

TSKB KALKINMA PERSPEKTİFİ

Kasım 2023

Çevresel Ürün Ticareti: Yeşil Dönüşümü Destekleyecek Bir Türkiye Hikayesine Giriş

Dr. Feridun Tur
Dr. Buket Alkan

TSKB

Ekonomik Araştırmalar

Önsöz

Dr. Burcu Ünüvar | unuvarb@tskb.com.tr

Hazırlayan

Dr. Feridun Tur | turf@tskb.com.tr
Dr. Buket Alkan | alkanb@tskb.com.tr

Rapor Tasarımı

Mukaddes Emecen | emecenm@tskb.com.tr

2023 Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. her hakkı mahfuzdur.

Bu doküman Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.'nin yatırım bankacılığı faaliyetleri kapsamında, kişisel kullanıma yönelik olarak ve bilgi için hazırlanmıştır. Bu dokümana dayalı herhangi bir işlem yapılması tarafımızdan öngörülen bir husus değildir. Belirtilen görüşler sadece bizim güncel görüşlerimizdir. Bu raporda yer alan bilgileri makul bir esasa dayalı olarak güncelleştirirken, bu konuda mevzuat, uygunluk veya diğer başka nedenlerle amaca uygunluk tam olarak sağlanamamış olabilir.

Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. ve/veya bağlı kuruluşları veya çalışanları, burada belirtilen senetleri ihraç edenlere ait menkul kıymetlerle ilgili olarak bir pozisyon almış olabilir veya alabilir; menkul kıymetler üzerinde opsiyonları olabilir veya ilgili diğer bir yatırıma girebilir; bu menkul kıymetleri ihraç eden firmalara danışmanlık yapmış, hisselerinin halka arzına aracılık veya yüklenim taahhüdünde bulunmuş olabilir.

Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. ve/veya bağlı kuruluşları bu raporda belirtilen herhangi bir şirket için yatırım bankacılığı da dahil olmak üzere önemli tavsiyeler veya yatırım hizmetleri sağlıyor veya sağlamış olabilir.

Bu raporun ilgili olduğu yatırım fiyatı veya değeri, direkt veya indirekt olarak, yatırımcıların menfaatlerine ters düşebilir. Döviz kurlarındaki herhangi bir değişiminin yatırımın değeri veya fiyatı veya bu yatırımdan sağlanan gelir üzerinde olumsuz bir etkisi olabilir. Geçmişteki performans her zaman gelecekteki performansın kılavuzu olacak demek değildir. Yatırım geliri dalgalanma gösterebilir.

Bu rapor kamuya açık bilgilere dayalıdır. Doğru veya tamam olmayan hiçbir beyan yapılmamıştır. Bu rapor söz konusu menkul kıymetlerin alınması veya satılması için bir teklif, yorum ya da yatırım tavsiyesi değildir veya bu menkul kıymetlerin alınıp satılmasına yönelik bir teklif için de bir istek veya zorlama değildir. Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. ve kendisiyle bağlantılı olan diğerleri bahsedilen şirketlerin menkul kıymetleriyle ilgili pozisyon alabilirler veya bu menkul kıymetlerle ilgili işlem yapabilirler, ayrıca bu şirketler için yatırım bankacılığı hizmetleri de verebilirler.

Herhangi bir yatırım kararı yatırımcının tamamıyla kendi kişisel seçimine dayanmalıdır. Bu rapordaki bilgiler herhangi bir yatırım tavsiyesi olmayıp, raporda yer alan firmalara yatırım yapılmasından ötürü Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş. hiç bir sorumluluk kabul etmez.

Tabuları Ticaretle Yıkmak



Yazıma, size güzel bir haber vererek başlayayım: Pandeminin yarattığı sarsıntıyı geride bırakan dünya ticareti, küresel hasıla içindeki payını yine %60'lara yükseltti bile. Ama sanırım bunun neden güzel bir haber olduğunu açıklamam da iyi olacak. Güzel haber çünkü, ticaret aktivitesi – doğru yönetildiği ve denetlendiği sürece - büyümeyi, iş yaratımını, kadınların işgücüne katılımını ve genel olarak iktisadi fırsatları artırır¹. Velhasıl, biz iktisatçılar için dış ticaret kıymetlidir.

Yukarıda saydığım gerekçelerin, dış ticaretin gelişimini pek çok ülke için öncelikli bir amaç haline getirmesi çok anlaşılır. Fakat dış ticaretin, ekosistem krizi ile mücadele konusunda da oldukça önemli bir kanal olduğunu söylesem, şaşırır mısınız? Hemen ekleyeyim, aranızda bu söylediğime şüpheyle yaklaşanlarınız olacaktır ve haksız da değiller. Sonuçta ticaret, özellikle üretim ve lojistik aşamalarında, kayda değer emisyon üretebilen faaliyetler barındırıyor. Ancak doğru tasarlandığında, yönetildiğinde ve düzenlendiğinde, ticaretin çevresel faktörleri sınırlayıcı bir etki yaratması da mümkün. Sizi buna ikna edebilmem için de öncelikle “Çevresel Ürün ve Hizmetler” konusunu konuşmamız gerek.

Kapsam tartışmaları devam ettiği için “Çevresel Ürün ve Hizmetler”e dair keskin ve genel

kabul görmüş bir tanımlama yapmak zor. Ama Birleşmiş Milletler’in (BM) tanımı, çalışma alanının çerçevesini çizmek için faydalı bir başlangıç noktası olarak kabul edilebilir²: Çevresel mal ve hizmetler, doğal kaynakların kirlenmesini, bozulmasını veya tükenmesini önlemek veya en aza indirmek amacıyla üretilen ürünler veya sağlanan hizmetlerdir. Bu bağlamda çevresel mal ve hizmetler havaya, suya, atıklara, gürültüye, biyoçeşitliliğe ve doğaya verilen zararın onarılması ve doğal kaynakların kirlenmesinin, bozulmasının ve tükenmesinin azaltılması, ortadan kaldırılması, artırılması ve yönetilmesi hususlarına katkı verirler.

Dünyada çevresel ürün ve hizmetlerin ticareti lehine kuvvetli bir rüzgâr esiyor. Biz de yelkenlerimizi bu rüzgarla dolduracağız ama raporun kalanında biraz daha odaklanmayı tercih ederek, çevresel ürünlere yoğunlaşacağız. Konuyu küresel kalkınma ajandasına katkı perspektifinden incelerken, Türkiye ekonomisinin mevcut kapasitesi ve geliştirilebilecek yetenek seti üzerinden stratejik bir bakış geliştirmeyi de hedefliyoruz.

Geçtiğimiz yirmi yılda, çevresel ürünlerin ticareti, toplam küresel ticarettten daha hızlı bir büyüme sergiledi.³ Çevresel ürünler lehine gerçekleşen bu talep ortamının kazananlarından biri de Türkiye:

¹ <https://www.worldbank.org/en/topic/trade/overview>

² <https://archive.unescwa.org/environmental-goods-and-services>

³ https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtr23_e/wtr23_e.pdf



• 2022 sonuyla 2003 sonu kıyaslandığında, Türkiye'nin toplam dış ticareti 5 katına çıkarken, çevresel ürün ticareti 8 katına çıkmış

• Çevresel ürünlerin Türkiye'nin toplam ihracatı içerisindeki payı 2003'teki %4,6 seviyesinden, 2022'de %7'ye yükselmiş

• Türkiye, temel ticaret ortağı olan Avrupa'da, çevresel ürünler alanında pazar payını genişletmiş

Manşetlerde pek görmediğimiz bu başarı hikayesinin, Türkiye için fırsatlar barındıran bir dış ticaret stratejisine dönüştürülmesi elimizde. Bu raporda, konunun Türkiye'nin kalkınma yolculuğuna vereceği olası katkıyı ve atılması gereken adımları iktisadi perspektiften birlikte değerlendireceğiz.

- Genç nüfustaki yüksek işsizlik oranı, kadınların işgücüne katılımının düşük kalması gibi yapısal sorunlar, Türkiye ekonomisi için istihdam yaratımını destekleyen politikaların önemli olduğuna / olacağına işaret ediyor. Çevresel ürünlerin ticaretinin geliştirilmesinin dahil edileceği bir büyüme stratejisi, hem istihdamı hem de büyüme kompozisyonundaki yeniden dengelenmeyi destekleyerek enflasyonla mücadelede katkı sunacaktır.

- Paris Anlaşması'nın 2021'de Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından da onaylanması, Türkiye'de yeşil dönüşüme ivme kazandıran gelişmelerden bir tanesi oldu. Nitekim yakın zamanda 2053 için Net-Sıfır hedefinin, kamunun politika dokümanlarında da daha fazla yer tuttuğunu görmeye başladık. İşte bu güzel haber! Çünkü Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) çalışmaları, çevre politikalarında adım atan ve görece yeşil alanlarda uzmanlık geliştiren ülkeler için çevresel kazanımların çarpan etkisiyle gerçekleşebileceğine işaret ediyor. Böylesi bir çarpanın yaratabileceği olası kaldıraç etkisi,

henüz iklim politikalarını yazma aşamasında olan Türkiye'ye, iklim ve ticaret politikalarını senkronize etmek için önemli bir fırsat sunuyor. Bugün, şimdi.

- "Türkiye ekonomisini nasıl bilirsiniz?" diye sorsak, söylenenlerin en başında kronik kabul edilen dış ticaret açığı ve buradan tetiklenen dış tasarruf ihtiyacı gelecektir. Çevresel ürünlerdeki ticaretin geliştirilmesi, bir yandan Türkiye'nin dış ticaret açığını sınırlandırmaya yardımcı olurken diğer yandan da ülkenin dış tasarruf çekme gücünü artıracaktır. Böylesi bir strateji, Türkiye ekonomisi ile ilgili dış açık-tasarruf bağımlılığı eksenine sıkışmış tabuları yıkmaya da yardımcı olacaktır. Yapısal zayıflıkların giderilmesi yönünde adım atılması ve bu adımların küresel yeşil dönüşümü destekleyici özellikler de barındırıyor olması, şüphesiz uluslararası kalkınma finansmanı kuruluşlarının ajandası ile kesişim kümesini de genişletecektir.

- Dünya ekonomisinde çevresel standartlara dair beklentilerin yükseliyor olması, dış ticaretin olduğu kadar sermayenin de yönünü etkiliyor. Küresel yeşil dönüşümün tedarik zinciri içerisinde yer almak bir ülke stratejisi haline geldiği takdirde, şirketlerimizin de yeşil teknolojilere yatırım yapma iştahları artacaktır. Yeşil dönüşümün parçası olmak için kendini de dönüştüren bu şirketlerin, şüphesiz, finansman ve iş birliği havuzları da yeşil fonlar aracılığıyla genişleyecektir. Bu dönüşüm, reel sektör üzerinden ülkenin finans pozisyonunu olduğu kadar "uzmanlık / bilgi pozisyonu"nu da iyileştirecektir. Nitekim Eskeland ve Harrison'un 2023 tarihli bir çalışması⁴, çokuluslu şirketlerin, çevresel teknolojilerdeki bilgi birikimlerini yatırım yaptıkları ülkelere de aktardığını gösteriyor.

- Konunun teknolojik boyutu da kayda değer. Uluslararası ticaret, çevresel teknolojilere yatırımı ve inovasyonu tetikleyici bir özelliğe de sahip (Aghion et al, 2022). Bu açıdan bakıldığında, dış ticaret stratejisini yeşil dönüşümü destekleyici perspektiften kurgulamak, Türkiye'nin dijitalizasyon ve kapsayıcılığı gözetken yeni uluslararası tedarik zinciri yaklaşımının önemli bir parçası olmasını da sağlayacaktır.

⁴ https://www.nber.org/system/files/working_papers/w8888/w8888.pdf



Söylemesi Kolay, Yapması Zor. Yaparız!

Uluslararası ticarette yükselen korumacılık eğilimlerini düşününce, Joseph Stiglitz'in "Herkesin, sınırların olmadığı bir dünya için çalıştığı günler geride kaldı"⁵. sözleri daha da anlamlı hale geliyor, değil mi? Stiglitz'in bu cümlesindeki sitem, DTÖ'nün yakın zamanda daha yüksek sesle dillendirmeye başladığı "fragmantasyon" endişeleri ile de uyumlu. DTÖ'nün çalışmalarına göre, ülkeler arası ayrışma-kutuplaşma-gruplaşma ve farklılaşan çevre politikaları, gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasında uçurumun kapanmasına engel oluyor.

Bu uçurumu kapatmak için kolektif bir duruşa ihtiyaç var. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin küresel ticaret görüşmelerinde söz hakkını ve katılımını artırmak, şüphesiz kritik. Tam bu noktada, 2014'te DTÖ'nün Çevresel Ürünler Anlaşması⁶ konulu ticaret görüşmelerini başlattığını ancak maalesef sonuç alınmadığını hatırlatmam gerek.

Uluslararası arenada farkındalık yaratma amacına kısmen hizmet eden bu girişimin, özellikle gelişmekte olan ülkelerin katılımının zayıf kalması nedeniyle somut bir sonuç yaratamaması, bazı dersler de barındırıyor.

DTÖ'nün bu girişiminin detayları raporumuzun kapsamını aşıyor. Ancak yapılanlar / yapılmayanlar perspektifinden bakmak, şüphesiz bir yol haritası için faydalı olacaktır. Görüşmelerin üzerinden geçen onca yıla rağmen, çevresel ürün listesi üzerinde bile bir uzlaşma sağlanamamış olması, gelişmekte olan ülkelerin bu sürece katılımının hâlâ sınırlı olması, önümüzdeki dönem için iş birliği ve liderlik ihtiyacını gözler önüne seriyor. Türkiye için yol haritasını kurgularken mevcut durumun işaret ettiği zayıflıkları de gözetmeye ve faydanın sadece Türkiye ekonomisi ile sınırlı olmamasına da dikkat ettik.

⁵ <https://www.project-syndicate.org/commentary/deglobalization-and-its-discontents-by-joseph-e-stiglitz-2022-05?barrier=accesspaylog>

⁶ https://www.wto.org/english/tratop_e/envir_e/ega_e.htm

Türkiye Ekonomisi – İş Başına!

Victor Hugo'nun "Zamanı gelen bir fikrin önünde hiçbir engel duramaz." sözüne katılsam da, bir fikrin zamanının gelmesi için bir şeyler yapmak gerektiğini düşünen taraftayım. Hele mevzu, dönüşen dünyada yeşil bir dış ticaret perspektifi geliştirmek ise, bekleyecek zamanımız yok demektir. Böylesi bir perspektifi kurmak ve strateji geliştirmek şüphesiz öncesinde uzun bir "yapılacaklar listesi"ne sahip olmak anlamına da geliyor. Ama unutmayalım, bu listeyi oluşturacak olan da, tek tek adımları hayata geçirecek olan da bizleriz.

Küresel konjonktür, yeşil dönüşümü destekliyor ve öyle olmaya da devam edecek. Türkiye özelinde, dış ticaret tarafında bu konjonktürel değişimin bir parçası olmanın şimdiden artılar yarattığını, çevresel ürünlere dair ticaret performansımızda görüyoruz. Ancak, bu kazanımların büyük ölçüde gelen talebi karşılamak üzerinden gerçekleştiği görülüyor. Oysa ki, mevcut talebe göre şekillenen görece edilgen bir dış ticaret durumundan ziyade, talebi yönetmeyi hedefleyen daha aktif bir strateji tercih edilebilir. Yeşil dönüşümün değiştireceği ürün talebini ve yeni piyasaları öngörmek, o ürünlerde ve piyasalarda daha kuvvetli bir dış ticaret oyuncusu olabilmek için yurtiçi üretim, bilgi ve teknoloji seviyesini yönetmek, şüphesiz daha katma değerli olacaktır.

Peki, böylesi "aktif" bir dış ticaret planlaması için neler yapmalıyız? Hadi gelin birlikte düşünelim ve giriş notlarını buraya yazalım:

- Konunun uluslararası boyutu da düşünüldüğünde, çevresel ürünleri de kapsayan bir dış ticaret stratejisinin ülkemizin resmi politika dokümanlarında yer almasının sinyal etkisi kuvvetli olacaktır.
- Böylesi bir duruş, Türkiye'nin uluslararası camiada daha önce akamete uğramış Çevresel Ürünler görüşmelerine yeni bir soluk katmasını ve bu görüşmelere gelişmekte olan ülkelerin katılımını artıracak şekilde liderlik yapmasını da sağlayabilecektir.
- Elbette, çevresel ürünler konusunda var olan mevcut talep karşılanmaya devam edilmeli ancak bu yapılırken bir yandan da pazar payı artırma stratejileri değerlendirilmeli.
- Daha orta vadede, çevresel ürünlerde rekabetçi olmayı hedefleyen aktif bir dış ticaret stratejisi için gerekli olan arz yönlü dönüşümün planlanabilmesi ve yatırımların yapılabilmesi amacıyla dış talepteki dönüşümü öngören çalışmalar yapılmalı.
- Bu amaçla, orta vadeli bir boşluk analizi çalışması yürütmek, dönüştürülmesi gereken sektörler ve üretim pratiklerini belirlemek açısından faydalı olacaktır.
- Çevresel ürünlerin, yeşil dönüşümü destekleyici amaçlar dışında kullanılma riski, ürünün yaşam döngüsünün yakından takibini zorunlu hale getiriyor. Böylesi bir denetim mekanizmasının, uluslararası kabul görece standartlarda kurulması, şüphesiz Türkiye'yi bu ürünlerin tedarikinde güvenli bir oyuncu olarak ön plana çıkartacaktır.

Çevresel ürünlerin ticareti, yeni bir konu değil elbette ama uluslararası koordinasyon ve liderliğin eksik olması, konunun küresel ajandada hak ettiği yere gelmesini yavaşlatmış görünüyor. Ancak hem devam eden yeşil dönüşüm ihtiyacı, hem de küresel ekonomide artan kutuplaşmanın iş birliklerini pekiştirmeyi zorunlu hale getirmesi, çevresel ürünlerin ticaretini yeniden herkes için anlamlı bir başlık haline getirmiş durumda. Türkiye'nin mevcut yetenekleri, geliştirebileceği kapasitesi ve akran ülkeleri harekete geçirebilme yeteneği birlikte düşünüldüğünde, çevresel ürünlerin ticaretinde ülkemizin önemli bir oyuncu olabileceği görülecektir. Böylesi bir stratejinin kazananı herkes olacaktır. Ancak konunun yeşil dönüşüm üzerinden, hem ülkemizdeki hem ticaret ortaklarımızdaki düşük karbonlu kalkınmaya vereceği katkı düşünüldüğünde "kazan-kazan" klişesini kırmanın da zamanı geldi demektir. **Herkesin kazandığı değil, herkesin kalkındığı yeni bir ekonomi mümkün!**

Dr. Burcu Ünüvar
Direktör- Baş Ekonomist

1. Küresel Rekabetin Zemini Değişiyor

Ekosistem krizinin finansal istikrar, fiyat istikrarı, büyüme, gelir dağılımı, gıda güvencesi ve demografik yapı başta olmak üzere pek çok iktisadi ve sosyal dinamiğin üzerinde kayda değer etkilerinin olması bekleniyor⁷. Bu nedenle ekosistem kriziyle mücadele tüm dünyada politika yapımcıların ana gündem maddesi haline gelmiş durumda.

2019 yılının sonunda Avrupa Komisyonu'nun yayınladığı Avrupa Yeşil Mutabakatı

(AYM) teklifi, küresel iklim krizi ajandasında önemli bir dönüm noktası olarak anılabilir. Avrupa, AYM ile Sınırdaki Karbon Düzenlemesi (SKD) teklifini paylaştı. SKD ile ilk kez uluslararası ticarete karbon temelli bir mali yükümlülüğün devreye girmesi kararı alındı. Aslında SKD bundan önce bir maliyet kalemi olmayan doğanın, maliyet fonksiyonuna eklenmesi anlamına geliyor ve böylece rekabet zemini yeniden tanımlanıyor⁸. Ancak bu noktada değişen yapının

doğru anlaşılması için SKD ya da AYM'nin çizdiği çerçevenin ötesinde bir sistemsel dönüşüm olduğunu göz önüne almak gerekiyor. AYM'nin, yeşil mutabakatın Avrupa versiyonu olduğunu⁹, konunun sadece SKD kapsamındaki sektörler indirgenmemesi gerektiğini¹⁰ dikkate alınca, yeşil dönüşüm arayışı, tüm sektörler ve ürünler bazında rekabet gücü belirleyenlerinin değişeceği bir çerçeve olarak okunabiliyor.



⁷ <https://www.tskb.com.tr/uploads/file/25122b07c3c60143b0b43779cd4257fe-1669020846966.pdf>

⁸ <https://www.tskb.com.tr/uploads/file/f59289411b59bf2e7400e70770a07790-1634727039816.pdf>

⁹ <https://www.tskb.com.tr/uploads/file/31e13bae85f4be20716e1691c4323e2c-1634727286701.pdf>

2. Değişen Zemini İzlemek İçin Analitik Bir Yaklaşım: Yeşil Atlas

TSKB Ekonomik Araştırmalar'ın "Rekabetin Rengi Yeşil" raporu¹⁰, Türkiye'nin dış ticaretteki rekabet gücünün yeşil gözlük takarak yeniden değerlendirilmesi gerektiğini vurguluyor. Bu amaçla çalışmada Ekonomik Kompleksite Atlası yazınında yer alan göstergeler yeniden üretiliyor, ayrıca yeşil perspektif ekleniyor ve Yeşil Atlas bakış açısı esas alınıyor.

Ekonomik Kompleksite Atlas'ı (Kahverengi Atlas) ve Ekonomik Araştırmaların ilave hesaplamaları ile türetilen Yeşil Atlas hem küresel çapta dış ticarete konu ürünler hakkında bazı metrikleri sunuyor hem de konunun ülkeler yani Türkiye bazında değerlendirilmesine fırsat veriyor. Ekonomik Kompleksite yazını hesaplamalarında bir ürünün üretilmesi için gerekli olan yetenek birikimi Ürün Kompleksitesi Endeksi (ÜKE) adı ile metrikleştiriliyor. ÜKE'si daha yüksek olan ürünlerin niteliğinin de daha yüksek olduğu kabul ediliyor. Öte yandan Yeşil Atlas atfı ile yapılan, hikayeye yeşil gözlükle bakmayı amaçlayan çalışmada ürünlere bir de yeşil olma sınıflandırılması ilave ediliyor. Her bir ürüne ilişkin hesaplanan Ürün Emisyon Yoğunluğu (ÜrEmYo) göstergesi takip edilerek yeşilin tonları tanımlanıyor. Bu yaklaşımda emisyon yoğunluğu daha düşük olan ülkelerin uluslararası ticaretteki rekabet gücü bağlamında "iyi" (yani karşılaştırmalı üstünlükle) ürettikleri ürünlerin emisyon yoğunluğunun da daha düşük olduğu kabul ediliyor.

Diğer yandan konuyu ülkeler düzleminde Türkiye özeline taşıdığımızda her bir ürünün

üretilmesi için ihtiyaç duyulan yetenek/bilgi setlerine odaklanmamız gerekiyor. Yazına göre bir ürünü üretmek için gerekli olan yeteneklerin/bilgilerin bazı kısımları da diğer ürünlerin üretilmesinde kullanılıyor. Böylece her bir ürün, gerektirdiği yetenek/bilgi birikimi itibarıyla diğer ürünlerle kesişen yetenek/bilgi kümelerine sahip oluyor. Bir ürünün diğer bütün ürünlerle kesişen yetenek/bilgi setleri ise ilgili yazında Patika olarak adlandırılıyor. Böylece Patika, bir ürünün diğer ürünlerle bağlantı gücü olarak görülüyor.

Türkiye'nin yeşil dönüşüm sürecindeki konumunu anlamak için karşılaştırmalı üstünlüğün mevcut olmadığı ürünlerin Türkiye'nin mevcut yeteneklerine ne derece uyumlu olduğuna bakmak önemli. Bu amaçla Kompleksite Atlas'ı yazınındaki yakınlık (density) göstergesi kullanılarak ülkelerin mevcut yeteneklerinin hangi renkteki ürünlere daha yakın olduğu hesaplanıyor.

Küresel rekabet düzlemi yeşil ekseninde değişirken, Atlas yazınından türetilen göstergeler bu değişimin yapısal bir çerçevede analitik olarak izlenmesi için bir araç seti sağlıyor. Çevresel ürünlerde rekabet gücü kazanılmasının yaratabileceği yapısal değişimi bu göstergelerle izlemek mevcut raporun ikinci aşaması olarak araştırma gündemimizde yer alıyor. Bu çalışmanın geri kalan bölümlerinde ise çevresel ürünlerde Türkiye'nin mevcut dış ticaret görünümünü ortaya koyuyoruz.



¹⁰ <https://www.tskb.com.tr/uploads/file/948e6f897c660c4380826f9452c8056f-1678192759464.pdf>

3. Dönüşümde Hangi Ürünlere İhtiyaç Duyulacak?

Yeşil dönüşüm dediğimizde akla ilk yenilenebilir enerji kaynaklarının geliştirilmesi geliyor. Ancak tahmin edileceği gibi mevzu bununla sınırlı değil. Kaynak verimli üretimi sağlayan araçlar, atık yönetimi, hava kirliliği ve gürültü kirliliği gibi alanlarda da bir dönüşüm bizi bekliyor. Peki bu alanlardaki dönüşümde hangi işlenmiş ya da yarı işlenmiş ürünler kullanılıyor? Bu soruya cevabı yeşil dönüşümle ilgili pek çok konuda olduğu gibi sektör değil ürün bazında vermek gerekiyor.

OECD'ye göre küresel ekonominin dönüşüm sürecinde kullanılacak çevresel ürünler 11 farklı kategoride 247 ürünü¹¹ içeriyor (bkz Tablo 1¹²). Bu ürünler 2021 yılı itibarıyla toplam 1,6 trilyon doların üzerinde ticaret hacmine sahipken, dünya ticaretinin %7,5'ini oluşturuyor.



Tablo 1: Çevresel Ürün Kategorileri

| Ürün Adedi | Alt Başlık | Ticaret Hacmi (2021, milyar \$) | Çevresel Ürün Toplamındaki Pay |
|------------|---|---------------------------------|--------------------------------|
| 54 | Yenilenebilir Enerji Tesisi | 547 | %34 |
| 31 | Atık Su Yönetimi | 324 | %20 |
| 37 | Çevresel Görüntüleme Analiz ve Değerlendirme Ekipmanı | 191 | %12 |
| 25 | Atık ve Geri Dönüşüm Sistemleri Yönetimi | 145 | %9 |
| 12 | Hava Kirliliği Kontrolü | 114 | %7 |
| 46 | Daha Temiz ya da Kaynak Verimli Teknoloji ve Ürünler | 107 | %7 |
| 26 | Isı ve Enerji Yönetimi | 96 | %6 |
| 3 | Gürültü ve Titreşim Azaltma | 66 | %4 |
| 4 | Toprak ve Suyun Temizlenmesi ve Islahı | 24 | %1 |
| 6 | Son Kullanım ve İmha Özellikleri Nedeniyle Tercih Edilenler | 2 | %0 |
| 3 | Doğal Kaynak Koruma | 1 | %0 |

Kaynak: Tur (2022)

¹¹ Harmonize Sistem'e göre 6 basamaklı ürün kodları üzerinden.

¹² Tur, F. (2022). "Küresel Yeşil Sistemin Türkiye'nin Sanayileşme Politikalarına Etkileri".

4. Türkiye'nin Dış Ticaret Görünümü

Bu ürünlerin Türkiye'nin ihracatı içindeki payı ise 2003 yılındaki %4,6'dan 2018 yılında %6,4'e 2022 yılında ise 17,8 milyar dolar hacim ile %7'ye yükseldi (kompozisyonu için bkz. Grafik 1). 2003 yılından bugüne diğer tüm ürünlerin ihracatı 5,2 katına yükselirken çevresel ürün ihracatı 8,1 katına çıktı.

Grafik 1: Türkiye'nin Çevresel Ürün İhracatının Kompozisyonu (2022 milyar \$)



Kaynak: Tur (2022)

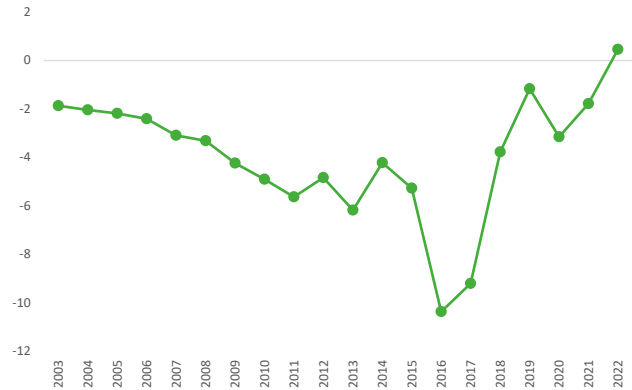
Artışa hangi grubun ne kadar katkı sunduğuna bakıldığında yenilenebilir enerji tesisi ve atık su yönetimi başlığındaki ürünlerin en güçlü desteği sağladığı görülüyor (Grafik 2). Çevresel ürünlerdeki ticaret dengesine baktığımızda da (Grafik 3) dikkat çekici bir resim görüyoruz. 2003-2016 döneminde ticaret açığı artarken, sonrasında kapanma eğilimine girdiği ve 2022 yılı itibarıyla ticaret fazlası verir duruma geldiği saptanabiliyor. Bu resim, yeşil dönüşümün küresel gündemdeki ağırlığının artması ile birlikte çevresel ürünlerde Türkiye'nin ihracatının ithalatından daha hızlı arttığı bir dönemde olduğumuza işaret ediyor.

Grafik 2: Çevresel Ürün İhracat Artışı (2022-2015, milyar \$)



Kaynak: TradeMap, TSKB Ekonomik Araştırmalar

Grafik 3: Çevresel Ürün Ticaret Dengesi (milyar \$)



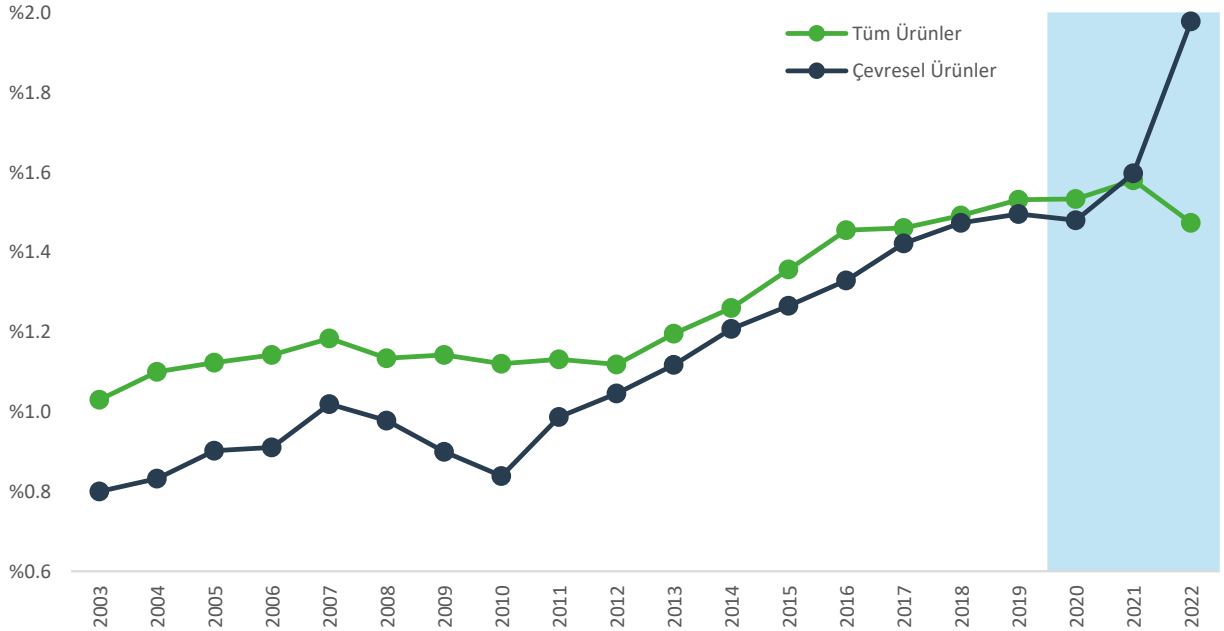
Kaynak: TradeMap, TSKB Ekonomik Araştırmalar

5. Yeşil Mutabakat ile Birlikte Türkiye'nin Artan Pazar Payı

Küresel yeşil gündemde AB'nin AYM dokümanını açıkladığı 2019 yılının Aralık ayı kritik bir dönemeç. Grafik 4 bu dönemecin ardından Türkiye'nin çevresel ürünlerde AB'deki pazar payının yükseldiğine işaret ediyor. Özellikle 2022 yılında, yani yeşil dönüşüm çabasının enerji krizinin de etkisiyle AB bünyesinde ivmelendiği yılda, Türkiye'nin çevresel ürünlerdeki pazar payı diğer ürünlerden ayrılarak güçlü bir artış kaydetmiş durumda. Şimdi önemli sorulardan biri, bu artışın kalıcı olup olmayacağı; izleyeceğiz.



Grafik 4: Türkiye'nin AB İthalatındaki Payı

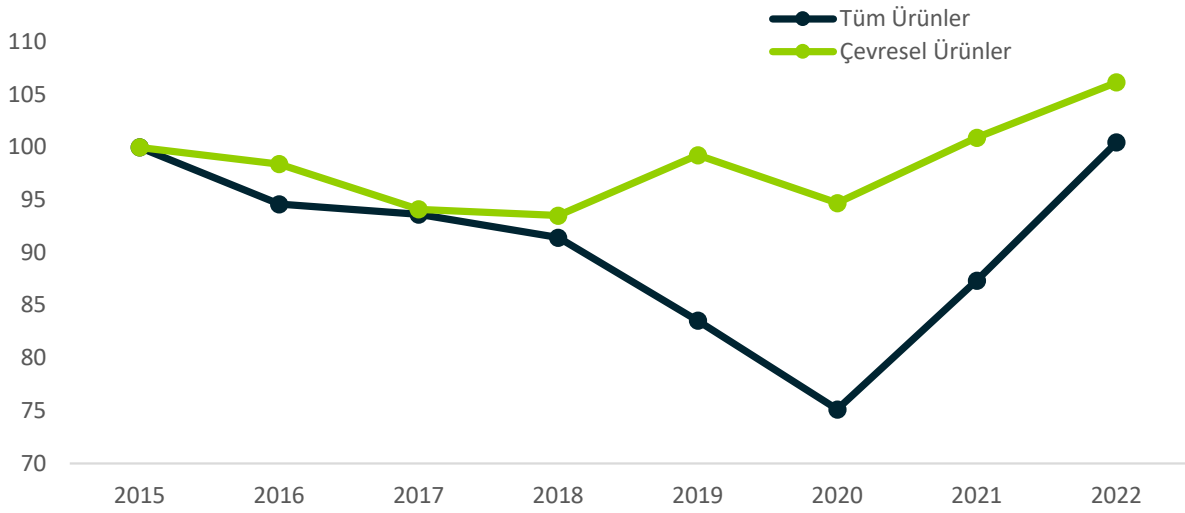


Kaynak: TradeMap, TSKB Ekonomik Araştırmalar

6. Birim Fiyatların Gelişimi

Bir başka önemli soru da bu ihracatla yaratılan değere ilişkin. Katma değere ilişkin bir fikir vermesi adına birim fiyatlar kullanılabilir. Grafik 5, çevresel ürünlerin birim fiyatıyla, Türkiye'nin ihracat sepetinin birim fiyatının karşılaştırmasını sunuyor. Grafikte iki grubun fiyatlarının 2015-2018 döneminde paralel bir eğilime sahip olduğu görülüyor. Buna karşın özellikle 2019-2020'de pandeminin de etkisiyle ihracat sepetinde fiyatlar kayda değer ölçüde gerilerken, çevresel ürünlerde bu gerilemenin yaşanmadığı dikkat çekiyor. Çevresel ürünlerin birim fiyatlarının toplam ihracat sepetinden olumlu ayrılan bu performansı not edilmeye değer.

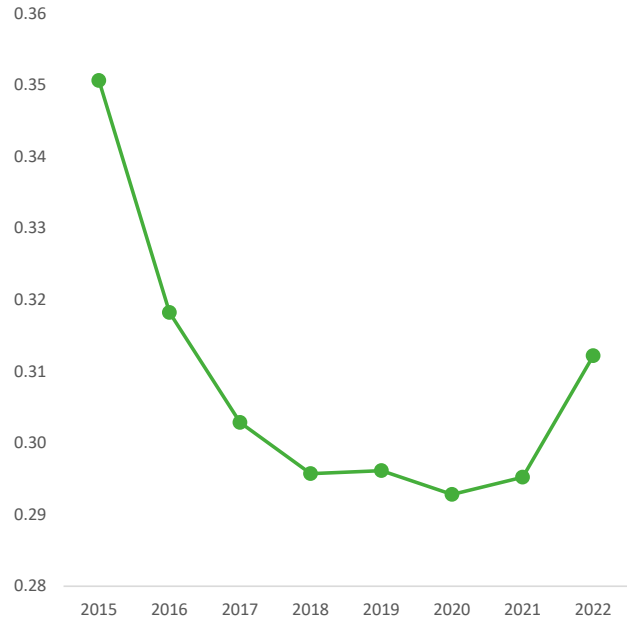
Grafik 5: İhracatta Birim Fiyatların Gelişimi (\$, 2015=100)



Kaynak: TradeMap, TSKB Ekonomik Araştırmalar

Bununla birlikte, çevresel ürünlerde ihracat fiyatıyla ithalat fiyatının karşılaştırmasına bakmak da katma değer görünümüne ilişkin bilgi verebilir. Grafik 6 ihracat fiyatlarının ithalat fiyatlarına oranla (ticaret haddi) nasıl bir seyir izlediğini gösteriyor. Grafik'te ilk dikkat çeken nokta, çevresel ürünlerde daha pahalı ürünlerin ithal edilip, daha ucuz ürünlerin ihraç edilmesi. Bu durum, katma değer açısından ilerleme sağlanacak önemli bir alan olduğuna işaret ediyor. İkinci nokta ise inceleme dönemi içinde ilk kez 2022 yılında ticaret hadlerinde bir iyileşme görülmesi. Yani ihraç ettiğimiz ürünün fiyatı, ithal ettiğimiz ürünün fiyatına göre daha fazla artmış. Bunun 2022 yılına özgü bir hareket mi yoksa yukarı yönlü bir eğilimin ilk gözlemi mi olduğunu önümüzdeki dönemde takip edeceğiz. Ancak böyle bir hareketin güçlenmesi ve kalıcı olması için, bu amaca odaklanan bir politika tasarımına ihtiyaç duyulacağı bugünden söylenebilir.

Grafik 6: Çevresel Ürünlerde Ticaret Haddinin Gelişimi (İhracat Fiyatları / İthalat Fiyatları)



Kaynak: TradeMap, TSKB Ekonomik Araştırmalar

7. Çevresel Ürünler: Desteklerle Geliştirilebilecek Bir Hikaye

Yeşil dönüşüm ekseninde oluşacak talebin çevresel ürünlerde bir fırsat yaratabileceği görülüyor. Mevcut ticaret performansımız da bu fırsatı kullanabilecek altyapımız olduğunu ima ediyor. Ancak ticaret hadleri, gelişim yolunda önemli atılımlar yapılabileceğine ve hatta ihtiyaca işaret ediyor. Hem ticaret hadlerini iyileştirmek hem de önümüzdeki dönem güçlenmesi beklenen talebe hazırlıklı olabilmek, veri temelli politika tasarımının önemini bir kez daha ortaya koyuyor. Bir başka ifadeyle ilerleme kaydetmek, olumlu eğilimi güçlendirmek ve daha kuvvetli hale getirmenin yollarını aramak gerekiyor.

Politika yapıcının çevresel ürünleri politika tasarım gündemine alması, bu ürünleri dikkate alan düzenleme, iletişim ve teşvik politikaları kurgulaması bu süreçte önemli bir destek noktası olarak görülebilir. Ayrıca uluslararası kalkınma finansmanı kurumlarının çevresel ürünler çerçevesinde sunacağı finansman imkanları da hem Türkiye'nin yeşil dönüşüm ekseninde yaşayacağı yapısal dönüşüme hem de bu yolla küresel yeşil dönüşüm için ihtiyaç duyulacak ürünlerin üretimine destek verebilecektir.





Danışmanlık Hizmetleri

Ekonomik Araştırmalar
ekonomikarastirmalar@tskb.com.tr

Meclisi Mebusan Caddesi No. 81
Fındıklı İstanbul 34427, Türkiye
T: +90 (212) 334 50 41 F: +90 (212) 334 52 34

TSKB Ekonomik Araştırmalar ürünlerine ulaşmak için aşağıdaki karekodu kullanabilirsiniz:



Dr. Burcu Ünüvar

Direktör
Baş Ekonomist

unuvarb@tskb.com.tr

Dr. Feridun Tur

Ekonomik Araştırmalar Müdürü

turf@tskb.com.tr

Şakir Turan

Ekip Lideri
Makroekonomi ve Finansal Piyasalar

turans@tskb.com.tr

Can Hakyemez

Ekip Lideri
Enerji ve Kaynak Araştırmaları

hakyemez@tskb.com.tr

Dr. Buket Alkan

Yönetici
Kalkınma Ekonomisi

alkanb@tskb.com.tr

Cem Avcıoğlu

Yönetici
Kalkınma Ekonomisi

avciogluc@tskb.com.tr

Dr. Emre Aylar

Yönetici Yardımcısı
Makroekonomi ve Finansal Piyasalar

aylare@tskb.com.tr

Başak Toprakçı

Uzman Yardımcısı
Enerji ve Kaynak Araştırmaları

toprakcib@tskb.com.tr



Türkiye Sınai Kalkınma Bankası
www.tskb.com.tr

T: +90 212 334 50 50 F: +90 212 334 52 34

E: info@tskb.com.tr