Türkiye'nin Merkezi ve Doğu Avrupa Ülkelerine İhracat Artışında Yaygın ve Yoğun Ticaretin Rolü

The Role of Extensive and Intensive Margins in Export Growth of Turkey to Central and Eastern European Countries

Ph.D. Candidate Gizem Akbulut (Gümüşhane University, Turkey)

Abstract

In the recent years, Central and Eastern Europe Countries-10 (CEEC-10) countries are implementing policies for developing in international trade relations and these countries are relatively small and open economies. On the other hand, they increase both provide a dynamic increase in exports and export market share, to facilitate the European Union (EU) and their activities to integrate into world trade. The purpose of this study, with CEEC-10 of Turkey's sectoral export growth rates decomposes into extensive and intensive margins. Also intensive margin decomposes into price and quantity components. By building on the methodology pioneered by Feenstra (1994) and Hummels and Klenow (2005) and then "the decomposition of export growth rates" method developed by Bingzhan (2011). Intensive margin is the growth in products that were exported in both periods. Extensive margin is the growth in product variety or new trade partners. In the empirical part of the study were used the BACI international trade database from CEPII. The database provides the export values and quantities for Turkey to CEEC-10 at the Harmonized System's (HS96) six-digit level over period 2006 to 2013. Foreign trade activities of countries are an important channel both to gain of international qualification and to the realization of economic growths and/ or in terms of sustainability of the current growth rates. According to results of a study, with CEEC-10 Turkey's export is mainly explained generally by the quantity growth rather than price growth. In other words, export growth carries with the low added value product.

1 Giriş

Türkiye, 1980'li yıllarda dış ticarete ithal ikamesi yerine ihracatı teşvik etmeye yönelik politikalar uygulamaya başlamasıyla birlikte ihracatı giderek artmıştır. Türkiye'nin ihracatının artmasında ticaret yaptığı ülke ve/veya ülke gruplarının da payı oldukça önemlidir. Türkiye'nin ticaret yaptığı ülke ve/veya ülke grupları yıllar itibariyle değişmesine rağmen özellikle 1996 yılında Gümrük Birliğinin yürürlüğe girmesiyle birlikte Avrupa Birliğine (AB) üye ülkelerin Türkiye'nin ihracatındaki önemi artmıştır.

Merkezi ve Doğu Avrupa (MDA) ülkeleri geleneksel olarak emek yoğun endüstrilere sahip ülkeler olmakla birlikte sermaye yoğun endüstriler yönünden dezavantajlı konumundadır. 1989-1995 döneminde yapılan reformlarla MDA ülkelerinin ticareti konusunda önemli değişiklikler yapılmıştır (Ghatak, Silaghi ve Daly, 2009). MDA ülkelerinde merkezi olarak planlanan ekonomik reformların çökmesi ve ardından yaşanan ekonomik liberalleşme süreci, iktisadi açıdan ve dolayısıyla dış ticareti açısından da önemli dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Buna ilave olarak Avrupa Birliği anlaşmaları, bu ülkelerin reformları için belirleyici bir gelişmedir (Caetano ve Galego, 2006). 2. Dünya savaşının ardından Sovyet Rusya'nın Avrupa'nın doğu bölgesini işgal etmesiyle birlikte MDA ülkeleri Batı Avrupa'nın standartlarına erişebilmek için yaptıkları faaliyetlerden en önemlisi AB'ye entegre olma çabalarıdır. 2004 yılında 8 MDA ülkesinin (Çek Cumhuriyeti, Estonya, Macaristan, Letonya, Litvanya, Polonya, Slovakya ve Slovenya) AB'ye katılmasının ardından Bulgaristan ve Romanya'nın da katılmasıyla birlikte toplamda 10 ülke olmuştur. Bu noktada MDA-10 ülkelerinin aynı zamanda AB üye ülkeleri olması Türkiye'nin bu ülkelere yaptığı ticaretin artması açısından oldukça önemlidir.

Şekil 1'de 2006-2013 döneminde Türkiye'nin MDA-10 ülkeleriyle yaptığı toplam ihracat değerleri yer almaktadır. Genel olarak rakamlarla değerlendirmek gerekirse; Türkiye'nin 2006 yılında sınır komşularından biri olan Bulgaristan'a ihracatı yaklaşık 1 milyar 406 milyon \$ iken 2013 yılında 2 milyar 019 milyon \$'a yükselmiştir. 6 fasıllı ürün kategorisinde ise Bulgaristan Türkiye'den daha çok mineral yakıtlar, demir ve çelik, yenilebilir sebze ve meyveler, bakır ve bakır eşya gibi ürünleri ithal etmektedir. MDA-10 ülkeleri içerisinde Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülkelerin başında Romanya gelmektedir. 2006 yılında yaklaşık 2 milyar 503 milyon \$ iken 2013 yılında 2 milyar 528 milyon \$'a olmuştur. Diğer ülkeler içerisinde 2006 yılında gerçekleşen Türkiye'nin Romanya'ya yüksek düzeydeki ihracatı, 2013 yılında da devam etmiştir. 6 fasıllı ürün kategorisinde daha çok demir ve çelik, motorlu kara taşıtları ve yenilebilir meyveler, kabuklu yemişler, turuncgil ve kavun kabuğu gibi ürünleri ihraç etmektedir. 2006-2013 döneminde MDA-10 ülkeleri içerisinde en az ihracat yaptığımız ülke ise Letonya'dır. 2006 yılında yaklaşık 68 milyon \$ gerçekleşen ihracat artarak 2013 yılında yaklaşık 98 milyon \$ olmuştur.

Şekil 1. 2006-2013 Döneminde Türkiye'nin MDA-10 Ülkelerine ihracatının Gelişimi **Kaynak:** BACI, 2016.

Genel olarak ülkelerin ihracat artışlarını inceleyen pek çok çalışma olmasına rağmen ihracat artışının kaynaklarını araştıran çalışmalar son yıllarda dikkat çekmektedir. Ülkelerin ihracat artışlarının dinamikleri çeşitli şekillerde olabilmektedir. İhracat artışlarının bir kısmı ülkelerin mevcut ticaret ilişkisinde bulunduğu ülkelere fiyat veya miktardaki artış olarak adlandırılan yoğun ticaret ile ilişkilendirilirken bir kısmı da yeni ticaret ortaklıkları ve/veya yeni ürünlerin ihracatındaki artış olarak ifade edilen yaygın ticaret ile ilişkilendirilmektedir. Dolayısıyla çalışmaların amaçlarına uygun bir yaygın ve yoğun ticaret kavramlarının tanımının yapılması ve yöntemin seçilmesi önemli bir noktadır. MDA-10 ülkelerinin aynı zamanda AB üye ülkeleri olması Türkiye'nin ihracatındaki önemini ortaya koymaktadır. Bu noktada çalışmanın amacı 2006-2013 döneminde Türkiye'nin MDA-10 ülkelerine yaptığı ihracat artışının dinamiklerini incelemeye yöneliktir. Amiti ve Freund (2007) çalışmasından yola çıkarak Bingzhan (2011) tarafından geliştirilen "ihracat artış oranlarının ayrıştırılması" yöntemi kullanılarak Türkiye'nin ihracat artışının dinamikleri incelenmiştir.

2 Literatür Araştırması

İhracat artışını, yaygın ve yoğun ticaret olarak dinamiklerine ayrıştırarak inceleyen çalışmalar son yıllarda giderek artmaktadır. Feenstra (1994)Feenstra (1994)Feenstra (1994)Feenstra (1994)Feenstra (1994) tarafından ortaya atılan ve daha sonra Hummels ve Klenow (2005) tarafından geliştirilen yaygın ve yoğun ticaret değerleri, Hummels ve Klenow (2005) çalışmasında "ihracat paylarını ayrıştırma yöntemi" ile incelenmiştir. Öncü niteliğinde olan Hummels ve Klenow (2005) tarafından yapılan çalışmanın amacı, 1995 yılında 126 ihracatçı ülkenin 59 ithalatçı ülkeye yaptığı yaygın ve yoğun ticaretin önemini ortaya koymaktır. Ayrıca çalışmada yoğun ticaret fiyat ve miktar olarak bileşenlerine ayrıştırılarak da incelenmiştir. Çalışmanın veri seti Harmonize Sisteme (HS) göre sınıflandırılan 6 basamaklı ürün kategorisinde yer alan yaklaşık 5000 ürünü kapsamaktadır. Çalışmanın sonucuna göre daha büyük ekonomiye sahip olan ülkelerin ihracat artışının yaklaşık %60'ı yaygın ticaret ile gerçekleşmektedir. Diğer taraftan yoğun ticaret artışı ise fiyattan ziyade miktar artışı ile desteklenmektedir. Hummels ve Klenow (2005) öncülüğünde ortaya atılan yöntem daha sonra referans niteliğinde pek çok araştırmacı tarafından geliştirilmiştir.

Geçiş ekonomilerini inceleyen Kandogan (2006) çalışmasında 1992-1999 dönemine ilişkin eski sosyalist ülkelerden Merkezi ve Doğu Avrupa Ülkelerinin (CEECs) ve Bağımsız Devletler Topluluğunun (CIS) ihracatları yaygın ve yoğun ticaret açısından karşılaştırılarak incelenmiştir. Hummels ve Klenow (2005) yöntemi kullanılarak yapılan analizin sonucuna göre yoğun ticaretteki artış CIS ülkelerinin ihracatındaki artışta daha önemlidir. Diğer taraftan CEECs ülkelerinin ihracat artışında ise yaygın ticaret çok daha fazla bir öneme sahiptir.

Yaygın ve yoğun ticareti inceleyen literatürdeki önemli çalışmalardan biri de Amiti ve Freund (2007) tarafından yapılmıştır. Çalışmada, 1992-2006 dönemleri arasında Çin'in ihracatının yaklaşık %450 arttığı vurgulanarak ihracat artışı yaygın ve yoğun ticaret olarak ayrıştırılmıştır. HS- 6 basamaklı ürün kategorisinde gerçekleştirdiği ihracat artışının hemen hemen tamamını yoğun ticaretteki artış ile sağlamaktadır. Yani ihracat artışı aynı çeşitteki ürünlerin daha fazla ihraç edilmesiyle gerçekleşmektedir. Diğer taraftan HS-10 basamaklı ürün bazındaki ihracat artışının ise yaklaşık %5-15'i yoğun ticaretteki artıştan kaynaklanmaktadır.

Besedes ve Prusa (2007) çalışmalarının amacı yaygın ve yoğun ihracattaki performanslarına bağlı olarak ülkelerin ihracat artışlarını araştırmaya ve karşılaştırmaya yöneliktir. Çalışmanın veri seti 1975-2003 döneminde 46 ülkenin 181 ülkeye olan SITC Rev.1'de yer alan 4 basamaklı imalat sanayi ürünlerinin ihracatını kapsamaktadır.

Çalışmanın sonucuna göre ihracat artışı yaygın ticaretten ziyade yoğun ticaretteki artış ile gerçekleşmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından yoğun ticaretin önemi vurgulanmaktadır. Eğer gelişmekte olan ülkeler, yoğun ticaret yoluyla performanslarını geliştirebilirlerse önemli ölçüde daha yüksek bir ihracat artışı gerçekleştireceklerdir.

Amurgo-Pacheco (2008) çalışmasında ise 1990-2005 döneminde 24 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkenin ihracat çeşitlendirmesinde yaygın ve yoğun ticaretin rolü araştırılmıştır. Farklı bir bakış açısı ile ihracat çeşitlendirmesi coğrafik ve ürün çeşitlendirmesi olmak üzere 2 kritere göre incelenmiştir. Çalışmanın sonucuna göre ihracat artışı daha çok yoğun ticaretteki artış ile açıklanmaktadır. Bununla birlikte ülkelerin coğrafik çeşitlendirme yoluna gitmesi, ürün çeşitlendirmesinden daha fazla dinamik bir artış yaratmaktadır.

Yaygın ve yoğun ticareti inceleyen çalışmalardan biri de Bingzhan (2011) tarafından geliştirilmiştir. Çalışmada ticaret artışı; yaygın, fiyat ve miktar olmak üzere 3 kısma ayrıştırılarak incelenmiştir. 2001-2007 döneminde Çin'in 140 ülke ile yaptığı ihracat bu 3 dinamiğe göre hesaplanmıştır. Hummels ve Klenow (2005) tarafından geliştirilen yöntem, Bingzhan (2011) çalışmasının amacına göre yeniden yorumlanmıştır. Çalışmanın sonucunda literatürdeki pek çok çalışmanın bulgularını destekler niteliktedir. Çin'in toplam ihracat artışının yaklaşık %70'i yoğun ticaretteki artış ile gerçekleşmektedir. Bu bulgunun da ötesinde yoğun ticaretteki artış, fiyat artışından daha çok miktar artışından kaynaklanmaktadır.

Türkiye'nin ihracatının büyüme dinamiklerini araştıran Türkcan ve Pişkin (2012) çalışmasında, yaygın ve yoğun ticaret değerleri Amiti ve Freund (2007) tarafından ortaya atılan ve Bingzhan (2011) tarafından geliştirilen yöntem ile hesaplanmıştır. Çalışmanın ampirik kısmında 1997-2008 dönemine ilişkin Türkiye'nin karşılıklı ihracat ilişkisinde bulunduğu 197 ülkeye olan 6 fasıllı ürün kategorisinde gerçekleştirdiği ihracatı incelenmiştir. Çalışmanın sonucuna göre Türkiye'nin toplam mallardaki ihracat artışının yaklaşık %96 oranında yoğun ticaret ile gerçekleşmektedir. Yoğun ticaretin de önemli bir kısmı miktar artışı yoluyla olmaktadır.

Ekmen-Özçelik ve Erlat (2013) çalışmasında Amiti ve Freund (2007) tarafından geliştirilen yöntem kullanılmıştır. Çalışmada Avrupa Birliği (AB)-15 pazarında Türkiye'nin ihracat artışında yaygın ve yoğun ticaretin görece önemleri incelenmiştir. SITC Rev.3 de yer alan ürünler bazında incelenen çalışmanın sonucuna göre Türkiye'nin ihracat artışı yaygın ticaretten ziyade yoğun ticaretteki artış ile gerçekleşmektedir.

Literatürde yapılan çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde yaygın ve yoğun ticaret değerleri, yöntem, çalışmanın amacına, ülke grubuna ve ürün kategorilerine göre farklı şekillerde yorumlanmaktadır. Bu bağlamda çalışmalarının bir kısmı (Hummels ve Klenow (2005)) ihracat artışının yaygın ticaret ile gerçekleştiğini öne sürerken bir kısım çalışmalar da (Besedes ve Prusa (2007); Bingzhan (2011)) yoğun ticaretin önemine vurgu yapmaktadır.

3 Veri Seti ve Yöntem

Türkiye'nin MDA-10 ülkeleriyle gerçekleştirdiği ihracat artışının dinamiklerini inceleyen çalışmanın ampirik kısmında 2006-2013 dönemine ait HS' ye göre kategorize edilmiş 6 fasıllı ürün grubuna ilişkin CEPII veritabanından elde edilen BACI veri seti kullanılmıştır. Feenstra (1994) ve Hummels ve Klenow (2005) öncülüğünde Bingzhan (2011) tarafından geliştirilen ihracat büyüme oranlarının ayrıştırılması yöntemi kullanılmıştır. Bingzhan (2011) çalışmasına dayalı olarak bu çalışmada yaygın ve yoğun ticaret değerlerinin toplam ihracata olan katkı oranlarını ayrıştırabilmek için $t+1$ ve t dönemlerindeki I_{jmt+1} ve I_{jmt} ürün kategorilerinin ihracat paylarını tespit etmek amacıyla aşağıdaki hesaplama yapılmaktadır:

$$EXR_{jm} = \frac{\sum_{i \in I_{jmt+1}} x_{jmit+1}}{\sum_{i \in I_{jmt}} x_{jmit}} \quad (1)$$

I_{jmt+1} , $t+1$ döneminde j ülkesinden m ülkesine ihraç edilen ürün kategorilerini, I_{jmt} ise t döneminde j ülkesinden m ülkesine ihraç edilen ürün kategorilerini göstermektedir. x_{jmit+1} ve x_{jmit} sırasıyla $t+1$ döneminde j ülkesinden m ülkesine ihraç edilen i ürünün ihracat değerini, t döneminde j ülkesinden m ülkesine ihraç edilen i ürününün ihracat değerini temsil etmektedir. Denklem 1'de hesaplanan toplam ihracatı yaygın ve yoğun ticaret değerlerine göre ayrıştırarak denklem 2'deki gibi tekrar yazılabilmektedir:

$$EXR_{jm} = \frac{\sum_{i \in I_{jmt+1}} x_{jmit+1}}{\sum_{i \in I_{jmt}} x_{jmit}} = \underbrace{\left(\frac{\sum_{i \in I_{jmt+1}} x_{jmit+1}}{\sum_{i \in I_{jmc}} x_{jmit+1}} \right)}_A \underbrace{\left(\frac{\sum_{i \in I_{jmc}} x_{jmit+1}}{\sum_{i \in I_{jmc}} x_{jmit}} \right)}_B \quad (2)$$

Denklem 2'deki A kısmı toplam ihracat artışına yaygın ticaretin, B kısmı ise yoğun ticaretin görece katkısını temsil etmektedir. $t+1$ ve t dönemlerinde j ülkesinden m ülkesine ihraç edilen ürünlerin çeşitliliğinde artış olursa

yaygın ticaret (EM) değeri birden büyük olacaktır. Bununla birlikte her iki dönemde de ortak ihrac edilen ürünlerin (I_{jmc}) sayısında t dönemine göre t+1 döneminde bir artış söz konusu olursa yoğun ticaret (IM) değeri birden büyük değer alacaktır.

İhracat artış oranına katkısı açısından Bingzhan (2011) çalışmasında yoğun ticaret değeri, fiyat ve miktar olarak ikiye ayrılmaktadır. Hummels ve Klenow (2005) çalışmasında da belirtildiği üzere fiyat, ürün kalitesi ile ilişkilendirilmektedir. Yani ürünlerin fiyatlarının artması daha kaliteli ürünlerin ihrac edildiği şeklinde yorumlanmaktadır. Bu bağlamda yoğun ticaret değeri aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

$$\frac{\sum_{i \in I_{jmc}} x_{jmit+1}}{\sum_{i \in I_{jmc}} x_{jmit}} = \frac{\sum_{i \in I_{jmc}} p_{jmit+1} q_{jmit+1}}{\sum_{i \in I_{jmc}} p_{jmit} q_{jmit}} = \prod_{i \in I_{jmc}} \left(\frac{p_{jmit+1}}{p_{jmit}} \right)^{w_{jmi}} \times \prod_{i \in I_{jmc}} \left(\frac{q_{jmit+1}}{q_{jmit}} \right)^{w_{jmi}} \quad (3)$$

Denklem 3'te yer alan w_i , t döneminde j ülkesinden m ülkesine ihrac edilen i ürün kategorisinin payının (S_{jmit}), t+1 döneminde j ülkesinden m ülkesine ihrac edilen i ürün kategorisinin payının (S_{jmit+1}) logaritmik ortalamalarını vermektedir. Bu logaritmik ortalamalar aşağıdaki gibi hesaplanarak w_i değeri elde edilmektedir.

$$S_{jmit} = \frac{p_{jmit} q_{jmit}}{\sum_{i \in I_{jmc}} p_{jmit} q_{jmit}} \quad (4a)$$

$$S_{jmit+1} = \frac{p_{jmit+1} q_{jmit+1}}{\sum_{i \in I_{jmc}} p_{jmit+1} q_{jmit+1}} \quad (4b)$$

$$w_i = \frac{\frac{s_{jmit+1} - s_{jmit}}{\ln s_{jmit+1} - \ln s_{jmit}}}{\sum \frac{s_{jmit+1} - s_{jmit}}{\ln s_{jmit+1} - \ln s_{jmit}}} \quad (5)$$

Yaygın ticaret ile fiyat ve kalite olarak bileşenlerine ayrıştırılan yoğun ticaretin ihracat artışına görece katkılarını hesaplayabilmek için formül daha detaylı olarak aşağıdaki gibi yazılabilmektedir:

$$EXR_{jm} = \frac{\sum_{i \in I_{jmt+1}} x_{jmit+1}}{\sum_{i \in I_{jmt}} x_{jmit}} = EM_{jm} \times P_{jm} \times Q_{jm} \quad (6)$$

$$EXR_{jm} = \left(\frac{\sum_{i \in I_{jmt+1}} x_{jmit+1}}{\sum_{i \in I_{jmc}} x_{jmit+1}} \right) \left(\frac{\sum_{i \in I_{jmt}} x_{jmit}}{\sum_{i \in I_{jmc}} x_{jmit}} \right) \times \prod_{i \in I_{jmc}} \left(\frac{p_{jmit+1}}{p_{jmit}} \right)^{w_{jmi}} \times \prod_{i \in I_{jmc}} \left(\frac{q_{jmit+1}}{q_{jmit}} \right)^{w_{jmi}} \quad (7)$$

Yaygın ve yoğun ticaret artış oranı olarak toplam ihracat artış oranına katkısını hesaplayabilmek amacıyla her bir bileşenin doğal logaritması alındıktan sonra ele alınan yıl sayısına bölerek 100 ile çarpılmaktadır:

$$g_{EM_{jm}} = 100 \times \left(\frac{\ln(EM_{jm})}{(t+1)-(t)} \right) \quad (8)$$

$$g_{EXR_{jm}} = g_{EM_{jm}} + g_{P_{jm}} + g_{Q_{jm}} \quad (9)$$

Denklem (8)'de ifade edildiği gibi fiyat ve miktar artışının toplam ihracat artışına olan katkısı da aynı şekilde hesaplanmaktadır. Denklem (9) ise her bir bileşenin artış oranlarının toplamı, toplam ihracat artış oranını vermektedir. Yaygın ticaret artış oranının, fiyat artış oranının ve miktar artış oranının toplam ihracat artış oranına katkısı ise aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$r_{EM_{jm}} = 100 \times \left(\frac{g_{EM_{jm}}}{g_{EXR_{jm}}} \right) \quad (10a)$$

$$r_{P_{jm}} = 100 \times \left(\frac{g_{P_{jm}}}{g_{EXR_{jm}}} \right) \quad (10b)$$

$$r_{Q_{jm}} = 100 \times \left(\frac{g_{Q_{jm}}}{g_{EXR_{jm}}} \right) \quad (10c)$$

2006-2013 döneminde Türkiye'nin MDA-10 ülkeleriyle gerçekleştirildiği ihracat artışının, yaygın ve yoğun ticaret (fiyat ve miktar) dinamiklerinin yukarıdaki denklemlerde ifade edildiği gibi hesaplanmasında kullanılan veri setinin niteliği oldukça önemlidir. Çalışmada kullanılan BACI veri seti, hem fiyatı hem de miktarı aynı birimler üzerinden hesapladığı için ülkeler ve ürünler arası karşılaştırma yapabilme avantajı sağlamaktadır. Bu doğrultudan hareketle çalışmada, BACI veri setinden elde edilen HS-96 6 fasıllı ürün kategorisindeki ihracat verileri kullanılarak denklemlerdeki formüllere göre hesaplamalar yapılmıştır.

4 Bulgular

İhracat artış oranlarını ayırıştırma yöntemiyle hesaplanan toplam ihracat, yaygın ticaret ve fiyat ve miktar olarak bileşenlerine ayrıştırılan yoğun ticaret değerleri tablo 1’de yer almaktadır. Tablonun ilk 4 sütunu sırasıyla toplam ihracat (EX), yaygın ticaret (EM), fiyat (P) ve miktar (Q) bileşenlerini göstermektedir. Devam eden sütunlarda ise sırasıyla bileşenlere ilişkin artış oranlarının değerleri ve toplam ihracat artışı içerisindeki payları yer almaktadır.

2006-2013 döneminde Türkiye’nin Bulgaristan’a olan ihracat artışı oranı %5.16’dır. Toplam ihracat artışının %0.59’u miktar artışı ile gerçekleşirken %3.67’si fiyat artışı ile gerçekleşmektedir. Çek Cumhuriyeti’nin %2’lik ihracatının %4,60’ı yaygın ticaret ile %36’sı fiyat bileşeni ve %59’u miktar bileşeni ile açıklanmaktadır. Bulgaristan’ın aksine Çek Cumhuriyeti olan ihracat artışı miktarsal artış ile desteklenmektedir. Türkiye’nin Estonya ile gerçekleştirdiği ihracat artışı %4,86 iken yaygın ticaretinde %3,19’luk bir azalma meydana gelmiştir. Toplam ihracat artışının oldukça önemli bir kısmı da miktar artışı ile gerçekleşmektedir.

Türkiye’nin Macaristan’a toplam ihracatı %1,65 iken yaygın ticaret %1’dir. Yoğun ticaret fiyat ve miktar bileşenlerine ayrılarak değerlendirildiğinde fiyat artışı %6,19, miktar artışı ise %1,05 olarak ihracat artışını desteklemektedir. Macaristan’ın aksine Letonya’ya yapılan ihracat artışının %5,96’u miktar artışı ile açıklanmaktadır.

Litvanya’ya gerçekleşen ihracatta %3,74’lük artışın %1,34’ü yaygın ticaret artışı, %3,67’si fiyat artışı ve %1,17’si miktar azalışı ile açıklanmaktadır. Aynı şekilde Litvanya ticaretine paralel olarak Slovenya’ya yapılan ticaretin de %4,87’si yaygın ticaretteki artış, %2,77’si fiyat artışı ve %1,59’u miktar azalışı ile gerçekleşmektedir.

Ülkeler	EX	EM	P	Q	gEX	gEM	gP	gQ	rEM	rP	rQ
Bulgaristan	1,44	1,07	1,29	1,04	5,16	0,90	3,67	0,59	17,52	71,02	11,46
Çek Cumh.	1,98	1,03	1,28	1,49	9,74	0,45	3,55	5,74	4,60	36,43	58,97
Estonya	1,41	0,80	1,07	1,65	4,86	-3,19	0,93	7,11	-65,60	19,23	146,36
Macaristan	1,65	1,00	1,54	1,08	7,19	-0,05	6,19	1,05	-0,71	86,16	14,55
Letonya	1,43	1,17	0,80	1,52	5,14	2,28	-3,10	5,96	44,48	-60,40	115,93
Litvanya	1,30	1,09	1,29	0,92	3,74	1,24	3,67	-1,17	33,18	98,12	-31,30
Polonya	1,62	1,08	1,21	1,24	6,90	1,09	2,69	3,12	15,74	38,98	45,28
Romanya	1,10	0,95	1,13	1,03	1,38	-0,80	1,70	0,49	-58,02	122,73	35,28
Slovakya	1,96	1,03	1,32	1,43	9,62	0,48	4,01	5,13	5,01	41,66	53,34
Slovenya	1,53	1,41	1,21	0,89	6,06	4,87	2,77	-1,59	80,47	45,71	-26,18

Tablo 1. Türkiye’nin MDA-10 Ülkeleri ile Gerçekleştirdiği İhracat Artışının Dinamikleri, 2006-2013.
Hesaplamalar Yazar Tarafından Yapılmıştır.

Polonya ile gerçekleşen ihracatın %1,08’i yaygın ticaret, yoğun ticaretin ise %1,21’i fiyat bileşeni ve %1,24’ü miktar bileşeni ile açıklanmaktadır. Slovakya da benzer şekilde ticaret artışının %0,48’i yaygın ticaretteki artış, yoğun ticaretteki artışın %4,01’i fiyat artışı ve %5,13’ü miktar artışı ile gerçekleşmektedir. Son olarak Romanya ile yapılan ihracat artışının dinamiklerine bakıldığında Bulgaristan, Macaristan, Litvanya ve Slovenya ile paralel bir seyir izlediği görülmektedir. Yıllık %1,38 ihracat artışı, %0,8 yaygın ticarete azalış, %1,70 fiyat artışı ve %0,49 miktar artışı ile açıklanmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye’nin Estonya ve Letonya ile yaptığı ihracatın oldukça önemli bir kısmı miktarsal artışa bağlı olarak yoğun ticaret artışı ile gerçekleşmektedir. Aynı şekilde Çek Cumhuriyeti, Polonya ve Slovakya ile de yine miktar artışı yoluyla ticaret artışını desteklemektedir. Bulgaristan (%71,02), Romanya (122,73), ve Macaristan (86,16) ve Litvanya (98,12) ticaretinde ise en dikkat çekici nokta yüksek oranda gerçekleşen fiyat artışlarıdır. Yani diğer ülkelere kıyasla daha kaliteli ürünler ihraç edilmektedir. Slovenya (%45,71) da görece olarak daha düşük olmasına rağmen ticarete artışının büyük bir kısmını fiyat artışı ile sağlamaktadır. Kısaca Türkiye ilgili ülkelere ihracat artışını yaygın ticaretten ziyade yoğun ticaret ile gerçekleştirmektedir. Yoğun ticaret artışının da %60’ını fiyat artışı ile %40’ını ise miktar artışı ile desteklemektedir.

5 Sonuç

Türkiye’nin en fazla ihracat yaptığı ülkelerin başında AB üye ülkeleri gelmektedir. MDA ülkelerinin AB’ye üye olmasıyla birlikte Türkiye açısından bu ülkelerle yapılan ticari ilişkiler önem kazanmıştır. Bu bağlamda çalışmanın amacı 2006-2013 döneminde Türkiye’nin MDA-10 ülkelerine yaptığı ihracatta yaygın ve yoğun ticaretin rolünü incelemektir. Literatürde yaygın ve yoğun ticaret kavramları çeşitli şekillerde ifade edilmektedir. Bu çalışmada yaygın ticaret yeni ürünlerin ihraç edilmesiyle gerçekleşen ihracat artışı olarak tanımlanırken yoğun ticaret, mevcut ürünlerin ihraç edilmesiyle ortaya çıkan ihracat artışı olarak tanımlanmıştır. Ayrıca yoğun ticaret, fiyat ve miktar olarak da bileşenlerine ayrılmıştır. Çalışmanın analizinde Amiti ve Freund (2007) tarafından ortaya atılan ve

Bingzhan (2011) tarafından geliştirilen “ihracat artış oranlarını ayırıştırma” yöntemi uygulanmıştır. Analizin sonucu elde edilen bulgulara göre Türkiye, MDA-10 ülkeleriyle yaptığı ihracat artışını yaygın ticaretten ziyade yoğun ticaret ile desteklemektedir. Yani ürün çeşitliliğiyle gerçekleşen ihracatın toplam ihracat içerisindeki payı daha düşüktür. Bu durumun sebepleri arasında Türkiye’nin nitelikli işgücüne sahip olmaması, ihracatta düşük teknoloji üretilimin yapılması, lojistik, bilgi ve iletişim altyapısının yetersiz olması gibi faktörleri saymak mümkündür. Diğer taraftan yoğun ticaret fiyat ve miktar olarak bileşenlerine ayrıldığında Türkiye’nin ihracat artışı miktar artışından daha çok fiyat artışı ile gerçekleşmektedir. Bu şekilde sağlanan fiyat artışı, Türkcan ve Pişkin (2012) çalışmasında da ifade edildiği gibi, ihraç edilen ürünlerdeki katma değer artışını göstermektedir. Ancak sürdürülebilir bir ekonomik büyümeyi desteklemesi için fiyattaki yani kalitedeki artışın süreklilik arz etmesi gerekmektedir. Türkiye, hem gelişmiş ülkelerin standartlarını yakalayabilmesi hem de daha nitelikli ürünler ihraç ederek rekabet ortamında tercih edilen ülke konumuna gelebilmesi için teknolojik altyapıyı geliştirmesi, beşeri sermayeye ağırlık vermesi, Araştırma ve Geliştirme (AR-GE) harcamalarını teşvik etmesi ve nitelikli eğitime önem vermesi gerekmektedir. Diğer taraftan da dünya pazarında rakip ülkelerle rekabet edebilmek için ürün çeşitliliğini artırıcı yönde politikalar uygulamalıdır.

Kaynakça

- Amity, M, Freund, C. (2007). An anatomy of China's trade growth. Paper presented at the Trade Conference, IMF.
- Amurgo-Pacheco, A. (2008). Patterns of export diversification in developing countries (4473. bs): World Bank Publications.
- Besedes, T, Prusa, T J. (2007). "The Role of Extensive and Intensive Margins and Export Growth". NBER Working Paper Series, 13628.
- Bingzhan, S. (2011). "Extensive margin, quantity and price in China's export growth". China Economic Review, 22(2), 233-243.
- Caetano, J, Galego, A. (2006). "trade flowS among cEEc and Eu countriES: what arE thE futurE pErSpEctivES?". rEviSta dE Economía mundial(15), 65-87.
- Ekmen-Özçelik, S, Erat, G. (2013). "What Can We Say About Turkey and its Competitors in the EU Market? An Analysis by Extensive and Intensive Margins". Topics in Middle Eastern and African Economies, 15(1), 186-210.
- Feenstra, R C. (1994). "New product varieties and the measurement of international prices". The American Economic Review, 157-177.
- Ghatak, S, Silaghi, M I P, Daly, V. (2009). "Trade and migration flows between some CEE countries and the UK". The Journal of International Trade & Economic Development, 18(1), 61-78.
- Hummels, D, Klenow, P J. (2005). "The variety and quality of a nation's exports". American Economic Review, 704-723.
- Kandogan, Y. (2006). "The reorientation of transition countries' exports: Changes in quantity, quality and variety". Intereconomics, 41(4), 216-229.
- Türkcan, K, Pişkin, E. (2012). "Türkiye İhracatının Büyüme Dinamiği: Yoğun ve Yaygın Ticaretin Rolü". Paper presented at the International Conference on Economics, İzmir, Türkiye.