

TÜRK İHRAÇ ÜRÜNLERİNİN AVRUPA BİRLİĞİ PAZARINDA GÜNEY DOĞU ASYA ÜLKELERİNE KARŞI REKABET GÜCÜNÜN ANALİZİ: 1990-1999

Zelal KOTAN*
Serdar SAYAN**

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF THE PRICE COMPETITIVENESS OF TURKISH EXPORTS TO THE EUROPEAN UNION MARKET AGAINST SOUTH EAST ASIAN PRODUCTS: 1990-1999

The relative concentration of export markets and products increases the volatility of Turkey's export revenues, parallel to fluctuations in the demand conditions. While avoiding large fluctuations in export receipts requires maintenance of the market shares in such major export destinations as the EU market, this can often be achieved only through intense price competition, as most Turkish exports have close substitutes produced in other countries. In this paper, we consider the price competition between Turkish and South East Asian (SEA) exporters of selected manufacturing products in the EU market where this competition is particularly stiff, and analyzes its effects on relative market shares. For this purpose, we estimate a model which takes the relative EU market shares of Turkish and SEA exporters of commodities we consider as a function of the prices of imports from respective countries. Our analysis concentrates on the leading manufacturing export categories having considerable shares in Turkey's export receipts. Our results indicate that price competition plays a significant role in explaining the market shares of Turkish and SEA exporters, and provide information on the magnitudes of relative price elasticities. The results also point to the possible directions through which the ways Turkey's geographic proximity to the EU markets and its Customs Union agreement with the EU contribute to the price competitiveness of Turkish products can be evaluated.

* Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası 06100, Ankara

** Doç.Dr., Bilkent Üniversitesi. 06533 Ankara

I. Giriş

Korumacı ithal ikame politikasından, ticaretin liberalizasyonuna ve ihracata dayalı büyümeye kararlı bir geçişi sağlayan 1980 yapısal uyum programının ardından Türkiye ihracatında bir patlama yaşadı. İhracat değerleri 1979'daki 2.2 milyar dolar mertebesinden, 1990'da 13 milyar dolar ve 2001'de yaklaşık 31 milyar dolar mertebelerine ulaştı. 1980'e kadar yapılan ihracatın ağırlığını tarım ve hayvancılık ürünleri teşkil ederken, dışa açılma ile birlikte, ihracatın bileşimi, tekstil ve hazır giyim, demir-çelik ve gıda sanayi başta olmak üzere sanayi ürünlerine doğru değişmeye başlamıştır (Sayan ve Demir, 2003). Yine de, ürün çeşitliliğindeki bu artış, ihracatın mal bileşiminin yoğunluğunda belirgin bir düşmeden çok, ihracat payı yüksek ürünleri üreten sektörlerin farklılaşması biçiminde ortaya çıkmıştır. Bir başka deyişle, ihracat payı yüksek tarım ürünlerinin yerini az sayıda sanayi ürünü almıştır. Örneğin, tekstil ve hazır giyimin toplam ihracat içindeki payı belirgin bir biçimde artarak, 1989'da %44'e ulaşmıştır. Benzer şekilde, 1980'den sonra ihraç noktalarının sayısındaki farkedilir artışa rağmen, Türkiye ihraç ürünlerinin ağırlıklı kısmı, nisbeten az sayıdaki pazara, özellikle Avrupa Birliği'ne (AB) sevk edilmeye devam etmiştir.¹

İhracatın, gerek ürün ve gerekse pazar bazındaki bu yoğunlaşması, ülkenin ihracat gelirlerini talepteki dalgalanmalara karşı korumasız hale getirmiştir. Türk ihracatının karşılaştığı en yoğun rekabetin, başka ülkelerde üretilen ve Türk ürünlerini kolayca ikame edebilecek ürünlerden kaynaklandığı göz önünde bulundurulduğunda, ihracat gelirinde istikrarının sağlanması ve pazar paylarının sağlanması/büyütülmesi büyük ölçüde fiyat rekabetine dayalıdır. Türk sanayi ürünleri için geleneksel olarak ana ihracat noktası olan AB pazarı, bu anlamda fiyat rekabetinin yoğun olduğu bir pazar olarak özel bir öneme sahiptir.

Bu çalışmada, seçilmiş sanayi ürünleri için, Türk ihracatçılarının AB pazarında yaşadıkları fiyat rekabeti değerlendirilmekte ve bu rekabetin, Türk ihracatçılarının pazar paylarını artırma girişimleri açısından önemi araştırılmaktadır. Çalışmada hedeflenen değerlendirme, Türkiye İhracatçıları Birliği tarafından AB piyasalarındaki esas rakipler olarak gösterilmeleri nedeniyle Güney Doğu Asya (GDA) ülkeleri ile olan rekabet üzerine odaklanmakta ve belirlenen mal gruplarına ilişkin olarak 1990-1999 dönemini kapsayan veriler yardımıyla elde edilen tahmin sonuçları çerçevesinde yapılmaktadır. Bu amaçla geliştirilen model, Türk ve GDA ihracatçılarının pazar paylarını, Merkies ve Van Der Meer (1998) çalışmasındakine benzer biçimde, her grubun karşılaştığı göreceli fiyatların bir fonksiyonu olarak ele almaktadır.

Yapılan analizde kullanılan mal grupları tekstil, hazır giyim, kara taşıtları, elektrikli cihazlar, enerji üretim araçları ve iletişim cihazları olarak sınıflandırılmaktadır. Uzun zamandır ana ihraç kategorileri arasında yer alan tekstil ve hazır giyim bu gruplar arasında yer almaları şaşırtıcı olmamalıdır. Gerçekten de, ihracat içindeki büyük payları dolayısıyla bu iki mal grubunun ihracatındaki dalgalanmalar Türkiye'nin ihracat gelirinde ciddi iniş-çıkışlara yol açmaktadır. Yine de 1990'lar, tekstil ihracatının nisbi öneminin düştüğü, diğer kategorilerin ise öneminin arttığı bir on yıl olmuştur (Lohrmann, 2000). Bundan dolayı, listedeki diğer mal grupları Türkiye için, başlıca ihracat kazanç kaynağı olan tekstil ve hazır giyim yerini alma potansiyeli olan kategoriler arasından seçilmiştir (bakınız Ek 1).² Bunlar, özellikle son yıllarda, sadece Türkiye'nin toplam ihracatında değil, dünya ticaretinde ve GDA ülkelerinin toplam ihracatlarında da payı artan ürünlerdir.³ Üstelik, bu ürünlerin ihracatının ekonomik büyümeyi teşvik eden (Guerrieri ve Milana, 1995) ve ülkenin uluslararası pazarlarda toplam rekabet edebilirliğine önemli bir katkı sağlayan ürünler olduğu bilinmektedir (Daniels, 1999).

Analize dahil edilen GDA ülkeleri, Türk ihracatçıların AB pazarındaki ana rakipleri olarak ön plana çıkan ve Türkiye ile ihracat benzerlik indeksleri yüksek değerler alan Çin (Halk Cumhuriyeti), Hong Kong, Güney Kore ve Tayvan'dan oluşmaktadır.

Analiz sonuçları, Türk ve GDA ihracatçıların AB pazarındaki pazar paylarının açıklanmasında fiyat rekabetinin önemli bir rol oynadığına dair kanıtlar sunmakta ve görelî fiyat esnekliğinin büyüklüğü ile ilgili bilgi vermektedir. Elde edilen sonuçlar, ayrıca Türkiye'nin AB pazarına olan coğrafi yakınlığının ve Türkiye ile AB arasında oluşturulan Gümrük Birliği'nin (GB), Türk ürünlerinin fiyat rekabet gücüne yapabileceği olası katkıların değerlendirilmesine de yardımcı olacak ipuçları vermektedir.

Çalışmanın izleyen bölümünde geçtiğimiz on yılda, analize dahil edilen ürün gruplarının ihracat performansları gözden geçirilmektedir. Üçüncü bölümde, yararlanılan veriler ve kullanılan tahmin yöntemleri anlatılmakta; çalışmanın bulguları dördüncü bölümde sunulmaktadır. Son bölümde, elde edilen sonuçlar özetlenmekte ve bu sonuçlardan çıkarılabilecek kimi dersler ele alınmaktadır.

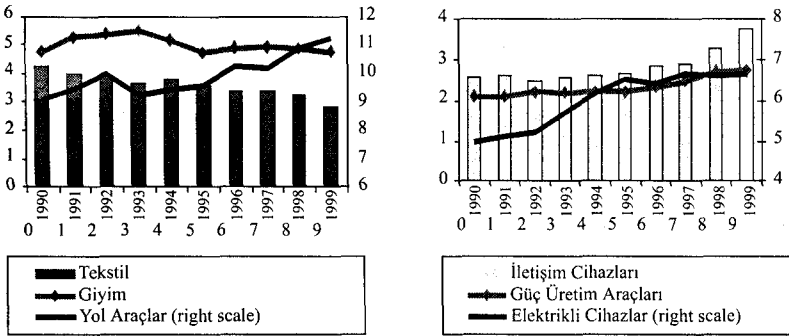
II. Türkiye'nin 1990'lardaki İhracat Performansı

1990'lar, ihracat bileşimi ve büyümesini belirleyen faktörlerde yapısal bir değişime tanık olmuştur. 1980'lerde ihracattaki ilk patlama, yapısal uyum programının uygulamaya koyulmasını takiben, imalat sektöründeki mevcut atıl üretim

kapasitesinin kullanıma sokulmasıyla sağlanmıştır. Programın uygulanması, aşırı değerli ulusal paranın devalüe edilmesiyle başlamış; ticari ve finansal pazarın liberalizasyonu için bazı önlemlerin alınmasıyla devam etmiştir. İç talepte ücret artışlarının yavaşlatılması nedeniyle ortaya çıkan daralmanın da yardımıyla, iç pazara ürün süren birçok sektör yeni pazar arayışıyla yurtdışına dönmüştür. Böylece hem ihracat gelirlerinde, hem de ihraç ürünlerinin çeşitliliğinde önemli bir miktarda artış gözlenmiştir. İhracattaki bu patlama 1980'lerin sonuna doğru hızını kaybederken, uluslararası sermaye hareketlerinin 1989'dan itibaren tamamen serbestleştirilmesi Türkiye'nin önünde yeni bir dönem açmıştır (Kotan ve Sayan, 2002; Uygur, 1997).

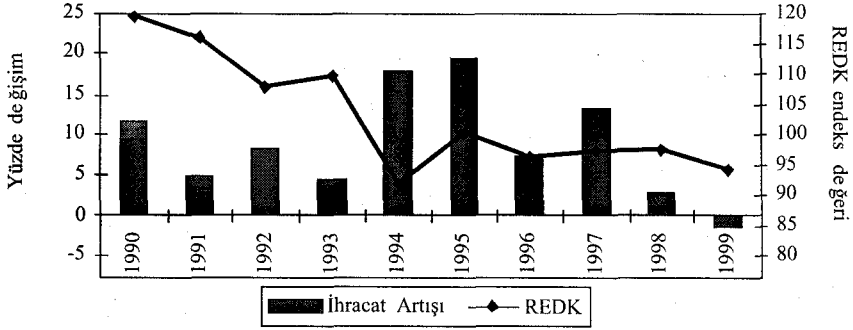
Türkiye'nin 1990'lardaki ihracat performansı ile ilgili veriler, bu on yılın ihracat büyümesinde ve ihracatın GSMH'ye oranında dalgalanmalara şahit olduğunu göstermektedir (Şekil 1). İhracatta 1990-1993 döneminde gözlenen yavaş büyüme ulusal paranın aşırı değerli olduğu döneme rastlamaktadır. Ancak Türk Lirası'nın 1994'de uğradığı yüksek oranlı reel değer kaybı ihracattaki yüksek büyüme oranlarını büyük ölçüde yeniden canlandırmıştır.

Şekil 1. İhracat ve İhracatın GSMH'ye Oranı: 1980-1999



Kaynak: DİE ve TCMB

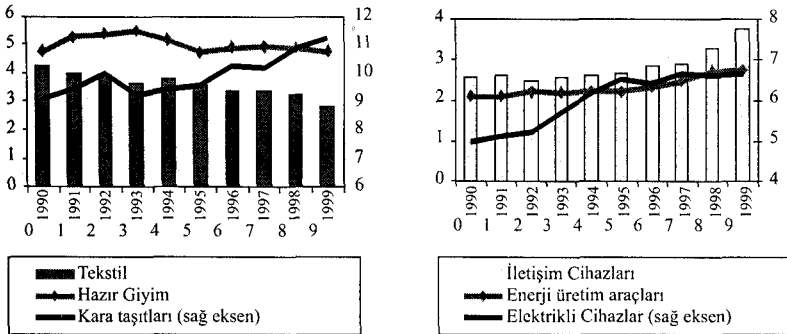
İhracattaki büyüme ile reel kurdaki değişimler arasındaki dönemsel uyum, ihracat performansı ve reel döviz kuru oranı hareketleri arasında güçlü bir ilişki olduğunu ifade etmektedir (Brada, Kutan ve Zhou, 1997).

Şekil 2. İhracat ve Reel Efektif Döviz Kuru: 1990-1999⁴

Kaynak: DİE ve TCMB.

Türk Lirası'nın reel değerindeki değişmeye ek olarak, başta AB olmak üzere belli başlı ihracat pazarlarındaki büyüme de Türkiye'nin 1990'lardaki performansını etkilemiştir. Bu döneme ilişkin olarak yapılan sabit pazar payı (SPP) analizleri, 1990-1997 döneminde AB ithalatının dünyaya göre yavaş büyümesinin, Türkiye ihracatını bir ölçüde etkilediğini göstermiştir (Kotan, 2000). Kotanca (2000) tarafından elde edilen bir diğer bulgu da, AB ithalat talebinin büyümesindeki bu yavaşlaşmanın ithalat bileşenlerindeki değişimle birlikte hareket ettiği. Bu dönemin ikinci yarısında AB'nin giyim ve tekstil talebi azalmış, fakat burada incelemeye konu olan diğer ürün gruplarına talebi artarak söz konusu ürünlerin ithalat paylarında kademeli bir artışa yol açmıştır (Şekil 3).

Şekil 3. Seçilen Ürün Gruplarının AB İthalatı İçindeki Payları: 1990-1999

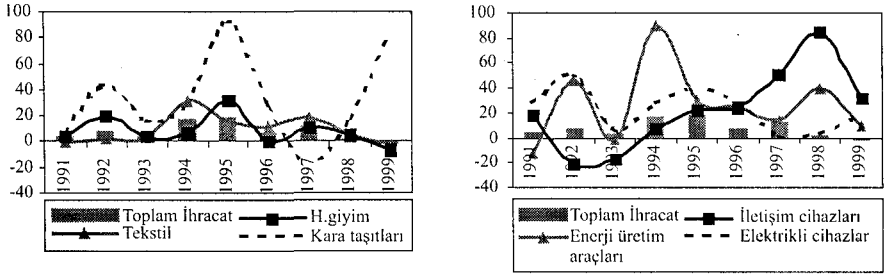


Kaynak: OECD Uluslararası Ticaret İstatistikleri CD-ROM.

AB'nin Türkiye'nin ana pazarı olması nedeniyle, tekstil ve giyim AB toplam ithalatı içindeki payının azalması, bu sektörlerin ihracat performansını olumsuz etki-

lemiŖe de, genel olarak sanayi ürünleri ihracatı 1990'lar boyunca toplam ihracattan daha hızlı büyüyerek yüksek bir performans yakalamayı başarmıştır. Bu genel artışa katkıda bulunan sanayi sektörleri arasında örneğın elektrikli cihazlar, enerji üretim araçları, iletişim cihazları ve özellikle kara taşıtları sektörlerinde 1990-1993 döneminden, 1994-1999 dönemine gösterilen ilerlemeler kayda değerdir (Şekil 4).⁵

Şekil 4: Türkiye ihracatındaki seçilen sektörlerdeki büyüme: 1990-1999



Kaynak: OECD Uluslararası Ticaret İstatistikleri CD-ROM.

Süregelen bu tartışma ışığında, 1990'larda Türkiye ihracatındaki gelişmeyle ilgili olarak Ŗu gözlemleri yapmak mümkün gözükmemektedir: (i) Tarıma dayalı olmayan sanayi ürün üreticileri, AB'nin bu mallara olan talebindeki artışa bağılı olarak ihracatlarını artırmayı başarmıştır; (ii) Bu kategorilerin ihracatlarındaki dikkate değer artış, tekstil ve giyim ihracatlarındaki azalmanın Türkiye'nin ihracat gelirleri üzerindeki olumsuz etkisini karşılamaya yardımcı olmuştur. Yine de toplam ihracat gelirlerinde ortaya çıkması ancak kara taşıtları, iletişim cihazları, elektrikli cihazlar ve enerji üretim araçlarının AB'ye sevkinin yeterince hızlı artırılabilmesi sayesinde önlenebilen bu düşüş, tekstil ve giyim ihracatındaki dalgalanmanın Türkiye'nin cari işlem dengelerinde dalgalanmaya yol açabilecek düzeyde olduğu gerçeğini değıştirmemektedir. İhracat gelirlerinin bir takım ihraç ürünlerinin performansındaki gelişmelere bu denli bağımlı olması politika yapıcılar ve ihracatçılar için endişe nedeni olmaktadır.

Genel olarak, ihracatın pazarlara veya ürün gruplarına göre yoğunlaşmasının, ülkenin ihracat performansını ve döviz gelirlerini olumsuz etkileme potansiyeli vardır. İhracat payı yüksek ürünlere dünyadaki talep azaldığında veya ana pazarların ithalat talepleri düştüğünde, böyle bir yoğunlaşma ihracatçı ülkeye ciddi zararlar verebilmektedir (Lloyd, 1994). Böyle durumlarda, ihracatçı ülke için pazar payını korumak da gerçekten önemli bir hedef haline gelmekteyse de, ihracatçı ülkelerin politika yapıcılarının dış piyasalardaki bu tür gelişmelerle ilgili olarak, başarılması

uzun zaman alan, ürün/pazar farklılığının gelişmesine yardım etmek dışında yapabilecekleri çok az şey vardır. Diğer taraftan, ihracat performansında rekabet gücünde fiyat hareketlerine bağlı olarak oluşan değişimlerle mücadele etmek, bu konularda etkili politikalar üretilebileceği için, daha kolaydır. Gerçekten de, toplam ihracat performansında önemli etkiye sahip olan nisbi fiyat hareketleri bir ülkenin rekabetçilik durumunu değiştirebilir (Lloyd, 1994).⁶ Bu bağlamda, seçilmiş ürün grupları için Türk ihracatçıların AB pazarındaki görece rekabet konumunu saptamak ve bu konunun iyileştirilebilmesine ilişkin politika önerileri yapmak söz konusu mal gruplarında GDA ihracatçıların performanslarının da göz önünde bulundurulmasını gerektirmektedir. Üçüncü bölümde tahmin için kullanılan tekniklerin anlatılmasından sonra, dördüncü bölümde, seçilmiş ürün grupları için AB pazarlarındaki fiyat rekabetinin önemi ve Türkiye'nin AB'ye coğrafi yakınlığının ve AB ile Gümrük Birliği üyeliğinin ek avantajları tartışılmaktadır.

III. Metodoloji

Bu bölümde, seçilen altı mal grubuyla ilgili olarak Türkiye ve örnekleme dahil edilen GDA ülkeleri arasındaki fiyat rekabetinin ihracat performansları üzerindeki etkisinin nasıl tahmin edildiği anlatılmaktadır.

Analiz iki aşamalı fayda maksimizasyonu işleminden (Markies and Van Der Meer, 1998) çıkan homotetik ithalat talep fonksiyonunu temel almaktadır. Problemin ilk aşamasında, sabit ikame esnekliği ima eden CES tipi bir fayda fonksiyonu, AB'nin $k \in \{1, 2, \dots, m\}$ ile endekslenen ürünler arasında dağıtacağı ithalat bütçesi kısıtı altında maksimize edilmiştir. Bu problemin çözümü, AB'nin k nci ürün için optimum ithalat talebi olan M^k 'yi, ithalata toplam talebi gösteren M ile ürün k 'nin ithal fiyatı endeksinin, toplam ithalat fiyat endeksi P 'ye oranının ve AB'nin tercih dokusunu temsil eden parametresinin bir fonksiyonu olarak (1) no.lu denklemdeki biçimde tanımlamamıza izin verir

$$M^k = \delta^k M \left(\frac{P^k}{P} \right)^{(1-\sigma)} \quad (1)$$

ki burada σ fayda maksimizasyonunun en üst seviyesinde ikame esnekliğidir.⁷

İkinci aşamada, değişik ülkelerin ihracatçılarından yapılan ithalatı belirlemek için ürün k 'nin ithalatına ayrılan ve önceki aşamada bulunan bütçe payına bağlı olarak ilk aşamadakine benzer bir fayda fonksiyonu maksimize edilir. Bu problemin çözümü:

$$M_n^k = \delta_n^k M^k \left(\frac{P_n^k}{P^k} \right)^{(1-\sigma^k)} \quad (2)$$

denklemini verir ki burada da n , ürün k 'yi AB'ye arz eden ülke endeksidir.

Denklem (2)'deki M_n^k , AB'nin her n ihracatçısından her k ürünü için optimum ithalat talebidir. Parantez içindeki fiyat oranı ise ihracatçı ülke n 'nin ürün k için talep ettiği fiyatın, aynı ürünün AB pazarındaki ortalama ithalat fiyatına göre oranını gösterir. İkinci denklemdeki σ^k 'den çıkarıldığında, ülke n 'nin ürün k için talep ettiği fiyatın ortalama ithalat fiyatına göre %1 artması sonucunda oluşacak pazar payı değişimini (ülke n 'nin ürün k ithalatındaki payında gözlenecek değişimi) yüzde olarak ölçen esneklik parametresi elde edilir. Bunun böyle olması (2) numaralı denklemin

$$d \ln \left(\frac{M_n^k}{M^k} \right) = (1-\sigma^k) d \ln \left(\frac{P_n^k}{P^k} \right) \quad (3)$$

denklemini ima etmesinin sonucudur.

Denklem (3)'e göre, Türkiye'den ithal edilen k malının fiyatı, aynı malın AB pazarındaki ortalama ithalat fiyatına oranla arttığında AB'nin ithalat talebi, aynı ürünün diğer ihracatçılara doğru kaymaktadır. Diğer bir deyişle, AB'ye Türkiye'den ihraç edilen ürün k 'nin fiyatı, Güney Doğu Asya (SEA) ihracatçılarının talep ettiği fiyata göre artınca, Türkiye fiyata dayalı rekabet gücünü, dolayısıyla AB pazarındaki pazar payını kaybetmektedir.

Bu akıl yürütmenin uygunluğunu ekonometrik olarak test edebilmek üzere, denklem (3) aşağıdaki şekilde değiştirilebilir:

$$M_n^k [d \ln(M_n^k)] = M_n^k [d \ln(M^k) + (1-\sigma^k) d \ln \left(\frac{P_n^k}{P^k} \right)] + \varepsilon_n^k \quad (4)$$

Burada köşeli parantez içindeki ifadeleri, M_n^k 'nin taban dönem değeriyle çarpmak, eşit varyanslı hata ifadeleri elde etmemize izin verir (Kotan ve Sayan, 2002)

Bölüm 2'deki tartışmanın ışığında, Denklem (4)'ün tahmininde 1990-1999 dönemine ait veriler kullanılmıştır. Tahminlere konu olan her mal kategorisinin, üç basamaklı Standard Uluslararası Ticaret Sınıflandırması (SITC) Revizyon 3'e göre belirlenmiş ürün kapsamı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Ürün Gruplarının 3-Basamaklı SITC Sınıflandırmasına Göre Kapsamları

Ürün Grubu	Kapsanan Ürünlerin SITC Kodları
Tekstil	261-269, 611-613, 651-658
Hazır giyim	831, 841-846, 848, 851
Enerji üretim araçları	711-716
İletişim cihazları	761-764, 771
Elektrikli cihazlar	772-778
Kara taşıtları	783

Toplam ihracat ve ithalat değerleri ve fiyatları IMF'nin "International Financial Statistics" CD ROM'undan alınmış; Tablo 1'deki sanayi ürünlerinin Türkiye ve GDA ülkeleri ile AB arasındaki ticaretine ilişkin değer ve miktar verileri ise OECD'nin Uluslararası Ticaret İstatistikleri CD ROM'undan olarak elde edilmiştir. İhracat ve ithalat fiyatları, ilgili değerler karşılık gelen miktarlara bölünerek ve Laspeyres metodu kullanılarak endeksleştirilmiştir.⁸

Analize dahil edilecek GDA ülkelerinin seçilmesinde iki kriter kullanılmıştır: Yeterli veri bulunabilirliği ve hesaplanan ihracat benzerlik endekslerinin değerleri.⁹ Bu endekslerin Türkiye ile Çin Halk Cumhuriyeti, Hong Kong, Güney Kore ve Tayvan için hesaplanan değerlerine göre, tekstil ve hazır giyim alanında benzerlik derecesi yüksektir. Bu kategoride, Türkiye'nin AB'ye yaptığı ihracat ile en yüksek benzerliği, Çin Halk Cumhuriyeti ve Hong Kong'un ihracatı göstermiştir. Tekstil ve hazır giyimden farklı olarak, elektrikli cihazlar ihracatının benzerlik endeks değerleri, 1990'larda oldukça düşük çıkmıştır. Ayrıca, ihracat benzerlik endeks değerleri, enerji üretim araçları ve iletişim cihazları için zamanla biraz azalmıştır. Diğer taraftan, kara taşıtları için, 1990'ların başındaki düşük benzerlik endeksi değerleri zamanla, seçilen tüm ülkeler için, önemli bir şekilde artmıştır. Örnek olarak, Türkiye ve Güney Kore arasındaki benzerlik endeks değerleri, 1990'daki 23 değerinden, 1999'da 25.8'e artmıştır (Sayan ve Kotan, 2003).

Kotan ve Sayan'ca (2002) açıklanan nedenlere bağlı olarak, denklem (3)'ün bir sabit etkiler modeli kullanılarak panel veri tahmininde basit en küçük kareler (OLS) (Hisao, 1989; Matyas, 1995) yöntemi kullanılmıştır.

IV. Tahmin Sonuçları

Analiz ilk olarak 1990-1999 döneminin bütünü için yapılmış; daha sonra, Türkiye ihracatının düşük ve yüksek büyüme (yüksek ve düşük reel döviz kuru

değerleri) dönemlerine rastlayan, 1990-1994 ve 1995-1999 dönemleri için tekrarlanarak sonuçlar arasında fark olup olmadığı araştırılmıştır.

Tüm örneklem dönemine dayanan panel veri tahmin sonuçları, seçilen ürünlerin Türkiye, Çin Halk Cumhuriyeti, Hong Kong, Güney Kore ve Tayvan'dan yapılan ithalatının toplam AB ithalatı içindeki paylarının belirlenmesinde, görelî fiyat etkilerinin ihmal edilebilecek kadar küçük olduğunu göstermektedir. Bununla beraber, 1990-1994 ve 1995-1999 alt-dönemleri için tekrarlanan tahminler çok farklı sonuçlara işaret etmektedir. İkame esnekliği tahminlerinin değışiklik göstermesi, 1990'larda ihracatçıların maliyet üzerine yüksek kar marjı uygulama yeteneklerinin kısa ve uzun vadede farklılaştığına işaret etmektedir. Tablo 2, tekstil sektörü için panel veri tahmini sonuçlarını sunmaktadır.

Tablo 2. Tekstil İçin Tahmin Sonuçları

Dönemler/ Ülkeler	$1-\sigma^k$	İkame Esnekliği	R^2	DW İstatistiği
<i>1990-1999</i>				
Türkiye	-0.00776*	1.008	0.09	2.20
Çin	-0.01883*	1.019	0.07	2.18
Hong Kong	-0.00194*	1.002	0.10	2.07
Güney Kore	-0.00301*	1.003	0.11	2.16
Tayvan	-0.00020*	1.000	0.10	1.89
<i>1990-1994</i>				
Türkiye	-0.17391*	1.174	0.82	2.99
Çin	-0.05115*	1.051	0.48	2.66
Hong Kong	-0.18659*	1.187	0.57	2.49
Güney Kore	-0.32749*	1.327	0.54	2.24
Tayvan	-0.08526*	1.085	0.31	2.44
<i>1995-1999</i>				
Türkiye	-0.00994*	1.010	0.37	2.09
Çin	-0.00564*	1.006	0.35	2.40
Hong Kong	-0.00085*	1.001	0.18	2.38
Güney Kore	-0.02076*	1.021	0.32	2.45
Tayvan	-0.00038*	1.000	0.32	2.12

Not: * yüzde birde seviyesinde anlamlılığı temsil eder.

Tablodaki sonuçlar, 1990-1999 döneminde Türkiye, Çin, Hong Kong, Güney Kore ve Tayvan'ın AB tekstil ithalatı içindeki paylarında, görelî fiyatların istatistiksel olarak önemli etkisi olduğunu açıkça göstermektedir. İlk sütundaki eksi işaretler,

bu etkinin tüm durumlar için beklenen yönde olduğunu göstermiştir. Başka bir deyişle, herhangi bir ülkenin ihracatçıları kendi fiyatlarını diğer ülkelerin fiyatlarına göre arttırdığında, fiyat yükselten ülke ihracatçılarının AB pazarındaki paylarında bir düşme olmaktadır. Tahmin edilen parametre değerleri, AB'nin tekstil ithalat talebinin örneklemedeki tüm ülkeler için esnek olduğunu ima etmektedir –ki Türkiye, Güney Kore ve Hong Kong'dan yapılan ithalat için bu esneklik daha fazladır. Bunun yanı sıra, Tablo 2'de verilen R^2 değerleri, 1990'ların ilk yarısında, fiyat rekabetinin, Türk ihracatçılarının paylarındaki hareketlerin %82'sini ve GDA ihracatçılarının paylarındaki hareketlerinin yaklaşık olarak yarısını açıkladığını göstermektedir. R^2 değerleri ayrıca, her ihracatçının AB pazarındaki payını açıklayan bir faktör olarak fiyat rekabetinin, 1990-1994 döneminde, 1995-1999 dönemine göre daha önemli olduğunu ima etmektedir. Bu da mevcut pazar payının korunması için yapılan fiyat rekabetinin, ilk alt-dönemde ikinci alt-döneme göre daha zorlu olduğu anlamına gelmektedir.

Tablo 3. Hazır Giyim İçin Tahmin Sonuçları

Dönemler/ Ülkeler	$1-\sigma^k$	İkame Esnekliği	R^2	DW İstatistiği
<i>1990-1999</i>				
Türkiye	-0.09021*	1.090	0.08	2.29
Çin	-0.01659*	1.017	0.09	1.80
Hong Kong	-0.00203*	1.002	0.11	2.06
Güney Kore	-0.00599*	1.006	0.04	1.55
Tayvan	-0.00460*	1.005	0.08	1.91
<i>1990-1994</i>				
Türkiye	-0.02099*	1.021	0.25	2.67
Çin	-0.30453*	1.305	0.54	2.43
Hong Kong	-0.19299*	1.193	0.39	2.35
Güney Kore	-0.00850*	1.008	0.29	2.04
Tayvan	-0.31015*	1.310	0.46	2.08
<i>1995-1999</i>				
Türkiye	-0.05614*	1.056	0.32	2.32
Çin	-0.00126*	1.001	0.41	2.44
Hong Kong	-0.00332*	1.003	0.18	2.16
Güney Kore	-0.00525*	1.005	0.07	1.74
Tayvan	-0.01027*	1.010	0.11	2.80

Not: * yüzde bir seviyesinde anlamlılığı temsil eder.

Tablo 3'deki hazır giyim ihracatına ilişkin tahmin sonuçları da, tekstil için bulunan sonuçlara yakındır. Hazır giyimde de, bir ihracatçının talep edeceği görece yüksek fiyat, pazar payını diğerlerine oranla azaltmakta, fakat 1995-1999 dönemi için esneklik, tekstilde olduğu gibi, azalmaktadır. Dönemlere göre R^2 değerlerinin karşılaştırılması, ikinci dönemde fiyat rekabeti baskısının, sadece Türk giyim ihracatları için nisbi olarak arttığını, diğer ülkeler için ise azaldığını göstermektedir. Ayrıca, ikinci dönemde ikame esnekliğindeki düşüş, maliyet üstüne eklenen kar marjlarını, pazar paylarında ciddi kayıplar olmaksızın arttırmanın kolaylaştığını ima etmektedir.

Tablo 4'de yer alan Kara taşıtlarına ilişkin panel veri tahmin sonuçları da benzer bir resim çizmektedir. 1990-1994 dönemi için R^2 değerleri, fiyat rekabetinin her GDA ihracatçısının pazar paylarındaki hareketliliğin neredeyse yarısını açıkladığını göstermektedir –ki bu oran Güney Koreli kara taşıtları ihracatçıları için üçte ikiye kadar artmaktadır. Aynı dönemde gözlenen çok yüksek ikame esneklikleri, ihracatçıların maliyet üzerine yüksek kar marjları talep etme konusunda geniş bir

Tablo 4. Kara Taşıtları İçin Tahmin Sonuçları

Dönemler/ Ülkeler	$1-\sigma^k$	İkame Esnekliği	R^2	DW İstatistiği
<i>1990-1999</i>				
Türkiye	-0.19209*	1.192	0.25	2.18
Çin	-0.03653*	1.037	0.08	2.29
Hong Kong	-0.06325*	1.063	0.08	2.39
Güney Kore	-0.01176*	1.012	0.12	2.02
Tayvan	-0.00501*	1.005	0.07	2.39
<i>1990-1994</i>				
Türkiye	-0.35795*	1.358	0.43	2.40
Çin	-0.61568*	1.616	0.51	2.35
Hong Kong	-0.37005*	1.370	0.37	2.94
Güney Kore	-1.24971*	2.250	0.66	2.72
Tayvan	-0.37643*	1.376	0.47	2.29
<i>1995-1999</i>				
Türkiye	-0.55159*	1.552	0.76	2.44
Çin	-0.02205*	1.022	0.25	2.28
Hong Kong	-0.04492*	1.045	0.13	2.78
Güney Kore	-0.00999*	1.010	0.19	2.56
Tayvan	-0.00203*	1.002	0.25	2.32

Not: * yüzde bir seviyesinde anlamlılığı simgelemektedir.

hareket alanları olmadığını ifade etmektedir. Yine de, GDA ülkeleri için fiyat rekabeti esneklikleri ile fiyat rekabetinin pazar payları üzerindeki açıklayıcı gücünün 1994'den sonra önemli bir miktarda azaldığı gözlenmektedir. Diğer taraftan Türkiye, söz konusu sektörde, 1990'ların ikinci yarısından itibaren artan oranda fiyat rekabetine bağımlı hale gelmiştir.

Elektrikli cihazlar ve enerji üretim araçları ihracatlarına ilişkin tahmin sonuçları da sırasıyla, Tablo 5'te sunulmuştur. İlgili R^2 değerlerinden de gözlenebileceği gibi, 1990-1994 arasında bu iki sektördeki fiyat rekabeti her bir ihracatçının AB pazarındaki payının önemli bölümünü açıklamaktadır. Bu değerlerin, özellikle Türkiye ve Çin'in Enerji üretim araçları pazarındaki paylarına ilişkin olarak oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bu aynı dönemde gözlenen ve maliyetlerle fiyatlar arasında geniş marjnlere izin vermeyen yüksek ikame esnekliklerine bağlıdır. Diğer taraftan, 1995-1999 döneminde fiyat rekabetinin nisbi pazar paylarını açıklayıcı gücü, ikame esnekliğindeki azalmaya bağlı olarak, düşmüştür.

Tablo 5. Elektrikli Cihazlar İçin Tahmin Sonuçları

Dönemler/ Ülkeler	$1-\sigma^k$	İkame Esnekliği	R^2	DW İstatistiği
<i>1990-1999</i>				
Türkiye	-0.02794*	1.028	0.17	2.39
Çin	-0.00594*	1.006	0.14	1.82
Hong Kong	-0.01114*	1.011	0.23	2.42
Güney Kore	-0.02778*	1.028	0.10	2.04
Tayvan	-0.00926*	1.009	0.14	2.44
<i>1990-1994</i>				
Türkiye	-0.06580*	1.066	0.43	2.53
Çin	-0.43961*	1.440	0.57	1.90
Hong Kong	-0.07259*	1.073	0.43	2.69
Güney Kore	-0.28966*	1.290	0.70	2.63
Tayvan	0.16912*	0.831	0.53	3.08
<i>1995-1999</i>				
Türkiye	-0.00009*	1.000	0.28	2.63
Çin	-0.00127*	1.001	0.40	2.30
Hong Kong	-0.00972*	1.010	0.40	2.72
Güney Kore	-0.00969*	1.010	0.17	1.86
Tayvan	-0.00652*	1.007	0.16	2.54

Not: * yüzde bir seviyesinde anlamlılığı temsil eder.

Tablo 6. Enerji Üretim Araçları İçin Tahmin Sonuçları

Dönemler/ Ülkeler	$1-\sigma^k$	İkame Esnekliği	R^2	DW İstatistiği
<i>1990-1999</i>				
Türkiye	-0.16797*	1.168	0.20	2.31
Çin	-0.07051*	1.071	0.35	2.29
Hong Kong	-0.10191*	1.102	0.22	1.93
Güney Kore	-0.04404*	1.044	0.03	2.63
Tayvan	-0.01115*	1.011	0.13	1.82
<i>1990-1994</i>				
Türkiye	-0.32852*	1.329	0.85	2.73
Çin	-0.08136*	1.081	0.74	2.67
Hong Kong	-0.09139*	1.091	0.43	2.27
Güney Kore	-0.43985*	1.440	0.28	2.78
Tayvan	-0.00799*	1.008	0.28	2.57
<i>1995-1999</i>				
Türkiye	-0.12096*	1.121	0.24	2.53
Çin	-0.05363*	1.054	0.53	2.68
Hong Kong	-0.09070*	1.091	0.20	1.98
Güney Kore	-0.08956*	1.090	0.28	2.48
Tayvan	-0.05901*	1.059	0.30	1.83

Not: * yüzde bir seviyesinde anlamlılığı temsil eder.

Tahminler iletişim cihazları için tekrarlandığında, Tablo 7'da gösterilen ikame esnekliği tahminlerinin, söz konusu alt-dönemler arasında fazla sapmadığı gözlenmiştir. Bu, iletişim cihazları pazarındaki fiyat rekabetinin, 1990'larda önemli şekilde değişmediğini ifade etmektedir. Yine de, ikame esnekliklerinin ikinci alt-dönemde azalması, başta Çin Halk Cumhuriyeti ve Güney Kore olmak üzere incelenen ülkelerin ihracatçılarına, maliyetler üzerindeki kar marjını artırma imkanı vermiştir.

Tablo 7. İletişim Cihazları İçin Tahmin Sonuçları

Dönemler/ Ülkeler	$1-\sigma^k$	İkame Esnekliği	R^2	DW İstatistiği
<i>1990-1999</i>				
Türkiye	-0.01511*	1.015	0.07	2.16
Çin	-0.04424*	1.044	0.19	2.09
Hong Kong	-0.00083*	1.001	0.14	2.07
Güney Kore	-0.03127*	1.031	0.09	2.13
Tayvan	-0.01495*	1.015	0.08	1.98
<i>1990-1994</i>				
Türkiye	-0.04977*	1.050	0.29	2.45
Çin	-0.04899*	1.490	0.62	2.47
Hong Kong		-0.04347*	1.043	0.35 2.37
Güney Kore	-0.21760*	1.218	0.27	3.21
Tayvan	-0.17406*	1.174	0.30	2.66
<i>1995-1999</i>				
Türkiye	-0.01752*	1.018	0.30	2.57
Çin	-0.02308*	1.023	0.71	2.36
Hong Kong	-0.00970*	1.010	0.36	2.46
Güney Kore	-0.03902*	1.039	0.30	1.99
Tayvan	-0.00534*	1.005	0.15	2.20

Note: * yüzde bir seviyesinde anlamlılığı temsil eder.

Tablo 2'den Tablo 7'ye kadar olan sonuçlar ve özellikle 1990-1994 döneminde görece olarak yüksek olan R^2 değerleri, bu dönemde fiyat rekabetinin Türkiye ve GDA ülkelerinin AB pazar paylarındaki değişikliklerin büyük kısmını açıkladığını göstermektedir. Bununla beraber, görece fiyatların GDA ülkelerinin AB pazarındaki nisbi payları üzerindeki etkisi 1995-1999 döneminde 1990-1994'e göre genel olarak azalmıştır. Gerçekten de, ihracatçıların pazar payları üzerindeki nisbi fiyat baskısının derecesinde 1995-1999 döneminde gözlenen düşüş bir ihracatçıdan diğerine değişmekle birlikte, biri hariç tüm durumlarda azalmıştır. 1994 sonrasında fiyat rekabetine daha çok bağımlı hale gelen Türkiye'nin kara taşıtları ihracatı, bu alandaki tek istisnayı oluşturmuştur.

1990-1994 döneminde Türk ürünleri için gözlenen fiyat rekabeti yoğunluğu, bu dönemde ulusal paranın aşırı değerlenmesinin ihracattaki büyümeyi yavaşlatması ve dolayısıyla görece zayıf bir ihracat performansı ile uyumludur. Ayrıca, tekstil ve giyim dışındaki ürünlerin ihracatlarındaki gözle görülür artışa rağmen Türkiye, ihra-

cat yapısını hızlı büyüyen pazarlara ve ürün gruplarına tam anlamıyla uyduramamış (Lohrmann, 2000); GDA ülkeleri bu ürünlerin dünya ticaretinde önemli pay kazanırken, Türkiye çoğunlukla izleyici olarak kalmıştır (Noland, 1997).

Yine de, Türk ihracatçılarının GDA'lı rakiplerine karşı iki önemli avantaja sahip oldukları düşünülebilir. İlk olarak, Türkiye'nin AB pazarına olan coğrafi yakınlığı ve buna bağlı olarak sahip olduğu taşıma maliyeti avantajları, Türk ihracatçılarının daha düşük fiyatlar talep etmesini sağlamaktadır.¹⁰ İkinci olarak, Türkiye'nin AB ile bir Gümrük Birliği (GB) üyeliği Türk üreticilerin, ürünlerini GDA ihracatçılarının ödemek zorunda olduğu gümrük vergilerine tabi olmaksızın ihraç edebilmelerini sağlamaktadır.

Türkiye'nin AB'ye olan coğrafi yakınlığının getirdiği maliyet avantajının tüm ürünlerin ihracatlarına eşit miktarda uygulanabilir olduğunun beklenmesine rağmen, AB ithalatının CIF ve FOB fiyatları arasındaki farkların incelenmesi ilginç bir bulguya yol açmıştır (Kotan ve Sayan, 2002 ve 2003). Örneklemdaki ülkeler ve ürün grupları için hesaplanan CIF ithalat ve FOB ihracat fiyatları arasındaki farklar, Türkiye'nin AB'ye ihraç ettiği malların belli gruplarında yakınlık avantajından yararlanabildiğini göstermektedir.¹¹ Tekstil, hazır giyim ve kara taşıtları taşıma maliyeti avantajına sahipken, iletişim cihazları, elektrikli cihazlar ve enerji üretim araçları ihracatında bu avantaj gözlenmemektedir. Tekstil, hazır giyim ve kara taşıtları için örneklemdaki tüm ülkelerin CIF ve FOB fiyat farklarına bakıldığında, Türk ihracatçıları için bu farkların daha düşük olduğu görülmektedir. Yani, belirtilen ürün gruplarında Türk ihracatçıları AB pazarına yakınlığının getirdiği maliyet avantajını rahatlıkla kullanmaktadır.

Aynı karşılaştırma elektrikli cihazlar, enerji üretim araçları ve iletişim cihazları için yapıp, CIF ithalat ve FOB ihracat fiyatları arasındaki farkların ülkelere göre dağılımına bakıldığında ise, durum biraz farklılaşmaktadır. Bu ürünler için Türkiye'nin yakınlık avantajı tekstil, hazır giyim ve kara taşıtlarındaki kadar etkili değildir. Türkiye'nin yakınlığından kaynaklanan maliyet avantajının bazı ürünler için mevcut olmamasının olası bir nedeninin, bahsedilen ürünlerin AB'ye GDA ülkelerince yapılan sevkiyatının yüksek miktarlarda olmasına bağlı olan ölçek ekonomileri olduğu düşünülmektedir (Nolan, 1997; Kotan ve Sayan, 2002 ve 2003). Başka bir deyişle, sevki edilen miktarın büyümesi GDA ihracatçılarının, Türkiye'nin AB pazarına yakınlığı sayesinde oluşan düşük ulaştırma maliyeti avantajını yenmesini sağlamaktadır.

Coğrafi yakınlığa ek olarak, 1996'da yürürlüğe konulan, Türkiye-AB Gümrük Birliği anlaşması Türk ihracatçılarına GDA'lı rakiplerine karşı ikinci bir avantaj

sunmuştur. AB asıl anlaşmaya giden yolda Türk sanayi ürünleri ihracatına uygulanan gümrük vergilerini kademeli olarak kaldırırken, GDA ihracatçılarının bu muafiyetlerden yararlanamaması Türk ihracatçılarına maliyet avantajı sağlamış, ancak gümrüklerdeki azalmanın kademeli yapısı bu avantajın büyüklüğünü ölçmeyi imkansız kılmıştır (Kotan ve Sayan, 2002 ve 2003).

V. Sonuçlar

Bu çalışma, seçilmiş ürünlerin Türk ve GDA'lı ihracatçıları arasında 1990 ve 1999 yılları arasında AB pazarında yaşanan fiyat rekabetinin niteliğini ve etkinliğini araştırmaktadır. Bu amaçla Türk ve GDA'lı ihracatçıların AB pazarındaki payları görece ithalat fiyatlarının bir fonksiyonu olarak ele alınmıştır. Analize konu olan altı ürün grubu sırasıyla tekstil, hazır giyim, kara taşıtları, elektrikli cihazlar, enerji üretim araçları ve iletişim cihazlarıdır. İlk iki grup özellikle son yirmi yılda Türkiye'nin ihracat gelirine önemli miktarda katkıda bulunan, başlıca ihracat kategorileri olmaları nedeniyle analize dahil edilmiştir. Gerçekten de, 1990'larda tekstil ve hazır giyim, ihracatlarındaki dalgalanmalar ile Türkiye'nin ihracat gelirinde ciddi iniş çıkışlara yol açabilen sektörler olmuştur. Son dört grupta yer alan ürünler ise, Türkiye için son zamanlardaki önemi artan ihracat kategorileri olmalarının yanı sıra, dünya ticaretinde payları giderek artan ve ülkelerin uluslararası rekabet gücünü ve dolayısıyla büyüme potansiyellerini olumlu yönde etkileyen ürünlerdir.

Çalışmada analize konu olan ürünler için Türk ihracatçılarının AB pazarlarındaki belli başlı rakipleri olarak Çin Halk Cumhuriyeti, Hong Kong, Güney Kore, ve Tayvan ele alınmaktadır. Ekonometrik tahmin sonuçları, 1990-1994 döneminde, ele alınan ürün grupları için Türkiye ve GDA'ların AB pazarındaki nisbi paylarını etkilemede fiyat hareketlerinin önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Diğer bir deyişle bu dönem, ihracatçıların daha yüksek fiyat talep etmeleri halinde AB pazarındaki payında gözle görülür düşmeler olmasını beklemeleri gereken bir dönemdir. 1995-1999 yılları ise pazar paylarının fiyat rekabetine bu bağımlılığının, kara taşıtları dışında, önemli ölçüde azaldığı bir dönem olmuştur.

Ekonometrik analiz ayrıca AB'nin ithalat talep esnekliğinin 1990-1994 döneminde görece yüksek olduğunu ve ihracatçıların maliyetlerin üzerine yüksek kar marjları eklemesini güçleştirdiğini göstermiştir. 1995-1999 döneminde ise maliyetlerini indirebilen ihracatçıların, fiyatlarını düşürerek rekabette öne geçmeleri mümkün olmuştur.

Bu yapı içinde, AB pazarına ürünlerini sevk eden Türk ihracatçılarının, GDA'lı rakiplerine karşı iki avantajları olabileceği ileri sürülmüştür. Bunlardan ilki,

Türkiye'nin AB'ye coğrafi yakınlığının ulaşım ve taşıma maliyetlerini düşürerek, Türk ihracatçılarına daha düşük fiyat talep etme şansı vereceği beklentisine dayalıdır. Ancak coğrafi yakınlığın maliyet düşürücü etkilerinin, dikkate alınan tüm ürün grupları için aynı boyutta olmayabileceği ve bu avantajın GDA'lı ihracatçıların birim taşıma maliyetlerinde AB pazarlarına yaptıkları büyük ölçekli sevkiyatlar sayesinde sağladıkları düşüşler yoluyla aşılabileceği vurgulanmıştır.

Türk ihracatlarının ikinci avantajı, AB ile Türkiye arasındaki Gümrük Birliği Anlaşmasının imzalanmasına giden süreçte gümrük vergilerinin adım adım kaldırılmasıdır. Aslında, gümrük vergileri bazı ürün grupları için Gümrük Birliği Anlaşmasından çok önce çok düşük seviyelere indirilmiş veya tamamen kaldırılmış (DPT, 1995) olsa da, veri kısıtları bu durumun Türkiye'nin fiyat rekabetçiliğine etkisinin tam olarak incelenmesini engellemiştir. Bundan dolayı, Gümrük Birliği Anlaşmasının Türk mallarının GDA malları karşısında rekabet gücünü arttırdığını elde edilen sonuçlar bazında ileri sürmek mümkün değildir.

Sonuç olarak, Türk ihracatçılarının AB pazarına olan yakınlığı ve bir süre için imtiyazlı gümrük vergilerine tabi olmalarının maliyet düşürücü etkilerinin Türk sanayi ürünlerinin rekabet edebilirliğini çok büyük ölçüde artırması beklenmemelidir. Türkiye'nin AB'ye coğrafi yakınlığı, taşıma maliyetlerini düşürerek bir miktar maliyet avantaj sağlasa da bu, AB pazarına bu kadar yakın olmayan ancak ürünlerini büyük partiler halinde sevk eden ihracatçılar açısından kapatılamayacak bir fark yaratmamaktadır. Yani, tek başına bu yakınlık Türk ihracatçılarının GDA ihracatçıları ile rekabette öne çıkmalarını sağlayacak bir avantaj değildir. Türkiye'nin, pazar payı diğerlerinden daha hızlı artan ürünlere yönelerek bunların ihracat paylarını arttırmak için adım atması gerekmektedir. Aksi takdirde, Türkiye'nin dünya pazarlarında devam eden rekabete ayak uydurması giderek daha da güçleşecektir.

KAYNAKLAR

- Brada, J.C., A.M. Kutan ve S. Zhou, 1997, "The Exchange Rate and the Balance of Trade: The Turkish Experience," *The Journal of Development Studies* 33: 675-692.
- Daniels, P., 1999, "Empirical Gains from Technology-Intensive Trade: An Empirical Assessment," *Cambridge Journal of Economics* 23: 427-447.
- DPT (1995), *Türk Ekonomisi'nin Rekabet Gücündeki Gelişmeler*, Ankara: DPT.
- Erlat, G., 1993, "Is There a Meaningful Relationship between Exports and Industrial Concentration? Case Studies from the Turkish Manufacturing Industry," *ODTÜ Gelişme Dergisi* 20: 43-61.

- Erlat, G., ve O. Akyüz, 2001, "Country Concentration of Turkey's Exports and Imports over Time," *Middle East Economic Association*'ın Yirmialtıncı Yıllık Toplantısı'nda sunulan tebliğ, New Orleans, ABD, 5-7 Ocak.
- Fagerberg, J., ve G. Sollie, 1987, "The Method of Constant Market Shares Analysis Reconsidered," *Applied Economics* 19: 1571-1583.
- Finger, J.M., ve M.E. Kreinin, 1979, "A Measure of 'Export Similarity' and Its Possible Uses," *The Economic Journal* 89: 905-912.
- Guerrieri, P., ve C. Milana, 1995, "Technology and Trade Competition in High-Tech Products," *Cambridge Journal of Economics* 19: 225-242.
- Kotan, Z., 2000, *Export Performance of Turkey in the European Union Market in Comparison to South East Asian Countries: 1990-1997*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İktisat Bölümü, Bilkent Üniversitesi, Ankara.
- Kotan, Z., ve S. Sayan, 2003, "Price Competitiveness of Turkish Exports Against East Asian Products in the European Union Market: An Empirical Investigation for 1990-1999," H. Hakimian and J. Nugent (Der.), *Global Change and Regional Integration: Redrawing the Economic Boundaries in the Middle East and North Africa*, London: Routledge-Curzon içinde (Baskıda).
- Kotan, Z., ve S. Sayan, 2002, "A Comparative Investigation of the Price Competitiveness of Turkish and South East Asian Exports in the European Union Market: 1990-1997," *Emerging Markets Finance and Trade* 38(4): 57-83.
- Lloyd, P.J., 1994, "Intraregional Trade in the Asian and Pacific Region," *Asian Development Review* 12: 113-143.
- Lohrmann, A.M., 2000, "On Turkey's Export Performance: A Decomposed Constant Market Share Analysis," *Russian and East European Finance and Trade* 36(4): 80-90.
- Matyas, L., 1995, *The Econometrics of Panel Data : Handbook of the Theory with Applications*. Boston: Kluwer.
- Merkies, A.H.Q.M., ve T. Van Der Meer, 1988, "A Theoretical Foundation for Constant Market Share Analysis," *Empirical Economics* 13: 65-80.
- Noland, M., 1997, "Has Asian Export Performance been Unique?" *Journal of International Economics* 43: 79-101.
- Sayan, S., 2000, "Recent Developments in Turkish Foreign Trade," Tel Aviv Üniversitesi'nce düzenlenen *Türkiye Ekonomisi Konferansı*'nda sunulan tebliğ, Tel Aviv, İsrail, 15 Haziran.
- _____, 1998, *Could Regional Economic Cooperation Generate Trade Creation and Trade Diversion Effects without Altering Trade Policies of Members? Preliminary Results from a Gravity Application to BSEC*, Discussion Paper No. 98-10, İktisat Bölümü, Bilkent Üniversitesi, Ankara.

- Sayan, S., ve N. Demir, 2003, "Structural Change in Agriculture and Water Requirements in Turkey," *Research in Middle East Economics* 5: 289-315.
- Sayan, S., ve O. Zaim, 1998, "The Black Sea Economic Cooperation Project," L. Rittenberg (Der.), *The Political Economy of Turkey in the Post-Soviet Era*, Westport, CT: Praeger/Greenwood Publishing Group, Inc. içinde. s. 115-136.
- Uygur, E., 1997, *Export Policies and Export Performance: The Case of Turkey*, Working Paper No: 9707, Kahire: Economic Research Forum.

NOTLAR

- 1 Son yıllarda, AB'nin Türkiye ihracatı içindeki payı %50 civarında olup, bunun içinde Almanya tek başına %20 pay sahibidir (Sayan, 2000). Türkiye dış ticareti yoğunluğunun, partner ülkelere göre daha detaylı analizi için, Erlat ve Akyüz (2001)'e bakılabilir.
- 2 Kara taşıtları, özellikle 1990'ların ortalarından başlayarak ihracat gelirinin en önemli kalemlerinden biri olmuştur.
- 3 Türkiye 1990'larda bu ürün kategorileri için dünya pazarlarındaki payını da arttırmayı başarmıştır (Lohrmann, 2000).
- 4 Türk lirasının (TL) reel değeri, 1 USD ve 1.5DM den oluşan kur sepetine göre hesaplanmaktadır. Bu hesaplama sırasında, özel imalat sanayi fiyatları, Türkiye'deki enflasyon oranının bir göstergesi olarak alınmış, dış dünya enflasyon oranı olarak da ABD ve Almanya için üretici fiyat endekslerinin ağırlıklı ortalaması, sırayla ağırlıkları 0.544 ve 0.456 alınarak hesaplanmıştır. Endekste ki bir düşüş (çıkış), TL'nin kur sepeti karşısında reel değer kazanmasını (değer kaybını) göstermektedir.
- 5 Bu, 1970'lerden itibaren Fiat ve Renault lisansları altında ve özellikle iç pazara hizmet etmek amacıyla üretim yapan iki otomobil üreticisinin başta AB ve Orta Doğu pazarları olmak üzere ihracat için üretime yöneldiği dönemdir. Türkiye'nin AB ile imzaladığı Gümrük Birliği anlaşması sayesinde AB'ye ihracatlarını arttırmayı umarak yerli firmalarla iş ortaklığı kuran ABD (GM ve Ford gibi), Japonya (Toyota ve Honda gibi) ve Kore (Hyundai) firmalarının da girişiyle bu dönem otomobil üretimi ve ihracatında önemli artışlara tanıklık etmiş; üreticilerin çoğalması, kimi yerli tasarıma dayalı olarak üretilen ticari araçların ihracatında da önemli bir artışı körüklemiştir.
- 6 Bir ülkede üretilen bir ürünün fiyatında artış olduğunda, o ürünün ithalatçıları, taleplerini, o ürüne göre daha düşük fiyatı olan ve onu ikame edebilecek bir ürüne kaydıracaklardır. Böyle bir ikame genellikle düşük taşıma ve(ya) sigorta

giderleri, düşük gümrük tarifesi oranları ve(ya) başka maliyet avantajları dolayısıyla daha düşük fiyatlar talep edebilen diğer ülkelerin ihracatçıları tarafından sağlanabilir. Böyle durumlarda, aynı ürünün (ya da yakın ikamelerin) farklı ihracatçıları tarafından talep edilen fiyatlardaki değişiklikler bir talep reaksiyonunu tetikler.

- ⁷ Denklem 1 ve 2'nin çıkarımının detayları için Kotan (2000)'e bakınız.
- ⁸ Literatürde uygun endeksleme yöntemi ile ilgili ortak bir görüş olmamasına rağmen, Laspeyres metodu görece olarak daha yaygındır (Fagerberg ve Sollie, 1987; Lohrmann, 2000).
- ⁹ İhracat benzerlik endeksleri formülüne göre hesaplanmıştır ki burada $X_k(nm)$ $n=1,2$ için k malının, n ülkesinin m ülkesine ihracatı içindeki payını göstermektedir.
- ¹⁰ Sayan (1998) ve Sayan ve Zaim (1998) çalışmalarında, Türkiye'nin ticaret yaptığı AB dışındaki ülkelerden bir örneklem kullanılarak yerçekimi modeli çerçevesinde yapılan tahminler, Türkiye'nin partner ülkeye uzaklığının ihracat performansını olumsuz etkilediğini göstermiştir.
- ¹¹ Navlun ve sigorta ücretleri dahil (CIF) ve hariç (FOB) olarak tanımlanan fiyatlar arasındaki farklar navlun ve sigorta maliyetlerini göstermektedir. Navlun maliyetleri, ihracatçı ve ithalatçı ülke arasındaki mesafeyle doğrudan ve pozitif ilişkiliyken, mesafe, sigorta maliyetini sadece, sigorta şirketlerinin talep edilecek risk priminin seviyesini belirlemede kullandıkları değişik faktörlerden biri olarak etkiler.

