

## Türkiye'nin Yaş Meyve Ürünlerindeki Rekabet Gücünün İncelenmesi\*

Zir. Müh. Bora AKAY<sup>1</sup>

Dr. Özlem YILDIZ<sup>2</sup>

Zir. Müh. H. Baran YAVUZ<sup>3</sup>

Doç. Dr. Berna TÜRKEKUL<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

<sup>2</sup>Ege Üniversitesi Ziraat Fak. Tarım Ekonomisi Böl., ozlem.yildiz@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5581-0102

<sup>3</sup>Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

<sup>4</sup>Ege Üniversitesi Ziraat Fak. Tarım Ekonomisi Böl., berna.turkekul@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2445-3285

**Özet:** Türkiye'nin bulunduğu iklim kuşağı ile topraklarının elverişliliği, çok çeşitte yaş meyve ve sebzenin yetiştirilmesine imkân vermektedir. Türkiye, üretimde Avrupa'da birinci, dünyada ise dördüncü sırada yer almaktadır. Yaş meyve sebze sektörü için 2023 yılı için 60 milyon ton üretim ve 5,5 milyar doların üzerinde ihracat hedeflenmektedir. Böylelikle küresel pazardan alınan %2'ler seviyesindeki payın %5'ler seviyesine çıkarılması beklenmektedir. Bu sektör sadece ihracat değeri ile değil, yarattığı istihdamdan, ortaya çıkardığı katma değere kadar pek çok konuda Türk ekonomisine katkıda bulunan stratejik önemi olan bir sektördür. Ayrıca, taze meyve ve sebzenin insan sağlığı üzerindeki olumlu etkileri olduğu da bilinmektedir. Bu durum gerek yurtiçinde gerekse yurt dışında yaş meyve ve sebze talebi arttırmaktadır. Fakat Türkiye'nin üretim ve pazarlama potansiyeli olan yaş meyve ve sebze sektöründe istenen ihracat seviyesine ulaştığını söylemek güçtür. Hatta artan pazar imkânlarından yeterince yararlanamadığı ve son yıllarda pazar kayıpları yaşadığı görülmektedir. Bundan dolayı yaş meyve ve sebze alt sektöründe hâlihazırda avantajlı olduğu rekabet gücünü sürdürülebilir kılması son derece önemlidir. Yüksek ve sürdürülebilir rekabet gücü tüm tarım sektörü için olumlu bir etki yaratmaktadır. Bu nedenle bu araştırmada Türkiye'de önemli ihracat avantajına sahip olan yaş meyve ürünlerinin, avantaj ve dezavantaj açısından rekabet gücünü analiz etmek amaçlanmıştır. Öncelikle Türkiye'nin ihracatındaki payına göre yaş meyve ürünleri seçilmiştir. Bu ürünlerde rekabet gücünü ortaya koymak için son 20 yıllık verilere dayalı olarak Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlük (RSCA) ve Ticaret Dengesi Endeksi (TBI) hesaplanmıştır. Bu endekslere göre yaş meyve ürünleri dört farklı kategoriye ayrılmıştır. Son olarak ITC tarafından geliştirilen İhracat Potansiyeli Göstergesi (EPI) aracılığıyla kullanılmayan potansiyel incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yaş Meyve, Sürdürülebilir Rekabet, karşılaştırmalı üstünlük, rekabet gücü endeksleri

### Investigating Turkey's Competitiveness in Fresh Fruit Products

**Abstract:** The climatic conditions and soil composition in Turkey facilitate the production of a diverse range of fresh fruits and vegetables. Turkey holds the top position in Europe and occupies the fourth position globally in terms of output. In the year 2023, the fresh fruit and vegetable industry aims to achieve a production volume of 60 million metric tons, accompanied by exports valued at more than 5.5 billion US dollars. It is anticipated that this will result in a growth of Turkey's worldwide market share from approximately 2% to approximately 5%. The industry under consideration holds strategic significance as it makes substantial contributions to the Turkish economy, encompassing not just its export value but also various additional dimensions such as employment generation and value addition. It is widely acknowledged that the consumption of fresh fruits and vegetables has a beneficial impact on human health. The aforementioned phenomenon leads to an escalation in the demand for fresh fruits and vegetables in domestic and international markets. Nevertheless, assessing whether Turkey has achieved the intended export level in the fresh fruit and vegetable sector, considering its production and marketing potential, proves to be challenging. Indeed, it is evident that Turkey has failed to capitalize adequately on the growing market prospects and has experienced a decline in market share in recent years. Hence, it is imperative for Turkey to maintain its present competitive edge in the fresh fruit and vegetable sub-sector. The presence of high and sustainable competitiveness within the agricultural sector yields favorable outcomes for the industry as a whole. Hence, the objective of this study is to examine the competitive nature of fresh fruit products in Turkey, specifically focusing on their export benefits and disadvantages. Initially, the selection of fresh fruit goods was based on their proportionate representation within Turkey's export market. The competitiveness of these products was assessed by calculating the Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA) and Trade Balance Index (TBI) using data from the past two decades. Based on these indicators, fresh fruit goods are classified into four distinct categories. The Export Potential Indicator (EPI) created by the International Trade Centre (ITC) is utilized to analyze untapped potential.

**Key Words:** Fresh Fruit, Sustainable Competition, comparative advantage, competitiveness indices.

\* Bu makale, XX. International Balkan and Near Eastern Congress Series on Economics, Business and Management, Ohrid, October 14-15, 2023'te sözlü olarak sunulmuştur.

## 1. GİRİŞ

Türkiye, üretime müsait verimli ve geniş tarım alanları, değişik bölgelerin ekolojik farklılıkları sayesinde meyve ve sebze için iyi koşullarda ve kaliteli olarak yetişebildiği dünyadaki nadir ülkelerden birisidir. Dünyanın birçok ülkesiyle karşılaştırıldığında ülkemizde hemen hemen her mevsimde ve her bölgede meyve ve sebze üretimi söz konusudur. Türkiye birçok meyve türünde dünyada en büyük üretici konumdadır ve yaş meyve tarımsal ihracatın önemli kalemlerinden biridir. Yaş meyve sektörünün doğrudan ilgili olduğu gıda ve tarım sektörü, küresel ve ulusal krizlerden en az etkilenen sektörlerden biri olması nedeniyle de önemli bir avantaja sahiptir. Özellikle dünyanın en büyük sebze, meyve ve hububat üreticileri arasında yer alan Türkiye fındık, çay gibi ürünlerde piyasaları etkileyebilecek düzeyde üretim ve ihracat gerçekleştirmektedir. Nitekim Türkiye sahip olduğu avantajları sayesinde meyve ve sebze üretim ve ihracat potansiyeli ile küresel bir oyuncu konumundadır. Küresel düzeyde yaş meyve sebze ihracatında ilk 10 sırada yer alan İspanya, Hollanda, ABD, Meksika, Çin, Şili, İtalya, Türkiye, Güney Afrika ve Fransa arasında hızlı bir rekabet yaşanmaktadır. Türkiye'nin üretim yönünden yeterli avantaja sahip olmasına karşın, artan pazar imkânlarından yeterince yararlanamadığı ve son yıllarda pazar kayıpları yaşadığı görülmektedir. Ülkemizde yaş meyve ve sebze ihracatı artış göstermesine rağmen, ihracatın önemli bir bölümünün belirli ülkelere yapılması ve bu pazarlara olan bağımlılığı sektörün önündeki temel riskleri oluşturmaktadır.

Tarım ürünleri dış ticaretine ilişkin yapılan incelemelerde, konunun sadece ihracat ya da ithalat cephesinden ele alınması önemli bir eksikliği de beraberinde getirmektedir. Bununla birlikte, bu tür çalışmalarda verilen rakamlar ya da bilgiler de kullanılan sınıflandırma yöntemleri nedeniyle birbirleriyle önemli derecede çelişmektedir. Diğer yandan, son yıllarda Türkiye'nin tarım ürünleri ithalatının, ihracatını aştığı ve bu nedenle de kendine yeterli ülke konumunu kaybettiği vurgulanmaktadır (Taşdan, 2005: 52). Tüm bunlar dikkate alındığında, tarım ürünleri dış ticaretinin hem ihracat hem de ithalat cephesinden ele alınması ve bir bütün olarak değerlendirilerek, geçmişten günümüze yapısal gelişiminin detaylı biçimde ortaya konulmasının faydalı olacağı görülmektedir. Bunun için kullanılan araçlardan biri rekabet gücü analizidir.

Rekabet gücü genellikle ülke düzeyinde değerlendirilir (Enright ve ark., 1999:1; Pillania, 2007:1, Pillania, 2009: 1). Birçok çalışma

Türkiye'nin yaş meyve ve sebze rekabet gücünü incelemiştir (Serin ve Civan, 2008: 26; Erkan vd, 2015: 72; Şahin, 2016:30; Berk vd, 2016:1321; Aşık ve Ellibeş, 2020:12; Aksoy ve Kaymak, 2021:140; Ağızan vd, 2022:525). Bu çalışmalar farklı dönemleri ve ürünleri ele almış olmasına rağmen Türkiye'nin yaş meyve ve sebze ihracatında küresel piyasalarda önemli bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu bulunmuştur.

Türkiye'nin çeşitli meyve ürünlerinde artan ihracatı ve ithalatı, rekabet gücünün daha ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmesini gerektirmektedir. Ayrıca, farklı meyve ürünlerinin, politika yapıcılarının ve diğer paydaşların tarımsal ihracatı artırmaya yönelik müdahalelere öncelik vermelerine imkân tanıyan dinamik değişimlerde ve hareketlerde nasıl performans gösterdiğini incelemeyi de gerektirmektedir. Türkiye'nin tarımsal dış ticaretinin geliştirilmesi, katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesi ve tarımsal faaliyetlerden daha yüksek gelir elde edilebilmesi için üretim faaliyetlerinin sürdürülebilir olmasına ihtiyaç duyulan bir alandır. Yaş meyve ve sebze alt sektörü; üretim süreçleri için gereken girdilerin satın alınması, üretimin gerçekleştirilmesi, ürünlerin pazara hazırlanması, muhafazası, işlenmesi, soğuk zincirle dağıtımın sağlanması, gıda sektörü için girdi tedariki oluşturulması gibi birçok yönüyle ekonomide değer yaratmaktadır (Ağızan vd, 2022:525). Bu nedenlerle yaş meyve ve sebze alt sektöründe rekabet gücünün yüksek olması tüm tarım sektörü için olumlu bir etki yaratmaktadır. Öte yandan yaş meyve ve sebzelerin biyolojik yapıları gereği çabuk bozulabilir özellikte olması, üretim süreçlerinde girdi maliyetlerinin yüksekliği, ürünlerin hassas yapıları gereğince işçiliğin hassas ve diğer tarımsal ürünlere göre fazla olması sektöre yönelik kısıtlayıcı faktörleri ifade etmektedir. Dolayısıyla ilgili alt sektörde sahip olunan tüm kaynakların üretime yönelik planlanması rekabet gücünün artırılmasına katkı sağlayacak unsurlardır (Ağızan vd, 2022:525).

Türkiye'nin yaş meyve ve sebze rekabet gücünü ortaya koyan yakın zamanda yapılmış çalışmalar mevcuttur (Serin ve Civan, 2008:213; Erkan vd, 2015:71; Şahin, 2016:33; Berk vd, 2016:1323; Aşık ve Ellibeş, 2020:16; Aksoy ve Kaymak, 2021:140; Ağızan vd, 2022:526). Diğer çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada yaş meyveler tek tek ele alınmakta ve değerlendirilmektedir. Ayrıca bu çalışmalar kullanılmamış ihracat potansiyeli incelenmemiştir. Bundan dolayı, bu çalışmada "önemli bir ihracat avantajına sahip olan yaş meyve sektörünün hangi ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğü vardır?" sorusuna cevap aranmış ve Türkiye'de önemli bir

ihracat avantajına sahip olan yaş meyve ürünlerinin avantaj ve dezavantaj açısından rekabet gücünü analiz etmek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 2001 ve 2022 yılları arasındaki dönem için rekabet gücü endeksleri (RCA, RSCA, TBI) hesaplanmıştır. Böylelikle Türkiye'nin yaş meyve ihracatının (HS-6 basamak) gelişimi ve yaş meyvede karşılaştırmalı üstünlüğündeki değişiklikler incelemiştir. Ayrıca, ihracatı artırma stratejileri ile seçilen malların henüz kullanılmamış ihracat potansiyeli ortaya koyulmuştur.

## 2. MATERYAL VE YÖNTEM

Tablo 1: Taze Meyvede Türkiye'nin Rakibi Olan Ülkeler (2018-2022 İhracat Ortalamasına Göre)

Ürün/Ülke	Rakip Ülkeler
Mandalina	Güney Afrika, Çin ve Türkiye
Üzüm	İtalya, ABD, Şili ve Türkiye
Şeftali	İtalya, İspanya ve Türkiye
Elma	İtalya, ABD, Çin ve Türkiye

Çalışma kapsamında 2001- 2022 yılları arasındaki dönem ele alınmıştır. Çalışmada, ayrıca dünya yaş meyve ekim alanları ve üretimi ele alınarak, yaş meyve ihracat ve ithalatında önde gelen ülkeler incelenip; Türkiye'nin dünya yaş meyve üretiminde ve dış ticaretindeki yeri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bölüme ait veriler FAO'dan 2001-2021 yılları arasındaki dönem için elde edilmiştir.

İhracat rekabet gücü ve mal ticaret dengesi hesaplanmasında, TRADEMAP Ticaret İstatistiklerinden (Trademap, 2022) 2001-2022 dönemi için elde edilen verilere dayanılarak incelenmiştir. İhracat potansiyeli değerlendirmeleri, seçilen ürünlerin 2021 ihracat verilerine dayanmıştır.

Rekabet analizinde, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA), Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler (RSCA) ve Ticaret Dengesi Endeksi (TBI)'nden yararlanılmıştır.

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA): En çok kullanılan endeksler arasında yer alan, Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksidir. Balassa'nın endeksinde ihracatı esas alması ve ithalat düzeyini ve etkisini ihmal etmesi eleştirilmiştir. Bu eleştiriler doğrultusunda Vollrath (1951) alternatif ölçüm yöntemi geliştirmiştir. Vollrath'a göre açıklanmış üstünlük aşağıdaki gibidir:

$$RCA = \ln RXA - \ln RMA$$

Endekslerin sahip olduğu en önemli sorun, çeşitli nedenlerle ülkelerin ticari yapılarında ve ticari

Bu çalışmada meyveler HS-6 basamaklı olarak incelenmektedir. Çalışma kapsamında ele alınan yaş meyvelerin belirlenmesinde 2018-2022 yıllarının ortalama ihracat değerleri dikkate alınmıştır. Buna göre ihracat oranları yüksek olan dört meyve grubundan birer meyve seçilmiştir. Bu meyveler sırasıyla mandalina, üzüm, şeftali ve elmadır.

Dünya pazarında bu ürünlerde Türkiye'nin rakipleri 2018-2022 yılları ihracat değerlerinin ortalaması alınarak belirlenmiştir. Rakipler belirlenirken bu ürünlerin ihracatında toplam %50 ve üzerinde pay alan ilk ülkeler kapsama alınmıştır. Bu ülkeler ürün grupları itibarıyla Tablo 1.'de verilmiştir.

verilerinde bozulmalar görülmesidir. Bu nedenlerin başında tarım gibi bazı sektörlerde uygulanan müdahaleci politikalar. Logaritmik dönüşümün yapılmasının nedeni de bu bozulmalar sonucu endeks değerlerinde ortaya çıkabilecek asimetri sorunudur (Fertö ve Hubbard, 2002:13). Bu sorunu çözmek için Laursen (2015:104), Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksini geliştirmiştir. Laursen'in, Açıklanmış Simetrik Karşılaştırmalı Üstünlükler "Revealed Symmetric Comparative Advantage" RSCA adını verdiği endeks aşağıda yer almaktadır. Laursen, Balassa'nın eşitliğini kullanmıştır.

$$RSCA_{ij} = (RCA_{ij} - 1) / (RCA_{ij} + 1)$$

RSCA endeksi -1 ile 1 arasında değer taşımaktadır. Pozitif değer ülkenin rekabet gücü oluşuna işaret etmektedir. Balassa Endekslerinden farklı olarak RSCA endeksleri daha net tahmin yapabilmeye olanak sağlamaktadır.

Ticaret Dengesi Endeksi (TBI): Bir ülkenin ihracat veya ithalatta uzmanlaşma derecesini belirlemek için kullanılmaktadır. Her mal kategorisi için (İhracat-İthalat)/(İhracat+İthalat) oranının mutlak değerinin, o mal kategorisinin toplam dış ticaretteki payına göre ağırlıklı toplamı bulunarak bir ülkenin toplam uzmanlık düzeyi elde edilir. -1 ile 1 arasında değişen değerler alan endeksin değeri büyüdükçe, o ülke için söz konusu piyasada uzmanlaşmaya gittiğini ve dolayısıyla bir rekabet avantajı elde etmiş olduğu şeklinde yorumlanır. Burada paydada dünya toplam ihracatı yerine belli bir piyasa veya rakibe ait veriler yer alır. Endeks, bir

ülkenin ihracat sektöründeki mallarda uzmanlaşma derecesine ilişkin bilgi sunar ve malın ülke toplam ihracatı içindeki payının, aynı malın belli bir piyasaya veya partnere yapılan toplam ithalattaki payına oranı olarak hesaplanır (Adıgüzel, 2011:197).

$$TBI=(X_{ij}-M_{ij}) / (X_{ij}+M_{ij})$$

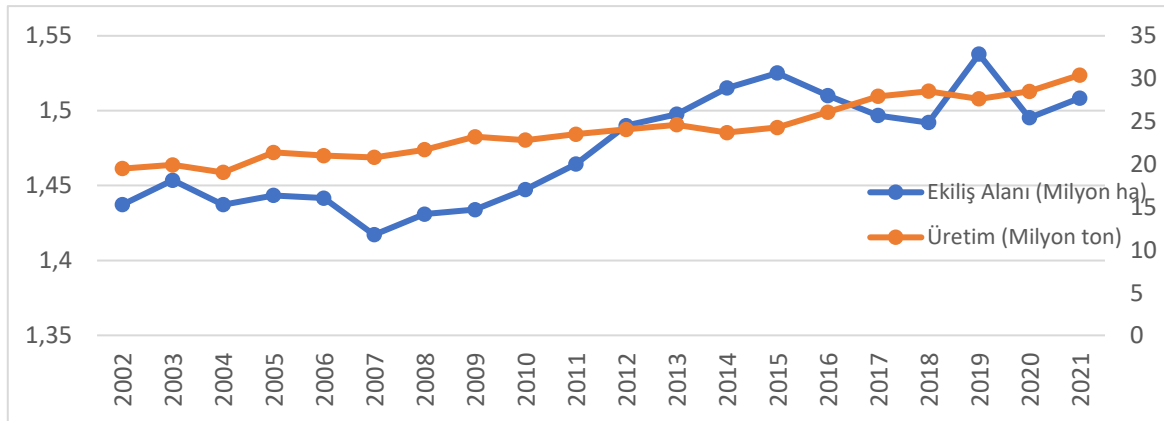
Bu endekslerin hesaplanmasından sonra yaş meyve ürünlerinde ihracat potansiyeli incelenmiştir. İhracat potansiyelleri, ITC'nin İhracat Potansiyeli Haritasından elde edilmiştir. Bu değerlendirmeler, ITC tarafından geliştirilen bir ihracat potansiyeli değerlendirme metodolojisine dayanmaktadır. İhracat Potansiyeli Göstergesi (EPI), belirli bir ürün için toplam ihracat potansiyelini ve yararlanılan potansiyeli gösterir. Ülkelerin mevcut pazarlardaki ihracatı artırmalarına ve yeni pazarlara girmelerine yardımcı olur. Bu yaklaşım, ihracatçı bir ülke için uluslararası rekabet gücü olduğu kanıtlanmış ve küresel pazarda iyi beklentilere sahip ürünlerin belirlenmesine yardımcı olmaktadır (ITC, 2022:6).

### 3. DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE YAŞ MEYVE SEKTÖRÜNÜN MEVCUT DURUMU

Meyve ve sebze üretimi emek yoğun bir üretim biçimidir. Bu durum istihdam yaratmakta, ancak aynı zamanda üretim maliyetini artırarak çıktı fiyatlarını yükseltmektedir. Dünya genelinde meyve ve sebzelerin yüzde 50'sinden fazlası 20 hektardan küçük çiftliklerde yetiştirilmektedir. Gelişmekte

olan ülkelerde- Asya, Sahra altı Afrika ve Çin'in çoğunda yüzde 80'in üzerinde, bu tür çiftlikler bahçe ürünlerinin büyük çoğunluğunu yetiştirmektedir. Meyve ve sebzeler genellikle belirli bir arazi alanı için temel ürünlerden daha kârlıdır. Ayrıca daha yoğun bir yönetim gerektirirler. Bu da küçük ölçekli çiftçilere artan talepten faydalanma ve meyve-sebze üretip pazarlayarak daha fazla kazanma fırsatı sunmaktadır (FAO, 2020). Bu durum ile birlikte talepte görülen artışlara paralel olarak değişim göstermiştir. Nitekim, FAO'nun 2021 yılı verilerine göre; dünyada toplam 76,7 milyon hektarlık alanda yaş meyve üretimi yapılmıştır. Söz konusu alanda yetiştirilen toplam yaş meyve 1 milyar 71 milyon tondur. Dünya çapında hem meyve hem de sebze üretimi 2003 ve 2021 yılları arasında yaklaşık yarı yarıya artmıştır. Bu artış, ekiliş alanlarındaki artışın üzerindedir. Bundan dolayı üretimdeki artış ekiliş alanlarındaki artış kadar verimdeki artışta etkilememektedir (Şekil 1). En büyük mutlak artış Asya'da, özellikle de Çin'in açık ara en büyük üretici olduğu Doğu Asya'da gerçekleşmiştir. Göreceli olarak, en büyük artışlar Orta Asya ve Orta Afrika'da olmuştur. Ayrıca, Dünya yaş meyve üretiminde önde gelen ülkeler sırasıyla Çin (%39,0), AB ülkeleri (%8,9), Hindistan (%8,9), ABD (%4,5), Brezilya (%3,3), Türkiye (%2,6) ve İran (%2)'dir. Bu veriler doğrultusunda ülkemizin dünya üretiminde oldukça önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir (Şekil 1).

Şekil 1. Dünyada Yaş Meyve Ekiliş Alanı ve Üretim Miktarındaki Gelişmeler (2002-2021)



Kaynak: FAO, İstatistiksel Veritabanı, 2023.

Türkiye, içinde bulunduğu jeopolitik konumu, üç tarafının Akdeniz, Ege ve Karadeniz ile çevrili olması, sahip olduğu akarsular ve ekolojik çeşitlilik nedeniyle gerek bitkisel gerek hayvansal ve gerek su ürünleri açısından ayrı bir öneme sahiptir. Türkiye tarımının geliştirilmesinde, iklim, toprak ve doğal şartlar dikkate alındığında meyve ve sebzeçiliğin çok özel bir yeri olduğu görülmektedir.

38 milyon hektar olan tarım alanının içinde meyve ağaçlarının kapladığı alan 3.6 milyon hektardır. Diğer bir ifade ile tarıma ayrılan arazinin %9.4'ünü oluşturmaktadır. 2001 yılında bu oran %6.4'tür (TÜİK, 2023).

Meyvecilik yoğun tarım uygulaması gerektirdiğinden birim alandan elde edilen gelir artmaktadır. İşgücü talebi diğer bitkisel ürünlerle

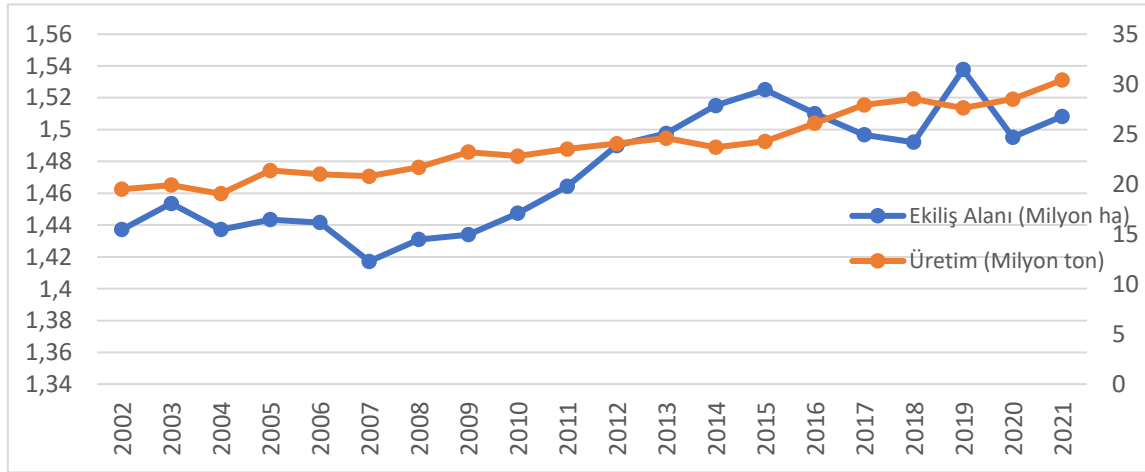
göre oldukça yüksektir. Dolayısıyla istihdam katkısı daha fazla olmaktadır. Türkiye'nin iklim, toprak ve doğa koşulları göz önüne alındığında ülkede birçok meyve çeşidinin ekonomik olarak üretilebildiği görülmektedir. İç ve dış pazarlarda talepte görülen artışlar Türkiye yaş meyve sektörünün gelecekte de devamlı gelişme göstereceği, tarım içerisindeki önemini koruyacağı ve döviz kazandırıcı bir ihracat sektörü olacağı belirtilebilir.

FAO verilerine göre 2022 yılında, Türkiye'de 1.508.313 milyon hektar alan yaş meyveye ayrılmıştır ve 30.405.779 milyon ton yaş meyve üretilmiştir (Şekil 2). Türkiye yaş meyve üretiminin en yoğun olduğu üç il İzmir, Manisa ve Aydın'dır. Yaş meyve üretiminin en yüksek olduğu coğrafi bölgeler Ege ve Akdeniz Bölgeleridir.

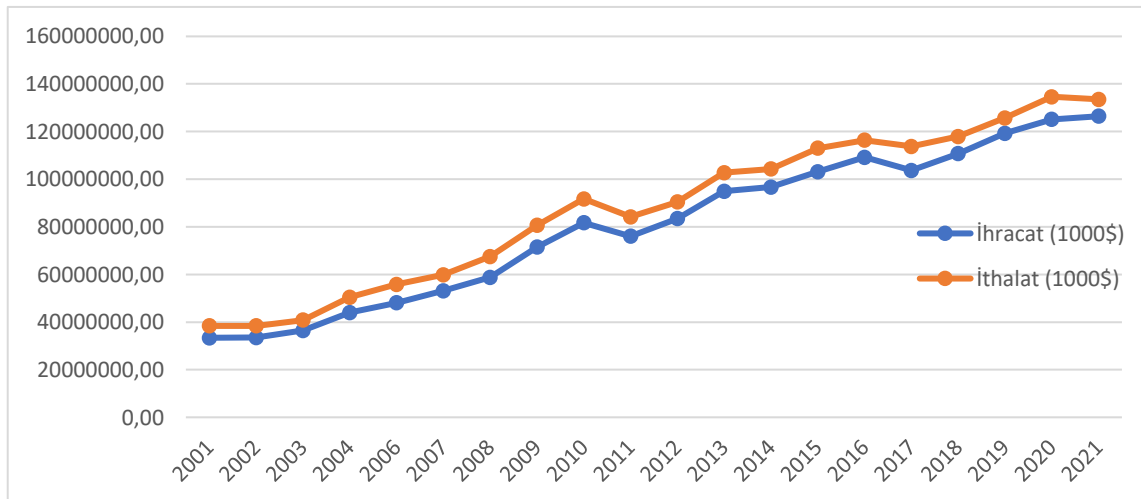
Meyve ve sebze sektörü, dünyanın dört bir yanındaki tüketicilere taze ve besleyici gıda sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Sektör sadece üreticiler için değil, aynı zamanda çiftlikleri tüketicilere bağlayan değer zincirindeki aktörler için de gelir yaratmaktadır (FAO, 2020).

Yaş meyve ve sebzelerin uluslararası ticareti toplam küresel üretimin sadece yaklaşık yüzde 7-8'ini temsil etmektedir (FAO, 2020), ancak yine de en değerli bitkisel ve hayvansal mal grupları arasında yer almaktadır. İhracat, meyve ve sebze sektörünün büyümesinin arkasındaki önemli bir itici güçtür ve aynı zamanda yerel üretimi ve pazarları da teşvik etmektedir. 2000 ve 2021 yılları arasında küresel ticaret iki kattan fazla artarak, ihracattaki büyüme, üretimdeki artışı önemli ölçüde geride bırakmıştır (Şekil 3).

Şekil 2. Türkiye'de Meyve Ekiliş Alanı ve Üretimi (2021)



Şekil 3. Yaş Meyve İhracatı ve İthalatı (2001-2021)



Kaynak: FAO, İstatistiksel Veritabanı, 2023.

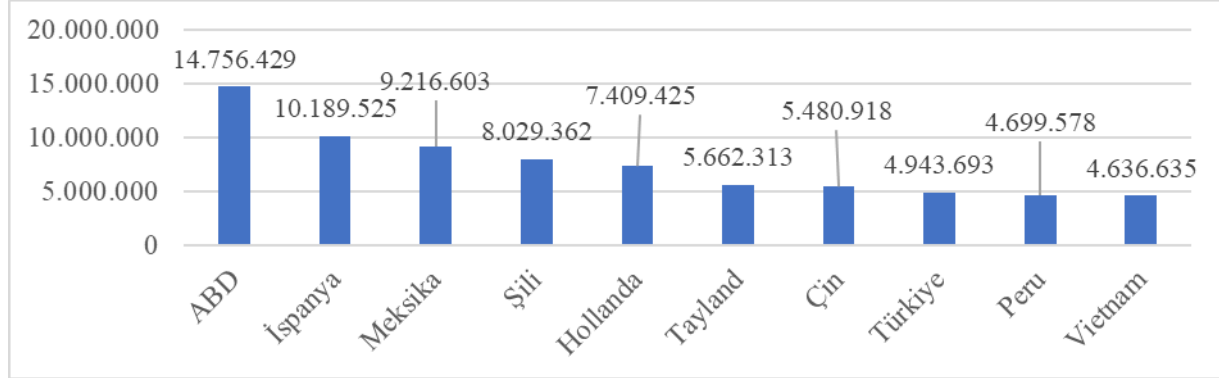
Dünyada 2022 yılı toplam yaş meyve ihracatı 144,5 milyar dolar düzeyindedir. Önde gelen ihracatçı ülkeler İspanya, ABD, Şili, Hollanda ve İtalya'dır (Şekil 4). Dünyada ihracatı en çok yapılan yaş

meyve muz olmuştur. Söz konusu ürünün ihracatı yaklaşık olarak 8,7 milyar dolar dolayında gerçekleşmiştir. Muzun yaş meyve ihracatındaki payı %14,3 olmuştur.

Başlıca yaş meyve ithalatçıları Avrupa Birliği, Amerika Birleşik Devletleri (her ikisi de aynı zamanda büyük ihracatçılarıdır) (Şekil 5). Çin, Kanada, Japonya ve Rusya Federasyonu'dur. Dünya Ticaret Örgütü Tarım Anlaşması ve çeşitli bölgesel

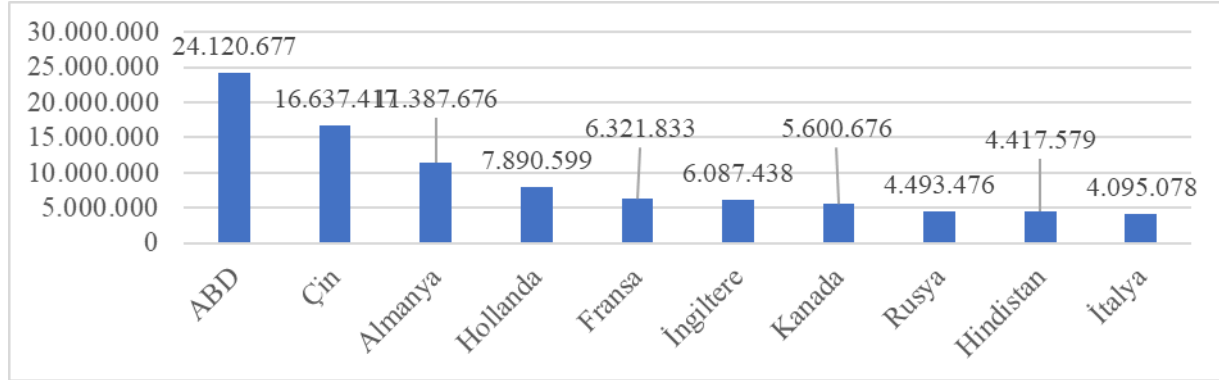
ticaret anlaşmaları gibi ticaret anlaşmaları, diğer etkilerinin yanı sıra ithalat tarifelerinin düşürülmesine (FAO, 2020) yol açarak sektörün ticaretindeki büyümeyi de teşvik etmiştir (Huang, 2004:1).

Şekil 4. Dünyada En Çok Yaş Meyve İhrac Eden Ülkeler (2022)



Kaynak: TRADEMAP, 2023.

Şekil 5. Dünyada En Çok Yaş Meyve İthal Eden Ülkeler (2022)



Kaynak: TRADEMAP, 2023.

Küresel ticaretteki genişleme, başta en büyük iki ithalatçı blok olan Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği olmak üzere yüksek gelirli ülkelerdeki artan talepten de etkilenmektedir. Güvenli, kaliteli ve cazip bir şekilde paketlenmiş taze ürünlerin tercih edilmesi, sağlık bilincinin artması ve taze meyve ve sebzelerin besinsel faydaları konusunda daha yaygın bir farkındalığın oluşması tüketimin artmasına katkıda bulunmaktadır.

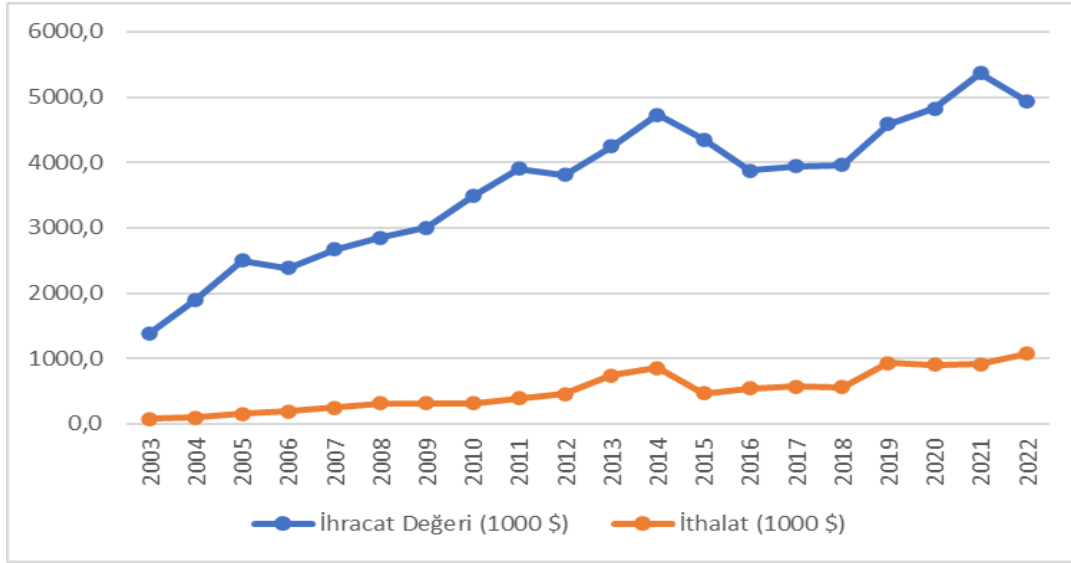
Türkiye, dünyanın önemli yaş meyve üreticilerinden birisidir. Yıllar içinde üretimde yaşanan olumlu gelişmeler, ülkenin dış ticaretine de yansımış ve bugün dünyanın en önemli ihracatçı ülkeleri arasında yer almaktadır. 2022 yılı verilerine

göre 4.5 milyar dolarlık ihracat hacmi ile dünyanın dördüncü en önemli yaş meyve ihracatçısı konumundadır. Ele alınan dönemde yaş meyve ihracatı yaklaşık iki buçuk kat artmıştır. Ayrıca yaş meyvede Türkiye net ihracatçıdır (Şekil 6).

Sektör ihracatında öne çıkan ürün grupları turuncgiller, üzüm, taş çekirdekli ve yumuşak çekirdekli meyvelerdir. Bunların içinde ise mandalina, limon, portakal, greycourt, üzüm, kiraz, şeftali, elma, armut ve çilek en önemli ihracat ürünleridir.

2022 yılı Türkiye yaş meyve ihracatında öne çıkan pazarlar ise, Rusya Federasyonu, Irak, Almanya, Romanya, Ukrayna, Suudi Arabistan, Bulgaristan, ABD, Polonya, Beyaz Rusya ve İtalya'dır.

Şekil 6: Türkiye'nin Yaş Meyve Dış Ticareti

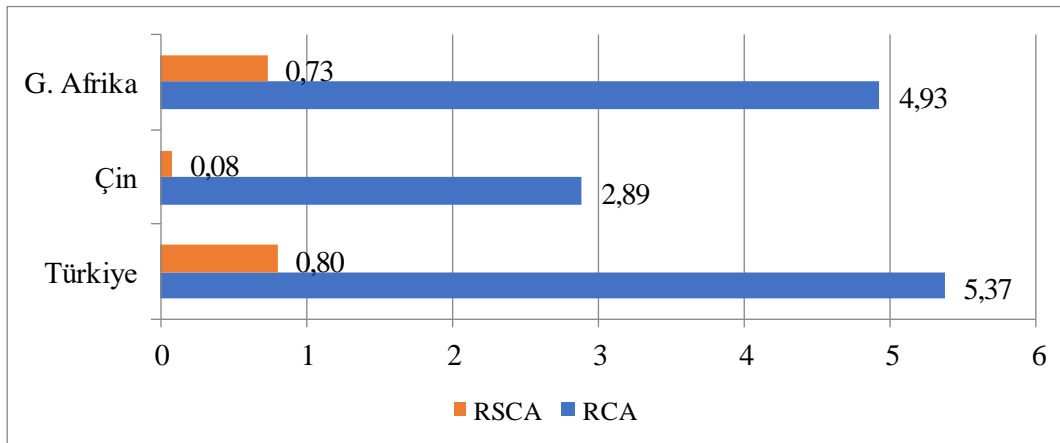


### 3. BULGULAR

Rekabet gücü, bir ülkenin belirli bir üründeki üretim kabiliyetinin veya uzmanlığının sürekli olarak artırılmasını veya korunmasını ifade eder. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler, sağlam ve sürekli ilerleyen bir ekonomi oluşturmak ve aynı zamanda sosyal refahı artırmak için rekabet güçlerini artırmak ve dünya ölçeğinde pazar varlıklarını genişletmek için aktif olarak çaba göstermektedir. Bu çabaları yönlendirmek için Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA), uluslararası kuruluşlar ve akademisyenler tarafından analitik bir araç olarak kapsamlı bir şekilde kullanılmıştır. Temel amacı, uluslararası ticaretteki yeterliliği değerlendirmenin yanı sıra ihracat yapısını ve ekonomik kalkınmayı ölçmektir. 2001-2022 dönemini kapsayan bu çalışmada da elde edilen bulgular HS 6 haneli sınıflandırmaya göre ortaya konulmuştur. Ele alınan dört temel

gruptan seçilen ürünlere ait RCA endeksleri dönemsel dalgalanmalar gösterse de genel olarak bir artış göstermektedir. Ürün bazında incelendiğinde ise mandalınada Türkiye'nin rekabet gücünün en yakın iki rakip ülkeye göre daha iyi olduğu görülmektedir (Şekil 7). Hem RCA hem de RSCA endeksleri açısından ele alınan dönemde ilk sırada olduğu belirlenmiştir. Ele alınan dönem itibarıyla Türkiye'nin mandalınadaki uzmanlaşması giderek azalmıştır. Bu duruma RCA endeksinin 8,37'den 3,87'ye düşmesi de eşlik etmektedir. Bu dönemde RSCA endeksinde önemli bir değişiklik söz konusu da değildir (Tablo 2). Bu sonuçlarda Türkiye'nin turunçgiller üretiminde ve ticaretinde önemli ülkelerden biri olmasına karşın diğer önemli turunçgiller ihracatçı ülkelerinin artan rekabetiyle karşı karşıya kalması etkili olmaktadır. Ağızan vd (2022:530) çalışmalarında benzer bir sonuca ulaşarak, mandalina için rekabet gücü dalgalı ve yüksek bir seyir izlediğini, son yıllarda az da olsa azalışlar meydana geldiğini belirtmişlerdir.

Şekil 7. Mandalınada Türkiye'nin Rakiplerine Göre Durumu (2001-2022 ortalaması)



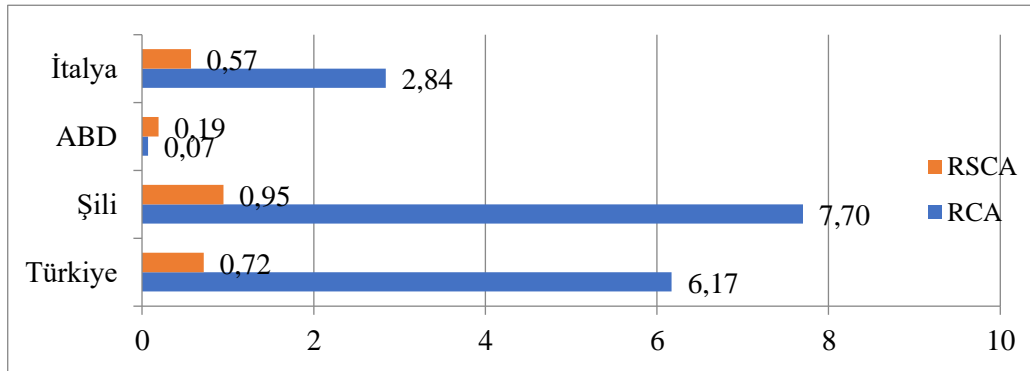
Tablo 2: Türkiye'nin Mandalinada Rekabet Gücü

Yıllar	RCA	RSCA	TBI
2001	8,37	0,81	5956,08
2002	8,11	0,81	4764,88
2003	7,83	0,74	3775,22
2004	6,30	0,73	850,16
2005	6,01	0,72	691,94
2006	5,44	0,77	358,64
2007	5,81	0,74	512,90
2008	6,29	0,75	803,59
2009	5,88	0,79	474,39
2010	5,36	0,82	338,90
2011	5,28	0,83	348,85
2012	4,77	0,78	177,43
2013	5,04	0,80	245,31
2014	4,72	0,79	172,11
2015	4,19	0,77	97,45
2016	4,29	0,78	103,16
2017	5,52	0,84	406,24
2018	3,72	0,84	58,57
2019	3,85	0,85	60,77
2020	3,83	0,85	67,76
2021	3,74	0,84	51,57
2022	3,85	0,86	57,70
Ortalama	5,37	0,80	926,07

Dünyada en fazla üretimi ve ticareti yapılan üzüm çeşidi sultani çekirdeksiz üzümdür. Türkiye de bu çeşit üzüm üretiminde önemli bir ülkedir. Bu da Türkiye'yi dış ticaret bakımından önemli bir avantaja sahip olmasını sağlamaktadır. Bu avantajlı durum Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip

olmasına neden olmaktadır. Nitekim Türkiye, Şili'den sonra rekabet gücü yüksek olan ikinci ülkedir. İtalya yaş üzüm ihracatında ilk sıralarda yer almasına rağmen, rekabet gücü olarak Şili ve Türkiye'nin gerisinde kalmaktadır (Şekil 8).

Şekil 8. Yaş Üzümde Türkiye'nin Rakiplerine Göre Durumu (2001-2022 ortalaması)



Açıklanmış rekabetçilik endeksi (RCA) açısından 2001-2022 döneminde karşılaştırma üstünlüğünün azaldığı görülmektedir. Aynı dönemde açıklanmış simetrik rekabetçilik endeksinde (RSCA) ise önemli bir değişimin olmadığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle Türkiye'nin yaş üzümde ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu

belirlenmiştir (Tablo 3). Bashimov (2017:65) çalışmasında gerek üretim ve gerekse ihracattaki dalgalanmalara bağlı olarak RCA indeks değerlerinde de dalgalı bir trend olduğunu belirtmektedir.

Türkiye sert çekirdekli meyvelerde net ihracatçı durumundadır. 2001-2022 yıllarına ait veriler

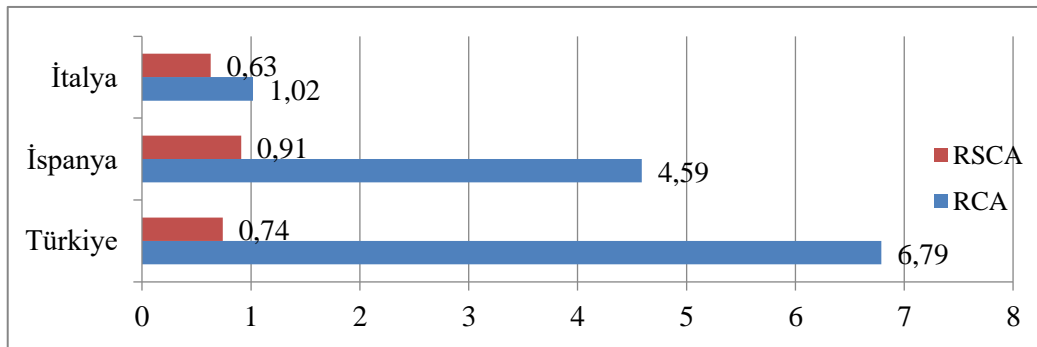


dikkate alındığında dünyada şeftali üretim miktarı, üretim alanları ve verimliğinde önemli değişimler olduğu tespit edilmiştir. Yıllara göre RCA endeks değerleri şeftalide birin üzerinde olup güçlü bir rekabete sahiptir. RSCA endeksleri pozitif değerler olup Türkiye'nin rekabet gücünün yüksek olduğunu göstermektedir (**Hata! Başvuru kaynağı bulunamadı.**). Ele alınan dönem itibariyle de Tablo 3. Türkiye'nin Yaş Üzümde Rekabet Gücü

uzmanlaşma endeksi oldukça yüksektir. Bu da Türkiye'nin rekabet gücüne olumlu etki yapmaktadır. İspanya karşılaştırmalı üstünlüğe sahip diğer ülke olarak dikkati çekmiştir (Şekil 9). Duru vd (2022:33) şeftalinin AKÜ endeksine göre yüksek karşılaştırmalı avantaja, RSCA açısından da avantajlı olduğunu ifade etmişlerdir.

Yıllar	RCA	RSCA	TBI
2001	6,18	0,72	603,25
2002	6,40	0,73	723,26
2003	7,82	0,77	3343,63
2004	6,78	0,74	1233,61
2005	6,86	0,75	1357,34
2006	5,85	0,71	485,70
2007	6,12	0,72	613,26
2008	6,03	0,72	560,75
2009	6,20	0,72	599,69
2010	6,16	0,72	692,69
2011	6,02	0,72	674,04
2012	5,86	0,71	499,86
2013	6,20	0,72	730,90
2014	6,18	0,72	669,01
2015	5,48	0,69	308,96
2016	5,45	0,69	287,37
2017	6,78	0,74	1193,79
2018	6,47	0,73	764,45
2019	6,06	0,72	450,14
2020	6,77	0,74	1061,50
2021	5,31	0,68	222,20
2022	4,72	0,65	147,04
Ortalama	6,17	0,72	782,84

Şekil 9. Şeftalide Türkiye'nin Rakiplerine Göre Durumu (2001-2022 ortalaması)



Tablo 4. Türkiye'nin Şeftalide Rekabet Gücü

Yıllar	RCA	RSCA	TBI
2001	6,67	0,74	1050,55
2002	8,67	0,79	8252,69
2003	8,51	0,79	7472,47
2004	7,24	0,76	2016,10
2005	5,49	0,69	368,99
2006	6,48	0,73	1015,22

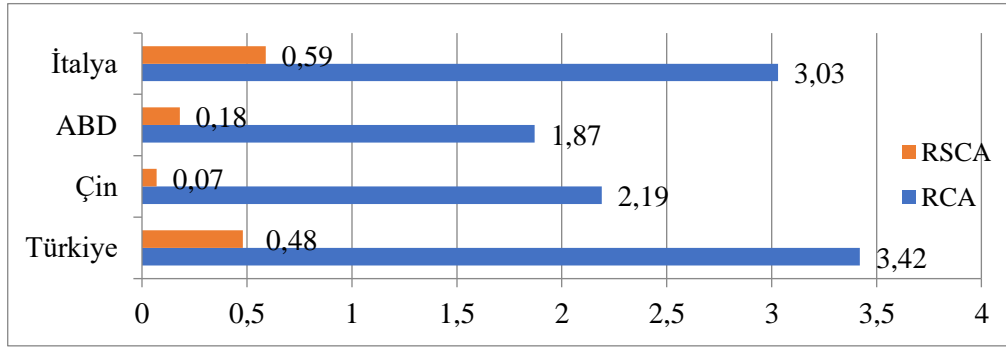
2007	7,30	0,76	2355,87
2008	7,39	0,76	2454,41
2009	7,04	0,75	1569,25
2010	6,21	0,72	813,70
2011	6,00	0,71	670,47
2012	6,49	0,73	951,00
2013	6,92	0,75	1510,74
2014	6,88	0,75	1370,98
2015	6,42	0,73	824,40
2016	6,55	0,74	906,21
2017	6,74	0,74	1154,97
2018	6,31	0,73	659,79
2019	5,71	0,70	323,82
2020	6,84	0,74	1127,01
2021	6,22	0,72	581,84
2022	7,29	0,76	2001,68
Ortalama	6,79	0,74	1.793,28

Elma, uluslararası ticarete en çok konu olan meyvelerden biridir. Türkiye de elma yetiştiriciliğinde yüksek potansiyele sahiptir ve sektör ulusal ekonomiye ve ihracata önemli bir katkı sağlamaktadır. Açıklanmış rekabetçilik endeksi (RCA) açısından 2001-2022 döneminde karşılaştırma üstünlüğünün arttığı da görülmektedir. Aynı dönemde açıklanmış simetrik rekabetçilik endeksinde de (RSCA) bir artış söz konusudur. Diğer bir ifadeyle Türkiye'nin elma ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu belirlenmiştir (Tablo 5). Bashimov (2016:13) ise 1990-2014 dönemi için Türkiye'nin 1998 sonrası

elmada rekabet gücünü kaybettiği sonucuna ulaşmıştır.

Türkiye'nin elma piyasasında en önemli rakibi İtalya, ABD ve Çin'dir. Ele alınan dönem itibariyle rekabet gücü en yüksek olan ülke İtalya'dır (RSCA açısından). RCA açısından bakıldığında ise Türkiye'nin üstünlüğü görülmektedir. Önemli bir rakip olarak Türkiye'nin elma ihracatında rekabet gücünün, rakipleri kadar yüksek olduğu söylenebilir (Şekil 10).

Şekil 10. Elmada Türkiye'nin Rakiplerine Göre Durumu (2001-2022 ortalaması)



Tablo 5. Türkiye'nin Elmada Rekabet Gücü

Yıllar	RCA	RSCA	TBI
2001	2,94	0,49	22,91
2002	2,00	0,33	9,95
2003	2,44	0,42	16,05
2004	2,34	0,40	15,37
2005	1,90	0,31	10,05
2006	1,75	0,27	8,87
2007	0,69	-0,18	3,1
2008	1,89	0,31	10,27

2009	2,05	0,34	10,66
2010	3,04	0,51	34,08
2011	2,47	0,42	21,67
2012	2,65	0,45	21,54
2013	3,35	0,54	44,26
2014	3,02	0,50	30
2015	4,26	0,62	94,14
2016	4,82	0,66	163,17
2017	5,10	0,67	234,62
2018	5,39	0,69	280,01
2019	4,74	0,65	129,6
2020	5,46	0,69	298,51
2021	6,16	0,72	557,99
2022	6,76	0,74	1140,17
Ortalama	3,42	0,48	143,5

Sonuç olarak, ülkenin incelenen yaş meyveler için pozitif bir ticaret dengesi söz konusudur. Dolayısıyla, seçilen meyvelerin hiçbiri negatif TBI bölgesine düşmemiştir. Bu durum Türkiye'nin incelenen ürünlerin ihracatında önemli ülkelerinden biri olduğunu göstermektedir. Burada dikkati çeken diğer bir bulgu ise RSCA değerlerinin pozitif olduğu ve Türkiye'nin seçilen ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğü olduğudur. Özellikle mandalina, üzüm ve şeftalide Türkiye'nin güçlü

rekabet gücü vardır. Elmada ise orta derecede rekabet gücü bulunmuştur. İncelenen ürünlerin, rekabet üstünlüklerinin yanında, düşük varyans katsayılarına sahip olduğu bulunmuştur. Bu da bu ürünlerde istikrarlı bir seyir söz konusu olduğunu ifade etmektedir. Fakat incelenen meyvelerde ihracat potansiyeli henüz kullanılmamıştır. Mandalina dışında kalan diğer yaş meyveler %60'den fazla kullanılmamış ihracat potansiyeline sahiptir (Çizelge 6).

Çizelge 6. Seçilmiş Yaş Meyvelerde Türkiye'nin İhracat Avantajları ve Kullanılmayan Potansiyel

Ürünler	RSCA				TBI				Varyasyon Katsayısı	Kullanılmayan İhracat Potansiyeli	Üstünlük Derecesi
	2001	2011	2022	Ortalama	2001	2011	2022	Ortalama			
Mandalina	0,79	0,68	0,59	0,80	5956,08	348,85	57,70	926,07	25,99	58,0	Güçlü
Yaş Üzüm	0,72	0,72	0,65	0,72	603,25	674,04	147,04	782,84	10,35	77,0	Güçlü
Şeftali	0,74	0,71	0,76	0,74	1050,55	670,47	2001,68	1.793,28	11,34	72,0	Güçlü
Elma	0,49	0,42	0,74	0,48	22,91	21,67	1140,17	143,5	48,16	77,0	Orta

#### 4. SONUÇ

Çok çeşitli tüketim olanakları sunan ve Dünya'da büyük bir ekonomik önemi ve değeri olan yaş meyveler, Türkiye ekonomisi ve Türk tarımı açısından da önemli olan ve bu önemini koruyacak olan tarım ürünlerindedir. Türkiye tarımsal üretimi ve ihracatı açısından bu önemini kanıtlamaktadır. Ticaretin serbestleştirilmesi ilkesi altında, tarım ürünleri ihracatının da serbestliğe kavuştuğu ve tarım ürünleri dış ticaretinde korumacılığın azaltıldığı son yıllarda, yaş meyve ihracatında önemli artışlar kaydedilmiştir. Türkiye'nin, dünya yaş meyve ticaretinde de önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Bundan dolayı bu araştırmada "önemli bir ihracat avantajına sahip olan yaş meyve sektörünün hangi ürünlerde karşılaştırmalı üstünlüğü vardır?" sorusuna cevap aranmıştır.

Analizler sonucunda incelenen ürünlerin hiçbiri negatif TBI kategorisine girmemiştir. Ele alınan ürünlerin, pozitif TBI ve RSCA değerlerine sahip olması olumlu bir durumdur. Fakat ele alınan dönemde RSCA değerleri sadece elma için artmıştır. Mandalina ve yaş üzüm için RSCA değerleri gerilerken, şeftali için önemli bir değişiklik söz konusu değildir.

Son 10 yıllık dönemde Türkiye'nin yaş meyve ihracatında önemli artışlar kaydedilmesine rağmen, ihraç edilen ürünlerin uluslararası piyasalarda talep edilen standartlarda olmaması ve üretimden tüketime kadar geçen sürede miktar ve kalite kayıplarının yüksek olması nedeniyle ürünlerin ihracatı istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Türkiye'nin yaş meyve ihraç ettiği pazarlar incelendiğinde yeni pazarlara açılmadığı ve ülkenin pazar kompozisyonunu değiştiremediği görülmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'nin yaş meyve ürünleri sektöründe rekabet gücü yüksektir ve büyük bir potansiyele sahiptir. Yaş meyve ürünlerinde rekabet gücünü artırmak için, teknolojiye yatırım yaparak inovasyonun teşvik edilmesi, yurt içi ve yurt dışı pazarlarda farkındalığın artırılması, doğru pazarlama stratejileri ve etkili markalaşma çalışmalarının yapılması gerekmektedir.

#### KAYNAKÇA

- Enright, M., Scott, E. and Leung, E. (1999), "Hong Kong's competitiveness beyond the Asian Crisis: an overview", Working paper, Research Department, Hong Kong Trade Development Council, Hong Kong.
- Pillania, R.K. (2007), "Global competitiveness in knowledge economy: where India stands?", International Journal of Knowledge and Systems Science, Vol. 4 No. 1, pp. 1-7.
- Pillania, R.K. (2009), "Competitiveness and emerging markets", Business Strategy Series, Vol. 10 No. 2, pp. 90-95, doi: 10.1108/17515630910942214.
- Serin, V., Civan, A. (2008). Revealed Comparative Advantage And Competitiveness: A Case Study For Turkey Towards The EU. Journal Of Economic And Social Research, 10(2), 25-41.
- Erkan, B., ARPACI, B., YARALI, F., & Güvenç, İ. (2015). Türkiye'nin sebze ihracatında karşılaştırmalı üstünlükleri. KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi, 18(4), 70-76.
- Şahin, D. (2016). Yaş Meyve ve Sebze Sektörünün Dış Ticaret Yapısının Analizi: Türkiye Ve BRIC Ülkeleri Örneği, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(2): 28-47.
- Aşık, B., Ellibeş, E. (2020). Türkiye ve AB Üye Ülkeleri Arasında Narenciye Sektörünün Rekabet Analizi, İstatistik Ve Uygulamalı Bilimler Dergisi, 1(1): 11-23.
- Aksoy, A., Kaymak, H.Ç. (2021). Ceviz Sektörü Rekabet Gücü Analizi; Yedi Lider Ülke Örneği, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 52(2): 139-147.
- Berk, A., Bal, T., Üçüm İ., (2016). Yaş Meyve ve Sebze Dış Ticaretinde Türkiye'nin Rekabet Durumu. XII. Ulusal Tarım Kongresi, 25-27 Mayıs 2016, 1321-1328, İsparta.
- Taşdan, K. (2005). Türkiye Tarım ürünleri Dış Ticaret Yapısı ve Gelişimi, Alatarım, 4(1), 52-59.
- Huang, S.W. (2004). Global trade patterns in fruits and vegetables. USDA Economic Research Service. Agriculture and Trade Report WRS-04-06. eumed-agpol.iamm.fr/doc/global\_trade\_fruits\_vegetables.pdf
- FAO., (2020). Fruit and vegetables – your dietary essentials. The International Year of Fruits and Vegetables, 2021, background paper. Rome. <https://doi.org/10.4060/cb2395en>
- ITC., (2022). Export Potential and Diversification Assessments, [https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/cklh2pi5/epa-methodology\\_230627.pdf](https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/cklh2pi5/epa-methodology_230627.pdf).
- FAO., (2023). İstatistiksel Veritabanı, <https://www.fao.org>.
- TRADEMAP, (2023). Ticaret İstatistikleri, [www.trademap.org](http://www.trademap.org).
- Ferto, I. and Hubbard, L.J., (2002). Revealed Comparative Advantage and Competitiveness in Hungarian Agri-Food Sectors. Institute of Economics Hungarian Academy of Sciences, Budapest, Discussion Paper No. 2002/8.
- Laursen, K. (2015). Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization. Eurasian Bus Rev 5, 99–115 (2015). <https://doi.org/10.1007/s40821-015-0017-1>
- TÜİK, (2023). Tarım İstatistikleri Veritabanı.
- Huang, S.W., (2004). Global trade patterns in fruits and vegetables. USDA Economic Research Service. Agriculture and Trade Report WRS-04-06. eumed-agpol.iamm.fr/doc/global\_trade\_fruits\_vegetables.pdf
- Bashimov, G. (2017). Türkiye'de Üzüm Üretimi ve İhracat Performansı. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 31 (2), 57-68. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/ziraatuludag/issue/33163/371106>
- Duru, S., Hayran, S. & Gül, A. (2022). Türkiye'de Sert Çekirdekli Meyvelerin Üretimi ve İhracatta Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi. Bahçe, 51 (1), 29-36. DOI: 10.53471/bahce.1019023
- Bashimov, G. (2016). Elma İhracatında Türkiye'nin Karşılaştırmalı Üstünlüğü Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 13 (2), 9-15 . DOI: 10.25308/aduziraat.293391.