

-ARAŞTIRMA MAKALESİ-

**TÜRKİYE’NİN NARENCİYE SEKTÖRÜNDE KARŞILAŞTIRMALI  
REKABET GÜCÜ<sup>1</sup>**

Serdar ÖZÖZEN<sup>2</sup>

**Öz**

*Narenciye, portakal, limon, mandalina, greyfurt gibi ekonomik değeri yüksek meyve türlerini içine alan ürün grubudur. Bu ürün grubu aynı zamanda, turunçgiller olarak da isimlendirilmektedir. Narenciye ürünleri çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Bu ürünler, portakal, mandalina, limon ve greyfurt, taze olarak tüketildiği gibi, taze meyve suları haline getirilerek de tüketilmektedir. Gıda endüstrisi, çeşitli gıda ürünlerine tat, aroma ve katkı maddesi olarak narenciye ürünlerini kullanmaktadır. Narenciye esansiyel yağları parfümlerde, sabunlarda ve diğer kozmetik ürünlerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Sağlık alanında C vitamini bakımından zengin oldukları için narenciye ürünleri, takviye ürünleri ve sağlık ürünlerinde kullanılmaktadır. Çok yönlü kullanım alanları, Türkiye'nin ekonomisi ve çeşitli endüstriler için narenciye ürünlerini değerli kılmaktadır. Narenciye, dünyada en fazla üretilen, tüketilen ve ekonomik değer açısından uluslararası meyve ticaretinde birinci sırada yer alan meyve grubudur. Türkiye narenciye ürünlerinin üretimi ve ihracatında dünyada sayılı ülkeler arasında bulunmaktadır. Dünyada en önemli narenciye ihracatı yapan ülkeler arasında Türkiye ilk 5'de yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin narenciye sektöründe rekabet gücünü karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Çalışma 2000-2020 dönemini kapsamaktadır. Sektörün rekabet gücünü belirlemek için Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) endeksi hesaplanmıştır. Çalışmada narenciye sektörü SITC 05711 Portakal, SITC 05712 Mandalina, SITC 05721 Limon ve SITC 05722 Greyfurt olmak üzere 4 alt ürün grubunu kapsamaktadır. Endeks sonuçlarına göre, Türkiye'nin narenciye sektöründe güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçları narenciye ihracatında Türkiye'nin başlıca rakiplerinin İspanya ve Güney Afrika olduğunu göstermiştir. Türkiye'nin Mandalina (SITC 05712), Limon (SITC 05721) ve Greyfurt (SITC 05722) alt ürün gruplarında güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmüştür. Portakal alt ürün grubunda (SITC 05711) ise Türkiye'nin orta seviyede karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Narenciye Sektörü, Turunçgiller, Rekabet Gücü.

**JEL Kodları:** F10, F14.

**Başvuru:** 18.08.2023

**Kabul:** 09.10.2023

<sup>1</sup> Bu çalışma 5-6 Temmuz 2023 tarihleri arasında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Konferansında sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

<sup>2</sup> Dr, Bilimsel Araştırmacı, Bursa, Türkiye, serdarozen1905@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-5089-6069>.

## TURKEY'S COMPARATIVE COMPETITIVENESS IN THE CITRUS SECTOR<sup>3</sup>

### **Abstract**

*Citrus is a product group that includes fruit types with high economic value such as oranges, lemons, mandarins and grapefruits. This product group is also called citrus fruits. Citrus fruit products are used in various fields. These products are consumed fresh as oranges, mandarins, lemons, and grapefruits or processed into fresh fruit juices. The food industry utilizes citrus fruits in the production of flavors, extracts, and additives for various food products. Citrus essential oils are prevalent in perfumes, soaps, and other cosmetic products. Furthermore, the medicinal and health sectors benefit from citrus fruits due to their high vitamin C content, which is commonly used in dietary supplements and health products. The multiple utilization of citrus fruit makes it valuable for both Turkey's economy and various industries. Citrus is the most produced and consumed fruit group in the world, and ranks first in international fruit trade in terms of economic value. Turkey is one of the world's leading countries in citrus production and exports. Turkey ranks in the top 5 among the most important citrus exporting countries in the world. The aim of this study is to analyze Turkey's competitiveness in the citrus sector comparatively. The study covers the period 2000-2020. Balassa's Revealed Comparative Advantage (RCA) index has been calculated to determine the competitiveness of the sector. In the study, citrus sector covers 4 sub-product groups as SITC 05711 Orange, SITC 05712 Mandarin, SITC 05721 Lemon and SITC 05722 Grapefruit. According to the index results, It has been observed that Turkey has a strong comparative advantage in the citrus sector. The results of the analysis show that Turkey's main competitors in citrus exports are Spain and South Africa. It has been observed that Turkey has a strong comparative advantage in Mandarin (SITC 05712), Lemon (SITC 05721) and Grapefruit (SITC 05722) sub-product groups. It has been found that Turkey has a moderate comparative advantage in Orange sub-product group (SITC 05711).*

**Keywords:** *Citrus Sector, Citrus Fruits, Competitiveness.*

**JEL Codes:** *F10, F14.*

“Bu çalışma Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olarak hazırlanmıştır.”

### **1. GİRİŞ**

Türkiye, narenciye ürünlerinin üretim ve dış ticaretinde dünyada önemli bir konuma sahiptir. Yaş sebze ve meyve üretimi içinde yer alan narenciye ürünlerinin yaklaşık %37'si ihraç edilerek ekonomiye önemli döviz katkısı sağlanmaktadır (Ulusal Turunç Konseyi, 2016:5, Nazilli Ticaret Odası 2020:6).

<sup>3</sup> The Extended English Summary is located the end of the Article

2020 yılı itibariyle en çok üretimi gerçekleştiren narenciye ürünleri sırasıyla mandalina, portakal, limon ve greyfurt olmuştur. Türkiye’de 2020 yılında yaklaşık 4,3 milyon ton narenciye üretilmiş olup, bu üretimin tamamına yakını Ege ve Akdeniz Bölgelerinde gerçekleşmiştir. Narenciye üretiminin yoğun olarak yapıldığı iller Muğla, Adana, Mersin, Hatay ve Osmaniye’dir. Türkiye’nin narenciye üretimi içinde mandalina üretiminin %84’ü, portakal üretiminin %85’i, limon üretiminin %93’ü, greyfurt üretiminin %96’sı Akdeniz Bölgesi’nde gerçekleştirilmiştir (TEPGE,2021:7).

Bu çalışma, Türkiye narenciye sektörünün rekabet gücünü 2000-2020 dönemi için dört alt ürün grubu bazında incelemeyi ve sektörün rekabet gücünü ayrıntılı bir şekilde ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda rekabet gücünü ölçmek için Balassa (1965)’nin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) endeksi kullanılmıştır. Endeks hesaplamalarından elde edilen bulgular ayrıntılı bir şekilde yorumlanmıştır.

Bu çalışmanın diğer çalışmalardan farkı, narenciye sektöründe yer alan dört alt ürün grubunda Türkiye’nin rekabet gücünü ortaya koyarken, sektör ihracatında öne çıkan ülkeler ile karşılaştırmalı bir şekilde rekabet gücünü ortaya koymasındır.

Çalışmada önce Türkiye narenciye sektörünün mevcut durumu üretim, tüketim, ihracat ve ithalat bağlamında analiz edilecek, dünya narenciye sektörü ana ürün ve alt ürün gruplarında öne çıkan ihracatçı ülkeler ve Türkiye’nin konumu dış ticaret açısından incelenecektir. Konuya ilişkin literatür taramasına yer verildikten sonra çalışmanın yöntemi ele alınacak ve elde edilen ampirik bulgular analiz edilecektir. Çalışmanın sonuç kısmında ise, sektörün rekabet gücünün hem sürdürülebilmesi hem de artırılmasına yönelik önerilere yer verilecektir.

### 1.1. Türkiye Narenciye Sektöründe Üretim ve Tüketim

2020 yılında Türkiye’nin narenciye sektöründe en fazla üretilen narenciye türü mandalina olmuştur. Narenciye üretiminin %36’sını mandalina, %31’ini portakal, %27’sini limon ve %5’ini ise greyfurt oluşturmuştur (Tablo 1).

**Tablo 1. Narenciye Ürünleri Üretimi ve Tüketimi (Bin Ton)**

Yıl	2019			2020		
	Üretim (Bin Ton)	Tüketim (Bin Ton)	Kişi Başına Tüketim (Kg)	Üretim (Bin Ton)	Tüketim (Bin Ton)	Kişi Başına Tüketim (Kg)
Portakal	1.700	1.025	12,3	1.334	823	9,8
Mandalina	1.400	547	6,6	1.586	643	7,7
Limon	950	478	5,7	1.189	488	5,8
Greyfurt	249	53	0,6	238	65	0,8
Narenciye Toplam	4.299	2.103	25,2	4.346	2.018	24,1

**Kaynak:** TÜİK veri tabanından derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

2020 yılı Türkiye narenciye tüketiminin ise %41'i portakal, %32'si mandalina, %24'ü limon ve %3'ü greyfurt türlerine aittir. Narenciye türleri içinde en fazla tüketilen ürün portakal olmuştur. Kişi başına narenciye tüketimi 24,1 kg, portakal tüketimi 9,8 kg, mandalina tüketimi 7,7 kg, limon tüketimi 5,8 kg ve greyfurt tüketimi 0,8 kg olarak gerçekleştirmiştir (Tablo 1).

## 1.2. Türkiye Narenciye Sektöründe İhracat ve İthalat

Türkiye'de 2020 yılında 940,8 milyon dolar narenciye ihracatı gerçekleşmiştir. Bu ihracatın %47'si mandalinaya, %29'u limona, %14'ü portakala ve %10'ü greyfurta aittir. 2019 ile 2020 yılları karşılaştırıldığında, hem narenciye toplam ihracatında hem narenciye alt ürün grupları ihracatında artış olduğu görülmektedir. 2020 yılı itibariyle narenciye toplam ihracat tutarı 1 milyar dolar sınırına yaklaşmıştır (Tablo 2).

**Tablo 2. Türkiye'nin Narenciye İhracatı**

ÜLKELER/ÇEŞİTLER	2019	2020	2020 Payı
NARENCİYE	(Bin USD)	(Bin USD)	Değer (%)
Mandalina	344.580	444.104	47
Limon	243.787	271.850	29
Portakal	92.026	132.820	14
Greyfurt	71.479	92.046	10
Narenciye Toplamı	751.872	940.821	100,0

**Kaynak:** Uncomtrade veri tabanından derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye 2020 yılında 32,6 milyon dolar narenciye ithalatı gerçekleştirirken, ithalatta ilk sırayı %49'luk pay ile mandalinanın aldığı görülmektedir. Mandalinayı sırasıyla portakal (%44), limon (%5) ve greyfurt (%1) izlemektedir (Tablo 3).

**Tablo 3. Türkiye'nin Narenciye İthalatı**

ÜLKELER/ÇEŞİTLER	2019	2020	2020 Payı
NARENCİYE	(Bin USD)	(Bin USD)	Değer (%)
Mandalina	9.729	16.112	49
Portakal	10.870	14.396	44
Limon	1.645	1.716	5
Greyfurt	501	376	1
Narenciye Toplamı	22.745	32.599	100,0

**Kaynak:** Uncomtrade veri tabanından derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

**Tablo 4. Türkiye Narenciye (Limon, Mandarin, Portakal, Greyfurt) İhracatında Öne Çıkan İlk 5 Ülke**

	ÜLKELER/ÇEŞİTLER	2019	2020	2020 Payı
Sıralama	MANDALİNA	(Bin USD)	(Bin USD)	(%)
1	Rusya	187.912	251.071	57
2	Ukrayna	55.841	55.774	13
3	Irak	26.657	37.927	9
4	Sırbistan	7.952	13.992	3
5	Romanya	7.820	11.265	3
	Mandalina Toplam	344.580	444.104	100
	ÜLKELER/ÇEŞİTLER	2019	2020	2020 Payı
Sıralama	PORTAKAL	(Bin USD)	(Bin USD)	(%)
1	Rusya	38.596	64.837	49
2	Irak	19.022	21.094	16
3	Ukrayna	10.701	15.241	11
4	Romanya	3.400	3.671	3
5	Gürcistan	3.493	3.483	3
	Portakal Toplam	92.026	132.820	100
	ÜLKELER/ÇEŞİTLER	2019	2020	2020 Payı
Sıralama	LİMON	(Bin USD)	(Bin USD)	(%)
1	Rusya	65.064	76.832	28
2	Irak	29.447	46.916	17
3	Ukrayna	17.095	19.393	7
4	Romanya	17.988	18.005	7
5	Polonya	10.972	12.919	5
	Limon Toplam	243.787	271.850	100
	ÜLKELER/ÇEŞİTLER	2019	2020	2020 Payı
Sıralama	GREYFURT	(Bin USD)	(Bin USD)	(%)
1	Rusya	20.235	25.773	28
2	Polonya	8.098	11.755	13
3	Ukrayna	6.094	7.811	8
4	Romanya	6.764	6.880	7
5	Bulgaristan	4.866	5.506	6
	Greyfurt Toplam	71.479	92.046	100
	ÜLKELER/ÇEŞİTLER	2019	2020	2020 Payı
Sıralama	NARENCİYE	(Bin USD)	(Bin USD)	(%)
1	Rusya	311.807	418.513	44
2	Irak	76.133	107.744	11
3	Ukrayna	89.730	98.218	10
4	Romanya	35.971	39.820	4
5	Polonya	22.932	35.128	4
	Greyfurt Toplam	751.872	940.821	100

**Kaynak:** Uncomtrade veri tabanından derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

2020 yılı Türkiye narenciye ihracatında öne çıkan ülkeler incelendiğinde; mandalina ihracatında Rusya (%57), Ukrayna (%13) ve Irak (%9), portakal ihracatında Rusya (%49), Irak (%16) ve Ukrayna (%11), limon ihracatında Rusya (%28), Irak (%17) ve Ukrayna (%7), greyfurt ihracatında ise Rusya (%28), Polonya (%13) ve Ukrayna (%8)'nin öne çıkan ilk 3 ülke olduğu görülmektedir. Türkiye narenciye ihracatında öne çıkan ilk 3 ülke arasında sırasıyla Rusya (%44), Irak (%11) ve Ukrayna (%10) olmuştur (Tablo 4).

**Tablo 5. Türkiye'nin Narenciye (Limon, Mandarin, Portakal, Greyfurt) İthalatında Öne Çıkan Ülkeler**

ÜLKELER/ÇEŞİTLER	2020	2020 Payı
<b>PORTAKAL</b>		
	(Bin USD)	(%)
KKTC	11.602	81
Arjantin	1.932	13
Diğer	862	6
-	-	-
Portakal Toplam	14.396	100,0
<b>ÜLKELER/ÇEŞİTLER</b>		
<b>MANDALİNA</b>		
	(Bin USD)	(%)
KKTC	15.230	95
Rusya	198	1
Diğer	684	4
-	-	-
Mandalina Toplam	16.112	100,0
<b>ÜLKELER/ÇEŞİTLER</b>		
<b>LİMON</b>		
	(Bin USD)	(%)
KKTC	529	31
Brezilya	364	21
Arjantin	296	17
Diğer	526	31
Limon Toplam	1.716	100,0
<b>ÜLKELER/ÇEŞİTLER</b>		
<b>GREYFURT</b>		
	(Bin USD)	(%)
Çin	184	49
KKTC	91	24
Rusya	40	11
Diğer	61	16
Greyfurt Toplam	376	100,0

**Kaynak:** Uncomtrade veri tabanından derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

2020 yılında Türkiye'nin portakal ve mandalina ithalatında en önemli ithalatçı ülke KKTC olurken, limonda KKTC (%31), Brezilya (%21), Arjantin (%17), greyfurtta ise Çin (%49), KKTC (%24) ve Rusya (%11) olmuştur (Tablo 5).

2020 yılında Türkiye narenciye sektöründe 941 milyon dolar ihracat, 33 milyon dolar ithalat yapmıştır. Türkiye'nin narenciye sektöründeki net ihracat tutarı 908 milyon dolar olmuştur. Türkiye'nin narenciye sektöründe dış ticaret dengesine bakıldığında,

sektörün ülke ekonomisine döviz girdisi sağlayan net ihracatçı bir sektör olduğu görülmektedir (Tablo 6).

**Tablo 6. Türkiye'nin Narenciye (Limon, Mandarin, Portakal, Greyfurt) Sektörü Net İhracatı (Milyon USD)**

ÜLKELER/ÇEŞİTLER	2019	2019	2020	2020
NARENCİYE	Net İhracat	Net İhracat (%)	Net İhracat	Net İhracat (%)
Mandalina	335	46	428	47
Limon	242	33	270	30
Portakal	81	11	118	13
Greyfurt	71	10	92	10
Narenciye Toplam	729	100	908	100

**Kaynak:** Uncomtrade veri tabanından derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

## 1.2. Literatür

Literatür incelendiğinde Türkiye'nin narenciye sektöründe rekabet gücünü ölçmeye yönelik çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Bu çalışmalara Fidan (2009), Şahin (2016), Kadanalı (2019), Özdemir ve Kösekahyaoglu (2019), Aşık ve Ellibeş (2020) örnek olarak gösterilebilir.

Fidan (2009) 1990-2003 dönemi için Türkiye ve AB-15 üyesi ülkeler arasında narenciye sektörünün rekabet gücünü Karşılaştırmalı Üstünlükler endeksi yardımıyla analiz etmiştir. Analiz sonuçlarından Yunanistan, İspanya, İtalya ve Portekiz'in Türkiye'nin başlıca rakipleri olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, limon ve greyfurt ihracatında Türkiye'nin rekabet gücünün İspanya, İtalya, Yunanistan ve Portekiz'den daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Şahin (2016) çalışmasında 2000-2014 yılları arasında Türkiye ve BRIC (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin) ülkelerinin yaş meyve ve sebze sektörü dış ticaret yapısını ve rekabet gücünü analiz etmiştir. Çalışmada SITC Rev.3 dört haneli sınıflandırmaya göre, yaş meyve sektörü 0571 (Portakal ve Mandalina (taze/kurutulmuş)), 0572 (Greyfurt, pomelo, limon ve diğer turuncgiller), 0573 (Muz), 0574 (Elma), 0575 (Üzüm), 0576 (incir (taze / kurutulmuş)), 0577 (Çeşitli cevizler ve diğer kabuklu meyveler (taze/kurutulmuş)), 0579 (Kavun, karpuz, papaya, elma, armut, ayva ve diğer meyveler (taze)) kapsamında değerlendirilmiştir. Rekabet gücünün tespiti için Balassa'nın Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi kullanılmıştır. Hesaplanan Balassa endeksi sonucuna göre, Türkiye'nin yaş meyve ve sebze sektöründe rekabet gücünün yüksek olduğu sektörler arasında 0571 (Portakal ve Mandalina (taze/kurutulmuş)), 0572 (Greyfurt, pomelo, limon ve diğer turuncgiller) olduğu tespit edilmiştir.

Kadanalı (2019), 2001-2016 dönemi için Türkiye'nin küresel pazarda turuncgiller sektörünün rekabet gücünü Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Net ihracat endeksleri yardımıyla analiz etmiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, Türkiye'nin turuncgiller ürün grubunda güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit

edilmiştir. Net ihracat endeksi sonuçlarından ise Türkiye’nin turunçgiller sektöründe net ihracatçı bir yapıya sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Özdemir ve Kösekahyaoglu (2019) tarafından yapılan çalışmada, 2001-2016 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye’nin dört tarım ürününün (Portakal, Mandalina, Limon ve Yaş Kayısı) uzmanlaşma seviyesi ve rekabet gücü Karşılaştırmalı İhracat Performansı (CEP) endeksi yardımıyla analiz edilmiştir. Çalışmada, Türkiye’nin portakal ürününde Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere; mandalina ürününde İspanya, Çin, Brezilya, Hollanda; limon ürününde İspanya, Meksika, Arjantin, Hollanda; yaş kayısı ürününde ise Fransa, İtalya, İspanya ve Yunanistan karşısında ihracat performansı ortaya konulmuştur. CEP endeksi sonuçlarına göre, Türkiye’nin karşılaştırmalı ihracat performansının en yüksek ürünlerinin sırasıyla mandalina, portakal ve limon olduğu tespit edilmiştir. Türkiye’nin yaş kayısı ürününde karşılaştırmalı ihracat performansının zayıf olduğu belirlenmiştir.

Aşık ve Ellibeş (2020) çalışmalarında Türkiye, Yunanistan, İspanya, İtalya ve Portekiz arasında narenciye sektörünün rekabet gücünü 2009-2013 dönemi için Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler endeksi yardımıyla incelemişlerdir. Çalışmada Balassa’nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi ve Vollrath’ın rekabet gücü endeksleri kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda narenciye sektöründe Türkiye ve İspanya’nın karşılaştırmalı bir üstünlüğe sahip olduğu, Yunanistan, İtalya ve Portekiz’in karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada seçilmiş ülkeler arasında Türkiye’nin İspanya’dan sonra AB pazarında narenciye sektöründe önemli bir yere sahip olduğu belirtilmiştir.

## 2. YÖNTEM

2000-2020 dönemi için narenciye sektöründe Türkiye ve rakip ülkelerin rekabet gücünü karşılaştırmalı olarak ortaya koyan bu çalışmada sektöre ait dış ticaret verileri UNCOMTRADE veri tabanından SITC Rev. 3 özelinde beş haneli olarak derlenmiştir. Narenciye sektörü alt ürün grupları şunlardır: SITC 05711 Portakal, SITC 05712 Mandalina, SITC 05721 Limon, SITC 05722 Greycfurt.

Çalışmada rekabet gücü Balassa’nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler endeksi yardımıyla belirlenmiştir. Balassa’nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (Revealed Comparative Advantage - RCA) endeksi şu şekilde formüle edilmektedir:

$$RCA=(X_{ij}/X_{it})/(X_{wj}/X_{wt})$$

Formülde, RCA i ülkesinin j malı için Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler endeksini,  $X_{ij}$ ; i ülkesinin j malı ihracatını,  $X_{it}$ ; i ülkesinin toplam ihracatını,  $X_{wj}$ ; j malının dünya toplam ihracatını ve  $X_{wt}$  ise, toplam dünya ihracatını ifade etmektedir. RCA indeksi, örneğin Türkiye’nin narenciye ihracatının, Türkiye’nin toplam ihracatına, dünya narenciye ihracatının, dünyanın toplam ihracatına bölünmesi ile



hesaplanır.  $RCA > 1$  olması, ilgili ülkenin ilgili malda karşılaştırmalı üstünlüğe,  $RCA < 1$  olması ise, karşılaştırmalı dezavantaja sahip olduğunu göstermektedir.

Bunun yanında RCA endeksini daha ayrıntılı olarak yorumlayabilmek amacıyla Balassa'nın RCA endeksi 4 şekilde sınıflandırılabilir. Bunlar;

$0 < RCA \leq 1$  Rekabet Gücü Dezavantajı

$1 \leq RCA < 2$  Rekabet Gücü Zayıf

$2 \leq RCA < 4$  Rekabet Gücü Orta Seviye

$4 \leq RCA$  Rekabet Gücü Güçlü Yüksek (Hinloopen ve Marrewijk, 2001:18).

Buna göre, RCA hesaplamaları sonucu elde edilen analiz bulguları 4 farklı sınıflandırma kategorisine göre ayrıntılı bir şekilde yorumlanmıştır.

### 3. BULGULAR

Çalışmada, narenciye sektörü SITC 05711 Portakal, SITC 05712 Mandalina, SITC 05721 Limon, SITC 05722 Greyfurt alt ürün grupları bağlamında yorumlanmıştır. Çalışmada her bir alt ürün grubunda Türkiye'nin rakibi ülkeler tespit edilmiş, Türkiye ve rakibi ülkelerin karşılaştırmalı rekabet gücü analiz edilmiştir. Türkiye'nin narenciye sektörü ihracatında rakibi ülkeler seçilirken 2020 yılı dünya narenciye ürünleri ihracatında ilk 5'e giren ülkeler dikkate alınmıştır.

**Tablo 7. Dünya Narenciye İhracatında Öne Çıkan Ülkeler (Milyon USD)**

Dünya İhracatındaki Sırası	Ülkeler	2017	2018	2019	2020	2020 (%)
1	İspanya	3.656	3.704	3.567	4.171	25,96
2	Güney Afrika	1.392	1.527	1.362	1.709	10,63
3	Çin	1.070	1.261	1.270	1.578	9,82
4	Hollanda	789	866	791	979	6,09
5	Türkiye	853	890	752	941	5,85
	Dünya	13.688	14.744	13.829	16.070	100,00

**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur

Dünya narenciye ihracatında ilk sırada %25,96'lık pay ile İspanya (4,2 milyar dolar) yer almaktadır. İspanya'yı sırasıyla Güney Afrika (%10,63), Çin (%9,82), Hollanda (%6,09) ve Türkiye (%5,85) takip etmektedir. Dünya narenciye ihracatında Türkiye'nin de yer aldığı ilk beş ülkenin dünya toplam narenciye ihracatı içindeki payı %58,35 olmuştur (Tablo 7).

Narenciye sektörü için hesaplanan RCA değerlerine göre, İspanya, Türkiye ve Güney Afrika'nın narenciye sektöründe güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir ( $4 < RCA$ ). İncelenen tüm dönem boyunca Hollanda'nın karşılaştırmalı üstünlüğü zayıftır ( $1 <$

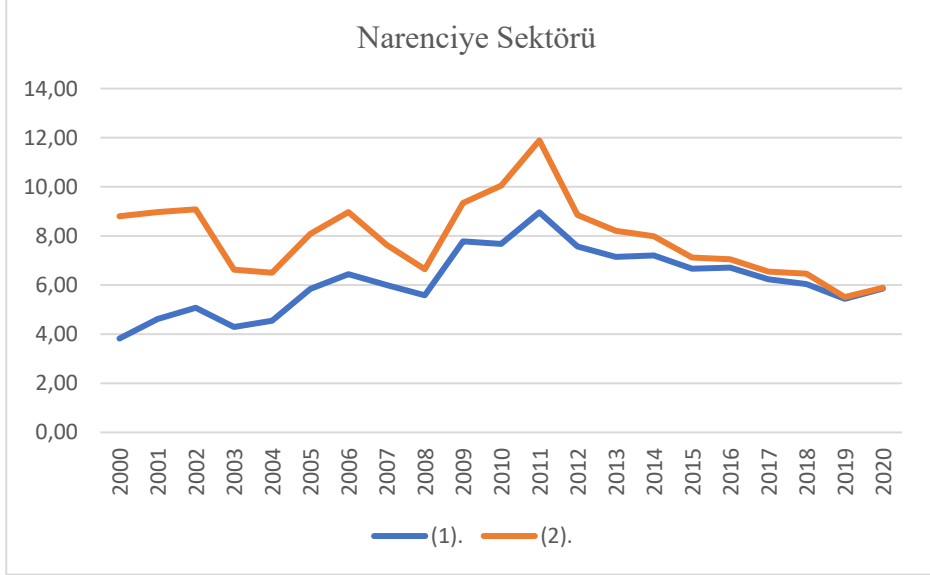
RCA<2). Çin'in ise karşılaştırmalı üstünlük açısından dezavantaja sahiptir (RCA< 1) (Tablo 8).

**Tablo 8. Narenciye İhracatçısı Ülkelerin RCA Değerleri**

Yıllar	İspanya	Türkiye	Çin	G. Afrika	Hollanda
2000	21,92	8,80	0,26	11,06	1,31
2001	20,03	8,97	0,18	10,27	1,30
2002	22,08	9,09	0,21	11,51	1,14
2003	20,39	6,63	0,20	12,78	1,38
2004	21,65	6,50	0,23	15,39	1,45
2005	20,29	8,08	0,26	15,03	1,58
2006	21,45	8,97	0,27	15,69	1,54
2007	21,09	7,64	0,33	15,05	1,90
2008	19,46	6,64	0,46	13,63	1,72
2009	18,71	9,34	0,60	14,16	1,51
2010	18,24	10,04	0,52	14,70	1,68
2011	17,97	11,89	0,58	13,24	1,56
2012	18,63	8,85	0,71	13,71	1,77
2013	17,92	8,21	0,74	14,51	1,70
2014	17,50	7,99	0,71	16,68	1,78
2015	17,08	7,12	0,71	17,53	1,72
2016	14,66	7,05	0,73	18,05	1,96
2017	14,81	6,55	0,60	19,91	1,89
2018	13,76	6,46	0,65	20,95	1,89
2019	14,02	5,51	0,67	20,20	1,82
2020	14,19	5,89	0,65	21,29	1,89

**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından hesaplanmıştır.

**Grafik 1. Türkiye Narenciye Sektörünün RCA Değerlerinin ve Küresel Narenciye Sektörü İçindeki Payının Yıllara Göre Seyri**

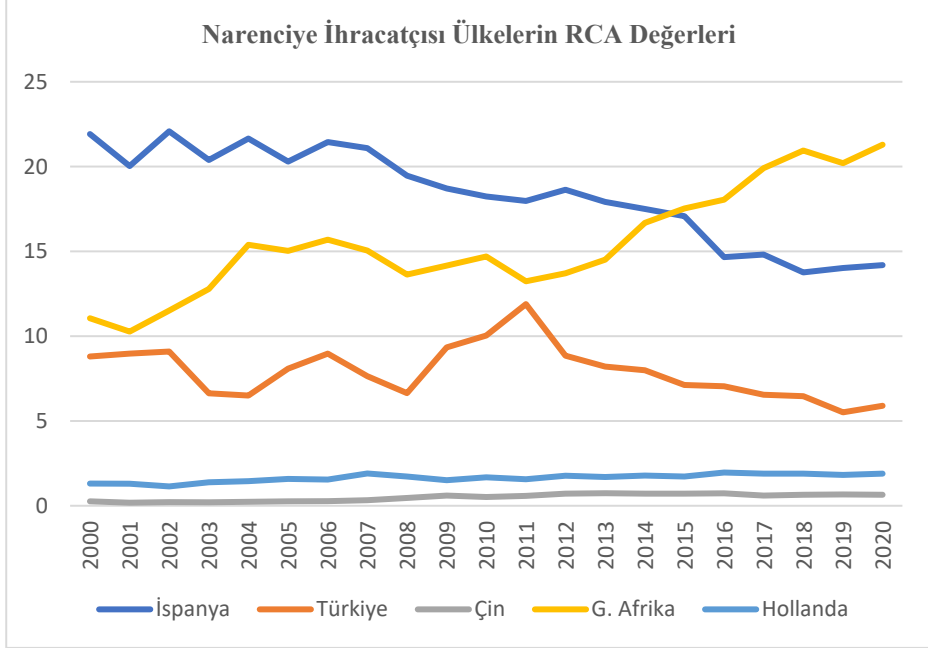


**Kaynak:** Uncomtrade ve Trademap verileri derlenerek yazar tarafından hesaplanmıştır.

- (1) Türkiye Narenciye İhracatının Küresel Narenciye İhracatı İçindeki Payının Seyri
- (2) Türkiye Narenciye Sektörünün RCA Değerlerinin Yıllara Göre Seyri

Grafik 1'de 2000-2020 döneminde Türkiye'nin narenciye sektöründe RCA değerlerinin seyri ile Türkiye narenciye sektörü ihracatının küresel narenciye ihracatı içindeki payının seyri gösterilmiştir. Grafik 1'den görüleceği üzere, Türkiye'nin narenciye sektörü RCA değerlerinin seyri ile Türkiye'nin narenciye ihracatının küresel narenciye ihracatı içindeki payının seyri arasında paralellik bulunması dikkat çekicidir. Buna göre 2000-2011 döneminde Türkiye'nin küresel narenciye ihracatı içindeki payının en yüksek olduğu yıl olan 2011'de Türkiye'nin narenciye sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğü en yüksek seviyeye çıkarken, 2011 sonrasında Türkiye'nin küresel narenciye ihracatı içindeki payının azalması ile karşılaştırmalı üstünlüğü düşüşe geçmiştir.

**Grafik 2. Narenciye İhracatçısı Ülkelerin RCA Değerlerinin Seyri**



**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye ve rakip ülkelerin RCA değerlerinin seyrinin gösterildiği Grafik 2'ye göre, güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahip İspanya ve Türkiye'nin RCA değerleri düşüş eğilimi gösterirken, Güney Afrika'nın RCA değerleri yükseliş eğilimi göstermiş, Hollanda ve Çin'in RCA değerleri ise yatay seyir izlemiştir.

**Tablo 9. Dünya Portakal İhracatında Öne Çıkan Ülkeler (Milyon USD)**

Dünya İhracatındaki Sırası	Ülkeler	2017	2018	2019	2020	2020 (%)
1	İspanya	1.306	1.323	1.246	1.448	26,30
2	Güney Afrika	753	812	665	800	14,54
3	Mısır	548	667	657	649	11,78
4	ABD	646	625	527	574	10,43
5	Hollanda	267	296	254	351	6,38
9	Türkiye	157	161	92	133	2,41
	Dünya	5.033	5.392	4.738	5.505	100,00

**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dünya portakal ihracatında ilk sırada %26,30'lık pay ile İspanya yer almaktadır. İspanya'yı sırasıyla Güney Afrika (%14,54), Mısır (%11,78), ABD (%10,43) ve Hollanda (%6,3) takip etmektedir. Dünya narenciye ihracatında yer alan ilk 5 ülke dünya toplam narenciye ihracatının %69,43'lük kısmını gerçekleştirmiştir. Türkiye ise 2,41'lik ihracat payı ile dünya portakal ihracatında 9.sırada yer almıştır. (Tablo 9).

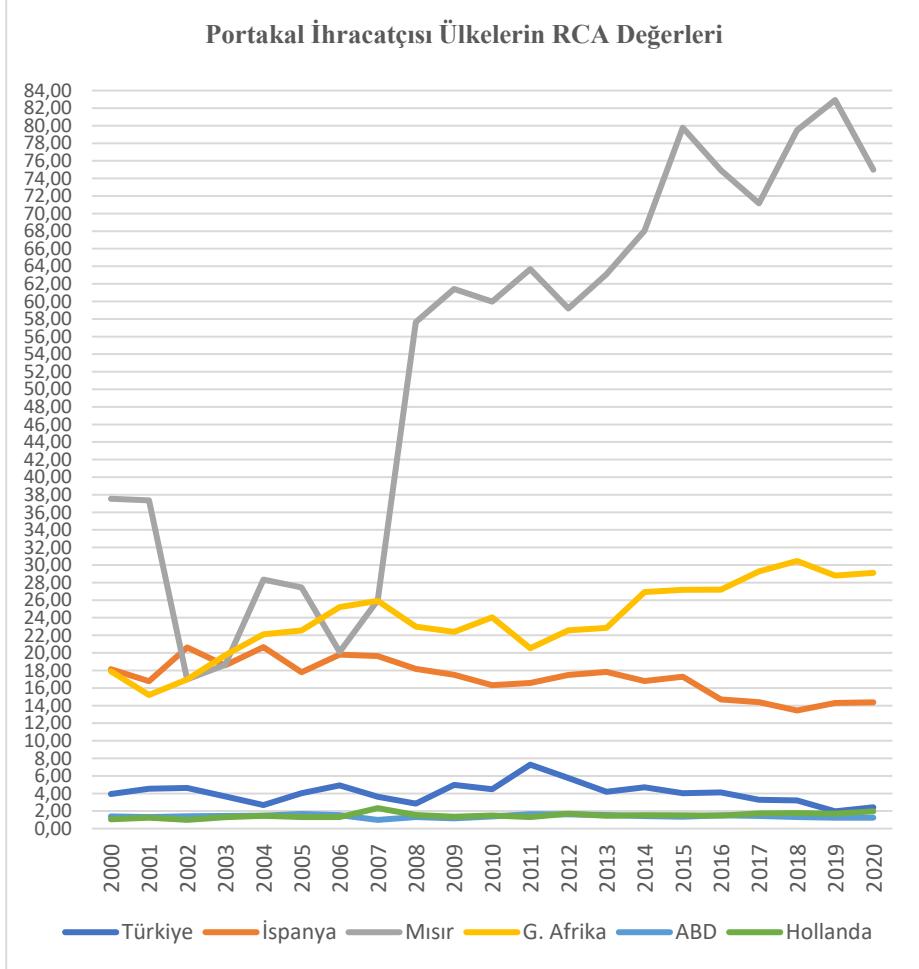
**Tablo 10. Portakal İhracatçısı Ülkelerin RCA Değerleri**

Yıllar	Türkiye	İspanya	Mısır	G. Afrika	ABD	Hollanda
2000	3,94	18,14	37,55	17,91	1,39	1,07
2001	4,54	16,78	37,36	15,21	1,31	1,24
2002	4,64	20,61	16,98	16,98	1,40	0,99
2003	3,66	18,57	18,63	19,73	1,45	1,29
2004	2,68	20,66	28,35	22,11	1,49	1,45
2005	4,03	17,81	27,44	22,56	1,66	1,31
2006	4,92	19,80	20,10	25,21	1,53	1,31
2007	3,64	19,63	26,00	25,93	0,99	2,33
2008	2,84	18,18	57,66	22,99	1,32	1,55
2009	4,97	17,51	61,41	22,39	1,17	1,36
2010	4,48	16,33	59,97	24,05	1,40	1,49
2011	7,28	16,57	63,67	20,53	1,64	1,31
2012	5,76	17,49	59,20	22,56	1,63	1,71
2013	4,19	17,84	63,09	22,84	1,54	1,46
2014	4,70	16,79	68,05	26,93	1,42	1,53
2015	4,03	17,28	79,78	27,18	1,35	1,51
2016	4,11	14,69	74,93	27,19	1,52	1,47
2017	3,28	14,39	71,16	29,28	1,44	1,74
2018	3,20	13,44	79,49	30,46	1,32	1,77
2019	1,97	14,30	82,92	28,80	1,24	1,70
2020	2,43	14,38	74,99	29,11	1,24	1,97

**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 10'a göre, SITC 05711 Portakal alt ürün grubunda İspanya, Mısır ve Güney Afrika güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir ( $4 < RCA$ ). Hollanda ve ABD'nin karşılaştırmalı üstünlüğü zayıftır ( $1 < RCA < 2$ ). Türkiye'nin RCA değerleri dalgalı seyir izlemiş, genel olarak güçlü karşılaştırmalı üstünlüğü son yıllarda özellikle 2017 yılı sonrası orta derece karşılaştırmalı üstünlüğe gerilemiştir ( $2 < RCA < 4$ ).

**Grafik 3. Portakal İhracatçısı Ülkelerin RCA Değerlerinin Seyri**



**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 3'ye göre, SITC 05711 Portakal alt ürün grubunda güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ülkelerden İspanya'nın RCA değerleri düşüş eğiliminde, Güney Afrika ve Mısır'ın RCA değerleri yükseliş eğiliminde olmuştur. Türkiye'nin RCA değerleri dalgalı bir seyir izlemiş özellikle 2017 yılı sonrası düşmüştür. Hollanda ve ABD'nin RCA değerleri ise yatay seyir izlemiştir.

**Tablo 11. Dünya Mandalına İhracatında Öne Çıkan Ülkeler (Milyon USD)**

Dünya İhracatındaki Sırası	Ülkeler	2017	2018	2019	2020	2020 (%)
1	İspanya	1.447	1.477	1.443	1.623	28,0
2	Çin	728	865	842	1.162	20,0
3	Fas	292	367	408	423	7,3
4	Türkiye	335	311	345	444	7,7
5	Güney Afrika	215	269	276	399	6,9
	Dünya	4.461	4.793	4.825	5.800	100,0

**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dünya mandalina ihracatında İspanya (%28,0) birinci sırada yer almaktadır. İspanya'yı sırasıyla Çin (%20,0), Fas (%7,3), Türkiye (%7,7) ve Güney Afrika (%6,9) izlemektedir. Dünya mandalina ihracatında yer alan ilk 5 ülkenin dünya toplam narenciye ihracatı içindeki payı %69,9'dur (Tablo 11).

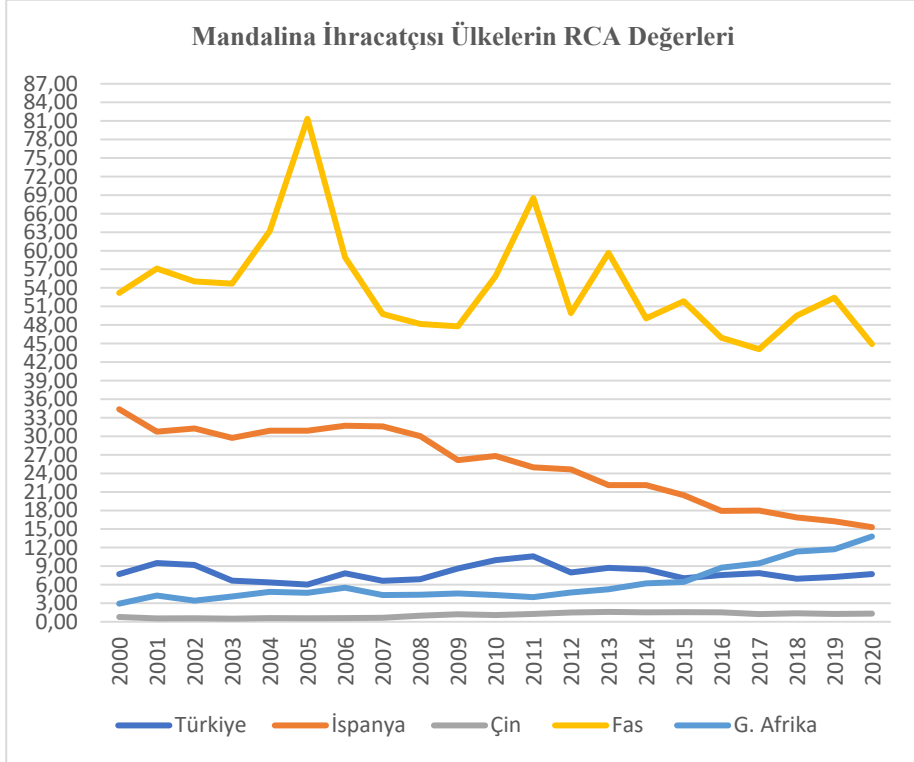
**Tablo 12. Mandalına İhracatçısı Ülkelerin RCA Değerleri**

Yıllar	Türkiye	İspanya	Çin	Fas	G. Afrika
2000	7,71	34,38	0,78	53,18	2,94
2001	9,50	30,74	0,55	57,12	4,26
2002	9,20	31,28	0,58	55,04	3,41
2003	6,65	29,74	0,50	54,70	4,10
2004	6,37	30,91	0,60	63,18	4,85
2005	6,02	30,90	0,58	81,33	4,69
2006	7,85	31,70	0,59	58,92	5,51
2007	6,62	31,59	0,65	49,77	4,31
2008	6,88	30,02	0,99	48,15	4,39
2009	8,63	26,15	1,22	47,78	4,58
2010	9,96	26,80	1,09	55,87	4,33
2011	10,59	24,96	1,27	68,52	4,00
2012	7,97	24,64	1,52	49,91	4,75
2013	8,72	22,09	1,60	59,64	5,25
2014	8,46	22,11	1,52	49,07	6,22
2015	7,05	20,47	1,56	51,83	6,45
2016	7,56	17,94	1,53	45,95	8,75
2017	7,88	17,98	1,25	44,08	9,44
2018	6,95	16,88	1,38	49,50	11,36
2019	7,24	16,25	1,28	52,40	11,72
2020	7,70	15,30	1,32	44,91	13,79

**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 12'ye göre, SITC 05712 Mandalına alt ürün grubunda İspanya, Türkiye, Fas ve Güney Afrika'nın güçlü karşılaştırmalı üstünlüğü bulunmaktadır ( $4 < RCA$ ). 2000-2008 yılları arasında karşılaştırmalı dezavantaja sahip olan Çin'in 2009 yılı sonrası SITC 05712 Mandalına alt ürün grubunda zayıf karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmuştur ( $1 < RCA < 2$ ).

**Grafik 4. Mandalına İhracatçısı Ülkelerin RCA Değerlerinin Seyri**



**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 4'ye göre, SITC 05712 Mandalına alt ürün grubunda güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ülkelerden İspanya'nın RCA değerleri düşüş eğilimi gösterirken, Güney Afrika'nın RCA değerleri yükseliş eğiliminde olmuştur. Türkiye güçlü karşılaştırmalı üstünlüğünü korurken RCA değerlerinin istikrarlı bir seyir izlediği söylenebilir. Türkiye'nin aksine Fas'ın güçlü karşılaştırmalı üstünlüğü devam ederken RCA değerleri dalgalı bir seyir izlemiştir. Çin ise 2000-2008 döneminde RCA değerleri karşılaştırmalı dezavantaj yönünden yatay seyir izlerken, 2009 yılı sonrası RCA değerleri zayıf karşılaştırmalı üstünlük açısından yatay seyir izlemiştir.



**Tablo 13. Dünya Limon İhracatında Öne Çıkan Ülkeler (Milyon USD)**

Dünya İhracatındaki Sırası	Ülkeler	2017	2018	2019	2020	2020 (%)
1	İspanya	843	854	815	1.030	26,8
2	Meksika	478	546	560	507	13,2
3	G. Afrika	292	267	281	377	9,8
4	Hollanda	282	324	272	327	8,5
5	Türkiye	293	330	244	272	7,1
	Dünya	3.340	3.633	3.373	3.844	100,0

**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dünya limon ihracatında İspanya (%26,8) birinci, Meksika (%13,2) ikinci, Güney Afrika (%9,8) üçüncü, Hollanda (%8,5) dördüncü ve Türkiye (%7,1) beşinci sırada yer almaktadır. Dünya limon ihracatında yer alan ilk 5 ülkenin dünya toplam narenciye ihracatı içindeki payı %65,4'dür (Tablo 13).

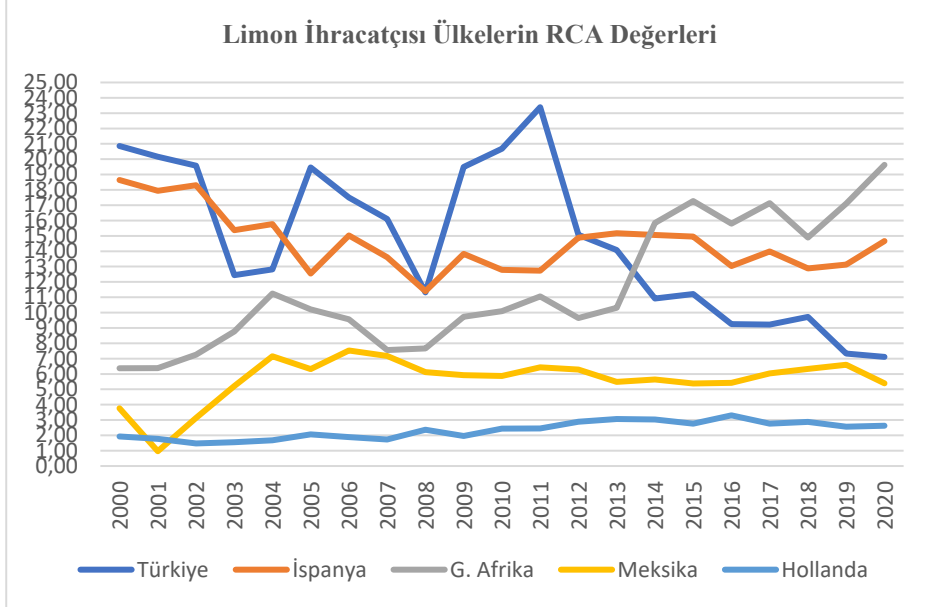
**Tablo 14. Limon İhracatçısı Ülkelerin RCA Değerleri**

Yıllar	Türkiye	İspanya	G. Afrika	Meksika	Hollanda
2000	20,86	18,64	6,37	3,76	1,93
2001	20,16	17,94	6,38	0,96	1,77
2002	19,58	18,31	7,26	3,13	1,47
2003	12,44	15,37	8,77	5,22	1,55
2004	12,82	15,77	11,25	7,15	1,68
2005	19,46	12,54	10,21	6,31	2,06
2006	17,50	15,03	9,56	7,53	1,89
2007	16,10	13,61	7,56	7,18	1,73
2008	11,31	11,40	7,67	6,12	2,36
2009	19,49	13,83	9,72	5,92	1,95
2010	20,68	12,78	10,09	5,87	2,44
2011	23,39	12,73	11,06	6,43	2,45
2012	15,06	14,89	9,65	6,29	2,89
2013	14,08	15,18	10,32	5,49	3,07
2014	10,92	15,06	15,84	5,64	3,04
2015	11,21	14,96	17,27	5,38	2,76
2016	9,25	13,03	15,80	5,42	3,30
2017	9,22	13,99	17,13	6,04	2,76
2018	9,71	12,88	14,90	6,33	2,87
2019	7,33	13,13	17,10	6,60	2,56
2020	7,11	14,66	19,63	5,39	2,63

**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 14'e göre, SITC 05721 Limon alt ürün grubunda İspanya, Türkiye, Güney Afrika ve Meksika güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir ( $4 < RCA$ ). Hollanda ise orta derecede bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir ( $2 < RCA < 4$ ).

**Grafik 5. Limon İhracatçısı Ülkelerin RCA Değerlerinin Seyri**



**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

SITC 05721 Limon alt ürün grubunda güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ülkelerden İspanya ve Türkiye'nin RCA değerleri düşüş eğilimi gösterirken, Güney Afrika'nın RCA değerleri yükseliş eğiliminde olmuştur. Meksika'nın 2003, Hollanda'nın ise 2010 yılı sonrası RCA değerlerinin belli bir seviyede yatay bir seyir izlediğini söylemek mümkündür (Grafik 5).

**Tablo 15. Dünya Greyfurt İhracatında Öne Çıkan Ülkeler (Milyon USD)**

Dünya İhracatındaki Sırası	Ülkeler	2017	2018	2019	2020	2020 (%)
1	Hollanda	108	122	143	151	16,4
2	Çin	181	193	188	136	14,8
3	G. Afrika	132	179	140	132	14,4
4	Türkiye	68	88	71	92	10,0
5	İsrail	74	60	57	75	8,1
6	İspanya	60	50	63	70	7,6
	Dünya	854	926	892	921	100,0

**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dünya SITC 05722 Greyfurt ihracatında Hollanda (%16,4) birinci, Çin (%14,8) ikinci, Güney Afrika (%14,4) üçüncü, Türkiye (%10,0) dördüncü ve İsrail (%8,1) beşinci ihracatçı ülkedir. Dünya greyfurt ihracatında yer alan ilk 5 ülkenin dünya toplam narenciye ihracatı içindeki payı %63,7'dir (Tablo 15).

**Tablo 16. Greyfurt İhracatçısı Ülkelerin RCA Değerleri**

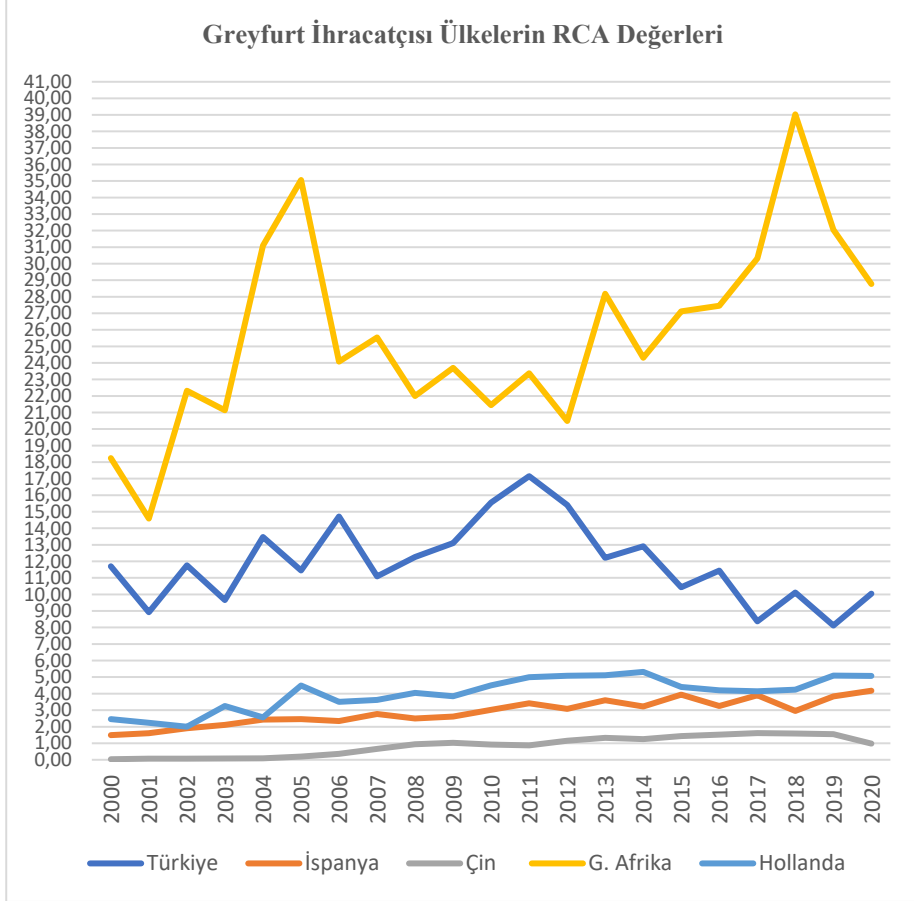
Yıllar	Türkiye	İspanya	İsrail	Çin	G. Afrika	Hollanda
2000	11,70	1,49	22,48	0,03	18,24	2,46
2001	8,92	1,61	17,69	0,07	14,59	2,23
2002	11,76	1,91	12,91	0,07	22,31	2,00
2003	9,66	2,11	14,11	0,08	21,13	3,25
2004	13,47	2,43	N.A.*	0,09	31,09	2,57
2005	11,45	2,46	18,78	0,19	35,06	4,49
2006	14,71	2,34	15,31	0,36	24,08	3,51
2007	11,09	2,77	15,65	0,66	25,54	3,62
2008	12,26	2,50	14,90	0,94	22,00	4,05
2009	13,11	2,61	19,38	1,03	23,70	3,84
2010	15,55	3,02	20,15	0,92	21,45	4,51
2011	17,15	3,42	18,85	0,87	23,38	4,99
2012	15,41	3,08	23,84	1,15	20,49	5,08
2013	12,22	3,60	20,76	1,33	28,18	5,11
2014	12,92	3,22	25,22	1,25	24,31	5,32
2015	10,44	3,94	17,54	1,43	27,12	4,41
2016	11,44	3,26	18,90	1,52	27,46	4,20
2017	8,37	3,90	24,58	1,61	30,32	4,15
2018	10,12	2,95	19,95	1,59	39,03	4,24
2019	8,12	3,84	20,13	1,55	32,06	5,09
2020	10,05	4,18	27,69	0,98	28,77	5,07

**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından hesaplanmıştır.

\*N.A.: Veri Yok.

Tablo 16'ya göre, SITC 05722 Greyfurt alt ürün grubunda Türkiye, Güney Afrika, İsrail ve Hollanda güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir ( $4 < RCA$ ). Genel eğilime bakıldığında İspanya'nın orta derece ( $2 < RCA < 4$ ) ve Çin'in zayıf düzeyde karşılaştırmalı üstünlüğü mevcuttur ( $1 < RCA < 2$ ). 2020 yılında İspanya'nın RCA değerinin güçlü, Çin'in RCA değerinin dezavantajlı bir rekabet gücüne işaret etmesi dikkat çekicidir.

**Grafik 6. Greyfurt İhracatçısı Ülkelerin RCA Değerlerinin Seyri**



**Kaynak:** Uncomtrade verileri derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

SITC 05722 Greyfurt alt ürün grubunda Güney Afrika ve Türkiye'nin RCA değerleri dalgalı bir seyir izlemiş, bununla birlikte Türkiye'nin 2011 yılı, Güney Afrika'nın 2018 yılı sonrası RCA değerlerinde düşüş eğilimi olduğu tespit edilmiştir. İspanya ve Hollanda'nın RCA değerleri yükseliş eğilimi gösterirken, Çin'in RCA değerleri yatay bir seyir izlemiştir (Grafik 6).

#### 4. TARTIŞMA

Türkiye'nin narenciye sektöründeki rekabet gücünün 2000-2020 dönemi için 4 alt ürün grubu bazında incelendiği bu çalışmada Türkiye'nin 3 alt ürün grubunda (SITC 05712 Mandalina, SITC 05721 Limon, SITC 05722 Greyfurt) güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu, 1 alt ürün grubunda (SITC 05711 Portakal) ise karşılaştırmalı üstünlüğünün orta derecede olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'nin SITC 05711

Portakal alt ürün grubunda RCA değerleri dalgalı bir seyir izlemiştir. Türkiye bu ürün grubunda özellikle 2009-2016 döneminde güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahipken, 2017 yılından itibaren bu üstünlüğün derecesinin orta dereceye düşmesi dikkat çekicidir. Türkiye'nin narenciye sektöründe güçlü karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Analiz sonuçlarından SITC 05711 Portakal alt ürün grubunda İspanya, Güney Afrika ve Mısır, SITC 05712 Mandalina alt ürün grubunda İspanya, Güney Afrika ve Fas, SITC 05721 Limon alt ürün grubunda İspanya, Güney Afrika ve Meksika, SITC 05722 Greyfurt alt ürün grubunda ise Güney Afrika, Hollanda ve İsrail'in Türkiye'nin güçlü rakipleri olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'nin narenciye sektöründeki başlıca güçlü rakiplerinin ise İspanya ve Güney Afrika olduğu görülmüştür.

Ayrıca, Türkiye'nin SITC 05711 Portakal ve SITC 05721 Limon alt ürün gruplarında karşılaştırmalı üstünlüğünün düşüş eğilimi göstermesi dikkat çekicidir. Türkiye'nin narenciye sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğünün düşüş eğilimi gösterdiğini söylemek mümkündür.

## SONUÇ

Türkiye narenciye ihracatında dünyanın önde gelen ülkelerinden birisidir. İhracat yanında üretim açısından da dünyanın sayılı ülkeleri arasında yer almaktadır. Türkiye narenciye ihracatı için uluslararası pazarlarda İspanya başta olmak üzere önemli üretici ve ihracatçı ülkeler ile rekabet etmektedir. Sektördeki rekabet gücünün korunması, sürdürülebilirliği ve artırılması önem arz etmektedir. Bunun için sektöre özgü sorunların çözülmesi gerekmektedir.

Türkiye narenciye üretiminin büyük kısmının Eylül ile Ocak aylarını kapsayacak dönemde gerçekleşmesi, üretim sezonunun dar bir zaman dilimine sıkışması sektörün önemli sorunlarından birisini oluşturmaktadır. Üretim sezonunun geniş bir zaman dilimini kapsayacak şekilde genişletilmesi, sektörün sürdürülebilir bir üretim yapısına kavuşmasını sağlayacak, böylece hem rekabet gücünün artırılması hem de sürdürülebilir rekabet için önemli bir adım atılmış olacaktır.

Narenciye ürünlerinin daha uzun süre saklanabileceği modern depolama ve saklama altyapısının oluşturulması, ürünlerin kalitesini koruma, uzun süreli saklama ve pazarlama için kritik bir öneme sahiptir.

Türkiye narenciye ihracatı Rusya, Irak başta olmak üzere Bulgaristan, Romanya ve Polonya gibi komşu ülkelerde yoğunlaşmıştır. Türkiye'nin narenciye ihracatının birkaç ülkeye bağımlı olması nedeniyle pazar çeşitliliğinin sağlanması ihracatın artırılması ve sürdürülebilir bir ihracat artışı için önemli bir strateji olacaktır.

Yaş meyve olan narenciye ürünlerinin işlenerek ihraç edilmesi, işlenmiş narenciye ürünlerinin daha katma değerli ürünler haline getirilmesi narenciye sektörünün uluslararası pazarlarda rekabet gücünün artırılması ve sürdürülebilir bir rekabet gücü

için gereklidir. Diğer bir ifadeyle, düşük katma değerli ürünlerin katma değeri daha yüksek ürünlere dönüştürülerek narenciye sektörünün rekabet gücü artırmalıdır.

Türkiye’nin yüksek katma değerli ürün ihraç etmesi Ar-Ge faaliyetlerini artırılması, markalaşmada başarılı olması gerekmektedir. Markalaşma ile kaliteli, çeşitliliği olan, uluslararası pazarın taleplerini karşılayabilecek ürünlerin üretilmesine öncülük edilebilecektir.

Narenciye ürünlerinin üretiminde verimliliğinin artırılması, üreticilerin desteklenmesi, üretim maliyetlerinin düşürülmesi rekabet edilebilirliği olumlu etkileyecek unsurlar olarak göz önünde bulundurulmalıdır.

## **TURKEY'S COMPARATIVE COMPETITIVENESS IN THE CITRUS SECTOR**

### **1. INTRODUCTION**

Citrus fruit is the most produced and consumed fruit group in the world, and ranks first in international fruit trade in terms of economic value. Citrus products are used for different purposes such as food, beverages, cosmetics and health.

Despite citrus fruits being cultivated in limited regions, they are among the most produced fruits. Turkey boasts favorable climatic conditions that favor citrus cultivation. Turkey, known for its wide variety of citrus products such as oranges, mandarins, lemons, and grapefruits, is one of the significant producers in the global citrus market. Citrus fruits in Turkey is produced along the coasts of the Mediterranean, the major portion of of total production is supplied by the Cukurova Area, from the Mediterranean Region. Adana, Mersin, Hatay, and Osmaniye are major citrus production hubs.

Turkey is among the leading exporter countries in the citrus sector. In 2020, Turkey ranked fifth in world citrus exports. The Turkish citrus sector, being a net exporter, contributes to the country's economy with foreign exchange inflows. In Turkey, citrus fruit exports amounted to 940.8 million dollars in 2020. Out of this export, 47% consisted of mandarins, 29% of lemons, 14% of oranges, and 10% of grapefruits. A significant portion of the Turkish citrus sector's production is destined for foreign markets. The most important citrus markets for Turkey are the East European countries, Russia, and Iraq. Turkey holds a significant position in orange production and exports. But despite this, Turkey only conducts minor imports. The Turkish Republic of Northern Cyprus is the most important country from which Turkey imports oranges and mandarins.

### **2. METHODS**

This study aims to analyze the competitiveness of Turkey’s citrus fruit from 2000 to 2020 based on the four sub-groups (SITC 05711 Orange, SITC 05712 Mandarin,

SITC 05721 Lemon and SITC 05722 Grapefruit ) and to reveal competitiveness of the sector. In the study, Balassa's Revealed Comparative Advantage index (RCA) has been calculated to determine the competitiveness of the sector. Foreign trade of the sector data are obtained from UNCOMTRADE database.

### 3. RESULTS

It has been observed that Turkey has a strong comparative advantage in the citrus sector. It has been found that Turkey has a strong comparative advantage in 3 sub-product groups (SITC 05712 Mandarin, SITC 05721 Lemon, SITC 05722 Grapefruit) and a moderate comparative advantage in 1 sub-product group (SITC 05711 Orange).

### 4. DISCUSSION

Turkey has a strong comparative advantage in the citrus sector. However, it is noteworthy that while Turkey had a strong comparative advantage in the SITC 05711 Orange sub-product group, especially in the 2009-2016 period, the degree of this advantage decreased to moderate in 2017. It is noteworthy that Turkey's comparative advantage in SITC 05711 Oranges and SITC 05721 Lemons shows a downward trend. It is possible to say that Turkey's comparative advantage in the citrus sector shows a downward trend.

### CONCLUSION

Turkey competes with important producers and exporting countries in international markets. It is important to maintain, sustain, and increase the competitiveness of the sector. Increasing productivity in the production of citrus products, supporting producers, and reducing production costs are among the factors that will positively affect competitiveness. Turkey needs to emphasize the production of value-added products to increase its competitiveness. The citrus sector should increase the share of high-value-added products in total production. Turkey needs to export value-added products, increase R&D activities, and succeed in branding. Turkey's citrus exports are concentrated in regional countries such as Russia, Iraq, Bulgaria, Romania, and Poland. Since Turkey's citrus exports are dependent on a few countries, ensuring market diversity will be an important strategy for increasing exports and a sustainable increase in exports. The production season in the citrus sector is short. Spreading the production season over a wider period will positively affect the competitiveness of the sector.

### KAYNAKÇA

- Aşık, B. ve Ellibeş, E. (2020), Türkiye ve AB Üye Ülkeleri Arasında Narenciye Sektörünün Rekabet Analizi, *İstatistik ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 1(1), 11-22.
- Balassa, B., (1965), "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage," *Manchester School*, 33(2), 99-123.

- Fidan, H. (2009), Comparison of Citrus Sector Competitiveness between Turkey and EU-15 Member Countries, *HortScience horts*, 44(1), 89-93.
- Hinlopen, J., Marrewijk, C. V. (2001), On the empirical distribution of the Balassa index, *Review of World Economics*, 137(1): 1-35
- Kadanalı, E. (2019), Türkiye Turunçgiller İhracatının Rekabet Gücünün Analizi, *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 25 (1), 15-25.
- Nazilli Ticaret Odası (2020), *Narenciye (Turunçgiller) Sektör Raporu*.
- Özdemir, M. B. & Kösekahyaoglu, L. (2019), Türkiye'nin Portakal, Mandalina, Limon ve Yaş Kayısı Ürünlerinde Karşılaştırmalı İhracat Performansı ve Rekabet Gücü Analizi, *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 6 (14), 84-105.
- Şahin, D. (2016), Yaş Meyve ve Sebze Sektörünün Dış Ticaret Yapısının Analizi: Türkiye ve BRIC Ülkeleri Örneği. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (2), 28-47.
- TEPGE (2021), *Ürün Raporu Turunçgiller*, TEPGE Yayın No: 333, ISBN: 978-605-7599-72-8
- Trademap (2022), Trade Statistics, Erişim Tarihi: 04.09.2023, <https://www.trademap.org/Index.aspx>.
- TÜİK (2023), Bitkisel Ürün Denge Tabloları, Erişim Tarihi: 08.09.2023, <https://www.tuik.gov.tr>.
- Ulusal Turunç Konseyi (2016), Türkiye Turunçgil Sektörü ve İhracat Yapısı.
- UN Comtrade Database (2023), Trade Statistics, Erişim Tarihi: 03.01.2023, <http://comtrade.un.org/data>.

<b>KATKI ORANI / CONTRIBUTION RATE</b>	<b>AÇIKLAMA / EXPLANATION</b>	<b>KATKIDA BULUNANLAR / CONTRIBUTORS</b>
Fikir veya Kavram / <i>Idea or Notion</i>	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak / <i>Form the research hypothesis or idea</i>	Serdar ÖZÖZEN
Tasarım / <i>Design</i>	Yöntemi, ölçeği ve deseni tasarlamak / <i>Designing method, scale and pattern</i>	Serdar ÖZÖZEN
Veri Toplama ve İşleme / <i>Data Collecting and Processing</i>	Verileri toplamak, düzenlenmek ve raporlamak / <i>Collecting, organizing and reporting data</i>	Serdar ÖZÖZEN
Tartışma ve Yorum / <i>Discussion and Interpretation</i>	Bulguların değerlendirilmesinde ve sonuçlandırılmasında sorumluluk almak / <i>Taking responsibility in evaluating and finalizing the findings</i>	Serdar ÖZÖZEN
Literatür Taraması / <i>Literature Review</i>	Çalışma için gerekli literatürü taramak / <i>Review the literature required for the study</i>	Serdar ÖZÖZEN