

Ekonomi Notları

Türkiye'nin Hizmet İhracatının Yapısı

Ahmet Adnan EKEN, Didem YAZICI

Sayı: 2022- 04 | 16 Kasım 2022

Abstract

Service exports is an important determinant of Türkiye's current account balance. The positive contribution of net services exports to the current account balance has increased over the years and reached an annual average of 27.3 billion USD between 2013 and 2021. In this study, structure of Türkiye's service exports is analyzed using a variety of indicators by sectors, relative competitive fields and trade markets. When analyzed on a country basis, it is seen that Türkiye's service exports exhibit a balanced structure, which limits the negative impact of geopolitical developments. On a sectoral basis, it is observed that service exports are concentrated in travel and transportation sectors. When Revealed Comparative Advantage (RCA) index is taken as an indicator, these two sectors also stand out as sectors with high relative advantage.

Özet

Hizmet ihracatı ülkemiz cari işlemler hesabının önemli bir belirleyicisidir. Net hizmet ihracatının cari dengeye yaptığı olumlu katkı yıllar itibarıyla artış göstermiş ve 2013-2021 yılları arasında yıllık ortalama 27,3 milyar ABD doları düzeyine ulaşmıştır. Bu çalışmada, Türkiye'nin hizmet ihracatının yapısı çeşitli göstergeler kullanılarak, sektörel bazda ve görece rekabet alanları ile ticaret yapılan pazarlar temelinde analiz edilmektedir. Ülke bazında incelendiğinde, Türkiye'nin hizmet ihracatının dengeli bir yapı sergilediği görülmekte ve bu durum jeopolitik gelişmelerin olumsuz etkisini sınırlamaktadır. Sektör bazında incelendiğinde ise hizmet ihracatının seyahat ve taşımacılık sektörlerinde yoğunlaştığı izlenmektedir. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (AKÜ) endeksi göstergesi olarak alındığında da bu iki sektör yüksek görece üstünlüğe sahip sektörler olarak öne çıkmaktadır.

1. Giriş

Uluslararası hizmet ticareti ülkemiz cari işlemler dengesinin önemli bir belirleyicisidir. Bununla birlikte, uluslararası mal ticareti ile karşılaştırıldığında hizmet ticaretine ilişkin yapılan çalışmaların nispeten sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Bu çalışmada, Türkiye'nin hizmet ihracatının yapısı çeşitli göstergeler kullanılarak ve sektör ile ülke yoğunlaşması, göreceli rekabet alanları, ticaret yapılan pazarların ihracat yapısı ile uygunluğu ve potansiyel ihracat pazarları çerçevesinde analiz edilmektedir.

Hizmetlerin maddi bir yapısının olmaması, depolanamamaları, transfer edilememeleri ve hizmeti sunan ve hizmetten yararlanan arasında doğrudan bir etkileşimin bulunması hizmet ticaretini mal ticaretinden ayıran temel unsurlardır (Erkiliç ve Babaoğlu, 2020). Bu unsurlar, aynı zamanda, hizmet ticaretinin ölçülmesini mal ticaretine göre daha zor hale getirmektedir. Öte yandan, hizmet ticareti gerek ödemeler dengesi gerek Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) hesaplarının içinde yer almaktadır. Bu nedenle, hizmet ticaretinin ölçülmesine ilişkin zorluklar hizmet ticaretinin eksik ölçülmesi ihtimalini beraberinde getirerek, ihracat ve büyüme rakamlarının gerçekte olduğundan daha düşük, cari açığın ise gerçekte olduğundan daha yüksek görünmesine neden olabilmektedir. Nitekim, 2022 yılı Ekim ayında Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan yöntem değişikliği hizmet ticaretine ilişkin önemli bir kalem olan seyahat hizmetlerinin daha doğru ölçülmesine imkan sağlamış, yapılan revizyon sonrası seyahat gelirlerinde önemli bir artış gerçekleşmiştir. Bu artış, ihracat ve büyüme rakamları ile cari dengeyi de olumlu yönde etkileyecektir.

Uluslararası hizmet ticareti istatistikleri 2020 yılına kadar Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından Ödemeler Dengesi İstatistikleri kapsamında ve ağırlıklı olarak bankacılık işlemleri üzerinden toplulaştırılmış şekilde derlenmiştir. Öte yandan, 2020 yılından başlayarak, TÜİK, Gelir İdaresi Başkanlığı idari kayıtlarını kullanarak ve firmalardan doğrudan raporlama yoluyla verileri derlemeye başlamıştır. Uluslararası hizmet ticareti istatistikleri başlığı altında ve hizmet türü ile ülke dağılımını içerecek şekilde kapsamlı olarak yayımlanmaya başlanan veriler, bu niteliğiyle daha önce veri eksikliği nedeniyle gerçekleştirilemeyen ülke temelli analizlere de imkan tanımıştır.

Literatürde hizmet ihracatına yönelik genellikle Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (AKÜ) endeksinin kullanılarak ülke karşılaştırmalarının yapıldığı çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan Taneja ve diğ. (2014), Hindistan ve Güney Kore arasındaki hizmet ticaretinin potansiyel alanlarını incelemek amacıyla AKÜ endeksini kullanarak bilgi teknolojileri, ulaşım, inşaat ve görsel-işitsel hizmetleri sektörlerinde güçlü bir tamamlayıcılık ilişkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Hisanaga (2007), Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nin uluslararası hizmet ticaretinde sahip olduğu karşılaştırmalı üstünlüğü ölçmek için AKÜ endeksini kullanmış ve ABD'nin bilgiye dayalı (telif ve lisans) hizmetlerde güçlü bir üstünlüğü olduğunu bulgulamıştır. Fourie ve Fintel (2009), Türkiye'nin de içinde bulunduğu 147 ülkeyi dahil ederek on sektör özelinde yine AKÜ endeksini kullandıkları bir çalışma gerçekleştirmiş ve 2005 yılı hizmet ihracatçıları sıralaması çıkarmıştır. Türkiye'nin ise seyahat, inşaat, kişisel, kültürel ve eğlence hizmeti sektörlerinde güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu bulgulamışlardır.

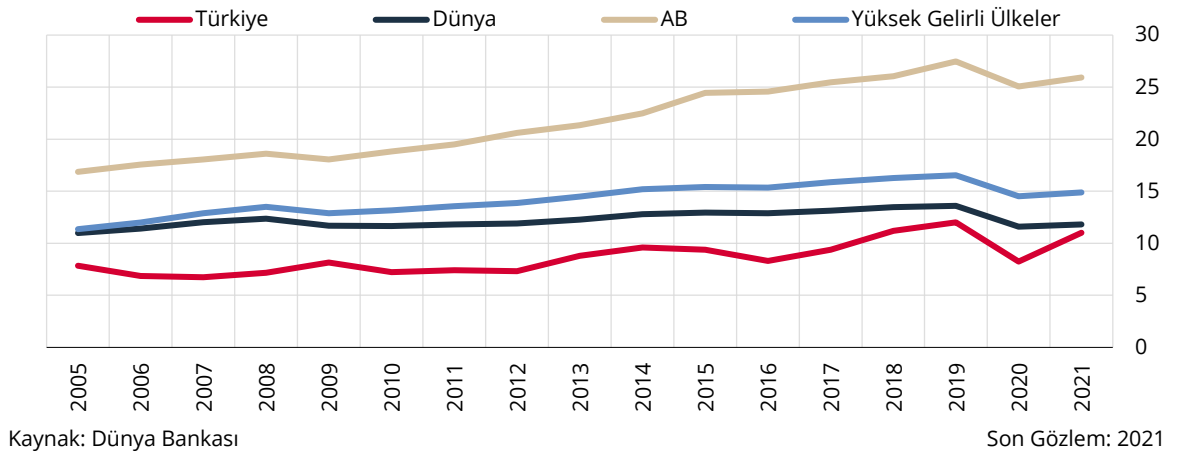
Türkiye özelinde gerçekleştirilen çalışmalarda ise çoğunlukla mal ticaretine yönelik analizler yapılmış olup hizmet ticaretine ilişkin sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Hızıroğlu ve diğ. (2012), 2000-2010 dönemi ve 6 sektör için Türkiye'nin hizmet ticaretinde karşılaştırmalı üstünlüğünü Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ile AKÜ endeksini kullanarak karşılaştırmalı olarak incelemiş ve Türkiye'nin inşaat, turizm ve ulaşım sektörlerinde güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu gözlemlemiştir. Ayrıca, Türkiye'nin sigorta, finans, telekomünikasyon, bilgisayar ve bilgi sektörlerinde AB'ye karşı zayıf olduğunu, ancak bu sektörlerde gelişim için potansiyel olduğunu belirtmişlerdir.

Hizmet ticaretine ilişkin bu değerlendirmenin ardından, bir sonraki bölümde dünya genelinde ve Türkiye'de hizmet ticaretinin gelişimi özetlenecektir. İzleyen bölümlerde, çalışmada kullanılan temel göstergeler hakkında bilgi verilecek ve Türkiye'nin uluslararası hizmet ihracatı Herfindahl-Hirschman Endeksi (Herfindahl-Hirschman Index, HHI), AKÜ endeksi, İhracatta Uzmanlaşma (Export Specialization, ES) Endeksi, İhracatta Benzerlik Endeksi (Export Similarity Index, ESI) ve Ticarete Tamamlayıcılık Endeksi (Trade Complementarity Index, TCI) hesaplanarak analiz edilecektir. Son bölüm bulguların değerlendirilmesine ayrılmıştır.

2. Hizmet Ticaretinin Gelişimi

Küreselleşme ve dijitalleşme ile birlikte dünya genelinde uluslararası hizmet ticaretinin GSYİH içerisindeki payı artmaktadır (Grafik 1). 2005 yılında yüzde 11 düzeyinde olan bu oran, 2019 yılı itibarıyla yüzde 13,5 düzeyine yükselmiştir. Aynı dönemde, Türkiye’de hizmet ticaretinin gelişim hızı ise dünya ortalamasının üzerinde gerçekleşmiştir. 2005 yılında GSYİH’nin yaklaşık yüzde 8’ini oluşturan uluslararası hizmet ticareti, 2019 yılında yüzde 12,2 düzeyine çıkmıştır. Bu payın gelişmiş ülkeler ve AB ülkelerinde oldukça yüksek olduğu ve Türkiye’de ise dünya ortalamasının altında kaldığı görülmektedir. 2020 sonrasında pandeminin olumsuz etkisi tüm dünyada görülmektedir. Bununla birlikte, Türkiye’de uluslararası hizmet ticaretinin GSYİH içerisindeki payının pandemi sonrası dönemde dünya genelinden daha hızlı toparlandığı gözlenmektedir.

Grafik 1: Uluslararası Hizmet Ticareti (GSYİH’nin Yüzdesi)



Kaynak: Dünya Bankası

Son Gözlem: 2021

Hizmet ticareti, uluslararası hizmet ticareti el kitabı uyarınca 12 sektörden oluşmaktadır.¹ Tablo 1, bu sektörler itibarıyla ülkemiz hizmet ihracat ve ithalat tutarları ile sektör ihracat ve ithalatının farkından oluşan hizmet ticareti dengesini göstermektedir. Tablodan izlenebileceği üzere ülkemizde hizmet ticaretinin ve hizmet ticareti dengesinin temel belirleyicileri seyahat ve ulaştırma sektörleridir. 2013-2021 yılları baz alındığında, bu iki sektörün toplamı yıllık bazda ortalama 33 milyar ABD doları fazla vermiştir. Aynı dönemde, cüzi şekilde fazla veren sektörler işlem gören mallar ve inşaat olmuştur. Geriye kalan 8 sektör ise açık vermiştir.

Tablo 1: Hizmet Ticareti (2013-2021 Yıllık Ortalama, Milyon ABD Doları)

Hizmet Türü	İhracat	İthalat	Denge
Resmi Hizmetler	736	1.137	-401
Kültürel Hizmetler	159	219	-61
Diğer Ticari Hizmetler	3.121	4.478	-1.357
Telekom Hizmetleri	1.487	2.401	-914
Fikri Mülkiyet	164	1.993	-1.828
Finansal Hizmetler	550	997	-447
Sigorta Hizmetleri	1.063	2.127	-1.064
İnşaat Hizmetleri	525	135	391
Seyahat Hizmetleri	23.498	4.029	19.469
Taşımacılık Hizmetleri	21.599	7.860	13.739
Bakım/Tamir Hizmetleri	1.059	1.447	-389
İşlem Gören Mallar	323	114	209
Toplam	54.284	26.936	27.348

Kaynak: TCMB

¹ Uluslararası hizmet ticareti 12 başlık altında sınıflandırılmaktadır. Bu başlıklar: 1. Başkasına ait fiziksel girdiler için imalat hizmetleri (İşlem Gören Mallar), 2. Bakım/Tamir Hizmetleri, 3. Taşımacılık, 4. Seyahat, 5. İnşaat, 6. Sigorta ve Emeklilik Hizmetleri, 7. Finansal Hizmetler, 8. Fikri Mülkiyet Hakları Kullanım Ücretleri, 9. Telekomünikasyon, Bilgisayar ve Bilgi Hizmetleri, 10. Kişisel Kültürel ve Eğlence Hizmetleri, 11. Diğer İş Hizmetleri ve 12. Resmi Hizmetler (ülkelerin vize benzeri diplomatik hizmetlerinin kapsandığı resmi hizmetler) şeklindedir.

Tablo 2, Türkiye'nin hizmet ihracatının yıllar itibarıyla gelişimini ve sektörlerin toplam hizmet ihracatındaki payını göstermektedir. Tablo 2 incelendiğinde, hizmet ihracatının seyahat ve taşımacılık hizmetlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu iki sektörün incelenen dönemde toplam hizmet ihracatı içindeki payı ortalama yaklaşık yüzde 83 düzeyinde gerçekleşmiştir. Bu iki kalemi sırasıyla diğer ticari hizmetler, telekomünikasyon, bilgisayar ve bilgi hizmetleri, sigorta hizmetleri ile bakım ve tamir hizmetleri ihracatı izlemektedir. Bu dört sektörün toplamının hizmet ihracatı içindeki payı ortalama yaklaşık yüzde 13 düzeyindedir. Kalan altı sektörün her birinin ihracat tutarları yıllık 1 milyar ABD dolarının altında, ihracat içindeki payları da toplamda sadece yüzde 4 seviyesindedir.

Tablo 2: 2015-2021 Hizmet Sektörleri İhracatı (Milyon ABD Doları) ve Sektörün Toplam İçindeki Payı (%)

	2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021	
	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
Seyahat Hizmetleri	26.616	48	18.743	40	22.478	42	25.220	43	29.829	48	10.220	29	20.827	37
Taşımacılık Hizmetleri	19.689	35	19.734	43	22.123	41	24.342	42	23.396	37	16.087	46	24.419	44
Diğer Ticari Hizmetler	3.312	6	2.730	6	2.970	6	2.739	5	3.184	5	2.906	8	3.521	6
Telekom Hizmetleri	1.098	2	1.054	2	1.175	2	1.430	2	1.462	2	2.113	6	2.566	5
Sigorta Hizmetleri	956	2	955	2	1.325	2	1.279	2	1.292	2	959	3	1.010	2
Bakım/Tamir Hizmetleri	917	2	784	2	1.013	2	1.133	2	1.234	2	1.163	3	1.420	3
Resmi Hizmetler	928	2	907	2	734	1	778	1	796	1	367	1	341	1
İnşaat Hizmetleri	738	1	447	1	563	1	560	1	364	1	239	1	260	0
Finansal Hizmetler	658	1	380	1	512	1	554	1	472	1	382	1	388	1
İşlem Gören Mallar	329	1	365	1	330	1	298	1	339	1	284	1	282	1
Kültürel Hizmetler	166	0	140	0	146	0	127	0	178	0	153	0	192	0
Fikri Mülkiyet Hakları	81	0	89	0	112	0	167	0	195	0	260	1	375	1
Toplam	55.488		46.328		53.481		58.627		62.741		35.133		55.601	

Kaynak: TCMB

Not: (1) İhracat ve (2) toplam içindeki payını göstermektedir.

3. Kullanılan Göstergeler

Çalışmada sektör ve ülke yoğunlaşması, sektörlerin göreceli üstünlükleri ve ticaret ortağı ülkelerin ihracat yapısı ile tamamlanmışlığını gösteren üç gösterge kullanılmıştır. Bu göstergelerden ilki, yoğunlaşma ölçütü olan HHI değeridir. HHI ölçütüne göre hizmet ihracatının sektörel yoğunlaşması, hizmet ihracatını oluşturan sektörlerin toplam hizmet ihracatı içindeki paylarının kareleri toplamı alınarak aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır:

$$HHI = \sum_{i=1}^n \left(\frac{X_i}{X} \right)^2$$

Bu denklemde, X_i i sektörünün ihracatını, X ise toplam ihracatı göstermektedir. Benzer şekilde, ülke yoğunlaşması da ülkelerin toplam ihracat içerisindeki paylarının kareleri toplamı alınarak ölçülmektedir. HHI değerinin 1'e yakın olması yoğunlaşma göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Sektörel göreceli üstünlükler, dış ticaret literatüründe sıkça kullanılan Balassa (1965) tarafından önerilen ve istatistiki olarak ülkelerin hangi sektörlerde rekabetçi olduğunu gösteren AKÜ endeksi kullanılarak aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır:

$$AKÜ_k^i = \frac{X_k^i / X^i}{X_k / X}$$

Yukarıdaki denklemde, X_k^i i ülkesindeki k sektörünün ihracat değerini, X^i i ülkesinin toplam ihracat değerini, X_k k sektörünün dünya ihracat değerini, X dünya toplam ihracatını göstermektedir. Bu denklem, k sektörünün ülkenin toplam hizmet ihracatındaki payının k sektörünün dünya hizmet ticareti içindeki payına oranı olarak tanımlanmaktadır. AKÜ endeksinin 1'den büyük olması, ülkenin o sektörde göreceli üstünlüğü olduğunu göstermektedir. 1'den düşük değerler ise ilgili sektörde ülkenin rekabetçi olmadığını işaret etmektedir.

AKÜ endeksi sektörel göreceli üstünlüğü dünya ortalamasına göre gösterirken, sektörlerin karşı ülke pazarındaki göreceli üstünlüğünü aşağıdaki şekilde hesaplanan ES endeksi göstermektedir (Bernatonyte, 2009):

$$ES_k^i = \frac{X_k^i / X^i}{M_k^j / M^j}$$

AKÜ endeksinin değiştirilerek elde edildiği bu endekste, pay AKÜ endeksindeki gibi i ülkesinin k sektöründeki ihracatının ülkenin toplam ihracatı içerisindeki payını, payda ise j ticari ortak ülkesinin k sektöründeki ithalatının ülkenin toplam ithalatı içerisindeki payını göstermektedir. ES değerinin 1'den yüksek olması ülkenin j ticari ortak ülkesinde uzmanlaştığını belirtmektedir.

Ihracatta rakip ülkelerin tespit edilmesine yönelik Finger ve Kreinin (1979) tarafından geliştirilen ESI de bir rekabet göstergesi olarak aşağıdaki şekilde hesaplanarak yaygın bir şekilde kullanılmaktadır:

$$ESI_{ij} = 100 * \sum_k \min \left\{ \frac{X_{ik}}{\sum_k X_{ik}}, \frac{X_{jk}}{\sum_k X_{jk}} \right\}$$

Bu denklemde, X_{ik} i ülkesindeki k sektörünün ihracat değerini, X_{jk} ise j ülkesindeki k sektörünün ihracat değerini göstermektedir.

TCI ise ülkenin ihracat yapısı ile hedef ülkenin ithalat yapısının birbirini tamamlama ve uygunluk derecesini göstermektedir. Drysdale (1969) tarafından önerilen bu endeksin formülü aşağıdaki şekildedir:

$$TCI_j^i = 100x \left[1 - \left(\sum_k |m_k^j - x_k^i| / 2 \right) \right]$$

Buna göre, m_k^j j ülkesinin k sektöründe yaptığı ithalatın ülke toplam ithalatı içerisindeki payını ve x_k^i ise i ülkesinin k sektöründe yaptığı ihracatın ülke toplam ihracatı içerisindeki payını ifade etmektedir. TCI, 0 ile 100 arasında değer alabilmekte ve endeksin 100 değerini alması ülkenin ihracat yapısının hedef ülke ithalat yapısı ile bire bir örtüştüğü anlamına gelmektedir.

4. Hizmet İhracatının Sektör ve Ülke Yoğunlaşması

İhracatın sektör yoğunlaşması HHI kullanılarak hesaplanmakta ve diğer ülkelerle karşılaştırılabilmektedir. HHI değerinin 1'e yakın olması sektörel yoğunlaşmayı ve 0,08'e yakın değerler ise dengeli bir yapıyı göstermektedir.² Tablo 3'te Türkiye ve G20 ülkeleri için hesaplanan HHI değerleri yer almaktadır.³ Türkiye sektörel yoğunlaşma açısından 0,35 endeks değeri ile G20 ülkeleri içinde dördüncü sırada yer almaktadır. İncelenen dönemde sektörel yoğunlaşmanın ne yönde değiştiğine bakıldığında ise G20 ülkelerinden on bir tanesinde HHI değerinin zaman içinde azalış gösterdiği, diğerlerindeyse aynı kaldığı veya yükseldiği gözlenmektedir. Bu dönemde, Türkiye için hesaplanan HHI ise yüzde 11 oranında azalmıştır.

Tablo 3: Ülkeler Düzeyinde Hesaplanan HHI Değerleri

Sıra	Ülke	2013-2021 Ortalaması	2013-2021 Yüzde Değişimi (%)
1	Meksika	0,60	-10
2	Suudi Arabistan	0,45	-48
3	Avustralya	0,39	-43
4	Türkiye	0,35	-11
5	Hindistan	0,31	14
6	Güney Afrika	0,31	-44
7	Brezilya	0,30	2
8	Endonezya	0,29	-15
9	Arjantin	0,25	10
10	İtalya	0,23	-21
11	Rusya Federasyonu	0,20	0
12	Birleşik Krallık	0,20	32
13	Güney Kore	0,19	-1
14	Kanada	0,19	-2
15	Fransa	0,19	2
16	Çin	0,19	22
17	Japonya	0,18	-2
18	Almanya	0,16	-10
19	ABD	0,16	9

Kaynak: IMF ve yazarların hesaplamaları

Sektörel yoğunlaşmanın yanı sıra ihracatın ülke yoğunlaşması da önemli bir yapısal göstergedir. Az sayıda ülkeye yoğunlaşan bir hizmet ihracatı, ortaya çıkacak jeopolitik risklere karşı duyarlı hale gelmektedir. Türkiye'nin hizmet ihracatının ülke yoğunlaşması HHI kullanılarak 2016-2021 yılları için ölçülmüştür.⁴ Buna göre, 2016-2021 yılları ortalama HHI değeri 0,0411 olup hizmet ihracatının ülkeler itibarıyla dengeli dağıldığı görülmektedir. HHI yöntemi kullanılarak Türkiye'nin hizmet ihracatının bölge yoğunlaşması da hesaplanmıştır. Tablo 4, bölgeler itibarıyla ülke yoğunlaşma endekslerini göstermektedir. BU kapsamda, Türkiye'nin hizmet ihracatının Kuzey Amerika ve Güney Asya dışında diğer bölgelerde dengeli bir dağılım gösterdiği görülmektedir.

² Sektör yoğunlaşması 12 sektör üzerinden hesaplandığı için HHI'nin alabileceği minimum değer, 12 sektörün de toplamda eşit paya sahip olması durumunu gösteren 0,083'tür.

³ IMF veri tabanında verisi bulunan 125 ülke için hesaplanan HHI değerleri yazarlardan temin edilebilir.

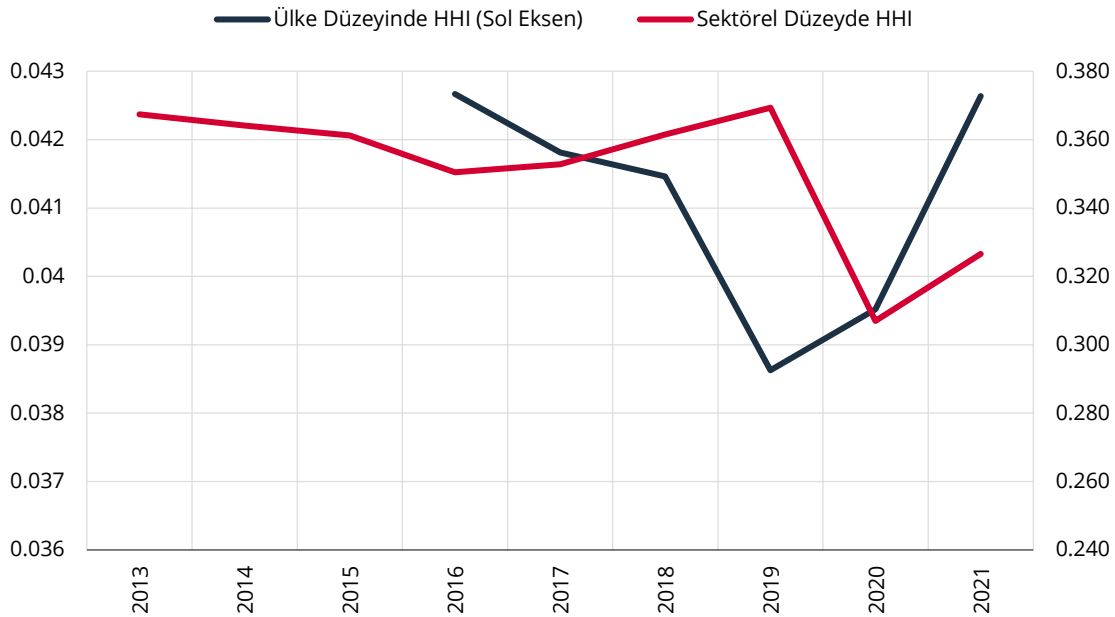
⁴ Ülke yoğunlaşmasını gösteren HHI, veri kısıtı nedeniyle 2016-2021 dönemi için seyahat hizmetleri hariç hesaplanmıştır.

Tablo 4: Bölgeler Düzeyinde Hesaplanan HHI Değerleri

Bölge	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Avrupa Birliği	0,15	0,15	0,16	0,14	0,13	0,14
Doğu Asya ve Pasifik	0,15	0,15	0,15	0,15	0,13	0,15
Latin Amerika ve Karayipler	0,15	0,16	0,14	0,12	0,13	0,13
Orta Doğu ve Kuzey Afrika	0,14	0,14	0,13	0,11	0,12	0,14
Kuzey Amerika	1,00	0,84	0,86	0,90	0,87	0,94
Diğer Avrupa ve Orta Asya	0,17	0,17	0,17	0,16	0,17	0,18
Güney Asya	0,31	0,33	0,29	0,38	0,30	0,31
Sahra-Altı Afrika	0,09	0,09	0,07	0,08	0,08	0,08

Kaynak: TÜİK ve yazarların hesaplamaları

Grafik 2'de Türkiye'nin hizmet ihracatının sektörel yoğunlaşması 2013-2021, ülke yoğunlaşması ise veri kısıtı nedeniyle 2016-2021 dönemi için gösterilmiştir. 2016-2019 yılları arasında ülke yoğunlaşması azalırken, sektörel yoğunlaşmanın arttığı görülmektedir. 2020 yılı sonrasında ise pandeminin etkisi ile ülke yoğunlaşmasında artış, sektörel yoğunlaşmada ise azalış görülmektedir.

Grafik 2: Türkiye için Ülke Düzeyinde ve Sektörel Düzeyde HHI Değerleri

Kaynak: IMF, TÜİK ve yazarların hesaplamaları

Son Gözlem: 2021

5. Sektörel Görelî Üstünlükler

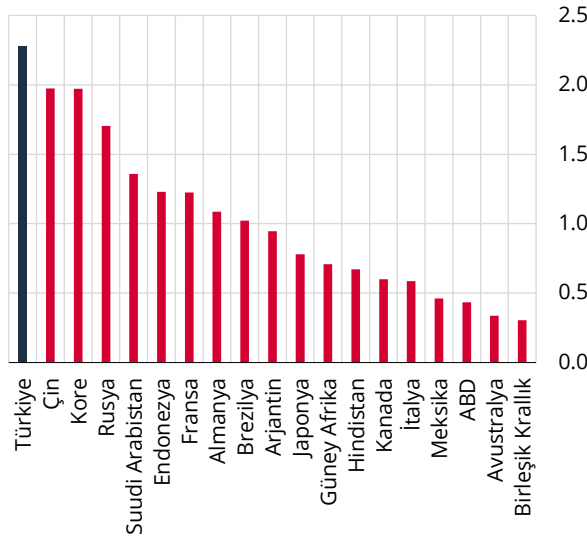
Hizmet ihracatını artırmanın bir yolu, görelî üstünlüğe sahip ve gelişime açık sektörler'e yoğunlaşmaktır. Tablo 5, 12 sektör için AKÜ endeks sayılarını 2013-2021 dönemi için göstermektedir. Bu göstergeye göre, Türkiye seyahat, taşımacılık, sigorta ile bakım ve tamir hizmetlerinde görelî üstünlüğe sahiptir.

Tablo 5: Türkiye için Hizmet Sektörlerinde AKÜ Değerleri

Hizmet Türü	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Taşımacılık Hizmetleri	1,95	1,97	2,02	2,58	2,47	2,47	2,26	2,79	2,28
Seyahat Hizmetleri	2,02	2,02	2,09	1,75	1,83	1,90	2,13	2,95	3,94
Sigorta Hizmetleri	0,49	0,67	0,72	0,79	1,02	0,91	0,92	0,99	1,36
Bakım/Tamir Hizmetleri	1,18	1,05	1,08	1,05	1,16	1,10	1,07	1,89	1,65
İnşaat Hizmetleri	0,62	0,68	0,73	0,58	0,63	0,60	0,39	0,63	0,70
İşlem Gören Mallar	0,29	0,29	0,31	0,41	0,32	0,25	0,28	0,37	0,21
Diğer Ticari Hizmetler	0,25	0,25	0,26	0,25	0,24	0,21	0,22	0,30	0,20
Telekom Hizmetleri	0,22	0,22	0,20	0,21	0,20	0,21	0,19	0,37	0,27
Kültürel Hizmetler	0,24	0,21	0,22	0,23	0,19	0,16	0,20	0,30	0,57
Finansal Hizmetler	0,14	0,14	0,13	0,09	0,11	0,11	0,09	0,10	0,10
Fikri Mülkiyet	0,03	0,02	0,02	0,03	0,03	0,04	0,04	0,08	0,05

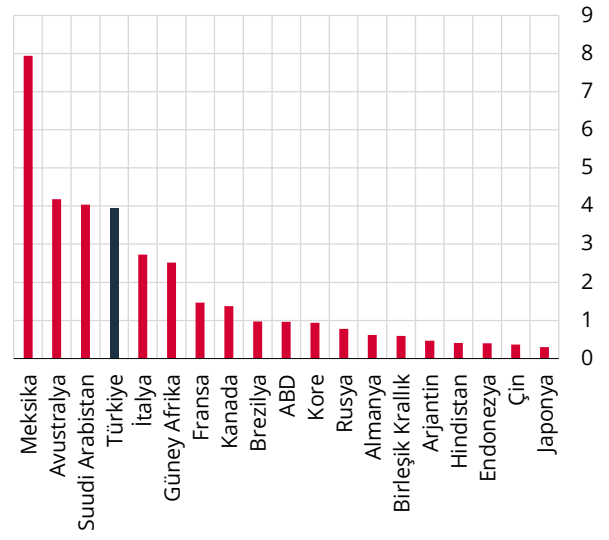
Kaynak: IMF ve yazarların hesaplamaları

Grafik 3-6, Türkiye'nin görelî üstünlüğünün bulunduğu taşımacılık, seyahat, sigorta ile bakım ve tamir hizmetleri için G20 ülkeleri ile birlikte 2021 yılı AKÜ endeks değerini göstermektedir. Taşımacılık hizmetleri sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğü bulunan G20 ülkeleri arasında Türkiye'nin ilk sırada olduğu ve çok güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. Seyahat hizmetleri sektöründe diğer karşılaştırmalı üstünlüğe sahip G20 ülkelerine kıyasla Türkiye'nin ortalama seviyede bir üstünlüğü olduğu, sigorta ile bakım ve tamir hizmetlerinde ise karşılaştırmalı üstünlüğe sahip G20 ülkeleri arasında alt sıralarda olduğu görülmektedir.

Grafik 3: G20 Ülkeleri Taşımacılık Hizmetleri 2021 Yılı AKÜ Değerleri

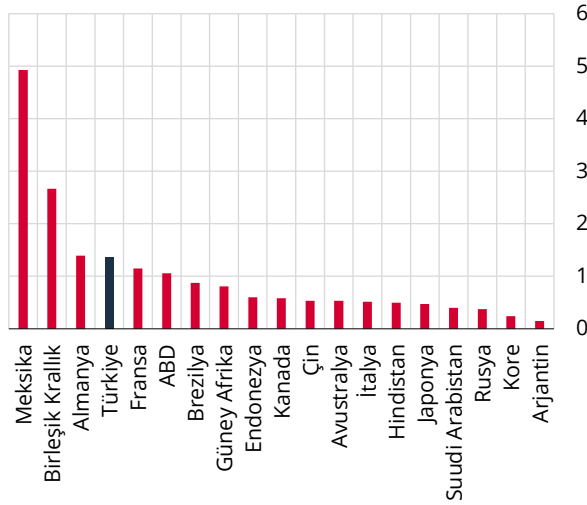
Kaynak: IMF ve yazarların hesaplamaları

Son Gözlem: 2021

Grafik 4: G20 Ülkeleri Seyahat Hizmetleri 2021 Yılı AKÜ Değerleri

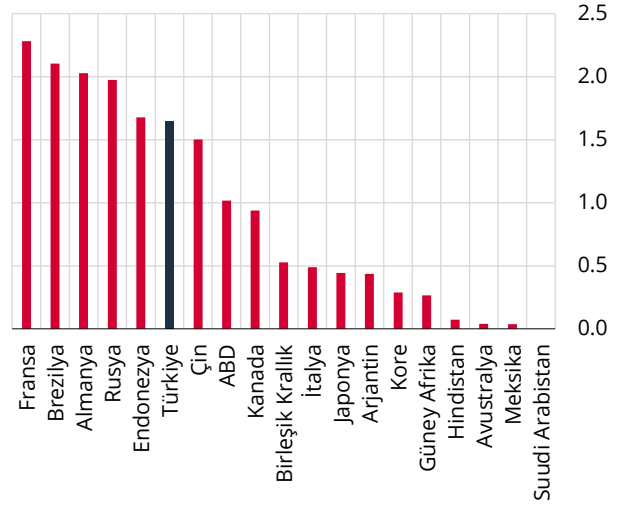
Kaynak: IMF ve yazarların hesaplamaları

Son Gözlem: 2021

Grafik 5: G20 Ülkeleri Sigorta Hizmetleri 2021 Yılı AKÜ Değerleri

Kaynak: IMF ve yazarların hesaplamaları

Son Gözlem: 2021

Grafik 6: G20 Ülkeleri Bakım ve Tamir Hizmetleri 2021 Yılı AKÜ Değerleri

Kaynak: IMF ve yazarların hesaplamaları

Son Gözlem: 2021

AKÜ endeks değerleri sektörel görelî üstünlüğü dünya ortalamasına göre gösterirken, sektörlerin karşı ülke pazarındaki görelî üstünlüğünü ve uzmanlaşma düzeyini ES göstermektedir. ES değerinin 1'den yüksek olması ülkenin *j* ortak ülkesinde uzmanlaştığını belirtmektedir. Tablo 6'da komşu ülkeler, kuşak-yol projesi ülkeleri ve en fazla mal ihracatı yapılan 10 ülke için ES endeks değerleri sunulmaktadır. Buna göre, ülkemizin seyahat sektöründe Çin pazarı dışında tabloda yer alan diğer tüm ülke pazarlarında uzmanlaştığı görülmektedir. Öte yandan, taşımacılık sektörü en fazla mal ihracatı yapılan 10 ülke pazarı için yüksek uzmanlaşma düzeyi göstermektedir.

Tablo 6: ES Endeksi Komşu-Kuşak ve Mal İhracatının Yüksek Olduğu Ülkeler

Ülke	Sınıflandırma	Bakım/Tamir	Diğer Ticari	Fikri Mülkiyet	Finansal	İnşaat	İşlem Gören	Kültürel	Resmi	Seyahat	Sigorta	Taşımacılık	Telekom
Azerbaycan	Komşu	2,60	0,26	-	2,56	0,04	45,67	1,54	1,01	1,61	1,08	2,35	1,93
Bulgaristan	Komşu	1,71	0,35	0,07	0,24	0,70	0,66	0,41	50,13	1,65	0,34	1,35	0,34
Gürcistan	Komşu	6,92	0,91	0,17	1,00	1,79	14,80	0,61	0,33	2,19	0,33	0,72	0,82
Yunanistan	Komşu	1,10	0,79	0,15	0,57	0,77	8,06	0,28	1,34	3,51	0,30	0,67	0,65
Irak	Komşu/Mal İhracatı Yüksek	5,65	1,19	12,04	0,16	13,35	262,66	6,26	1,39	1,04	0,19	1,22	1,58
Çin: Anakara	Kuşak Yol Projesi	4,31	0,54	0,04	1,41	0,58	9,35	0,68	1,98	0,90	0,64	1,73	0,61
Kazakistan	Kuşak Yol Projesi	0,69	0,15	0,19	0,46	0,20	0,51	0,62	0,98	1,86	4,81	2,01	0,81
Kırgızistan	Kuşak Yol Projesi	58,17	1,02	0,43	0,61	0,69	2,32	0,07	0,87	1,40	2,39	0,81	1,12
Tacikistan	Kuşak Yol Projesi	1,98	3,12	48,13	0,67	0,10	3,50	3,73	0,77	51,45	0,83	0,52	1,65
Özbekistan	Kuşak Yol Projesi	3,51	2,45	0,24	2,09	0,73	13,78	1,77	2,63	1,06	0,76	0,83	1,57
Fransa	Mal İhracatı Yüksek	0,69	0,18	0,05	0,37	1,06	0,16	0,23	24,15	2,50	0,55	2,01	0,31
Almanya	Mal İhracatı Yüksek	0,63	0,21	0,07	0,22	2,00	0,36	0,25	2,92	1,84	1,08	1,95	0,27
İsrail	Mal İhracatı Yüksek	-	0,13	0,06	-	-	-	-	1,26	2,10	0,99	1,58	1,14
İtalya	Mal İhracatı Yüksek	2,52	0,23	0,06	0,11	10,85	0,23	0,84	0,82	1,97	0,82	1,85	0,28
Hollanda	Mal İhracatı Yüksek	1,62	0,19	0,01	0,19	0,67	0,20	0,52	10,39	4,06	4,18	2,59	0,42
Rusya Federasyonu	Mal İhracatı Yüksek	1,02	0,27	0,04	0,40	0,16	2,12	0,25	0,79	1,31	1,66	2,51	0,43
İspanya	Mal İhracatı Yüksek	-	0,21	0,03	0,19	3,76	-	-	-	1,54	0,74	2,38	0,25
Birleşik Krallık	Mal İhracatı Yüksek	4,37	0,17	0,05	0,13	0,80	1,06	0,16	0,62	1,73	1,20	3,18	0,44
ABD	Mal İhracatı Yüksek	1,42	0,29	0,03	0,14	2,59	-	0,12	0,30	2,31	0,22	2,13	0,37

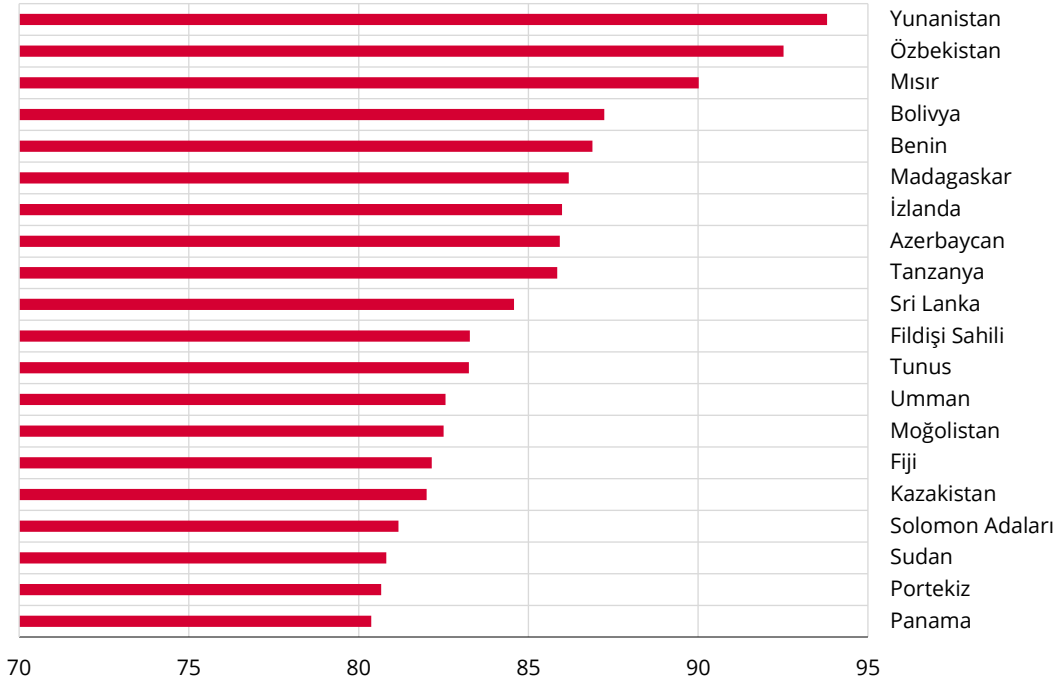
Kaynak: IMF ve yazarların hesaplamaları

Not: ES endeksi hesaplamasında 2013-2021 dönemi ortalaması alınmıştır.

6. Hizmet İhracatında Rekabet

İhracatta bir rekabet göstergesi olarak kullanılan ve Finger ve Kreinin (1979) tarafından geliştirilen ESI hizmet ihracatının yapısının benzer olduğu rakip ülkeleri belirleme fırsatı sunmaktadır. Grafik 7, hizmet ihracatının yapısının en çok benzerlik gösterdiği 20 ülke için endeks değerlerini göstermektedir. Buna göre, hizmet ihracatı yapısı olarak ülkemize en fazla benzerlik gösteren ülkeler Yunanistan, Özbekistan ve Mısır'dır.

Grafik 7: Ülkeler Bazında ESI



Kaynak: IMF ve yazarların hesaplamaları

Tablo 7, ihracat yapısının benzer olduğu ülkelerin sektörel yoğunlaşma endekslerini göstermektedir. Rakip ülkeler arasında Türkiye sektörel yoğunlaşmada on ikinci sırada bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile, Türkiye hizmet ihracatında benzer yapı sergileyen 20 ülke arasında sektörel yoğunlaşması düşük ülkeler arasındadır.

Tablo 7: Ülkeler Düzeyinde Sektörel HHI Değerleri

Sıra	Ülke	2013-2021 Ortalaması	2013-2021 Yüzde Değişim (%)
1	Sudan	0,45	15
2	Tanzanya	0,44	8
3	Azerbaycan	0,42	18
4	Fiji	0,41	-34
5	Kazakistan	0,41	34
6	Özbekistan	0,39	-1
7	Yunanistan	0,39	1
8	Bolivya	0,37	18
9	Panama	0,37	20
10	Mısır	0,36	-14
11	Umman	0,36	-6
12	Türkiye	0,35	-11
13	Sri Lanka	0,34	1
14	Madagaskar	0,33	-32
15	Solomon Adaları	0,32	-14
16	Moğolistan	0,31	42
17	Benin	0,31	20
18	Portekiz	0,29	-13
19	Tunus	0,28	-20
20	İzlanda	0,28	-10
21	Fildişi Sahili	0,23	68

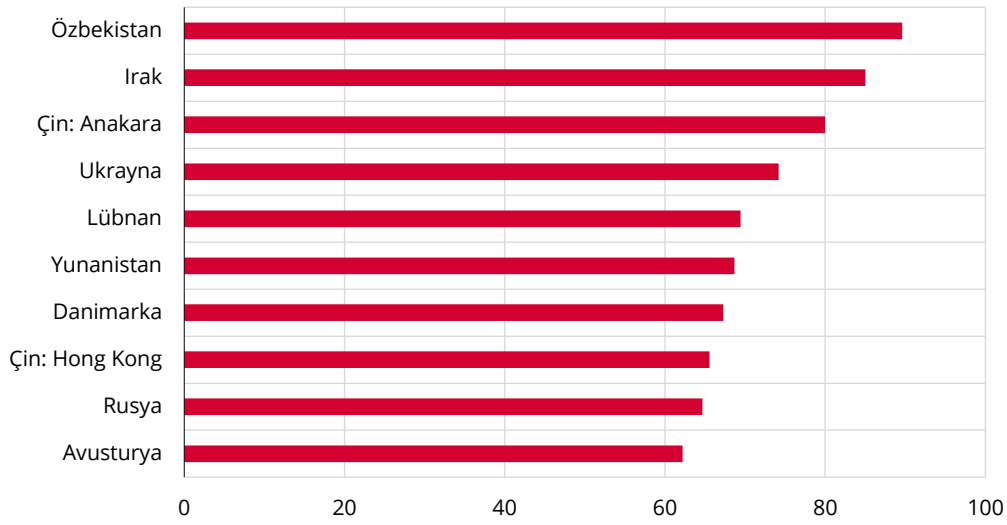
Kaynak: IMF ve yazarların hesaplamaları

Not: Umman, Fildişi Sahili, Tanzanya, Sri Lanka, Moğolistan ve Benin'in 2021 yılı verisi bulunmadığından 2013-2020 dönemi ortalaması alınmıştır.

7. Hizmet İhracatının Yapısının Ülke Uyumu

İhracatı geliştirmek için hedef ülke seçerken dikkate alınan kriterlerden bir tanesi hedef ülkenin ithalat yapısının ev sahibi ülkenin ihracat yapısı ile ne derece benzerlik gösterdiği. TCI değerleri istatistiki olarak bunu ölçmektedir. TCI, 0 ile 100 arası değerler alabilmektedir. 100 endeks değeri ihracat yapısının karşı ülke ithalat yapısı ile birebir örtüştüğü anlamına gelmektedir. TCI ülkelere yönelik hizmet ihracatı potansiyelini göstermekte yol gösterici olmakla birlikte fiiliyatta bu potansiyelin mutlaka gerçekleşeceği sonucu çıkarılmamalıdır. Hizmet ihracatı üzerindeki yasal düzenlemeler, ülkelerin birbirlerinden coğrafi olarak uzaklıkları ve bunun gibi diğer faktörler yüksek TCI değerine rağmen bir ülkeye hizmet ihracatının düşük çıkmasına neden olabilir. Grafik 8, en fazla hizmet ihracatı yaptığımız ülkeler için hesaplanan endeks değerlerinden en yüksek 10 ülkeyi göstermektedir.⁵ Bu gösterge temel alındığında Özbekistan, Irak ve Çin hizmet ihracatımızın bir bütün olarak en fazla uygunluk gösterdiği ülkeler olarak öne çıkmaktadır.

⁵ IMF veri tabanında verisi olan ülkeler için hesaplanan TCI rakamları ve gerçekleştirilen hizmet ihracatı istenirse yazarlardan temin edilebilir.

Grafik 8: Ülkeler Düzeyinde TCI Değerleri

Kaynak: IMF ve yazarların hesaplamaları

Not: TCI hesaplamasında 2013-2021 dönemi ortalaması alınmıştır. Lübnan'ın 2021 yılı verisi bulunmadığından 2013-2020 dönemi ortalaması alınmıştır.

8. Sonuç

Bu çalışmada, Türkiye'deki hizmet ihracatının yapısı, çeşitli göstergeler kullanılarak ve diğer ülkelerle karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Sektörel olarak bakıldığında, hizmet ihracatının seyahat ve taşımacılık ağırlıklı bir yapı sergilediği görülmektedir. Bu sebeple, pandemi döneminde de gözlemlendiği üzere, seyahat ve taşımacılık ihracatının sektöre uğradığı bir dönemde hizmet ticareti dengesi bozulabilmektedir. Ayrıca, hizmet gelirlerinin ölçülmesine ilişkin zorluklar, ihracat ve büyüme rakamlarının olduğundan daha düşük, cari açığın ise olduğundan daha yüksek gözükmesine neden olabilmektedir. Önümüzdeki dönemde, hizmet ihracatının ölçülmesine ilişkin yapılacak olası iyileştirmeler, ülke olarak bu alandaki avantajlarımızın yansıtılmasını sağlayarak gerek ihracat ve büyüme gerekse cari dengeye ilişkin görünümün daha doğru sunulmasını sağlayacaktır.

Bu çerçevede, çalışma sonuçları doğrultusunda, hizmet ihracatının sektörel çeşitliliğinin artırılmasına öncelik verilmesi önerilmektedir. Buna ek olarak, son yıllarda internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte dünyada dijital olarak sunulabilen hizmetlerin ihracatında artış yaşanmıştır. Finansal hizmetler, sigorta hizmetleri, fikri mülkiyet hakları kullanım ücretleri, telekomünikasyon, bilgisayar ve bilgi hizmetleri, kişisel, kültürel ve eğlence hizmetleri ve diğer iş hizmetleri dijital olarak da hizmet sunabilen sektörlerdir. Söz konusu sektörlerde Türkiye'nin görece üstünlüğü ve ihracatı düşük düzeydedir. Bu kapsamda, bir diğer öneri olarak bu sektörlerin Türkiye'nin e-ihracat stratejisi çerçevesinde desteklenmesinin hizmet ihracatının yapısını iyileştirirken, hizmetlerin cari dengeye verdiği katkıyı da artıracakları düşünülmektedir. Son olarak, hizmet ihracatı ülkeler bazında dengeli bir dağılım sergilemekle birlikte, bölgesel olarak bakıldığında, Kuzey Amerika ve Güney Asya bölgelerinin ülke yoğunluğunun yüksek seviyelerde olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, söz konusu bölgelere yönelik hizmet ihracatında ülke çeşitliliğinin artırılmasının, jeopolitik gelişmeler nedeniyle olumsuz etkilenen hizmet ihracatı üzerinde dengeleyici etki yaratacağı değerlendirilmektedir.

Kaynakça

Balassa B. (1965). Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage. The Manchester School of Economic and Social Studies, 33(2), 99–123.

Bernatonyte D. (2009). Intra-Industry Trade and Export Specialization: Lithuanian Case. Economics & Management, 14(2009), 668–675.

Drysdale P. (1969). Japan, Australia, New Zealand: The Prospect for Western Pacific Economic Integration. Economic Record, 45(3), 321–342.

Erkiliç S., Babaoğlu B. (2020). Uluslararası Hizmet Ticareti İstatistikleri Nedir?. TCMB Merkezî Güncesi
(<https://www.tcmbblog.org/wps/wcm/connect/blog/tr/main+menu/analizler/uluslararasi+hizmet+ticareti+istatistikleri+nedir>).

Finger J.M., Kreinin M.E. (1979). A Measure of Export Similarity and Its Possible Uses. Economic Journal, 89(356), 905–912.

Fourie J., Fintel D.V. (2009). World Rankings of Comparative Advantage in Service Exports. Stellenbosch University Working Papers No. 03/2009.

Hisanaga M. (2007). Comparative Advantage Structure of U.S. International Services. KIER Working Papers No. 633.

Hızıroğlu A., Hızıroğlu M., Kökçam A.H. (2012). Competitiveness in Services: Turkey versus European Union. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 62(24), 436–440.

Taneja N., Nagpal N.K., Ray S. (2014). India-Korea CEPA: Harnessing the Potential in Services. Indian Council for Research on International Economic Relations Working Paper No. 280.