

TÜRKİYE’NİN GELENEKSEL İHRAÇ TARIM ÜRÜNLERİNDE UZMANLAŞMA DÜZEYİ

Birol ERKAN

Kilis 7 Aralık Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr.

birolerkan@kilis.edu.tr

Özet

1993-2010 yılları arasında Türkiye'nin geleneksel ihracat tarım ürünlerindeki uzmanlaşma düzeyinin belirlenmesini amaçlayan çalışmada; 7 ürünün (kuru incir, kuru üzüm, kuru kayısı, fındık, antep fıstığı, ceviz, badem) ihracatına ilişkin uzmanlaşma ve rekabet gücü endeksleri hesaplanmıştır. Bu bağlamda, ihracat payı, ihracat-ithalat oranı endeksi, net ticaret endeksi, Vollrath'ın nispi ihracat avantajı endeksi ve Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi ele alınmıştır. Sözü edilen endeks sonuçlarına göre, geleneksel ihracat tarım ürünlerinin 5'inde (incir, kuru üzüm, fındık, antep fıstığı, kuru kayısı) uzmanlaşma ve rekabet avantajı mevcut olup 2'sinde de (badem, ceviz) uzmanlaşma yoktur ve rekabet dezavantajı söz konusudur.

Anahtar Kelimeler: Uzmanlaşma, Rekabet Gücü, Geleneksel İhracat Tarım

Ürünleri

Alan Tanımı: Uluslararası İktisat

SPECIALIZATION LEVEL IN TURKEY'S TRADITIONAL EXPORT AGRICULTURE PRODUCTS

Abstract

In this study which aims to determine of level of specialization in Turkey's traditional export agricultural products between 1993-2010; with reference to export of 7 products (dried figs, raisins, dried apricots, hazelnuts, pistachios, walnuts, almonds), specialization and competitiveness indices were calculated. In this context, the share of exports, export-import ratio index, net trade index, Vollrath's relative export advantage index and Balassa's comparative advantage index were discussed. According to the results mentioned in the index, 5 of the traditional export of agricultural products (dried figs, raisins, dried apricots,

hazelnuts, pistachios) have specialization and competitive advantage. However, 2 of those (walnuts, almonds) have not specialization and competitive advantage.

Keywords: *Specialization, Competitiveness, Traditional Export Agricultural Products.*

Jel Code: N50, Q17, Q18

1. GİRİŞ

Türkiye’de çok sayıda tarım ürünü yetiştirilmesi için uygun koşullar olmasına rağmen, tarım ürünleri ihracatının özellikle geleneksel ihraç tarım ürünleri¹ adı verilen bazı ürün gruplarında yoğunlaştığı görülmektedir. Türkiye, toprakların verimli ve iklim koşullarının uygun olması, ucuz ve yeterli işgücü potansiyelinin varlığı sebebiyle geleneksel ihraç tarım ürünlerinde genel olarak karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir (Şeker,2008:4). Çalışmada, Türkiye’nin geleneksel ihraç tarım ürünlerinin üretim ve ihracat boyutu dünya pazarlarındaki payı bağlamında ele alınmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, çeşitli rekabet gücü endeksleri yardımıyla Türkiye’nin geleneksel ihraç tarım ürünlerindeki uzmanlaşma düzeyinin ortaya koyulması amaçlanmıştır.

2. TÜRKİYE’NİN GELENEKSEL İHRAÇ TARIM ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ, DIŞ TİCARETİ VE UZMANLAŞMA DÜZEYİ

Türkiye’de geleneksel ihraç tarım ürünlerinde uzmanlaşma düzeyinin ölçülebilmesi amacıyla şu endeksler kullanılmıştır²:

İhracat-İthalat Oranı Endeksi (İİO); ürün ihracatının toplam ihracata oranının, ürün ithalatının toplam ithalata oranına bölünmesi ile elde edilir (Mikic,2005:14). $\ln[(X_{ij}/X_j)/(M_{ij}/M_j)]*100$ şeklinde formüle edilir. 50’den yüksek değerler uzmanlaşmayı ve yüksek rekabet gücünü gösterir.

Net Ticaret Endeksi (NT); ürün ihracatı ile ithalatının farkının, toplamlarına bölünmesi ile elde edilir. $(X_{ij}-M_{ij})/(X_{ij}+M_{ij})$ şeklinde formüle edilir. -1 ile 1 değerleri arasında yer alır. Pozitif sayılar ihracatın önemini ve uzmanlaşmayı gösterir.

İhracat Payı (İP); ürün ihracatının toplam ihracata oranıdır. (X_{ij}/X_j) şeklinde formüle edilir.

¹ Sözü edilen tarım ürünleri: Kuru üzüm, kuru incir, kuru kayısı, fındık, antep fıstığı, badem, ceviz.

² Endekslerde X:İhracat, M:İthalat, i:ürün, j:ülke, w:dünyayı sembolize etmektedir.

Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi (BAKÜ); ürünün ulusal ihracattaki payının, dünya toplam ihracatı içindeki payına oranıdır (Balassa,1965:99-123). $(X_{ij}/X_j)/(X_{iw}/X_w)$ şeklinde formüle edilir. 1'den büyük değerler uzmanlaşmayı ve rekabet gücünü ifade eder.

Vollrath'ın Nispi İhracat Avantajı Endeksi (VNİA); Balassa endeksinden farklı olarak ülkenin ve malın çifte hesabını önlemektedir. Ürünün ulusal ihracattaki payının (ülkenin toplam ihracatına bölünürken malın ihracatı yok sayılır), dünya toplam ihracatı içindeki payına (pay kısmında ülke bir daha hesaplanmaz, payda kısmında da hem mal hem de ülke bir daha hesaplanmaz) oranıdır. $(X_{ij}/X_{-ij})/(X_{i-jw}/X_{-i-jw})$ şeklinde formüle edilir. 1'den büyük değerler uzmanlaşmayı ve rekabet gücünü gösterir.

2.1. Türkiye'nin Kuru Üzüm Üretimi, Dış Ticareti ve Uzmanlaşma Düzeyi

Türkiye dünyanın önde gelen taze üzüm ve çekirdeksiz kuru üzüm üreticilerinden ve ihracatçılardan birisidir. Üretimin önemli bir kısmı ihraç edilmekle birlikte, ithalat genellikle düşük seviyelerdedir (Duran,2003:12,14,17,24). Türkiye'nin kuru üzüm ihracatının tamamına yakını çekirdeksiz kuru üzüm oluşturmaktadır (Özden,2008:2). Dünyadaki çekirdeksiz kuru üzüm ihracatının % 40-45' ini gerçekleştiren Türkiye, dünya çekirdeksiz kuru üzüm fiyatlarının oluşmasında önemli etkiye sahiptir. 2009/2010 sezonu verilerine göre, dünya üretiminin %35,17'sini Türkiye gerçekleştirmektedir. Türkiye ihracatının % 80'i Avrupa ülkelerine yapılmaktadır. (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı,2011:4-5,8).

Türkiye'nin 5 ayrı endeks sonuçları incelendiğinde (Şekil-1,2,3,4,5), önemli bir uzmanlaşma düzeyinden söz etmek mümkündür. Keza, gerek ihracat-ithalat oranı, gerekse net ticaret endeks rakamları çok yüksek değerleri işaret etmektedir. Balassa ve Vollrath endeks rakamları da yüksek bir ihracat rekabet gücünü göstermektedir. Bununla birlikte, Türkiye'nin 2002-2010 döneminde kuru üzüm ihracat payı, uzmanlaşma düzeyi ve karşılaştırmalı üstünlükleri nispi olarak azalmaktadır. Değişkenlik katsayıları (DK) incelendiğinde, kuru üzüm ihracat rekabet gücündeki istikrar göze çarpmaktadır.

2.2. Türkiye'nin Kuru İncir Üretimi, Dış Ticareti ve Uzmanlaşma Düzeyi

Kuru incir, Türkiye'nin geleneksel ihraç tarım ürünleri arasında ilk sıralarda bulunmaktadır. Türkiye 50.000 tonu aşkın üretim düzeyi ile dünya kuru incir üretiminin yarısını karşılayarak sektörde en çok üretim yapan ülke konumundadır. Türkiye, dünya kuru incir ihracatında da ilk sırayı almaktadır. Genel olarak dünya

ihracatının yarısından fazlası Türkiye'den karşılanmaktadır (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı,2010:4,7-9).

Türkiye'nin kuru incir dış ticaretindeki endeks sonuçları incelendiğinde (Şekil-1,2,3,4,5), kuru üzümde olduğu gibi önemli bir uzmanlaşma ve rekabet düzeyinden söz edilebilir. Bununla birlikte, Türkiye'nin kuru incir ihracat rekabet gücü (karşılaştırmalı üstünlükleri) kuru üzümde göre daha yüksektir. Kuru üzümde olduğu gibi, kuru incir ihracat payı, uzmanlaşma düzeyi ve karşılaştırmalı üstünlükleri de son yıllarda nispi olarak azalmaktadır. Değişkenlik katsayıları, kuru incir ihracat rekabet gücündeki istikrarsızlığı göstermektedir.

2.3. Türkiye'nin Kuru Kayısı Üretimi, Dış Ticareti ve Uzmanlaşma Düzeyi

Kuru kayısı, Türkiye'de kuru meyve ihracatında kuru üzümde sonra ikinci sırada yer alan en önemli geleneksel ihraç ürünlerinden birisidir. Kuru kayısının dünya ticaretine bakıldığında, Türkiye'nin ihracatta neredeyse rakipsiz olduğu söylenebilir (Özden,2008:3). Türkiye, dünya kuru kayısı üretiminin %61'inden fazlasını (Göksu,2011:4), dünya kuru kayısı ihracatının da % 80-85'ini gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin kuru kayısı ihracatında dikkati çeken önemli bir nokta, ihracatın belirli ülkelerde yoğunlaşması, pazar çeşitlendirmesine gidilmediğidir (Sobutay,2003:17-18,20-21).

Türkiye'nin geleneksel ihraç tarım ürünleri arasında en yüksek uzmanlaşma düzeyi kayısıdadır (Şekil-1,2,4,5). Türkiye, kayısı dış ticaretinde tamamen net ihracatçı olarak kabul edilebilir. Diğer tarım ürünlerinde olduğu gibi, kayısı ihracatında da uzmanlaşma ve rekabet gücü son yıllarda azalmaktadır. Değişkenlik katsayıları incelendiğinde, kuru kayısı ihracatındaki uzmanlaşma ve rekabet gücündeki istikrarsızlık göze çarpmaktadır.

2.4. Türkiye'nin Fındık Üretimi, Dış Ticareti ve Uzmanlaşma Düzeyi

Türkiye, dünya fındık üretim ve ihracatının ortalama %70-75'ini gerçekleştirmektedir. Türkiye, fındık ihracatının önemli bir kısmını Almanya, İtalya, Fransa ve Belçika'ya gerçekleştirmektedir (Secer,2008:1559). Dünya fındık pazarlarında Alman gıda tekelleri egemen konumda olup, dünya fındık merkezi Hamburg'dur (Çamoğlu, Akıncı,Bozkurt,2006:38). Bununla birlikte, Almanya, Hollanda, Belçika, Lüksemburg, Avusturya, İngiltere, İrlanda, İsviçre gibi ülkeler fındık üreticisi olmamalarına rağmen Türkiye'den sağladıkları fındığı değişik biçimlerde işleyip paketleyerek daha yüksek fiyatlardan ihraç etmektedirler (re-export). Bu durum Türkiye'nin rekabet gücünün azalmasına,

ihracattan dolayı sağlanan katma değerın düşük olmasına yol açmaktadır (Oral,2006:52-53).

Türkiye'nin geleneksel ihraç tarım ürünleri arasında en yüksek uzmanlaşma ve rekabet düzeyi kayısıdan sonra fındığa aittir (Şekil-1,2,4,5). Diğer ürünlerde olduğu gibi, fındık ihracatında yüksek orandaki karşılaştırmalı üstünlüklerin nispi olarak azalması dikkat çekicidir. Değişkenlik katsayıları, fındık ihracat rekabet gücündeki istikrarsızlığı göstermektedir.

2.5. Türkiye'nin Antep Fıstığı Üretimi, Dış Ticareti ve Uzmanlaşma Düzeyi

Türkiye dünya antep fıstığı üretiminin %14'ünü karşılamaktadır (<http://www.fao.org/>). Türkiye'nin antepfıstığı ihracatı yıllar itibariyle dalgalanma göstermekle birlikte, yurda kazandırdığı döviz yönünden ilk 10 tarım ürünü arasına girmeyi başarmaktadır (Oruç,2003:2).

Türkiye antep fıstığı ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmasına rağmen, söz konusu üstünlükler önemli boyutlarda değildir. Bununla birlikte, antep fıstığı rekabet gücü son yıllarda giderek azalmaktadır (Şekil-1,5). Antep fıstığı ihracatındaki uzmanlaşma düzeyi ise ithalatın azalması nedeniyle son yıllarda artmaktadır (Şekil-4). Değişkenlik katsayıları incelendiğinde, antep fıstığı ihracatındaki uzmanlaşma ve rekabet gücündeki istikrarsızlık göze çarpmaktadır.

2.6. Türkiye'nin Badem Üretimi, Dış Ticareti ve Uzmanlaşma Düzeyi

Türkiye dünya badem üretiminin %2'sini gerçekleştirmektedir (USAID,2010:1). Bununla birlikte, Türkiye'nin badem ihracat rekabet gücü rakibi olan ülkelere göre daha zayıftır. Bunun en önemli sebepleri susuzluk, verimin düşüklüğü ve ileri tekniklerin kullanım düşüklüğüdür (Sengül,Emeksiz,2001:391).

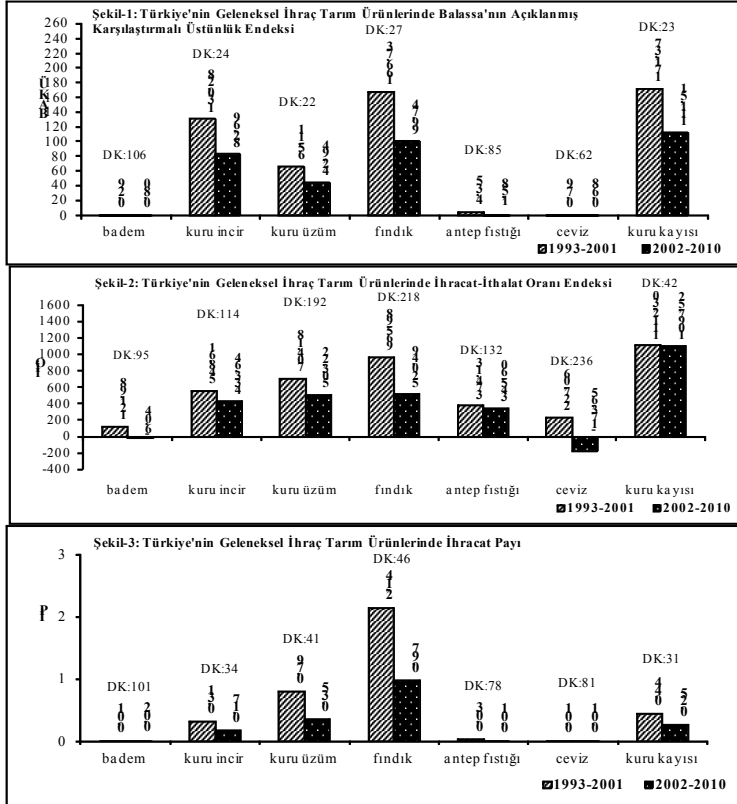
Türkiye'nin 5 ayrı endeks yardımıyla hesaplanan badem ihracatındaki rekabet gücü incelendiğinde, 1993-2010 yılları arasında sürekli karşılaştırmalı dezavantaj durumunun varlığı söz konusudur (Şekil-1,5). Bununla birlikte, Türkiye'nin son yıllarda badem ihracat payı artmakla birlikte (Şekil-3), 2002-2010 döneminde uzmanlaşma sağlanamamıştır (Şekil-2,4). Bademe ilişkin değişkenlik katsayıları, uzmanlaşma ve ihracat rekabet gücündeki istikrarsızlığı ifade etmektedir.

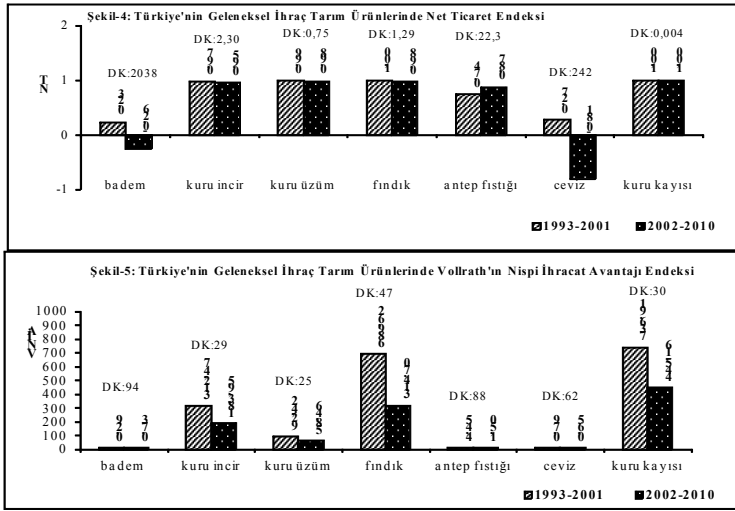
2.7. Türkiye'nin Ceviz Üretimi, Dış Ticareti ve Uzmanlaşma Düzeyi

Türkiye, %13'lük üretim payı ile dünyada ceviz üreticisi ülkeler arasında ön sıralarda yer almaktadır (Yavuz,Korkmaz,Birinci,1999:113). Bununla birlikte, Türkiye özellikle yurtiçi tüketim fazlalığı sebebiyle ihracatını yeteri kadar

arttıramamakta, gün geçtikçe önemli bir ceviz ithalatçısı bir ülke konumuna yükselmektedir (Haskımacı,2003:17,19).

Türkiye'nin ceviz ihracatındaki uzmanlaşma düzeyi badem ile benzerlikler göstermektedir. Zira, ceviz ihracat rekabet gücünde tüm yıllarda, uzmanlaşma düzeyinde de 2002-2010 döneminde dezavantaj durumu söz konusudur (Şekil-1,2,4,5). Cevizin ihracat payı da genel olarak değişmemektedir.





Kaynak: Comtrade ve FAO veri tabanı kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

3. SONUÇ

İhracat payı, ihracat-ithalat oranı, net ticaret, Balassa ve Vollrath endeksi kullanılarak Türkiye'nin geleneksel ihrac tarım ürünlerindeki uzmanlaşma düzeyini ortaya koyabilmek amacıyla yapılan bu çalışmadan elde edilen bulgular, sözü edilen ürünlerin ihracatında genel olarak yüksek düzeyde uzmanlaşma durumunun varlığını göstermektedir. Bunun paralelinde, söz konusu ürünlerin ihracat rekabet gücünün de yüksek olması doğal bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel ihrac tarım ürünlerinden özellikle kuru kayısı, fındık, kuru incir ve kuru üzüm ihracatında çok yüksek düzeyde uzmanlaşma söz konusudur. Çok yüksek olmasa da, antep fıstığı ihracatında da uzmanlaşmadan söz etmek mümkündür. Bununla birlikte, badem ve ceviz ihracatında son yıllarda sağlanamayan uzmanlaşmanın istikrarlı bir seyir izlemesi, söz konusu ürünlerin Türkiye ihracatı açısından gelenekselliğini yitirdiği sonucunu ifade etmektedir. Geleneksel ihrac tarım ürünlerinin genelinin uzmanlaşma ve rekabet gücünde son yıllardaki nispi azalış dikkat çekmektedir. Bu durum, Türk tarımın milli gelir ve ihracat içindeki payının azalmasının bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel ihrac tarım ürünlerinde uzmanlaşma ve rekabet düzeyinin artırılması açısından üretim ve ihracat profilinin, teşvik sisteminin ve tarımsal destekleme politikalarının işlenmiş tarım ürünleri lehine güncellenmesi gerekmektedir. Ancak bu durumda ihracattan dolayı sağlanan katma değer yüksek olacaktır.

KAYNAKÇA

- Balassa, Bela. "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage", The Manchester School of Economic and Social Studies. 33:2, 99-123.
- Çamoğlu, Seval Mutlu & Merter Akıncı & Ahmet Deniz Bozkurt. "*Fındık Sektörü, Ekonomik ve Yapısal Problemleri:Ordu İli Değerlendirmesi*", Uluslar arası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi. 3:6, Kış 2006, 1-22.
- Duran, Meltem. "*Üzüm Etüdü*", İstanbul Ticaret Odası Dış Ticaret Araştırma Servisi. Mart 2003, 1-41.
- Göksu, Çağlar. "*Dried Fruits*", İGEME, 2011, 1-9.
- Haskınacı, Şebnem. "*Ceviz Sektör Araştırması*", İstanbul Ticaret Odası. 2003, 1-30.
- Mikic, Mia. "Commonly Used Trade Indicators:A Note", UNESCAP. 2005, 1-22.
- Oral, Necdet. "*TMO'dan Fındık Alımı, Fiskobirlik Devre Dışı, Tarım ve Mühendislik*", Ziraat Mühendisleri Odası. 78-79, 2006, 52-57.
- Oruç, Şaban. "*Antepfıstığı Sektör Etüdü*", İstanbul Ticaret Odası. Mart 2003, 1-21.
- Özden, Çağatay. "*Kuru Üzüm*", İGEME. 2008, 1-5.
- Secer, Arzu. "*An Investigation on Turkish Hazelnut Export Concentration*", Journal of Applied Sciences Research. 4:11, 2008, 1557-1560.
- Sobutay, Tülay. "*Kayısı Sektör Araştırması*", İstanbul Ticaret Odası Dış Ticaret Şubesi Araştırma Servisi. Şubat 2003, 1-37.
- T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Teşkilatlandırma Genel Müdürlüğü, "*2010 Yılı Üzüm Raporu*", Ocak 2011, 1-13.
- T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Teşkilatlandırma Genel Müdürlüğü, "*2010 Yılı İncir Raporu*", 1-18.
- USAID. "*Market Brief:Almonds An Overview of Export Potential*", 2010, 1-8.
- Yavuz, F. & F. Korkmaz & A. Birinci. "*An Economic Overwiev of the Nut Sector in Turkey*", CIHEAM, Options Mediterranennes. 1999, 113-126.
- Sengül, S. & F. Emeksiz (2001). Potential Almond Production and Development Possibility of Domestic Consumption and Export in Turkey,

<http://ressources.ciheam.org/om/pdf/c56/01600211.pdf>, [İndirme Tarihi:15.02.2012]

Şeker, Murat (2008). *Comperative Advantage of Turkey in International Trade*, http://www.econ.umn.edu/~deniz/teaching_spring2008/E1101_Muratslides.pdf, [İndirme Tarihi:11.02.2012]

<http://www.fao.org>, [İndirme Tarihi:09.02.2012]

<http://www.comtrade.org>, [İndirme Tarihi:21.001.2012]