

ELMA İHRACATINDA TÜRKİYE'NİN KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜĞÜ

Güçgeldi BASHIMOV¹

Özet

Meyvecilik sektörü, Türkiye'de en önemli tarım kollarının başında gelmektedir. Meyvecilik sektörü, Türkiye'de gelir, istihdam ve ekonomik kalkınmaya önemli katkılar sağlamaktadır. Bu çalışmanın temel amacı Türkiye'nin elma ihracatındaki rekabet gücünü analiz etmektir. Çalışmada Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) ve Vollrath indekslerinden yararlanılmıştır. Araştırma 1990-2014 dönemini kapsamakta olup, analiz aşamasında kullanılan veriler Birleşmiş Milletler Comtrade veri tabanından elde edilmiştir. Hesaplanan Balassa ve Vollrath indekslerine göre Türkiye 1990-1998 yılları arasında rekabet gücüne sahip iken, izleyen yıllarda ise Türkiye'nin elma ihracatındaki rekabet gücünü kaybettiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Meyvecilik, Rekabet Gücü, Türkiye

Comparative Advantage of Turkey in Apple Exports

Abstract

Fruit sector is the most important branch of agriculture in Turkey. It provides income, employment and other contributions to economic development. The objective of this study is to analyze the competitiveness of Turkey's apple sector. In the study, Balassa's Revealed Comparative Advantage (RCA) and Vollrath's indexes were used. The data was obtained from UN Comtrade database. Balassa's and Vollrath's indices indicate that Turkey has a comparative advantage in the years 1990-1998. In the following years, Turkey has lost its competitiveness in the export of apples.

Keywords: Fruit, Competitiveness, Turkey

GİRİŞ

Türkiye tarımsal potansiyeli yüksek ülkelerden biri olup, yüzlerce tek yıllık ve çok yıllık ürünün yetiştirildiği ender ülkelerden birisidir. Sahip olunan farklı coğrafi ve ekolojik koşullar nedeniyle farklı iklim ve toprak isteği olan yüzlerce ürünün üretilmesi mümkün olmaktadır. Türkiye'de entansite derecesinin ve buna paralel karlılığının da yüksek olması nedeniyle ülke genelinde çok çeşitli meyve ve sebzeler yetiştirilmektedir (Bayramoğlu ve ark., 2009).

Meyveler ve sebzeler, içerdikleri vitaminler, mineral maddeler ve besinsel lif nedeniyle insan beslenmesinde önemli rol oynamaktadır (Kader, 2001). Yeterli seviyede meyve tüketimi ile kanser, kalp ve damar hastalıkları, hipertansiyon, sindirim sistemi hastalıkları başta olmak üzere birçok kronik hastalık riskinin azalması, bağışıklık sisteminin güçlenmesi ve yaşlanmanın gecikmesi sağlanabilmektedir (Sezgin, 2014).

Meyvecilik sektörü, insan beslenmesinde olduğu kadar ekonomik anlamda da ülkeler adına artı değer yaratmaktadır. Meyve üretiminde birim alandan elde edilen gelir, diğer bazı ürün gruplarına göre daha fazladır. Meyve yetiştiriciliğine dayalı katma değeri yüksek ürünler ülke ekonomilerine önemli katkılar yapmakta ve bu katkılar yetiştiricilik yapılan yöreye yansımaktadır. Meyveler toplandıktan sonra doğrudan tüketilebilir ürünler olmaları nedeniyle işlenmemiş halleri de gelir kaynağı olmaktadır. Ayrıca

meyveciliğin ihracat sağladığı katkı da yadsınamayacak düzeydedir (Niyaz ve Demirbaş, 2011).

Dünyada yaş meyve üretici ülkeleri sıralamasında başta Çin, Avrupa Birliği (AB), Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Türkiye gelmektedir. Çin'in ekolojik şartları birçok meyve yetiştiriciliğine büyük ölçüde imkan sağlamaktadır. Türkiye 46 milyon ton yaş sebze ve meyve üretimi ile dünyanın önemli üretici ülkelerinden birisi konumundadır. Meyvecilik kapsamında üretimi yapılan elma, tarım işletmelerinde geleneksel olarak üretilen meyvelerdendir (Bayramoğlu ve ark., 2009). İlman iklim meyvelerinden olan elma, Türkiye'nin hemen her bölgesinde yetiştirilmektedir. Türkiye'nin toplam meyve alanlarının % 5.3'ünü ve toplam tarım alanlarının % 0.7'sini elma oluşturmaktadır. Türkiye'de yaklaşık 1.7 milyon dekarlık alanda 2.48 milyon ton elma üretilmektedir. Türkiye elma üretim potansiyeli oldukça yüksek bir ülke olmasına karşın bu potansiyelini elma ihracatına pek yansıtamamaktadır. Türkiye'de üretilen elmanın yaklaşık %4'ü ihraç edilmektedir. İhracatın bu kadar düşük olması üretimin yeterli düzeyde değerlendirilemediği gerçeğini ortaya çıkarmaktadır (Aras, 2015).

Türk tarım ve alt sektörlerinin karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet gücünü ölçmek için çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bunlardan bazıları ise; Akgüngör ve ark., 2002; Fidan, 2009; Çoban ve ark., 2010; Şahinli, 2011; Kılıç, 2013; Arısoy ve ark., 2014;

¹Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, NİĞDE

Bashimov, 2015 şeklinde sıralanabilir. Bununla birlikte, Türkiye'nin küresel elma pazarında rekabet gücünün belirlenmesine yönelik yapılan çalışmalar literatürde yok denecek kadar azdır.

Bu çalışma, Türkiye'nin 1990-2014 döneminde elma ihracatındaki karşılaştırmalı üstünlüğünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Türkiye'nin elma yetiştiriciliğinde yüksek potansiyele sahip olması, sektörün ulusal ekonomiye ve ihracata sağladığı katkısı nedeni ile araştırmaya değer olarak görülmüştür. Çalışmada öncelikli olarak Türkiye'nin elma üretim ve dış ticaretinin mevcut durumu değerlendirilmiş, daha sonra ise ihracat ve ithalat verileri kullanılarak çeşitli indeksler yardımı ile Türkiye'nin küresel elma piyasasındaki rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. Analiz aşamasında Balassa ve Vollrath tarafından geliştirilen indeksler kullanılmıştır.

MATERYAL ve YÖNTEM

Bu araştırmada kullanılan veri ve bilgiler ikincil kaynaklardan elde edilmiştir. Araştırmada Uluslararası Standart Ticaret Sınıflandırması (SITC Rev.3) dikkate alınmıştır. SITC Rev.3 sınıflandırmasında elmanın kod numarası 0574'dür. Araştırmada kullanılan veriler dolar bazında olup BM COMTRADE veri tabanından derlenmiştir. Araştırma 1990-2014 dönemini kapsamaktadır.

Bir ülkenin güçlü ve zayıf sektörlerini belirlemek amacıyla birçok teknik kullanılmaktadır. Bu tekniklerden en yaygın olarak kullanılanı ise Bela Balassa tarafından geliştirilen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) indeksidir (Suntharalingam ve ark., 2011). Balassa geliştirdiği AKÜ indeksini ilk kez 1965 yılında yayımlanmış olduğu çalışmada kullanmıştır. AKÜ indeksi uluslararası ticarete uzmanlaşmayı ölçme konusunda birçok araştırmada kullanılmaktadır (Laursen, 1998; Çoban ve ark., 2010). AKÜ İndeksi, bir malın veya sektörün ülkenin toplam ihracatındaki payı ile söz konusu malın veya sektörün dünyanın toplam ihracatındaki payı arasındaki orandır. Balassa'nın AKÜ indeksi, karşılaştırmalı avantajın altında yatan kaynakları belirlemekten ziyade, bir ülkenin 'açıklanmış' karşılaştırmalı avantaja sahip olup olmadığını saptamaya çalışmaktadır (Utkulu ve İmer, 2008). Balassa'nın AKÜ indeksi aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir:

$$AKÜ_{ij} = \left[\frac{X_{ij}}{X_{jt}} \right] / \left[\frac{X_{wi}}{X_{wt}} \right]$$

Burada, $AKÜ_{ij}$, 'j' ülkesinin 'i' sektörü için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksini, X_{ij} 'j' ülkesinin 'i' sektörünün ihracatını, X_{jt} 'j' ülkesinin toplam ihracatını, X_{wi} 'i' sektörü dünya ihracatını ve X_{wt} toplam dünya ihracatını göstermektedir. AKÜ indeksi 0 ile ∞ arasında bir değer almaktadır. Eğer indeks değeri birden büyükse o ülkenin ilgili sektörde

karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu söylenir. Başka bir deyişle, o endüstrinin ülkenin toplam ihracatı içindeki payı, dünya ticaretindeki payından daha büyüktür. Eğer indeks değeri birden az ise ülkenin ilgili sektörde karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğu söylenir (Vlachos, 2001; Havrila ve Gunawardana, 2003).

Balassa indeksinin sadece ihracat büyüklüğünü dikkate alması en fazla eleştirilen yönü olmuştur. Vollrath'a göre indeksin hesaplanmasında ihracat ile birlikte ithalat değerleri de hesaba katılmalıdır. Bu nedenle Vollrath, Balassa indeksine alternatif olarak üç ölçüm yöntemi geliştirmiştir. Bu ölçümlerden ilki Görelî İhracat Avantajı indeksidir. Görelî İhracat Avantajı indeksi belirli bir türünde herhangi bir ülkenin dünya piyasalarında sahip olduğu ihracat payının diğer bütün mallarda dünya ihracatında sahip olduğu paya oranı olarak tanımlanabilir. İndeksin bu özelliği, ele alınan ülkelerin ve malların toplam ihracat (dünya) hesaplanırken dışta tutulmasına ve böylece ele alınan ülke ve malın iki defa hesaplamaya dâhil edilmesini engellemektedir (Altay ve Gürpınar, 2008; Akhtar ve ark., 2013).

Vollrath'ın ikinci ölçüm yöntemi Görelî Ticaret Avantajı (RTA) olup, Görelî İhracat Avantajı (RXA) ile Görelî İthalat Avantajı (RMA) arasındaki fark olarak hesaplanmaktadır. Üçüncü yöntem ise Açıklanmış Rekabetçilik indeksidir. Vollrath'a göre, bu üç indeksin (RXA, RMA, RC) pozitif değerler alması karşılaştırmalı avantajı, negatif değerler alması ise karşılaştırmalı dezavantajı göstermektedir (Utkulu ve İmer, 2008). Bu indeksler şöyle formüle edilmiştir (Vollrath, 1991):

$$RXA_{ij} = (X_{ij}/X_{nj}) / (X_{ir}/X_{nr})$$

$$RMA_{ij} = (M_{ij}/M_{nj}) / (M_{ir}/M_{nr})$$

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMA_{ij}$$

$$RC_{ij} = \ln(RXA_{ij}) - \ln(RMA_{ij})$$

Burada, X = ihracatı, M = ithalatı, n = geri kalan tüm malları ve r = dünyanın geri kalanını göstermektedir. Buna göre,

RTA_{ij} = j ülkesinin i malında görelî ticaret avantajını

RXA_{ij} = j ülkesinin i malında görelî ihracat avantajını

RMA_{ij} = j ülkesinin i malında görelî ithalat avantajını

RC_{ij} = j ülkesinin i malında görelî rekabet üstünlüğü indeksini ifade etmektedir.

Vollrath RC indeksinin, arz ve talep dengesini içerdiği için daha tercih edilebilir bir indeks olduğunu belirtmektedir. Çünkü RC indeksi, bir ülke veya malın karşılaştırmalı üstünlüğünü daha iyi yansıtmaktadır. Ancak söz konusu indeks bazı kısıtlamalara da sahiptir. Özellikle iki yanlı ticaretin söz konusu olmadığı durumlarda (ya ithalat ya da ihracat sıfırda),

indeksin uygulanması sınırlı kalacaktır. Diğer yandan RTA ise belli bir mal grubunun ya da endüstrinin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünde, ihracat ve ithalatın üstünlüklerinin göreceli katkısını ölçme potansiyeline sahiptir. Bu üç indeks birlikte ele alındığında Vollrath, RXA indeksinin ise pratikte daha yaygın kullanıldığını kabul etmektedir (Vollrath, 1991).

BULGULAR ve TARTIŞMA

Dünyada Elma Üretimi ve Ticareti

Elma, ılıman iklim meyve türleri içerisinde dünyada üretimi en fazla yapılan türdür. Dünyada elma ekili alan 5.2 milyon hektardır. 1990-2013 yılları arasında dünya elma üretimi yaklaşık % 97 artarak 41 milyon tondan 80.8 milyon tona ulaşmıştır (Şekil 1). Elma tarımında birim alandan elde edilen verimde de önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Genetik mühendisliğinin hızla gelişmesi sonucunda tarımsal üretimde yüksek verimli bitki çeşitleri kullanılmaya başlanmış ve dolayısıyla üretimde önemli düzeyde verim artışı sağlanmıştır.

Dünya elma üretiminde önde gelen ülkeler arasında Çin, AB, ABD ve Türkiye yer almaktadır. Çin 39 milyon tonluk elma üretimi ile dünya elma pazarındaki payını her geçen gün arttırmaktadır. Çin'in dünya elma üretimindeki payı 2000 yılında % 34.5 iken, günümüzde ise % 49'dur. Çin'i 10.9 milyon ton üretim ile AB (%13.5), 4 milyon ton ile ABD (%4.9), 3.1 milyon ton ile Türkiye (%3.8), 1.9 milyon ton ile Hindistan (%2.3) ve 1.5 milyon ton üretim ile Rusya (%1.8) takip etmektedir (Çizelge 1).

Dünyada en önemli elma üreticilerden biri de AB'dir. Kuzey Avrupa ülkelerinde iklim koşulları

nedeniyle meyve ve sebze üretimi sınırlı kalsa da, birçok AB üyesi ülkede yoğun bir şekilde meyve ve sebze üretimi yapılmaktadır (Koç, 2005). Örneğin Polonya, İtalya ve Fransa en önemli elma üreticisi ülkelerdir. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) verilerine göre 2013 yılında AB ülkelerinin toplam elma üretim miktarı 10.9 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Elma üretimi bakımından AB ülkeleri arasında Polonya 3.2 milyon tonluk üretim ile ilk sırada yer almaktadır. Bunu sırasıyla İtalya, Fransa, Almanya ve diğer AB üyesi ülkeleri takip etmektedir. AB ülkelerinden sonra elma üretiminde önemli paya sahip ülkeler ise ABD, Türkiye ve Hindistan'dır.

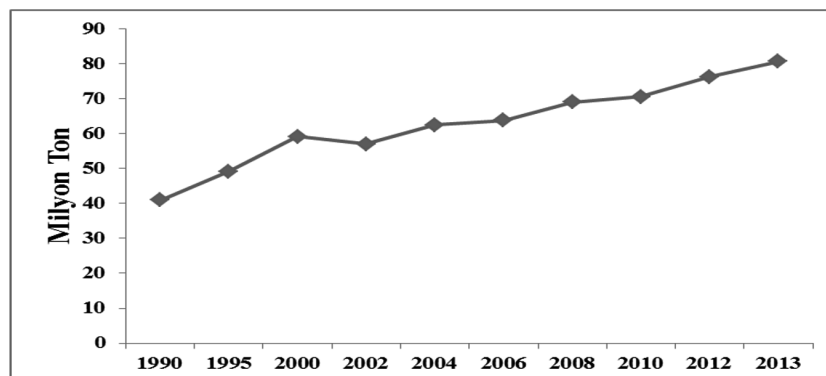
Elma, uluslararası ticarete en çok konu olan meyvelerden biridir. 2013 yılında dünya elma ticaret hacmi 16.4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2013 yılında dünya elma ihracatı 8.6 milyon ton iken, elma ithalatı 8.5 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Dünya elma ihracatında AB ilk sırayı alırken, bunu sırasıyla Çin, ABD, Şili ve Güney Afrika Cumhuriyeti izlemektedir. Türkiye üretim miktarı bakımından ilk sıralarda olmakla birlikte, dünya ülkeleri arasında ihracat miktarı oldukça azdır. Oysa elma üretiminde önemli paya sahip ülkelerin çoğu ihracat açısından da ilk sırada yer almaktadır (Oğuz ve Karaçayır, 2009).

2013 yılında AB'nin toplam elma ihracat miktarı bir önceki yıla göre % 2.5 oranında azalarak 3.6 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Aynı yılda AB'nin toplam elma ithalatı bir önceki yıla göre % 2.9 oranında artarak 3 milyon tonu geçmiştir. AB'den sonra en önemli elma ithalatçısı Rusya'dır. Rusya'nın elma ithalatı son 10 yıllık dönemde önemli düzeyde artış göstermiştir. 2000'li yıllarda Rusya'nın yıllık elma ithalatı 200 bin ton iken, 2013 yılında 1.3 milyon

Çizelge 1. Başlıca elma üreticisi ülkeler (Milyon Ton)

Ülkeler	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2013
Çin	20.4	19.2	23.6	26.0	29.8	33.2	38.4	39.6
AB	8.1	10.7	11.6	10.2	11.5	9.7	10.1	10.9
ABD	4.6	3.8	4.7	4.5	4.3	4.2	4.1	4.0
Türkiye	2.4	2.2	2.1	2.0	2.5	2.6	2.8	3.1
Hindistan	1.0	1.1	1.5	1.8	2.0	1.7	2.2	1.9
Rusya	1.8	1.9	2.0	1.6	1.1	0.9	1.4	1.5

Kaynak: FAO veri tabanı



Şekil 1. Dünya elma üretim durumu

Çizelge 2. Dünya elma ticaretinde önemli ülkeler (Bin Ton)

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2013
İhracatçı ülkeler								
AB	2,678	2,818	2,732	3,047	3,113	3,503	3,777	3,682
Çin	297	438	774	804	1,153	1,122	975	994
ABD	662	596	491	638	712	790	870	890
Şili	414	548	738	725	766	842	761	833
Güney Afrika	207	256	305	267	358	305	388	482
İthalatçı ülkeler								
AB	2,720	2,802	3,073	3,115	3,074	2,815	2,928	3,013
Rusya	200	362	705	812	1,062	1,204	1,278	1,352
Meksika	184	171	154	204	188	221	235	274
ABD	163	170	207	156	165	191	183	198
Suudi Arabistan	111	126	127	142	156	176	187	189

Kaynak: FAO veri tabanı

tona ulaşmıştır. 2000-2013 yılları arasında Rusya'nın elma ithalatı 6 kattan fazla bir artış göstermiştir. Diğer önemli elma ithalatçısı ülkeler ise sırasıyla Meksika, ABD ve Suudi Arabistan'dır (Çizelge 2).

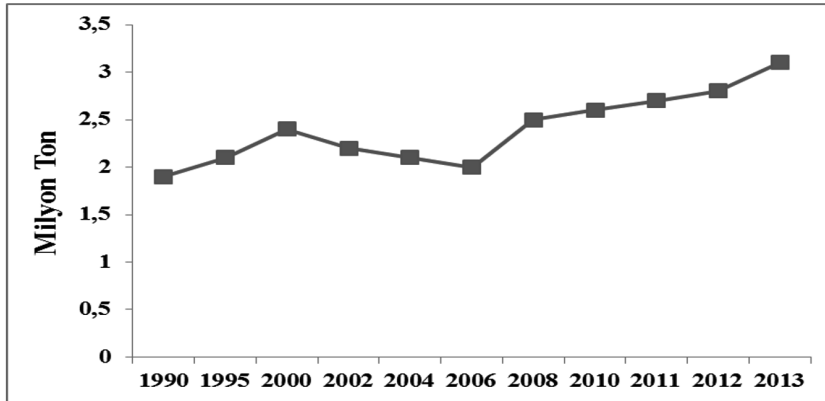
Türkiye'de Elma Üretimi ve Dış Ticaretinin Mevcut Durumu

Elmanın ana vatanı, Anadolu'yu da içine alan Güney Kafkaslardır. Kuzey Anadolu, Karadeniz kıyı bölgesi ile İç Anadolu ve Doğu Anadolu yaylaları arasındaki geçit bölgeleri elmanın önemli yetiştiricilik alanlarını kapsamaktadır (Anonim, 2003). Türkiye uygun iklim koşulları nedeniyle dünya elma üretiminde önemli paya sahip ülkelerden biridir. Elma yetiştiriciliği ülkenin hemen hemen her bölgesinde yapılmaktadır. Türkiye'de elma üretimi özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Ülkenin değişik yörelerinde çok sayıda üretici, işletme arazisinin bir kısmını elma üretimine tahsis etmektedir. Elma fidanı üretimi ise, kamu ve özel sektör tarafından yapılmaktadır (Çevik ve ark., 2015).

Türkiye elma üretiminin son 20 yıllık dönemi

incelediğinde, elma üretim miktarında önemli dalgalanma görülmekle beraber genel olarak bir artış söz konusudur. 1990-2000 yılları arasında Türkiye'nin elma üretimi miktarında sürekli bir artış görülürken, 2000 yılından itibaren ise elma üretiminde önemli düşüşler yaşanmıştır. 2001-2006 yılları arasında elma üretimi 2.4 milyon tondan 2 milyon tona gerilemiştir. İzleyen yıllarda ise elma üretimi tekrar artmıştır (Şekil 2). Son yıllarda Türkiye'de elma üretim miktarı giderek artış göstermiştir. 2013 verilerine göre elma üretim alanı 173,000 ha, üretim miktarı ise 3.1 milyon tondur. Hektardan elde edilen verim ise 18.1 ton/ha olup, dünya ortalamasının (15.5 ton/ha) üzerinde bulunmaktadır. Tarımsal alt yapının gelişmesi, sertifikalı fidan üretiminin çoğalması ve ticari anlamda ihracat için üretimin yapılması elma üretiminin artmasında etkili olmuştur (Anonim, 2013).

Elma yetiştiriciliği Türkiye'nin tümünde mümkün olmakla birlikte, elma üretiminin daha çok Akdeniz, Orta Anadolu, Batı Anadolu ve Ege Bölgelerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Türkiye'de



Şekil 2. Yıllar İtibariyle Türkiye'de Elma Üretimi

elma üretiminin % 76'sı on ilde gerçekleştirilmektedir. Isparta ili elma üretiminde ilk sırada yer almaktadır. Isparta'yı sırasıyla Karaman, Antalya, Denizli, Niğde, Çanakkale, Mersin, Kayseri, Kahramanmaraş ve Konya izlemektedir (Aras, 2015).

İnsan sağlığı için çok faydalı olan elma, genellikle meyve olarak tüketilmekle birlikte sirke, şarap ve meyve suyu olarak da tüketilmektedir. Ayrıca yemeklerde ve tatlılarda da sıkça kullanılmaktadır (Yıkar, 2003). Türkiye'de üretilen elmanın büyük bir bölümü taze olarak tüketilmektedir. Türkiye'de 2000 yılında 2 milyon ton taze elma tüketilirken, 2013 yılında ise bu miktar 2.6 milyon tona ulaşmıştır. Türkiye'de 300 bin tondan fazla elma meyve suyuna işlenmekte olup, elmanın toplamdaki payı % 45-50 civarındadır (Anonim, 2011).

Türkiye'de elma üretimi miktar itibarıyla önemli olmasına karşın, ihracatın üretime oranı düşük kalmaktadır. 1990-2000 yılları arasında Türkiye'nin elma ihracatında büyük bir dalgalanma olduğu görülmektedir. 2000 yılından itibaren de elma ihracatı yükselişe geçmiştir. Elma ihracatı en yüksek seviyesine 48.8 milyon dolar ile 2013 yılında ulaşmıştır. 2014 yılında ise elma ihracatı 41 milyon dolara gerilemiştir (Şekil 3). Son 10 yıllık dönemde Türkiye'nin elma ihracatında önemli artışlar kaydedilmesine rağmen, ihraç edilen elmaların uluslararası piyasalarda talep edilen standartlarda olmaması ve üretimden tüketime kadar geçen sürede miktar ve kalite kayıplarının yüksek olması nedeniyle elma ihracatı istenilen seviyeye ulaşamamıştır (Oğuz ve Karaçayır, 2009; Sayılı ve Civelek, 2012).

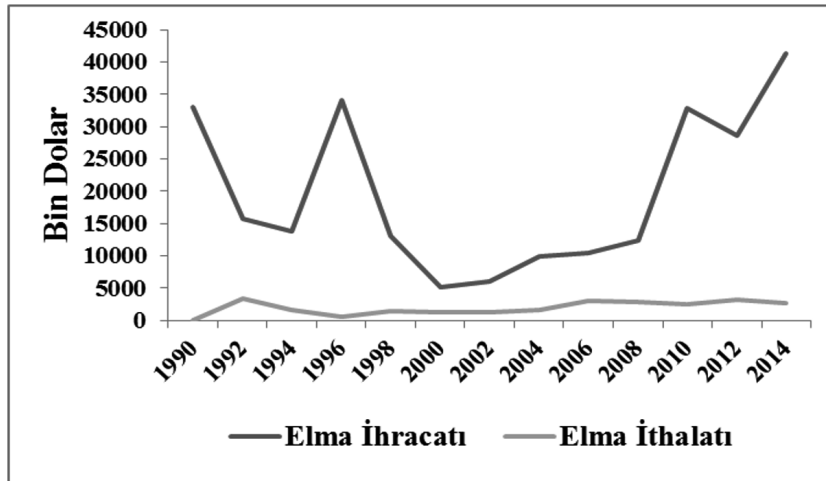
Türkiye'nin elma ihraç ettiği pazarlar incelendiğinde Orta Doğu ülkelerinin önemli bir pazarı oluşturduğu görülmektedir. Türkiye taze elma ihracatının % 89'unu Orta Doğu ve Arap ülkelerine yapmaktadır. Bununla birlikte Rusya ve Ukrayna Türkiye'nin önemli pazarlarını oluşturmaktadır. Dünya toplam ithalatının 1/3'ünün yapıldığı AB ülkelerine yapılan ihracat yok denecek kadar azdır

(Aras, 2015).

Türkiye'nin Elma İhracatındaki Rekabet Gücü

Türkiye'nin elma ürününe ilişkin rekabet gücü indeks değerleri Çizelge 3'de sunulmaktadır. Araştırma bulgularına göre, Balassa'nın AKÜ indeks değerleri 1990-1998 yılları arasında (1995 hariç) 1'in üzerinde seyretmiştir. Ancak 1999-2014 yılları arasında indeks değeri 1'in altında seyretmiştir. Türkiye'nin elma ürününe ait rekabet gücü indeks değerleri detaylı incelendiğinde 1990'lı yılların başlarında Türkiye'nin elma ticaretinde güçlü bir rekabet gücüne sahip olduğu görülmektedir. Ancak izleyen yıllarda AKÜ indeks değeri sürekli gerilemiş ve 1998 yılında indeks değeri 1.01 değerini almıştır. Bu yıldan itibaren Türkiye'nin elma ihracatına ait rekabet gücü indeks değeri 1'in altında seyretmiştir. Araştırmada Türkiye'nin elma ihracatı için hesaplanan Vollrath'ın indeks değerleri de Balassa'nın indeks değerlerine benzerlik arz etmektedir. Vollrath'ın RXA, RTA indeks değerleri 1990-1998 yılları arasında (1995 hariç) 1'in üzerinde seyretmiştir.

Yıllar itibarıyla Türkiye'nin elma ihracat trendi incelendiğinde istikrarlı bir seyir izlediği söylenemez. Özellikle 2000'li yıllardan itibaren elma üretimindeki düşüşe bağlı olarak ihracatta da bir azalma meydana gelmiştir. Ayrıca, yaşanan iç ve dış ekonomik krizler de Türkiye'nin elma ihracatını olumsuz yönde etkilemiştir. Örneğin 1998 yılında Türkiye'nin önemli ticaret ortaklarından biri olan Rusya'da ekonomik krizin patlak vermesi ile birlikte Türkiye'nin Rusya'ya olan elma ihracatı önemli düzeyde gerilemiştir. Günümüzde Türkiye önemli düzeyde meyve ve sebze ihraç eden ülkeler arasında yer almaktadır. Bununla birlikte son yıllarda Türkiye'nin katma değeri yüksek sermaye yoğun ürün gruplarındaki rekabet gücünün giderek arttığı, buna karşın katma değeri nispeten düşük hammadde ve emek yoğun ürün gruplarındaki rekabet gücünün zamanla azaldığı yapılan



Şekil 3. Türkiye'nin yaş elma ihracat ve ithalatı

Çizelge 3. Elma ürününe ait rekabet gücü indeks değerleri

Yıllar	AKÜ	RXA	RTA	RC
1990	4.50	4.56	4.56	10.48
1991	3.74	3.78	3.78	7.93
1992	1.63	1.63	1.44	2.15
1993	2.07	2.08	1.91	2.53
1994	1.33	1.33	1.21	2.40
1995	0.96	0.96	0.94	4.33
1996	2.44	2.46	2.44	4.93
1997	2.06	2.07	2.04	3.99
1998	1.01	1.01	0.95	2.75
1999	0.44	0.44	0.35	1.57
2000	0.53	0.53	0.47	2.18
2001	0.61	0.61	0.57	2.96
2002	0.38	0.38	0.32	1.98
2003	0.47	0.47	0.43	2.45
2004	0.38	0.37	0.34	2.36
2005	0.43	0.43	0.37	1.89
2006	0.33	0.33	0.27	1.75
2007	0.13	0.12	0.06	0.69
2008	0.23	0.23	0.20	1.89
2009	0.49	0.49	0.42	1.99
2010	0.67	0.67	0.63	2.96
2011	0.69	0.68	0.62	2.44
2012	0.47	0.47	0.44	2.65
2013	0.74	0.74	0.72	3.69
2014	0.48	0.48	0.45	2.85

Kaynak: Yazar tarafından hesaplanmıştır

araştırmalarla tespit edilmiştir. Dolayısıyla Türkiye'nin tarım ürünleri ihracatındaki rekabet gücünün de son yıllarda önemli düzeyde azaldığı görülmektedir (Erkan, 2012; Erkan ve ark., 2015).

Türkiye elma üretimi bakımından önemli bir potansiyele sahip olmasına rağmen, iç pazarda elmanın çok tüketilmesi ve ihracat konusunda elma üreticilerinin yeterli bilgiye sahip olamamaları nedeniyle dünya elma ticaretinden yeterli pay alamamaktadır. Ayrıca sektördeki paydaşlar arasında görülen iletişim ve koordinasyon eksikliği de elma üretimi ve ihracatını olumsuz yönde etkilemektedir (Çevik ve ark., 2015). Bununla birlikte son 10 yılda Türkiye'nin elma üretim ve ihracat performansında önemli düzeyde bir iyileşme göze çarpmaktadır. Üretimdeki artışa bağlı olarak elma ihracatı da sürekli artmaktadır. Türkiye'nin küresel piyasadaki rekabet gücünün artırılması için katma değeri yüksek ve uluslararası standartlara uygun ürünlerin ihracattaki payının artırılması önem arz etmektedir.

SONUÇ

Meyvecilik sektörü tarıma dayalı sanayiye hammadde temin etmesi, ülkeye döviz girdisi sağlama ve istihdama sağladığı katkılarından dolayı Türkiye'de önemli bir tarımsal faaliyet kollarından birini oluşturmaktadır (Oğuz ve Karaçayır, 2009; Niyaz ve Demirbaş, 2011; Sayılı ve Civelek, 2012). Meyvecilik kapsamında üretimi yapılan elma, dünyada ve Türkiye'de en fazla üretimi yapılan meyveler içerisinde yer almakta olup, Türkiye tarımı

ve ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Türkiye'nin sahip olduğu tarımsal kaynakları incelendiğinde elma üretimi açısından yeterli potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Ancak, dünyada önemli meyve ihracatçıları arasında yer alabilmek için üretim tek başına yeterli olamamaktadır. Üretim kadar ihracat değerinin de yüksek olması gerekmektedir. Üretim açısından potansiyeli yüksek olarak değerlendirilen Türkiye'nin bu potansiyelini elma ihracatına pek de yansıtmadığı görülmektedir (Niyaz ve Demirbaş, 2011; Aras, 2015).

Bu çalışmada Türkiye'nin 1990-2014 yılları arasında elma ihracatındaki rekabet gücü Balassa ve Vollrath indeksleri yardımıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda Türkiye'nin 1990'lı yıllarda elma ihracatında rekabet gücüne sahip olduğu, ancak bu avantajını zamanla kaybettiği tespit edilmiştir. Daha önce yapılan benzer araştırmalarda da Türkiye'nin meyve ve sebze ürünleri piyahasındaki rekabet avantajını yavaş yavaş kaybettiği görülmektedir. Bugün Türkiye'nin elma dış ticaretine bakıldığında ihracatın ithalattan yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla sektörü ileriye taşıyacak adımlar, ekonomi için ayrı bir önem taşımaktadır. Türkiye sahip olduğu üretim kabiliyeti ve bulunduğu coğrafi konumu itibarıyla büyük pazar konumundaki ülkelere yakın olması bu ülkelere yönelik elma ihracatında önemli bir avantaj elde edilmesine olanak sağlamaktadır. Türkiye'nin dünya elma piyasasında rekabet gücünün artırılması için üretimde verimlilik, kalite ve teknolojiye önem verilmelidir.

KAYNAKLAR

- Akgüngör S, Funda Barbaros R, Kumral N (2002) Competitiveness of the Turkish Fruit and Vegetable Processing Industry in the European Union Market. *Russian & East European Finance and Trade* 38 (3): 34-53.
- Akhtar W, Akmal N, Shah H, Niazi MA, Tahir A (2013) Export Competitiveness of Pakistani Horticultural Products. *Pakistan J. Agric. Res.* 26 (2): 87-96.
- Altay B, Gürpınar K (2008) Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi* 10 (1): 257-274.
- Anonim (2003) Elma Raporu. TZOB, Ankara.
- Anonim (2011) Meyve Suyu Sektör Raporu. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı.
- Anonim (2013) Türkiye Tarım Sektörü Raporu, http://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2014/turkiye_tarim_meclisi_sektor_raporu_2013_int.pdf, (Erişim Tarihi: 10.01.2016).
- Aras İ (2015) Elma Sektörü Raporu-Karaman, Mevlana Kalkınma Ajansı, Konya.
- Arısoy H, Bayramoğlu Z, Celik Y, Özer OO (2014) Regional Concentration of Turkish Dried Fruits Exports . *Turkish, Journal of Agricultural and Natural Sciences* 1 (2): 269-280.
- Bashimov G (2015) Revealed Comparative Advantage of Turkish Cotton Sector. *International Research Journal of Social Sciences* 4 (7): 16-18.
- Bayramoğlu Z, Çelik Y, Oğuz C (2009) Konya İlinde Elma Üretimine Mevcut Durumu ve Gelişme Olanakları. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi* 2 (1): 11-15.
- Çevik O, Bay M, Mortaş M, Öz M, Erdemir NK (2015) Rekabet, Finansman ve Pazarlama Perspektifinden Karaman'da Elmacılık Sektörünün Durumu. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 17 (29): 110-126.
- Çoban O, Peker AE, Kubar Y (2010) Türk Tarımının Avrupa Birliği Ülkeleri Karşısındaki Sektörel Rekabet Gücü. *S.Ü. İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 20: 247-266.
- Erkan B (2012) Türkiye'nin Geleneksel İhraç Tarım Ürünlerinde Uzmanlaşma Düzeyi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi* 4 (1): 75-83.
- Erkan B, Arpacı BB, Yaralı F, Güvenç İ (2015) Türkiye'nin Sebze İhracatında Karşılaştırmalı Üstünlükleri. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi* 18 (4): 70-76.
- Fidan H (2009) Comparison of Citrus Sector Competitiveness between Turkey and EU-15 Member Countries. *Hortscience* 44 (1): 89-93.
- Havrila I, Gunawardana P (2003) Analysing Comparative Advantage and Competitiveness: An Application to Australia's Textile and Clothing Industries. *Australian Economic Papers* 42(1): 103-117.
- Kader A (2001) Importance of Fruits, Nuts, and Vegetables in Human Nutrition and Health. *Perishables Handling Quarterly* 106: 4-6.
- Kılıç A (2013) Türkiye'de Pamuğun Uluslararası Rekabet Analizi ve Rekabet Koşullarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Koç D (2005) Yaş Meyve ve Sebze Sektörü Ticaretini Etkileyen Gelişmeler ve Türkiye'nin Rekabet Üstünlüğü Analizi, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara.
- Laursen K (1998) Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialization, Danish Research Unit for Industrial Dynamics. DRUID Working Paper No: 98-30.
- Niyaz ÖC, Demirbaş N (2011) Türkiye Yaş Meyve Üretim ve İhracatının Son On Yıllık Döneminin Değerlendirilmesi. *Tarım Ekonomisi Dergisi* 17 (1): 37-45.
- Oğuz C, Karacayır HF (2009) Türkiye'de Elma Üretimi, Tüketimi, Pazar Yapısı ve Dış Ticareti. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi* 2 (1): 41-49.
- Sayılı M, Civelek O (2012) Tokat İli Merkez İlçede Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Halinin Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, Ankara.*
- Sezgin AC (2014) Meyve, Sebze ve Sağlığımız. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 2 (2): 46-51.
- Suntharalingam C, Ahmad TMAT, Ali AK, Rusli R, Halim NA (2011) Competitiveness of Malaysia's Fruits in the Global Agricultural and Selected Export Markets: Analyses of Revealed Comparative Advantage (RCA) and Comparative Export Performance (CEP). *Economic and Technology Management Review* 6: 1-17.
- Şahinli MA (2011) Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi: Türkiye Pamuk Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 21: 227-240.
- Vlachos I (2001) Comparative advantage and uncertainty in the international trade of Mediterranean agricultural products: an empirical analysis. *Medit* 12(4): 42-49.
- Vollrath TL (1991) A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv* 127: 265-279.
- Utkulu U, İmer H (2008) Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Avrupa Birliği Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü Karşısındaki Rekabet Gücünün Alt Sektörler Düzeyinde Ölçülmesi. *Rekabet Dergisi Sayı: 36: 3-43.*
- Yıkar E (2003) Elma. T.E.A.E. Bakış 4 (7) Ankara.

Sorumlu Yazar

Güçgeldi BASHIMOV
guyc55@gmail.com

Niğde Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü, NİĞDE

Geliş Tarihi : 03.03.2016
Kabul Tarihi : 02.12.2016