



SSAD

Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi

ISSN 2587-2621

Volume 5 Issue 1, March 2021

sisaddergi@gmail.com

Makale Türü/Article Type: Araştırma/Research

Makale Gönderim Tarihi/Received Date: 07.01.2021

Makale Kabul Tarihi/Accepted Date: 06.02.2021

DOI: 10.30692/siad.856127

TÜRKİYE’NİN GIDA TİCARETİ VE AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER MODELİ: JELATİN PAZARI ÖRNEĞİ*

Turkey’s Food Trade and Revealed Comparative Advantage Model: The Case of Gelatin Market

Halide Selin MADEN

İstanbul Ticaret Üniversitesi

Dış Ticaret Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi

ORCID ID: 0000-0003-0470-1798

hselin.maden@istanbulticaret.edu.tr

Yunus ÖZCAN

Dr. Öğr. Üyesi

İstanbul Ticaret Üniversitesi

İşletme Fakültesi, İktisat Bölümü

ORCID ID: 0000-0001-7895-0194

yozcan@ticaret.edu.tr

Atıf/Citation: Halide Selin Maden, Yunus Özcan (2021), “Türkiye’nin Gıda Ticareti ve Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Modeli: Jelatin Pazarı Örneği”, *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.5, S.1 Mart 2021 s.45-66.

Öz: Küreselleşme ile yeni pazarların ortaya çıkması, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler sayesinde uluslararası ticaret kolaylaşmıştır. Bunun sonucunda, uluslararası ve işletmeler arasında rekabet artışı önem kazanmıştır. Rekabet gücü ülkelerin, endüstrilerin başarı ve performans göstergesi olarak kabul edilmektedir. Küresel piyasalarda rekabet gücü elde etmek ve geleceğe yönelik izlenecek yol haritasının belirlenmesinde, analizlerin yapılarak doğru stratejilerin geliştirilmesi oldukça önemlidir. Çalışmanın amacı, 2010-2019 yılları arasında Türkiye’nin gıda jelatin pazarı için uluslararası rekabet gücünü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) yöntemi ile belirlemek, ne şekilde ilerlediği görmek ve Türkiye’nin rekabet gücünün dünya gıdada kullanılabilir jelatin pazarında hâkim ülkeler arasındaki konumunu ortaya koymaktır. Ülkelerin dış ticaret verilerine ulaşmak için International Trade Center (ITC) Trade Map veri tabanlarından faydalanılmıştır ve ürün sınıflandırmasında dünya genelinde jelatin için

* Bu çalışma Halide Selin Maden’in İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Yüksek Lisans programındaki “Türkiye’nin Gıda Ticareti ve Küresel Rekabet: Jelatin Pazarı Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

fasıl numarası olan 3503.00 kullanılmıştır. 2010-2019 yılları arasında 3503.00 için Türkiye ve dünyada gıda jelatin ihracatında ilk on sıralamada yer alan ülkelerin AKÜ indeksleri hesaplanmış ve uluslararası rekabet güçleri incelenmiştir. Türkiye için rekabet gücünün 2010-2015 yılları arasında düşük olduğu, 2016 yılında ise sınırdaki olduğu gözlemlenmiştir. 2016 yılından 2019 yılına kadar rekabet gücünde düşüş yaşanmadan kademeli olarak arttığı ve rekabet gücünün yüksek olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler : Uluslararası Ticaret, AKÜ Modeli, Uluslararası Rekabet Gücü, Gıdada Kullanılabilir Jelatin.

Abstract: International trade has become easier due to the emergence of new markets with globalization and progress in information and communication technologies. Consequently, an increase of competition between international and enterprises has come into prominence. Competitiveness is considered as an indicator of success and performance of countries and industries. Developing accurate strategies by making analysis is very important to obtain competitiveness in global markets and to determine the route map to be pursued for the future. The purpose of this research that the competitive power of Turkey's food grade gelatin industries between the years of 2010 and 2019 to be determined by the Revealed Comparative Advantage (RCA) method, observing the progress of competitiveness and to determine the location of Turkey's competitiveness between dominant countries competitiveness for food grade gelatin in the World. From International Trade Center (ITC) Trade Map database was benefited in order to reach the foreign trade data of the countries and 3503.00, which is HS Code for gelatin around the World, was used for product classification. The indexes of RCA between 2010 and 2019 for 3503.00 HS Code were calculated for Turkey and top ten exporting countries in the World and international competitiveness were also examined. Competitiveness in 2010-2015 period was observed low and in 2016 was on the limit. Competitiveness from 2016 to 2019 had been determined that it increased gradually without any decrease and its competitiveness was high.

Keywords : International Trade, RCA Model, International Competitiveness, Food Grade Gelatin.

GİRİŞ

Jelatinin insanlar tarafından kullanımı, tarihte çok eski zamanlardan beri var olduğu bilinmektedir. Eski zamanlarda jelatin biyolojik yapıştırıcı olarak kullanılmış, zaman içerisinde endüstriyel üretime geçişi gerçekleşmiştir. Günümüzde gıda başta olmak üzere farklı alanlarda çeşitli uygulamaları bulunmaktadır. Beslenme biliminin gelişmesi ve bilim insanlarının, jelatinin yapıtaşı olan aminoasit üzerindeki çalışmalarının hızlanması ile 20. yüzyıl başlarında jelatinin önemli bir hammadde olarak gıdada kullanımı sektöründeki yerini almıştır. Gıdada kullanılabilir jelatinin sahip olduğu fonksiyonel özelliklerinden dolayı şekerleme, süt ürünleri, tatlılar, içecekler vb. gibi alanlardaki uygulamaları önem arz etmektedir. Gıda sektöründeki gelişmelere bağlı olarak jelatinin uygulama alanlarındaki artışı, gıdada kullanılabilir jelatin talep artışına neden olmaktadır. Gıda sektöründe artan jelatin talebinin karşılanması için pazarda var olan firmaların genel kapsamda ülkelerin rekabet gücüne sahip olmaları gerekmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, küreselleşme ile uluslararası ticaret daha kolay yapılabile hale gelmiştir. Küreselleşme ile artan yeni pazarlarda var olabilmek için uluslararası ve işletmeler arasında rekabet artışı önem kazanmıştır. Küresel piyasalarda rekabet gücü elde edebilmek için analizlerle birlikte doğru stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı Türkiye'nin gıdada kullanılabilir jelatin sektörünün uluslararası rekabet gücünü AKÜ yöntemi ile tespit etmek ve dünyada pazara hâkim ülkeler ele alınarak Türkiye'nin pazardaki konumunu incelemektir. Dünyada gıda jelatin pazarına ilişkin ihracat ve ithalat verileri fasıl numarası 3503.00 olarak pazarda ilk on beş ülke için ITC Trade Map veri tabanından veriler alınarak değerlendirilmiştir. Türkiye'de gıdada kullanılabilir jelatin sektöründe yer alan ülkeler ve Türkiye'nin ithalat, ihracat verileri 3503.00 fasılı ile ITC Trade Map veri tabanından elde edilerek incelenmiştir. Genel perspektife hâkim olmak adına, Türkiye için 2010-2019 yılları arasında 10 yıllık döneme ait dış ticaret rakamları irdelenmiştir. 2010-2019 yılları arasında Türkiye'de fasıl 3503.00 için AKÜ indeksleri hesaplanmış ve uluslararası rekabet gücü incelenmiştir. Pazarı hâkim ülkeler için de veriler ele alınarak rekabet güçleri hesaplanmıştır. Araştırmanın sonuç bölümünde Türkiye'de gıdada kullanılabilir jelatin için pazar rekabet gücü ele alınarak pazara hâkim diğer ülkelerin rekabet gücü verilerine göre değerlendirilerek yorumlanmıştır. Türkiye'deki gıda jelatin pazarı ile ilgili değerlendirmede bulunmuş ve öneriler verilmiştir.

REKABET GÜCÜ

Rekabet gücü kavramı

Günümüzde artan küreselleşme ve bilgi ekonomisindeki gelişmeler, hayatımızdaki her şeyi dönüşüme iterek sürekli bir rotasyon içerisinde yeniden şekillenmesini sağlamaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi küreselleşmeye fayda sağlarken aynı zamanda uluslararası ticaretin yapılmasını da daha kolay hale getirmiştir. Küreselleşmeyle birlikte artan yeni pazarlarda rol alabilmek adına gerek uluslararası gerekse işletmeler arasında rekabet önem kazanmıştır.

Küresel anlamda meydana gelen rekabet artışı, firmaların ve ülkelerin küreselleşme ile önlerine çıkan fırsatları ne kadar faydalı şekilde kullanabildikleri ve karşılaştıkları zorlukları ise ne kadar doğru yönetebildikleri, rekabet güçleri ve sürdürülebilirliği ile ilişkilidir (Aktan ve Vural, 2004a).

World Economic Forum (WEF) (Dünya Ekonomik Forumu) tarafından 2019 yılında yapılan ekonomik rekabet gücü tanımı: “bir ülkenin üretkenlik düzeyini belirleyen kurumlar, politikalar ve faktörler dizisidir” şeklinde belirtilmiştir.

Rekabet gücü tanımı literatürde çok farklı yönlerden ele alınmıştır, genel olarak bakıldığında firma, endüstri ve ülke seviyelerinde incelenmiştir. Başka bir deyişle rekabet gücü mikro seviyede firma, endüstri ve makro seviyede ülke olarak çalışılmıştır. Birçok bilim insanı ülkelerin rekabet gücünün, firmaların rekabet gücü doğrultusunda ele alınması gerektiğini desteklemiştir. Porter (2004) ülke ekonomisinin rekabetçi olmasını, firmaların rekabetçi olmasıyla ilişkilendirmiştir ve rekabet gücünü verimlilik ile tanımlamaktadır. Aktan ve Vural (2004a) “firma düzeyinde rekabet gücü, herhangi bir firmanın, ulusal veya global piyasalarda, rakiplerine kıyasla daha düşük maliyetlerle yenilik ve icatlarda bulunarak daha kaliteli ve çekici ürünü veya hizmeti daha cazip fiyatlarla müşterisine sunabilme yeteneğidir.” şeklinde tanımlayarak küresel pazarda esasen firmaların rekabet ettiğini belirtmiştir. Endüstriyel seviyedeki rekabet gücü aynı lokasyonda veya küresel seviyede o endüstride bulunan ve firma rekabet gücü iyi olan firmaların toplamı olarak düşünülebilir.

Uluslararası rekabet ise firmaların rekabetlerinin dışında daha karmaşık ve firmanın içerisinde bulunduğu çevre ile etkileşim içerisinde bulunmaktadır. Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (International Institute for Management Development: IMD) Dünya Rekabet Merkezi'ne (2014) göre rekabet “bir ulusun, işletmeleri için daha fazla değer ve halkı için daha fazla refah sağlayan bir ortam yaratabilme ve sürdürebilme kabiliyeti” olarak tanımlanmıştır. Uluslararası rekabet gücü, firmaların rekabet gücü doğrultusunda belirlense de rekabet gücünün devamlılığı ve yenilenebilir olması ile ilişkilidir. Bu ilişki uluslararası rekabet gücünde etken birçok mikro ve makro faktörler yer almaktadır.

Rekabet gücünü etkileyen faktörler

Rekabet gücünün sürekli olması, fırsatların değerlendirilmesi ve zorlukların yönetilerek küresel rekabet ortamında firma ve endüstrilerin var olabilmesi için mikro ve makro düzeyde etki eden faktörlerin düzgün şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Uluslararası rekabet gücüne etken birçok mikro ve makro faktörler yer almaktadır ve uluslararası rekabet gücünün temelinde firmalar yer aldığından dolayı faktörler firma içi ve firma dışı olarak iki grupta ele alınabilmektedir. Rekabet gücünde en çok etki eden mikro ve makro faktörler olan beşerî sermaye, kalite, girdi ve üretim maliyetleri, verimlilik, teknoloji ve ARGE, yatırımlar, finansal sistem, makroekonomik istikrar, kurumlar, reel döviz kuru olarak sayılabilmektedir. Belirtilen faktörler ile ilgili yaklaşımlar aşağıdaki gibi ele alınmıştır.

Bilginin giderek artan önemi aynı zamanda bilginin elde edilmesi, dağıtımı ve kullanımı doğrultusunda yapılan yatırımları teşvik etmektedir. Bu kapsamda insana ait bilgi ve vasıfların geliştirmesi için yapılan yatırımlar diğer bir deyişle beşerî sermayeye yapılan yatırımlar belli bir

zaman diliminde uluslararası rekabet gücü artışında etkili olacağı öngörülmektedir (Altay ve Pazarlıoğlu, 2007).

Rekabet gücüne etki eden faktörlerden kalitenin tek bir tanımı bulunmamaktadır, çok taraflı olarak ele alınmakla birlikte müşterinin isteklerine cevap verebilmek olarak tanımlanabilir. Uluslararası pazarlarda başarılı olan firmaların stratejilerini ele alan Porter, firmaların ortak özelliklerinin yenilik yapma ve kalitelerini arttırabilme kabiliyetlerine sahip olduğunu belirtmiştir (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012).

Girdi ve Üretim Maliyetleri, Aktan ve Vural (2004b)'ın belirttiği üzere rekabet gücünün belirlenmesindeki en büyük etkenlerden biri maliyettir. Kalite çalışmalarının düzgün şekilde uygulanması gibi üretim maliyetlerinde sağlanan düşüş firmaların pazarda güçlü konumda olmalarına fayda sağlamaktadır. Rekabet gücünün geliştirilmesinde maliyet oluşturan tüm faktörlerin kontrol edilmesi önem arz etmektedir.

Firmaların rekabetini etkileyen unsurlardan biri de kaliteli ürünü rakiplerine göre uygun fiyata verebilmesidir. Ürün kalitesinin belirlenmesi girdi kalitesi ile doğru orantılı olduğundan üretim süreçlerinde yer alan girdilerin maliyeti de birim çıktı maliyetine etki eden faktörlerin başında gelerek, rekabet gücünün belirlenmesinde önemlidir. (Adıgüzel, 2011).

Verimlilik tanımı Ertürk (2017) tarafından “üretimde kullanılan girdiler ile bu girdilerden elde edilen ürün miktarı arasındaki ilişkiye dayanır. Eskiye göre belirli giderlerden daha çok ürün elde edilmeye başlanmış ise bu arada verimlilik artışı söz konusudur” şeklinde ifade edilmiştir. Porter'a (1990) göre ulusal rekabet gücünün tanımı verimlilik olduğunu savunmaktadır.

Teknoloji ve ARGE'nin verimlilik, kalite, maliyetlerin azaltılması gibi birçok faktöre önemli derecedeki etkisi kaçınılmazdır. Yeni teknolojiler ile ürünlerin üretim süresi kısaltılmakta ve bu sayede siparişlerine esnek geri dönüşlerde bulunabilmesi etkin stok kontrolü sağladığından sermaye maliyetlerinin azalmasına yol açmaktadır. Porter (1990) firmaların rekabetinin aynı ürünün sadece ucuza üretmek değil farklılaşmaya gidilerek daha farklı özelliklere sahip ürünlerin üretimi ile olabileceğini ve bununda yeni teknolojilerin geliştirilmesi ile olacağını belirtmiştir. Firmaların farklılaşması için yeni teknolojilerin kullanılmasında yeni ürün, yeni fikir ve farklı uygulamalar için ARGE çalışmalarının yapılması önem arz etmektedir.

Yatırımlar, firmaların etkin teknoloji kullanımını desteklerken aynı zamanda üretim maliyetlerini azaltmakta ve üretim sürecinin daha az hata ile sürdürülmesini sağlamaktadır. Firmaların rekabet gücüne sahip olması açısından fiziki ve fiziki olmayan yatırımlar önem kazanmaktadır. Verimlilik ile yatırımlar arasında iki taraflı denge unsuru bulunmaktadır. Yatırımlar ile teknolojik gelişmelerin uygulanması için gerekli alt yapı sağlamaktadır, bu sayede üretim ve verimlilikte gerçekleşmektedir. Diğer bir taraftan yatırımlar ile gerçekleşen teknolojik yeniliklerin başka firmalara yayılmasına neden olmaktadır (Saygılı, 2003).

Firmaların sahip olduğu finansal kaynaklar, uluslararası rekabet gücü için oldukça belirleyici bir unsurdur. Küreselde rekabet gücüne sahip olmak için ölçek ekonomilerinden faydalanarak yüksek üretim hacimlerine sahip olmaları gerekirken diğer bir taraftan tüketicilerin tercihleri ve taleplerine uyumlu üretim yapmaları kısaca daha düşük maliyetle daha kaliteli çıktı şartını yerine getirmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda firmaların üretim yapabilmeleri, fazla sayıdaki operasyonları yönetebilme ve finanse edebilme kabiliyetine ve finansmanın sağlandığı mali sektörün istikrarına bağlıdır. (Aktan ve Vural, 2004b).

Makroekonomik istikrar, verimliliği arttırmak için istikrarlı bir makroekonomik ortam gerekli koşuldur. İstikrarlı makroekonomik çevre ise düşük, ön görülebilir enflasyon ve sürdürülebilir maliye politikaları ile yönlendirilmektedir. Enflasyon yüksek olduğunda, gelecekteki fiyatlar daha az kesindir bu sebeple öngörülebilirlik daha azdır ve uzun vadeli projeler daha riskli hale geldiği için yatırım yapılmasına olumsuz anlamda etki edecektir bu sebeple istikrarlı enflasyon hedeflenmektedir (WEF Global Competitiveness Report, 2015).

Kurumlar insanlar tarafından belirli kurallar çerçevesinde tasarlanan ve bireylerin davranışlarını kısıtlayan kurallar olarak tanımlanabilmektedir. Yıldırım ve Gökalp (2016) tarafından “Kurumsal yapı, ekonomik aktörlerin davranışlarını sınırlayan, yönlendiren ve motive eden bir işleve sahiptir” şeklinde bir tanım yapılmıştır. Kurumların önemi ülkelerin ekonomik hedeflerini yerine getirmesinde, ekonomik krizleri azaltarak ve firmaların yatırımlara teşvikini sağlamasıyla rekabet gücüne destek olmaktadır.

Bir ülkedeki döviz kurlarında sıklıkla meydana gelen dalgalanmalar, ihracatçıların ileriye dönük planlarına ve yurt içi yatırımlara etki etmekle birlikte yabancı yatırımların kararlarını da olumsuz anlamda etkileyebilmektedir. Bu bağlamda döviz kurlarındaki istikrar hem yurtiçi hem de yurtdışı yatırımcılar için önem arz etmekle birlikte döviz kurlarındaki istikrar uluslararası rekabet gücüne etki eden önemli parametrelerden biridir (Aktan ve Vural, 2004b).

Rekabet gücünün ölçülmesi

Rekabet gücünün kesin bir tanımlanmasından daha çok farklı yaklaşımlar ile tanımlamaların geliştirilmesi ve aynı zamanda rekabet gücüne etki eden makro ve mikro seviyede çok sayıda faktörün bulunması; firma, endüstri ve ulusal düzeyde rekabet gücü ölçüm yöntemlerinde çeşitliliğe sebep olmaktadır. Rekabet gücü elde edebilmek, sürdürülebilir olmasını sağlamak adına etki eden faktörlerin bilinmesi ile birlikte rekabet gücünde hangi seviyede olduğunun tayin edilmesi de önem arz etmektedir.

Belli mallarda ülkelerin rekabet güçlerinin ölçülmesi kapsamında dış ticaret göstergelerinden sıklıkla yararlanılmaktadır. Sırası ile dış ticaret göstergeleri ile ülkelerin rekabet gücü ölçüm yöntemleri; Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA), Nispi İhracat Avantajı Endeksi (RXA), Nispi İthalat Nüfuz Endeksi (RMA), Ticari Performans Endeksi (TPE), Dış Ticaret Hadleri, İhracat/İthalat Oranı (XMR), Net İhracat Oranı (NETİHR), İthalat Nüfuz Oranı, Uluslararası Rekabete Maruz Kalma Düzeyi şeklinde sıralanabilmektedir (Aktan ve Vural, 2004b). Belirli mal veya sektörün rekabet gücünün ölçülmesinde çoğunlukla Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yöntemi tercih edilmektedir.

Mikro rekabet gücünün belirlenmesinde firmaya veya endüstriye ait ölçü kriterleri dikkate alınırken, makro rekabet düzeyinde ise ulusal göstergelerden rekabet gücünün ölçülmesinde faydalanılmaktadır.

GIDADA KULLANILABİLİR JELATİN

Jelatin ve çeşitleri

Jelatin, hayvanların deri ve kemiklerinde bulunan kolajenin kısmi hidrolizi ile elde edilen doğal bir proteindir (Hanani ve Kerry, 2014). Kolajen vücudun hemen hemen her yerinde bulunmasıyla birlikte en çok ciltte, kemiklerde, tendonlarda ve bağlarda bulunmaktadır. Kolajen dokuları bir arada tutar, iskeleti sağlam ve esnek olmasını sağlamaktadır. Hayvanların deri, kemik, bağ ve tendonlarından elde edilen jelatinin tüketimi, kolajen depolarını arttırarak insan sağlığına önemli faydaları bulunmaktadır (Mordor Intelligence, Global Food-Grade Gelatin Market Report, 2018). Kolajeni diğer proteinlerden ayıran en önemli özelliği; %35 glisin, %11 alanin dışında diğer proteinlerde çok daha az bulunan %12 oranında prolin, ve %9 oranında hidroksiprolin içermesidir. Sığır derisinden elde edilen jelatin 18 farklı proteini içermektedir (Erge ve Zorba, 2016).

Jelatin yağ içermeyen bir protein kaynağı olduğu için kolesterol içermez ve kanda toksik etkiye neden olmamaktadır. Araştırmalar, jelatin gibi yüksek glisin içeren gıdaların veya takviyelerin alımı yaşa bağlı kas kaybının azalmasına ve yavaşlamasına yardımcı olduğu gözlemlenmiştir. Jelatinin ihtiva ettiği glisin, prolin ve glutamin gibi aminoasitler gastrik asit salgısının düzenlenmesine yardımcı olur ve mide astarının korunmasını desteklerken aynı zamanda cilt sağlığının iyileşmesini desteklemektedir. En yaygın jelatin çeşitleri domuz derisi, sığır kemiği ve

derisinden üretilmektedir. Alternatif olarak balık kaynaklı jelatinler de elde edilmektedir. Jelatin jelleştirici, bağlayıcı, emülgatör ve kıvam arttırıcı olarak çok sayıda fonksiyonel özelliğe sahiptir (Mordor Intelligence, Global Food-Grade Gelatin Market Report, 2018).

Jelatin teknik olarak A tipi jelatin ve B tipi jelatin şeklinde ele alınmaktadır. A tipi jelatin domuz ve sığır gibi hayvanların derilerinden asidik işlem yapılarak, B tipi jelatin ise boynuz ve kemiklere alkali işlem uygulanarak elde edilmektedir (Schrieber ve Gareis, 2007).

Jelatinin Gıdada Uygulama Alanları ve Amaçları

Jelatin birçok fonksiyonel özelliği açısından gıda uygulamalarında oldukça önemli bir yere sahiptir. Jelatinin sağladığı jelleştirme, köpükleştirme, koruyucu kolloid, bağlayıcı madde, film yapıcı, emülgatör, stabilizatör, yapı sağlayıcı özelliklerinden dolayı gıda endüstrisinde yaygın olarak tercih edilmektedir.

Tablo 1'de jelatinin kullanım alanları uygulama ve fonksiyonel özelliklerine göre belirtilmiştir. Jelatinin fonksiyonel özellikleri jelleşme (jel oluşumu, istenen dokuyu sağlama, kıvamlaştırma ve su bağlama) ve yüzey etkileri (emülsiyon oluşturma ve stabilizasyon, koruyucu kolloidal fonksiyon, köpük oluşturma ve stabilizasyon, film oluşturma, adezyon/kohezyon) olarak iki sınıfta belirtilmektedir (Schrieber ve Gareis, 2007).

Tablo 1. Jelatinin Gıdada Kullanım Alanları

Uygulama	Temel Fonksiyon	İkincil Fonksiyon
Tatlılar	Jel oluşturma	Yapı, berraklık, parlaklık sağlama
Meyveli şekerlemeler	Jel oluşturma	Yapı, berraklık, parlaklık sağlama
Marşmelov	Köpük oluşturma	Köpük sabitleyici, jel oluşturma
Koz helvası	Köpük oluşturma	Köpük sabitleyici, jel oluşturma
Pastiller	Bağlayıcı madde	Yapı, ağız dolgunluğu sağlama, parçalanma önleyici
Karameller	Emülgatör, köpük sabitleyici	Çiğnenebilirlik sağlama
Yoğurt	Sulanma önleyici	Yapı, kremsilik sağlama
Köpüklü sütlü tatlılar	Köpük oluşturma	Yapı, dayanıklılık sağlama
Jelleşen sütlü tatlılar	Jel oluşturma	Yapı, kremsilik sağlama
Et ve sosisler	Emülgatör	Su bağlama
Et suyu ve konserve etler	Bağlayıcı madde	Yapı, dilimlenebilme sağlama

Kaynak: Schrieber ve Gareis, 2007.

Gıdada kullanılabilir jelatinin HS / GTİP sınıflandırılması

HS (Harmonize Sistem) ticareti yapılan ürünleri sınıflandırmak için standartlaştırılmış bir sayısal yöntemdir. Dünya genelinde jelatin 3503.00 fasıl numarasından tanınmaktadır, Türkiye'de gıdada kullanılabilir jelatin 3503.00.10.10.00 GTİP numarası ile sınıflandırılmaktadır.

Tablo 2. Jelatin İçin Fasılların No ve Fasılların Açıklaması (2020)

Fasıl No	Fasıl Açıklaması
3503.00 (Harmonize Sistem Nomanklatörü Kodu)	Jelatin [dikdörtgen (kare dâhil) şeklinde yapraklar halindeki jelatin dâhil, yüzeyi işlenmiş veya boyanmış olsun olmasın] ve jelatin türevleri; katı ihtiyokol; hayvansal menşeli diğer tutkallar (35.01 pozisyonundaki kazein tutkallar hariç)
3503.00.10.10.00 (GTİP)	Jelatin

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaTurListeAction.do> (Erişim tarihi: 01.05.2020)

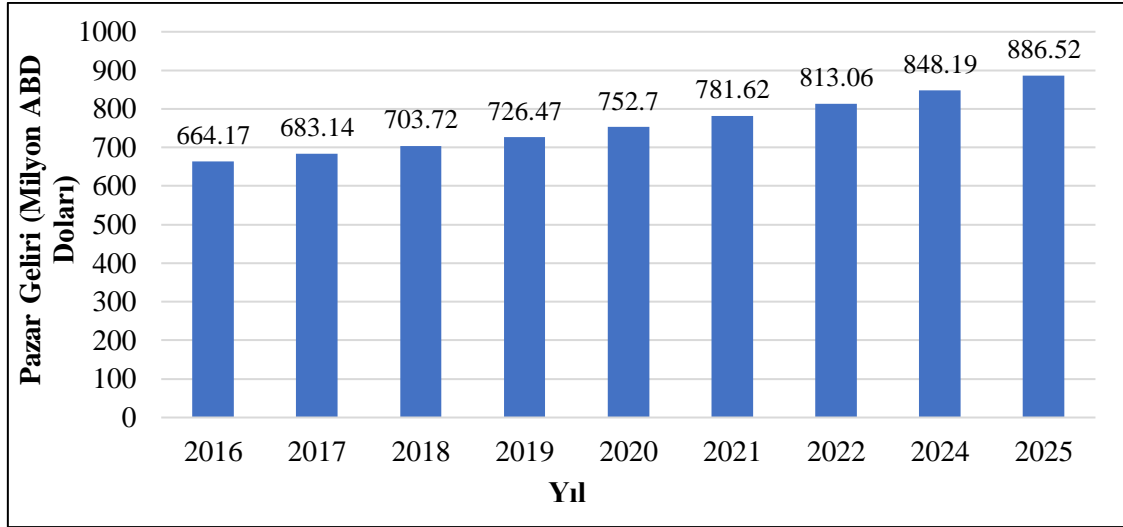
DÜNYADA GIDADA KULLANILABİLİR JELATİN PAZARI

Jelatinin gıda uygulamalarda sağladığı birçok fonksiyonel özelliklerinden dolayı dünya pazarındaki yeri önem arz etmektedir. Dünya jelatin pazarını yakından ele almak adına yıllara göre pazar gelirleri üretim kaynağına, uygulama alanlarına ve bölgesel olarak incelenmiştir. Dünya toplam gıda jelatini ihracat, ithalat rakamları ve pazara hâkim ülkelerin ticaret sıralamaları verilmiştir.

Dünyada gıdada kullanılabilir jelatin pazarının yeri

Jelatin, hayvanların kemik ve derilerinden elde edilen kolajenin kısmi hidrolizi sonucu elde edilen doğal bir protein ve aynı zamanda gıda endüstri uygulamalarında birçok özelliğe sahip olması, gıda jelatin pazarının ivmelenerek büyümesini sağlamaktadır. Günümüzde, dünya genelinde tüketici tercihlerinin kaliteli gıda ürünlerine doğru olması özel gıda endüstrisine talep artışını desteklemektedir. Artan talep doğrultusunda jelatinin fonksiyonel ve özel üretilmiş yiyecek ve içeceklerde kullanımı giderek önem kazanmaktadır (Mariod ve Adam, 2013). Pazar artışı büyük ölçüde jelatinin fonksiyonel gıda endüstrisinde kullanımından kaynaklanmaktadır. Pazarın büyümesindeki en büyük kısıtlamalar vegan kişi sayısındaki artış ve bitkisel kaynaklı ürünlere olan talep olarak gözlemlenmiştir. Sığır ve sığır eti tüketimi ve kesimi yasak olan Hindistan gibi ülkelerde ise bitkisel kaynaklı gıda jelatinine talep artmaktadır. Müslümanlık ve Yahudilik inancına sahip topluluklarda ise sığırdan elde edilmiş gıda jelatini tüketimi tercih edilmekte ve pazarın büyümesinde katkı sağlamaktadır. Gıda jelatini, temel olarak şekerleme, süt ürünleri, tatlılar, fırıncılık ürünleri ve et kullanımlarında yer almaktadır. Uygulama alanlarına bakıldığında gıda jelatini en çok şekerleme sektöründe kullanılmaktadır. Mordor Intelligence'ın (2019) raporuna göre, gıda jelatininin dünya pazarındaki en hızlı büyümesi Güney Amerika'da gerçekleşmektedir ve Asya Pasifik gıda jelatini için en hızlı büyüyen bölge olarak belirtilmiştir. Asya ülkelerinde özellikle artan nüfus ve artan kişi başı gelire sahip Hindistan ve Çin gibi ülkelerde gıda jelatin pazarı büyümesi kaçınılmazdır. Avrupa köklü geçmişe sahip pazar oyuncularını ile pazardaki en büyük paya sahiptir. Gıda jelatin pazarı için 2020-2024 yılları arasında yıllık bileşik büyüme oranının %4,1 olacağı tahmin edilmektedir.

Grafik 1'de yıllara göre küresel pazarda gıda jelatini için pazar gelir değerleri verilmiştir. İnsanların kişisel bakım, sağlık ve beden formda olmaya verdikleri önemin artmasıyla birlikte önümüzdeki dönemlerde jelatin pazarının daha da büyüyeceği tahmin edilmektedir. Sağlık ve farmasötik alanlardaki uygulamalarda jelatin kullanımındaki artış ile birlikte fonksiyonel yiyecek ve içecek ürünlerine yönelik artan talep sebebiyle 2027 yılında kadar 868,9 kiloton, 6,7 milyar ABD doları talep yaratması beklenmektedir (Global Gelatin Market (2020 to 2027), 2020).



Grafik 1. Yıllara Göre Gıda Jelatin Pazar Değerleri (Milyon ABD Doları)

Kaynak: Mordor Intelligence, Global Food-Grade Gelatin Market Report, 2018.

Gıdada kullanılabilir jelatin için pazar bölümlenme üç kısımda; jelatinin elde edildiği kaynaklara, uygulama alanlarına ve bölgesel olarak üç bölümde incelenebilir.

Dünya jelatin piyasasına kaynaklarına göre incelendiğinde en yaygın jelatin türleri domuz derisi, sığır kemiği ve derisinden elde edilmektedir. Bununla birlikte gıdada jelatinin yerine kullanılacak bitkisel kaynaklardan elde edilmiş agar ve karragenan vegan ve vejeteryan kesimler tarafından tercih edilmektedir (Yacoubou, 2008).

Tablo 3. Üretim Kaynağına Göre Gıdada Kullanabilir Jelatinin Global Pazar Geliri (Milyon ABD Doları)

Uygulama	2016	2017	2018	2019	2020
Bitkisel Kaynaklı	7,57	7,81	8,06	8,32	8,60
Hayvansal Kaynaklı	656,60	675,33	695,66	718,16	744,10
Toplam	664,17	683,14	703,72	726,47	752,70

Kaynak: Mordor Intelligence, Global Food-Grade Gelatin Market Report, 2018)

Tablo 3'te görüldüğü üzere 2018 yılı dünya gıdada kullanılabilir jelatinin elde edildiği kaynaklar tarafından gelir rakamlarına bakıldığında %98,86'sı hayvansal kaynaklardan elde edilirken %1,14'ü jelatinin yerine kullanılacak bitkisel kaynaklardan elde edilmektedir. 2018 yılı itibari ile bitkisel kaynaklardan elde edilen gıdada kullanılabilir jelatin pazar payı 8,06 milyon ABD dolarıdır, bu rakamın 2020 yılı için 8,60 milyon ABD dolarına çıkması tahmin edilmektedir ve rakamlar incelendiğinde pazar gelirinde artış eğilimi gözlemlenmektedir. 2018 yılında hayvansal kaynaklı gıdada kullanılabilir jelatin pazarı ise 695,66 milyon ABD dolarıdır ve bu rakam 2020 yılında normal piyasa şartlarına göre 744,10 milyon ABD doları olacağı ön görülmektedir (Mordor Intelligence, Global Food-Grade Gelatin Market Report, 2018).

Uygulama alanlarına göre ele alındığında, gıda endüstrisinde jelatin esas olarak gıda ürünlerine esneklik, kıvam ve yapı sağlama olarak çeşitli uygulamalarda kullanılmaktadır. Jelatinin fonksiyonel olarak gıda endüstrisinde kullanılmasının sebebi su bağlama ve jelleşme özelliğidir (Erge ve Zorba, 2016).

Tablo 4. Uygulama Alanına Göre Gıdada Kullanılabilir Jelatinin Global Pazar Geliri (Milyon ABD Doları)

Uygulama	2016	2017	2018	2019	2020
Şekerleme	140,80	146,88	153,45	160,35	167,97
Süt Ürünleri ve Tatlılar	103,61	106,22	109,06	112,00	115,30
Fırın Ürünleri	96,30	97,48	98,76	105,05	101,84
Et ve Et Ürünleri	117,36	121,18	125,36	130,54	136,22
İçecekler	68,41	70,27	72,28	74,65	77,47
Diğer Uygulamalar	137,68	141,12	144,81	148,88	153,90
Toplam	664,17	683,14	703,72	726,47	752,70

Kaynak: Mordor Intelligence, Global Food-Grade Gelatin Market Report, 2018

Gıda sektöründe jelatinin uygulama alanları Tablo 4’te yıllara göre pazardaki gelir dağılımı görülmektedir ve 2020 yılında ön görülen rakamlarda ayrıca belirtilmiştir. Uygulama alanlarının 2018 yılı gelir rakamlarına göre yüzde dağılımları hesaplandığında %21,80 pay ile şekerleme (çikolata ve şeker) en büyük tüketici olarak ilk sıralamada yer almaktadır. Diğer uygulamalar %20,58’lik dilim ile ikinci sıralamada yer alırken, hazır yemekler, atıştırmalıklar, çorbalar ve atıştırmalık barlarda dahil olmak üzere geniş bir uygulama alanına sahiptir. Et ve et ürünleri gelir dağılımında gıdada kullanılabilir jelatin %17,81 paya sahiptir. Etin işleme proseslerinde ete yumuşaklık verme, parlaklığı artırma, hava ile temasını azaltarak mikroorganizmalara karşı bariyer oluşturma gibi fonksiyonel özelliklerinin yanında sağlık açısından yağı azaltmak için de yaygın bir proses elemanı olarak kullanılmaktadır (Ramos, Valdés, Beltrán ve Garrigós, 2016). Gıdada kullanılabilir jelatin, süt ürünleri ve tatlıların hazırlanmasında ve geliştirilmesinde önemli bir potansiyel bileşen olmaya devam ederek sektördeki payı %15,50 ile dördüncü sıradadır. Süt ürünleri üreticileri, ürünlerine jelatini ekleyerek daha uzun raf ömrü ve üretim esnasında serum (sıvı) ayrılma olayını azaltabilmektedir (Rousselot Dairy, 2020). Pazarda fırıncılık mamulleri açısından ele alındığında gofret ve bisküvilerde dolguların hazırlanması veya gevrekliğin iyileştirilmesi gibi geniş bir uygulama alanına sahip olmakla birlikte 2018 yılı için sektör payı %14,03’tür. İçecek sektöründe ise gıdada kullanılabilir jelatin alkollü içeceklerde bileşenlerin tadını değiştirmeden nihai ürünün bulanıklığını ve burukluğunu azaltmak için sıklıkla tercih edilmektedir (Rousselot Clarification, 2020). 2018 yılı pazar payına göre gıdada kullanılabilir jelatinin pazar payı %10,27’dir.

Bölgesel olarak gıdada kullanılabilir jelatin için pazar payları aşağıda Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5. Gıdada Kullanılabilir Jelatinin Bölgesel Global Pazar Geliri (Milyon ABD Doları)

Bölge	2016	2017	2018	2019	2020
Kuzey Amerika	172,15	176,42	181,04	185,82	191,26
Avrupa	67,21	68,64	70,20	71,81	73,66
Asya Pasifik	211,07	214,40	217,97	221,57	226,37
Güney Amerika	190,62	199,70	209,59	221,37	234,40
Orta Doğu ve Afrika	23,11	23,98	24,91	25,91	27,02
Toplam	664,17	683,14	703,72	726,47	752,70

Kaynak: Mordor Intelligence, Global Food-Grade Gelatin Market Report, 2018

2018 yılı bölgesel pazar gelirlerinin yüzde dağılımlarına Tablo 5'e bakıldığında Asya Pasifik %31'lik en büyük paya sahip iken sırasıyla %30'luk dilimle Güney Amerika, %26 dilimle ile Kuzey Amerika, %10'luk kısım ile Avrupa ve son olarak %3 pay ile Ortadoğu ve Afrika yer almaktadır. Tüm bölgeler için 2016 ve 2018 yılları arasında pazar büyüme yüzdeleri ele alındığında en büyük büyümesi %9,95 ile Güney Amerika'dır, ikinci sırada %7,79 ile Orta Doğu ve Afrika, üçüncü sıralamada %5,16 ile Kuzey Amerika gelirken, %4,5 ile Avrupa ve %3,27 ile Asya Pasifik pazar büyüme gelirleri gözlemlenmiştir. 2020 yılında da pazar gelirinin normal koşullarda artacağı ön görülmektedir.

Kuzey Amerika pazar gelirleri incelendiğinde, jelatinin sağlığa faydaları pazar için itici bir güç olduğundan ilerleyen yıllarda gelirin orantılı olarak artması beklenmektedir. Kültürel farklılıklara sahip topluluklar için örneğin; Hindu, Müslüman ve Yahudi topluluklar için gıdada kullanılabilir jelatinin elde edildiği kaynaklar pazara etki etmekle birlikte, bitkisel kaynaklanan gıdada kullanılabilir jelatin pazarını güçlendirdiği gözlemlenmiştir (Karim ve Bhat, 2008). Amerika Birleşik Devletleri'nde yağlı ve şekerli ağır yiyeceklerin tüketilmesinden dolayı yüksek obez nüfusa sahip topluluklarda obezite bozukluklarını engelleyebilmek adına sağlıklı ürünlere eğilimi, gıdada kullanılabilir jelatin pazar payının artışı sağlayacağı tahmin edilmektedir (Türkiye Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği, 2020).

Avrupa pazar gelirlerine bakıldığında pazar gelirinin artan bir eğilimde olacağı beklenilmektedir. Birleşik Krallıkta şekerleme ve tatlıların yüksek orandaki tüketimi, gıda üretimi yapan firmalar jelatini jöle gibi şekerleme ve tatlılarda jelatinin sağladığı katılık, şekil, doku ve uzun süreli aroma vermesi gibi fonksiyonel özelliklerinden dolayı tercih edilmektedir (Mintel Chocolate Confectionery Overview, 2020).

Avrupa'nın birçok yerinde jelatinin gıdaya uygunluğu ve fonksiyonel özelliklerinden dolayı gıda üreticilerinin jelatinin şekerlemelerde, et ürünleri vb. ürünlerdeki kullanım oranı artmaktadır. Jelatinin stabilizasyon ve emülsifikasyon özellikleri Türkiye gibi ülkelerdeki gıda ve içecek üreticileri için farkındalığın artmasını sağlamakla birlikte gıdada kullanılabilir jelatin pazarının büyümesi beklenmektedir. Jelatinin E kodunun olmaması, doğal bir gıda maddesi olması birçok gıda ve içecek sektörü özellikle düşük kalorili ürünler için alternatif olarak dikkat çekmektedir.

Asya Pasifik pazarı 2018 yılı ele alındığında Çin en hızlı büyüyen pazar konumundadır. Yaşam standartlarının iyileşmesiyle gıda ve ilaç ihtiyaçları artmaktadır. Tüketici gereksinimlerinin gelişmesiyle birlikte üretici firmalardan kaliteli, güvenilir jelatin üretimi beklenmektedir. Bu doğrultuda, üretici firmaların sertifikasyon çalışma katılımlarının aktifleşmesiyle işletmelerin ve ürünlerin kalitesinin artışı rekabet gücünü arttırmaktadır. Japonya Asya Pasifik'teki en gelişmiş ülkelerden biri olarak büyük demografik ve kültürel dönüşümler geçirmektedir. Nüfusun çoğunluğunun yaşlı olması jelatin içeren gıda ve içeceklerin tercih edilmesi jelatin pazarı için önem arz etmektedir. (Mordor Intelligence, Global Food-Grade Gelatin Market Report, 2018). Asya Pasifik'te yer alan ülkelerde sağlık bilincinin gelişmesiyle sağlığa faydalı olan ürünlere olan talep artışı yaşanmaktadır. Ürünlerde kullanılan jelatinin kolay sindirilebilmesi, insan vücudu tarafından hızlı emilimi, zararlı bakteri ve şeker içermemesi, düşük kalorili yüksek protein içermesinden dolayı pazar büyümesinin hızlanacağı ön görülmektedir.

Güney Amerika'da jelatin şekerleme sektörünün ana bileşeni olarak kullanılmaktadır. Jelatin yağsız olduğundan temel olarak şekerlemelerde, keklerin üzerine konulan kremalarda, yoğurt ve dondurmalarda tercih edilmektedir. Yüksek sıcaklığa dayanıklı olan jelatin, mısır nişastası, xanthangum, guar gum gibi jelleştirici ve kıvam arttırıcılar arasında ön plana çıkmaktadır. Sekiz tanesi temel aminoasit olmak üzere toplamda on sekiz aminoasit içeren jelatin sağlık bilincine sahip tüketiciler ve üreticiler tarafından talep edilmektedir (Kumbar, Laurencin ve Deng, 2014).

Orta Doğu ve Afrika pazarı incelendiğinde, protein ile zenginleştirilmiş ürünlerdeki talep artışı, gıda üreticilerinin ürünlerde bitkisel ve domuzdan elde edilmeyen helal jelatin kullanımına sebep olmaktadır (Mordor Intelligence, Global Food-Grade Gelatin Market Report, 2018).

Dünyada gıdada kullanılabilir jelatin ihracatı

Dünya gıdada kullanılabilir jelatin ihracatı verileri, Dünya Gümrük Örgütü'ne üye ülkeler tarafından kullanılan Harmonize Sistem Nomanklatörü kodu 3503.00 kullanılarak incelenmiştir.

Tablo 6. Dünya Gıdada Kullanabilir Jelatin İhracatı (Bin ABD Doları)

Dünya Gıdada Kullanabilir Jelatin İhracatı (Fasıl 350300)				
2015	2016	2017	2018	2019
1.648.635	1.556.606	1.651.482	1.671.499	1.782.524

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)

Tablo 6'da 2015 ve 2019 yılları arasında gıdada kullanılabilir jelatin ihracat rakamları verilmiştir. Küresel olarak ekonomik daralma yaşanan 2015 yılı için ihracat rakamı 1.648.625 bin dolar olarak kaydedilmiştir. Küresel ekonomide zor bir yıl olan 2015 yılının etkileri 2016 yılına da yansiyarak, 2016 yılında sektör ihracat hacminde %5,6 oranında gerileyerek ihracat rakamı 1.556.606 bin dolar olmuştur. 2017 yılı ihracat rakamı bir önceki yıla göre yaklaşık %6,1 oranında artış gerçekleşerek 1.651.482 bin dolara ulaşmıştır. Küresel krizin ardından ekonominin toparlanması 2017 yılı ihracat rakamına yansıdığı görülmektedir. Bir önceki yıla göre 2018 yılında %1,2 büyüme gerçekleşerek 1.671.499 milyar dolara ve 2019 yılında bir önceki yıla göre %6,64 oranında büyüme gerçekleşerek 1.782.524 bin dolara ulaşmıştır. Sadece domuzlarda yayılan epidemiyolojik bir salgın hastalık olan Afrika domuz ateşinin Ağustos 2018'de Çin'de görülmesi ve önlemek adına çok sayıda domuzun imha edilmesi, jelatin hammadde fiyatlarında artışa sebep olmuştur. 2018 yılında jelatin ihracat büyüme yüzdesinin diğer yıllara göre düşük olmasının sebebi küresel pazarda hammadde fiyat artışının ihracat rakamına etki ettiği öngörülmektedir (Sweet Press, 2019).

Dünyanın jelatin ihracatçı ülkeleri ve 2015-2019 yılları arasındaki ihracat rakamları Tablo 7'deki gibi düzenlenerek incelenmiştir. Gıdada kullanılabilir jelatin ihracatı yapan ilk 15 ülkenin verileri Tablo 7'de yer almaktadır. Tablodaki verilere göre beş yıllık ihracat hacimlerine bakıldığında 1.339.193 bin dolar ile ilk sırada olan Brezilya ve ikinci sıralamada 1.213.791 bin dolar ile Almanya diğer ülkelere göre açık ara farkla öndedir. Almanya'yı beş yıllık 752.564 bin dolar ihracat hacmi ile Fransa üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye, 2015-2019 yılları arasındaki toplam ihracat hacmi 141.833 bin dolar ile sıralamada 13. ülke konumundadır.

Tablo 7. Yıllara Göre Dünyada Jelatin İhracatçı Ülkelerin Sıralaması (Bin ABD Doları)

No	İhracat Yapan Ülke	2015	2016	2017	2018	2019
1	Brezilya	272.446	277.288	266.754	246.823	275.882
2	Almanya	213.905	233.660	248.800	256.795	260.631
3	Çin	87.074	74.743	92.265	107.739	156.960
4	ABD	129.251	109.066	118.391	133.672	150.816
5	Belçika	124.429	144.151	150.215	150.055	148.496
6	Fransa	168.215	151.238	151.048	147.893	134.170
7	Hollanda	88.084	60.595	93.660	88.712	115.361
8	İtalya	60.678	63.224	66.817	73.672	68.884
9	Kanada	70.389	60.989	60.124	61.640	59.717
10	İspanya	34.223	41.186	50.683	54.529	45.808

11	Hindistan	57.873	41.907	41.720	39.959	41.597
12	Türkiye	20.139	21.531	26.976	32.258	40.929
13	Kore	37.471	28.386	30.752	40.333	34.951
14	İsviçre	24.482	24.952	25.455	34.542	33.250
15	Polonya	7.912	10.441	10.697	17.166	25.279

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)

Yıllara göre ülkeler ele alındığında, Almanya, Polonya ve Türkiye ihracat rakamlarına göre her geçen yıl ihracat hacminin arttırırken tam tersine Fransa'nın ihracat verilerinde her yıl düşüş gözlemlenmiştir. Çin ve ABD'ye bakıldığında 2017 yılına kadar ihracat rakamlarında düşüş yaşanırken 2017 yılında her iki ülke ihracat rakamlarında artışa geçmiş ve ilerleyen yıllarda artış devam etmiştir. Brezilya ihracat rakamlarında 2017 ve 2018 yıllarında düşüş gerçekleşmiş, 2019 yılında ise tekrardan artış gerçekleşmiştir. Belçika için 2017 yılı da dahil olmak üzere ihracat rakamlarında artış gözlemlenirken 2018 ve 2019 yıllarında ihracat rakamları düşmüştür. İspanya, İsviçre ve İtalya'ya ait ihracat rakamlarında 2018 yılına kadar artış devam etmiş, 2019 yılında ise ihracat rakamında düşüş yaşanmıştır. Tam tersi olarak, Hindistan' a ait ihracat rakamında ise 2018 yılına kadar düşüş kaydedilmiş, 2019 yılında tekrar ihracat rakamı artış göstermiştir. Hollanda'ya bakıldığında 2016 ve 2018 yıllarında ihracat rakamlarında düşüş gerçekleşirken beş yıllık süreç ele alındığında ihracat rakamında artış gözlemlenmiştir. Kore'nin ihracat rakamları ele alındığında ise 2016 ve 2019 yıllarında azalma gerçekleşirken diğer yıllara ait ihracat rakamlarında artış gözlemlenmiştir.

2019 yılı ülke sıralamasında Güney Amerika'dan Brezilya 275.882 bin dolarla birinci sırada yer alırken, Avrupa'dan Almanya 260.631 bin dolar ile ikinci sıralamada yer alan ihracatçı ülkedir, ardından üçüncü sırada 156.960 bin dolarla Asya Pasifik'ten Çin gelmektedir. Türkiye 2015 yılında jelatin sektör ihracatında 18. sırada yer alırken, 2019 yılında ilk 15 ülke arasında 40.929 bin dolara ile 12. sırada yer almaktadır.

Dünyada gıdada kullanılabilir jelatin ithalatı

Dünya gıdada kullanılabilir jelatin ithalat verileri Dünya Gümrük Örgütü'ne üye ülkeler tarafından kullanılan Harmonize Sistem Nomanklatörü kodu 3503.00 kullanılarak incelenmiştir.

Tablo 8. Dünya Gıdada Kullanabilir Jelatin İthalatı (Bin ABD Doları)

Dünya Gıdada Kullanabilir Jelatin İthalatı (Fasıl 350300)				
2015	2016	2017	2018	2019
1.797.898	1.748.470	1.819.727	1.870.942	1.965.756

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)

Tablo 8'de 2015-2019 yılları arasındaki gıdada kullanılabilir jelatin ithalat rakamları belirtilmiştir. 2015 yılındaki küresel daralmadan dolayı 2016 yılında bir önceki yıla göre %2,75 oranında düşüş gerçekleşmiştir. 2017, 2018 ve 2019 yılları için bir önceki yıla göre ithalattaki artış sırasıyla %4,08, %2,81 ve %5,07 oranlarına göre yükselerek 2019 yılı ithalat rakamı 1.965.756 bin dolara ulaşmıştır.

Dünyada gıda jelatin ithalatı yapan ilk 15 ülkeye ait 2015 ve 2019 yılları arasındaki ithalat rakamları Tablo 9'da verilerek yorumlanmıştır.

Tablo 9. Yıllara Göre Dünyada Jelatin İthalatçı Ülkelerin Sıralaması (Bin ABD Doları)

No	İthalat Yapan Ülke	2015	2016	2017	2018	2019
1	ABD	294.339	256.157	250.152	272.095	309.063
2	Almanya	180.779	169.855	176.733	190.155	218.959
3	Japonya	81.659	78.475	90.075	97.753	90.512
4	Birleşik Krallık	90.095	84.565	87.978	88.908	85.744
5	Kanada	72.960	68.790	69.198	69.371	81.158
6	Belçika	66.763	92.423	95.580	98.561	81.029
7	Fransa	62.317	64.596	79.665	76.706	68.742
8	Hollanda	53.999	72.350	74.650	62.981	68.476
9	İspanya	45.068	50.703	61.862	61.297	57.412
10	Rusya	32.036	41.722	48.320	47.983	51.058
11	İsviçre	39.797	38.790	44.973	48.382	48.983
12	Polonya	33.701	32.732	34.878	37.366	44.335
13	Kore	25.125	18.066	20.870	24.481	39.634
14	İtalya	26.411	30.158	33.593	35.272	39.622
15	Hindistan	27.215	19.240	24.634	27.811	39.522

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)

2019 yılı ülke sıralamasında Amerika Birleşik Devletleri 309.063 bin dolarla birinci sırada yer alırken, Avrupa'dan Almanya 218.959 bin dolar ile ikinci önemli konumunda ithalat yapan ülkedir, ardından 90.512 bin dolarla Asya Pasifik'ten Japonya takip etmektedir. Sektörün en büyük ithalatçı ülkeleri büyük rakamsal farkla Amerika Birleşik Devletleri ve Almanya'dır. Yıllara göre ülkelerin ithalat rakamları ele alındığında, ABD'nin 2017 yılına kadar ithalatında düşüş gerçekleşmiş, takip eden 2018 ve 2019 yıllarında ise ithalat rakamlarında artış gerçekleşmiştir. Almanya, Polonya, Kanada, Kore ve Hindistan'ın 2016 ithalat rakamlarında düşüş gerçekleşirken takip eden yıllarda ithalat rakamlarında artış olduğu görülmektedir. Japonya ve Belçika'nın jelatin ithalatı 2018 yılına kadar artan eğilimde devam etmiş fakat her iki ülke için 2019 yılı ithalat rakamlarının gerilediği gözlemlenmiştir. Birleşik Krallık'a ait ithalat verilerinde 2016 ve 2019 yıllarında düşüş yaşanırken diğer yıllara ait ithalat rakamlarında artış eğilimi görülmektedir. Fransa ve İtalya'nın jelatin ithalatında 2017 yılına kadar artış gözlemlenirken takip eden yıllarda ülkelerin ithalatlarında düşüş gerçekleşmiştir. Hollanda ve Rusya ithalat rakamlarında genel anlamda yükselmiş, 2018 yılında ithalat rakamlarında gerileme olduğu görülmektedir. 2015 ve 2019 yılları boyunca ithalat rakamında istikrarlı artış gösteren tek ülke İtalya olmuştur ve beş yıl süre zarfında ithalatını %50 oranında arttırmıştır. Beş yıl içerisinde, Kore yüzde olarak ithalatını yaklaşık %57 oran ile en çok arttıran ülke konumundayken, beş yıl içerisinde ithalatta yaklaşık %5 oranında düşüş yaşayan tek ülke Birleşik Krallık'tır.

TÜRKİYE'DE GIDADA KULLANILABİLİR JELATİN PAZARI

Gıda katkı maddeleri sektörü dünyada olduğu gibi Türkiye'de de önem arz eden bir sektör haline gelmiştir, fakat Türkiye gıda katkı maddelerinde ithalatçı konumundadır. 2013 yılında 28693 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan Avrupa Birliği Gıda Kodeksinde jelatin gıda katkı maddesi olarak tanımlanmadığı gibi Türk Gıda Kodeksinde de jelatin gıda katkı maddesi olarak dikkate alınmamaktadır ve bu sebeple de E kodu bulunmamaktadır. Jelatin, dünyada olduğu gibi Türkiye

gıda pazarında da çok fazla kullanım alanı bulunmaktadır. İç piyasada farklı holdingler altında Marmara bölgesinde bulunan firmalar yerli ve helal sertifikalı gıdada kullanılabilir jelatin üretimi yapmaktadır ve diğer ülkelere ihracat gerçekleştirmektedir. Firmaların profilleri incelendiğinde üretim kapasitelerini ve ihracatlarını arttırmaya yönelik yatırımlarda buldukları ve cirolarının önemli bir kısmını ayırarak AR-GE çalışmalarına ve üretim süreçlerine önem verdiklerini görülmektedir.

Türkiye'nin gıdada kullanılabilir jelatin ihracatı

Türkiye'de gıdada kullanılabilir jelatin için 2010-2019 yılları arasında ihracat rakamları Trademap veri tabanından 3503.00 fasıl altında incelenmiş olup rakamlar Tablo 10'da verilmiştir.

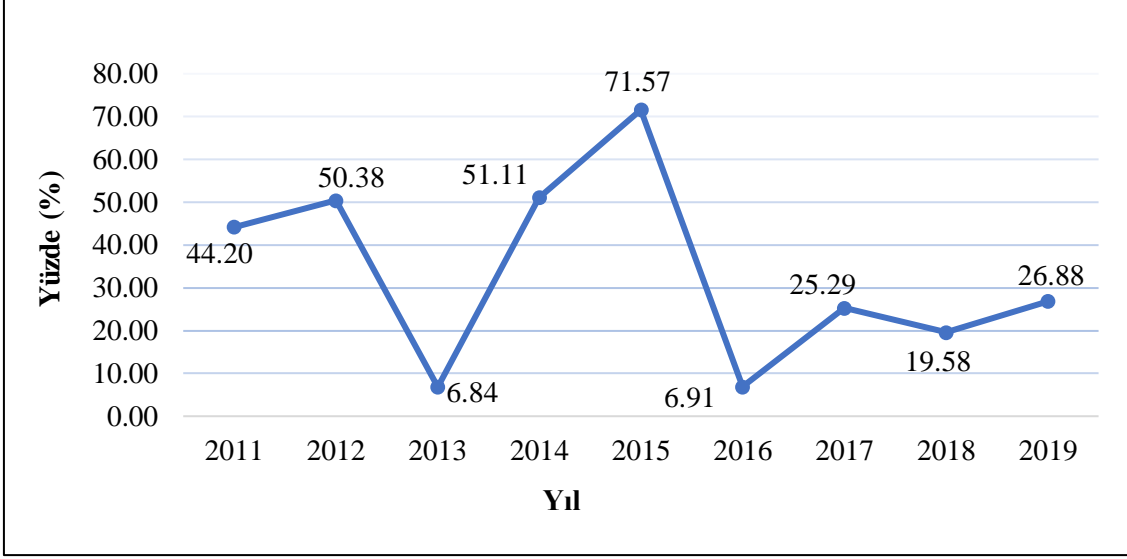
Tablo 10. Türkiye'nin Yıllara Göre Jelatin İhracat Rakamları (Bin ABD Doları)

Türkiye'nin Yıllara Göre İhracat Rakamları	
Yıl	(Bin Dolar)
2010	3.353
2011	4.835
2012	7.271
2013	7.768
2014	11.738
2015	20.139
2016	21.531
2017	26.976
2018	32.258
2019	40.929

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)

Tablo 10'da 2010-2019 yılları arasındaki ihracat rakamlarında sürekli artış gözlemlenmiştir. Yıllara göre ihracat rakamı artan eğilimde 10 yıl içerisinde 11,21 kat artarak 2019 yılı ihracat rakamı 40.929 bin dolara ulaşmıştır. 2011 ve 2012 yıllarındaki ihracat artışı iç piyasada 2010 ve 2012 yıllarında üretime geçen ve ihracat gerçekleştiren firmaların olumlu etkileri gözlemlenmektedir. Aynı şekilde 2019 yılında iç piyasada kurulan yeni firmaların ihracat rakam artışında etkili olduğu görülmektedir.

2008 yılında küresel finans krizi Avrupa bölgesi ülkelerine yayılarak AB ekonomisini borç krizine sürüklemiş olup Türkiye'nin ihracatına ve dış ticaretine olumsuz olarak etkide bulunmuştur. Türkiye'nin Avrupa Birliği ihracatında oldukça düşüşler meydana gelmiştir (Ergin, 2014). Olumsuz etkiler, yıllara göre yüzde artışa bakıldığında Grafik 2'de bir önceki yıla göre 2013 yılı artış yüzdesinde keskin düşüş olarak gözlemlenmektedir (Ergin, 2014). 2014-2015 yılları arasındaki ihracat artışı %71,57 olarak hesaplanırken, 2016 yılında yaşanan siyasal gelişmeler ve jeopolitik gelişmelerle ilgili olarak ihracat rakamlarındaki yüzdeler artışında keskin bir düşüş gözlemlenerek %6,91 olarak kaydedilmiştir.



Grafik 2. Bir Önceki Yıla Göre İhracat Rakamlarındaki Yüzdelerdeki Artışlar

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)

Türkiye'nin gıdada kullanılabilir jelatin ithalatı

Ülkemizde sığırdan elde edilmiş gıdada kullanılabilir jelatin 35.03.00.10.10.00 GTİP ile belirli iller ve gümrük müdürlüklerinden ülkeye girişine izin verilmektedir ve Tarım ve Orman Bakanlığınca belirlenen Veteriner Kontrollerine Dair Yönetmelik, hükümlerine uygun olarak ithalatı gerçekleştirilmektedir. 2010-2019 yılları arasında ithalat rakamları Trademap veri tabanından 3503.00 fasıl altında incelenmiş olup rakamlar Tablo 11'de verilmiştir.

2010 yılından 2012 yılına kadar %43,72'lik artış görülerek ithalat rakamı 32.993 bin dolar seviyesine ulaşmıştır. 2012 yılından 2018 yılına kadar sürekli bir düşüş yaşanmıştır. Türk lirasındaki sert değer kaybı ve enflasyon artışıyla birlikte %40,97'lik en büyük düşüş 2018 yılında gerçekleşmiştir. Çin'de 2019 yılında sadece domuzlarda görülen Afrika Domuz Ateşi olarak bilinen salgın hastalık hızlıca yayılarak salgın kontrolünde güçlükler yaşanmıştır. Dünyadaki domuzların neredeyse yarısının yetiştiriciliğini gerçekleştiren Çin, salgın hastalığı kontrol altına almak adına çok sayıda domuzun kesimini yapmak zorunda kalmıştır. Afrika Domuz Ateşi dünya genelinde 2019 yılında gıda jelatin hammadde fiyatlarındaki artış pazarı genel anlamda etkilemiştir (Sweet Press, 2019). Ortaya çıkan salgın hastalık aynı zamanda gıda jelatinin üretim kaynağının domuz yerine sığırdan elde edilen jelatine talep artışına etki ettiği ön görülmektedir. Hammadde fiyatlarındaki artış iç piyasada üretim yapan firmaların ihracatlarında olumlu etki ederken, yerli üreticiler tarafından iç piyasaya arz edilen ürün miktarın normalden daha az olması 2019 yılı ithalat rakamlarında artışa neden olduğu tahmin edilmektedir.

Tablo 11. Türkiye'nin Yıllara Göre Jelatin İthalat Rakamları (Bin ABD Doları)

Türkiye'nin Yıllara Göre İthalat Rakamları	
Yıl	(Bin Dolar)
2010	22.956
2011	24.064
2012	32.993
2013	30.166
2014	29.379
2015	22.896
2016	19.165
2017	13.050
2018	7.703
2019	14.323

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)

GIDADA YENİLEBİLİR JELATİN SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜNÜN ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULARI

Küresel pazarda lider ülkelere ve Türkiye'ye ait gıda jelatini rekabet güçlerini matematiksel olarak analiz etmek ve dünyadaki konumlarını belirlemek için Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yaklaşımından yararlanılmıştır. Analiz sonucu ortaya çıkan bulgular grafik üzerinde incelenmiştir.

Araştırmanın yöntemi

Jelatin rekabet gücünü araştırmak için Liesner (1958) tarafından ortaya atılan ve Balassa (1965) tarafından geliştirilen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA-Revealed Comparative Advantage) yaklaşımına, Vollrath (1991) Nispi İthalat Avantajı'nı da dahil ederek formülü geliştirilen RCA indeksinden faydalanılmıştır.

Analiz için kullanılacak formül aşağıdaki gibidir.

$$RCA = \ln [(X_j/X_t)/(M_j/M_t)]*100$$

X_j : Malın seçilen ülkedeki ihracatı

X_t : Ülkedeki toplam ihracat

M_j : Malın seçilen ülkedeki ithalatı

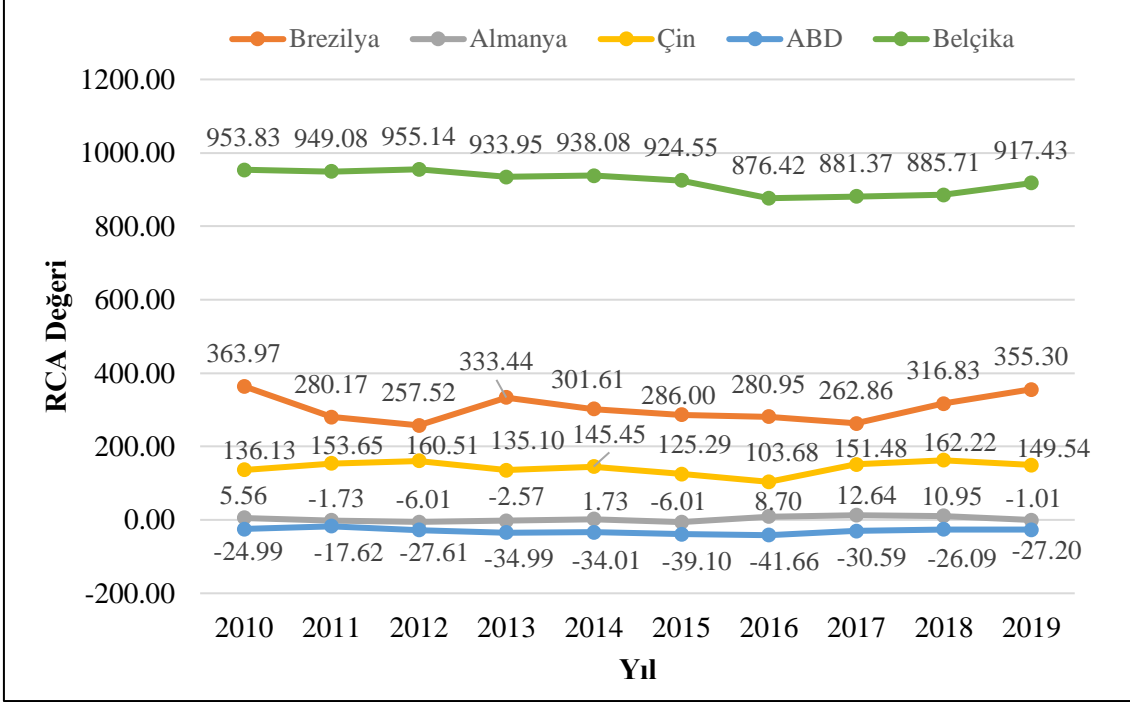
M_t : Ülkedeki toplam ithalat

Hesaplanan RCA değeri;

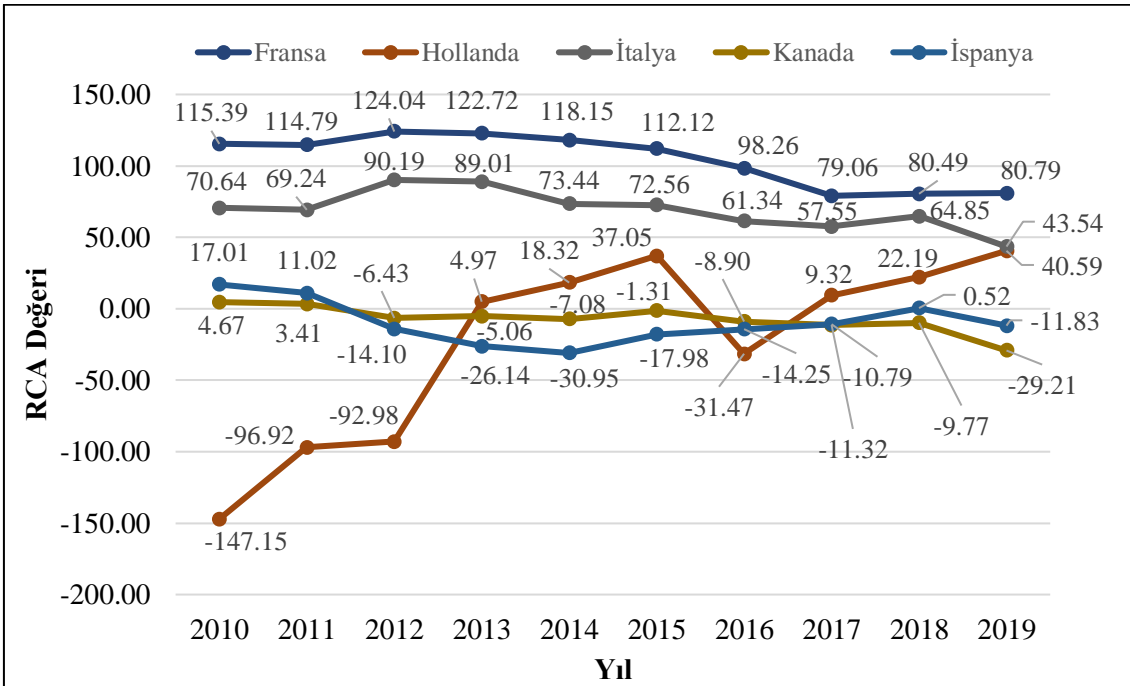
- $RCA > 50$ ise o malın rekabet gücünün yüksek olduğu,
- $-50 < RCA < 50$ ise rekabet gücünün sınırdadır olduğu,
- $AKÜ < -50$ ise o mal için rekabet gücünün düşük olduğu kabul edilmektedir (Adıgüzel, 2011).

Küresel pazarda lider ülkeler için veri kümesi ve bulgular

Türkiye'nin gıdada kullanılabilir jelatin rekabet gücünün küresel pazardaki yerinin daha iyi anlaşılabilmesi için pazara hâkim firmalar diğer bir deyişle ülkeler ile kıyaslanması durum analizinde kolaylık sağlayacaktır. Bu çerçevede pazarda lider ve 2019 yılında en çok ihracat yapan ülkelerden Brezilya, Almanya, Çin, ABD, Belçika, Fransa, Hollanda, İtalya, Kanada ve İspanya'nın 2010 – 2019 yıllarındaki ticaret verilerine göre RCA değerleri hesaplanarak Grafik 3'te ve Grafik 4'te ülkelerin rekabet güçleri belirtilmiştir.



Grafik 3. 2010-2019 Yıllarına Ait Brezilya, Almanya, Çin, ABD, Belçika RCA Değerleri



Grafik 4. 2010-2019 Yıllarına Ait Fransa, Hollanda, İtalya, Kanada, İspanya RCA Değerleri

ABD ve Almanya için pazara hâkim olmasına karşın rekabet güçlerinin olmaması en büyük ihracatçı sıralamalarında yer alırken aynı zamanda en büyük ithalatçı olmalarından kaynaklanmaktadır.

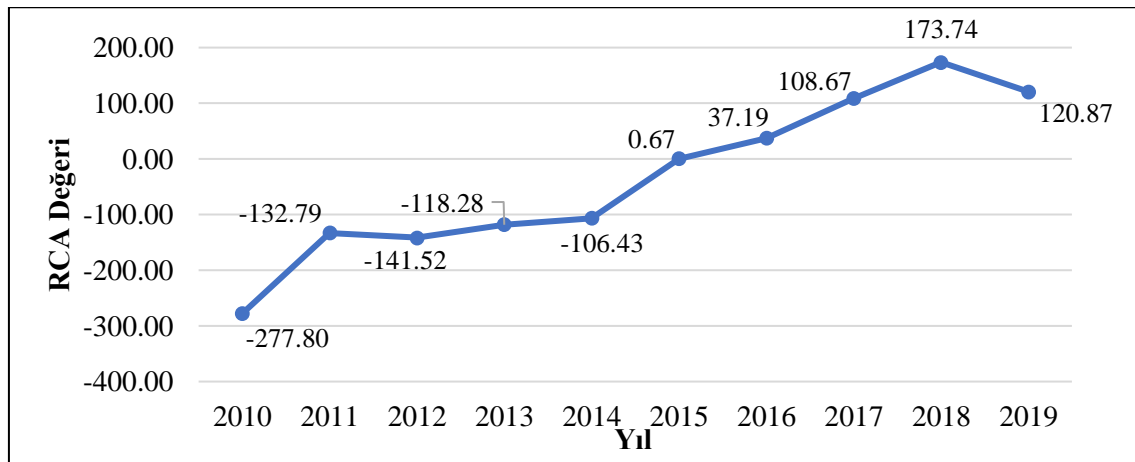
Türkiye için veri kümesi ve bulgular

Araştırmada gıdada kullanılabilir jelatin için fasıl numarası olan 3503.00 sınıflandırması kullanılmıştır. 2010-2019 dönemi ele alınarak 10 yıllık döneme ait jelatinin dış ticaret verileri için Trade Map veri tabanından yararlanılarak, Türkiye için RCA değerleri hesaplanmıştır. Hesaplama sonucu yıllara göre elde edilen veriler grafikler üzerinden yorumlanmıştır.

Tablo 12. Yıllara Göre Türkiye İçin Toplam Dış Ticaret ve Jelatine Ait Dış Ticaret Verileri (Bin ABD Doları) ve Hesaplanmış RCA Değerleri

HS Kod	İhracat	İhracat	İthalat	İthalat	RCA Değeri
Jelatin 350300	Xj	Xt	Mj	Mt	
2010	864	113.883.219	22.644	185.544.332	-277,80
2011	3.503	134.906.869	23.597	240.841.676	-132,79
2012	5.068	152.461.737	32.491	236.545.141	-141,52
2013	5.492	151.802.637	29.712	251.661.250	-118,28
2014	6.498	157.610.158	28.944	242.177.117	-106,43
2015	15.715	143.844.066	22.490	207.235.628	0,67
2016	19.141	142.606.247	18.377	198.601.934	37,19
2017	24.563	156.992.940	12.339	233.799.651	108,67
2018	29.635	167.923.862	6.927	223.046.879	173,74
2019	38.453	171.098.411	13.465	200.658.596	120,87

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)



Grafik 5. Yıllara Göre 350300 Fasıl Numarası İçin RCA Değerleri

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)

Tablo 13. 2017- 2019 Yılları Arasındaki Türkiye Gıda Jelatini Ticaret Rakamları ve Miktarları

HS Kod	İhracat	İhracat	İthalat	İthalat
Jelatin 350300	(Bin ABD Doları)	Ton	(Bin ABD Doları)	Ton
2017	24.563	6.509	12.339	2.746
2018	29.635	7.805	6.927	1.691
2019	38.453	7.877	13.465	2.593

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)

Tablo 14. 2017-2019 Yılları Arasında Türkiye'nin En Çok Jelatin İthalatı Yaptığı Ülkeler ve Miktarlar (Ton)

Ülke/Yıl	2017	2018	2019
Brezilya	1.491	1.005	1.133
Çin	63	38	386
Pakistan	141	141	337

Kaynak: Trade Map, UNCTAD, WTO (2020)

Tablo 12’de fasıl numarası 3503.00 jelatin için verilen RCA değerleri değerlendirildiğinde 2010 yılından 2015 yılına kadar hesaplanan değerlerin -50’nin altında olduğu gözlemlenmiştir, bu nedenle rekabet gücü düşüktür. İç piyasada yerli üretime geçilmesiyle birlikte 2010 – 2011 yılları arasında RCA değerlerinde büyük oranda yükseliş görülmektedir. 2015 yılına gelindiğinde ise RCA değeri ilk kez pozitifte geçerek 0,67 olarak hesaplanmıştır. İlk kez 2016 yılında RCA 37,19 değer ile rekabet gücü sınırına yaklaşmıştır. 2017 yılından 2019 yılına kadar RCA değerleri 108,67 ile 120,87 arasında yer alarak rekabet gücünün yüksek olduğu ifade edilebilir. 2019 yılına kadar hiç düşüş yaşanmadan rekabet gücünün kademeli olarak yükseldiği ve 2018 yılında son dokuz yılın en yüksek RCA değeri olan 173,75 ulaştığı gözlemlenmiştir. 2019 yılında RCA değeri bir önceki yıla kıyasla %30,4 düşüş gerçekleşerek 120,87 olarak hesaplanmıştır. Düşüşün sebebi hammadde tedarikindeki daralma ile ilgili hammadde birim fiyatlarındaki artışın etkili olabileceği tahmin edilmektedir. 2018 yılında Türk Lira’sındaki değer kaybı ve enflasyon artışının dışında Çin’de hayvanlar arasında ortaya çıkan salgın hastalık sebebiyle birçok hayvanın bertaraf edilmesi jelatin hammadde tedarikindeki kısıtlamalara, dünya genelinde gıda jelatini fiyat artışına sebep olmuştur. İç piyasada bulunan yerli üreticilerin ihracatlarını gelir bazında olumlu etkilerken, döviz getirisinin fazla olmasından dolayı yurt dışına ticaret yapılmıştır. İç piyasada gıda jelatini kullanan firmalar ise ihtiyaçlarını sağlayabilmek adına ithalatçı firmalardan taleplerini karşılamışlardır.

Tablo 13’te Türkiye için 2017, 2018 ve 2019 yıllarına ait ithalat ve ihracat rakamları verilmiştir. 2018 yılında ithalat rakamında önemli bir düşüş gözlemlenmiş ve Tablo 14’te Türkiye’nin ithalat yaptığı ilk üç ülke arasında bulunan Çin’den 2018 yılında ithal edilen gıda jelatini miktarının yaklaşık olarak yarısına düşmüştür. Bu sebeplerden dolayı gıda jelatini ithalatındaki azalma formülde RCA değerini yukarı yöne çektiği ön görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Küresel gıda jelatin pazarı, hem bölgesel hem de küresel oyuncuların varlığıyla oldukça rekabetçi bir pazar konumuna sahiptir. Jelatin bazlı ürünlere artan popülarite, önümüzdeki yıllarda gıda sektörü, farmasötik, nutrasötik gibi alanlara ait çeşitli uygulamalarda jelatin pazarının büyümesi ön görülmektedir. Dünyadaki ilaç tüketim artışı ve gelişen ülkelerdeki sağlık ve beslenme bilincin farkındalığı gibi sebepler uzun vadede jelatin pazarının olumlu olmaya devam edeceği tahmin edilmektedir.

Dünya gıda jelatin pazarına Avrupa hâkim olmakla birlikte, Asya Pasifik ise en hızlı büyüyen pazar konumundadır. Kolay kaynaklardan elde edilebilme, kolay işlenebilme, uygun üretim maliyetleri ve daha fazla fonksiyonel özelliklere sahip olduğundan dolayı hayvansal kaynaklı jelatin pazarda büyük paya sahip olduğu saptanmıştır. Gıda jelatinin temin edildiği kaynaklarda kültürel ve dini faktörler içeriğin güvenilirliğine ilişkin endişelere sebep olabilmektedir. Türkiye için gıda jelatin ithalatı sadece sığırdan elde edilmiş gıdada kullanılabilir jelatinin ülkeye girişine izin verilmektedir, bu sebeple gıda jelatin üretim kaynağı önem arz etmektedir. İç piyasada yerli ve helal üretim yapan firmalar ile ürün kaynağı hakkındaki endişeler yüksek oranda karşılanmaktadır.

Son yıllarda hayvanlara bulaşan salgın hastalıklardan dolayı artan hammadde fiyatları hem dünyadaki hem de Türkiye'deki ticarete etki ettiği saptanmıştır. Çin'de 2018 yılında domuzlarda görülen Afrika Domuz Ateşi salgın hastalığı, en büyük domuz üreticisi olan Çin'e etki ederek dünya genelinde hammadde fiyatlarında artışa sebep olarak Avrupa gibi farklı bölgelerden ürün alımları gerçekleşmiştir. Hammadde anlamında daralma yaşayan pazara hâkim firmalar aynı zamanda mevcut varlıkları üzerindeki verimliliği optimize etme, müşteri ilişkilerine ve yeniye odaklanma, ürün geliştirme ve hammaddeye kolay ulaşma gibi stratejilere odaklanmaktadır.

Türkiye'nin 2017, 2018 ve 2019 yıllarında en çok gıda jelatin ithalatını Brezilya, Çin ve Pakistan ülkelerinden yapmaktadır, domuz jelatini ithalatı yapılmadığı için tablolarda yer alan bilgiler sığırdan elde edilen gıda jelatin ticareti hakkında bilgi vermektedir. Türkiye'de her ne kadar domuz jelatini ithalatı yapılmasa da Çin'den 2018 yılında yapılan sığır jelatini ithalat miktarının 2017 yılına göre yaklaşık olarak yarısına düştüğü Tablo 14'te gözlenmiştir. Domuzdan elde edilen gıda jelatininin birim fiyatındaki artış pazarda sığırdan elde edilen gıda jelatinin birim fiyatını da arttırdığı bilinmektedir. Dünya genelinde hammadde fiyatlarında meydana gelen artıştan kaynaklı ihracat değerlerindeki artış iç piyasada bulunan yerli üreticilerin gıda jelatinini öncelikli diğer ülkelere ihraç ettiği tahmin edilmektedir. Takip eden 2019 yılı içerisinde iç piyasada gıda jelatin ihtiyacının karşılanması adına Türkiye'nin jelatin ithalat rakamında artışa sebep olduğu düşünülmektedir. 2019 yılında Pakistan'dan yapılan ithalat miktarındaki artışın esasında vergi muafiyetinin olduğu bilinmektedir.

İç piyasada yer alan firmalar helal ve koşer sertifikalı kaliteli ürün elde edilmesinin dışında yerli sığırdan gıda jelatini üretimine önem vererek aynı zamanda hayvancılığa destek sağlamaktadır. Bu doğrultuda devletin büyükbaş hayvancılık yapanlara ve gıda jelatini üreticilerinin yerli hammadde kullanımı konusunda teşviklerde bulunması sektörü ve ülke kalkınmasına faydalı olacağı ön görülmektedir. Aynı zamanda, ülkemizde meydana gelen hayvansal hastalıkların diğer ülkelere göre çok daha az olması avantaj sağlayarak daha geniş bir tüketici kesimine ulaşılmasının önünü açacağı düşünülmektedir. Büyükbaş hayvancılık yapılmasında verimli topraklara sahip ülkemiz ve aynı zamanda Türkiye'nin bulunduğu jeopolitik konumu göz önünde bulundurulduğunda yatırım teşvikleri ve doğru dış ticaret politikaları ile rekabet gücü artışı için iç piyasa firmaların desteklenmesiyle çok daha fazla ülkeye ihracatın yapılabileceği ve Türkiye'nin gıda jelatin pazarında ön plana çıkacağı tahmin edilmektedir.

Türkiye'ye ait RCA değerleri dünyada pazara hâkim firmaların değerleri ile kıyaslandığında 2014 yılından günümüze kadar büyük atılım yaptığı gözlemlenmiştir. 2019 yılına gelindiğinde Türkiye'ye ait RCA değerleri Almanya ve ABD'yi geçerken Çin'in RCA değerine çok yaklaştığı gözlemlenmiştir. Fakat dünya genelinde Almanya, ABD ve Çin gibi piyasaya hâkim ülkeler en büyük ihracatı konumunda yer alırken aynı zamanda en büyük ithalatçı konumunda yer aldığı RCA değerlerinde Belçika'ya kıyasla düşük olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye'nin ihracat rakamlarının daha üst seviyelere ulaşması gerektiği ve elde edilen RCA grafiğinin eğiliminde pazarda rekabet gücünün artacağı tahmin edilmektedir.

Rekabet avantajının sürdürülebilir olması için iç piyasada yer alan firmalar AR-GE'ye yaptığı yatırımlar sonucunda inovatif ürün ve çözümler getirmesi, farklı stratejilere odaklanması,

günümüzde sağlıklı yaşam bilincinin artması ile birlikte Türkiye'nin küresel pazarda yerini koruması adına önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2011) Uluslararası Rekabet Gücü Belirleyici Faktörler Ve Ölçülmesi, Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme (1. Baskı). Ankara: Nobel.
- Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (2004a). Rekabet Gücü ve Türkiye. Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu.
- Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (2004b). Rekabet gücü ve Rekabet Stratejileri. Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu.
- Altay, A., Pazarlıoğlu, M. (2007). Uluslararası Rekabet Gücünde Beşerî Sermaye: Ekonometrik Yaklaşım. Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi, 9, 96-108. 29 Kasım 2020.
- Erge, A. ve Zorba, Ö. (2016). Jelatin Ve Fizikokimyasal Özellikleri. Akademik Gıda, 14(4), 431-440.
- Ergin, N. E. (Şubat 2014). Avrupa Borç Krizinin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. 9 Nisan 2020, <http://www.vergidunyasi.com.tr/Makaleler/6279>.
- Ertürk, M. (2017). İşletme Biliminin Temel İlkeleri (10. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Gökmenoğlu, S., Akal, M., ve Altunışık, R. (2012). Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler. Rekabet Dergisi, 13, 3-43. 30 Kasım 2020.
- Hanani, Z. A., .Roos, Y. H. ve Kerry, J.P. (2014). Use and Application of Gelatin as Potential Biodegradable Packaging Materials for Food Products. International Journal of Biological Macromolecules, (2014).
- International Institute for Management Development, (2014). International Institute for Management Development. 22 Ekim 2020, [https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-reflections/the-global-competitiveness-report/#:~:text=A%20Brief%20Comparison%20of%20the%20World%20Competitiveness%20Yearbook%20and%20the%20Global%20Competitiveness%20Report&text=\(not%20to%20be%20confused%20with,of%20productivity%20of%20a%20country](https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-reflections/the-global-competitiveness-report/#:~:text=A%20Brief%20Comparison%20of%20the%20World%20Competitiveness%20Yearbook%20and%20the%20Global%20Competitiveness%20Report&text=(not%20to%20be%20confused%20with,of%20productivity%20of%20a%20country).
- ITC Trade Map UNCTAD, WTO (2020) Veri Tabanı. 18.10.2020, <https://www.trademap.org/Index.aspx>.
- Karim, A.A., ve Bhat, R. (2008). Gelatin Alternatives for the Food Industry: Recent Developments, Challenges and Prospects. Trends in Food Science & Technology Journal, 19, 644-656.
- Kumbar, S. G., Laurencin, C. T., ve Deng, M. (2014). Natural and Synthetic Biomedical Polymers. (1. Basım). Elsevier Science.
- Mintel. (2018). Mintel Chocolate Confectionery Overview (b.t.) 27 Kasım 2020, <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/tutor2u-media/subjects/business/downloads/Mintel-Chocolate-Confectionery-Overview-2018.pdf?mtime=20180410160435>.
- Mordor Intelligence. (2018). Global food-grade gelatin market report. EMIS. 10.04.2020, EMIS Professional veri tabanından erişildi.
- Mordor Intelligence. (2019). Food Grade Gelatin Market - Growth, Trends, And Forecasts (2020 - 2025). 12 Ekim 2020, <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/food-grade-gelatin-market>.

- Porter, Michael E. (2004). Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Business Competitiveness Index. 22 Ekim 2020, https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/BCI_Chapter_adf284c6-3d8b-483e-9f29-a5242e9c5999.pdf.
- Porter, Michael E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. 22 Ekim 2020, http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter_1990_the_competitive_advantage_of_nations.pdf
- Ramos, M., Valdés, A., Beltrán, A., ve Garrigós, M.C. (2016). Gelatin-Based Films and Coatings for Food Packaging Applications, 6 (41), 1-20.
- ResearchAndMarkets (2020). Global Gelatin Market (2020 to 2027) - Size, Share & Trends Analysis Report by Raw Material, Function, Application, Region and Segment Forecasts. 8 Ekim 2020, <https://www.businesswire.com/news/home/20200408005529/en/Global-Gelatin-Market-2020-to-2027---Size-Share-Trends-Analysis-Report-by-Raw-Material-Function-Application-Region-and-Segment-Forecasts---ResearchAndMarkets.com>.
- Resmî Gazete: 30.06.2013, Sayı 28693. 22.04.2020, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/06/20130630-4.htm>.
- Rousselot Clarification. (2020). Red wine, beer, apple juice. 13 Mayıs 2020, <https://www.rousselot.com/functional/markets-solutions/food/clarification>.
- Rousselot Dairy. (2020). Great looks, excellent flavor, irresistible mouthfeel. 13 Mayıs 2020, <https://www.rousselot.com/functional/markets-solutions/food/dairy>.
- Saygılı, Ş. (2003), Bilgi Ekonomisine Geçiş Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Dünyadaki Konumu. Devlet Planlama Teşkilatı Yayın No 2675, 30 Kasım 2020. https://sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2018/11/Bilgi_Ekonomisine_Gecis_Surecinde_Turkiye_Ekonomisinin_Dunyadaki_Konumu.pdf.
- Schrieber R, ve Gareis H. (2007). Gelatin handbook (1. Baskı) Wiley-VCH Verlag GmbH&Co.
- TÜİK Sınıflama Sunucusu Veri Tabanı. 01.05.2020, <https://biruni.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaSatirListeAction.do?surumId=1074&seviye=2&detay=H&turId=3&turAdi=%203.%20D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret%20S%C4%B1n%C4%B1flamalar%C4%B1>.
- Sweetpress (2020). Price of gelatin soars in response to China's pork shortage. (8 Ekim 2019). 5 Kasım 2020, <https://www.sweetpress.com/en/el-precio-de-la-gelatina-se-dispara-ante-la-escasez-de-porcino-en-china/#>.
- World Economic Forum, (2019). Global Competitiveness Report 2019: How to end a lost decade of productivity growth. 25 Ekim 2020, <https://www.weforum.org/reports/how-to-end-a-decade-of-lost-productivity-growth#:~:text=What%20is%20competitiveness%3F&text=The%20World%20Economic%20Forum%2C%20which,include%20the%20word%20E2%80%9Cproductivity%22>.
- World Economic Forum, (2015). Global Competitiveness Report 2015: Macroeconomic environment. 30 Ekim 2020, <https://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/macro-economic-environment/>.
- Yacoubou, J. (2008). Gelatin: Sometimes Kosher But Still Not Typically, Vegetarian. Vegetarian Journal, 27 (4), 28-29.
- Yıldırım, A., ve Gökalp, M. (2016). Gelişmiş Ülkelerde Kurumsal Yapı ve Uluslararası Rekabet Gücü İlişkisi. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3, 1-34. 30 Kasım 2020.