

**TARIM ÜRÜNLERİNİN ULUSLARARASI REKABETİNİN ÖLÇÜLMESİ: DOMATES
SALÇASI ÖRNEĞİ**

Arş. Gör. Berna TÜRKEKUL*

Doç. Dr. Canan ABAY*

1. GİRİŞ

Uluslararası düzeydeki mal ticareti, özellikle son otuz yıldır mal üretimine kıyasla çok daha hızlı artmıştır. Buna paralel olarak, mal ticaretinin yanısıra hizmet ve sermaye hareketlerinin ticaretini de dünya ölçeğinde serbestleştirme çabaları ve dünya ekonomisindeki küreselleşme; dışarıya açılmakta olan gelişen ekonomilerin firma ve sektörlerin, iç ve dış piyasalardaki rakipleriyle ürün fiyatı ve kalitesi açısından eskiden olduğundan çok daha yoğun bir rekabete girişmelerine yol açmaktadır (Kibritçioğlu, 1996). Bu nedenle, **Uluslararası Rekabet Gücü (URG)** genellikle firma, sektör veya ülke düzeyinde ele alınmaktadır. Balassa, Hirsh, Orłowski, Francis ve Krugman gibi iktisatçılar URG'nü tanımlamışlardır. Bir firma için URG, rakip yerli ve yabancı firmalara kıyasla ürün fiyatı, ürün kalitesi ve fiyat dışı unsurlar açısından gelecekte aynı durumda veya diğer firmalardan daha üstün olması anlamına gelmektedir.

Firma veya sektör düzeyinde; fiyatla ilgili ve rakamsal olarak ölçümü zor hatta olanaksız olmakla birlikte fiyat dışı rekabet unsurlarının herbirine dayalı olarak pekçok uluslararası rekabet gücü göstergesi önerilmektedir. Örneğin, fiyatta rekabet gücünü ölçebilmek için yerli ve yabancı sektörlere ait uygun fiyat endekslerinin ve döviz kurlarının kullanımıyla bir tür görelî fiyat endeksi oluşturulmaktadır. Böylece, beş ya da on yıllık bir dönem için hesaplanacak bu görelî fiyat göstergesi; o yerli firma ya da sektörün URG'nün, önceden açık bir biçimde tanımlanmış bir piyasadaki, yine iyi tanımlanmış rakipleri karşısında ve belirtilen dönem içinde ne yönde geliştiğini göstermektedir (Kibritçioğlu, 1996).

Dünya işlenmiş domates piyasası, ham domates piyasasına göre daha rekabetçi bir piyasadır. Alıcı ve satıcı sayısının görelî olarak daha fazla olması, bu rekabetçiliğin başlıca nedenidir. Bu rekabetçilik de piyasada fiyatların düşmesine yol açan bir diğer etmendir. Dünya genelinde ham domates fiyatları belirli bir dengede seyretmesine karşın, sanayinin başlıca ürünlerinden salçanın fiyatı, ham domates fiyatlarına göre oldukça kararsız seyretmektedir.

Böyle bir rekabet ortamında domates salçası için Türkiye'nin rekabet edebilme şansının ve mukayeseli üstünlüğünün ortaya konulması önemli görülmektedir. Bu nedenle bu çalışmada aynı bölgede yer alan ülkelere göre Türkiye'nin domates salçasındaki uluslararası rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, devlet müdahalelerinin azalması ve ticaretin serbestleşmesi sonucunda domates salçasında uluslararası rekabet gücündeki değişim analiz edilmiştir.

Türkiye'de taze üretimin sanayiide değerlendirilmesinde öncü olan sektör, aynı zamanda işlenmiş meyve ve sebze dışsattım lokomotifini konumunda olup, dışsattımda en büyük payı almaktadır. Nitekim, Türkiye'nin tarıma dayalı sanayi ürünleri dışsattımından elde ettiği gelirin 1999 yılı itibariyle % 4.8'i domates salçası dışsattımından elde edilmiştir (DPT, 2000). Ayrıca, domates ürünleri içinde salça dışsattımının payı % 87

* E.Ü. Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Bornova, İZMİR.

düzeylerinde olup, bu miktarın % 75'ini kuru madde oranı % 12-30 olan salçalar (domates suyu ve soslar da dahil), % 25'ini de kuru madde oranı % 30'un üzerindeki salçalar oluşturmaktadır (İGEME, 2000). Bunun yanında Türkiye domates salçası üretiminde % 12.26'lık pay, dışsatımında % 15.78'lik pay almaktadır (FAO, internet kayıtları). Dünya üretiminin % 79.43'ünü ABD, İtalya, Türkiye ve Yunanistan gerçekleştirmektedir (Tomato News, 2000). Dünya domates salçası dışsatımında en aktif ülke olan İtalya'yı, Türkiye ve Yunanistan takip etmektedir. Dışsatım açısından en önemli konumdaki bu üç ülkenin toplam dışsatım payı 1997 yılı itibariyle % 50.31 düzeyindedir (FAO, internet kayıtları).

Görüldüğü gibi, AB ve ABD işlenmiş domates ürünlerinin arz ve talep piyasasında belirleyici konumdadırlar. Bu iki büyük güç dışında dünya işlenmiş domates ürünleri piyasasının arz cephesinde irili ufaklı birçok ülke yer almakta, bir kısmı da kendine yer açmaya çalışmaktadır (İGEME, 2000).

2. YÖNTEM

Uluslararası Rekabet Gücü, eğer karşılaştırmalı üstünlükler kavramına göre ele alınırsa, ya Ricardo'ya göre dış ticaretin sebebi olarak uluslararası teknoloji farklılıklarını gösteren bir yaklaşımla ya da URG'nin ölçümünde sık kullanılan Balassa endeksiyle (**açıklanmış karşılaştırmalı avantajlar, RCA**) hesaplanmaktadır (Leishman, Menkhaus, Whipple, 1999). Balassa'ya göre RCA kavramı, bir mal için her bir ülkenin ilgili mala ait ticaret performansını açıklamaktadır. Ticaretin yapısı hem fiyat dışı faktörler hem de ilgili malın maliyetlerindeki farklılıklarını yansıtır varsayımına dayalı olarak ticarete konu olan ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüklerini açıkladığı kabul edilmektedir. Üretim veya dışsatım teşvikleri olmadığı takdirde, belirli bir üründe bir ülkenin ilgili üründeki ticaret performansı ne kadar güçlü ise bu ürünün üretiminde karşılaştırmalı üstünlüğü büyük olmaktadır. Bu koşulun olasılığı ticaretin serbestleşmesinde görülen son gelişmelerle daha da güçlenmiştir (Leishman, Menkhaus, Whipple, 1999).

Balassa ve diğerleri üretim, tüketim, dışalım ve dışsatım verilerini çeşitli ticaret performans göstergelerini hesaplamak için kullanmışlardır. Bu göstergeler arasındaki küçük farklılıklar bir göstergeyi diğerine tercih etme nedeni olmaktadır. Dışsatıma dayalı RCA endeksi, Birleşmiş Milletler (BM) Gıda ve Tarım Örgütü'nün (FAO) istatistiksel verilerine en uygun olduğundan dolayı tercih edilmektedir. Dışsatıma dayalı RCA endeksi, bir ülkenin bir ürünün dışsatımındaki payının o ülkenin tarım ürünleri dışsatımındaki payına bölünmesiyle bulunmaktadır.

$$RCA_{ijt} = \left(\frac{X_{ijt}}{X_{iwt}} / \frac{\sum X_{ajt}}{\sum X_{awt}} \right) * 100$$

RCA_{ijt} : t yılında j ülkesinde i ürünü için Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi Değeri

X_{ijt} : t yılında j ülkesinde i ürününün dışsatım değeri

X_{iwt} : t yılında i ürününün toplam dünya dışsatım değeri

$\sum X_{ajt}$: t yılında j ülkesinin tarımsal toplam dışsatım değeri

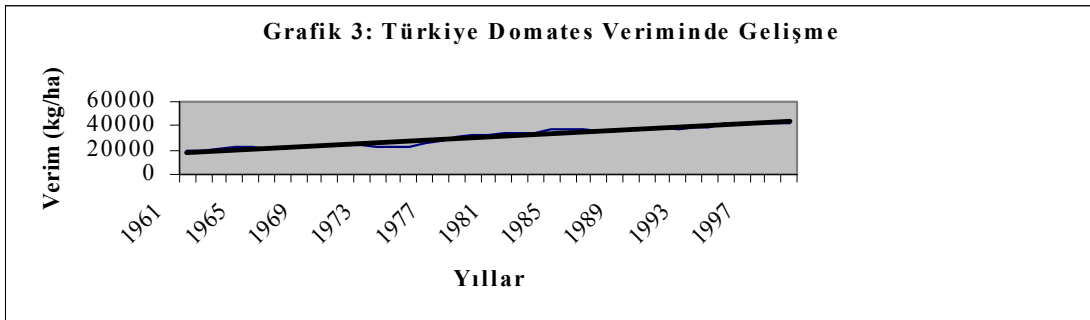
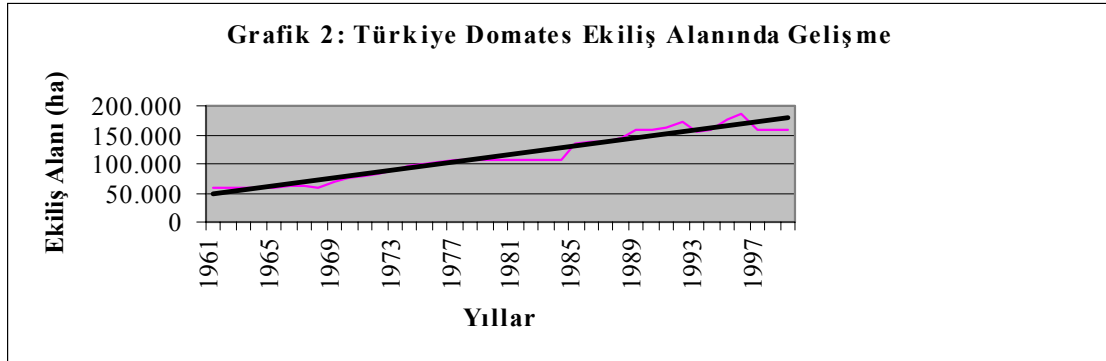
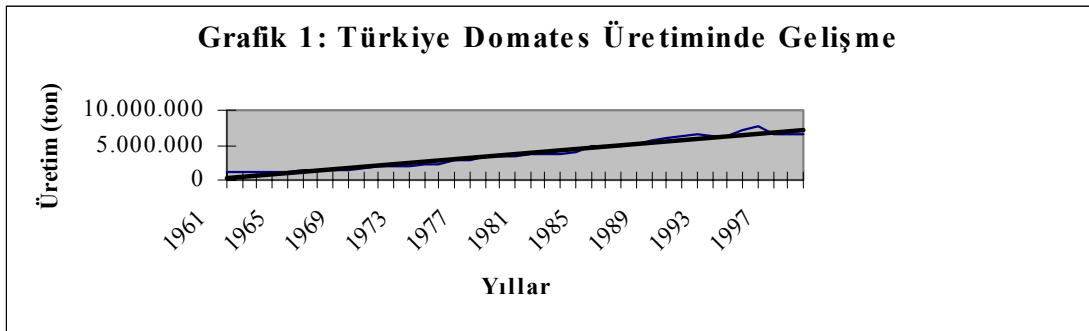
$\sum X_{awt}$: t yılında dünya tarımsal toplam dışsatım değeri

Bu çalışmada domates salçası RCA endeks değerleri Türkiye, İspanya, Portekiz, İtalya, Yunanistan, ABD, Tunus, İsrail, Fransa ve Meksika için 1961- 1998 dönemi itibariyle FAO dış ticaret istatistiklerinden elde edilen verilerle hesaplanmıştır. Bu ülkeler domates salçası dışsattımındaki paylarının önemli olması ve 1998 yılı itibariyle dünya domates salçası dışsattımının % 77.59'unun bu ülkeler tarafından gerçekleştirilmesi nedeniyle seçilmiştir. F testi, t testi ve korelasyon katsayıları, on dışsattımcı ülke arasındaki URG'nün göstergesi olarak kabul edilen RCA endeksleri arasındaki farklılık ve benzerlikleri belirlemek için kullanılmıştır.

3. TÜRKİYE'DE DOMATES SALÇASI ve DOMATES ÜRETİMİ VE DIŞ TİCARETİ

3.1. Türkiye'de Domates Üretimi

Türkiye'nin iklim ve toprak koşullarının domates yetiştiriciliğine uygunluğu, ülkenin hemen hemen her yerinde domates üretimini olanaklı kılmaktadır. Ülkede tüm illerde farklı miktarlarda domates üretimi yapılmaktadır.



Dünya domates üretiminde Çin ve ABD'den sonra üçüncü sırada yer alan Türkiye'nin 1961-1999 dönemi itibariyle üretimi incelendiğinde, dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir (Grafik 1). 1961 yılında 1,120,000 ton

olan üretim, 1999 yılında % 589 artarak 6,600,000 ton olmuştur. Doğrusal bir artış eğilimi gösteren domates üretiminin trend çizgisi, üretimdeki yıllık artış miktarının 181,256 ton olduğunu göstermektedir.

Ekiliş alanı 1961 yılında 57,000 ha iken 1999 yılında % 277 artarak 158,000 ha'a ulaşmıştır. Yıllık ekiliş alanı artış ortalaması 3,449.12 ha olmuştur (Grafik 2).

Verim ise doğrusal bir gelişme eğilimi görülmektedir. 1961 yılında 19,649 kg/ha olan verim 1999 yılında % 213 artarak 41,772 kg/ha 'a ulaşmıştır (Grafik 3).

Buna göre, Türkiye domates üretim alanındaki artış, verimdeki artıştan daha yüksek olmuş, sonuçta üretim, her iki göstergedeki artış oranından oldukça yüksek bir oranda artış göstermiştir.

3.2. Türkiye'de Sanayii Domatesi Üretimi

Türkiye'de hemen hemen her yörede üretimi yapılan ve giderek üretimi artan domates ağırlıklı olarak taze tüketilmektedir. İşleme sanayiine yönelik üretim, dünyadaki diğer üretici ülkelere kıyasla daha düşük oranlarda gerçekleşmektedir. Tablo 1'den de görüldüğü gibi, Türkiye'nin ABD, İtalya ve diğer birçok üretici ülkeye göre sanayi domatesi üretimine yöneliminin daha düşük olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu oran ABD'de % 85.73, İtalya'da % 74.37 iken, Türkiye'de % 27.12'dir. Meksika ve Çin dışında bu düzeylerde sanayii kullanım oranına sahip ülke bulunmamaktadır. Bu oranın yüksek olduğu ülkeler incelendiğinde, ülkenin gelişmişliği ile domates tüketim şekli arasında kuvvetli bağların mevcut olduğu sonucu çıkarılabilmektedir (Türkay, 1997).

Ülkelerin sanayi domatesi üretimindeki payları incelendiğinde ele alınan dönemde dünya sanayi domatesi üretimindeki payını artıran ülkeler İspanya, Cezayir, Tunus ve Meksika'dır. Yunanistan, Ürdün, ABD ve Kanada'nın payları ise azalmıştır. Özellikle ABD, 1997 üretim döneminde dünya üretimine % 40.04 düzeyinde bir katkı sağlarken, 1999 döneminde üretim payı % 39.33'e düşmüştür. % 17 civarında üretim payı ile İtalya'nın ABD'den sonra ikinci önemli ülke olduğu görülmektedir. Dünya sanayi domatesi üretiminde üçüncü olan Türkiye'nin ise 1997 dönemindeki payı % 5.07 iken 1998 döneminde % 7.29'a çıkmış, 1999 yılında tekrar % 5.91'e gerilemiştir.

Tablo 1 : Sanayi Domatesi Üretimi Yoğunlaşma Oranları

Ülkeler	1997			1998		
	Sanayii Domatesi	Taze Domates	%	Sanayii Domatesi	Taze Domates	%
ABD	9045000	10514000	90.99	8522000	9940800	85.73
İtalya	3665000	5574497	51.69	4352000	5851736	74.37
Türkiye	1145000	6600000	17.35	1790000	6600000	27.12
Yunanistan	1183000	2013279	58.76	1248000	2085110	59.85
Brezilya	1096000	2640764	41.50	1017000	2754670	36.92
İspanya	990000	3360207	29.46	1182000	3560400	33.20
Şili	600000	1121000	53.52	867000	1205200	71.94
Portekiz	722000	941017	76.73	988000	1243918	79.43
Fransa	286000	805000	35.53	328000	883350	37.13
İsrail	185000	285900	64.71	270000	493100	54.76
Meksika	250000	2320592	10.77	290000	2251909	12.88
Çin	480000	16368818	2.93	780000	16368818	4.77

Kaynak: FAO, internet kayıtları.

<http://www.tomato-news.com/tableauf.htm>

3.3. Türkiye'de Domates Salçası Üretimi ve Dışsatımı

Türkiye evlerde yapılan salçanın tüketim yoğunluğu ve domatesin taze tüketiminin yaygınlığı nedeniyle iç piyasadan çok dış piyasalar için üretime yönelmiştir. Bazı yıllarda Yunanistan'dan sonra üçüncü sıraya

yerleşmekle beraber, salça dışsatımında İtalya'dan sonra ikinci sırada yer alan bir ülke konumundadır. Bu açıdan bakıldığında Türkiye, dünya işlenmiş domates ürünleri piyasasında salça bazında önem taşıyan bir ülke olup piyasa dinamiklerine etkisi de bu ürün için söz konusudur (Arıkbay, 1997). Ayrıca, Türkiye sahip olduğu yıllık 375.000 tonluk domates salçası kapasitesiyle 4000.000 ton kapasiteye sahip İtalya'dan sonra Avrupa'da ikinci sırada, dünyada ise üçüncü sırada bulunmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin domates salçası üretimi ele alındığında, dalgalanmalar görülmekle beraber genel olarak artış eğilimindedir (Tablo 2).

Tablo 2: Türkiye'nin Domates Salçası Üretimi (000 ton)

Yıllar	Üretim
1992	225
1993	150
1994	190
1995	220
1996	228
1997	205
1998	290
1999	296
2000	335*

* tahmin

Kaynak: <http://www.igeme.org.tr/tur/foylar/tarim/domates1.htm>.

DPT, Ekonomik ve Sosyal Sektörlerde Gelişmeler, Ankara, 2000, s. 62.

Dünya domates salçası üretiminde ABD'den sonra en büyük payları İtalya, Türkiye ve Yunanistan almaktadır. ABD dahil edilmeden domates salçası üretimi 1999 yılında 1.5 milyon ton'a ulaşmıştır. Ele alınan dönemde AB'nin üretimi azalmıştır. Buna karşın toplam üretimin % 60'ı AB ülkeleri tarafından sağlanmaktadır.

ABD'nin üretimdeki payı yüksek olmasına karşın dışsatımdaki paylar dikkate alındığında ABD'nin payının çok küçük kaldığı, dışsatım açısından belirleyiciliğin İtalya'ya kaydığı ortaya çıkmaktadır. Dünya domates salçası dışsatımında en aktif ülke olan İtalya'yı, Yunanistan ve Türkiye izlemektedir. Portekiz de dışsatımda aktif diğer bir ülkedir. ABD'nin payının % 6.81'e yükselmesi ve bu ülkenin üretim açısından belirleyicilik konumunu dışsatıma doğru yönlendirmesi, piyasa dinamikleri açısından önem taşıyan bir gelişmedir.

Dışalımda ise İngiltere'nin payı azalmasına karşın hâlâ önemini koruyan bir dışalımçı ülkedir. Yine önemli bir diğer ülke Almanya'dır, 1998 yılı itibarıyla % 11.80'lik payla ilk sırada yer almaktadır. Almanya ve İngiltere'den sonra gelen en önemli ülkeler Japonya ve İtalya'dır.

ABD dahil edilmeden seçilmiş önemli ülkelerin domates salçası dışsatımının 1999 yılına göre biraz daha artarak 2000 yılında 1.0 milyon ton olacağı tahmin edilmektedir. İtalya, Yunanistan ve Portekiz'in dışsatımları, AB dışsatımının % 90'ını, seçilmiş ülkelerinse % 62'sini oluşturmaktadır. ABD'nin domates salçası dışsatımı 1998/99 döneminin ilk 10 ayında, bir önceki döneme göre % 48 azalarak 70.000 ton olmuştur. Bu azalışın sebebi finansal krizden dolayı Japonya ve Kore'ye olan dışsatımda görülen büyük düşüş ve Kanada, Meksika, İtalya, Avustralya ve Tayvan'a olan dışsatımın azalması olarak belirtilmektedir (FAS, USDA, 2000).

Dünya piyasasını dışsatımı ile etkileyen Türkiye'nin dışsatımı genel olarak ele alındığında; 1967 yılından itibaren çok sembolik bir miktarla başlamıştır. 1997 yılından önce sadece 1989 yılında 150 bin tonun üzerine çıkabilmiş, izleyen yıllarda yaşanan Körfez Krizi ve ABD'nin sanayi domatesi üretimini teşvik etmesi nedeniyle 120 bin ton düzeylerinde seyretmiştir. Bununla birlikte, 1997 yılında 160 bin tonluk düzeye ulaşan salça dışsatımı, % 6'lık bir artış göstererek, 1998 yılında 170 bin tona ulaşmıştır.

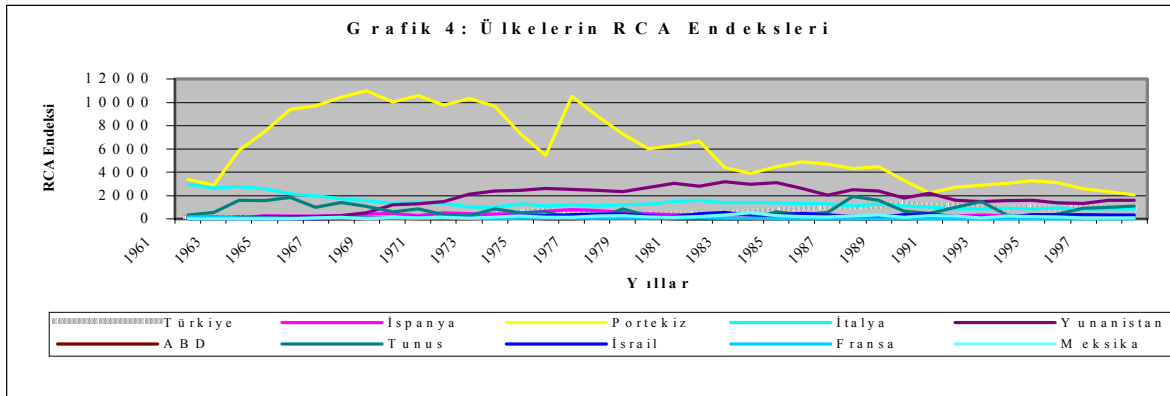
Türkiye'nin ülke gruplarına göre domates salçası dışsatımı çok geniş bir yelpaze oluşturmaktadır. Japonya, Türkiye salça dışsatımı için önemli bir pazar olmasına karşın 1997 yılında bu durum değişmiş ve bu durum 1998 yılında da devam etmiştir. Başta Rusya Federasyonu ve Japonya olmak üzere 85'in üzerinde ülkeye dışsatım yapılmaktadır. Türkiye'nin dışsatımında geleneksel pazar olarak bilinen Libya'nın, kendi iç pazarlarındaki sorunlar nedeniyle Türkiye'den dışalım giderek azalmış, Cezayir'in ise 1998 yılı ile birlikte Türkiye'den dışalım eski düzeylerine yaklaşmaktadır. Bunun yanı sıra, Hollanda, Almanya, Malezya, G. Kore ve G. Afrika'ya dışsatımın artabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte AB ile yaşanan domates ürünlerine ilişkin kota krizi, dışsatımın bu ülkelere yönelmesini engelleyici bir unsur olarak görülmektedir.

Türkiye'nin domates salçası dışalımını önemsenmeyecek düzeylerde süregelmektedir. Ancak, yukarıda da belirtildiği gibi, 1997 yılında üretimde görülen düşüş, dışalımın 6 milyon dolar düzeylerine çıkmasına neden olmuştur. Bu rakam 1998 yılı itibarıyla 2 milyon dolar düzeyine düşmüştür. Dışalım, özellikle reeksport veya yurtiçi açığı kapatmak amacıyla gerçekleştirilmektedir. Dışalım daha ziyade Çin ve Yunanistan, İran gibi komşu ülkelerden yapılmaktadır.

4. ANALİZ SONUÇLARI VE DEĞERLENDİRME

Daha öncede belirtildiği gibi domates salçası dışsatımında İtalya, Yunanistan, Türkiye, Portekiz ve İspanya en aktif ülkelerdir. Ele alınan dönem itibarıyla ülkelerin domates salçası için RCA endekslerindeki gelişme Grafik 4'te verilmiştir. Bu endeksteeki gelişmeler incelendiğinde, Tunus ve İsrail'in domates salçası dışsatımında giderek önemlerinin arttığı, Meksika ve Fransa'nın azaldığı görülmektedir. ABD üretim açısından belirleyicilik konumunu dışsatıma doğru yönlendirmesine rağmen, RCA endeksi bu ülkenin hâlâ dışsatımda belirleyici bir konuma gelemediğini göstermektedir.

1961- 1998 dönemi için on ülkenin her birine ait RCA endeksi hesaplandıktan sonra t-testi, F-testi ve korelasyon katsayıları, ülkeler arasındaki farklılıkların ve Uruguay Round öncesi ve sonrası farklılıkların anlamlılığını açıklamak için kullanılmıştır (Leishman, Menkhaus, Whipple, 1999).



Bu bağlamda Tablo 3 incelendiğinde Türkiye için Portekiz, İtalya ve Fransa ile arasında negatif ve istatistiksel olarak anlamlı, kuvvetli bir korelasyon vardır. Bu da, Türkiye'nin dışsatımı arttığında bu ülkelerin dışsatımlarının azaldığı ya da tamtersi bir durumda arttığı anlamına gelmektedir. Kısacası bu ülkeler Türkiye'nin rekabet ettiği ülkeler olmaktadır. Diğer ülkeler incelendiğinde ise Portekiz'in Türkiye'den sonra en önemli rakibi ABD iken, domates salçası üretimi ve dışsatımında önemli bir ülke olan İtalya içinse Türkiye'den sonra Yunanistan, İsrail ve Fransa önemli rakip ülkeler olmaktadır.

Tablo 3: Pearson Korelasyon Katsayısı

Ülkeler	Türkiye	İspanya	Portekiz	İtalya	Yunanistan	ABD	Tunus	İsrail	Fransa	Meksika
Türkiye	1									
İspanya	-0.037 (0.825)	1								
Portekiz	-0.713 (0.000)	0.495 (0.002)	1							
İtalya	-0.692 (0.000)	-0.442 (0.005)	0.193 (0.245)	1						
Yunanistan	0.462 (0.004)	0.534 (0.001)	-0.149 (0.373)	-0.612 (0.000)	1					
ABD	0.275 (0.095)	-0.372 (0.021)	-0.543 (0.000)	-0.152 (0.360)	-0.353 (0.030)	1				
Tunus	-0.035 (0.836)	-0.403 (0.012)	0.044 (0.792)	0.217 (0.190)	-0.499 (0.001)	0.131 (0.433)	1			
İsrail	0.569 (0.000)	0.356 (0.028)	-0.381 (0.018)	-0.565 (0.000)	0.719 (0.000)	-0.017 (0.917)	-0.523 (0.001)	1		
Fransa	-0.621 (0.000)	-0.406 (0.011)	0.075 (0.656)	0.868 (0.000)	-0.513 (0.001)	-0.049 (0.771)	-0.019 (0.907)	-0.404 (0.012)	1	
Meksika	0.398 (0.013)	0.270 (0.101)	-0.243 (0.142)	-0.437 (0.006)	0.746 (0.000)	-0.288 (0.080)	-0.377 (0.020)	0.588 (0.000)	-0.386 (0.017)	1

Ele alınan dönemde Türkiye'nin RCA endeksinin diğer ülke RCA endekslerine göre farklılığı F testi ile incelenmiştir. Buna göre Türkiye'nin ele alınan dönemde RCA endeksleri ortalamaları Portekiz, İtalya ve Yunanistan'a göre istatistiksel olarak daha düşüktür. Bir başka ifadeyle bu ülkeler domates salçasında Türkiye'den daha fazla uluslararası rekabet gücüne sahiptir (Tablo 4).

Tablo 4: Türkiye'nin Rakip Ülkelere Göre Rekabet Durumunu Gösteren F Testi Analizi Sonuçları

	Ülkeler	Ortalama Farkı	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Türkiye	İspanya	208.1334	237.141	0.381	-258.1789	674.4457
	Portekiz	-5450.19*	237.141	0.000	-5916.5023	-4983.8777
	İtalya	-848.9484*	237.141	0.000	-1315.2607	-382.6361
	Yunanistan	-1186.6503*	237.141	0.000	-1652.9626	-720.3379
	ABD	509.8758*	237.141	0.032	43.5635	976.1881
	Tunus	-163.2239	237.141	0.492	-629.5363	303.0884
	İsrail	317.1774	237.141	0.182	-149.1349	783.4897
	Fransa	499.2795*	237.141	0.036	32.9672	965.5918
	Meksika	388.4997	237.141	0.102	-77.8126	854.8121

* .05 düzeyinde anlamlı.

Çalışmada Uruguay Görüşmelerinin ticaretin serbestleşmesindeki etkileri Marakeř Anlaşması'nın 1994 yılında imzalanmasından sonra ortaya çıktığı kabul edilmiştir. GATT Uruguay Görüşmelerinin sona ermesiyle ortaya çıkan tarım ticaretinin serbestleşmesinin etkisi incelendiğinde; ticaretin serbestleşmesinden Türkiye, ABD ve İsrail'in yararlandığı görülmektedir. Çünkü 1994 sonrası RCA endeksleri, 1994 öncesine göre artmıştır. AB üyesi olan İspanya, Portekiz, İtalya, Yunanistan ve Fransa'ya ait RCA endeksleri azaldığından, ticaretin serbestleşmesinden zarar görmekte-dirler. Tunus ise ticaretin serbestleşmesinden etkilenmemektedir (Tablo 5).

Tablo 5: Ortalamalar, Standard Sapmalar ve t-testi ve F-testi Sonuđları

	Türkiye	İspanya	Portekiz	İtalya	Yunanistan	ABD	Tunus	İsrail	Fransa	Meksika
1994 öncesi RCA μ	473,168	339,905	6486,750	1462,751	1758,265	21,055	700,804	200,008	39,681	152,409
1994 öncesi RCA σ	430,541	173,521	2876,420	556,248	1032,289	11,314	569,879	159,626	40,774	114,144
1994 sonrası RCA μ	943,154	240,878	2674,956	863,914	1480,056	52,040	681,256	335,462	9,644	107,562
1994 sonrası RCA σ	79,518	45,692	506,0031	43,894	142,448	5,510	432,748	22,341	0,981	63,992
t-testi	2,408 (0,021)	-1,256 (0,217)	-2,923 (0,006)	-2,378 (0,023)	-0,595 (0,556)	5,965 (0,000)	-0,073 (0,942)	1,873 (0,069)	-1,628 (0,112)	-0,852 (0,400)
F testi	10,045 (0,003)	3,258 (0,079)	12,590 (0,01)	4,921 (0,033)	10,408 (0,003)	2,491 (0,123)	0,534 (0,470)	11,236 (0,002)	4,410 (0,043)	1,537 (0,223)

GATT görüşmelerinden sonraki döneme ait RCA endekslerinin farklılığına bakıldığında ise Türkiye ile İspanya, Portekiz, Yunanistan, ABD, İsrail, Fransa ve Meksika'nın endeksleri arasındaki farklılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. Buna göre, Türkiye'nin domates salçasındaki rakiplerinin azaldığı ve İspanya, ABD, İsrail, Fransa ve Meksika'dan daha avantajlı olduğu ifade edilebilir (Tablo 6).

Tablo 6: GATT Görüşmeleri Sonrasında Türkiye'nin Rekabet Durumunu Gösteren F Testi Analizi Sonuçları

	Ülkeler	Ortalama Farkı	Std. Hata	Sig.	%95 Güven Aralığı	
					Alt Sınır	Üst Sınır
Türkiye	İspanya	702,276*	138,357	0,000	422,647	981,905
	Portekiz	-1731,802*	138,357	0,000	-2011,431	-1452,172
	İtalya	79,240	138,357	0,570	-200,389	358,869
	Yunanistan	-536,902*	138,357	0,000	-816,531	-257,272
	ABD	891,114*	138,357	0,000	611,485	1170,743
	Tunus	261,898	138,357	0,066	-17,731	541,527
	İsrail	607,692*	138,357	0,000	328,063	887,321
	Fransa	933,510*	138,357	0,000	653,881	1213,139
	Meksika	835,592*	138,357	0,000	555,963	1115,221

.05 düzeyinde anlamlı.

5. SONUÇ

Türkiye sahip olduğu iklim, toprak ve işgücü varlığı sayesinde domates üretiminde ABD ve Çin'den sonra gelmektedir. Özellikle 70'li yıllardan sonra önemli bir salça dışsattımcısı olarak dünya piyasasında yer almaktadır. Bu potansiyel, kullanılan teknoloji ile birleşerek kalitesiyle de ülkenin dış pazarlarda yer edinmesini, rekabet gücü kazanmasını sağlamış, başta Rusya Federasyonu ve Japonya olmak üzere birçok ülkeye dışsattım yapılmıştır. Japonya'dan başka Kuzey Afrika Ülkeleri, ABD, Kanada, Malezya'nın büyük alıcı ülkeler oldukları anlaşılmaktadır. Diğer yandan, İngiltere, Almanya, Polonya ve Arap Körfez Ülkeleri diğer hedef pazarlardır.

Bu hedef pazarlarda yer edinebilmek ve sürekliliği sağlamak için Türkiye'nin domates salçası hammaddesi olan domatesteki verimini arttırması gerekmektedir. Nitekim, domates ve salça üretiminin lokalize olduğu Bursa Karacabey yöresinde verimi arttırıcı bununla birlikte maliyetleri düşürücü yeni ekim ve sulama yöntemleri denenmektedir. Domates üretim maliyetlerinin azaltılması Türkiye'nin rekabet etme şansını yükseltecek etmenlerden biridir.

Bir başka etmen de dışsattım yapılan ülkelerdeki tüketici tercihleridir. Türkiye'nin bu ülkelerdeki tüketici tercihlerini dikkate alarak üretim yapması gerekmektedir. Nitekim, Türk domates salçası kalite ve fiyat açısından Japonya için uygun bir üründür. Ancak, Japon pazarı için ürün kalitesinin yanısıra ambalaj da büyük önem

taşımaktadır. Japonya'da sipermarketlerde satılan domates ürünlerinin daha çok küçük ambalajlarda satıldığı görölmektedir. Japonya'ya dışsatım yapılırken bu ülkedeki tüketici tercihlerine göre üretim yapmaları gerekmektedir.

Yapılan analizlerde domates salçası dünya piyasasında rekabetin giderek artacağını göstermektedir. Bundan dolayı dünya piyasalarında gelişen rekabet koşulları altında, Türkiye tarım ve tarıma dayalı sanayileri daha bütüncül yaklaşımlara ihtiyaç duymaktadır. Tarım sektörünü ilgilendiren her uygulamanın tarıma dayalı sanayilerde ya da tam tersine tarıma dayalı sanayilerle ilgili her uygulamanın tarım sektöründe yol açacağı gelişmeler dikkate alınmalıdır.

Ayrıca, bu sektörde fiyat dışı rekabet faktörlerinin öne çıktığı dikkate alınarak, kalite güvenliği ile ilgili uygulamalara ağırlık verilmeli, dünya piyasalarında yükselen sağlık engellerini aşabilmek için gerekli önlemler zaman geçirilmeden alınmalıdır.

KAYNAKÇA

ARIKBAY, C., " AB Eşiğinde Tarıma Dayalı Sanayi Ürünlerinde Rekabet Gücümüz", TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası İzmir Şubesi Bülteni, Sayı: Mart-Nisan 2000, İzmir, 2000.

ARIKBAY, C., "Dünya İşlenmiş Domates Ürünleri Piyasasındaki Son Gelişmeler ve Türkiye'nin Konumu, MPM Verimlilik Dergisi Sayı: 1997/4, Ankara, 1997, s. 169-184.

ARIKBAY, C., Türkiye'nin İşlenmiş Domates Dışsatımı: Durum Deđerlendirilmesi ve Avrupa Topluluđu'na Tam Üyeliđin Olası Etkileri, A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara, 1996.

DİE, Tarım İstatistikleri Özeti 1979-1998, Yayın no: 2275, Ankara, 1999.

DİE, Tarımsal Yapı 1997, Yayın No: 2234, Ankara, 1999.

DPT, Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler 2000 Yılı Destek Çalışmaları, Ankara, 2000.

FAO, internet kayıtları.

HARTMAN, Darcy, Ian SHELDON, Luther TWEETEN, Location of Vertically Linked Industries Under Free Trade: Case Studies of Orange Juice and Tomato Paste in Westren Hemisphere, International Agricultural Trade Research Consortium, Working Paper 99/10, 1999.

<http://www.fas.gov/http2/circular/1999/99-07/tomatoes.htm>

<http://www.igeme.org.tr/tur/foylar/tarim/domates1.htm>

<http://www.igeme.org.tr/tur/foylar/tarim/domates2.htm>

<http://www.tomato-news.com/tableauf.htm>

KARABAĐLI, Aslan, Avrupa Topluluđunda Türk Meyve ve Sebze İşleme Sanayii Ürünlerinin Pazar Potansiyeli, MPM Yayınları:445, Ankara, 1991.

KARABAYIR, Cengiz, Japonya İşlenmiş Gıda Piyasası, İGEME, Ankara, 1999.

KİBRİTÇİOĞLU, Aykut, "Uluslararası Rekabet Gücü'ne Kavramsal Bir Yaklaşım", MPM Verimlilik Dergisi, Sayı No: 1996/2, Ankara, 1996, s.109-122.

LEISHMAN, David, Dale J. MENKHAUS, Glen D. WHIPPLE, Revealed Comparative Advantage and The Measurment of International Competitiveness for Agricultural Commodities: An Empirical Analysis of Wool Exporters, Fargo ND, 1999.

MCLAREN, Donald, Tim JOSLING, Competition Policy and Agricultural Trade, International Agricultural Trade Research Consortium, Working Paper 99/7, 1999.

TÜRKAY, Cengiz, Domates Salçası Sektör Araştırması, İGEME, Ankara, 1997.

USDA, FAS, <http://www.fas.usda.gov/tom2.pdf>.