

TÜRKİYE’NİN PORTAKAL, MANDALİNA, LİMON VE YAŞ KAYISI ÜRÜNLERİNDE KARŞILAŞTIRMALI İHRACAT PERFORMANSI VE REKABET GÜCÜ ANALİZİ*

*Müge Burcu ÖZDEMİR***

*Levent KÖSEKÂHYAOĞLU****

Özet

Bu çalışmada amaç, Türkiye’nin ihracatında yer alan dört önemli tarım ürününün uzmanlaşma seviyesini ve rekabet gücünü Karşılaştırmalı İhracat Performansı (KİP) indeksi aracılığıyla ölçmektir. Çalışma 2001-2016 dönemini kapsamaktadır ve incelediğimiz ürünler portakal, mandalina, limon ve yaş kayısıdır. Çalışmanın ampirik analiz kısmında KİP indeksleri kullanılarak Türkiye’nin konu edilen ürünlerdeki ihracat uzmanlaşma düzeyine ait sonuçlar, o ürünlerdeki ihracat dünya klasmanında yer alan ilk dört ülke ile mukayese edilmiştir. KİP indeksine ile elde edilen bulgulara göre, karşılaştırmalı ihracat performansı en güçlü olan ürünler sırasıyla mandalina, portakal ve limondur. Ayrıca, karşılaştırmalı ihracat performansı en zayıf olan ürün ise yaş kayısıdır.

Anahtar Kelimeler: Rekabet, Rekabet Gücü, Karşılaştırmalı İhracat Performansı (KİP) İndeksi.

JEL Kodu: F10, F14.

ANALYSIS OF TURKEY’S COMPARATIVE EXPORT PERFORMANCE AND COMPETITIVENESS IN ORANGE, SATSUMA, LEMON AND FRESH APRICOT

Abstract

The purpose of this study is to measure the specialization level and competitiveness of Turkey's four major agricultural products through Comparative Export Performance (CEP) index. This study covers 2001-2016 period and the products we examine are orange, satsuma, lemon and fresh apricot. Empirical analysis of this study, results of Turkey's export specialization level in mentioned products were evaluated by comparing Turkey with the four most competitive countries in the world ranking of related products. According to the findings obtained with the CEP index, satsuma, orange and lemon are the products which have the strongest comparative export performance respectively. Additionally, apricot is the product which has the weakest comparative export performance.

Keywords: Competition, Competitiveness, Comparative Export Performance (CEP) Index.

JEL Classification: F10, F14.

*Bu çalışmanın ampirik bulguları, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü’ne sunulan ‘Türkiye’nin Seçili Tarım Ürünlerinin Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi İle Rekabet Analizi.’ başlıklı Doktora tezine dayanmaktadır.

** Dr., mugeoz35@gmail.com, ORCID: 0000 0003 4721 4770.

***Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisat Bölümü Öğretim Üyesi, leventkosekahyaoglu@sdu.edu.tr, ORCID: 0000 0002 5466 5396.

تحليل الأداء التصديري المقارن والقدرة التنافسية لمنتجات البرتقال واليوسفي والليمون والمشمش العمري في تركيا *

موكا بورجو أوزدامير**

لافانت كوسا كاهيا أو غلو**

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى قياس مستوى التخصص والقدرة التنافسية لأربعة منتجات زراعية هامة في صادرات تركيا من خلال مؤشر أداء الصادرات المقارن (KIP). تغطي الدراسة الفترة من 2001-2016 والمنتجات التي ندرسها هي البرتقال واليوسفي والليمون والمشمش العمري. وفي التحليل التجريبي للدراسة، قورنت نتائج مستوى التخصص التصديري في المنتجات الخاضعة لتركيا باستخدام مؤشرات KIP بالبلدان الأربعة الأولى في التصنيف العالمي للصادرات لهذا المنتج. ووفقاً للنتائج التي حصل عليها مؤشر KIP، فإن المنتجات التي هي الأقوى في أداء التصدير المقارن هي اليوسفي والبرتقال والليمون على التوالي. وبالإضافة إلى ذلك، فإن أضعف منتج في الأداء النسبي للصادرات هو المشمش العمري.

كلمات مفتاحية: المنافسة، القوة التنافسية، مؤشر أداء الصادرات المقارن (KIP).

رمز الهلام: f10, f14.

GİRİŞ

Her ne kadar teknoloji yoğun ürünlerin ihracattaki rekabet güçleri ve yarattıkları katma değer çok daha fazla olsa da insanoğlunun yaşamını idame ettirebilmesi için tarım ürünlerine her zaman ihtiyacı olacaktır.

Bashimov'a göre (2017: 319); tarım sektörü, temel insani ihtiyaç olan gıda maddeleri üretimini sağlar ve ülke nüfusunun büyük bir kısmına istihdam yaratır. Ayrıca sanayi ve teknoloji yoğun endüstrilere de işgücü, ara girdi tedariki sağlayarak ve piyasa oluşturarak ülke ekonomisine önemli bir katkı sunar.

Tarım ürünlerine olan talep, tüketim alışkanlıkları, beslenme trendleri ve gelir seviyesindeki artış ve azalışlara bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Türkiye'nin bu anlamda ekolojik potansiyeli, tarımsal talebe dinamik bir şekilde karşılık verecek kadar güçlüdür (Ketenci ve Bayramoğlu, 2018: 339).

Bir ülkenin rekabet edebilirliği, üretebilme kabiliyetinde ve kapasitesinde bir yükselmeyi işaret etmektedir. Bir firmanın veya ülkenin ekonomik performansının ölçülmesiyle hem ulusal hem de uluslararası rekabet durumu hakkında kıyaslama yapılması mümkün olmaktadır (Şahinli, 2014: 210). Bu anlamda, Türkiye'nin yukarıda bahsedilen tarımsal gücü, dış ticarete de bir rekabet avantajı olarak yansımaktadır.

Tarım ürünlerinin rekabet gücü analizinde, rekabet gücü kadar önemli bir diğer faktör "pazarlama stratejisi" olarak görülmektedir. Pazarlama stratejileri ve bu stratejilerin firma performansı ile ilişkisi incelendiğinde; standardizasyon ve adaptasyon, pazarlama karması elemanları, 4P (ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma) ve hedef pazar gibi faktörlerin önemi vurgulanmaktadır (Yücel, 2019: 207).

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin seçili tarım ürünlerindeki ihracat performansını Karşılaştırmalı İhracat Performansı (KİP) indeksi aracılığıyla ölçmektir. Çalışmada Türkiye'nin öncelikle portakal, limon, mandalina ve yaş kayısı ürünlerindeki uzmanlaşma ve ihracat potansiyellerinin belirlenmesi, Türkiye'nin en güçlü ülkeler karşısındaki rekabet gücünün tespit edilmesi ve incelenen ürünlerde Türkiye'nin rekabet gücünün artırılmasına yönelik politika önerilerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir.

1. REKABET GÜCÜNÜN EKONOMİK BÜYÜMEYE KATKISI

Rekabet gücü kavramının anlamı üzerine gerek ulusal gerekse uluslararası akademik literatürde öne sürülen birbirinden farklı pek çok yaklaşım vardır. Buna rağmen, kavramın karşılığını tam olarak sağlayan genel ve evrensel bir tanım üzerinde uzlaşmak zordur (Kösekaşyaoğlu, 2012: 146).

Yine de ekonomide rekabet kavramının, serbest piyasa sistemine entegre olmuş en az iki iktisadi aktörün (firmanın), kârlarını ve pazar paylarını artırmak amacıyla yarışmasını ifade ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Fiyat ve fiyat haricindeki çeşitli enstrümanlarla gerçekleşen bu yarış, sürdürülebilir ve devinen bir ekonomik sistemin vazgeçilmez unsurudur (Kösekaşyaoğlu ve Özdemir, 2018: 89).

Artan bir rekabet gücünün bir ulusun ekonomik kalkınmasına katkısı, yadsınamayacak kadar önemlidir. Buradan hareketle, devletlerin rekabet politikaları ve uygulamalarının büyüme üzerindeki rolünün büyük önem arz ettiği söylenebilir.

Bir ülkenin ekonomik büyümesinde rekabetin rol almaya başlaması, özellikle 1980'lerle birlikte teknolojinin hızlı gelişmesini takiben olmuştur. Teknolojideki baş döndürücü ivme, küreselleşmeyi hızlandırmış ve tüm dünyada rekabetin önemi giderek artmıştır (Çivi vd. 2008: 12).

Sektörler ve devlet (politika uygulayıcıları) arasında geliştirilecek bir diyalog ortamı, ulusal sanayinin gelişimine katkı sağlayacak ve bu da rekabet gücünü artıracaktır. Bu noktada, kümelenmenin önemine dikkat çekmek gerekir. Kümelenmelerin geliştirilmesine yönelik uygulamaların artması orta

ve uzun vadede ara girdi ithalatına bağımlılığı önemli derecede azaltacak ve ekonomik büyümeye katkı sağlayabilecektir (Çağlar, 2006: 315).

Yurttaşçıkmaz vd. 2015'e göre; çeşitli iktisadi görüşlerdeki ekonomik büyüme ve rekabet gücü ilişkisi aşağıdaki unsurlarla açıklanmaktadır (2015:816):

- *Klasik iktisatçıların* büyümeyle ilişkin görüşlerinin ortak noktası, emek ve sermaye faktörünün artırılması yönündedir. Tüm üretim faktörlerinin artışı ve ticaretin serbestleşmesi, bir ülkenin rekabet gücüne olumlu katkı sağlayacaktır.
- *Keynesyen* düşüncede ise, temel unsur toplam talebin canlı tutulmasıdır. Bu durumda kaynak kullanımının etkinliği sağlanacak böylece rekabet gücü elde edilebilecektir.
- *Harrod ve Domar* modeline göre, tasarrufların seviyesinin ve sermayenin verimlilik artışına bağlı olarak artan bir rekabet gücünden söz edilir.
- *Neo-klasik* görüşte ise, ekonomik büyüme için teknolojik gelişmelerin önemi vurgulanmıştır. İleri teknoloji, artan bir rekabet gücü demektir.
- *Schumpeter* emek ve sermaye artışını desteklemekle birlikte, ekonomik büyüme açısından yeterli olamayacağını savunmuş, inovasyon ve yenilik gerektiren ürün ve teknolojilerin önemi üzerinde durmuştur.
- *Yeni büyümeci* iktisatçılardan Romer, Lucas, Rebelo ve Barro'ya göre; yenilikçi bir şekilde gerçekleştirilen AR-GE faaliyetleri, kaliteli bir beşerî sermaye varlığı, kamu harcamalarının ve üretim faktörlerinin etkin kullanılması ülkenin rekabet gücünün yükseltilmesine katkı sağlayacak, dolayısıyla da ekonomik büyümeye olumlu yansımaları olacaktır.

Bu noktada rekabet politikalarının etkinliğine de değinmek yerinde olur. Kanun yapıcıların, rekabetin korunması konusuna kamu sektörü ve özel sektörü beraber düşünerek yaklaşması gerekir. Piyasa da yer alan aktörlerin rekabeti suiistimal etmeleri durumunda, üretimdeki etkinlik ve yenilikçilik adımları zarara uğrar. Bu durumda devlet, açık veya zımnî şekilde gerekli müdahaleleri yaparak rekabeti korur. Korunan bir rekabet ortamı, o ülkenin ekonomik büyümesine de katkı sağlar (Taşar ve Çevik, 2010:322).

2. REKABET GÜCÜNE YÖNELİK LİTERATÜR TARAMASI

Karşılaştırmalı ihracat performansı kavramına ve ölçülmesine ilişkin literatürde ulusal düzeyde pek çok çalışma yer alsada, bu çalışmaların sayısı sınırlıdır. Uluslararası literatürde ise, yeterli sayıda çalışmaya rastlamak mümkündür. Bu çalışmalar aşağıda ulusal ve uluslararası boyutta olmak üzere iki ayrı sınıfta incelenmiştir.

Kösekaşyaoğlu ve Özdamar (2005), çalışmalarında Türkiye ile Çekya, Macaristan, Polonya ve Estonya'nın sektörel rekabet gücü ve dış ticaret yapılarını, KİP indekslerini kullanarak 1993-2003 dönemi için analiz etmiştir. Elde edilen bulgular, Türkiye'nin, Estonya hariç diğer üç ülke karşısında, özellikle hammadde ve işgücü, kısmen de sermaye yoğun malları içeren sektörlerde bir rekabet avantajına sahip olduğunu göstermektedir.

Kösekaşyaoğlu (2012) eserinde ise, 1990-2009 dönemi için Türkiye'nin Çin ve Hindistan karşısındaki ihracat uzmanlaşma düzeyi malların yoğunluklarına göre beş grup altında ölçülmüş ve incelenen üç ülkenin rekabet gücünün beklendiği üzere temelde emek yoğun mallara dayandığı, ancak son dönemde Hindistan için özellikle sermaye yoğun malların öneminin daha da arttığı sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada ayrıca, Türkiye'nin Çin karşısında özellikle işgücü yoğun ve kolayca taklit edilebilen mallarda dezavantajlı olduğu, Hindistan karşısında ise hammadde ve kolayca taklit edilebilen mallarda dezavantajlı olmasına rağmen sermaye yoğun mallarda daha iyi bir ihracat uzmanlığına sahip olduğu vurgulanmıştır.

Yücel (2019) çalışmasında, firmaların ihracat pazarlarındaki başarı kıstaslarını beş ana başlık altında incelemiştir. Söz konusu başlıklar; Yönetimsel Faktörler, örgütsel faktörler, çevresel faktörler, hedef pazar seçimi ve pazarlama karmasıdır. Çalışmada ayrıca firma yöneticilerinin ihracat pazarlaması

kavramına aşına olmalarının ve süreci iyi yönetebilmelerinin, firmanın ihracat performansını olumlu etkileyeceği vurgulanmıştır.

Ayar ve Erdil (2018), katma değer yaratma araçlarından ikisi olan Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin ihracat performansı üzerindeki etkisini yönetici algıları üzerinden analiz ederek, anlamlı bir ilişkiye sahip olduklarını ortaya koymuşlardır. Analiz sonucunda, inovasyon ve Ar-Ge faaliyetleri arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Ketenci ve Bayramoğlu (2018), ceviz ürünü özelinde bir rekabet analizi yaparak, FAO 2016 yılı verilerine göre Türkiye'nin dünya genelinde 86,853 hektar alan ve 195,000 tonluk üretim ile %5'lik paya sahip olduğunu ve ilk dört ülke içerisinde yer aldığını belirlemiştir.

Styles (1998), çalışmasında Cavusgil ve Zou (1994) tarafından geliştirilen ihracat performansı ölçeğinin Avustralya ve İngiltere'de geçerliliğini, 434 ihracatçıdan elde ettikleri verilerle test etmişlerdir. Faktöriyel benzerlik ve eşdeğerlilik için destekleyici bulgulara erişilse de sonuçlar tam ölçüm eşdeğerliği desteklememektedir.

Shoham (1998), çalışmasında 93 İsraili ihracatçıdan elde edilen verilerle gerçekleştirdiği ampirik analiz sonucu, ihracat performansı kavramının ihracat miktarı, satışlardaki değişimler ve karlılık olmak üzere üç boyutu olduğunu ortaya koymuştur. Sonuca göre firma yöneticileri, bir "satış ve karlılık" algısına sahip olmalıdır, böylece kısa ve uzun vadeli hedeflerine erişebileceklerdir.

Suntharalingam vd. (2011), çalışmalarında, 2000-2008 zaman aralığı olmak üzere, Malezya yaş meyvelerinin küresel tarım ve seçilmiş ihracat pazarlarındaki rekabet gücünü açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) ve karşılaştırmalı ihracat performansı (KİP) indeksleri yöntemiyle ölçmüşlerdir. Bulgulara göre; Malezya'nın Tayland, Endonezya, Filipinler, Singapur, Çin ve Hindistan karşısında karpuz ve papaya meyvesinde karşılaştırmalı üstünlüğü söz konusudur.

Boansi (2014), çalışmasında Gana'da tarımsal çeşitlendirme projesinin başlatılmasından önce ve sonra yedi tarımsal ürünün ihracat performansını, KİP indeksi, simetrik karşılaştırmalı ihracat performansı indeksi (SCEP) ve logaritmik karşılaştırmalı ihracat performansı indeksi (InCEP) kullanarak ölçmektedir. Çalışmanın zaman aralığı 1987-2011'dir. Analiz sonuçlarına göre, tarımsal çeşitlendirme projesinin ihracat performansı üzerindeki etkisi olumludur.

Alidou vd.(2017) çalışmalarında Sahra altı bir tarım ülkesi olan Benin'in pamuk ve kaju olan iki ana tarımsal ürün ihracatının rekabet gücünü, 1964-2014 yıllarına ait verilerle, AKÜ ve KİP indeksleri aracılığıyla analiz etmişlerdir. Sonuçta, pamuk ürününde Burkina Faso karşısında rekabet dezavantajı söz konusu iken, kajuda Nijerya karşısında karşılaştırmalı üstünlük söz konusu olmuştur.

3. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmada temel amaç, Türkiye'nin portakal, mandalina, limon ve yaş kayısı ürünlerindeki ihracat performanslarını ve buna bağlı olarak uzmanlaşma düzeyini belirlemektir. Böylece Türkiye'nin söz konusu ürünlerdeki rekabet avantajı veya dezavantajı ortaya konabilecek böylece bulgulara bağlı olarak politika önerileri geliştirilebilecektir. Çalışmanın dönemi 2001-2016 arasındadır.

Türkiye'nin tarım ürünleri ihracatında önemli yer tutan portakal, mandalina, limon ve yaş kayısı ürünlerinin uzmanlaşma düzeyi dolayısıyla rekabet gücü karşılaştırmalı ihracat performansı indeksine göre ölçülmektedir. Çalışmaya konu olan ürünlerde ölçüm, Türkiye ve küresel ölçekte rekabet gücüne sahip dört rakip ülke kıyaslanarak gerçekleştirilmektedir. Sonuçlar tablo şeklinde sunulmuştur ve grafiklerle detaylı bir inceleme imkânı ortaya konmaktadır. Elde edilen bulgular, ölçüm yöntemi olan karşılaştırmalı ihracat performansı (KİP) indeksi referans kriteri kullanılarak değerlendirilmiştir.

Çalışmaya konu olan ürünlerde ölçüm, Türkiye ve dünya ihracatında önemli bir paya sahip olan rakip ülkeler kıyaslanarak gerçekleştirilmiştir. Portakal ürünü için Türkiye'nin rakibi olarak incelenen ülkeler Almanya, Fransa, Hollanda ve İngiltere iken, mandalinada Türkiye'nin rakipleri İspanya, Çin,

Brezilya ve Hollanda'dır. Limon ürününde Türkiye'nin rakipleri ise İspanya, Meksika, Arjantin ve Hollanda'dır. Son olarak, yaş kayısı için rakip ülkeler Fransa, İtalya, İspanya ve Yunanistan'dır.

Karşılaştırmalı ihracat performansı ölçülen tarım ürünlerinin ihracat verileri ve kıyaslaması yapılan ülkelerin ihracat verileri, Birleşmiş Milletler Emtia Ticareti Veri Tabanı (United Nations, Commodity Trade Statistics Database) kullanılarak elde edilmiştir. Karşılaştırmalı ihracat performansı ölçümlerinde OECD tarafından sınıflandırılan, dört ve beş haneli kodlara sahip Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırması (Standard International Trade Classification -SITC) verileri ve altı haneli Harmonize Ürün Kodlaması ve Sınıflandırma Sistemi (Harmonized Commodity Description and Coding Systems - HS) verilerinden yararlanılmıştır. Her bir ürünün ülke kıyaslamasına ait veriler aynı kod sınıflandırma sistemine ait olduğu için, veriler birbiri ile tutarlılık arz etmektedir.

Karşılaştırmalı ihracat performansı indeksi, bir ülkenin belirli bir ürün ya da ürün grubundaki uzmanlaşma düzeyini ölçmek için kullanılmaktadır. Juergen Donges tarafından geliştirilen indekse göre, uluslararası rekabetin yapısı, ülkelerin göreceli ihracat paylarına dayanmaktadır (Donges vd.1982:83).

Karşılaştırmalı ihracat performansı indeksi aşağıdaki gibi formüle edilmiştir (Kösekhayaoğlu ve Özdamar, 2005:95).

$$KİP_R^{TR} = \frac{X_0^{TR}/X_0^R}{\sum X_t^{TR}/\sum X_t^R} \quad (1)$$

$KİP_R^{TR}$ = TR, Türkiye'yi, R, karşılaştırma yapılan rakip ülkeyi ifade etmektedir. Dolayısıyla $KİP$, iki ülkenin karşılaştırmalı ihracat performansı indeksini göstermektedir.

X_0^{TR} = Türkiye'nin ihracat performansı ölçülen ürünün ihracatını ifade eder.

X_0^R = Karşılaştırma yapılan rakip ülkenin söz konusu ürünündeki ihracatını ifade eder.

$\sum X_t^{TR}$ = Türkiye'nin toplam ihracatını ifade etmektedir.

$\sum X_t^R$ = Karşılaştırma yapılan rakip ülkenin toplam ihracatını ifade eder.

Torayeh'e (2013:142) göre:

$KİP$ değeri > 0 ise; ölçümü yapılan ülkenin söz konusu malda rekabet avantajı yani karşılaştırmalı üstünlüğü var demektir.

$KİP$ değeri < 0 olması durumunda ise; söz konusu ülkenin o malda karşılaştırmalı üstünlüğü bulunmamaktadır.

Aşağıda, çalışmada uzmanlaşma düzeyi ölçülen ürünlere yönelik SITC kodları ve analizde her bir ürün için karşılaştırma yapılan ülkeler sıralanmıştır:

Portakal (SITC Kodu 05711):

- Türkiye- Almanya
- Türkiye-Fransa
- Türkiye-Hollanda
- Türkiye-İngiltere

Mandalina (SITC Kodu 05712):

- Türkiye- İspanya
- Türkiye- Çin

- Türkiye- Brezilya
- Türkiye- Hollanda

Limon (SITC Kodu 05721):

- Türkiye- İspanya
- Türkiye- Meksika
- Türkiye-Arjantin
- Türkiye-Hollanda

Yaş Kayısı (HS Kodu 080910):

- Türkiye- Fransa
- Türkiye- İtalya
- Türkiye- İspanya
- Türkiye- Yunanistan

4. ÇALIŞMANIN BULGULARI

Türkiye'nin Portakal Ürününde KIP_R^{TR} İndeksi Sonuçları, Ülke Karşılaştırmaları ve Genel Değerlendirmesi

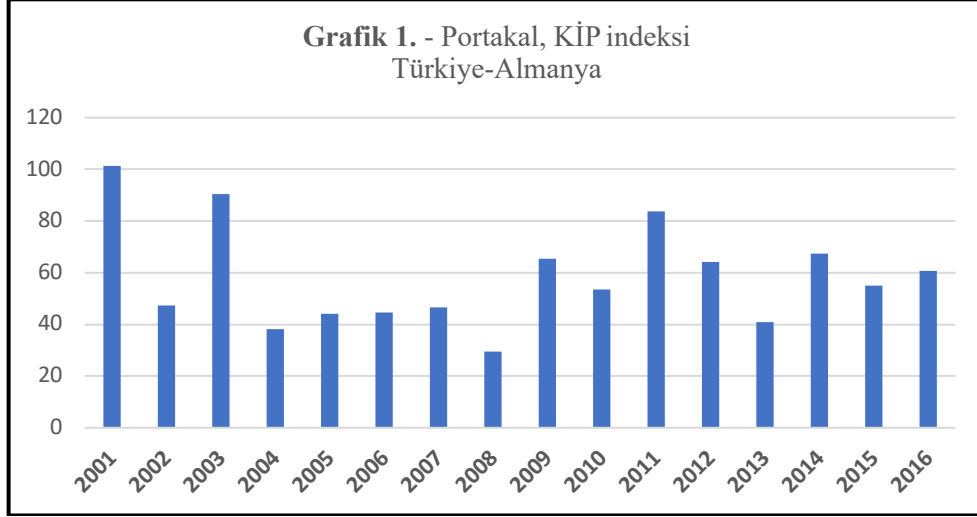
Tablo 1. Türkiye'nin Portakal Ürününde KIP_R^{TR} İndeksi Sonuçları.

YILLAR	TR-Almanya	TR-Fransa	TR-Hollanda	TR-İngiltere
2001	101	19	4	56
2002	47	26	5	83
2003	90	23	3	34
2004	38	12	2	16
2005	44	21	4	19
2006	44	26	4	11
2007	47	20	2	29
2008	29	16	2	24
2009	65	22	4	34
2010	53	16	3	26
2011	84	35	7	39
2012	64	21	4	43
2013	41	15	4	28
2014	67	19	4	39
2015	55	14	3	40
2016	61	15	3	33

Not: KIP_R^{TR} İndeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

- **Türkiye – Almanya:**

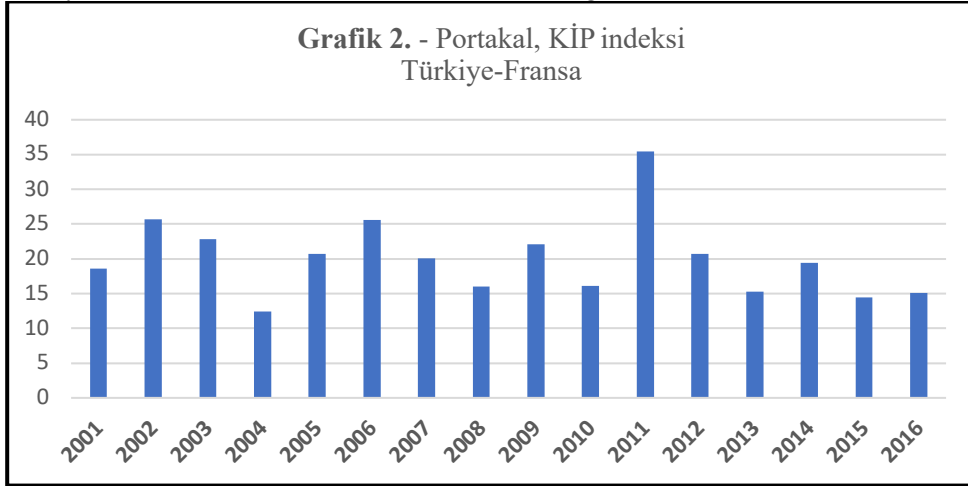
Grafik 1. Türkiye'nin Portakal Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Almanya ile Karşılaştırılması.



Portakal, karşılaştırmalı ihracat performansı açısından Türkiye'nin Almanya karşısında uzmanlaştığı ve ihracat performansı güçlü bir üründür. Sonuçlar, referans değeri olan 0'ın üzerinde seyretmiştir.

- **Türkiye – Fransa:**

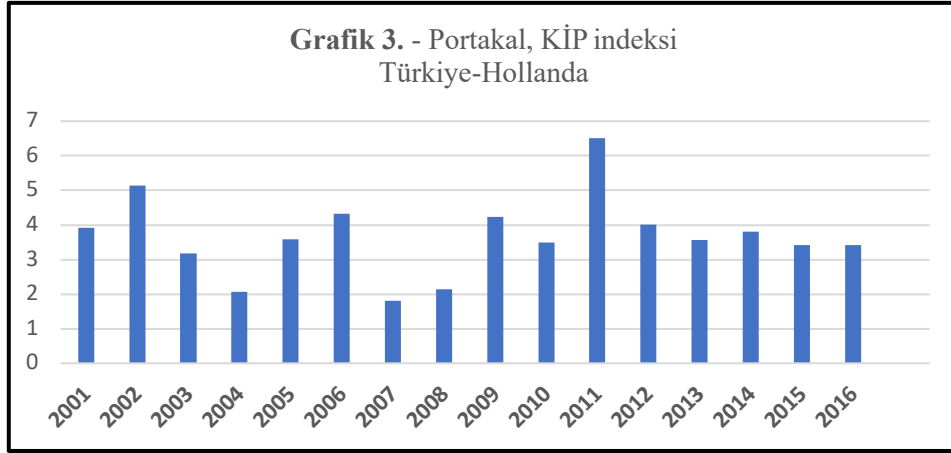
Grafik 2. Türkiye'nin Portakal Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Fransa ile Karşılaştırılması.



Almanya'ya benzer şekilde, Fransa karşısında da Türkiye'nin portakal ürününde rekabet gücü söz konusudur, zira indeks sonuçları 0'ın üzerinde gerçekleşmiştir.

- **Türkiye – Hollanda:**

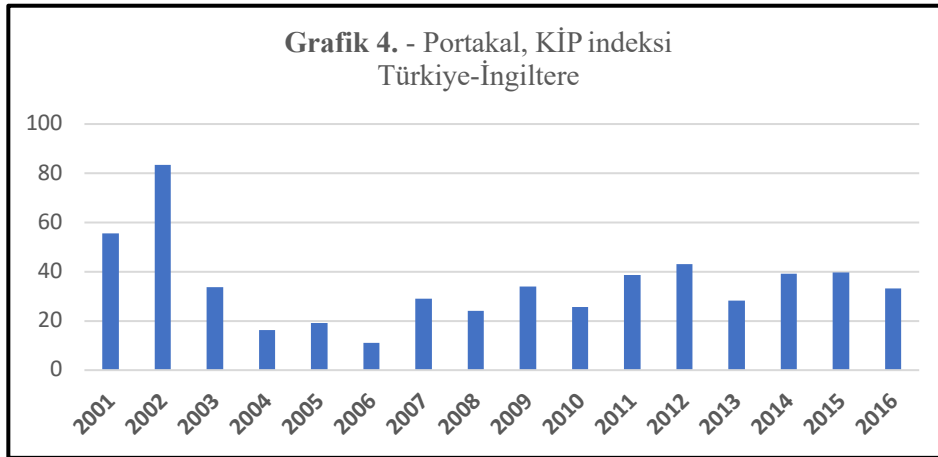
Grafik 3. Türkiye'nin Portakal Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Hollanda ile Karşılaştırılması.



Tablo 1'deki değerler, referans kriteri olan 0'dan büyüktür. Bu sonuç, Türkiye'nin Hollanda karşısında rekabet gücünün olduğunu ve Türkiye'nin söz konusu üründe uzmanlaştığını göstermektedir.

- **Türkiye – İngiltere:**

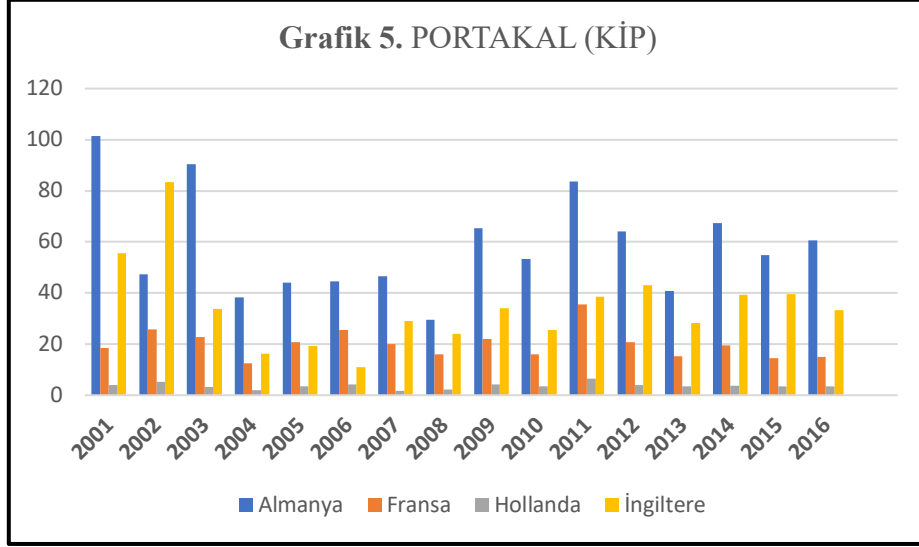
Grafik 4. Türkiye'nin Portakal Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre İngiltere ile Karşılaştırılması.



Türkiye-İngiltere kıyaslamasında, Tablo 1'den ve Grafik 4'den de görüleceği üzere, indeks sonucu 0'ın üzerinde olduğu için Türkiye'nin portakalda rekabet avantajı vardır.

Portakal Ürününün KIP_R^{TR} Ölçümüne Göre Genel Değerlendirmesi:

Grafik 5. Türkiye'nin Portakal Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine Göre Rekabet Gücünün Değişimi (2001-2016).



Portakal, Türkiye'nin KIP_R^{TR} indeksi'ne göre kıyaslaması yapılan ülkeler karşısında güçlü bir ihracat performansı gösterdiği bir üründür. Tablo 1'e ve Grafik 5'e göre, Türkiye'nin söz konusu üründe avantaj elde ettiği ilk ülke Almanya olmuştur. Bu ülkeyi ikinci olarak İngiltere izlemektedir. Fransa, Türkiye'nin portakal ürününde rekabet gücü elde ettiği üçüncü ülkedir. Son sırada Hollanda yer almaktadır.

Türkiye'nin Mandalına Ürününde KIP_R^{TR} İndeksi Sonuçları, Ülke Karşılaştırmaları ve Genel Değerlendirmesi

Tablo 2. Türkiye'nin Mandalına Ürününde KIP_R^{TR} İndeksi Sonuçları.

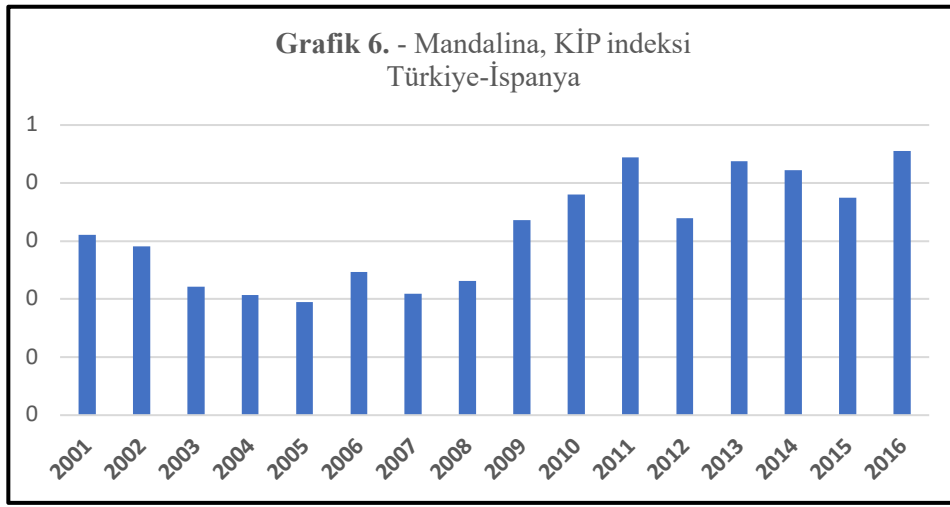
YILLAR	TR-İspanya	TR-Çin	TR-Brezilya	TR-Hollanda
2001	0	17	0	11
2002	0	16	20	11
2003	0	13	22	8
2004	0	11	18	7
2005	0	10	28	7
2006	0	13	39	8
2007	0	10	55	7
2008	0	7	51	8
2009	0	7	116	11
2010	0	9	277	13
2011	0	8	756	17

2012	0	5	328	14
2013	0	6	803	18
2014	0	6	26.379	16
2015	0	5	754	11
2016	0	52	15.839	9

Not: KIP_R^{TR} İndeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

- **Türkiye – İspanya:**

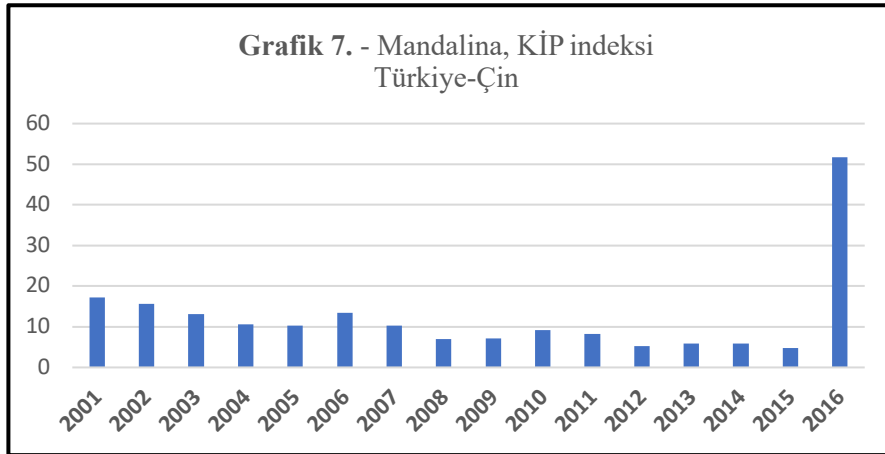
Grafik 6. Türkiye'nin Mandalina Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre İspanya ile Karşılaştırılması.



Mandalina, Türkiye'nin İspanya karşısında karşılaştırmalı ihracat performansı güçlü bir ürün değildir. İndeks sonucu referans değeri olan 0'ın altında olduğu için, Türkiye'nin bu üründe rekabet avantajı yoktur.

- **Türkiye – Çin:**

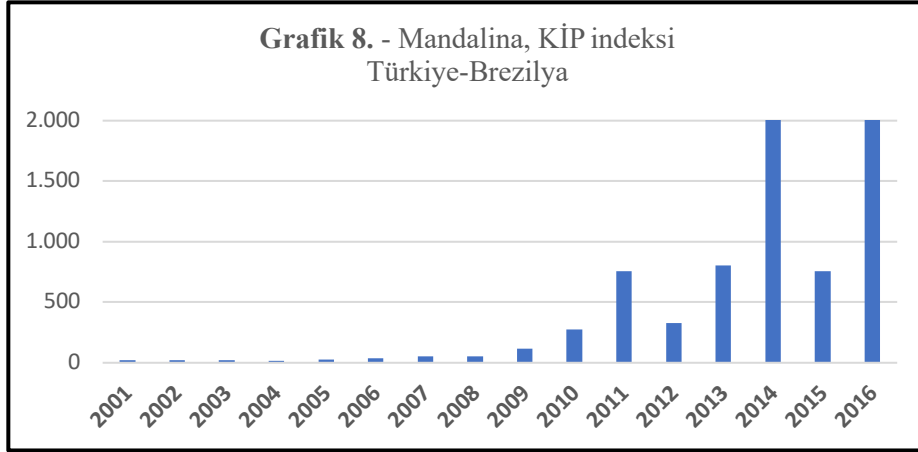
Grafik 7. Türkiye'nin Mandalina Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Çin ile Karşılaştırılması.



Türkiye-Çin kıyaslamasında, Türkiye'nin mandalina ürününde güçlü bir karşılaştırmalı ihracat performansı söz konusudur. Sonuçlar, 0'ın üzerinde gerçekleşmiştir.

- **Türkiye – Brezilya:**

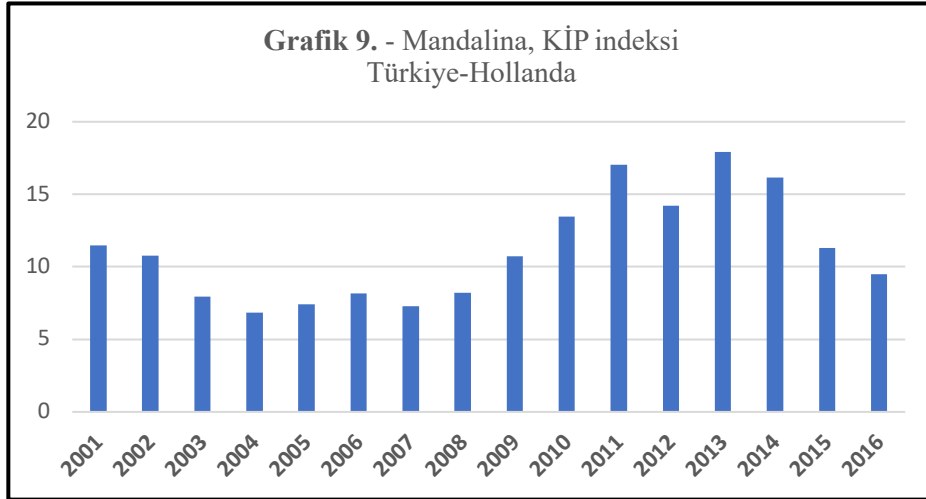
Grafik 8. Türkiye'nin Mandalina Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Brezilya ile Karşılaştırılması.



Tablo 2 ve Grafik 8 değerleri 0'dan büyük olduğu için, Brezilya karşısında Türkiye'nin mandalina ürününde uzmanlaştığı ve rekabet gücüne sahip olduğu söylenebilir.

- **Türkiye – Hollanda:**

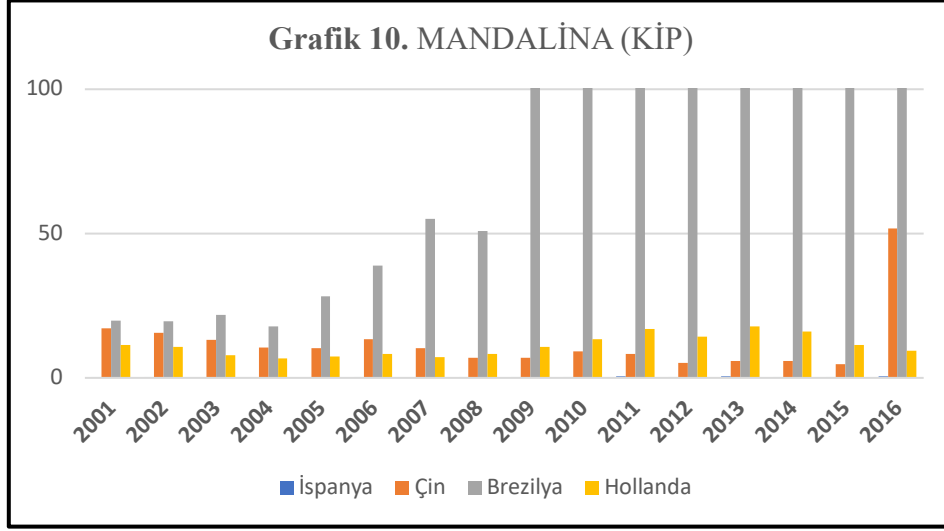
Grafik 9. Türkiye'nin Mandalina Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Hollanda ile Karşılaştırılması.



Tablo 2 ve Grafik 9'daki değerler referans kriteri 0'dan oldukça büyük olup, Türkiye'nin Hollanda karşısında mandalina ürününde rekabet üstünlüğü söz konusudur.

Mandalina Ürününün KIP_R^{TR} Ölçümüne Göre Genel Değerlendirmesi:

Grafik 10. Türkiye'nin Mandalina Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine Göre Rekabet Gücünün Değişimi (2001-2016).



Mandalina ürününde Türkiye'nin karşılaştırmalı üstünlüğü Brezilya karşısında en güçlüdür. Bu ülkeyi istikrarsız bir seyirle Çin izlemektedir. Kıyaslaması yapılan üçüncü ülke olan Hollanda karşısında Türkiye'nin mandalina ürününde rekabet avantajı söz konusudur. Mandalina ürününde İspanya karşısında Türkiye'nin rekabet gücü yoktur.

Türkiye'nin Limon Ürününde KIP_R^{TR} İndeksi Sonuçları, Ülke Karşılaştırmaları ve Genel Değerlendirmesi

Tablo 3. Türkiye'nin Limon Ürününde KIP_R^{TR} İndeksi Sonuçları.

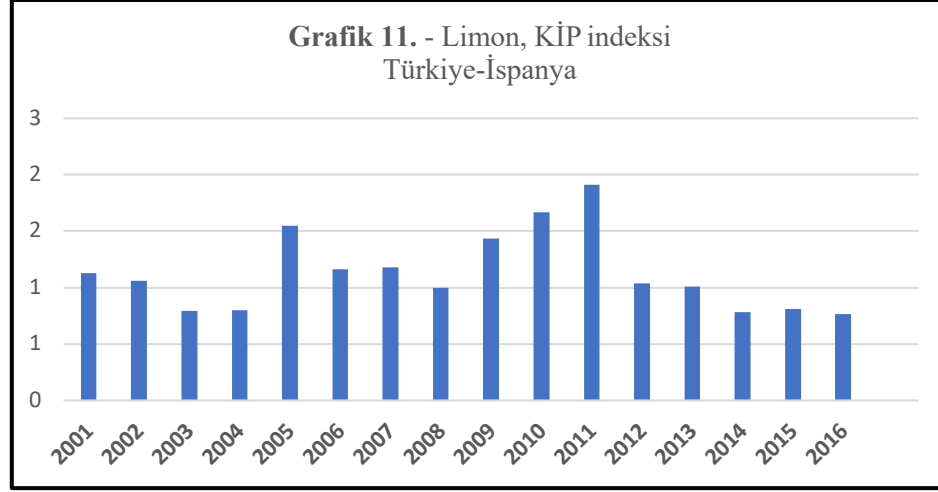
YILLAR	TR-İspanya	TR-	TR-Arjantin	TR-
2001	1	21	1	12
2002	1	6	1	15
2003	1	2	0	9
2004	1	2	0	9
2005	2	3	1	11
2006	1	2	1	11
2007	1	2	1	11
2008	1	2	0	6
2009	1	3	1	12
2010	2	4	1	10
2011	2	4	1	11
2012	1	2	1	6
2013	1	3	1	6
2014	1	2	1	4

2015	1	2	1	5
2016	1	2	0	4

Not: KIP_R^{TR} İndeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

- **Türkiye – İspanya:**

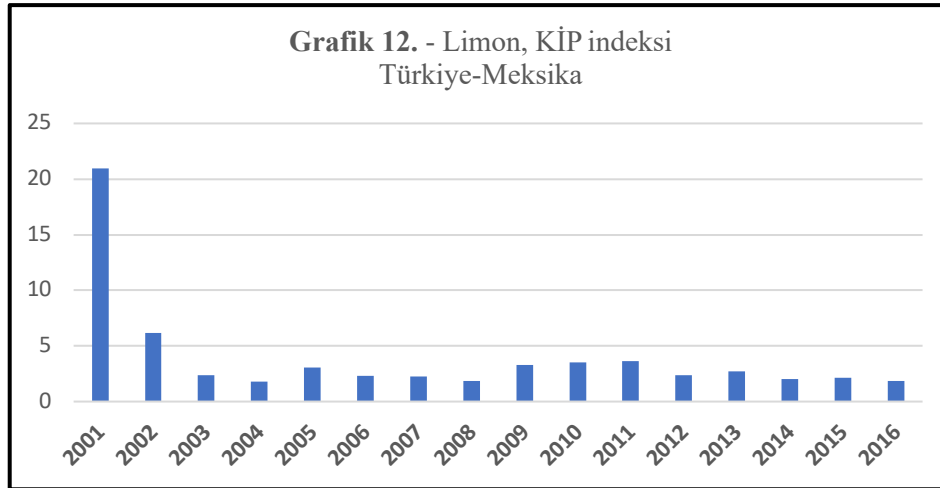
Grafik 11. Türkiye'nin Limon Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre İspanya ile Karşılaştırılması.



Limon ürünüde Türkiye'nin İspanya karşısında değerleri, referans kriteri olan 0'dan büyüktür. Bu durumda, Türkiye'nin limonda rekabet avantajının olduğu sonucuna varılmaktadır.

- **Türkiye – Meksika:**

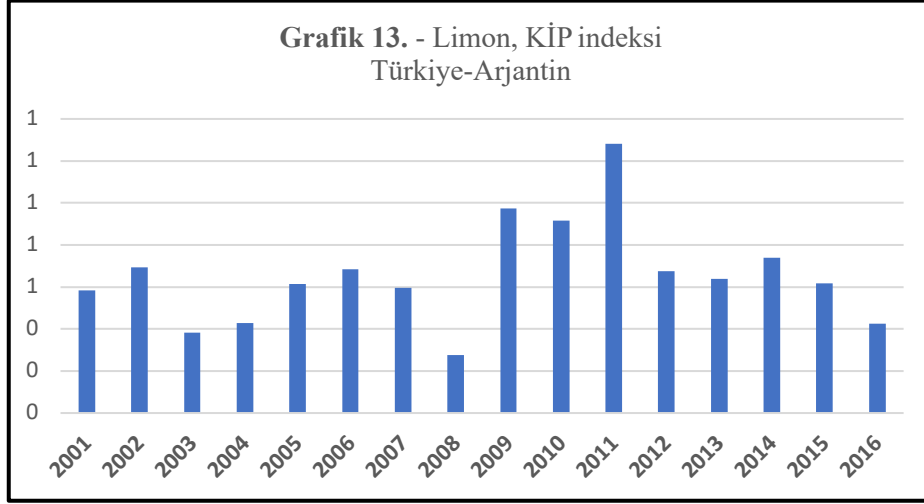
Grafik 12. Türkiye'nin Limon Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Meksika ile Karşılaştırılması.



Türkiye-Meksika karşılaştırmasında 2001 yılında 0'dan epey yüksek olan sonuç, takip eden yıllarda düşüş göstermiştir. Yine de sonuçlar 0'ın üzerinde olduğu için, Türkiye'nin limon ürünüde karşılaştırmalı ihracat performansının yüksek olduğu görülmektedir.

- **Türkiye – Arjantin:**

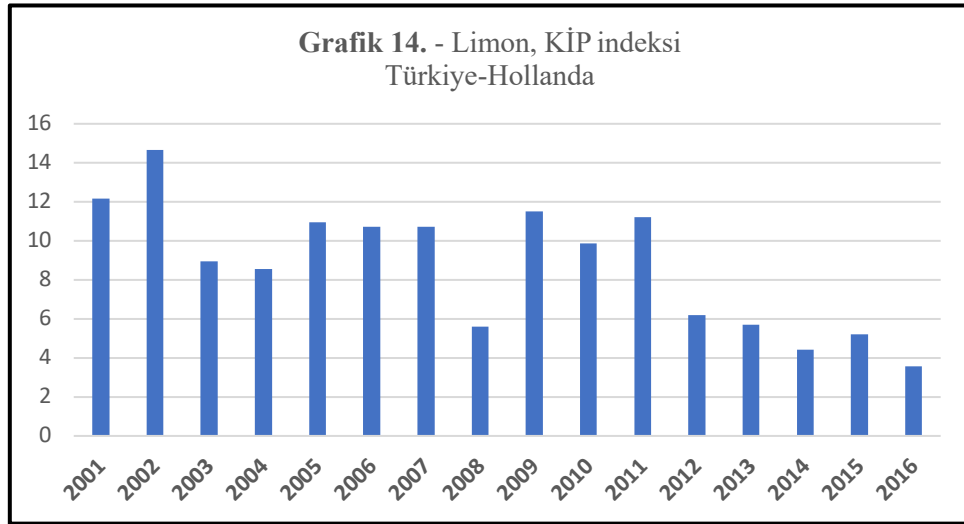
Grafik 13. Türkiye'nin Limon Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Arjantin ile Karşılaştırılması.



Tablo 3'den ve Grafik 13'den de görüleceği üzere, belirli yıllarda sonuçlar 0 çıkmıştır. Bu durumda Türkiye'nin limonda Arjantin'e göre net ihracat avantajı olduğu söylenemez. Diğer yıllarda değerler 0'ın üzerindedir ve Türkiye ihracat avantajı elde etmiştir.

- **Türkiye – Hollanda:**

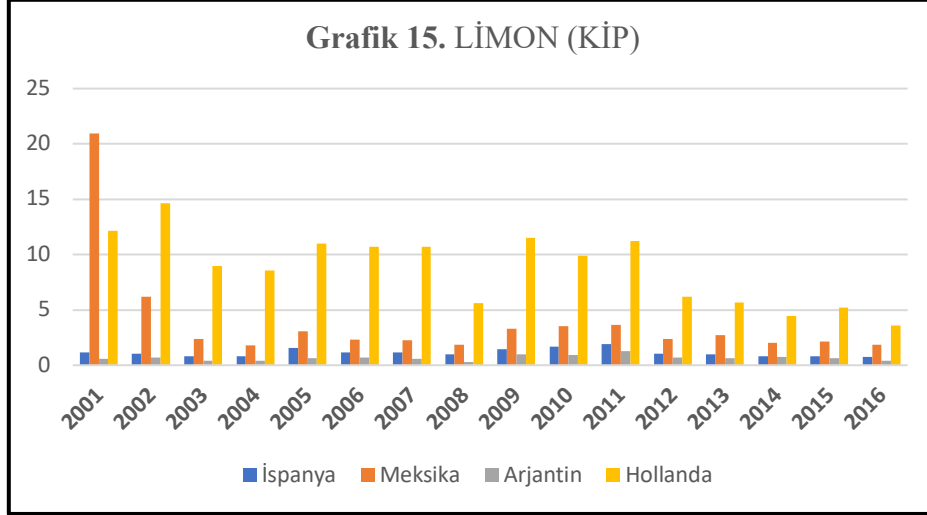
Grafik 14. Türkiye'nin Limon Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Hollanda ile Karşılaştırılması.



Limon, Türkiye'nin Hollanda karşısında ihracat avantajı olan bir üründür. Belirli senelerde değerler diğer senelere göre nispeten düşük olsa da Tablo 3 ve Grafik 14 genelinden varılacak sonuç, Türkiye'nin limonda Hollanda'ya göre uzmanlaştığı ve rekabet gücüne sahip olduğudur.

Limon Ürününün KIP_R^{TR} Ölçümüne Göre Genel Değerlendirmesi:

Grafik 15. Türkiye'nin Limon Ürününde KIP_R^{TR} İndeksi'ne Göre Rekabet Gücünün Değişimi (2001-2016).



Grafik 15'e göre; Limon ürününde Türkiye'nin rekabet avantajı elde ettiği ilk ülke, 2001 senesi hariç, İspanya olmuştur. 2001'de Türkiye, Meksika'ya karşı en güçlü avantajı elde etmişken, takip eden senelerde Meksika'ya karşı üstünlük düşüş göstermiştir. İspanya ve Arjantin, limon ürününde Türkiye'nin üstünlük gösterdiği son iki ülke olmuştur.

Türkiye'nin Yaş Kayısı Ürününde KIP_R^{TR} İndeksi Sonuçları, Ülke Karşılaştırmaları ve Genel Değerlendirmesi

Tablo 4. Türkiye'nin Yaş Kayısı Ürününde KIP_R^{TR} İndeksi Sonuçları.

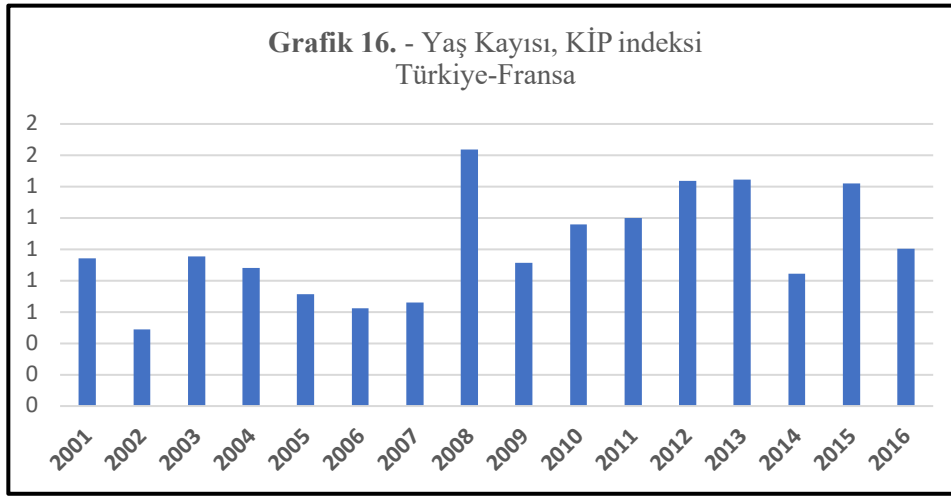
YILLAR	TR-Fransa	TR-İtalya	TR-İspanya	TR-Yunanistan
2001	1	2	0	0
2002	0	2	0	0
2003	1	3	0	0
2004	1	3	1	0
2005	1	3	1	0
2006	1	3	0	0
2007	1	3	1	0
2008	2	4	1	0
2009	1	4	1	0
2010	1	3	1	0
2011	1	3	1	0
2012	1	3	1	0
2013	1	4	1	0

2014	1	2	1	0
2015	1	3	1	1
2016	1	2	0	0

Not: KIP_R^{TR} İndeksi kullanılarak hesaplanmıştır.

- **Türkiye – Fransa:**

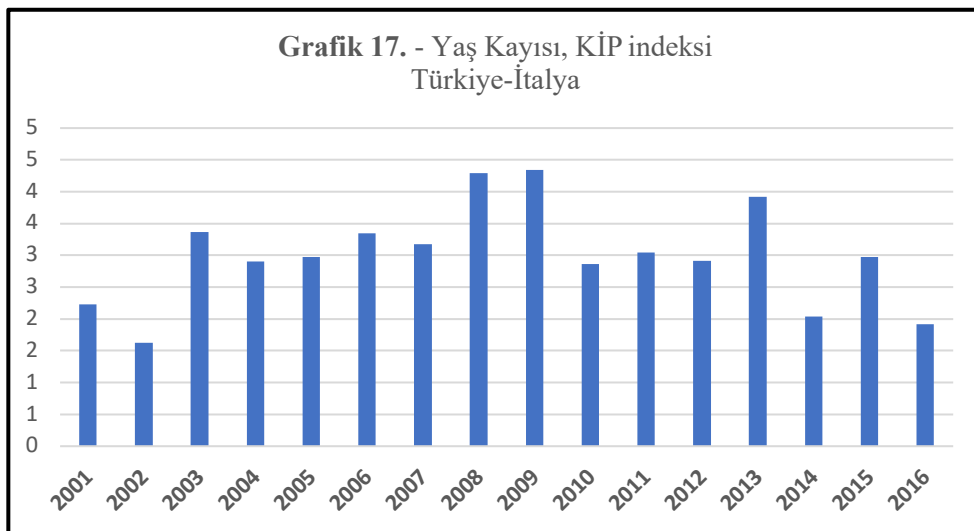
Grafik 16. Türkiye'nin Yaş Kayısı Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Fransa ile Karşılaştırılması.



Yaş kayısı ürününün de Türkiye'nin ihracat performansı Fransa karşısında yüksektir. İndeks sonuçları 0'ın üzerinde olduğu için, Türkiye'nin rekabet avantajı söz konusudur.

- **Türkiye – İtalya:**

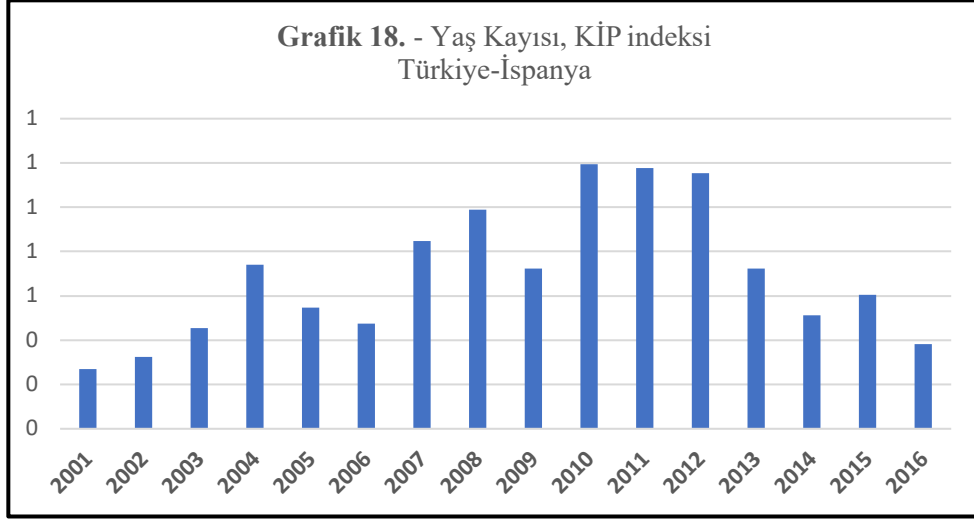
Grafik 17. Türkiye'nin Yaş Kayısı Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre İtalya ile Karşılaştırılması.



Tablo ve grafik sonuçları referans değeri olan 0'dan büyüktür, dolayısıyla Türkiye İtalya karşısında yaş kayısı ürününde güçlü bir karşılaştırmalı ihracat performansına sahiptir.

- **Türkiye – İspanya:**

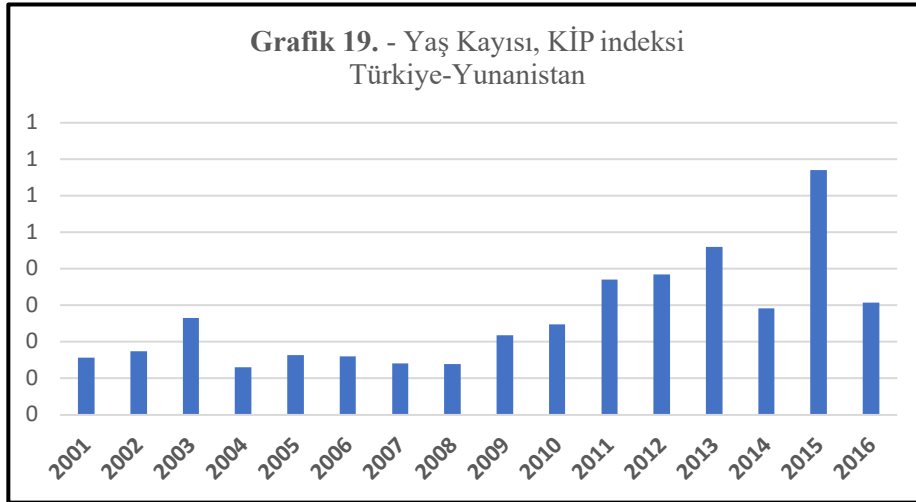
Grafik 18. Türkiye'nin Yaş Kayısı Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre İspanya ile Karşılaştırılması.



Bazı seneler Türkiye yaş kayısında rekabet avantajını kaybetse de, genel anlamda rekabet üstünlüğü elde etmiştir ancak 2016'da bu avantajını tekrar yitirmiştir.

- **Türkiye – Yunanistan:**

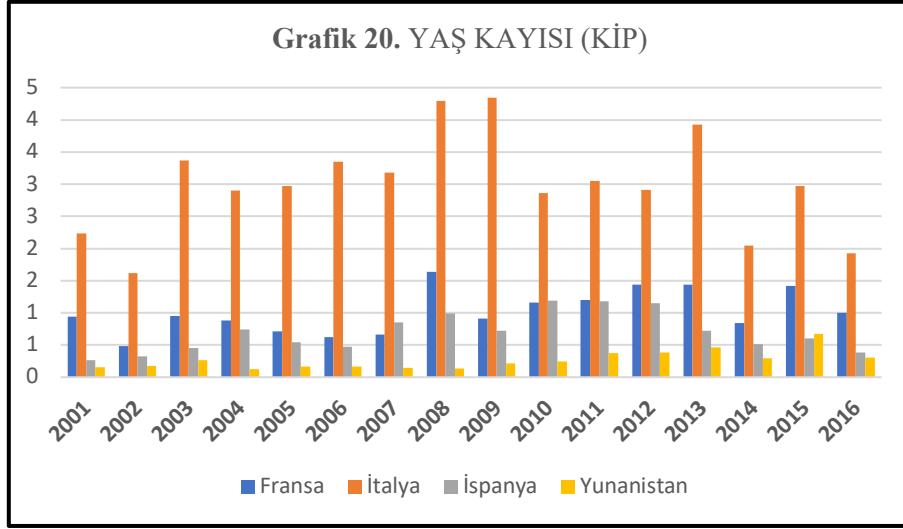
Grafik 19. Türkiye'nin Yaş Kayısı Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine göre Yunanistan ile Karşılaştırılması.



Yunanistan karşılaştırmasında Türkiye, sonuçlar 0'ın altında olduğu için, yaş kayısında rekabet avantajı elde edememiştir. Karşılaştırmalı ihracat performansı düşüktür ve söz konusu üründe uzmanlaşamamıştır.

Yaş Kayısı Ürününün KIP_R^{TR} Ölçümüne Göre Genel Değerlendirmesi:

Grafik 20. Türkiye'nin Yaş Kayısı Ürününde KIP_R^{TR} İndeksine Göre Rekabet Gücünün Değişimi (2001-2016).



Grafik 20'ye göre, Türkiye yaş kayısı ürününde Yunanistan haricinde kıyaslaması yapılan diğer ülkelere karşı rekabet avantajı elde etmiştir. En güçlü karşılaştırmalı performans İtalya'ya karşı elde edilmiştir. İkinci sırada Fransa, üçüncü sırada ise İspanya yer almaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmanın amacı, Türkiye'nin portakal, mandalina, limon ve yaş kayısı ihracatında öncü olan dört ülke karşısındaki rekabet gücünü ve uzmanlaşma düzeyini karşılaştırmalı ihracat performansı (KİP) indeksi aracılığıyla ölçmektir. Bu kapsamda 2001-2016 dönemi incelenerek, Türkiye'nin ihracat performansı ölçülen dört tarım ürünündeki zayıf ve güçlü yönleri belirlenmiştir.

KİP indeksine göre elde edilen bulgulara göre, karşılaştırmalı ihracat performansı en güçlü olduğu ürün mandalınadır. İkinci olan ürün ise portakal olmuştur. Onu limon izlemektedir. Son sırada ise yaş kayısı yer almaktadır. Türkiye'nin karşılaştırması yapılan tüm ürünlerde karşılaştırmalı ihracat performansı yüksektir. Yalnızca mandalina ürününde İspanya ve yaş kayısı ürününde Yunanistan karşısında ihracat performansı düşüktür. Ancak kıyaslanan ülke grubundaki genel sonuçlar değerlendirme kriterine göre yüksektir, dolayısıyla Türkiye'nin söz konusu ürünlerde uzmanlaştığı ve rekabet gücünün yüksek olduğu görülmektedir.

Politika önerilerine gelindiğinde, 'tarımsal değer zinciri' kavramının önemine değinmek gerekir. Tarımsal değer zinciri, bir sektörün ürettiği ürünlere yönelik olarak belirli bir sıra dâhilindeki süreçlerin zincirin güçlü veya zayıf halkalarını ortaya koyacak şekilde belirlemesi ve değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır ve özellikle tarım sektöründe verimliliği, koordinasyonu ve rekabet gücünü sağlamada önemli bir role sahiptir (Başer ve Bozoğlu, 2018: 1002). Buna bağlı olarak; portakal, mandalina, limon ve yaş kayısı ürünlerine yönelik değer zinciri analizlerinde, ürünlere özgü olarak değer yaratan faktörler tespit edilip geliştirilmelidir.

Bunun yanı sıra, Türkiye'nin güçlü olduğu ürünlerde daha fazla katma değer yaratılarak, ihracat performansını ve buna bağlı olarak ihracat gelirlerini artıracak yenilikler yapmanın ve projeler geliştirmenin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin zayıf olduğu ürünlerde ise, üretim ve ihracatın hangi aşamalarında güçsüzlüklerin olduğunu ortaya koyup, iyileştirmek üzere adımlar atılması yerinde olacaktır.

Bir diğer önemli politika önerisi ise; inovasyon (yenilik) ve ihracat performansı arasındaki pozitif korelasyonu dikkate alarak, tarımsal üretimi dönüştürmektir. Beşeri sermaye, araştırma sistemleri, fikri varlıklar, inovatörler ile bağlantılar ve girişimcilik ihracat performansının artırılmasına katkı sağlamaktadır (Hancıoğlu ve Tekin, 2018: 45).

Son olarak, Türkiye'de tarım sektöründe Tarım ve Orman Bakanlığı'nın kadın istihdamını artırma yönündeki destekleri ve Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu'nun çalışmaları ile yapılan katkılar, tarımsal üretimin niteliğini ve demografik yapısını olumlu yönde geliştirecektir.

KAYNAKÇA

- Alidou, M., Ceylan, R.F, Ilbasım, E. (2017), “Trade And Revealed Comparative Advantage Measures: A Case Of Main Export Crops Of Benin Republic”, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi- Cilt 18, Sayı 1, ICEBSS 2017 Özel Sayı Kastamonu University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences- Volume 18, Issue 1, ICEBSS 2017 Special Issue.
- Ayar, B. Erdil, T.S. İnovasyon ve Ar-Ge Faaliyetlerinin İhracat Performansına Etkisi: Türk İşletmeleri Üzerine Algısal Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, Cilt 13, Sayı 49, Ocak 2018, ISSN 1300-0845, ss. 45-68.
- Bashimov, G. (2017), Türkiye'nin Tarım Ve Gıda Ürünlerinde Karşılaştırmalı Üstünlüğü, Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi 4(3): 319–330,
- Başer, U., Bozoğlu, M.,(2018), Tarımsal Değer Zincirinde Değer Yaratın Faaliyetlerin Belirlenmesi, Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology 6, Sayı 8, (20 Ağustos 2018): 1002, <https://doi.org/10.24925/turjaf.v6i8.1002-1007.1835>.
- Boansi, D. (2014), “Comparative Performance of Agricultural Export Trade: During and Post-Agricultural Diversification Project in Ghana”, British Journal of Economics, Management & Trade, 4, Sayı 10, 1501-11, <https://doi.org/10.9734/BJEMT/2014/10715>.
- Çağlar, E. (2006), “Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu Kitabı”, http://www.tepav.org.tr/sempozyum/2006/bildiri/bolum4/4_4_esen.pdf
- Çivi, E. Erol, İ. İnanlı, T. Erol, E.D. (2008), “Uluslararası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar”. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi. Cilt: 4, Yıl:4. Sayı: 1.
- Donges, J.B., Krieger-Boden, C. Langhammer, R. J., Schatz, K.W., Thoro, C. (1982) “The Second Enlargement Of The European Community : Adjustment Requirements And Challenges For Policy Reform”, S. Kieler Studien No:171. Kiel. 1982.
- Hancıoğlu, Y. ve Tekin, E. İnovasyon Belirleyicilerinin İhracat Performansına Etkisi Üzerine Bir Araştırma, International Journal of Management Economics and Business 14, sy 4 (31 Aralık 2018): 0-0, <https://doi.org/10.17130/ijmeh.2018445661>.
- Ketenci, C.K., Bayramoğlu, Z. (2018), Türkiye’de Ceviz Üretiminin Rekabet Analizi, Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi 5(3): 339–347.
- Kösekahyaolu, L ve Özdamar, G.(2005), “Türkiye, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya ve Estonya’nın Sektörel Rekabet Gücü ve Dış Ticaret Yapısı Üzerine Karşılaştırmalı bir Analiz.”, Sosyo-Ekonomi, 2005-2 050204, ss. 73-102.
- Kösekahyaolu, L.(2012), *Dış Ticaret ve Rekabet Gücü 1923-2011*, Alter Yayınları, 2012, Ankara.
- Özdemir, M. B., Kösekahyaolu, L. (2018), Türkiye’nin Fındık, Zeytinyağı ve Kuru Kayısı Ürünlerindeki Rekabet Gücünün Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemi İle Analizi. ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi 5 88-107.
- Shoham, A. (1998), Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assessment ,Journal of International Marketing, Vol. 6, No. 3, ss. 59-81.
- Styles, C. (1998), Export Performance Measures in Australia and the United Kingdom, Journal of International Marketing, Vol. 6, No. 3, ss. 12-36.
- Suntharalingam, C. Ruslı, R., Ab Halim, N. (2011), Competitiveness of Malaysia’s Fruits in the Global Agricultural and Selected Export Markets: Analyses of Revealed Comparative Advantage

- (RCA) and Comparative Export Performance (CEP), *Economic and Technology Management Review*, Vol. 6 (2011):1-17.
- Şahinli, M.A. (2014), Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Turkey Agriculture Sector, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi (YYU J AGR SCI)* 2014, 24(3): 210- 217.
- Taşar M. O. ve ÇEVİK S. (2010), “Rekabet Politikası Ekseninde Avrasya Ekonomileri” International Conference On Eurasian Economies.
- Torayeh, N.M. (2013), “The Competitiveness Of The Egyptian Agricultural Export in the EUF Market; Should Egypt Diversify Its Trade Pattern? “*Applied Econometrics and International Development* Vol. 13-2 (2013).
- Yurttañıkımaz Z.Ç, Emsen Ö.S, Aydemir A.F., Çelik A.A. (2015), “Rekabet Gücü ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Seçilmiş Ülkeler Üzerine Panel Veri Analizi”, International Conference On Eurasian Economies 2015 <https://www.avekon.org/papers/1296.pdf>.
- Yücel, A. (2019), İhracat Pazarlaması Stratejileri İle Firma Performansı İlişkisi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29 (1), 205-225.