

# te pav

türkiye ekonomi politikaları araştırma vakfı

## İhracat fiyatlarının artması pazar payını nasıl etkiler?

*Burcu Afyanoğlu*

*Ekonomi Politikaları Analisti*

*Doç. Dr. Ümit Özlale*

*Kamu Politikaları Eğitim ve Araştırma Enstitüsü  
Direktörü*

*TEPAV Değerlendirme Notu*

*Şubat 2011*

## İhracat fiyatlarının artması pazar payını nasıl etkiler?<sup>1</sup>

Giderek artan küresel rekabet ortamında Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı sektörlerdeki fiyat ve pazar payı hareketlerini anlamak ileriye dönük ihracat stratejileri oluşturmak açısından büyük önem kazanmaktadır. Rakiplerine göre fiyatlarını -kalite artışı gibi faktörlerden dolayı- daha fazla arttırıp pazar payını da koruyan (hatta arttıran) sektörlerin tespit edilmesi etkili bir ihracat stratejisi için de önemli ipuçları sağlayacaktır.

Bu politika notunun amacı ihracatımızın temelini oluşturan sektörlerde rekabetçiliğin nasıl geliştiğine ışık tutmak için ton başına görelî fiyatların ve pazar paylarının nasıl değiştiğini anlamaktır. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak en fazla ihracat yaptığımız ürünlerin sıralamasında son on yılda bir değişiklik olup olmadığına bakılmaktadır. Daha sonra bu sektörlerde rekabet ettiğimiz lider ülkelere oranla fiyatlarımızın ve pazar payımızın zaman içinde nasıl değiştiği incelenmektedir. Böylece, ihracatımızın temelini oluşturan sektörleri dört ana gruba ayırmak mümkün olmaktadır:

- 1) **Kazananlar:** Rekabet ettiğimiz ülkelere oranla fiyatlarımızı arttırırken pazar payımızı da arttırdığımız sektörler
- 2) **Fiyat Rekabeti Yapanlar:** Rekabet ettiğimiz ülkelere oranla fiyat azaltarak pazar payı kazandığımız sektörler
- 3) **Rekabetçi Niteliğini Yitirenler:** Rekabet ettiğimiz ülkelere oranla fiyatlarımızı arttırırken pazar payını kaybettiğimiz sektörler
- 4) **Kaybedenler:** Rekabet ettiğimiz ülkelere oranla fiyat azaltmamıza rağmen pazar payını kaybettiğimiz sektörler

Birim fiyat karşılaştırması yapabilmek için sektörler HS 1996 sınıflaması altında 6 basamak detayında incelenmiştir. Bu detayda ihracat bilgisi içeren BACI (BASE POUR L'ANALYSE DU COMMERCE INTERNATIONAL VERSION 1994-2007)<sup>2</sup> veri seti kullanılarak pazar payları ve görelî fiyat seviyeleri hesaplanmıştır. Söz konusu veri seti 2007 yılında sonlandığından analiz 1998-2007 yılları arasını kapsamaktadır.

### Son on yılda en fazla ihracat yaptığımız sektörlerin sıralaması

1998 ile 2007 yılları arasında Türkiye'nin en fazla ihracat geliri elde ettiği on sektör -altı basamak detayında- incelendiğinde ilk göze çarpan nokta fındık ve tütün gibi tarım ürünlerinin ilk on sektör içindeki yerini kaybetmesi ve motorlu kara taşıtlarının alt sektörleri ile bu yerleri doldurmasıdır (Tablo 1 ve Tablo 2). Bu sonuçlarla en fazla ihracat yaptığımız ürünlerin teknolojik yapısının geliştiğini söylemek de mümkündür.

- 
- Dr. Ümit Özlale, TEPAV Kamu Politikaları Eğitim ve Araştırma Enstitüsü Direktörü,  
<http://www.tepav.org.tr/tr/ekibimiz/s/1170/Umit+Ozlale +Dr.>

<sup>1</sup> Çalışmaya katkılarından dolayı TEPAV Stajyeri Engin Çangal'a teşekkür ederiz.

<sup>2</sup> Gaulier et Zignago (2010) "BACI: International Trade Database at the Product-level The 1994-2007 Version"  
<http://www.cepii.fr/anglaisgraph/workpap/pdf/2010/wp2010-23.pdf>

Öte yandan tekstil ve demir-çelik sektörleri geçtiğimiz on yılda önemini korumaya devam etmiştir. İhracatta bahsi geçen gelişmeler 2004 yılından itibaren daha da belirginleşmektedir.

Tablo 1: 1998 Yılında İhracatından En Çok Gelir Elde Edilen Sektörler

Sıra	Açıklama	Türkiye İhracatındaki Payı	Dünya Pazar Payı
1	Tişört, fanila, atlet vs. giyim eşyası; pamuktan (örme)	3.04%	9.19%
2	Süveter/kazak/hırka/yelek vs. pamuktan (örme)	3.02%	8.96%
3	Köşeli çubuklar (çentik, yiv, oluk vb şekil bozuklukları olan)	2.53%	26.80%
4	Renkli Televizyon alıcıları ve parçaları	2.49%	3.48%
5	Fındık (kabuksuz)	2.21%	79.18%
6	Tütün (saplı, damarlı)	1.75%	24.40%
7	Erkek/erkek çocuk için kısa pantolon, şort vs. pamuktan	1.38%	3.14%
8	Kadın/kız çocuk için pantolon, şort vs. pamuktan	1.20%	4.22%
9	Dizel/yarı dizel motorlu toplu yolcu taşıtları	1.05%	5.25%
10	Kadın/kız çocuk için pantolon, şort vs. pamuktan (örme)	1.04%	18.16%

Tablo 2: 2007 Yılı İhracatından En Çok Gelir Elde Edilen Sektörler

Sıra	Açıklama	Türkiye İhracatındaki Payı	Dünya Pazar Payı
1	Köşeli çubuklar (çentik, yiv, oluk vb şekil bozuklukları olan)	3.75%	26.84%
2	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	3.34%	0.74%
3	Tişört, fanila, atlet vs. giyim eşyası; pamuktan (örme)	2.44%	11.63%
4	Dizel/yarı dizel motorlu taşıtlar (taşıma kapasitesi < 5ton)	2.36%	5.97%
5	Renkli Televizyon alıcıları ve parçaları	2.04%	3.23%
6	Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1500cm <sup>3</sup> < silindir h.= < 3000 cm <sup>3</sup> )	1.90%	0.98%
7	Motorlu taşıt; dizel/yarı dizel (1500cm <sup>3</sup> < silindir h.= < 2500cm <sup>3</sup> )	1.87%	1.76%
8	Ham petrol(petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	1.83%	0.19%
9	Motorlu taşıt; dizel/yarı dizel (silindir hacmi= < 1500cm <sup>3</sup> )	1.33%	8.03%
10	Kadın/kız çocuk için pantolon, şort vs. pamuktan	1.29%	7.23%

### Ton başına fiyatlar diğer ülkelere nazaran artıyor mu?

2007 yılı için Türkiye'nin en fazla ihracat geliri elde ettiği 20 sektör Tablo 3'te sunulmaktadır. Söz konusu 20 sektör içerisinde birim fiyat karşılaştırmasına uygun olan 15 sektörün dolar bazında ton başına fiyatlarına bakıldığında analize konu olan tüm sektörlerde 2000-2007 arası dönemde birim fiyat artışları yaşandığı gözlenmektedir. Birim fiyat artışları kalite artışlarını yansıtabileceği gibi kur etkisinden, girdi maliyetlerindeki artıştan ya da incelenen sektöre özgü bir gelişmeden kaynaklanıyor olabilir. Bu nedenle sektörlerdeki küresel eğilimleri arındırarak fiyat artışlarını incelemek amacıyla dolar bazında birim fiyatlar yerine görece birim fiyat endeksi kullanılmıştır. Her sektör için hesaplanan görece birim fiyat endeksi (GBF), sektörde ton

başına ihracat fiyatlarının dünya pazarında ihracatta lider olan 10 ülkenin birim fiyatlarına yüzde oranıdır. Bu endeksin pozitif olması sektörün o yıl için söz konusu sektörde lider olan on ülkeden daha pahalıya mal sattığını göstermektedir. Endeks negatif olduğunda Türkiye söz konusu sektörde lider ülkelerden daha ucuza ihracat yapmaktadır.

Tüketicilerin kullanacakları ürün hakkında yeterli bilgileri olduğu varsayımı altında, aynı fiyata daha kalitesiz ürünleri satın almayacakları öngörüldüğünden uluslararası ticaret literatüründe görece birim fiyat endeksleri kalite göstergesi olarak sıklıkla kullanılmaktadır<sup>3</sup>. Ancak, literatürde genellikle görece fiyat endeksleri dünyadaki fiyatların ortalamasına göre hesaplanmaktadır. Çalışmada sektörlerin rekabet gücünün daha iyi ölçülebilmesi bakımından pazara hakim olan 10 ülkeye nazaran GBF endeksi hesaplanmıştır<sup>4</sup>.

Hesaplanan görece birim fiyat endekslerine göre en fazla ihracat geliri elde ettiğimiz ilk on beş sektörün dokuzunun görece fiyatlarında artış yaşanırken diğer sektörlerin görece fiyatlarını azalttıkları görülmektedir. Dolayısıyla, GBF endeksinin kalite göstergesi olarak da sayılabileceği düşünülürse, ihracatımızda önemli yer tutan sektörlerin çoğunda rakiplerimize göre son on yılda kalitemizi daha fazla arttırdığımız söylenebilir.

Tablo 3: 2007 Yılı İçin Türkiye'nin En Fazla İhracat Geliri Elde Ettiği 20 Sektör

Sıra	Tanım
1	Köşeli çubuklar (çentik, yiv, oluk vb şekil bozuklukları olan)
2	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar
3	Tişört, fanila, atlet vs. giyim eşyası; pamuktan (örme)
4	Dizel/yarı dizel motorlu taşıtlar (taşıma kapasitesi < 5ton)
5	Renkli Televizyon alıcıları ve parçaları
6	Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1500cm <sup>3</sup> < silindir= < 3000 cm <sup>3</sup> )
7	Motorlu taşıt; dizel/yarı dizel (1500cm <sup>3</sup> < silindir hacmi= < 2500cm <sup>3</sup> )
8	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)
9	Motorlu taşıt; dizel/yarı dizel (silindir hacmi= < 1500cm <sup>3</sup> )
10	Kadın/kız çocuk için pantolon, şort vs. pamuktan
11	Dizel/yarı dizel motorlu toplu yolcu taşıtları
12	Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1000cm <sup>3</sup> <1500 cm <sup>3</sup> )
13	Diğer kıymetli metal-kaplamalarından mücevherci eşyası
14	Dizel motorlar için aksam; parçalar
15	Erkek/erkek çocuk için kısa pantolon, şort vs. pamuktan
16	Sarıncılı gemiler (tankerler)
17	Süveter/kazak/hırka/yelek vs. pamuktan (örme)
18	Kara taşıtları için diğer aksam-parçaları
19	Altın (diğer işlenmemiş şekillerde olanlar, para yerine kullanılmayan)
20	Fındık (kabuksuz)

<sup>3</sup> "Trade Performance Indexes, Technical Notes", May 2007, International Trade Center.

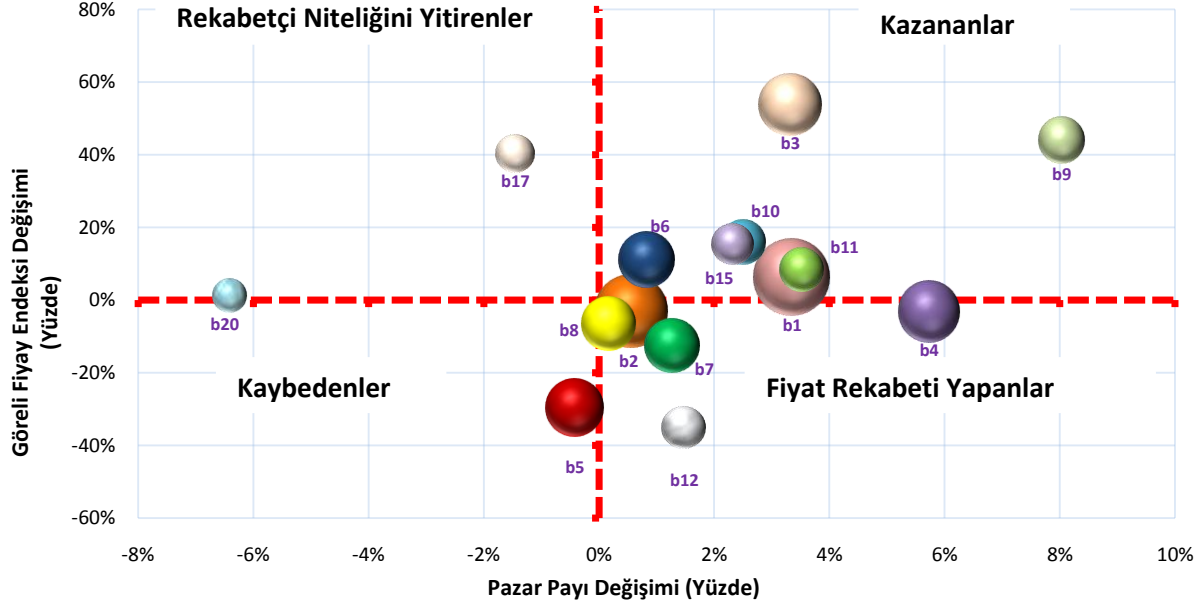
<sup>4</sup> Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar imalatı sektörü hariç analize konu olan tüm sektörlerde ilk on ülkenin dünyadaki pazar payı yüzde 60'ın üzerindedir.

## Görelî birim fiyat endeksleri ve pazar payları

Şekil 1a ve Şekil 1b'de Türkiye'nin ihrac ettiği ürünlerde 2000-2007 yılları arasında bir önceki bölümde değinilen görelî birim fiyat endeksi artışları ile pazar payı artışları karşılaştırılmıştır. Bu açıdan sektörleri dört ana grupta değerlendirmek mümkündür.

- **Kazananlar:** Görelî fiyatlarını ve pazar paylarını arttıran bu sektörlerin başında dizel motorlu taşıtlar imalatı ve pamuklu giyim eşyası imalatı sektörleri bulunmaktadır. Bu sektörleri köşeli çubuklar imalatı, dizel motorlu toplu yolcu taşıtları imalatı ve kıvılcım ateşlemeli motorlu taşıtlar (1500 < silindir = < 3000 cm<sup>3</sup>) imalatı sektörleri takip etmektedir. Girdi maliyetlerinin ve kur etkisinin yukarıda belirtilen bu sektörlerde, diğer ihracat yapılan sektörlerle oranla fazla değişiklik göstermeyeceği düşünülürse, bu kazanan sektörlerin daha kaliteli ürünler ürettiği ve/veya bu sektörlerde etkili politikaların uygulandığı iddia edilebilir. İleriye dönük doğru ihracat stratejilerin belirlenmesi için bu sektörlerin başarısının daha detaylı incelenmesi gerekmektedir.
- **Rekabetçi Niteliğini Yitirenler:** Görelî fiyatlarını arttırıp pazar payını kaybeden bu grupta örme tekstil ve fındık sektörleri bulunmaktadır. Söz konusu tekstil alt sektöründe Çin'in 2007 yılında %33,2'lik bir pazar payı ile ilk sırada yer almakta olduğu, Türkiye'nin yüzde 4,7'lik bir payla üçüncü olup düşük gelir grubundaki ülkelerle rekabet ettiği göz önünde bulundurulduğunda bu sektöre yapısal çözümler getirilerek canlılık kazandırılabilirdi. 2007 yılında dünyada yüzde 66,7'lik bir payla lider olduğumuz fındık sektöründe ise göz ardı edilebilir bir fiyat artışına rağmen pazar payı kaybettiğimiz görülmektedir. Ayrıca düşen pazar payına rağmen bu sektörlerde ihracat artışı yaşandığı da not edilmelidir.
- **Fiyat Rekabeti Yapanlar:** Görelî fiyatlarını azaltıp pazar payını arttıran bu grupta petrol yan ürünlerinin alt sektörlerinin yanı sıra dizel/yarı dizel motorlu taşıtlar (taşıma kapasitesi < 5ton veya 1500 < silindir hacmi = < 2500cm<sup>3</sup>) ve kıvılcım ateşlemeli motorlu taşıtlar bulunmaktadır. Dünyadaki pazar payımızın %0,2-0,4 civarında olduğu petrol yan ürünleri sektöründe ve gelişmiş ülkelerin hakim olduğu motorlu taşıtların yukarıda belirtilen alt sektöründe Türkiye'nin rekabetçi yapısını koruyup pazar payını arttırması, sektörde ölçek avantajı büyük ekonomiler de olduğundan dolayı görelî fiyatlarını düşük tutmasına bağlı olabilir.
- **Kaybedenler:** Bu grupta küresel pazarda görelî fiyatlarını düşürseler bile rekabet gücü zayıflayan ve pazar payını kaybeden sektörler yer almaktadır. Örnek olarak ihracat gelirimizin gittikçe azaldığı renkli televizyon alıcıları ve parçaları sektörü yer almaktadır.

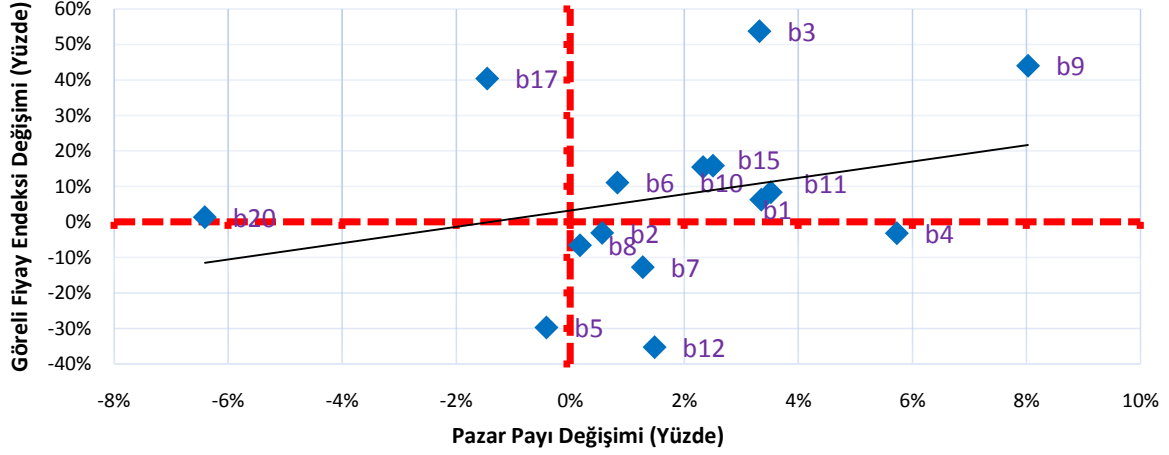
Şekil 1a: 2000 -2007 Arası Türkiye İhracat Yapısı\*



\*:Balon büyüklükleri dünya ihracatında ilgili sektörün pazar payını göstermektedir.

- b1 Köşeli çubuklar
- b2 Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar
- b3 Tişört, fanila, atlet vs. giyim eşyası; pamuktan
- b4 Dizel/yarı dizel motorlu taşıtlar (taşıma kapasitesi < 5ton)
- b5 Renkli Televizyon alıcıları ve parçaları
- b6 Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1500 < silindir= < 3000 cm<sup>3</sup>)
- b7 Motorlu taşıt; dizel/yarı dizel (1500 < silindir hacmi=< 2500cm<sup>3</sup>)
- b8 Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)
- b9 Motorlu taşıt; dizel/yarı dizel (silindir hacmi= < 1500cm<sup>3</sup>)
- b10 Kadın/kız çocuk için pantolon, şort vs. pamuktan
- b11 Dizel/yarı dizel motorlu toplu yolcu taşıtları
- b12 Motorlu taşıt; kıvılcım ateşlemeli (1000cm<sup>3</sup><1500 cm<sup>3</sup>)
- b15 Erkek/erkek çocuk için kısa pantolon, şort vs. pamuktan
- b17 Süveter/kazak/hırka/yelek vs. pamuktan (örme)
- b20 Fındık (kabuksuz)

Şekil 1b: 2000 -2007 Arası Türkiye İhracat Yapısı



## Sonuç ve değerlendirmeler

Bu politika notunda Türkiye'nin ihracatında ilk sıralarda yer alan sektörlerde görelü birim fiyatlar ile pazar payları arasındaki ilişki incelenmiştir. Görelü birim fiyat endeksi kullanılması bu sektörlerde rakibimiz olan ülkelere oranla fiyatlarımızın nasıl değiştiğini göstermek açısından önemlidir.

Elde edilen bulgular, veri analizine uygun on beş sektör arasından yedisinin incelenen dönemde görelü fiyatlarını ve pazar payını arttırdığını göstermektedir. Bunlar arasında dizel motorlu taşıtlar imalatı ve pamuklu giyim eşyası imalatı sektörleri en iyi performans sergileyen sektörler olmuştur. Girdi maliyetlerinin ve kur etkisinin bu "kazanan" sektörlerde, incelenen diğer sektörlerle oranla önemli bir farklılık göstermediği düşünüldüğünde, bu sektörlerdeki gelişmeleri ve uygulanan stratejileri incelemek, doğru ihracat politikasını oluşturma açısından önem taşımaktadır. Bu önemli konu farklı ihracat endeksleri kullanılarak önümüzdeki politika notlarında işlenecektir.

Bunun yanında bazı tekstil alt gruplarında görelü fiyatların artması pazar payında kayıplara yol açsa da bu sektörlerde ihracat gelirlerimizin arttığı görülmektedir. Motorlu taşıtların alt sektörleri olan dizel/yarı dizel motorlu taşıtlar ve kıvılcım ateşlemeli motorlu taşıtlarda ise görelü fiyatları düşürüp fiyat rekabetine girerek pazar paylarının arttığı tespit edilmektedir. Renkli televizyon alıcıları sektörü ise, gerekli teknolojik dönüşümü ve yatırımları gerçekleştirmediği için görelü fiyatları düşürmesine rağmen pazar kaybetmiştir.

Son olarak, çalışmanın başında en fazla ihracat yaptığımız on sektörün sıralamasındaki değişim de incelenmiş, son on yıl içinde fındık ve tütün gibi tarımsal ürünlerin yerini motorlu kara taşıtlarının alt sektörlerinin aldığı görülmüştür. Bu bulgular da, Türkiye'nin ihracatında teknoloji yoğunluğunun arttığını destekler niteliktedir.