve Pamuk Pazarında Büyüme Kaydetti

Bununla birlikte, Yunanistan'dan gelen ürün portföyünde %6,7 ile en büyük ikinci dilime sahip olan pamuk faslında da, yıllık bazda %8,1 oranında bir ithalat artışı kaydedilmiştir. Taranmamış pamuk talebindeki artış sonucu ortaya çıkan bu pazar büyümesinin yanı sıra, plastik ve mamulleri faslının da %10,1'lik bir canlanma yaşadığı dikkati çekmektedir. Hesaplamalar, Yunanistan'dan yapılan toplam ithalatın %5,1'lik kısmını temsil eden plastik kategorisinde, propilen polimerlerindeki artışın etkisinin hâkim olduğunu göstermektedir.

Yunanistan'dan İthal Bakır ve Alüminyumda Düşüş Var

Yunanistan'ın Türkiye pazarında sırasıyla %2 ve %1,3'lük oldukça küçük paylara sahip olan alüminyum ve bakır gruplarında ise, 2013 yılında ithalat daralması gerçekleşmiştir. %7,1'lik düşüş ile göze çarpan bakır ve ürünleri faslında, bakır tüp ve borular alt faslına yönelik talep azalmasının rol oynadığı tespit edilmiştir.

TABLO 8.17 YUNANİSTAN'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Mineral yakıtlar yağlar	2.534	3.153	75	24,4	17,5
Pamuk	261	282	6,7	8,1	0,6
Plastik ve mamulleri	195	215	5,1	10,1	0,6
Alüminyum ve mamulleri	86	86	2	-0,9	0
Bakır ve ürünleri	57	53	1,3	-7,1	-0,1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.16 Belçika

Belçika'dan İthal Edilen Plastik ve Demir-Çelik Ters Yönlü Hareket Etti

Yukarıda incelenen birçok ülkeye benzer bir şekilde 2011'de çift haneli büyüme, 2012'de ise tek haneli daralma kaydeden Belçika kaynaklı ithalat, 2013 senesinde ise %4,1 genişlemeye sahne olmuştur. Belçika'dan ithal edilen ürün portföyüne göz atıldığında, plastik ve mamulleri ile demir-çelik gruplarının, sahip oldukları yüksek paylarla başı çektiği fark edilmektedir. Belçika'nın Türkiye'ye ihracatında sırasıyla %23,4 ve %20,1'lik dilimleri teşkil eden bu iki fasılın, 2013 yılında ters yönlü hareket ettikleri göze çarpmaktadır (Tablo 8.18). Nitekim plastik grubu ithalatında %13,5 oranında artış görülürken, demir-çelikte ise %15,2'lik düşüş yaşanmıştır. Bu rakamlar, 2013 yılında Belçika'nın Türkiye'ye yaptığı ihracatta en olumlu katkıyı plastik, en olumsuz etkiyi ise demir-çelik fasıllarının yaptığına işaret etmektedir. Plastik kategorisindeki gelişmede propilen ve vinil klorid polimerleri ağırlıklı bir etki

yaratırken, diğer söz konusu fasılda ise hurda demir-çelik önemli rol oynamıştır.

Belçika Kaynaklı Aşılarda Artış, Dizel Otomobillerde Düşüş Sergilendi

Belçika'dan yapılan ithalatın %15,7 gibi önemli bir bölümünü oluşturan makineler faslı ise, büyük ölçüde gaz türbinlerindeki ciddi artıştan etkilenerek yıllık %13,5 büyüme kaydetmiş ve Belçika'nın Türkiye pazarındaki 2013 genişlemesine 1,9 puanlık hız katmıştır. Aynı dönemde artış oranıyla en dikkat çeken fasıl ise, %43,1 ile ecza ürünleri olmuştur. Belçika'nın pazardaki büyümesine 1,7 puan destek veren ve pastanın %5,6'sını oluşturan ecza ürünlerindeki yukarı yönlü harekette, 2012 yılına göre yaklaşık 1.5 kat artış kaydeden aşılardan hatırı sayılır rolü olduğu gözlenmektedir. Ecza kategorisine yakın bir büyüklükte paya sahip motorlu taşıtlar ithalatında ise, özellikle 1500-2500 cc. dizel motorlu araçlardan kaynaklı olan %10,8 oranında bir düşüş olduğu fark edilmektedir. Bunlara ek olarak, organik kimyasallar ithalatında bir gerileme, çeşitli kimyasallar ile boyalarda ise hafif yükselme görülmüştür.

TABLO 8.18 BELÇİKA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Plastik ve mamulleri	794	900	23,4	13,5	2,9
Demir-Çelik	912	773	20,1	-15,2	-3,7
Makine	530	602	15,7	13,5	1,9
Ecza ürünleri	150	214	5,6	43,1	1,7
Motorlu kara taşıtları	236	211	5,5	-10,8	-0,7
Organik kimyasallar	206	198	5,2	-3,6	-0,2
Çeşitli kimyasallar	115	118	3,1	2,5	0,1
Boyalar	86	91	2,4	5,5	0,1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.17 Romanya

Romanya 2013 Türkiye Pazarında Dizel Otomobille Büyüdü, Demir-Çelikte Küçüldü

Romanya'dan yapılan ithalat 2011 ve 2012 yıllarında sırasıyla %10,2 ve %-14,9 oranlarında değişim kaydetmiş, 2013 yılında ise %11 oranında yukarı yönlü hareket etmiştir. 2013 yılındaki gelişim fasıllar itibarıyla ele alındığında, ülkenin Türkiye'ye

yaptığı ihracatın %31,2 gibi önemli bir kısmının demir-çelik faslından geldiği gözlenmektedir (Tablo 8.19). Pastada bu denli büyük bir dilime sahip olan demir-çelik, 2013'te yassı hadde ürünlerine yönelik talepteki düşüşün ağırlıklı etkisiyle bir önceki yıla göre %6,8 gerilemiş ve böylece Romanya'nın pazardaki gelişimine 2,5 puanlık ket vermiştir. Demir-çelik faslını %18,1'lik payla takip eden motorlu kara taşıtları ise, özellikle %70,5 oranında tırmanış yaşayan 1500 cc. altı dizel motorlu

8

ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

araçların ithalatı nedeniyle %60,7 gibi sıra dışı bir büyüme kaydetmiş ve 7,6 yüzde puanla Romanya kaynaklı ithalatın itici gücü olmuştur. Öte yandan, %7,4 oranındaki payı ile 3. sırada yer alan makineler grubu ithalatında da, kıvılcım ateşlemeli piston motorlar kaynaklı %27,8'lik güçlü bir artış göze çarpmaktadır.

Romanya Ürünleri Arasında Petrol Yağları, Ay Çekirdeği ve Şampuanlar Dikkat Çekti

Romanya'dan ithal edilen ürünler arasında 2013 yılında en yüksek artışı kaydeden gruplar ise, sırasıyla %122,6 ve %161,2 büyüme kaydeden

petrol yağları ağırlıklı enerji ile ay çekirdeği kaynaklı yağlı tohumlar olmuştur. Bu iki grup, Romanya'nın Türkiye pazarındaki 2013 büyümesine sırasıyla 4 ve 2,4 puanlık katkılar sağlamıştır. Nispeten küçük payına rağmen artış oranıyla göze çarpan bir diğer ithalat faslı ise, şampuan alt faslındaki büyümenin etkisiyle %55 pazar genişlemesi yaşayan parfümeri olmuştur. Romanya'nın Türkiye'ye yaptığı ihracatta birçok alt ürün grubu artış kaydederken, en sert düşüşü, %61'lik hızla ve üre gübresi nedeniyle gübreler grubu kaydetmiştir. İşlenmemiş altın kaynaklı olarak, kıymetli taşlar ve metaller grubunda da bir pazar daralması gerçekleştiği gözlenmektedir.

TABLO 8.19 ROMANYA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Demir-Çelik	1.202	1.120	31,2	-6,8	-2,5
Motorlu kara taşıtları	404	649	18,1	60,7	7,6
Makine	209	267	7,4	27,8	1,8
Mineral yakıtlar yağlar	105	233	6,5	122,6	4
Ahşap ürünleri	202	206	5,7	2,1	0,1
Elektronik	171	175	4,9	1,9	0,1
Kauçuk ve mamulleri	110	132	3,7	19,9	0,7
Yağlı tohumlar	48	126	3,5	161,2	2,4
Kıymetli taşlar-metaller	97	81	2,3	-16,2	-0,5
Gübreler	202	79	2,2	-61	-3,8
Parfümeri	48	74	2,1	55	0,8

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.18 Japonya Japon Otomobil ve Çelik Mamul İthalatı Düşüş Kaydetti

Japonya'nın Türkiye'ye yaptığı ihracat 2011 yılında %29,8 büyürken 2012 yılında %15,5 oranında ani bir düşüş yaşamış, 2013 yılında ise bu düşüş %4,1'lik daha hafif bir seviyede devam etmiştir. Söz konusu gelişim fasıllar bazında irdelendiğinde, 2012 yılındaki sert düşüşte başrolde olan motorlu kara taşıtlarındaki daralmanın, 2013 yılında da sürdüğü ve pazardaki büyümeyi 1,7 puan aşağı yönlü etkilediği anlaşılmaktadır. Zira Japonya'nın Türkiye pazarının 1/8'lik bölümünü oluşturan motorlu taşıtlar ithalatı, özellikle 1500 cc. altı dizel motorlu otomobillere bağlı olarak 2013'te %12,2 oranında azalmıştır. Tablo 8.20, Japonya'dan yapılan ithalatta 2013 yılında önde gelen fasılları sunmaktadır.

Buna göre, ilgili dönemde pazarda, taşıtlardan daha önemli bir daralma etkisini, %41,5 ithalat düşüşüyle demir-çelik faslına gerçekleştirdiği fark edilmektedir. Toplam ithalatın %5,9'luk kısmını temsil eden demir-çelik grubundaki bu gerilemede, alaşımli çelikten yassı hadde mamullerindeki keskin düşüş etkili olmuştur.

Japonya'nın Türkiye Pazarındaki Düşüşünde Taşıma Gemileri Anahtar Rol Oynadı

Öte yandan, Japonya'nın Türkiye pazarında %44,2'lik payla hâkim olan makineler faslı, aynı dönemde %21,4'lik bir genişlemeye sahne olmuştur. Bu ise, ülkenin pazardaki yıllık gelişimini 7,5 puan hızlandırmıştır. Ancak bu yüksek hızın, yukarıda bahsedilen taşıtlar ve demir-çelik

gruplarıyla hafifletildiği, ayrıca elektronik ve plastik ürünlerindeki sırasıyla %11,6 ve %21,6'lık düşüşler sonucunda da toplam 1,9 puan daha aşağı çekildiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, bu gelişmeler ve tablodaki diğer veriler, Japonya'dan yapılan ithalattaki yıllık %4,1 oranındaki gerilemeyi tam olarak açıklayamamaktadır. Bu minvalde veriler

daha detaylı incelendiğinde, Japonya'nın pazar kaybına asıl sebebi veren ürünün, 2012'deki 172 milyon dolar seviyesinden 2013'te 0'a düşen taşıma gemileri olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda taşıma gemileri ithalatının 2013'te sıfırlanması, Japonya'nın Türkiye'ye yaptığı ihracat hızını 4,8 puan olumsuz etkilemiştir.

TABLO 8.20 JAPONYA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Makine	1.259	1.528	44,2	21,4	7,5
Motorlu kara taşıtları	489	430	12,4	-12,2	-1,7
Elektronik	340	301	8,7	-11,6	-1,1
Optik foto ölçüm cihazları	225	235	6,8	4,6	0,3
Demir-Çelik	350	205	5,9	-41,5	-4
Kauçuk ve mamulleri	151	176	5,1	16,4	0,7
Plastik ve mamulleri	134	105	3	-21,6	-0,8

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

8.3.19 Hollanda Hurda Demir-Çelik İthalatı Azaldı

Türkiye'nin Hollanda'dan yaptığı ithalatta 2011 yılındaki %26,9 oranındaki artış, 2012 ve 2013 yıllarında yerini sırasıyla %8,6 ve %8,1'lik düşüslere bırakmıştır. İki yıl üst üste devam eden söz konusu pazar daralması fasıllar itibariyle değerlendirildiğinde, ilk sırada yer alan ve %18,9 oranında bir payı temsil eden demir-çelik faslının oynadığı rol dikkat çekmektedir (Tablo 8.21). Nitekim demir-çelik kategorisi 2013 yılında %38,5 oranında bir ithalat düşüşü kaydetmiş ve Hollanda'nın 2013 Türkiye pazarındaki gelişim hızını 10,9 puan aşağı yönlü etkilemiştir. Bu sert düşüşte, demir-çelik faslının en hacimli alt grubu olan hurda demir çelikteki %42 oranında keskin inişin etkin olduğu gözlenmiştir. Hollanda'dan

yapılan ithalatın hızını kesen bir başka grup ise, %3,4 oranında düşük bir paya sahip olan ancak %40,2'lik kuvvetli düşüşüyle toplam Hollanda ithalatı gelişimini 2,1 puan aşağı çeken mineral yakıtlar ve yağlar olmuştur. Diğer birçok ülke analizindeki sonuçlara benzer şekilde petrol yağları ithalatında görülen bu daralmanın tersi yönde etki eden bir fasıl olarak ise, organik kimyasallar dikkat çekmektedir. Metil tersiyer bütül eter alt faslındaki sıra dışı artıştan kaynaklanan bu gelişme, Hollanda'dan yapılan ithalat hızını en pozitif etkileyen unsur olmuştur.

Hollanda Menşeli Organik Kimyasal ve Makinelerde Artış Görüldü

Bununla beraber, 2013 yılında Hollanda'dan

TABLO 8.21 HOLLANDA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILLARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasil Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Demir-Çelik	1.033	636	18,9	-38,5	-10,9
Plastik ve mamulleri	530	512	15,2	-3,4	-0,5
Makine	293	321	9,6	9,6	0,8
Organik kimyasallar	206	309	9,2	49,9	2,8
Motorlu kara taşıtları	246	237	7,1	-3,7	-0,2
Mineral yakıtlar yağlar	192	115	3,4	-40,2	-2,1
Elektronik	110	107	3,2	-2,3	-0,1

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI



ÜLKE GRUPLARI VE ÜLKELERE GÖRE İTHALAT

yapılan ithalatta, %15,2 oranındaki payla 2. sırada yer alan plastik ve mamullerinde de %3,4 oranında mütevazı bir düşüş olduğu gözlenmektedir. 3. sıradaki makineler ise 2012 yılına göre %9,6 oranında pazar büyümesine imza atmıştır. Makineler faslı alt grupları incelendiğinde, sıvılar

için pompalar ile et hazırlama ve meyve, sebze ayırma ve temizleme makinelerinde kaydedilen artışlar ön plana çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, Hollanda kaynaklı motorlu kara taşıtları ve elektronik ithalatında da düşük seviyede azalmalar göze çarpmaktadır.

8.3.20 Polonya Polonya'dan İthal Edilen Makine ve Taşıtlarda Yükseliş Gözlendi

Polonya'nın Türkiye'ye yaptığı ihracat 2011 yılında %33,4 oranında büyümüş ancak 2012 yılında genel eğilime paralel bir şekilde %12,5'lik bir hızla düşüşe geçmiştir. Bununla birlikte, Polonya 2013 yılında Türkiye pazarında yeniden toparlanma sürecine giren ülkelerden olmuş ve ihracatını %4,1 oranında artırmıştır. İthalatı yapılan önde gelen Polonya ürün grupları Tablo 8.22'de sunulmaktadır. Buna göre, verilerin ortaya koyduğu gerçeklerin başında, makineler ve motorlu kara taşıtları fasıllarının bir arada pastanın yarısını oluşturduğu gelmektedir. Bunun yanı sıra, 2013 yılında her iki grupta da görülen %30 bandındaki ithalat artışları Polonya'nın Türkiye pazarında toplam 13,9 gibi önemli bir artış hızı kazanmasını sağlamıştır. Makinelerde dizel motorlar ve biçerdöverler etkili olurken, taşıtlardaki artışta 1500 cc. altı dizel motorlar önemli rol oynamıştır.

Elektronik Ürünleri Polonya'nın Türkiye'deki Hızına Ket Vurdu

Öte yandan, ilk 2 sırada yer alan bu fasıllardaki kuvvetli büyümenin tetiklediği yıllık artış, Polonya'dan yapılan ithalatın %11,6'sını teşkil eden elektronik grubundaki %44,8'lik sert düşüşle ciddi ölçüde ivme kaybetmiştir. LCD ve LED tabanlı renkli gösterge tablolarındaki keskin düşüş, bu gelişmede oldukça etkili olmuştur. Demir-çelik faslı da, %52,1 oranındaki ithalat azalmasıyla 2013 yılında Polonya kökenli ürünler arasında göze çarpan ve aşağı yönlü etki yapan bir grup olmuştur.

Polonya'dan Bakır Katotları İthalatı %107 Büyümesiyle Dikkat Çekti

Öne çıkan fasıllar arasında en hızlı ithalat artışının kaydedildiği grup ise, %107,1 ile bakır olmuştur. Polonya'nın pazardaki gelişimini 2,4 puan olumlu etkileyen bu fasıl, işlenmemiş bakır katotlarına yönelik talep artışına bağlı olarak büyüme sergilemiştir. Ayrıca plastik ve mamulleri faslının da, %25'lik oranla güçlü bir ithalat artışına imza attığı gözlenmektedir.

TABLO 8.22 POLONYA'DAN YAPILAN İTHALATTA ÖNDE GELEN FASILARIN GELİŞİMİ VE ROLÜ

	2012 İthalat (milyon \$)	2013 İthalat (milyon \$)	2013 Fasıllık Payı (%)	2013 Değişim Oranı (%)	2013 Katkı (puan)
Makine	731	970	30,5	32,8	7,8
Motorlu kara taşıtları	488	644	20,2	31,9	5,1
Elektronik	666	368	11,6	-44,8	-9,8
Bakır ve ürünleri	70	145	4,5	107,1	2,4
Kauçuk ve mamulleri	110	114	3,6	2,9	0,1
Plastik ve mamulleri	80	100	3,1	25	0,7
Parfümler	87	89	2,8	2,8	0,1
Demir-çelik	116	56	1,7	-52,1	-2

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

NET İHRACAT



9 NET İHRACAT

İhracat ve ithalat gerçekleştirmelerini ayrı ayrı değerlendirmenin yanı sıra, gerek ülkeler gerekse sektörler bazında net ihracat tablosunu görmek de, genel resmi anlamak açısından önem taşımaktadır. Nitekim bazı önde gelen ihracatçı sektörler ya da pazarlarda ithalat yoğun olup ihracatın etkisini indirgeyebileceği gibi, bir kısmında ise düşük olup ihracatın net katkısının gözle görülür seviyelerde gerçekleşmesini sağlamaktadır. Bu noktada, ihracat ve ithalat değerleri arasındaki farkı yansıtan net ihracatın, ulusal ekonominin (harcamalar metoduyla) GSYH hesaplamalarında, dış ticaretin milli gelire katkısını gösteren kalem olarak görev yaptığının da altını çizmek gerekir. Türkiye ekonomisinde 2013 yılında net ihracat top-

lam -99.844 milyon dolar olmuştur. Bu aynı zamanda bir sonraki bölümde analiz edilecek olan dış ticaret açığı kavramıyla da eş değerdir. Bir başka deyişle, Türkiye 2013 yılında 99.844 milyon dolar dış ticaret açığı vermiş ve dünya pazarlarında net ithalatçı bir ülke olmayı sürdürmüştür. 2012 yılına göre ise bu açık, %18,7 oranında artış kaydetmiştir. Bu bağlamda, Türkiye ekonomisinin uzun yıllardır süregelen bu durumunun ve özellikle 2013 yılındaki söz konusu gelişmelerin arka planında hangi pazar ve sektörlerin yer aldığını anlamakta fayda vardır. Dolayısıyla bu bölüm, net ihracatı olumlu ya da olumsuz etkileyen faktörleri, önde gelen ülkeler ve fasıllar bazında incelemektedir

9.1 ÜLKELERE GÖRE NET İHRACAT

Bu bölüm, Türkiye'nin hangi partnerleriyle net ihracatçı hangileriyle ise net ithalatçı pozisyonunda olduğunu analiz etmektedir. Bu çerçevede, daha önceki bölümlerde de detaylı olarak ele alınan, ihracat ve ithalat sıralamalarındaki ilk 20 ülke baz alınmaktadır. Bu iki kümenin birebir örtüşmemesi nedeniyle, kesişim kümesi dışındaki ülkelerin de dâhil edilmesiyle birlikte, en büyük ihracat ve ithalat pazarlarının toplam sayısı 26'ya ulaşmaktadır. Örnek olarak, Hindistan pazarı ihracat sıralamasında ilk 20'ye giremezken, ithalatta ise ilk 10'da yer almakta ve önemli bir ithalat pazarı olduğu için net ihracat analizi kapsamına girmektedir. Dolayısıyla bu bölümde, Türkiye'nin 2013 yılı net ihracatı 26 önde gelen dış ticaret partneri çerçevesinde analiz edilmektedir.

Önde Gelen Pazarların 8'inde Ticaret Fazlası, 18'inde ise Ticaret Açığı Verildi

Tablo 9.1, 2013 yılı net ihracatına dair hesaplamaları her ülke için detaylı bir şekilde sunmaktadır. Buna göre, -99.844 milyon dolar net ihracat değeriyle, net ithalatçı olan Türkiye'nin, buna bağlı olarak dış ticaret fazlası verdiği ülkeler azınlıktadır. Tablonun üst kısmında yer alan ve Türkiye'nin net ihracatçı olduğu pazarların sayısı 8 iken, alt kısımda bulunan ve Türkiye'nin net ithalatçı rolü oynadığı ülkelerin sayısının 18 olduğu görülmektedir

Net İhracatta Irak Pazarı Açık Ara Farkla Birinci

Bu kapsamda, ilk etapta net ihracatın pozitif olduğu pazarlara göz atılacak olursa, ilk sırada açık ara farkla Irak

göze çarpmaktadır. Türkiye ihracatında 2013 yılında 2. sırada yer alan Irak'tan yapılan ithalatın nispeten oldukça düşük olması, bu pazarda 11.807 milyon dolarlık bir dış ticaret fazlasını beraberinde getirmiştir. Bu minvalde, Türkiye'nin ithalat yaptığı ülkeler sıralamasında Irak'ın 80. sırada yer aldığını vurgulamak da, ortaya çıkan sonuç açısından anlamlı olacaktır. Irak'a yapılan net ihracat 2013 yılında %10,6 artmış ve Türkiye'nin %18,7 düşen toplam net ihracatını 1,35 puan yukarı yönlü etkilemiştir. Bu bağlamda Irak pazarı söz konusu dönemde net ihracata en önemli olumlu katkıyı yapan faktör olmuştur.

Azerbaycan ve İngiltere Net İhracatta İlk Üçe Girdi

Türkiye'nin 2013'te en çok ihracat yaptığı ülkeler sıralamasında 15. olan Azerbaycan'ın ise, düşük ithalata bağlı olarak net ihracatta 2. pazar konumunu elde ettiği göze çarpmaktadır. Üstelik Türkiye'nin Azerbaycan pazarındaki net ihracatçı rolü ilgili dönemde %17 artışla güçlenmiş ve ulusal net ihracatın yıllık değişim hızını 0,45 puan olumlu etkilemiştir. Net ihracat değeri 2.627 milyon dolar olan Azerbaycan pazarını, Türkiye'nin en büyük 3. ihracat partneri olan İngiltere izlemektedir. Bu pazarda ihracatın ithalattan nispeten büyük olması nedeniyle, 2013 senesindeki %18,3'lük düşüşe rağmen, net ihracat pozitif bir değerle 2.502 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Libya'ya Yapılan Net İhracat %42,1 Artış Kaydetti

Libya da, net ihracat verilen pazarlar arasında dikkat

çeken bir konumundadır. Nitekim Libya da Azerbaycan gibi, ihracat sıralamasında daha gerilerde yer almakta ancak net ihracatta öne çıkmaktadır. Bu ise, ihracat değeri sıralamasında 16. olan Libya'nın ithalat sıralamasında düşük bir miktarla 60. sırada yer almasından kaynaklanmaktadır. Bu minvalde, Libya'nın İngiltere'ye yakın bir düzey olan 2.449 milyon dolar net ihracatla 4. sırada yer aldığı görülmektedir. Libya'ya yapılan net ihracatın 2013 yılında %42,1 oranında artarak toplam hıza 0,86 puan katkı sağladığının da altını çizmek gerekir.

Mısır ve Suudi Arabistan İhracat Düşüşüne Rağmen Dış Ticaret Fazlası Verdi

Dış ticaret fazlası verilen pazarlar arasında 5. ve 6. sırada yer alan Mısır ve Suudi Arabistan'da ise, söz

konusu dönemde yaşanan ihracat daralmasına bağlı olarak net ihracatta düşüş görülmüş ancak yine de nispeten düşük ithalat seviyeleri nedeniyle bu pazarlarda dış ticaret fazlası elde edilmiştir. Bu bağlamda, Mısır ve Suudi Arabistan'a 2013 yılında sırasıyla 1.572 ve 1.177 milyon dolarlık net ihracat yapılmıştır.

Net İhracatın En Hızlı Büyüdüğü Pazar Hollanda Oldu

Sıralamada bu iki ülkeyi izleyen İsrail ve Hollanda'nın ise, yapılan ihracatın ithalattan bir miktar üst düzeyde olması sebebiyle düşük seviyelerde de olsa pozitif net ihracat değerleri kaydettiği anlaşılmaktadır. İsrail'e yapılan net ihracat, aynı dönemdeki ithalatın göreceli bir ivme kazanması nedeniyle %62,5 daralmıştır. Hollanda ise ihracatın artarken ithalatın düşüş kaydetmesi sonucu, net ihracatta %142,3 büyümeyle en öne çıkan pazar olmuştur.

TABLO 9.1 ÜLKELER VE NET İHRACAT (2013)

	Net İhracat Değeri (milyon \$)	İhracat Sırası	İhracat Değeri (milyon \$)	İthalat Sırası	İthalat Değeri (milyon \$)	Net İhracat Değişim Hızı (%)	Toplam Net İhracat Hızına Katkı (puan)
Irak	11 807	2	11 953	80	146	10,6	1,35
Azerbaycan	2 627	15	2 960	58	334	17	0,45
İngiltere	2 502	3	8 773	11	6 271	-18,3	-0,67
Libya	2 449	16	2 753	60	304	42,1	0,86
Mısır	1 572	13	3 201	31	1 629	-32,7	-0,91
S. Arabistan	1 177	14	3 192	25	2 015	-21,8	-0,39
İsrail	232	17	2 650	23	2 418	-62,5	-0,46
Hollanda	176	12	3 538	19	3 362	142,3	0,7
BAE	- 418	8	4 966	13	5 384	-109,1	-5,94
Romanya	- 976	18	2 617	17	3 593	-31,7	-0,28
Polonya	- 1 126	21	2 059	20	3 184	6,5	0,09
Belçika	- 1 269	19	2 574	16	3 843	4,6	0,07
Fransa	- 1 702	6	6 378	8	8 080	28,8	0,82
İspanya	- 2 083	9	4 335	9	6 418	9,7	0,27
Ukrayna	- 2 325	20	2 191	14	4 516	9,3	0,28
Yunanistan	- 2 768	25	1 438	15	4 206	-29,5	-0,75
Japonya	- 3 044	57	409	18	3 453	6,9	0,27
Güney Kore	- 5 628	52	460	12	6 088	-9,7	-0,59
Hindistan	- 5 781	48	587	10	6 368	-14,4	-0,87
İtalya	- 6 167	5	6 718	4	12 885	11,5	0,96
İran	- 6 190	10	4 193	6	10 383	-203	-4,93
ABD	- 6 960	7	5 636	5	12 596	18,4	1,86
İsviçre	- 8 633	33	1 015	7	9 647	-295,9	-7,67
Almanya	- 10 476	1	13 706	3	24 182	-26,6	-2,62
Rusya	- 18 099	4	6 965	1	25 064	9,3	2,19
Çin	- 21 085	11	3 601	2	24 686	-14,2	-3,12
Diğerleri	- 17 654		42 940		60 594	1,2	0,27
Genel toplam	- 99 844		151 806		251 650	-18,7	

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

Türkmenistan ve Cezayir de Dış Ticaret Fazlası Verilen Pazarlar Arasında Öne Çıktı

Tablo 9.1'de yer alan Türkiye'nin dış ticaret fazlası verdiği ülkeler bu şekilde listelenmekle birlikte, bunların ihracat ve ithalatta ilk 20'de yer alan pazarların birleşim kümesi olduğunu bir kez daha hatırlatmakta fayda vardır. Zira pozitif net ihracatın gerçekleştiği birçok ülke, Türkiye'nin ihracat ve ithalatında geri sıralarda oldukları için burada ele alınmamıştır. Bu kapsamda, Türkmenistan, Cezayir, Kıbrıs, Gürcistan, Suriye, Malta ve Ürdün'ün söz konusu pazarlar arasında önemli bir yeri olduğu belirtilmelidir. Bunun yanı sıra, MENA bölgesinde Lübnan, Fas, Yemen, Tunus, Avrupa'da ise Sırbistan ve Slovenya, pozitif net ihracat değeri kaydedilen ülkeler arasında dikkat çekmektedir. Afrika ülkeleri başta olmak üzere, burada belirtilmeyen daha birçok pazarda da, nispeten düşük seviyelerde de olsa, ticaret fazlaları gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin Net İthalatçı Olduğu En Büyük Pazar Çin

Dış ticaret açığının verildiği, bir diğer ifadeyle, net ihracatın negatif olduğu pazarlar incelendiğinde ise, Tablo 9.1'deki verilerin en dikkat çektiği ülkelerin Çin ve Rusya olduğu görülmektedir. Türkiye'nin Çin pazarı, 2013 yılında ihracatta 11. sırada olmakla birlikte, ithalatta ikinciliği elinde bulundurması dolayısıyla, net ihracatta -21.085 milyon dolar ile en son sırada yer almıştır. Dolayısıyla Çin'in, Türkiye'nin net ithalatçı olduğu en büyük pazar konumunda olduğu anlaşılmaktadır. Çin pazarında gerçekleşen yıllık %14,2 oranındaki net ihracat daralmasının, 2013 yılı toplam net ihracat hızını 3,12 puan olumsuz etkilediğini de belirtmek gerekir.

Net İhracatın Yıllık Gelişimine En Büyük Desteği Rusya Verdi

Çin'i takip eden Rusya ise, en önde gelen ihracat pazarlarından biri olmasına rağmen, ithalatta liderlik pozisyonunda olması nedeniyle, önemli bir dış ticaret açığının verildiği ülkelerden olmuştur. 18.099 milyon dolar net ithalatın gerçekleştirildiği Rusya pazarı, bununla birlikte, 2013 yılında ihracatın artarken ithalatın gerilemesi sonucu net ihracatta %9,3 büyümeye kaydetmiştir. Bu ise, Türkiye'nin ilgili dönemdeki net ihracat büyümeye hızını 2,2 yüzde puanla en olumlu etkileyen faktör olmuştur.

İsviçre Türkiye'nin Net İhracat Hızını En Olumsuz Etkileyen Ülke Oldu

Türkiye'nin ihracattaki en büyük partneri olan Almanya ise, ulusal ithalatta da ilk 3'e girmesi nedeniyle 2013 yılında net ihracatta negatif bir değer kaydetmiştir. 10.476 milyon dolar net ithalatın gerçekleştirildiği Almanya pazarı, aynı dönemde ithalattaki artışın ihracatı önemli ölçüde geçmesi nedeniyle, net ihracatta %26,6 oranında bir daralma yaşamıştır. Bu ise, Türkiye'nin 2013 yılındaki net ihracat gelişimini, 2,62 puan aşağı yönlü etkilemiştir. Dış ticaret açığı sıralamasında Almanya'yı takip eden İsviçre ise, 2013 yılında ihracatta 33. sırada iken ithalatta 7.liği elde etmesine bağlı olarak, 8.633 milyon dolar ticaret açığı verilen bir pazar olmuştur. İsviçre, altın ithalatındaki sert yükselişe bağlı olarak, %295,9 oranında bir daralma ile net ihracatta en keskin düşüşün kaydedildiği ülke olmuştur. İsviçre'nin bu bağlamda, toplam net ihracat yıllık değişim hızını 7,67 puanla en olumsuz etkileyen pazar olduğu gözlenmektedir.

İthalattaki Daralma ABD'ye Yapılan Net İhracatı Artırdı

Ulusal ihracat sıralamasında 2013 yılında 7. olan ABD, aynı dönemde ithalatta ise 5. sırada yer almıştır. Buna bağlı olarak, Türkiye'nin ABD pazarında 6.960 milyon dolar ile net ithalatçı pozisyonunda olduğu görülmektedir. Bununla birlikte ABD'den yapılan ithalatın 2013 yılında düşüşe geçmesi nedeniyle, net ihracatın %18,4 artış kaydettiği ve toplam net ihracat hızına 1,86 puan katkıda bulunduğu gözlenmektedir.

2013 Yılında Ulusal Net İhracatın Düşüşünde İran Pazarı Oldukça Etkili Oldu

Net ithalat sıralamasında 5. sırada bulunan ABD'yi takip eden İran ve İtalya pazarlarında ise, sırasıyla 6.190 ve 6.167 milyon dolarla birbirine oldukça yakın rakamlarda dış ticaret açığı verilmiştir. 2012'deki altın ihracatının sert bir şekilde düşmesiyle birlikte Türkiye'nin ihracatında 10. sıraya gerileyen İran pazarında, büyük ölçüde buna bağlı olarak %203 oranında bir net ihracat daralması yaşandığı anlaşılmaktadır. Bu ise, Türkiye'nin yıllık net ihracat değişim oranını yaklaşık 5 puan aşağı çekmiştir. Söz konusu dönemde Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı 5. ülke olan İtalya ise, ithalatta da önemli bir yere sahip olması nedeniyle net ihracatın negatif gerçekleştiği bir pazar olmuştur. Öte yandan, bu dönemde İtalya'ya

yapılan ihracatın yükselirken buradan gelen ithalatın azalması nedeniyle net ihracatta %11,5 oranında bir büyüme kaydedilmiştir.

Hindistan ve G. Kore de Türkiye'nin Net İthalatçı Olduğu Pazarlar Arasında Yer Aldı

Dış ticaret açığı verilen ülkeler arasında 8. ve 9. sırada yer alan Hindistan ve Güney Kore de, değerler ve sıralama itibarıyla birbirine benzerlik gösteren iki ülke konumundadır. Nitekim Hindistan ve G. Kore ihracatta sırasıyla 48 ve 52. sıralarda ve gerilerde, ithalatta ise 10 ve 12. olarak önlere yer almıştır. Bunun bir sonucu olarak da, bu ülkelere sırasıyla -5.781 ve -5.628 milyon dolar değerinde net ihracat gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, her iki ülkede de 2013 yılında net ihracat daralması olduğu gözlenmektedir. Sıralamada G. Kore'yi izleyen Japonya ise, ihracatta 57. sırada bulunurken, ithalatta 18. olması nedeniyle net ihracatın negatif gerçekleştiği pazarlardan olmuş ancak net ihracatta yıllık %6,9 artış kaydetmiştir.

Dış Ticaret Açığı Ukrayna ve İspanya Pazarlarında Geriledi, Yunanistan'da Yükseldi

2013 yılında net ihracatta birbirine benzer bir profil çizen bir diğer iki ülke de, Yunanistan ve Ukrayna olmuştur. Sırasıyla 2.768 ve 2.325 milyon dolarlık net ithalatın gerçekleştirildiği bu iki pazar, ihracatta 20 ve 25. ülke konumunda iken, ithalatta ilk 15'e girmişlerdir. Net ihracattaki yapısal bu benzerlikle birlikte, 2013 yılında Ukrayna'ya yapılan ihracattaki artış nedeniyle bu pazarda net ihracat büyümesi yaşanırken, Yunanistan'da ise ithalat artışına bağlı olarak %29,5 oranında net ihracat daralması kaydedilmiştir. Ukrayna'yı takip eden ve -2.083 milyon dolarlık net ihracatın gerçekleştiği İspanya pazarında da, benzer şekilde yaşanan ihracat artışı nedeniyle dış ticaret açığında %9,7 oranında bir gerileme gözlenmektedir. İspanya'nın 2013 yılında hem ihracat hem de ithalatta 9. ülke konumunda olduğu da ilginç bir veri olarak göze çarpmaktadır.

Fransa, Belçika ve Polonya Pazarlarında Net İthalatta Gerileme Yaşandı

Öte yandan, 2013 yılında Fransa'ya yapılan ihracatın

artış, buradan yapılan ithalatın ise düşüş sergilemesi nedeniyle, ilgili net ihracatta %28,8 oranında bir genişleme yaşandığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin en önemli ihracat ve ithalat partnerlerinden olan Fransa'da, söz konusu dönemde -1.702 milyon dolarlık net ihracat gerçekleştirilmiştir. Gerek ithalat gerekse ihracat sıralamasında ilk 20'de yer alan Belçika pazarı ise, ihracat artışına bağlı olarak net ihracatta %4,6 artış sağlamıştır. -1.269 milyon dolar net ihracat kaydedilen Belçika pazarını, -1.126 milyon dolar ile Polonya izlemektedir. Polonya da 2013 yılında ihracat artışının nispeten daha güçlü olmasının sonucunda %6,5 oranında bir net ihracat büyümesine imza atmıştır.

2013 Yılında Net İhracatın Daralmasında Birleşik Arap Emirlikleri Kritik Rol Oynadı

Net ihracatta nispeten daha düşük negatif değerler kaydeden Romanya ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde ise, 2013 yılındaki ciddi net ihracat düşüşleri dikkat çekmektedir. Romanya'dan yapılan ithalatın ilgili ihracattan daha yüksek artış kaydetmesi nedeniyle, bu pazarda %31,7 oranında bir net ihracat daralması kaydedilmiştir. BAE'de ise, 2013 yılı ihracatının durgun seyrederken ithalatta keskin bir yükseliş yaşanması, net ihracatta %109,1 oranında önemli bir düşüşe sebebiyet vermiştir. BAE pazarındaki bu gelişme, Türkiye'nin 2013 yılında %18,7 gerileme kaydeden net ihracatı üzerinde 5,94 puanlık kritik bir aşağı yönlü etki yapmıştır. Bu doğrultuda, BAE Türkiye'nin net ihracatın gelişimini İsviçre'den sonra en olumsuz etkileyen ülke olmuştur.

Çek Cumhuriyeti ve Endonezya Türkiye'nin Net İthalatçı Olduğu Pazarlar Arasında

Tablo 9.1'de yer alan ve dış ticaret açığının verildiği pazarlar bu şekilde incelenmekle birlikte, ihracat veya ithalat sıralamasında ilk 20'de yer almadığı için burada belirtilmeyen çok sayıda ülke mevcuttur. Türkiye'nin net ithalatçı olduğu bu ülkeler arasında, Çek Cumhuriyeti, Endonezya, Vietnam ve Malezya'nın dikkat çeken pazarlar olduğunu belirtmek gerekir. Bunun yanı sıra, Finlandiya, İsveç, Güney Afrika ve Bangladeş de, net ihracatta negatif değerlerin gerçekleştiği önde gelen pazarlar arasında yer almaktadır.

9.2 FASILLARA GÖRE NET İHRACAT

Daha önceki bölümlerde yer alan ve ihracat ile ithalatın ana fasillara göre gelişimini gösteren veriler ve açıklamalar, 2013 yılına dair tabloyu genel itibarıyla ortaya koymuştur. Bu bölüm ise, Türkiye'nin hangi sektörlerde net ihracatçı hangilerinde ise net ithalatçı pozisyonunda olduğunu analiz etmektedir. Bu kapsamda, ülkelerle ilgili değerlendirmeye benzer bir şekilde, Türkiye'nin ihracat ve ithalat sıralamalarındaki ilk 20 fasıl baz alınmaktadır. Söz konusu bu iki kümenin birleşimi sonucunda, en büyük ihracat ve ithalat pazarlarının toplam sayısı 29 olarak tespit edilmektedir. Örnek olarak, ecza ürünleri faslı ihra-

cat sıralamasında ilk 20'ye giremezken, ithalatta ise ilk 10'da yer almakta ve önemli bir ithalat pazarı olduğu için net ihracat analizi kapsamına girmektedir. Dolayısıyla bu bölümde, Türkiye'nin 2013 yılı net ihracatı, 29 önde gelen dış ticaret faslı çerçevesinde detaylı olarak ele alınmaktadır.

Önde Gelen Fasıllarda 11 Grup Ticaret Fazlası, 18 Grup Ticaret Açığı Verdi

Tablo 9.2, 2013 yılı net ihracatına dair hesaplama-

TABLO 9.2 FASILLAR VE NET İHRACAT (2013)

	Net İhracat Değeri (milyon \$)	İhracat Sırası	İhracat Değeri (milyon \$)	İthalat Sırası	İthalat Değeri (milyon \$)	Net İhracat Değişim Hızı (%)	Toplam Net İhracat Hızına Katkı (puan)
Örme giyim	8 307	5	9 248	34	941	9,7	0,87
Örme olmayan giyim	3 852	9	5 715	23	1 863	-2,1	-0,10
Yenilen meyve	3 546	11	3 969	54	423	5,9	0,23
Demir-çelik ürünleri	3 392	8	6 149	16	2 758	-9,0	-0,40
Tuz kükürt taşlar	2 349	13	2 747	55	398	14,4	0,35
Dokunmuş hazır eşya	2 024	16	2 192	74	167	16,2	0,34
Halılar	2 003	17	2 188	71	185	10,1	0,22
Sebze-meyve müstahzarl.	1 712	19	1 800	82	88	4,1	0,08
Mobilyalar	1 338	12	2 831	29	1 493	10,1	0,15
Cevher ve cürüfler	517	20	1 774	31	1 257	293,6	0,46
Motorlu taşıtlar	193	1	17 001	5	16 808	-69,6	-0,52
Filamentler	- 400	21	1 690	20	2 090	42,5	0,35
Kauçuk ve mamulleri	- 580	14	2 482	14	3 062	5,0	0,04
Lifler	- 794	26	1 382	18	2 175	6,1	0,06
Alüminyum ve mamulleri	- 873	15	2 364	12	3 237	-19,1	-0,17
Pamuk	- 1 060	18	1 929	15	2 989	-79,1	-0,56
Çeşitli kimyasallar	- 1 569	53	555	19	2 124	-0,8	-0,01
Hava araçları aksamaları	- 1 683	45	689	17	2 372	36,6	1,16
Kağıt ürünleri	- 1 951	29	1 141	13	3 092	-5,5	-0,12
Bakır ve ürünleri	- 2 253	24	1 457	11	3 710	9,7	0,29
Ecza ürünleri	- 3 397	41	754	10	4 151	-1,9	-0,07
Optik foto ölçüm cihazları	- 3 897	47	661	9	4 558	-11,3	-0,47
Organik kimyasallar	- 4 716	52	598	8	5 314	-6,7	-0,35
Elektronik	- 8 213	4	9 546	4	17 759	-18,9	-1,55
Plastik ve mamulleri	- 8 272	10	5 609	7	13 881	-10,4	-0,93
Demir-Çelik	- 8 769	3	9 921	3	18 691	-5,5	-0,55
Kıymetli taşlar metaller	- 9 247	6	6 978	6	16 226	-218,6	-20,27
Makine	- 17 162	2	12 993	2	30 155	-19,9	-3,38
Mineral yakıtlar yağlar	- 49 192	7	6 725	1	55 917	6,1	3,83
Diğer fasıllar	- 5 050		28 718		33 767	27,7	2,30
Genel toplam	- 99 844		151 806		251 650	-18,7	

KAYNAK: TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

ları her fasıl için detaylı bir şekilde sunmaktadır. Buna göre, 99.844 milyon dolar ile net ithalatçı olan Türkiye'nin, dış ticaret açığı verdiği fasılların çoğunlukta olduğu gözlenmektedir. Nitekim tablonun üst kısmında yer alan ve Türkiye'nin net ihracatçı olduğu fasılların sayısı 11 iken, alt kısımda bulunan ve Türkiye'nin net ithalatçı konumunda olduğu fasılların 18 adet olduğu görülmektedir.

En Yüksek Net İhracat Değerine Örne Giyim Faslı İmza Attı

Bu kapsamda, öncelikle pozitif net ihracat, bir diğer deyişle dış ticaret fazlası kaydedilen fasıllara göz atılacak olursa, ilk sırada dikkat çekici bir farkla 8.307 milyon dolarlık ihracat fazlası veren örme giyim faslının yer aldığı fark edilmektedir. Türkiye'nin 2013 ihracatında 5. sırada önemli bir rol oynayan örme giyim, ithalatta 34. sırada yer alarak nispeten düşük bir değer gerçekleştirilmesi nedeniyle net ihracatta liderlik konumunu elde etmiştir. Örme giyim söz konusu dönemde %9,7 oranında büyüme kaydettiği net ihracatla, aynı zamanda toplam net ihracatını yukarı yönlü etkileyen önemli kalemler arasında yer almıştır.

Hazır Giyim Sektörü Net İhracatta Lider

2013 yılında en yüksek dış ticaret fazlası veren fasıllar arasında 2. sırayı ise, örülmemiş giyim aldığını göstermektedir. Örme giyimde gözlenen profile benzer bir şekilde, bu faslın da ihracatta ön sıralarda yer alırken, ithalatta arka sıralarda gelmesi bu gerçekleşme- de anahtar rol oynamıştır. Öte yandan, 3.852 milyon dolarlık net ihracat kaydeden örme olmayan giyim grubunun, ilgili dönemdeki ithalat artışı nedeniyle %2,1 oranında bir net ihracat daralması yaşadığı fark edilmektedir. Örme ve örme olmayan giyim bir arada ele alındığında, Türkiye'nin net ihracatta en önde gelen sektörünün hazır giyim ve konfeksiyon olduğu ortaya çıkmaktadır.

Meyve ve Demir-Çelik Ürünleri Önde Gelen Net İhracatçı Fasıllardan

Net ihracatta ilk iki sırayı paylaşan giyim fasıllarını, yenilen meyve faslının takip ettiği görülmektedir. 3.546 milyon dolarlık net ihracatıyla 3. sırada bulunan meyve faslının bu başarısı, ihracatta 11. sırada iken ithalatta 54. sırada yer almasından kaynaklanmaktadır. Meyve net ihracatında 2013 yılında %5,9 oranında bir büyüme kaydedildiği de gözlenmektedir. 4. sırada yer

alan demir-çelik ürünleri ise, 3.392 milyon dolarlık net ihracata imza atmış olmakla birlikte, aynı dönemde %9 oranında bir daralma yaşamıştır.

Tuz Kükürt Taş ve Dokunmuş Hazır Eşya Net İhracatında Çift Haneli Artışlar Görüldü

Nispeten yüksek seviyede ihracat ve düşük düzeyde ithalat gerçekleştiren tuz, kükürt ve taşlar ile dokunmuş hazır eşya fasılları da, net ihracatçı konumunda olan fasıllar arasında yer almaktadır. Sırasıyla 2.349 ve 2.024 milyon dolarlık dış ticaret fazlası kaydeden bu iki faslın, 2013 yılında çift haneli net ihracat büyümesi gerçekleştirdiği gözlenmektedir. Bu iki faslı, 2.003 milyon dolarla takip eden halılar faslı da, düşük ithalatıyla dikkat çekmekte olup, aynı dönemde %10,1 oranında bir net ihracat büyümesine imza atmıştır.

Mobilya Net İhracatı %10.1 Arttı

Veriler, Türkiye'nin 2013 yılı ihracatında ilk 20'de yer alan ancak ithalat sıralamasında 82. olan sebze, meyve ve bunlardan elde edilen müstahzarlar faslının da pozitif net ihracat gerçekleştiren bir grup olduğu göstermektedir. 2013'te 1.712 milyon dolar dış ticaret fazlası veren bu fasıl, aynı zamanda %4,1 oranında bir net ihracat büyümesi kaydetmiştir. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin en büyük 12. ihracatçı faslı olan mobilyalar da aynı dönemde %10,1'lik bir net ihracat artışı kaydetmiştir.

Cevher ve Cürüfler En Yüksek Net İhracat Büyümesine İmza Atan Fasıl Oldu

Öte yandan, Türkiye'nin en çok ihracat değeri kaydettiği 20. fasıl olan cevher ve cürüfler, 2013 yılında net ihracatta en yüksek büyüme hızına imza atan grup olmuştur. Bir önceki yıla göre %293,6 oranında net ihracat artışı kaydeden cevher ve cürüfler, dış ticaret fazlası veren önde gelen fasıllar arasında 10. sıraya yerleşmiş ve 517 milyon dolar dış ticaret fazlası vermiştir. Bunu takip eden motorlu kara taşıtları ise, Türkiye'nin şampiyon ihracatçı sektörü olmakla birlikte, aynı zamanda ithalatta da önemli bir yere sahip olması nedeniyle 193 milyon dolarlık bir net ihracat gerçekleştirebilmiştir. Fasılın söz konusu dönemde net ihracatta %69,6 oranında bir daralma yaşayarak ulusal net ihracat hızını aşağı yönlü etkilediği de gözlenmektedir. Bu noktada, Türkiye'nin 2013 yılında

net ihracatçı pozisyonunda olduğu ürün grupları, önde gelen dış ticaret fasılları bağlamında bu şekilde özetlenmekle birlikte, ihracat ve ithalat sıralamalarında arka planda kalan ancak dış ticaret fazlası verdiği tespit edilen birçok fasılın mevcut olduğunu da ifade etmek gerekir. Bunlar arasında, hububat, un, nişasta ürünleri, taş ve çimento, et ürünleri, sebzeler, şekerlemeler, seramik ve süt ürünlerinin dikkat çektiği belirtilmelidir.

Türkiye'nin Net İthalatçı Olduğu En Büyük Sektör Enerji

Dış ticaret açığının verildiği, bir başka deyişle, net ihracatın negatif olduğu fasıllar incelendiğinde ise, verilerin işaret ettiği en önemli grubun mineral yakıtlar ve yağlar olduğu görülmektedir. Türkiye'nin ithalatından en büyük paya sahip olan bu grup, 2013 yılında ihracatta 7. sırada yer almakla birlikte, 49.192 milyon dolarlık net ithalat gerçekleştirmiştir. Fasıl ithalatındaki düşüşe bağlı olarak aynı dönemde net ihracatta da %6,1 oranında bir büyüme kaydedildiği gözlenmektedir. Bu ise, Türkiye'nin net ithalatçı konumunda olduğu en büyük sektör olan enerjinin, 2013 yılında ulusal net ihracat artış hızını 3,83 puanla, en olumlu etkileyen faktör olduğunu anlamına gelmektedir.

Makineler Faslı Net İthalat Sıralamasında İkinci

Dış ticaret açığında enerji grubunu, 17.162 milyon dolarla makineler faslı takip etmektedir. Türkiye'nin en büyük ihracatçı faslı olan makinelerin, aynı zamanda ithalatta da 2. konumda olduğu gözlenmektedir. Makineler faslı, 2013 yılında gerçekleştirdiği nispeten yüksek ithalat seviyesine bağlı olarak dış ticaret açığı vermekle birlikte, göreceli olarak daha yüksek olan ithalat artış hızı neticesinde %19,9 oranında bir net ihracat daralması kaydetmiştir. Hesaplamalar bu daralmanın, toplam net ihracat yıllık büyüme hızını 3,38 puan aşağı yönlü etkilediğini tespit etmiştir.

Ulusal Net İhracatın Yıllık %18,7 Daralmasında Temel Etken Altın Oldu

Negatif net ihracat yapan fasıllar arasında 3. sırada yer alan kıymetli taşlar ve metaller faslı ise, 2013 yılındaki altın ihracatındaki düşüş ve ithalatındaki artışa bağlı olarak, sıra dışı bir değişime imza atmıştır. 2012 yılına göre %218,6 oranında bir düşüşe sahne olan fasıl net ihracatı, böylelikle 2013 yılında

-9.247 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Altın ticaretinden kaynaklanan bu çarpıcı daralmanın, Türkiye'nin 2013 yılındaki net ihracat değişim hızını 20,27 yüzde puan aşağı çektiği anlaşılmaktadır. Bu ise, %18,7 oranındaki yıllık net ihracat düşüşünün çok büyük ölçüde altından kaynaklandığına işaret etmektedir.

Demir-Çelik ve Plastik Net İhracatın Düşüşüne Katkı Sağladı

Veriler, 2013 yılında Türkiye'nin gerek ihracat gerekse ithalat sıralamasında 3.lük konumunda bulunan demir-çelik faslına, net ithalatta 4. sırada yer aldığını göstermektedir. Söz konusu dönemde -8.769 milyon dolar net ihracat gerçekleştiren fasılda, yıllık bazda %5,5 oranında net ihracat daralması gözlenmektedir. -8.272 milyon dolarla demir-çelik faslına takip eden plastik ve mamulleri net ihracatı da, aynı dönemde %10,4 düşüş kaydederek ulusal net ihracat büyüme hızını olumsuz etkilemiştir. Buna, plastik ithalatının 2013 yılındaki güçlü artış hızı sebebiyet vermiştir.

Elektronik İthalatındaki Artış Faslı Net İhracatını %18,9 Düşürdü

Elektrik-elektronik faslı da, Türkiye'nin 2013 yılındaki net ihracat hızını aşağı yönlü etkileyen gruplar arasında yer almıştır. Ulusal ihracat ve ithalatta en büyük değeri kaydeden 4. fasıl olan elektronik, ilgili dönemdeki ihracata göre nispeten hızlı ithalat artışı nedeniyle %18,9 oranında bir düşüşle -8.213 milyon dolar tutarında net ihracat gerçekleştirmiştir. Elektronik faslına dış ticaret açığında görülen bu artışın, Türkiye'nin 2013 net ihracat gelişimini yaklaşık 1,55 puan olumsuz etkilediği tespit edilmiştir.

Organik Kimyasallarda Dış Ticaret Açığı %6,7 Oranında Yükseldi

Öte yandan, Türkiye'nin ihracat ürünleri arasında oldukça arka sıralarda yer alan ancak ithalat kalemleri arasında ilk 10'a giren 3 fasıl, net ihracattaki benzer yapıları nedeniyle dikkat çekmektedir. Organik kimyasallar, optik, foto, ölçüm cihazları ve ecza ürünlerinin, sırasıyla 4.716, 3.897 ve 3.397 milyon dolar seviyesindeki negatif net ihracat rakamlarıyla, dış ticaret açığı veren fasıllar arasında ilk 10'a girdiği gözlenmektedir. Her üç fasıl da, 2013 yılında net ihracat daralması kaydetmiş ve ulusal net ihracat hızını toplamda 0,9 puan aşağı çekmiştir.

Hava Araçları Ulusal Net İhracat Hızına Enerjiden Sonra En Çok Katkı Yapan Fasil Oldu

Bununla birlikte, -2.253 milyon dolar net ihracat değeriyle sıralamada ecza ürünlerini takip eden bakır ve ürünleri faslında, ilgili dönemde ihracatın artarken ithalatın düşüş sergilemesi sonucu olarak dış ticaret açığının gerilediği gözlenmiştir. Bu bağlamda net ihracatın %9,7 oranında artıran bakır ve ürünleri faslını izleyen kâğıt ürünlerinde ise %5,5'lik bir daralma görülmektedir. Negatif net ihracat gerçekleştiren bir diğer fasıl olan hava araçları ve aksamlarındaki olumlu gelişme ise dikkat çekmektedir. Türkiye'nin ihracatında 45., ithalatında ise 17. sırada yer alan hava araçları ve aksamları, 2013 yılındaki ithalat gerilemesi ve ihracat büyümesi sayesinde, net ihracatını %36,6 oranında artırmayı başarmıştır. Fasil böylelikle, söz konusu dönemde 1.683 milyon dolar dış ticaret açığı vermekle birlikte, Türkiye'nin yıllık net ihracat artış hızını 1,16 puan ile en olumlu etkileyen 2. grup olmuştur.

Pamuk Net İhracatı %79,1 Oranında Serf Bir Düşüş Kaydetti

Net ithalat sıralamasında hava araçları grubundan sonra gelen çeşitli kimyasallar faslının, ithalatta ilk 20'de yer alırken, ihracatta oldukça arka sıralarda olduğu fark edilmektedir. Bu minvalde veriler, faslın 2013 yılında 1.569 milyon dolar değerinde dış ticaret açığı verdiğini göstermektedir. -1.060 milyon dolarla çeşitli kimyasallar grubunu izleyen pamuk faslının ise, hem ihracat hem de ithalatta ilk 20'de yer aldığı göze çarpmaktadır. Bununla birlikte fasıl, 2013 yılındaki ithalat artışının ihracat büyüme-

sinden çok daha güçlü olması neticesinde, %79,1 oranında ciddi bir net ihracat daralmasına imza atmıştır. Böylelikle pamuk, kıymetli taşlar-metaller faslından sonra en büyük net ihracat düşüşü kaydeden grup olmuştur.

Net İhracatta Alüminyum Düşüş, Lifler ve Kauçuk ise Artış Yaşadı

2013 yılı dış ticaretinde, gerek ihracat gerekse ithalatta ilk 15'te yer alan alüminyum ve mamulleri faslı, nispeten daha yüksek olan ithalat artışı sonucunda %19,1 oranında net ihracat düşüşü kaydetmiştir. 873 milyon dolar dış ticaret açığı veren alüminyum faslını, 794 milyon dolarla lifler grubu takip etmiştir. Söz konusu dönemde ithalat daralması yaşayan lifler faslında, buna bağlı olarak yıllık bazda %6,1 oranında bir net ihracat artışı gözlenmektedir. 580 milyon dolar net ithalatla lifleri takip eden kauçuk faslı da, %5'lik bir net ihracat büyümesine imza atmıştır.

Filamentler İthalatındaki Gerileme Fasılın Net İhracatını %42,5 Artırdı

Öte yandan, negatif net ihracat yapan fasıllar arasında -400 milyon dolar ile son sırada yer alan filamentlerde yaşanan ithalat düşüşünün ise, net ihracatı %42,5 gibi önemli bir oranda artırdığı dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, yapılan detaylı analizler, Türkiye'nin 2013 ihracat ve ithalat sıralamalarında ilk 20'ye girmediği için bu değerlendirmede yer almayan diğer birçok fasılın da net ithalatçı konumunda olduğuna işaret etmektedir. Bu fasıllar arasında, hububat, gübreler, yağlı tohumlar, gıda kalıntıları, boyalar ve ahşap ürünlerinin başı çektiği belirtilmelidir.

9.3 ÜLKELER VE FASILLAR BAĞLAMINDA DETAYLI NET İHRACAT ANALİZİ

Yukarıdaki değerlendirmelerde Türkiye'nin -99.844 milyon dolar olarak gerçekleşen 2013 yılı net ihracatının ülkeler ve fasıllar bazında ayrı ayrı olarak sebeplerini araştırılmıştır. Bu bölümde ise, net ithalata sebebiyet veren dış ticaret açıklarının ve aynı zamanda net ihracatı olumlu yönde etkileyen dış ticaret fazlalarının, hangi ülkeler ve fasılların kombinasyonu çerçevesinde gerçekleştiği irdelenecektir. Tüm bu kombinasyonlara

ilişkin veriler ise, matris şeklinde hazırlanan Tablo 9.3'te sergilenmektedir. Daha yalın bir ifadeyle, Türkiye'nin gerek net ihracatçı gerekse net ithalatçı olduğu pazarlarda hangi fasılların rol oynadığı detaylı bir analizle incelenecektir. Aynı şekilde, Türkiye'nin söz konusu dönemde dış ticaret fazlası veya açığı verdiği fasıllar, bu gerçekleşmelerin görüldüğü ülkeler çerçevesinde ele alınacaktır. Buna ek olarak, fasıllara yönelik analiz, net

9 NET İHRACAT

ÜLKELERE VE FASILLARA GÖRE NET İHRACAT (2013, MİLYON \$)

	IRQ	AZE	GBR	LBY	EGY	SAU	ISR	NLD	ARE	ROU	POL	BEL	FRA	ESP
Örme giyim	352	9	1.436	55	3	88	45	432	56	130	189	233	601	731
Örülmemiş giyim	161	12	604	57	-55	126	120	352	66	77	106	131	300	666
Yenilebilir meyve	268	23	215	58	53	71	14	125	26	43	78	64	246	55
Demir-çelik ürünleri	906	259	341	137	113	98	72	66	46	123	55	34	67	-88
Tuz kükürt taşlar	122	10	-14	126	20	16	69	2	8	30	9	13	8	38
Dokunmuş hazır eşya	61	18	89	19	8	35	28	113	14	10	16	27	191	43
Halılar	187	41	51	207	37	320	31	-3	61	25	31	14	18	9
Sebze-meyve müstehz.	164	17	83	9	10	33	5	117	10	24	21	45	78	18
Mobilyalar	577	221	55	257	23	98	33	35	47	2	-53	23	61	-39
Cevher ve cürüfler	0	0	6	0	0	1	1	23	-1	0	0	102	0	11
Motorlu taşıtlar	136	96	910	50	108	77	388	210	34	-363	-270	630	929	-940
Filamentler	16	7	62	23	-7	22	1	70	1	59	42	90	7	14
Kauçuk ve mamulleri	50	33	30	11	44	55	15	-9	17	-73	-42	3	-65	45
Lifler	8	1	52	1	-32	10	5	17	3	48	14	-7	11	13
Alüminyum ve mamulleri	220	-40	91	23	29	7	31	30	-118	7	61	33	59	33
Pamuk	1	-14	28	1	-45	5	8	18	-2	77	108	8	43	47
Çeşitli kimyasallar	35	37	-86	7	-45	14	2	-51	9	7	-2	-117	-227	-73
Hava araçları aksamaları	4	0	6	0	0	0	2	1	6	0	-3	-1	-494	10
Kağıt ürünleri	77	53	81	33	27	7	26	-47	6	17	-78	-20	-63	-105
Bakır ve ürünleri	23	-1	87	17	-11	32	32	11	5	25	-124	-13	-17	-309
Ecza ürünleri	74	30	-205	14	3	9	-35	-68	3	5	-1	-207	-422	-118
Optik foto ölçüm cihazları	52	65	-145	8	9	14	-56	-53	12	3	-22	-13	-259	-36
Organik kimyasallar	2	10	-245	-18	-61	-245	-195	-291	-13	-7	-86	-189	-145	-212
Elektronik	949	265	768	165	98	377	86	11	94	-74	-174	45	-37	-274
Plastik ve mamulleri	659	206	-66	188	-184	-1.545	-78	-412	-46	114	-8	-832	-491	-397
Demir-Çelik	1.242	142	-1.350	380	188	738	395	-454	668	-915	-45	-718	-817	-376
Kıymetli taşlar metaller	401	78	-4	89	-2	8	48	10	-2.534	-66	15	5	1	-80
Makine	674	387	-582	243	181	193	99	-177	114	89	-779	-415	-731	-457
Mineral yakıtlar yağlar	63	-80	155	-170	1.040	21	-1.331	286	555	-224	-31	-52	-65	186
Diğer fasıllar	4.324	742	49	460	21	493	370	-186	434	-171	-153	-186	-489	-496
TOPLAM	11.807	2.627	2.502	2.449	1.572	1.177	232	176	-418	-976	-1.126	-1.269	-1.702	-2.083

KAYNAK: TRADEMAP, TİM HESAPLAMALARI

İhracat ya da net ithalat değerlerinde hangi alt fasılların anahtar rol oynadığı konusuna da değinecektir.

Bu bağlamda, gerek pazarlar gerekse fasılların, yukarıdaki tablo ve açıklamalarda işaret edildiği üzere, net

İhracatçı ve net ithalatçı olarak iki ayrı kategori halinde ele alınması anlamlı olacaktır. Dolayısıyla aşağıdaki analiz, ülkeleri ve fasılları, dış ticaret fazlası ve açığı verileri olmak üzere sınıflandırarak incelemektedir.

9.3.1 DIŞ TİCARET FAZLASI KAYDEDİLEN ÜLKELER

9.3.1.1 Irak (IRQ)

Türkiye'nin en büyük 2. ihracat pazarı olan Irak, net ihracatta lider konumdadır. 2013 yılında 11.807 milyon dolar net ihracatın gerçekleştirildiği Irak pazarında, bu rakama ulaşmada hangi fasılların rol oy-

nadığına bakıldığında, bunların başında demir-çelik, elektrik-elektronik, demir-çelik ürünleri ve plastik gruplarının geldiği anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra, Irak'a yapılan net ihracatın pozitif gerçekleşmesinde, makineler, mobilyalar ve kıymetli taşlar ve metaller fasıllarının da etkili olduğu gözlenmektedir.

	UKR	GRC	JPN	KOR	IND	ITA	IRN	USA	CHE	DEU	RUS	CHN	Diğer	TOPLAM
Örme giyim	201	51	14	1	-29	328	6	111	76	2.210	163	-251	1.065	8.307
Örülmemiş giyim	79	23	8	7	-69	131	6	100	31	885	137	-540	331	3.852
Yenilebilir meyve	199	17	17	1	-3	430	-11	-49	66	443	614	7	477	3.546
Demir-çelik ürünleri	54	46	-58	-70	-44	-209	105	211	6	59	152	-651	1.562	3.392
Tuz kükürt taşlar	7	-2	6	9	53	80	-1	42	1	13	140	1.057	488	2.349
Dokunmuş hazır eşya	41	25	3	-2	-12	93	10	212	31	549	89	-48	362	2.024
Halılar	36	14	30	1	-50	22	11	215	5	103	64	10	512	2.003
Sebze-meyve müstehz.	45	15	28	7	1	49	0	90	24	452	32	7	328	1.712
Mobilyalar	22	18	-5	-12	-13	-116	37	20	7	28	136	-687	563	1.338
Cevher ve cürüfler	-277	-5	1	26	20	16	10	-11	0	13	-158	1.351	-613	517
Motorlu taşıtlar	145	58	-394	-623	-286	549	65	461	109	-3.899	941	-544	1.616	193
Filamentler	57	15	-4	-133	-277	-15	49	52	-25	34	205	-537	-228	-400
Kauçuk ve mamulleri	20	23	-172	-194	-42	-15	33	-50	18	174	-17	-125	-347	-580
Lifler	30	5	-9	-9	-241	35	64	69	1	-185	125	-167	-656	-794
Alüminyum ve mamulleri	18	-24	-16	-4	-40	24	-27	-43	64	216	-798	-109	-599	-873
Pamuk	27	-257	1	4	-118	179	15	-831	5	133	59	-225	-334	-1.060
Çeşitli kimyasallar	11	-7	-36	-10	-27	-205	17	-142	-30	-419	24	-126	-129	-1.569
Hava araçları aksamları	53	0	-1	1	8	-148	1	-531	0	-527	2	0	-73	-1.683
Kağıt ürünleri	29	19	-10	-61	-6	-151	112	-291	-42	-494	-156	-248	-666	-1.951
Bakır ve ürünleri	-6	-33	-6	-5	7	179	-132	99	22	15	-323	-6	-1.820	-2.253
Ecza ürünleri	11	-10	-28	-15	-33	-377	87	-506	-353	-761	18	-42	-470	-3.397
Optik foto ölçüm cihazları	2	2	-233	-177	-29	-269	27	-733	-122	-770	7	-590	-592	-3.897
Organik kimyasallar	-13	38	-38	-182	-351	5	-108	-357	-74	-478	-304	-578	-580	-4.716
Elektronik	96	56	-253	-1.309	-231	-476	142	-398	-63	-1.114	353	-6.669	-645	-8.213
Plastik ve mamulleri	114	-116	-104	-930	-227	-578	-312	-569	-46	-1.330	222	-997	-506	-8.272
Demir-Çelik	-2.254	47	-197	-394	-199	-133	52	-1.552	-18	-756	-2.786	-340	683	-8.769
Kıymetli taşlar metaller	39	-38	-10	-4	29	-207	1.679	-81	-7.473	41	166	-116	-1.241	-9.247
Makine	110	41	-1.519	-1.278	-219	-2.810	338	-555	-511	-3.367	718	-5.923	-1.026	-17.162
Mineral yakıtlar yağlar	-262	-2.808	3	154	-2.712	-1.676	-9.113	-1.008	36	35	-16.990	-6	-15.197	-49.192
Diğer fasıllar	-960	20	-61	-428	-641	-903	647	-934	-377	-1.780	-935	-3.993	83	-5.050
TOPLAM	-2.325	-2.768	-3.044	-5.628	-5.781	-6.167	-6.190	-6.960	-8.633	-10.476	-18.099	-21.085	-17.654	-99.844

Irak İhracatının Büyük Bölümü Net İhracat Olarak Kaydedildi

Tüm bu rakamlar, Irak pazarına ihracat yapan fasılların ithalatçı olmadığını göstermektedir. Bir başka deyişle, Irak'a ihracatı yapılan fasıllar, ithalatta etkin olmadıklarından dolayı net olarak pozitif bir ihracat rakamı kaydetmiştir. Bu noktada, 2013 yılında Irak'a

yapılan ihracatın 11.953 milyon dolar olduğu düşünüldüğünde, ihracatın büyük kısmının net ihracata yansıdığı açıkça görülmektedir. Tablo 9.3'te yer alan Türkiye'nin önde gelen 29 ihracatçı ve ithalatçı faslı genelinde ise, Irak'la yapılan ticarete Türkiye'nin net ithalatçı konumunda olduğu herhangi bir gruba rastlanmamaktadır.

9.3.1.2 Azerbaycan (AZE)

Türkiye'nin en büyük 15. ihracat pazarı olan Azerbaycan, bu ülkeden yapılan düşük ithalat nedeniyle 2013 yılı net ihracatında 2. sıraya yerleşmiştir. Söz konusu dönemde 2.960 milyon dolar ihracatın yapıldığı Azerbaycan

pazarında gerçekleşen net ihracatın 2.627 milyon dolar olması, burada da Irak'a benzer bir ticaret ilişkisinin mevcut olduğu anlamına gelmektedir. Bir diğer ifadeyle, Azerbaycan'a yapılan ihracatın ağırlıklı bir bölümü net pozitif ihracat olarak gerçekleşmektedir.

Azerbaycan'a İhracat Yapan Fasılların Çoğunda Net İhracat Pozitif

Buna bağlı olarak da, Azerbaycan pazarında hâkim olan Türkiye'nin ihracatçı sektörlerinin buradan ithalat yapmadığı ortaya çıkmaktadır. Nitekim net ihracatta en büyük payları temsil eden makineler, elektrik-elektronik, demir-çelik ürünleri ve mobilyalar gibi fasıllar, ihracat

kalemleri arasında da başı çekmektedir. Nispeten düşük bir olumsuz etki yapmakla birlikte, tablodaki fasıllar çerçevesinde Azerbaycan pazarında Türkiye'nin net ithalatçı konumunda olduğu birkaç faslın ise, mineral yakıtlar ve yağlar, alüminyum ve pamuk olduğu ifade edilebilir. Bunun dışındaki fasılların çoğunda Türkiye Azerbaycan'a net pozitif ihracat yapmaktadır.

9.3.1.3 İngiltere (GBR)

Türkiye'nin 2013 ihracatında 3. sırada yer alan İngiltere'nin ise, net ihracatta da 3.lük pozisyonunu elde ettiği görülmektedir. Bununla birlikte veriler, Irak ve Azerbaycan'da gözlenen ihracatın neredeyse tamamının net ihracata yansımaları durumunun, İngiltere için geçerli olmadığına işaret etmektedir. Nitekim İngiltere'ye bu dönemde yapılan yıllık 8.773 milyon dolarlık ihracatın sadece 2.502 milyon dolar net ihracat olarak kaydedilmiştir. Bu ise Türkiye'nin, tabloda da görüldüğü üzere, İngiltere pazarında belli başlı sektörlerde net ithalatçı konumunda olduğu anlamına gelmektedir.

Türkiye İngiltere Hazır Giyim Pazarında Güçlü Bir Net İhracatçı

Öncelikli olarak, İngiltere'ye en çok net ihracat yapan sektörler incelendiğinde, bunlar arasında 1.436 milyon dolar ile örme giyim geldiği görülmektedir. Örme giyim, bu rakamla, ülkeye yapılan ihracatın neredeyse tamamının net ihracat olarak kayıtlara geçtiğini göstermektedir. Buna benzer bir şekilde, örülmemiş giyim ihracatının da tamamı net ihracat olarak kaydedilmiştir. Bu veriler, İngiltere hazır giyim pazarında Türkiye'nin net ihracatçı pozisyonu-

nu kanıtlamaktadır. Diğer önde gelen net ihracatçı fasıllardan motorlu kara taşıtları ve elektrik-elektronik gruplarında ise, ihracatın sadece bir bölümünün net ihracat olarak gerçekleştiği, bir diğer deyişle, bu fasılların altındaki belli ürün gruplarında İngiltere'den ithalat yapıldığı anlaşılmaktadır. Bununla beraber, pazardaki bu iki önemli ihracatçı fasıl, genel toplamda, pozitif ihracat seviyelerini korumayı başarmıştır.

İngiltere'ye İhracatın Önemli Kalemlerinden Makineler İthalatın Gölgesinde Kaldı

Türkiye İngiltere'ye ihraç ettiği demir-çelik ürünlerini de yüksek oranda net ihracata yansıtırken, önde gelen ihracatçı sektörlerden makinelerin bu pazarda net ithalatçı durumunda olduğu tespit edilmektedir. Zira 2013 yılında 910 milyon dolar ihracat yaptığı İngiltere makine pazarında Türkiye, -582 milyon dolarlık net ihracat rakamı kaydetmiştir. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin İngiltere'ye ihraç ettiği önde gelen bir grup olmayan demir-çelik faslının, bu pazardaki toplam net ihracatı en olumsuz etkileyen faktör olduğu gözlenmektedir. İngiltere'de 1.350 milyon dolarlık net ithalata sahip olan demir-çelik faslını, makinelerden sonra, organik kimyasallar ve ecza ürünleri izlemektedir.

9.3.1.4 Libya (LBY)

Türkiye'nin 2013 yılı ihracatında 16. sırada yer alan Libya da, Azerbaycan'a benzer bir şekilde, bu ülkeden yapılan ithalatın nispeten düşük olması nedeniyle net ihracatta ön sıralara yükselmeyi başarmıştır. Nitekim Libya'ya yapılan ihracat, Irak ve Azerbaycan pazarlarında görüldüğü gibi, önemli ölçüde dış ticaret fazlası olarak yansımıştır. Bu bağlamda, 2013 yılında kaydedilen 2.753 milyon dolar seviyesindeki ihracatın 2.449 milyon dolarlık bölümü net ihracat olarak kayıtlara geçmiştir.

Türkiye'nin Libya Pazarındaki Birçok Sektör Net İhracatçı Konumunda

Bu noktada, Libya'ya en yüksek değerinde ihracat gerçekleştiren fasıllardan demir-çelik, mobilya, makineler, halılar ve plastikler gibi başlıca fasıllarda çok yüksek oranlarda net ihracat kaydedildiği tespit edilmektedir. Bunun dışında birçok fasıl da Libya'da ticaret fazlası gerçekleştirirken, Türkiye'nin bu pazarda net ithalatçı olduğu birkaç fasıl arasında, etkisi nispeten düşük de olsa, mineral yakıtlar ve yağlar gelmektedir.

9.3.1.5 Mısır (EGY)

2013 yılında Türkiye'nin en büyük 13. ihracat pazarı olan Mısır'da ise, ihracatın yaklaşık yarıya yakın bir kısmının net ihracat olarak gerçekleştiği görülmektedir. Nitekim Mısır'a söz konusu dönemde yapılan ihracat ve net ihracatın değerleri, sırasıyla 3.201 ve 1.572 milyon dolar olmuştur.

Mısır'a Yapılan İhracatın Yarıya Net İhracat Olarak Kayda Geçti

Net ihracatın pozitif olarak gerçekleşmesinde ise, ülkeye yapılan ihracatta açık ara farkla başı çeken mineral yakıtlar ve yağlar faslı etkili olmuştur. Ağır-

lıkları olarak net ihracata yansıyan enerji ihracatını, demir-çelik ve makine grupları da, benzer bir şekilde takip etmiştir. Mısır'a yapılan ihracatta 4. sırada yer alan plastik ve mamulleri fashi ise, kaydettiği 184 milyon dolarlık dış ticaret açığıyla, bu kategoride

pazardan yapılan ithalatın ağırlık kazandığına işaret etmektedir. İhracatçı kalemlerden motorlu taşıtlar pazarda ticaret fazlası verirken, pamuk ve çeşitli kimyasallar gruplarında ise net ithalat rakamları dikkat çekmektedir.

9.3.1.6 Suudi Arabistan (SAU)

Türkiye'nin 2013 yılında yapmış olduğu ihracatta Mısır'ın hemen arkasından 14. sırada gelen Suudi Arabistan'ın, net ihracatta da bu ülkeyi takip ettiği görülmektedir. Bununla birlikte, Suudi Arabistan'a yapılan 3.192 milyon dolarlık ihracatın 1.177 milyon dolarının, bir başka deyişle, %37'lik bir kısmının net ihracata yansıdığı anlaşılmaktadır.

Türkiye'nin Suudi Arabistan'daki Lider İhracatçı Fasılları %100 Net İhracata İmza Attı

Suudi Arabistan'a ihracat yapan sektörler incelendiğinde

ise, başı çeken fasılların pazarda aynı zamanda net ihracatçı konumunda olduğu tespit edilmektedir. Bu bağlamda, bu ülkeye yapılan ihracatta ilk 3'te yer alan demir-çelik, elektronik ve halı fasılları, ihracatlarının tamamını net ihracat olarak gerçekleştirmiştir. Keza, bu fasılları takip eden makineler, örme olmayan giyim ve demir-çelik ürünlerinde de aynı durum söz konusudur. Dolayısıyla, Suudi Arabistan pazarındaki lider ihracatçı fasılların ihracata eşit seviyelerde dış ticaret fazlası verdiği gözlenmektedir. Öte yandan veriler, Suudi Arabistan'la yapılan ticarete Türkiye'nin net ihracatını aşağı yönlü etkileyen en önemli faktörün plastik ithalatı olduğunu göstermektedir. Organik kimyasalların da, net ithalat yapan bir diğer fasıl olduğu ortaya çıkmaktadır

9.3.1.7 İsrail (ISR)

2013 Türkiye ihracatında 17. sırada gelen İsrail ise, pozitif net ihracat kaydedilen pazarlardan olmakla birlikte, söz konusu rakamın düşük seviyelerde olduğu fark edilmektedir. Nitekim Türkiye, 2013 yılında 2.650 milyon dolar ihracat yaptığı İsrail pazarında sadece 232 milyon dolarlık bir dış ticaret fazlası gerçekleştirebilmiştir. Bunun arkasında yatan sebep fasıllar bazında incelendiğinde, öne çıkan ihracatçı sektörler anlamında ciddi bir sorun görülmemektedir. Bu bağlamda, net ihracata en büyük desteği veren demir-çelik fasılının, aynı zamanda pazardaki en büyük ihracatçı olduğu ve nispeten düşük bir düzeyde ithalat yaptığı anlaşılmaktadır.

İsrail'le Yapılan Net İhracatı Olumsuz Etkileyen Faktör Enerji Grubu Oldu

İsrail'e yapılan ihracatta 2. sırada yer alan motorlu kara taşıtlarının ise tamamen net ihracat kanadına hizmet ettiği gözlenmektedir. Diğer önemli ihracatçı fasıllar olan makineler ve elektronik ürünlerinin bir bölümü rakamlara net ihracat olarak yansırken, örme olmayan giyim ihracatının tamamı dış ticaret fazlası olarak kayıtlara geçmiştir. Bu doğrultuda, İsrail pazarında Türkiye'nin net ihracat performansını olumsuz olarak etkileyen faktörlerin başında 1.331 milyon dolar net ithalatla mineral yakıtlar ve yağlar fasılının geldiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, etkisi çok daha küçük olmakla beraber, pazarda Türkiye'yi temsil eden en büyük 5. ihracatçı olan plastik ve mamullerinin de, net ithalatçı pozisyonuna düştüğü anlaşılmaktadır.

9.3.1.8 Hollanda (NLD)

2013 yılında Türkiye'nin ihracatında ilk 20'de yer alan ülkeler arasında dış ticaret fazlası kaydedilen son pazar ise Hollanda olmuştur. Türkiye'nin en büyük 12. ihracat partneri olan Hollanda'da, söz konusu dönemde pozitif ihracat değeri gerçekleştirilmiş olmakla birlikte, İsrail'e benzer bir şekilde bunun oldukça düşük bir düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim Hollanda'ya yapılan 3.538 milyon dolarlık ihracatın yalnızca 176 milyon dolarının ticaret fazlası olarak kaydedildiği görülmektedir.

Hollanda Pazarındaki Ticaret Dengesinde Demir-Çelik ve Plastikler Olumsuz Rol Oynadı

Hollanda'yı, önemli bir ihracat pazaryken dış ticaret dengesine yakın bir seviyeye getiren bu gerçekleşmenin fasıllar bağlamında sebepleri araştırıldığında, öncelikli olarak demir-çelik ve plastik gruplarındaki net ithalat rakamları göze çarpmaktadır. Makine faslı da, net ihracatı olumsuz yönde etkileyen gruplar arasında ön sıralarda yer almaktadır. Demir-çelik ve makinelerin Hollanda pazarında sıra-

siyla 5. ve 6. en büyük ihracatçı sektörler olduğu düşünüldüğünde, söz konusu ürün pazarlarında ithalatın üstünlük sağlayıcı bir konumda olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan, pazarda en yüksek ihracat payına sahip olan motorlu kara taşıtlarında yarıya yakın bir net ihracat gerçekleşmesi görülmüştür. Dolayısıyla, taşıtlar faslı, Hollanda'da net ih-

racatçı pozisyonunu korumuştur. Keza ilk 4'te yer alan mineral yakıtlar ve yağlar ihracatının hatırı sayılır bir kısmı, örme ve örme olmayan giyim ürünlerinin ise tamamı net ihracata hizmet etmiştir. Buradan hareketle, hazır giyim sektörünün Hollanda pazarında da güçlü bir net ihracatçı konumunda olduğu anlaşılmaktadır.

9.3.2 DIŞ TİCARET AÇIĞI KAYDEDİLEN ÜLKELER

9.3.2.1 Birleşik Arap Emirlikleri (ARE)

Birleşik Arap Emirlikleri 2013 yılı Türkiye ihracatında ilk 10'a giren ülkelerden biri olmuştur. 4.966 milyon dolarlık ihracatla 8. sırada yer alan BAE pazarı, net ihracatta ise -418 milyon dolarlık negatif değer kaydetmiştir.

BAE Pazarındaki Dış Ticaret Açığı Altın Kaynaklı

Veriler incelendiğinde, gerçekleşen bu duruma, pazardaki ihracatın temel taşı niteliğinde olan kıymetli taşlar ve

metaller faslının sebep olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim 2.504 milyon dolarla BAE'ye yapılan ihracatın yansıması teşkil eden ve altın ağırlıklı olan bu fasıl, 2.534 milyon dolar ticaret açığı vermiştir. Bu ise, BAE'deki söz konusu pazarda fasıl ithalatının, ihracatın 2 katına yakın bir seviyede gerçekleştiği ve net ihracatı ciddi biçimde aşağı yönlü etkilediği anlamına gelmektedir. Ülkeye ihracat yapan diğer fasillere göz atıldığında, önde gelen gruplar arasında olan demir-çelik ile mineral yakıtlar ve yağlarda ihracat seviyesine oldukça yakın net ihracat rakamları gözlenmektedir. Dolayısıyla, BAE pazarında Türkiye'nin net ithalatçı konuma düşmesinde, altının belirleyici rol oynadığı net bir şekilde ifade edilebilir.

9.3.2.2 Romanya (ROU)

Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkeler sıralamasında 2.617 milyon dolarla 18. olan Romanya pazarında da, buradan yapılan ithalatın daha yüksek seviyede olması nedeniyle 2013 yılında dış ticaret açığı verilmiştir. Türkiye'nin 976 milyon dolarla net ithalatçı bir pozisyonda olduğu Romanya pazarında, öncelikli olarak, lider ihracatçı fasıl olan makinelerin ithalatın etkisi altında kaldığı göze çarpmaktadır. Nitekim makineler faslındaki net ihracat, toplam ihracatın sadece çeyreği seviyelerinde gerçekleşmiştir.

Romanya'ya Yapılan Net İhracatta Demir-Çelik Aşağı Yönlü Etki Yaptı

Diğer önde gelen ihracatçı sektörler açısından bakıldığında-

da ise, negatif net ihracat değerlerine rastlanmaktadır. Bu bağlamda, pazardaki en büyük 2. ve 3. ihracatçı olan motorlu kara taşıtları ile demir-çelik fasıllarının net ithalatçı konumunda oldukları tespit edilmektedir. Özellikle demir-çelik faslının pazarda verdiği 915 milyon dolarlık ticaret açığının, net ihracatı en olumsuz etkileyen unsur olduğu söylenebilir. Diğer ihracatçı gruplar arasında plastikler ve hazır giyime yönelik grupların ise, ihracat seviyelerini büyük ölçüde net ihracata olumlu bir şekilde yansıttıkları gözlenmektedir. Pazara yapılan ihracatta önemli bir payı olmayan mineral yakıtlar ve yağlar faslındaki ithalat ise, Romanya'yla yapılan ticaretteki dengeyi aşağı yönlü etkileyen faktörlerden bir diğeri olmuştur. Özet olarak, Türkiye'nin, Romanya pazarında 2013 yılı itibarıyla net ithalatçı konumunda olmasında, demir-çelik başrolü oynamış, diğer birkaç ihracatçı fasılın yanı sıra, enerji grubu da buna destek vermiştir.

9.3.2.3 Polonya (POL)

Polonya 2013 yılı verileri dâhilinde Türkiye'nin en büyük 20 ihracat partneri arasında yer almakla birlikte, 2.059 milyon dolarla 21. sırada bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, ithalat sıralamasında ise 20. sırada olduğu görülmektedir. Polonya paza-

rına net ihracat anlamında bakıldığında, söz konusu dönemde 1.126 milyon dolarlık negatif bir rakamla karşılaşılmaktadır. Bu ise, hâlihazırda ithalatın daha yüksek seviyelerde olduğu bilinen Polonya ile ticarette ihracatın geri planda kaldığının bir doğrulaması niteliğindedir.

Polonya'yla Makine Ticaretinde İthalatın Ezici Etkisi Görüldü

Polonya'da net ihracatın negatif seyretmesinde hangi fasılların etkili olduğuna bakıldığında ise, ülkeye yapılan ihracatta 1. sırada gelen makineler grubu öne çıkmaktadır. Polonya'ya 2013 yılında 239 milyon dolarlık ihracat yapan makineler faslı, göreceli yüksek ithalata bağlı olarak 779 milyon dolarlık bir ticaret açığı kaydetmiştir. Dolayısıyla, 1 milyar dolara yakın bir açığın sadece maki-

neler faslından kaynaklandığı ifade edilebilir. Bunun yanı sıra, Polonya'ya yapılan ihracatta 2. sırada gelen motorlu kara taşıtlarında da, negatif ihracat rakamlarına rastlanmaktadır. Öte yandan, Polonya pazarında çeşitli ürün gruplarında negatif ithalatçı durum söz konusu olup, bunlar arasında elektronik ve bakır fasıllarının öne çıktığı görülmektedir. Net ihracata en olumlu etkiyi yapan fasılların başında ise, plastik ile örme ve örme olmayan giyim grupları gelmektedir.

9.3.2.4 Belçika (BEL)

Türkiye'nin 2013 ihracatında Romanya'dan sonra 19. sırada gelen Belçika da, aynı dönemde ithalatın baskın etkisinin altında kalan pazarlardan olmuştur. Nitekim 2.574 milyon dolar ihracatın yapıldığı Belçika'da net ihracat 1.269 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İhracatta önde gelen sektörler göz atıldığında, ilk sıradaki motorlu kara taşıtlarında ticaret açığına önemli derecede sebebiyet veren bir durum gözlenmemektedir. Zira veriler Belçika'ya yapılan 841 milyon dolarlık taşıt ihracatının 630 milyon dolar net ihracata dönüştüğünü göstermektedir. Keza, motorlu taşıtları takip eden örme giyim ve 4. en büyük ihracatçı fasıl olan örme olmayan giyim fasıllarında da %100'e yakın bir net ihracat yansımaları gözlemlenmektedir.

Belçika Pazarındaki Ticaret Açığında Makineler, Plastik ve Demir-Çelik Etkin Oldu

Bununla birlikte, pazara yapılan ihracatta en yüksek 2. değeri kaydeden makineler faslı, net ithalatçı pozisyonunda olduğu fark edilmektedir. Bu bağlamda, Belçika pazarındaki güçlü ihracatçı sektörler arasında, dış ticaret dengesine en olumsuz etkiyi makinenin yaptığı söylenebilir. Öte yandan, net ihracatı oldukça güçlü bir şekilde aşağı çeken diğer iki grubun plastik ve demir-çelik olduğu da dikkat çekmektedir. Bu duruma, ecza da dâhil olmak üzere birkaç kimyasal ürün grubunun da katkıda bulunduğu görülmektedir.

9.3.2.5 Fransa (FRA)

Fransa Türkiye ihracatında 2013 yılında 6. sırada olmakla birlikte, ithalat sıralamasındaki 8.liğiyle de hatırı sayılır bir pazar olmuştur. Bunun sonucunda ise, ülkeye yapılan önemli seviyede sayılabilecek ihracat ithalatın gölgesinde kalarak, Türkiye'yi pazarda net ithalatçı konumuna sokmuştur. Bu doğrultuda, Fransa'ya 6.378 milyon dolarlık ihracat yapılmasına rağmen, bu pazarda 1.702 milyon dolarlık dış ticaret açığı gerçekleşmiştir.

Demir-Çelik, Hava Araçları ve Plastik Fransa'ya Yapılan Net İhracatı Olumsuz Etkiledi

Fransa'ya ihracat yapan önde gelen fasıllar bu bağ-

lamda incelendiğinde, 1. sırada olan motorlu kara taşıtlarında ihracatın yaklaşık yarıya yakın bir kısmının net ihracat rakamlarına yansıdığı görülmektedir. Bununla birlikte, ihracatta motorlu taşıtları takip eden elektronik faslı ise, ağırlıklı olarak ithalatın etkisinde kalarak net ithalatçı olduğu anlaşılmaktadır. Hazır giyime dair fasıllarda ise, diğer birçok Avrupa ülkesinde olduğu gibi, yüksek oranda net ihracat dönüşümleri söz konusu olmuştur. Öte yandan, Fransa pazarında Türkiye'nin net ithalatçı olmasını tetikleyen fasılların başında, buradan yoğun ithalat yapan demir-çelik, hava araçları, plastik ve optik, foto, ölçüm cihazları fasılları ile Belçika pazarına benzer şekilde, ecza ürünlerini de kapsayan birkaç farklı kimyevi madde grubu ön plana çıkmaktadır.

9.3.2.6 İspanya (ESP)

Türkiye'nin 2013 yılındaki en büyük 9. ihracat ortağı olan İspanya'ya bakıldığında ise, 4.335 milyon dolar değerindeki ihracata rağmen, -2.083 milyon dolarlık bir net ihracat kaydedildiği görülmektedir. Pazardaki ihracatçı sektörler arasından en güçlü sese

sahip olanlar, daha önceki bölümlerde analiz edildiği üzere, örme ve örme olmayan giyim ile motorlu kara taşıtlarıdır. Bunlar arasında, net ihracatın İspanya pazarında negatif gerçekleşmiş olmasında, taşıtlar faslına önemli bir rolü olduğu tespit edilmektedir. Nitekim ülkeye 629 milyon dolar değerinde yapılan motorlu taşıt ihracatına rağmen, buradan yapılan nispeten yük-

sek ithalat neticesinde, faslın gerçekleştirmiş olduğu net ihracat -940 milyon dolar olmuştur. Hazır giyime yönelik ilk iki sektörde ise, diğer pazarlarda olduğu gibi, bunun tam tersi bir durum gerçekleşmiş ve yüksek ölçüde net ihracat yansımaları görülmüştür.

İspanya Pazarında En Düşük Net İhracatı Motorlu Taşıtlar Faslı Kaydetti

Öte yandan, İspanya'ya yapılan ihracatta 5. sırada ge-

len makineler, diğer birçok Avrupa ülkesinde olduğu gibi, burada da net ithalatçı pozisyonunda rol almıştır. Makineler faslı, aynı zamanda pazarda en düşük net ihracat gerçekleştiren grup olmuştur. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin, İspanya pazarında dış ticaret açığı vermesinde, Fransa ve Belçika örneklerinde görüldüğü gibi, plastik ve demir-çelik etkili olmuş, bunun yanı sıra, organik kimyasallar ve elektronik ile bakır grubu da rol oynamıştır.

9.3.2.7 Ukrayna (UKR)

2013'te ihracat yapılan ülkeler arasında 20. sırada gelen Ukrayna'da ise, net ithalata sebebiyet veren durumun sadece birkaç fasıldan kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Öncelikle, pazara 2013 yılında 2.190 milyon dolar değerinde ihracat yapıldığı ancak net ihracatın -2.325 milyon dolar seviyesinde gerçekleştiği belirtilmelidir. Veriler, aradaki bu farkta, pazardaki lider ihracatçı sektörlerin bir rolü olmadığını ispatlamaktadır. Nitekim Ukrayna'ya en yüksek ihracatı gerçekleştiren fasıllar olan, meyve, örme giyim, motorlu kara taşıtları, makineler ve plastikler, ihracat rakamlarını büyük ölçüde net ihracata yansıtmış ve ticaret fazlası vermiştir.

Ukrayna Pazarındaki Önde Gelen İhracatçı Sektörler Pozitif Net İhracat Gerçekleştirdi

Bu bağlamda, diğer fasıllar incelendiğinde, matriste de görüldüğü üzere, 2.254 milyon dolarlık dikkat çekici ticaret açığıyla, demir-çelik ön plana çıkmaktadır. Böylelikle, hâlihazırda Ukrayna pazarında nispeten küçük bir payla ihracat yapan demir-çelik faslının, bu pazardaki ticaretini ağırlıklı olarak ithalat bağlamında gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye'nin Ukrayna'daki net ithalatçı kimliği çok büyük ölçüde bu fasla bağlı olmuştur. Bununla birlikte, cevher ve cürüfler ile mineral yakıtlar ve yağlar grupları da, bu yönde net ithalata destek veren birkaç fasıl arasında gelmiştir. Ukrayna pazarındaki diğer birçok faslın ise net ihracatçı olduğu gözlenmektedir.

9.3.2.8 Yunanistan (GRC)

Yunanistan, Türkiye'nin ihracatında 2013 yılında da ilk 20'de yer alan bir partneri olmamıştır. İhracat sıralamasında 25. olan Yunanistan, bununla birlikte, ithalat yapılan pazarlar arasında söz konusu dönemde 15. sırada yer almıştır. Dolayısıyla, nispeten düşük ihracat ve yüksek ithalatın gerçekleştiği bu pazarda dış ticaret açığı verilmesi de, kaçınılmaz olmuştur. Bu doğrultuda, Türkiye 2013 yılında Yunanistan'a 1.438 milyon dolar ihracat, -2.768 milyon dolar ise net ihracat yapmıştır.

Türkiye'nin Yunanistan Pazarındaki Enerji Grubu Esas İtibariyle Güçlü Bir Net İthalatçı

Bu gerçekleşmede, ihracatta önde gelen fasılların pozisyonu incelendiğinde, pazarda lider ihracatçı

rolündeki mineral yakıtlar ve yağların esas itibariyle güçlü bir ithalatçı olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim Yunanistan'a 2013 yılında 354 milyon dolar ihracat yapan enerji grubu, gerçekleştirdiği nispeten yüksek düzeydeki ithalat sonucunda 2.808 milyon dolarlık dış ticaret açığına imza atmıştır. Bu ise, Yunanistan mineral yakıtlar ve yağlar pazarında, Türkiye'nin esas itibariyle bir ithalatçı olduğunu göstermektedir. Keza, ikinci en büyük ihracatçı konumundaki plastikler grubu da, enerji ürünlerine göre oldukça düşük seviyelerde olmakla birlikte, net ithalat gerçekleştirmiştir. İhracat sıralamasında ön plana çıkmayan ve pazarda daha çok ithalat bağlamındaki ticaretiyle göze çarpan pamuk faslı da, Yunanistan'a yapılan net ihracatı olumsuz etkileyen faktörlerden olmuştur. Özetle, Yunanistan pazarında da dış ticaret açığı verilmesinde sadece birkaç faslın rol oynadığı anlaşılmaktadır.

9.3.2.9 Japonya (JPN)

Japonya, Türkiye'nin ihracatında oldukça geri sıralarda yer almakta olup 57. ülke konumundadır. Buna karşılık, yapılan ithalat ihracata kıyasla oldukça yüksek olduğundan 2013 yılında söz konusu ithalat sıralamasında Japonya 18. olmuştur. Dolayısıyla, net ihracatın negatif bir düzeyde gerçekleşmiş olması, Japonya pazarı için şaşırtıcı bir sonuç değildir.

İhracatın Düşük Olması Sonucu Türkiye Japonya Pazarında Ticaret Açığı Verdi

9.3.2.10 Güney Kore (KOR)

Güney Kore ile yapılan ticaret de, ihracat-ithalat dengesi anlamında Japonya'ya benzerlik göstermektedir. Nitekim Güney Kore pazarı 2013 yılında Türkiye'nin ihracatında 52. sırada yer alırken, buna karşılık ithalatında ise 12. sırada bulunmaktadır. Bunun doğal bir sonucu olarak da, Güney Kore, Türkiye'nin dış ticaret açığı verdiği bir pazar niteliğindedir. Bununla birlikte, Güney Kore pazarında kaydedilen net ihracatın Japonya pazarındakinden çok daha yüksek bir seviye olan -5.628 milyon dolar olduğu da belirtilmelidir.

9.3.2.11 Hindistan (IND)

Türkiye'nin 2013 net ihracat sıralamasında Japonya ve Güney Kore'yi izleyen Hindistan'da da ticaret dengesinin yapısı anlamında esas itibarıyla bu iki ülkeye benzerlikler mevcuttur. Zira Hindistan da ihracatta geri, ithalatta ise ön planda bir pazar olma niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda, 2013 yılında Hindistan Türkiye'nin ihracat ve ithalatında sırasıyla 52. ve 10. sıralarda yer almış ve bunun sonucunda da, net ithalatçı konumunda olunan bir pazar olmuştur.

İhracatın Düşük Olduğu Hindistan Pazarında Enerji İthalatı Hâkim Oldu

Hindistan'a yapılan ihracat oldukça düşük düzeylerde seyrederken, ithalatta ise özellikle mineral

Bununla birlikte, Türkiye'yi pazarda net ithalatçı yapan ana kalemler incelendiğinde, 3.044 milyon dolarlık dış ticaret açığının yaklaşık yarısının makineler fashından geldiği anlaşılmaktadır. Bu noktada, Japonya'dan yapılan yoğun makine ithalatının, pazardaki negatif net ihracatın temel nedeni olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra, motorlu kara taşıtları, elektrik-elektronik ürünleri ve optik, foto, ölçüm cihazlarının da, net ithalatı destekler nitelikte olan fasılların başında geldiği görülmektedir. Pazara yapılan ihracatın hâlihazırda düşük olması nedeniyle, net ihracatı önemli ölçüde olumlu etkileyen bir ihracat sektörü ise göze çarpmamaktadır.

G. Kore Pazarındaki Ticaret Dengesi Japonya'ya Benzerlik Gösteriyor

Güney Kore ve Türkiye arasındaki dış ticaret ilişkisi, ürünler bazında da Japonya'ya benzerlikler göstermektedir. Bu bağlamda, Japonya pazarında da görüldüğü gibi, Türkiye'nin net ihracatını aşağı yönlü etkileyen en önemli unsurlar, elektrik-elektronik, makineler ve motorlu kara taşıtları olduğu gözlenmektedir. Hatta elektrik grubundaki net ithalatın Japonya'dan da oldukça yüksek olduğu net bir şekilde görülmektedir. Buna ek olarak veriler, Güney Kore'den ithal edilen plastikler ile demir ve çeliğin de, Türkiye'nin pazardaki net ithalatçı pozisyonunu güçlendirdiğini gözler önüne sermektedir.

yakıtlar ve yağlar fashında nispeten yüksek seviyeler kaydedilmesi, bu grubu söz konusu dış ticaret açığının en büyük müsebbibi haline getirmektedir. Nitekim 5.781 milyon dolar net ithalata imza atılan Hindistan pazarında, sadece enerji grubunun bu rakama 2.712 milyon dolar katkısı olduğu gözlenmektedir. Dolayısıyla, Hindistan'la yapılan ticarette net ihracatın oldukça düşük seviyelerde olmasında, zayıf ihracatın yanı sıra mineral yakıtlar ve yağlar ithalatının da çok önemli bir payı bulunduğu rahatlıkla ifade edilebilir. Bununla beraber, organik kimyasallar, motorlu kara taşıtları, filamentler ve lifler gibi fasıllarda yapılan ithalatlar da, bu açığı tetiklemektedir. Ayrıca, elektronik, plastik, makineler ve demir-çelik gibi daha birçok fashın, Hindistan pazarındaki net ithalatı güçlendirdiği anlaşılmaktadır.

9.3.2.12 İtalya (ITA)

Türkiye'nin 2013 yılındaki ihracatında 6.717 milyon dolarla 5. sırada bulunan İtalya, bununla birlikte ithalattaki 4.lük konumuyla dış ticaret açığının verildiği bir pazar olmuştur. Bu bağlamda, 6.167 milyon dolarlık negatif net ihracat değeri kaydedilen İtalya'da, Türkiye'nin net ithalatçı bir pozisyonda olduğu anlaşılmaktadır. İtalya'ya Türkiye'den en çok ihraç edilen ürün grubu olan motorlu kara taşıtlarında, 549 milyon dolarlık bir pozitif net ihracat gözlenmektedir. Bu ise, taşıtlar faslının pazarda ticaret fazlası verdiğine işaret etmekle birlikte, bu seviyenin, yapılan toplam ihracatın yaklaşık üçte birine denk geldiği de belirtilmelidir. İtalya'ya yapılan ihracatta 3. sırada yer alan meyveler ile daha arka sıralarda gelen hazır giyim fasılları da dış ticaret fazlası veren gruplar arasında yer almaktadır. Söz konusu bu gruplar, ülkeye yaptıkları ihracatın büyük bir kısmını net ihracat olarak kaydetmiş olup, pazardaki dış ticaret dengesine motorlu taşıtlardan sonra en büyük katkıyı yapan fasıllar arasında yer almaktadır. Buna ek olarak, net ihracata olumlu etki eden fasıllar arasında pamuk ve bakır grupları da göze çarpmaktadır.

İtalya Pazarındaki Lider İhracatçı Fasil Makineler Yüksek Dış Ticaret Açığı Verdi

Öte yandan, ihracat sıralamasında 2.liği elinde bulunduran ve böylelikle İtalya pazarında en hâkim ihracat temsilcilerinden biri olan makinelerin, ihracatın 7 katının üzerinde bir ithalat yaparak pazardaki en büyük net ithalatçı olduğu tespit edilmektedir. Bu noktada, 439 milyon dolarla İtalya pazarında 2. konumdaki ihracatçı olan makineler, -2.810 milyon dolarla en düşük net ihracatı yapan fasıl olmuştur. Bu çarpıcı rakama, -1.676 milyon dolarla mineral yakıtlar ve yağlar faslı da eşlik etmektedir. Buradan hareketle, bu iki faslın, pazarda yaklaşık 4,5 milyar dolarlık bir ticaret açığı yarattığı ve Türkiye'nin net ithalatçı pozisyonunun belirleyicisi olduğu ortaya çıkmaktadır. Bununla beraber, plastik, elektrik-elektronik ve ecza ürünlerindeki nispeten yüksek ithalat rakamlarının da, pazardaki net ihracat seviyesini aşağı yönlü etkileyen önemli unsurlar arasında gelmekte olduğu gözlenmektedir.

9.3.2.13 İran (IRN)

2013 yılında Türkiye ihracatında 10. sırada bulunan İran, ithalatta da önemli bir pazar konumundadır. Zira İran, Türkiye'nin ithalat yaptığı ülkeler sıralamasında aynı dönemde 6. sırada yer almıştır. Bu doğrultuda, 4.193 milyon dolar ihracat yapılan İran pazarında, göreceli olarak yüksek seviyelerde gerçekleşen ithalat nedeniyle, 6.190 milyon dolarlık net ithalata imza atılmıştır. İran ve Türkiye arasındaki söz konusu dış ticaret dengesinde, Yunanistan örneğinde olduğu gibi, özellikle bir faslın, bir diğer ifadeyle, mineral yakıtlar ve yağlar grubunun belirleyici olduğu tespit edilmektedir. Nitekim veriler, pazardaki 6.190 milyon dolar seviyesindeki net ithalata, bu grubun 9.113 milyon dolarlık bir katkı yaptığını göstermektedir.

İran Pazarındaki Ticaret Dengesinde Enerjinin Sert Etkisi Belirleyici Oldu

Aradaki farkı yukarı yönlü etkileyen, bir başka de-

yişle, net ihracatı yükselten fasılların başında ise, 1.679 milyon dolarlık ticaret fazlası veren altın bazlı kıymetli metaller ve taşlar faslı gelmektedir. Dolayısıyla, enerji grubunun ticaret dengesi üzerinde yarattığı sert etkiyi, altın temelli ihracatın bir miktar yumuşattığı anlaşılmaktadır. Bu noktada, kıymetli taşlar ve metaller grubunun, İran'a yapılan ihracatta %40 gibi yüksek bir dilimle pazara en hâkim fasıl olduğunun altını yeniden çizmekte fayda vardır. Nispeten daha düşük bir paya sahip olmakla birlikte, İran'a ihracatta 2. konumda bulunan makineler faslı da, ihracatını büyük oranda net ihracat olarak kaydeden gruplardan biri olmuştur. 3. önde gelen ihracatçı sektör olan plastikler grubu ise, net ihracatta negatif bir düzey kaydetmiştir. Sonuç olarak, İran pazarındaki en büyük iki ihracatçı sektörde ticaret dengesini olumsuz etkileyen bir gelişme görülmemiş, ancak enerji grubuna ilişkin yüksek ithalat seviyesinin oldukça keskin etkileri gözlenmiştir.

9.3.2.14 ABD (USA)

Türkiye'nin 2013 yılındaki en büyük 7. ihracat partneri olan ABD, ithalat sıralamasında ise 5. sırada yer almıştır. Bu minvalde, 5.636 milyon dolarlık ihracatın gerçekleştirildiği ABD pazarında,

çok daha yüksek seviyelerdeki ithalata bağlı olarak -6.960 milyon dolarlık net ihracat rakamı kaydedilmiştir. Bu rakamın gerçekleşmesinde en büyük rolü ise, Türkiye'nin ABD pazarında en büyük 3. ihracatçısı konumunda olan demir-çelik faslı oynamış ve 1.552 milyon dolarlık net ithalata sebep olmuştur.

Türkiye'nin ABD Pazarında Net İthalatçı Olmasında Demir-Çelik ve Enerji Rol Oynadı

ABD'ye yapılan ihracatta liderliği elinde bulunduran motorlu kara taşıtları faslında ise, ihracatın hatırı sayılır bir kısmının pozitif net ihracat olarak kayıtlara geçtiği anlaşılmaktadır. Ancak 2. sıradaki makinelerde de, nispeten düşük olmakla birlikte, demir-

çelik faslında görülen durum yaşanmış ve net ithalat gerçekleşmiştir. Öte yandan, Türkiye'nin ABD pazarında ticaret açığı vermesinde demir-çelikten sonra en büyük etken mineral yakıtlar ve yağlar ithalatı olmuştur. 1 milyar dolarlık net ithalat gerçekleştiren bu faslın yanı sıra, pamuk, optik, foto, ölçüm cihazları, hava araçları, ecza ürünleri, plastik ve makineler gibi gruplar da bu duruma katkıda bulunmuştur.

9.3.2.15 İsviçre (CHE)

İsviçre, yukarıda analiz edilen birkaç ülkeye benzer şekilde, Türkiye için ihracat sıralamasında geri planda bulunan ancak ithalatta önemli bir pay sahibi olan bir pazar durumundadır. 2013 yılında 1 milyar dolar ile ihracatta 33. sırada olduğu gözlenen İsviçre pazarı, ithalatta ise 7. olup oldukça önlerde yer almaktadır. Buna bağlı olarak da, Türkiye İsviçre pazarında doğal olarak önemli bir dış ticaret açığı vermek durumunda kalmıştır.

İsviçre ve Türkiye Arasındaki Ticaret Dengesinde Altın Söz Sahibi Oldu

İsviçre, bu noktada ithalat kalemleri açısından ele alındı-

ğında, daha önceki bölümlerde de dikkat çekildiği üzere, 2013 yılı özelinde altın ticaretiyle öne çıktığı bilinmektedir. Söz konusu dönemde İsviçre'den yapılan yüksek düzeydeki altın ithalatının bir sonucu olarak da, kıymetli taşlar ve metaller faslının pazarda 7.473 milyon dolarlık bir net ithalat kaydettiği görülmektedir. Dolayısıyla, İsviçre ve Türkiye arasındaki, ilki lehine olan 8633 milyon dolarlık ticaret dengesinde, bu faslın oldukça kritik bir rol oynadığı ortadadır. Bunun yanı sıra veriler, makineler ve ecza ürünleri fasıllarının da, bu dengeye sırasıyla 511 ve 353 milyon dolarlık katkılar yaptığını işaret etmektedir. İsviçre'de diğer bazı fasıllarda da net ithalat pozisyonu gözlemlenmekle birlikte, ihracatın düşük olması hasebiyle, net ihracatta kayda değer olumlu bir veriye rastlanmamaktadır.

9.3.2.16 Almanya (DEU)

Türkiye'nin uzun yıllardır en büyük ihracat partneri olan Almanya, ithalatta da kritik öneme sahip pazarlardan olup ilk 3'te yer almaktadır. Bu bağlamda, 2013 yılında 13.706 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilen Almanya pazarında, yoğun ithalatın bir sonucu olarak, aynı dönemde -10.476 milyon dolar seviyesinde bir net ihracat kaydedildiği gözlenmektedir. İhracatta lider olan fasıllar bağlamında incelendiğinde, Almanya pazarında en hâkim grup olan örme giyim ürünlerinde neredeyse %100'e yakın bir net ihracat yansımaları tespit edilmektedir. Aynı durum, 4. sırada gelen örme olmayan giyim eşyaları için de geçerli olmuştur.

Taşıtlar ve Makineler Almanya'ya Yapılan Net İhracatı Negatif Etkileyen İki Ana Etken Oldu

Buna karşın, pazardaki en büyük 2. ve 3. ihracatçı fa-

sıllar olan makineler ve motorlu kara taşıtlarında, hazır giyim ürünlerinin tam aksi bir durum gözlenmektedir. Nitekim bu iki fasıl, Almanya pazarında söz konusu dönemde sırasıyla 3.367 ve 3.899 milyon dolarlık net ithalat rakamları kaydetmiştir. Bu ise, Almanya'yla yapılan ticarete ortaya çıkan açığın oldukça önemli bir bölümünü bu iki grubun temsil ettiği anlamına gelmektedir. Öte yandan, Türkiye'nin pazardaki en büyük paya sahip 5. ihracatçı faslı olan elektrik-elektronikte de net ithalatı destekleyici bir gerçekleşme görülmüştür. Almanya pazarındaki ticaret dengesini plastik grubu da önemli ölçüde olumsuz etkilerken, olumlu katkı yapan fasıllar arasında hazır giyime ilişkin grupların yanı sıra, sebze ve meyve ile dokunmuş hazır eşyaların öne çıktığı gözlenmektedir. Sonuç olarak, hazır giyim, tekstil ve gıda bağlamında Türkiye'nin Almanya'da net ihracatçı olurken, çoğu ileri teknoloji yoğunluklu olan sektörlerde net ithalatçı konumunda bulunduğu anlaşılmaktadır.

9.3.2.17 Rusya (RUS)

2013 yılında Türkiye'nin en yüksek değerde ihracat yaptığı ülkeler arasında yaklaşık 7 milyar dolar ile

4. sırada konumlanan Rusya, ithalatta ise 25 milyar dolar ile lider olmuştur. Bu ise, Türkiye'nin ithalatta en bağımlı ülke olduğu Rusya ile 18 milyar dolarlık bir dış ticaret açığını beraberinde getirmiştir.

Rusya Pazarındaki İhracatçı Fasıllar Net İhracatı Desteklerken Enerji Olumsuz Etki Yaptı

Türkiye açısından önemli bir pazar olan Rusya'ya ihracat yapan fasılların başında gelen motorlu kara taşıtları, makineler ve meyveler gruplarına göz atıldığında, ilk 3'te yer alan bu kategorilerde %100 civarında net ihracat yansıması olduğu ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle, Rusya pazarındaki en büyük 3 ihracatçı fasıl, ihracatlarının tamamına yakını ticaret fazlası olarak kaydetmiş ve net ih-

racatçı olmuştur. Bu noktada veriler, pazarda gerçekleşen 18 milyar dolarlık yüksek net ithalatın ana sebebinin, 17 milyar dolar düzeyinde ticaret açığı veren mineral yakıtlar ve yağlar faslı olduğu gerçeğini gözler önüne sermektedir. Buna, sırasıyla 2,8 milyar ve 798 milyon dolar seviyesindeki net ithalatıyla demir-çelik ve alüminyum fasılları da destek vermiştir. Sonuç olarak, genel itibarıyla bakıldığında, Türkiye'nin en yüksek net ithalat değeri kaydettiği Rusya pazarında, bu durumun belirleyicisi enerji ve onu takiben demir-çelik olmuş, pazardaki lider ihracatçı fasıl ise ticaret fazlası verme yönünde hareket etmiştir.

9.3.2.18 Çin (CHN)

2013 yılında Türkiye'nin en düşük net ihracat gerçekleştirdiği, bir başka deyişle, en büyük net ithalatçı olduğu pazar Çin olmuştur. Türkiye'nin söz konusu dönemdeki ihracatında 3,6 milyar dolarla 11. sırada yer alan Çin, ithalatta ise 24,7 milyar dolar ile Rusya'dan sonra gelen 2. ülke olmuştur. Bu bağlamda, Türkiye ve Çin arasındaki ticaret dengesi, ilkinin aleyhine olmak üzere 21.085 milyon dolar olarak kaydedilmiştir.

Çin Pazarındaki Ticaret Açığında Elektronik ve Makine Anahtar Rol Oynadı

Veriler incelendiğinde, Türkiye'nin Çin'de bu seviyede bir net ithalatçı konumunda olmasında, iki faslın kritik rol oynadığı tespit edilmektedir. Buna göre, Çin pazarında 2013

yılında sırasıyla 6.669 ve 5.923 milyon dolarlık ticaret açığı veren elektronik ve makine fasılları, toplamda 12,6 milyar dolar civarında bir net ithalata sebebiyet vermiştir. Plastik ve mamulleri faslının da, 997 milyon dolarlık net ithalatta bu iki grubu takip ettiği gözlenmektedir. Bunun yanı sıra, organik kimyasallar, motorlu taşıtlar ve filamentler gibi birçok fasılda Türkiye'nin net ithalatçı konumunda olduğu açıkça görülmektedir. Ayrıca, diğer birçok ülkedeki durumun aksine, örme ve örme olmayan giyim fasıllarının da Çin'de negatif net ihracat kaydettiği dikkat çekmektedir. Öte yandan, Çin'e yapılan ihracatta en önde gelen iki fasıl olan cevher ve cürüfler ile tuz, kükürt ve taşlar fasıllarının pazardaki net ihracatı en olumlu etkileyen iki faktör olduğunun altını çizmek gerekir. Çin pazarındaki ihracatın toplamda %68'ine sahip olan bu iki faslın, kaydettikleri ticaretin tamamını net ihracata yansıttıkları anlaşılmaktadır.

9.3.3 DIŞ TİCARET FAZLASI KAYDEDİLEN FASILLAR

9.3.3.1 Örme Giyim Örme Giyim Çin ve Hindistan Dışındaki Tüm Pazarlarda Net İhracatçı Oldu

2013 yılında Türkiye'nin en yüksek ihracat performansı sergileyen fasıllar arasında 5. sırada bulunan örme giyim eşyaları, net ihracatta ise 1. sıraya yerleşmiştir. Bu ise, faslın ihracat ağırlıklı olup, nispeten düşük seviyelerde ithalat yaptığı anlamına gelmektedir. Zira faslın söz

konusu dönemde gerçekleştirdiği 9.248 milyon dolarlık ihracatın, 8.307 milyon dolarlık kısmı net ihracat olarak kaydedilmiştir. Bu bağlamda, Tablo 9.3 incelendiğinde, örme giyim grubunun, önde gelen ticaret partnerleri kapsamında, Çin ve Hindistan haricinde tüm pazarlarda dış ticaret fazlasına imza attığı, bunda ise en yüksek performansı sırasıyla Almanya, İngiltere, İspanya ve Fransa'da gösterdiği anlaşılmaktadır. Alt fasıllara bakıldığında ise, ihracatın motor gücü olan tüm ürün gruplarında yüksek oranda net ihracat yansımaları gözlenmektedir.

9.3.3.2 Örme Olmayan Giyim Örme Olmayan Giyim Birçok Ülkede Yüksek Net İhracat Rakamlarına İmza Attı

Türkiye'nin 2013 ihracatında 5.715 milyon dolarla 9. sırada konumlanan örme olmayan giyim faslı da, örme giyim eşyaları ticaretine benzer bir şekilde, nispeten düşük ithalat seviyesiyle kayda değer bir net ihracat rakamı kaydetmiştir. Önde gelen ticaret pazarlarında toplam 3.852 milyon dolarlık bir dış ticaret fazlası yaratan örme olmayan giyim

eşyalarının, Almanya, İspanya ve İngiltere başta olmak üzere birçok ülkede net ihracatçı pozisyonunda olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte faslın, Çin, Hindistan ve Mısır'da nispeten düşük seviyelerde olmakla birlikte, tica-

ret açığı verdiği de görülmektedir. Alt fasıllar itibarıyla ise, örme giyim faslındaki benzeri bir durumun burada da söz konusu olduğu ve lider ihracatçı fasılların net ihracata en yüksek katkıyı veren gruplar olduğu tespit edilmektedir.

9.3.3.3 Yenilen Meyve

Meyve Ticaretinde %90

Oranında Net İhracat Kaydedildi

Türkiye'nin yenilen meyve ihracatı 2013 yılında yaklaşık 4 milyar dolarla fasıllar arasında 11. sırada yer alırken, ithalatı oldukça düşük seviyelerde gerçekleşmiş, böylece söz konusu fasıl net ihracatta 3.546 milyon dolar gibi hatırı sayılır bir değerle 3. sıraya yerleşmiştir. Meyve net

ihracatının %90'a yakın bir bölümünün ticaret fazlası olarak gerçekleşmesinde, Rusya, Almanya, İtalya, Irak ve Fransa gibi pazarlar önemli rol oynamıştır. Oldukça düşük negatif net ihracat değerlerinin kaydedildiği birkaç pazar dışında tüm ticaret partnerlerinde pozitif rakamlara rastlanmaktadır. Alt fasıllar bağlamında ise, faslın kabuklu meyveler, turuncgiller ve üzümler gibi önde gelen tüm gruplarının yüksek oranlarda net ihracat gerçekleştirdiği gözlenmektedir.

9.3.3.4 Demir-Çelik

Ürünleri

Demir-Çelik Ürünleri Net İhracatta

Irak, İngiltere ve Azerbaycan'da

Başarılı Oldu

2013 yılı ihracatında 6.149 milyon dolarla 8. sırada yer alan demir-çelik ürünleri, ithalatta ise 16. olmuş ve 3.392 milyon dolarlık bir net ihracat elde etmiştir. Demir-çelik ürünleri faslının dünya pazarlarında genel itibarıyla net ihracatçı olmasında, Irak, İngiltere ve Azerbaycan

gibi pazarların olumlu etkisi göze çarpmaktadır. Bunun yanı sıra, tabloda yer almayan Cezayir ve Türkmenistan pazarlarında da önemli net ihracatlar gerçekleşmiştir. Demir-çelik ürünlerinin net ithalatçı konumunda olduğu ülkelerin başında ise, Çin ve İtalya gelmektedir. Bunun dışındaki pazarlarda, Türkiye demir-çelik ürünlerinde irili ufaklı pozitif ve negatif net ihracat rakamları kaydetmiştir. Alt ürün gruplarına göz atıldığında da, faslın lider ihracatçı kategorilerinde yüksek oranlarda net ihracat gerçekleşmesi görülmektedir. Bununla birlikte, vidalar ve civatalar ile dikişsiz borularda net ithalat değerleri dikkat çekmektedir.

9.3.3.5 Tuz, Kükürt ve

Taşlar

Tuz, Kükürt ve Taşlar İhracatının

%86'sı Net İhracat Olarak Kaydedildi

Söz konusu dönemde ihracatta 2.747 milyon dolarla 13. fasıl olan tuz, kükürt ve taşlar grubu ise, gerçekleştirmiş olduğu ve %86'lık bir orana denk gelen 2.349 milyon dolarlık net ihracatla, güçlü dış ticaret fazlası veren fasıllar

arasında ön sıralarda gelmiştir. Veriler incelendiğinde, ilgili net ihracat değerinin 1.057 milyon dolarlık bölümünün Çin pazarından kaynaklandığı görülmektedir. Diğer birçok pazarda da irili ufaklı net ihracat rakamlarına imza atan fasıl, en büyük dilimlere sahip olan ihracatçı alt fasıllarının oldukça büyük bir bölümünde yüksek oranlı ticaret fazlası vermiştir. Bunlar arasında, mermer ve travertenler, çimento ve cüruf ile doğal boratlar önde gelmektedir.

9.3.3.6 Dokunmuş Hazır Eşya

Ev Tekstili Grubunda İhracat %92'lik

Ticaret Fazlası Olarak Geri Döndü

Ağırlıklı olarak ev tekstili ürünlerini içeren dokunmuş hazır eşya faslı, 2013 yılında ihracatta 16. sırada gelirken, ithalatta ise oldukça gerilerde yer almıştır. Bu bağlamda, %92 gibi yüksek bir ihracat-net ihracat dönüşümü yaşayan fasıl, Çin, Hindistan ve Güney Kore'de

kaydettiği oldukça düşük seviyelerdeki ticaret açıklarının dışında, analiz kapsamındaki tüm pazarlarda net ihracatçı olma başarısı göstermiştir. Bu performansını özellikle Almanya, ABD ve Fransa pazarlarında sergileyen fasıl, özellikle havlu veya benzeri mensucattan banyo ve mutfak bezleri ile yatak örtüsü alt fasıllarında yüksek net ihracat seviyeleri kaydetmiştir. Bununla birlikte, diğer birçok ihracatçı alt ürün grubunda da ticaret fazlası görülmektedir.

9.3.3.7 Halılar

Halı Grubu Dünya Pazarlarında Kuvvetli Net İhracatçı Konumunda

2013 yılında Türkiye'nin en yüksek değerinde ihracat gerçekleştiren 17. faslı olan halılar, bu dönemde oldukça düşük seviyelerde ithalat gerçekleştirmiş, böylelikle ih-

racatın %92'lik bir kısmı dış ticaret fazlası olarak kaydedilmiştir. Bu bağlamda, 2.003 milyon dolarlık net ihracata imza atan halılar grubu, doğal olarak bu başarısını en yüksek performans sergilediği ihracat pazarlarında yaşamıştır. Dolayısıyla, halı ihracatının ticaret fazlası vermesinde Suudi Arabistan, ABD, Libya ve Irak pazarlarının önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır.

9.3.3.8 Sebze ve Meyve Müstahzarları

En Yüksek Net İhracat Oranına Sebze Meyve ve Müstahzarları Faslı İmza Attı

Aynı dönemde ihracatta 19., ithalatta ise 82. sırada bulunan sebze meyve ve müstahzarları, önde gelen ticaret fasılları arasında ihracatını net ihracata en yüksek

oranda dönüştüren fasıl olma başarısını yakalamıştır. Nitekim fasıl ihracatının %95 oranında bir bölümünün, 1.712 milyon dolarla dış ticaret fazlası olarak kayıtlara geçmiş olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, fasıl sözü konusu tüm ülkelerde net ihracatçı olmuş, en iyi performans sergilediği pazarların başında ise, Almanya, Irak, Hollanda ve ABD gelmiştir. Alt fasıllar anlamında ise, ihracatta öne çıkan paylarıyla, konserve meyve, reçeller, turşular ve salçalar dikkat çekmektedir.

9.3.3.9 Mobilyalar

Mobilya Ticareti Başarısını Ortadoğu ve Kafkasya Bölgesine Borçlu

Net ihracat değeri sıralamasında sebze meyve ve müstahzarları grubunu, 1.338 milyon dolarla mobilyalar takip etmiştir. Türkiye'nin 2013 yılı ihracatında 12. sıra olan mobilyaların, dünya pazarlarındaki net ihracatçı

konumunu, özellikle Irak, Libya ve Azerbaycan pazarlarındaki başarısına borçlu olduğu fark edilmektedir. Bununla birlikte, Rusya ve tabloda yer almayan Türkmenistan ve Kazakistan'da da gözle görülür ticaret fazlası gerçekleştiren mobilyalar faslının net ithalatçı olduğu birkaç ülke arasında Çin ve İtalya öne çıkmaktadır. Bunun dışında, mobilya ihracatının ağırlıklı olarak birçok pazarda pozitif net değerlere imza attığı görülmektedir.

9.3.3.10 Cevher ve Cürüflar Cevher ve Cüruf Ticaret Dengesinde Çin Pazarı Belirleyici Etken Oldu

2013 ihracatında ilk 20'de yer alan cevher ve cürüflar, aynı dönemde 517 milyon dolar net ihracat gerçekleştirmiş, bunda ise faslın en büyük ihracat pazarı olan Çin anahtar rol oynamıştır. Fasıl Çin'de 1.351 milyon

ticaret fazlası vermekle birlikte, Ukrayna, Rusya ve tabloda yer almayan Brezilya ve İsveç pazarlarında kaydedilen negatif net ihracat değerleri, bu rakamı aşağı yönlü etkilemiştir. Alt fasıllar arasında, net ihracatı olumlu etkileyen gruplar bakır, krom, çinko ve kurşun cevherleri olurken, net ihracat seviyesini sert bir şekilde aşağı çeken grubun ise demir cevherleri olduğu tespit edilmektedir.

9.3.3.11 Motorlu Kara Taşıtları Taşıtlar Faslında Arabalar ve Parçalar Ticaret Dengesini Olumsuz Yönde Etkiledi

2013 yılının Türkiye ihracat şampiyonu olan motorlu kara taşıtları, 17 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmesine rağmen, ithalatta da yoğun bir sektör olması hasebiyle, sadece 193 milyon dolarlık bir net ihracat kaydetmiştir. Rusya, Fransa, İngiltere, Bel-

çika ve İtalya pazarları, faslın net ihracatına olumlu katkıda bulunurken, ilgili ithalatın nispeten yüksek düzeyde gerçekleştiği Almanya, İspanya, Çek Cumhuriyeti, Güney Kore, Çin, Japonya ve Romanya gibi ülkeler olumsuz etki yaratmıştır. Özellikle Almanya pazarında gerçekleşen 3.899 milyon değerindeki net ithalat bu minvalde oldukça önemli bir etken olmuştur. Alt fasılların net ihracat üzerindeki etkisi incelendiğinde ise, kamyonlar ile toplu taşıma araçlarının pozitif net ihracat anlamında kilit rol

oynadığı, arabalar, parçalar ve traktörlerin ise net ithalatın en yoğun kaydedildiği alt fasıllar olduğu göze çarpmaktadır. Bununla birlikte, 2013 yılında

motorlu kara taşıtlarının, düşük bir düzeyde de olsa, dünya pazarları genelinde net ihracatçı konumunda olduğu görülmektedir.

9.3.4 DIŞ TİCARET AÇIĞI KAYDEDİLEN FASILLAR

9.3.4.1 Filamentler

Filamentler Çin, Hindistan ve Kore Pazarlarında Net İthalatçı Oldu

2013 yılında ihracatta 21., ithalatta ise 20. sırada gelen filamentler, 400 milyon dolarlık net ithalat kaydederek dış ticaret açığı veren fasıllar arasında yer almıştır. Net ihracat rakamları ülkeler bazında analiz edildiğinde, Rusya, Belçika, Hollanda, İngiltere, Romanya ve Ukray-

na gibi pazarlarda pozitif rakamlar görülürken, başta Çin olmak üzere, Hindistan ve Güney Kore'de ise bu gerçeklemleri aşağı yönlü etkileyen negatif değerlere rastlanmaktadır. Ürünler bazında değerlendirildiğinde ise, filamentler faslını toplamda net ithalatçı konumuna getiren ana etkenin sentetik filament iplikler olduğu anlaşılmaktadır. Dış ticaret dengesini en olumlu ve güçlü yönde etkileyen alt fasıllar ise, sentetik filament mensucat gruplarına aittir.

9.3.4.2 Kauçuk ve Mamulleri

Kauçuk Dış Ticaretinin Açık Vermesinde Uzakdoğu Etkili Oldu

Gerek ihracat gerekse ithalatta 2013 yılında 14. sırada yer alan kauçuk ve mamulleri, bu dönemde -580 milyon dolarlık net ihracat gerçekleştirmiştir. Verilen dış ticaret açığında, Güney Kore, Japonya ve Çin'in yanı sıra, tabloda bulunmayan ülkelerden Endonezya, Tayland, Malezya ile yapılan ticaretin ithalat lehindeki gelişimi

önemli rol oynamıştır. Dış ticaret dengesinde olumlu etki yapan pazarlar arasında ise, Almanya oldukça ön plana çıkmakta, bunu Suudi Arabistan ile Irak takip etmektedir. Kauçuk faslının net ithalatçı olmasında, sentetik kauçuk alt faslının motor güç olduğu gözlenirken, ticaret fazlası veren alt fasıllar arasında grubun önemli ihracatçılarından vulkanize kauçuktan sert olmayan ürünler ile boru ve hortumlar göze çarpmaktadır. Faslin en yüksek ihracatçı alt grubu olan yeni dış lastiklerde ise, kısmi bir net ihracat katkısı gözlenmektedir.

9.3.4.3 Lifler

Lifler Faslı da Uzakdoğu'da Net İthalatçı Konumunda

Net ihracat sıralamasında kauçuk grubunu takip eden lifler, 2013 yılında nispeten yüksek ithalat performansına bağlı olarak, 794 milyon dolarlık bir ticaret açığı kaydetmiştir. Bu açıktaki hangi pazarların rol aldığı değerlendirildiğinde, tabloda yer almayan Endonezya'nın kauçuk faslında olduğu gibi, yine oldukça önemli bir

paya sahip olduğu tespit edilmektedir. Buna Vietnam pazarı da destek vermiştir. Tabloda yer alan pazarlar arasında ise, Hindistan, Almanya ve Çin'de verilen açıkların etkili olduğu gözlenmektedir. Faslin net ihracatına en olumlu katkı ise, Rusya pazarından gelmiştir. Ayrıca, ABD, İran ve İngiltere gibi diğer bazı ülkelerde de pozitif net ihracat rakamlarına rastlanmaktadır. Lifler faslının ticaret dengesini, gerek suni gerekse sentetik devamsız lifler olumsuz etkilerken, sentetik ve suni iplikler ile dokunmuş mensucat olumlu yönde desteklemiştir.

9.3.4.4 Alüminyum ve Mamulleri

Alüminyum Ticaretini Körfez Ülkeleri İthalat Yönünde Etkiledi

2013 yılında 15. sırada yer aldığı ihracatta 2.364 milyon dolarlık değer kaydeden alüminyum ve mamulleri faslı, ithalatta ise 12. sırada gelmiş ve sonuç olarak 873 milyon dolarlık bir net ithala-

ta imza atmıştır. Veriler, bu gerçekleşmede, Rusya pazarındaki net ithalatçı konumun önemli bir rol oynadığına işaret ederken, aynı zamanda tabloda yer almayan Tacikistan, Katar, Umman ve Bahreyn'de de güçlü ticaret açıklarının etkisi tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, BAE pazarında da negatif bir net ihracat kaydedildiği görülmektedir. Faslin ihracatçı alt grupları arasında çubuk ve profiller ile inşaat aksamaları en güçlü net ihracat performansını sergileyen kategoriler olurken, faslin ticaret dengesini aşağı yönlü çeken temel alt fasıl işlenmiş alüminyum olmuştur.

9.3.4.5 Pamuk

Pamuk Faslı'nın Net İthalatçı Olmasında Taranmamış Pamuk Motor Güç Oldu

Türkiye'nin 2013 ihracatında 18. sırada yer alan pamuk, aynı dönemde ithalatta da ilk 15'e girmiş ve bunun sonucunda 1.060 milyon dolar seviyesinde bir net ithalat kaydetmiştir. Pamuk faslı'nın, yılı net ithalatçı olarak kapamasında, en güçlü etkinin ABD pazarından geldiği görülmektedir. Bununla birlikte, tabloda bulunmayan

Türkmenistan pazarındaki ithalat yönlü gözle görülür gelişmelerin de, bu gerçekleşmede önemli rol oynadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, Yunanistan ve Çin de, Türkiye'nin pamuk ticaretinde net ithalatçı konumunda olmasında payı olan pazarlar arasında olmuştur. Söz konusu ticaret dengesini olumlu etkileyen pazarların başında ise, İtalya, Almanya ve Polonya gelmektedir. Alt fasıllar itibarıyla bakıldığında ise, net ihracatın şekillenmesinde örme pamuk kumaşların pozitif, taranmamış pamuk grubunun ise negatif temel faktörler olduğu görülmektedir.

9.3.4.6 Çeşitli Kimyasallar

Düşük İhracat Seviyesi Muhtelif Kimyasallar Faslı'nı Net İthalatçı Yaptı

Muhtelif kimyasallar olarak da adlandırılan çeşitli kimyasallar faslı, esas itibarıyla ihracatta oldukça geri sıralarda yer alıp, ithalatta ilk 20'ye giren gruplar arasında

olduğundan doğal olarak bir dış ticaret açığı vermektedir. 2013 yılında 1.569 milyon dolarlık net ithalat kaydeden fasılda, Almanya, Fransa, İtalya, ABD, Çin ve Belçika olmak üzere çeşitli ithalat pazarlarının etkili olduğu gözlenmektedir. Ürün grupları olarak ise, kimyasal sanayi ürünleri, haşarat öldürücüler ve laboratuvar reaktiflerinin etkin net ithalatçı alt fasıllar olduğu dikkat çekmektedir.

9.3.4.7 Hava Araçları ve Aksamları

Hava Araçları Ticaretinin Açık Vermesinde Uçaklar Grubu Etkin

Hava araçları ve aksamları, ticaret dengesindeki yapı itibarıyla, net ihracat sıralamasında takip ettiği çeşitli kimyasallara benzerlik göstermektedir. Nitekim bu fasıl da,

ihracatta oldukça arka sıralarda yer alıp, ithalatta ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, hava araçları ve aksamlarının ithal edildiği en büyük pazarlar olan ABD, Almanya, Fransa ve İtalya'da gerçekleşen ilgili dış ticaret açıkları, fasılın dünya pazarlarında net ithalatçı konumunda olmasına katkıda bulunmuştur. Öte yandan, alt fasıllar incelendiğine, fasılın dış ticaret açığı vermesinde, uçaklar alt grubunun güçlü bir şekilde anahtar rol oynadığı tespit edilmektedir.

9.3.4.8 Kâğıt Ürünleri

Kâğıt İhracatı Almanya, ABD ve Çin'den Yapılan İthalatın Gölgesinde Kaldı

Kâğıt ürünleri 2013 yılında ihracatta 29, ithalatta ise 13. sırada yer almış ve 1.951 milyon dolarlık net ithalat gerçekleştirmiştir. Fasılın negatif seviyede net ihracat kaydetmesinde, Almanya, ABD, Çin ve Rusya pazarlarından

yapılan ithalatın ağırlıklı etkisi gözlenirken, tabloda yer almayan İsveç ve Finlandiya'nın da bu yönde güçlü katkıları olduğu tespit edilmiştir. Fasılın ticaret dengesine olumlu yönde destek veren pazarların başında ise, İran ve İngiltere gelmektedir. Kâğıt ticaretinin açık vermesinde en önemli ürün gruplarının ise, ithalatta en büyük paylara sahip olan baskı amaçlı kâğıt karton, sıvanmamış kâğıt karton ve birinci elyaf kâğıt olduğu anlaşılmaktadır

9.3.4.9 Bakır ve Ürünleri

Rafine Bakır ve Alaşımları Grubu, Bakır Faslı'nı Net İthalatçı Yaptı

Bakır ve ürünleri, 2013 yılında Türkiye'nin ihracatında 24. sırada yer alırken, ithalatında ise önlere konumlanmış ve 11. olmuştur. Bu bağlamda, fasılın 2.253 milyon dolar ticaret açığı kaydettiği görülmektedir. Bakır ve ürünleri grubunun dünya pazarlarında net ithalatçı olmasında en büyük etkilerin, tabloda yer almayan Kazakistan, Bulgaristan ve Özbekistan'dan geldiği fark

edilmektedir. Veriler, Rusya ve İspanya pazarlarında gerçekleşen net ithalatın da buna katkıda bulunduğu göstermekle birlikte, yine tabloda olmayan bir başka ülke olan Şili de bu yönde önemli bir etki yaratmıştır. Net ihracat seviyesine olumlu katkıda bulunan pazarların başında ise, İtalya ve ABD gelmektedir. Alt fasıllar bağlamında ele alındığında, bakır ticaretinin açık vermesinde ithalatın %74'ünü oluşturan rafine bakır ve alaşımlarının güçlü bir temel etken olduğu tespit edilmektedir. Bakır net ihracatını olumlu etkileyen alt fasılların başında ise, bakırdan kablolar ile bakır atıkları gelmektedir.

9.3.4.10 Ecza Ürünleri İhracatta Arka Planda Kalan Ecza Ürünleri Dünya Pazarlarında Net İthalatçı Konumunda

Ecza ürünleri de, ithalatta önde ancak ihracatta arka planda kalan fasıllardan biridir. Nitekim 2013 yılında ithalatta 10. sırada olan

fasıl ihracatta 41. olmuştur. Bu doğrultuda 3.397 milyon dolar ile net ithalat gerçekleştiren ecza ürünleri, özellikle Almanya, ABD, Fransa İtalya ve İsviçre'den yapılan yoğun ithalattan olumsuz etkilenmiştir. İran ve Irak ise, nispeten küçük de olsa, net ihracata pozitif katkı yapan pazarların başında gelmiştir. Ürünler bazında ise, başta ilaç karışımları ile aşı ve serumlar ithalatının dış ticaret dengesi üzerindeki baskın negatif etkisi açıkça görülmektedir.

9.3.4.11 Optik, Foto, Ölçüm Cihazları Optik, Foto, Ölçüm Cihazları Ticaretin- de İthalatın Ağırlıklı Etkisi Görüldü

Düşük seviyelerde ihracat ve nispeten yüksek düzeylerde ithalat yapan fasıllar arasında gelen optik, foto ve ölçüm cihazları, 2013 yılında 3.897 milyon dolarlık net ithalat yapmıştır.

Almanya, ABD ve Çin'in ithalat yönünde güçlü etkilerine maruz kalan fasıl, ayrıca İtalya, Fransa, Japonya ve Güney Kore gibi çeşitli pazarlardan da benzer etkiler almıştır. Azerbaycan, Irak ve İran gibi komşu pazarlarda ise, faslın düşük düzeylerde de olsa net ihracatçı olduğu anlaşılmaktadır. Optik, foto, ölçüm cihazlarının dış ticaret açığı vermesinde, ithalatçı alt fasıllardan elektro-medikal, otomatik ayar kontrol ve ortopedik cihazların önemli pay sahibi olduğu tespit edilmiştir.

9.3.4.12 Organik Kimyasallar Organik Kimyasalların Ticaret Yapısı Ecza Ürünlerine Benzerlik Gösteriyor

Türkiye'nin organik kimyasallar ticareti de, ecza ürünleri ile optik, foto, ölçüm cihazları gruplarına benzer bir ticaret dengesi yapısındadır. Bir başka deyişle, ihracatta önemli bir söz sahibi olmayan fasıl, ithalatta ise en ön sıralarda yer almaktadır. Bu minvalde, fasıllar arası ihracat

sıralamasında 2013 yılında 52. olan organik kimyasallar, 5.314 milyon dolarlık ithalat ile 8. sırada yer almış ve bunun sonucunda -4.716 milyon dolarlık bir net ihracat kaydetmiştir. Bunun doğal bir sonucu olarak, ithalat yapan başlıca alt fasıllarda yüksek oranlarda net ithalat yansıması görülmektedir. Ülkeler bazında ise, Çin ve Almanya başta olmak üzere, ABD, Hindistan, Rusya, Hollanda, Suudi Arabistan, İngiltere ve İspanya gibi birçok pazarda kayda değer net ithalat rakamları göze çarpmaktadır.

9.3.4.13 Elektrik- Elektronik Cep Telefonları ve Çin Pazarı Türkiye'yi Elektronikte Net İthalatçı Yapıyor

Elektrik-elektronik faslı 2013 yılında gerek ihracat gerekse ithalatta 4. olarak ön sıralarda yerini almıştır. Bununla birlikte, ithalat seviyesi daha baskın olmuş ve ilgili dönemde faslın net ihracatı -8.213 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu yüksek ticaret açığının, 6.669 milyon dolarlık önemli bir kısmı Çin pazarından kaynaklanmaktadır. Bunun yanı sıra, özellikle Güney Kore ve Almanya'nın net ithalata ciddi katkılar yaptıkları gözlenmektedir. Veriler, aynı zamanda,

tabloda yer almayan Vietnam'dan yapılan elektronik ithalatının da bu görünümü desteklediğini göstermektedir. Ayrıca, İtalya, ABD ve İspanya gibi çeşitli pazarlarda da, elektronik faslının dış ticaret açığı kaydettiği tespit edilmiştir. Öte yandan, aynı zamanda önemli bir ihracatçı olan elektronik grubunun pozitif net ihracat kaydettiği pazarlar da bulunmaktadır. Bu bağlamda, Irak, İngiltere, Türkmenistan, Suudi Arabistan, Rusya, Azerbaycan gibi birçok ülkede Türkiye elektronik sektöründe net ihracatçı olmuştur. Faslın genel toplamda ticaret açığı vermesinde, telefonlar, TV parçaları ve elektrik üretici gruplar söz sahibi olurken, dengeyi yukarı yönlü etkileyen ihracatçı alt fasıllar arasında izole teller ve kablolar, televizyonlar ve su ısıtıcıları başı çekmektedir.

9.3.4.14 Plastik ve Mamulleri Plastik Faslının Net İthalatçı Olmasında Temel Neden Polimerler

Türkiye'nin ihracat ve ithalat bağlamında önemli bir dış ticaret kalemi olan plastik ve mamulleri, 2013 yılında 8.272

milyon dolarlık net ithalata imza atmıştır. Sırasıyla Suudi Arabistan, Almanya, Çin, Güney Kore, Belçika, İtalya, ABD ve diğer bazı pazarlarda en büyük açıkları kaydeden plastikler, Irak başta olmak üzere, Rusya, Azerbaycan ve Libya gibi ülkelerde ise ticaret fazlası gerçekleştirmiştir. İhracatçı alt fasıllardan boru ve hortumlar ile ambalaj malzemeleri ticaret dengesini en olumlu etkileyen unsurlar olurken, çeşitli polimer grupları ters yönlü bir etki yapmıştır.

9.3.4.15 Demir-Çelik Demir-Çelik Avrupa'da Net İthalatçı, Ortadoğu'da Net İhracatçı Oldu

Türkiye'nin 2013 dış ticaretinde gerek ihracat gerekse ithalatta 3. sırada konumlanan demir-çelik faslı, söz konusu dönemde 8.769 milyon dolarlık bir net ithalata sahne olmuştur. Bu gerçekleşmede, Rusya ve Ukrayna pazarlarından yapılan yüksek ithalat seviyeleri oldukça etkili olmuş, ayrıca ABD, İngiltere, Romanya, Fransa, Almanya ve Belçika gibi birçok ülkede de net ithalat

rakamları kaydedilmiştir. Önemli bir ihracatçı fasıl olan demir-çelik grubunun, Irak, Suudi Arabistan, BAE, İsrail, Libya ve Yemen gibi birçok ülkede de pozitif net ihracat kaydettiği belirtilmelidir. Fasıllar bağlamında ise, demir-çelik ticaretinin toplamda açık vermesinde en önemli etkenin en büyük ithalat payına sahip olan hurda ve atık demir olduğu, buna demir veya alaşımsız çelikten yarı mamullerin de destek verdiği anlaşılmaktadır. Sektörün ihracatçı alt gruplarından çubuklar ile profillerin ise, net ihracatta başarılı bir performans gösterdikleri göze çarpmaktadır.

9.3.4.16 Kıymetli Taşlar ve Metaller

Altın Ticaretinde Dengeyi İsviçre ve BAE Belirledi

2013 yılında Türkiye'nin 6. en büyük ihracatçı ve ithalatçı faslı olan kıymetli taşlar ve metaller, altın ithalata bağlı olarak 9.247 milyon dolarlık bir ticaret açığı

kaydetmiştir. Ticaret dengesini olumlu yönde etkileyen kalem ise, mücevherler olmuştur. Fasılın 2013 yılında net ithalatçı bir tablo çizmesinde, İsviçre pazarı başrol oynamış, BAE'nin yanı sıra tabloda yer almayan Avustralya ve Güney Afrika da bu yönde önemli katkılarda bulunmuştur. Net ihracat anlamında olumlu etkiler ise, başta İran olmak üzere Irak ve Rusya gibi çeşitli pazarlardan gelmiştir.

9.3.4.17 Makine Makine Faslında Bilgisayarlar Net İthalatçı, Buzdolapları Net İhracatçı Oldu

Türkiye'nin hem ihracatında hem de ithalatında 2013 senesinde 2.lik koltuğunda oturan makineler, ithalatın ağırlıklı etkisi nedeniyle, 17.162 milyon dolar ticaret açığıyla en yüksek 2. net ithalatçı fasıl olmuştur. Makineler fasılının dünya pazarları genelinde net ithalatçı olmasında, Çin, Almanya, İtalya, Japonya, Güney Kore, Polonya,

Fransa gibi birçok ülkeden yapılan hatırı sayılır ithalatın etkileri hâkim olmuştur. Öte yandan, ulusal ihracatın temel taşlarından olan makineler fasılının, Rusya, Irak, Azerbaycan, İran, Libya, Suudi Arabistan ve tabloda yer almayan Cezayir gibi birçok ülkede ise net ihracatçı kimliğe sahip olduğu fark edilmektedir. Ürünler temelinde ele alındığında, buzdolapları, motor parçaları ve çamaşır makinelerinin önde gelen net ihracatçı, bilgisayarlar, dizel motorlar ile buldozerler ve greyderlerin ise net ithalatçı alt fasıllar olduğu gözlenmektedir.

9.3.4.18 Mineral Yakıtlar ve Yağlar

Enerji Net İthalatında Rusya Başrolde Oynadı

2013 yılında 55.917 milyon dolar değerinde kaydettiği ithalatta Türkiye'nin açık ara farkla en büyük ithalat faslı olan mineral yakıtlar ve yağlar, 17.162 milyon dolar açık veren makineleri 49.192 milyon dolarla önemli ölçüde arkada bırakarak net ithalatta 1. fasıl olmuştur. Enerji grubu olarak da nitelendirilen mineral yakıtlar ve yağların, ihracatta

7. sırada yer almasına rağmen, yüksek ithalat bağımlılığı nedeniyle bu denli yüksek bir dış ticaret açığı verdiği ortadadır. Söz konusu açıktaki ise, fasılın 17 milyar dolarla en yüksek değerde ithalatı gerçekleştirdiği Rusya başrolde oynamaktadır. Buna ek olarak, İran, Yunanistan, Hindistan, İtalya ve İsrail gibi birçok pazarda da fasıl net ithalatçı konumundadır. Net ihracat anlamında pozitif gelişmelerin gözlemlendiği pazarların başında ise, Mısır, BAE, Hollanda ve İspanya gelmiş, ayrıca tablodaki veriler arasında yer almayan Malta, Kıbrıs ve Ürdün'e yapılan ihracatta da ticaret fazlası kaydedilmiştir.

DIŞ TİCARET VE ÖDEMELER DENGESİ



10.1 DIŞ TİCARET DENGESİ

Diş ticaret dengesi, en basit bir ifadeyle, ekonomideki belli bir döneme ait ihracat ve ithalat arasındaki fark olarak ifade edilebilir. İhracat ve ithalatın eşit olduğu durumlarda ekonomi diş ticaret dengesine sahip olmakta, ihracatın ithalattan düşük (yüksek) olduğu durumlarda ise diş ticaret açığı (fazlası) verilmektedir. Esas itibariyle, diş ticaret dengesinin, Bölüm 9'da detaylı olarak ele alınan net ihracat kavramıyla özdeş olduğunun da bu noktada altını çizmek gerekir. Söz konusu bölümde ülkeler ve fasıllar bağlamında detaylı olarak incelenen net ihracat (diş ticaret dengesi), burada ise toplamdaki yıllık gelişimi ve ödemeler dengesindeki rolü anlamında incelenecektir.

Türkiye'de Diş Ticaret Açığı İktisadi Aktivitenin Temposuna Paralel Seyrediyor

Bilindiği gibi Türkiye, karakteristik bir şekilde, diş ticarete açık veren bir ekonomik yapıya sahiptir. Diş ticaret açığının yıllara göre gelişimi ise, genel itibariyle, ilgili dönemdeki iktisadi aktivitenin temposuyla paralel bir ilişki sergilemektedir. Zira ekonomik performansın güçlendiği dönemlerde özellikle ithalatta da canlanma görülmekte, bu ise diş ticaret açığını olumsuz etkilemektedir. Bu çerçevede, Şekil 10.1 Türkiye ekonomisinde global krizin hemen öncesindeki 2007 yılı itibariyle gerçekleşen yıllık GSYH ve diş ticaret büyüme hızlarını vermektedir. Grafikte ilk göze çarpan tablo, söz konusu dönemde ithalat büyüme hızıyla GSYH büyüme hızının el ele hareket etmiş olmasıdır. 2010 ve 2011 gibi, ekonomik büyümenin ivme kazandığı dönemlerde ithalatta da ciddi yükselmeler fark edilmektedir. Keza, kriz dönemleri ya da ekonominin zayıf bir tempo izlediği yıllarda ithalat performansında da düşüşler görülmektedir. Buna bağlı olarak da, büyümenin güçlendiği dönemlerde ihracat ve ithalat arasındaki makas açılmakta ve diş ticaret açığı hız kazanmaktadır. Nispeten zayıf ekonomik büyümenin gerçekleştiği yıllarda ise, makasın kapandığı gözlenmektedir.

2013 Yılında Diş Ticaret Makası Açıldı

Bu bağlamda, 2012 yılındaki %2,2'lik GSYH büyümesini 2013 yılında %4'e yükselten Türkiye ekonomisinin

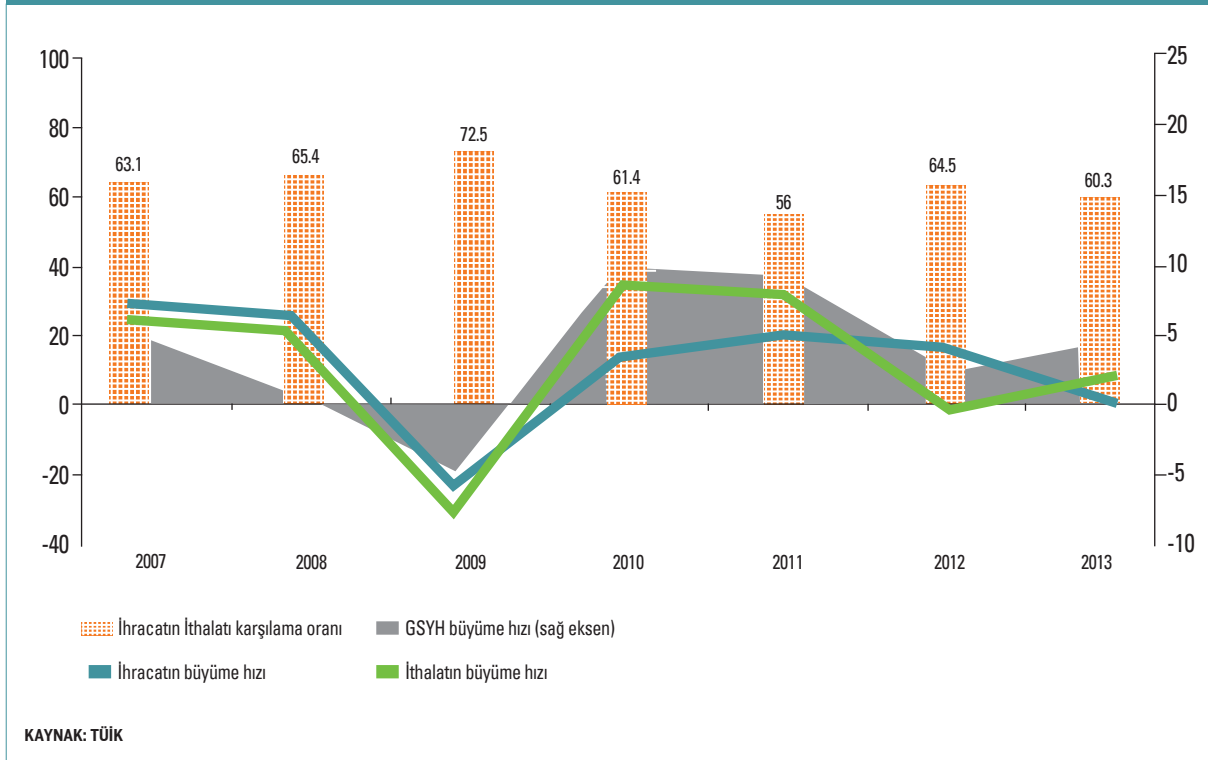
de, diş ticaret makası yeniden ithalat lehine açılmıştır. Aşağıda daha detaylı olarak ele alınacak olan altın ticaretinin, bu gelişmede önemli bir payı olduğunun da bu noktada altını çizmek gerekir. Öte yandan, yıllık toplam gelişime yeniden dönülecek olursa, net ihracatı ele alan bölümde de belirtildiği üzere, Türkiye ekonomisi, büyümenin hareket kazandığı bu dönemde yine diş ticaret açığı kaydetmiş ve açık bir önceki yıla göre %18,7 artarak 99.844 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır.

İhracatın İthalatı Karşılama Oranı %60,3 Seviyesine Geriledi

Bu gelişme, ithalatın %6,4 artarken, ihracatın %0,4 düşüş kaydetmesinden kaynaklanmış olmakla birlikte, 2013 yılı diş ticaretinin gelişiminde iktisadi aktivite, altın ve enerji gibi faktörlerin ne derece rol oynadığına dair detaylara bakmak da önem arz etmektedir. Bu analizler çeşitli veriler kapsamında aşağıda gerçekleştirilecek olup, grafikte yer alan bir diğer göstergeye de hızlıca değinmekte fayda vardır. Şekil 10.1, GSYH ve diş ticaret yıllık büyüme hızlarının yanı sıra, ihracatın ithalatı karşılama oranını da yıllar itibariyle sunmaktadır. İhracatın ithalata olan yüzde oranını hesaplayarak elde edilen bu gösterge, kısaca tanımlamak gerekirse, ithalatı karşılamak için gerekli olan dövizin ne kadarının ihracattan elde edildiğine işaret etmektedir. İhracatın ithalatı karşılama oranı da, doğal olarak, diş ticaret dengesine paralel bir trend izlemektedir. Nitekim grafikte de görüldüğü gibi oran, ithalat hızının ihracat hızını geçtiği dönemlerde güçlenen ticaret açığıyla birlikte düşmekte, ihracatın daha kuvvetli bir performans gösterdiği yıllarda ise yükselmektedir. 2013 yılında da bu yapısal durum gerçekleşmiş ve ihracatın ivme kaybederken ithalatın tırmanışa geçmesi sonucu ihracatın ithalatı karşılama oranı 2012'deki %64,5 seviyesinden %60,3'e gerilemiştir.

İhracat ve ithalatın 2013'te sergilediği yıllık gelişime bu şekilde göz attıktan sonra, söz konusu değişimlerin, Türkiye'nin en büyük dışa bağımlılığını teşkil eden enerjinin yanı sıra, son yıllarda kaydettiği sert iniş ve çıkışlarla dengeleri önemli şekilde etkileyen altın ticareti bağlamında da ele alınması, resmi doğru görmek açısından anlamlı olacaktır. Bu noktada, yukarıda ve daha önceki bölümlerdeki analizlerde kul-

ŞEKİL 10.1 GSYH VE DIŞ TİCARETTE YILLIK GELİŞİM GÖSTERGELERİ (%)



lanılan TÜİK verilerinden ziyade, aşağıda incelenecek olan ödemeler dengesi rakamlarıyla da örtüşmesi anlamında TCMB dış ticaret verilerinden faydalanılacağını belirtmek gerekir. Bunun altının çizilmesindeki sebep, TÜİK ve TCMB dış ticaret rakamlarında farklılıkların mevcut olmasıdır. Bunun altında yatan en önemli unsurun, mal ticaretindeki f.o.b. (sigorta ve navlun hariç mal bedeli) ve c.i.f (sigorta ve navlun dâhil mal bedeli) uygulamalarındaki farklılıklar olduğu söylenebilir. Zira TÜİK tarafından ihracat verileri f.o.b., ithalat verileri ise c.i.f bazda yayımlanmaktadır. TCMB ise, dış ticaret verilerini TÜİK'ten temin etmekle birlikte, ithalat verilerini de f.o.b. değere dönüştürerek sadece mal bedelini yansıtmaktadır.

Kısaca ifade etmek gerekirse, TCMB verileri ihracatın yanı sıra, ithalatta da f.o.b değerlerini baz almaktadır. Temel neden bu olmakla birlikte, ödemeler dengesi uluslararası sınıflandırmasında bazı kalemlerin mal ticaretinden ayrılıp hizmetler dengesine dahil edilmesinin de katkısıyla, iki veri kaynağı arasında farklılıklar belirmektedir. Dolayısıyla devamında ödemeler dengesi incelenecek aşağıdaki bölümde, uyumlu değerlendirmeler yapmak amacıyla TCMB dış ticaret verileri kullanılmaktadır.

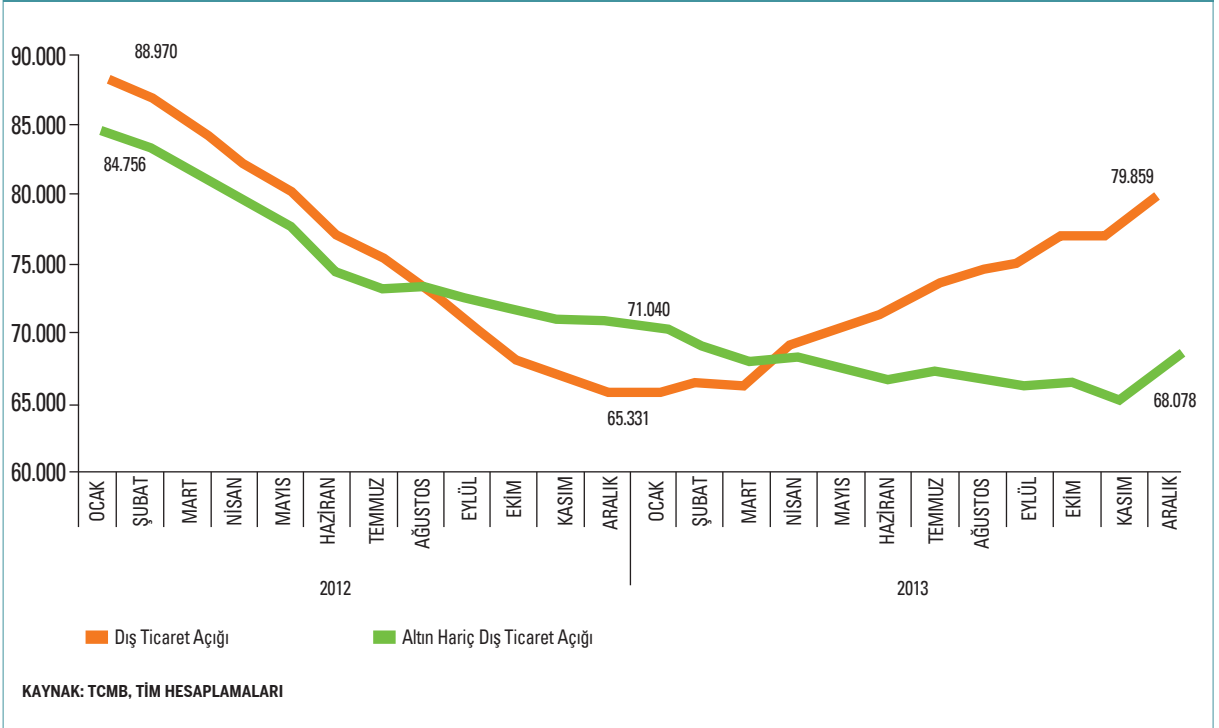
Altın Son Yıllardaki Dış Ticaret Gelişmelerine Damgasını Vurdu

Türkiye ekonomisinde son yıllardaki dış ticaret gelişmelerine damgasını vuran en önemli faktörün altın olduğu söylenebilir. Nitekim altın 2012 yılında ihracat, 2013'te ise ithalat bazındaki yukarı yönlü keskin hareketleriyle, birbirini takip eden bu iki yılda dış ticaret dengesini inişli çıkışlı bir hale getirmiştir. Bu nedenle, söz konusu dönemdeki dış ticaret açığının sağlıklı bir şekilde değerlendirilebilmesi için altın dâhil ve hariç ticaret performansının ayrı ayrı incelenmesinde fayda vardır.

2012 Dış Ticaret Açığının Sert Düşüşünde Altın İhracatı Etkili Oldu

Şekil 10.2 dış ticaret açığının 2012 ve 2013 yıllarında, aylara göre yıllıklandırılmış, bir diğer ifadeyle, son 12 ayın toplamını içeren kümülatif değerlerle gelişimini sergilemektedir. Buna göre, altını da kapsayan toplam dış ticaret açığında 2012 yılının tamamında keskin bir düşüş söz konusu olmuştur. Oysa 2012'de sıra dışı bir altın ihracatının yapıldığı bilinmektedir. Bu doğrultuda, söz konusu sert inişte, artan altın ihracatının önemli bir katkısı olduğu gerçeği göz ardı

ŞEKİL 10.2 YILLIKLANDIRILMIŞ DIŞ TİCARET AÇIĞI (MİLYON \$)



edilemez. Bu gerçek, yine aynı grafikte yer alan altın hariç kümülatif dış ticaret açığına bakıldığında da görülmektedir. Zira dış ticaret açığından altın ticareti çıkarıldığında, özellikle altın ihracatının zirveye görüldüğü 3. çeyrek itibarıyla, dış ticaret açığında düşüşün devam etmekte birlikte, bir ivme kaybına uğradığı anlaşılmaktadır. Daha yalın bir ifadeyle açıklamak gerekirse, altından arındırılmış dış ticaret açığının düşüşünde 2012 yılının ikinci yarısında bir ivme kaybı söz konusu olmuştur. Hâlbuki bu dönemde toplam dış ticaret açığının sert inişine devam ettiği gözükmemektedir. Buradan hareketle, 2012 yılındaki dış ticaret açığındaki aşağı yönlü hareketin altın ihracatından da önemli ölçüde etkilendiği sonucuna varılmaktadır.

Altın 2013 Yılında Yönünü İthalata Çevirdi

İlgili grafikte 2013 yılına göz atıldığında ise, toplam dış ticaret açığının, 2012'in tam tersi bir eğilim içine girerek hızla yükseldiği görülmektedir. İlk etapta altın ticaretini arındırmadan ortaya çıkan bu trendin, olumsuz bir tablo çizdiği ortadadır. Ancak bu noktada 2013 yılında altın ticaretinin 2012'nin aksi yönünde ithalat tarafına geçtiğini hatırlamak gerekmektedir. Nitekim bu dönemde, bir önceki yıla göre altın ihracatı hızla düşer-

ken, ithalat ise yükselişe geçmiştir. Bu gelişme, sonuç olarak, bir anlamda altının önemli bir dış ticaret açığı vermesine sebep olmuştur. Dolayısıyla, 2013 yılında tırmanmaya başladığı görülen toplam dış ticaret açığını altından arındırarak incelemek de önem taşımaktadır.

2013 Yılında Altın Hariç Dış Ticaret Açığı Düşüşünü Sürdü

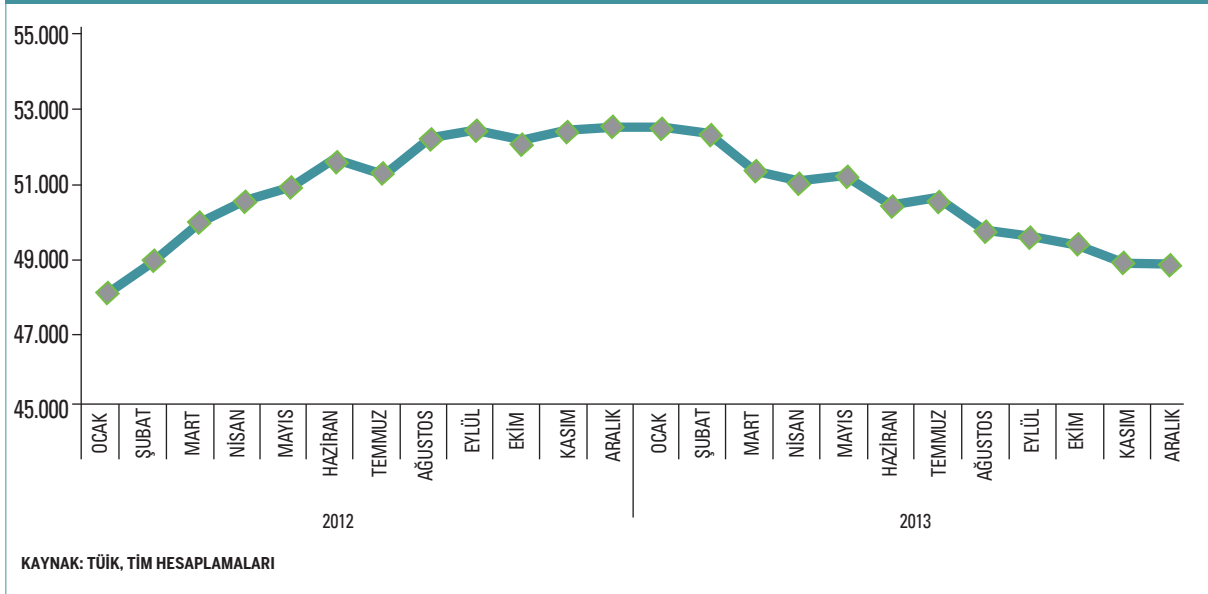
Grafikte altın hariç dış ticaret açığına bu gözle bakıldığında, 2012'deki düşüşün, ivme kaybetmiş olmakla beraber, 2013 yılı genelinde de devam ettiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, özellikle Mayıs ayı ve sonrasında altın dâhil ve hariç dış ticaret dengesi arasındaki farkın giderek açıldığı da çok net bir şekilde ortadadır. İşte bu dönem, altın ithalatının da hızlandığı süreç olma özelliği taşımaktadır. Buradan çıkan sonuç, dış ticaret açığının 2013 yılında toplamda 14,5 milyar dolar seviyesinde artmış olmakla beraber, altın hariç tutulduğunda yaklaşık 3 milyar dolarlık bir düşüş sergilediğidir. Kısaca, 9. Bölüm'de yer alan fasıllar bazındaki net ihracat analizinde de ortaya çıkarıldığı gibi, 2013 yılında dış ticaret dengesinin aşağı yönlü hareket etmesinde altın oldukça büyük bir olumsuz rol oynamış, hatta belirleyici olmuş, altın hariç dış ticaret açığı ise gerileme kaydetmiştir.

Enerjideki Ticaret Açığı 2013'te İnişe Geçti

Bu minvalde, 2013 yılı boyunca hafif iniş ve çıkışlarla düşüşünü sürdürdüğü anlaşılan altın hariç dış ticaret açığında ele alınması gereken bir diğer unsur da enerji kalemidir. Nitekim fasıllarla ilgili analizlerde detaylı olarak incelendiği üzere, enerji ithalatı, Türkiye ekonomisinin en bağımlı olduğu ve ithalatının çeyreklik kısmını oluşturan bir faktör olup, dış ticaret dengesini ciddi derecede olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle, aynı dönemde enerji ticaretinin nasıl bir eğilim izlediğini anlamak önemlidir. Şekil 10.3, bu doğrultuda, 2012 ve 2013 yıllarında

enerji ticaretinde kaydedilen aylara göre yıllıklandırılmış kümülatif açığı göstermektedir. Buna göre, söz konusu açığın 2012 yılında genel itibarıyla yukarı yönlü hareket ederken, 2013 yılında düşüğe geçtiği ve 3,2 milyar dolar civarında bir gerilemeye imza attığı gözlemlenmektedir. Bu ise, büyük ölçüde aynı dönemde yaşanan enerji ithalatındaki düşüşten kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, altın hariç dış ticaret açığının 2013 yılında gerileme kaydetmesinde, enerji grubunun oldukça kritik bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Bu ise, enerji hariç mal ticaretinin gelişimi hakkında bir fikir vermek açısından önemli bir veri olarak değerlendirilebilir.

ŞEKİL 10.3 YILLIKLANDIRILMIŞ ENERJİ DİŞ TİCARET AÇIĞI (MİLYON \$)



Altın Hariç Dış Ticaret Açığının İyileşmesinde Enerji Anahtar Rol Oynadı

Analizin bu aşamada geldiği noktada, özet olarak, 2013 yılındaki dış ticaret açığını büyük ölçüde altının tetiklediği, enerjinin ise dengeyi güçlü bir şekilde yukarı yönlü etkilediği anlaşılmaktadır. Buradan çıkan ve detaylı hesaplanmaların da onayladığı sonuç ise, altın hariç dış ticaret açığında görülen düşüşün büyük oranda enerji kaynaklı olduğudur. Bu gerçek, Bölüm 9'da yer alan net ihracata açık ara farkla en yüksek olumlu katkıyı yapan fasılın enerji olduğu bulgusuyla da örtüşmektedir. Buradan hareketle, geri kalan fasıllara ait mal ticareti dengesinde, genel anlamda hafif bir bozulma olduğu ancak bunun sınırlı ölçüde gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Net ihracata ilişkin analizlerde hesaplanan katkı puanları incelendiğinde, diğer birçok mal grubunun dış ticaret dengesine nispeten irili ufaklı

katkılarında bulunduğu, bu minvalde uyumluluk arz eden bir tespit olarak hatırlanacaktır.

Ekonomi 2013'te Temposunu Dış Ticaret Dengesini Bozmadan Artırdı

Tüm bu bulguların vermiş olduğu mesaj ise, 2013 yılındaki dış ticaret açığında ekonomik tempodaki hareketlenmenin yalnızca bir miktar etkili olduğudur. Nitekim açık, çok büyük oranda, altın ithalatından kaynaklanmıştır. Enerji ise, oldukça büyük bir kısmını oluşturmakla birlikte, açığın yıllık gelişimine düşüş yönünde katkı sağlamıştır. Bu doğrultuda, Türkiye ekonomisinde 2013 yılında gerçekleşen GSYH büyümesindeki hızlanmanın, dış ticaret açığına genel itibarıyla ciddi derecede bir olumsuz etki yapmadığı anlaşılmaktadır. Kısacası, 2013'te ulusal ekonomi dış ticaret dengesini bozmadan ivme kazanmıştır.

10.2 ÖDEMELER DENGESİ

Ulusal ekonominin dış dünyayla olan iktisadi ilişkisinin portresi niteliğinde olan ödemeler dengesi, cari işlemler hesabındaki artı veya eksi yönlü dengesizliklerin, sermaye - finans hesapları, net hata - noksan ve rezervler kalemleriyle nasıl giderildiğini ortaya koyan bir bilanço olarak düşünülebilir. Bu çerçevede 2000'li yıllara bakıldığında, genel itibarıyla, ithalata bağlı yapısal bir sorun olarak, Türkiye ekonomisinde cari işlemler dengesinin negatif gerçekleşmeye devam ettiği, bir diğer deyişle açık verdiği görülmektedir. Dış ticaret dengesinin ithalat yönünde ağır basmasından kaynaklanan söz konusu cari açığın finansmanı ise, üzerinde durulması gereken ayrı bir konu olmakla beraber, söz konusu dönemde gelişmelere bağlı olarak farklı kaynaklardan faydalanabilen bir eğilim izlemiştir. Özellikle 2004 sonrasında global krize kadar uzanan dönemde, doğrudan yatırımların tarihi düzeylere erişmesiyle

birlikte uzun vadeli yatırımlar cari açığın finansmanında önemli bir araç olduysa da, kısa vadeli sıcak paranın ve kredilerin çok daha etkin bir rol aldığı gözlenmektedir.

Ödemeler Dengesinde İki Tanıdık Sorun: Yüksek Cari Açık ve Finansman Kalitesi

Bu doğrultuda, ödemeler dengesinin Türkiye'deki temel sorununun yüksek seviyelerdeki cari açık olduğu, açığın finansmanına ilişkin kalite ve sürdürülebilirlik probleminin de buna eşlik ettiği ifade edilebilir. Bu bölüm, 2013 yılında ödemeler dengesi kapsamında görülen gelişmeleri, öncelikli olarak cari işlemler açığı, sonrasında da açığı finanse eden kalemler çerçevesinde incelerken, 2012 yılına göre ne tür farklılıklar gözlemlendiğine de kısaca değinmektedir. İlgili veriler, Tablo 10.1'de sunulmaktadır.

10.2.1 Cari İşlemler Dengesi

Ödemeler dengesinin ilk bölümü, mal ve hizmetler ile gelirler ve cari transferleri içine alan cari işlemler hesabından oluşmaktadır. Cari işlemler dengesinin en kritik kısmını ise, yukarıda dış ticaret dengesi olarak ele alınan mal dengesi temsil etmektedir. Türkiye'nin cari işlemler hesabında mal dengesi, ihracat ve ithalat arasındaki dış ticaret açığını yansıtmakta olup, hizmetler kalemi ise turizm başta olmak üzere, taşımacılık, inşaat, sigorta, finans gibi hizmet ihracat ve ithaline ilişkin gelir ile giderlerin kaydedildiği ana hesap olma özelliği taşımaktadır. Gelirler, yatırımlara ilişkin gelirleri ve ödenen tutarları yansıtırken, cari transferler ise karşılığında kaynak transferi yapılmayan mal, hizmet ya da para girişlerini açıklamaktadır.

Cari açığın son yıllardaki gelişimine kısaca göz atıldığında, 2011 yılında gerçekleşen çarpıcı ekonomik büyüme ve bunun beraberinde getirmiş olduğu yüksek ithalat ve dış ticaret açığı sonucunda, cari açığın 77 milyar dolar seviyesine ulaştığı hatırlanmaktadır. Bunun üzerine söz konusu tırmanışı frenlemek adına, ekonomiyi soğutma anlamında bir takım önlemler alınmış, buna bağlı olarak da 2012 yılı, %2,2 oranındaki GSYH büyümesiyle düşük bir iktisadi performansa sahne olmuştur. Bu dönemde cari açık da, amaçlanıldığı üzere gerilemiştir.

2013 Yılında Cari Açık 64,9 Milyar Dolar Olarak Kaydedildi

2013 yılına gelindiğinde ise, iktisadi faaliyet yeniden canlanma belirtileri göstermiş, ulusal ekonominin %4 büyüdüğü bu dönemde, cari açık da yükseliş trendine girmiştir. Dış ticaret konulu yukarıdaki analizde 2013 yılındaki tempo artışının ticaret açığını tetiklemediği sonucuna varılmış olmakla birlikte, bu hususun cari açığa yansımaları, daha sonra irdelenecektir. Bu noktada, öncelikli olarak, 2012 yılında 48.497 milyon dolar açık veren cari işlemler hesabının, 2013 yılında bu rakamı, %33,9 artışla 64.940 milyon dolar düzeyine çıkarttığını belirtmek gerekir (Tablo 10.1). Bu gerçekleşmede ise, tabloda da açıkça görüldüğü gibi, -79.859 milyon dolarlık mal dengesi ana etken olmuştur. Alt kalemleri itibarıyla incelendiğinde, mal dengesinde gerçekleşen açığın bir önceki yıla göre yükselmesinin arkasında, ithalatın artış kaydetmesinin yattığı anlaşılmaktadır. Nitekim ithalat bir önceki yıla göre %6,4 artarken, ihracat durgun bir seyir izlemiştir.

Hizmetler Dengesi Cari İşlemler Hesabına 23 Milyar Dolar Katkı Yaptı

Öte yandan hizmetler dengesi, cari işlemler hesabına daha önceki dönemlerde olduğu gibi 2013

TABLO 10.1 ÖDEMELER DENGESİ* (MİLYON \$)

	2012	2013
A. CARI İŞLEMLER HESABI	-48.497	-64.940
1. İhracat f.o.b.	163.221	163.380
2. İthalat f.o.b.	-228.552	-243.239
Mal Dengesi	-65.331	-79.859
3. Hizmetler Dengesi: Gelir	43.089	46.434
4. Hizmetler Dengesi: Gider	-20.527	-23.367
Hizmet Dengesi	22.562	23.067
5. Gelir Dengesi: Gelir	5.034	4.523
6. Gelir Dengesi: Gider	-12.195	-13.867
Gelir Dengesi	-7.161	-9.344
Mal, Hizmet ve Gelir Dengesi	-49.930	-66.136
7. Cari Transferler	1.433	1.196
B. SERMAYE HESABI	-52	-92
C. FİNANS HESABI	70.311	72.444
Doğrudan Yatırımlar-Net	9.150	9.758
8. Yurtdışında Doğrudan Yatırım	-4.074	-3.114
9. Yurtiçinde Doğrudan Yatırım	13.224	12.872
Portföy Hesabı-Net	40.789	23.709
10. Portföy Hesabı-Varlıklar	2.657	2.619
11. Portföy Hesabı-Yükümlülükler	38.132	21.090
11.1. Hisse Senetleri	6.274	841
11.2. Borç Senetleri	31.858	20.249
Diğer Yatırımlar-Net	20.372	38.977
12. Diğer Yatırımlar-Varlıklar	-707	1.854
12.1. Merkez Bankası	2	1
12.2. Genel Hükümet	-366	-757
12.3. Bankalar	2.036	-247
12.4. Diğer Sektörler	-2.379	2.857
13. Diğer Yatırımlar-Yükümlülükler	21.079	37.123
13.1. Merkez Bankası	-2.243	-2.000
13.2. Genel Hükümet	-85	-18
13.3. Bankalar	15.204	30.958
13.4. Diğer Sektörler	8.203	8.183
D. NET HATA VE NOKSAN	1.059	3.351
E. TOPLAM FİNANSMAN (B+C+D)	71.318	75.703
GENEL DENGE (A-E)	22.821	10.763
F. REZERV VARLIKLAR	-22.821	-10.763
14. Resmi Rezervler	-20.814	-9.911
15. Uluslararası Para Fonu Kredileri	-2.007	-852

KAYNAK: TCMB, TİM HESAPLAMALARI
*2013 VERİLERİ GEÇİCİ NİTELİKTEDİR.

yılında da pozitif bir katkı yapmış ancak yüksek düzeydeki ticaret açığının olumsuz etkisini bir miktar yumuşatabilmiştir. Bu dönemde 23.067 milyon dolar seviyesinde gerçekleşen hizmetler dengesine en büyük destek, 23.180 milyon dolarlık fazlaya imza atan turizm den gelmiştir. Bunun yanı sıra, taşımacılık ve inşaat hizmetlerinin de,

sırasıyla 3.244 ve 671 milyon dolarlık fazlalar gerçekleştirerek hizmetler dengesine olumlu katkıda buldukları tespit edilmektedir. Hizmetler kalemini, nispeten küçük düzeylerde de olsa aşağı yönlü etkileyen alt kategoriler ise, diğer ticaret ve sigorta hizmetleri ile finansal ve resmi hizmetler olmuştur.

10 DIŞ TİCARET VE ÖDEMELER DENGESİ

Cari İŞlemler Dengesini Gelirler Olumsuz, Cari Transferler Olumlu Etkiledi

Cari işlemler hesabının bir diğer kalemi olan gelirler hesabının ise, 2013 yılında artış kaydederek 9.344 milyon dolarlık bir açık verdiği gözlenmektedir. Cari açığın yıllık artışına katkı sağlayan bu gelişmede, özellikle doğrudan yatırımlar ve portföy yatırımları bağlamında yapılan ödemeler etkili olmuştur. 2013 yılında gerçekleşen söz konusu gelirler kalemi açığında, diğer yatırımlar alt kalemi, faiz ödemeleri çerçevesinde 3.998 milyon dolar, doğrudan yatırımlara ilişkin gelirler de 3.736 milyon dolar açık vermiştir. Portföy yatırımları gelirlerinin ise, -1.327 milyon dolarlık dengede olduğu görülmektedir. Cari işlemler hesabının son kalemi olan cari transferler ise 2013 yılında 23 milyon dolar değerinde düşüş kaydederek 1.196 milyon dolar olmuştur. Bu gerçekleşmede, 643 milyon dolarlık genel hükümet kaleminin yanı sıra, ağırlıklı olarak işçi gelirlerinden oluşan diğer sektörler kategorisinin de 557 milyon dolarlık rol oynamıştır.

Altın Hariç Cari Açıktaki İlimli Düşüş 2013'te de Devam Etti

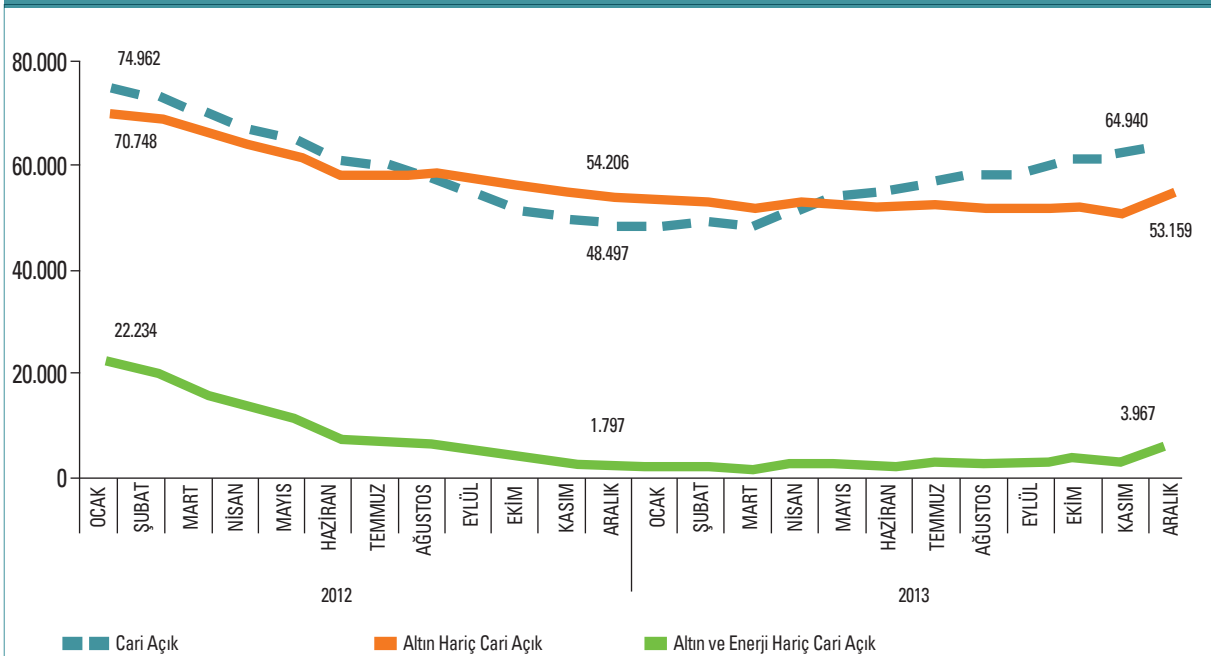
Cari işlemler hesabındaki bileşenlerin 2013 yılında-

ki gelişimini ve rolünü özetleyen bu bilgilerden de açıkça görüldüğü gibi, 2013 yılında %33,9 oranında ve 16,4 milyar dolar artan cari açığa, mal dengesi, bir başka deyişle dış ticaret açığı motor güç olmuştur. Dolayısıyla bu faktörü, yukarıda irdelenen altın ve enerji hususlarında cari açığa yaptığı yansımalar açısından ele almak önemlidir. Bu doğrultuda, Şekil 10.4, cari açığı gerek toplam, gerekse altın hariç ve altın ile enerji hariç olarak yıllıklandırılmış verilerle aylara göre sergilemektedir. Grafiğe bakıldığında, dış ticaret dengesi analizindeki bulgulara paralel olarak, 2012 yılında düşen, 2013'te ise yükselen cari açığın, altına büyük ölçüde bağlı bir performans izlediği anlaşılmaktadır. Nitekim altın hariç cari açığın, 2013 yılı genelinde yükseliş değil, aksine ılımlı bir düşüş trendinde olduğu gözlenmektedir. İlgili grafikteki cari açık ve altın hariç cari açık eğrileri arasındaki makasın yılın 2. yarısında giderek açılması da, bu gelişmeyi açıkça destekleyen bir tablo olmuştur.

Altın ve Enerjiden Arındırılmış Cari Açık Sadece 4 Milyar Dolar Oldu

Öte yandan, altın hariç cari açıktan, dış ticaret dengesinin en büyük kalemi olan enerji de çıkarıldığında, ortaya çıkan görünüm oldukça anlamlıdır. Nitekim grafikte yer alan altın ve enerji hariç cari açık eğrisi,

ŞEKİL 10.4 YILLIKLANDIRILMIŞ CARİ AÇIK (MİLYON \$)



KAYNAK: TCMB, TÜİK, TİM HESAPLAMALARI

cari açığın bu iki kalemden arındırıldığında, etkileyici bir düşüşe sahne olduğunu gözler önüne sermektedir. Bu bağlamda, 2013 yılı sonunda altın ve enerji hariç kümülatif cari açığın, sadece 3.967 milyon dolar seviyesinde gerçekleştiği ortaya çıkmaktadır. Bu ise, Türkiye ekonomisinde cari açığın enerji kaynaklı bir yapıya sahip olduğuna, ayrıca 2013 yılı özelinde altından önemli derecede olumsuz etkilendiğine dair çarpıcı mesajlar vermektedir. Bunun yanı sıra, altın ve enerji hariç cari açık eğrisinin 2013 yılındaki eğilimine bakıldığında, 2,2 milyar dolarlık bir yıllıklandırılmış artış kaydettiği görülmektedir. Bir diğer deyişle, ekonomide ithalat yapan diğer mal fasıllarının cari

açık üzerindeki olumsuz etkisi, sadece 2,2 milyar dolar düzeyinde bir artış yönünde olmuştur.

Cari Açıktaki Artış Ekonominin İvme Kazanmasından Oldukça Sınırlı Etkilendi

Tüm bu bulgular, 2013 yılında cari açığın altın nedeniyle yükseldiğine, ayrıca enerji ticaretinin, açığın yıllık daralması yönünde bir etki yaptığını işaret etmektedir. Ayrıca, geri kalan mal ticaretinin cari açığa sınırlı bir olumsuz etkisi olduğu görülmekte, buna bağlı olarak da, 2013 yılında ekonomide görülen hız artışının cari açığı önemli ölçüde artırmadığı tespit edilmektedir.

10.2.2 Cari Açığın Finansmanı

2013 yılında cari işlemler açığının gerçekleşmesi ardındaki nedenler bu şekilde incelenmekle birlikte, açığın hangi kanallar yoluyla finanse edildiği de önem taşımaktadır. Zira cari açığın sürdürülebilir olmasında, açığın seviyesini indirgemek önemli olduğu kadar, finansmanın da uzun soluklu ve düşük riskli kanallar tarafından sağlanması kritiktir. Bu bağlamda, cari açığın finanse edilmesinde hayati rol oynayan finans hesaplarında, doğrudan yatırımlar gibi daha kalıcı, kaliteli ve volatilitesi düşük olan sermayenin ülkeye çekilmesi tercih edilmektedir. Portföy yatırımları gibi, sıcak para olarak adlandırılan ve kısa süreli kazançlara odaklanabilen ya da özellikle herhangi bir belirsizlik ortamında ekonomiyi terk etme anlamında yüksek risk taşıyan sermaye ise, ihtiyaç duyulmakla birlikte, finansmanın sürdürülebilirliği anlamında güvenilir bir kaynak niteliğinde olamamaktadır. Dolayısıyla, finans hesaplarındaki görünüm, ekonomideki cari açığın nasıl bir kalitede finanse edildiğine dair ipuçları vermektedir.

2013'te Cari Açık Finans Hesapları Tarafından Rahatlıkla Karşılandı

Bu bağlamda, Tablo 10.1'in cari işlemler altında yer alan kısımları incelendiğinde, 2013 yılında gerçekleşen 64.940 milyon dolarlık açığın 72.444 milyon dolar değerindeki finans hesapları ile rahat bir şekilde kapatıldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, kaynağı belirlenemeyen sermaye giriş çıkışlarını yansıtan net hata ve noksan kaleminde de 3.351 milyon dolarlık pozitif bir gerçekleşme olmuştur. Sermaye hesaplarında kaydedilen 92 milyon dolar değerindeki çıkış da dikkate alın-

dığında, 2013 yılında söz konusu bu 3 kalemin 75.703 milyon dolarlık bir finansman sağladığı anlaşılmaktadır. Bu finansman, önceki yıla göre de, 4.385 milyon dolarlık artış kaydetmiştir. Veriler, toplam finansmanın cari açığı karşıladıktan sonra geri kalan 10.763 milyon dolarlık kısmının ise, TCMB rezervlerine giriş yaptığını göstermektedir.

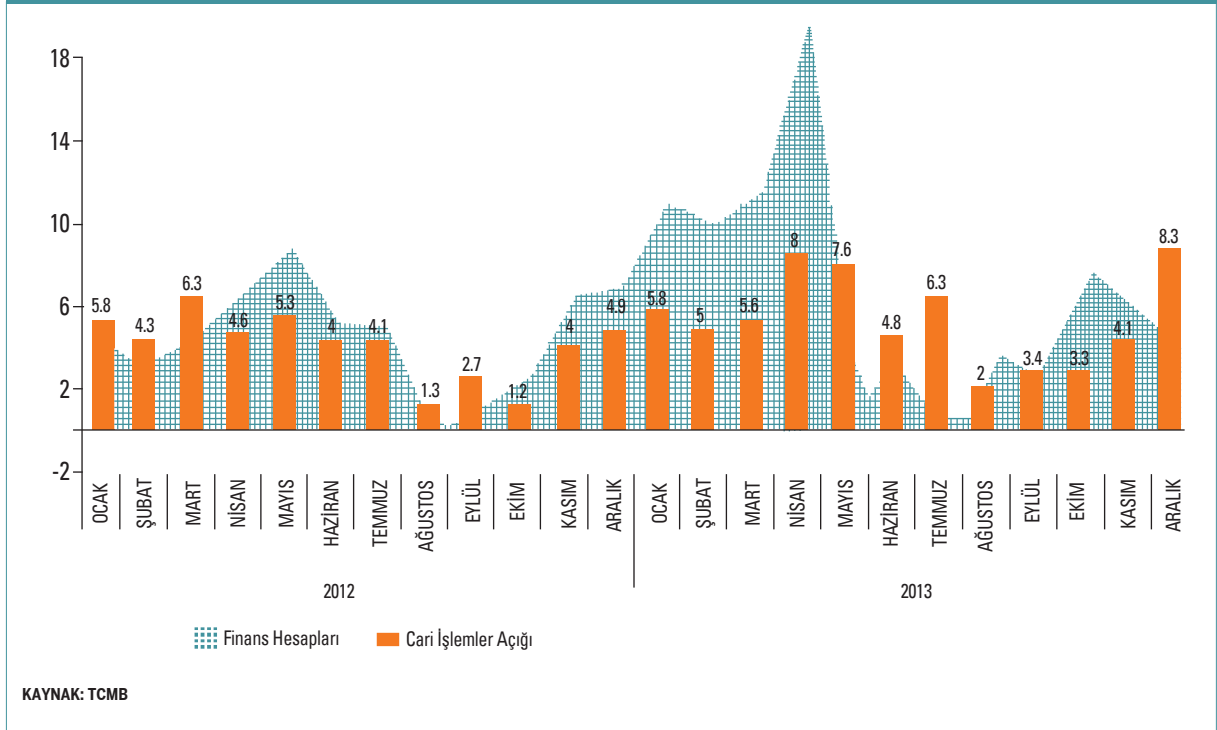
Finans Hesapları Aylık Dalgalanmalar Gösterdi

Öte yandan, 2013 yılında cari açığın kapatılmasına kaynak sağlayan finans hesaplarının aylık gelişimi, Şekil 10.5'teki grafikte sunulmaktadır. Buna göre, 2013 yılının özellikle ilk yarısında nispeten yüksek net girişlerin olduğu ve cari açığın sorunsuz bir şekilde karşılandığı göze çarpmaktadır. Bununla birlikte, yılın ikinci yarısında, ülkedeki bir takım olumsuz siyasi gelişmelerin sermaye hareketlerine de negatif yönde yansımalarının ağırlıklı etkisiyle, finans hesaplarında inişli çıkışlı bir trend gözlemlenmiştir. Yılın 3. çeyreğinde yeniden düzelmeye başladığı görülen söz konusu sermaye girişleri, Aralık ayında gelişen olayların, FED'in parasal genişleme politikasını yakın zamanda değiştireceği yönünde beklentilerle birleşmesi sonucu, yeniden ciddi bir düşüş sergilemiştir.

Finans Hesaplarına En Büyük Kaynağı Banka Kredileri Sağladı

Aylık bazda görülen söz konusu bu gelişmeler, esas itibarıyla, açığın finansmanında söz sahibi olan kaynakların sürdürülebilir olmasına dair görüşü de destekler niteliktedir. Nitekim, son yıllarda cari açığın finansmanının sıcak paraya önemli ölçüde bağlılık göstermesi, global ya da ulusal çapta risk iştahını olumsuz etkileyecek gelişmeler karşısında, finansmanın dalgalanma-

ŞEKİL 10.5 CARİ AÇIK VE FİNANS HESAPLARI (MİLYAR Ő)



sını da beraberinde getirmiştir. Bunun en net örneklerinden biri de, yukarıda belirtildiği gibi, 2013 yılının Aralık ayında yaşanmıştır. Bu çerçevede, finans hesaplarının içeriğine de hızlıca göz atmakta fayda vardır. Tablodaki veriler incelendiğinde, 2013 yılında 72.444 milyon dolar olarak gerçekteşen net sermaye girişinin en büyük bölümünü 38.977 milyon dolar ile diğer yatırımların oluşturduğu görülmektedir. Diğer yatırımlardaki bu gerçekteşmenin 22.828 milyon dolarlık en büyük payı ise, kredi yükümlülüklerine ait olmuştur. Burada da, banka kredilerinin ağırlıklı bir rol oynadığı gözlenmektedir. Söz konusu nakit kredilerin yanı sıra, ticari krediler ve mevduatların da, diğer yatırımlar kalemine daha düşük düzeylerde olmakla birlikte olumlu katkılar yaptığı tespit edilmektedir.

2013 Yılında Finans Hesaplarındaki Dalgalanmalarda Sıcak Para Rol Oynadı

Finans hesaplarına, aynı dönemde diğer yatırımlardan sonra en büyük katkıyı ise, 23.709 milyon dolar ile portföy yatırımları yapmıştır. Hisse senetleri ve borç senetlerinden oluşan ve sıcak para olarak da tanımlanan portföy yatırımları, cari açığın finansmanında önemli bir kalem olmakla birlikte, yukarıda da bahse-

dildiği gibi, hızlı çıkışlar yapabilmesi nedeniyle finansman kalitesine sürdürülebilirlik anlamında olumlu bir etki yapmamaktadır. Nitekim söz konusu olumsuz gelişmelerin piyasalardaki beklentileri bozma eğiliminde olduğu Haziran, Temmuz ve Aralık aylarında portföy yatırımları, negatif değerlerde gerçekteşerek bu dönemlerde finans hesaplarının aşağı yönlü hareket etmesinde etken olan kategori olmuştur.

Doğrudan Yatırımlar 2013'te Durgun Bir Seyir İzledi

Uzun vadeli ve katma değeri yüksek yatırımlar içermesi ve daha düşük riskler taşıması nedeniyle ülkeye çekilmesi arzu edilen doğrudan yatırımların ise, halen global kriz öncesindeki performansa geri dönemediği görülmektedir. Bu doğrutuda, Tablo 10.1, doğrudan yatırımların 2013 yılında net olarak 9.758 milyon dolarlık bir giriş yaptığını göstermekle birlikte, yıllık artışın sınırlı bir seviyede kaldığına da işaret etmektedir. Sonuç olarak, 2013 yılında cari açığın finansmanında bir sorun yaşanmamakla birlikte, özellikle portföy yatırımlarında görülen beklentilere ilişkin iniş çıkışlar, finansman yapısının daha nitelikli ve az riskli bir hale getirilmesine ihtiyaç duyulduğunu göstermiştir.

AVRUPA BİRLİĞİ



11.1 TİCARET VE YATIRIM İLİŞKİLERİNİN GELİŞİMİ

1995 yılı sonunda yürürlüğe giren Gümrük Birliği Anlaşması'yla, Türkiye'nin Avrupa Birliği'yle (AB) entegrasyonu konusunda en önemli ve tarihi adımlardan biri atılmıştır. Bu bağlamda, Türkiye'nin AB üye adaylığı süreci 1999 yılından bu yana inişli çıkışlı gelişmeler yaşamakla beraber, Gümrük Birliği (GB) uygulaması, söz konusu süreci destekleyici birçok faydayı beraberinde getirmiştir. Kısaca tanımlamak gerekirse, GB, ülkeler arasında herhangi bir gümrük vergisi veya tarifesi olmadan ticaret yapılması,

üçüncü ülkelerden yapılan ithalatlara ortak bir dış tarife uygulanması ve ortak ticaret politikalarının uygulanması şeklinde özetlenebilir. Bu çerçevede, mevcut GB anlaşması son dönemde bir takım sıkıntılar doğurmakla birlikte, bölgeyle Türkiye arasında güçlü ticaret ve yatırım ilişkileri kurulmasına yıllardır önemli ölçüde aracı olmuştur. Bu bölüm, söz konusu sorunlara değinmeden önce durum tespiti yapmak amacıyla, Türkiye'nin yakın dönemdeki AB bağlantılı ticaret ve yatırım performansını değerlendirmektedir.

11.1.1 Ticaret

GB Dış Ticareti Güçlendirmenin Yanı Sıra Ekonomiye Katma Değer Sağladı

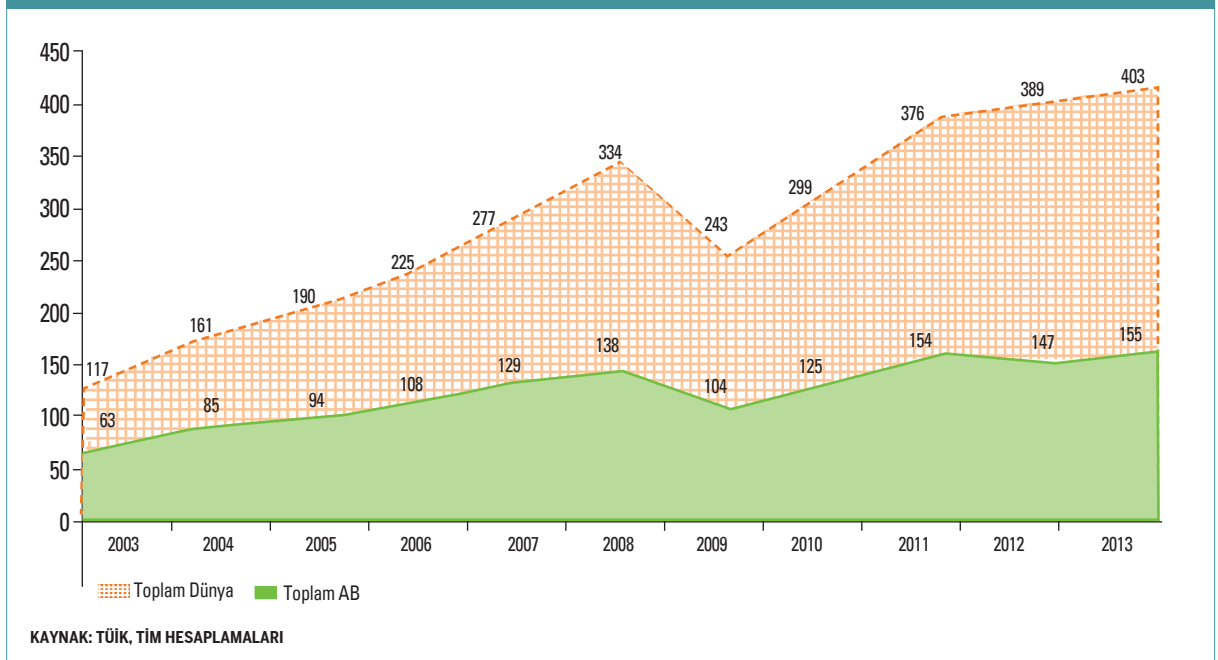
Gümrük Birliği çerçevesinde, 1996 yılı itibarıyla AB üyesi ülkeler ile Türkiye arasında sanayi malları ve işlenmiş tarım ürünlerinin serbest dolaşımının devreye girmesiyle birlikte, taraflar arasındaki ilgili gümrük vergileri ve miktar kısıtlamaları kaldırılmıştır. Bunun yanı sıra, GB, tarafların üçüncü ülkelerden gelen ithalata yönelik olarak da, aynı tarife oranlarını ve ticaret politikasını uygulaması durumunu beraberinde getirmiştir. Bu uyumlaştırma ise, özellikle sanayi ürünlerinde yarattığı rekabet artırıcı etki sonucunda aynı zamanda Türkiye'nin imalat sanayinin gelişimine de önemli ölçüde destek olmuştur. Dolayısıyla,

la, GB uygulamalarının, söz konusu dönemde zincirleme bir şekilde bir yandan Türkiye'nin AB ve dünya ile ticaret ilişkilerini güçlendirdiği, diğer yandan da ulusal üretime katma değer sağladığı ifade edilebilir.

Gümrük Birliği Sonrasında AB ile İkili Ticaret 3 Katın Üzerinde Artış Kaydetti

Bu gelişmelerin sonucunda, GB'nin hayat bulduğu 1996 ve sonrası dönemde AB ve Türkiye arasındaki ikili ticaretin değeri nominal olarak 3,2 kat artış kaydetmiştir. Nitekim 1996 yılında 36,9 milyar dolar değerinde olan toplam ticaret, 2013 yılı itibarıyla 155,5 milyar dolar seviyesine erişmiştir (Şekil 11.1). Bunun yanı sıra, anlaşmanın sağlamış olduğu üretimde kazanılan rekabet sayesinde, bu dönemde Türkiye'nin dünya ile yaptığı ticarete de önemli kazanımlar elde edilmiştir.

ŞEKİL 11.1 AB VE TÜRKİYE ARASINDA TOPLAM İKİLİ TİCARET HACMİ (MİLYAR \$)



AB Türkiye'nin En Büyük Ticaret Partneri Olmaya Devam Ediyor

Şekil 11.1, son 10 yıllık dönemde Türkiye'nin AB ve dünya ile yapmış olduğu toplam ticaret hacminin gelişimini, değer bazında sunmaktadır. 1996 sonrasında istikrarlı ve hatırı sayılır büyümelerin kaydedildiği ikili ticaretin, Türkiye'nin önemli bir kalkınma serüveni yaşadığı 2003 ve sonrasında da devam ettiği görülmektedir. Grafik, söz konusu dönemde Türkiye'nin dünya ile yapmış olduğu ihracat ve ithalatı yansıtan toplam dış ticarete, kriz dönemi dışında gözle görülür bir tırmanış yaşandığını göstermektedir. Buna paralel olarak, göreceli olarak daha düşük bir gelişim hızıyla da olsa, AB-Türkiye ikili ticaretinde de benzeri bir trendin yaşandığı gözlenmektedir. Bu doğrultuda, 2003 yılında 63 milyar dolar olan taraflar arası toplam ticaret, 10 yıl içerisinde nominal bazda yaklaşık 1,5 kat artış kaydederek 155 milyar dolar düzeyine erişmiştir. Öte yandan, ilgili dönemdeki gerek pazar çeşitliliği konusundaki gelişmeler, gerekse global krizin yansımaları sonucunda, AB'nin Türkiye'nin toplam dış ticaretindeki payı, 2003 yılındaki %53,7 seviyesinden 10 yıl içinde %38,5'a gerilemiştir. Bu kapsamda, AB ülkelerinin Türkiye ihracatındaki payı %58,2'den %41,5'a, ithalattaki payı ise %50,7'den %36,7'ye düşmüştür. Bununla birlikte, AB halen Türkiye'nin en büyük ticaret partneri konumunda hayati bir öneme sahiptir.

2013 Yılında AB Türkiye'nin İhracatında Motor Güç Oldu

Global kriz döneminde genel eğilime paralel olarak aşağı yönlü hareket eden AB-Türkiye ikili ticaret ilişkileri 2010 itibarıyla yeniden toparlanmaya başlamış, ancak 2011 sonrasında özellikle bölgede yaşanan zayıf iktisadi faaliyetin ağırlıklı etkisiyle durgun seyretmiştir. 2013 yılında ise, karşılıklı ilişkilerde bir miktar toparlanma olduğu göze çarpmaktadır. Bu bağlamda, 155 milyar dolara ulaşan toplam ticaretin yıllık gelişiminde, Türkiye'nin bölgeye yaptığı ihracattaki olumlu gelişmelerin kayda değer bir rol oynadığı söylenebilir. Buna

bağlı olarak, Türkiye'nin toplam ihracatında AB'nin payı 2012 yılında %39 iken 2013'te %41,5'e yükselmiştir. Aynı zamanda, ulusal ihracatın yıllık gelişiminde AB motor güç olmuştur. Bu doğrultuda Tablo 11.1, önde gelen AB ticaret partnerlerinin, gerek dünya gerekse Türkiye'den yaptıkları ithalatın 2012-2013 yıllarındaki gelişimini ortaya koymaktadır.

AB Ekonomilerindeki Toparlanma Bölge İthalatına Olumlu Yansıdı

Buna göre tablodaki veriler, 2013 yılında AB ve Türkiye arasındaki ticarete gerçekleşen söz konusu canlanmayı ispatlar niteliktedir. Tablo, Türkiye'nin ihracatında başı çeken ülkelerin yıllık ithalat gelişim hızlarının yanı sıra, GSYH büyümelerini de sergilemektedir. Bundan amaç, 2012 yılında bölgede yaşanan durgunluğun ve kimi ekonomilerdeki resesyonun, doğal olarak ülkelerin genel ve Türkiye özelindeki ithalatlarını da paralel bir şekilde etkilemiş olduğunu göstermektedir. Nitekim Almanya dışında tablodaki tüm ülkelerin, 2013'te büyüme hızı bağlamında yukarı yönlü hareket ettiği görülmektedir. Bu durum, 2012 yılında pozitif olan hızı ivme katma, negatif olan hızı pozitif dönüştürme ya da var olan daralmaların şiddetini azaltma şeklinde ülkeden ülkeye farklılık arz etmektedir.

AB Türkiye'den Yapılan İthalatta Güçlü Bir Tablo Çizdi

Buradan hareketle genel eğilim, yıllık GSYH değişimlerinde izlenen daha olumlu performanslar olarak özetlenebilir. Bu olumlu performansların da, ithalat gelişim hızını yukarı yönlü etkilediği ortadadır. Zira 2012 yılında İngiltere haricinde tüm ülkeler dünya ve Türkiye'den yaptıkları ithalatta daralma kaydederken, 2013 yılında İtalya dışında tüm ülkelerde bu rakamlar pozitif dönüşmüş, sadece İngiltere'de gerilemiştir. Ayrıca, İtalya'nın dünyadan yaptığı ithalattaki daralmanın oldukça düşük seviyelere gerilediği, Türkiye'den yaptığı ithalatta ise %5,4'lük bir büyüme gerçekleştirdiği de belirtilmelidir. Bu noktadan

	2012			2013		
	GSYH	İthalat	Türkiye'den İthalat	GSYH	İthalat	Türkiye'den İthalat
Almanya	0,9	-7,3	-5,9	0,5	2	4,4
İngiltere	0,3	2,1	6,7	1,8	-5,3	0,9
İtalya	-2,4	-12,5	-18,8	-1,9	-2,4	5,4
Fransa	0	-6,2	-8,9	0,3	0,8	2,9
İspanya	-1,6	-10,3	-5	-1,2	0,4	16,6
Hollanda	-1,3	-1,4	0,1	-0,8	0	9
Belçika	-0,1	-5,8	-3,7	0,3	2,5	9,1
Romanya	0,7	-8,2	-13,3	3,5	4,6	4,8

KAYNAK: IMF, WTO, TRADINGECONOMICS, TİM HESAPLAMALARI

*2013 YILINDA TÜRKİYE'NİN İHRACATINDA İLK 20 ÜLKE ARASINDA YER ALAN AB ÜYESİ ÜLKELER

hareketle, verilerin işaret ettiği oldukça önemli bir diğer nokta da, ilgili AB ülkelerinde açıkça görülen ithalat iyileşmeleri çerçevesinde, Türkiye'ye olan yansımaların genel olarak daha kuvvetli bir tablo çizdiği. Bu bağlamda, Almanya, İtalya, Fransa, İspanya, Hollanda, Belçika ve Romanya'da, Türkiye'den yapılan ithalattaki yıllık büyümenin toplam ithalat büyümesinden daha güçlü olduğu göze çarpmaktadır. Farklı bir görünüm çizen İngiltere

ise, 2013'te toplam ithalatını keskin bir şekilde daraltmış, Türkiye'yle ise ivme kaybı yaşamakla birlikte, pozitif seviyelerde durgun bir seyir izlemiştir. Sonuç olarak, geniş bir perspektiften bakıldığında, 2012 yılında bölgede yaşanan durgunluğun, yerini 2013'te hafif de olsa toparlanmaya bırakmasının, Türkiye'nin bölgeye yaptığı ihracat açısından oldukça olumlu gelişmeleri beraberinde getirdiği ve getirme potansiyeli taşıdığı ortadadır.

11.1.2 Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Gümrük Birliği Sürecinde AB Türkiye'deki En Büyük Yatırımcı Oldu

Gümrük Birliği, karşılıklı ticaret ilişkilerini güçlendirmiş, bununla birlikte AB'den Türkiye'ye giren doğrudan yabancı yatırımların da hızlanmasını sağlayan bir görev görmüştür. Bu bağlamda, söz konusu dönemde AB, Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı olmanın yanı sıra, aynı zamanda en büyük yatırımcısı olma özelliğini de kazanmıştır. Türkiye'nin tarihi anlamda yurtdışından en yüksek değerlerde doğrudan yatırım girişleri kaydettiği 2007 yılından bu yana olan gelişim incelendiğinde, Avrupa ülkelerinin toplamın dörtte üçlük bir bölümüne sahip olduğu tespit edilmektedir. Bu ülkelerin ise, ağırlıklı bir şekilde AB üyesi olduğu anlaşılmaktadır (Şekil 11.2). Dolayısıyla, GB sürecinde güçlenen bağların, AB'yi Türkiye'de kritik öneme haiz bir yatırımcı haline getirdiği inkâr edilemez.

Türkiye'de En Çok Yatırım Yapan Ülkeler Hollanda ve Avusturya Oldu

Türkiye'nin 2000'li yıllardaki büyüme serüveninde atağa geçen doğrudan yabancı yatırımlar (DYY), Şekil 11.2'de de görüldüğü üzere, 2007 yılında 19,1 milyar dolar ile en yüksek seviyesine ulaşmış, sonrasında gelen global krizin olumsuz etkileriyle ise düşüş sergilemiştir. 2011 yılında yeniden toparlanma belirtileri gösteren DYY girişleri, 2012 ve 2013 dönemlerinde daha zayıf bir performans göstermiş

ve dolayısıyla zirve yaptığı dönem olan 2007 seviyelerine bir daha geri dönememiştir. Bununla birlikte, ülkeye giren DYY'lerde yıllara göre değişimlere rastlanmakta ancak en önemli kaynağın AB ülkeleri olduğu açıkça görülmektedir. Bu minvalde, 2007-2013 döneminde Türkiye'de en yüksek değerlerde yatırım yapan AB ülkelerinin, sırasıyla Hollanda, Avusturya ve Lüksemburg olduğu dikkat çekmektedir. Bu ülkeleri, Almanya, İngiltere ve İspanya takip etmekte olup, Yunanistan, Fransa ve Belçika'nın da inişli çıkışlı bir trend izlemekle beraber Türkiye'de yatırım gerçekleştiren AB üyeleri arasında yer aldığı gözlenmektedir. Söz konusu yatırımlar, sanayi ve hizmetlerde ağırlık kazanmış, alt sektörler bazında ise imalat sanayi ile finans sektöründe yoğunluk göstermiştir.

Türkiye-AB İlişkileri Sorunların Çözülmesiyle Yeni Fırsatlar Yaratabilir

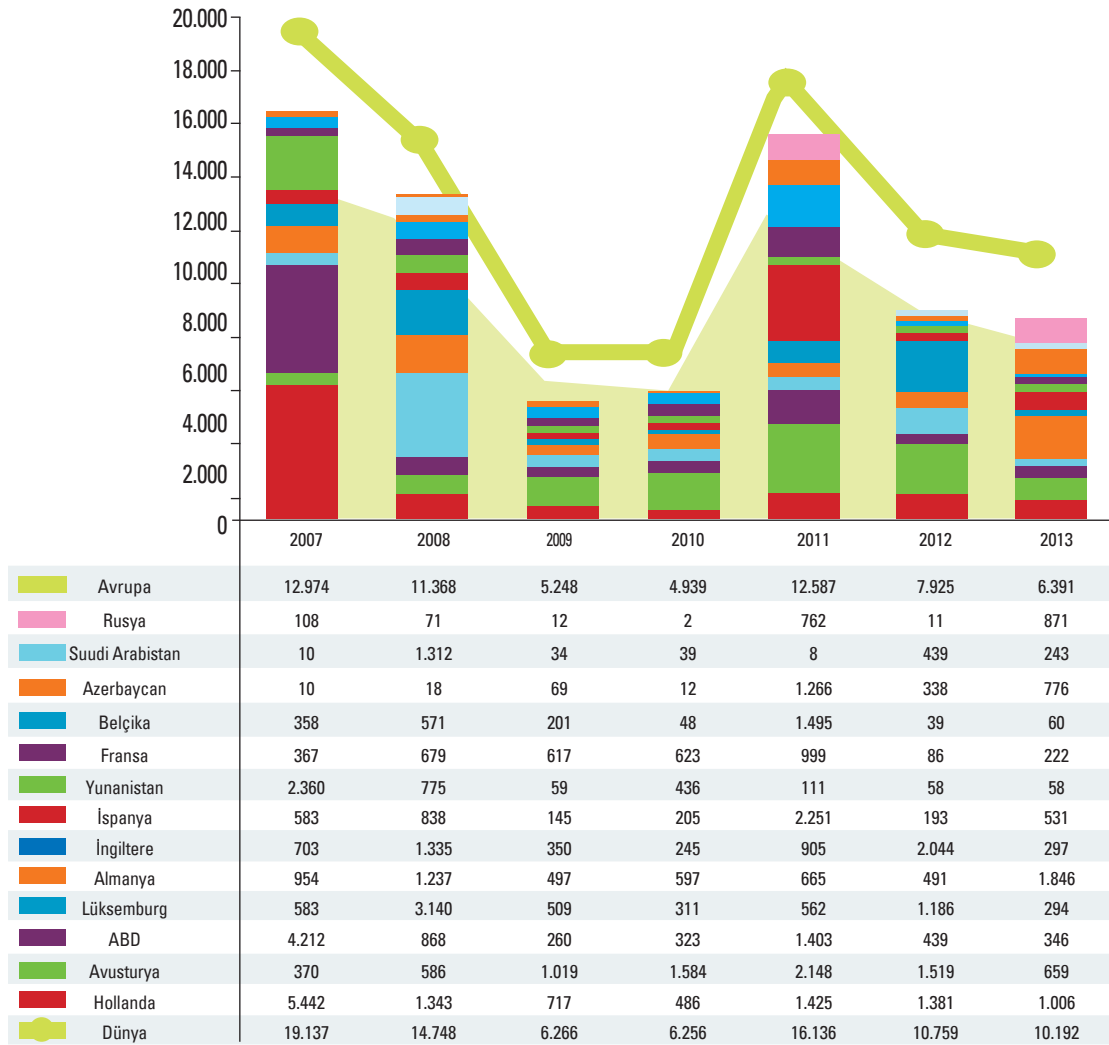
Sonuç olarak, Gümrük Birliği süreciyle ivme kazanan AB kaynaklı doğrudan yabancı yatırımlar, 2013 yılı itibarıyla halen ülkeye giren toplam DYY'nin büyük bölümünü oluşturmaktadır, bu durumun, Avrupa'nın ekonomik performansındaki potansiyel canlanma çerçevesinde daha güçlü bir profile kavuşması söz konusudur. Dolayısıyla, karşılıklı ticaret ve yatırım bağlantıları doğrultusunda yukarıda sunulan tüm bilgiler ışığında, Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı ve yatırımcısı AB ile olan ilişkilerindeki mevcut sorunların çözüme kavuşturulması ve böylelikle tarafların daha yapıcı ve fırsat dolu yeni bir entegrasyon sürecine girmesi kritik önem taşımaktadır.

11.2 MEVCUT DURUM VE SORUNLAR

Türkiye-AB ilişkileri 2013 yılı itibarıyla geride bıraktığı 50 yıllık tarihinde, yavaş ilerlemelerin ve hatta bazen gerilemelerin yaşandığı bir hikâyeye sahne olmuştur. Çıkılan yolda arzu edilen hızda ilerlenememekle birlikte, bu süreç içerisinde en kritik ve büyük adım olarak nitelendirilebilecek olan Gümrük Birliği'nin de önemli katkılarıyla, taraflar arasında ciddi düzeyde bir yakınlaşma gerçekleştiği ise ortadadır. Bu yakınlaşma, ticaret ve yatırım ilişkilerini güçlendirmenin yanı

sıra, üyelik hedefi doğrultusunda bir uyum sürecini de beraberinde getirmiştir. Öte yandan, AB'ye katılım sürecinde çeşitli aksaklıklar yaşanmış, GB özelinde ise bir takım sıkıntılar baş göstermiştir. Bu bağlamda, bu bölüm, Avrupa Birliği ile Türkiye arasındaki söz konusu karşılıklı ilişkilerin süreçsel gelişimini özellikle üyelik anlamında kısaca özetlemekte ve mevcut durum çerçevesindeki ekonomi ağırlıklı sorunlar ile bunlara ilişkin çözüm gerekliliklerini ele almaktadır.

ŞEKİL 11.2 ÜLKELER BAZINDA* TÜRKİYE'YE GİREN DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR (MİLYON \$)



KAYNAK: TCMB *2007- 2013 DÖNEMİ TOPLAMINDA %2 ÜZERİ PAYA SAHİP OLARAK TÜRKİYE'YE EN ÇOK YATIRIM YAPAN ÜLKELER

11.2.1 AB Katılım Süreci

AB'ye Üyelik Sürecinde 8 Yılda 13 Fası Müzakereye Açıldı

2005 yılının Ekim ayında resmen başlayan Türkiye'nin AB ile üyelik sürecinde, 2013 yılı sonlarına kadar geçen 8 yıllık dönemde toplam 33 fasıldan 13 fasıl müzakereye açılmış, 1 fasıl ise geçici olarak kapatılmıştır. 2006 yılının Haziran ayında müzakereye açılan ancak aynı gün kapatılan 25 no'lu Bilim ve Araştırma faslı dışındaki müzakere sürecine devam eden fasıllar aşağıda listelenmektedir.

- 4-Sermayenin Serbest Dolaşımı
- 6-Şirketler Hukuku
- 7-Fikri Mülkiyet Hukuku

- 10-Bilgi Toplumu ve Medya
- 12-Gıda Güvenliği, Hayvan ve Bitki Sağlığı
- 16-Vergilendirme
- 18-İstatistik
- 20-İşletme ve Sanayi Politikası
- 22-Bölgesel Politika ve Yapısal Araçların Koordinasyonu
- 21-Trans-Avrupa Ağları
- 27-Çevre
- 28-Tüketicinin ve Sağlıkın Korunması
- 32-Mali Kontrol

Güney Kıbrıs Nedeniyle 8 Başlık Askıya Alındı

Öte yandan, Aralık 2006 tarihinde aşağıda yer alan 8 başlık,

Türkiye'nin GB kapsamındaki Güney Kıbrıs'a karşı olan yükümlülüklerini yerine getirmemesi nedeniyle AB tarafından askya alınmıştır.

- 1-Malların Serbest Dolaşımı
- 3-İş Kurma ve Hizmet Sunumu Serbestisi
- 9-Mali Hizmetler
- 11-Tarım ve Kırsal Kalkınma
- 13-Balıkçılık
- 14-Ulaştırma Politikası
- 29-Gümrük Birliği
- 30-Dış İlişkiler

Fransa 2007-2013 Döneminde 5 Başlığa Şerh Koydu

Bununla birlikte Fransa 2007'de, Tarım ve Kırsal Kalkınma faslının yanı sıra, aşağıda listelenen 4 faslın üyelikle doğrudan ilgili olması nedeniyle açılmasına izin vermeyeceğini bildirmiştir.

- 17-Ekonomik ve Parasal Politika
- 22-Bölgesel Politika ve Yapısal Araçların Koordinasyonu
- 33-Mali ve Bütçesel Hükümler
- 34-Kurumlar

3,5 Yıl Aradan Sonra Bir Fasıl Müzakereye Açıldı

Bu gelişmeler neticesinde, Haziran 2010'da 12 no'lu Gıda Güvenliği, Hayvan ve Bitki Sağlığı faslının açılmasından 2013 yılı sonlarına kadar geçen 3,5 yılda hiçbir fasılda müzakere açılmamış olması, süreci oldukça önemli bir sekteye uğratmıştır. Bununla birlikte, Şubat 2013'te Fransa 22. fasıl üzerindeki engellemeyi kaldırmış, böylelikle, söz konusu fasıl 5 Kasım 2013 tarihinde müzakereye açılmış ve görüşü-

len toplam başlık sayısı 14'e çıkmıştır. 22 no'lu fasıl, yeni iş imkânlarının sağlanması, rekabetçilik, inovasyon, ekonomik büyüme, yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ve sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesi başta olmak üzere, temel AB politika alanlarını kapsamaktadır.

Son İlerleme Raporu 2013 Ekim Ayında Yayınlandı

Bu gelişmelerle birlikte, Türkiye'nin AB üyeliğine ilişkin uyum sürecini değerlendiren ilerleme raporlarının sonuncusu, 16 Ekim 2013 tarihinde Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanmıştır. Her yıl olduğu gibi, AB'ye uyum bağlamında Türkiye'de yaşanan olumlu ve olumsuz tespitlere yer veren raporda, demokratikleşme ve siyasi reform süreci, insan haklarındaki ilerlemeler ve aşağıda bahsedilecek olan Geri Kabul Anlaşması ile vize serbestisi konularına dair vurgular yapılmıştır.

AB'ye Katılım Süreci Hız Kazanmalı

Sonuç olarak, Türkiye'nin AB'ye katılım sürecinde uzun süredir hâkim olan tıkanıklık, 2013 yılı sonunda 22. faslın müzakereler açılmasıyla birlikte bir nevi sona ermiş ve sürecin yeniden canlanması yönünde olumlu bir gelişme olmuştur. Bununla birlikte, sürecin, olması gereken hızda ilerlemekte olduğu aşikârdır. Öte yandan, AB ile entegrasyonun ilk adımı olan ve 1995 sonundan bu yana sürdürülen Gümrük Birliği'nde de, elde edilen ciddi kazanımların yanı sıra, belli başlı sorunlar yaşanmaktadır. Bu nedenle, bir yandan AB'ye katılım sürecinin hız kazanması gerekirken, diğer yandan da bu süreç içerisinde GB kapsamında yaşanan problemlerin çözülmesi ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Buradan hareketle, Türkiye'nin GB çerçevesinde tecrübe etmekte olduğu söz konusu sorunlar aşağıdaki bölümde ele alınmaktadır.

11.2.2 Gümrük Birliği Kapsamındaki Sorunlar

GB Türkiye'nin AB'ye Uyum Sürecinde Katalizör Görevi Gördü

Gümrük Birliği, taraflar arasındaki ekonomik bir bütünleşme modelini temel almakla birlikte, Türkiye'nin AB'ye katılımına yönelik ortaklık ilişkisinin kritik bir aşamasını oluşturmaktadır. Nitekim taraflar arasında serbest mal dolaşımını sağlayarak ikili ticaret ilişkilerini ve aynı zamanda yatırım bağlantılarını derinleştiren Gümrük Birliği sürecinde Türkiye, mevzuatını, AB'nin gümrük ve ticaret ile rekabet ve fikri sınai mülkiyet haklarına ilişkin politikaları kapsamında uyumlaştırmayı taahhüt etmiştir. İşte Türkiye'nin bu bağlamda gerçekleştirdiği uyum çalışmaları da, üyeliğe giden yoldaki hayati dönüşümün katalizörü olarak nitelendirilebilir.

GB'de Asimetrik Uygulamalar Mevcut

Ekonomik anlamdaki tüm katkıların yanı sıra Gümrük Birliği, bir takım asimetrik problemleri de beraberinde getirmektedir. Bunların başında, Türkiye'nin, AB'nin Ortak Ticaret Politikalarına (OTP) uyum sağlaması beklenirken, GB kapsamındaki karar verme süreçlerinde söz sahibi bir konumda olmaması gelmektedir. Bu durum, AB'nin üçüncü ülkelere yönelik olarak tercihli bir ticaret sistemi yürüttüğü şeklinde ifade edilebilir. Sistemin bu şekilde işleyişi ise, Türkiye açısından, söz konusu ülkelerle ticaret bağlamında sorunlar yaratmaktadır.

AB'nin 3. Ülkelerle İmzaladığı STA'lar Türkiye'yi Olumsuz Etkiliyor

Nitekim AB ve Türkiye bir Gümrük Birliği anlaşmasının tarafları olmasına rağmen, AB 3. ülkeler ile tek başına Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA) müzakere edebilmektedir. Türkiye'nin

İlgili ülkeyle aynı anlaşmayı yapamaması durumunda ise, bir yandan ihracatı olumsuz etkilenmekte, diğer yandan da ithalat vergi gelirlerinde kayıplar ortaya çıkmaktadır. Zira bu ülkeler, AB ile imzaladıkları STA sayesinde Türkiye pazarına AB üzerinden girebilmektedir. Buna karşın, Türkiye'nin bu pazarlara gümrük vergisinden muaf bir şekilde erişmesi söz konusu olamamaktadır. Bu aynı zamanda, ihracatçıların ilgili pazarlara AB üzerinden ulaşma girişimlerine kapı açmakta ve bundan kaynaklanacak ticaret trafiğini saptırma eğilimini de doğal olarak yaratmaktadır. Dolayısıyla, 3. ülkelere karşı ortak politikalar uygulanmaması, Türkiye açısından haksız rekabete ve ekonomik kayıplara yol açabilmektedir. Bu asimetrinin olumsuz sonuçlanan son örneklerinden biri, AB ve Meksika arasında imzalanan STA olmuştur. Meksika'nın yanı sıra, Güney Afrika, Cezayir, Kolombiya ve Peru da, AB ile STA'sı olup halen Türkiye ile anlaşma imzalamamış ülkeler arasında gelmektedir. Bununla birlikte, imzalanan ya da müzakere süreci devam eden STA'ların kapsamının, Türkiye ve AB arasındaki GB'nin aksine, sanayi ürünleri ile sınırlı kalmayıp tarım, hizmet ve kamu alımlarını da içermesi, konunun bir diğer olumsuz boyutunu oluşturmaktadır.

AB 2013 Yılında Yeni STA Müzakerelerine Start Verdi

AB'nin, bugüne kadar hayata geçirdiği mevcut STA'ların yanı sıra, yakın dönemde yeni anlaşmaları da devreye sokması beklenmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin müzakere sürecinde masaya oturmadığı bir uygulamanın devamı halinde, potansiyel gelişmelerden giderek daha olumsuz etkilenmesi söz konusu olacaktır. Nitekim AB ve üçüncü ülkeler arasındaki STA sayısının artacağına yönelik olarak, 2013 yılında da bir takım kayda değer gelişmeler yaşanmıştır. Bu doğrultuda, yılın ilk çeyreğinde, AB-Japonya STA müzakerelerine resmen start verilmiştir. Bunun yanı sıra yine aynı dönemde, Türkiye açısından daha büyük bir önem taşıyan bir gelişme olarak, ticareti ve yatırımları kısıtlayan transatlantik engellerin azaltılması amacıyla AB ve ABD arasında kapsamlı bir STA için taraflar kolları sıvamıştır. Dünyanın bu iki dev ekonomisi arasında hayata geçirilmesi planlanan ve Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP) olarak adlandırılan söz konusu STA'nın, taraflar için oldukça ciddi ekonomik getiriler sağlaması, bu kapsamda, AB ve ABD'nin ihracatını sırasıyla %6 ve %8 oranlarında artırması beklenmektedir. TTIP, mal ticaretindeki engellerin kaldırılmasının yanı sıra, hizmet ticareti, yatırımlar ve kamu alımları gibi çeşitli alanlara hitap eden kapsamlı bir STA projesi olarak dikkat çekmektedir.

TTIP Türkiye-GB İlişkileri İçin Kritik Önem Taşıyor

Bu noktada, TTIP görüşmelerinin olumlu bir şekilde sonuçlanması durumunda, Türkiye açısından bir dönüm noktası-

nun gündeme geleceği ifade edilebilir. Zira bu senaryo dahilinde Türkiye'nin ABD ile bir STA anlaşması imzalaması yeni fırsatları beraberinde getirebileceği gibi, imzalanmaması durumu da 3. ülkeler çerçevesinde Gümrük Birliği'nin sebep olduğu ekonomik kayıpları derinleştirecek ve ortaklığa ilişkin mevcut asimetrik endişeleri güçlendirecektir. Nitekim ABD ile AB'nin anlaşması durumunda, Türkiye'nin ABD ile STA'sı olmaması, Türkiye kaynaklı malların, ABD pazarında sınırlamalara maruz kalmaya devam etmesine ve hatta AB pazarlarında da rekabet kaybı yaşamasına, böylelikle ihracatta kayıplar yaşanmasına neden olacaktır. Bununla birlikte, olası senaryoda ABD şirketlerinin, Türkiye pazarına AB üzerinden gümrüksüz girmeye çalışması da, Türkiye'nin ticaret vergi gelirlerinde düşüşe sebebiyet verecektir. Öte yandan, Türkiye'nin de ABD ile bir STA anlaşması yapması olasılığının ise, ulusal ihracatın Amerikan pazarında güçlenmesini sağlayacağına şüphe yoktur. Bu aynı zamanda, çeşitli ekonomik ve ticari işbirlikleri ve etkileşimleri de beraberinde getirecektir. Dolayısıyla, gerek AB-ABD arasındaki STA görüşmelerinden çıkacak sonuç, gerekse bunun paralelinde Türkiye-ABD arasında bir STA anlaşmasına varılabilmesi, durumu belirleyecek iki ana faktör olacaktır. Nihayetinde konunun, Türkiye'nin ticaret göstergelerini olumlu veya olumsuz etkileme ihtimali aşikar olup, kritik önem taşımaktadır.

Vize Kolaylıklarının Acilen Devreye Sokulması Şart

AB'nin 3. ülkelerle geliştirdiği ilişkilerin yanı sıra, Gümrük Birliği kapsamında Türkiye'yi olumsuz etkilemeye devam eden bir başka konu da vizelerdir. Birçok AB üyesi ülkenin iş insanları Türkiye'ye vizesiz ya da sınırda vize almasıyla rahatça girebilmekteyken, bu durumun AB'deki yansımaları aynı şekilde değildir. Bir diğer ifadeyle, Türkiye'deki iş insanları, AB ülkelerine vizesiz giriş yapamamaktadırlar. AB kökenli firmalar böylelikle Türkiye pazarlarına kolayca erişebilirken, Türkiye'deki kurumlar bunun tam tersi bir zorluk yaşamaktadır. Gümrük Birliği'nin de pekiştirdiği güçlü ticari ilişkiler çerçevesinde, iş insanlarının pazarlar arasında dinamik bir hareketlilik içerisinde bulunmasından daha doğal bir sonuç beklenemez. Ancak vize kısıtlamaları, bu hareketliliğe ket vurmakta, süre ve potansiyel iş kayıplarına sebep olmaktadır. Vize işlemlerinin maliyet boyutu da, aynı zamanda diğer bir ilgili sorunu teşkil etmektedir. Bu nedenle, mevcut ticari potansiyelin ortaya çıkması önünde bir engel teşkil eden ve ticari bağların daha da güçlenmesini zorlaştıran vize kısıtlamalarının acil bir şekilde ortadan kaldırılarak, Türkiye'nin önünü açıcı kolaylıkların hayata geçirilmesi elzemdir.

2013 Yılında Vize Serbestisi

Diyalogu İçin Önemli Bir Adım Atıldı

Daha da önemlisi, AB ile vize serbestisi rejimi bulunmayan

tek aday ülkenin Türkiye olması, haksız bir uygulamanın var olduğunun açık bir kanıtı niteliğindedir. Gerek söz konusu bu haksızlığın giderilmesi, gerekse mevcut sistemin yarattığı zorluklara ilişkin şikâyetlerin dikkate alınması kapsamında bir takım olumlu gelişmelerin ise, 2013 yılı sonunda nihayet hayat bulduğu gözlenmektedir. Nitekim Türkiye ile AB arasındaki vize serbestisi diyalog sürecinin başlamasını sağlayacak Vize Serbestisi Diyalogu Mutabakat Metni ve Geri Kabul Anlaşması 2013 Aralık ayında imzalanmıştır. AB'ye Türkiye'den girdiği tespit edilen kaçak göçmenlerin Türkiye'ye iadesini öngören Geri Kabul Anlaşması, öncesinde 2012 yılında Türkiye tarafından paraflanmış ve AB tarafı anlaşmanın imzalanmasını vize kolaylaştırma ve serbestisi görüşmelerinin başlaması için ön şart olarak belirlemişti. Bu bağlamda, anlaşmanın imzalanmasıyla birlikte eş zamanlı olarak devreye sokulan Vize Serbestisi Diyalogu sürecinin, vize zorlukları bağlamında uzun yıllardır süren haksız uygulamaların sona erdirilmesi yönünde önemli bir adım olduğu ifade edilebilir.

AB Ülkeleri Taşıma Kotaları Konusunda Bağımsız Karar Veriyor

Vize kısıtlamalarının yanı sıra, Türkiye'nin AB ile olan ticari ilişkilerinde yaşadığı bir diğer tarife dışı engel de, taşımacılığa ait sorunlardır. Türkiye'nin AB'ye yönelik yaptığı ticaretin hatırı sayılır bir bölümü, karayolu taşımacılığı ile gerçekleştirilmektedir. Ancak, Gümrük Birliği'nin temelini oluşturan malların serbest dolaşımı esasının, üye ülkelerin karayolu taşımacılığına ilişkin kısıtlamaları nedeniyle tam anlamıyla gerçekleşemediğinin altını çizmek gerekir. Nitekim Türkiye'nin ilgili ülkelere yaptığı taşımalarda, bu işlemlere sınır getiren taşıma/geçiş kotaları uygulamaları mevcuttur. Zira AB uygulamalarına göre, ikili karayolu taşımacılığı anlaşmaları her bir üye devletin kendi yetkisiyle şekillenmektedir. Bu nedenle de, ülkeler kota sınırlamalarına kendileri karar vermekte ve Türkiye çıkışlı malların kendi topraklarından geçmesini sınırlayabilmektedir.

Keyfi Kota Kısıtlamaları Türkiye'nin İhracatını Olumsuz Etkiliyor

Bu ise, özellikle keyfi haksız uygulamalar yapan bazı AB ülkelerinden geçişlerde büyük sıkıntılar yaratmakta ve Türkiye'nin ihracatını olumsuz etkilemektedir. Söz konusu transit taşımalarda Bulgaristan, Macaristan, Romanya, İtalya ve Avusturya gibi belli başlı ülkelerde ilgili problemlerin daha yoğun yaşandığı da bilinmektedir. Sonuç olarak, Türkiye kökenli karayolu taşımacılığına bu topraklarda kota kısıtlamaları ve ek maliyetler getirilmesinin, Türkiye'nin bölge ile ticaretinde aksamalara ve potansiyel kayıplara sebebiyet verdiği net bir şekilde ortada olup, konu acil çözüm beklemektedir.

Sorunlar Vakit Kaybetmeden Çözüme Kavuşturulmalı

Sonuç olarak, Gümrük Birliği, kurulduğu dönemden itibaren AB ile ticari ve ekonomik bağlantıların güçlenmesi anlamında Türkiye için eşsiz bir kazanım olmuştur. Ancak yukarıda ele alındığı üzere, Türkiye'nin aleyhine işleyen bir takım mekanizmaların halen var oluşu endişeye sebep olmakta ve çözüme kavuşturulmayı beklemektedir. Bu bağlamda, özet olarak, aşağıdaki maddelerin ivedi bir şekilde çözümlenmesi, haksız uygulamaları ve asimetrisi ortadan kaldıracak gibi, karşılıklı ilişkilerin daha dengeli yürümesini ve derinleşmesini sağlayacaktır.

- Türkiye'nin AB'nin STA ortaklığı yaptığı pazarlara gümrüksüz olarak girebilmesi haksız rekabeti önleyecek ve ekonomik kazanımları beraberinde getirecektir. Türkiye'nin, AB'nin 3. ülkelerle yaptığı STA müzakereleri kapsamında, OTP oluşturma ve karar alma süreçlerinde yer alması, bir başka deyişle dışlanmaması, önem taşımaktadır. Bununla ilgili olarak Türkiye'nin Avrupa Parlamentosu'nda yapılan ilgili görüşmelerde sunduğu çözüm tekliflerinin üzerinde önemli durulması gerekmektedir. Söz konusu çözümler, AB ve Türkiye'nin müzakere sürecinde tek taraf olarak masaya oturmasının yanı sıra, paralel müzakereler şeklinde bir model de önermektedir.

- AB'nin 3. ülkelerle hayata geçirdiği yeni STA'larda olduğu gibi, Gümrük Birliği'nin de, hizmetler, tarım ürünleri ve kamu alımları gibi yeni boyutları içerecek hale getirilmesi anlamlı olacaktır.

- AB'den Türkiye'ye kolayca giriş yapılabilmesine rağmen, Türkiye için karşılıklı benzer bir durumun geçerli olmaması, iş insanlarının çeşitli zorluklarla karşılaşmasına neden olmakta ve bu da ticari ilişkileri olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle, Aralık 2013'te başlatılmış olan Vize Serbestisi Diyalogu çerçevesindeki görüşmelerin hızlandırılarak somut sonuçlara ulaşması beklenmektedir. Türkiye'den AB'ye giriş yapmak isteyen iş insanlarının vizesiz bir rejime tabi tutulmasının, GB uygulamaları çerçevesinde adaletli ve akılcı bir karar olacağına şüphe yoktur.

- Türkiye'nin bölgeye yaptığı ihracatta bir diğer önemli sorun olan karayolu taşımacılığına ilişkin kota sisteminde de serbestleştirme yoluna gidilmesi, yaşanan ciddi lojistik sorunların ve bunun beraberinde getirdiği ekonomik kayıpların giderilmesinde kritik adımlardan biri olacaktır.

Özet olarak, AB-Türkiye arasındaki ekonomik ilişkiler önünde engel teşkil eden tüm hususlar, taraflar arasındaki potansiyel ticaretin gerçekleştirilmesine olanak tanımamaktadır. Bu sorunlara ilişkin çözüm süreçlerinin vakit kaybetmeden başlatılması/ilerletilmesi, özellikle Türkiye açısından yüksek öneme haizdir. Bununla birlikte, tüm ilgili problemlerin giderilmesinde en ideal çözüm olarak hizmet edecek olan Türkiye'nin AB'ye katılımıyla ilgili sürecin de, müzakerelere ivme kazandırarak en kısa zamanda sonuçlandırılması gerektiği ortadadır.

İHRACATA DAİR HEDEF VE BEKLENTİLER



12

İHRACATA DAİR HEDEF VE BEKLENTİLER

12.1 İHRACAT HEDEFİ VE STRATEJİSİ

Sürdürülebilir İhracat Artışı Şart

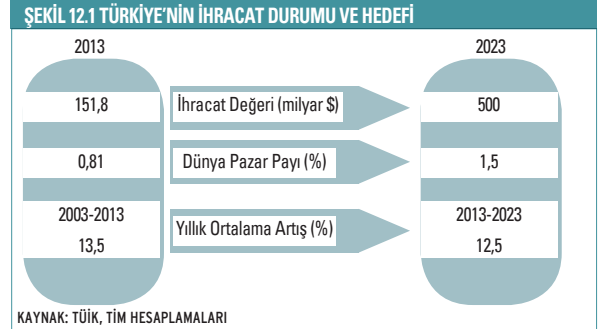
Türkiye ekonomisi, ihracata dayalı büyüme modelini esas almakta olduğundan, ihracatın GSYH büyümesine sağlamakta olduğu katkıyı artırmayı hedeflemektedir. Türkiye bu doğrultuda, 2013 yılında 151,8 milyar dolar olarak gerçekleşen ihracatını, 2023 yılında 500 milyar dolara yükseltmeyi amaçlamaktadır. Bu ise, aynı zamanda mevcut durumda %0,81 olan Türkiye ihracatının dünya pazarındaki payının %1,5 düzeyine çıkarılması anlamına gelmektedir. Bu hedefe ulaşmak amacıyla, Türkiye'nin, son 10 yıllık dönemde ortalama olarak gerçekleştirmiş olduğu çift rakamlı ihracat büyümesini, gelecek 10 yıl içinde de sürdürmesi gerekmektedir. Nitekim 500 milyar dolar hedefine ulaşabilmek için, 2013 ila 2013 yılları arasında ortalama yıllık %12,5 civarında bir ihracat büyümesine ihtiyaç vardır (Şekil 12.1). Kısacası, söz konusu hedeflere erişebilmek, güçlü ve sürdürülebilir bir ihracat artışıyla başarılacaktır.

2023 Hedefine Ulaşmak Başarılı Ürün ve Pazar Stratejilerinden Geçiyor

2023 yılına giden yolda sürdürülebilir bir ihracat büyümesi gerçekleştirmek, bir yandan mevcut durumda kg. başına ortalama 1,5 dolar olan ihracat fiyatını, diğer yandan da ihracat miktarını önemli ölçüde artırma ihtiyacını doğurmaktadır. Dolayısıyla, gerek birim değeri artırarak yüksek katma değerli ürünlerin ihracatını artırmak gerekse daha büyük miktarlarda ihracat yapabilmek önem taşımaktadır. Bu ise, hem ürünlerde hem de pazarlarda kalite ve çeşitliliğin artırılması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, 2023 hedefi doğrultusunda, ihracat konusunda Türkiye'nin izlemesi gereken stratejilerin başlıcaları aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

Pazar Paylarında Artış Sağlamak Önem Taşıyor

Türkiye'nin hedeflediği ihracat rakamlarına erişebilmesinin pazar bağlamındaki en önemli çözüm kümesi, mevcut pazarlardaki paylarını artırması ve yüksek büyüme potansiyeli olan pazarlara ulaşması ya da buralarda yayılması şeklinde ifade edilebilir. Bu amaç doğrultusunda, ikili ve çoklu ticaret işbirliklerini artırmak ve güçlendirmek önem arz etmektedir. Türkiye bu minvalde, söz konusu dönemde mevcut STA sayısını artırma yoluna gitmek durumundadır. Bunun yanı sıra, daha önceki bölümlerde tartışıldığı üzere, Türkiye'nin, AB ile olan Gümrük Birliği anlaşmasını



daha kapsamlı bir hale getirerek bölgeyle olan ticari entegrasyonunu güçlendirmesinin, en kritik gündem maddelerinden biri olduğunu vurgulamak gerekir. Bu çerçevede, AB'nin 3. ülkelerle yapmaya devam ettiği tek taraflı STA'larda, Türkiye'nin de müzakereler açısından söz sahibi olması ve / veya ilgili ülkelerle STA'lar imzalaması ciddi faydalar doğurmakla birlikte, potansiyel / mevcut zararlarından kurtulmayı sağlayacaktır. Bu konuda son dönemin en ön plana çıkan STA projesi olan AB-ABD arasındaki TTIP kapsamında, müzakerelerin olumlu sonuçlanması durumunda, Türkiye'nin de ABD ile bir STA imzalaması önem taşımaktadır. Ayrıca, Gümrük Birliği'ne ilişkin olarak mevcut tüm asimetriler konusunda çözüm arayışlarına gitmek gerektiği ortadadır.

Temel Stratejilerden Bir Diğeri, Ürüne Odaklanmak Olmalı

Türkiye'nin, hedefe giden yolda izlenen stratejiler doğrultusunda pazarlardaki payı artırarak miktarsal genişlemeyi sağlamanın yanı sıra, ihracat kalitesini de artırması gerekmektedir. Bu ise, daha kaliteli ve yüksek katma değeri olan ürünlerin ihraç edilmesi ve böylelikle ihracat birim değerinin artırılması anlamına gelmektedir. Bu nedenle, pazarların yanı sıra ürünlere de odaklanmak, stratejinin bir diğer önemli ayağını oluşturacaktır. Örneğin, dünya pazarlarında en çok ihracatı yapılan 25 ürün grubunun içerisinde Türkiye'nin ilk 10'da yer aldığı ürün grubu sayısını önemli ölçüde artırmak, bu hedef doğrultusundaki amaçlardan biri olmalıdır. Bu, aynı zamanda Türkiye'nin ihracatçıların, küresel alanda rekabetçiliğinin artması anlamına da gelmektedir.

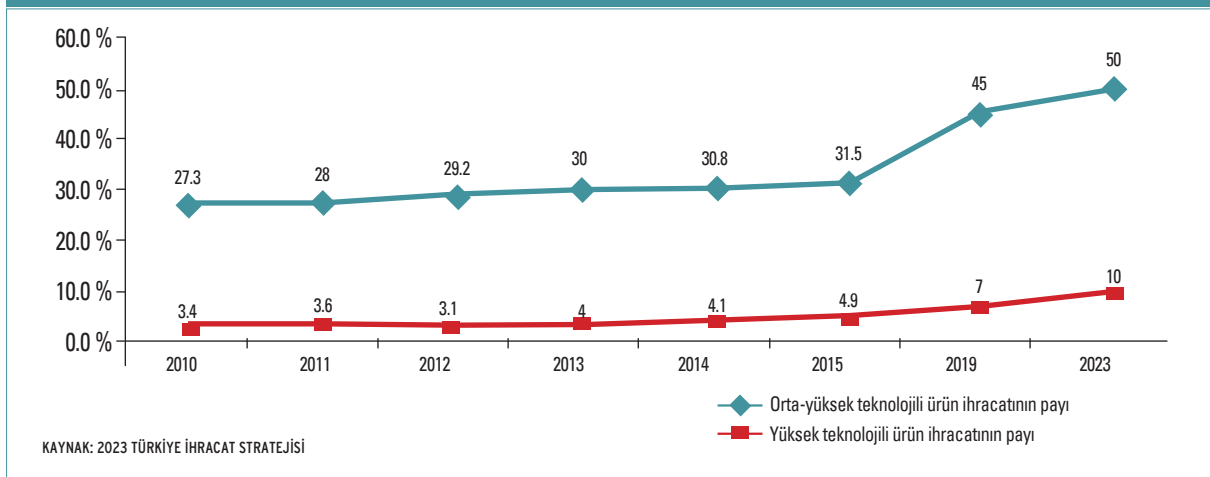
İhracatta Teknolojinin Ağırlığı Artırılmalı

Bunun yanı sıra, 2023 hedefleri çerçevesindeki ürün stratejisinin en kritik boyutlarından bir diğeri de, hiç şüphesiz teknolojidir. Bu bağlamda, söz konusu süreçte

ihracatın teknolojik yoğunluğunun artırılmasının elzem olduğunun altını çizmek gerekir. Türkiye ihracatı içerisinde, orta-yüksek ve yüksek teknolojlili ürünlerin 2010-2013 yılları arasındaki gelişimi ve sonrasındaki ilgili hedeflemeleri, Şekil 12.2'de verilmiştir. Buna göre, mevcut durumda ihracatın %4'lük bir bölümü yüksek teknolojlili, %30 civarındaki bir bölümü ise orta-yüksek teknolojlili ürünlerden oluşmaktadır. Orta-yüksek teknolojlili ürünlerin son birkaç yıl içerisinde bir miktar artış kaydettiği, ancak bunun yüksek teknoloji grubu için söylenemeyeceği

görülmektedir. Dolayısıyla, yüksek teknoloji grubundaki ihracatın ivme kazanması gerekmektedir. Bu manada, ilgili 2023 hedefi %10'luk ihracat payı olarak belirlenmiştir. Orta-yüksek teknolojlili ihracatın ise, toplamdan %50'lik bir dilim alması hedeflenmektedir. İşte bu nedenle, Türkiye'nin Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarına özel bir önem vermesinin, mevcut teşvik ve uygulamalarda bir paradigma değişikliğine giderek teknolojik gelişime yeni bir boyut kazandırmasının, en hayati stratejilerden biri olduğu ifade edilebilir.

ŞEKİL 12.2 İHRACATTA TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞUNUN GELİŞİMİ VE HEDEFLER



12.2 2014 BEKLENTİLERİ

Küresel Ekonomi Yavaş Ama Emin Adımlarla İlerliyor

2014 yılının ilk çeyreği sonrasında açıklanan veriler, küresel ekonomik görünümün, bekenildiği üzere olumlu seyrettiğini göstermektedir. Daha önceki bölümlerde de detaylı rakamlarla değinildiği üzere, dünya ekonomisinin 2014 yılında ivme kazanacağı ve böylece küresel GSYH'nin %3,6 oranında artacağı öngörülmektedir.

Gelişmiş Ekonomiler Güçlenecek

Tahmine dayalı veriler¹, 2014 yılında gelişmiş ekonomilerin ortalama %2,2, gelişmekte olan ülkelerin ise ortalama %4,9 büyüme kaydedeceğini göstermektedir. Dolayısıyla, gelişmiş ülkeler başta olmak üzere, her iki grup için de, 2014 yılının bir önceki yıla göre daha olumlu bir performansla sahne olacağı beklenmektedir. Bu bağlamda, bir yandan gelişmiş ülkelerdeki hareketlenme belirtisinin

2013'e kıyasla daha güçlü olacağı dikkat çekerken, diğer yandan da küresel ekonomideki büyümede, yükselen ekonomilerin itici güç olmaya devam edeceği anlaşılmaktadır.

Euro Bölgesi 2014 Yılında İvme Kazanacak

Gelişmiş ülkelerdeki toparlanma beklentisi detaylı olarak incelendiğinde, söz konusu birçok ekonomide kayda değer tempo artışları görülmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye ihracatı açısından için büyük önem taşıyan bir bölge olan Euro Bölgesi'nde de dikkat çekici göstergeler göze çarpmaktadır. Nitekim daha önceki bölümlerde belirtildiği gibi, Euro Bölgesi'nin 2014 yılında, daralmadan büyümeye geçmesi beklenmektedir. Bölge GSYH artışının, bu bağlamda 1,7 puan yukarı yönlü hareket ederek %1,2 büyüme oranına ulaşacağı ve böylece 2013 yılına göre önemli bir ivme kazanımı elde edeceği öngörülmektedir.

¹KAYNAK: IMF

Türkiye'nin Önde Gelen AB İhracat Partnerleri 1, 5 Puanlık Tempo Artıracak

Avrupa'ya dair bu öngörüler çerçevesinde, Türkiye'nin ihracat partnerlerinin hemen hepsinde tempo artışları olacağı tahmin edilmektedir. Bu minvalde, Türkiye'nin ilk 10 ihracat pazarı arasında yer alan Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa ve İspanya'nın, ekonomik büyüme hızlarını ortalama 1,5 puan yükseltmeleri beklenmektedir. 2013 yılında bu rakamın 0,5 puan civarında olduğu düşünüldüğünde, Türkiye'nin Avrupalı partnerlerinin, bir önceki yıla göre performansını artıracığı açıkça görülmektedir. Söz konusu ülkelerin milli gelirlerindeki artışın güçlenmesinin, dış talebe de yansmasıyla, 2014 yılının Türkiye'nin ihracatı için önemli bir fırsat taşıyabileceği düşünülmektedir.

ABD'deki Toparlanma FED Kararlarında Rol Oynayacak

Öte yandan, ABD ile ilgili 2014 beklentileri de olumlu yöndedir. 2014 yılının ilk aylarında kötü hava koşullarının ülke ekonomisine olan olumsuz etkilerinin ise, geçici olduğu tahmin edilmektedir. Nitekim havaların iyileşmesiyle birlikte, ekonomik göstergelerde toparlanmalar gözlenmiştir. Bu bağlamda FED de, 2013 yılında duyurmuş olduğu parasal genişlemeden çıkma planı doğrultusunda, ekonomik performansı yakinen takip etmektedir. Ekonomik aktivitenin canlanmasını sürdürmesi durumunda, 2014 yılının sonlarında parasal genişlemeden çıkış sürecinin tamamlanması beklenmektedir. Bununla birlikte, faiz artırımının hayata geçirilebilmesi için, ekonominin makul oranlarla ve istikrarlı bir şekilde büyüme sergilemesi gerekmektedir. Bu çerçevede, işsizlik oranı, FED'in para politikası kararlarında kullandığı bir çapa olarak dikkatle izlenmektedir. Ayrıca, ilgili politika kararında, doğal olarak, enflasyon temel faktör niteliğindedir. Geleneksel uygulamalara göre, parasal sıkılaştırma kararı için, mevcut durumda %1,5 civarlarında olan ancak inişli çıkışlı seyreden enflasyonun %2 bandına çıkması gerekmektedir.

Gelişmiş Ülkelerin Para Politikaları Küresel Piyasalara Yön Verecek

Bu bağlamda FED, 2014 yılında çeşitli açıklamalar yapmış ancak ağırlıklı olarak faiz artırımında bir süre gecikme olabileceği mesajını vermiştir. Bu nedenle, uluslararası piyasalarda 2013 yılında faiz kaynaklı yaşanan gerginliğin, geçici de olsa yerini iyimserliğe bırakmış olduğu gözlenmektedir. Bu durumun devamı halinde, gelişmekte olan ülkelerin para piyasalarında da, 2014 yılında hareketlilikler görülebilecektir. Bununla beraber, 2014 yılında Euro

TABLO 12.1.DIŞ TİCARET GELİŞİM HIZI (% YILLIK)

	İhracat			İthalat		
	2012	2013	2014*	2012	2013	2014*
Gelişmiş Ekonomiler	1,1	1,5	3,6	0	-0,2	3,4
Gelişmekte Olan Ekonomiler	3,8	3,3	6,4	5,1	4,4	6,3
Kuzey Amerika	4	1,9	4,6	3,2	0,2	3,9
Latin Amerika	-1,3	-1,4	4,4	2,6	2,3	4,1
Avrupa	-4,1	4	3,3	-5,6	0,9	3,2
Asya	2,4	2,8	6,9	4,1	2	6,4

KAYNAK: WTO
*BEKLENTİ

Bölgesi'nde de Merkez Bankası politikaları dikkatle izlenecektir. Kademeli bir büyüme seyrinde olan ve deflasyon riski yaşayan bölgede, Avrupa Merkez Bankası, parasal genişleme yapmayı planlamaktadır. Bu planın hayata geçirilmesi durumunda, bölgedeki ekonomik performansın hızlanması söz konusu olabilecektir. Türkiye'nin ihracatı açısından olumlu talep etkileri olabilecek bu gelişmenin, Euro'nun değer kaybetmesi durumunda ise olumsuz yansımalar göstermesi ihtimali mevcuttur.

Ekonomilerdeki Büyüme Küresel Ticarete Güçlü Yansımaya

Bu bağlamda, dünya ticareti açısından 2014 beklentilerine bakıldığında, GSYH büyümelerindeki hızlanmanın, dış ticarete de yansımaya gözlenecektir. Tablo 12.1'deki, 2012-2013 gerçekleşmelerini ve 2014 öngörülerini içeren veriler, gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerin, hem ihracat hem de ithalat büyümelerinde hız kazanacağını göstermektedir. Bu noktada, her iki grubun da 2013 yılında özellikle ithalatta hız kaybettiği düşünüldüğünde, 2014'teki ivme kazanmalarının küresel ticarete fark yaratacağı ortaya çıkmaktadır.

Gelişmiş Ülkelerde İthalat İvme Kazanacak

Öte yandan, tablodaki veriler gelişmiş ülkelerde ithalatın 2013 yılına göre %3,4 artış kaydedeceğinin öngörüldüğüne işaret etmektedir. Bir başka deyişle, bu ülkelerdeki ithalat 2013 yılında gerçekleştirdiği daralmayı terk edip, 2014'te 3,6 puanlık ivme kazanarak genişlemeye geçecektir.

Avrupa'nın İthalatı Artacak

Gelişmiş bölgeler bağlamında, Kuzey Amerika'nın yanı sıra, Avrupa'daki ithalat büyümesi de dikkat çekmektedir. Zira Avrupa'nın toplam ithalatının 2014 yılında %3,2 oranında artması beklenmektedir. Bununla birlikte, Avrupa'nın dış talebindeki söz konusu artışın, Türkiye'ye yansımalarının daha güçlü oranlarda olmasının muhtemel

olduğunu belirtmek gerekir. Nitekim Türkiye'nin ilk 20 ihracat pazarı arasında yer alan Avrupalı partner ülkelerin, 2013'te Türkiye'den yaptıkları ithalatta, genel ithalatlarna kıyasla çok daha iyi bir performans sergiledikleri hatırlanmalıdır. Bir diğer ifadeyle, söz konusu ülkelerin ithalatlarnın toparlanması, ilgili dönemde Türkiye'ye daha güçlü yansımıştır. Bu durum, tablodaki veriler ışığında da açıkça gözlenmektedir.

Küresel Görünüm İhracat İçin Fırsat Mesajı Veriyor

Buna ek olarak, Türkiye'nin ihracatı açısından kritik bir bölge olan Avrupa'daki 2014 yılına dair makroekonomik göstergelerin de, bölgedeki gidişatin olumlu olduğunu destekler nitelikte olduğu söylenebilir. Euro Bölgesi'nde sanayi üretimi 2014 yılının ilk 2 ayında %1,7 oranında artış sergilemiştir. Bunun 2013 yılının aynı döneminde gerileme olarak kaydedildiği düşünülürken, bölgedeki ekonomik aktivitenin 2014'e daha olumlu bir gidişat içinde başladığı anlaşılmaktadır. Öte yandan, Euro Bölgesi'nde reel kesimin güveni, 2014 yılının ilk çeyreğinde iyimserlik kanadında seyretmiş, tüketici güven endeksi ise, negatife olmasına rağmen yükselmeye devam etmiştir. Sonuç olarak, bölge ekonomisinin aktörlerinin 2014 yılında gidişattan daha umutlu oldukları, bu bağlamda da ilgili göstergelerin, toparlanmaya dair tahminlerle paralel bir gelişim gösterdikleri anlaşılmaktadır. Tüm bu bilgiler ışığında, dış dünyadaki ve özellikle AB çerçevesindeki ekonomik ve ticari canlanma belirtilerinin, Türkiye'nin ihracatına olumlu yansması ihtimalinin güçlü olduğu ifade edilebilir.

2014, İhracat Açısından Daha İyi Bir Sene Olacak

İhracata pozitif yansımaları olacağı öngörülen dış dün-

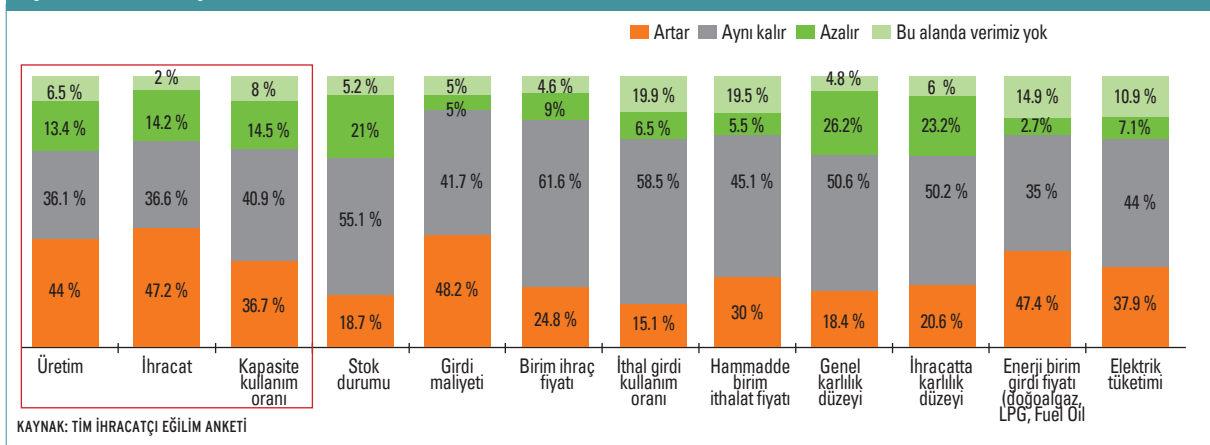
yaya dair bu olumlu görünümün yanı sıra, ulusal ekonomideki göstergeler de, yılın ilk çeyreğinde iktisadi faaliyetin belirgin bir tempo kaybına uğramadığına işaret etmektedir. İstihdamda hatırı sayılır bir artış görülürken, ihracat da artışına devam etmekte ve bunu miktarsal bazda gerçekleştirmektedir. Seçim atmosferinden çıkan ikinci çeyrekte ise, iş dünyasında iyimserliğin devam ettiği ve piyasalardaki gerginliğin azaldığı gözlenmektedir. Bu bağlamda, reel kesim güven endeksi de, 2. çeyreğe dair ihracat ve üretim artışlarında güçlü beklentiler olduğuna işaret etmektedir. Özet olarak, piyasalarda özellikle 2013 yılının son döneminde yaşanan gerginlik sonrasında, ekonominin endişe edilenin aksine, ciddi bir durgunlaşmaya maruz kalmadan yoluna devam ettiği görülmektedir. Bu dinamizmin, dış dünyadaki fırsatlarla birleşmesi durumunda, 2014 yılında, ihracatın Türkiye ekonomisine önemli katkılarda bulunma potansiyeli bulunmaktadır.

İhracatçıların 2014 yılına yönelik pozitif beklentileri güçleniyor

TİM İhracatçı Eğilim Araştırması 2014-1. çeyrek sonuçları yılın ilk çeyreği itibariyle Dünya, Avrupa ve Türkiye ekonomisine yönelik beklentilerin önceki çeyreklere oranla belirgin bir şekilde pozitif geliştiğini doğrular niteliktedir.

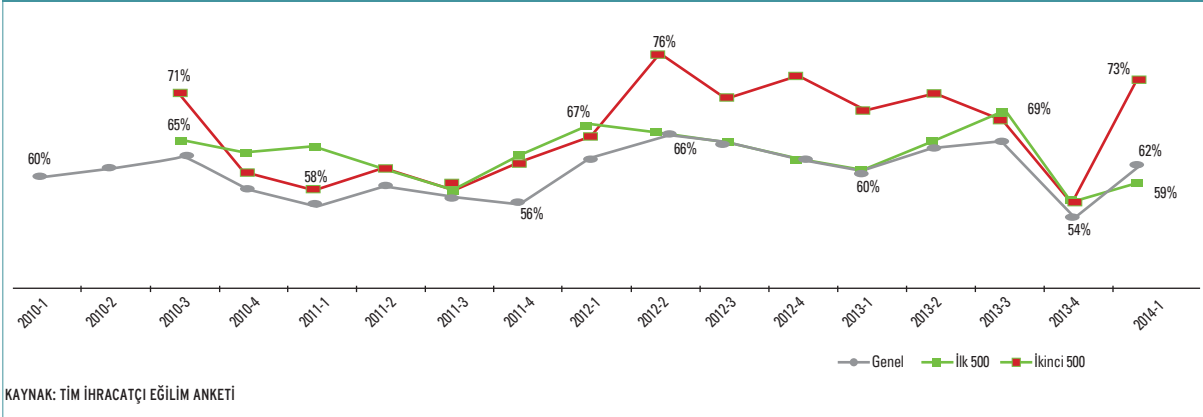
Bununla birlikte, anket sonuçlarına göre yılın 2. çeyreğine, üretim ve ihracatlarının artacağı beklentisi ile giren 'umutlu' ihracatçıların oranında artış oldukça dikkat çekmektedir. Üretim artışı beklentisinde olanların oranı, bir önceki çeyreğe göre, yüzde 33,9'dan yüzde 44'e, ihracat artışı beklentisinde olanların oranı ise yüzde 38,6'dan yüzde 47,2'ye yükselmiş, pozitif beklentide bulunan ihracatçı yüzdeleri ortalama 10 puan artış göstermiştir (Şekil 12.3).

ŞEKİL 12.3 2014 YILI 2. ÇEYREĞİNDEN BEKLENTİLER



12 İHRACATA DAİR HEDEF VE BEKLENTİLER

ŞEKİL 12.4 MEVCUT PAZARLARDA YENİ MÜŞTERİLERDEN SİPARİŞ ALMA ORANLARINDAKİ DEĞİŞİM

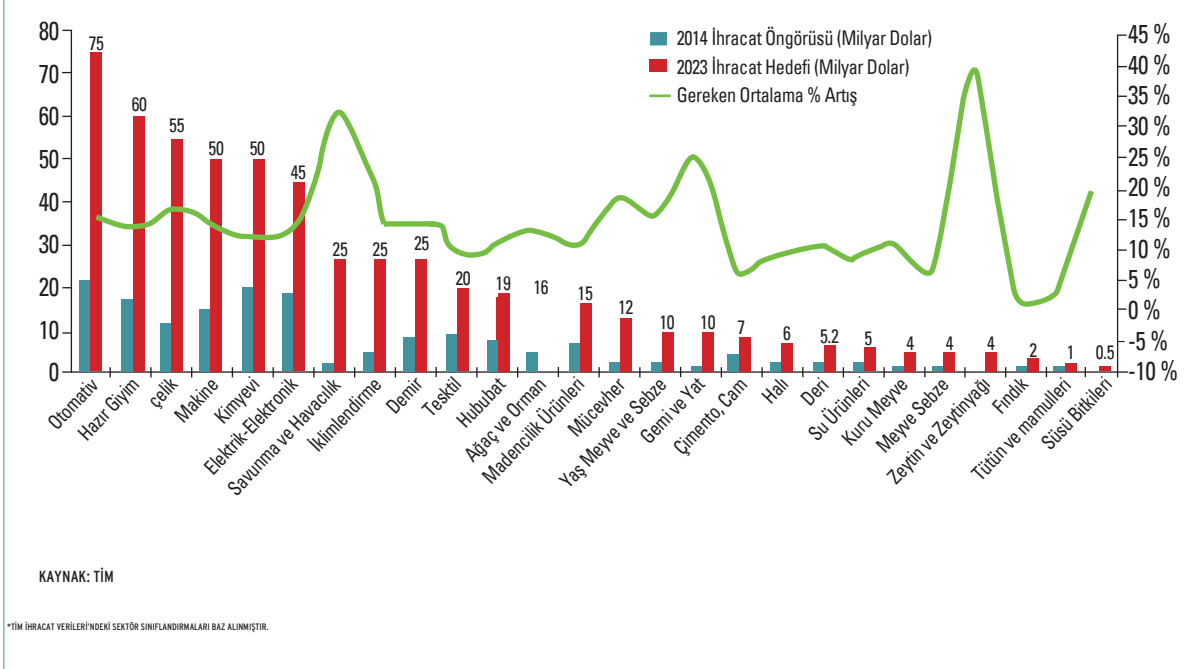


Ayrıca, anket sonuçlarına göre sipariş alma oranları, yükselmeye başlamıştır. 2. çeyreğe dair beklentileri gösteren bu rakamlar, yılın bu çeyreğinde ihracatın artmaya devam edeceğine işaret etmektedir. (Şekil 12.4)

Anket sonuçları, ihracatçıların, 2014 yılı toplam mal ihracatı öngörüsünün 160 milyar dolar olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, otomotiv, makine (savunma ve iklimlendirme dahil), çelik, kimya, elektronik ve hazır giyim olmak üzere, önde gelen 6 sektörün 2014-2023 dönemindeki ihracat artış beklentisi 233,2 milyar dolar olarak belirtilmiştir.

Öte yandan yılın ikinci çeyreğinde Rusya, en yüksek orandaki hedef pazar olarak belirginleşmektedir. Hedeflenen pazarlarda ABD ikinci sıradaki yerini korurken, öne çıkan diğer ülkeler, sırasıyla Almanya, Çin ve Irak olmuştur. Almanya ve Irak'ın bu dönemde yeniden ön sıralarda yer alması, bu iki ana pazardaki kuvvetli ihracat artışı öngörüsünü desteklemektedir. Sektörlerin ihracata yönelik 2014 öngörülerini ile 2023 hedefleri ve buna ilişkin gerekli olan ortalama büyüme hızları ise, Şekil 12.5'te yer almaktadır.

ŞEKİL 12.5 SEKTÖREL* BAZDA ORTALAMA İHRACAT ARTIŞI & 2023 HEDEFİ





TÜRKİYE İNOVASYON HAFTASI

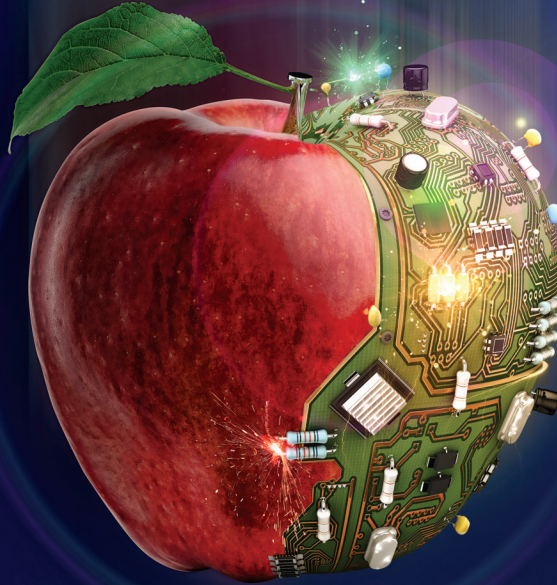


TÜRKİYE İNOVASYONLA GELECEĞE KOŞUYOR.

İnovasyon dünyası İstanbul'da buluşuyor.

4-5-6 Aralık 2014

ICC, İstanbul Kongre Merkezi



İNOVA

LİG / *inovasyon
Liderleri*



**EN İYİ DERECEYİ
SİZ KOŞUN!**

TİM, Türkiye'nin ilk inovasyon geliştirme programı **İNOVA-LİG** ile Türkiye'nin "İnovasyon Liderleri"ni belirliyor! 5 farklı kategoride Türkiye'nin en inovatif şirketlerinin seçileceği yarışmanın yıldız takımı siz olun!