

## Tarımsal Ürünlerin Dış Ticaretinde Karşılaştırmalı Üstünlükler: Türkiye - AB Kuru Meyve Dış Ticareti Örneği

Orhan GÜNDÜZ\*

Gülistan ERDAL\*

Kemal ESENGÜN\*

\* Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, TOKAT

**ÖZET:** Geleneksel dış ticaret teorileri Smith'in "Mutlak Üstünlük Teorisi" ve Ricardo'nun "Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi" temelleri üzerine oturtulmuştur. Bu teoriler ülkeler arası dış ticarete rekabet gücü yüksek malların üretimine öncülük etmiştir.

Bu çalışmada Türkiye dış ticareti içinde önemli bir yer tutan tarım sektörünün rekabet gücünün, geleneksel ve tarımsal ürün ihracatının en önemli unsurlarından olan Kuru Meyveler (Kuru Üzüm, Kuru İncir, Kuru Kayısı) vasıtasıyla belirlenmesi amaçlanmıştır. Avrupa Birliği üyesi ülkelerden Almanya, Fransa, İngiltere, Hollanda ve İtalya, Türkiye ile karşılaştırılmaya alınmıştır.

Araştırmada yöntem olarak, kuru meyve üretim ve dış ticaret verileri için yüzde ve indeks hesapları kullanılmıştır. Ayrıca karşılaştırmalı üstünlükleri ortaya koymak amacıyla, sadece karşılaştırmalı üstünlükler katsayısı (RCA) hesaplanmıştır.  $RCA > 1$  ise ülkenin o malda diğer ülkeye göre karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ifade edilmektedir.

Elde edilen sonuçlar, kuru meyve dış ticaretinde Türkiye'in, sözü edilen ülkelere kıyasla her üç üründe de karşılaştırmalı olarak üstün olduğu belirlenmiştir.  $RCA_{ij}$ , her üç üründe de 1'den büyük çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Dış Ticaret, Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayısı, Kuru Meyve

## Comparative Advantage in Foreign Trade of Agricultural Products: The Case of Turkey – EU Dried Fruit Trade

**ABSTRACT:** Traditional foreign trade theories are based on Adam Smith's "Absolute Advantage" and David Ricardo's "Comparative Advantage" theories. These theories have led the production of goods which might have competition power in foreign trades.

This research investigates the competition power of Turkish Agricultural production by analyzing dried fruits (raisin, dried fig and dried apricot) which are important products in export. Turkey trade is compared with the trade of Germany, France, England, Holland and Italy which are countries in European Union (EU).

In this study production and trade indexes of dried fruits were taken as data and Revealed Comparative Advantage (RCA) were calculated. The RCA must be higher than 1.

The RCA of all three products for Turkey were higher than 1. Compared with the EU countries, the higher RCAs indicate that Turkey have comparative advantage in the production of all three products.

**Key Words:** Foreign Trade, Revealed Comparative Advantage, Dried Fruit.

### 1. Giriş

Dünyada, ülkelerin en başta gelen özelliği, her birinin kendi dışında kalanların tümü veya büyük çoğunluğuyla ilişkili bulunmasıdır. Ülkeler arası ilişkiler, sosyal, siyasal, kültürel, ekonomik, v.b. nitelikte olabilir. Bunlardan ekonomik olanlar çoğu kez diğerlerine baskın bir durumdadır. Ülkeler arası ilişkiler ekonomik boyutta incelendiğinde ise dış ticaret faaliyetlerinin çok önemli bir yer kapladığı gözlenmektedir.

Geleneksel uluslararası ticaret teorileri Adam Smith ile başlar. Smith, serbest ticaret ve uluslararası uzmanlaşmanın yararlarını mutlak üstünlük teorisi ile açıklar. Buna göre, iki-ükelikli bir modelde, ülkelerden biri, diğeriyle kıyaslandığında, hangi malları daha düşük maliyetle üretiyorsa, o malların üretiminde uzmanlaşmalı; düşük maliyetle ürettiklerini ihraç ederken iç maliyetleri yüksek

malları ithal etmelidir. Ancak, buradaki maliyet kavramı, sadece homojen olduğu düşünülen emek faktörünü içermektedir.

David Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler teorisi ile ortaya çıkmasının nedeni şudur: Şayet bir devlet iki veya daha çok sayıda malın üretiminde mutlak üstünlüğe sahip ise o zaman ne olacaktır? Uluslararası ticaret gerçekleşmeyecek midir? Ricardo'ya göre bir devlet diğer devletlere göre birkaç malın üretiminde mutlak üstünlüğe sahip olabilir. Bununla birlikte o devlet kendi içinde mallardan birisini ötekilere göre daha düşük maliyet ile üretiyordur. Bu durumda o devlet mallardan en uygun olanın üretiminde uzmanlaşmalı ve diğer malları öteki devletlerden almalıdır. Böylece kâr elde eder ve uluslararası ticaret her iki taraf için de fayda sağlar. Uluslararası ticaret büyüdükçe devletlerin üretim fazlalıkları da artar,

verimlilik ve etkinlik çoğalır ve refah artar (GOLDSMITH, 1996).

20. Yüzyılın ortalarına kadar gelindiğinde, dış ticaret teorileri alanında hakim yaklaşım, uluslararası emek verimliliğinde farklılık doğuran etkenler üzerinde durmayan ve ülkeler arasında yurt-İçi fiyat farklılığının nedenlerini açıklamayan karşılaştırmalı üstünlükler kuramıdır.

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin, sözü edilen temel eksikliği, iki İsveçli iktisatçı, Heckscher (1919) ve Ohlin'in (1933) katkılarına konu olmuştur: Heckscher-Ohlin teorisine göre, bir ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahipse, üretimi o faktörü yoğun biçimde gerektiren mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder. Dolayısıyla uzmanlaştığı bu malları ihraç ederken kit sahip olduğu malları ithal eder. (SEYİDOĞLU, 1996)

Özetle, emeğin ucuz ve bol olduğu ülkelerde emek yoğun, sermayenin zengin olduğu ülkelerde ise sermaye yoğun mallar üretilmeli ve ihraç edilmelidir.

Çağdaş uluslararası ticaret, klasiklerin incelediği mübadeleye benzememektedir. Geleneksel teoriler, ülkeler arası ticareti, ülkelerin, farklılıklardan yarar elde etmesi biçiminde algılamak, yaklaşık yarım yüzyıldır uluslararası ticaret, ar-ge için de önemli olan ölçek ekonomileri ve yakın teknoloji yarışındaki liderlik kaymalarını yansıtmaktadır (BAYRAKTUTAN, 2003).

Günümüzde uluslararası uzmanlaşmayı belirleyen güçlerin başında teknoloji gelmektedir. Birçok endüstride karşılaştırmalı üstünlüğün kaynağı, araştırma-geliştirme ve deneyim yoluyla sağlanan bilgidir. Bilgi üretimini içeren teknolojik gelişmeler, yayılma yoluyla dışsal ekonomiler de üretmekte, stratejik ticaret politikası argümanını teyit etmektedir ( www.dtm.gov.tr)

Uluslararası dış ticarete önemli rol oynayan ülkelerden biri olan Türkiye, işgücü, hammadde temini, düşük maliyet, sermaye yapısı v.b. nitelikleriyle bazı mallarda, karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir.

Türkiye'nin dış ticaretinde AB ülkelerinin önemi oldukça büyüktür.. Nitekim, 2002 yılında en çok ticaret yapılan ilk on ülkeden yedisi AB üyesidir. Türkiye'nin AB ülkelerine ihracatında karşılaştırmalı rekabet üstünlüğü olan malların sektörel yapısına bakıldığında ağırlığın %80 ile sanayi ürünlerinde olduğu görülmekte, özellikle sebze ve meyvelerin ağırlıkta olduğu tarım ürünlerinin bunu takip ettiği ifade edilmektedir (DTM 2003).

Türkiye de üretilip genelde dış pazarlara ihraç edilen meyveler içerisinde kuru meyveler (çekirdeksiz kuru üzüm, kuru kayısı, kuru incir) önemli yer tutmaktadır. Türkiye'nin kuru meyve ihracatı 2002 yılında 350 milyon dolar dolaylarındadır ve ihracatın yaklaşık %80'i Avrupa

Birliği ülkelerine gerçekleştirilmektedir (DTM 2003).

Bu çalışmada, Türkiye dış ticareti içinde önemli bir yer tutan tarım sektörünün rekabet gücünün, tarımsal ürün ihracatının en önemli unsurlarından olan Kuru Meyveler (Kuru Üzüm, Kuru İncir, Kuru Kayısı) vasıtasıyla belirlenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmada Türkiye'nin AB ile dış ticaretinde önemli yer tutan tarımsal ürünlerden kuru meyvelerin karşılaştırmalı üstünlükleri hesaplanmıştır. Ulaşılan sonuçlarla, Türkiye'nin AB ile tarımsal dış ticareti kısmi olarak incelenmiş ve kuru meyvelerin dış ticaretteki yeri ortaya konulmuştur.

## 2. Materyal Ve Yöntem

Çalışmada Türkiye ile kuru meyve ihracatının yoğun olarak gerçekleştirildiği Avrupa Birliği üyesi ülkelere Almanya, Fransa, İngiltere, Hollanda ve İtalya karşılaştırmaya alınmıştır.

Araştırmada kullanılan veriler Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE), Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, İhracat Birlikleri, konu ile ilgili yayınlanmış kitap, dergi ile İnternet üzerinden sağlanmıştır.

Araştırmada yöntem olarak, kuru meyve üretim ve dış ticaret verileri için yüzde ve indeks değerleri hesaplanmış ve kullanılmıştır.

Ülkelerin karşılaştırılmasında ülkeler arası emek verimliliği, sermaye yapısı, hammadde maliyetleri, işgücü maliyetleri v.b gibi kriterler kullanılabilir. Ancak çalışmada karşılaştırmalı üstünlükleri ortaya koymak amacıyla, sadece karşılaştırmalı üstünlükler katsayısı (Revealed Comparative Advantage) (RCA) hesaplanmıştır. Katsayı ilk olarak Balassa (1965) tarafından kullanılmıştır.

$$RCA_{ij} = (X_{ij}/X_{1j}) / (X_{iw}/X_{1w})$$

Formülde:

$RCA_{ij}$  Türkiye nin j Ülkesine i ürünü için karşılaştırmalı üstünlük katsayısı.

$X_{ij}$  Türkiye nin j Ülkesine i Malı İhracatı

$X_{1j}$  Türkiye nin j Ülkesine Toplam İhracatı

$X_{iw}$  Dünya'nın j Ülkesine i Malı İhracatı

$X_{1w}$  Dünya'nın j Ülkesine Toplam İhracatı

RCA 0 ile  $+\infty$  arasında değerler almaktadır. RCA > 1 ise ülke o malda diğer ülkeye göre karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir (DTM, 2003).

Literatürde karşılaştırmalı üstünlükleri ortaya koymak amacıyla bu katsayı bir çok araştırmacı tarafından kullanılmıştır. (Ferto and Hubbard, 2003; Hsu and Wann, 2001; Laursen, 1998, Hatırlı ve ark., 2003; Hatırlı ve ark., 2004)

### 3. Bulgular Ve Tartışma

Ülkeler, yurt içi talebe yönelik üretim eksikliğini gidermek, ülkelerarası fiyat ve mal farklılıkları, lüks tüketim alışkanlıkları v.b. nedenlerle dış ticaret yapmaktadırlar Tarımsal ürünler iklim koşullarına yüksek derecede bağımlı ve emek yoğun ürünler olduğundan dünya üzerinde farklı ürünler farklı yerlerde üretilebilmektedir.

Buna bağlı olarak da farklı ülkeler farklı ürünlerde mukayeseli olarak üstünlük sağlamışlardır.

Türkiye'nin tarımsal ürün ihracatının, toplam ihracat içindeki payı yıllar itibariyle mutlak olarak artmakla beraber oransal olarak azalış göstermekte ve 1996 yılında %21.31 olan oran 2002 yılında %11.24'e gerilemiştir.(DTM 2003)

Türkiye'nin, Avrupa Birliği ile üyelik görüşmelerinin yoğunlaştığı bu dönemde ve geçmiş dönemler dikkate alındığında en büyük ihracat pazarının, Avrupa Birliği üyesi ülkeler olduğu görülmektedir. Kuru meyve ihracatının da büyük kısmı Avrupa Birliği ülkeleri ve ABD'ye yapılmaktadır. Türkiye ile Avrupa Birliği arasında dış ticaretin seyrini izlemek amacıyla çizelge 1 ve Avrupa Birliği ile dış ticaretinin sektörel yapısını incelemek amacıyla çizelge 2 düzenlenmiştir.

Çizelge 1: Türkiye'nin Dış Ticareti ve AB (15)'in Payı (Milyon \$)

Yıl	Avrupa Birliği (15)				AB (15) Payı (%)			
	Ihracat	Değ (%)	İthalat	Değ (%)	Ihracat	İthalat	Hacim	
2000	14 510	--	26 610	--	54.53	52.2	48.82	49.98
2001	16 118	11.08	18 280	-31.30	88.17	51.4	44.16	47.29
2002	18 459	14.52	23 321	27.58	79.15	51.2	45.24	47.69
2003	24 484	32.64	31 695	35.91	77.25	51.8	45.71	48.18

Kaynak: <http://www.dtm.gov.tr/IHR/madde/tarim.htm>

Çizelge 1 incelendiğinde, Türkiye'nin, Avrupa Birliğine yapmış olduğu ihracat ve ithalat değerlerinin yıllar itibariyle mutlak olarak artış gösterdiği gözlenmektedir. AB'ne yapılan ithalat ve ihracat oranlarının Türkiye'nin genel dış ticaret değerleri içerisindeki payı ise yıllar geçtikçe azda olsa azalma eğilimindedir. Buna rağmen Türkiye'nin dış ticaretinin yaklaşık olarak %50'si AB üyesi ülkelere gerçekleştirilmektedir. 2003 yılı verilerine

göre ihracatın %51.8'i, ithalatın %45.71'i Avrupa Birliğine gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 2: Türkiye'nin AB(15) İle Ticaretinin Sektörel Dağılımı (Milyon \$)

İHRACAT											
Yıl	Tarım			Tekstil ve Konfeksiyon			Sanayi ve Diğer			Toplam	
	Değer	Pay (%)	Değişim (%)	Değer	Pay (%)	Değişim (%)	Değer	Pay (%)	Değişim (%)	Değer	Pay (%)
2000	1 538	10.6	--	6 469	44.6	--	6 503	44.8	--	14 510	100.00
2001	1 674	10.4	8.9	6 699	41.6	3.6	7 744	48.0	9.9	16 118	100.00
2002	1 632	8.8	-2.5	7 626	41.3	13.8	9 201	49.8	-6.0	18 459	100.00
2003	2 000	8.2	22.5	9 562	39.1	25.4	12 922	52.8	53.0	24 484	100.00
İTHALAT											
Yıl	Tarım			Tekstil ve Konfeksiyon			Sanayi ve Diğer			Toplam	
	Değer	Pay (%)	Değişim (%)	Değer	Pay (%)	Değişim (%)	Değer	Pay (%)	Değişim (%)	Değer	Pay (%)
2000	479	1.8	--	1 411	5.3	--	24 720	92.9	--	26 610	100.00
2001	304	1.7	-36.7	1 280	7.0	-9.3	16 696	91.3	-24.6	18 280	100.00
2002	432	1.9	42.3	1 639	7.0	28.0	21 250	91.1	49.0	23 321	100.00
2003	564	1.8	30.6	1 806	5.7	10.2	29 325	92.5	60.9	31 695	100.00

Kaynak: <http://www.dtm.gov.tr/IHR/madde/tarim.htm>

Türkiye'nin Avrupa Birliği ile dış ticaretinin sektörel dağılımı dikkate alındığında tarım sektörü ile hammaddesini tarımdan alan tekstil ve konfeksiyon sektörünün, oynadığı rol açıkça gözlenmektedir. İhracatın yaklaşık %50'sini bu iki sektör karşılamaktadır (Çizelge 2).

Meyvesi yaş ve kuru olarak tüketilebilen ürünlerden incir, çekirdeksiz üzüm ve kayısı, çabuk

bozulabilen yapıda olduklarından, genelde kurutularak dış ticarete konu olmaktadır. Türkiye kuru meyve üretiminde dünya üretim ve ihracatında ilk sırayı almaktadır.

Türkiye'nin kuru meyve üretim ve dış ticaretinin incelenmesi amacıyla çizelge 3 düzenlenmiştir.

Çizelge 3: Türkiye'de ve Dünyada Kuru Meyve Üretim ve Dış Ticareti

KURU ÜZÜM									
Yıllar	Türkiye Üretim (Ton)	Dünya Üretim (Ton)	Türkiye Pay (%)	Türkiye İhracat (Ton)	Dünya İhracat (Ton)	Türkiye Pay (%)	Türkiye İthalat (Ton)	Dünya İthalat (Ton)	Türkiye Pay (%)
1999	214 000	756 000	28.31	188 900	598 100	31.58	2 400	621 400	0.39
2002	210 000	751 800	27.93	206 168	624 557	33.01	3 000*	679 074	0.44
KURU İNCİR									
Yıllar	Türkiye Üretim (Ton)	Dünya Üretim (Ton)	Türkiye Pay (%)	Türkiye İhracat (Ton)	Dünya İhracat (Ton)	Türkiye Pay (%)	Türkiye İthalat (Ton)	Dünya İthalat (Ton)	Türkiye Pay (%)
1999	52 684	93 539	56.32	40 238	76 513	52.59	762	67 091	1.14
2002	52 462	90 711	57.83	35 052	67 112	52.23	1 066	62 346	1.71
KURU KAYISI									
Yıllar	Türkiye Üretim** (Ton)	Dünya Üretim*** (Ton)	Türkiye Pay (%)	Türkiye İhracat (Ton)	Dünya İhracat (Ton)	Türkiye Pay (%)	Türkiye İthalat (Ton)	Dünya İthalat (Ton)	Türkiye Pay (%)
1999	40 000	2 507 727	--	55 402	74 704	74.16	2 240	79 131	2.83
2002	49 000	2 486 985	--	66 763	87 884	75.97	808	108 105	0.75

Kaynak: <http://www.dtm.gov.tr>

<http://faostat.fao.org>

\* Tahmini, \*\*Kuru üretim, \*\*\*Yaş üretim

Çizelge incelendiğinde, Türkiye, 2002 yılında Dünya kuru üzüm üretiminin %27.93'ünü, kuru incirin %57.83'ünü, kuru kayısının tahmini olarak yaklaşık %70'ni tek başına karşılamaktadır. Kuru Üzüm ihracatının %33.01'ini, kuru incir ihracatının %52.23'ünü, kuru kayısı ihracatının %75.97'sini gerçekleştirerek kuru meyve dış ticaretinde mukayeseli olarak rekabet üstünlüğüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır. (dtm.gov.tr, faostat.fao.org, 2004)

Çizelgede yer almayan 2003 yılı verilerine göre kuru meyve ihracatı %18 artışla 492.9 milyon dolar olurken, Türkiye toplam ihracatı içindeki payı %1 olmuştur. Kuru meyve ve mamulleri ihracatının %75'ini çekirdeksiz kuru üzüm, kuru kayısı ve kuru incir oluşturmaktadır. Kuru meyve ve mamulleri ihracatının %40'ını oluşturan çekirdeksiz kuru üzüm ihracatı 2003 yılında miktar bazında %8,47 azalırken, değer bazında ise %11,7 oranında artarak, 194 240 ton ve 189 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Kuru incirde başlıca ihraç pazarları Fransa, Almanya,

İtalya, Hollanda'dır. Kuru kayısı ihracatı 2003 yılında miktarda %3,7 ve değerde %22,6 artış göstererek 57 290 ton ve 133.7 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Kuru kayısı ihracat miktarında yaşanan artış rekolte yüksekliğinden kaynaklanmaktadır. Kuru kayısı ihraç pazarında ABD ilk sırada yer alırken, onu Fransa, İngiltere ve Almanya izlemektedir. 2003 yılı kuru incir ihracatı miktar olarak %11.9, değerde %1,3 oranında artarak 38 909 ton ve 75.1 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2003 ürünü kuru incirde rekoltenin yüksek oluşu ve kurutma döneminde iklim koşullarının uygun olması, ihracat artışını da beraberinde getirmiştir. (DTM, 2003)

Türkiye ile Avrupa Birliği üyesi ülkelerden Almanya, Fransa, İngiltere, Hollanda ve İtalya arasında gerçekleşen kuru meyve (kuru üzüm, kuru kayısı ve kuru incir) dış ticareti neticesinde, ülkeler arasındaki rekabeti ortaya koyan argümanlardan biri olan mukayeseli üstünlükler katsayısı hesaplanarak çizelge 4'de gösterilmiştir

Çizelge 4: Türkiye'nin Kuru Meyve İhracat Pazarındaki Avrupa Birliği Üyesi İle Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayıları

		$X_{ij}$		$X_{ij}$		$X_{iw}$		$X_{iw}$		$RCA_{ij}$	
		(Milyon \$)		(Milyon \$)		(Milyon \$)		(Milyon \$)			
		2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Kuru Üzüm	Almanya	26.51	31.76	16 637.97	18 277.75	55.95	60.21	485 967	493 350	13,84	14,24
	Fransa	9.53	11.04	5 811.36	6 505.31	21.88	25.58	299 944	306 527	22,47	20,34
	İngiltere	33.93	40.56	6 496.65	9 138.35	111.70	109.35	320 973	335 438	15,01	13,62
	Hollanda	20.26	25.42	2 757.30	3 246.13	39.46	40.83	194 890	193 579	36,28	37,13
	İtalya	12.94	15.20	6 825.85	7 136.04	15.22	19.18	236 086	244 178	29,41	27,12
Kuru İncir	Almanya	14.90	18.80	16 637.97	18 277.75	15.31	19.60	485 967	493 350	28,43	25,89
	Fransa	12.78	17.26	5 811.36	6 505.31	14.96	15.50	299 944	306 527	44,10	52,47
	İngiltere	1.20	2.07	6 496.65	9 138.35	3.90	3.64	320 973	335 438	15,22	20,93
	Hollanda	2.59	4.23	2 757.30	3 246.13	4.51	5.16	194 890	193 579	40,59	48,89
	İtalya	7.90	11.62	6 825.85	7 136.04	9.26	12.85	236 086	244 178	29,50	30,93
Kuru Kayısı	Almanya	9.17	12.05	16 637.97	18 277.75	10.66	15.81	485 967	493 350	25,12	20,57
	Fransa	8.56	14.38	5 811.36	6 505.31	9.56	15.88	299 944	306 527	46,21	42,66
	İngiltere	10.51	13.12	6 496.65	9 138.35	15.44	18.19	320 973	335 438	33,63	26,48
	Hollanda	2.83	4.21	2 757.30	3 246.13	3.86	4.77	194 890	193 579	51,89	52,62
	İtalya	1.53	2.54	6 825.85	7 136.04	1.69	2.67	236 086	244 178	31,41	32,51

Hesaplamalar neticesinde, kuru meyve dış ticaretinde Türkiye'nin, sözü edilen ülkelere kıyasla her üç üründe de karşılaştırmalı olarak üstün olduğu belirlenmiştir.  $RCA_{ij}$ , her üç üründe de 1'den büyük çıkmıştır. Türkiye'nin kuru meyve üretimi bakımından dünya da rakipsiz denecek düzeylerde oluşu, mukayeseli olarak da üstün olmasında etkili olmuştur. Aslında bu ürünlerde karşılaştırmalı üstünlük sağlanmasının yanı sıra katsayıların rakamsal olarak oldukça yüksek bulunması, bu ihracat ürünlerine ne kadar önem verilmesi gerektiğini de vurgulamaktadır.

Hammaddesini tarımdan alan ürünlerin dış satımı sonucu oluşan gelirin milli gelir içindeki payı oldukça yüksektir. Türkiye dış ticareti içerisinde tarımsal ürünlerin payı, tekstil ve konfeksiyon ürünleri de dahil edilirse %50'lere varmakta ve bu ürünlerin çoğunda mukayeseli olarak üstünlük sağlamış durumdadır. AB üyesi ülkelerin ithalat oranları içerisinde Türkiye'nin payı düşük olmasına karşın, Türkiye'nin bu ülkelere ihracat oranları içerisinde bu ülkelerin payı oldukça yüksektir. Bu da Türkiye'nin ihracatının yapısal bozukluğunu göstermektedir.

İhracatın en önemli kalemini oluşturan ve hammaddesini tarımdan alan tekstil ve konfeksiyon sektörünün Avrupa Birliği pazarındaki ülkelerle hesaplanan karşılaştırmalı üstünlük katsayısı, tekstil için 5.88, konfeksiyon için 5.67 olarak hesaplanmıştır. Rakamlar Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon sektöründe de dış pazarlarda üstün olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.(HATIRLI ve ark. 2003)

#### 4. Sonuç ve Öneriler

Türkiye tarımsal ürünler üretimi ve dış ticaretinde çoğu Avrupa ülkesine göre kendine yeter ender ülkelerdendir.

Kuru meyve üretim ve dış ticaretinde oldukça yüksek bir potansiyele sahip olan Türkiye'de bu ürünlerin iç fiyatları oldukça düşük kalmaktadır. Üretici eline geçen fiyatlar, üreticileri tatmin etmede yetersiz kalmaktadır. Bu durumdan sadece ihracatçı firmalar yarar sağlamaktadır.

Kuru meyve üretimi Gümrük Birliği ile birlikte destekleme kapsamından çıkarılmıştır. Tarımsal ihracatın önemli bir kısmını oluşturan bu ürünlerin üretiminde olmasa bile pazarlama aşamasında üretici ve ihracatçıların desteklenmesi gerekmektedir.

Klasik karşılaştırmalı üstünlük teorisi teknolojik ve bilgi düzeyindeki gelişmeleri açıklamakta yetersiz kalmaktadır.

Karşılaştırmalı üstünlük katsayısı kuru meyveler için baz alındığında Türkiye seçilmiş ülkelere göre dış ticarete belirgin bir üstünlük göstermektedir.

Kuru meyveler dışında hammaddesini tarımdan alan tekstil ve konfeksiyon sektöründe de Avrupa ülkelerinin genelinden daha yüksek bir potansiyele sahip olduğu bilinmektedir.

Türkiye'de üretim faktörlerinden özellikle emek faktörünün bol olması ve bu faktörün özellikle tarım kesimi için ucuz olması gelişmiş ülkelere göre en önemli avantajdır. Bu ülkelere göre dezavantajı ise sermaye faktörünün yapısal bozukluğudur.

Bu ürünlerin işlenerek farklı çeşitler geliştirilmesi için araştırma ve geliştirme çalışmalarına önayak olunmalı ve

desteklenmelidir (TM damgalı ürünler geliştirmek).

İhracat yapılan ülke sayısını artırma çabalarına girilmelidir.

Söz konusu ürünlerin Türkiye'nin çeşitli ticaret borsalarında işlem hacmi oldukça yüksektir. Bu açıdan Türkiye'de henüz faaliyetine başlayan *Vadeli İşlem ve Opsiyon* borsasında kuru meyve alım- satım işlemlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda karşılaştırmalı üstünlük performansı oldukça yüksek olan kuru meyve dış fiyatlarında da Türkiye'nin belirleyici olarak söz sahibi olması uluslararası ticarete daha etkin hale gelmesini sağlayacaktır.

Türkiye'nin karşılaştırmalı olarak üstün olduğu ürünlerin AB üyesi ülkelerin ithalat oranları içerisindeki payları azalma eğilimindedir. Başka malların ihracatının geliştirilmesine ve artırılmasına yönelik çalışmalara ağırlık verilmelidir.

Çağdaş uluslararası ticaret klasiklerin incelediği mübadeleye benzememektedir. Yaklaşık yarım yüzyıldır uluslar arası ticaret araştırma geliştirme olanaklarından faydalanarak ölçek ekonomilerini ve teknoloji yarışını yansıtmaya başlamıştır. Bu gelişmeler karşılaştırmalı üstünlüklerden ziyade rekabet üstünlüğü kuramını ortaya çıkarmıştır. Buna göre her ülke teknoloji ve bilgi kullanarak malların üretiminde diğer ülkelerle mücadele eder duruma gelebilecektir.

### Kaynaklar

1. BALASSA, B. 1965. Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. The Manchester School of Economics and Social Studies. Vol.33. pp. 99-123.
2. BAYRAKTUTAN, Y., 2003 "Bilgi ve Uluslar arası Ticaret Teorileri". C.U. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 2, Sivas.
3. DTM., 2003. "Türkiye Dış Ticaret Stratejisi" Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayınları, Ankara
4. FERTÖ, I and HUBBARD, L.J. 2003. The Dynamics of Agri-Food Trade Patterns. The Accession Countries' Case. Proc. International Conference Agricultural Policy Reform and the WTO: Where are we heading?, Capri, Italy 23-26 June.
5. GOLDSMITH, J., 1996. "The Winners and the Losers". *The Case Against the Global Economy* . (ed. Jerry Mander ve Edward Goldsmith), Sierra Club, San Fransisco, s. 172
6. HATIRLI, S.A., DEMİRCAN, V., ÖZKAN, B., 2003. "Tekstil Ve Konfeksiyon İhracatında Türkiye'nin Rekabet Durumu" Türkiye VI. Pamuk Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu

Bildirileri Kitabı, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayınları, Yayın No:106, ISBN:975-407-134-9, Ankara

7. HATIRLI, S.A., ÖZKAN, B., FFERT, C., 2004. Competitiveness of Turkish Fruits in the World Market. Proc. XV<sup>th</sup> IS on Hort. Econ. & Manag. Ed. W. Bokelmann, In Acta Horticulturae, Number: 655: 357-364, ISHS 2004."
8. HSU, J.L. and WANN, J.J. 2001. Competitiveness and Consumer preference of US Fruits in Taiwan. Proc. Annual Meetings of the American Agricultural Economics Association-Canadian Agricultural Economics Society, Chicago, USA 5-8 August
9. LAURSEN, K. 1998. Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialisation. ISBN 87-7873-069-4.
10. SEYİDOĞLU, H., 1996. "Uluslar arası İktisat", Güzem Yayınları No:11, ISBN 975-7516-10-4, İstanbul.
11. [http://www.dtm.gov.tr/İHR\\_madde/tarim.htm](http://www.dtm.gov.tr/İHR_madde/tarim.htm)
12. <http://faostat.fao.org/faostat/collections?subset=agriculture>