

## Yaş Meyve İhracatında Karşılaştırmalı Üstünlüğün Ölçülmesi: Özbekistan Örneği

Güçgeldi BASHİMOV<sup>1\*</sup> 

<sup>1</sup>Bağımsız Araştırmacı, Türkmenistan

\*Sorumlu Yazar: guyc55@gmail.com

**Geliş Tarihi: 04.10.2022 Düzeltme Geliş Tarihi: 07.01.2023 Kabul Tarihi: 18.01.2023**

### ÖZ

Yaş meyveler dünya tarımsal ürün ticaretinde önemli bir yere sahiptir. Dünya yaş meyve üretiminde ve ticaretinde Avrupa ülkeleri ilk sıralarda yer almaktadır. Bununla birlikte, son yıllarda Özbekistan da dünya yaş meyve ihracatında büyüyen önemli bir aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. 2000'li yıllardan itibaren Özbekistan'da meyve üretim ve ihracatında çok önemli gelişmeler yaşanmıştır. Özellikle elma, üzüm ve kayısı üretimi ve ihracatında ciddi artışlar yaşanmıştır. Bu çalışmada Özbekistan'ın seçilmiş yaş meyve ürünlerinde (elma, üzüm, kayısı, kiraz ve şeftali) karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışma 2000-2020 dönemini kapsamakta olup, çalışmada kullanılan veriler FAO ve BM Comtrade veri tabanından derlenmiştir. Verilerin analizinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksinden yararlanılmıştır. Yapılan hesaplamalar sonucunda Özbekistan'ın ele alınan taze meyve ürünlerinin tamamında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Özbekistan kayısı, kiraz, şeftali ve üzüm ihracatında yüksek karşılaştırmalı üstünlüğe sahipken, elma ihracatında ise zayıf karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. İhracat pazarı çeşitlendirilerek ve daha da yüksek kaliteli meyve çeşitleri pazara sunularak ülkenin ihracat performansı artırılabilir.

**Anahtar kelimeler:** İhracat, karşılaştırmalı üstünlük, Özbekistan, yaş meyve

## Measuring Comparative Advantage in Fresh Fruit Exports: Case Study of Uzbekistan

### ABSTRACT

Fresh fruits occupy an important place in the world agricultural trade. European countries have a significant share in the world production and trade of fresh fruits. However, in recent years, Uzbekistan has become an important player in the world's fresh fruit exports. Since the 2000s, there have been significant developments in the production and export of fresh fruits in Uzbekistan. Especially, apples, grapes and apricots production and exports have increased significantly. In this study examined Uzbekistan's a comparative advantage in selected fresh fruits such as apples, grapes, apricots, cherries, and peaches. The study covers the period from 2000 to 2020, and the data used in the study was collected from the FAO and UN Comtrade databases. The data was analyzed using the Revealed Comparative Advantages (RCA) index. As a result of the calculations, it was found that Uzbekistan has comparative advantage in all considered fresh fruit crops. According to the analysis results, Uzbekistan has a high comparative advantage in the export of apricots, cherries, peaches and grapes, but a weak comparative advantage in the export of apples. The country's export performance can be increased by diversifying the export market and introducing even more high-quality fruit varieties to the market.

**Key words:** Export, comparative advantage, Uzbekistan, fresh fruits.

## GİRİŞ

Tarım sektörü, pek çok gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Özbekistan ekonomisinin de önemli bir bileşeni oluşturmaktadır. GSYİH'nin %25'ini oluşturan (Dünya Bankası, 2022) ve 4 milyondan fazla kişiye istihdam sağlayan (Yuldashev ve ark., 2022) tarım sektörü halen ülkede önemli bir sektör olmaya devam etmektedir. Ülkenin sahip olduğu arazi varlığı, iklim ve toprak özellikleri pek çok tarımsal ürünlerin yetiştirilmesine olanak sağlamaktadır. Ülkede yetiştirilen en önemli bitkisel ürünler arasında pamuk, buğday, arpa, patates, meyve ve sebzeler yer almaktadır. Tarım arazilerinin yaklaşık %70'ini pamuk ve buğday tarımı oluşturmaktadır (Hasanov ve Ahrorov, 2013; Eshov ve ark., 2021). Bununla birlikte, son 20 yılda ülkenin bitkisel üretim yapısında değişim yaşanmaktadır. Pamuk ekili alanlar zamanla azalırken, sebze ve meyve alanları önemli ölçüde artış göstermiştir. Özellikle meyve yetiştiriciliği birim alandan yüksek gelir sağladığından hızlı bir gelişme göstermektedir. Nitekim meyve yetiştiriciliği sadece haneler için bir gelir kaynağı olmakla kalmayıp, aynı zamanda istihdam fırsatı sunması ve gıda sanayisine hammadde sağlaması nedeniyle ekonomik açıdan önemlidir (Baykuzieva, 2020). Bu bakımdan ülkenin her bölgesinde az veya çok miktarda meyve yetiştiriciliği yapılmaktadır. Üretilen meyveler gerek iç pazara ve gerekse ihracat yoluyla dış pazarlara ulaştırılmaktadır. Ülke özellikle elma, üzüm, kayısı, kiraz, şeftali, armut, nar gibi pek çok meyve türünün yetiştirilmesi ve ihracatı bakımından geniş bir potansiyele sahiptir (Anonim, 2019; Umarkhodjaeva ve Sadriddinova, 2019). Son yıllarda Özbekistan'ın toplam ihracatında meyvelerin payı her geçen gün artmaktadır.

Geçmişte olduğu gibi günümüzde de tarım ve gıda ürünlerinin ihracatı, özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere ihracatın geliştirilmesi ve ekonomik büyümenin sağlanması bakımından stratejik bir öneme sahiptir. Bu nedenle tarım ürünlerinin ihracat rekabet gücünün artırılması gelişmekte olan ülkeler için giderek daha önemli hale gelmektedir. Son dönemlerde yaşanan ekonomik değişimler ülkeler arasındaki tarımsal ürünler ticaretini daha da yoğunlaştırmıştır. Küresel piyasalarda yaşanan aşırı yoğunluk sonucu ülkeler küresel tarım ürünleri piyasasında pazar payını geliştirmek veya en azından pazar payını korumak için çaba sarf etmektedirler. Bu nedenle tarım ürünlerinin özellikle yaş meyve ve sebze ihracat rekabet gücünün nasıl geliştirileceği gelişmekte olan ülkeler için giderek önemli konu haline gelmektedir (Jing, 2018). Dolayısıyla ülkelerin meyve pazarındaki uluslararası rekabet gücünü konu alan bilimsel çalışmalar giderek artış göstermektedir. Söz konusu çalışmalardan bazılarını bakacak olursak; Ahmed ve ark. (2011) tarafından çeşitli indeksler yardımıyla Çin'in elma pazarındaki rekabet gücü analiz edilmiş ve analiz sonucunda Çin'in elma ihracatında zayıf bir rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir. Khaksar Astaneh ve ark. (2014) tarafından yapılan çalışmada İran'ın sert çekirdekli meyvelerin ihracatında rekabet gücüne sahip olmadığı tespit edilmiştir. Türkiye'nin elma ihracatında rekabet gücüne ilişkin yapılan çalışmada 1990-1998 yılları arasında rekabet üstünlüğü söz konusu iken, ilerleyen yıllarda Türkiye'nin bu avantajını kaybettiği belirlenmiştir (Bashimov, 2016).

Bojnec ve Ferto (2016) tarafından AB-27 ülkelerinin yaş meyve ve sebze ihracatında rekabet üstünlüğü araştırılmış, sonuçta Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerin daha çok rekabet üstünlüğüne sahip olduğu belirlenmiştir. Akdeniz ülkesi olan Yunanistan'ın portakal, kayısı, kiraz, şeftali, kivi, üzüm, çilek, domates, salatalık, biber ve karpuz ihracatında rekabet avantajına sahip olduğu bir diğer çalışmada ortaya konmuştur (Petropoulos, 2016). Maqbool ve ark. (2021) tarafından Pakistan'ın yaş meyve ihracatında rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiş ve meyve üretiminde emek yoğun üretimden sermaye yoğun üretime geçilmesi gerektiği hususuna vurgu yapılmıştır. Bir diğer çalışmada Güneydoğu Asya ülkesi olan Myanmar'ın sadece karpuz ve muz ihracatında rekabet gücüne sahip olduğu ortaya konmuştur (Naing ve ark., 2021).

Süygün (2021) tarafından yapılan çalışmada Balassa ve Vollrath indeksleri kullanılarak Türkiye'nin dünya taze ve kuru kayısı pazarındaki rekabet gücü analiz edilmiştir. Sonuç olarak Türkiye'nin hem taze hem de kuru kayısı ihracatında rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir. Türkiye'nin sert çekirdekli meyvelerin ihracatı ile ilgili rekabet gücüne ilişkin yapılan çalışmada ise kiraz, kayısı ve şeftali ihracatında rekabet avantajına sahip olduğu, ancak vişne ihracatında karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu tespit edilmiştir (Duru ve ark., 2022).

Son yıllarda tüketici taleplerinde yaşanan değişim ve artan üretim nedeniyle yaş meyve sektöründe rekabet her geçen gün şiddetlenmektedir. Bu bakımdan Özbekistan'ın da dünya yaş meyve pazarındaki diğer ülkelerle rekabet edebilmesi için ihraç ettiği yaş meyve ürünlerinin ihracat performansının analiz edilmesi önem arz etmektedir. Özbekistan'ın dünya yaş meyve pazarındaki rekabet gücünü ortaya koyan çalışmaların eksikliği bu çalışmayı önemli kılmaktadır. Bu çalışmada karşılaştırmalı üstünlük ilkesinden yola çıkarak Özbekistan'ın seçilmiş yaş meyvelerin ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğü önde gelen ihracatçı ülkeler ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen bulguların konu ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalara ışık tutması ve meyve ihracatının geliştirilmesine yönelik politikaların oluşturulmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

## MATERYAL ve METOT

Bu çalışma ikincil verilere dayanmaktadır. Araştırmada Armonize Mal Tanım ve Kodlama Sistemi dikkate alınmıştır. Çalışmada kullanılan veriler BM Comtrade, BM Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) veri tabanından elde edilmiştir. İhracat verileri 2000-2020 dönemini kapsamaktadır. Çalışmada elma, kiraz, kayısı, şeftali ve üzüm gibi meyveler incelemeye alınmıştır. Ayrıca, bu çalışmada konu ile ilgili kurum ve kuruluşların raporları, araştırmaları ve istatistikleri kullanılmıştır.

Günümüzde bir ülkenin dünya ticaretinde karşılaştırmalı üstünlüğünü belirlemeye olanak sağlayan pek çok indeks bulunmaktadır. Bir ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün değerlendirilmesini sağlayan en önemli göstergelerden birisi Bela Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksidir. AKÜ indeksi bir ülkenin dünya pazarındaki karşılaştırmalı üstünlüğünü değerlendirmede araştırmacılar tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır (Bashimov, 2016). Bu indeks belirli bir ürünün ihracatının ülkenin toplam ihracatı içindeki payını, aynı ürünün toplam dünya ihracatı içindeki payı arasındaki orandır. Balassa indeksi D. Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlük kavramına dayanmaktadır. Söz konusu indeks ulusların belirli ürünlerde ticaret açısından birbirlerine göre nasıl performans gösterdiğini ifade etmektedir (Batra ve Khan, 2005). Balassa'nın AKÜ indeksi belirli bir ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün bulunduğu veya bulunmadığı ürünleri belirlemesi, ülkenin güçlü veya zayıf sektörlerini ortaya çıkarması ve bazı referans ülkelere karşı ülkenin rekabet gücünü değerlendirmesi nedeniyle literatürde yaygın olarak kullanılmaktadır (Goyal ve Vajid, 2017). İndeks ticaret sonrası verilere dayanmakta olup ticaret sonrası rekabet gücünün nasıl geliştiğini göstermektedir. AKÜ indeksi matematiksel olarak Eşitlik 1'deki gibi ifade edilmektedir:

$$AKÜ_{ij} = \frac{\left(\frac{X_{ij}}{X_{it}}\right)}{\left(\frac{X_{wj}}{X_{wt}}\right)} \quad (1)$$

Burada,  $AKÜ_{ij}$  'i' ülkesinin 'j' sektörü için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünü,  $X_{ij}$  'i' ülkesinin 'j' sektörünün ihracatını,  $X_{it}$  'i' ülkesinin toplam ihracatını,  $X_{wj}$  'j' sektörü dünya ihracatını ve  $X_{wt}$  dünya toplam ihracatını ifade etmektedir. AKÜ indeksi 0 ile  $+\infty$  aralığında bir değer almaktadır. Eğer  $AKÜ > 1$  ise, i ülkesinin j ürününde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu anlamına gelmektedir. Bu ülkenin ilgili üründe uzmanlaştığını göstermektedir. Eğer  $AKÜ < 1$  ise, i ülkesinin j sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığını göstermektedir. AKÜ indeksi değeri yüksek olan ürün daha yüksek rekabet avantajına sahiptir (Amighini, 2005). Hinlopen ve Marrewijk'e göre AKÜ indeksi dört kategoride sınıflandırılabilir. Buna göre;  $0 < AKÜ \leq 1$  ise ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı,  $1 < AKÜ \leq 2$  ise zayıf karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu,  $2 < AKÜ \leq 4$  ise orta düzeyde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu,  $4 < AKÜ$  ise güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu belirtilmektedir (Hinlopen ve Marrewijk, 2001).

## BULGULAR ve TARTIŞMA

### Özbekistan'da meyve yetiştiriciliği

Özbekistan gerek toprak özellikleri gerekse iklim koşulları bakımından meyve üretimi için uygun coğrafyalardan biridir. Özbekistan'da meyve üretiminin büyük kısmı Fergana, Andican, Semerkant ve Buhara bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Ülkede çok çeşitli sert ve yumuşak çekirdekli, sert kabuklu meyveler yetiştirilmektedir. Ülkede yetiştirilen başlıca meyve türleri arasında elma, üzüm, kiraz, kayısı, armut, şeftali, incir, vişne, erik, nar yer almaktadır (Şener, 2002; Anonim, 2019). Son 20 yılda ülke genelinde meyve dikim alanında önemli düzeyde artış göze çarpmaktadır. 2000 yılından 2020 yılına kadar geçen süreçte elma dikim alanları 61 bin hektardan 109 bin hektara ulaşmıştır. Aynı dönemde kayısı dikim alanı 17 bin hektardan 44 bin hektara, kiraz dikim alanı 3.5 bin hektardan 12 bin hektara, şeftali dikim alanı 9.5 bin hektardan 17 bin hektara, üzüm dikim alanı ise 98 bin hektardan 105 bin hektara ulaşmıştır (Çizelge 1). Özbekistan'da uygulanan tarım politikaları kapsamında pamuk ekim alanları kademeli olarak azaltılarak sebze ve meyve ekim alanlarının ise artırılmasına özel önem verilmektedir. Daha önceden plantasyonu tamamlanan meyve bahçeleri ve bağların yenileriyle değiştirilerek ıslah edilmiş arazilere meyve ve sebze bahçeleri dikilmiştir. Ürün çeşitlendirme çalışmaları sonucunda toplam tarımsal üretimin artırılması amaçlanmaktadır (Eshmetova, 2021).

Günümüzde yaş meyvelerin yanı sıra kuru meyveler de tüm dünyada rağbet görmekte ve bu sektör her geçen gün hızla gelişme göstermektedir. Ülkede yaş meyve üretimi meyve dikili alanlarındaki genişlemeye bağlı olarak artış göstermiştir. 2020 yılında üzüm üretim miktarı 1.6 milyon ton olarak gerçekleşirken, elma üretimi 1.1 milyon ton, kayısı üretimi 529 bin ton, kiraz üretimi 185 bin ton ve şeftali üretimi de 184 bin ton olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 2). Bazı yıllarda meyve dikili alanlarında görülen azalmaya bağlı olarak meyve üretiminde de düşüşler yaşanmıştır. Bununla birlikte, iklimsel faktörler de meyve üretiminde dalgalanmaların yaşanmasına neden olabilmektedir. Meyve yetiştiriciliği büyük ölçüde iklim koşullarına bağlı olan bir faaliyettir. Son yıllarda sık sık meydana gelen hava olayları meyve üretimini olumsuz etkilemektedir. Nitekim ülkenin nispeten kurak bir iklime sahip olması meyve üretiminde verimlilik kaybının yaşanmasına neden olmaktadır.

Çizelge 1. Özbekistan’da önemli bazı meyvelerin dikim alanı (1000 ha)

Yıllar	Elma	Kayısı	Kiraz	Üzüm	Şeftali
2000	61	17	3	98	9
2001	59	19	3	99	10
2002	56	23	5	101	10
2003	57	19	4	97	9
2004	60	26	3	96	9
2005	60	24	3	99	10
2006	66	34	7	101	8
2007	70	36	7	99	8
2008	63	33	7	102	8
2009	64	34	8	105	9
2010	67	35	8	107	9
2011	77	39	8	111	13
2012	83	41	6	111	15
2013	90	44	7	113	16
2014	89	49	7	118	19
2015	92	52	7	123	20
2016	109	47	9	121	19
2017	94	41	10	103	16
2018	98	38	12	100	15
2019	98	43	11	104	18
2020	109	44	12	105	17

Kaynak: FAO veri tabanından yararlanılarak hazırlanmıştır.

Çizelge 2. Özbekistan’da önemli bazı meyvelerin üretim miktarı (1000 ton)

Yıllar	Elma	Kayısı	Kiraz	Üzüm	Şeftali
2000	453	68	19	624	46
2001	454	85	20	573	48
2002	444	97	21	516	45
2003	365	82	19	401	46
2004	352	162	14	589	51
2005	402	170	22	641	56
2006	514	235	53	803	66
2007	502	230	55	880	68
2008	585	265	61	791	75
2009	635	292	67	899	82
2010	712	325	75	987	92
2011	769	384	56	1 090	139
2012	829	426	62	1 206	154
2013	894	480	70	1 322	170
2014	965	547	80	1 441	200
2015	1 060	606	90	1 579	220
2016	1 441	569	111	1 613	205
2017	1 028	532	136	1 625	193
2018	1 130	493	172	1 589	162
2019	1 124	536	175	1 603	188
2020	1 148	529	185	1 606	184

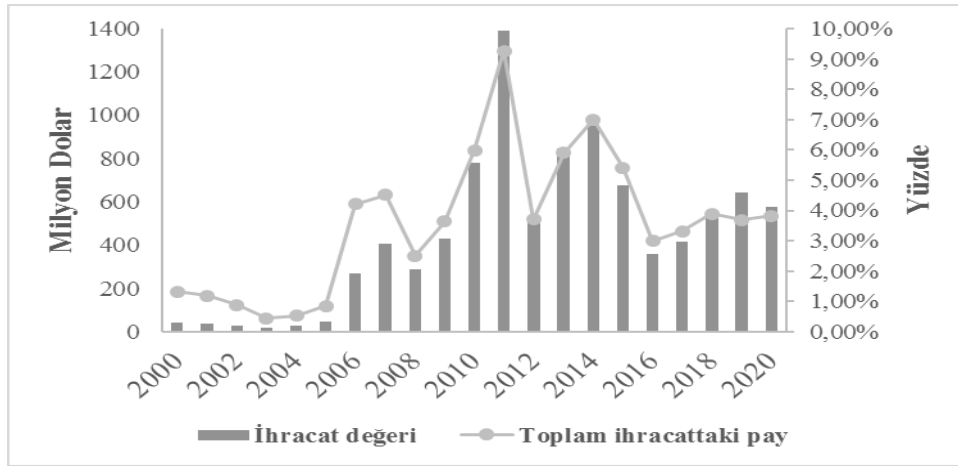
Kaynak: FAO veri tabanından yararlanılarak hazırlanmıştır.

2020 yılı itibariyle Özbekistan’da seçilmiş meyvelerde hektar başına elde edilen verim elmada 10.4 ton, kayısıda 11.9 ton, kirazda 14.5 ton, şeftalide 10.3 ton ve üzümde 15.2 tondur. Dünya ortalaması ise sırasıyla elmada 18.7 ton/ha, kayısıda 6.8 ton/ha, kirazda 4.8 ton/ha, şeftalide 12.6 ton/ha ve üzümde 9.5 ton/ha’dır

(FAO, 2022). Buna göre Özbekistan’da kayısı, kiraz ve üzümde verim dünya ortalamasının üzerinde iken, elma ve şeftalide meyve verimi dünya ortalamasının altında kalmaktadır.

### Yaş meyve dış ticareti

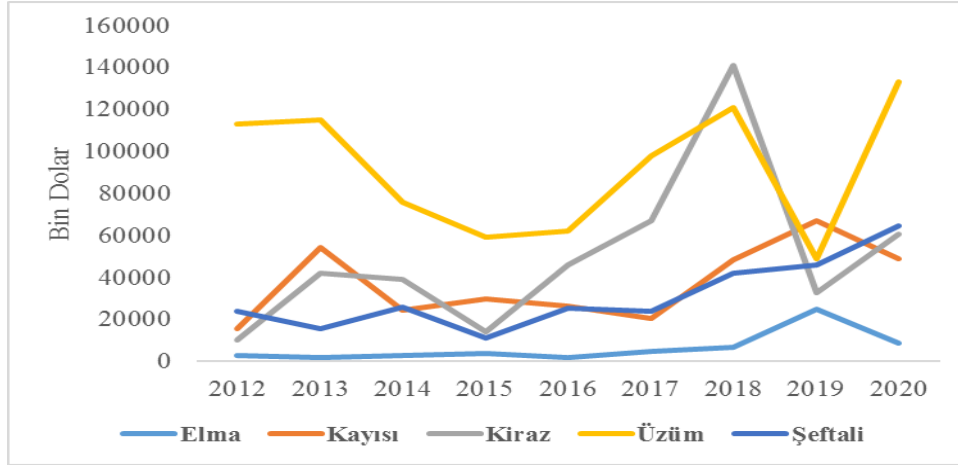
Meyve yetiştiriciliği, gıda güvenliğinin sağlanmasına, istihdam oluşturulmasına, üreticilerin ekonomik kazançlarının artırılmasına, ihracat yoluyla döviz girişinin artırılmasına yardımcı olmaktadır. Meyve yetiştiriciliği gerek üretimi gerekse ihracatı ile ülke ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. 1991 yılında Özbekistan’ın bağımsızlığına kavuşması sonrası uluslararası ticarete entegre olmaya başlamıştır. Geçen süreçte ihracat, Özbekistan ekonomisinin motoru haline gelmiştir. Toplam ihracat içerisinde tarımsal gıda ürünlerinin payı yadsınamaz düzeydedir. Günümüzde Özbekistan 1,5 milyon ton yaş meyve ve sebze ihraç etmektedir. Yaş meyve ihracatı ülke toplam ihracatının %3,5’ini oluşturmaktadır. Yaş meyve ihracatının toplam ihracattaki payı bazı yıllarda %7 ile %9 düzeyine çıkmıştır (Uzstat, 2022). Şekil 1’de son 20 yıla ait yaş meyve ihracatı ile ilgili bilgi sunulmaktadır. Şekil 1 incelendiğinde 2000’li yılların başında ihraç edilen yaş meyvelerin ihracat değeri oldukça düşük seviyelerde seyrederken, son yıllarda ciddi bir artış olduğu görülmektedir. 2000 yılında yaş meyve ihracatı yaklaşık 43 milyon dolar iken, 2011 yılında en yüksek değeri olan 1,3 milyar dolara ulaşmıştır. İlerleyen yıllarda ise yaş meyve ihracatında düşüş meydana gelmiş ve 2016 yılında 361 milyon dolara gerilemiştir. 2017 yılından tekrar yükselmeye başlayan yaş meyve ihracatı 2020 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgınından olumsuz etkilenmiştir. Nitekim, 2020 yılında dünya ekonomisi %3,2 küçülürken (Arita ve ark., 2022), dünya mal ticareti ise %7,4 oranında gerilemiştir (UNCTAD, 2021). Aynı yılda Özbekistan’ın yaş meyve ihracatı da bir önceki yıla göre %10 oranında azalarak 577 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.



Şekil 1. Özbekistan’da yaş meyve ihracatının yıllara göre gelişim seyri (Kaynak: FAO, 2022)

Özbekistan’da üretilen meyveler esas olarak taze ve işlenmiş olarak ihraç edilmektedir. Ancak, ülkede üretilen meyvelerin büyük bir kısmı taze olarak ihraç edilmektedir. İhraç edilen meyveler arasında üzüm önemli yere sahiptir. 2020 yılında 133 milyon dolar değerinde üzüm ihracatı gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte şeftali, kiraz, kayısı ve elma önemli ihraç ürünler arasında yer almaktadır (Şekil 2). 2020 yılında 140 bin ton üzüm, 85 bin ton şeftali, 63 bin ton kayısı, 31 bin ton kiraz ve 19 bin ton elma taze olarak ihraç edilmiştir (FAO, 2022). Yine FAO verilerine göre, ülkede üretilen üzümün %8’i, şeftalinin %46’sı, kayısının %12’si, kirazın %16’sı ve elmanın %2’den daha azı ihracata konu olmaktadır. Bu durum ülkenin yaş meyve ihracatının istenilen düzeyde olmadığını göstermektedir.

Ülkenin yaş meyve ihracat destinasyonlarına bakıldığında daha çok Rusya Federasyonu, Kazakistan ve Kırgızistan gibi yakın pazarlardan oluştuğu görülmektedir. Taze kayısı, kiraz ve üzüm ihracatının %90’dan fazlası Kazakistan, Rusya Federasyonu ve Kırgızistan’a gerçekleştirilmektedir (Anonim, 2020). Eski Sovyetler Birliği ülkelerinde Özbek menşeli meyve ve sebzelerinin iyi bir imaja sahip olması ve ülkenin Rusya Federasyonu ve Kazakistan pazarlarına bölgesel yakınlığı Özbek üreticilerinin bu pazarlara olan ilgilerinin artmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte, az da olsa Orta Doğu ve Doğu Avrupa ülkelerine yaş meyve ihracatı gerçekleştirilmektedir. Ancak, bu ülkelere gerçekleştirilen ihracat yaş meyve ihracatının çok küçük bir bölümünü oluşturmaktadır.



Şekil 2. Özbekistan’da seçilmiş yaş meyvelerin ihracatındaki değişim (Kaynak: FAO, 2022)

### Özbekistan’ın yaş meyve ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğü

Ekonomik küreselleşme ihracatçı ülkelerin yeni pazarlara erişmesini destekleyen bir süreçtir. Ancak, küreselleşme süreci ile birlikte ülkeler uluslararası pazarlarda yoğun bir rekabete maruz kalmaktadırlar. Ekonomik küreselleşme özellikle tarım ürünleri piyasasını daha rekabetçi hale getirmektedir. Küresel tarım ürünleri ticareti söz konusu ürünlerdeki karşılaştırmalı üstünlük dikkate alınarak ilerlemektedir. Bu çalışmada da karşılaştırmalı üstünlükler kuramına dayanan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksi kullanılarak Özbekistan’ın elma, üzüm, kayısı, şeftali ve kiraz ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığı araştırılmıştır. Daha önce de belirtildiği gibi, bir ülkenin belirli bir ürünün ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olması için AKÜ indeksinin 1’in üzerinde değer alması gerekmektedir. Çizelge 4’de taze elma ihracatında önde gelen ülkeler ile Özbekistan’ın AKÜ indeks değerlerine yer verilmektedir. Buna göre seçilen ülkeler ile Özbekistan’ın elma ihracatına ait AKÜ indeks değerleri 1’in üzerinde değer almaktadır. Bu da söz konusu ülkelerin elma ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu göstermektedir.

Çizelge 4. Seçilmiş ülkelerin elma ihracatında AKÜ indeks değerleri

Yıllar	Özbekistan	Polonya	Şili	Çin	İtalya	Fransa
2000	2.13	4.92	26.75	1.31	2.85	3.68
2001	2.80	2.31	32.75	1.23	2.63	3.55
2002	0.22	1.52	35.77	1.22	3.26	3.97
2003	0.90	1.05	26.83	1.16	3.46	3.74
2004	0.89	0.80	24.40	1.19	2.94	3.31
2005	0.84	0.78	19.28	1.13	3.47	3.11
2006	2.79	0.55	17.26	1.09	3.69	3.27
2007	1.09	0.71	19.89	1.08	3.69	3.12
2008	0.43	1.24	21.70	1.27	3.80	3.25
2009	0.22	1.42	19.81	1.38	3.62	2.81
2010	0.31	1.47	21.20	1.32	4.04	2.91
2011	0.90	1.70	21.17	1.32	4.82	3.20
2012	0.51	2.21	23.92	1.29	4.78	3.16
2013	0.29	2.10	25.80	1.15	4.24	2.69
2014	0.50	3.56	27.06	1.14	4.56	3.14
2015	0.75	3.22	22.14	1.10	4.89	2.89
2016	0.38	2.71	26.28	1.52	4.28	2.59
2017	0.90	3.77	22.60	1.50	4.32	2.54
2018	1.18	5.75	23.20	1.34	3.70	2.49
2019	3.72	4.61	22.23	1.38	3.94	1.99
2020	1.34	2.32	19.41	1.33	4.44	2.32
<b>Ortalama</b>	<b>1.10</b>	<b>2.32</b>	<b>23.78</b>	<b>1.26</b>	<b>3.88</b>	<b>3.03</b>

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Özbekistan'ın AKÜ indeks değeri incelendiğinde yıllar itibarıyla dalgalı bir trend izlediği görülmektedir. Özbekistan'ın 2000'li yılların başında taze elma ihracatında rekabet gücüne sahipken, 2002 yılından itibaren dezavantajlı konuma geçmiş ve 2018 yılına kadar bu üründe rekabet üstünlüğünü istikrarlı bir şekilde sürdürememiştir. Buna rağmen, son üç yıldır elma ihracatında rekabet avantajı yakalamıştır. Elma ihracatında önemli ülkeler olan Polonya, Şili ve Fransa'nın rekabet güçlerinin zamanla azaldığı görülmektedir. İtalya ise dünya elma pazarındaki konumunu giderek güçlendirmiştir. AKÜ indeks değerlerine göre Özbekistan ile birlikte Çin zayıf bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahipken, Fransa ve Polonya orta düzeyde, Şili ve İtalya ise güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Son yıllarda Çin, Şili, Polonya ve Güney Afrika gerek üretimde ve gerekse ihracat bakımından dünya taze elma pazarında önemli aktörler olarak karşımıza çıkmaktadır (Kracinski, 2017).

Çizelge 5'de Özbekistan'ın ve seçilmiş ülkelerin taze kiraz ihracatına ait AKÜ indeks değerleri sunulmaktadır. Buna göre, Özbekistan, Şili, Hong Kong, ABD ve Türkiye taze kiraz ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. İspanya'nın ise ele alınan dönemde kiraz ihracatındaki rekabet gücünde sürekli düşüş görülmekte ve 2020 yılında kiraz ihracatında dezavantajlı duruma düşmüştür. Son yıllarda dünya kiraz ticaretinde ciddi bir şekilde söz sahibi olan Şili kiraz ihracatındaki rekabet gücünü sürekli artırmıştır. Kiraz ihracatında Şili ortalama 52.58 AKÜ indeks değeri ile en yüksek karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ülkedir. Şili'den sonra Özbekistan da ortalama 34.94 AKÜ indeks değeri ile yüksek bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir.

İncelenen dönemde kiraz ihracatında rekabet gücünü zamanla artırarak güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olan ülkelerden biri de Hong Kong'dur. 2000 yılında Hong Kong'un AKÜ değeri sıfıra yakın iken, 2019 yılına gelindiğinde AKÜ değeri 7.48'e ulaşmıştır. 2020 yılında Covid-19 salgının küresel ticareti olumsuz yönde etkilemesi nedeniyle AKÜ değeri 7.06'ya gerilemiştir. Diğer önemli ihracatçı ülkeler olan ABD, İspanya ve Türkiye'nin AKÜ indeks değerlerinde aşağı yönlü bir trend göze çarpmaktadır. Bu durum söz konusu ülkelerin rekabet güçlerinin zayıfladığına işaret etmektedir. Türkiye'nin ortalama AKÜ indeks değeri 14.59 iken, ABD'nin ortalama AKÜ indeks değeri 3.14 ve İspanya'nın ortalama AKÜ indeks değeri 2.64 olarak hesaplanmıştır. 2020 yılına ait AKÜ indeks değerlerine bakıldığında pek çok ülkenin ihracat performansının küresel salgından olumsuz etkilendiği anlaşılmaktadır.

Çizelge 5. Seçilmiş ülkelerin kiraz ihracatında AKÜ indeks değerleri

Yıllar	Özbekistan	Şili	Hong Kong	ABD	Türkiye	İspanya
2000	18.23	18.70	0.01	3.91	16.42	3.64
2001	19.10	20.90	0.02	3.68	27.38	2.34
2002	6.21	36.89	0.08	3.46	23.18	2.68
2003	8.28	25.80	0.08	3.66	25.14	2.80
2004	4.09	14.68	0.04	3.32	28.37	2.75
2005	69.02	21.35	0.06	3.87	20.06	3.25
2006	29.54	20.18	0.02	3.27	19.63	4.96
2007	51.79	26.67	0.03	4.02	16.91	2.03
2008	1.01	36.92	0.62	3.78	14.14	2.75
2009	21.91	31.43	0.72	3.42	15.17	4.19
2010	46.36	50.23	1.00	3.31	15.42	3.07
2011	61.32	53.72	1.92	3.60	11.53	3.17
2012	17.32	53.38	2.21	3.74	11.33	2.84
2013	58.49	61.27	1.77	3.27	11.55	2.56
2014	61.19	85.05	2.36	2.84	8.43	2.95
2015	22.75	76.59	3.32	2.65	7.96	2.21
2016	44.88	97.20	4.44	2.07	8.45	1.55
2017	62.76	66.71	4.26	3.03	7.87	2.02
2018	90.04	89.61	7.17	1.89	6.06	1.35
2019	21.09	112.35	7.48	1.52	5.33	1.45
2020	18.43	104.48	7.06	1.54	6.04	0.98
<b>Ortalama</b>	<b>34.94</b>	<b>52.58</b>	<b>2.13</b>	<b>3.14</b>	<b>14.59</b>	<b>2.64</b>

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Taze kayısı ihracatında önemli paya sahip ülkelerin AKÜ indeks değerleri Çizelge 6'da sunulmaktadır. Buna göre Özbekistan, İspanya, Türkiye, İtalya, Yunanistan ve Fransa taze kayısı ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Söz konusu ülkeler arasında ortalama 80,48 AKÜ indeks değeri ile en yüksek rekabet gücüne sahip ülke Özbekistan'dır. Özbekistan'ın yanı sıra Yunanistan da taze kayısı ihracatında güçlü bir karşılaştırmalı üstünlük sergilemektedir. Bununla birlikte, İspanya, Türkiye ve Fransa güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe

sahipken, İtalya ise orta düzeyde karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Ele alınan ülkelerden Fransa ve Yunanistan hariç diğer ülkelerin taze kayısı ihracatında rekabet güçlerinde belirgin bir artışın olduğu görülmektedir.

Çizelge 6. Seçilmiş ülkelerin kayısı ihracatında AKÜ indeks değerleri

Yıllar	Özbekistan	İspanya	Türkiye	İtalya	Yunanistan	Fransa
2000	23.97	14.00	3.91	2.23	31.54	6.11
2001	129.80	14.78	4.50	2.00	28.71	4.73
2002	54.31	10.23	3.55	2.18	20.50	7.85
2003	31.72	12.14	6.04	1.81	21.49	6.89
2004	39.84	7.69	6.40	2.21	49.17	7.89
2005	89.17	9.93	5.67	1.92	34.21	8.46
2006	136.35	11.02	4.35	1.65	31.59	9.11
2007	46.82	7.47	4.71	2.01	45.50	9.98
2008	31.03	10.61	10.55	2.40	42.84	6.62
2009	39.04	9.46	6.81	1.57	23.47	7.77
2010	84.44	7.87	9.15	3.21	31.90	8.07
2011	94.57	8.33	9.58	3.14	24.84	8.08
2012	47.12	9.74	11.12	3.82	29.08	7.85
2013	132.74	13.74	9.21	2.49	21.28	6.90
2014	72.07	13.69	6.62	3.43	24.13	8.40
2015	87.25	16.69	9.92	3.35	15.02	6.97
2016	81.63	16.68	6.38	3.32	21.04	6.45
2017	61.39	15.02	10.68	4.21	19.48	6.03
2018	132.77	18.75	9.38	3.01	20.86	3.41
2019	148.68	15.04	8.12	4.54	18.90	2.53
2020	125.40	20.99	12.63	2.75	26.09	2.37
<b>Ortalama</b>	<b>80.48</b>	<b>12.57</b>	<b>7.58</b>	<b>2.73</b>	<b>27.70</b>	<b>6.78</b>

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Çizelge 7. Seçilmiş ülkelerin şeftali ihracatında AKÜ indeks değerleri

Yıllar	Özbekistan	İtalya	İspanya	Şili	Çin	Türkiye
2000	2.42	7.92	14.82	24.56	0.08	1.08
2001	4.10	7.33	13.60	25.51	0.04	1.37
2002	4.01	6.49	14.55	32.07	0.07	1.50
2003	3.37	6.80	16.82	24.49	0.06	2.98
2004	5.56	6.96	15.66	20.74	0.06	1.49
2005	6.29	6.90	17.61	15.23	0.06	2.24
2006	15.94	7.10	21.01	9.84	0.05	1.61
2007	7.36	7.03	18.59	11.85	0.05	0.88
2008	3.19	6.94	20.79	11.64	0.07	2.11
2009	4.23	5.59	21.02	13.39	0.10	1.61
2010	10.64	6.29	23.92	13.06	0.06	1.80
2011	23.21	5.55	23.90	14.40	0.14	1.45
2012	13.80	5.83	22.50	13.06	0.18	1.44
2013	8.09	5.21	23.99	11.90	0.15	1.28
2014	15.92	3.72	24.90	11.59	0.29	1.73
2015	6.81	3.78	24.15	13.02	0.44	2.02
2016	15.28	3.56	22.71	16.13	0.42	1.32
2017	14.97	2.97	22.62	12.85	0.53	3.47
2018	25.76	3.03	23.21	15.52	0.42	4.44
2019	22.20	2.32	21.40	16.43	0.82	4.18
2020	31.80	1.84	23.06	14.47	0.52	6.64
<b>Ortalama</b>	<b>11.66</b>	<b>5.39</b>	<b>20.52</b>	<b>16.27</b>	<b>0.22</b>	<b>2.22</b>

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.



Taze şeftali ihracatına ilişkin AKÜ indeksinin yıllara göre gelişim seyri Çizelge 7’de gösterilmektedir. Ortalama AKÜ indeks değerine göre şeftali ihracatında İspanya en yüksek karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ülkedir. 2000-2020 döneminde İspanya’nın AKÜ değeri 14.82’den 23.06’ya ulaşmıştır. Şili ve Özbekistan da yüksek bir karşılaştırmalı üstünlük sergilemektedir. Şeftali ihracatında rekabet gücünü artıran ülkelerin biri de Türkiye’dir. 2000’li yılların başında Türkiye zayıf bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip iken, yıllar içinde konumunu giderek güçlendirmiş ve günümüzde güçlü bir karşılaştırmalı üstünlük sergilemektedir. 2000 yılında İtalya’nın AKÜ değeri 7.92 iken, yıllar itibarıyla gerilemiş ve 2020 yılında 1.84 olarak hesaplanmıştır. Çin’in ise ele alınan yılların tamamında şeftali ihracatında karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu görülmektedir. Buna rağmen, Çin’in AKÜ indeks değeri geçen süreçte sürekli artış göstermiştir. Son yıllarda Çin, Türkiye gibi Asya ülkeleri şeftali üretim ve ihracatındaki paylarını sürekli artırmışlardır (Ridley ve Devadoss, 2021).

Çizelge 8’de seçilmiş ülkelerin taze üzüm ihracatında AKÜ indeks değerleri sunulmaktadır. Buna göre, söz konusu ülkelerin taze üzüm ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. 2020 yılında en yüksek AKÜ indeks değerine sahip ülke Şili olmuştur. Bununla birlikte, Şili ve Özbekistan güçlü bir karşılaştırmaya sahipken, İtalya ve Hollanda orta düzeyde, ABD ve Çin’in ise zayıf bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Yıllar itibarıyla incelendiğinde Özbekistan’ın AKÜ değerleri aşırı dalgalı bir trend sergilemektedir. Hollanda ve Çin’in AKÜ değerleri istikrarlı bir şekilde artış gösterirken, Şili, İtalya ve ABD’nin AKÜ değerlerinde ise azalma söz konusudur. Son yıllarda Avrupa ülkelerinin üzüm üretimindeki payları azalırken, Çin, Şili ve İran gibi ülkelerin üretim ve ihracattaki payları artmaktadır. Özellikle, Çin bağ alanlarını sürekli artırmış ve günümüzde dünya üzüm üretiminde lider ülke konumuna yükselmiştir. Üzüm üretim ve ihracatında yeni oyuncuların çıkması ile küresel pazarda rekabet her geçen gün artmaktadır (Seccia ve ark., 2015).

Çizelge 8. Seçilmiş ülkelerin üzüm ihracatında AKÜ indeks değerleri

Yıllar	Özbekistan	Hollanda	Şili	Çin	İtalya	ABD
2000	16.21	1.34	70.31	0.55	5.14	1.50
2001	10.02	1.19	62.00	0.61	5.35	1.61
2002	7.14	1.52	90.29	0.61	4.05	1.70
2003	12.69	2.03	78.24	0.27	4.28	1.70
2004	30.65	2.17	49.63	0.26	3.80	2.01
2005	33.38	2.16	41.19	0.25	4.01	2.02
2006	59.55	2.80	38.29	0.23	3.59	1.44
2007	20.77	2.73	40.15	0.21	3.94	1.70
2008	10.16	3.35	42.80	0.26	4.43	1.72
2009	9.02	3.14	45.55	0.43	3.16	1.57
2010	9.74	3.11	45.95	0.40	4.04	1.58
2011	22.86	3.21	46.77	0.54	3.99	1.59
2012	21.19	3.29	47.58	0.65	3.93	1.61
2013	19.18	3.31	49.94	0.59	3.76	1.64
2014	13.40	2.95	48.05	0.69	3.39	1.51
2015	9.98	2.96	45.96	1.02	3.30	1.28
2016	10.46	3.07	49.08	0.98	3.27	1.28
2017	15.92	3.39	37.43	0.99	3.47	1.19
2018	19.10	3.70	35.94	0.94	3.21	1.23
2019	5.89	3.24	34.52	1.17	2.79	1.10
2020	16.24	3.20	27.06	1.13	3.06	1.06
<b>Ortalama</b>	<b>17.79</b>	<b>2.76</b>	<b>48.89</b>	<b>0.61</b>	<b>3.81</b>	<b>1.53</b>

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Uygun iklim koşulları ile doğal kaynaklara sahip olan ülkelerin meyve ve sebze ürünleri ihracatında daha avantajlı konumda oldukları yapılan çalışmalardan anlaşılmaktadır (Nilsson ve ark., 2006; Bojnec ve Ferto, 2016). Özbekistan’ın sahip olduğu toprak özellikleri, iklim koşulları ve üretim faktörleri dikkate alındığında ülkenin meyve üretimi için geniş fırsatlara sahip olduğu görülmektedir (Ergahsev, 2014) ve bu doğal faktörler meyve mahsulleri ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğün elde edilmesinde büyük bir rol oynamaktadır. Ancak, ekonomik küreselleşme ile birlikte yaş meyve ihracatında yeni rakiplerin ortaya çıkması, meyve ürünlerinin üretim ve tüketim modellerindeki değişimler nedeniyle ülkeler küresel yaş meyve pazarında yoğun rekabet ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Günümüzde Özbekistan yaş meyve pazarında önemli oyuncu olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim yapılan hesaplamalar sonucunda son 20 yılda Özbekistan’ın seçilmiş yaş meyve ürünlerinin ihracatında rekabet gücünü giderek artırdığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, elde edilen bulgular ışığında

Özbekistan'ın yaş meyve ihracatında sahip olduğu rekabetçi avantajının büyük ölçüde elverişli agro-ekolojik koşullara bağlı olduğu söylenebilir. Oysa günümüzde bazı ülkeler (Hollanda, Belçika vb.) daha az elverişli iklim koşullarına sahip olmalarına rağmen geliştirdikleri yüksek teknolojiler sayesinde meyve ve sebze üretiminde ve ihracatında rekabetçi yapıya kavuşmuşlardır (Bojnec ve Ferto, 2016). Özbekistan'ın sahip olduğu doğal ve beşeri kaynaklar ülkenin yaş meyve ihracatında daha yüksek performans elde etmesine olanak sunmaktadır. Özbekistan'ın yaş meyve üretim ve ihracatında istenilen performansa ulaşamamasının pek çok nedeni bulunmaktadır. Özbekistan genelinde yaş meyve ve sebze üreten tarım işletmelerinin küçük ve parçalı yapıda olması, verimliliğin nispeten düşük olması, kalite ve kontrol standartlarının istenilen düzeyde olmaması, üretimde yenilikçi teknoloji kullanım düzeyinin yetersiz oluşu, paydaşlar arasında koordinasyon ve iş birliğinin eksikliği meyve üretiminin önündeki başlıca engellerdir (Anonim, 2020; Baykuzieva, 2020).

Yaş meyve ihracat rekabet gücünün iyileştirilmesi için üretimde verim ve kalite gibi unsurlara daha fazla önem verilmesi gerekmektedir. Zira Özbekistan'da elma, şeftali gibi bazı meyvelerin verimliliğinin benzer tarımsal iklim koşullarına sahip ülkelerin verimlerinden çok daha düşük seviyelerde olduğu görülmektedir. Meyve bahçelerinde yüksek verimli anaçların dikilmesi, teknik ve ekonomik faaliyetlerin zamanında yapılması ile verimlilik artırılabilir. Bu durum üretim maliyetlerinin düşürülmesini doğrudan etkileyecek ve ihracatta fiyat rekabet avantajı sağlayacaktır. Ayrıca, pazarlama karmasının önemli unsurları olan dağıtım ve tutundurma faaliyetlerine özel önem verilmesi gerekmektedir. Dağıtım ve tutundurma faaliyetleri, hedef pazarlarda istenilen başarıya ulaşmada önemli rol oynamaktadır.

Bugün Özbekistan yaş meyvelerin büyük bir kısmını Kazakistan ve Rusya'ya ihraç etmektedir. Yaş meyve ihracatının artırılması için mevcut durumda ihracat yapılan bu ülkeler dışında yeni pazarlar arama çalışmaları yapılmalıdır. İhracat pazarının çeşitlendirilmesi özellikle gelişmekte olan ülke ekonomileri için faydalı olduğu pek çok bilimsel çalışmalar tarafından ortaya konmuştur (Matthee ve ark., 2016). Dolayısıyla, yaş meyve ihracatında yeni pazarlara ulaşılması ihracatta karşılanacak sorunlara kısmen çözüm olabilecektir. Yaş meyve ihracatında Uzak Doğu Asya ülkeleri, Kuzey ve Orta Avrupa ülkeleri ve Orta Doğu ülkeleri önemli pazar potansiyeli olan ülkelerdir. Örneğin, Güney Kore'de Özbek kirazlarının ABD kirazlarından daha ucuz olması nedeniyle Özbek kirazlarının satın alına bilirliliği yüksek bir potansiyele sahiptir. Üretim, işleme, dağıtım ve ihracatı kapsayan değer zincirinin iyileştirilmesi ile gelecekte Özbek kirazlarının Güney Kore kiraz pazarındaki pazar payını genişletmesi mümkün görülmektedir (Shin ve Ji, 2021). Bununla birlikte, taze meyveler Avrupa ülkelerinde de aroma, tat ve şekil açısından büyük ilgi görmekte ve meyveler daha yüksek fiyattan alıcı bulmaktadır. Ancak, Avrupa pazarına yönelik ihracatın geliştirilmesi için her şeyden önce meyvelerin söz konusu ülkelerin gerekliliklerine uygun kalite ve standartlarda üretilerek ambalajlanması ve pazara sunulması gerekmektedir.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Özbekistan sahip olduğu uygun iklim, hava koşulları ve doğal kaynakları ile tarım ürünleri üretiminde önemli potansiyele sahip bir ülkedir. Özellikle meyvecilik sektörü, ülkenin genel sosyo-ekonomik kalkınmasının hızlandırılmasında önemli ölçüde katkıda bulunabilecek potansiyele sahiptir. Bu çalışma Özbekistan'ın seçilmiş yaş meyve ürünleri ihracatında rekabet gücünü ortaya koymaya yönelik yapılmıştır. İncelenen dönemde Özbekistan'da meyve üretimi ve ihracatı genel olarak artış eğilimi göstermektedir. AKÜ indeksi kullanılarak yapılan hesaplamalar sonucunda Özbekistan'ın incelemeye dâhil edilen yaş meyvelerin tamamında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Özellikle kayısı, kiraz, üzüm ve şeftali ihracatında uzmanlaşma düzeyi yüksek bulunurken, elma meyvesinde zayıf karşılaştırmalı üstünlük söz konusudur. İncelenen dönemde Özbekistan'ın söz konusu meyvelerin ihracat rekabet gücünde artış olduğu söylenebilir. Özellikle, kayısı ve şeftali meyvelerinin rekabet gücünde ciddi düzeyde artışlar olduğu tespit edilmiştir.

Küreselleşmenin etkisiyle birlikte dünya yaş meyve pazarında yaşanan yoğunlaşmaya rağmen Özbekistan karşılaştırmalı üstünlük durumunu sürdürmektedir. Ancak, analiz sonuçlarından Özbekistan'ın seçilmiş yaş meyvelerin ihracatında sahip olduğu rekabet gücünün geçen süreçte istikrarlı bir yapı sergilemediği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, Özbekistan'ın yaş meyve ihracatında istenilen performansı yakaladığı söylenemez. Özbekistan'ın yaş meyve alt sektöründe bir takım yapısal sorunlar halen varlığını sürdürmektedir. Bu sorunlar Özbekistan'ın dünya yaş meyve pazarında var olan pazar payını artırmasının önünde ciddi engeller teşkil etmektedir. Mevcut sorunların ortadan kaldırılması ile uluslararası pazarda daha iyi rekabetçi konum elde edilebilir. Yaş meyve ihracatında sürdürülebilir rekabet avantajının geliştirilmesi için dünya pazarlarında kabul gören meyve çeşitlerinin uluslararası kalite standartlarına göre üretilmesi büyük önem taşımaktadır. Günümüzde tat, aroma, irilik, şekil gibi meyve kalite kriterleri oldukça önem arz etmektedir. Nitekim, son zamanlarda tüketiciler her zamankinden daha kaliteli ve daha çeşitli ürünler talep etmektedir. Dolayısıyla, kalitesi ile yabancı tüketicilerin dikkatini çekecek meyvelerin üretilmesi Özbekistan'ın dış pazarlarda rekabet gücünü artıracaktır. Bunun için üretimden pazarlamaya kadar olan tüm süreçte teknik ve ekonomik faaliyetlerin

en etkin bir şekilde uygulanması, kalite ve sertifikasyon sisteminin iyileştirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, ihracatta pazar çeşitlendirmesine gidilmesi gelecekte yaş meyve ihracatının artmasına olumlu katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda yaş meyve alt sektörünün geliştirilmesi için kamu ve özel sektör iş birliğinde yeni strateji ve politikaların hayata geçirilmesi önem taşımaktadır.

**Teşekkür:** Değerli görüşleri için anonim hakemlere teşekkür ederim.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

**Araştırmacıların Katkı Oranı Beyan Özeti:** Bu çalışma tek yazarlı olarak ele alınmış ve yazarın katkı oranı %100'dür.

## KAYNAKLAR

- Ahmed, R.A., El-Shehawy, M.A., Lutang, L. 2011. The structure and competitiveness of China's apple exports, *World Journal of Agricultural Sciences*, 7(6): 678-683.
- Amighini, A. 2005. China in the international fragmentation of production: evidence from the ICT industry. *The European Journal of Comparative Economics*, 2(2): 203-219.
- Anonim. 2019. The Republic of Uzbekistan. Preparatory Survey for Project for Horticulture Value Chain Promotion Final Report. Japan International Cooperation Agency.
- Anonim. 2020. Central Asia's Horticulture Sector-Capitalizing on New Export Opportunities in Chinese and Russian Markets, The World Bank, Washington DC.
- Arita, S., Grant, J., Sydow, S., Beckman, J. 2022. Has global agricultural trade been resilient under Coronavirus (COVID-19)? Findings from an econometric assessment of 2020, *Food Policy*, 107, 1-23.
- Bashimov, G. 2016. Elma ihracatında Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğü, *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 13(2): 9-15.
- Batra, A., Khan, Z. 2005. Revealed comparative advantage: an analysis for India and China. ICRIER Working Paper No. 168, New Delhi.
- Baykuzieva, G.A. 2020. Problems of development of fruit and vegetable industry in Fergana region and their solutions, *International Scientific Journal Theoretical & Applied Science*, 10(90): 78-82.
- Bojnec, S., Ferto, I. 2016. Export competitiveness of the European Union in fruit and vegetable products in the global markets, *Agricultural Economics-Czech*, 62(7): 299-310.
- Duru, S., Hayran, S., Gül, A. 2022. Türkiye'de sert çekirdekli meyvelerin üretimi ve ihracatta rekabet gücünün değerlendirilmesi, *Bahçe*, 51(1): 29-36.
- Dünya Bankası, 2022. <https://data.worldbank.org/indicator/NV.AGR.TOTL.ZS?locations=UZ> [Erişim tarihi: 11.08.2022].
- Ergashev, A. 2014. Why Fruit and Vegetable Production is Not Fruitful for Uzbek Farmers? IAMO, Germany.
- Eshmetova, B. 2021. Development of Agricultural Export in Uzbekistan, E-bulletin, Eurasian Research Institute, Kazakhstan.
- Eshov, M., Amirov, L., Askarova, M. 2021. Development of the Agricultural Sector and Its Importance in Uzbekistan, E3S Web of Conferences 244, 03014.
- FAO. 2022. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü. FAOSTAT. <https://www.fao.org/faostat/en/#data/> [Erişim Tarihi: 12.08.2022]
- Goyal, K.A., Vajid, A. 2017. Revealed comparative advantage of India's rice export with selected countries (a case study). *Pacific Business Review International*, 9(9): 51-56.
- Hasanov, Sh., Ahrorov, F. 2013. Uzbekistan's Agriculture-Status Quo, Challenges and Policy Suggestions, Natural Resource Use in Central Asia: Institutional challenges and the contribution of capacity building, (Ed.:Ahmed, M.N. ve Pawlowski, I.), Giessen.
- Hinloopen, J., Marrewijk, C.V. 2001. On the empirical distribution of the Balassa index. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 137(1): 1-35.
- Jing, W. 2018. The competitiveness and its stability of fruit products: the case of China, *Custos e. Agronegocio*, 14(2): 90-111.
- Khaksar Astaneh, H., Yaghoubi, M., Kalateharabi, V. 2014. Determining revealed comparative advantage and target markets for Iran's stone fruits, *Journal of Agricultural Science and Technology*, 16: 253-264.
- Kracinski, P.J. 2017. The competitiveness of Polish apples on international markets, *International Journal of Food and Beverage Manufacturing and Business Models*, 2(1): 31-43.

- Maqbool, M.S., Atiq-ur-Rehman, M., Khushbakhet, M., Bashir, F. 2021. An empirical analysis of export competitiveness and comparative advantage of Pakistan's fruit products, *Academic Journal of Social Sciences*, 5(2): 220-232.
- Matthee, M., Idsardi, E., Krugell, W. 2016. Can South Africa sustain and diversify its exports? *South Africa Journal of Economic and Management Sciences*, 19(2): 249-263.
- Naing, S.Y., Masyhuri, M., Darwanto, D.H. 2021. Comparative advantage of Myanmar's selected fruits in the global market, 1<sup>st</sup> International Conference on Sustainable Agricultural Socio-economics, Agribusiness, and Rural Development. Indonesia.
- Nilsson, F., O.L., Lindberg, E., Surry, Y. 2006. Are the Mediterranean countries competitive in fresh fruit and vegetable exports? 98<sup>th</sup> EAAE Seminar Marketing Dynamics within the Global Trading System: New Perspectives, 29 June - 2 July Chania, Crete, Greece.
- Petropoulos, D.P. 2016. Analysis of the "Balassa" index of fruit and vegetables in Greece (1983-2013), *Iore Journal of Agro & Crop Science*, 1(1): 1-10.
- Ridley, W., Devadoss, S. 2021. Challenges for the U.S. fruit industry: trends in production, consolidation, and competition, *Choices Magazine*, 36(2): 1-6.
- Seccia, A., Santeramo, F.G., Nardone, G. 2015. Trade competitiveness in table grapes: a global view, *Outlook on Agriculture*, 44(2): 127-134.
- Shin, S., Ji, S. 2021. Consumers' willingness to purchase imported cherries towards sustainable market: evidence from the Republic of Korea, *Sustainability*, 13: 1-13.
- Süygün, M.S. 2021. Taze ve kuru kayısı ürünlerinde Türkiye'nin uluslararası rekabet gücü, *Global Journal of Economics and Business Studies*, 10(20): 72-80.
- Şener, E. 2002. Özbekistan'ın Tarımsal Yapısı, Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Umarchodjaeva, M.G., Sadriddinova, N.X. 2019. Export potential development and export diversification of fruit and vegetable products in Uzbekistan's economy, *International Journal of Research in Management & Business Studies*, 6(1): 35-37.
- UNCTAD, 2021. Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı. <https://unctad.org/news/global-merchandise-trade-exceeds-pre-covid-19-level-services-recovery-falls-short> (Erişim tarihi: 17.08.2022)
- Uzstat, 2022. Özbekistan Devlet İstatistik Komitesi. <https://stat.uz/en/quarterly-reports/5868-2020> [Erişim tarihi: 27.07.2022]
- Yuldashev, N.K., Nabokov, V.I., Nekrasov, K.V., Djurabaev, O.D. 2022. Modern models of agro-industrial production organization in Uzbekistan. BIO Web of Conferences 51, 06007.