



TÜRKİYE’NİN SÜS BİTKİLERİ İHRACATINDAKİ REKABET GÜCÜ

Zeynep AKTAŞ ÇİMEN¹, Kazım SARIÇOBAN²

Öz

Çalışmanın amacı, Türkiye’nin süs bitkileri ihracat rekabet gücünü ve uzmanlaşma düzeyini belirlemek ve süs bitkileri ihracatında dünya liderleri olan ülkeler (Hollanda, Kolombiya, İtalya, Ekvator ve Almanya) ile Türkiye’nin bir karşılaştırmasını yapmaktır. Çalışmada, 1996-2022 yıllarına ait veriler, Dünya Bankası veri tabanından çekilmiştir. Harmonized System (HS) 1996 sınıflamasına ait “0601”, “0602”, “0603” ve “0604” kodlu süs bitkileri ürün grupları için Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) yöntemiyle analizler yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, süs bitkileri ürünleri ihracatında Hollanda güçlü üstünlüğe sahip görünürken Almanya ve Türkiye’nin rekabette dezavantajlı olduğu tespit edilmiştir. Net İhracat İndeksi sonuçları ise Ekvator’un “0603” kodlu ürün grubu ihracatında uzmanlaştığını ve ciddi bir rekabet avantajı elde ettiğini göstermektedir. Son olarak İhracat-İthalat Oranı İndeksi ile yapılan analiz sonuçları süs bitkileri ihracat lideri Hollanda’nın ihracat uzmanlaşmasının 1996-2022 döneminde azaldığını, Ekvator ve Almanya’nın ise uzmanlaşmasının gittikçe artırdığını ortaya çıkarmaktadır. Aynı indeks sonuçları Kolombiya ve Türkiye’nin “0602” kodlu, İtalya’nın ise “0601” ve “0602” kodlu süs bitkileri ürün gruplarında ihracat uzmanlaşmasının giderek artırdığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Rekabet Gücü, Süs Bitkileri, İhracat, RCA, Türkiye.

JEL Sınıflandırması: F10, F13, F14.

TÜRKİYE'S COMPETITIVENESS IN EXPORTING ORNAMENTAL PLANTS

Abstract

The aim of the study is to determine Türkiye's ornamental plant export competitiveness and specialization level and to make a comparison of Türkiye with the world leaders in ornamental plant exports (Netherlands, Colombia, Italy, Ecuador and Germany). In the study, data for the years 1996-2022 were taken from the World Bank database. Analyses were carried out for ornamental plants product groups coded "0601", "0602", "0603" and "0604" of the Harmonized System (HS) 1996 classification by using the Revealed Comparative Advantage (RCA) method. According to the results of the analysis, the Netherlands seems to have a strong advantage in the export of ornamental plant products, while Germany and Türkiye are at a competitive disadvantage. The results of the Net Export Index show that Ecuador specializes in the exports of the "0603" coded product group and has a significant competitive advantage. Finally, the results of the analysis with the Export-Import Ratio Index reveal that the export specialization of the ornamental plant export leader Netherlands decreased in the 1996-2022 period, while Ecuador and Germany increased their specialization gradually. The same index results show that Colombia and Türkiye's and Italy's export specialization in ornamental plants product groups coded "0602", "0601" and "0602", respectively, is gradually increasing.

Keywords: Competitiveness, Ornamental Plants, Export, RCA, Türkiye.

JEL Classification: F10, F13, F14.

¹Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, zaktas@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0959-5314.

²Doç. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, kazimsaricoban@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-6578-3702.

1. Giriş

Çiçek ve süs bitkileri tüketimi, toplumların ekonomik gelişmişlik düzeyleriyle yakından ilişkili olup lüks mallar olarak kabul edilir. Gelişmiş ülkelerde çiçek ve süs bitkileri, tüketimi sadece özel günlerde değil özellikle nüfusun belirli kesimleri tarafından, yıl boyunca giderek daha fazla tüketilen bir ürün grubu olmuştur.

Çiçekçilik üretimi son yirmi yılda oldukça istikrarlı bir şekilde artış göstermiştir. Çiçekçilik özel üretim teknolojileri nedeniyle geçimlik tarımsal bir faaliyet olmaktan çıkmış ve büyük ölçüde ticarileşmiştir. Süs bitkileri tüketimindeki artışla birlikte ürünlerin uluslararası ticareti artmış ve dünya süs bitkileri ürünleri pazarında rekabet hızlanmıştır (Abrol ve Baweja, 2019). Dünya Bankası (DB) bünyesinde faaliyet gösteren World Integrated Trade Solution (WITS) 2022 yılı verilerine göre, dünya süs bitkileri ihracat liderleri olan beş ülke sırasıyla Hollanda, Kolombiya, İtalya, Ekvator ve Almanya'dır. Türkiye ise süs bitkileri ihracatında dünyada yirmi birinci sıradadır (Worldbank, 2023). Sektörün dış ticaretteki payı küçük olmakla birlikte birçok ülkede süs bitkilerinin dış ticaretteki payı giderek artmakta ve uluslararası talebi hızlı bir şekilde yükselmektedir (TÜBİTAK Türkiye Sanayi Sevk ve İdare Enstitüsü, 2017). Ayrıca süs bitkileri sektörü, yüksek istihdam ve katma değer yaratması nedeniyle de önemli sektörler arasında yerini giderek sağlamlaştırmaktadır (Şahin Ulucan, 2019; Tapkı vd., 2018). Dünya çiçek ve süs bitkileri sektöründe görülen hızlı talep artışlarına bağlı olarak az gelişmiş çok sayıda ülke, süs bitkileri sektörüne girmiştir. Böylelikle bu yeni rakipler, dünya süs bitkileri ticaretindeki uluslararası rekabeti de arttırmıştır (Asciuto vd., 2008: 26).

Süs bitkileri sektörü, son yıllarda hem verimlilik hem de istihdam açısından tarım sektörü içinde önemli bir rol oynamakta ve uluslararası talepte görülen hızlı artışa bağlı olarak sektör giderek büyümektedir. Ekolojik açıdan süs bitkisi yetiştiriciliğine uygun olan Türkiye'de üretime 1940'lı yıllarda başlanmıştır. Türk tarım sektörünün küçük ve parçalı üretim yapısına rağmen süs bitkileri yetiştirme alanları 2002'den 2021' yılına kadar geçen dönemde 2,5 kat artmıştır (Süs Bitkileri Üreticileri Alt Birliği, 2022). Süs bitkileri üretimi için elverişli iklim koşullarına sahip olmanın yanı sıra aynı zamanda düşük maliyetli işgücü arzı ve ihracat pazarlarına yakınlığı nedeniyle de Türkiye, süs bitkileri sektöründe önemli rekabet avantajlarına sahip görünmektedir. Son otuzbeş yıldır ihracata yönelik üretimi yapılan süs bitkileri sektörü, emek yoğun ve yüksek katma değer (%95) yaratılan bir sektördür (Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2023: 2-4).

Türkiye'de süs bitkileri sektörü ile ilgili literatürdeki çalışmalar (Ay, 2009; Zencirkıran ve Gürbüz'ün, 2009; Çelik ve Arısoy, 2013; Akbaş ve Savran, 2016, Tapkı vd., 2018, Aksu vd., 2023) ülke ya da il düzeyindedir. Bu çalışmalarda süs bitkileri sektörünün gelişimi, üretim ve pazarlama sorunları, dış ticareti ve sektörün sorunlarının çözümüne yönelik politika önerilerinde bulunulmuştur. Türkiye'nin süs bitkileri ihracat rekabet gücünü ve uzmanlaşma düzeyini ticaret sonrası verilerle ölçen bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır. Dış ticarete, rekabet gücünü belirlemede bilimsel araştırmalarda sıkça tercih edilen RCA indekslerinin kullanıldığı bu çalışma, dünya süs bitkileri ihracatında ilk beşte yer alan ülkeler (Hollanda, Kolombiya, İtalya, Ekvator ve Almanya) karşısında Türkiye'nin rekabet gücünü karşılaştırmalı olarak ortaya koyan ilk çalışma özelliğine sahiptir ve bu yönüyle çalışmanın literatürdeki bu boşluğu doldurması beklenmektedir.

Analizde süs bitkileri ürün grupları için RCA katsayıları belirlenmeye çalışılmış ve dört basamaklı her bir ürün grubu için katsayılar ayrı ayrı yorumlanmıştır. Çalışmada giriş kısmından sonra Türkiye ve dünya süs bitkileri ihracatının genel görünümüne yer verilmiş, üçüncü bölümde veri ve yöntemden bahsedilmiş, dördüncü bölümde konu ile ilgili literatür taraması yapılmış, beşinci bölümde araştırma bulguları sunulmuş ve son bölümde de çalışmanın genel bir değerlendirmesi yapılmıştır.

2. Türkiye ve Dünya Süs Bitkileri Ürünleri İhracatının Genel Görünümü: 1996-2022

Türkiye iklimsel olarak önemli avantajlara sahip olan bir ülkedir (Zencirkıran ve Gürbüz, 2009). Tablo 1'de, Türkiye ve dünyanın 1996-2022 dönemine ilişkin süs bitkileri ihracatı ve toplam ihracat içinde süs bitkileri ihracat payları gösterilmiştir. Türkiye'nin toplam ihracatı içinde süs bitkilerinin

payı oldukça düşük kalmaktadır. Ancak süs bitkileri ihracatı, 1996-2022 döneminde genel olarak artış eğilimi sergilemektedir. 1996 yılında 17.243 bin dolar olan Türkiye süs bitkileri ihracatı, 2018 yılında 100.173 bin dolara yükselmiştir. 2019 yılında 107.415 bin dolar olan süs bitkileri ihracatı, COVID-19 salgını sonrası 2020 yılında 106.768 bin dolara gerilemiştir. Ancak Türkiye süs bitkileri ihracatı, 2021 yılında hızlı bir artış sergileyerek 148.887 bin dolara yükselmiş ve incelenen dönemin en yüksek ihracat değerine bu yıl ulaşmıştır.

Tablo 1: Türkiye ve Dünyanın Süs Bitkileri İhracatının Genel Görünümü (1996-2022), (x1.000 \$)

Yıllar	Türkiye TSBI ¹	Türkiye Tİ ²	Pay (%)	Dünya TSBI	Dünya Tİ	Pay (%)
1996	17.243	23.047.717	0,07	8.024.665	4.154.123.856	0,19
1997	18.968	26.244.684	0,07	7.238.975	4.711.246.034	0,15
1998	18.964	26.881.362	0,07	8.073.820	4.768.369.132	0,17
1999	18.547	26.587.174	0,07	8.663.747	5.048.204.382	0,17
2000	12.956	27.774.906	0,05	8.345.261	5.948.860.337	0,14
2001	14.282	31.333.944	0,05	8.435.167	5.751.276.360	0,15
2002	22.299	36.059.089	0,06	9.510.953	6.085.839.792	0,16
2003	31.486	47.252.564	0,07	11.669.918	7.114.384.780	0,16
2004	37.748	63.167.153	0,06	12.586.680	8.589.993.240	0,15
2005	36.230	73.476.408	0,05	13.393.839	9.695.381.857	0,14
2006	40.523	85.534.462	0,05	15.225.560	11.363.169.188	0,13
2007	46.447	107.271.750	0,04	16.908.078	13.151.036.562	0,13
2008	45.524	132.027.196	0,03	18.504.326	15.186.085.145	0,12
2009	48.613	102.142.613	0,05	17.226.511	11.830.147.257	0,15
2010	56.053	113.883.219	0,05	17.369.280	14.236.005.432	0,12
2011	75.957	134.906.869	0,06	20.399.295	17.132.050.283	0,12
2012	73.028	152.461.737	0,05	19.528.151	16.975.532.355	0,12
2013	78.117	161.480.915	0,05	20.971.890	17.596.426.904	0,12
2014	83.498	166.504.862	0,05	20.748.639	17.460.461.126	0,12
2015	78.028	150.982.114	0,05	18.416.471	15.182.970.576	0,12
2016	82.432	149.246.999	0,06	19.175.029	14.718.262.412	0,13
2017	86.145	164.494.619	0,05	20.301.367	16.791.249.459	0,12
2018	100.173	177.168.756	0,06	21.824.802	18.373.121.952	0,12
2019	107.415	180.832.722	0,06	22.081.805	17.878.714.172	0,12
2020	106.768	169.657.940	0,06	22.255.246	16.684.353.929	0,13
2021	148.887	225.214.458	0,07	27.595.059	20.973.204.614	0,13
2022	138.252	254.201.009	0,05	20.177.881	18.043.976.413	0,11

¹ TSBI: Toplam Süs Bitkisi İhracatı.

² Tİ: Toplam İhracat

Kaynak: (Worldbank, 2023).

Dünya süs bitkileri ihracatının, 1996-2022 döneminde küçük dalgalanmalarla birlikte genel olarak artış eğiliminde olduğunu söylemek mümkündür. 1996 yılında 8.024.665 bin dolar olan dünya süs bitkileri ihracatı, 2018 yılında 21.824.802 bin dolara ulaşmıştır. Ancak dünya süs bitkileri ihracatı, küresel düzeyde olumsuz etkileri olan COVID-19 salgınına rağmen 2019 yılında 22.081.805 bin dolardan, 2020 yılında 22.255.246 bin dolara yükselmiştir. Bu artış 2021 yılında da devam etmiş olup 27.595.059 bin dolar ile incelenen dönemin en yüksek ihracat değerine bu yıl ulaşmıştır. 2022 yılında hem Türkiye'nin (%07,14) hem dünyanın (%26,88) süs bitkileri ihracatında bir düşüş izlenmekle birlikte Türkiye ve dünyanın süs bitkileri ihracatında, 1996-2022 döneminde artış görülmektedir.

Tablo 2'de dünya süs bitkileri ihracatında önde gelen ilk beş ülke (seçili ülkeler) toplamı ve Türkiye'nin dünya süs bitkileri ihracatındaki payları verilmiştir. Hollanda, dünya süs bitkileri ihracatının yarısını, bazı yıllar yarısından da fazlasını gerçekleştiren ülke konumundadır. Örneğin Hollanda, 1996 yılında dünya süs bitkileri ihracatının %56,90'nunu tek başına gerçekleştirmiştir. Hollanda'nın küresel ticaret içindeki bu payı, 2001 yılında %46,56 ile en düşük seviyesini görse de ülkenin bu sektörde önemli bir ihracatçı olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 2: Süs Bitkileri İhracatında Seçili ülkelerin ve Türkiye'nin, Dünya Süs Bitkileri İhracatındaki Payları (%)

Yıllar	Hollanda	Kolombiya	İtalya	Ekvator	Almanya	Seçili lkeler Toplamı	Türkiye
1996	56,90	6,42	5,69	1,25	2,79	73,04	0,21
1997	53,93	7,63	6,00	¹	2,91	70,47	0,26
1998	48,64	6,95	5,70	2,03	2,83	66,15	0,23
1999	50,10	6,39	5,64	2,11	2,60	66,84	0,21
2000	48,96	7,03	5,45	1,89	2,49	65,82	0,16
2001	46,56	7,28	5,28	2,75	2,86	64,72	0,17
2002	47,08	7,09	5,27	3,09	3,16	65,68	0,23
2003	51,07	5,87	4,97	2,55	3,16	67,62	0,27
2004	51,92	5,61	5,22	2,73	3,19	68,68	0,30
2005	49,90	6,79	4,86	2,78	3,53	67,86	0,27
2006	47,87	6,39	4,57	2,88	3,55	65,26	0,27
2007	50,62	6,63	4,96	2,40	3,66	68,27	0,27
2008	49,16	5,95	4,95	3,02	4,69	67,77	0,25
2009	48,16	6,13	4,59	3,19	4,69	66,76	0,28
2010	48,29	7,19	4,84	3,52	4,65	68,48	0,32
2011	54,51	6,18	4,49	3,35	5,03	73,56	0,37
2012	53,31	6,55	4,40	3,97	4,86	73,09	0,37
2013	51,09	6,41	4,14	4,01	5,02	70,68	0,37
2014	52,85	6,68	4,11	4,44	5,04	73,13	0,40
2015	49,73	7,10	4,06	4,47	4,76	70,12	0,42
2016	49,67	6,93	4,24	4,21	4,97	70,01	0,43
2017	49,34	6,98	4,50	4,06	4,83	69,72	0,42
2018	49,22	6,77	4,78	3,89	4,84	69,51	0,46
2019	48,16	6,76	4,55	4,01	4,59	68,07	0,49
2020	49,13	6,42	4,80	3,79	4,66	68,81	0,48
2021	50,81	6,33	5,18	3,48	4,24	70,04	0,54
2022	48,03	8,28	5,01	4,15	4,11	69,59	0,55

¹ 1997 yılına ilişkin toplam ihracat verisi DB veri tabanında yer almamaktadır.

Kaynak: (Worldbank, 2023).

Dünya süs bitkileri ihracatında Kolombiya'nın payı %5,61 ile %8,28 arasındadır. lke en düşük ihracat payını 2004 yılında elde ederken, en yüksek ihracat payına da 2022 yılında ulaşmıştır. İtalya'nın paylarına bakıldığında, değerler %4,06 ile %6 arasında değişmektedir. İtalya süs bitkileri ihracatında, 1997 yılında en yüksek payı (%6) alırken 2015 yılında en düşük payı (%4,06) almıştır. Ekvator için tablo incelendiğinde, ülkenin süs bitkileri dünya ihracatındaki payının en düşük olduğu yılın 1996 (%1,25), payının en yüksek olduğu yılın ise 2015 (%4,47) olduğu görülmektedir. Son olarak dünya süs bitkileri ihracatı içinde Almanya'nın payı %2,49 ile %5,04 arasında değişmektedir. Almanya'nın dünya süs bitkileri ihracatındaki en düşük payı 2000 yılında, en yüksek payı ise 2014 yılında gerçekleşmiştir.

Tablo 2'de süs bitkileri ihracatını gerçekleştiren seçili ülkelerin paylarına bakıldığında, dünya süs bitkileri ihracatının ortalama %68,88'ni bu seçilen ülkelerin gerçekleştirdiği söylenebilir. Bu seçilen ülkelerin payı 2001 yılında %64,72 ile en düşük seviyesini görmüşken, 2011 yılında %73,56 ile de en yüksek seviyeye ulaşmıştır.

Türkiye'nin dünya süs bitkileri ihracatı içindeki payı %0,16 ile %0,55 arasında değişmektedir. Dünya süs bitkileri ihracatında Türkiye, en düşük paya 2000 yılında, en yüksek paya da 2022 yılında ulaşmıştır. Türkiye'nin dünya süs bitkileri ihracatı içindeki payı, seçili ülkeler ile kıyaslandığında oldukça düşük kalmakla birlikte 2018 yılından itibaren istikrarlı bir artış izlenmektedir.

Tablo 3'te dünya süs bitkileri ihracatında seçili ülkelerin, toplam ihracatları içinde süs bitkileri ihracatının payları gösterilmiştir. Tabloda Hollanda, İtalya ve Almanya gibi gelişmiş ülkelerin toplam ihracatları içerisinde ss bitkilerinin ihracat payları çok düşük kalırken Kolombiya ve Ekvator gibi

gelişmekte olan ülkelerin toplam ihracatlarında süs bitkileri ihracat paylarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Süs Bitkileri İhracatında Seçilen Ülkelerin, Toplam İhracatları İçinde Süs Bitkileri İhracat Payları (%)

Yıllar	Hollanda	Kolombiya	İtalya	Almanya	Ekvator
1996	2,57	4,84	0,18	0,04	2,05
1997	2,12	4,78	0,18	0,04	¹
1998	2,34	5,18	0,19	0,04	3,90
1999	2,55	4,77	0,21	0,04	4,11
2000	1,91	4,46	0,20	0,04	3,28
2001	1,82	4,99	0,19	0,04	4,98
2002	2,04	5,67	0,21	0,05	5,84
2003	2,25	5,23	0,20	0,05	4,94
2004	2,05	4,22	0,19	0,04	4,52
2005	1,91	4,29	0,18	0,05	3,77
2006	1,82	3,99	0,17	0,05	3,45
2007	1,79	3,74	0,17	0,05	2,94
2008	1,67	2,93	0,17	0,06	2,97
2009	1,92	3,23	0,20	0,07	3,96
2010	1,70	3,16	0,19	0,06	3,49
2011	1,95	2,24	0,18	0,07	3,06
2012	1,88	2,12	0,18	0,07	3,25
2013	1,86	2,29	0,17	0,07	3,37
2014	1,90	2,53	0,17	0,07	3,58
2015	1,97	3,67	0,17	0,07	4,50
2016	2,03	4,28	0,18	0,07	4,80
2017	1,90	3,75	0,19	0,07	4,32
2018	1,83	3,53	0,20	0,07	3,92
2019	1,85	3,79	0,20	0,07	3,97
2020	1,99	4,61	0,23	0,08	4,15
2021	2,02	4,24	0,24	0,07	3,61
2022	1,57	3,64	0,20	0,06	2,95

¹ 1997 yılına ilişkin toplam ihracat verisi DB veri tabanında yer almamaktadır.

Kaynak: (Worldbank, 2023).

Hollanda'nın toplam ihracatı içinde süs bitkileri ihracatının payı ortalama %1,97 olarak gerçekleşmiştir. Bu paylar 1996 yılında %2,57 ile en yüksek değere sahipken 2022 yılında %1,57 ile en düşük değere ulaşmıştır. Kolombiya için tablo incelendiğinde, ülkenin kendi toplam ihracatı içinde, süs bitkileri ihracatının payı %2,12 ile %5,67 arasında değişmektedir. Kolombiya en düşük payı 2012 yılında, en yüksek payı da 2002 yılında elde etmiştir. Ortalama olarak ta Kolombiya'nın süs bitkileri ihracatı, toplam ihracatının %3,93'ünü oluşturmaktadır.

İtalya ve Almanya'nın süs bitkileri ihracatının, toplam ihracatları içindeki payları diğer ülkelere göre düşük görünmektedir. Toplam ihracat içinde süs bitkileri ihracat payı İtalya'nın %0,17 ile %0,24 arasında, Almanya'nın ise %0,04 ile %0,08 arasında dağılım göstermektedir. Tablo 3 incelendiğinde, Ekvator'un süs bitkileri ihracatının, toplam ihracatı içindeki payının bu iki ülkeye kıyasla daha yüksek seviyede (ortalama %3,83) olduğunu söylemek mümkündür. Ekvator, bu sektörde en düşük paya 1996 (%2,05) yılında, en yüksek paya ise 2002 (%5,84) yılında ulaşmıştır.

Genel olarak Tablo 3 değerlendirildiğinde, ülkelerin toplam ihracatları içinde süs bitkileri ihracatının payının en yüksek olduğu ülkelerin Kolombiya ve Ekvator olduğunu, bu ülkeleri de daha düşük paylarla Hollanda, İtalya ve Almanya'nın izlediğini söylemek mümkündür.

3. Literatür Özeti

Literatürde bir ülkenin ürün (ya da sektör) bazında rekabet gücünü belirlemek için hem veri tipolojisine hem de veri toplama yöntemlerine bağlı olarak kullanılan çok sayıda yöntem bulunmaktadır. Çalışmaların önemli bir kısmı ise Balassa'nın RCA İndeksine dayanmaktadır. Türkiye'nin süs bitkileri ihracat rekabet gücünü ölçmek için yerli literatürde yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu kısımda süs bitkileri ihracatı ve rekabet gücü ile ilgili yapılan çalışmalarla beraber, bu çalışmalarda kullanılan indekslerin yer aldığı bazı çalışmalara yer verilmiştir.

Ay (2009) ve Zencirkıran ve Gürbüz'ün (2009) yaptıkları çalışmalarda, Türkiye'nin ekolojik koşullarının süs bitkileri yetiştiriciliği için uygun olduğu ve sektörün gelişme gösterdiği ifade edilmiştir. Ancak bu üretim artışlarının, üretim ve pazarlama sorunları nedeniyle ihracata yansıtılmadığı ortaya konulmuş ve ihracat için çözüm önerileri yapılmıştır.

Çelik ve Arısoy (2013) çalışmalarında, Strengths, Weakness, Opportunities ve Threats (SWOT) tekniğini ve Porter'ın Elmas Modelini kullanmışlardır. Çalışmada, Türkiye ve Konya İli genelinde süs bitkileri üretiminde ciddi artışlar görülmesine rağmen Konya İli, dış mekân süs bitkileri sektörünün rekabet gücünün düşük olduğu tespit edilmiştir. Süs bitkileri sektörünün rekabet gücünü artırmak için büyük ölçekli üretim yapılması ve Konya İli iklim koşullarına uyum sağlayacak süs bitkileri türlerinin tercih edilerek çeşitlendirmeye gidilmesi önerilmiştir.

Akbaş ve Savran (2016), Antalya İli bazında Porter'ın Elmas Modeli ve Kaynak Temelli Görüş çerçevesinde kesme çiçek sektörünün dünya ölçeğinde rekabet gücünü belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada, Antalya kesme çiçek ihracatçılarının talep koşullarının yetersizliğine, süs bitkileri sektörünün sorunlarına ve sektöre verilen devlet desteklerinin yetersizliğine dikkat çekilmiştir.

Tapkı vd. (2018), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2016 yılı verileri ile yapmış oldukları çalışmada, süs bitkileri ihracatında dış pazar taleplerine uygun üretim yapılması ve süs bitkileri ihraç ürünlerinde çeşitliliğe gidilmesine vurgu yapmışlardır.

Aksu vd. (2023), Mersin İli süs bitkileri üreticilerinin sorunlarını tespit etmek ve çözüm önerilerinde bulunmak amacıyla anket çalışması yapmışlardır. Çalışma sonucunda süs bitkileri üretimi yapan işletmelerin örgütsüz olup teknik bilgi ve nitelikli işgücü yetersizliklerinin yanı sıra yeniliklere karşı da kapalı oldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Süs bitkileri sektörü ile ilgili yabancı literatürde Madhoushi ve Tari (2007), İran'ın Mazandaran Eyaleti özelinde yaptıkları çalışmada, RCA indeksini kullanmışlardır. Ayrıca petrol dışı ihracatın geliştirilmesi için tarım ve sanayi sektörlerinde daha yüksek bir avantaja sahip olunan çiçek ve şifalı bitkiler ile narenciye ve Kivi ürünlerinde SWOT analizi yapmışlardır. Bu analiz sonucu petrol dışı ihracatın gelişimi için çiçek, şifalı bitkiler ve turuncgöl ürünleri için pazar geliştirme stratejisi, kivi için ise pazara nüfuz etme stratejisi benimsenmesi önerilmiştir.

Asciuto vd. (2008), İtalya'nın süs bitkileri sektöründe rekabet gücünü belirlemek için NEI, CTB (The Contribution to the Trade Balance-Ticaret Dengesine Katkı), RTA (Relative Trade Advantage-Nispi Ticaret Avantajı) ve EIRI (İhracat-İthalat Oranı İndeksi) yöntemlerini kullanmışlardır. 1994-1995 ve 2004-2005 yıllarının karşılaştırmalı analiz sonuçlarına göre İtalya süs bitkileri ihracatında belirgin bir rekabet avantajı elde etmiştir. Ayrıca İtalya'nın Orta/Doğu Avrupa ülkeleri ve Türkiye'ye göre rekabet gücünü arttırdığı İsrail, Tayland, Peru, Güney Afrika ve Hollanda'ya göre ise ülkenin istikrarlı bir uzmanlaşma düzeyi gösterdiği tespit edilmiştir.

Di Vita vd. (2015), Delphi yöntemini kullanarak süs bitkileri pazarının gelişimini ve genişlemesini tahmin etmişlerdir. Çalışmanın anket sonuçları, yakın gelecekte süs bitkileri üretimi ve ticaretinin oldukça istikrarlı kalacağı konusunda uzmanların hem fikir olduğunu göstermektedir. Ayrıca çalışmada, fiyatların düşmesi nedeniyle İtalyan süs bitkisi üreticilerinin gelirlerinde bir azalma olacağı ve mevcut pazarların gerektirdiği en uygun tedarik zinciri stratejilerini benimseyemeyen ve yeterince yenilik yapamayan küçük ve orta ölçekli işletmelerin pazardan kademeli olarak çıkacağını öngörmektedir.

Hoseinpoor vd. (2019), süs bitkileri ihracatı yapan ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüklerini Birleşmiş Milletler Comtrade veri tabanı verilerine dayanarak analiz etmişlerdir. Çalışmada, 2007-2015 dönemi için 3 indeks (RCA, Simetrik Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük [Symmetric Revealed Comparative Advantage-SRCA], Yeni RCA) kullanılmıştır. Dünya süs bitkileri ihracatında RCA indeksi değerleri, İran'ın karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığını gösterirken Ekvator, Kolombiya, Hollanda ve Kenya'nın en yüksek karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ülkeler olduğunu ve en çok süs bitkileri ihraç eden ülkelerin ticari uzmanlaşma düzeyinin giderek azaldığını göstermektedir.

Hoseinpoor vd. (2020), bu kez 2009-2018 dönemi için dünya çapında başlıca çiçek ve süs bitkileri ihracatçıların karşılaştırmalı avantajlarını araştırmak için RCA, SRCA, Yeni RCA indekslerini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda Kenya, Ekvator, Kolombiya ve Hollanda'nın en yüksek RCA değerlerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Yeni RCA değerlerine göre Hollanda, Almanya, Tayland ve İtalya en verimli ihracatçıları arasında sıralanırken, sektördeki ticari uzmanlaşma derecesinin önde gelen ihracatçı ülkelerde giderek arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Mahdiee vd. (2022), İran'ın Mazandaran Eyaleti bazında yapmış oldukları çalışmada, bir ihracat geliştirme modeli tasarlamak amacıyla Derinlemesine Yarı Yapılandırılmış Görüşmeler Yöntemiyle veriler elde edilmiştir. Analiz sonucunda, Mazandaran ili süs bitkileri ve çiçek ihracatının geliştirilmesine yönelik bir model sunulmuştur.

Zeng ve Zeng (2023), Çin'in Guangdong Eyaleti özelinde çiçek sektörü ilgili yazın ve ikincil veriler üzerinden sektörün sorunları ortaya konmuştur. Bu sorunlar, çiçek çeşitlerinin yetersizliği ve kalite sorunlarının yanı sıra ihracat işlemlerinin karmaşıklığı, sektöre verilen desteklerin yetersizliği ve nitelikli işgücü eksikliği olarak sıralanmıştır. Çalışmada, çiçek sektörü ihraç ürünlerinin kalitesinin iyileştirilmesi, uluslararası rekabet gücünün artırılması, ihracatın lojistik seviyesinin iyileştirilmesi, yetiştiriciliğin geliştirilmesi ve teşvik edilmesi için öneriler sunulmuştur.

Literatür genel olarak incelendiğinde, Türkiye'nin süs bitkileri sektörü ihracat rekabet gücünü ölçmeye yönelik literatürde bir çalışmaya rastlanmamıştır. İlgili literatürün, Türkiye'deki süs bitkileri yetiştiriciliği, ticareti ve RCA dışında rekabet gücünü ölçmeye odaklanan çalışmalar olduğu görülmektedir. Bu çalışma, RCA ile Türkiye'nin süs bitkileri ihracat rekabet gücünü ürün grupları bazında ölçmekte ve ihracatta avantajlı ya da dezavantajlı ürün gruplarını ortaya koymaktadır. Bu yönüyle çalışmanın literatürdeki bu boşluğu doldurması beklenmektedir.

4. Veri Seti ve Yöntem

4.1. Veri

Türkiye'nin seçili ülkeler karşısında süs bitkileri ihracat rekabet gücünü belirlemek için küresel bir ürün sınıflandırma sistemi olan Harmonized System (HS) kullanılmıştır. HS kodlama Sistemi, Dünya Gümrük Örgütü (World Customs Organization-WCO) tarafından geliştirilen çok amaçlı bir uluslararası ürün sınıflandırmasıdır. Bu kodlama sistemi gümrük tarifeleri ve uluslararası ticaret istatistiklerinin toplanması amacıyla (Türkiye de dahil (Bkz. TÜİK, 2024)) 200'den fazla ülke ve ekonomi tarafından kullanılmaktadır. Bununla birlikte uluslararası ticaretteki malların %98'inden fazlası yine HS'ye göre sınıflandırılmaktadır (WCO, 2024).

HS 1996, 4 dijital ürün sınıflandırmasına göre ihracat ve ithalat verileri ABD Doları cinsinden DB bünyesinde faaliyet gösteren WITS (2023) veri tabanından elde edilmiştir. Bununla birlikte süs bitkileri için belirlenen bu gruplar resmi olarak ta (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı TAGEM AR-GE & İnovasyon, 2021:69-70) kullanılmaktadır. Çalışma 1996-2022 dönemine ilişkin 27 yıllık süreci kapsamaktadır. Tablo 4'te bu 4 ürün grubu ve kodları verilmiştir.

Tablo 4: HS 1996 Sınıflandırmasına Göre Süs Bitkileri Ürün Kodları

Ürün Kodu	Ürün Tanımı
0601	Çiçek soğanı, yumru, yumrulu kök, küçük soğan, sürgün başı ve rizomlar
0602	Diğer canlı bitkiler (kökleri dahil) çelikler, aşı kalem ve gözleri; mantar miselleri
0603	Buket yapmaya elverişli/kesme çiçek ve tomurcuklar

Tablo 4 (Devamı): HS 1996 Sınıflandırmasına Göre Süs Bitkileri Ürün Kodları

Ürün Kodu	Ürün Tanımı
0604	Buket yapmaya elverişli bitki yaprakları, dalları vd. diğer kısımları

Kaynak: (TÜİK, 2023).

4.2. Yöntem

Çalışmanın analiz kısmında ticaret sonrası verilerle rekabet gücünü ölçmek için en sık ve yaygın olarak kullanılan Balassa İndeksi, Net İhracat İndeksi ve İhracat-İthalat Oranı İndeksi kullanılmıştır. Bu kısımda bu indeksler ayrı başlıklar altında tanıtılmıştır.

4.2.1. Balassa İndeksi (RCA)

Liesner (1958), ihracat verilerini kullanarak rekabet gücünü ölçmek için 1958 yılında Liesner İndeksi (L-RCA)'ni geliştirmiştir. İhracat rekabet gücünü ölçmede kullanılan ilk indeks olma özelliğine sahip olan L-RCA'yı Balassa 1965 yılında daha işlevsel hale getirmiş ve Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Revealed Comparative Advantage-RCA) İndeksini geliştirmiştir (Sarıçoban ve Kösekahyaoglu, 2017). Bela Balassa, RCA İndeksini 1977, 1979 ve 1986 yıllarında güncellemiş ve bir ülkenin ürün grubunun (ya da sektörünün) göreceli avantaj veya dezavantajını ortaya koymak için kullanmıştır (Jagdamba, 2019; Startiene ve Remeikiene, 2014). Nihai mal ihracatına ilişkin RCA'lar, bir ülkenin ihracatında bu malların payının dünyadakinden daha fazla olup olmadığını gösterir (Amighini, 2004). Balassa RCA İndeksi, aşağıdaki gibi formüle edilmiştir (1965: 99-123):

$$RCA = \frac{X_{kt}^j / X_t^j}{X_{kt}^w / X_t^w} \quad (1)$$

X_{kt}^j , "j" ülkesinin "t" döneminde "k" ürün grubu (ya da sektörü) ihracatı,

X_t^j , "j" ülkesinin "t" döneminde toplam ihracatı,

X_{kt}^w , "t" döneminde "k" ürün grubu toplam dünya ihracatı,

X_t^w , "t" döneminde dünya toplam ihracat değerlerini gösterir. Bu indeksin sonuçları şu şekilde yorumlanır (Sarıçoban, Kösekahyaoglu ve Erkan, 2017);

RCA>1 ise, "j" ülkesinin "k" ürün grubu (ya da sektörü) ihracat payı, dünyanın "k" ürün grubu (sektörü) ihracat payından büyüktür. Bu durum "j" ülkesinin, "k" ürün grubu ihracatında rekabette avantajlı olduğunu gösterir.

RCA<1 ise, "j" ülkesinin "k" ürün grubu (ya da sektörü) ihracat payı, dünyanın "k" ürün grubu ihracat payından küçüktür. Bu durum "j" ülkesinin, "k" ürün grubu ihracatında rekabette dezavantajlı olduğunu ortaya koyar.

RCA=1 ise, "j" ülkesinin "k" ürün grubu ihracat payı, dünyanın "k" ürün grubu ihracat payına eşittir. Bu durum, "k" ürün grubu ihracatı rekabet gücünde bir denge olduğunu gösterir.

Sonuç itibarıyla RCA>1 ise o zaman o ülke ürün grubunda karşılaştırmalı bir üstünlüğe sahip olup ihracat açısından nispeten daha uzmanlaşmış demektir (Bojnec ve Ferto, 2006).

Hinloopen ve Marrewijk (2001), RCA İndeksi sonuçlarının daha kolay yorumlanabilmesi için aşağıdaki gibi dördü bir sınıflandırma yapmışlardır:

Sınıf 1:	$0 < RCA \leq 1$	Dezavantaj (rekabet gücü yok)
Sınıf 2:	$1 < RCA \leq 2$	Zayıf rekabet gücü
Sınıf 3:	$2 < RCA \leq 4$	Orta rekabet gücü
Sınıf 4:	$4 < RCA$	Güçlü rekabet gücü

Burada RCA katsayılarına göre sınıf 1, dezavantaj durumunu yani ülkenin söz konusu sektörde karşılaştırmalı bir üstünlüğünün olmadığını, sınıf 2, 3 ve 4'teki RCA katsayıları ise ilgili sektörde ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün zayıftan güçlüye arttığı durumları göstermektedir.

4.2.2. Net İhracat İndeksi (Net Export Index-NEI)

Ürün düzeyinde hesaplanan NEI katsayıları bir ülkenin net ticaret durumunu göstermekte ve ülkenin her bir üründe net ihracatçı mı yoksa ithalatçı mı olduğu konusunda bilgi vermektedir. NEI, ihracatın yanı sıra ithalatı da hesaba katmakta ve ülkenin kendi ticari performansı hakkında bilgi sunmaktadır. Pozitif bir NEI, ülkenin bir malın net ihracatçısı olduğunu gösterir. Daha yüksek bir NEI ise, ülkenin o malın ihracatında daha yüksek bir karşılaştırmalı üstünlüğüne sahip olduğu bilgisini verir (Amighini, 2004). Bir ülkenin belirli bir üründeki ticarettten kazanç sağlama konusundaki görece yeteneği olarak yorumlanan NEI, net ticareti yansıtır (Gnidchenko ve Salnikov, 2021; Gnidchenko ve Salnikov, 2015). İndeks değeri "-1" ile "+1" arasında değişmektedir (Balassa ve Noland, 1989).

Değerler "-1" ile "0" arasında olduğunda karşılaştırmalı dezavantajı; "0" ile "+1" arasında olduğunda karşılaştırmalı bir avantajı ve "0" a eşit olduğunda ise belirli bir ürünün ihracat ve ithalatının eşit olduğunu gösterir. Başka bir ifadeyle bu indeks, bir ülkenin belirli bir malın ihracatında uzmanlaşma derecesini ölçer (Asciuto vd., 2008; Saboniene, 2009). "+1", saf ihracatı ve en yüksek karşılaştırmalı avantajı; "-1" ise saf ithalatı ve en yüksek dezavantajı; "0" ise dengeli ticareti veya maksimum endüstri içi ticareti gösterir (Amighini, 2004). NEI aşağıdaki gibi formüle edilir (Sarıçoban ve Kösekahyaoglu, 2017):

$$NEI = \frac{X_{kt}^j - M_{kt}^j}{X_{kt}^j + M_{kt}^j} \quad (2)$$

X_{kt}^j , "j" ülkesinin "t" döneminde "k" ürünü ihracatını,

M_{kt}^j , "j" ülkesinin "t" döneminde "k" ürünü ithalatını ifade eder.

4.2.3. İhracat-İthalat Oranı İndeksi (Export Import Ratio Index-EIRI)

EIRI, bir ülkenin ihracatında uzmanlaştığı ürünler hakkında bilgi verir (Saboniene, 2009; Bashimov, 2018). İndeks, aşağıdaki gibi formüle edilir (Indicators, 2005; Erkan, 2013; Sarıçoban ve Kösekahyaoglu, 2017):

$$EIRI = \frac{X_{kt}^j / X_t^j}{M_{kt}^j / M_t^j} \quad (3)$$

X_{kt}^j , "j" ülkesinin "t" dönemindeki "k" ürün grubu ihracatını,

X_t^j , "j" ülkesinin "t" dönemindeki toplam ihracatını,

M_{kt}^j , "j" ülkesinin "t" dönemindeki "k" ürün grubu ithalatını

M_t^j , "j" ülkesinin "t" dönemindeki toplam ithalatını gösterir.

Katsayının "1" den büyük olması ülkenin ilgili üründe uzmanlaştığını ve rekabet avantajına sahip olduğunu, "1" den küçük olması ise uzmanlaşmanın olmadığını ve rekabette dezavantajlı olduğunu gösterir (Indicators, 2005).

5. Ampirik Bulgular

Analizlerde, dünya süs bitkileri ihracatında seçili ülkelerin ve Türkiye'nin süs bitkileri RCA katsayıları, Uygun Ortalama (UO)¹ değerleri esas alınarak hesaplanmıştır. Bununla birlikte tablolarda kullanılan bazı kısaltmalar aşağıdaki gibidir:

¹ UO: Bir serideki en yüksek ve en düşük değerlerin seriden çıkarılarak kalan değerlerin aritmetik ortalamasının alınmasını ifade eder (Statistics, 2023).

- 1996-2009 arası (ilk dönem), 14 yılın RCA katsayılarının aritmetik ortalamasını,
- 2010-2022 arası (son/ikinci dönem), 13 yılın RCA katsayılarının aritmetik ortalamasını,
- Üstünlük Derecesi: Uygun ortalama RCA değerlerine göre üstünlüklerin (dezavantaj, zayıf üstünlük, orta derece üstünlük ve güçlü üstünlük) derecesini gösterir.

Dünya süs bitkileri ihracatında seçili ülkelerin ve Türkiye'nin süs bitkileri ihracatı için hesaplanmış RCA katsayıları hem dönemlik hem de UO şeklinde Tablo 5'te verilmiştir. Ayrıca UO RCA katsayıları, üstünlük derecelerine göre sınıflandırılmış ve tabloda son sütunda gösterilmiştir.

Tablo 5 incelendiğinde, Hollanda'nın 4 ürün grubunda da güçlü üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. Dönemlik ortalamalara bakıldığında, Hollanda'nın söz konusu 4 ürün grubunda da ikinci dönem RCA katsayıları artmıştır. Bu sonuç aynı zamanda, Hollanda'nın son dönemde ilgili sektördeki uzmanlaşmasının ve rekabet avantajının arttığını da göstermektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde ise Hollanda'nın süs bitkileri ürün grubunda, dünya ortalamasının çok üzerinde bir uzmanlaşmaya sahip olduğunu ve ilgili sektörde önemli bir rekabet üstünlüğü elde ettiğini söylemek mümkündür.

Tablo 5: Süs Bitkileri Ürün Grubunda Seçili Ülkeler ve Türkiye'nin RCA Katsayıları

Ülke	Ürün Kodu	1996-2009 Ort.	2010-2022 Ort.	UO	Üstünlük Derecesi
Hollanda	0601	22,05	23,44	22,74	Güçlü üstünlük
	0602	11,83	14,24	13,02	Güçlü üstünlük
	0603	15,14	16,35	15,67	Güçlü üstünlük
	0604	4,61	7,73	6,11	Güçlü üstünlük
Kolomb. ¹	0601	0,03	0,00	0,01	Dezavantaj
	0602	0,24	0,25	0,23	Dezavantaj
	0603	67,66	69,47	67,82	Güçlü üstünlük
	0604	1,01	3,35	2,05	Orta derece üstünlük
İtalya	0601	0,09	0,19	0,14	Dezavantaj
	0602	2,02	2,63	2,34	Orta derece üstünlük
	0603	0,49	0,42	0,45	Dezavantaj
	0604	3,08	3,07	3,06	Orta derece üstünlük
Ekvator ²	0601	0,06	0,13	0,09	Dezavantaj
	0602	0,48	0,38	0,40	Dezavantaj
	0603	63,67	77,08	70,77	Güçlü üstünlük
	0604	0,31	2,28	1,14	Zayıf üstünlük
Almanya	0601	0,19	0,52	0,35	Dezavantaj
	0602	0,60	0,99	0,79	Dezavantaj
	0603	0,07	0,11	0,09	Dezavantaj
	0604	0,40	0,41	0,41	Dezavantaj
Türkiye	0601	0,44	0,10	0,27	Dezavantaj
	0602	0,15	0,52	0,32	Dezavantaj
	0603	0,50	0,42	0,46	Dezavantaj
	0604	0,74	0,64	0,67	Dezavantaj

¹ Kolomb. : Kolombiya.

² 1996 yılı verisi bulunmasına rağmen 1997 yılı toplam ihracat verisi DB veri tabanında yer almamaktadır. Bu nedenle indeks hesaplaması yapabilmek için analiz sonuçları 1998-2022 dönemine ilişkindir.

Kolombiya için sonuçlar değerlendirildiğinde, ülkenin "0603" kodlu ürün grubunda güçlü üstünlük, "0604" ürün grubunda ise zayıf üstünlük elde ettiği tespit edilmiştir. Diğer iki grupta ise Kolombiya'nın dezavantajlı olduğu görülmektedir. Sonuçlar dönemsel olarak incelendiğinde, Kolombiya'nın ikinci dönem RCA katsayılarını arttırdığı izlenmektedir. Bu bulgu, ülkenin ilgili sektördeki uzmanlaşmasını son dönem itibarıyla arttırdığı anlamına gelmektedir.

İtalya'nın RCA katsayı değerlerine göre, "0602" ve "0604" kodlu mal gruplarında orta derece üstünlük elde ettiği, diğer iki grupta ise dezavantajlı konumda olduğu belirlenmiştir. "0602" kodlu

ürün grubu RCA değerinde ikinci dönemde kısmi bir artış söz konusu iken "0604" kodlu mal grubu uzmanlaşmasında her iki dönemde de RCA değerinin yaklaşık olarak aynı kaldığını söylenebilir.

Ekvator için elde edilen RCA katsayıları, ülkenin sadece "0603" ve "0604" ürün kodlarında rekabet avantajı yakaladığını, diğer iki grupta ise dezavantajlı olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte Ekvator'un "0603" ürün kodundaki yüksek RCA değerleri dikkat çekmektedir. Ülke bu ürün grubunda dünya ortalamasına göre oldukça yüksek bir uzmanlaşmaya sahiptir. Ayrıca bu uzmanlaşma son dönemde artmıştır. Ekvator "0604" ürün kodunda, ilk dönem dezavantajlı iken ikinci dönem önemli bir uzmanlaşma göstererek RCA katsayısını orta derece üstünlüğe (2,28) kadar yükseltmeyi başarmış ve uygun ortalama da zayıf üstünlük elde etmiştir.

Almanya ve Türkiye'nin incelenen ürün gruplarının hiçbirisinde ne dönemlik ne de uygun ortalama uzmanlaşma elde edemediği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar özellikle Almanya için dikkat çekicidir. Çünkü Almanya süs bitkileri ürün grubunda önemli bir ihracatçı iken ülkenin aynı sektör uzmanlaşması dünya uzmanlaşmasının altında kalmıştır.

Tablo 6'da dünya süs bitkileri ihracatında seçili ülkeler ve Türkiye için NEI katsayıları ve üstünlük dereceleri verilmiştir. NEI katsayıları, bir ülkenin kendi ticari performansını ölçmesi, bir başka deyişle ilgili ülkenin ihracatta mı yoksa ithalatta mı uzmanlaşma gösterdiği hakkında bilgi vermesi açısından önemlidir. Burada bu ülkelerin durumu incelenmiştir.

Tablo 6: Süs Bitkileri Ürün Grubunda Seçili Ülkeler ve Türkiye'nin NEI Katsayıları

Ülke	Ürün Kodu	1996-2009 Ort.	2010-2022 Ort.	UO	Üstünlük Derecesi
Hollanda	0601	0,89	0,86	0,88	Uzmanlaşma Vardır
	0602	0,74	0,68	0,71	Uzmanlaşma Vardır
	0603	0,69	0,65	0,67	Uzmanlaşma Vardır
	0604	-0,19	0,04	-0,07	Uzmanlaşma Yoktur
Kolomb. ¹	0601	-0,92	-1,00	-0,98	Uzmanlaşma Yoktur
	0602	-0,67	-0,37	-0,52	Uzmanlaşma Yoktur
	0603	0,99	0,99	0,99	Uzmanlaşma Vardır
	0604	0,17	0,90	0,54	Uzmanlaşma Vardır
İtalya	0601	-0,86	-0,70	-0,79	Uzmanlaşma Yoktur
	0602	0,29	0,39	0,34	Uzmanlaşma Vardır
	0603	-0,29	-0,32	-0,31	Uzmanlaşma Yoktur
	0604	0,66	0,63	0,65	Uzmanlaşma Vardır
Ekvator	0601	-0,87	-0,92	-0,93	Uzmanlaşma Yoktur
	0602	-0,64	-0,36	-0,51	Uzmanlaşma Yoktur
	0603	0,97	1,00	1,00	Uzmanlaşma Vardır
	0604	-0,05	0,43	0,22	Uzmanlaşma Vardır
Almanya	0601	-0,67	-0,45	-0,56	Uzmanlaşma Yoktur
	0602	-0,54	-0,29	-0,42	Uzmanlaşma Yoktur
	0603	-0,93	-0,89	-0,91	Uzmanlaşma Yoktur
	0604	-0,66	-0,62	-0,63	Uzmanlaşma Yoktur
Türkiye	0601	0,14	-0,50	-0,17	Uzmanlaşma Yoktur
	0602	-0,66	-0,07	-0,38	Uzmanlaşma Yoktur
	0603	0,95	0,82	0,89	Uzmanlaşma Vardır
	0604	0,85	0,83	0,85	Uzmanlaşma Vardır

¹ Kolomb.: Kolombiya.

Tablo 6'ya göre, ülkelerin kendi ticari performanslarını gösteren NEI sonuçları incelendiğinde Hollanda'nın 3, Kolombiya, İtalya, Ekvator ve Türkiye'nin de 2'şer ürün grubunun ihracatında uzmanlaştığı, Almanya'nın ise ilgili ürün gruplarının hiçbirinde ihracat uzmanlaşması gösteremediği belirlenmiştir.

Hollanda, uygun ortalama "0604" ürün grubu hariç diğer grupların tümünün ihracatında uzmanlaşırken sadece "0604" kodlu mal grubunun ithalatında uzmanlaşmıştır. Ancak bu koda

dönemsel bakıldığında, ilk dönem ithalat uzmanlaşmasının olduğu ikinci dönem ise ihracat uzmanlaşmasının olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç dikkate alındığında, Hollanda'nın son dönem itibarıyla süs bitkileri ürün gruplarının tümünde önemli bir ihracat uzmanlaşması elde ettiği söylenebilir.

Tabloda Kolombiya için sonuçlar incelendiğinde, ülkenin "0603" ve "0604" ürün kodlarının ihracatında uzmanlaşma gösterdiği belirlenmiştir. Burada özellikle "0603" kodlu mal grubundaki ihracat uzmanlaşması dikkate değerdir. Öyle ki NEI katsayısı (0,99), Kolombiya'nın bu ürün grubunda neredeyse tam ihracatçı olduğunu göstermektedir. Diğer yandan, "0601" kodlu grupta ise NEI katsayısı, ülkenin ilgili ürün grubunda neredeyse tam ithalatçı olduğu bilgisini vermektedir.

İtalya'nın NEI katsayılarına bakıldığında, ülkenin "0602" ve "0604" kodlu mal gruplarının ihracatında, diğer iki grubun ise ithalatında uzmanlaşmış olduğu görülmektedir. İtalya'nın özellikle "0601" kodlu mal grubunda, ithalat uzmanlaşması dikkat çekicidir. Bununla birlikte, "0602" kodlu mal grubunun ikinci döneminde NEI katsayılarında pozitif yönde bir artış, "0604" kodlu mal grubunda ise kısmi bir azalış tespit edilmiştir. Bunun anlamı, ilk koddaki ihracat uzmanlaşma seviyesinin artması, ikinci kodda ise nispi bir azalışın söz konusu olduğu anlamına gelmektedir.

Ekvator için tablo incelendiğinde, ülkenin sadece "0603" kodlu ürün grubunun ihracatında bir uzmanlaşmaya sahip olduğu, diğer gruplarda ise ithalatçı pozisyonunda olduğu tespit edilmiştir. Burada dikkat çekici sonuç, ülkenin bu ürün grubunda uygun ortalamaya göre sahip olduğu NEI katsayısıdır (1,00). Bu katsayı, Ekvator'un ilgili ürün grubunda tam ihracatçı konumunda olduğunu göstermektedir.

NEI katsayılarına göre Almanya, söz konusu tüm ürün gruplarının ihracatında bir uzmanlaşma gösterememiştir. Ancak 4 mal grubunun ikinci dönem NEI katsayıları, ilk döneme göre pozitif yönde bir artış göstermiştir. Bunun anlamı, Almanya'nın 4 ürün grubunun ithalatında uzmanlaşma seviyesinin giderek bir azalışının söz konusu olmasıdır.

Tablo 6, uygun ortalama sonuçlarına göre Türkiye'nin "0603" ve "0604" kodlu ürün gruplarının ihracatında uzmanlaştığını göstermektedir. Bununla birlikte, "0601" kodlu grupta ilk dönem bir ihracat uzmanlaşması söz konusu iken bu durumun ikinci dönemde ithalat uzmanlaşması lehine kaydığının görülmesidir.

Tablo 7'de, bir ülkenin daha çok endüstri içi ticaretini ölçen ve ülkenin kendi ticari performansı hakkında bilgi veren bir diğer indeks olan EIRI ile yapılan analiz sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 7: Süs Bitkileri Ürün Grubunda Seçili Ülkeler ve Türkiye'nin EIRI Katsayıları

Ülke	Ürün Kodu	1996-2009 Ort.	2010-2022 Ort.	UO	Üstünlük Derecesi
Hollanda	0601	16,55	12,47	14,41	Rekabet Avantajı
	0602	6,20	4,69	5,41	Rekabet Avantajı
	0603	4,92	4,32	4,63	Rekabet Avantajı
	0604	0,64	0,98	0,80	Rekabet Dezavantajı
Kolomb. ¹	0601	0,05	0,00	0,01	Rekabet Dezavantajı
	0602	0,24	0,53	0,37	Rekabet Dezavantajı
	0603	564,88	254,87	389,76	Rekabet Avantajı
	0604	2,37	49,49	20,94	Rekabet Avantajı
İtalya	0601	0,07	0,18	0,12	Rekabet Dezavantajı
	0602	1,80	2,24	2,00	Rekabet Avantajı
	0603	0,54	0,50	0,52	Rekabet Dezavantajı
	0604	4,95	4,70	4,70	Rekabet Avantajı
Ekvator ²	0601	0,02	0,05	0,03	Rekabet Dezavantajı
	0602	0,20	0,56	0,35	Rekabet Dezavantajı
	0603	6965,76	73589777237,17	32603,36	Rekabet Avantajı
	0604	1,54	3,28	2,33	Rekabet Avantajı

Tablo 7 (Devamı): Süs Bitkileri Ürün Grubunda Seçili Ülkeler ve Türkiye'nin EIRI Katsayıları

Ülke	Ürün Kodu	1996-2009 Ort.	2010-2022 Ort.	UO	Üstünlük Derecesi
Almanya	0601	0,18	0,32	0,25	Rekabet Dezavantajı
	0602	0,25	0,45	0,35	Rekabet Dezavantajı
	0603	0,03	0,05	0,04	Rekabet Dezavantajı
	0604	0,17	0,20	0,19	Rekabet Dezavantajı
Türkiye	0601	2,62	0,49	1,45	Rekabet Avantajı
	0602	0,33	1,35	0,77	Rekabet Dezavantajı
	0603	83,29	19,15	49,40	Rekabet Avantajı
	0604	24,26	16,94	19,94	Rekabet Avantajı

¹ Kolomb.: Kolombiya.

² 1997 yılına ait toplam ihracat verisi DB veri tabanında yer almamaktadır. Bu nedenle EIRI analizinde 1998-2009 ortalaması alınmıştır. Ayrıca DB veri tabanında 2015 yılı, "0603" kodlu ürün ithalat değeri yer almamaktadır. Bu nedenle indeks hesaplaması yapabilmek ve bölme hatasından kurtulmak için ilgili ürünün 2015 ithalat değeri 0.001 ABD Doları olarak girilmiştir.

Tablo 7'de EIRI ile yapılan analiz sonuçlarına göre, süs bitkileri ürün gruplarının ihracatında Hollanda ve Türkiye'nin 3 ürün grubunda, Kolombiya, İtalya ve Ekvator'un ise 2 ürün grubunun ihracatında rekabet avantajına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşın Almanya'nın söz konusu 4 ürün grubunda da dezavantajlı konumda olduğu tespit edilmiştir.

Hollanda "0601", "0602" ve "0603" kodlu gruplarda ihracat rekabet avantajı elde ederken "0604" kodlu ürün grubunda dezavantajlı konumdadır. Ayrıca "0601" kodunda sadece Hollanda ve Türkiye'nin avantajı bulunurken, Hollanda Türkiye'den de yüksek katsayıya sahip ülke konumundadır.

Kolombiya, "0603" ve "0604" kodlarında rekabet avantajına sahip iken özellikle "0603" kodundaki yüksek EIRI katsayıları dikkat çekmektedir. Bu ülkenin ilgili grupta ithalattan ziyade yüksek ihracat performansını göstermektedir. Bununla birlikte Kolombiya'nın, son dönemde "0603" kodundaki katsayısında gerileme tespit edilirken "0604" kodlu katsayısında önemli bir artış gözlenmiştir.

İtalya için tablo incelendiğinde, ülkenin "0602" ve "0604" kodlarında rekabet avantajı elde ettiği görülmektedir. "0602" kodlu ürün grubu katsayısında son dönemde, önceki döneme göre artış söz konusu iken "0604" kodlu grupta düşüş gerçekleşmiştir.

Ekvator, "0603" ve "0604" kodlarında rekabet avantajı elde ederken yine ülkenin Kolombiya'ya benzer şekilde aynı ürün grubu ("0603") katsayılarındaki yüksek değerleri dikkati çekmektedir. Bunun anlamı, Ekvator'un aynı mal grubunun ithalatına kıyasla ihracatında yüksek avantaja sahip olmasıdır. Bununla birlikte ülke, rekabet avantajına sahip olduğu her iki ürün grubunda da ikinci dönem katsayılarını (avantajını) arttırmıştır.

Almanya ise analiz edilen dönemde süs bitkileri ürün grubunda yer alan dört koddan herhangi birinde ihracat rekabet avantajı elde edememiştir. Dolayısıyla, kendi ticari performansı açısından bakıldığında, tüm ürün gruplarında ülkenin dezavantajlı konumda olduğu görülmektedir.

Tablo 7'de Türkiye için sonuçlar değerlendirildiğinde, Türkiye'nin Hollanda ile birlikte 3 ürün grubu ihracatında rekabet avantajı elde ettiği görülmektedir. Burada "0602" kodlu mal grubunun uygun ortalamada ilk dönem EIRI katsayısı, dezavantajlı konumda iken son dönemde bu katsayı avantajlı konuma geçmiştir. Diğer yandan uygun ortalamada avantajlı konumda olan "0601" kodlu ürün grubu, dönemler itibarıyla bakıldığında ilk dönem avantajlı ancak son dönemde dezavantajlı konumdadır. Bununla birlikte, ülkenin avantajlı olduğu diğer "0603" ve "0604" kodlarında da ikinci dönem bir düşüş gözlenmiştir.

6. Sonuç

Türkiye'nin toplam ihracatı içerisinde süs bitkileri ürünlerinin ihracat payı %1'in altında kalmakla birlikte, son altı yılda ülkenin ilgili ürün grubu ihracatı artmış ve bu ürün grubunda Türkiye,

pozitif dış ticaret dengesine sahip birkaç ülkeden birisi olmuştur. Pozitif dış ticarete yaşanan bu durumun sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından, süs bitkileri ürünleri ihracatının analiz edilmesinde fayda görülmüştür. Bu amaçla çalışmada hem Türkiye'nin hem de bir karşılaştırma olması açısından, dünya süs bitkileri ihracatında ilk beşte yer alan (Hollanda, Kolombiya, İtalya, Ekvator ve Almanya) ülkelerin ihracat rekabet güçleri araştırılmıştır.

Hollanda, süs bitkileri ürün grubunun tedarik pazarı olup, dünya süs bitkileri ihracatının yaklaşık yarısını tek başına gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin dünya süs bitkileri ihracatındaki payı diğer seçili ülkeler ile karşılaştırıldığında oldukça düşük kalmaktadır. Ancak hem ilgili ürün grubu ihracatındaki hem de dünya ihracat payındaki artış, Türkiye'nin durumunun araştırılması için önem arz etmektedir.

Çalışmada ilk olarak analiz edilen ve ülkenin dünya ortalamasına göre uzmanlaşmasını gösteren RCA sonuçları incelendiğinde, Hollanda'nın 4 ürün grubunda da güçlü üstünlüğü bulunurken, Kolombiya'nın ise "0603" ve "0604" kodlarında sırasıyla güçlü ve orta derece üstünlüğü söz konusudur. İtalya "0602" ve "0604" gruplarında orta derece üstün konumda iken Ekvator "0603" kodunda güçlü, "0604" kodunda zayıf üstün konumdadır. Almanya ve Türkiye ise ilgili tüm süs bitkileri ürün gruplarında küresel düzeyde bir uzmanlaşma gösterememiş ve rekabet avantajına sahip olamamışlardır.

İkinci olarak, ülkenin kendi ticari performansının hangi yönde olduğunu gösteren NEI ile yapılan analiz sonuçları, Hollanda'nın 3, Kolombiya, İtalya, Ekvator ve Türkiye'nin ise 2'şer ürün grubunun ihracatında uzmanlaştığını, Almanya'nın ise ilgili ürün gruplarının hiçbirinde ihracat uzmanlaşması gösteremediğini ortaya koymaktadır. Burada Hollanda'nın "0601", "0602" ve "0603" kodlarındaki ihracat uzmanlaşması dikkat çekmektedir. Türkiye açısından bakıldığında ise "0603" ve "0604" kodlu ürün gruplarında bir ihracat uzmanlaşması söz konusudur.

Son olarak yine ülkenin kendi ticari performansını ölçen EIRI sonuçları, Hollanda ve Türkiye'nin 4 süs bitkileri ürün grubundan 3'ünün ihracatında; Kolombiya, İtalya ve Ekvator'un ise 2'sinin ihracatında rekabet avantajına sahip olduğunu göstermektedir. Diğer yandan Almanya'nın, söz konusu 4 süs bitkileri ürün grubunun tamamında rekabet avantajı yakalayamadığı ve tüm gruplarda dezavantajlı konumda olduğu tespit edilmiştir. Türkiye ise 3 ürün grubu ("0601", "0603" ve "0604") ihracatında uzmanlaşarak diğer ülkeler karşısında önemli bir rekabet avantajı elde etmiştir.

Türkiye için sonuçlar değerlendirildiğinde, süs bitkileri ürün gruplarının ihracatında Türkiye'nin uzmanlaşmasının, dünya uzmanlaşmasının altında kaldığı görülmektedir. Bir diğer deyişle, Türkiye'nin ilgili sektördeki uzmanlaşması dünya ortalamasından düşüktür ve bu yönüyle ilgili ürün gruplarında rekabet dezavantajı söz konusudur. Ancak kendi ticari performansı açısından Türkiye'nin durumu değerlendirildiğinde, NEI sonuçlarına göre "0603" ve "0604" kodlarında; EIRI sonuçlarına göre ise "0601", "0603" ve "0604" kodlu süs bitkileri ürün gruplarında ihracat rekabet avantajı söz konusu olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar Türkiye'nin ilgili kodlarda, küresel uzmanlaşma açısından fırsatının olduğunu göstermektedir. Özellikle ihracat rekabet avantajının olduğu bu kodların (sektörlerin) desteklenmesi hem ilgili ürün grubu ihracat kalemlerinde artışa neden olacak hem de ülkenin ilgili kodlardaki uluslararası rekabet gücünü arttıracaktır.

Dünya süs bitkileri ürünlerine olan talep artışı da süs bitkileri sektörü için gelişme/büyüme fırsatları sunmaktadır. Hâlihazırda artan bu dış talebi karşılamak için Türkiye'nin elverişli iklim koşullarına sahip olmanın yanı sıra düşük maliyetli işgücü arzı ve ihracat pazarlarına yakınlık gibi pek çok avantajı da bulunmaktadır. Bu nedenle Türkiye'nin, süs bitkileri ürünlerinde küresel rekabet gücünü arttırmaya yönelik makro ve mikro stratejiler geliştirmesi, ayrıca işletmelerin üretim kalitesi, arzın çeşitlendirilmesi, teknolojik ilerleme ve daha verimli bir lojistik yönetimine giderek ilgili sektöre daha fazla odaklanması gerekmektedir.

Kaynakça

- Abrol, A. ve Baweja, H. S. (2019). Floriculture-World Wide Production, Trade, Consumption Pattern, Market Opportunities and Challenges. Erişim Adresi https://medium.com/@preetisharma_51610/floriculture-world-wide-production-trade-consumption-pattern-market-opportunities-and-challenges-e797d87c87a7
- Akbaş, N. ve Sarvan, F. (2016). Antalya Kesme Çiçek İhracatçılarının Küresel Rekabet Gücünün Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 343-369. <https://doi.org/10.16953/deusbed.95913>.
- Aksu, Z. A., Çığ, A. ve Türkoğlu, N., (2023). Mersin İlindeki Süs Bitkileri Üreticilerinin Mevcut Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Journal of Environmental and Natural Studies*, 5(2), 150-164. <https://doi.org/10.53472/jenas.1318587>.
- Amighini, A. (2004). *China in the International Fragmentation of Production: Evidence from the ICT Industry*. Università commerciale Luigi Bocconi.
- Asciuto A., Carapezza R., Galati A. ve Schimmenti E. (2008). The Competitiveness of the Italian Flower Andornamental Plant Sector. *New Medit*, 7(1), 26-37.
- Ay, S. (2009). Süs Bitkileri İhracatı, Sorunları ve Çözüm Önerileri: Yalova Ölçeğinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 423-443.
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalization and "Revealed" Comparative Advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 33(2), 99-123. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.1965.tb00050.x>.
- Balassa, B. ve Noland, M. (1989). "Revealed" Comparative Advantage in Japan and the United States. *Journal of International Economic Integration*, 4(2), 8-22.
- Bashimov, G. (2018). Kazakistan'ın Bakır Sektöründeki Rekabet Gücünün Ölçülmesi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Özel Sayı, 55-68.
- Bojnec, S. ve Ferto, I. (2006). Does Comparative Advantages in Agro-Food Trade Matter for Multifunctional Rural Development: The Case of Hungary and Slovenia. *Journal of Central European Agriculture*, 7(3), 583-586.
- Çelik, Y. ve Arısoy, H. (2014). Competitive Analysis of Outdoor Ornamental Plants Sector: A Case Study of Konya Province, Turkey. *Journal of Horticultural Research*, 21(2), 5-16. <https://doi.org/10.2478/johr-2013-0016>.
- Di Vita, G., Allegra, V. ve Zarbã, A. S. (2015). Building Scenarios: A Qualitative Approach to Forecasting Market Developments for Ornamental Plants. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(2), 130-151. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.071152>.
- Erkan, B. (2013). Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 93-110.
- Gnidchenko, A. A. ve Salnikov, V. A. (2015). Net Comparative Advantage Index: Overcoming the Drawbacks of the Existing Indices. *Higher School of Economics Research Paper No. WP BRP 119*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2709009>.
- Gnidchenko, A. A. ve Salnikov, V. A. (2021). Trade Intensity, Net Trade, and Revealed Comparative Advantage. *Higher School of Economics Research Paper No. WP BRP*, 244. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3820672>.
- Hinloopen, J. ve Van Marrewijk, C. (2001). On the Empirical Distribution of the Balassa Index. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 137(1), 1-35.

- Hoseinpoor, A., Moghaddasi, R. ve Yazdani, S. (2019). The Comparative Advantage in the Main Exporting Countries, Flower and Ornamental Plant Sector. *Transition Studies Review*, 26(2), 39-54. <https://doi.org/10.14665/1614-4007-26-004>.
- Hoseinpoor, A., Moghaddasi, R., Yazdani, S. ve Mohammadinejad, A. (2020). Are Efficient Exporters the Real Leading Exporters? An Examination of Flower and Ornamental Plants Sector. *JP Journal of Biostatistics*, 17(2), 423-442. <http://dx.doi.org/10.17654/BS017020423>.
- Jagdambe, S. (2019). Consistency Test of Revealed Comparative Advantage Index: Evidence from India's Agricultural Export. *Foreign Trade Review*, 54(1), 16-28. <https://doi.org/10.1177/0015732518810838>.
- Liesner, H. H. (1958). The European Common Market and British Industry. *Economic Journal*, 68(270), 302-316. <https://doi.org/10.2307/2227597>.
- Madhoushi, M. ve Tari, G. (2007). The Strategies for Non-Oil Export Development of Mazandaran Province. *Iranian Journal of Trade Studies (IJTS)*, 11(44), 195-233. <https://sid.ir/paper/7520/en>.
- Mahdiee, N., Fani, M. ve Fattahi, M. (2022). An Export Performance Model for the Industry of Flower and Ornamental Plants in Mazandaran Province by Using the Grounded Theory Approach. *International Journal of Agricultural Management and Development*, 12(4), 349-368. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.21595852.2022.12.4.4.9>.
- Indicators, C. U. T. (2005). ARTNeT Capacity Building Workshop on Trade Research 22-25 March 2005 Introduction to trade research II: Trade Data and Statistics.
- Saboniene, A. (2009). Lithuanian Export Competitiveness: Comparison With Other Baltic States. *Engineering Economics*, 62(2), 49-57.
- Sarıçoban K. ve Kösekahyaoglu L. (2017). Ticaret Sonrası Verilerle Rekabet Gücünün Ölçülmesinde Kullanılan İndeksler Üzerine Bir Literatür Taraması. *The Journal of Academic Social Science*, 5(47), 424-444. <https://doi.org/10.16992/ASOS.12439>.
- Sarıçoban, K. ve Kösekahyaoglu, L. ve Erkan B. (2017). Türkiye'nin Tekstil İhracatındaki Rekabet Gücü Düzeyinin Belirlenmesi: 1996-2015 Dönemi İçin Bir Analiz. *Kesit Akademi Dergisi*, (8), 186-203.
- Startiene, G. ve Remeikiene, R. (2014). Evaluation of Revealed Comparative Advantage of Lithuanian Industry in Global Markets. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 428-438. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.887>.
- Statistics, (2023). Trimmed Mean. Erişim Adresi <https://www.statistics.com/glossary/trimmed-mean/>
- Süs Bitkileri Üreticileri Alt Birliği, (2022). Süs Bitkileri Sektör Raporu. Erişim Adresi <https://susbir.org.tr/belgeler/raporlar/susbitkileri-sektor-raporu-2022.pdf>
- Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, (2023). Türkiye Süs Bitkileri ve Mamulleri Sektör Raporu 2023. Erişim Adresi <http://www.susbitkileri.org.tr/images/d/library/98e54002-0285-47c4-ad9f-09d2fddb7f65.pdf>
- Şahin Ulucan, A. (2019). Süs Bitkileri İhracatında Hedef 150 Milyon Dolar. Erişim Adresi <http://www.turktarim.gov.tr/Haber/262/sus-bitkileri-ihracatinda-hedef-150-milyon-dolar>
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı TAGEM AR-GE & İnovasyon, (2021). Süs Bitkileri Sektör Politika Belgesi 2020-2024. Erişim Adresi <https://www.tarimorman.gov.tr/TAGEM/Belgeler/yayin/SÜS%20BİTKİLERİSEKTÖRPOLİTİKA%20.pdf>

- Tapkı, N., Kızıltuğ, T. ve Çelik, A. (2018). Türkiye’de Kesme Çiçek Üretim ve Ticaretinde Mevcut Durum, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Türk Tarım-Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(3), 313-321. <https://doi.org/10.24925/turjaf.v6i3.313-321.1697>.
- TÜBİTAK Türkiye Sanayi Sevk ve İdare Enstitüsü, (2017). Süs Bitkileri Sektörü Ulusal Strateji Raporu. Erişim Adresi <https://www.susbir.org.tr/images/duyurular/ulusal-strateji-raporu.pdf>
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2024). Dış Ticaret Sınıflamaları. Erişim Adresi <https://biruni.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaSurumListeAction.do?turlId=3&turAdi=%203.%20D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret%20S%C4%B1n%C4%B1flamalar%C4%B1&guncel=Y>
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2023). Uyumlaştırılmış Mal Tanım ve Kod Sistemi, HS 2002. Erişim Adresi <https://biruni.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaSatirListeAction.do?surumId=9&kod=06&ustKod=06&seviye=2&detay=H&turlId=3&turAdi=%203.%20D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret%20S%C4%B1n%C4%B1flamalar%C4%B1&satirId=886945#>
- World Customs Organization, (2024). What is the Harmonized System (HS)?. Erişim Adresi <https://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/overview/what-is-the-harmonized-system.aspx>
- Worldbank, (2023). World integrated Trade Solutions. Erişim Adresi <http://wits.worldbank.org/WITS/WITS/Results/Queryview/QueryView.aspx?Page=DownloadandViewResults&Download=true>
- Zencirkıran, M. ve Gürbüz, İ. B. (2009). Turkish Ornamental Plants Sector in The European Union Screening Process. *Journal of Fruit and Ornamental Plant Research*, 17(2), 235-250.
- Zeng, Y. ve Zeng, G. (2023). Research on the Export Status of Flower Industry in Guangdong Province. *Agricultural & Forestry Economics and Management*, 6(2), 19-26. <https://doi.org/10.23977/agrfem.2023.060203>.

TÜRKİYE'S COMPETITIVENESS IN EXPORTING ORNAMENTAL PLANTS

Extended Abstract

Aim: In developed countries, flowers and ornamental plants are increasingly consumed not only on special occasions but also throughout the year, especially by certain segments of the population. With the increase in the consumption of ornamental plants, the international trade of products has increased and competition in the world ornamental plant products market has accelerated. Türkiye is a country with significant competitive advantages in the ornamental plants sector. The aim of this study is to determine Türkiye's ornamental plant export competitiveness and specialization level and to make a comparison of Türkiye with the world leaders in ornamental plant exports (Netherlands, Colombia, Italy, Ecuador and Germany).

Method(s): In order to determine Türkiye's export competitiveness against selected countries in the ornamental plants sector, ornamental plants product groups coded "0601", "0602", "0603" and "0604" of the Harmonized System 1996 classification were used. In the analysis part of the study, Balassa Index, Net Export Index and Export-Import Ratio Index, which are frequently and widely used in measuring competitiveness with post-trade data, and export and import data for the years 1996-2022 were obtained from the World Integrated Trade Solution (2023) database operating within the World Bank in US Dollars.

Findings: Türkiye's share in world ornamental plant exports remains quite low compared to other selected countries. However, its share in both the related product group exports and world exports is increasing. When the RCA results, which are analyzed first in the study and show the country's specialization compared to the world average, are examined, the Netherlands has strong superiority in all 4 product groups. Colombia has strong and moderate superiority in "0603" and "0604" codes, respectively. Italy has moderate superiority in "0602" and "0604" groups, while Ecuador has strong superiority in "0603" code and weak superiority in "0604" code. Germany and Türkiye, on the other hand, have not been able to specialize on a global scale and gain a competitive advantage in all relevant ornamental plant product groups. The results of the analysis with the NEI, which shows the direction of the country's own trade performance, show that the Netherlands specializes in the exports of 3 product groups, while Colombia, Italy, Ecuador and Türkiye specialize in the exports of 2 product groups each. Germany, on the other hand, does not show export specialization in any of the relevant product groups. Finally, the results of the Export-Import Ratio Index, which again measures a country's own trade performance, show that the Netherlands and Türkiye have a competitive advantage in the exports of 3 out of 4 ornamental plant product groups. Colombia, Italy and Ecuador have a competitive advantage in exports of 2 out of 4 ornamental plants product groups. On the other hand, Germany has not achieved competitive advantage in all 4 ornamental plants product groups and is disadvantaged in all groups. Türkiye, on the other hand, has gained a significant competitive advantage over other countries by specializing in the export of 3 product groups ("0601", "0603" and "0604").

Conclusion: When the results for Türkiye are evaluated, it is seen that Türkiye's specialization in the exports of ornamental plants product groups is below the world specialization. In other words, Türkiye's specialization in the relevant sector is lower than the world average and, in this respect, Türkiye has a competitive disadvantage in the relevant product groups. However, when Türkiye's situation is evaluated in terms of its own trade performance, it is found that Türkiye has an export competitive advantage in the "0603" and "0604" codes according to NEI results and in the "0601", "0603" and "0604" coded ornamental plants product groups according to EIRI results. These results indicate that Türkiye has opportunities for global specialization in the relevant codes. Supporting these codes (sectors), where there is an export competitive advantage, will both lead to an increase in the export items of the relevant product group and increase the international competitiveness of the country in the relevant codes.
