

T.C.
Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Ana Bilim Dalı

GIDA SANAYİ DİŞ TİCARETİ İHRACAT PERFORMANSI MERSİN İLİ ÖRNEĞİ

Sinem ERSÖZ

DANIŞMAN
Yrd. Doç. Dr. Semiha AYTEMİZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mersin, 2014



T.C.
MERSİN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi Olarak Sunduğum “Gıda Sanayi Dış Ticareti İhracat Performansı Mersin İli Örneği” Başlıklı Bu Çalışmanın, Bilimsel Etik Kurallara ve Geleneklere Uygun Şekilde tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini onurumla doğrularım.

23.09.2014

Sinem ERSÖZ

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Sinem ERSÖZ tarafından hazırlanan GIDA SANAYİ DİŞ TİCARETİ İHRACAT PERFORMANSI MERSİN İLİ ÖRNEĞİ başlıklı bu çalışma, jürimiz tarafından İktisat Bölümü Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başarılı



Başarısız



Üye

Yrd. Doç. Semiha AYTEMİZ
(Danışman)



Üye

Prof. Hüseyin MUALLA YÜCEOL



Üye

Yrd. Doç. İlkey YILMAZ

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım

Onay

Prof. Dr. Nalan YETİM
Enstitü Müdürü



ÖZET

GIDA SANAYİ DIŞ TİCARETİ İHRACAT PERFORMANSI MERSİN İLİ ÖRNEĞİ

İnsanların yaşamsal faaliyetlerini devam ettirmelerini sağlayan en önemli unsur gıda tüketimidir. Son dönemlerde dünyada yaşanan iklimsel değişimler ve kuraklık tarımsal üretimde azalmalara neden olmuş ve buna bağlı olarak gıda üretimini etkilemiştir. Halkın dengeli ve sağlıklı beslenmesi ülkelerin önceliğini oluştururken, gıda üretimini artırma çabaları gıda sanayinin geliştirilmesi zorunluluğunu da beraberinde getirmiştir. Küreselleşen dünyada gıda sanayinin geliştirilmesi ve ortaya çıkan artı ürünün dış ticarete konu olması, bütün ülkelerce önemli bir konu haline gelmiştir. Yapısı itibariyle tarımsal üretime bağlı olarak gelişen gıda sanayi, bu özelliği ile Türkiye ve özellikle Mersin ili için en önemli sanayi sektörünü oluşturmaktadır. Mersin ili, iklim ve coğrafi konumu ile tarımsal üretimde Türkiye’de öne çıkan illerden birisidir. Bunun yanında, Mersin ili sahip olduğu liman ve sanayi yapısı bakımından da dış ticaretin gelişimi nedeniyle oldukça avantajlıdır.

Mersin ilinin sahip olduğu bu özelliklerin gıda sanayinin ve gıda sanayi dış ticaretinin geliştirilmesinde etkili olup olmadığının araştırılması amacıyla yapılan bu çalışmada et ve et ürünleri, hububat ve hububat ürünleri, meyve ve sebzeler, çeşitli yenilebilir ürünler, tütün ve tütün mamulleri olmak üzere alt sektörlerinin ihracat performansları analiz edilmiştir. İhracat performansı değerlendirmesinde Sabit Piyasa Payı yöntemi kullanılmıştır. Yöntemi, mal etkisi, rekabet etkisi ve pazar etkisi olmak üzere 3 etkiyle test edilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, Mersin ili gıda sanayi ticaretinde dünya gıda sanayi ticaretinden daha fazla artış olduğu ve artışın gıda mallarının fiyat avantajından kaynaklandığı anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gıda sanayi, Dış ticaret, İhracat performansı, Sabit piyasa payı yöntemi

ABSTRACT

FOOD INDUSTRY EXPORT PERFORMANCE PROVINCE OF MERSİN INSTANCE

For human survival, food consumption is necessary. Drought and climate changes in recent decades in the world have led to reductions in agricultural production and thus adversely affected food production. While providing healthy and balanced diets to their citizens is a primary concern to of most countries, efforts to increase food production have made the development of food industry a necessity. The development of the food industry and the marketing of food surpluses in world markets have become important issues for all countries in the global world. For Turkey, and especially for Mersin province, one of the most important industrial sectors is the food industry, development of which is inherently linked to agricultural production. With its climate and geographical position Mersin is one of the leading provinces in agricultural production in Turkey. Furthermore, because of its port facilities and industrial infrastructure Mersin has many advantages for the development of international trade.

In order to study whether these features of Mersin have effects on the development of food industry and food trade, export performances of food industry sectors, which include meat and meat products, cereals and cereal products, fruits and vegetables, various edible products, and tobacco and tobacco products, have been analyzed. Constant market share method has been used to evaluate export performances. Product composition effect, competition effect and market effect have been tested. The results of this study indicate that the growth rate of food industry (international) trade of Mersin has been higher than the growth rate of the world food trade mainly because of its price advantage.

Keywords: Food industry, international trade, export performance, constant market share method

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ	vii
KISALTMALAR.....	iii
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	4
DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GIDA SANAYİ DİŞ TİCARETİ	4
I.1.Dünya'da Gıda Sanayi	6
I.1.1.Dünya Tarım Sektörü.....	6
I.1.2. Dünya Gıda Sanayi Ticareti	10
I.2. Türkiye'de Gıda Sanayii	15
I.2.1. Türkiye'de Gıda Sanayinin Yapısı.....	16
I.2.2. Türkiye Gıda Sanayi Ticareti	32
İKİNCİ BÖLÜM	39
LİTERATÜR TARAMASI VE YÖNTEM.....	39
II.1.İHRACAT PERFORMANSI.....	39
II.1.1. İhracat Performansını Ölçme Yöntemleri.....	40
II.1.2. İhracat Performansı Ölçüm Yöntemleri Literatür Taraması.....	44
II.2. Sabit Piyasa Payı Yöntemi.....	48
II.2.1. Yöntem ve Veri Seti	48
II.2.2. Literatür Taraması.....	57
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	62

MERSİN GIDA SANAYİ DİŞ TİCARETİNİN SABİT PİYASA PAYI YÖNTEMİ İLE ANALİZİ	62
III.1. Mersin İli Gıda Sanayi Dış Ticareti.....	62
III.1.1. Mersin İlinin Ekonomik Yapısı	62
III.1.2. Mersin İli Gıda Sanayi Dış Ticareti.....	68
III.2. Mersin Dış Ticaretinin Yapısı	82
III.2.1. Mersin Sabit Piyasa Payı Analiz Sonuçları	82
SONUÇ	88
KAYNAKÇA.....	91

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo I.1. Sektörlerin Dünya Katma Değer ve İstihdam Payları (%)	7
Tablo I.2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin 2002-2013 Yılları Arası Gıda Sanayi Alt Sektör İhracat Payları (%) (SITC Rev 3)	13
Tablo I.3. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin 2002-2013 Yılları Arası Gıda Sanayi Alt Sektör İthalat Payları (%) (SITC Rev 3)	14
Tablo I.4. Türkiye Gıda Sanayi'nde 2005-2009 Yılları Arasında Alt Sektörler Bazında İşletme Sayıları (SITC Rev3)	21
Tablo I.5. İstihdam edilenlerin iktisadi faaliyet kolları ve dağılımı, NACE Rev.2	29
Tablo I.6. Türkiye Gıda ve İçecek Sanayinde Çalışanların İmalat Sanayi İçindeki Payı (%)	30
Tablo I.7. Gıda Sanayi'nde Alt Sektörler Bazında İstihdam Payları (%) (SITC Rev3)	31
Tablo I.8. Türkiye Gıda Sanayi Dış Ticaretinin Dünya Ticaretindeki Payı (%)	34
Tablo III.1. Mersin İli 2011 Yılı Ekonomik Göstergeleri	62
Tablo III.2. TR.62 Adana, Mersin'in Cari Fiyatlarla Gayrisafi Katma Değerinin 2008 Yılı Sektörel Payları (Bin TL)	64
Tablo III.3. TR.62 Adana, Mersin' de İstihdam Edilenlerin Sektörel Dağılımı (NACE Rev.2)	67
Tablo III.4. Mersin Firmaları Bazında Dış Ticaretin Sektörel Dağılımı (%)	70

Tablo III.5. 2011 Mersin Tarımsal Alan Göstergeleri (Hektar)	74
Tablo III.6. Mersin Firmalarının Gıda ve İçecek Ürünlerinin Dış Ticaret Dengesi (%)...76	76
Tablo III.7. Mersin İli Gıda Sanayi Dış Ticaret Göstergeleri (SITC-rev3) (milyon \$)	77
Tablo.III.8. AB, Asya ve Yakın ve Ortadoğu Gıda Sanayi İhracatının Dünya Payı (%) ...79	79
Tablo III.9. Mersin İlinin Seçilmiş Ülkelere Olan Gıda İhracatı Payı (%)	81
Tablo.III.10. Sabit Piyasa Payı Toplu Sonuçlar (2002-2012)	83
Tablo.III.11. Ürün Bazında Mal Kompozisyonu Etkisi (2002-2012)	84
Tablo.III.12. Ürün Bazında Piyasa Etkisi (2002-2012)	85
Tablo.III.13. Ürün ve Ülke Bazında Piyasa Etkisi (2002-2012)	86

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AKÜ	Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi
ÇATAK	Çevre Amaçlı Tarımsal Alanların Korunması
DGD	Doğrudan Gelir Desteği
DGP	Dünya Gıda Programı
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
EBK	Et Ve Balık Kurumu
FAO	Birleşmiş Milletler Gıda Ve Tarım Teşkilatı
GOÜ	Gelişmekte Olan Ülkeler
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
IFAD	Uluslar Arası Tarımsal Kalkınma Fonu
IPA	Kırsal Kalkınma İçin Katılım Öncesi Yardım Aracı
IPARD	Kırsal Kalkınma İçin Katılım Öncesi Yardım Aracı Kalkınma Programı
İBBS	İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması

KDV	Katma Değer Vergisi
KİT	Kamu İkdıadi Teşebbüsleri
KOBİ	Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeler
MTSO	Mersin Ticaret Ve Sanayi Odası
OECD	Ekonomik Kalkınma Ve İş Bölümü Örgütü
OIE	Dünya Hayvan Sağlığı Örgütü
r	Periyot 1den Periyot 2 Ye Geçen Zamanda Toplam Dünya İhracatlarının Yüzdesel Artışı
RC	Açıklanmış Rekabet Avantajı
RTA	Nisbi Ticaret Avantajı
RXA	Nisbi İhracat Avantajının Logaritmik Formu
SGM	Sanayi Ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü
SITC	Uluslar Arası Standart Ticaret Sınıflaması
TEPAV	Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Merkezi
TKDK	Tarım Ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu
TL	Türk Lirası
TSEK	Türkiye Et Ve Süt Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu

UNCTAD	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
WFC	Dünya Gıda Konseyi
YEMSAN	Yem Sanayi
r_{ij}	1. Periyottan 2. Periyota Geçen Zamanda J Ülkesine Yapılan İ Malı Dünya İhracatının Yüzdesele Artışı
v'_j	A'nın 2. Periyotta J Ülkesine Yaptığı İhracat Değeri
v_i	Periyot 1'deki A'nın İ-inci Ürün İhracat Değeri
v_{ij}	A'nın 1. Periyotta J Ülkesine Yaptığı İ Malı İhracatının Değeri
v_j	A'nın 1. Periyotta J Ülkesine Yaptığı İhracat Değeri
p_i	İ-İnci Ülkedeki İhraç Fiyatıdır
q_i	İ-İnci Ülkeden İhraç Edilen Mal Miktarı
v'_i	Periyot 2'deki A'nın İ-inci Ürünün İhracat Değeri
\$	Amerikan Doları
r_i	1. Periyottan 2. Periyota Geçen Zamanda İ Malının Dünya İhracatının Oransal Artışı

GİRİŞ

Küreselleşmenin hız kazandığı günümüz dünyasında, dış ticaret ve dış ticareti geliştirme politikaları oldukça önemli hale gelmiştir. Ekonomik kalkınma için hazırlanan dış ticaret politikalarından beklenen sonuç üretilen ürünlerin rekabet güçlerini artırarak dünya pazarlarındaki paylarını artırmalarıdır. Bu durum ise ekonomilerin ihracat performanslarıyla doğrudan ilişkilidir. İhracat performansı, ihracat yapan ülkenin başarısının göstergesi olarak tanımlanabilir. Rekabet edebilirliğin göstergesi olarak kabul edilen ihracat performansının yüksek olması ve sürekliliğinin sağlanması şarttır.

Gıda sanayi, yapısı itibariyle, ihracat performansını belirlemede öne çıkan sanayilerden birisidir. Gıda sanayi, ülke ekonomilerinin gelişimine ve kalkınma sürecine yaptığı katkı kadar, insanların temel ihtiyaçlarını karşılayacak gıda mallarını üretmesiyle de stratejik bir önem kazanmaktadır. Tarımsal hammaddeye bağlı üretim yapısından kaynaklı emek yoğun gelişen gıda sanayi, ürünlerin değerlendirilmesi ve sanayiye hammadde temini ve istihdama yaptığı katkı açısından da önemi giderek artan sanayi kollarından biridir. Ancak gıda sanayinin, ülkeler için stratejik önemi, halkın dengeli ve sağlıklı beslenmesine yaptığı katkı göz önüne alındığında daha da artmaktadır.

İnsanların yaşamsal faaliyetleri için gerekli olan gıda tüketimi, insanlık tarihinde karşılaşılan en önemli sorundur. Sorunun temel nedeni; gıda mallarının ve tüketim yapısının, iklimsel değişimlerden, doğal kaynakların verimliliği ve kullanımından, nüfus artış ve azalışlarından çok fazla etkilenmesidir. Son yıllarda yaşanan iklimsel değişimler, doğal kaynakların azalması ve nüfus artışı, sorunu daha da önemli hale getirmiştir. Bu soruna bağlı olarak, gıda üretimini arttıran sanayi ve teknolojiye

gelişmeler de önemli hale gelmiştir. Bu açıdan gıda sanayi, dünyada, ülke ekonomileri için vazgeçilmez bir sanayi alt dalını oluşturmaktadır.

Bu açıdan değerlendirildiğinde, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de gıda sanayi ve gıda sanayinin gelişmesi oldukça önem kazanmaktadır. Türkiye, coğrafi yapısı ve iklim koşulları ile tarımsal potansiyele sahip bir ülkedir. Bu potansiyelin değerlendirilmesinde gıda sanayi oldukça önemlidir. Türkiye gıda sanayi, tarımsal hammadde varlığı ve çeşitliliği bakımından zengin bir yapıya sahiptir. Sanayinin üretim potansiyeli ve ürün çeşitliliğinde izlenen teknolojik gelişmeler ve politikalar oldukça önemlidir. Coğrafi konum ve pazar açısından önemli avantajlara sahip olan gıda sanayi yüksek dış satım potansiyeline sahiptir. Mersin ve Adana’yı içine alan Çukurova bölgesi de Türkiye için önemli bir tarım ve gıda sanayi alanıdır.

Bulunduğu coğrafik bölge ve iklimsel özellikleri dolayısı ile bitkisel tarım alanında bölgesel olarak 3. sırada yer alan Mersin ili, dış ticaret payı sıralamasında ilk 15 il içinde bulunmaktadır¹. Önemli bir lojistik merkezi olan Mersin ilinin tarımsal ve ticaret alanlarındaki ülke sıralamasında üst yerlerde olması, bu özelliklerinin gıda sanayi sektöründe kullanılması ilin gelişimi için önemli görülmektedir.

Bu durumlar göz önünde bulundurulduğunda konu önemli görülmüştür ve bu çalışma ile konunun öneminin daha iyi anlaşılması ve değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Bu açıdan Mersin gıda sanayisine yönelik bir analizi kapsayan bu çalışmada, Mersin ilinin ihracatında önemli paya sahip ülkeler dikkate alınarak bir değerlendirme yapılmaktadır.

Çalışmamızda Türkiye ve özellikle Mersin ili dış ticaret performansı gıda sanayi üzerinden araştırılmıştır. Mersin ilinin iklimsel ve coğrafi konumunun uygunluğu

¹ TÜİK, 2013.

nedeni ile gıda sanayi yapısı incelenmiştir. Mersin ilinin seçilmiş ülkelerde ve dünya gıda sanayindeki performansı, Sabit Piyasa Payı analizi kullanılarak araştırılmıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde, gıda ve gıda sanayinin önemi üzerinde durulmuş, dünyada ve Türkiye’de gıda sanayinin genel yapısı açıklanmıştır. Çalışmamızın ikinci bölümünde, çalışmada kullanılan sabit piyasa payı yöntemi açıklanmıştır. Sabit piyasa payı yöntemi, ihracat performansının mal kompozisyonu, piyasa farklılığı ve rekabet edebilirlik etkilerinin birlikte incelenmesini sağlayan bir yöntemdir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, Mersin ili ihracatı söz konusu yöntemle hem mal hem de pazar açısından incelenmiştir. Mersin ili ihracatının mal açısından incelenmesi, ihracattaki gelişmeleri analiz edebilmek için ihracata konu olan ürünlerin dünya ticaretindeki gelişmelere paralel belirlenip belirlenmediğinin tespitini mümkün kılmıştır. Ayrıca, ihracatın pazar açısından incelenmesi de, Mersin ilinin hızlı gelişen pazarlara ihracat yapıp yapmadığının ve dolayısıyla ihracatın devamlılığının tespitine imkân vermiştir. Elde edilen veriler kullanılarak dış ticaretin yapısı analitik tablolar ışığında ayrıntılı olarak analiz edilmiştir. Ayrıca, yine söz konusu veriler kullanılarak Mersin ili ihracat performansı araştırılmıştır

Çalışmanın sonuç bölümünde ise sabit piyasa payı modeli sonuçları ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GIDA SANAYİ DIŞ TİCARETİ

Gıda sorunu insanlık tarihinde her zaman önemli bir yere sahiptir. İnsanların üç temel gereksiniminden biri olan beslenme, nüfus artışı, iklimsel değişiklikler ve doğal kaynakların azalması gibi etkenlerle birlikte gün geçtikçe daha önemli bir sorun haline gelmiştir. Bu soruna bağlı olarak, gıda üretimini arttıran sanayi ve teknolojiye gelişmeler de önemli hale gelmiştir. Bu açıdan gıda sanayi vazgeçilmez bir sanayi alt dalını oluşturmaktadır. Gıda sanayi, ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin ve temel kalkınma dinamiklerinin anlaşılması ve ülke ekonomisinin gelişimine verdiği katkı açısından önemlidir. Gıda insanın yaşamını devam ettirebilmesi için gerekli ve en temel ihtiyaç olduğu için gıda sanayi aynı zamanda stratejik öneme sahip bir sektördür.

Gıda tüketiminin amacı, insanın günlük olarak ihtiyaç duyduğu enerji ve besin ihtiyacının karşılanmasıdır. Eğer bu ihtiyaç yeteri kadar karşılanmıyorsa, yetersiz ve dengesiz beslenme söz konusu olmaktadır. Bu da toplum performansını olumsuz yönde etkilemektedir. Yeterli ve dengeli beslenme için belli başlı gıda ürünlerinin her yörede tüketime hazır hale getirilmesi gerekir (Turhan, 2004).

Bu açıklamalar çerçevesinde, toplum sağlığının korunmasında, ülke ekonomisinde ve kalkınmada temel işlevlerden birisi olan beslenmenin işlevini sağlayan besin elementlerini içeren işlenmiş ve doğal haldeki hayvansal, bitkisel ve sentetik kökenli yenilebilir ve içilebilir karakterli maddeler de gıda olarak tanımlanmaktadır. Tarım sektöründen sağladığı bitkisel ve hayvansal hammaddeyi, uyguladığı bir veya birden fazla işleme, raf ömrü uzun ve tüketime hazır ürünlere dönüştüren sanayi koluna ise gıda sanayii adı verilmektedir (Bulut, Eraslan, & Barca, 2007).

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tanımına göre; gıda; tütün ve sadece ilaç olarak kullanılanlar hariç olmak üzere, içkiler ve sakızlar ile hazırlama ve işleme gereği kullanılan maddeler dahil, insanlar tarafından yenilen ve/veya içilen ham, yarı mamul veya mamul her türlü maddedir. Gıda sanayi gıda maddelerinin hammaddeden başlayarak; depolama, tasnif, işleme, değerlendirme, dayanıklı hale getirme, ambalajlama işlerinden bir veya birkaçının yapıldığı ve gıda maddeleri satış yerlerine gönderilmek üzere depolandığı tesisler ile bu tesislerin tamamlayıcısı sayılacak yerlerin tamamını kapsamaktadır (Devlet Planlama Teşkilatı [DPT], 2006).

Gıda sanayinin ekonomik ve teknik açıdan birçok fonksiyonu bulunmakla beraber, kendisine özgü başlıca iki işlevi vardır. Birincisi dengeli beslenme için altyapı sağlaması, diğeri ise gıda tüketimi yoluyla, tarımsal ürün talebini genişletmesidir. Bunun dışında gıda sanayi sektörünün tarıma dayalı emek yoğun olması, ülkede istihdam yaratması açısından da önemli bir sanayi koludur. Gıda sanayi, ülkelerin dış ticaret kanalıyla ekonomik süreçlerinde kalkınmanın ve sağlıklı toplum yapısının oluşturulması açısından önemini artıran sektörlerin başında gelmektedir.

Geniş bir yelpazeye sahip olan gıda sanayi, alt dalları açısından birbirinden farklı özellikler taşıyan sektörleri barındırmaktadır. Tarımsal ürünleri işleyerek değerlendiren ve büyük ölçüde ticari işlem gören mallardan oluşan gıda sanayi farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır.

Uluslararası Standart Ticaret Sınıflaması (SITC)' ne göre gıda sanayi alt sektörleri başlıca 9 alt sektörden oluşur:

- Canlı hayvanlar
- Et ve et müstahzarları

- Süt, süt ürünleri ve yumurtalar
- Balıklar ve diğer deniz ürünleri
- Hububat, hububat ürünleri
- Şeker, şeker ürünleri ve bal
- Kahve, çay, kakao, baharat ve ürünleri
- Hayvanlar için gıda maddeleri
- Çeşitli yenilebilir ürünler (yağ, homojenize ürünler, sos, maya vb.)

Bu sektörlerin bazılarının üretim faaliyetlerinde iç pazar önemli iken, bazıları iç piyasa yanında dış rekabet/pazar açısından da önem taşımaktadır (Uyanık, 2011).

I.1.DÜNYA'DA GIDA SANAYİ

Günümüz ekonomik sürecinde gıda sanayi sosyo-ekonomik etkileri ile önde gelen sanayilerden birisi olarak kabul edilmektedir. Küreselleşen dünyada önemini giderek artıran gıda sanayisi zaman içerisinde büyük değişimler göstermiştir. Üretim ve tüketim yapısındaki değişimler, ticaret anlayışı ve ekonomi politikaları üzerinde oldukça etkili olmuştur. Tarımsal üretime bağlı yapısı nedeniyle, emek yoğun bir sisteme dayalı olarak gelişen gıda sanayi, tarımsal ürünlerin değerlendirilmesi, sanayiye hammadde temini, istihdama katkısı ve halkın dengeli beslenmesiyle doğrudan ilişkili olup, dünyadaki tüm ülkelerde sosyo-ekonomik açıdan stratejik bir öneme sahiptir. Bu açıdan, gıda sektörüne geçmeden önce dünya tarım sektörüne dair genel bir değerlendirme yapılması daha aydınlatıcı olacaktır.

I.1.1.Dünya Tarım Sektörü

Hammadde kaynağı olarak tarım sektörünü yoğun olarak kullanan gıda sanayi, istihdam ve talep gibi konular üzerinde etkin olan sektörlerin başında gelmektedir.

Özellikle insanların temel ihtiyacı olan beslenme açısından önemli olan gıda sanayinin, tarımsal hammadde kullanımı neticesinde tarım sektöründe çalışan sayısı da düşünüldüğünde istihdam açısından önemi ortaya çıkmaktadır (Yağmur, & Güneş, 2010). Dünya Bankası veri tabanından alınan sektörel verilerin yer aldığı Tablo I.1 bu durumu göstermektedir. Sektörel katma değer ve istihdam paylarına bakıldığında; tarımın katma değer oranı çok düşük olsa da istihdam açısından payı oldukça yüksektir. Tarımın istihdam payı 2000 sonrasında azalmasına karşın sanayinin üstünde bir orana sahip olduğu görülmektedir.

Tablo I.1. Sektörlerin Dünya Katma Değer ve İstihdam Payları (%)

	Katma Değerin GSYİH'ya				İstihdamın Toplam İstihdama			
	Oranı %				Oranı %			
Sektörler/Yıllar	1994	2000	2005	2010	1994	2000	2005	2010
Tarım	4.57	3.53	3.04	2.83	40.53	37.95	35.06	30.45
Sanayi	30.57	28.74	27.71	26.29	22.73	21.58	21.91	24.36
Hizmetler	64.84	67.70	69.22	70.86	36.17	39.86	42.87	44.92

Kaynak: Dünya Bankasından elde edilen verilerle tarafımızdan hazırlanmıştır

Eren (2012)'ye göre ekonomik kalkınma sürecinde tarımdan sanayi kesimine doğru iş gücü transferi gerçekleşmektedir. Bu süreçte gelişmiş ülkelerde tarımda çalışan nüfus azalırken, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde tersi bir durum gerçekleşmektedir. Birçok gelişmekte olan ülkede düşük sanayileşme hızı ve hızlı artan nüfus, sanayi sektörünün işgücü fazlasını emme gücünü engellemektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde gıda sanayinin temeli olan tarım sektörü özellikle gelişmekte olan

lkeler için oldukça önemli konuma gelmektedir. Tablo I.1’de de açıkça görüldügü üzere 1994 yılından sonra tarım sektörünün dünya istihdam payı ve GSYH oranı düşme eğilimine girmiştir. retime bağlı değişen istihdam yapısındaki oransal artış ya da azalışlarda iklimsel değişimlerin etkisi oldukça fazladır

İklimsel değişimin son etkisi 2008 yılında yaşanan küresel gıda krizi olarak literatürde yerini almıştır. Bu durum ülkelerin gıda güvenliği için gerekli önlemleri almalarını zorunlu hale getirmektedir. Bu süreç gıda sanayinin de bu tür gelişmelere ayak uydurmasını gerektirmektedir.

2008 yılında ortaya çıkan dünya gıda krizi, önceki yıllarda yaşanan iklim değişikliğinin sonucudur. Yaşanan iklim değişiklikleri ısıyı artırmış, kuraklık ve sel baskınlarına neden olmuştur. Bu dönem ülkelerde ciddi tarımsal ürün kayıpları yaşanmış, buna bağlı olarak artan gıda talebini karşılamada sorunlar yaşanmıştır. Dolayısıyla, ülkelerin gıda ithalatı bağımlılık düzeyleri artmıřtır². Dünya gıda krizinin temel nedeni gıda talebinin gıda arzından fazla olmasıdır. Ancak bu temel nedeni tetikleyen etkenler; gelişmekte olan ülkelerdeki güçlü ekonomik büyüme, tarımsal ürünler arz miktarlarındaki artış oranının yavaş olması, tarım ürünlerinin stok miktarlarının azalması, petrol fiyatlarındaki artışlar, dış ticarete gelişmiş ülkelerin aşırı korumacı politikaları ve yüksek sbvansiyonlardır (Gürlük, & Turan, 2008). 2008 yılı Dünya Kalkınma Raporu’nun başlığının “Kalkınma İçin Tarım” olarak değiştirilmesi, tarım politikalarını bugün ve gelecekte etkileyen ve etkileyecek güncel gelişmelerdir (Günaydın, 2006).

² Buğday, arpa, mısır, pirinç vb. tahıllar dünyada pek çok bölge için stratejik önem taşıyan ürünlerdir. Tahılların arzı üretim ve stok durumlarına oldukça bağlıdır. Dünya tahıl üretimi 2006 yılında 2 Milyar Ton olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam bir önceki yıla göre %2,4 daha azdır. Üretimdeki azalmanın temel nedeni, ihracatçı ülkelerdeki azalan tarım alanları ve iklim koşullarıyla ilişkilendirilmektedir. AB ve ABD’de 2004 ve 2006 yılları arasında buğday ve mısır üretimi %12-16 arasında azalma göstermiştir (FAO, 2008). 2006 yılında dünya tahıl stokları, 1980 yılından günümüze kadarki en düşük düzeylerinde gerçekleşmiştir. Dünya buğday stoklarının %40’ına sahip olan Çin’de 2000 yılından bu yana önemli azalmalar kaydedilmiştir. Bkz Gürlük ve Turan, 2008.67-68

Yaşarlar (2011)'e göre, tarım sektörü, gıda üretiminin yeterliliği açısından desteklenmeli, çiftçileri destekleyen politikalar üretilmeli ve özellikle ekonomisi tarıma dayalı ülkeler ekonomik kalkınmada tarım ürünleri ihracatını artıracak politikalar üretmelidir. Bununla birlikte tarımsal alanda uluslararası işbirliğine gidilmesi ve uluslararası ticaretin olanaklar ölçüsünde daha fazla yarar sağlayacak bir yapıya kavuşturulması, toplam refahı artırmaktadır. Ortak refahın artırılmasına yönelik ortak politika üretme çabaları birçok kuruluşun doğmasına neden olmuştur. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Teşkilatı (FAO) bu amaçla kurulmuş teşkilatlardan biridir. FAO, Birleşmiş Milletler çatısı altında gerek gelişmiş ve gerekse gelişmekte olan ülkelerde açlıkla mücadelede ve yoksulluğun önlenmesinde uluslararası düzeydeki çabaların önderliğini yürüten bir örgüttür. Örgüt'ün bu görevinin yanı sıra gelişmekte olan ülkelerin doğal kaynaklarını korumak suretiyle tarımsal kapasitelerini yükseltmek, ormancılık ve balıkçılık faaliyetlerini desteklemek, gıda güvenliğini temin etmek ve sürdürülebilirliğini sağlamak gibi görevleri de vardır (T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2013).

Dünya Gıda Konseyi (WFC), 1974 yılında Roma'da toplanan Dünya Gıda Konferansında alınan kararlar sonucunda kurulmuştur. Birleşmiş Milletlerin özel bir müessesesi olan Uluslararası Tarımsal Kalkınma Fonu (IFAD) ise, 1974 Dünya Gıda Konferansı'nın önemli sonuçlarından biri olarak, Konferansın önerisiyle 1977'de uluslararası bir finansal kurum statüsünde oluşturulmuştur. Konferans, en çok Afrika'nın Sahra çölünün kuzey bölümündeki yarı kurak bölge olan Sahel bölgesinin etkilendiği 1970'lerin başında gerçekleşen gıda krizlerinden sonra düzenlenmiştir. Konferans sonucu, öncelikle gelişmekte olan ülkelerde gıda üretimi projeleri için, tarımsal kalkınma projelerini finanse etmek için, Uluslararası Tarımsal Kalkınma Fonu'nun acilen kurulması gerektiğine karar verilmiştir. Konferans'ta gıda güvenliği ve kıtlık sorunlarının, fakirlikle

ilgili yapısal problemler ve bunun sonucu olarak dünyanın artan fakir nüfusunun çoğunluğunun kırsal alanlarda yoğunlaşmasıyla oluştuğu vurgulanmıştır (T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2013). Bir yardım kuruluşu olan Dünya Gıda Programı (DGP) ise, doğal afetler, savaşlar veya sivil çatışmalar gibi nedenlerle ani açlığa maruz kalan halk kitlelerine insani amaçlarla gıda yardımı sağlamayı temel amaç edinmiş bir örgüttür (T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2013). Dünya Hayvan Sağlığı Örgütü (OIE), küresel düzeyde hayvan hastalıklarına karşı savaşmak amacıyla 25 Ocak 1924 tarihinde 24 ülkenin imzaladıkları anlaşma ile kurulmuştur. Merkezi Paris/Fransa'dır. OIE dünya çapında hayvan sağlığını geliştirmekten sorumlu uluslararası bir kuruluştur (T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2013). Uluslararası tarım politikaları, gıda ihtiyacının karşılanması, dünyadaki arz talep dengesinin sağlanmasını amaçlaması bakımından stratejik öneme sahiptir. Ülkelerin besin maddesi gereksinimlerinin karşılanması için, tarımın ve tarım politikalarının sürdürülebilirliği gereklidir.

1.1.2. Dünya Gıda Sanayi Ticareti

Gıda sektörünün amacı tarımsal ham maddeyi işleyerek sağlıklı gıda maddeleri haline getirmektir. Bu süreçteki önemli adım ise üretimdir. Dünya gıda sanayi üretim ve istidam yapısı incelendiğinde AB ve ABD'nin sanayide önde gelen ülke ve ülke grupları olduğu görülmektedir. Türk gıda ve içecek sanayi rekabet raporu (2011)'e göre; AB gıda ve içecek sanayi, 310.000 işletmesi ile yıllık 954 milyar euroluk bir iş hacmine sahiptir. 2009 yılında AB gıda ve içecek sanayi üretim değeri, 2008'e göre %4 oranında düşüş göstermiştir. AB gıda ve içecek sanayinin imalat sanayi içindeki payı ise %12,9'dur. AB ve diğer ülkelerdeki üretim değerlerinin ise Çin ve Brezilya'nın üretim değerlerinden daha iyi performans sergilediği görülmüştür. Bununla beraber Kanada, Japonya, ABD ve Yeni Zelanda gibi ülkelerin üretim değerlerinde düşüş eğilimi yaşadığı görülmektedir. AB' de

çalışan sayısı 2009 yılında, 2008'e göre %1,5 oranında bir azalma ile 4,2 milyon kişi olarak gerçekleşmiştir. AB gıda ve içecek sanayi'nin imalat sanayi içindeki payı ise %11'dir. İş gücü verimliliği hesaplamalarına göre ise AB 27'nin 2007'ye göre, 2008'deki iş gücü verimliliğindeki artışın (%3) Brezilya, Kanada ve Çin gibi ülkelerin altında kaldığı görülmektedir³. Gıda sanayi üretiminde öne çıkan ülkelerin üretim artışı yaratmalarındaki ikincil amacın dış ticaret fazlası elde etmek olduğu görülmektedir. Erol (2006)'a göre, gıda sanayinin birinci önceliği, gıda ihtiyacını karşılamak daha sonra ihtiyaç fazlası ürünlerin ihracatı yoluyla ekonomiye katkı sağlamaktır. Dünya ekonomisinin genel seyri içerisinde, ülke ekonomilerindeki gelişmelerde teknolojik ve sanayi ürünlerinin imalatı öne çıkmaktadır. Gıda ürünlerinin dış ticaretini ise daha çok ülkelerin mevcut koşulları belirlemektedir. Ülkeler, avantajlı oldukları ürünlerin ithalatını yasaklama veya yüksek gümrük uygulama yoluna giderirken, ihtiyaçları olan gıda maddelerini ise temkinli yaklaşım göstererek ithal etmeyi düşünmektedirler. Dünya Bankasından elde edilen veriler incelendiğinde; 1997 yılını takip eden süreçte gıda sanayi ihracat ve ithalat paylarının ve doğal olarak dünya gıda ticaretinin 1999 yılına kadar düşme eğilimine girdiği anlaşılmıştır.

Bunun temel nedeni, 1997 yılı ortalarından itibaren, önce Uzakdoğu ülkelerinde mali piyasalarda başlayan krizin zamanla reel sektörü de kapsamış olması ve bunun sonucu olarak, 1998 yılında dünya ekonomisinin büyümesini ve dünya ihracatını geriletmesidir. Söz konusu gelişme doğal olarak ülkemiz ihracatını da olumsuz etkilemiştir. Özellikle küresel krizin 1998 yılında Rusya'ya sıçramasıyla dünya talebi daralmış, dünyadaki mal fiyatları düşmüştür (Türkiye İhracatının Gelişimi, t.y.).

³ Geniş bilgi için bkz, Türk Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu, Türk Gıda ve İçecek Sanayi Rekabet Raporu, 2011. 8,10,12

Bu gelişmeler 2002'de ABD'de ve gelişmiş Asya ekonomilerinde talep iyileşmelerine neden olmuştur. Ayrıca Çin ekonomisindeki büyüme olumlu bir seyir almış ve dünya ekonomisinde görece bir canlanma yaşanmasına sebep olmuştur. 2002'deki olumlu süreç, 2006 yılında hız kazanmıştır.

Gürlük, & Turan, (2008)'e göre dünya gıda krizinin temel nedeni arz ve talep dengesinin değişmesi ile ilgilidir. Gıda sanayinin ticaret yapısının daha iyi yorumlanması için alt sektörlerinin ticaret yapısındaki değişimleri önem kazanmaktadır. Bu önem doğrultusunda, tablo I.2 ve tablo I.3'de gıda sanayi alt sektörlerinin dış ticaret yapıları, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından aşağıda detaylandırılmıştır.

**Tablo I.2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin 2002-2013 Yılları Arası Gıda Sanayi
Alt Sektör İhracat Payları (%) (SITC Rev 3)**

Ürün Adı	Ülke grupları/yıllar	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Et ve et ürünleri	Gelişmekte olan ülkeler	18,31	18,52	19,95	22,21	22,65	24,04	25,36	25,12	26,27	25,44	26,16	28,18
	Gelişmiş ülkeler	80,91	80,63	79,27	77,02	76,66	75,31	73,91	74,01	72,76	73,48	72,31	70,34
Hububat, hububat ürünleri	Gelişmekte olan ülkeler	23,82	24,87	23,29	24,95	23,69	25,40	25,64	26,41	28,90	29,75	32,26	32,79
	Gelişmiş ülkeler	71,31	70,93	73,16	69,99	70,93	67,84	67,18	65,62	65,03	63,63	57,70	58,33
Meyve ve sebzeler	Gelişmekte olan ülkeler	37,69	36,85	37,76	39,09	39,31	39,71	39,85	41,35	43,72	44,65	44,73	44,90
	Gelişmiş ülkeler	61,35	61,99	60,83	59,24	58,89	58,41	58,57	56,72	54,34	53,19	53,14	53,05
Yenilebilir ürünler	Gelişmekte olan ülkeler	21,25	20,77	20,78	21,11	21,47	22,01	23,77	24,02	26,14	27,36	28,04	27,46
	Gelişmiş ülkeler	78,17	78,25	78,01	77,63	77,16	76,38	74,47	74,32	72,49	71,16	70,04	70,29
Tütün ve tütün ürünleri	Gelişmekte olan ülkeler	34,00	31,72	32,40	32,71	34,36	35,36	35,60	39,22	39,46	37,37	41,64	41,85
	Gelişmiş ülkeler	64,52	66,72	65,94	65,13	63,44	62,30	61,64	58,09	58,18	60,25	55,17	54,03

Kaynak:UNCTAD'tan elde edilen verilerle tarafımızdan hazırlanmıştır.

Tablo I.3. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin 2002-2013 Yılları Arası Gıda Sanayi Alt Sektör İthalat Payları (%) (SITC Rev 3)

Ürün adı	Ülke	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	grupları/yılla												
Et ve et ürünleri	Gelişmekte olan												
	ülkeler	20,07	19,71	18,09	18,98	19,38	21,67	24,09	24,48	27,70	29,39	29,95	32,20
	Gelişmiş ülkeler	73,66	74,88	76,23	74,18	72,87	71,83	67,42	67,87	64,78	63,62	62,07	60,26
Hububat, hububat ürünleri	Gelişmekte olan												
	ülkeler	48,61	46,42	47,33	48,62	48,62	49,60	52,95	51,78	54,87	55,89	56,76	55,69
	Gelişmiş ülkeler	48,98	50,29	49,37	48,90	48,69	47,66	44,29	45,81	42,68	41,65	40,55	41,52
Meyve ve sebzeler	Gelişmekte olan												
	ülkeler	17,28	15,67	15,74	16,82	17,51	18,04	19,10	21,54	24,17	24,70	26,88	26,08
	Gelişmiş ülkeler	79,82	81,05	80,77	79,08	77,65	77,16	75,32	72,92	69,66	68,84	66,94	67,24
Yenilebilir ürünler	Gelişmekte olan												
	ülkeler	33,46	31,57	32,12	32,69	32,25	32,25	33,29	33,33	36,37	41,57	39,90	40,24
	Gelişmiş ülkeler	62,84	64,36	63,73	62,62	62,63	62,43	60,86	61,47	58,39	53,31	54,58	54,04
Tütün ve tütün ürünleri	Gelişmekte olan												
	ülkeler	29,67	27,41	27,60	27,72	27,95	27,71	29,95	31,49	31,91	30,80	34,60	35,26
	Gelişmiş ülkeler	64,61	66,79	66,73	66,24	65,94	66,10	63,20	62,12	61,62	63,26	59,05	58,33

Kaynak: UNCTAD'tan elde edilen verilerle tarafımızdan hazırlanmıştır

Tablo I.2 ve I.3 birlikte değerlendirildiğinde, genel itibariyle, gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere göre, ihracat paylarının yüksek olduğu ithalat paylarının ise düşük olduğu görülmektedir. Tablo I.2'den de açıkça görüldüğü üzere, gıda sanayi alt sektör ihracat yapısında, ele alınan tüm sektörlerde gelişmiş ülkelerin payı, gelişmekte olan ülkelere göre daha yüksektir. Bunun temel nedeni ülkelerin sanayi gelişmişlik düzeylerinden kaynaklanmaktadır. Gıda sanayi yapısı itibariyle tarım ve hayvancılıktan

kaynak temin eder. Tarımdan elde edilen ürünler birçok gelişmekte olan ülkede, tüketim ihtiyacından kaynaklı olarak sanayiye aktarılamamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin nüfus yoğunluğu ve artan talep, üretilen ürünün sanayiye aktarılan payını azaltmaktadır. Tarım sektörü üzerinde, coğrafi konumun ve iklim koşullarının önem kazanması sonucu, son yıllarda ortaya çıkan kuraklığın gelişmekte olan ülkeleri etkilediği açıktır. Gıda sanayinin geliştirilmesi amacıyla özellikle tarım sektörü üzerine uygulanan politikaların etkinliği önemlidir. Bu politikaların etkinliği, coğrafi ve iklim yapısı bakımından gıda sanayinin gelişimine uygun olan Türkiye üzerinden, çalışmamız kapsamında bir sonraki bölümde tartışılacaktır

I.2. Türkiye’de Gıda Sanayii

Türkiye, coğrafi yapısı ve iklim koşulları ile tarımsal potansiyele sahip bir ülkedir. Bu potansiyelin değerlendirilmesinde gıda sanayi oldukça önemlidir. Tarım sektörü, cumhuriyetin kuruluşundan itibaren Türkiye ekonomisinin gelişmesinde nüfus, istihdam, beslenme, hammadde temini, milli gelir ve ihracata katkısı ile ekonominin önemli bir parçasını oluşturmuştur.

Şengül (2005), Türkiye’de gıda sanayinin önemini açıklarken özellikle dış ticaret ve sanayide yaratılan istihdama vurgu yapmıştır. Türkiye’nin dış ticaret profili incelendiğinde, gıda ürünleri sektörünün önemli olduğu, yurtiçi gıda gereksiniminin karşılanması, sanayi sektörüne girdi temini, ihracat ve yarattığı istihdam olanakları açısından büyük önem taşıdığı görülmektedir. Gerek tüketim gerekse üretim açısından ülke ekonomileri için gıda sanayindeki gelişmeler önemlidir.

Ülkeler, sanayilerinin gelişmişlik düzeylerinde, sanayiye ait işletme yapılarıyla değerlendirilebilir. TÜİK verilerine göre; Türkiye’de gıda sanayinde yer alan işletmelerin

üretim değeri, 2010 yılında 79,4 milyar TL düzeyinde gerçekleşmiştir. Gıda sanayinin 524,4 milyar TL'lik toplam imalat sanayi içerisindeki payı ise % 15'tir. Ayrıca 24 sektör arasında en yüksek faktör maliyetiyle ülke ekonomisine sağladığı katma değerdeki payı % 11'dir.

DPT'nin Türkiye için 2006 değerlendirmesinde gıda sanayinin gelişmesi için, küçük ölçekli işletmelerin rekabet güçlerinin artırılması gerekliliği açıklanmıştır. Türkiye'de gıda sanayii işletmelerinin sayıca %95'ini küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) oluşturmaktadır. Bu durum karşısında gıda sektörünün, yeni koşullara uyum sağlayarak uluslararası pazarda varlığını koruyabilmesi, Avrupa standartlarında üretim, ambalajlama, depolama, dağıtım ve kalite kontrolü yapmasına bağlıdır. Sektörde ekonomik ölçeğe sahip işletmeler üretimde bulunmakla birlikte, bunların sayısı azdır. Gıda işletmelerinin büyük çoğunluğu küçük ölçeklidir ve rekabet güçleri zayıftır (DPT, 2006).

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) öz kaynakları yetersiz olup, araştırma ve geliştirme, teknolojik yapının modernizasyonu ve ihracat imkânları azdır. Bununla birlikte ekonomik dalgalanmalardan yakından etkilenirler (Hanilçi, 2006).

Gıda sanayinde yer alan işletmelerin yeterli ve kaliteli hammadde kullanımı, gerek iç gerekse dış piyasalar için önemlidir. Tarımsal altyapıdan doğan eksikliklerin ortadan kaldırılması, tarım politikalarının, zamanında gerekli değişiklikler yapılarak değişen dünya şartlarına uygun düzenlemelerle desteklenmesi, gıda sanayi üretim, ithalat ve ihracatında olumlu gelişmeler yaratacaktır.

1.2.1. Türkiye'de Gıda Sanayinin Yapısı

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de sanayileşme gıda ile başlamıştır. Türkiye ekonomisinde tarımın ağırlığı göz önüne alındığında; tarım ve tarımsal çıktıyı hammadde

olarak kullanan gıda sanayi ekonomik açıdan oldukça önemlidir. Ülkemizde sanayileşme yolunda atılan adımların başlangıcında, şeker fabrikaları gibi gıda sanayi işletmeleri önemli bir yer almıştır.

Türkiye’de artan nüfusun yeterli, dengeli ve sağlıklı beslenmesi, tarımsal üretimin uygun şekilde değerlendirilmesine bağlıdır. Tarımsal üretimin artan oranda sanayide değerlendirilerek tüketiciye sunulması için gıda sanayinin yapısının sağlıklı şekilde geliştiği ve sorunlarının çözüldüğü bir ortamın varlığı önemlidir.

Varlık (2014)’e göre, 1929’da sanayiye yönelim planlamasında tarım ön plana çıkartılmış ve ikili bir işlev yüklenmiştir. Tarım, öncelikle sanayiye hammadde sağlayacak bir konumdadır. Bu nedenle tarımsal üretimin düzenli olması gerekir. Bunun uzantısı olarak sanayide üretilen malların tüketilmesi gerekmektedir. Tüketicilerin ağırlıklı olarak kırsal kesimden olması ve tüketim eğilimi göstermeleri için tarımsal ürün fazlasından gelir sağlanmalıdır. Tarım alanında talebin artırılması ve sanayinin geliştirilmesi amacıyla, 1929 yılında, kredi işlerini düzenleyen kooperatifçilik yasası çıkartılmış, aşar, arazi ve ağnam vergilerinin payı düşürülmüştür. Bunu izleyen dönemlerde devlet özellikle et ve süt sektörlerinde faaliyete başlamıştır. Bu amaçla gıda sanayi ürünlerini işleyen Tarım Satış Kooperatifi Birlikleri dışında Et-Balık Kurumu, Türkiye Şeker Fabrikaları, Türkiye Süt Endüstrisi Kurumu, Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü ve Yem Sanayi gibi kamu iktisadi teşebbüsleri kurulmuştur (Günaydın, 2006).

1950’lerde uygulanan ekonomi politikalarında özellikle tarımı ve buradan da gıda sanayini geliştirmeye yönelik politikalara ağırlık verilmiştir. Bu dönem politikalarının temel dayanağı tarımsal ürün fazlasıyla gelir artışı yaratmaktır. Gelir düzeyi artışı tüketimi dolayısıyla üretimi artıracak ve sanayi gelişimi sağlanacaktır. Ancak bu dönemde yaşanan

enflasyon özellikle temel gıda maddelerinin fiyatlarına müdahaleyi gerekli kılmıştır. Yavuz (2000)'e göre, bu amaçla 1950'li yıllarda ihracatta teşvik uygulamaları başlamıştır. Fiyat artışlarının hızlandığı bu dönemde tüketiciyi korumak amacıyla hayvansal ürünler, pirinç, ekmek ve yağ gibi tarımsal ürün ve mamullerin fiyatlarına müdahale edilmiştir. Planlı dönemin başlangıcı olan 1963 yılına gelinceye kadar, bazı özel amaçlarla bir dizi tarımsal politikalar takip edilmiştir (Aktaran Yavuz, 2005).

Özellikle 1960'lı yıllarda şeker pancarı ve çay gibi ürünlerin üretimi desteklenmiş ve bu ürünlere ait sanayiinin kurulması amacıyla, tarımsal destekleme ve fiyat politikaları uygulanmıştır. EBK (Et ve Balık Kurumu), YEMSAN (Yem Sanayi) ve TSEK (Türkiye Et ve Süt Kurumu) sırasıyla 1952, 1956 ve 1963 yıllarında faaliyete geçmiş ve gıda sanayinin gelişiminde önemli bir rol almışlardır.

1980'li yıllarda başlayan liberalleşme ve ihracat öncülüğünde kalkınma modeli stratejileri, ülke ekonomisinin ve firmalarının dış pazarlara açılmasında en büyük etkenlerden biri olmuştur. Dışa açılma politikası, ülkenin hem ihracat hem de ithalat yapısında önemli değişimlere yol açmıştır. İhracat ağırlıklı kalkınma politikaları kapsamında, gıda ürünlerini de kapsayan önemli değişiklikler olmuştur. 1984 yılında gıda ürünlerinin ithalatında uygulanan vergi ve harçlar önemli ölçüde düşürülmüş, doğal olarak bu durum ithalat rakamlarına doğrudan yansımıştır (Albayrak, Taşdan, Güneş, Atı, Çukur, &Pezikoğlu, 2009).

Boran (2007)'ye göre bu dönemde Türkiye gıda ürünleri iç piyasalarında kooperatiflerin payı azalırken, yerli, yabancı ve yerli-yabancı ortaklıkların payı artış göstermiştir. Bu değişim, ürüne, firmaların pazar payı ve faaliyetlerine, satış geliştirme etkinliklerine bağlı olarak farklılık göstermektedir.

Doksanlı yıllarda gıda sanayine yönelik rekabet artırıcı politikaların etkisi 2000’li yıllarda daha hızlı bir sürece girmiştir. Bu politikalar doğrultusunda gıda sanayinde özel sektör varlığını artırmıştır. Cumhuriyetin temelini oluşturan ve KİT özelliği gösteren kimi sanayi işletme ve pazarlama birimleri özelleştirilmiş, bu arada Tarım Satış kooperatif pazarlama birimlerinin çoğu piyasa dışında kalmıştır. Sadece zeytin ve zeytinyağı, antepfıstığı, mercimek ve nohut, ayçiçeği ve bitkisel yağ ürünleri pazarlamasında kooperatifler piyasada belli ölçülerde pay almaktadırlar. Bunların dışında kalan gıda ürünlerinin iç piyasa ve pazar yapısı içinde yerli ve yabancı özel sektör işletmeleri etkinliklerini devam ettirmektedirler (Albayrak, vd. 2009).

Cengiz, & Özden (2009)’ e göre, artan küreselleşme süreci ile birlikte diğer birçok sektörde olduğu gibi gıda sanayisi de uluslararası bir yapı içine girmeye başlamıştır. Türkiye’de gıda sanayi işletmeleri hızla artan nüfus ve değişen tüketim alışkanlıkları doğrultusunda üretim teknolojilerinin yenilenmesi ile günden güne büyük ve çok uluslu işletmelerin de pazarlamada yer aldığı bir yapıya dönüşmüştür. Her ülkenin gelişme sürecinin farklı olması, uluslararası ticaretin artmasında da belirleyici olmuştur. Sınır ötesi ticaretin artması, yabancı yatırımlarla ortaklıklar, şirket evlilikleri perakendecilik sektörünün gelişmesinde önemli faktörler olmuştur.

Bu yıllarda gıda sanayinin geliştirilmesine yönelik politikalarda, daha çok sanayiye hammadde sağlayan tarımın, etkin kullanımına yönelik stratejiler belirlenmiştir. Bu amaçla, 2006-2010 yılları için Tarım Strateji Belgesi⁴ yürürlüğe girmiştir. 2006-2010

⁴Tarım Strateji Belgesi: Kaynakların etkin kullanımı ilkesi çerçevesinde ekonomik, sosyal, çevresel ve uluslar arası gelişmeler boyutunu bütün olarak ele alan örgütlü, rekabet gücü yüksek, sürdürülebilir bir tarım sektörünün oluşturulması temel amaçtır. Bu temel amaç doğrultusunda tarım stratejisi belgesi, 2006-2010 yılları arasında, Avrupa Birliğine uyumu da gözeterek, tarım sektörü ile ilgili kesimlerin karar almalarını kolaylaştırmak, sektörün kalkınma hedef ve stratejileri doğrultusunda geliştirilmesini sağlamak ve 2014 sonuna kadar çıkarılacak Tarım Çerçeve Kanunu ile bu kanuna dayalı olarak hazırlanacak ikincil mevzuatın temelini oluşturmak için hazırlanmıştır. Geniş bilgi için bkz30.11.2004 Tarih ve 2004/92 Sayılı YPK Kararı

yıllarını kapsayan Tarım Strateji belgesi ile kaynakların etkin kullanımı ilkesi çerçevesinde ekonomik, sosyal, çevresel ve uluslararası gelişmeler boyutunu bütün olarak ele alan örgütlü, rekabet gücü yüksek, sürdürülebilir bir tarım sektörünün oluşturulması amaçlanmıştır. Doğrudan Gelir Desteği (DGD) Ödemeleri, Fark Ödemeleri, Hayvancılık Destekleri, Çevre Amaçlı Tarımsal Alanların Korunması (ÇATAK) Programı Destekleri, Telafi Edici Ödemeler, Ürün Sigortası Ödemeleri, Kırsal Kalkınma Destekleri araç olarak kullanılmıştır.

Ülkemizde 1920'lerde gelişmeye başlayan gıda sanayi hammadde olarak tarıma bağlı olmasından dolayı, ağırlıklı olarak tarım politikalarıyla desteklenmiştir. Türkiye'nin coğrafi yapısı, iklimi ve tarım potansiyelinin gıda sanayine önemli avantajlar sağladığı açıktır. Dünyada artan gıda talebi gıda sektöründe markalaşmayı ön plana çıkarırken, yeni yatırımlarla birlikte bu durum, Türkiye ekonomisi açısından önemli bir gelişme sahası oluşturmaktadır.

Türkiye'de artan nüfusun yeterli, dengeli ve sağlıklı beslenmesi, tarımsal üretimin uygun şekilde değerlendirilmesine bağlıdır. Bu da gıda sanayinin yapısının sağlıklı şekilde geliştiği ve sorunlarının çözüldüğü bir ortamda mümkün olacaktır. Ancak tarımdan sağlanan gıda maddelerinin hızlı bozulabilen yapılarından dolayı taşınma ve depolanma süreçleri önem arz etmektedir. Bu durum da, sanayiye hammadde sağlayan işletmelerin önemini artırmaktadır. Türkiye gıda sanayinde daha çok yerel veya bölgesel bazda çalışan küçük ve orta ölçekli işletmeler yaygındır. Emek yoğun çalışan bu işletmelerin, Türkiye ekonomisine sağladıkları en önemli katkılardan biri de şüphesiz istihdama yaptığı katkıdır. İstihdamı artırıcı etkisi yanında, gayri safi milli hasılaya ve dış ticarete yaptıkları katkılar gıda sanayi işletmelerinin ülke ekonomisi için stratejik önemini daha da artırmaktadır.

Tablo I.4. Türkiye Gıda Sanayi'nde 2005-2009 Yılları Arasında Alt Sektörler Bazında İşletme Sayıları (SITC Rev3)

Yıllar	2005	2006	2007	2008	2009
GIDA SANAYİ	30.429	36.321	30.630	34.315	39.579
Et ve Et Ürünleri İmalatı İşleme ve Muhafazası	380	475	419	474	454
Balık ve Balık Ürünleri İşlenme ve Muhafazası	57	72	69	59	52
Sebze ve Meyvelerin İşlenmesi ve Muhafazası	1.097	1.201	1.297	1.377	1.545
Bitkisel ve Hayvansal Sıvı ve Katı Yağların İmalatı	744	724	727	853	819
Süt Ürünleri İmalatı	1.061	1.250	1.311	1.262	1.570
Öğütülmüş Tahıl Ürünleri İmalatı	4.168	4.876	4.142	4.266	4.172
Hazır Hayvan Yemleri İmalatı	452	478	417	391	330
Diğer Gıda İmalatı	22.470	27.245	22.253	25.633	30.637
Ekmek ve Taze Fırın Ürünleri	16.736	21.720	18.146	20.857	26.816
Peksimet ve Bisküvi İmalatı	4.436	4.198	2.694	3.449	2.271
Şeker İmalatı	106	81	81	81	66
Kakao	869	873	964	899	1.116

Kaynak: Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2011 Envanteri.

Tablo I.4 Türkiye’de gıda sanayi işletmelerinin sanayi alt grup işletme sayılarını sunmaktadır. Tablo I.4’e bakıldığında Türkiye’de ki gıda sanayi işletme sayıları 2005-2009 yılları arasında genel olarak artış göstermiştir. Ancak, 2008-2009 dünya gıda krizi ve beraberinde yaşanan küresel finansal kriz nedeniyle işletme sayılarının 2009 yılında bir önceki yıla göre azaldığı görülmektedir. Gıda sanayi işletmeleri alt gruplar itibarıyla incelendiğinde, en fazla işletme yoğunlaşmasının, diğer gıda maddeleri imalatı grubunda gerçekleştiği en az işletmeye sahip alt grubun ise balık ürünlerinin işlenmesi ve muhafazası olduğu görülmektedir.

En fazla işletmeye sahip diğer gıda maddeleri imalatı grubunda ise en fazla tesisin ekmek ve taze fırın ürünleri üreten firmaların daha sonra ise şeker imalat firmalarının yer aldığı görülmektedir. Gıda maddeleri tüketiminde toplumun kültür yapısı, gelenekleri ve beslenme alışkanlıkları işletmeler için oldukça önemlidir. Türkiye’de gıda sanayi işletme sayıları değerlendirildiğinde en fazla işletmeye sahip üç sektörün Ekmek ve Taze Fırın Ürünleri, Peksimet ve Bisküvi İmalatı, Öğütülmüş Tahıl Ürünleri İmalatı sektörlerinin olduğu görülmektedir. Bu durum Türkiye’nin beslenme yapısı ve kültürüyle açıklanabilir.

Öncelikle ele alınması gereken gıda üretim politikalarının başında ürün planlaması gelmektedir. Gıdanın geleceği, ülke nüfusunun beslenmesi ulusal bir politika olmalı; bu bakımdan tümüyle yabancı işletmelere bırakılmamalıdır. Tarımsal politikalarda ekonomik politikalar ve istihdamın yanında sağlık da geçerli bir kriter olarak ele alınmalıdır (Yağmur, & Güneş, 2010).

Sektörel gelişmelerin sağlanmasında, politika tedbirleri olarak genelde teşvik ve destek sistemlerinden geniş ölçüde yararlanılmaktadır. Sürdürülen ekonomik kalkınma

ve büyüme politikalarına bağlı olarak, ülke çapında teşvik ve destekler yıllardır sıklıkla düzenlenmektedir. Sürekli güncellenen bu uygulamalardan işletmelerin yararlanmaları, öncelikle konu hakkında bilgi sahibi olmaları ve gelişmeleri yakından izlemeleriyle mümkündür (Güneş, 2014).

Türkiye’de son dönemlerde hayvancılığa sağlanan desteklerdeki artış dikkat çekicidir ve ham madde konusunda yapılan bu yatırımların tamamlayıcısı, ürünlerin işleneceği gıda işletmeleridir (Güneş, 2014).

Et ve et ürünleri ve hazır hayvan yemleri imalatı işletmeleri gıda sanayinin önemli alt sektörleridir. Et ve et ürünleri imalatı yapan işletmeler insanların protein ihtiyaçlarının yeterli ve sağlıklı şekilde karşılanması açısından oldukça önemlidir. Bu işletmeler sadece insan sağlığına yaptığı katkı için değil istihdam yaratması açısından da ülke ekonomisi için önemli bir yere sahiptir. Turhan (2004)’e göre Türkiye’de et ve et ürünlerinin besin maddesi olarak insan gereksinimini karşılamasının farkına varılması ile hayvansal üretimin arttırılmasına yönelik çalışmalar hız kazanmıştır. İnsan beslenmesinde önemli bir yere sahip olması nedeniyle toplumun et talebinin karşılanması, gıda güvencesi politikasının ayrılmaz bir parçasını oluşturmuştur. Nüfus artışı, yeterli ve dengeli beslenme konusundaki bilinçlenmeler ve tüketici davranışındaki değişimler et ve et ürünlerine olan talebi yükseltmiş, bu durum ürünün işlendiği sanayiinin gelişmesine de olumlu katkılarda bulunmuştur.

Tablo I.4’de görüldüğü üzere, Türkiye’de et ve et ürünleri imalatı yapan işletme sayıları sürekli olarak artış göstermiştir. Artışların nedeni olarak, bu sanayi kolundaki

üretimi desteklemeye yönelik politikalar⁵ ve IPARD⁶ programı gösterilebilir. Tablo I.4'de dikkat çeken bir nokta, et ve et ürünleri imalatı yapan işletme sayısı artarken hazır hayvan yemi imal eden işletme sayısının yıldan yıla azalmasıdır. Rekabet Kurumu (2010)'na göre; hayvancılıkta toplam üretim maliyetinin yaklaşık %70'ini yem oluşturmaktadır. 2007 yılında tüm dünyayı etkileyen kuraklığın neden olduğu verim azalması ve 2008 yılındaki küresel kriz ile enerji fiyatlarındaki artışın biyoyakıt üretimini desteklemesi sürecinde, yem bitkileri arzının yem üretiminde kullanılan bölümünde ciddi daralma meydana gelmiştir. Buna bağlı olarak yem fiyatlarının önemli oranda arttığı görülmektedir. Yem sanayinde yaşanan maliyet artışları nedeniyle, özellikle 2007 yılından başlayarak, yem fiyatları ile ürün geliri arasındaki olumsuz fark ciddi boyutlara ulaşmıştır. Bu durum üreticinin geliriyle maliyetlerini karşılayamaz hale geldiğini göstermesi bakımından önem arz etmektedir.

Alçıçek, Kılıç, Ayhan, & Özdoğan, (2003)'e göre ülkemizde hayvansal üretim yapan işletmelerle bitkisel üretim yapan işletmeler arasında sektörel bazda bir işbirliği bulunmamakta ve bunun sonucunda da pazarlama problemleri çıkmaktadır. Pazarlama problemlerinin nedeni ise kaliteli yem üretimi için gerekli tohum, teknik bilgi, mekanizasyon ve sulama gibi konularda yeterli seviyeye gelinmemesidir. Otlama

⁵Tarım ve kırsal kalkınmayı destekleme kurumu (TKDK) tarafından, et ve et ürünleri imalatı yapan işletmelere yönelik teşvik politikalarının amaç ve kapsamı şu şekildedir; 1. ve 2.sınıf kesimhanelerin veya küçük ölçekli kırmızı et işleme tesislerinin alt yapılarının standartlara uygun hale getirilmesi ve rekabet gücünün geliştirilmesi amacıyla, yatırımcılara yatırımlarının %50'si hibe olarak verilmektedir. Yapılan desteklemelerle, kırmızı et üreten küçük ve orta ölçekli tarımsal işletmelerin modernize edilmesi, ilgili AB standartlarına yükseltilmesi iyi tarım uygulamalarını yapar hale getirilmesi amaçlanmaktadır. Bkz Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu 2013, 174

⁶ IPARD; Avrupa Birliği (AB) aday ve potansiyel aday ülkelere destek amacıyla 1085/2006 sayılı Konsey Tüzüğü çerçevesinde Katılım Öncesi Yardım Aracı'nı (Instrument for Pre-Accession Assistance- IPA) oluşturmuştur. IPA desteği beş bileşeni içermekte olup, Türkiye aday ülke statüsünde bütün bileşenlerden yararlanabilmektedir. IPA'nın beşinci bileşeni Kırsal Kalkınma (IPA Rural Development- IPARD) Avrupa Birliği'nin Ortak Tarım Politikası, Kırsal Kalkınma Politikası ve ilgili politikalarının uygulanması ve yönetimi için uyum hazırlıklarını ve bu kapsamda politika geliştirilmesini desteklemektedir. Türkiye için IPA Kırsal Kalkınma Programı (IPARD Program) ülkenin kırsal kalkınma bağlamında katılım öncesi dönemdeki öncelikleri ve ihtiyaçları göz önünde bulundurularak tasarlanmıştır. Bkz <http://ipard.tarim.gov.tr/sss.pdf>

düzensizliğine bağlı olarak mera verimliliği de azalmıştır. Ülkemizde, yem bitkileri tarımı, genellikle ana üründen sonra ikinci ürün olarak yapılmakta olup ana ürün ile rekabet şansına sahip değildir. Tohum, mazot, sulama gibi girdilerden dolayı kaba yem üretim maliyetleri yüksek olmakta, maliyetlerin aşağıya çekilmesi ve Tarım ve Köy İşleri Bakanlığınca yapılan desteklemelerin devam etmesi rekabet konusunda önem taşımaktadır. Diğer taraftan, hayvancılık işletmelerinin küçük aile işletmeleri olması, kaba yem üretiminde kayıt ve kontrol sistemlerinin kurulmasını engellemektedir.

Ülkemizde gıda alt sanayi işletmeleri incelendiğinde dikkat çeken diğer sanayi kolunun şeker imalatı olduğu görülmektedir. Tablo I.4 incelendiğinde, 2005 yılında 106 olan işletme sayılarının 2009 yılında 66'ya düştüğü görülmektedir. Bilindiği üzere Türkiye'de şeker imalatı şeker pancarından elde edilmektedir, ancak pancardan elde edilen şekerin maliyeti kamıştan elde edilene göre daha yüksektir. Düşük maliyetli kamış şekeri dünya pazarlarında fiyat üstünlüğüne sahiptir. Fiyat üstünlüğünün etkisinin azaltılması için korumacı politikalar uygulanmış ancak bu politikalar üretim fazlası sorununu doğurmuştur. Soruna çözüm olarak da 1998 yılında şeker pancarı üretimine kota⁷ uygulamasına geçilmiştir.

Ülkemizde şeker üretim ve arzında istikrarın sağlanabilmesi amacıyla 2001 yılında Şeker Yasası çıkartılmıştır. Yasaya göre kurulan Şeker Kurumu şirketler bazında şeker kotalarını belirlemektedir. T. C Şeker Kurumu (2011)'e göre;1956 yılında kabul edilen 6747 sayılı Şeker Kanunu'nun yürürlükte olduğu dönemde, pancar ve pancar şekeri

⁷Ülkemizde kurulu şeker üretim kapasitesinin ihtiyacının üzerinde olması ve dünya fiyatını belirleyen düşük maliyetli kamış şekeri ile rekabet etmesi mümkün olmayan pancar şekerinin ihracat olanaklarının kısıtlı olması nedeniyle kapasite kadar üretimin yaratacağı sorunları önlemek, şeker üretimi ve arzını kota sistemiyle planlamak ve kontrol etmek, yurt içi talebe göre belirlenecek miktardaki şekeri yurt içinde kotalar vasıtasıyla üretmek amacıyla 4634 sayılı Şeker Kanunu 2001 yılında yürürlüğe girmiştir. Böylelikle, 4634 Sayılı Şeker Kanunu ile ülkemiz şeker sektöründe kotalı sistem resmi hale gelmiştir. Kanun ile ülke ve şirketler bazında şeker üretim kotalarını belirleme yetkisi sektörün düzenlenmesinden ve denetlemesinden sorumlu olan Şeker Kurulu'na verilmiştir. Bkz T.C Şeker Kurumu Basın Bülteni 2011

üretimi; planlı üretim yapılamaması nedeniyle istikrarsız bir seyir izlemiştir. 1995-96 yıllarında, pancar ekiminin azalmasıyla beraber ortaya çıkan talep fazlası, ithalatı zorunlu kılmıştır. 1997 yılından itibaren ise, şeker pancarına uygulanan fiyatlara bağlı olarak üreticinin pancar ekimine ilgisinin artması ile birlikte pancar üretimi, fabrikaların işleyebileceği kapasitenin oldukça üzerinde gerçekleşmiş, stoklanan pancarda ve pancarın şeker içeriğinde büyük miktarda fire ve kayıplar yaşanmıştır. Pancar üretimine bağlı olarak, şeker üretimi de, talebin oldukça üzerinde gerçekleşmiş ve bu defa da şeker stokları sorunu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle kamu ve özel sektör şeker fabrikaları hukuki bir mecburiyet olmamasına karşın kendi inisiyatifleri ile 1998 yılından itibaren pancar üretiminde kota uygulamasına geçmek durumunda kalmışlardır. Kotalar ve özellikle son yıllarda yaşanan kuraklık da şeker pancarı üretimini ve dolayısıyla üretici sayısını olumsuz yönde etkilemektedir.

Pancar şekeri talebinin daralması sonucu, ülke açısından stratejik bir ürün olarak kabul edilen şekerin en önemli ham maddesinin ekim alanının daraldığı ve bunun yansımaları olarak sosyo-ekonomik sorunların doğabileceği dikkate alınmalıdır (DPT, 2006).

Türkiye’de sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazasında hizmet veren işletmelerin sayısının önemli ölçüde arttığı yine tablo I.4’de görülmektedir. Bu artışta son yıllarda değişen teknolojinin önemi büyüktür. Yeni teknolojiler, üretim maliyetlerini düşürmüş ve daha güvenli üretimin gerçekleşmesini sağlamıştır. Maliyetlerin düşmesi, üretimin artışı ve pazarlama kolaylığı, bu sektöre yönelik işletme talebini artırmıştır.

Sebze ve meyve işleme endüstrisinin daha fazla gelişmesi için, yüksek hammadde fiyatlarının düşürülmesi, sermaye yetersizliği sorununun çözülmesi, denetim ve Ar-Ge çalışmalarının artırılması gerekmektedir.

Türkiye gıda sanayi işletmelerinde, işletme sayısında artış gösteren bir diğer sektör de süt ürünleri imalatıdır. Turhan (2004)'e göre son yıllarda süt ve süt ürünleri konusunda yatırımlardaki yüksek artışlar üretim miktarlarında da artışlara neden olmuştur. Gelir artışı ve tüketicilerin beslenme konusunda daha bilinçli davranmaya başlamalarından dolayı geleneksel metotlarla üretilen süt ürünlerine yönelik talep azalmaya başlamış ve işlenme derecesi en azından pastörize düzeyinde olan sütlerden üretilen ürünler ağırlık kazanmaya başlamıştır. Tüketici talebindeki değişim ve artışlar sektörün cazip hale gelmesine neden olurken işletme sayısını ve yapısını da önemli ölçüde etkilemiştir. Bu durum gıda sanayindeki işletmeler için, gıda tüketim yapısındaki değişimlerin ne kadar önemli olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Gıda tüketim yapısındaki değişimler, işletme yapılarını ve dolayısıyla sektördeki istihdamı da etkilemektedir.

Türkiye'de gıda tüketim yapısının son yıllarda önemli ölçüde değişim göstermesinde, hızlı kentleşme, eğitim düzeyinin yükselmesi, tarım sektörünün giderek daha fazla önem kazanması, tüketimin, daha güvenli ve katma değeri yüksek gıda ürünlerine yönelimi etkili olmuştur. Bu durum işletme yapılarını değiştirmiş, küçük ölçekli firmalardaki yoğunlaşma azalmış, yabancı sermayeli firmaların varlığı artmıştır. Çok sayıda uluslararası şirket, gıda sektöründe yerli firmalarla ortaklık kurarak faaliyet göstermeye başlamıştır (Kıymaz, 2014.).

Gıda sanayi işletmeleri, toplum sağlığı gibi önemli bir görevi üstlenirken, istihdam ve katma değer yaratmasıyla da ülke ekonomisi açısından oldukça önemli bir yere

sahiptir. Bu açıdan gıda sanayi işletmelerinin gelişmesine yönelik uygun politikaların üretilmesi ve sektörün sorunlarının çözülmesi şarttır.

Gıda sanayi işletmelerine girdi sağlayan temel sektör olması nedeniyle, tarımsal üretim yapan işletmeler ve bu işletmelerin istihdam yapısı oldukça önemlidir. Tarım sektörü tarımsal üretimdeki istihdamın yanında, tarımsal hammaddeyi işlerken, taşıırken, depolarken ve diğer hizmetler esnasında da istihdam yaratmaktadır. Tarımsal istihdam, ekonominin diğer sektörlerine istihdam sağlaması açısından önem taşımaktadır. Özellikle kriz zamanlarında işsizliği azaltması açısından tarımsal istihdamın önemi daha çok artmaktadır. Çünkü tarım sektörü ekonomik kriz dönemlerinde köyden kente göçü tersine çevirebilecek tek sektördür. Ayrıca imalat sanayine hammadde sağlaması açısından da tarım sektörünün önemi büyüktür.

Tablo I.5. İstihdam edilenlerin iktisadi faaliyet kolları ve dağılımı, NACE Rev.2

	Yıllar	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
Bin kişi	TOPLAM	19 632	20 067	20 423	20 738	21 194	21 277	22 594	24 110	24 821	25 443
	Tarım	5 713	5 154	4 907	4 867	5 016	5 240	5 683	6 143	6 097	5 728
	Sanayi	3 929	4 183	4 283	4 314	4 440	4 079	4 496	4 704	4 751	4 927
	İnşaat	967	1 107	1 196	1 231	1 242	1 306	1 431	1 676	1 709	1 889
	Hizmetler	9 023	9 623	10 037	10 326	10 495	10 650	10 986	11 586	12 266	12 900
Yüz de (%)	TOPLAM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Tarım	29,1	25,7	24,0	23,5	23,7	24,6	25,2	25,5	24,6	22,5
	Sanayi	20,0	20,8	21,0	20,8	20,9	19,2	19,9	19,5	19,1	19,4
	İnşaat	4,9	5,5	5,9	5,9	5,9	6,1	6,3	7,0	6,9	7,4
	Hizmetler	46,0	48,0	49,1	49,8	49,5	50,1	48,6	48,1	49,4	50,7

Kaynak: TÜİK, *Kasım ayına kadar.

Tablo I.5'e bakıldığında, tarım sektörünün, Türkiye'de toplam istihdama katkısının oldukça önemli olduğu görülmektedir. Tarım sektörünün istihdama katkısı ve gıda sanayine hammadde kaynağı sağlaması açısından Türkiye'de önemli bir yere sahip olduğu açıktır. Tablo I.5'den anlaşılacağı üzere, tarım ve sanayinin istihdam payları 2004-2013 yılları arasında azalış gösterirken hizmetler sektörünün istihdam oranı artmıştır. Tabloda dikkat çeken nokta, tarım sektöründe istihdam azalışlarının yaşandığı 2004-2007 yıllarında, sanayide istihdam artışlarının yaşanmasıdır. 2007 sonrası süreçte ise, tarımda istihdam artışı yaşanırken, sanayi sektöründeki istihdam oranları azalmıştır. Bu durum tarım ve sanayi arasındaki ilişkiyi göstermesi açısından da oldukça önemlidir. Rekabet Kurumu (2010)'na göre; ülkelerin gelişmişlik düzeyi arttıkça tarımın üretimden aldığı pay

sanayi ve hizmet sektörleri karşısında azalmakta, söz konusu azalma toplam istihdam içerisinde tarım sektörü istihdamının payının azalmasını da beraberinde getirmektedir.

Tarım ve sanayi arasındaki ilişkiden en çok etkilenen sanayi kolu ise gıda sanayidir. Türkiye’de tarım istihdamı genel olarak azalma eğiliminde olsa da, gıda sanayi istihdamı artma eğilimindedir.

Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2012 envanterine göre; gıda ve içecek sanayi istihdamı Türkiye’de toplam istihdam içerisinde % 3.3 paya sahiptir. 2003 yılında, gıda ve içecek sanayinde istihdam edilen kişi sayısı, 275.773 iken, % 19.2’lik artışla 2008 yılında istihdam edilen kişi sayısı 328.653 olmuştur. Gıda sanayinin istihdam oranları Tablo I.6’da yer almaktadır. Tablodan da görüldüğü üzere, Türkiye’de gıda sanayinin istihdam payı sürekli olarak artış göstermektedir.

Tablo I.6. Türkiye Gıda ve İçecek Sanayinde Çalışanların İmalat Sanayi İçindeki Payı (%)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
İmalat	11.3	11.7	11.2	11.5	13.5	13.5

Kaynak: Gıda ve İçecek Sanayi 2012 Envanteri

Tablo I.7. Gıda Sanayi'nde Alt Sektörler Bazında İstihdam Payları (%) (SITC Rev3)

Yıllar	2005	2006	2007	2008	2009
GIDA SANAYİ	100	100	100	100	100
Et ve Et Ürünleri İmalatı İşleme ve Muhafazası	9,43	8,96	8,85	9,20	8,42
Balık ve Balık Ürünleri İşlenme ve Muhafazası	1,72	2,66	2,21	2,26	1,92
Sebze ve Meyvelerin İşlenmesi ve Muhafazası	12,63	11,89	13,31	12,50	12,42
Bitkisel ve Hayvansal Sıvı ve Katı Yağların İmalatı	4,14	3,92	3,68	3,86	3,48
Süt Ürünleri İmalatı	7,67	7,37	8,17	8,40	7,81
Öğütülmüş Tahıl Ürünleri İmalatı	7,46	6,95	7,20	7,36	6,37
Hazır Hayvan Yemleri İmalatı	2,62	2,53	2,57	2,36	2,24
Diğer Gıda İmalatı	54,33	56,67	54,77	54,86	58,12
Ekmek ve Taze Fırın Ürünleri	26,84	30,36	27,35	28,58	33,65
Peksimet ve Bisküvi İmalatı	7,26	6,20	6,18	6,75	5,25
Şeker imalatı	7,61	7,40	7,31	6,38	5,96
Kakao	5,75	5,95	6,77	6,35	6,92

Kaynak: TÜİK tarafından elde edilen veriler ile hesaplanmıştır

Tablo I.7 Türkiye'de gıda sanayi alt sektörlerinde çalışanların paylarını vermektedir. Tablo I.7, tablo I.4'deki gıda sanayi işletme sayısı ile paralellik göstermektedir. Tablodan görüldüğü üzere; istihdam payları bakımından alt sektörler

incelendiğinde en fazla yoğunlaşmanın diğer gıda maddeleri imalatı grubunda gerçekleştiği, istihdamın en az olduğu grubun ise balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve muhafazası olduğu görülmektedir. Tablo I.7’de en yüksek payın gıda sanayi içinde tahıl ürünlerine dayanan sanayiye ait olduğu görülmektedir. Bu durum ise, tahıl ürünlerinin önemini ortaya koymaktadır. Buğdaya ve buğday ürünlerine dayalı ürünlerin toplumumuzun kültürel yapısı ve ekonomik yapısına uyması bu önemi daha da artırmaktadır.

Türkiye gıda sanayisi dinamik bir yapıya sahiptir. İşgücü temini kolaylığı ve yetişmiş genç nüfus varlığı önemli bir şanstır. Gıda ürünlerinin tüketimine yönelik oluşu ve vazgeçilmez nitelik taşımaları nedeniyle sanayide yatırımları, özellikle de son yıllarda yabancı sermayeli girişini artırmıştır. Gıda mevzuatı alanında teknik anlamda uyumun sağlanması sanayi için rekabette avantajlar yaratacaktır (DPT, 2007).

Yukarda belirtildiği üzere, gıda sektörü, üretim değerinin büyüklüğü itibariyle imalat sanayi içerisinde ilk sırada yer almasının yanı sıra, gerek katma değer açısından gerekse işyeri sayısı ve toplam çalışan sayısı açısından imalat sanayi içinde ilk dört sektör arasında yer almaktadır. İhracatın büyüklüğü itibariyle imalat sanayi içinde altıncı sırada bulunan gıda ve içecek sektörü, dış ticaret dengesi itibariyle fazla veren önemli sektörlerimizden birini oluşturmaktadır. Türkiye’nin cari açık sorununa olumlu yönde katkıda bulunan gıda ve içecek sektörü, gerek istihdam gerekse üretim ve ihracat olanakları açısından önemli sektör olma niteliğini artırmaktadır (Genç, 2011).

I.2.2. Türkiye Gıda Sanayi Ticareti

Tüm sanayi dallarında olduğu gibi, gıda sanayi için de önemli olan üretilen ürünün pazarlanmasıdır. Gıda sanayi ürünleri iç tüketimde kullanılmakla birlikte, ihracatı

da önem taşımaktadır. Ancak sanayinin büyüme ve gelişiminin sağlanmasında üretimin dış pazarlarda daha fazla değerlendirilmesi önemlidir.

Türkiye dış ticaretinin sektörel dağılımı bazında gıda sanayinin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Gıda ürünleri sektörü; yerli girdi olarak nitelendirilebilecek tarımsal hammaddeleri uygun işleme koşullarına tabi tutarak, hem artan nüfusun besin ihtiyacını karşılamakta hem de yerli girdi kullandığı için dış ticaret dengesine olumlu katkıda bulunmaktadır.

Tablo I.8. Türkiye Gıda Sanayi Dış Ticaretinin Dünya Ticaretindeki Payı (%)

Yıllar	Türkiye'nin toplam ithalatı içinde gıda ithalatının payı	Dünya gıda ithalatı içinde Türkiye gıda ithalatının payı	Türkiye'nin toplam ihracatı içinde gıda ihracatının payı	Dünya gıda ihracatı içinde Türkiye gıda ihracatının payı	Türkiye'de gıda ihracatının ithalatı karşılama oranı(%)
2002	3.7	0.3	10.1	0.7	2.72
2003	4.0	0.4	10.0	0.8	2.50
2004	3.1	0.4	9.3	0.9	3.00
2005	2.8	0.4	10.4	1.1	3.71
2006	2.4	0.4	9.2	1.0	3.83
2007	3.0	0.5	8.3	0.9	2.76
2008	4.2	0.7	8.1	0.9	1.92
2009	4.3	0.5	10.3	1.0	2.39
2010	3.9	0.6	10.4	1.0	2.66
2011	4.4	0.7	10.5	1.0	2.38
2012	4.4	0.7	9.8	1.0	2.22

Kaynak: UNCTAD tarafından elde edilen veriler ile hesaplanmıştır.

Tablo I.8 Türkiye'nin gıda sanayi dış ticaretine ilişkin bazı göstergeler sunmaktadır. Tablodan görüldüğü üzere, 2002-2012 yılları arasında Türkiye'nin gıda ithalatı dünya ithalat payı ile ve gıda ihracat payı da dünya ihracat payı ile paralel gitmektedir. Ayrıca, Türkiye'de gerçekleşen gıda sanayi toplam ihracatı, gıda sanayi toplam ithalatının, yaklaşık olarak iki katıdır. Bu bağlamda Türkiye'de gıda sanayinin ihracat- ithalat dengesinin pozitif olduğu ve dış ticaret fazlası yaratması açısından ülke için oldukça önemli bir sektör olduğu söylenebilir⁸.

⁸Türkiye' de gıda sanayi alt sektörlerinin yapısı çalışmanın 3. bölümünde Mersin ili ile karşılaştırmalı olarak detaylandırılacaktır.

Tablodaki değişimlere bakıldığında, ortaya çıkan olumlu gelişmelerin, 2000 yılından sonra uygulanan tarıma yönelik teşvik politikaları⁹, 8. Kalkınma planı¹⁰ (2001-2005) ve 9. Kalkınma planlarının¹¹ (2007-2013) neticesinde oluştuğu iddia edilmektedir. Hatunoğlu ve Eldeniz 2000 yılı sonrası Türk tarım sektörüne yönelik yaptıkları çalışmalarda, tarıma yönelik politikaların etkinliğinden bahsetmişlerdir. Tarımsal destekleme sisteminde yaşanan dönüşümün, arazi toplulaştırma faaliyetlerindeki hızlı ilerlemelerin, sulama altyapısındaki iyileşmelerin, iyi tarım, organik tarım gibi yeni uygulamalar ile kurumsal ve idari yapılarda meydana gelen değişikliklerin, tarımsal yapıyı farklılaştırdığı ve sosyo-ekonomik boyutlarda sektörü etkilediği tespit edilmiştir (Hatunoğlu, & Eldeniz 2012).

Ülkede uygulanan teşvik politikalarının dışında 2000 sonrası yurt içinde ve yurt dışında yaşanan krizler de etkili olmuştur. Tablo I.6' da dikkat çeken nokta 2001'de yaşanan finansal kriz sonrası dönemde gıda ithalatındaki artışa karşılık ihracat payının azalmasıdır. Bilindiği üzere Türkiye'de Şubat 2001'de yaşanan mali kriz tüm sektörleri ve bu sektörlerde yer alan firmaları oldukça etkilemiştir. Birçok firma öz sermayesinin tamamını kaybetme riski ile karşı karşıya gelmiştir. Krizden en çok otomotiv, tüketici malları, gıda ve içecek, elektronik ve telekom, medya ve perakendecilik sektörleri etkilenmiştir (Erdönmez, 2003).

⁹2006-2010 yıllarını kapsayan Tarım Strateji Belgesi ile; temel tarımsal destekleme araçları; Doğrudan Gelir Desteği (DGD) Ödemeleri, Fark Ödemeleri, Hayvancılık Destekleri, Çevre Amaçlı Tarımsal Alanların Korunması (ÇATAK) Programı Destekleri, Telafi Edici Ödemeler, Ürün Sigortası Ödemeleri, Kırsal Kalkınma Destekleri olarak belirlenmiştir.

¹⁰2000 yılında hazırlanan Sekizinci Kalkınma Planının Tarımsal Gelişme bölümünde, kaynakların etkin kullanımı ilkesi çerçevesinde ekonomik, sosyal, çevresel ve uluslararası gelişmeler boyutunu bütün olarak ele alan örgütlü, rekabet gücü yüksek, sürdürülebilir bir tarım sektörünün oluşturulması temel amaç olarak belirlenmiştir (DPT, 2001:168).

¹¹Genel hatlarıyla Sekizinci Kalkınma Planı Dönemindeki tarım politikalarıyla uyum içerisinde olan ve çok değişiklik içermeyen Dokuzuncu Kalkınma Planı Dönemindeki (2007-2013) tarım politikaları ise, 2000 yılı başında tasarlanan ve uygulamaya konulan politikaların bir devamı niteliğindedir. Yine bu dönemde, gıda güvenencesinin ve güvenliğinin sağlanması ile doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı gözetilerek, örgütlü ve rekabet gücü yüksek bir tarımsal yapının oluşturulması amaçlanmıştır (DPT, 2006:78).

2002-2003 yıllarında gıda ithalatındaki artış ve ihracatındaki azalışlar 2001 yılı finansal krizinden sonraki döneme denk gelmektedir. Türkiye ekonomisinde 2001 yılında yaşanan kriz sonucunda, TL önemli oranda değer kaybetmiş, krizin etkisi ile daralan iç talep nedeniyle firmaların ihracata yönelmesiyle ihracatta önemli bir performans yakalanmıştır. Ancak, izleyen yıllarda ihracatta sağlanan bu olumlu gelişmeye karşın, ithalatın görece olarak daha tempolu artması sonucunda, ticarete konu olan sektörlerde üretim ve istihdam sorunları gündeme gelmiştir. Diğer yandan, kriz sonrası dönemde değerlenen TL'nin ithalatı teşvik etmesi nedeniyle ticarete konu olan birçok sektörde rekabet gücü düşmüş ve cari açık artmıştır (Küçükiremitçi, Karaca, & Eşiyok, 2010).

Tablo I.8'de görüldüğü üzere 2003 sonrası gıda sanayi ithalatında fark edilir düşüşler yaşanmıştır. İthalat azalışları 2007 yılına kadar sürmüştür. Bu dönemde gıda sanayi ihracat payına baktığımızda ufak değişimlerle hareket ettiği, 2005 yılı haricinde düşme eğiliminde olduğu görülmektedir. 2003-2007 yılları arasındaki ihracat- ithalat paylarındaki değişimde tarıma yönelik politikalar¹² oldukça etkindir. Gıda sanayi gibi tarıma dayalı sanayilerin gelişiminde tarıma yönelik politika değişimleri sanayi ticaret yapısını da etkilemiştir. Bu yıllarda tarıma yönelik sübvansiyonlardaki azalışlar, üretim vergilerinin artışı ve diğer ülkelerdeki gıda fiyatları Türkiye gıda sanayi ihracat- ithalat paylarını etkilemiştir.

¹² Dünya Bankası tarafından 9 Mart 2004 tarihinde yayımlanan "Türkiye'de Tarım Sektörü Destekleme Reformunun Etkilerine Bir Bakış" başlıklı rapora göre:

- Tarım sübvansiyonları 6 milyar dolar azaltılmıştır.
 - Sübvansiyonların GSMH'ye oranı %3,2'den %0,5'e düşürülmüştür.
 - Tarımsal GSMH 27 milyar dolardan 22 milyar dolara gerilemiştir.
 - Üretilen tarım ürünlerinin brüt değeri, reel olarak %16 oranında azalmıştır.
 - DGD çiftçilerin uğradığı net gelir kaybının ancak %35-45'ini karşılayabilmiştir.
 - Tarım ürünleri fiyatları %40 oranında düşmüştür.
 - Çiftçi, 450 bin hektar alanı ekmekten vazgeçmiştir.
 - Türkiye, OECD ülkeleri arasında en düşük destekleme oranlarına sahip ülke haline gelmiştir.
- Geniş bilgi için bkz, <http://www.bianet.org/>

Bu dönemde tarımda desteklemeler kaldırılmış ve Doğrudan Gelir Desteği (DGD) getirilmiştir. Ancak kayıt dışılığın gayet geniş olduğu tarımda DGD'ler daha çok maddi durumu iyi olan çiftçilerin işine yaramış, üretimi değil mülk sahibi olanı desteklemiştir. Tarımsal kredi faizleri yükseltilmiş, taban fiyat uygulamaları önemli ölçüde kaldırılmış, devlet destekleme alımlarından çıkartılmış, tarımsal KİT'lerin çoğunluğu özelleştirilmiş, bir kısmı ise kapatılmıştır (Aysu, 2009). Ekonominin genel olarak büyüdüğü 2003 ve 2007 yıllarında tarımda küçülmeye bağlı olarak gıda sanayisinde önemli değişimler yaşanmıştır.

Kıymaz (2014)'a göre, tarım ve tarımdan girdi temin eden gıda sanayisinde son yıllardaki en önemli gelişme artan ihracatla birlikte ithalatın da hızla artması ve ithalata bağımlılığın da paralel şekilde yükselmesidir. 2006 yılından itibaren bu eğilimin arttığı görülmektedir. 2008 yılında işlenmemiş ve işlenmiş gıda ürünlerinin ihracat ve ithalatı dengede bulunmaktadır. Bunun iki nedeni, 2007 yılında yaşanan kuraklıkla birlikte 2007-2008 yıllarında artan dış alım talebi ve 2008 yılında yükselen dünya gıda fiyatlarının getirdiği yüksek ithalat maliyetidir. 2006 yılında gıda sanayinde işlenen hammaddelerin ithalatının gıda ürünleri ihracatına oranı yüzde 25'lerde bulunurken 2008 yılında bu oran yüzde 60'a kadar yükselmiştir. 2009 yılında ise, 2008 yılına göre daha düşük bir oranda olsa da ithalatla ihracat arasındaki bağımlılık 2007 yılından daha iyi bir noktada değildir. Son yıllarda, tarımsal üretim artışında yaşanan tıkanma tarımsal ithalat artışlarını bir zorunluluk haline getirmektedir. Ayrıca, iklim değişikliğinin Türkiye üzerindeki en olumsuz etkisinin kuraklık olacağı beklentisi dikkate alındığında, gıda ithalatı artışının kaçınılmaz hale geleceğini savunmak yanlış olmayacaktır.

Türkiye gıda sanayi, tarımsal hammadde varlığı ve çeşitliliği bakımından zengin bir yapıya sahiptir. Sanayinin üretim potansiyeli ve ürün çeşitliliğinde izlenen teknolojik

gelişmeler ve politikalar oldukça önemlidir. Coğrafi konum ve pazar açısından önemli avantajlara sahip olan gıda sanayi yüksek dış satım potansiyeline sahiptir. Mersin ve Adana'yı içine alan Çukurova bölgesi de Türkiye için önemli bir tarım ve gıda sanayi alanıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI VE YÖNTEM

1.1.İhracat Performansı

İhracat, bir ülke sınırları içerisinde serbest dolaşımında bulunan (bu ülkede yetişen, üretilen veya başka ülkelere ithal edilmiş) malların ve hizmetlerin başka ülkelere satılması/gönderilmesi anlamına gelir. Bir ülkenin ürettiği mal ve hizmetleri dış ülkelere satması sonucu, mal ve hizmetlerin fiilen ülkenin gümrük sınırlarını terk etmesi gerekir. Mal ve hizmetlerin ülkeler arasında alınıp satılmasıyla meydana gelen ihracat ile aynı zamanda kültürel, ekonomik ve teknolojik transferler de sağlanmaktadır. Küreselleşen ekonomide rekabet edebilirliğin önem kazanmasıyla beraber, ihracat performansını artırma çabaları da önemli hale gelmiştir. İhracat performansı üzerine araştırmacıların anlaştığı bir tanım bulunmamasına rağmen genel itibariyle, ihracat performansı, ihracat yapan ülkenin başarısının göstergesi olarak tanımlanabilir. Rekabet edebilirliğin göstergesi olarak kabul edilen ihracat performansının yüksek olması ve sürekliliğinin sağlanması şarttır. İhracat performansını etkileyen faktörler, farklı biçimlerde sınıflandırılmıştır (Canitez, & Yeniçeri, 2007)

Erkan (2012)'a göre, İhracat performansı işletmelerin içsel dinamiklerinden etkilendiği kadar, ihracat pazarlarının yapısından da etkilenecektir. Doğru ve gelişmeye açık pazarların seçiminden performansı artırıcı özellikler göstermesi beklenirken yanlış pazar seçimleri, talep potansiyeliyle beraber ihracatı da azaltıcı etki yapacaktır.

Mikro düzeyde firma bazında önemli olan ihracat performansı makro düzeyde ülke ekonomisi için de önemli bir konu olmaktadır.

İhracat performansı gelişmekte olan ülkeler arasında oldukça farklılık göstermektedir. Ülkeler ve bölgeler arasında zaman içinde farklı oranlarda ve farklı yönlerde gelişmektedir. Birkaç ülke (özellikle Doğu Asya ülkeleri) ihracat kazançlarını ve düşük teknolojili, düşük yetenekli ve emek yoğun ihracat yapısından yüksek teknolojili ve yüksek yetenekli ihracat yapısına kaydırarak ihracat kalitesini artırmayı başarmıştır. Buna karşın çoğu ülkenin ihracat kazancı ve kalitesi çok değişmemiştir. Küreselleşme süreci, gelişmekte olan ülkelere ihracat performansının düşmesine neden olmuştur. İhracat performansındaki bu uzaklaşma daha iyi bilinirken, bunun boyutları ve şekilleri ise daha az bilinmektedir. Bu durumun önemli olmasına karşın, gelişmekte olan dünya ihracatı modellerindeki öneriler ve belirleyici faktörler üzerinde fazla durulmamaktadır (Lall, 2000). Serbestleşen dünya ekonomisinde ihracat başarısı ekonominin performansından daha önemli olmaktadır. Çünkü ihracat döviz kazanımı, ölçek ekonomisi ve uzmanlaşma ve yeni teknolojilere erişimi doğrudan etkilediği için önemlidir. Ayrıca sanayi sektörü için etkinlik göstergesidir. Şimdiye kadar sanayileşme ekonomik gelişme, yapısal değişim ve modernleşmenin motoru olarak görülürken; imalat ihracatındaki artış ise bu motorun çalıştığı önemli bir göstergesidir (Lall, 2000).

Dış ticaretin ekonomiler üzerindeki önemi göz önüne alındığında, ihracat hacmini artırıcı politikalara önem verilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

II.1.1. İhracat Performansını Ölçme Yöntemleri

Küreselleşen dünya ekonomisinde dış ticaretin önemi daha da artmaktadır. Bu nedenle firmaların ihracat performansını arttırmaya yönelik yapılan çalışmaların sayısı da artış göstermiştir. İhracat performansı akademik ve yönetsel alanlarda cazip bir konu haline gelmiştir. Ancak bu çalışmalar arasında bir anlaşma sağlanamamıştır (Sousa, 2004).

İhracat performansı üzerinde ortaya çıkan bu anlaşmazlık, ihracat performansının ölçülmesine yönelik birçok yöntemin ortaya çıkmasına ve pek çok farklı değişkenin kullanılmasına neden olmuştur.

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi yöntemi, korelasyon analizi gibi ekonometrik yöntemler ve sabit piyasa payı yöntemi, ihracat performansının ölçümü için literatürde en çok kullanılan yöntemlerdir. Bu çalışmada ise sabit piyasa payı yöntemi kullanılmaktadır.

Canitez ve Yeniçeri (2007)'ye göre, İhracat performansı objektif ve subjektif kriterler ile ölçülebilir. Objektif kriter grupları; ihracat satışlarıyla ilgili kriterler, ihracat karlılığı ile ilgili kriterler, ihracat satış ve karlılığının değişimiyle ilgili kriterler, subjektif kriter grupları ise; stratejik nitelikli kriterler ve davranışsal kriterlerdir.

İhracat performansını ölçmek için kullanılan yöntemlerden biri de Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) Endeksidir. Literatürde AKÜ kavramı, belli bir malın ihracatında, bir ülkenin gösterdiği performansın, bu malın “dünya” ihracatındaki performansıyla karşılaştırılmasına dayanır. Eğer ülkenin performansı, “dünya”nın performansından daha iyi ise, o ülkenin söz konusu malda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sonucuna varılır.

AKÜ, iki temel teoriye dayanır. Birincisi, Ricardiyan karşılaştırmalı üstünlükler teorisidir. Bu teori ülkeler arasındaki emek verimliliği farklılığı yoluyla rekabet üstünlüğü sağlanmasına dayanır. Diğeri, ülkelerin teknolojilerinin aynı olduğunu kabul eden ve onun yerine ülkeler arasındaki faktör fiyatlarının farklılaşmasına yol açan maliyet farklarından rekabet üstünlüğü olarak söz eden Heckscher-Ohlin teorisidir. Her iki

geleneksel teoride de rekabet üstünlüğü görelî fiyatların belirlenmesi üzerine kuruludur (Erkan, 2012) .

Klasik karşılaştırmalı üstünlükler teorisi, maksimum refah ve serbest ticaretin, dünya ekonomisinde başarılı olacağı görüşündedir. Ancak, karşılaştırmalı üstünlüklerin belirleyicileri ticaret teorileri arasında farklılık göstermiştir. Örneğin Ricardiyan teoride maliyetler ve teknolojik farklılıklar öne çıkarken, Hecksher-Ohlin-Samuelson teorisi faktör fiyatlarındaki farklılıkları içermektedir. Yeni faktör oranı teorisi (The Neo-Factor-ProportionTheory) faktör etkinliği olarak görülmektedir, fakat teknolojik açıklık ve ürün döngüsü teorisi teknolojik yenilik ve yaparak öğrenme gibi soft teknolojik değişimi karşılaştırmalı üstünlüklerdeki farklılıklar olarak açıklamaktadır (Bender, &Li, 2002).

Balassa tarafından geliştirilen söz konusu yaklaşımla endüstri-içi analizlerden sektör ve alt-sektör karşılaştırmalarına kadar bir çok alanda ampirik araştırmalar yapılmış ve bu yaklaşım sayesinde bölgesel ve/veya ülkeler arası kıyaslamaların yapılması kolaylaşmıştır.

AKÜ indekslerinden ilki, Balassa tarafından önerilen AKÜ-Balassa indeksidir. Bu indeks, esas itibarıyla, mal gruplarının hem ihracat hem de ithalat içindeki paylarını oran olarak göstermektedir. AKÜ-Balassa indeksi, net ihracat oranına göre hesaplanan bir indekstir. AKÜ-Balassa indeksinin sıfırdan büyük çıkması, ilgili malda ya da sektörde, oransal olarak, ihracatın ithalattan fazla olduğu anlamına gelmekte ve bu durum, söz konusu malda ya da sektörde ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu biçiminde yorumlanmaktadır. Tersî durumda ise, ülke karşılaştırmalı üstünlüğe sahip değildir. (Kılıç, 2013).

Vollrath'ın ölçümü ülke gruplarında dünya düzeyinde tek bir ülke ekonomisinin etkisinden daha büyük bir etki yarattığı için Balassa'nın endeksinden daha gelişmiş bir endekstir. Söz konusu endekslerin gelişmişlik düzeyi hakkında bazı tartışmalar da söz konusudur¹³.

İhracat performans ölçütleri, ülke ekonomilerinin genel seyri hakkında bilgi sağladığı gibi, mikro ölçekte firmaların ihracat performanslarının değerlendirilmesine yardımcı olmaktadır. Firmalar tarafından en çok kullanılan ölçeklerden biri de korelasyon analizidir. Anketlerden elde edilen verilerle oluşturulan korelasyon analizi, regresyon analizleri ile desteklenir.

Anketi cevaplayanların demografik özellikleri ve firmaların çalışan sayılarına ve sektörlerine göre ankete katılım oranlarına ait frekans dökümler, keşifsel faktör analizleri, güvenilirlik testleri, değişkenlerin merkezi eğilim dökümleri, değişkenler arasındaki birebir ilişkiyi gösteren korelasyon analizi ve araştırma hipotezlerinin test edilmesi için regresyon analizlerinden oluşmaktadır (Alpkan, Ergün, Bulut, & Yılmaz, 2005).

¹³ Vollrath (1991), Balassa'nın RCA endekslerini geliştirmiş ve literatüre üç yeni endeks kazandırmıştır ki; bu üç endeks (Vollrath, 1991: 265-279) günümüzde rekabet gücü ile ilgili araştırmaların uygulama kısımlarında en çok başvurdukları yöntemlerdir. Bunlar "nisbi ticaret avantajı (RTA)", "nisbi ihracat avantajının logaritmik formu (RXA)" ve "açıklanmış rekabet avantajı (RC)"dir. Vollrath'ın önerdiği bu üç alternatif ölçünün pozitif değerleri (>1) bir açıklanmış karşılaştırmalı/rekabetçi avantajı ifade ederken; negatif değerleri (<1) ise bir açıklanmış karşılaştırmalı/rekabetçi dezavantajı belirtmektedir. Vollrath'ın nisbi ihracat avantajının Balassa'nın nisbi ihracat avantajından farkı, ülke ve malın çift sayımını önlemesidir. Vollrath, RXA endeksinde iki kere hesaplamayı önleyebilmek amacıyla rekabet gücü karşılaştırılan ülkenin ticaret değerlerini dahil olduğu o ülke grubu ticaretinden çıkarmıştır. Bkz, Utkulu, U. & İmer, H. (2008) Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün Avrupa Birliği tekstil ve konfeksiyon sektörü karşısındaki rekabet gücünün alt sektörler düzeyinde ölçülmesi, *Rekabet Dergisi*, 36, 3..

İhracat performansının ölçülmesinde kullanılan diğer bir yöntem ise sabit piyasa payı yöntemidir. Sabit piyasa payı yöntemi çalışmamızda kullanılan yöntem olduğu için ilerleyen kısımda ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

II.1.2. İhracat Performansı Ölçüm Yöntemleri Literatür Taraması

Carlin, Glyn ve Reenen (2001) 14 OECD ülkesi için maliyet rekabetinin ihracat performansı üzerindeki etkisini ölçmek üzere yapmış oldukları çalışmalarında Ricardo'nun ticaret teorisi çerçevesinde, sanayi düzeyinde panel veri kullanılarak, göreceli maliyetlerin ihracat payları üzerindeki etkisinin önemli olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmada ayrıca teknolojinin de önemine vurgu yapılmış ancak her iki faktörün de ihracattaki değişimi tamamen açıklayamadığı belirtilmiştir.

Bender ve Li (2002), Doğu Asya ve Latin Amerika ülkeleri arasında, 31 sektörün ihracat performanslarını, 1981-1997 yılları arasındaki dönem için incelemişlerdir. Analiz, Balassa ve Vollrath'ın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ölçümüne göre gerçekleştirilmiştir. Çin'in yer almadığı bu çalışmada, Doğu Asya ülkelerinin güçlü ihracat performansına karşın, ihracat performansı zayıf olan Güneydoğu Asya ve Latin Amerika karşısında karşılaştırmalı üstünlüğünü kaybetmeye başladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Erdoğan (2006), Türkiye'nin 1923-2004 yılları arasındaki ihracat artışı ile büyüme arasındaki nedensellik ve uzun dönem ilişkisini (koentegrasyon) incelediği çalışmada, ihracat ve ithalatın büyümeye neden olduğunu %10 anlamlılık düzeyinde tespit etmiştir. Torlak, Kula, & Özdemir, (2007) çalışmalarında Türkiye'deki ihracatçı firmaların ihracat performanslarını araştırmışlardır. Çalışma 2002 yılı için 581 ihracatçı firmaya yönelik anket çalışmasıyla yapılmıştır. Firmaların ihracat performansları dört değişken üzerinden test edilmiştir. Bu değişkenler; firma özellikleri, işletmelerin faaliyet

gösterdiği sektör, ihracat stratejisi ve ihracat yapma stratejisidir. Araştırma sonuçlarına göre işletmenin yer aldığı bölgenin doğru seçilmesi ihracat performansı üzerinde etkili olmaktadır. Özellikle Marmara, Ege ve Akdeniz bölgelerinin bu konuda en uygun bölgeler olduğu anlaşılmıştır. İhracatın yapıldığı sektörün etkilerinin de araştırıldığı çalışmada, özellikle tüketim özelliği olan gıda ve tekstil sektörünün endüstriyel ürün sektöründen daha fazla ihracat artırıcı yapıya sahip olduğu görülmüştür. Pazar araştırması yaparak ihracata yönelen firmaların ihracat performanslarının diğer işletmelere göre yüksek olduğu anlaşılmıştır.

Gökalp (2001), 1995-1997 dönemi için, Türkiye'nin Avrupa Birliği piyasasındaki meyve ve sebze işleme sanayinin rekabet gücünü pazar payı açısından incelemiştir. Çalışmada sektörde en yüksek paya sahip olan üç ürün grubu olan, üzüm, domates ve turunçgiller işleme sanayi mamulleri ihracatında faaliyet gösteren ihracatçı firmaların uluslararası piyasalardaki rekabet gücünün sürdürülebilirliği araştırılmıştır. Ürün gruplarının incelendiği piyasalar ise Türkiye ile benzeşen ülkelerden İspanya, Yunanistan, Portekiz'dir. Türkiye'nin üzümde Portekiz ve İspanya karşısında, turunçgilde ise Portekiz ve Yunanistan karşısında yüksek bir rekabet gücü mevcuttur. Domateste ise rekabet gücü, hiç bir rakip ülke karşısında yüksek değildir. Çalışmada Türkiye'nin sağladığı rekabet avantajının fiyata ve dolayısı ile maliyetlere bağlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karagöz ve Gövdere (2009), 1990-2002 yılları arasındaki dönemde Türkiye'nin ihracatının illere göre dağılımının dengeli olup olmadığını Lorenz eğrisi ve Gini katsayısı yöntemleriyle değerlendirmişlerdir. Çalışmada illerin ihracat performansları ABD'nin mekansal ihracat değerleri ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, illerin ihracat değerleri arasında farklılıklar olduğu ortaya çıkmış, özellikle İstanbul ilinin ülke ihracatındaki payının %60 olduğu görülmüştür. Mekansal eşitsizlik açısından ABD ile

yapılan karşılaştırma sonucunda ise; Türkiye'nin ABD'nin oldukça gerisinde olduğu görülmüştür.

İşleker (2010), 2009 yılında, Adana'daki ihracatçı işletmelerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerinin ölçülmesi için yaptığı çalışmasını 20'si KOBİ kapsamına giren 30 firma üzerine gerçekleştirmiştir. Firmaların faaliyet gösterdiği alanlar ise, gıda, madencilik, orman ürünleri, kimya ve tekstil olarak belirlenmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, teşviklerin Adana'da çeşitli nedenlerden dolayı ihracata gerekli katkıyı yapamadığı ortaya çıkmıştır.

Yentürk (1991), çalışmasında Türk yatırım malları sanayinin rekabet gücünün ölçülmesi ve çeşitli ülke gruplarıyla karşılaştırılması amacıyla, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük ve karşılaştırmalı ihracat performansı olmak üzere iki tür ölçüm yapmıştır. Ölçüm sonuçlarına göre, yatırım mallarında Türkiye'nin rekabet gücü 1970'ten beri artmış ancak, gelişmekte olan ülkelerin (GOÜ) ortalama değerinin altında kalmıştır. Elektronik mallarında ise, Türkiye'nin rekabet gücünün GOÜ'lerin çok gerisinde olduğu görülmüştür.

Canitez ve Yeniçeri (2007), ihracat performansı düşük olan KOBİ'ler ile ihracat performansı yüksek olan KOBİ'leri farklılaştıran belirleyicileri ayırma (diskriminant) analizi ile saptamaya çalışmışlardır. Analiz sonucunda, ihracat performansı düşük olan KOBİ'ler ile yüksek olan KOBİ'lerin pazar yönlülük bakımından birbirinden farklı oldukları tespit edilmiştir. Bu farklılıkta öne çıkan unsurların, ihracat performansı yüksek olan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin satış sonrası hizmetlere daha fazla özen göstermeleri, müşteri memnuniyetini temel öncelikleri arasında değerlendirmeleri olduğu görülmüştür. Ayrıca bu araştırma sonucunda, ihracat performansı yüksek olan işletmelerin fonksiyonları arasındaki koordinasyon ve eşgüdümün etkin olduğu ve

piyasada meydana gelen rekabetçi faaliyetlere hızla cevap verdikleri tespit edilmiştir. Perçin (2005), ihracat performansını etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin firmaların ihracat performans ölçülerine göre sınıflandırılmasındaki rolünü ortaya koymak için İstanbul Sanayi Odasına kayıtlı 160 firmaya anket uygulamıştır. Anketin değerlendirilmesi amacıyla açıklayıcı faktör analizi ve diskriminant analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, ihracat performans ölçülerine göre firmaların sınıflandırılmasında ihracat pazarlaması stratejileri, yönetim özellikleri ve firma çevresinin özellikleri en etkili faktörler olarak bulunmuştur. İhracat yoğunluğu yüksek düzeyde olan firmalar açısından yönetici özellikleri, çevresel faktörler ve ihracat pazarlaması stratejilerinin önemi de çalışmada ortaya konulmuştur. İhracat yoğunluğu düşük düzeyde olan firmalar açısından ise bu faktörler arasında bir farklılık tespit edilememiştir. Firmaların ihracat tutarlarındaki artışların (yoğunluk ve ülke sayısı olarak), uyguladıkları ihracat pazarlaması stratejilerine bağlı olduğu çalışmadan elde edilen bir diğer sonuçtur. Kösekahyaoğlu ve Şentürk (2006), Türkiye ve yedi yeni gelişen ülke için, ihracata dayalı büyüme modelinin geçerliliğini Granger nedensellik analizi ile test etmişlerdir. Analize tabi tutulan ülkeler, Türkiye, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya, Arjantin, Brezilya, Hindistan ve Çin dir. Çalışmada ele alınan dönem Türkiye için (1980-2005); Çek Cumhuriyeti, Macaristan ve Polonya için (1992-2005); Arjantin, Brezilya ve Hindistan için (1980- 2004); Çin için ise (1984-2005) dönemleridir. Bu analiz sonunda, serbest dış ticaret rejimine geçiş sonrasında, belirli dönemlerde durgunluklar yaşansa da, Türkiye'de ihracatın 1980–2005 yılları arasında yaklaşık yirmi beş kat arttığı görülmüştür. Ayrıca Milli Gelirin, kriz dönemleri dışında, Türkiye'nin oldukça yüksek sayılabilecek bir büyüme performansı sergilediği görülmüştür. Arjantin ve Brezilya dışındaki diğer bütün ülkeler için ihracattan milli gelire doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmekte, dolayısıyla ihracata dayalı büyüme hipotezi genel

olarak desteklenmektedir. Polonya, Hindistan ve Çin dışındaki ülkeler için ithalat ve milli gelir arasında hiçbir nedensellik ilişkisi bulunmamıştır

Ersungur ve Yalman (2009), 2008 yılı için, Sivas ilindeki ihracat yapan işletmelerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyini ve kalkınma sürecindeki etkinliğini test etmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre, ihracat teşvikleri hem işletmelerin ihracat performanslarını olumlu etkilemiş hem de kalkınma sürecine katkıda bulunmuştur.

II.2. Sabit Piyasa Payı Yöntemi

II.2.1. Yöntem Ve Veri Seti

Üretilen ürünlerin diğer ülkelere satılması, ekonomilerin büyüme hızlarını, rekabet güçlerini ve teknolojik yapısını etkilemektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, ihracat performansı ve bunun doğru analiz edilmesi ülke ekonomileri açısından önemli hale gelmektedir. Yukarıda ifade edildiği gibi, İhracat performansının analiz edilmesi amacıyla birçok yöntem kullanılmaktadır. Bu yöntemlerden bir tanesi de sabit piyasa payı yöntemidir. Sabit piyasa payı analizi, belirli bir süre içerisinde bir ülkenin ihracatının pazar payında meydana gelen değişimlerin olası nedenlerini açıklamaya çalışan bir yöntemdir. Bu yöntem, her bir ülkenin zaman içinde sabit pazar payına sahip olduğu varsayımını temel alır. Bu nedenle, sabit piyasa payı yöntemine göre, bir ülkenin dünya ihracatı içindeki payı, ihraç edilen malın talebine, ihraç edilen piyasanın talebine ve ihraç edilen malın rekabet gücüne bağlı olarak değişim gösterir. Sabit piyasa payı yöntemi, her bir ülkenin zaman içinde sabit pazar payına sahip olduğu varsayımını temel almaktadır.

Ülkelerin sabit piyasa payına göre ortaya çıkan ihracat performansı ile gerçekleştirilen ihracat performansı arasındaki fark, mal etkisi, piyasa etkisi ve rekabet etkisinin sonucudur. Rekabet edebilirlik etkisi sabit pazar payı ve gerçekleşen pazar payı

arasındaki fark olarak kabul edilmekte ve bu etki fiyat değişimleri üzerinden hesaplanmaktadır. Ülke, talebi hızlı artan malları ihraç ediyorsa, mal etkisi pozitifdir. Ülke doğru malı ihraç ediyor demektir. Ülke, talebin dünya piyasalarından daha hızlı arttığı piyasalara ihracat yapıyorsa, piyasa etkisi de pozitifdir. Yani ülke, doğru piyasaya/piyasalara doğru malları ihraç ediyor demektir. Son olarak, rekabet etkisi pozitif ise, ülkenin rekabet gücü yükseliyor anlamına gelmektedir. Bu da ihraç fiyatlarının doğru fiyat olduğunu gösterir (Aytemiz, 2011).

Ancak, bir ülkenin ihracatının dünya ortalaması kadar büyümesine engel olabilecek üç neden bulunmaktadır. Talep açısından, ihraç mallarına yönelme durumu, talebin büyüme hızına oranla daha yavaş olursa, piyasa açısından ihraç malları, öncelikle satışı durgun ülkelere ulaşırsa, son olarak rekabet açısından ülkenin hammadde kaynakları rekabet etmek için uygun değilse ihracatın payı azalır. Bu etkilerin tespit edilmesi için geliştirilen üç etkili sabit piyasa payının elde edilişi aşağıdaki gibidir¹⁴.

Bir pazar için rekabet eden iki ülkenin ihracat talebi şu şekilde formüle edilebilir;

$$\frac{q_1}{q_2} = f\left(\frac{p_1}{p_2}\right)$$

(2.1)

Bu formülde, q_i i-inci ülkeden ihraç edilen mal miktarı ve p_i i-inci ülkedeki ihraç fiyatıdır. Amaca göre, bu eşitliğin her iki tarafında ki değişkenler değiştirilebilir.

p_1 ile p_2 yi çarparak elde edilecek olan

$$\frac{p_1 q_1}{p_2 q_2} = \frac{p_1}{p_2} \times f\left(\frac{p_1}{p_2}\right) \quad (2.2)$$

¹⁴ Sabit piyasa payı modeli Leamer ve Stern (1970) çalışmasından yararlanılarak yazılmıştır.

Formülün açılımı şöyledir:

$$\begin{aligned}
 \frac{p_1 q_1}{p_1 q_1 + p_2 q_2} &= \left(1 + \frac{p_2 q_2}{p_1 q_1} \right)^{-1} \\
 &= \left\{ 1 + \frac{[p_1 f(p_1/p_2)]^{-1}}{p_2} \right\}^{-1} \\
 &= g\left(\frac{p_1}{p_2}\right)
 \end{aligned} \tag{2.3}$$

Bu oran, sabit paylaşım değerini verir. Bu durumda bir ülkenin pazar payı p_1 ve q_1 değişmedikçe sabit kalacaktır. Öngörülen ihracat değeri ile mevcut ihracat değeri arasındaki fark fiyat değişiklikleri ile açıklanır ve bu durum rekabet etkisi olarak tanımlanır. Daha uygun bir ifade ile ‘rekabet etkisi’ sabit paylaşım değeri ile mevcut performans arasındaki ters orantı olarak tanımlanır. Rekabet etkisinin negatif olması, ülkenin dünya pazarlarındaki payını sürdürmemesi ve başarısız olması anlamına geldiği gibi, rakiplerinden daha fazla fiyat artışlarını da ifade eder.¹⁵

Sabit paylaşım değeri birkaç hesaplama için sağlar. Bu hesapları açıklayabilmek için aşağıdaki tanımlara ihtiyaç vardır.

$v_{i.}$ = periyot 1’deki A’nın i-inci ürün ihracat değeri

$v_{i.}^{\cdot}$ = periyot 2’deki A’nın i-inci ürünün ihracat değeri

$v_{.j}$ = A’nın 1. periyotta j ülkesine yaptığı ihracat değeri

$v_{.j}^{\cdot}$ = A’nın 2. periyotta j ülkesine yaptığı ihracat değeri

¹⁵ Edward E. LEMAR, Robert M. STERN, Quantitative International Economics, Transaction Publishers, New Brunswick, 2009, s.171

v_{ij} = A'nın 1. periyotta j ülkesine yaptığı i malı ihracatının değeri

r = periyot 1 den periyot 2 ye geçen zamanda toplam dünya ihracatlarının yüzdesel artışı

r_i = 1. periyottan 2. periyota geçen zamanda i malının dünya ihracatının oransal artışı

r_{ij} = 1. periyottan 2. periyota geçen zamanda j ülkesine yapılan i malı dünya ihracatının yüzdesel artışı

Yukarıdaki tanımlardan periyot 1 için A'nın i-inci ürün ihracat değeri ve j ülkesine yaptığı ihracat değeri aşağıdaki formül ile belirlenir. Periyot 2 için de aynı formül uygulanır.

$$\sum_j v_{ij} = v_i, \sum_i v_{ij} = v_j \quad (2.4)$$

Ek olarak periyot 1'deki A ülkesinin ihracat değerleri şu şekilde verilir.

$$\sum_i \sum_j v_{ij} = \sum_i v_i = \sum_j v_j = v \quad (2.5)$$

Analizin ilk aşamasında 2.1'in sabit olduğu kabul edilmişti ancak, sabit paylaşım değerinin piyasanın işleyişine bağlı olarak değişeceği vurgulanmıştı. Bu durum şöyle ifade edilebilir; A'nın pazar payı artışları ihracat artışlarını ifade eder ve ihracat mallarının (rv) kadar yükseldiğini gösterir, buradan yola çıkarak aşağıdaki formülü yazabiliriz¹⁶.

$$v' - v \equiv rv + (v' - v - rv) \quad (2.6)$$

Denklem 2.6'daki eşitlik 'tek basamak' analizidir. Bu formül A'nın ihracat büyümesini 2 bölüme ayırır. Birincisi dünya ihracatındaki genel büyümeyle bağlantılı olan,

¹⁶ Edward E. LEMAR, Robert M. STERN, Quantitative International Economics, Transaction Publishers, New Brunswick, 2009, s.172

diğeri rekabetçi etkisiyle açıklanamayan artıktır. 2.1'deki denklemi yazarken ihracat ürünlerinin aslında yurtiçi ürünlerle örtüştüğü de söylenebilir. Bu sayede yerel ürünler dünya pazarında özel bir ürün sınıfı oluşturabilir. i-inci ürün için 2.6'daki analog ifadesi yazılabilir¹⁷ (2.6).

$$v'_i - v_i \equiv r_i v_i + (v'_i - v_i - r_i v_i) \quad (2.7)$$

Bu formülün açılımı şu şekilde yapılabilir.

$$\begin{aligned} v'_i - v_i &\equiv \sum_i r_i v_i + \sum_i (v'_i - v_i - r_i v_i) \\ &\equiv (r v_i) + \sum_i (r_i - r) v_i + \sum_i (v'_i - v_i - r_i v_i) \end{aligned} \quad (2.8)$$

Bu eşitlik 'iki basamaklı' analizi ifade eder ki bu analizde A'nın ihracat büyümesi üç parçaya ayrılmıştır;

- 1- Dünya ihracatındaki genel artış
- 2- A'nın periyot 1'deki ihracatının ürün dağılımı
- 3- A'nın gerçekleşen ihracat artışı ile A'nın her bir ürün grubu için gerçekleştirmesi beklenen ihracat payı arasındaki fark, bu ihracat farkı artık olarak gösterilir.

Denklem 2.8'deki ürün dağılımının açıklama etkisi hipoteze göre şu formülle tanımlanmıştır.

$$\sum_i (r_i - r) v_i \quad (2.9)$$

¹⁷ Edward E. LEMAR, Robert M. STERN, Quantitative International Economics, Transaction Publishers, New Brunswick, 2009, s.172

Denklem 2.9' da ki ürün etkisi, i-inci mal ihracatının artış oranı ile dünya ihracatının artış oranı arasındaki farkın ülkenin 1. periyotta ki i-inci mal ihracat payı ile çarpımına eşittir.

Buna bağlı olarak i-inci ürünün dünya ihracatı, toplam dünya ihracatından daha fazla artış gösterirse ($r_i - r$) pozitif olur. Bu sonuç A'nın pazarları diğerlerine oranla daha hızlı büyüyen ürünlerin ihracatına odaklandığı ve i malının dünyada talebi yükselen mal olduğunu gösterir. Bu ülke için olumlu bir durumdur ve eğer v_i nisbeten büyükse, bu pozitif sayının önemi daha da ağırlık kazanacaktır. Denklem (2.9) da belirtilen sonuca göre; A daha yavaş büyüyen ürünlerin piyasasına odaklanmış ise, bu değer negatif olacaktır¹⁸.

İhracat ürün çeşidine olduğu kadar ihraç mesafesine de bağlı olarak değişim göstermektedir. Analizlerde bazı ülkelerin, ani büyüyen pazarlara kolay geçiş yaparken, diğerlerinin nispeten yavaş büyüyen pazarlarla çevrili olduğu gerçeği göz ardı edilmiştir. Bu durumda, belirli bir bölgedeki, belirli bir ürün çeşidinin ihracat değeri, en uygun sabit piyasa payı değerini verir 2.6 ve 2.7 denklemlerinin belirleyici denklemi:

$$v'_{ij} - v_{ij} \equiv r_{ij}v_{ij} + (v'_{ij} - v_{ij} - r_{ij}v_{ij}) \quad (2.10)$$

Şu şekilde genişletilebilir

$$\begin{aligned} v'_- - v_- &\equiv \sum_i \sum_j r_{ij} v_{ij} + \sum_i \sum_j (v'_{ij} - v_{ij} - r_{ij}v_{ij}) \\ &\equiv rv_- + \sum_i (r_i - r) v_i + \sum_i \sum_j (r_{ij} - r_i) v_{ij} + \sum_i \sum_j (v'_{ij} - v_{ij} - r_{ij}v_{ij}) \end{aligned} \quad (2.11)$$

¹⁸ Sabit piyasa payı, ihracat ürün çeşidine olduğu kadar ihraç mesafesine de bağlı olarak değişim göstermektedir. Modele mesafe de eklendiğinde etki sayısı artarak model genişlemektedir. Geniş bilgi için bkz, Edward E. LEMAR, Robert M. STERN, Quantitative International Economics, Transaction Publishers, New Brunswick, 2009, s.174

$$(1) \quad (2) \quad (3) \quad (4)$$

Denklem 2.11'deki değişkene göre, A'nın ihracat performansındaki gelişmeler özdeşliğin sağ tarafındaki dört kısım ile açıklanır:

1. Dünya ihracatındaki genel artış
2. A'nın ihracatındaki ürün dağılımı
3. A'nın ihracatındaki Pazar dağılımı
4. A her bir ülkedeki her bir ürünün ihracat payını artırdığında ortaya çıkacak büyüme ile mevcut ihracat büyümesi arasındaki fark.

Denklem 2.11'deki değişkenin ifade ettiği piyasa dağılımı, ürün dağılımı etkisiyle aynı formülde ifade edilebilir. Formül şöyle tanımlanır.

$$\sum_i \sum_j (r_{ij} - r_i) v_{ij} \quad (2.12)$$

Denklem 2.12'de ki piyasa dağılımı etkisi, j ülkesi i.mal ithalat talebinin artış oranı ile i.mal dünya ihracatının artış oranı arasındaki farkın ülkenin j ülkesine başlangıç yılı i.mal ihracat payı ile çarpımına eşittir. A ülkesi nisbi hızlı büyümenin gerçekleştiği piyasalardaki ihracat üzerine odaklanırsa sonucun pozitif olduğu görülür. Yani, söz konusu piyasalar i-inci malda talebin hızlı arttığı piyasalardır ve ülke doğru pazara yönelmiştir. Eğer A daha durgun bölgelerde odaklanmışsa bu değer negatif olacaktır.

Aşağıdaki formül incelenirken, ilk olarak ürün dağılım etkisi sonrada piyasa dağılımı özellikle belirtilmelidir. Öncelikle pazar dağılımı gerçekleştiğinde 2.11 formülündeki temel 2 değişken şu hale dönüşecektir.

(piyasa etkisi) (ürün etkisi)

$$\sum_j (r_j - r) v_j + \sum_i \sum_j (r_{ij} - r_j) v_{ij}$$

Yukarıdaki değerlerde sonuç 2.11'de belirtilen temel değerlere eşit olduğu halde, piyasa etkisi ve ürün etkisiyle ilişkilendirilen değerler aynı olmayacaktır, yani;

Ürün etkisi

$$\sum_i (r_i - r) v_i \neq \sum_i \sum_j (r_{ij} - r_j) v_{ij}$$

Piyasa etkisi

$$\sum_i \sum_j (r_{ij} - r_j) v_{ij} \neq \sum_j (r_j - r) v_j$$

Richardson hesaplamalarına göre, hangisinin önce hesaplandığına bağlı olarak, etkiler birbirine bağlantılı olarak değişim gösterir¹⁹. 2.11'deki eşitliği ifade etmenin başka yolları da vardır. Örneğin, bu formül v_w ya bölünerek normalize edilebilir.

$$\frac{v'_i - v_w}{v_w} = r + \frac{\sum_i (r_i - r) v_i}{v_w} + \frac{[\sum_i \sum_j (r_{ij} - r_j) v_{ij}]}{v_w} + \frac{[\sum_i \sum_j (v'_{ij} - v_{ij}) r_{ij} v_{ij}]}{v_w}$$

Tyszynski bir ülkenin piyasa payını basamaklarla değil ihracattaki artış oranıyla açıklar ve aşağıdaki formülü kullanır²⁰.

$$\frac{v'_i}{v_w} - \frac{v_w}{v_w} = \left(\frac{(r_i + 1) v_i}{v_w} - \frac{v_w}{v_w} \right) + \left(\frac{v'_i}{v_w} - \frac{(r_i + 1) v_i}{v_w} \right)$$

Bu formülde v_w dünya pazarlamasında bir ülkenin payının değişimi, her bir ürün sınıfındaki payının sağlanabilmesi durumunda meydana gelecek değişiklik ile rekabetçi etki artışı toplamına eşittir.²¹

¹⁹ Edward E. LEMAR, Robert M. STERN, Quantitative International Economics, Transaction Publishers, New Brunswick, 2009, s.175

²⁰ Edward E. LEMAR, Robert M. STERN, Quantitative International Economics, Transaction Publishers, New Brunswick, 2009, s.175

Sabit pay modeli ihracat performansını açıklamada mal, piyasa ve rekabet etkisinden faydalanmaktadır. Bir ülkenin dünya piyasasındaki payı zaman içinde sabittir. Eğer ülkenin sabit piyasa payıyla gerçekleşen ihracat büyümesi ile gerçek ihracat performansı arasında fark varsa 3 etkiden kaynaklanmaktadır. Bunlar; mal etkisi, piyasa etkisi ve rekabet etkisidir. Arz ve talebin karmaşık etkileşiminin sonucu olarak ortaya çıkan asıl sorun arz ve talebin etkilerinin ayrı ayrı belirlenememesidir ki bu da eş zamanlılık problemi ile aynıdır. Rekabet sayesinde bu analizler çeşitli piyasaların ihracat yapan ve bu alanda olumlu ya da olumsuz gelişmeler sergileyen ülkeleri açıklayan yararlı bilgiler sunmaktadır. Bu tarz bilgiler politika yapıcılar tarafından kullanılabilir.

Bu yöntem çerçevesinde çalışmada kullanılan dış ticarete ilişkin veriler Devlet İstatistik Kurumundan ve Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD)'dan elde edilerek tarafımızdan hazırlanmıştır ve 2002-2011 dönemini kapsamaktadır. Çalışmada AB(27), Asya, Yakın ve Orta Doğu ülkeleri seçilmiştir. Bu seçimin temel nedeni ilgili ülkelere yapılan ihracat payının yüksek olmasıdır. Ele aldığımız Yakın ve Orta Doğu ülkeleri İran, İsrail, Katar, Kuveyt, Lübnan, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Suriye, Umman, Ürdün, Yemen, Azerbaycan, Bahreyn, Filistin ve Gürcistan'dır. Ancak çalışmada Ermenistan dış ticaret verileri 2005 yılı sonrasına aittir. Bu durum, Türkiye Ermenistan dış ticaret ilişkilerinin 2005 yılı itibariyle gelişmesinden kaynaklıdır. Çalışmada yer alan Asya ülkeleri ise, Rusya, Pakistan,

²¹Ülkenin ihracat mallarının satılabilirliğini belirleyen faktörler çalışmanın talep kısmını oluşturur. Ticaretten elde edilen asıl değer talep ve arzın birlikte etkileşiminden elde edilir. Talebin zaman serisi analizlerinde arz ve talebin etkilerini ayrı ayrı belirlemek zordur. Buna karşın ülkenin ihracatını ve diğer ülkelere göre nispi fiyatını belirleyen bazı arz faktörlerini sıralamak mümkündür. Bunlar: (1) Enflasyon oranının etkileri, (2) Büyüme farklılıklarından oluşan üretken faktörler ve yerel üretimin ihracata katkısı, (3) Üretkenlik farklılıkları ve (4) Hızla gelişen piyasalarda boy gösteren ihracat ülkeleri. Artan rekabet gücü ile ilgili yorumlar genel denge analizi kapsamında daha da karmaşık hale gelmiştir. Buna ek olarak pazardaki farklı gruplara ve mallara ilişkin keyfi olarak yapılan çalışmalarla da daha karmaşık hale gelmiştir. Bu durum pazar ve malların etkisini görmeyi güçleştirir. Geniş bilgi için bkz Edward E. LEAMAR, Robert M. STERN, Quantitative International Economics, Transaction Publishers, New Brunswick, 2009, s.173

Hindistan, Tayland, Endonezya, Malezya, Singapur ve Çin'dir. Tez çalışmasında gıda sanayi için SITC-Rev3' ne göre, Mersin ihracat paylarının yüksek olduğu beş ana sektör (et ve et ürünleri, hububat ve hububat ürünleri, meyve ve sebzeler, çeşitli yenilebilir ürünler ve tütün ve tütün mamülleri) verileri kullanılmıştır.

II.2.2. Literatür Taraması

Sabit piyasa payı yöntemi ilk kez Tyszynski (1951) tarafından kullanılmıştır. 1899 ile 1950 arasında dünya ticareti mal değişimlerini inceleyen Tyszynski, ülkelerin pazar paylarının iki etkenden kaynaklı değiştiğini saptamıştır. Bunlardan ilki, mal grupları arasında ki önem seviyesi farklılıkları, ikincisi ise, mal gruplarının, ülke pazar paylarındaki değişimlerdir. Tyszynski sabit piyasa payında ortaya çıkan bu farklılıkları, ülkelerin rekabet koşullarındaki değişim ve dünya ihracatının talep yapısında ortaya çıkan değişimlerle açıklamıştır. 1970'de Leamer ve Stern çalışmalarının genel varsayımı; ülkelerin sabit pazar payına sahip olmasıdır. Rekabet etkisi, sabit pazar payı ve gerçekleşen pazar payı arasındaki fark olarak tanımlanmış ve bu etki fiyat değişimleri üzerinden hesaplanmıştır. Sabit piyasa payı yönteminde ortaya çıkan farklılıklar üç nedene bağlanmıştır. Bunlardan ilki, ihracata konu olan malların talep yapısı ikinci olarak, ihracatın gerçekleştiği pazarların yapısı ve son olarak rekabet gücüdür.

Fagerberg ve Sollie (1985), yöntemi iki yeni etki ekleyerek ve Laspeyres Endeksini kullanarak daha ayrıntılı hale getirmişlerdir. Fagerberg ve Sollie rekabet etkisini mal bileşimi ve pazar bileşimi olarak ikiye ayırmışlardır. Böylece sabit piyasa payı yöntemi, pazar payı, mal bileşimi, mal bileşimine uyum, pazar bileşimi, pazar bileşimine uyum etkilerine ayrılarak, beş etkili şeklini almıştır.

Othman ve Rashid (1993), ahşap ürünlerde ASEAN'ın 1979-1987 dönemi dünya ihracat payı analizlerinde, ASEAN'ın piyasa payının artmadığını tespit etmişlerdir. Othman ve Rashid bu sonucu, ahşap ürünler ihracatının mal ve piyasa yönünden çeşitli olmaması, teknolojik yetersizlik ve işgücünün verimlilik durumuyla açıklamışlardır.

Juswanto ve Mulyanti (2003) çalışmasında Endonezya'nın imalat sektörü ihracat performansını 1990 – 1999 dönemi için, sabit pazar payı analizi ile incelemiştir. Analiz sonuçlarına göre, Endonezya' da ihracatın piyasa payı artmakta, ancak mal etkisi negatif çıkmaktadır. Sabit piyasa payı analizi, toplam imalat sektörü ihracatının %60'ının gerçekleştirildiği Japonya, Çin, ABD ve Güney Doğu Asya (Singapur, Kore, Tayvan, G. Kore, Hong Kong) ülkelerinin Endonezya'nın imalat sektörü performansında ne kadar güçlü bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Foresti (2004), İtalya'nın ihracat performansını 1991–2001 yılları arasında Kanada, Çin, Fransa, Almanya, Japonya, ABD, İngiltere, Meksika ve İspanya ülkeleri ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Foresti, 1991–1995 ve 1995–2001 olarak iki döneme ayırdığı çalışmasında, ilk dönem İtalya'nın ihracat performansının, genel olarak diğer çok gelişmiş ülkelere göre daha iyi performans gösterirken 1995-2001 yılları arasında Japonya'dan sonra en kötü performansa sahip olduğunu göstermiştir. Foresti 90'ların ikinci yarısındaki, İtalyan ihracatındaki güçlü kasılmanın nedenini, hızlı büyüyen pazarlarda, ihracat paylarının düşük kalmasına bağlamıştır. Dünya talebindeki artışa rağmen pazar paylarının düşük kalmasını ise; rekabet edebilirliği sağlayacak sektörlerin avantaj yaratabilecek koşullardan yoksun olmasıyla açıklamıştır. Analiz sonuçları, özellikle 1995-2001 yılları arasında rekabet etkisinden en çok etkilenen ülkelerin, Japonya ve İngiltere ile birlikte İtalyan ekonomisinin de olduğunu gösteriyor. Batista (2006), Brezilya'nın A.B.D pazarındaki ihracat performansını 1992-2004 yılları için sabit piyasa payı analizi ile incelemiştir. Analize göre,

Brezilya'nın A.B.D'deki ihracat payı artmıştır. Analizden elde edilen bir diğer sonuç ise; Brezilya'nın rekabet etkisinin Çin ve Meksika karşısında negatif olmasıdır. Amador ve Cabral (2008), 1968–2006 yılları arasındaki dönem için Portekiz'in ihracat performansını araştırmıştır. Araştırmada Portekiz'in piyasa payının artmakla beraber bu artışın, talebi düşük mallara yönelimden kaynaklı çok az olduğunu göstermişlerdir. Finicelli vd. (2009), yaptıkları analizler 1985 ve 2003 yılları arasında 62 endüstriyel ve gelişmekte olan ülke ve 13 endüstriyel sektör için çift taraflı ihracat ürünlerinin değerleri üzerinden yürütülmüştür. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin teknolojik yapılarının ve uzmanlaşmalarının ihracat performansları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışma sonuçları gelişmiş ülkelerin ileri teknoloji sektörlerinde ihracat paylarının artmasına rağmen, dünya ihracatı genel yapısı içindeki payının azaldığını göstermiştir. Gelişmekte olan ülkelere ise ihracat payı artışının dünya ihracatı içindeki payının arttığı görülmüştür. Chien ve Lee (2010), 1997–2007 dönemi için yaptıkları çalışmada Tayvan'ın Çin, Hong Kong, ABD ve Japon pazarlarındaki rekabet durumunu araştırmışlardır. Analiz sonuçları Tayvan'ın rekabet gücünün azalmasına bağlı olarak, ihracatının dört pazarda da azaldığını göstermiştir. Bu durum Tayvan'ın dört pazarda da artan ihracat ürünleri talebini takip edememesinin sonucudur.

Sabit piyasa payı yöntemi Türkiye ihracat performansını araştırmak için de kullanılmıştır. Baykara (1990), 1987 yılında Türkiye'de yaşanan ihracat artışının yapısını sabit piyasa payı yöntemiyle incelemiştir. 1986/87 döneminin 1985/86 ile kıyaslandığı çalışmada, Türkiye ihracatının nisbi olarak hızlı büyüyen mal pazarlarına yöneldiği görülmüştür. Analiz sonuçları 1987 yılında yaşanan ihracat artışlarının rekabet etkisinin pozitif olmasından kaynaklı olduğunu ve yavaş gelişen mal ve piyasalara talebin artırılmasıyla rekabet gücünün yükselebileceğini göstermiştir. Ongun (1990) tez çalışmasında 1976 ve 1987 yılları arasında Türkiye'nin AB ülkelerine gerçekleştirdiği yaş

meyve ve sebze ihracatının sabit pazar payı analizi uygulayarak incelemiştir. Çalışma genel yapısı itibarıyla Richardson, Fagerberg ve Sollie'ye ait metodolojileri takip eden bir çalışma niteliğindedir. Çalışma Türkiye'nin yaş sebze ve meyve ihracat performansının gözlemlenmesi amacını taşımaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgular bize farklı tipteki verilerin farklı sonuçlar doğurabildiği sonucunu göstermektedir. Bu sonuçlara göre mal adaptasyonu etkisi pozitif çıkarken, pazar adaptasyon etkisi negatif etkiye sahiptir. Bu Türkiye'nin bazı mal gruplarında yüksek ihracat oranlarına sahip olduğunu fakat seçilen pazarlar konusunda hatalar yapılmış olabileceği anlamına gelmektedir. Çalışma elde edilen bulgular açısından mal grupları farklılığının dışında pazar seçimi farklılığının da vurgulandığı öncü bir çalışmadır (Aktaran, Usta,2009). Togan (1991), 1980–1988 dönemi için yaptığı çalışmasında, söz konusu dönemde yaşanan ihracat payı artışlarında, mal etkisi ve piyasa etkisinin çok küçük, rekabet etkisinin ise çok yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Türkiye'nin ihraç ettiği mallara talep hızlı gelişmemiş ve ihracat az da olsa talebin yavaş arttığı piyasalara yönelmiştir.

Temiz (2002), Türkiye'nin 1989 ve 1998 yılları arasında gerçekleşen tarım ürünleri ihracat performansını analiz etmiştir. Analiz sonuçlarına göre, rekabet etkisi negatif çıkmıştır, Türkiye tarım ürünleri ihracatında kısıtlı rekabet gücüne sahiptir. Erlat ve Erlat (2004) yaptıkları çalışmada, 1990-2002 döneminde Türkiye'nin Ortadoğu ülkelerindeki ihracat paylarını araştırmışlardır. Analiz sonuçları, Türkiye'nin toplam ihracatı içinde ele alınan Orta Doğu ülkelerinin toplam payının düştüğünü göstermiştir. İhracatta en yüksek ortalama paya sahip olan ülkelerin Suudi Arabistan, İran, İsrail, Mısır ve Suriye olmasına karşın, ihracat payı önemli ölçüde artan ülkenin İsrail olduğu görülmüştür. Tatarer (2004), 1992–2002 yılları arasında Türkiye'nin Doğu Asya ülkelerine yönelik imalat sanayi ihracat performansını 1997 Asya krizi öncesi ve sonrası olarak iki dönemli incelemiştir.

Çalışmada, 1997 krizi öncesi Doğu Asya ülkelerinden Çin, Japonya ve Güney Kore pazarlarında Türkiye'nin ihracat piyasa payının azaldığı; Malezya ve Singapur pazarlarında ihracat payının arttığı görülmüştür. Kriz sonrası dönemde ise, Türkiye'nin ihracat piyasa payı Çin, Japonya ve Singapur pazarlarında artarken, Güney Kore ve Malezya pazarlarında azalmıştır.

Usta (2009), Türk imalat sanayinin ihracat performansının Avrupa Birliği ülkeleri karşısındaki durumunu 1999 – 2008 yılları arası dönem için analiz etmiştir. Analiz sonuçlarına göre; özellikle 1996 yılında imzalanan Gümrük Birliği anlaşmasından sonra AB ülkelerine gerçekleştirilen ihracatımız önemli ölçüde artış göstermiş ve en önemli ihracat payına sahip bölge durumuna gelmiştir

Aytemiz (2011), çalışmasında, Türkiye İmalat Sanayi ihracat performansını 1995–2010 yılları arasında alt dönemler itibariyle incelemiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, ele alınan dönemlerde Türkiye'nin piyasa payı artmıştır. 1995–2010 arası dönemde Türkiye'nin imalat sanayi ihracatında sağladığı artışın temel kaynağı fiyat avantajı olmuştur. Ayrıca, bu dönemde, Türkiye imalat sanayi ihracatında emek yoğun sektörlerin payının yüksek olması Türkiye'nin imalat sanayi ihracat artışını yavaşlatmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MERSİN GIDA SANAYİ DIŞ TİCARETİNİN SABİT PİYASA PAYI YÖNTEMİ İLE ANALİZİ

III.1. Mersin İli Gıda Sanayi Dış Ticareti

Mersin, Türkiye’de tarım sektöründe öne çıkan illerden biridir. Tarım sektörü de yapısı itibariyle, gıda sanayinin gelişmesinde öncü olan sektördür. Bu bağlamda, Mersin ilinin ekonomik yapısı değerlendirmelerinde gıda sanayi oldukça önemli bir konuma gelmektedir. Çalışma kapsamında yer alan Mersin ilinin gıda sanayisi ve ticareti yapısına geçmeden önce genel olarak sosyal ve ekonomik yapısına göz atılması uygun görülmüştür.

III.1.1. Mersin İlinin Ekonomik Yapısı

Mersin ilinin ekonomik yapısının değerlendirilmesi için TÜİK 2011 ekonomik göstergeleri incelendiğinde, Mersin’in Türkiye’nin nüfus sıralamasında 11., nüfus yoğunluğu bakımından 20. İli olduğu görülmektedir.

Tablo III.1. Mersin İli 2011 Yılı Ekonomik Göstergeleri

	Türkiye	Mersin	Türkiye (%)	Mersin (%)	Sıra
Nüfus	74.724.269	1.667.939	100,00	2,23	11
İthalat (Bin \$)	240.841.676	1.236.879	100,00	0,51	14
İhracat (Bin \$)	134.906.869	1.339.368	100,00	0,99	13
Tarım (000TL)	150.007.737	5.531.424	100,00	2,35	6

Kaynak: TÜİK’den alınan verilerle tarafımızdan düzenlenmiştir.

İlin nüfus yoğunluğu için, nüfus artış hızı, hızlı kentleşme, tarımsal üretime bağlı göçler gibi birçok neden gösterilebilir. TÜİK (2011) verilerine göre Mersin % 14.1 işsizlik oranı ile Türkiye’de 10. sıradadır ve işgücüne katılım oranı % 55,3 dür. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) na göre; Adana, Mersin (TR62) kişi başına gayri safi katma değeri 7.363 \$ olarak belirlenmiştir. Bu değer 9.384 dolar olan Türkiye değerinin altındadır (TÜİK, 2011).

Tablo III.1’e bakıldığında Mersin ilinin dış ticaret payı sıralamasında ilk 15 il içinde olduğu görülmektedir. Bölgenin hızlı ticari gelişiminin en önemli unsurlarından olan Mersin limanı, Avrupa ve ABD ile Ortadoğu arasında önemli transfer merkezidir. İlin ticari açıdan önemi göz önüne alınarak, 1987 yılında Türkiye’nin ilk serbest bölgesi burada kurulmuştur. 785.000 metrekarelik bir alan üzerine kurulan Mersin Serbest Bölgesi, başta tekstil firmaları olmak üzere yaklaşık 570 kullanıcı firmaya ev sahipliği yapmaktadır (TÜİK, 2011).

Mersin’in tarımsal üretim değerine bakıldığında ise, ilin coğrafi yapısının avantajı ortaya çıkmaktadır. Mersin’in uygun iklim ve toprak yapısıyla üretim değerini artırdığı görülmektedir. Bu durum, Mersin’in ülke ekonomisi için önemli illerden biri olduğunu göstermektedir.

Mersin ılıman iklimi, verimli arazi yapısı ile tarımsal üretimde avantajlara sahip olan bir ildir. Geçmişten günümüze önemli bir tarım merkezi olan Mersin’de, tarımsal ticaret ve sanayi, özellikle tarım ürünlerine dayalı sanayi iç içe olmuştur

2008 yılı iktisadi faaliyet kollarına göre gayri safi katma değer Türkiye genelinde 855 milyar TL’dir. TR62 (Adana, Mersin) Bölgesinde ise 34 milyar TL’dir. TR 62 (Adana, Mersin) bölgesi için gayri safi katma değer iktisadi faaliyet kollarına göre

dağılımında 20,8 milyar TL ile hizmetler ilk sırada yer alırken, hizmet sektörünü 8 milyar TL sanayi ve 5,3 milyar TL ile tarım sektörü takip etmektedir (MTSO, 2012).

Tablo III.2.TR.62 Adana, Mersin'in Cari Fiyatlarla Gayrisafi Katma Değerinin 2008 Yılı Sektörel Payları (Bin TL)

	TARIM (%)	SANAYİ (%)	HİZMETLER (%)
TR TÜRKİYE	8,5	27,2	64,3
TR Adana, Mersin	15,5	23,6	61,0

Kaynak: TÜİK veri tabanından elde edilen verilerce tarafımızdan hazırlanmıştır.

Bölgesel gayri safi katma değer hesaplarına göre TR 62 alt bölgesinde yer alan Adana ve Mersin illerinin Türkiye geneli içerisindeki payı %4'dür. Bölgesel gayri safi katma değer hesaplarını sektörel olarak incelediğimizde, Adana-Mersin illeri, tarım sektöründe 26 bölgeye ayrılmış Türkiye geneli içinde, yarattığı katma değer (%7,3) ile ikinci sırada yer almaktadır, sanayi sektöründe %3,5 pay ile 8.sırada, hizmetler sektöründe ise %3,8'lik pay ile 7. sıradadır.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü (SGM)'nin, 81 İl Durum Raporu 2012'ye göre; Mersin ili firma sayıları bakımından % 36 ile gıda sektörü ilk sırada yer almaktadır. Bunları sırasıyla %10 ile orman ürünleri, %10 ile metal, %8 ile plastik sektörü izlemektedir. İstihdam bakımından bakıldığında ise; ilk sırada % 25 ile gıda sektörü yer almaktadır. Bunu % 20 ile tekstil, % 10 ile metal ve % 8 ile inşaat malzemeleri sektörü takip etmektedir. TÜİK (2011)'e göre Mersin de faaliyet gösteren işyeri sayısı toplam 76.118'dir. 2009 yılında sanayi ve hizmetler sektöründe çalışan sayılarının Türkiye toplamı içindeki payına bakıldığında Adana, Mersin bölgesi % 3.9 değeri ile Türkiye'de

6.sıradadır. 2012 yılında Türkiye genelinde kurulan şirket ve kooperatif sayısı geçen yılın aynı dönemine göre %27, Mersin’de ise %34 azalmış; ticaret unvanlı işyeri sayısı Türkiye genelinde %12, Mersin’de %23 artmıştır (Mersin Ticaret ve Sanayi Odası [MTSO], 2012).

2012 yılının Aralık ayı sonu itibariyle Mersin Serbest Bölgesi’nde toplam 7.829 kişi istihdam edilmektedir. 2011 yılı Aralık ayına göre istihdam %20 artmıştır. 339’u yerli, 33’ü yabancı ve 49’u yerli-yabancı ortaklığı olmak üzere toplam 421 firma faaliyette bulunmaktadır. Faaliyette bulunan firma sayısının, önceki yılın Aralık ayına göre %2 arttığı belirtilmektedir. Yatırım harcamalarının dağılımına bakıldığında; %93’ünün Türkiye’den bölgeye, %7’sinin ise yurtdışından bölgeye yapıldığı belirtilmektedir (MTSO, 2014).

MTSO aylık bülteni (2013,2)’ne göre; açılan kapanan şirket istatistikleri incelendiğinde; 2012 yılında Türkiye genelinde kurulan şirket ve kooperatif sayısı geçen yılın aynı dönemine göre artmıştır. Aynı dönem içinde kapanan şirket ve kooperatif sayısı Türkiye genelinde %7; Mersin’de %30 artmış; gerçek kişi ticari işletme sayısı Türkiye genelinde %22, Mersin’de %33 azalmıştır. Söz konusu dönemde Mersin ile Türkiye genelindeki gelişmeler kıyaslandığında Mersin’de açılan kapanan şirket ve kooperatif sayısındaki gelişmelerin Türkiye geneline göre daha olumsuz olduğu gözlenirken, ticari unvanlı işyerlerindeki gelişmelerde ise Mersin, açılan işyeri sayısı ile Türkiye’nin üzerinde, kapanan işyeri sayısı ile Türkiye genelindeki azalışın altında kalmıştır. Mersin 2012 yılında Türkiye genelinde yeni açılan firma sayısına göre %1,4’lük payla 13. sırada; kapanan firma sayısına göre %1,2’lik payla 18. sırada yer almaktadır. 2012 yılı Aralık ayı sonu itibariyle MTSO’ya kayıtlı üye sayısı 22.422’ye ulaşmıştır.

Ekonomi Bakanlığı tarafından açıklanan geçici verilere göre; 2011 yılının Aralık ayı sonu itibariyle Mersin’de faaliyet gösteren uluslararası sermayeli şirket sayısı 514 iken, 2012 yılının söz konusu döneminde bu rakam 534’dür. Mersin, Türkiye’de bulunan uluslararası sermayeli şirketlerin illere göre sıralamasında %1,7’lik payla yedinci sırada yer almaktadır (MTSO, 2014).

Söz konusu dönemde Mersin’de faaliyet gösteren uluslararası sermayeli şirketlerin sektörel dağılımı incelendiğinde; %47’si toptan ve perakende ticaret, %14’ü ulaştırma, haberleşme ve depolama hizmetleri ve %11’i imalat sanayi sektöründe faaliyet göstermektedir. İmalat sanayiinde faaliyette bulunan uluslararası sermayeli şirketlerde gıda ürünleri ve içecek imalatı birinci sırada yer alırken, bunu sırasıyla tekstil ürünleri, kimyasal madde ve ürünlerin imalatı ve mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalat izlemektedir (MTSO, 2013)

Mersin'deki uluslar arası sermayeli firmaların sektörel dağılımında firma sayılarına bakıldığında; 2011 yılında tarım, avcılık, ormancılık ve balıkçılık sektöründe 18 firma yer alırken bu sayı 2012 de 21 olmuştur, madencilik ve taş ocakçılığında firma sayısı 12’den 13’e yükselirken imalat sanayi firma sayısı 61’den 60’a düşmüştür (MTSO, 2013).

Mersin’de faaliyet gösteren uluslararası sermayeli şirketlerin ülke gruplarına göre dağılımı incelendiğinde; %49’u Yakın ve Ortadoğu, %28’i AB, %10’u ise Diğer Asya ülkeleri ortaklı şirketlerdir. Ülke grupları içerisinde yer alan Irak, Almanya ve Suriye ortaklı şirketler, Mersin’de faaliyet gösteren uluslararası sermayeli şirketler arasında ilk sırada yer almaktadır (MTSO, 2012).

Mersin firmaları, istihdam sağlayarak hem il hem de ülke ekonomisine katkı sunmaktadır. TEPAV (Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Merkezi)’ın 2012 bültenine

göre; sigortalı ücretli istihdamında, en yüksek paya sahip 15 il arasında, Şanlıurfa (% 22,1), Gaziantep (% 19,3), Mersin (% 16,2), Samsun (% 15,5) ve Adana (% 14,6) en yüksek istihdam artış oranını yakalayan ilk beş il olarak öne çıkmaktadır.

Tablo III.3. TR.62 Adana, Mersin' de İstihdam Edilenlerin Sektörel Dağılımı (NACE Rev.2)

	Toplam	Tarım	Sanayi	Hizmetler	Tarım	Sanayi	Hizmetler
		(BİN)			(%)		
TR Türkiye							
2009	21.277	5.240	5.385	10.652	24,6	25,3	50,1
2010	22.594	5.683	5.927	10.985	25,2	26,2	48,6
2011	24.110	6.143	6.380	11.587	25,5	26,5	48,1
TR(62)Adana, Mersin							
2009	1.050	303	218	529	28,9	20,8	50,4
2010	1.173	355	230	589	30,3	19,6	50,2
2011	1.241	375	242	624	30,2	19,5	50,3

Kaynak: TÜİK. 2011, 216

TabloIII.3'de istihdamın sektörel dağılımı görülmektedir. Tablodan görüldüğü üzere; Türkiye'de Mersin ilinde en yüksek pay hizmetler sektörüne aittir. Tablo III.3'de hem Türkiye'de hem de Mersin'de sektörel dağılım içinde tarımın payının arttığı görülmektedir. Genel itibariyle istihdamdaki bu artışların nedenlerinden birinin; krizle birlikte ortaya çıkan fiyat artışlarına bağlı olarak üretimdeki değişimin üretim faktörü olan iş gücünü etkilemesinden kaynaklandığı söylenebilir.

Gürsel, & Soybilgen, (2011)'e göre; istihdamdaki bu artışlar kısmen üretim artışlarından, kısmende fiyat artışından kaynaklanmaktadır. 2006 yılında başlayan tarım

fiyatlarındaki artış krize kadar devam etmiş ve tarım, tarım dışı işlere göre daha cazip hale gelmiştir. Ayrıca tarımda modernizasyonun hızlanması da süreci olumlu etkilemiştir. Özellikle son yıllarda organik tarımın artırılmasına yönelik gerçekleştirilen çalışmalarında, tarımın istihdam yapısını olumlu etkilemiştir.

Türkiye'de, çiftçilerin mevsimlik işçi statüsünden kurtarılarak yıl boyu çalışır hale getirilmesini sağlayan organik tarım 10 yılda katlanarak büyümüştür. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı da organik tarımı yaygınlaştırmak ve geliştirmek amacıyla projeler geliştirmiştir. Aynı sürede ürün çeşitliliği ve üretim alanı da artarken, 2002'de 12 bin olan organik tarım yapan çiftçi sayısı 2012 sonunda 55 bine ulaşmıştır. (Duyar, 2013)

2014 yılının Mart ayının ikinci yarısından sonra tarımda istihdamın yoğun olduğu döneme girildiğini bildirerek, "mısır, ayçiçeği, şekerpancarı, pamuk, soya fasulyesi, fiğ ekimleri ve çapa faaliyetleri gibi kültürel işlemler tarımda istihdamı artırıyor" (Bayraktar, 2014)

III.1.2. Mersin İli Gıda Sanayi Dış Ticareti

Dış ticaret, açık ekonomik hayata geçişle beraber ülke ekonomileri için önemini sürekli artıran bir kavram niteliği kazanmıştır. Ekonomik kalkınma açısından ihracatın önemi doğrultusunda, ülke ekonomilerinin dış ticaret politikaları, ihracatın artırılması ithalatın azaltılmasına yönelik oluşturulur. Dış ticaret politikalarının işlerliği, dış ticaret açığı, ithalatın ihracatı karşılama oranı ve dış ticaret hacmi gibi göstergelerle ortaya konulur. Dış ticaret açığı, ithalatın ihracattan fazla olması halidir. İhracatın ithalattan fazla olması ise dış ticaret fazlası durumunu yaratır. Dış ticaret hacmi ise, ithalat ve ihracat rakamlarının toplamı, yani o ülkenin gerçekleştirmiş olduğu toplam dış ticarettir. Diğer bir gösterge olan ihracatın ithalatı karşılama oranı ise, ihracatın ithalata bölünmesiyle bulunur ve ithalatın ne kadarının ihraç gelirleriyle sağlandığını gösterir.

Ekonomik kalkınma için hazırlanan dış ticaret politikalarından beklenen sonuç üretilen ürünlerin rekabet güçlerini artırarak dünya pazarlarındaki paylarını artırmalarıdır. Bu durum ise ekonomilerin ihracat performanslarıyla direk ilişkilidir. Buna bağlı olarak,

ülke ekonomileri için ihracat performanslarını etkileyen unsurlar oldukça önem kazanmaktadır. Aytemiz (2011)'e göre; uzun dönemli yapısal faktörler ve iç ve dış makro ekonomik gelişmeler, ihracat ürünlerinin göreceli fiyat ve maliyet yapısında etkili olmaktadır ve bu durum ülke ihracatının rekabet gücünü etkilemektedir. Ayrıca uzun dönemli yapısal faktörler ihracatta sektörel uzmanlaşmayı da etkilemektedir. Ülkenin coğrafi ve kültürel özellikleri ve ticaret ortakları ile ilişkileri, uluslararası ticaret dinamikleri ve ticarete söz sahibi olmaya başlayan yeni ülkeler de mevcut ülkelerin dünya ihracat paylarına etki eden diğer faktörlerdir.

Uluslar arası ticarete konu olan ihracat performansının rekabet gücü, artan önemi doğrultusunda çalışmamızın da ana konusunu oluşturmaktadır. Çalışmamızda Türkiye ve özellikle Mersin ili dış ticaret performansı gıda sanayi üzerinden araştırılmıştır. Mersin ilinin iklimsel ve coğrafi konumunun uygunluğu nedeni ile gıda sanayi yapısı incelenmiştir. Mersin ilinin seçilmiş ülkelerde ve dünya gıda sanayindeki performansı, Sabit Piyasa Payı analizi kullanılarak araştırılmıştır. Araştırma kapsamına bağlı olarak gıda sanayi dış ticaret yapısını açıklamadan önce, Mersin ilinin genel itibarıyla, dış ticaret yapısının ortaya konulması daha anlamlı olacaktır.

Mersin ekonomisi, tarım, ticaret, sanayi ve iç turizmin bir arada geliştiği sektörlerden oluşmaktadır. Mersin'in Doğu Akdeniz'in en büyük limanına sahip olma özelliği, genç iş gücü ile bölgesinde en canlı ticaret noktasıdır. Bölgede tarım, sanayi, turizm sektörleri ve ticari - lojistik faaliyetler birbirini tamamlar biçimde gelişmiştir. Mersin ilinin dış ticaret yapısı firmalar bazında incelendiğinde, MTSO 2013 aylık bültenlerinden elde edilen ihracat ithalat bilgileri şöyledir; 2012 yılında hinterlandların ihracat payları %8 artarak 7.6 milyar dolara yükselmiştir. Söz konusu dönemde Mersin

firmalarının ihracat payı ise % 2 azalmıştır. Aynı dönem ithalat değişimlerine bakıldığında ise Mersin'e ait hinterland ve firmaların gerçekleştirdikleri ithalat azalmıştır.

TÜİK tarafından açıklanan geçici verilere göre; 2012 yılında Mersin hinterlandı kapsamında gerçekleştirilen ihracat, önceki yıla göre %8 artarak 7,6 milyar \$'a yükselirken; ithalat ise %4 azalarak 13,3 milyar \$'a gerilemiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranı %50'den %57'ye yükselmiştir. Dış ticaret hacmi ise geçen yıla göre %0,2 artarak 20,9 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu dönemde Türkiye'de gerçekleştirilen ihracatın %5'i, ithalatın ise %6'sı Mersin'den yapılmıştır.

MTSO (2013)' e göre; 2012 yılının Aralık ayı sonu itibariyle Mersin Serbest Bölgesi'nde toplam. 339'u yerli, 33'ü yabancı ve 49'u yerli-yabancı ortaklığı olmak üzere toplam 421 firma faaliyette bulunmaktadır. Irak, Almanya ve Suriye ortaklı şirketler sayıca öne çıkmaktadır.

Tablo III.4. Mersin Firmaları Bazında Dış Ticaretin Sektörel Dağılımı (%)

Sektörler	İhracat		İthalat		Değişim	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Tarım	47,24	41,87	32,62	34,88	-13	-2
Balıkçılık	0,49	0,25	0,00	0,00	-49	-74
Madencilik ve Taşocakçılığı	1,18	1,48	0,03	0,04	23	47
İmalat Sanayi	51,08	56,39	67,35	65,08	8	-10

Kaynak: MTSO 2013 Aylık Bülten 2

Tablo III.4'de söz konusu dönemler için dış ticaretteki gelişmelere sektörel olarak bakıldığında; imalat sanayi sektöründe ihracat artışları dikkat çekmektedir. Aynı

dönem madencilik ve taş ocakçılığı sektöründe de yüksek ihracat artışları görülmektedir. Tarım ve özellikle balıkçılık sektörlerinin ihracat payları azalmıştır. 2012 yılında tarım ve balıkçılık ile imalat sanayi sektörleri ithalat azalışında etkili olan sektörlerdir. Bu dönem madencilik ve taşocakçılığındaki ithalat artışı dikkat çekicidir. 2012 sektör bazında dış ticarete genel olarak bakıldığında bu dönemdeki sanayileşme politikalarının etkisi görülmektedir. İmalat sanayine verilen teşvikler²² etkisini artırmış ve dolayısıyla ihracat payında artışa neden olmuştur. Tarım üretim alanındaki teşviklerin görece olarak azaltılması da tarım ticareti üzerinde etkili olmuştur.

MTSO (2013) den elde edilen verilere göre; 2012 Aralık ayında Asya ve Afrika ülkeleri ile ihracat geçen 2011 yılına göre artış gösterirken; Avrupa ve Amerika ülkelerinde azalış yaşanmıştır. Avrupa ülkeleri içerisinde Rusya, Ukrayna ve İngiltere; Amerika ülkelerinde ise Anguilla, Hollanda Antilleri ve A.B.D. ihracat payının azaldığı ülkelerdir. Afrika ülkelerinde Libya, Cezayir, Etiyopya ve Angola; Asya ülkelerinde Birleşik Arap Emirlikleri, Suriye ve Türkmenistan ihracat payının arttığı ülkeler olarak öne çıkmaktadır.

Mersin Liman Başkanlığı bazında 2013 yılı ilk iki aylık dönemde ihracattaki gelişmeler değerlendirildiğinde; Ocak ve Şubat aylarında ihraç edilen yük miktarının geçen yılın üzerinde gerçekleştiği, önceki yıla kıyasla %9 oranında artış kaydettiği görülmektedir. Söz konusu dönemde ihracattaki artışta ham ve üretilmiş mineraller, inşaat malzemeleri; petrol ürünleri ve metal ürünleri sektörlerindeki artış etkili olmuştur. 2013 yılının Şubat ayında ise ihraç yükleri ham ve üretilmiş mineraller, inşaat malzemeleri ile petrol ürünleri

²²İmalat sanayine verilen başlıca teşvikler; KDV İstisnası, gümrük vergisi muafiyeti, faiz desteği, sigorta primi işveren hissesi desteği, kurumlar/gelir vergisi indirimi, yatırım yeri tahsis, sigorta prim desteği gibi desteklerdir, daha geniş bilgi için bkz, T.C. Ekonomi Bakanlığı, Yatırım Teşvik Belgesi Kapsamında Devlet Destekleri, 2013.

yük gruplarındaki yukarı yönlü hareketlenmelerin etkisiyle önceki yılın aynı ayına göre %7 artış kaydetmiştir (MTSO, 2013).

2013 yılı ilk iki ayı için ithalattaki gelişmeler değerlendirildiğinde; Ocak ayında ithal edilen yük miktarı geçen yılın altında, Şubat ayında ise önceki yıla kıyasla %4 oranında artış kaydettiği görülmektedir. Söz konusu dönemde ithalattaki artışta makineler, taşıma teçhizatı, aksam ve çeşitli parçaları ile konteynerler ile petrol ürünleri yük gruplarındaki artış etkili olmuştur. 2013 yılının Şubat ayında ise ithalat yükleri makineler, taşıma teçhizatı, aksam ve çeşitli parçaları ile konteynerler; tarım ürünleri ve canlı hayvanlar ile petrol ürünleri yük grubundaki artışın etkisiyle önceki yıla göre %30 artış kaydetmiştir (MTSO, 2013). Söz konusu dönemde yapılan ticaretin il ekonomisine katkısı ise şöyledir; vergi gelirleri içerisinde yer alan, uluslararası ticaret ve muamelelerden alınan vergi tahsilatında; geçen yıla göre %17 oranında, ithalde alınan katma değer vergisinde ise %17 oranında artmıştır. (MTSO, 2013)

Bir ülke ekonomisi için, sağlıklı ve dinamik işleyen bir gıda sektörü iktisadi kalkınma ve sanayileşme sürecinin önemli bir tamamlayıcısıdır (Donduran vd., 2007:105). Emek yoğun bir sistem gerektiren gıda sektörü, tarımsal ürünlerin değerlendirilmesi, sanayiye hammadde temini, istihdama katkısı ve halkın dengeli beslenmesi ile doğrudan ilişkili olup, dünyadaki tüm ülkelerde sosyo-ekonomik açıdan stratejik bir öneme haizdir (Bulut, Eraslan, & Bağca, 2007).

Gıda sanayii, tarımdan sağladığı bitkisel ve hayvansal hammaddeyi, uyguladığı bir veya daha fazla işleme, raf ömrü uzun ve tüketime hazır ürünlere dönüştüren bir imalat sanayii koludur. Genel olarak gıda sektörü hammaddesini tarım sektöründen almaktadır. Bu nedenle her ülkede tarım sektörü ile gıda sanayi birbiri ile iç içedir. Tarım

işletmelerinde üretim, girdilerin üretim işlemi sonucunda tarımsal hammaddelere dönüşümü ile başlamakta, öz tüketime ayrılan kısımdan sonrası gıda sanayi işletmelerinde işlenmek üzere fabrikalara yollanmakta ve tesislerde işleme sonrası elde edilen son ürünler ihracatçı, ithalatçı, depolayıcı, dağıtıcı ve perakendeciler vasıtasıyla son tüketicilere ulaştırılmaktadır (Atlı, Hayaloğlu, Koçak, & Soyer).

Gıda sektörü, hammaddesinin kaynağı olması yönüyle tarım sektörüyle doğrudan etkileşimlidir. Bu sebeple gıda sektörüne ilişkin doğru değerlendirme yapılması için tarım sektöründeki gelişmelerin de takip edilmesi gereklidir. Gıda sektöründe hammadde temini tarımsal ürünlere dayandığı için üretimdeki dalgalanmalar ve mevsimsel koşullar gibi faktörlerden gıda sektörü de doğrudan etkilenmektedir (Demir, & Tuncay, 2012).

Mersin coğrafi yapısı bakımından gıda sanayinin gelişmesi açısından oldukça avantajlı konumdadır. Mersin ili subtropikal iklimi ve sulanabilen, geniş, verimli toprağın getirdiği avantaj ile tarım alanında önemli bir konuma gelmiştir. Mersin'in yıllık ortalama sıcaklığı 19 santigrattır. Yıllık yağış alan gün sayısı 72'dir. 280 gün boyunca güneş almaktadır. Mersin İli en fazla yağışı Aralık ve Ocak ayları arasında alır. Mersin'in sahip olduğu bu iklimsel ve coğrafik avantajlar toprağın yapısını zenginleştirmekte ve üretime dolayısıyla gıda sanayine katkı sağlamaktadır. (Güzeloğlu, t.y.).

Tablo III.5. 2011 Mersin Tarımsal Alan Göstergeleri (Hektar)

		Türkiye	Mersin
Tahıllar Ve Diğer Bitkisel Ürünlerin Alanı	Ekilen	15.691.567	238.996
	Nadas	4.017.197	26.095
Sebze Bahçeleri Alanı		809.642	31.048
Toplam İşlenen Tarım Alanı		20.522.626	296.172
Diğer Meyveler, İçecek Ve Baharat Bitkileri Alanı		1.820.098	58.435
Bağ Alanı		472.545	22.026
Zeytinlik Alanı		798.493	36.780
Uzun Ömürlü Bitkiler Toplamı		3.091.136	117.240
Yem Bitkileri Alanı		1.510.344	28.674
TOPLAM		23.613.762	413.412

Kaynak: TÜİK veri tabanından elde edilen verilerle tarafımızdan hazırlanmıştır.

Tablo III.5’de Mersin’de 2011 yılında tahıl alanlarının tamamına yakınının işlendiği görülmektedir. Tablodan hesaplandığı üzere; Mersin ili, Türkiye’nin toplam tahıl ve sebze bahçeleri alanlarının % 3.8’ni kapsamaktadır. Bu oranla Mersin, Türkiye’de bitkisel üretim değerinde 2. sırada yer almaktadır. Canlı hayvan değerinde 24. sırada yer alırken hayvansal ürün değerinde 13. sırada gelmektedir.²³

²³Bkz TÜİK, 2011,42

Mersin ilinde 726.658 ton tahıl ve diğer bitkisel ürünler, 1.693.601 ton sebze üretilmiştir. Mersin sebze üretimini 2005- 2011 yılları arasında % 14 artırmıştır. 2011 yılında 930.738 ton meyve üretimi gerçekleştiren Mersin 2005-2011 yılları arasında üretimini % 31.2 artırmıştır. Bu dönem meyve ve sebze üretimindeki en yüksek pay %25.1 ile domates olmuştur. (TÜİK, 2011)

Mersin ili firma sayıları bakımından % 36 ile gıda sektörü imalat sanayi içerisinde ilk sırada yer almaktadır. Mersin'deki uluslararası sermayeli firmaların sektörel dağılımında ise gıda ürünleri ve içecek imalatı sektöründe 2011 yılında 20 olan firma sayısı korunmuş ve 2012 de 20 firmayla hizmet vermeye devam etmiştir. (MTSO, 2013)

Mersin, firmalarının sanayiye katkısı ve uluslararası bir limana sahip olması, gelişmiş Serbest Bölge faaliyetleri, tarım ve sanayi ürünlerine dayalı ihracatı nedeniyle, önemli illerden biridir.

Mersin'in gıda sanayisi, Mersin imalat sanayi içinde, istihdama ve ekonomiye katkısı açısından oldukça önemli bir alt sektördür. Mersin gıda sanayi firma sayısı imalat sanayi içinde %19'luk pay ile ilk sırada gelmektedir. Ekonomi Bakanlığı tarafından açıklanan verilere göre; 2011 yılının Aralık ayı sonu itibariyle Mersin'de faaliyet gösteren uluslararası sermayeli şirket sayısı 514 iken, 2012 yılının söz konusu döneminde bu rakam 534'dür.

Tablo III.6. Mersin Firmalarının Gıda ve İçecek Ürünlerinin Dış Ticaret Dengesi
(%)

Sektör	İhracat		İthalat	
	2011	2012	2011	2012
Gıda Ürünleri Ve İçecek	11.10	13.87	5.22	4.46

Kaynak : MTSO, 2012 AylıkBülten

2012 yılında, Mersin firmalarının ihracatında bir önceki yıla göre %22 artış yaşanmıştır. 2012 yılı Aralık ayında Mersin firmalarının ithalatı azalarak yaklaşık 50 milyon \$'a gerilemiştir. 2013 yılı Ocak-Şubat döneminde Mersin hinterlandı kapsamında gerçekleştirilen ihracat, önceki yıla göre %8 artarak yaklaşık 1,3 milyar \$'a; ithalat ise %9 artarak yaklaşık 2,3 milyar \$'a yükselmiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranı %58'den %57'ye gerilemiştir. Dış ticaret hacmi ise geçen yıla göre %9 artarak yaklaşık 3,6 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu dönemde Türkiye'de gerçekleştirilen ihracatın %5'i, ithalatın ise %6'sı Mersin'den yapılmıştır. (TÜİK, 2013)

Söz konusu dönemlerde, ihracatın ithalatı karşılama oranındaki azalışlar sektörel bazda incelendiğinde; gıda sanayi ürünleri, kimya sanayi mamulleri ve hububat ürünleri ticaretindeki gerilemenin etkili olduğu gözlenmektedir. Bölgedeki ticaretin ülke grupları bazında dağılımı incelendiğinde; ticaret hacmi içerisinde önemli ağırlığa sahip olan AB ülkelerinin ticaret hacminin artış hızının yavaşladığı, Türki ve İslam ülkelerinin ise yükseldiği görülmektedir.

Tablo III.7. Mersin İli Gıda Sanayi Dış Ticaret Göstergeleri (SITC-rev3) (milyon \$)

Mersin	Toplam ihracat	Toplam ithalat	Gıda İhracatı	Gıda İthalatı	İhracat payı (%)	İthalat payı (%)
2002	319,972,411	163,526,692	194809104	47870563	60,8	29,2
2003	497,254,176	272,829,860	291234539	64010264	58,5	23,4
2004	507,192,452	332,149,676	288451290	49567387	56,8	14,9
2005	620,739,125	406,236,511	367289523	91252981	59,1	22,4
2006	775,076,018	465,610,398	434491521	92937753	56,0	19,9
2007	892,530,140	733,383,126	455871294	174367096	51,0	23,7
2008	1,075,866,617	956,588,710	551846037	344793565	51,2	36,0
2009	1,048,626,371	689,728,534	638411499	253865117	60,8	36,8
2010	1,182,398,544	1,080,384,278	693889932	352410625	58,6	32,6
2011	1,339,367,523	1,236,879,351	760264611	366365310	56,7	29,6

Kaynak: TÜİK veri tabanından elde edilen verilerle tarafımızdan hazırlanmıştır.

Tablo III.7’ de görüldüğü üzere; 2002-2011 yılları arasında Mersin ilinin ihracatı artış gösterirken ithalat hacmi 2009 yılında önemli ölçüde azalmıştır. 2008 yılında, önce gıda krizi daha sonra küresel finansal kriz yaşanmıştır. Bu dönem, yaşanan iklimsel değişimlere bağlı olarak ortaya çıkan kuraklıkla beraber, tarımsal üretim azalmıştır, tarımsal üretimin çıktısını hammadde olarak kullanan gıda sanayi üretimlerinde yaşanan düşüşler, gıdaya olan talebi dolayısıyla da gıda mallarının fiyatlarını artırmış ve 2008 gıda krizine neden olmuştur. 2008 gıda krizi ve finansal krizle beraber, ihracata teşvik ve talep azaltıcı politikalar uygulanmış ve politikalar sonucunda ithalat azalışları yaşanmıştır. 2010 yılından itibaren ithalatta tekrar artış yaşanmıştır. Söz konusu dönemde ithalatın azalması ihracatın görece olarak artması dış ticaret dengesinde fazlaya neden olmuştur. Mersin ilinin gıda ihracatı ilgili dönem de düzenli olarak artış göstermiştir. Ancak toplam ihracattaki

payı 2010 yılından itibaren azalma eğilimine girmiştir. İhracat azalışlarında, gıda sanayi alt sektörlerinde yer alan ürünlerin ihracat payları önemlidir. Tarıma bağlı işleyen gıda sanayinde, tarımsal ürünlerin dönemsel üretim miktarları, gıda sanayi dış ticaret dengesini etkilemektedir. Mersin gıda ithalatı incelendiğinde 2004 ve 2009 yıllarındaki küçük düşüşler dikkate alınmazsa, genel itibariyle önemli ölçüde artmış olduğu söylenebilmektedir. Mersin gıda ithalatının ilin toplam ithalatı içindeki payı 2002-2011 yılları arasında küçük artış azalışlara rağmen genel itibariyle artış eğilimindedir.

Son dönemde yaşanan iklimsel değişimler, gıda sektörünün önemini daha fazla artırmıştır. İnsanların temel ihtiyacı olan gıda ve buna bağlı işleyen gıda sanayi ülkelerin toplum sağlığı ve ekonomileri için oldukça stratejik konumdadır. Ülkelerin, sağlıklı toplum yapısıyla kalkınmaları ve sanayideki gelişmelere bağlı olarak ekonomik açıdan iyi konuma gelebilmeleri için, gıda sanayine yönelik politikalara daha fazla önem vermeleri gerekmektedir. (Gök, 2014).

Türkiye iklim ve coğrafya bakımından tarımsal üretim için çok cazip bir ülkedir. Bu sayede Türkiye gıda sektöründe dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almaktadır. Türkiye'nin hem Avrupa'ya hem de Asya'ya açık olması gıda sektörünün büyümesini ve tüm dünyaya ihracat hacminin artmasını sağlamıştır. Türkiye'nin ihracat artışlarına katkı sağlayan önemli illerden birisi de Mersin'dir. Mersin ili, limanı, iklim ve coğrafik yapısıyla gıda sanayinin ve dış ticaretin gelişmesini sağlamıştır. Mersin ilinin seçilmiş dünya ülkeleri ile olan gıda ticaretinin büyüklüğü tabloda görülmektedir.

Tablo.III.8. AB, Asya ve Yakın ve Ortadoğu Gıda Sanayi İhracatının Dünya Payı (%)

Yıllar	Dünya Payları (%)		
	AB 27	Yakın ve Orta Doğu	Asya
2002	43.74	2,88	16,35
2003	45.42	2,69	15,73
2004	45.82	3,03	15,7
2005	45.40	3,33	16,17
2006	45.06	3,27	16,36
2007	44.41	3,26	16,89
2008	42.90	3,38	17,68
2009	42.23	3,66	17,69
2010	39.99	3,85	19,42
2011	39.26	3,68	20,31
2012	37.86	3,70	20,54

Kaynak: UNCTAD tarafından elde edilen veriler ile hesaplanmıştır.

Tablo III.8. seçilmiş AB, Asya ve Yakın ve Ortadoğu ülkelerinin dünya gıda sanayi ihracatındaki paylarını göstermektedir. Tablodan görüldüğü üzere, 2007 yılına kadar ülkelerin gıda sanayi paylarında, küçük artışlar yaşanmış ancak önemli değişimler olmamıştır. 2007 yılına kadar, AB ülkelerinin gıda ihracat payı, düzenli olarak artış göstermiştir. Bu dönemde Asya ile Yakın ve Ortadoğu ülkelerinin ihracat payına bakıldığında ise oranların oldukça düşük olduğu görülmektedir. Özellikle Yakın ve

Ortadoğu ülkelerinde bu oran daha da düşük kalmıştır. Bu durumun temel nedeni, bu ülkelerde, üretilen gıda mallarının ancak ülke içi ihtiyacı karşılayacak düzeyde olmasıdır.

Tablo III.8'de dikkat çeken nokta 2008'de yaşanan gıda krizi sonrası dönemde AB ülkelerinin ihracat payındaki azalmadır. Kıymaz, (2014)'e göre,2008 yılının ikinci çeyreğinde yaşanan krizle beraber gıda fiyatlarında artışlar yaşanmış ve bu fiyat artışları ihracat fiyatlarına da yansımıştır, özellikle tarım ve hayvancılık ile gıda ürünleri ve içecek sektörü ihracat fiyatları yüksek oranda artışlar göstermiştir. Bu fiyat artışları da enflasyon üzerinde baskı oluşturmuştur. Tarım ve gıda ürünleri fiyatlarındaki artışlar, kısa vadede üreticilerin lehine gibi görünse de, orta ve uzun vadede toplumun tüm kesimlerini etkilemiştir. Genel düzeydeki fiyat yükselmeleri girdi maliyetlerini artırarak üreticinin satın alma gücünü etkilemiş ve bu durum verimliliğin azalmasına neden olmuştur.

Tablo III.8'de dikkat çeken diğer bir nokta ise, 2008 gıda krizi sonrasındaki dönemde AB ülkelerinin azalan gıda ihracat payına karşılık, Asya, Yakın ve Ortadoğu ülkelerinin gıda ihracat paylarındaki artıştır. Delice, & Işık (2007)'ye göre, özellikle 2006 yılından sonra Asya-Pasifik bölgesi ülkelerindeki tempolu büyüme hızları, bu bölgenin üretim merkezi haline gelmesine neden olmuştur. Üretim artışlarıyla beraber düşen üretim maliyetleri ürün fiyatlarının da düşmesini sağlamıştır. Bu durum ithalat için birçok ülkenin Asya'yı Pazar olarak görmesini sağlarken "İthalatta Asyalaşma" olgusu yaygınlık kazanmıştır.

Tablo III.9. Mersin İlinin Seçilmiş Ülkelere Olan Gıda İhracatı Payı (%)

Yıllar	Mersin Payları (%)		
	AB 27	Yakın ve Orta Doğu	Asya
2002	19,12	10,66	5,45
2003	16,69	0,12	5,52
2004	21,23	8,87	5,69
2005	21,14	10,32	7,5
2006	15,71	11,72	6,56
2007	15,59	9,25	5,28
2008	14,27	13,29	6,82
2009	14,59	19,76	8,27
2010	13,41	18,18	7,75
2011	11,64	18,94	8,2

Kaynak: TÜİK tarafından elde edilen veriler ile hesaplanmıştır

Tablo III.9 Mersin ilinin seçilmiş ülkelere olan gıda ihracatının paylarını göstermektedir. Tablodan görüldüğü üzere, özellikle 2008 yılı sonrası AB ülkelerine yapılan ihracatta önemli azalışlar yaşanmıştır. Bu azalışlara rağmen Yakın ve Orta Doğu ülkeleri ile Asya'ya olan ihracat payları da görece olarak artış göstermiştir. Bu durumu ortaya çıkaran temel nedenler tablo III.8 ve III.9'daki temel değişimlerle paralellik göstermektedir. Araştırmanın ele aldığı 2002-2012 yılları arasında ki süreçte, dünya ekonomik konjonktöründe yaşanan dalgalanmalar, Mersin ili gıda sanayini de etkilemiştir. Daha önce de açıklandığı üzere, gıda sanayi ticaret yapısında etkili olan 2001 Orta Doğu krizi, 2007 küresel finans krizi, ardından yaşanan 2008 dünya gıda krizi, iklimsel

değişimlere bağlı olarak yaşanan kuraklıklar ve ihracat yapısının dünya genelindeki seyrinin değişmesi, Mersin ili gıda sanayi yapısı üzerinde de oldukça etkili olmuştur.

Dünya'nın genel ekonomik dengesiyle uyumlu seyir izleyen Mersin gıda dış ticareti yapısı 2003 yılında biraz daha farklılaşma göstermiştir. 2001 yılında etkilerini artırmaya başlayan Orta Doğu Krizi, Mersin dış ticaret yapısını da etkilemiştir. Coğrafi yakınlık açısından uygun pazar konumunda olan Orta Doğu dış ticaret dengesi giderek daha çok açık vermiş ve 2003 yılında en alt seviyesine ulaşmıştır. Irak'ta yaşanan kriz ile beraber ortaya çıkan ambargo uygulamaları, süreç üzerinde negatif etkiyi artırmıştır. Yakın ve Orta Doğu'nun ihracat payındaki azalma görece olarak Asya ülkelerinin olan payını artırıcı etki yapmıştır ve Asya ülkeleri halen büyümekte olan ihracat yapısına kavuşturmuştur.

III.2. Mersin Dış Ticaretinin Yapısı

III.2.1. Mersin Sabit Piyasa Payı Analiz Sonuçları

Mersin ili gıda sanayi ihracatındaki değişimlerin sabit piyasa payı yöntemi ile incelendiği bu çalışmandan elde edilen verilere göre; 2002-2012 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte, dünya ihracatı yılda ortalama %1.8 oranında büyürken, Mersin ihracatı yılda ortalama %3.1 oranında büyümüştür. Bu sonuçlardan açıkça görüldüğü üzere, söz konusu dönemde Mersin ihracatı dünya ortalamasının üstünde bir büyüme oranına sahiptir (Tablo III.10). Mersin ihracatının büyüme oranının dünya ortalaması üstünde kalan kısmı, ihracat artış farkıdır. Bu ihracat artışının nedenleri ise, bu çalışma kapsamında sabit piyasa payı yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, Mersin'in 2002-2012 yılları arasındaki ihracat büyüme oranının, dünya ihracat büyüme oranından daha büyük bir artış sağlamasındaki en önemli unsur, rekabet etkisidir. Yani, Mersin ihracatının dünya piyasa payının artışının nedeni, ihraç edilen malların fiyat avantajından kaynaklanmaktadır. Bu

dönemde mal ve piyasa etkisi negatiftir. Mersin'in ihraç ettiği mallar dünya talebi hızlı artmayan mallardır ve mal etkisi bu dönemde negatif çıkmıştır. Bu durum ise, ihracatı %0.006 oranında azaltmıştır. Piyasa etkisinin negatif çıkmasının nedeni ise, Mersin'in ihracatını söz konusu malların talebinin yavaş arttığı piyasalara gerçekleştirmesidir ve bu durumdan kaynaklı olarak, ihracat artışı %0.009 azalmıştır.

Tablo.III.10. Sabit Piyasa Payı Toplu Sonuçlar (2002-2012)

	2002-2012
Mersin ihracatındaki yüzde değişme	3,185
Dünya ihracatındaki yüzde değişme	1,813
Mal etkisi (%)	-0,006
Piyasa etkisi (%)	-0,009
Rekabet etkisi (%)	1,388

Kaynak: TÜİK tarafından elde edilen veriler ile hesaplanmıştır

Mersin ihracat performansını negatif etkileyen mal etkisinin, hangi ihraç mallarından kaynaklandığı Tablo III.11'de yer almaktadır. Tablo III.11 genel olarak incelendiğinde, söz konusu dönemde mal etkisinin negatif çıkmasına neden olan gıda sanayi alt sektörünün meyve ve sebzeler olduğu görülmektedir. Bu sektör daha öncede belirtildiği gibi iklimsel değişimlerden en çok etkilenen sektördür ve özellikle 2008 yılından sonra ihracat oranı giderek azalmıştır. Ayrıca, bu dönemde diğer tüm sektörler için mal etkisinin negatif olduğu görülmektedir. Bu durum, Mersin ili için ele alınan sektörlerin talebi yavaş artan mallar olduğu ve genel itibariyle Mersin'in ihracat payını azalttığı söylenebilir.

Tablo.III.11.Ürün Bazında Mal Kompozisyonu Etkisi (2002-2012)

Ürün Kodu	Ürün Adı	Mal Kompozisyonu Etkisi
01	Et ve et ürünleri	0,00004
04	Hububat, hububat ürünleri	0,00926
05	Meyve ve sebzeler	-0,07927
09	Çeşitli yenilebilir ürünler	0,00219
12	Tütün ve tütün mamülleri	0

Kaynak: TÜİK tarafından elde edilen veriler ile hesaplanmıştır

Tablo III.11'den görüldüğü üzere Mersin'in gıda sanayi ihracatında, talebi hızlı artmayan mallara yönelmiştir. Bu durum ise, ihracat artışı dünya ortalamasının altında kalan malların ihracatından Mersin'in zarar görmesi anlamına gelmektedir. Çünkü mal etkisinin negatif çıkması, söz konusu sektörlerin dünya ihracat artışının dünya toplam ihracat artışının altında kalmasından kaynaklanmaktadır. Mersin, eğer uzun dönemde ihracatını talebi hızlı artan mallara yönlendiremezse, ihracat artışını sürdürmesi olanaklı değildir. Bununla beraber, mal etkisinin artı olduğu sektörlerin mal etkisi nedeniyle ihracat artışına katkıları çok düşüktür. Bu sektörlerin Mersin'in ihracat artışına asıl katkısı rekabet etkisinden kaynaklıdır. Bu da, Mersin'in piyasalara doğru fiyatla yöneldiği anlamına gelmektedir. Ancak, henüz tam olarak doğru ürünün ihracatı aşamasına gelememiştir.

Tablo.III.12.Ürün Bazında Piyasa Etkisi (2002-2012)

Ürün Kodu	Ürün Adı	Piyasa Payı Etkisi
01	Et ve et ürünleri	-0,687
04	Hububat, hububat ürünleri	-0,259
05	Meyve ve sebzeler	-0,263
09	Çeşitli yenilebilir ürünler	-0,678
12	Tütün ve tütün mamülleri	-0,026

Kaynak: TÜİK tarafından elde edilen veriler ile hesaplanmıştır

Tablo III.12'de piyasa etkisi ürün bazında ayrıntılandırılarak incelenmiştir. Tablo III.12'ye bakıldığında, 2002-2012 döneminde, ele alınan gıda sanayi alt sektörler için piyasa etkisi negatif çıkmıştır. Bu da, Mersin'in ihrac ürünlerini talebinin yavaş arttığı piyasalara yönlendirdiğini göstermektedir. Söz konusu dönemde Mersin'in bu piyasalara gerçekleştirdiği ihracat toplam ihracatının %35'ini oluşturmaktadır. Tablo III.13'de ise ürün ve ülke bazında piyasa etkisi daha detaylı olarak gösterilmektedir.

Tablo.III.13.Ürün ve Ülke Bazında Piyasa Etkisi (2002-2012)

Ürün Kodu	Ürün Adı	AB	Asya	Yakın ve Ortadoğu ülkeleri	Diğer ülkeler
01	Et ve et ürünleri	0	0	0,00765	-0,69495
04	Hububat, hububat ürünleri	-0,00552	0,00040	0,01282	-0,26683
05	Meyve ve sebzeler	-0,06734	0,11375	0,08351	-0,39309
09	Çeşitli yenilebilir ürünler	-0,00001	0,00000	0,00002	-0,67834
12	Tütün ve tütün mamülleri	0,00000	0,00000	0,00000	-0,02658

Kaynak: TÜİK tarafından elde edilen veriler ile hesaplanmıştır

Tablo III.13'e bakıldığında, 2002–2012 döneminde, AB ve diğer ülkeler pazarında Mersin'in ihraç ettiği tüm sektör gruplarında piyasa etkisi negatiftir. Mersin'in bu iki pazara gerçekleştirdiği ihracatın giderek azaldığı, Asya, Yakın ve Ortadoğu pazarlarına doğru ihracatını kaydırıldığı görülmektedir. Asya, Yakın ve Ortadoğu pazarında piyasa etkisi tüm sektörler için pozitifdir. Bu pazarlarda pozitif etkiyi sağlayan en önemli sektör, meyve ve sebzeler olmuştur. Bu sektör mal ve piyasa etkisi açısından negatif iken, ihraç edildiği pazar açısından pozitif etki göstermiştir.

Tablo III.13 ve Tablo III.11 birlikte değerlendirildiğinde, Mersin'in AB pazarına ihracatının giderek azaldığı görülmektedir. AB'ye gerçekleştirilen ihracatın Mersin toplam ihracatı içindeki payı 2002 yılında %20 iken, 2012 yılında bu pay %12'ye gerilemiştir. AB pazarlarında piyasa etkisi ürün bazında meyve sebzeler için negatif olmuştur. Buna karşılık, et ve et ürünleri ile tütün ve tütün mamülleri sektörlerinin piyasa etkisi pozitifdir. Tablo III.13 ve III.10 birlikte değerlendirildiğinde, et ve et ürünlerinin ürün bazında negatif etkisinin AB pazarları için pozitive dönüştüğü söylenebilir. Bu dönemlerde

piyasa etkisinin pozitif olmasını sağlayan pazarlar Tablo III.13’de de görüleceği üzere Asya, Yakın ve Ortadoğu pazarlarıdır. Bu pazarlar içinde de en güçlü katkıyı Mersin Ortadoğu pazarına gerçekleştirdiği ihracatla sağlamıştır. Nitekim Mersin’in Yakın ve Ortadoğu ülkelerine yönelik ihracatının toplam ihracat içindeki payı 2002 yılında %10.6 iken bu pay 2012 yılı itibariyle %18.9’a yükselmiştir. Aynı Şekilde Asya lkelerinin payı da %5.4’ten %8.2’ye çıkmıştır. Bu da Mersin’in AB pazarları yerine Asya, Yakın ve Ortadoğu pazarlarına ihracatını yönlendirmekle doğru bir yol izlediğini göstermektedir.

Çalışmada, 2002-2012 dönemi için Asya, Yakın ve Ortadoğu pazarlarında piyasa etkisinin pozitif çıkmasına neden olan sektörler olarak, sırasıyla meyve ve sebzeler ile hububat ve hububat ürünleri olduğu grlmştir.

SONUÇ

Gıda, insanların yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmeleri için stratejik öneme sahip bir unsurdur. Gıda sanayi, gıdanın işlenmesinde ve ticaretindeki önemi göz önüne alındığında, geliştirilmesi gerekli sektörlerin başında gelmektedir. Hammadde olarak tarımsal ürün kullanan gıda sanayinin gelişimi coğrafik koşullardan etkilenmektedir. Ancak üretim koşulları yanında üretim teknolojisi de önemli bir unsurdur. Bunun için gıda sanayi alt sektörlerinin ticaret payları, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için karşılaştırıldığında, gelişmiş ülkelerin payının gelişmekte olan ülkelere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Özellikle AB ve ABD, gıda sanayi üretimi ve istihdam payında öne çıkan ülkeler olmuştur. Bu durum sanayi sektörünün genelinde olduğu gibi gıda sanayi sektöründe de teknolojik yeniliğin ve verimliliğin önemini ortaya koymuştur.

2002-2011 yılları arasında Türkiye'nin toplam gıda dış ticaret yapısının değerlendirildiği çalışmada, Türkiye'nin, hem ülke içinde hem de dünya ithalatındaki payının sürekli arttığı görülmüştür. Ele alınan dönemdeki ihracat yapısına bakıldığında ise ülke içindeki ihracat payının dünya ihracat payı ile paralel gittiği gözlenmiştir. Ayrıca, gıda sanayinin Türkiye toplam ihracatı ve Dünya gıda ihracatının ithalat paylarının yaklaşık iki katından fazla olduğu da görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, Türkiye'de gıda sanayinin ihracat- ithalat dengesinin pozitif olduğu ve dış ticaret fazlası yaratması açısından ülke için oldukça önemli bir sektör olduğu söylenebilir. Çalışmanın ana konusunu oluşturan Mersin ili gıda sanayi dış ticaretindeki gelişime bakıldığında ise, 2002-2011 yılları arasında Mersin ilinin ihracatında artış yaşanırken, ithalat hacmi 2009 yılında önemli ölçüde azalmıştır. 2009 yılında ortaya çıkan ithalat azalışının bu dönemde yaşanan iklimsel değişimlerle beraber ortaya çıkan kuraklık ve tarımsal üretimdeki azalışlar olduğu söylenebilir. Ayrıca 2008 yılında yaşanan küresel finansal kriz ve gıda krizinde etkili

olduğu görülmüştür. İlin gıda sanayi ithalatı 2010 yılından itibaren tekrar artış göstermiştir. Söz konusu dönemde ithalatın azalması ihracatın görece olarak artması dış ticaret dengesinde fazlaya neden olmuştur. Çalışmada, Mersin gıda ihracat ve ithalatı 2002-2011 yılları arasında genel itibariyle artış eğiliminde olduğu görülmüştür.

Mersin ili coğrafik koşulları ve iklim yapısı bakımından gıda sanayinin gelişiminde oldukça önemli bir konuma gelmektedir. Bu bağlamda Mersin ili dış ticaret performansı gıda sanayi üzerinden sorgulanmıştır. Araştırma yöntemi olarak, literatürde yer alan sabit piyasa payı yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan yöntem gereğince, Mersin ili gıda sanayi ihracat performansı, mal etkisi, piyasa etkisi ve pazar etkisi çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Mersin ili gıda sanayi alt sektörler için yapılan araştırmadan elde edilen genel değerlendirmede, 2002-2012 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte, dünya ihracatı yılda ortalama %1.8 oranında büyürken, Mersin ihracatı yılda ortalama %3.1 oranında büyümüştür. Bu sonuçlardan açıkça görüldüğü üzere, söz konusu dönemde Mersin ihracatı dünya ortalamasının üstünde bir büyüme oranına sahiptir. Mersin ili gıda sanayi ihracatındaki değişimlerin incelendiği bu çalışmadan elde edilen verilere göre, ihracat artışının en önemli nedeni, malların fiyat avantajından kaynaklanmaktadır. Bu dönemde mal etkisi ve piyasa etkisi ise negatiftir. Mersin'in ihraç ettiği mallar dünya talebi hızlı artmayan mallardır ve mal etkisi bu dönemde de negatif çıkmıştır. Bu durum ise, ihracatı %0.006 oranında azaltmıştır. Piyasa etkisinin negatif çıkmasının nedeni ise, Mersin'in ihracatını söz konusu malların talebinin yavaş arttığı piyasalara gerçekleştirmesidir ve bu durumdan kaynaklı olarak, ihracat artışı %0.009 azalmıştır.

Mersin ilinin gıda sanayi ihracat performansını arttırabilmesi ve bu alanda markalaşması için bazı yenilikler ve değişiklikler yapması gerekmektedir. Öncelikle, küçük ölçekli tarımdan, verimli ve karlı büyük ölçekli tarıma geçiş yapılmalıdır. Araziler geçimlik olmaktan çıkıp modern tarıma yönlendirilmelidir. Tarım Bakanlığı bünyesinde yürütülen arazi toplulaştırılması çalışmalarını hızlandırmalı, ürün pazar payının artması için, ürün tanıtımının ve projelerin artması gerekmektedir. Küçük arazi sahiplerinin topluca hareket etmelerini destekleyecek, tek bir işletme gibi hareket etmelerini sağlayacak teşvik politikaları geliştirilmelidir. Son yıllarda kurulması düşünülen Gıda Tekno Park'ın, geleneksel yöntemler yerine çevreci ve teknolojiye dayalı üretim biçimlerine geçiş fikri hayata geçirilmelidir. Tarım Gıda Tekno Park'ı sayesinde verim artarken maliyet azalacaktır. Hazine arazilerinin sayısının belirlenmesi ve bu arazilerin bilinçli üreticilere tahsis edilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra, gıda sanayi dış ticaretine ivme kazandıracak ulaşım yolları geliştirilmeli, bu amaçla ticarete uygun bir havaalanı şehre kazandırılmalıdır. Bu öneriler çerçevesinde, Mersin ilinin tarım ve gıda sanayi alanlarında markalaşmasını sağlayacak politikalar geliştirilmeli, yasalarla şekillendirilmiş programlarla da gelişmenin sürdürülebilirliği sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Albayrak, M., Taşdan, K., Güneş, E., Saner, G., Atış, E., Çukur, F., &Pezikoğlu, F. (2009). Küresel rekabet açısından Türkiye’de tarım ve gıda ürünleri pazarlama sistemlerine bakış: mevcut yapı, sorunlar, fırsatlar, hedefler. *TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi*, 11-15.
- Alçıçek, A., Kılıç, A., Ayhan, V., &Özdoğan, M. (2003). Türkiye’de kaba yem üretimi ve sorunları. 2 Ağustos 2013 tarihinde http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/819fb9034f79627_ek.pdf adresinden alınmıştır.
- Alpkan, L., Ergün, E., Bulut, Ç., & YILMAZ, C. (2005). Şirket girişimciliğinin şirket performansına etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 175-189.
- Amador, J., & Cabral, S. (2009). O comércio internacional de serviços na economia portuguesa. *Boletim Económico do Banco de Portugal*, 229-249.
- Atlı, A., Hayoğlu, İ., Koçak, C., Özer, B., Soyer, A., (t.y.). Gıda sanayiinin hammadde gereksinimi ve yeterliliği, 2 Mart 2013 tarihinde http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/a84a0448b11c176_ek.pdf adresinden alınmıştır.
- Aysu, A. (2009) Piyasa ve küçük köylülük. *Mülkiye Dergi* ,Sayı:262 - Cilt XXXIII
- Aytemiz, S. Türkiye ihracatının sabit piyasa payı yöntemi ile analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi (C.XIII, S II, 2011)*

- Batista, J. C. (2006). Competition between Brazilian and other exporting countries in the US import market: a new extension of constant-market-shares analysis. *Applied Economics*, 40(19), 2477-2487.
- Baykara, B., (1990). Türkiye'nin ihracat performansının sabit piyasa payı analizi-bir deneme. *Hazine ve Dış Ticaret Dergisi*, II(6) , 1.
- Bayraktar, Ş. (2014). *Tarımda Nisan'da ekimler başladı istihdam arttı*. 20 Temmuz 2014 tarihinde <http://Www.Hergunmedya.Com/Haber/--Tarimda-Nisanda-Ekimler-Basladi-Istihdam-Artti/6411/> adresinden alınmıştır.
- Bender, S., & Li, K. W. (2002). *The changing trade and revealed comparative advantages of Asian and Latin American manufacture exports* (No. 843). Center discussion paper//Economic Growth Center.
- BORAN, Ş. (2007). Perakendecilik sektörüne genel bakış. *İzmir Ticaret Odası AR&GE Sektörel Bülten*, Ocak.
- Bulut, M., Eraslan, İ. H., & Barca, M. (2007). Türk Gıda sektörünün uluslar arası rekabetçilik düzeyinin analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1,312.
- Canitez, M., & Yeniçeri, T. İhracat performansı düşük olan KOBİ'ler ile yüksek olan KOBİ'lerin farklılıklarını belirlemeye yönelik bir pilot araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29.
- Carlin, W., Glyn, A., & Van Reenen, J. (2001). Export market performance of OECD countries: an empirical examination of the role of cost competitiveness. *The Economic Journal*, 111(468), 128-162.

- Cengiz, E., & Özden, B. (2009). Perakendecilikte büyük alışveriş merkezleri ve tüketicilerin büyük alışveriş merkezleri ile ilgili tutumlarını tespit etmeye yönelik bir araştırma. *Ege Academic Review*, 2(1), 64-77.
- Chien, C. L., & Lee, Y. J. A. (2010). Study of Taiwan's export competitiveness based on the CMS model.
- Delice, G., & Işık, N., (2007). IV. Uluslar arası sivil toplum kuruluşları kongresi . (Ed) Akdemir, A. , Bilgiç, B. S, Yavaş, Görün, M., Benli, H., & Çolakoğlu, A., *Küresel yoksulluk. IV, Küresel yoksulluğun azaltılmasında bretton Woods kurumlarının rolü: orta asya ülkeleri üzerine bir inceleme* (167), Çanakkale: Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
- Demir, M., & Tuncay, M. (2012). Türk gıda sektörünün faaliyet ve kârlılık oranları açısından analizi: imkb gıda sektöründe işlem gören işletmeler üzerinde bir araştırma... *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 17(2).
- Duyar, Z., (2013). Organik tarım büyüyor, kayıtdışı istihdam azalıyor. Erişim tarihi: 05 Mayıs 2014 tarihinde <http://www.haberler.com/organik-tarim-buyuyor-kayitdisi-istihdam-azaliyor-5451362-haberi/> adresinden alınmıştır.
- Erdoğan, S. (2006). Türkiye'nin ihracat yapısındaki değişme ve büyüme ilişkisi: koentegrasyon ve nedensellik testi uygulaması. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*, 10(9), 30-39.
- Erdönmez, P. A. (2003). Türkiye'de 2001 yılındaki mali kriz sonrasında kurumsal sektörde yeniden yapılandırma. *Bankacılar Dergisi*, 47, 38-55.

- Eren, A. (2012). *Türkiye ekonomisi*. Ekin Kitabevi.
- Erkan, B. (2012). Ülkelerin karşılaştırmalı ihracat performanslarının açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarıyla belirlenmesi: Türkiye-Suriye örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(15), 195-218.
- Erlat, G., & Erlat, H., (2004). Türkiye'nin Ortadoğu ülkeleri ile olan ticareti, 1990-2002, içinde GAP bölgesinde dış ticaret ve tarım, (Ed). Uygur, E., Cıvırcı, İ., Türkiye Ekonomi Kurumu, Ankara, 2004, s. 33.
- Erol, R. (2006). Gıda ürünlerinin dış ticaret yapısının incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi. Edirne.
- Ersungur, M., & Yalman, İ. N. (2009). Bölgesel kalkınmada ihracat teşviklerinin etkinliği: Sivas ilinde bir uygulama.
- Fagerberg, J., & Sollie, G. (1985). *The method of constant-market-shares analysis revisited*. central bureau of statistics.
- Faktör Donatım Teorisi*(t.y.). 12 Mart 2013 tarihinde <http://Www.Slideshare.Net/Metreham/Bolum-3-15744476> adresinden alınmıştır.
- Finicelli, A., Sbracia, M., & Zaghini, A. (2009). A disaggregated analysis of the export performance of some industrialan demergingcountries. *International Economicsand EconomicPolicy*, 8(1), 93-113.
- Foresti, G. (2004). *An attempt to explain the Italian export market share dynamics during the nineties*. Centrostudi Confindustria.

- Genç, Ö. (2011). Gıda ürünleri içecek ve imalat. 12 Nisan 2012 tarihinde <http://Www.Kalkinma.Com.Tr/Data/File/Raporlar/Es/Ga/2012-Ga/Esamkitap/Pdf/Gida.Pdf> adresinden alınmıştır.
- Gök, S (2014). Gıda üretim analizi. 02 Mart 2014 Tarihinde <http://www.sedagok.com/?p=115> adresinden alınmıştır.
- Gökalp, H., Y. (2001). *Avrupa birliği kalite ve sağlık standartlarının Türk gıda sanayi sektörü üzerine rekabet gücü*. TC Tarım ve Köyşleri Bakanlığı Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü.
- Günaydın, G. (2006). Türkiye’de tarım sektörü. *Tarım Ve Mühendislik Dergisi*, 76 (77), 12-27.
- Güneş, E. (2014). Gıda sanayi ve açlık sorunsalı. *Dünya gıda dergisi*, 2014 (05). Erişim tarihi: 6 Ağustos 2014 tarihinde <http://www.dunyagida.com.tr/yazar.php?id=21&nid=3156> adresinden alınmıştır.
- Gürlük, S., & Turan, Ö, (2008). Dünya gıda krizi: nedenleri ve etkileri. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22 (1), 63-74.
- Gürsel, S., & Soybilgen, B., (2011). İhracat pazarlarımız ve ihracat performansımız, Çok taraflı ilişkiler ve avrupa birliği’ nin geleceği konferansı
- Güzeloğlu, H.B., (t.y.). Mersin il tanıtımı, *Siyaset Dergisi*, 25 Haziran Tarihinde <http://www.siyasetdergisi.com.tr/II/Tanitim/Mersin/8> adresinden alınmıştır.

Hanilçi, R. (2006). Malatya şehrinde gıda sanayi. Yayımlanmış yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.

Hatunoğlu, E. E., & Eldeniz, F. (2012). 2000 Yılı sonrası Türk tarım sektöründe yapısal dönüşüm politikaları. *Sayıştay Dergisi*, 27.

http://issuu.com/mersintso/docs/ekonomik_rapor_2013?e=4708774/8200171 adresinden alınmıştır.

http://issuu.com/mersintso/docs/mtso_ekonomik_rapor_2012?e=4708774/3236398 adresinden alınmıştır.

<http://Www.Rekabet.Gov.Tr/File/?Path=Root%2fdocuments%2fsekt%25c3%25b6r%2bra%2fsektorrapor5.Pdf> adresinden alınmıştır.

İşleker, A., (2010). İhracatı teşvik politikalarının adana ili üzerinde etkinliği. Yayımlanmış yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi. Adana

Juswanto, W., & Mulyanti, P. (2003). indonesia's manufactured exports: a constant market shares analysis. *Jurnal Keuangan dan Moneter*, 6(2), 97-106.

Karagöz, M. & Gövdere, B. (2009). Türkiyenin ihracatının mekansal yayılımının analizi: lorenz eğrisi yaklaşımı, 8 Şubat 2013 tarihinde

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:7XUE6JedhzQJ:www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2004/Sayi1/157-169.pdf+&cd=1&hl=tr&ct=clnk&gl=tr> adresinden alınmıştır

- Kılıç, A., (2013). Türkiye’de pamuğun uluslararası rekabet analizi ve rekabet koşullarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi, Yayınlanmış doktora tezi, Çukurova Üniversitesi. Adana
- Kıymaz, T. (2014). Gıda fiyatlarındaki gelişmeler ve düşündürdükleri. *Dünya gıda dergisi*, 2014 (05). Erişim tarihi: 3 Ağustos 2014 tarihinde <http://www.dunyagida.com.tr/haber.php?nid=2321> adresinden alınmıştır.
- Kösekahyaoglu, L., & Özdamar, G. (2005). Türkiye, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya ve Estonya’nın sektörel rekabet gücü ve dış ticaret yapısı üzerine karşılaştırmalı bir analiz. *Sosyoekonomi sosyoekonomi*, 73.
- Küçükkiremitçi, O., Karaca, M. E., & Eşiyok, B. A. (2010). Türkiye’nin ihracatında öne çıkan sektörlerde temel pazar ülkeler, rakipler ve rekabet gücü. *Türkiye Kalkınma Bankası, Şubat*.
- Lall, S. (2000). The Technological structure and performance of developing country manufactured exports, 1985-98. *Oxford development studies*, 28(3), 337-369.
- Leamer, E. E., & Stern, R. M. (1970). *Quantitative international economics*. Transaction Publishers.
- Meçik, O., & Afşar, M. (2014). Türkiye ekonomisinde yapısal dönüşümler ve işgücü piyasasındaki gelişmeler. *Optimum Ekonomi Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(2), 1-23
- Mersin Ticaret ve Sanayi Odası. (2012). Ekonomik rapor 2012. Erişim tarihi: 15 Haziran 2013 tarihinde

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası. (2013). Ekonomik rapor 2013. Erişim tarihi: 19 Mayıs 2014 tarihinde

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası. (2014). Aylık göstergeler 2014. Erişim tarihi: 5 Haziran 2014 tarihinde

<https://drive.google.com/file/d/0B8593wt7N2prNWVmaVIHZTNKUTg/edit>

adresinden alınmıştır.

Othman, S., & Abdul Rashid, Z. (1993). Constant market share analysis of the ASEAN timbertrade. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 1(1), 71-80.

Perçin, S. (2005). İhracat performansını etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve firmaların ihracat performans ölçülerine göre sınıflandırılmasındaki rolü: İSO 1000 sanayi firmaları uygulaması. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 139-155.

Rekabet Kurumu. (2010). *Türkiye kırmızı etsektörü ve rekabet politikası*. 11 Aralık tarihinde

Sousa, C. M. (2004). Export performance measurement: an evaluation of the empirical research in the literature. *Academy of Marketing Science Review*, 9(12), 1-23.

Şengül, H. (2005). Tarıma dayalı sanayi. Yavuz, F. (Ed). *Türkiye’de tarım* (ss.205-219) Tarım Ve Köy işleri Bakanlığı: Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

Şentürk, C. (2007). *Dış ticaret-büyüme ilişkisi üzerine bir inceleme: Türkiye ve gelişmekte olan ülkelerde ihracata dayalı büyüme hipotezinin testi* (Doctoral dissertation, Sosyal Bilimler).

T.C Ekonomi Bakanlığı, (t.y). Yatırım teşvik belgesi kapsamında devlet destekleri adım adım uygulama rehberi. 3 Şubat 2013 tarihinde <http://Www.Ekonomi.Gov.Tr/Upload/39eb203b-Fa08-7a38-C09d2edb73ef1e25/Tesvikuygulamarehberi.Pdf> adresinden alınmıştır.

T.C Şeker Kurumu, (2011). Şeker kurumu uygulamaları hakkında bir gazetede yer alan haberle ilgili basın açıklaması basın bülteni. 8 Haziran 2014 <http://Www.Sekerkurumu.Gov.Tr/Duyuruhaberdetay.aspx?Id=178> adresinden alınmıştır.

T.C. Gıda Tarım Ve Hayvancılık Bakanlığı. (2013). *T.C. gıda tarım ve hayvancılık bakanlığı ile işbirliği olan küresel ve bölgesel uluslararası kuruluşlar*. 8 Temmuz 2013 tarihinde <http://www.tarim.gov.tr/ABDGM/Belgeler/Uluslararası%20Kurulu%C5%9Flar/T.C%20GIDA%20TARIM%20VE%20HAYVANCILIK%20BAKANLI%C4%9EI%20%C4%B0LE%20%C4%B0%C5%9EB%20RL%C4%B0%C4%9E%20OLAN%20K%C3%9CRESEL%20VE%20LGESSEL%20ULUSLARARASI%20KURULU%C5%9ELAR.pdf> adresinden alınmıştır.

T.C.Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı.(2006)*Dokuzuncu kalkınma planı (2007-2013) Gıda Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara .

T.C.Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı.(2007)*Dokuzuncu kalkınma planı (2007-2013) Gıda Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara.

- Tarım ve Köyişleri Bakanlığı. (2001). *Avrupa birliği kalite ve sağlık standartlarının Türk gıda sanayi sektörü rekabet gücü üzerine etkisi*. 5 Kasım 2011 tarihinde <http://www.tepge.gov.tr/dosyalar/yayinlar/babdb241f71c4112afe30d3119af296d.pdf> adresinden elde edilmiştir.
- Tatarer, Ö. (2004). *the export performance of the turkish manufacturing industrieswith respectto selected countries* (Doctoral dissertation, Middle East Technical University).
- Temiz, D. (2002). *Turkey's agricultural exports (1989-1998): constant market share analysis* (Doctoral dissertation).
- Togan, S. (1991). *1980'li yıllarda Türk dış ticaret rejimi ve dış ticaretin liberizasyonu*. Türk Eximbank.
- Torlak, Ö., Kula, V., & Özdemir, Ş. (2007). Türk işletmelerinin ihracat performansı belirleyicileri. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 1-12.
- Turhan, Ş. (2004). Türk gıda sanayinde rekabet gücü analizi. Yayımlanmış doktora tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Türk Gıda Ve İçecek Sanayi. (2012). *2012 Türk gıda ve içecek sanayi envanteri*. 15 Mayıs 2012 tarihinde Http://Www.Tgdf.Org.Tr/Tgdf_Pdfler/2012_Envanteri_Son.Pdf adresinden alınmıştır.

Türk Gıda Ve İçecek Sanayi. (2011). *2011 Türk gıda ve içecek sanayi envanteri*. 9

Haziran 2012 tarihinde

[Http://Www.Tgdf.Org.Tr/Turkce/Resimler/Yayinlar2011/2011_Envanteri.Pdf](http://Www.Tgdf.Org.Tr/Turkce/Resimler/Yayinlar2011/2011_Envanteri.Pdf)

adresinden alınmıştır.

Türkiye İhracatının Gelişimi(t.y). 8 Ağustos 2012 tarihinde

<http://Lojistikokulu.Blogspot.Com.Tr/2012/08/Turkiye-Ihracatinin->

[Gelisimi.Html](http://Lojistikokulu.Blogspot.Com.Tr/2012/08/Turkiye-Ihracatinin-Gelisimi.Html) adresinden alınmıştır

Türkiye İhracatının Gelişimi, (2012). 18 Mart 2013 tarihinde

<http://lojistikokulu.blogspot.com.tr/2012/08/turkiye-ihracatinin-gelisimi.html>

adresinden temin edilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2012). *Türkiye istatistik yllığı*. Ankara: Türkiye İstatistik

Kurumu Matbaası

Türkiye’de meyve ve sebze işleme sanayinde seçilmiş ürünlerin Avrupa Birliği pazarındaki

rekabet gücü ve rekabet gücünün belirleyicileri (t.y.). 6 Haziran 2014 tarihinde

<http://www.tepge.gov.tr/Dosyalar/Yayinlar/18bd833705bb4e2a867ea9952a217>

[e65.pdf](http://www.tepge.gov.tr/Dosyalar/Yayinlar/18bd833705bb4e2a867ea9952a217) adresinden alınmıştır.

Tyszynki, H., (1951). World trade in manufactured commodities, 1899-1950. The

Manchester school, 19 Eylül 1951. 272-304

Usta, S., (2009). Türkiye’nin sabit pazar payı analizine göre AB pazarındaki ihracat

performansı. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Ege üniversitesi. İzmir.

- Utkulu, U. & İmer, H. (2008) Türk tekstil ve konfeksiyon sektörünün Avrupa Birliği tekstil ve konfeksiyon sektörü karşısındaki rekabet gücünün alt sektörler düzeyinde ölçülmesi, *Rekabet Dergisi*, 36, 3.
- Uyanık, M. (2011). *Küresel ekonomik krizin tokat ili merkez ilçedeki gıda sanayii işletmeleri üzerindeki etkileri*. Yayımlanmış yüksek lisans tezi, Gazi Osman Paşa Üniversitesi, Tokat.
- Varlık, M. B., (t.y). 1930-1940 Yılları arasında Türkiye'de tarımsal kooperatifler üzerine bir deneme. Erişim tarihi: 6 Ağustos 2014 tarihinde http://ekonomikyaklasim.org/pdfs2/EYD_V01_N03_A05.pdf adresinden alınmıştır.
- Yağmur, C., & Güneş, E. (2010). Dengeli beslenme açısından Türkiye’de gıda üretimi ve tüketiminin irdelenmesi. *TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Ziraat Mühendisliği Vii. Teknik Kongresi, Bildiriler Kitabı Cilt 2*, 1139-1159.
- Yaşarlar, Y. (2011). Ab ortak tarım politikasına uyum sürecinde Türkiye’de uygulanan tarım politikalarının ekonomiye etkisi. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi. İstanbul.
- Yavuz, F. (2005). Türkiye’de tarım. *Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Yayınları, Ankara*.
- Yentürk, N., (1991). Teknoloji yoğun mallaraçısından Türk sanayiinin rekabet gücü, gelişme stratejileri ve politika önerileri. 30 Aralık tarihinde <http://arsiv.mmo.org.tr/pdf/10685.pdf> adresinden alınmıştır.