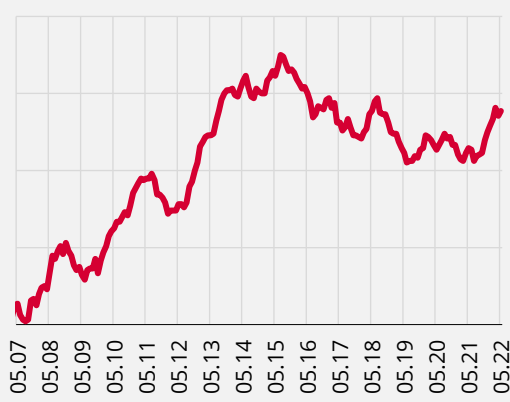


Kutu 2.4

Türkiye'nin İhracat Çeşitliliğinin Gelişimi

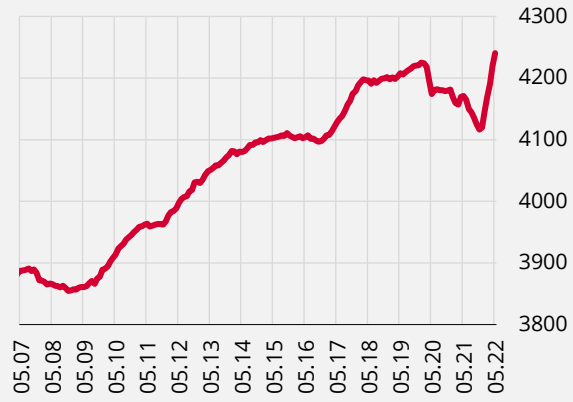
Küresel finansal kriz öncesi dönemde Türkiye'nin ihracat gerçekleştirdiği ülke sayısı 2006 yılında ortalama 215 iken pazar çeşitlendirmesindeki artışla birlikte 2014 yılında 230'a ulaşmıştır (Grafik 1).¹ Söz konusu ülke sayısı 2022 yılının ilk beş ayı itibarıyla ortalama olarak 227'dir. Ürün çeşitlendirmesi açısından bakıldığında 2006 yılında Türkiye GTIP-6 sınıflandırmasına göre ortalama 3841 ürünün ihracatını gerçekleştirirken 2022 yılında ortalama ihraç edilen ürün sayısı 4240'a çıkmaktadır (Grafik 2). İhraç edilen toplam ürün sayısındaki bu artış Türkiye'nin üretim ve rekabet gücünün arttığı şeklinde değerlendirilmektedir.

Grafik 1: Türkiye'nin İhracat Gerçekleştirdiği Ülke Sayısı (12-Aylık Hareketli Ortalama)



Kaynak: Ticaret Bakanlığı, TCMB.

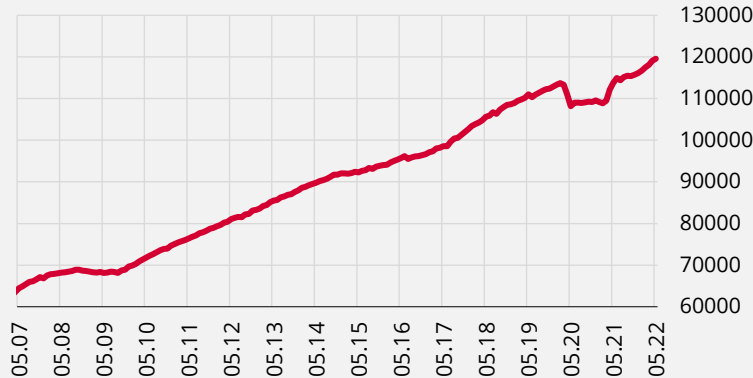
Grafik 2: Türkiye'nin İhracat Gerçekleştirdiği Ürün Sayısı (12-Aylık Hareketli Ortalama)



Kaynak: Ticaret Bakanlığı, TCMB.

Ülkelere satılan ürünler üzerinden gerçekleştirilen ihracata bakıldığında 2006 yılında ortalama 60,183 "ülke x ürün" çeşitliliğinin 2022 yılında ortalama 119,574 seviyesine ulaştığı görülmektedir (Grafik 3). Bu çerçevede, Türkiye, ihracatının pazar ve ürün çeşitlendirilmesinde farklı ülkelere ihraç edilen ürün çeşidi açısından ilerleme kaydetmiştir. Pazar ve ürün çeşitlendirmesi ülkelerin belirli ürün ve pazarlara bağımlılıklarını azaltarak dış ticaretlerinin çeşitli risklere (salgın, bölgesel çatışmalar, emtia fiyatları kaynaklı talep şokları vb.) karşı duyarlılığını azaltmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'nin ihracatının 2006 yılından günümüze pazarlara erişebilme gücü ve ürün çeşitliliğinde artışa giderek dış ticaret şoklarına karşı sağlamlığını artırdığı değerlendirilmektedir.

Grafik 3: Türkiye'nin İhracat Gerçekleştirdiği Ürün-Ülke Sayısı (12-Aylık Hareketli Ortalama)

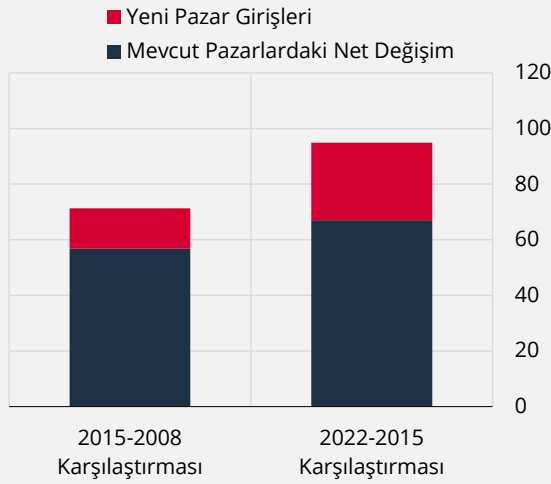


Kaynak: TCMB, Ticaret Bakanlığı.

¹ BM'ye üye ülkeler ve özerk/özel statüye sahip bölgeler dahildir.

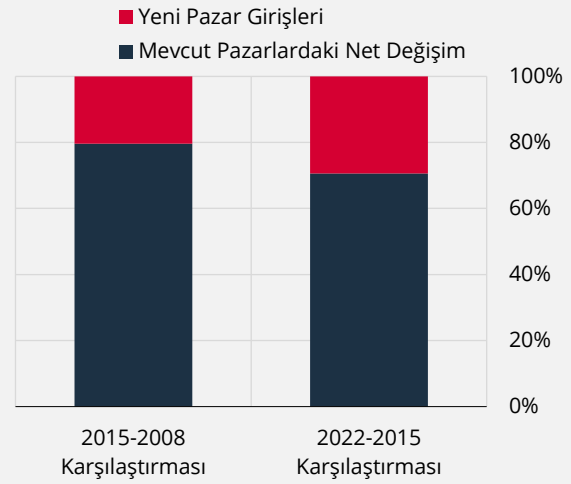
Türkiye'nin 2006 yılından günümüze gerçekleşen ihracat artışının kaynaklarını (mevcut pazarlardaki değişim ve yeni pazarlara giriş olarak) farklı dönemler itibarıyla ele almak mümkündür. Söz konusu zaman aralığının sonu, ortası ve başlangıcı şeklinde tanımlanan iki yıllık dönemlerin toplulaştırılması üzerinden gerçekleştirilen karşılaştırmada III. dönem (2020 Haziran – 2022 Mayıs) II. dönem (2013 Haziran-2015 Mayıs) ile II. dönem ise I. dönem (2006 Haziran – 2008 Mayıs) ile kıyaslanmıştır. Çalışma sonuçlarına göre Türkiye'nin ihracatı II. dönemde I. döneme göre toplam 71,3 milyar dolarlık bir artış gerçekleştirmiştir. Bahse konu 71,3 milyar dolarlık ihracat artışının yaklaşık 56,8 milyar dolarlık kısmı mevcut pazarlardaki artıştan kaynaklanırken 14,5 milyar dolarlık kısmı ise ürünler özelinde yeni pazarlara giriş kaynaklıdır. III. dönemde ise 2014-2015 periyoduna göre toplam 94,9 milyar dolarlık ihracat artışı gerçekleşmiştir. Bahse konu 94,9 milyar dolarlık ihracat artışının 67 milyar dolarlık kısmı mevcut pazarlardaki artıştan kaynaklanırken 27,9 milyar dolarlık kısmı ise ürünler özelinde yeni pazar girişlerini ifade etmektedir (Grafik 4). Türkiye ihracatının son 15 yıldaki değişiminin kaynakları ikişer yıllık dönemler halinde toplulaştırılarak incelendiği bu çalışmada ihracat artışının büyük kısmının mevcut pazarlar kaynaklı olduğu gözlemlenirken ürünler özelinde yeni pazarlara girişlerin toplam içindeki ağırlığının arttığı görülmektedir (Grafik 5).

Grafik 4: Türkiye İhracatında Değişimin Kaynağı (Ürün-Ülke, Dönemler Arası Karşılaştırma, Milyar Dolar)^{2, 3}



Kaynak: TCMB, Ticaret Bakanlığı.

Grafik 5: Türkiye İhracatında Değişimin Kaynağı (Ürün-Ülke, Dönemler Arası Karşılaştırma, %)



Kaynak: TCMB, Ticaret Bakanlığı.

Özetle, Türkiye'nin ihracatının bahse konu süreçte daha rekabetçi bir yapıya bürünerek ürün ve ülke çeşitlendirmesini artırdığı gözlemlenmektedir. Bu kazanımlar sayesinde ihracatın dış şoklara daha dayanıklı ve istikrarlı bir gelişme kaydederek önümüzdeki süreçte sürdürülebilir büyümeye katkısının artacağı değerlendirilmektedir.

² Çalışmada ihracat yoğunlaşması, bahse konu dönemler karşılaştırmasında GTİP-6 düzeyindeki bir ürünün belirli bir ülkede ihracatının artışı anlamına gelmekte iken yeni pazar girişleri bahse konu dönemler karşılaştırılmasında GTİP-6 düzeyindeki bir ürünün belirli bir ülkeye ihraç edilmeye başlanması anlamına gelmektedir.

³ Çalışmada gizli veri ve enerji verisi kapsam içinde yer almamaktadır.