



Munich Personal RePEc Archive

**WHICH SECTORS CAN TURKEY
PROVIDE A COMPETITIVE
ADVANTAGE AGAINST CHINA IN
EXPORT SECTORS AFTER THE
COVID-19?**

Uğurlu, Erginbay

April 2020

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/115655/>
MPRA Paper No. 115655, posted 15 Oct 2024 12:06 UTC

COVID-19 SALGINI ARDINDAN TÜRKİYE İHRACAT SEKTÖRLERİNDE ÇİN'E KARŞI HANGİ SEKTÖRLERDE REKABET AVANTAJI SAĞLAYABİLİR?

Prof. Dr. Erginbay UĞURLU

Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, İstanbul Aydın Üniversitesi

NİSAN 2020

Özet:

2019 yılı verilerine göre Türkiye'nin dünya toplam ihracatından aldığı pay %0,9'dur. Bu çalışmada dünya ihracatında %0,9'luk payın üzerinde olan sektörler görece olarak üstünlüğe sahip sektörler olarak ele alındı. İlk aşamada bu sektörlerin dünya ihracatındaki payını ve Çin'in bu sektörlerdeki payını incelendi. Türkiye hangi sektörde yapılan ihracatta dünyada yüksek bir paya sahipse o sektörün rekabet gücü incelendi. Yapılan karşılaştırmada dünya ihracatındaki oranı açısından öne çıkan sektörlerin Halı Kilim, Değirmencilik Ürünleri, Tuz, Kükürt , Çimento olduğu; yapılan ihracatın değeri açısından ise Motorlu Kara Taşıtları, Mobilyalar, Demir Çelik, Demir veya Çelikten Eşya ve Örülmemiş Eşya ve Aksesuar sektörleri olduğu görüldü.

WHICH SECTORS CAN TURKEY PROVIDE A COMPETITIVE ADVANTAGE AGAINST CHINA IN EXPORT SECTORS AFTER THE COVID-19?

Abstract:

According to 2019 data, the share of Turkey in the world's total exports is 0.9%. In this study, the sectors with a share of over 0.9% in world exports were considered as sectors with a relative advantage. In the first stage, the share of these sectors in world exports and China's share in these sectors were examined. The competitiveness of the sectors in which Turkey has a high share in the world's exports were analyzed. In the comparison, the sectors that stand out in terms of their ratio in world exports are Carpet Rugs, Milling Products, Salt, Sulfur, Cement; In terms of the value of exports, it was seen that Motor Land Vehicles, Furniture, Iron and Steel, Iron or Steel Goods and Non-Knitted Goods and Accessories.

1. GİRİŞ

2019 sonu Aralık ayı Çin'de bir salgın haberi daha geldi. 2012 yılında MERS adlı virüs ve 2002 yılında yine Çin'de ortaya çıkan SARS virüsünü hatırlattı ancak bu virüsün etkisi hiçbirine benzemeyecekti. Bu yazının kalem alındığı tarihte tüm dünyada salgın nedeniyle hayatını kaybedenlerin sayısı 200 bini geçmişti. Salgın sadece bir sağlık problemi olmadı ekonomiye de ağır bir darbe vurdu. Sokağa çıkma yasaklamaları/kısıtlamaları sosyal mesafe gibi uygulamalarla sosyal hayatı da büyük oranda etkiledi.

Türkiye'de konuyu iktisadi açıdan ele alan araştırmalar yayınlandı. Bayar, Günçavdı ve Levent (2020) COVID-19 salgının Türkiye'de gelir dağılımına olan etkisini ele almaktadır. Elgin ve Başbuğ (2020)¹ dünya çapında hükümetlerin açıkladıkları yardım paketlerini incelemektedir. Sak ve Özatay (2020) ve Özatay (2020) ise COVID-19'un ekonomide yarattığı etkinin sektörlerin katma değer yaratma kapasitelerine etkisini tartışmaktadır.

Aralık ayından bu yana salgınla ilgili birçok rapor, akademik makale ve köşe yazısı yayınlandı. İnternette konuyla ilgili araştırma yaparsanız, dünyada birçok üniversitenin COVID-19 için bir sayfa ayırdığı ya da bir dergi çıkardığını da görebilirsiniz. Bilişim teknolojisi ve internet sayesinde bilimsel araştırmalar çok hızlı bir şekilde yapılıyor ve insanlara ulaştırılıyor.

COVID-19'un ekonomik etkileri Türkiye'de de birçok rapor ve köşe yazısına da konu oldu. Haber programlarında, köşe yazılarında ve diğer platformda COVID-19'la ilgili ele alınan bir konu da salgın nedeniyle Çin'in ihracatının düşeceği ve bu düşüşün rakip ihracatçı ülkelere ve bunlardan biri olan Türkiye'ye ihracat artışı olarak yansıtılacağıydı. Bu görüş ilk ortaya atıldığında salgın yalnızca Çin'deydi ve Çin'in sokağa çıkma yasakları nedeniyle düşen üretimine bağlı olarak öne sürülen bir görüştü. Ayrıca küresel tedarik zincirinde büyük bir tedarikçi olan Çin'in salgının merkezi olması dünya tedarik zincirinde aksaklıkları beraberinde getirecektir. Bu aksaklıklar özellikle salgından etkilenen ülkelerdeki şirketlerden tedarik edilen ürünlere çeşitli maliyetler yükleyecektir. Bununla birlikte bu ülkelerden yapılan ithalatta, teslimat sürelerinin uzamasını kaçınılmazdır. Tüm bu nedenler ülkelerin, Çinli şirketler yerine alternatif ve hızlı tedarikçi bulmaya yöneleceğini düşündürmüştür. Salgının tüm dünyaya yayılmasına karşın COVID-19 sonrası için bu görüş geçerliliğini koruyor.

¹ Ayrıca bu çalışmada kullanılan Elgin, Başbuğ ve Yalaman (2020) çalışmasından alınan veriler düzenli olarak <http://web.boun.edu.tr/elgin/COVID.htm> sayfasında güncellenmektedir.

Konuyla ilgili bir web-sitesindeki yayınlanan anket sonuçları da anlam taşıyor. Hedef kitleler için yerel vatandaşlardan oluşan bir ağ üzerinden bilgi toplamayı ve bunların analizini sağlayacak verilen üretmeyi amaçlayan Premise şirketi sitesinde COVID-19 ile ilgili bir anket sonucunu sunuyor. Dünya çapında 441.667 kişiye ulaşan bu ankette sorulardan biri katılımcılara; Çin'de üretilen bir ürünü alma isteklerinin COVID-19 sonrası nasıl değiştiğini soruyor. Yanıt şıklarından ikisi (major effect ve moderate effect) kesinlikle hiçbir Çin ürünü almamak ve bu ürünlerden mümkün olduğunca kaçınmak. Dünya çapında bu iki şıkkı seçenlerin oranlarının toplamı %32,21, ABD'de %29,7, Fransa'da 33,79, İngiltere'de 30,18 , İspanya'da 21,81, İtalya'da 20,34 ve Endonezya'da 48,57. Bu veriler de Çin mallarına olan talepte bir daralma olabileceğine işaret ediyor.

“Dünya bu virüsü atlatıp yeniden sosyal hayata döndüğünde ihracatla ilgili öngörüler gerçekleşirse Türkiye'nin hangi sektörlerde daha yüksek başarı şansı olabilir?” Bu soruya aranan yanıt bu raporu doğurdu.

2019 verilerine göre, Türkiye'nin toplam ihracatının dünya toplam ihracatına oranı, diğer bir ifadeyle dünya ihracatından aldığı pay, %0,9, Çin'in aldığı pay ise %10,9. Bu çalışmada Türkiye'de %0,9'luk oranın üzerinde paya sahip olan (görel olarak ihracatta üstünlüğe sahip olduğumuz²) sektörler ele alındı. Bu sektörlerin dünyada oransal değeri ve ihraç ettiği malın değeri incelendi. Bizim dünya ihracatında görel üstünlüğe sahip olduğumuz sektörlerdeki Çin'in ihracatını araştırarak bu sektörlerde Çin'in önemli bir rakip olup olmadığı belirlendi. Böylece, Çin ürünlerine talep azalırse görel üstünlüğe sahip olduğumuz hangi sektörlerde daha fazla pazar payı alabileceğimiz, hangi sektörlerde Çin'le rekabetçi bir pazara sahip olduğumuz ve hangi sektörlerde önem vermemiz gerektiği araştırıldı. Her akademik araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da bazı varsayımlarımız ve kısıtlarımız var. Kısıtlara ve varsayımlara ileride değineceğim.

Çalışmamız üç bölümden oluşuyor. Okumakta olduğunuz bölüm birinci bölüm; ardından gelen ikinci bölümde belirlenen sektörleri, veri kaynaklarını ve nasıl bir yaklaşımla analiz yapacağımızı anlatacağım. Üçüncü bölümde görel üstünlüğe sahip sektörlerin payları ve değerlerini Çin'le karşılaştırmalı olarak değerlendireceğim. Dördüncü bölümde ise Çin ve Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeleri ele alarak sektörlerin başarı şansını irdeleyeceğim.

² Şöyle düşünelim; Türkiye'nin dünya ticaretinden aldığı pay %0.09 iken herhangi bir ihraç ürünümüz dünya ihracatında bunun üzerinde bir paya sahipse, görel bir üstünlüğü var demektir

2. YÖNTEM HAKKINDA BİLGİ

Dünya ihracatındaki sektörleri araştırmak için kaynakları incerseniz, en üst düzeyde sektör ayrıntılarına inmeden 99 sektör olduğunu görürsünüz. Bir incelemede amaçlar doğrultusunda bu 99 sektör içinden doğru sektörleri seçmek ilk adımdır. 99 sektörden hangileri ele alınmalıdır? Bu rapor özelinde ise Türkiye ihracat yapısı için hangi sektörlerin seçilmesi doğru olur? Çözmemiz gereken ilk sorun sektörleri belirlemektir.

2019 yılı verilerine göre Türkiye'nin dünya toplam ihracatından aldığı pay %0,9'dur. Dünya ihracatında %0,9'luk payın üzerinde olan sektörler görece olarak üstünlüğe sahip olduğumuz sektörler olarak tanımlanabilir. Bu çalışmada Türkiye'nin dünya ihracatında %0,9'un üzerinde paya sahip olduğu sektörler ele alındı. Sektörleri üç aşamada ele alacağız. İlk aşamada bu sektörlerin dünya ihracatındaki payını ve Çin'in bu sektörlerdeki payını inceleyeceğiz. Türkiye hangi sektörde yapılan ihracatta dünyada yüksek bir paya sahipse o sektörde güçlü olduğu varsayımı ile bu yüksek paya sahip sektörlerde Çin'in rakip olup olmadığını ve ne büyüklükte bir rakip olduğunu inceleyeceğiz. İkinci aşamada sektörlerin ihracat büyüklüklerini de dikkate alacağız. X sektöründe Türkiye dünyadaki en büyük ihracatçı ülke olabilir ancak X sektörünün ihracat büyüklüğü de önemlidir. Bir sektörün dünyadaki toplam ihracatı 1 milyar dolar iken Y sektörünün 100 milyar dolar olabilir. Bu durumda X sektörünün tamamına hakim olmak yerine, Y sektörünün ihracatının %2'sini karşılamak daha iyi bir seçim olabilir. Son aşamada sektörlerin hedef pazarlarını inceleyeceğiz. Varsayımımız; COVID-19 nedeni ile Çin'in ihracatında ya da Çin mallarına olan talepte azalış yaşanacağı. Bu azalış durumunda ortaya çıkacak pazarda Türkiye var mı? Türkiye'nin bu pazarlarda payı nedir? Bu sorulara yanıt vermek için de ilk iki aşamada yaptığımız analize dayalı olarak seçtiğimiz sektörlerde Türkiye'nin ve Çin'in ihracat yaptığı aynı ülkeleri inceleyerek pazara giriş hakkında yorum yapacağız.

Analize başlamadan önce; diğer değişkenler sabit olduğu varsayımı altında incelenen iki ülkenin değişkenlerindeki değişimlere dayalı olarak yorumlama yapıldığını belirtmekte yarar var. 2020 verileri elimizde olmadığı için 2019 verileri kullanılacak ve tüm yorumlar bu veriler üzerinden yapılacak. Ek olarak pazar yapısının da değişmediği varsayılacak. Bilindiği gibi her sektörün maliyeti, girdileri, üretim faktörleri, pazar yapısı ve tüketici tercihleri gibi farklı özellikleri bulunuyor. Ele alınan bir sektörde Çin'in ihracatı azalsa dahi Türkiye o sektörde oluşacak talep artışını karşılayacak üretim kapasitesine sahip olmayabilir. Pazarda Çin'in yerini alacak, maliyetleri Türkiye'den çok daha düşük bir rakip olabilir. Benzeri

birçok faktör iktisadî olaylarda etkilidir. Sektörler karşılaştırılırken bu faktörlerin sabit olduğu düşünülerek ele alınmayacak. Bu faktörlerin sabit tutulmayıp hesaba katıldığı bir analiz ise her bir sektör için ayrı bir çalışmanın konusu olur.

Bu raporda *“Türkiye'nin dünya ihracatında en önemli sektörleri hangileridir?”*, *“Bu sektörlerde Çin'in ihracat oranları ve değerleri nedir?”* *“Çin'in ve Türkiye'nin bu sektörlerde ihracat yaptığı ülkeler hangileridir ve bu ülkeler Çin'le rekabet gücü hakkında bize nasıl bir bilgi vermektedir?”* sorularına yanıt aranacaktır.

Sektör verileri trademap sitesinden alındı ve iki haneli HS (Harmonized System) kodu kullanıldı. HS kodlarının 12 haneli olanları GTİP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu) kodu olarak kullanılan kodlardır. Gümrük tarife cetvelinde her fasıl iki haneli kodla ifade edildikten sonra bu temel koda eklenen ikişer basamakla daha detaylı sektör bilgisi elde edilir ve basamak sayısı arttıkça sektörden ürüne doğru daha spesifik belirleme sağlanabilir Örneğin:

03: Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve suda yaşayan diğer omurgasız hayvanlar

0301: Canlı balıklar

030111: Süs balıkları (tatlısu); canlı

Çalışmada okuyucuyu sıkmamak ve tabloları/analizleri incelemeyi kolaylaştırmak için HS kodları kısaltılarak kullanıldı. Örneğin; HS 59 kodunun tanımı “Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış veya lamine edilmiş dokunabilir mensucat. dokunabilir maddelerden teknik eşya” iken bunun yerine kısaca “Dokunabilir Mensucat” kısaltması kullanıldı. Kodlar, tanımları ve kısaltmalar için Ek'e bakılabilir.

3. TÜRKİYE'NİN GÖRELİ ÜSTÜNLÜĞE SAHİP SEKTÖRLERİNİN ÇİN İLE KARŞILAŞTIRILMASI

Bu bölümde incelenilen sektörler belirlenerek, belirlenen sektörlerde Türkiye'nin ve Çin'in dünya ihracatı içindeki payı incelenecektir. Bu sayede, belirlenen sektörler için Çin ile Türkiye'nin ne kadar rekabet içinde olduğu ve Türkiye'nin Çin'in ihracatının azalması durumunda elde edebileceği payın ve tutarın ne kadar olduğu görülecektir. Yukarıda değinildiği gibi bu karşılaştırma yapılırken sektörün kendi içindeki ve dünya ekonomisi içindeki yapısı ve diğer faktörlerin sabit olduğu varsayılacaktır. Böyle bir analizde; Çin ihracatında olası azalmanın Türkiye dışındaki başka bir ülke tarafından da doldurulabileceği ya da Türkiye'nin bu ihracatı karşılayacak üretim kapasitesine sahip olamayabileceği gibi

faktörler de göz önüne alınabilir. Ancak, belirttiğimiz gibi, çalışmamızda bu ve benzeri tüm diğer faktörlerin sabit olduğu diğer bir deyişle Çin'in ihracatında yaşanacak azalmanın sadece Türkiye tarafından karşılanacağını ve Türkiye'nin üretim olanaklarının bu durumu karşılayabileceği varsayımı kullanılacaktır.

Tablo 1'de 2019 yılı için dünya ihracatında Türkiye'nin en yüksek paya sahip olduğu sektörlerin ihracat tutarları, dünya ihracatındaki payları ve dünya ihracatında kaçıncı sırada olduğu Türkiye ve Çin için karşılaştırmalı olarak verilmektedir.

Tablo 1. 2019 Yılı İçin Seçilen Sektörlerin Türkiye ve Çin için İhracat Karakteristikleri

HS Kodu	Sektör Adı	Türkiye			Çin		
		İhracat değeri (Bin ABD Doları)	Dünya Payı (%)	Dünya Sırası	İhracat değeri (Bin ABD Doları)	Dünya Payı (%)	Dünya Sırası
57	Halı kilim	2.531.118	16,3	2	2.921.214	18,8	1
11	Değirmencilik ürünleri	1.300.847	7,1	3	838.820	4,6	8
25	Tuz, kükürt, çimento	2.736.447	6,2	2	3.306.115	7,5	1
60	Örme eşya	1.510.587	4,2	5	18.671.879	52,5	1
61	Örme eşya aksesuarı	9.089.251	3,7	6	7.144.0138	29	1
08	Yenilen meyveler	4.178.054	3,4	7	6.229.019	5	5
58	Özel dokunmuş mensucat	421.686	3,4	7	5.318.943	42,5	1
55	Sentetik ve suni devamsız lifler	1.109.326	3,3	8	12.395.421	36,3	1
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya	2.018.246	3,1	6	27.917.683	42,3	1
52	Pamuk	1.654.127	3,1	7	14.142.823	26,6	1
54	Sentetik ve suni filamentler	1.555.109	3,1	8	22.212.237	44,2	1
56	Vatka, keçe	801.095	3,0	7	6.062.448	22,6	1
20	Sebzeler, meyveler.	1.804.378	2,8	12	8.323.290	12,8	1
72	Demir ve çelik	9.939.444	2,7	12	39.463.924	10,8	1
62	Örülmemiş eşya ve aksesuarı	6.450.945	2,7	9	66.798.309	27,9	1
68	Taş, alçı, çimento	1.416.495	2,7	9	11.561.211	21,7	1
19	Hububat, un, nişasta	1.877.492	2,4	14	2.216.756	2,9	11
24	Tütün ve benzeri işlenmiş maddeler	906.486	2,2	16	1.420.818	3,4	8
73	Demir veya çelikten eşya	6.485.806	2,1	15	69.596.093	23	1
93	Silahlar ve mühimmat	314.924	2,0	11	142.473	0,9	15
'69	Seramik mamulleri	1.159.908	1,9	9	25.432.993	42,5	1
87	Motorlu kara taşıtları.	25.560.147	1,7	18	74.366.536	5	5
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	3.107.786	1,7	19	26.124.855	14,5	1
96	Çeşitli mamul eşya	906.996	1,7	13	1.765.3398	33,8	1

43	Kürkler ve taklit kürkleri	161.135	1,7	11	5.090.498	54,5	1
17	Şeker ve şeker mamulleri	617.163	1,6	15	1.861.198	4,9	6
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya	2.826.406	1,5	21	22.160.538	12	1
07	Yenilen sebze	1.045.080	1,5	14	10.328.092	14,6	1
70	Cam ve cam eşya	1.099.777	1,4	18	17.905.612	23,6	1
34	Sabunlar ve organik maddeler	829.595	1,4	19	4.429.442	7,2	3
Türkiye				Çin			
HS Kodu	Sektör Adı	İhracat değeri (Bin ABD Doları)	Dünya Payı (%)	HS Kodu	Sektör Adı	İhracat değeri (Bin ABD Doları)	Dünya Payı (%)
94	Mobilyalar	3.489.376	1,3	14	99.499.770	37,8	1
83	Adi metallerden çeşitli eşya	930.011	1,3	19	19.630.441	27	1
18	Kakao ve kakao müstahzarları	649.369	1,3	21	399.747	0,8	23
71	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar	7.327.231	1,2	20	20.816.755	3,3	8
59	Dokunabilir mensucat	299.159	1,2	20	7.969.555	31,1	1
48	Kağıt ve karton	1.796.338	1,1	23	22.008.828	13,1	1
74	Bakır ve bakırdan eşya	1.527.112	1,1	30	6.783.502	4,7	5
41	Ham postlar, deriler ve köseleler	205.304	1,1	21	705.398	3,6	6
14	Örölmeye elverişli bitkisel maddeler	14.392	1,1	20	210.153	16	1
39	Plastikler ve mamulleri	6.152.650	1,0	24	84.444.834	13,6	1
28	İnorganik kimyasallar	1.220.718	1,0	23	16.908.485	14	1
15	Hayvansal ve bitkisel yağlar	871.878	1,0	19	1.189.397	1,4	14
32	Boyacılıkta kullanılan hülusalalar	774.266	1,0	22	7.739.324	9,6	2
53	Dokumaya bitkisel lifler	50.585	1,0	14	1.368.277	27,2	1
Sektörler İhracat Toplam Değeri (USD)		120.724.245			886.007.242		
Ülke Toplam İhracat Değeri (USD)		171.098.411			2.498.569.866		
Sektörlerin Toplam İhracattaki Payı (%)		70,6			35,5		

Kaynak: <https://www.trademapp.org/>

Tablo 1’de 44 sektör yer almaktadır. Bu sektörlerin seçilme kriteri de her birisinin dünya ihracatındaki payının Türkiye’nin dünya ihracatındaki toplam payı olan % 0,9’un üzerinde olmasıdır (sıralamada en sonda yer alan 53 HS2 kodlu Dokuma için Bitkisel Lifler sektörünün dünya dokuma için bitkisel lifler ihracatı içindeki payı %1’dir). Ele alınan 44 sektörün 14’ünde Çin dünya ihracatında birinci sıradadır. Genel olarak tabloyu incelediğimizde incelenen 44 sektörün Türkiye’nin toplam ihracatının %70’ini oluşturduğunu görebiliriz. Aynı sektörler Çin’i toplam ihracatının ise %35’ini oluşturmaktadır. Bu veriler seçilen sektörler bazında Türkiye ve Çin’in ihracat yapısının çok benzer olmadığını göstermekle birlikte, dünya ihracatında görece üstünlüğe sahip olduğumuz 44 sektörün

yaklaşık 1/3'ünde en büyük rakibin Çin olduğunu da işaret etmektedir. Buradan da araştırma konumuzun (Çin'e rakip olduğumuz ve rakip olabileceğimiz sektörlerin saptanmasının) önemini göstermektedir. Türkiye'nin bu sektörlerdeki toplam ihracatı 120 milyar dolarken Çin'in aynı sektörlerdeki ihracatı 886 milyar dolardır. Bu değerler de kazanılabilecek potansiyel pazarın büyüklüğünü göstermektedir.

Tabloda farklı yönleri ile öne çıkan sektörler bulunmaktadır. Bunlardan biri Halılar ve Kilim sektörüdür. Türkiye'nin Halılar ve Kilim sektöründe dünyada gerçekleşen ihracatın %16,3'üne sahip olduğunu ve dünyada bu sektörde ihracat yapan ikinci ülke olduğunu görüyoruz Bu sektörde Çin %18,8 ile birinci ülke konumundadır. Tuz, Kükürt ve Çimento sektöründe dünya ihracatında Türkiye'nin payı %6,2, Çin'in ise %7,5'tir ve iki ülke sırasıyla dünya sırlamasında ikinci ve birinci ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Tuz, Kükürt ve Çimento sektörünün Çin ile çok yakın ihracat tutarına sahip olduğumuz ve en büyük rakibi olduğumuz önemli bir sektör olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle Motorlu Kara Taşıtları sektörünün dünya motorlu kara taşıtları ihracatındaki payı %1,7 olmasına karşın ihracat değerimiz yaklaşık 25,5 milyar dolar olması bu sektörü ihraç ettiği değer büyüklüğü yönüyle öne çıkarmaktadır.

En yüksek orana (%16) sahip olduğumuz halı kilim sektörünün ihracat değeri ise yaklaşık 2,5 milyar dolardı. Yapılan bu karşılaştırma iki sektörün değerlerinin ne kadar yüksek olduğunu ve sektör seçiminin ne kadar önemli olduğu göstermektedir. Ancak sektörleri karşılaştırabilmek için dikkate alınması gereken üretim süreci, vergi uygulamaları, ürün tipi, ürün çeşitliliği vb. etkenlerin bu analizin kapsamı dışında olduğunu hatırlatmakta yarar var. Özellikle Motorlu Taşıtlar sektöründe tüketici tercihleri, kalite, fiyat, marka algısı, marka alışkanlıkları ve servis ağı gibi faktörler çok önemlidir ve talebi belirleyen bu faktörlerdir. Ayrıca üretim için fabrika kurulması süreci bile dikkate alınması gereken bir husustur. Çin'in herhangi bir pazardan çıkması o pazara girebileceğimizi göstermese de, amacımız bu sektörde bir fırsat ortaya çıkacağını göstermek ve buna yönelik kısa vadeli ya da uzun vadeli politikalarla bu fırsatın kullanılabilirliğini göstermektedir.

Öne çıkan sektörler olarak ele alınacak son sektör Plastik ve Mamulleri sektörüdür. Bu sektör de diğer sektörlerle kıyaslandığı 6 milyar dolarlık yüksek bir değere sahiptir. Sektörde dünya ihracatından aldığımız pay %1 gibi düşük bir orandır. Çin'in aldığı pay ise %13,6'dır. Bu sektörde büyüme potansiyeli yüksek ve yüksek gelir getirebilecek bir sektördür.

Tabloyu genel olarak incelediğimizde ikinci yüksek paya sahip sektör Değirmencilik Ürünleri sektörüdür. Değirmencilik Ürünleri sektöründe Türkiye % 7,1 payla en yüksek ihracata sahip üçüncü ülkeyken, Çin %4,6 ile sekizinci sırada yer almaktadır. Tuz, Kükürt ve Çimento sektöründen sonra Türkiye'nin payı %5'in altına inmektedir. Örme Eşya sektöründeki fark tüm sektörler içindeki en yüksek farktır; Türkiye %4,2'lik bir orana sahipken Çin %52,5'lik bir orana sahiptir. Örme Eşyası Aksesuarı sektöründe de Türkiye Örme Eşya sektörüne yakın bir orana sahiptir ancak Çin'in payı %29'dur. Yenilen Meyveler sektörü ve Özel Dokunmuş Mensucat sektörü Türkiye'nin %3,4 ile dünyanın yedinci ihracatçısı olduğu sektörlerdir. Yenilen Meyveler sektörü ve Özel Dokunmuş Mensucat sektörlerinde Çin sırasıyla %5 ve %42,5'lük paylarla birinci sıradadır. Sentetik Ve Suni Devamsız Lifler sektöründe Türkiye'nin %3,3'lük payına karşılık Çin'in payı %36,3'tür.

Dokunabilir Maddelerden Hazır Eşya, Pamuk, Sentetik ve Suni Filamentler sektörlerinde Türkiye'nin payı %3,1; Çin'in ise sırasıyla %42,3, %26,6 ve % 44,2'dir. Votka. Keçe sektöründe Türkiye %3'lük, Çin ise %22,6'lık paya sahiptir. Sebzeler. meyveler sektöründe Türkiye'nin payı %2,8, Çin'in ayı ise %12,8'dir. Demir ve Çelik, Örülmemiş eşya ve Aksesuarı ve Taş, Alçı, Çimento sektörleri %2,7'lik paya sahipken bu sektörlerde Çin sırasıyla %10,8 , %27,9 ve %21,7'lik paylara sahiptir. Hububat, Un, Nişasta, Tütün ve Benzeri İşlenmiş Maddeler ve Demir veya çelikten eşya sektörlerinin payları %2,4 ile %2 arasında değişmektedir. Bu üç sektörde Çin'in payları %2,9 . %3,4 ve %23'tür. Silahlar ve Mühimmat sektöründe Türkiye'nin payı %2 ve dünya sıralaması 11 iken Çin'in payı 0,9 ve dünya sıralaması 15'tir. Silah ve mühimmat sektöründen sonra dünya ihracatındaki pay %2'nin altına düşmektedir. Türkiye'nin Yenilen Sebze ve Cam ve Cam Eşya sektörlerinin dünya ihracatındaki payı sırasıyla %1,5 ve %1,4 iken Çin sırasıyla 14,6ve 23,6'lık yüksek paylara sahiptir. Yenilen Sebze ve Cam ve Cam Eşya büyük potansiyele sahip sektörler arasında yer almaktadır. Mobilyalar sektöründeki oranlar arasındaki fark da oldukça yüksektir; Türkiye %1,3'lük orana sahipken Çin %37,8'lik orana sahiptir. Bu sektör de Çin'in zayıflaması durumunda büyüme potansiyeli olan bir sektördür.

Tablo 1'de sektörlerin değerleri de dikkate alınırsa sektör seçimi için bir yaklaşım daha geliştirilebilir. Öncelikle hangi sektörde Çin'in zayıflaması ya da pazardan çekilmesi durumunda ortaya çıkacak oran daha fazla olduğunu bulunması ve ardında bu orana karşılık gelen değer Türkiye tarafından karşılandığı durumda Türkiye'nin oransal büyüklüğü ne kadar etkileneceğini bulmak. Örneğin Halı Kilim sektöründe iki ülke bu malların ihraç eden ilk iki

ülke ve birbirine yakın oranlara sahipken topla ihracattaki payları % 35,1'dir. Örme Eşya sektöründe ise Türkiye %4.2'lik paya sahip ve ilk beş ülke arasındadır ve Çin ile birlikte toplam ihracatın %56.7'sini oluşturmaktadır. Çin'in oranı Türkiye'nin yaklaşık 12 katı olduğu bu sektörde diğer ülkelere kalan pay %43'tür ve Türkiye %4.2 ile beşinci ülke olduğuna göre bu sektörde başka ülke olmasa dahi %43 üç ülkeye bölünecektir. Yani bu sektördeki Çin'in dışındaki rakiplerin de oransal büyüklükleri Türkiye'nin en fazla iki katıdır. Halı ve Kilim sektörüne göre örme eşya sektöründe Çin'den doğacak bir boşluğu doldurmaya çalışmak hem daha etkin hem de getirisi daha yüksek olacaktır. Ayrıca bu pazardaki %3,7'lik oranın yaklaşık 9 milyara denk gelmesi pazarın büyüklüğünü de göstermektedir. Unutulmaması gerekir ki, seçilen sektörlerin üretim kapasitesi, girdi maliyetleri, işçilik maliyetleri gibi verileri de ele alındığında sektörlerin seçimleri optimum şekilde yapılabilir ancak okumakta olduğunuz raporun sadeliği açısından bu değişkenler sabit kabul edildi ve yalnızca iki ülkenin ihracat oranları ve değerleri karşılaştırılarak yorum yapıldı. Bu yaklaşımla Değirmencilik Ürünleri de dikkate alınması gereken bir sektördür. Türkiye dünya ihracatının %7,1'ini karşılayarak üçüncü ülke konumundayken, Çin %4,6 ile sekizinci ülkedir. Türkiye Değirmencilik Ürünleri sektöründe Çin'de ihracatında yaşanacak azalışı karşılayacak kapasiteye sahiptir.

Bu aşamada, seçilen sektörlerin ihracat yaptığı ülkelerin incelenmesi yararlı olacaktır. Acaba seçilen sektörler için Çin'in ihracat yaptığı ülkeler ile Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeler içinde ne kadar ortak ülke vardır? Bir sonraki bölümde bunu ele alacağız.

4. ÖNEMLİ İHRACATÇI SEKTÖRLERDE TÜRKİYE'NİN VE ÇİN'İN İHRACATINDA YER ALAN İLK ON ÜLKE

“Çin'in ihracatının azalması durumunda oluşacak talebin yaşandığı ülkede acaba Türkiye'de mevcut bir ihracatçı ülke midir?” sorusu önem taşımaktadır. Ayrıca ihracatçı ise ne kadar bir değere denk gelen ihracat yaptığı da incelenmesi gereken bir konudur. Aşağıdaki tablolar seçilmiş sektörler için bu sorunun yanıtını verecektir.

Tablolarda ilk sütun Türkiye'den o sektörde ithalat yapan ilk on ülkeyi göstermektedir. İkinci sütun ilgili satırdaki ülkenin Türkiye'den o sektörde yaptığı ihracatın, Türkiye'nin o sektördeki toplam ihracatı içindeki payını, diğer bir deyişle Türkiye'nin ilgili sektör ihracatının yüzde kaçının o ülkenin yaptığını göstermektedir. Üçüncü sütun

Türkiye'den ilgili sektörde sunulan ülke ile yaptığı ihracatın değerini ve dördüncü sütun ise ithalat yapan ülkenin incelenilen sektörde tüm dünyada ithalat yapan ülkeler içinde kaçınıcı ülke olduğunu göstermektedir. Beşinci sütun Çin'den o sektörde ithalat yapan ilk on ülkeyi, altıncı sütun ilgili satırdaki ülkenin Çin'den o sektörde yaptığı ihracatın sektör içindeki payını göstermektedir. Yedinci sütun Çin'den o sektörde yaptığı ihracatın değerini ve sekizinci sütun ise ithalat yapan ülkenin o sektörde ithalat yapan tüm dünya ülkeleri içinde kaçınıcı ülke olduğunu göstermektedir. Tabloda ortak ülkeler okuyucuya kolaylık sağlaması amacıyla gri gölge ile belirlendi.

Tablo 2. Halı Kilim Sektörü Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
ABD	26.3	665.230	1	ABD	17.9	522.565	1
Suudi Arabistan	13.5	341.123	7	Japonya	12.2	357.268	5
Irak	5.6	140.670	17	Vietnam	4.1	119.772	22
Almanya	5	126.883	3	Malezya	4.1	118.969	33
Birleşik Krallık	4.5	114.311	2	Australia	3.9	113.561	9
Libya	4.5	112.948	24	Suudi Arabistan	3.9	113.275	7
Mısır	3.2	81.829	29	Almanya	3.5	103.350	3
Birleşik Arap Emirlikleri	2.7	67.386	12	Birleşik Krallık	3.4	99.269	2
Iran	1.8	46.678	48	Irak	2.3	68.165	17
İsrail	1.6	39.458	41	Endonezya	2.3	67.490	27
Toplam:	68,7				57,6		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Halı Kilim sektörü için Türkiye'nin ve Çin'in ihracat yaptığı ilk on ülke incelendiğinde ortak ülke sayısının üç olduğu görülmektedir. Bu on ülke Türkiye'nin toplam ihracatının yaklaşık %70'ini Çin'in ise yaklaşık %60'ını oluşturmaktadır. ABD iki ülke içinde önemli bir pazardır ve ABD bu pazardaki en büyük paya sahip ülkedir. İkinci ortak ülke halı kilim ithal eden ülkeler içinde ikinci sırada olan Birleşik Krallıktır ve üçüncü ortak ülke de ithalatta üçüncü sırada gelen Almanya'dır. İlk on ülke içinde üç ülke ortaktır ve bu ülkeler bu pazardaki önemli ülkelerdir. Türkiye'nin ABD'ye yaptığı ihracat yaklaşık 665 milyon dolar, Çin'in yaptığı ihracat ise 522 milyon dolardır. Almaya ve İngiltere için de değerler birbirine yakındır. Çin'in ihracatının zayıflaması durumunda yalnızca bu ülkelerdeki payların Türkiye'nin pazarı olması bu ülkelerde ihracatın yaklaşık iki katına çıkması anlamına

gelmektedir. Bu aşamada Çin mallarına karşı olan talebin ne oranda düşeceğine dayalı senaryolar kurularak potansiyel pazar hesaplanabilir.

Tablo 3. Örme Eşya Sektörü Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
İtalya	13.9	209.460	13	Vietnam	20.7	3.864.178	1
Bulgaristan	11.4	171.913	31	Kamboçya	8.5	159.3303	2
Rusya	7.7	116.079	21	Hong Kong	7.2	1.350.983	4
Belarus	5.6	84.835	43	Bangladeş	5.4	1.006.580	6
Mısır	4.6	69.354	11	Endonezya	4.2	780.527	3
Kırgızistan	3.9	59.241	71	Myanmar	3.4	630.093	9
Yunanistan	3.7	56.303	41	Hindistan	3	554.357	15
Sırbistan	3.7	56.087	58	ABD	2.7	511.980	7
Romanya	3.5	53.424	27	Mısır	2.7	499.649	11
Polonya	3.4	51.549	40	Pakistan	2.4	439.793	16
Toplam:	61,4				60,2		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Örme Eşya sektöründe ilk on ülkenin payı hem Çin hem de Türkiye'de yaklaşık %60'lık bir orana denk gelmektedir. Bu %60'lık oran içinde ortak ülke Mısır'dır. Dikkate değer başka bir bilgi Türkiye'nin Mısır'a ihracatı 69 milyon dolarken Çin'in ihracatının, Türkiye'nin 7 katı kadar fazla olduğu ve bu büyüklük dikkate alındığında yalnızca Mısır'a olan ihracattaki artışın bile bu sektör için büyük atılım olacaktır. %60'lık pay içinde yalnızca Mısır'ın ortak olduğu ve ihracat yapılan ülkelerin bölgesel yakınlığa sahip olan ülkeler olduğu göze çarpmaktadır. Bu sektörde Çin'den doğacak bir talep artışını karşılamak için sektör değerlendirilmesi gerekir. Ayrıca ihracat değerleri karşılaştırıldığında Çin'in pazar büyüklüğü ihracatın ne kadar artırılacağı konusunda ipucu veriyor.

Tablo 4. Örme Eşya Aksesuarı Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
Almanya	19.4	1.759.243	2	ABD	23.9	17.058.937	1
Birleşik Krallık	13.9	1.265.394	4	Japonya	10.7	7.644.577	3
İspanya	10.9	987.211	7	Kore	3.7	2.633.320	13
Hollanda	6.1	555.710	6	Almanya	3.5	2.504.572	2
Fransa	5.2	472.555	5	Birleşik Krallık	3.4	2.429.664	4
Irak	4.6	418.037	36	Hong Kong	3.2	2.256.063	10
İtalya	3.3	298.081	8	Filipinler	2.6	1.851.771	62
ABD	2.2	198.107	1	Avusturalya	2.5	1.813.228	17
Belçika	2.1	188.220	11	İspanya	2.4	1.723.911	7
Polonya	1.8	167.302	12	Fransa	2.4	1.682.837	5
Toplam:	69,5				58,3		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Örme eşya aksesuarı ihracatında ilk on ülke ABD ve Avrupa ülkeleri ve coğrafi yakınlığı olan ülkelerdir. Türkiye özellikle Avrupa ülkelerin ihracat yaparken komşusu Irak da listede yer almaktadır. Aynı şekilde Çin'de Avrupa ve ABD'ye ihracat yaparken komşusu Japonya ve Hong Kong'a da ihracat yapmaktadır. Özellikle ABD'ye yapılan ihracatlar açısından tutarlar arasındaki fark çok büyüktür. ABD'ye Türkiye 198 milyon dolarlık mal ihraç ederken Çin 17 milyar dolarlık mal ihraç etmektedir. Çin mallarında olan talepte yaşanacak bir düşüşün bu sektörde Türkiye'ye olan talebi arttıracığı kuşku götürmez bir gerçektir. Sıralama sütunu incelenirse Türkiye'nin ihracatta birinci olan ABD ve ikinci olan Almanya'ya; Çin'in de bu iki ülkeye ek olarak üçüncü olan Japonya'ya da ihracat yaptığı görülmektedir. Türkiye'nin Japonya ya da Kore'ye ihracata başlayabilmesi ve Çin'in payını alması uzun vadede ülke ekonomisi için de hem gelir hem istihdam artırıcı olacaktır. Burada sektörün maliyetleri, girdileri, nakliye giderleri ve ülkelerin vergi kanunları gibi konuların göz ardı edildiğini unutmamak gerekir.

Tablo 5. Özel dokunmuş Mensucat Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
Belarus	7,3	30.696	43	Hong Kong	10,4	535.090	3
Bulgaristan	7,2	30.265	41	Vietnam	10,3	544.239	1
Birleşik Krallık	5,9	24.816	8	Filipinler	7	358.287	26
Polonya	5,6	23.713	13	ABD	6,1	305.523	2
Almanya	5,1	21.596	11	Bangladeş	5,9	311.233	4
ABD	4,6	19.319	2	Nigeria	4,3	230.645	71
İtalya	3,9	16.365	9	Endonezya	3,5	182.038	6
Fas	3,4	14.231	17	Türkiye	2,9	153.014	16
Rusya	3,3	13.994	27	Kamboçya	2,9	155.926	10
Özbekistan	2,9	12.418	58	Birleşik Arap Emirlikleri	2,4	127.502	15
Toplam:	49,2				55,7		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Özel Dokuma Kumaş Mensucat sektöründe yaklaşık %5'lik paya sahip ABD tek ortak ülkedir ve Çin ile Türkiye'nin bu ülkeye yaptığı ihracat değerleri arasında da yüksek bir fark bulunmaktadır. Türkiye ABD pazarına Çin kadar hakim olamamıştır. Ayrıca Türkiye'nin Çin'den ithalat yapan ülkeler arasında olduğu da görülmektedir. Ele alınan ihracat yapılan ilk on ülke dışında da ihracat yapılan ülkeler vardır ve bu ülkeler arasında ortak ülke olması da olasıdır, ancak ihracatın büyük bölümünü sağlayan ülkeler açısından benzerlik çok azdır. Bu zayıf bir yön olmasının yanında bir fırsattır da. Türkiye'nin Çin'le rekabet edemediği ülkelerde Çin'den yapılan ithalatta bir düşüş yaşanırsa bu ülkeleri ihracat pazarına katmak için Türkiye'ye bir fırsat doğabilir.

Tablo 6. Sentetik ve Suni Devamsız Lifler Sektörü Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
İtalya	9,5	7	105.376	Vietnam	14,1	1.749.634	1
İspanya	8,3	12	92.438	Bangladeş	9,8	1.213.562	5
Serbest Bölgeler	5,4	85	59.806	Endonezya	4,3	534.926	8
ABD	5,2	4	57.861	Brazil	4,3	534.370	10
Birleşik Krallık	5	21	55.228	Pakistan	3,8	474.694	15
Almanya	4,5	6	50.408	Hindistan	3,8	465.219	9
Bulgaristan	4,5	39	50.237	Myanmar	3,7	452.633	22
Romanya	3,9	27	42.733	ABD	2,8	348.802	4
Rusya	3,7	17	41.559	Türkiye	2,4	291.508	3
Fas	3,6	11	39.468	Mısır	2,3	281.574	23
Toplam:	53,6				51,3		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Sentetik ve Suni Devamsız Lifler sektörü ihracat noktalarının coğrafi yakınlığa bağlı olarak belirlendiği bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sektörde de lojistik, nakliye, maliyetler vb. şeyler dikkate alınarak yeni pazarlar elde edilebilir. Ayrıca Türkiye bu sektörde Çin'den ithalat yapan ülkeler arasındadır ve dünyada en çok ithalat yapan ülkeler arasında üçüncü sıradadır. Bu sektörün üretiminin ne kadarı için ithal girdi kullandığı ya da bu ithalatın nedenleri araştırılmalı ve elde edilen bilgiler ışığında sektör hakkında karar verilmedir.

Tablo 7. Dokunabilir Maddelerden Hazır Eşya Sektörü Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
Almanya	23,5	473.539	2	ABD	31,6	8.815.905	1
ABD	12	242.160	1	Japonya	9,4	2.616.008	3
Fransa	5,8	116.182	4	Almanya	4,1	1.147.251	2
İtalya	4,3	86.630	10	Birleşik Krallık	4	1.120.295	5
Birleşik Krallık	4,2	85.591	5	Avusturalya	3,1	853.047	8
Hollanda	4	79.825	6	Kanada	2,4	666.668	7
Irak	2,8	56.305	33	Hollanda	2,1	589.339	6
İspanya	2,6	52.324	9	Kore	2,1	582.914	13
Avusturya	2,2	43.943	17	Fransa	1,9	534.176	4
Suudi Arabistan	2,1	41.426	25	Rusya	1,8	504.260	14
Toplam:	63,5				62,5		

Kaynak:<https://www.trademap.org/>

Dokunabilir Maddelerden Hazır Eşya sektörü, Örme Eşya Aksesuarı sektörüne benzer bir yapıya sahiptir. İhracatın %60'dan fazlası on ülke ile gerçekleştirilmektedir. Hem ortak pazarlar hem de açılacak yeni pazarlar içermektedir. Yeni pazarlara uzaklık faktörü dikkate alınmalıdır. Ortak ülkelerin en önemli ihracatçı ülkeler olması ve Çin'in bu ülkelere yaptığı ihracatın Türkiye'nin çok üzerinde olması bu sektörün büyümeye ne kadar elverişli bir sektör olduğunu göstermektedir. Ayrıca ihracat değerleri ortak ülkelerde Çin'in sahip olduğu pazarın Türkiye'den çok daha üzerindedir. Aradaki yüksek fark Türkiye'nin üretim kapasitesi ile ilgili olduğu gibi, tedarik zinciri, maliyetler ya da ürün tutundurma ile ilgili de olabilir. Sıraladığımız nedenlere bağlı olarak genişleme potansiyeli incelenmelidir.

Tablo 8. Demir ve çelik Sektörü Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
İtalya	87	860.090	4	Kore	13	5.139.942	5
İsrail	77	763.811	42	Vietnam	92	3.646.199	13
İspanya	65	648.607	14	Thailand	6	2.374.809	8
Yemen	48	481.877	71	Endonezya	52	2.049.988	18
Mısır	42	420.549	34	Filipinler	49	1.916.256	27
Romanya	38	375.535	28	Hindistan	35	1.376.596	11
Fas	33	330.395	43	Japonya	3	1.199.790	17
Singapur	33	324.995	32	İtalya	27	1.077.627	4
Irak	24	241.576	80	Malezya	25	987.197	19
Belçika	23	224.893	7	Suudi Arabistan	25	976.370	26
Toplam:	47				52,5		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Tablo 1’de Demir Çelik sektörünün ve Demir veya Çelikten Eşya sektörünün ne kadar yüksek bir değer sahip olduğunu görmüştük. İki sektör büyüklüğü nedeniyle önemle üstünde durulması gereken sektörlerdir. Demir çelik sektöründe tek ortak ülke dünya ihracatında dördüncü sırada olan İtalya’dır . Çin’den yapılan ithalatta yaşanacak bir azalma veya durma durumunda Türkiye için rahatlıkla kazanılabilecek bir pazardır. Bu aşamada Türkiye’nin 2019 yılı Demir Çelik sektörü ithalatının 9,9 milyar Çin’in ise 66,8 milyar olduğu unutulmamalıdır. %2’lik payın değeri oldukça yüksektir. Diğer ülkeler uzaklık faktörünün yaratacağı maliyete bağlı olarak yeni pazar fırsatları sağlayabilir.

Tablo 9. Demir veya Çelikten Eşya Sektörü Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
Almanya	9,5	614.639	2	ABD	14,4	9.999.966	1
Birleşik Krallık	6,7	435.111	4	Japonya	5,3	3.695.263	9
Romanya	5,8	377.268	29	Kore	4,4	3.040.751	10
Irak	5,5	359.817	40	Vietnam	3,4	2.341.894	26
İtalya	3,2	209.839	12	Almanya	3,1	2.125.860	2
ABD	3,2	206.037	1	Avustralya	3	210.3745	20
Fransa	3	197.193	3	Endonezya	3	2.059.141	22
İsrail	3	193.683	51	Hindistan	2,9	204.2731	17
Serbest Bölgeler	2,1	139.186	126	Malezya	2,6	184.3169	30
Mısır	2,1	135.082	45	Birleşik Krallık	2,5	1.750.205	4
Toplam:	44,1				46,4		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Demir veya çelikten eşya sektörünün durumu da yapısal olarak demir çelik sektörü ile benzer bir durumdur. Ancak sektör özelinde ihracat yapılan ülkeler farklıdır. Çin ile karşılaştırıldığında da üç ortak ülke yer almaktadır ve bu üç ortak ülke Türkiye'nin yaklaşık %18'lik ihracatına; Çin'in ise yaklaşık %20'lik ihracatına sahiptir. Türkiye yalnızca bu ülkelerde Çin'in yaptığı Demir veya Çelikten Eşya sektörü ihracatının %20'sine sahip olan ülkelere ihracat yapan bir diğer ülke olarak Çin yerine tercih edilebilecek bir ülke olarak yer almaktadır.

Tablo 10. Motorlu kara taşıtları Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
Fransa	12,4	3.165.878	6	ABD	19,3	14.318.691	1
Almanya	11,8	3.027.830	2	Japonya	5,9	4.383.106	14
İtalya	10,7	2.734.827	9	Meksika	5,3	3.958.727	8
Birleşik Krallık	8,5	2.173.175	4	Almanya	3,7	2.772.227	2
İspanya	6	1.520.964	10	Rusya	2,9	2.157.595	15
Slovenya	4,4	1.132.072	34	Korea	2,4	1.802.099	19
Hollanda	4	1.028.377	11	Filipinler	2,4	1.755.061	32
Belçika	3,9	1.005.277	7	Birleşik Krallık	2	1.487.268	4
Polonya	3,7	953.348	13	Vietnam	2	1.461.599	40
ABD	3,7	952.793	1	Malezya	2	1.451.648	41
Toplam:	69,1				47,9		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Motorlu Kara Taşıtları sektörü incelenirken diğer kara taşıtları ve bunların aksam, parça ve aksesuarlarını da kapsadığı unutulmamalıdır. Otomobil ve kara taşıtı ihracatı çok daha karmaşık bir süreçken aksesuar ve parçalar daha kolay üretilebilmektedir. Bu sektörde de birçok ortak ülke ve yeni pazar bulunmakla birlikte; otomotiv sektörü tüketici tercihleri ve marka alışkanlıklarına bağlı bir sektördür. Çin'in ithalatın azalması bir fırsat doğuracaktır ancak sektörün yapısı gereği bu fırsatın kısa vadede nasıl değerlendirilebileceği başka bir araştırmanın konusudur.

Tablo 11. Mobilya Sektörü Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
Irak	15,2	528.749	36	ABD	27,8	27.663.912	1
Almanya	6,8	237.255	2	Japonya	5	5.022.828	6
Suudi Arabistan	6	210.539	26	Birleşik Krallık	5	5.022.375	3
Libya	5,9	207.019	63	Almanya	4,5	4.448.436	2
ABD	4,6	160.191	1	Avusturalya	3,3	3.328.957	9
Fransa	4,5	156.095	4	Kanada	3,3	3.313.410	5
İsrail	3,6	124.893	37	Kore	2,9	2.913.947	18
Birleşik Krallık	3,2	112.136	3	Hollanda	2,8	2.736.906	7
Katar	3	105.035	47	Malezya	2,7	2.649.024	38
Romanya	2,6	91.601	30	Singapur	2,6	2.601.397	35
Toplam:	55,4				59,9		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Mobilya sektörü Türkiye'nin ihracat pazarının düşük olduğu ancak Çin'in çok yüksek bir paya ve değere sahip olduğu sektörlerdendir. Bu sektör ihracat pazarında Çin'in yerini alır ve tutunursa yaratılacak gelir ve istihdam çok yüksek olacaktır. Bu sektörde de iki ülke de ABD ve Avrupa ülkelerinin yanında coğrafi yakınlığı olan ülkelere ihracat yapmaktadır. Türkiye ve Çin sıralamada mobilya sektörü ihracatında birinci olan ABD'ye ihracat yapmaktadır. Çin'in mobilya sektörü ihracatının 99 milyar dolar olduğu göz önüne alınırsa yalnızca ABD pazarında artış yakalayabilmek bile sektör için büyük kazanım olacaktır.

Tablo 12. Tuz, Kükürt, Çimento Sektörü Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
Çin	28,9	790.109	1	Japonya	16,5	544.102	6
ABD	8,7	238.350	2	Hong Kong	10,9	360.434	18
Hindistan	5	136.948	3	ABD	10,5	347.770	2
İtalya	4,6	124.578	7	Kore	10,3	340.763	12
İspanya	4,5	122.785	14	Taipei, Çin	5,4	177.939	13
İsrail	4,5	122.694	27	Hollanda	4,6	151.498	5
Gana	3,4	92.809	61	Hindistan	4,6	151.297	3
Serbest Bölgeler	2,9	79.144	79	Endonezya	3,1	103.941	30
Côte d'Ivoire	1,9	53.236	71	Malezya	2,9	94.415	25
Rusya	1,8	49.580	17	Tayland	2,5	83.348	31
Toplam:	66,2				71,3		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Tuz, Kükürt ve Çimento sektöründe dünya ihracatında Türkiye'nin ikinci ve Çin'in birinci ülke olduğunu görmüştük. Bu sektörde iki ülke birbirlerinin en önemli rakipleridir. Bu nedenle bu sektörde Türkiye'den ve Çin'den ithalat yapan ülkeleri inceledik. İlk göze çarpan Çin'in Türkiye'den Tuz, Kükürt ve Çimento sektöründe ithalat yaptığı ve bu ithalatın Türkiye ihracatındaki payının %28 olmasıdır. Çin'in Türkiye'den yaptığı bu ithalatın yapısı sektörle ilgili ileriye yönelik planların daha doğru yapılabilmesi için araştırılmalıdır. Ortak ülke sayısı hem az hem de bu ortak ülkelere yapılan ihracat miktarları birbirine çok yakındır. Çin'in iki ülkeye ihracatındaki azalışın Türkiye tarafından karşılanması kolay olduğu gözükmektedir. Diğer ülkeler ise yeni fırsatlar için değerlendirilebilir.

Tablo 13. Plastik ve Mamulleri Sektörü Türkiye ve Çin İhracat Yaptığı Ülkeler

Türkiye				Çin			
Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra	Ülke	Pay	İhracat Değeri (Bin ABD Doları)	Sıra
Irak	8,6	529.913	66	ABD	20,4	17.198.599	2
Almanya	6,8	417.724	3	Japonya	5,3	4.486.903	11
Birleşik Krallık	4,8	294.242	8	Vietnam	4,8	4.079.834	13
İsrail	4,6	284.466	41	Hong Kong	3,9	3.252.665	23
Romanya	3,7	227.547	32	Hindistan	3,8	3.213.131	12
İtalya	3	185.378	6	Kore	3,4	2.885.712	17
ABD	3	185.340	2	Malezya	2,9	2.425.012	21
İspanya	2,9	178.588	15	Birleşik Krallık	2,8	2.369.336	8
İran	2,9	177.653	72	Avusturalya	2,7	2.238.960	29
Rusya	2,8	172.072	18	Tayland	2,5	2.146.885	19
Toplam:	43,1				52,5		

Kaynak: <https://www.trademap.org/>

Plastik ve Mamulleri sektörü Tablo 1’de %1’lik payının yaklaşık 6 milyar gibi yüksek bir değere eşit olması ile dikkatimizi çekmişti. Bu sektörde de ortak ülke yalnızca iki tane olmasına karşın, değerler incelendiğinde Çin’in ABD’de sahip olduğu pazar büyüklüğü yaklaşık Türkiye’nin 90 katı; İngiltere’de ise yaklaşık 8 katıdır. Yalnızca bu iki ülke üzerine odaklanarak elde edilecek ihracat bile sektör için çok yüksek bir büyüme ve istihdam olanağı sağlayacaktır.

Bu sonuçlar belirtilen sektörler öncelikli olarak değerlendirilebilir. Bu sektörler potansiyeli daha fazla olan ya da desteklendiğinde yüksek ihracat rakamlarına ulaşacak sektörlerdir.

5. SONUÇ

COVID-19 salgını tüm dünyada ekonominin her alanında etkisini hissettirdi. Birçok ülke Gayri Safi Milli Hasıla’sının büyük bir bölümünü COVID-19 önlem paketlerine ayırdı. Dünya ekonomilerinde işgücü, sermaye, mal piyasaları üzerinde etkisi hala süren bu salgının Türkiye ekonomisini de etkilememesi düşünülemezdi.

Konuyu tartışan araştırmacılar, salgının Çin’de yarattığı negatif etkinin Türkiye ihracatında bazı sektörlerde bir büyümenin nedeni olup olamayacağını tartıştılar. Çin’den

yapılan ithalatın azalacağı insanların Çin ürünlerini almamayı terci edeceği üzerine de fikirler öne sürüldü. Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar ve bu yazıda da belirttiğim bir anket de bu eğilimi doğruluyor. Tüketicilerin böyle bir tercih yapması olasılığı, dünya bu virüsü atlatıp yeniden ekonominin çarkları dönmeye başladığında, eğer Çin'in ihracatı azalırsa; Türkiye'nin hangi sektörlerde oluşacak talebi karşılayacak ülke olabileceğini araştırmayı gerekli kılıyor.

Bu raporda Türkiye'nin dünya ihracatında %0,9'un üzerinde paya sahip olduğu sektörler için yukarıda bahsedilen araştırma belli kısıtlar dahilinde ve konu ile ilgili seçilen veriler kullanılarak ele alındı. Öncelikle bu sektörlerde dünyada yapılan toplam ihracatın ne kadarının Türkiye tarafından yapıldığı hem mutlak olarak hem de oransal olarak elde edildi. Ardından aynı sektörler için Çin'in değerleri elde edilerek sektörler iki ülke temelinde karşılaştırıldı. Bu karşılaştırma sonrası önem taşıdığı düşünülen sektörler için bu sektörlerin ihracat yaptığı ilk on ülke hem Türkiye hem de Çin için elde edildi. Son aşamada sektördeki ülkelerin pazar değerleri ve pazar payları iki ülke için karşılaştırmalı olarak incelendi.

Elde edilen sonuçlar maliyet, girdi, hammadde, üretim potansiyeli ve rakip ülkelerin durumu vb. gibi etkenler dikkate alınmadan yalnızca kullanılan veriler kapsamında değerlendirildi. Bu değerlendirme sonucunda birçok sektörün farklı açılardan fırsata sahip olduğu saptandı.

Özellikle Motorlu Kara Taşıtları sektörünün ihraç ettiği ürün değeri açısından diğer sektörlerden çok daha yüksek bir değere sahip olduğu görülmektedir. Bu yönüyle bu sektörün desteklenmesi için politikalar üretilmesi yararlı olacaktır. Halı Kilim sektörü dünya ihracatında Türkiye'nin %16'lık payla dünyanın ikinci ihracatçı olduğu bir sektör olması nedeniyle uzun vadeli planlar yapılması gereken bir sektördür. Çin bu sektörde birinci ülkedir ve Türkiye ile ihracat değerleri arasındaki fark da yaklaşık 500 milyon dolardır. Bu veriler ışığında Türkiye'nin pazara hakim olduğu sektörlerden biri olarak araştırmamızda seçilen sektörler arasına girmiştir. Bu özelliğe sahip bir diğer sektör ise Tuz, Kükürt, Çimento sektörüdür. Demir Çelik ve Demir veya Çelikten Eşya sektörleri de ihracat tutarları yüksek ancak Çin ile kıyaslandığında dünya ihracatında oranı düşük sektörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Büyüklüğü nedeniyle bu sektörlerde ihracattaki 1 puanlık bir artış bile parasal olarak yüksek gelir getirici etki yapacaktır.

Son analizde; seçilen sektörlerde yapılan ihracatın hangi ülkelere yapıldığı, bu ülkelerin ihracat değerleri ve Türkiye ihracatı içindeki ve Çin ihracatı içindeki payları

karşılaştırmalı olarak ele alındı. Hangi sektörde pazara girmenin daha kolay ya da pazar fırsatlarının daha yüksek olduğu incelendi.

KAYNAKÇA

Bayar, A. A., Günçavdı, O., Levent, H. (2020). COVID-19 Salgınının Türkiye'de Gelir Dağılımına Etkisi ve Mevcut Politika Seçenekleri. İstanbul Politik Araştırmalar Enstitüsü Politika Raporu, 2020-007.

Ceyhun E., Başbuğ, G. (2020), COVID-19 Pandemisinin Yol Açtığı Ekonomik Krize Karşı Açıklanan Ekonomik Teşvik Paketleri: Bir Karşılaştırma Ve Türkiye Örneği, İstanbul Politik Araştırmalar Enstitüsü Politika Raporu, 2020-007.

Elgin, C., Basbug, G., Yalaman, A. (2020) Covid-Economics Economic Policy Responses to a Pandemic: Developing the COVID-19 Economic Stimulus Index. Covid Economics: Vetted and Real Time Papers, 3, 40-54

Özatay, F. (2020). Ekonomik küçülmenin boyutu için bir hesaplama. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/ekonomik-kuculmenin-boyutu-icin-bir-hesaplama/467025>

Sak, G. ve F. Özatay (2020). COVID-19 Nedeniyle Sokağa Çıkma Yasağı Uygulanırsa. https://www.tepav.org.tr/upload/files/1585713990-3.COVID_19_Nedeniyle_Sokaga_Cikma_Yasagi_Uygulanirsa.pdf

Trademap (2020). <https://www.trademap.org> (Erişim Tarihi : 25.04.2020)

COVID-19 Salgını Ardından Türkiye İhracat Sektörlerinde Çin'e Karşı Hangi Sektörlerde Rekabet Avantajı Sağlayabilir?
Nisan 2020

EK

Kod	Tanım	Kısaltma
07	Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular	Yenilen sebze
08	Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler	Yenilen meyveler
11	Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday gluteni	Değirmencilik ürünleri
14	Örölmeye elverişli bitkisel maddeler, tarifinin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan bitkisel ürünler	Örölmeye elverişli bitkisel maddeler
15	Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar, yemeklik katı yağlar, hayvansal ve bitkisel mumlar	Hayvansal ve bitkisel yağlar
17	Şeker ve şeker mamulleri	Şeker ve şeker mamulleri
18	Kakao ve kakao müstahzarları	Kakao ve kakao müstahzarları
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	Hububat, un, nişasta
20	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar	Sebzeler, meyveler.
24	Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler	Tütün ve benzeri işlenmiş maddeler
25	Tuz, kükürt, topraklar ve taşlar, alçılar, kireçler ve çimento	Tuz, kükürt, çimento
28	İnorganik kimyasallar, kıymetli metal, radyoaktif element, metal ve izotopların organik-anorganik bileşikleri	İnorganik kimyasallar
32	Debagatte ve boyacılıkta kullanılan hülusalalar, tanenler, boyalar, pigmentler, vb. vernikler, vb. macunlar, mürekkepler	Boyacılıkta kullanılan hülusalalar
34	Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler, yıkama-yağlama müstahzarları, mumlar, bakım müstahzarları, dişçilik müstahzarları	Sabunlar, yüzey-aktif organik maddeler
39	Plastikler ve mamulleri	Plastikler ve mamulleri
40	Kauçuk ve kauçuktan eşya	Kauçuk ve kauçuktan eşya
41	Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler	Ham postlar, deriler ve köseleler
43	Kürkler ve taklit kürkleri, bunların mamulleri	Kürkler ve taklit kürkleri
48	Kağıt ve karton, kağıt hamurundan, kağıttan veya kartondan eşya	Kağıt ve karton.
52	Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat	Pamuk
53	Dokumaya elverişli diğer bitkisel lifler, kağıt ipliği ve kağıt ipliğinden	Dokumaya elverişli diğer bitkisel lifler
54	Sentetik ve suni filamentler, şeritler ve benzeri sentetik ve suni dokumaya elverişli maddeler	Sentetik ve suni filamentler
55	Sentetik ve suni devamsız lifler	Sentetik ve suni devamsız lifler
56	Vatka, keçe ve dokunmamış mensucat, özel iplikler, sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamul eşya	Vatka ve keçe
57	Hahırlar ve diğer dokumaya elverişli maddelerden yer kaplamaları	Halı kilim

COVID-19 Salgını Ardından Türkiye İhracat Sektörlerinde Çin'e Karşı Hangi Sektörlerde Rekabet Avantajı Sağlayabilir?

Nisan 2020

58	Özel dokunmuş mensucat. tuftedilmiş dokunabilir mensucat.dantela.duvar halıları. şeritçi ve kaytancı eşyası. işlemler	Özel dokunmuş mensucat.
59	Emdirilmiş. sıvanmış. kaplanmış veya lamine edilmiş dokunabilir mensucat. dokunabilir maddelerden teknik eşya	Dokunabilir mensucat
60	Örme eşya	Örme eşya
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	Örme eşya aksesuarı
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	Örülmemiş eşya ve aksesuarı
63	Dokunabilir maddelerden hazır eşya. takımlar. kullanılmış giyim ve dokunmuş diğer eşya. paçavralar	Dokunabilir maddelerden hazır eşya
68	Taş. alçı. çimento. amyant. mika veya benzeri maddelerden eşya	Taş. alçı. çimento
69	Seramik mamulleri	Seramik mamulleri
70	Cam ve cam eşya	Cam ve cam eşya
71	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar. kıymetli metaller. inciler. taklit mücevherci eşyası. metal paralar	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar
72	Demir ve çelik	Demir ve çelik
73	Demir veya çelikten eşya	Demir veya çelikten eşya
74	Bakır ve bakırdan eşya	Bakır ve bakırdan eşya
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşya	Alüminyum ve alüminyumdan eşya
83	Adi metallerden çeşitli eşya (kilit. kasa. mobilya tertibatı. vb.)	Adi metallerden çeşitli eşya (
87	Motorlu kara taşıtları. traktörler. bisikletler. motosikletler ve diğer kara taşıtları. bunların aksam. parça. aksesuarı	Motorlu kara taşıtları.
93	Silahlar ve mühimmat. bunların aksam. parça ve aksesuarı	Silahlar ve mühimmat
94	Mobilyalar. yatak takımları. aydınlatma cihazları. reklam lambaları. ışıklı tabelalar vb. prefabrik yapılar	Mobilyalar
96	Çeşitli mamul eşya (hijyenik havlu. bebek bezi. kalem. çakmak. fermuar. fırça vb.)	Çeşitli mamul eşya