

DÜNYA GIDA TİCARETİ VE TÜRKİYE MEVCUT DURUM, DEĞERLENDİRME VE STRATEJİ ÖNERİLERİ

Dr. Tezer PALACIOĞLU*

ÖZET

Pandeminin açıkça ortaya koyduğu üzere gıda sanayi insan hayatı için sağlıkla birlikte temel ihtiyaç olan ana sektördür. Diğer sektörler, canlı bir organizma olan insanoğlu için tamamlayıcı pozisyonadadır. Hayatın devamı için şart ve dolayısıyla daimi olan gıda talebi, dünya ticaretinde de önemli bir yer tutmaktadır. Gıda ile ilgili fasıllar bir arada alındığı takdirde yaklaşık 1,6 trilyon \$ olan küresel gıda ihracatı, dünya ihracat hacminin 1/10'una yakın bir büyüklüğe işaret etmektedir. Toprak büyüklüğü ve yapısı, iklim koşulları, denize kıyılı olunması, göl ve akarsuların varlığı gıda ticaretinde mukayeseli üstünlük alanları olarak belirleyicidir. Öte yandan gelişmiş ülkeler teknoloji kullanımı ve iyi tarım uygulamaları ile verimi artırabilmekte, toprak, iklim, su kaynakları gibi dezavantajlara karşın ihtiyaçlarını ithalat ile karşılayarak nüfuslarını doyurabilmektedir.

Çoğunlukla kısa sürelerde tüketilmesi zorunluluğu nedeniyle genellikle komşu veya birbirine yakın ülkeler arasında yoğunlaşan ticaret, mevsimsel değişimler, ülkeler arası ilişkiler, ekonomik ve siyasi krizler gibi güncel gelişmelerden doğrudan etkilenmektedir. Şubat 2022'den bu yana süren Ukrayna-Rusya savaşının ortaya çıkardığı çok sayıda sorun içerisinde öne çıkanlardan bir tanesi de başta hububat ve yağlı tohumlar olmak üzere tarım ürünlerinin üretiminde ve

* Müşavir, İstanbul Ticaret Odası
tezer.palacioglu@ito.org.tr
ORCID: 0000-0002-0388-1750

Makale Geliş Teslim Tarihi: 28.11.2022
Makale Kabul Tarihi: 16.12.2022

tedarikinde çıkan ve kısa vadede belirsizliğini koruyan sorunlardır. Artan nüfuslar, küresel ısınma, kirlilik ve su kaynaklarının yetersizliği gibi köklü sorunlar da eklendiğinde sorunun boyutu daha da büyümektedir.

Uluslararası Ticaret Merkezi tarafından yayımlanan Trademap verileri kullanılarak gıda ürünleri ticaretinde öne çıkan ürün ve ülkelerin tespiti, ülke-fasıl bazında talep ve arz ile ithalat ve ihracatın belirlenmesi ve elde edilen bu veriler ışığında, Türkiye açısından yapılacak değerlendirme, bu alanda nerede olduğunu, eksik ve yeterli alanları ve potansiyel ortaya konularak strateji geliştirilmesi açısından gerekli ve yararlı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dünya gıda ticareti, gıda ihracatı, gıda ithalatı, Türkiye gıda ticareti.

WORLD FOOD TRADE AND TURKEY; CURRENT STATE, EVALUATION AND STRATEGY RECOMMENDATIONS

ABSTRACT

As Covid pandemic clearly reveals, the food industry is the vital sector that satisfies a basic need for human life, along with health. All other sectors are complementary for living human organisms. Food demand, which is essential for the continuation of life and therefore permanent, has an important place in world trade. If all food-related customs tariff chapters are taken together, the export volume, which is approximately 1.6 trillion dollars in world trade, corresponds to approximately 1/10 of global export volume. Soil size and structure, climatic conditions, having coastlines, presence of lakes and rivers are determinant as comparative advantages in food trade. Nevertheless developed countries can increase productivity with the use of technology and good agricultural practices, and despite their comparative disadvantages, they can feed their populations by meeting their needs with imports.

The trade which usually intensify between neighboring or close countries, mostly due to the necessity of consumption in a short time, is directly affected by current developments such as seasonal changes, relations between countries, economic and political crises. One of the prominent problems among many others derived by the ongoing Ukraine-Russia war, since February 2022, is the break of

production and supply chain of agricultural products, especially for grains and oilseeds. The problems grow even more when deep-rooted problems such as increasing populations, global warming and insufficient water resources are added.

The determination of the outstanding products and countries in trade of food products, understanding the global supply and demand on country and chapter basis through exports and imports figures released by Trademap data of International Trade Center, as well as the assessment to be made by putting Turkey in center, to reveal her position in this field, deficient and sufficient areas, and potential, are considered necessary and useful.

Keywords: World food trade, food exports, food imports, Turkey's food trade

GİRİŞ

Pandeminin açıkça ortaya koyduğu üzere gıda sanayi insan hayatı için sağlıkla birlikte temel ihtiyacı olan ana sektördür. Maslow'un insan kişiliğini oluşturmada esas aldığı ve herkesin kişiliğine bağlı şekilde maddi, manevi gücü oranında karşılama çabasına girdiği "İhtiyaçlar Hiyerarşisi"nde, kişilikten bağımsız olarak her şart altında içgüdüsel olarak karşılamaya yöneldiği birinci basamağın temelidir. Hatta bu basamakta yer alan barınma, cinsellik ve dinlenmenin de bir adım önündedir. Her insan birinci basamağı karşılamak durumundadır. Ancak ardından gücü oranında fiziki ve ruhsal tatmin için diğer basamaklara yönelebilir. Hayatın devamı için tek ve yeter şarttır. İlk basamakta yer alan barınma ve sağlık dahil diğer sektörler, canlı bir organizma olan insanoğlu için tamamlayıcı pozisyonudur.

Gıda ve ihtiyaçlarda öncelik ilişkisi Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan gelir dağılımı ve harcama kalemleri araştırmalarında da ortaya konmaktadır. Son 5 yıl ortalamalarına göre gıda, alkolsüz-alkollü içecek ve tütün harcamaları toplam gelirin %24,2'si ile kentlerde en büyük kalem olan konut ve kira harcamalarının (%24,9) hemen altında gelmektedir. Ayrıca gıda harcamalarında geliri en yüksek olan %20'lik dilim, en düşük olan %20'lik dilime göre 2,6 kat fazla tüketmektedir (TÜİK, 2018). Ülkemiz özelindeki bu veriyi dünya ülkelerine genellemek mümkündür.

Gelişmiş ülkeler teknoloji kullanımı ve iyi tarım uygulamaları ile verimi arttırabilmekte, toprak ve iklim yapıları nedeniyle sahip oldukları mukayeseli dezavantajlara karşın ihtiyaçlarını ithalat ile karşılayarak nüfuslarını doyurabilmektedir. Şubat 2022'den bu yana süren Ukrayna-Rusya savaşının ortaya çıkardığı

çok sayıda sorun içerisinde öne çıkanlardan bir tanesi de başta hububat ve yağlı tohumlar olmak üzere tarım ürünlerinin üretiminde ve tedarikinde çıkması öngörülen sorunlardır. Artan nüfuslar, küresel ısınma, kirlilik ve su kaynaklarının yetersizliği gibi köklü sorunlar da eklendiğinde sorun daha da büyümektedir.

Gıda ile ilgili fasılların tamamı bir arada alındığı takdirde dünya ticaretinde yaklaşık 1,6 trilyon \$ olan gıda ihracat hacmi dünya ihracat hacminin yaklaşık %9,1'ine tekabül etmektedir. Gıda ürünleri ticaretinde öne çıkan ürün ve ülkelerin tespiti ve Türkiye açısından yapılacak değerlendirme, bu alanda nerede olduğunu, eksik ve yeterli alanların ve potansiyelin ortaya konulması, hedef ihracat ve tedarik pazarları ile bu pazarlara giriş stratejilerinin belirlenmesi açısından gerekli ve yararlı görülmektedir.

Yıllardır gıdanın önemi, ülkemizin gıda üretimi için büyük potansiyeli olduğu, tarımda kendi kendine yeterli dünyada az sayıda ülkelerden olduğu şeklinde açıklamaların, yazıların kamuoyuna yansıdığı malumdur. (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020). Oysa, pek çok üründe Türkiye'nin yetersiz olduğu ve büyük ölçüde ithalat gerçekleştirdiği, bu nedenle bazı ürün fiyatlarının tüketiciye ulaşma fiyatlarının aşırı yükseldiği gibi bir gerçek de ortadadır. Dünya gıda ticareti ve ülkemizin mevcut durumunun somut rakamlarla ortaya konulmasına ihtiyaç vardır. Birleşmiş Milletler (BM) Dünya Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından yayınlanan istatistik ve yayınlar yol gösterici olsa da az sayıda ürünle sınırlı ve ülke bazlı olması dolayısıyla kolayca mukayeseye izin vermemektedir. Gıda ürünleri gibi, diğer hiçbir sektörde olmadığı kadar pek çok farklı başlıkta alt gruplara ayrılan çok geniş bir sektörün, belirli bir kapsam bütünlüğü içerisinde ele alınmasının yardımcı olacağı açıktır. Dünya gıda ticaretinin mevcut durumunu ortaya koyarak konuyla ilgili taraflara ve alınacak kararlara yol göstermesi amacını güden bu çalışmamız Harmonize Sistemde yer alan fasıl bazlı olarak ve Uluslararası Ticaret Merkezi (International Trade Center-ITC) veri tabanı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Gıda sanayi ve gıdayla ilgili tarım ürünleri, Gümrük Tarife Cetvelinin ilk 24 tarife pozisyonu içinde 5-6 ve 14 nolu fasıllar hariç tanımlanan ürün grupları olarak kapsama alınmıştır. Bu çerçevedeki 21 fasılda, veri tabanına kayıtlı

233 ülke ve bölgenin tamamı tek tek fasıl bazlı incelenmiştir. Pandemi ve Ukrayna-Rusya savaşı gibi olağanüstü gelişmelerin neden olduğu, miktar ve değer açısından normal olmayan ticaret hareketleri ile ticaret sapmalarını bertaraf edebilmek amacıyla, 2020 yılı verileri esas alınmıştır. Bunun istisnası, genellikle ithalat verilerinden önce açıklandığı için ulaşılabilecek olan toplam küresel ticarete ilişkin 2021 yılı ihracat verileridir. Her bir fasıl bazında hem ihracatta hem de ithalatta öne çıkan ülkeler ve yeri geldiğinde alt ürün grupları belirtilmiş, çoğunlukla ilk 15 ülkeye ait grafiklerle görsel zenginlik katılmıştır.

Okuyucu açısından çalışmanın bir özeti niteliğinde, “dış ticarete öne çıkan ülkelerin fasıl bazında gıda ticaret dengeleri “tek bir tabloda bütüncül bir yaklaşımla verilerek güçlü ve zayıf yanları ile” Türkiye açısından gıda fasıllarında dış ticareti” özetleyen bir ana tablo çalışmanın sonunda ekler olarak sunulmuştur.

Dünya ve Türkiye tarımındaki sorunlar ve çözüm önerilerinin kapsam dışında tutulduğu bu çalışmada öncelik durum tespitine verilmiş olup, son olarak Türkiye açısından strateji değerlendirmesine yer verilmiştir.

1. GIDA ÜRÜNLERİ KAPSAMINDA GENEL OLARAK KÜRESEL TİCARET

1.1. Kapsam

Bilindiği üzere tüm dünyada kullanılan “Harmonize Sistemde” üretilen ve ticareti yapılan tüm mallar 01-99 arası ana tanımlayıcı kodlar olan “fasıllarla” belirtilir. Ana kodlar olan iki rakamlı fasılların altında 4, 6, 8,10 ve 12’li nihai kodlar ile tanım gittikçe daraltılarak nihai tanıma ulaşılır. İlk iki rakam” Eşyanın Pozisyon Numarasını”, 6 rakam “Dünya Gümrük Örgütü’ne üye tüm ülkelerce kullanılan kodunu”, 7-8 inci rakamlar “AB ülkeleri tarafından kullanılan kodunu”, 9-10 uncu rakamlar “farklı vergi uygulamaları nedeniyle açılan pozisyonları”, 11-12 inci rakamlar ise “nihai Gümrük Tarife İstatistik (GTİP)” kodunu gösterir. Böylece 12’li nihai kodlar ile bir eşya dünyanın her yerinde aynı şekilde tanımlanır.

Gıda sanayi ve gıdayla ilgili tarım ürünleri, Gümrük Tarife Cetvelinin ilk 24 tarife pozisyonu içinde 5-6 ve 14 nolu fasıllar hariç tanımlanan ürün grupları

olarak kapsama alınmıştır. Şöyle ki; 5 Nolu Fasıllar “Tarifenin Başka Yerinde Belirtilmeyen Hayvansal Menşeli Ürünler”- barsak, şirden gibi gıdayla ilgili ürünler yanında daha çok, kıl, kuş tüyü, kabuk, tırnak vb. ürünler, 6 Nolu Fasıllar “Canlı Ağaçlar ve Diğer Bitkiler, Kesme Çiçekler, Süs Yaprakları” daha çok çiçek soğanları, çiçekler, asma, ağaç, 14 Nolu Fasıllar “Örölmeye Elverişli Bitkisel Maddeler” bambu, kamış, doldurmaya ve yontmaya elverişli maddeler, gibi daha çok gıda dışı maddeler üzerine olduğu için inceleme dışında bırakılmıştır. Raporun bundan sonraki bölümlerinde Gıda ve Tarım Ürünleri yerine kavramsal bütünlük açısından “Gıda” ifadesi kullanılmıştır.

Tablo 1 : Gıda Sanayi- Tarım Ürünleri Fasıllar Kodları

Fasıllar	Tanım	Fasıllar	Tanım
01	Canlı Hayvan	15	Hayvansal-Bitkisel Yağlar
02	Etlar	16	Et Balık Ürünleri
03	Balıklar, Kabuklu Hayvanlar, Yumuşakçalar	17	Şeker ve Şeker Mamulleri
04	Süt Ürünleri, Yumurta	18	Kakao ve kakao ürünleri
07	Yenilen Sebze, Bazı Kök ve Yumrular	19	Hububat, Un, Nişasta, Süt Ürünleri
08	Yenilen Meyve ve Sert Kabuklu Meyveler	20	Sebze, meyve, Sert Kabuklu Meyvelerden Müst.
09	Kahve, Çay	21	Yenilen Çeşitli Gıda Ürünleri
10	Hububat	22	Meşrubat, Alkollü İçkiler ve Sirke
11	Değirmencilik Ürünleri	23	Gıda kalıntıları, kaba yemler
12	Yağlı Tohum ve Meyveler	24	Tütün ve tütün yerine işlenmiş madde
13	Lak, Sakız Reçine		

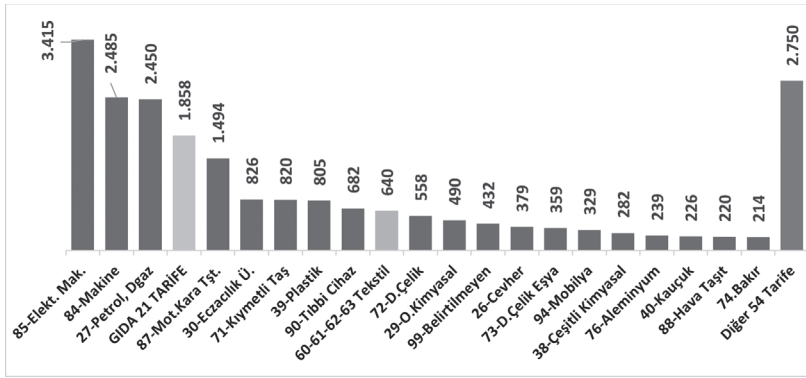
Kaynak: Ticaret Bakanlığı

1.2. Genel Olarak Gıda Ticareti

Dünya ticaretine konu ürünlerin tanımlandığı 99 GTİP faslı tek tek incelendiğinde en üstte, son günlerin popüler konusu olan hububat (10. fasıl) ticareti 154

milyar \$ ile ilk sırada gelmesine karşın 99 fasıl içerisinde ancak 28. sırada yer bulabilmektedir. Tek, tek fasıl bazında ilk 4 ürün teknoloji ve bilgi çağına uygun olarak elektrikli makine ve cihazlar, makineler, petrol ve motorlu kara taşıtlarıdır. Trump öncülüğünde yaşanan ticaret savaşları ve pandemi öncesi 2018’de 19,5 trilyon \$’a kadar yükselen seviyesinden 2020 yılında 17,5 trilyon \$’a inen ancak, Trump’ın gidişi ve özellikle pandeminin kontrol altına alınmasıyla 2021 yılında %27 tırmanışla 2018 yılı verisinin de %13,6 üzerinde 22 trilyon \$’a dayanan, dünya ihracatının yaklaşık 9,9 trilyon \$’ı (%44,8) ilk 4 fasıl etrafında dönmektedir.

Şekil 1: Ana Ürün Grupları (Fasıllar) İtibariyle Dünya İhracatı (2021 -Milyar \$)*



Kaynak: Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

*Sarı sütun gıda ile ilgili 21 fasıl, yeşil sütun tekstille ilgili 4 fasıl bütün olarak ele almaktadır.

Gıda ile ilgili 21 fasılın tamamı bütüncül bir yaklaşımla tek bir sektör olarak alındığı takdirde, dünya ticaretinde yaklaşık 1,9 trilyon \$ olan gıda ihracat hacmi ilk 5 ürün grubu içine taşınmaktadır. Bu anlamda gıda ticareti, dünya ticaretinin yaklaşık %8,5’ine tekabül etmektedir. Yıllar itibariyle ortalama %8 dolayında olan gıda ticaretinin pandemi döneminde diğer sektörlerde durgunluk ve üretim yetersizliklerine bağlı gıda fiyatlarında artışa bağlı olarak %1 dolayında payının arttığına dikkat çekmek gerekir. Stratejik bir sektör olması dolayısıyla ülkelerin mümkün olduğunca kendi kendilerine yeterli olmaya çalıştığı gıda sektöründe de küreselleşmenin, ülkeler arasında artan ilişkilerin ve ürün çeşitliliğinin artışının etkisi net

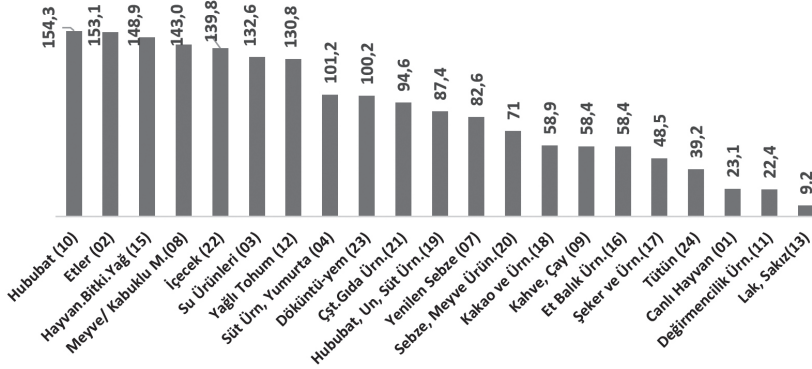
olarak ortadadır. 1995'te ülkeler arası gıda ticaret akışlarının sayısı 11 bin dolayında iken 2019'da 17 binlere tırmandığı belirtilmektedir (Jafari et al., 2022, s. 122).

Gıda ile ilgili 21 Fasıl içerisinde **Etler** (02) faslı, 2021 yılında en üstte yer alan **Hububat** (10) faslı ile hemen hemen aynı boyutta hacme sahiptir. Öte yandan Hububat faslının 2015 yılından bu yana 7 yıl içerisinde sadece 2021'de ilk sırada olduğunu, önceki senelerde hep Etler (02) faslının en önde yer aldığı altı çizilmelidir.

Hayvansal-Bitkisel Yağlar (15), Yenilen Meyve ve Sert Kabuklu Meyveler (08), İçecek (22), Su Ürünleri (03), Yağlı Tohum ve Meyveler (12), Süt Ürünleri (04) ve Gıda Kalıntıları, Kaba Yem (23) fasılları ihracat hacmi 100 milyar \$'ı aşan alt ürün gruplarıdır.

99 Fasıl arasında gıda ile ilgili 10 fasıl neredeyse art arda 28-38 arasındaki 11 fasıl içerisinde sıralanmaktadır. Aşağıdaki şekilde gıda ile ilgili fasıllarda dünya ihracat hacmi, Türkiye'nin net ihracatçı olduğu fasıllar yeşil, ithalatçı olduğu kırmızı mavi olacak şekilde gösterilmektedir.

Şekil 2: Alt Fasıllar İtibariyle Dünya Gıda İhracatı (2021-Milyar \$)



Kaynak: Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

2015-21 yılları arasında fasıllar itibariyle Dünya Gıda Ürünleri ticaretine bakıldığında 3 farklı dönemsel gelişmeden söz etmek mümkündür. Şöyle ki;

2015-18 arasında hemen her sektörde gelişim istikrarlı bir şekilde devam

etmiş olup 3 yılda tüm alt sektörler toplamında %13,8 artış gerçekleşmiştir. Çeşitli Gıda Ürünleri (21) Su Ürünleri (03), Hububat, Un ve Süt Ürünleri (19) %20'nin üzerinde gelişme sağlarken, Et Balık Ürünleri (16), İçecek, (22), Süt Ürünleri (04), Meyve, Kabuklu Meyve (08) ve Lak Sakız (13) %17 üzerinde performans göstermiştir. Gıda döküntü ve yem (23), Değirmencilik Ürünleri (11), Hayvansal ve Bitkisel Yağlar (15), Sebze (17), Hububat (10), Kakao ve Ürünleri (18), Şeker ve Ürünleri (17) ile Şeker ve Çay (09), %10'un altında daha düşük olmakla beraber yine de artış sağlamayı başarmıştır.

2018'de Trump döneminde Çin'e karşı başlatılan ticaret kısıtlamalarının etkisi ile tüm dünya ticaretinde olduğu gibi Gıda Ürünlerinde de ihracat hacimlerinde genel olarak bir küçülme veya en azından artış hızında bir yavaşlama söz konusudur.

Hayvansal ve Bitkisel Yağlar (15), Şeker ve Şeker Ürünleri (17), Gıda Döküntü ve Yemleri (23), Yağlı Tohumlar (12) ve Et Balık Ürünleri (16) bu dönemde en fazla küçülen fasillere sahiptir. Buna karşın Meyve/Kabuklu Meyve (08) ile Etler (02) fasılları ihracat hacmi azalmakla beraber, nispi olarak artış hızı en yüksek olan ürün gruplarıdır.

2020 yılı ise Mart ayından itibaren ortaya çıkan **Covid 19 pandemisine bağlı** kapanmalar ile tüm dünya ticaretinde yaşanan gerileme ise aşağıdaki şekilde görüleceği üzere, gıda ürünlerinin ihracatında da belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır. Şekilden ilk bakışta yapılabilecek yorum;

-Gıda ürünleri ihracatında; pandemi dolayısıyla yaşanan gerilemenin söz konusu ürünlerin esnek olmayan talep yapısına bağlı olarak su ürünleri, canlı hayvan ve tütün ürünleri dışında nispeten sınırlı olduğu, hatta hayvansal ve bitkisel yağlar, hububat ve yağlı tohumlarda ihracat artışının bir şekilde sürdürülebildiği,

- 2021 yılında pandeminin kontrol altına alınması ile birlikte tüm dünya ihracat toplamındaki değer artışına (%16,9) yakın bir oranda (**%16,2**) hızlı bir toparlanmanın yaşandığı, hususlarıdır.

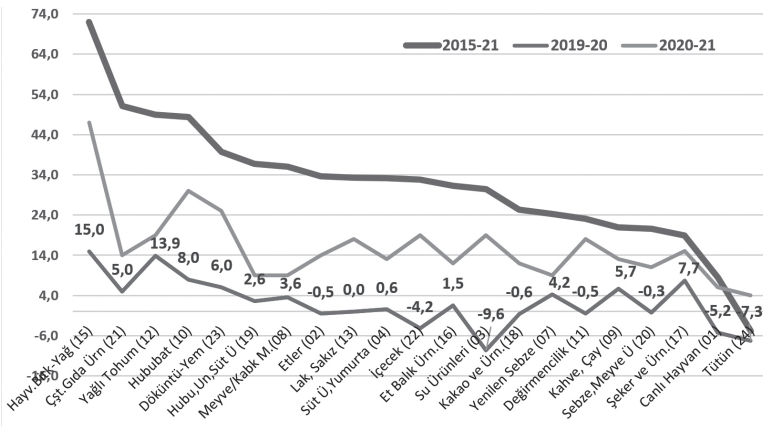
Bununla beraber, 2021'de yaşanan artışın 2015-18 arası sağlanan artışa

yakın olması ve küresel toplam ihracatta 2018'deki ticaret savaşlarında %-3,0, 2020 yılında pandemide %-6,75 daralmaya karşın, gıda ürünleri toplam ihracatında 2018'de yalnızca %-0,1 daralma ve 2020'de daralma bir yana %2,4 artış kaydedilmesi diğer önemli sonuçlardır.

Gıda ürünlerinin genel ticaret daralmasından etkilenmemesinin; miktar azalmasına karşın birim fiyat artışının toplam değeri yukarda tutması, gıda tedarikine önem verilerek kriz ortamlarında dahi öncelik ve kolaylık sağlanması, pandemide eve kapanmalarda insanların belirsizlik nedeniyle yaşamsal ihtiyaç gördükleri gıda ve sağlık ürünleri talebini artırmaları ve hükümetlerin vatandaşlarının bu taleplerine cevap verme arzuları, gibi bir çok sebebi yanında, temel neden gıda ürünlerinin talep elastikiyetinin düşük yapısı olsa gerektir.

5 yılda oran olarak en fazla ihracatı artan fasıllar ise çeşitli gıda ürünleri (21), balıklar (03), hububat, un, nişasta, süt ürünleri (19), meyve-sert kabuklu meyve (08), içecek (22), etler (02), et ve balık ürünleri (16) dir.

Şekil 3: Fasıllar ve Yıllar İtibariyle Dünya Gıda İhracatı (2015-21, % Değişim)



Kaynak: Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

1.3. Ülkeler İtibariyle Dünya Gıda Ticareti (2020 Yılı İtibariyle)

Dünya gıda ticaretinde belirleyici olan mukayeseli üstünlük alanları toprak büyüklüğü ve verimliliği ile uygun iklim koşulları ve su kaynaklarıdır. Örneğin ABD'nin Japonya'ya karşı kişi başı düşen tarımsal alanda 25 kat üstünlüğü bulunmaktadır (FAO, 2022). Tarımda çalışan eğitimli çiftçi sayısı ve teknolojik gelişmişlik düzeyi ve makineleşme de fark yaratan unsurlardır. En önemli gıda ihracatçısı ülkelerin genelde, geleneksel olarak tüm ürünlerde dış ticarete güçlü ülkeler arasında olması ve benzer şekilde Dünya Milli Gelir sıralamasında da en üstte yer alan ülkeler olması dikkat çekmektedir. ABD hemen her alanda olduğu gibi gıda ticaretinde de ilk sıradadır. Bu ülke 150 milyar \$ dolayındaki ihracatı ile tek başına toplamın **%10'undan fazlasını** gerçekleştirmektedir.

Listede yer alan ülkeler arasında kuşkusuz en çok dikkat çeken ülke Hollanda'dır. Bu ülke ülkemizin sadece tek bir ili kadar yüz ölçümüne sahip olmasına, yani çok daha küçük tarım alanlarına sahip olmasına, deniz seviyesinin 1 metre altında yer alan topraklarını su baskınlarından korumak için kanallar örmek zorunda kalmasına, 17,5 milyon ile sınırlı ve toplam içerisinde tarımda çalışan nüfusun son derece düşük olmasına rağmen 93 milyar \$'a yakın gıda ihracatı ile, kendisinden 20 kat fazla nüfusa ve 243 kat büyük topraklara sahip ABD'nin hemen ardından gelmektedir. (IMF, 2021)

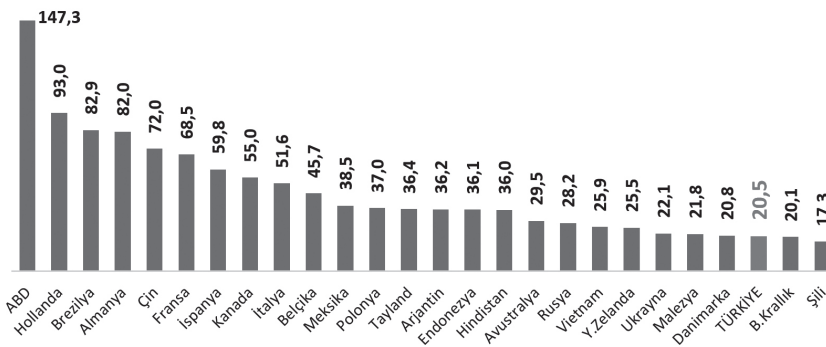
Çin, Brezilya, Hindistan, Rusya gibi çok yüksek nüfuslu ve geniş topraklara sahip ülkelerin ihracatçılar listesinde sahip oldukları büyüklüklerle ters orantılı olarak nispeten daha düşük ihracata sahip olmaları kendi iç pazarlarının ihtiyaçlarına yönelik üretim yapısı yanında, teknolojik ve bilimsel tarım açısından çok daha geride oldukları sonucunu vermektedir.

Listede üst sıralarda yer alan Belçika da Hollanda ile benzer statüde bir ülkedir. Ancak bu ülke üretimden ziyade büyük pazar olan Avrupa Birliği'nin merkezinde yer alan konumu ile bir dağıtım üssü gibidir. Toprak ve iklim yönünden dezavantajlı durumda olan bazı Avrupa ülkelerinin boyutlarının ötesinde ticarete söz sahibi olmaları, Kanada, ABD, Meksika gibi ülkelerin öne çıkan ülkeler arasında yer alması, gıda ürünleri arz ve talebinin bölgesel olarak benzerlikler göstermesi ve ticaretin serbestleştirilmesi yönündeki ortak uygulamalar, bölgesel ticaret birliklerin gıda ticaretinde de etkin olduğunu göstermektedir. (Dyzad,

2016, s. 9) Gerçekten, gıda ürünlerinin çabuk bozulabilir yapısıyla hızla pazara sunulması gereği, doğal olarak coğrafi olarak yakın ve gümrük işlem ve prosedürlerinin anlaşmalarla daha kolaylaştırıldığı bölgesel birliklerin ticaret hacmini artırmaktadır. 25,7 milyon nüfusa sahip Avustralya ve 45,8 milyon nüfusa sahip Arjantin'in durumu ise topraklarının çok geniş ve değişik iklim ve floraya sahip olması ile açıklanabilir.

Ülkemiz en önemli gıda ihracatçıları arasında 20,5 milyar \$ ile dünyada 25. sırada yer almaktadır. Dünya nüfus sıralamasında 18, satın alma gücüne göre toplam milli gelirden 11. (IMF, age) sırada olan bir ülke olarak bu potansiyelin çok gerisinde bir sıralamadır. Ülkemizin gıda ihracatında **Avrupa sıralaması ise 10'unculuktur**. Benzer şekilde topraklarının bir bölümü Avrupa'da yer alan Rusya hariç tutulduğunda nüfus ve yüz ölçümü olarak Avrupa'nın en büyüğü olan, ekonomik büyüklükte satın alma gücüne göre İtalya'yı 2020 yılında yakalayıp Almanya, Fransa, B. Krallık'ın ardından 4. sırada yer alan bir ülke olarak potansiyelin bu olmaması gerekir. Hollanda ve Belçika'nın Avrupa'nın giriş kapıları olmaları ve tarihi tüccar geçmişleri ile listede önde olmaları belki kısmen anlaşılabilir-kaldı ki bu ülkelerin yüz ölçümleri Türkiye'ye göre çok küçüktür, bir, iki ilimiz kadardır- ancak 6 milyonu bulmayan nüfuslu Danimarka'nın Türkiye'nin önünde yer alması üzerinde düşünmek her halde yanlış olmayacaktır.

Şekil 4: En Önemli Gıda İhracatçısı Ülkeler (2020-Milyar \$)



Kaynak: Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

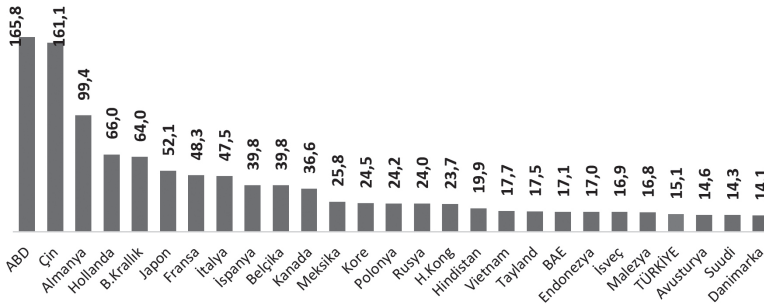
Gıda ihracatçısı ilk 10 ülke 757,8 milyar \$ ile dünya toplamının yaklaşık yarısını (%47,7) gerçekleştirmektedir. Kaldı ki, ihracatta ikinci 10 ülke de toplamdan %20,7 pay almakta olup sadece 20 ülke kalan 192 ülkenin 2 katından fazla ihracat hacmine sahiptir.

İthalatçı ülkelere bakıldığında ise ihracat sıralamasında ilk 10'da yer alan ülkelerden 8'i yerini aynen veya ufak değişikliklerle korurken ihracatta 4. olan, Brezilya, ithalatta 39. sıraya gerilemiş, ilk 10'da 6. sırada sınırlı ve verimsiz tarım toprakları ile ihracatta çok gerilerde olan Japonya öne çıkmıştır. Bir anlamda bu iki ülke yer değiştirmiştir. Ülkemizin 1,6 katı 125,4 milyon nüfusu, ülkemiz yüz ölçümünün yarısı kadar, üstelik büyük kısmı dağlık ve ormanlık, ekilmeye müsait olmayan Japonya için bu durum son derece olağandır.

İhracatta 25. sırada olan Birleşik Krallık ithalatta 5. sıraya tırmanmıştır. Kore ve Suudi Arabistan da yetersiz üretimleri ile ithalatta üst sıralara tırmanan diğer dikkat çeken ülkelerdir. İhracatta 13. sırada olan Tayland, ithalatta 19. sıraya gerilerken 14. sıradaki Arjantin de son derece düşük ithalatı ile oldukça alt sıralara inmiştir.

Ülkemiz ihracatta olduğu gibi ithalatta da dünyada aynı konumda 24. sırada yer almaktadır. Avrupa'da ise 10. sıradadır.

Şekil 5: En Önemli Gıda İthalatçısı Ülkeler (2020-Milyar \$)

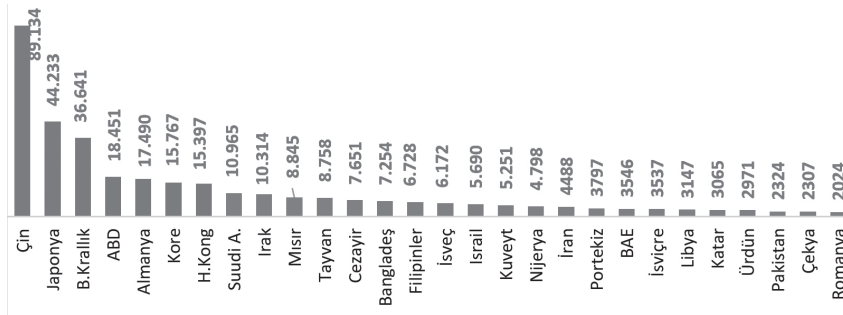


Kaynak: Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

ABD ve Çin'in birlikte ithalatı dünya ithalatının 1/5'inden fazladır. İlk 10 ithalatçı ülke dünya toplamının yarıya yakınına gerçekleştirilmekte (%47,6) iken, ikinci 10 ithalatçı (%14,1) ile bu pay %61,7'ye tırmanmaktadır. 20 ülke kalan tüm ülkelerin (192 ülke) ithalatının 1,6 katından fazla ithal etmektedir.

Gıda sektörü uluslararası pazarını daha iyi anlayabilmek amacıyla ihracat-ithalat arasındaki farkı gösteren denge önemlidir. Bu itibarla ticaret dengesinde en fazla açık veren ülkeleri gösteren şekil aşağıya alınmıştır. Çin son derece geniş topraklarına rağmen nüfusunun fazlalığı, Japonya ise nüfusuna oranla son derece yetersiz alanı ve topraklarının verimsizliğine bağlı olarak en büyük açığı veren iki ülkedir. Tarihsel olarak gıda sektöründe dışa bağımlı olan B. Krallık 37 milyar \$ civarında oldukça büyük bir açık vermektedir. Kaldı ki, açığın daha da büyümesini dünya viski pazarında %50'nin üzerindeki tekel payı ile içecek sektörü engel olmaktadır.

Şekil 6: Gıda Dış Ticaretinde Açık Veren Önemli Ülkeler (2020 (-) Milyar \$)



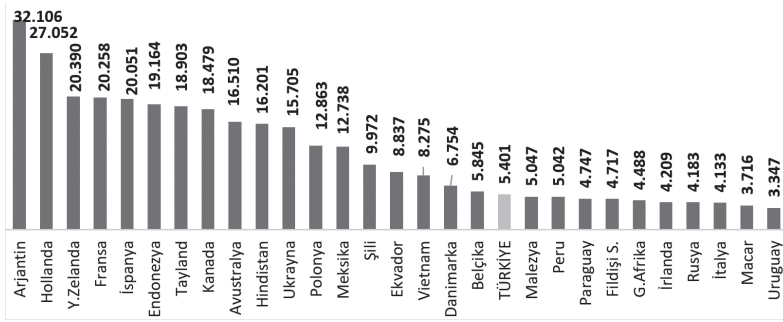
Kaynak: Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Şekilde açıkları yüksek olan ülkelere bakıldığında Çin, Japonya, G. Kore gibi nüfuslarına oranla toprakları tarım için yetersiz olan ülkeler yanında Suudi Arabistan, İran, Mısır ve hatta Rusya gibi bazı ülkelerin de geniş topraklarına rağmen iklim nedeniyle tarıma elverişli olmayan ülkeler oldukları görülür. ABD, Almanya, İsveç gibi ülkelerin ise toprakları yeterli, teknolojileri ileri olmakla birlikte, yüksek gelir ve tüketimlerine bağlı ithalatlarının fazla oluşu değerlendirilebilir.

Gıda ticaretinde fazla veren ülkeler arasında İtalya, Fransa, Türkiye, İspanya gibi Akdeniz ülkeleri ilk göze çarpanlardır. Fransa ve İtalya'nın dünya şarap ticaretinde çok yüksek pay sahibi olmaları ve katma değeri yüksek bu üründe önemli gelir elde ettikleri dikkat çekmektedir.

Ülkemizin hububat, yağlı tohumlar ve gıda kalıntıları ve yemlerde, elverişli üretim faktörlerine rağmen geleneksel olarak yüksek açık vermesi, gıda sektörünün genelinde daha yüksek dış ticaret fazlası vermemizi engellemektedir.

Şekil 7: Gıda Ticaretinde Fazla Veren Önemli Ülkeler (2020, Milyon \$)



Kaynak: Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Gıda ticaretinde ülkelerin iklim ve toprak koşullarına bağlı olarak belirli ürünlerde uzmanlaşması doğal bir sonuçtur. Danimarka balıkçılıkta, Malezya ve Endonezya hayvansal bitkisel yağda, Ukrayna hububat ve yağlı tohumlarda, Tayland et balık ve şekerlik ürünlerinde, Şili balıkçılık ve meyvelerde öne çıkarken Kanada, Arjantin, Brezilya geniş ve elverişli toprak, iklim yapıları ile hemen tüm ürünlerde öne çıkmaktadır.

-Günümüzde savaşan Rusya ve Ukrayna buğdayda dünya ihracatının sırasıyla %17,6 ve %8'ini, ayçiçek yağında %18,3 ve %39,5'ini,

-mısırdaki ABD, Arjantin, Brezilya ve Ukrayna %26,%16,5, %15,9 ve %13,2'sini,

-soya fasulyesinde Brezilya ve ABD %44,6 ve %40'ını,

-palm yağında Endonezya ve Malezya %53,1 ve %29,9'unu,

- kamış şekerinde Brezilya %36,7'sini,
- tütünde yine Brezilya %16,5'ini,
- kakao tanelerinde Fildişi ve Gana %40'1 ve %16,1'ini, kakaolu çikolata-
da Almanya ve Belçika %16,8 ve %10,8'ini,
- su ürünlerinde küçük Norveç, devasa Çin ile aynı oranda %9,6'sını,
- süt ve süt ürünlerinde Yeni Zelanda, Almanya ve Hollanda her biri %12-
11'ini,
- çayda Çin, Sri Lanka ve Kenya %25,1, %16,4 ve %15'ini,
- vanilyada Madagaskar %56,4'ünü,
- muzda Ekvador %26,1'ini,
- şarapta Fransa ve İtalya %29,1 ve %21'ini,
- alkollü içkilerde Fransa, B.Krallık %21,3 ve %15'ünü karşılamaktadır.

Türkiye de dünya ihracatının kuru kayısında %70,6'sını, fındıkta %59,3'ünü, kuru üzümde %26,5'ini tek başına gerçekleştirmektedir. Burada bir parantez de Hollanda'ya açmak gerekir. Sektörde yer alan herkesin gıpta ile baktığı bu ülkenin özel olarak incelenmesi gerekir.

2) FASIL BAZINDA DÜNYA GIDA TİCARETİNDE AKTÖRLER ¹

01 GTİP Canlı Hayvan

Canlı hayvan ihracatında Fransa ve Hollanda yaklaşık 2,4 ve 2 milyar \$ ihracat ile ilk 2 sırayı almakta, Danimarka, Kanada, Avustralya ve Almanya 1,5-1,3 milyar \$ civarında paylarla izlemektedir. İhracatta 6. sırayı alan Almanya 1,6 milyar \$'ı aşan ithalatı ile 302 milyon \$ açık vermekte, yine 1,05 milyar \$ ihracat ile 7. sıradaki ABD ise 3 milyar \$'ı bulan ithalatı ile 2 milyar \$ açık vermekle birlikte dünya ithalatında ilk sırayı almaktadır. Ülkemiz 84 milyon \$ ihracatı ile 31,448 milyon \$ ithalatı ile 14. sıradadır.

¹ Fasil bazlı olarak önemli ihracat ve ithalatçılar ile Türkiye'nin sırasına grafiklerde yer verilmiştir.

02 GTİP Etlер

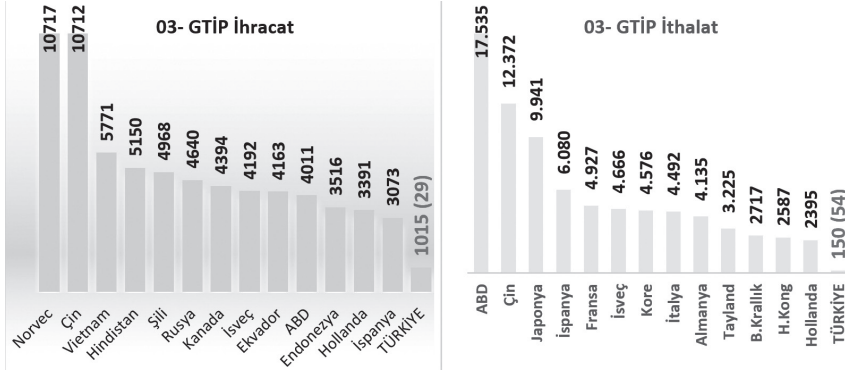
Yaklaşık 134,7 milyar \$ ile dünyada en fazla ticareti yapılan ürün olan Etlер (02) faslında ABD ihracatta ilk, ithalatta 3. sıradadır. Çok geniş toprakları ve bitki florası ile Brezilya, Avustralya, Kanada, Y. Zelanda ve Arjantin'in ihracatta en ön saflarda yer alması şaşırtıcı değildir. Avrupa'nın küçük ülkesi Hollanda 4. büyük ihracatçı iken, İspanya, Almanya, Polonya gibi büyük yüz ölçümlü ülkeleri de ön sıralardadır. Danimarka ve İrlanda gibi küçük yüz ölçümlü ve soğuk iklimli ülkelerin Fransa ve hayvancılığı ile ünlü Arjantin'in önünde yer alması ilginçtir. İhracatta ilk 5 ülke, dünya toplamının neredeyse yarısını (%47,4), ilk 10 ülke ise %69,2'sini gerçekleştirmektedir. Fransa dışında belirtilen ihracatçı ülkelerin tamamı fazla vermektedirler.

Bu alanda dünyanın en büyük pazarı 30,3 milyar \$ ile dünya ithalatının %22,4'ünü gerçekleştiren Çin'dir. Ardından %7,6 ve %7 paylar ile Japonya ve ABD gelirken, Almanya, Fransa, B. Krallık ve İtalya izlemektedir. Türkiye 570 milyon \$ ihracata (26 sırada) karşılık 74 milyon \$ ithalata sahiptir.

03 GTİP Nolu Balıklar, Kabuklu Hayvanlar, Yumuşakçalar

Su ürünleri ihracatında Norveç ve İsveç dikkat çekmektedir. Yaklaşık 5,5 milyon nüfusa sahip Norveç ve 10,6 milyon nüfusa sahip İsveç, dünya balık ihracatında Kuzey Buz Denizinde sahip oldukları geniş deniz sahası ve tüketimlerinin çok üzerinde balık yakalama teknolojileri ile ihracatta kendilerinden çok çok daha büyük devasa ülkelerin üzerinde ihracat hacimlerine sahiptir. Özellikle Norveç'in payı 1,4 milyarlık nüfusa ve dünya kara yüz ölçümünün %6,3'üne sahip Çin'in çok az da olsa üzerindedir. (Dünya payı %10,1). Norveç'e, İsveç, Hollanda, Danimarka ve İzlanda eklenecek olursa İskandinav ülkelerinin dahil olduğu toplamları 40 milyona ulaşmayan nüfuslu 5 ülke 110 milyar \$ dolayında olan dünya ihracatının 1/5'ten fazlasını %20,7'sini gerçekleştiriyor demektir.

Şekil 8: 03 GTİP Nolu Balıklar, Kabuklu Hayvanlar, Yumuşakçalar Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir

21 alt fasıla sahip gıda sektörünün 3 alt faslında ihracatta ilk 10'da yer alabilen Vietnam'ın önde yer bulduğu 3 sektörden 1'isi su ürünleri ile ilgilidir. Şili de, 21 faslın sadece 2 tanesinde ilk 10'da yer almakta olup birisi budur.

İthalatta ABD, Çin ve Japonya açık ara öndedir. İthalatta yer alan ilk 4 ülkenin 3'ü ihracatta da ilk sıralarda olmakla beraber önemli derecede açık vermektedir. ABD ve Çin birlikte ithalatın $\frac{1}{4}$ 'ünden fazlasını gerçekleştirmektedir. Sadece ilk 5 büyük ithalatçı ülke neredeyse toplamın yarısını (%46,4) almaktadır.

04 GTİP Süt Ürünleri, Yumurta, Bal

Süt Ürünleri, Yumurta, Bal faslında, Türkiye'nin $\frac{1}{3}$ 'ü yüz ölçümünde 5,1 milyon nüfuslu bir ada ülkesi olan Yeni Zelanda dünya ihracatında ilk sırayı almaktadır. Bu ülke ve ABD hariç olmak üzere ilk 10 ihracatçı ülkenin tamamı AB ülkeleridir. AB'nin tarımı destekleme politikası ile çiftçilere sağladığı primlerle süt ve tereyağı dağları olduğu ve bütçenin büyük kısmının "Ortak Tarım Politikası" için harcanmak zorunda kaldığı Birlik tarafından eleştirilen bir konu olarak da dikkat çekmektedir.

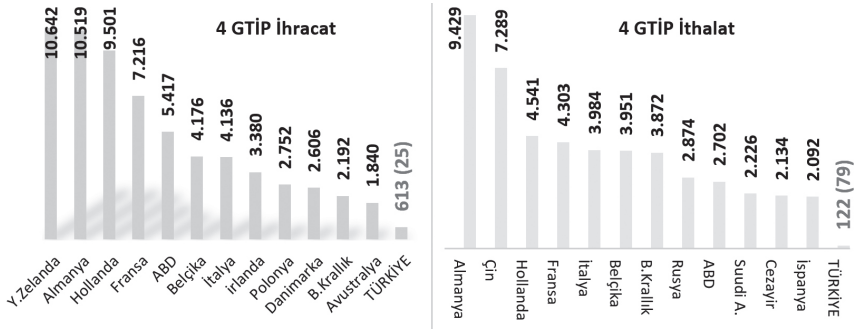
10 milyar \$ civarı ve üzerinde ihracat yapan ilk 3 ülke dünya toplamının %35'ini gerçekleştirmekte iken, 10 ülke baz alındığında bu rakam $\frac{2}{3}$ 'e ulaşmaktadır.

B.Krallık ve İspanya ihracatta ilk 15’de yer alıp da bu fasılda dış ticaret açığı veren ülkelerdir. En önemli ithalatçı ülkeler arasında ihracatta da yer alan AB ülkeleri dışında Avustralya, Arjantin ve S.Arabistan da sayılabilir.

Dünya toplamında 90,2 milyar \$ olan ithalatta en önemli kalem yaklaşık 33,3 milyar \$ ile peynir ve lor, 22 milyar \$ ile süt ve krema, 8,8 milyar \$ ile te-reyağı, 4,8’er milyar \$ ile peynir altı suyu ve yayık altı sütü, 4,2 milyar \$ ile kuş yumurtaları ve 2,3 milyar \$ ile bal’dır.

Ülkemiz bu fasılda 613 milyon \$ ile ihracatta 25, 122 milyon \$ ile ithalatta 79. sıradadır.

Şekil 9: 04 GTİP Nolu Süt Ürünleri, Yumurta, Bal Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir

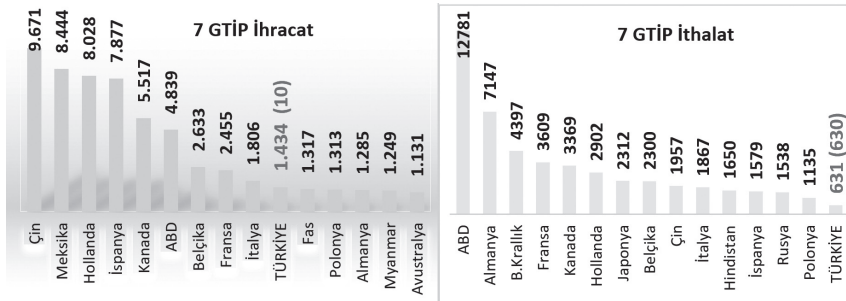
07. GTİP Yenilen Sebze, Bazı Kök ve Yumrular

Dünya ihracatında 76,6 milyar \$ bir hacme sahip olan fasılda Çin %12,6 pay ile ilk sırayı alırken, Meksika %11 pay ile ikinci, Çin’den 234 kat küçük yüz ölçümüne sahip Hollanda ile İspanya yaklaşık %10,5’ar pay ile üç ve dördüncü sıraları almaktadır. Görüleceği üzere bu 4 ülkenin payı dünya toplamının yarısına (%44,4) yakındır. Çin dışında ilk 10 ihracatçıdan 5’inin AB-ki Hollanda ve Belçika’nın alanları birlikte Türkiye’nin 1/11’i kadardır- 3’ünün Kuzey Amerika ülkeleri olmaları ilginç bir veridir.

Yaklaşık 1,4 milyar \$ ile Türkiye'nin 10. sırada yer aldığı ürün grubunda Fas, Polonya, Myanmar, Almanya, Hindistan ve Avustralya ile topraklarının büyük kısmı çöl olan Mısır da ülkemizin hemen ardından 1 milyar \$ üzerinde ihracat ile gelmektedir.

Çöl bölgelerine de sahip BAE ve İsrail gibi iki ülkenin sırasıyla 496 ve 306 milyon \$ fasıl ihracatları ile dünyada 24 ve 31. sırayı alması ileri tarımda bilim ve teknoloji kullanımının önemini göstermektedir. ABD, Almanya ve Fransa yaptıkları önemli ihracata rağmen yüksek ithalatları ile önemli açık veren ülkelerdir. Bu üç ülke sırasıyla 8 milyar \$, 5,9 milyar \$ ve 1,2 milyar \$ açık vermektedir. B.Krallık 3,9 milyar \$, Japonya 2,2 milyar \$, Rusya 1,1 milyar \$, Hong Kong, Bangladeş, İsviçre, Malezya, ve S.Arabistan ise 960-690 milyon \$ arasında rakamlarla açık veren ülkelerdir.

Şekil 10: 07. GTİP Yenilen Sebze, Bazı Kök ve Yumrular Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

Dünyada en fazla ithalatı yapılan sebze grupları arasında şunlar sayılabilir;

16,1 milyar \$ ile 07.09 grubu (ki bu grubun içinde en büyük pay 6,2 milyar \$ ile biberler (070960), 2,7 milyar \$ ile, kebere, rezene, bamya, semizotu vb. (070999)'a aittir)

11,8 milyar \$ ile kuru baklagiller (0713 grubu)

9,9 milyar \$ ile domates (0702 grubu)

Her biri 7,2 milyar \$ olmak üzere soğan, sarımsak (0703 grubu), buharda pişen sebzeler (0710 grubu)

4,7 milyar \$ ile patates (0701 grubu)

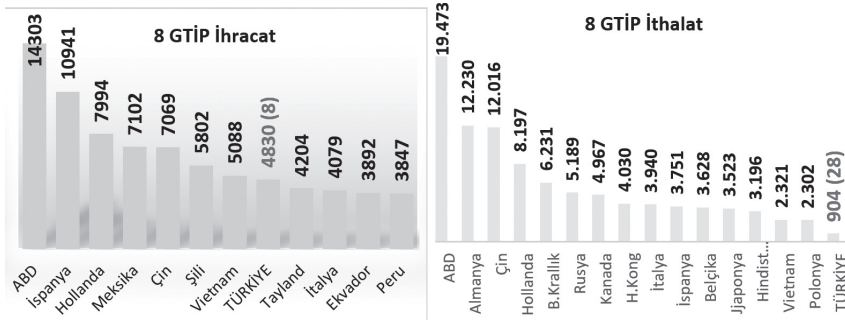
3,7 milyar \$ ile lahana, karnabahar (0704 grubu)

Yaklaşık 2,9'ar milyar \$ ile kurutulmuş sebzeler (0712 grubu), salatalık (0707 grubu), manyok, salep, yerelması (0714 grubu), havuç, şalgam (0706 grubu)

08. GTİP Yenilen Meyve ve Sert Kabuklu Meyveler

08 nolu Fası, 02 nolu Fası olan etlerden hemen sonra 133,9 milyar \$ ile dünyada en fazla ihracatı yapılan Gıda Alt sektörüdür.

Şekil 11: 08. GTİP Yenilen Meyve ve Sert Kabuklu Meyveler Dünya Ticareti



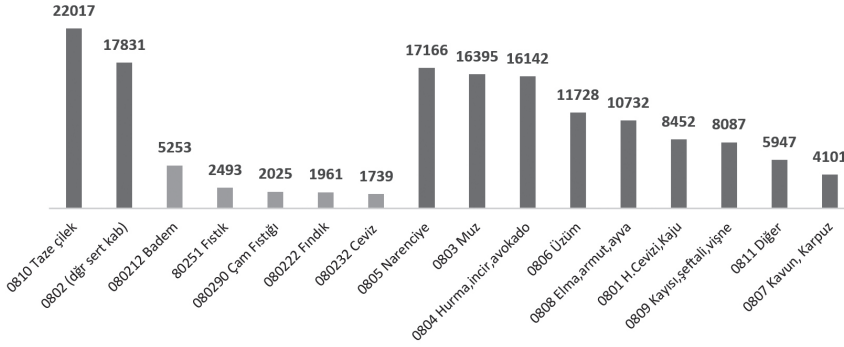
Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

Ülkemizin dünyada 8. sırada 4,8 milyar \$ ile en çok ihracat yapıp, en çok fazla (3,9 milyar \$) verdiği bu fasılda ABD 14,3 milyar \$ ve %12,1 pay ile en yakın rakibi olan İspanya'dan 3,4 milyar \$ fazla ihracat ile ilk sırayı almaktadır. İhracatçılar arasında yine AB'den Hollanda ve İtalya yanında, Amerika'dan Meksika, Şili, Peru ve yine Uzakdoğu'dan Çin, Vietnam, Tayland dikkat çekmektedir.

Bu fasılda diğer bir ilginç nokta ilk 5 ihracatçı arasında yer alan 3 ülkenin; ABD ve Çin daha yüksek (5 milyar \$ dolayında), Hollanda daha düşük (203 milyon \$) olmak üzere açıktır.

Bahse konu ülkeler dışında Almanya 10, B.Krallık 6 milyar \$'ı, aşan açıkları ile öne çıkmakta iken ayrıca, Kanada, Japonya, Hindistan, S.Arabistan, G.Kore, İsviçre, H.Kong, Belçika, Irak, Avusturya, İsveç'in önemli açıkları bulunmaktadır.

Şekil 12: Alt GTİP'ler Bazında En Çok İthal Edilen 08 Fasil Ürünleri (2020-Milyon \$)

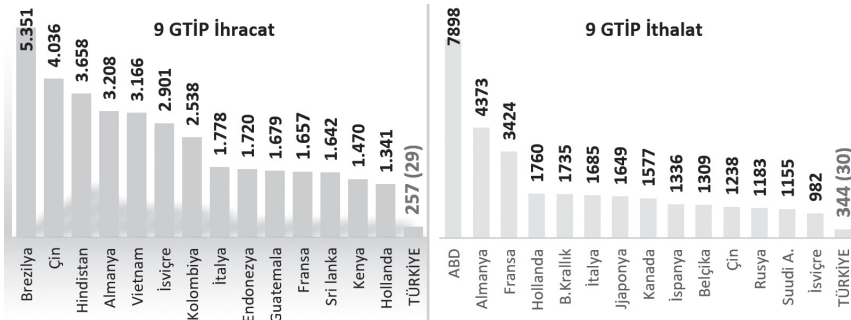


Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

09. GTİP Kahve, Çay, Baharat

Dünya çay kahve (09) faslı ihracatı yaklaşık 52,4 milyar \$ olup tamamı iyi yağış alan Brezilya, Çin, Hindistan, Vietnam ile Avrupa'da Almanya, İsviçre'den oluşan ilk 6 ülke toplamın yaklaşık %42,3'ünü gerçekleştirmektedir. İhracatçıları arasında yer alan Brezilya, Kolombiya ve Endonezya'nın ortak özelliği aynı zamanda ünlü yağmur ormanlarıdır. AB üyesi ülkelerin İtalya ve Slovakya hariç tamamı açık vermektedir. Bu fasılda ABD dünya ithalatının (%15,5), Almanya (%8,6), Fransa (%6,7)'i; başka bir ifadeyle yaklaşık 1/3'ünü gerçekleştirmektedir. ABD'nin yaklaşık 7 milyar \$, Fransa'nın 1,8 milyar \$, Japonya'nın 1,5 milyar \$, B. Krallık'ın ve Almanya'nın 1,2 milyar \$ fasıl açıkları dikkat çekmektedir.

Şekil 13: 09. GTİP Kahve, Çay, Baharat Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

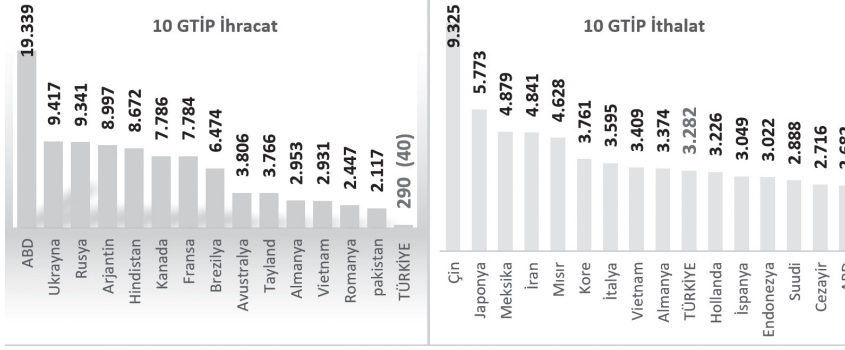
İthalatın yaklaşık 2/3'ü olan 31,5 milyar \$'ı kahve ve ancak 6,9 milyar \$'ı (%13,6) çay ihracatıdır. Karabiber (0904 grubu) 3,8 milyar \$ ve %7,5 pay, zencefil, safran, zerdeçal (0910 grubu) 2,6 milyar \$ ve %7,2 pay, hindistan cevizi (0908 grubu) 1,5 milyar \$, anason, rezene, kişniş vb. (0909 grubu) 1,2 milyar \$ ve vanilya (0905 grubu) yaklaşık 900 milyon \$ ile izlemektedir. Ülkemiz 257 milyon \$ ihracat ve 188 milyon \$'lık ithalatla bu fasılda 87 milyon \$ açık vermektedir.

10. GTİP Hububat

Hububat (10) faslı 119,3 milyar \$ ile 21 gıda faslı içinde en fazla ticareti yapılan 3. fasıl olmakla birlikte insan beslenmesindeki önemi dolayısı ile stratejik ürünlerin yer aldığı bir fasıldır. Hayvan yemi ve etanole dönüştürülerek biyoenjerji alanında da kullanımı yaygınlaştığı için tüm dünyada son yıllarda tüketimi, üretiminden daha fazla gerçekleşmesi ve zaman zaman yaşanan savaş ve iklim koşulları dolayısıyla önemi her geçen gün artmaktadır. Ülkemizin de **3 milyar \$ üzerinde açık verdiği** gıda sektöründe pozisyonu en negatif olan fasıldır. (Gür-lük ve Turhan, 2008, s. 69) Nüfus artışı, son yıllarda yaşanan kuraklıklar ve gübre fiyatlarının artışı yanında Türkiye'nin dünyanın en büyük un ve makarna ihracatçısı olması dolayısı ile ihtiyacın fazla fala oluşu gibi çeşitli nedenlerle üretim, ihtiyacı karşılamaktan oldukça uzak kalmaktadır.

İhracatta ilk 10'da yer alan ülkelerin Ukrayna, Tayland ve Fransa (500-600 bin km² civarı) dışında en küçüğü olan Arjantin, 4 Türkiye büyüklüğünde (2.780 bin km²) topraklara sahiptir. ABD (%16,2) başta olmak üzere ilk 5 ülkenin ihracattaki payı dünya toplamının %46,7'si ilk 10 ülkenin ise %71,2'dir. En büyük ihracatçıların tamamının ihracatlarının neredeyse tamamı fazla olarak ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Özellikle ABD'nin dış ticaret fazlası verdiği ender fasıllardan biridir.

Şekil 14: 10. GTİP Hububat Dünya Ticareti

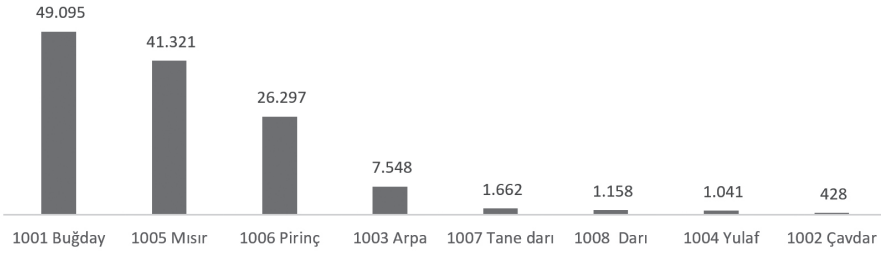


Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

İthalat kısmında diğer fasıllara nazaran daha dengeli bir durum söz konusudur. Çoğu fasılda rastlanan bir ülkenin ithalatta %10 ve üzeri pay alma durumu yoktur. Bu fasılda ihracatı yok denebilecek Çin ve Japonya başta Uzakdoğu ile Ortadoğu ve Kuzey Afrika bölgesinin çok önemli alıcılar olduğu görülmektedir.

İhracatta hemen hemen ABD'nin sağladığı ürün kadar dünya piyasasına birlikte ürün sağlayan Rusya ve Ukrayna arasında 2022 ilk çeyreğinde yaşanan gerilim ve savaş ortamının, bu fasılda ve bu faslın hammadde sağladığı veya birlikte işlem gördüğü; 11 Nolu Değirmencilik Ürünleri, 19 Nolu Hububat, Un, Nişasta, Süt Ürünleri, 18 Nolu Kakao ve kakao ürünleri fasıllarında, özellikle buğdayda olumsuz etkiler getirmesi kaçınılmaz gözükmektedir. Sorunların öncülerinden olan tahıl ve yağlı tohum arzı konusu buna örnektir. Rusya'nın Ukrayna limanlarından çıkışına izin vermediği ürünler için Türkiye'nin arabuluculuğunda BM'nin devreye girmesi gerekmiştir.

Şekil 15. Dünyada En Çok İthalatı Yapılan Hububat (10 GTİP) Ürünleri (Milyon \$-2020)

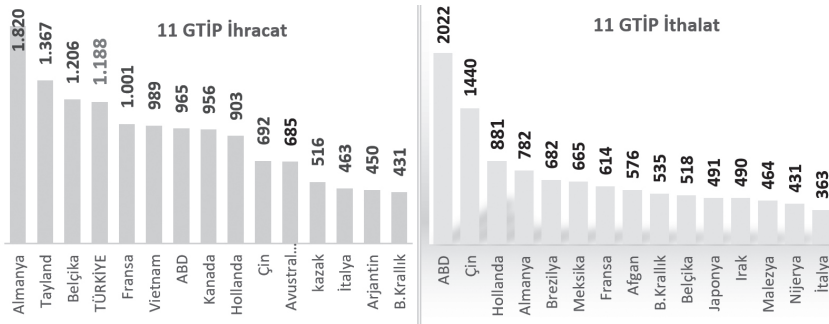


Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

11. GTİP Değirmencilik Ürünleri

20,2 milyar \$ hacimle dünya ticaretinde en az pay alan 2. fasıldır. Diğer taraftan değer olarak ülkemizin en çok fazla verdiği (08) faslının ardından ikinci sırada gelmekle birlikte dünya sıralamasında yıllar itibariyle Türkiye'nin 3 ile 4.'lük arasında en üstte yer aldığı fasıldır. İlk 5 ülkenin birlikte dünya ihracatında payı 1/3'tür. ABD 1,1 milyar \$, Çin 750 milyon \$, Brezilya ve Irak 500'er milyon \$ civarı açıkları ile dikkat çekmektedir.

Şekil 16: 11. GTİP Değirmencilik Ürünleri Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

12. GTİP Yağlı Tohum ve Meyveler

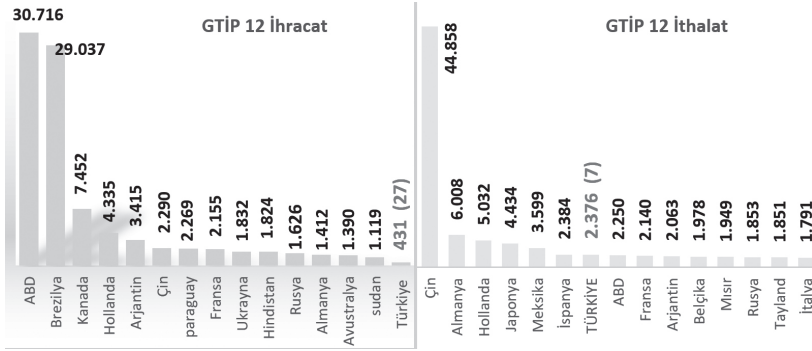
Ülkemizin hububat (10) faslından sonra yaklaşık 2 milyar \$ ile en fazla açık verdiği ikinci fasıldır. Bitkisel yağ yanında yem ve enerji için kullanıma olan talebi üretim karşılamaya yetmemektedir (Küçük ve ark., 2022, s. 224). Özellikle ayçiçeği tohumunda ü nedeniyle ktadır.

108,6 milyar \$ hacim ile en fazla ticareti yapılan fasıllar arasında yer almaktadır. İhracatta ve ithalatta sayılı sayıda ülke söz sahibidir. Örneğin ihracatta ABD %28, Brezilya %27 pay ile toplamın yarısından fazlasını karşılamaktadır.

Çin'in ithalattaki ağırlığı daha da yüksektir; %39,6. Çin bu fasılda verdiği 42 milyar \$ açık ile herhangi bir gıda faslında olan en büyük açığa sahiptir. Almanya, Hollanda, Japonya ve ülkemizin de dahil olduğu Akdeniz ülkeleri de hem ithalatta hem de fasıl ticaret açığında önemli aktörlerdir.

113 milyar \$ dolayında olan ithalatın yaklaşık 64 milyar \$'ı (%56,3) soya fasulyesi (1201 grubu) üzerinedir. Soya fasulyesi ihracatının %44,6'sını Brezilya, %44'ünü de ABD gerçekleştirme olup oligopol durumundadır. Her iki ülkenin de alıcısı %58'er payla Çin'dir. Bu durum ABD-Çin tarife savaşlarında bu ürün grubunun neden koz olarak masada olduğunu göstermektedir (Adjemian et al., 2021, s.2). 11,1 milyar \$ rep veya kolza tohumu (1205 grubu), 8,1 milyar \$ ekim amacıyla kullanılan tohum (1209 grubu), 5,4 milyar \$ diğer yağlı tohumlar (1207 grubu) ve 4,7 milyar \$ ayçiçeği tohumu (1206 grubu) ithalatı bulunmaktadır. Türkiye 1,2 milyon ton (628 milyon \$) ve %12,7 pay ile ayçiçeği tohumu ithalatında dünyada ilk sırada yer almaktadır.

Şekil 17: 12. GTİP Yağlı Tohum ve Meyveler Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

Dünyada 13. GTİP Lak, Sakız Reçine

Yaklaşık 7,5-8 milyar \$ ile gıda sektörünün en az ticarete konu faslıdır. İhracatta Çin %21,6, Hindistan

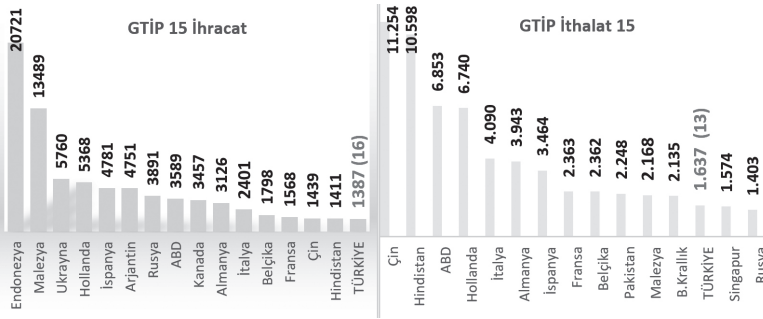
%9,6, ABD ve İspanya %8 civarı, ithalatta ise ABD %19,1, Almanya (%7,9, Fransa, Çin ve Japonya %5 dolayında pay sahibidir.

15. GTİP Hayvansal-Bitkisel Yağlar

Hayvansal ve bitkisel yağlar (15) faslı dünya ticaretinde yaklaşık 102 milyar \$ paya sahiptir. Ülkemizin de 1,6 milyar \$ ithalatı ve 250 milyon \$ fasıl açığı ile açık verdiği 6 gıda faslından biridir. Bu fasılda Uzakdoğu ülkelerinden Endonezya (%20,3) ve Malezya (%13,2) toplam ihracatın 1/3'ünü gerçekleştirmekte olup sırasıyla 20,5 ve 11,3 milyar \$ fazla vermektedirler.

İthalatta ise Çin ve Hindistan yaklaşık %10,7 ve %10,1'er pay ile toplamın 1/5'inden fazlasını karşılamakta iken her iki ülkenin 10 milyar \$ civarında açıkları bulunduğu görülmektedir.

Şekil 18: 15. GTİP Hayvansal-Bitkisel Yağlar Dünya Ticareti



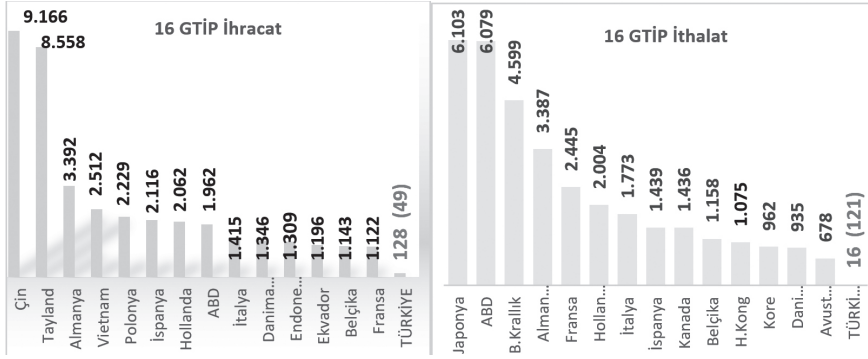
Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

16.GTİP Et Balık Ürünleri

52,8 milyar \$ ticaret hacmine sahip fasılda Çin 9,2 milyar \$ (%17,4) ve Tayland 8,6 milyar \$ ve %16,2 pay ile toplamın 1/3'üne ihraç eden 2 ülkedir. 3,4 milyar \$ ile izleyen Almanya yüksek ithalatı ile dengeye yakın bir konumda iken, Vietnam, Hollanda, Polonya, İspanya ve ABD de 2'şer milyar \$ civarında ihracata sahiptir. Uzakdoğu'dan Vietnam yanında Tayland ve Endonezya ile G.A-merika'dan Ekvador önemli ihracatçıları arasındadır.

İlk 10 ihracatçı arasında yer alan ABD, ithalatta da Japonya'nın ardından 2. sırada yer alırken 4,1 milyar \$ açık da vermektedir. Bu haliyle 5,5 milyar \$ açık veren Japonya'nın ardından ve yine 4,1 milyar \$ açık veren B.Krallık'ın hemen önünde gelmektedir. Bu 3 ülkenin ithalattaki payı %31,8 gibi son derece yüksek bir orandadır. Fransa 1,3 milyar \$ ve Hong Kong 1 milyar \$ açık vererek önemli pazar olan diğer ülkelerdir.

Şekil19: 16.GTİP Et Balık Ürünleri Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

İthalatta Japonya, K.Amerika ve AB ülkelerinin önemli yeri vardır. Türkiye yalnızca 16 milyon \$ gibi düşük bir ithalata sahip olduğu için yine düşük olan ihracatına karşın 112 milyon \$ fazla sağlamaktadır.

İthalatta başlıca ürün grupları şu şekildedir;

Hazır ve konserve balık, havyar (1604 grubu) 18 milyar \$ ve %34,1 pay,

Hazır, konserve et (1602 grubu) 15,8 milyar \$ ve %30 pay,

Hazır, konserve kabuklu hayvan, yumuşakça (1605 grubu) 8,8 milyar \$ ve %16,7 pay,

Sosisler (1601 grubu) 5,5 milyar \$ ve %10,3 pay

17.GTİP Şeker ve Şeker Mamulleri

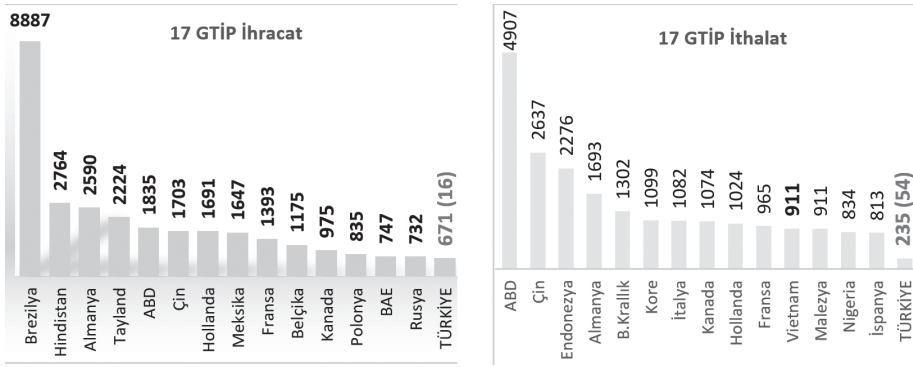
17 nolu şeker ve şeker ürünleri faslı 38-43 milyar \$ ile 21 gıda faslı içinde en az hacme sahip 5. faslıdır.

Ülkemiz bu fasılda 671 milyon \$ civarında ihracat ve 235 milyon \$ civarında ithalatla 436 milyon \$ ticaret fazlasına sahiptir. Dünya ithalatının %60,4'ü (25,7 milyar \$) kamış veya pancar şekeri (17.01 grubu), %25,8'lik bölümü (11milyar \$) kakao içermeyen şeker mamulleri (1704 grubu), %17,8'lik bölümü (7,6 milyar \$) diğer şekerler (1702 grubu) şeklinde sıralanmaktadır.

İhracatta büyük bölümü kamış şekerinden olmak üzere Brezilya yaklaşık 8,9 milyar \$ ve bir önceki yıla göre %64 artış ve toplamda %20,9 pay ile ilk sıradadır. 1500'lü yıllardan itibaren Afrika'dan taşınan kölelerle Portekiz tarafından şeker üretimi için kullanılan Brezilya tarihi kamış şekeri üretimini dünyada %36,7 payla üretimini devam ettirmektedir.

İthalatta ABD'nin %10,8 payından sonra nispeten dengeli ve çoklu bir dağılım söz konusudur. ABD'nin açığı 3,1 milyar \$'a ulaşırken, Çin'in yaklaşık 2 milyar \$, Endonezya'nın 1 milyar \$ açığı söz konusudur

Şekil 20: 17.GTİP Şeker ve Şeker Mamulleri Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

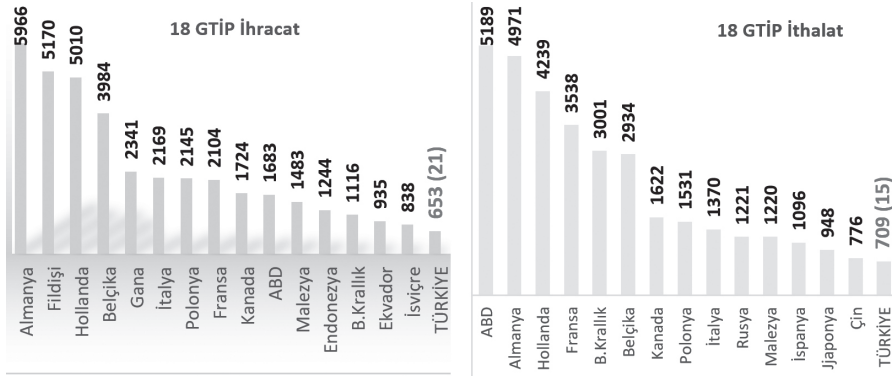
18.GTİP Kakao ve Kakao Ürünleri

50 milyar \$ hacimle kakao ve kakao ürünleri faslında ihracatta hammadde sağlayıcısı Afrika ülkeleri ile hammaddeyi kullanıp katma değerli nihai ürün ihracatını gerçekleştiren AB ve Kuzey Amerika ülkeleri dikkat çekmektedir. Almanya, Fildişi Sahili ve Hollanda %12-10 payla Dünya toplamının 1/3'ünü gerçekleştirmektedir.

İthalatta hammadde üreticisi Afrika ülkelerinin yerini Rusya, Japonya ve Çin'in alması dışında belirgin bir değişiklik yoktur. ABD 3,5 milyar \$, B.Krallık 1,9 milyar \$, Fransa 1,4 milyar \$ ve Japonya 0,9 milyar \$ açıkla önemli pazarlar arasındadır.

İhracatta 29,2 milyar \$ ile (%57,8) çikolata ve kakao içeren ürünler (1806 grubu) ilk sırada olup, bu ürün grubunu 9,1 milyar \$ ve %18,2 pay ile kakao daneleri (1801 grubu), 5,7 milyar \$ ve %11,4 pay ile kakao yağı (1804 grubu), 3,3 milyar \$ ve %6,6 pay ile (1803 grubu) kakao hamuru ve 2,5 milyar \$ ve %5 payla kakao tozu (1805 grubu) izlemektedir. Ülkemiz bu fasılda 56 milyon \$ civarında açık vermektedir.

Şekil 21: 18.GTİP Kakao ve Kakao Ürünleri Dünya Ticareti

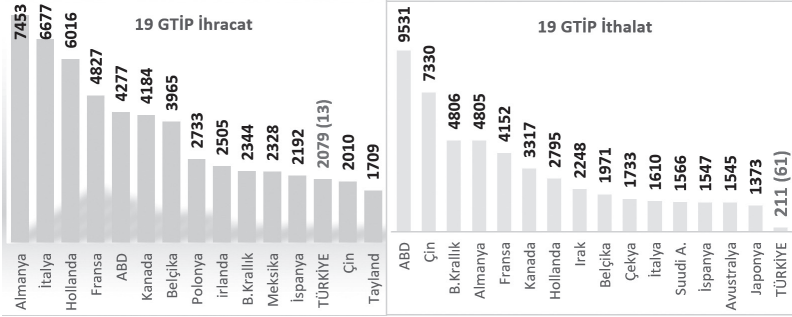


Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

19. GTİP Hububat, Un, Nişasta, Süt Ürünleri

81 milyar \$ civarında hacme sahip fasıl Türkiye'nin değer olarak en fazla ihracat yaptığı (2,1 milyar \$) ve fazla verdiği (1,9 milyar \$) sektörlerin başında gelmektedir. Özellikle unda dünya ihracatının yaklaşık 1/5'i olan 950 milyon \$ değer ile açık ara liderdir. (Yıldırım, 2021, s. 17) İhracatta önemli ülkeler gelişmiş Batı ülkeleri yanında Çin, Tayland gibi Uzakdoğulular iken, ithalatta S. Arabistan, Avustralya, Japonya, Irak ve BAE de listeye girmektedir.

Şekil 22: 19. GTİP Hububat, Un, Nişasta, Süt Ürünleri Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

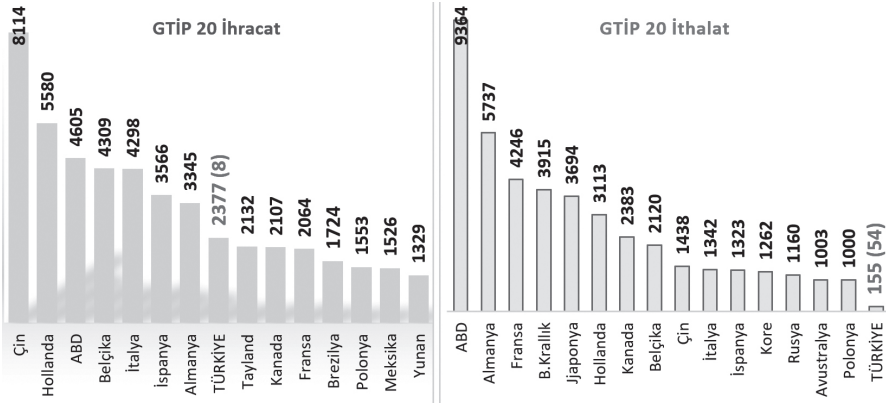
Fasıl ihracatının %46,7'i olan 38 milyar \$ ekmek, pasta, kek, bisküvi alt grubundadır (1905 grubu). 23,5 milyar \$ ve %28,9 pay ile malt hülasesı (1901 grubu), 12,1 milyar \$ ve %14,9 pay ile makarnalar (1902 grubu) 7,3 milyar \$ ve %9 pay ile hububat ürünleri (mısır gevreği gibi) (1904 grubu) onu izlemektedir.

Türkiye, genel olarak 13. büyük ihracatçı olduğu fasılda 1,1 milyar \$'lık pasta, kek, bisküvi ihracatı ile dünya 12'ncisi -ki, tatlı bisküvilerde (190531) 6'ncı, gofretlerde (190532) 5'incidir- 720 milyon \$'lık pişmemiş makarna (190219) ihracatı ile dünya 4'üncüsüdür.

20. GTİP Sebze, Meyve ve Sert Kabuklu Meyvelerden Müstahzarlar

65,5 milyar \$ hacme sahip olan 20 nolu fasıl da ülkemizin 2,4 milyar \$ ihracat yanında 2,2 milyar \$ ile en yüksek fazla verdiğimiz fasıl olarak ödemeler dengemize olumlu katkı yapmaktadır. Sağlanan başarı ülkemizi ihracatta dünya 8. konumuna taşımıştır. İhracatta Çin ve Hollanda toplamın %21'ine, ABD, Belçika ve İtalya dahil 5 ülke %31'ine ulaşmaktadır. ABD ihracatta 3. sırayı almasına karşın ithalatının yüksekliğinden 4,8 milyar \$ açık vermektedir. İki ada ülkesi Japonya 3,5 milyar \$, B. Krallık 3,2 milyar \$, Almanya 2,4 milyar \$ ve Fransa 2,2 milyar \$ açıkla öne çıkan diğer ülkelerdir.

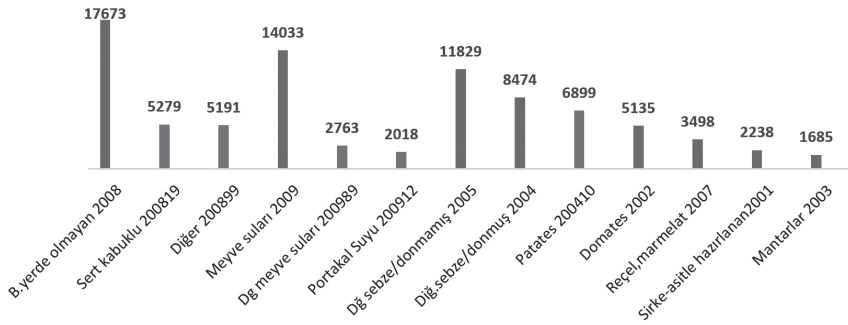
Şekil 23: 20. GTİP Sebze, Meyve ve Sert Kabuklu Meyvelerden Müstahzarlar Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

17,7 milyar \$ ve %27 pay ile bu faslın en önemli alt ihrac grubu olan başka yerde yer almayan sebze meyve ürünlerinde (2008 grubu) Türkiye 920,4 milyon \$ ile dünyanın 5. büyük ihracatçısıdır. Çin bu grupta 3 milyar \$ ve %17 pay ile ilk sırada olup 2,2 milyar \$ fazla verirken, 1,7 milyar \$ ve %9,4 pay ile 2. sırada olan ABD, yüksek ithalatına bağlı 1,8 milyar \$ açık vermekten kurtulamamaktadır. Büyük bölümü Almanya'ya gerçekleşen Türkiye ihracatının 798,4 milyon \$'lık bölümü 200819 sert kabuklu meyve alt grubuna aittir. Fındık olduğu anlaşılan bu alt grupta ülkemiz %15,1 payla dünya ihracatında ilk sıradadır.

Şekil 24: Dünyada En Çok İthalatı Yapılan (20 Nolu GTİP) Ürünleri (Milyon \$)



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

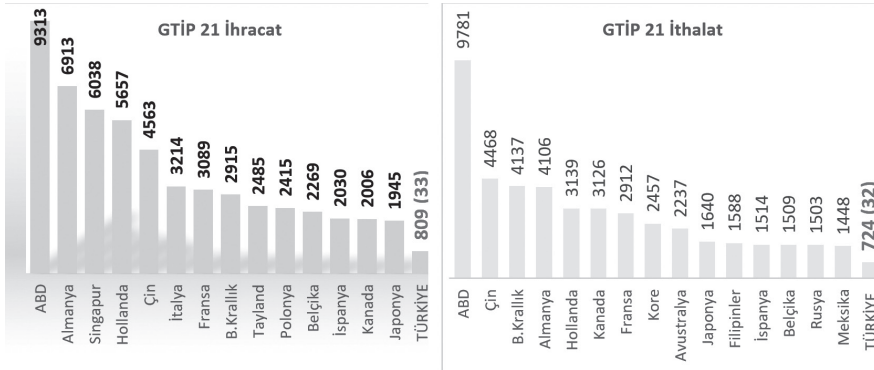
Ayrıca bu fasıl altında yer alan -Başka Surette Hazırlanmış veya Konserve Edilmiş; 200830- Turunçgiller grubunda 36,5 milyon \$ ile 5'inci, 200860- Kirazlar (Vişne dahil) grubunda 10,8 milyon \$ ile 8'inci, 200850 Kayısılar grubunda 6,8 milyon \$ ile 6'ncı sıra Türkiye'ye aittir.

21.GTİP Yenilen Çeşitli Gıda Ürünleri

83,3 milyar \$ civarında ticaret hacmine sahip olan fasılda ihracatta ve ithalatta ABD, yaklaşık %11-12 ile lider ülkedir. Gıda sektörünün hemen tüm fasıllarında dış ticarete ön sıralarda yer alan ülkeler bu fasılda da ön sıralardadır. Aradaki ufak farklardan birisi ithalatta genelde ilk 10'da yer almayan Avustralya ve nadir yer alan Kore'nin ve sonrasında Filipinler'in de ithalatta öncü ülkelerden olmalarıdır.

Filipinler 1,4 milyar \$, S. Arabistan 1,3 milyar \$, Avustralya, B. Krallık, Kore ve Kanada yaklaşık 1,2 milyar \$ açık veren pazar ülkeleridir.

Şekil 25: 21.GTİP Yenilen Çeşitli Gıda Ürünleri Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

Bu fasılın en önemli ihraç alt kalemleri 2106 grubunda yer alan tarifinin başka yerinde belirtilmemiş gıda ürünleri (protein konsantreleri, katı süt yağı, diyet mamaları, bileşik alkol ürünleri, izoglikoz şurupları, emülgatör, jöle vb.) olup 49,4 milyar \$ ile bu fasılın toplamının %58 hacmine sahiptir.

Soslar ve sos ürünleri (2103 grubu) 14,9 milyar \$ ve %17,5 ile izlemektedir. Kahve, çay hülasesı ve konsantreleri (1201 grubu) 8,4 milyar \$ ve %9,9 pay ile üçüncü,

Dondurma vb. (2105 grubu) 4,5 milyar \$ ve %5,2 pay ile dördüncü, Çorbalar et suları (2104 grubu) 3,5 milyar \$ ve %4,1 pay ile beşinci, Mayalar (2102 grubu) 2,5 milyar \$ ve %2,9 pay ile altıncı önemli fasıl alt grubudur.

Türkiye'nin bu fasılda ilk 25'te yer aldığı alt ürün grupları yalnızca ikidir; "Mayalar"da 202,1 milyon \$ ve %8 pay ile Çin'in ardından (342 milyon \$) dünya ihracatında ikinci,

Dondurmada 43 milyon \$ ile 22. (Almanya 596, Fransa 553 milyon \$ ile ilk 2, Belçika 440 milyon \$ ile 3'üncü sıradadır) büyük ihracatçıdır

22. GTİP Meşrubat, Alkollü İçkiler ve Sirke

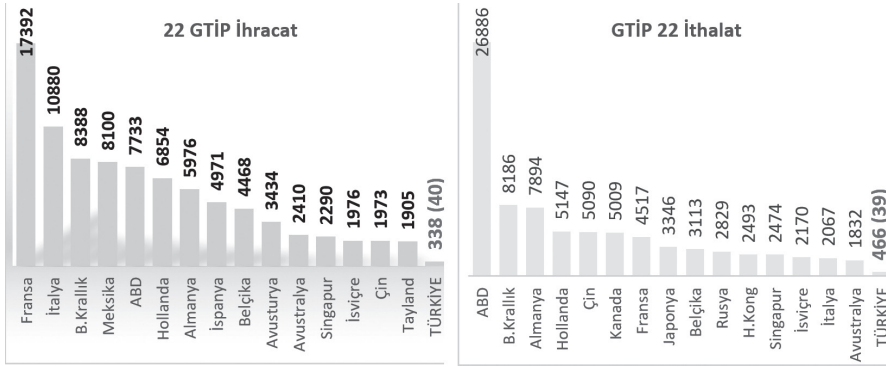
Yaklaşık 118-125 milyar \$ ile etler (02) ve meyve, kabuklu meyve (08) ve hububat (10) faslından sonra en çok ticareti yapılan 4. fasıldır. Fransa %14,7 payla en yakın rakibi olan İtalya'nın (%9,2) oldukça üzerinde dünya ihracatında ilk sıradadır. Gıda sektöründe genel olarak açık veren ve gerilerde yer alan B. Krallık 8,4 milyar \$ üzeri ihracatla bu kez ilk 3'e girmeyi başarmıştır. İlk 10 ihracatçının 5 ve 6. sırada yer alan K. Amerika ülkeleri hariç tamamı Avrupa ülkeleridir.

Faşlın önemli ihracatçılar için çok büyük gelir kaynağı olduğu görülmektedir. Fransa'nın fasıl fazlası 12,9, İtalya'nın 8,8, Meksika'nın 7,2, İspanya'nın 3,2 milyar \$'ı bulmaktadır.

ABD 7,7 milyar \$ ile 5. büyük ihracatçı olarak listede yer alsa da ihracatının 3,5 katı ithalatı ile dünya ithalatının 1/5'inden de fazlasını (%22,4) tek başına gerçekleştirerek asıl ithalat listesinin başına -büyük farkla- yerleşmiştir. Kanada 3,7, Çin 3,1, Japonya 2,3, Rusya 2,2, Almanya ve H. Kong yaklaşık 1,9 milyar \$ ile, küçük İskandinav ülkeleri ile boyutlarına göre hatırı sayılır açık ile önemli pazarlar hüviyetindedir. Meksika fasıl ihracatının %95,6'sı, Avusturya ve İsviçre ihracatının 1/3'ü, Fransa ve İtalya ihracatlarının ¼'ü ABD'ye yöneliktir. Türkiye

çok büyük potansiyele sahip olduğu bu fasılda cüzi bir ticaret ve açık ile yetinmek durumunda kalmıştır.

Şekil 26: 22. GTİP Meşrubat, Alkollü İçkiler ve Sirke Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

En çok ticareti yapılan alt ürün gruplarına bakılacak olursa şarap (2204 grubu) 34,3 milyar \$ ile en çok ticareti yapılan ürün grubudur. İhracatçı ülkelerin sıralamasında da çok etkindir. Fransa 10 milyar \$, İtalya ise 7,2 milyar \$ ihracat ile diğer ülkelerin çok önündedir. Bu iki ülkenin payı dünya şaraplarında %50'yi aşmaktadır. İspanya 3,1 milyar \$ ihracat ile izlemektedir. Avustralya 2 milyar \$, Şili 1,8 milyar \$ ihracatla listededir. Bunun da ötesinde Fransız şarapları 7, İtalyan şarapları 3,5 \$/l ortalama birim fiyatları ile diğer ihracatçılardan oldukça olumlu ayrılmaktadır. Bu grupta çok büyük potansiyeli bulunan Türkiye'nin 6,9 milyon \$ ile 58. sırada kalması, kabul edilebilecek bir durum olmasa gerekir. Oysa Türk şarapları 2,7 \$/l ortalama fiyat ile kalite algısında fena gözükmemektedir. Şarap ürün grubuyla ilgili çalışmalarda bugün için listede 5. sırada yer bulan Çin en etkileyici pazar olarak tanımlanırken, Japonya, Hong Kong, İskandinav ülkeleri, ABD ve Kanada bu ülkeyi izlemektedir.

Şarap üreticilerinin gelecekte en hızlı büyümesini beklediği pazarlar ise Singapur, Çekya, Tayvan ve BAE'dir (Rodrigues et al., 2020, s. 137). Belirtilen ülkelere bakıldığında yaklaşık 24 milyon nüfusa sahip Tayvan dışında diğerlerinin 6-11 milyon nüfusa sahip, nispeten küçük nüfusa sahip ülkeler olduğu görülmektedir. Hal

böyleyken veya Bu nedenle pazarın büyümesini iç nüfusa bağlı olarak açıklamak çok doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Bu ülkelerin ayırıcı özellikleri incelendiğinde (nedir diye bakıldığında), Singapur ve Tayvan'ın Çin pazarına, Çekya'nın başta Almanya olmak üzere AB pazarına, ulaşım olanaklarının kolaylığı kuşkusuz bir faktördür. Singapur ve Çekya aynı zamanda önemli turizm destinasyonları arasındadır (Worldbank 2020). BAE'nin özelliği ise Arap - İslam coğrafyası içerisinde küreselleşme endeksi en yüksek olan (38.) ülke olması, Dubai'nin düşük vergilendirilmiş bir alışveriş merkezi olarak ün yapması olarak düşünülebilir. Keza Singapur ve Çekya bu endeks içerisinde ilk 20'de yer alarak dikkat çekmektedir (KOF, 2022). BAE ve Singapur'un dünyanın en önemli havayolu transfer hub'ları arasında yer alması da şarap tüketimini artırabilecek bir unsurdur. Her 4 ülkede de uluslararası yatırımcılar ve yabancı çalışanlardan oluşan büyük kitle de hesaba katılmalıdır.

29,3 milyar \$ ile şaraptan sonra en büyük içecek pazarı olan 2208 **alkollü içki** alt grubunda 10,2 milyar \$ ile viski bu alt grupta 1/3'ünden fazla pay almaktadır. Viski pazarından en yüksek payı yarıya yakın oranla (%49,2) oranla İngiltere almaktadır. Ayrıca, ABD 1 milyar \$, İrlanda 778, Singapur 696 milyon \$ ihracata sahiptir.

2208 grubunda “**diğer içkiler**” olarak görülen 220890 alt grubunda 5,5 milyar \$ pazar bulunduğu söylenebilir. Tekila, uzo ve rakı da bu alt grup altında değerlendirilmekte olup, Meksika 1,6 milyar \$ tekila ihracatı ile ilk sıradadır. Türkiye neredeyse tamamı “Rakı” olan 31,8 milyon \$ ve %54'ü Almanya, %11'i KKTC'ye yönelen Rakı ihracatı ile 18. sıradadır. Oysa Yunanistan'ın Türk Rakı-sından daha iyi olmadığı bilinen Uzo ihracatları 76,6 milyon \$ olup bu ülke 15. sırada Türkiye'nin üzerindedir. En az “tekila” kadar olabileceği düşünülse potansiyelin ancak %2'sinin kullanılabildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Likörler (220870) 3,1 milyar \$, Votka (220860) 1,8 milyar \$, Rum (220840) 1,4 milyar \$ ve Cin (220850) 1,2 milyar \$ ihracat rakamları ile izlemektedir.

İçeceklerde 22,4 milyar \$ ile en çok ticareti yapılan üçüncü alt grup olan tatlandırıcı içeren “su”yu (2202), yaklaşık 15,2 milyar \$ ihracat ile “Bira” (2203 grubu) alt grubu izlemektedir. Bu alt grupta yaygın kanının aksine Meksika 4,4

milyar \$ ve %29,2 payla dünyada ilk sırada ihracatçıdır. Hollanda ve Belçika 2 milyar \$ dolayında ihracat yaparken, “biracı” olarak bilinen Almanya 1,3 milyar \$ ile ancak 4. sıradadır. Türkiye bu üründe de yüksek kapasitesine rağmen 40,9 milyon \$ ihracatla Namibya’nın önünde dünyada 30. sıradadır.

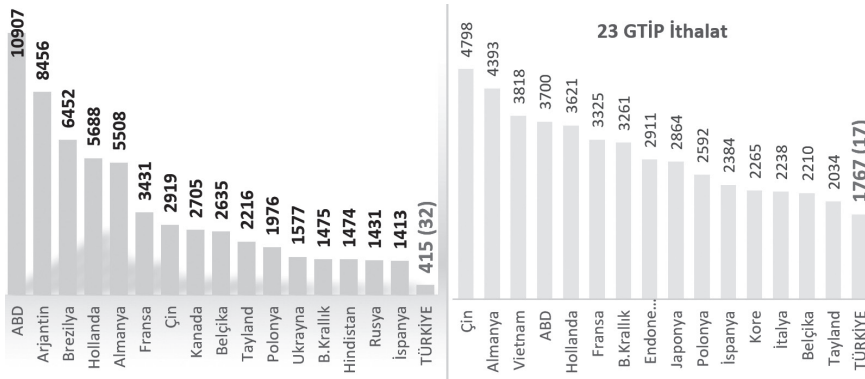
3,8 milyar \$ ile “katkı içermeyen su (2201)” beşinci en yüksek ticareti yapılan ürün alt grubudur. Türkiye yaklaşık 51,5 milyon \$ ile dünya 14’dür. Ancak bu pazarda Fransa’nın 826 milyon \$, Çin ve İtalya’nın 660 milyon \$ ve 621 milyon \$ ile ilk sıraları aldığı düşünüldüğünde aslında potansiyelin çok daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

23. GTİP Gıda Kalıntı ve Döküntüleri, Kaba Hayvan Yemleri

Yaklaşık 77 milyar \$ hacme sahip olan fasıl, çok çeşitli kullanım alanlarına ürün vermektedir. Ülkemizin 21 fasıl içerisinde 1,4 milyar \$ ile en çok açık verdiği 3. fasıldır. İhracatçılar listesi gıda sektörünün genelinde görülen ülkelerden oluşmaktadır. İhracatın hemen hemen ¼’ü ABD ve Arjantin’in elindedir. ABD’nin 7 milyar \$’ı aşarak, dış ticaret fazlası verdiği ender sektörler arasındadır.

İlk 5 ihracatçı dünya toplamının %45,9’unu, 10 ihracatçı ise 2/3’e yakınını gerçekleştirmektedir. İhracatçı ülkeler arasında ilk 10’da yer alan Çin dışında tamamı fasılda dış ticaret fazlası vermektedir.

Şekil 27: 23. GTİP Gıda Kalıntı ve Döküntüleri, Kaba Hayvan Yemleri Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

İthalatta tek bir ülkenin veya birkaç ülkenin ezici payından söz edilemez. Yine de ilk 10 ülke ithalatın %43,8'ini karşılamaktadır. Ülkemizin ithalatta dünya 17. olduğu önemli bir fasıldır. En çok açık veren ilk 6 ülke içerisinde Çin dışında tamamı ada-yarımada ülkelerdir. (Japonya, Kore, Endonezya, B,Krallık ve Filipinler).

80,6 milyar \$ ihracatın;

34,5 milyar \$'a yakın kısmı (%42,8) hayvan gıdası müstahzarları (2309 grubu),

24 milyar \$'ı soya küspesi (%29,8 - 2304 grubu),

7,5 milyar \$'ı bitkisel yağ üretim artıklarından küspe (2306 grubu),

6,4 milyar \$'ı et, balık, sakatatların yenmeyen kısımlarından unları (2301 grubu),

5,1 milyar \$'ı nişasta, şeker ve bira sanayi artıkları (2303 grubu),

2,1 milyar \$'ı hububat, baklagil kepek ve kalıntıları (2302 grubu) şeklindedir.

Ülkemiz 23. Fasılda hayvan gıdası müstahzarlarında (2309 grubu) 24 milyon \$'lık sınırlı açık dışında yukarıda sayılan alt grupların her birinde yaklaşık 190-325 milyon \$ arası açık vermektedir.

24. GTİP Tütün ve Tütün Yerine Geçen İşlenmiş Maddeler

42 milyar \$ olan fasıl ihracatı içinde AB ülkeleri ve BAE yanında Hong Kong'un da Çin'e dahil olduğu düşünülecek olursa Çin, ABD, Brezilya ve Endonezya önemli yer almaktadır. Polonya %11,4, BAE %10,4 ve Almanya %6,7 pay ile ilk 3'ü almaktadır.

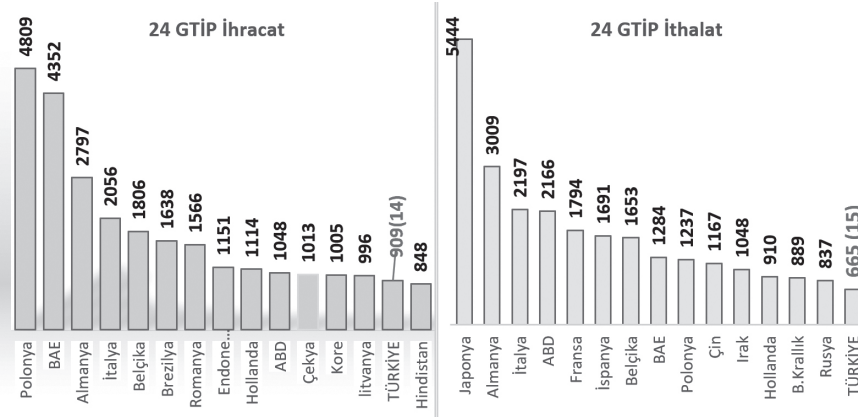
Türkiye 909 milyon \$ ihracatla 14'üncü sıradayken Litvanya gibi soğuk iklim ülkesinin Türkiye'nin önünde yer bulmuş olması, hele ki topraklarının büyük kısmı çöl olan BAE'nin dünyada 2. sırada yer alabilmesi şaşırtıcıdır.

Fasıl ihracatının %56'sı (23,5 milyar \$) mamul puro, sigarillo ve sigaralar (2402 GTİP) iken, kalan bölümü yaklaşık eşit 2 parça halinde diğer mamul tütün (2403 GTİP) ve yaprak tütün ve döküntüleri (2401 GTİP) olarak gerçekleşmektedir.

Türkiye mamul puro, sigarillo ve sigaralar ihracatında 431 milyon \$ ile dünya 13., yaprak tütün ve döküntüleri ihracatında 268 milyon \$ ile dünya 10.

diğer mamul tütün ürünleri ihracatında 211 milyon \$ ile dünya 13. sıradadır. Bu arada, özellikle yaprak tütün ihracatındaki olumsuz gelişmeye dikkat çekmek gerekir. Geçmişte çok güçlü olunan yaprak tütün ihracatında, yurt içinde Türk tütünü olarak bilinen içim alışkanlığının değişip Virginia türü tütüne yönelmesi ile üretimin azalması ve ithalatın artması sonucu geriye düşmekle birlikte verilen açık artarak 2020 yılında 164 milyon \$'a ulaşmıştır. Tüm fasıl ihracatında 2017-21 arası dönemde kayıp %17,5'tir. Türkiye ihracatında ilk 2 sıra %13 ve %12 paylarla İran ve ABD iken, kalan bölüm de Irak, S. Arabistan, Belçika, İsrail, Malta, Bahreyn başta, Ortadoğu ülkeleri, AB ülkeleri ve Rusya civarına yönelmiştir.

Şekil 28: 24.GTİP Tütün ve Tütün Yerine Geçen İşlenmiş Maddeler Dünya Ticareti



Kaynak: Trademap verilerinden özel çalışma ile derlenmiştir.

İthalatta Japonya tamamı açık sayılabilecek 5,5 milyar \$ ithalatı ile ilk sıradadır. %11'8 ile dünya ithalatının önemli bölümünü karşılayan Japonya son 5 yılda ithalatını her yıl ortalama %8 dolayında artırmıştır. Almanya da, son 5 yılda ortalama %9 artışla ithalatını 3 milyar \$'a taşımakla beraber açığı 211 milyon \$ ile makul seviyededir.

Türkiye 2/3'ü yaprak tütün olan toplam 665 milyon \$ ithalatının büyük kısmını Brezilya (%20,4'ü), Hollanda (%9,2), Almanya (%8,6), Mozambik (%7,8), Rusya, Sırbistan ve ABD (yaklaşık %6'ar) gibi çeşitli kaynaklardan gerçekleştirilmektedir.

SONUÇ

Uluslararası ve ulusal literatürde gıda ürünleri ticaretini bir bütün olarak ele alan, genel ve toplam verileri inceleyen çalışmalara rastlanmaktadır. Yine spesifik olarak kahve, ayçiçeği, hububat gibi bazı ürünlerde dünya ticaretini inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Oysa, bu çalışma 23 gıda ürünü faslının her birinin dünya ticaretini, Türkiye'yi merkeze alarak, mevcut durumu, rakipleri, fırsatları, eksik yönleri ortaya koyan ve öneriler getirmeyi hedefleyen özgün bir çalışma hüviyetinde olup, sektörle ilgili herkese yol gösterici olması amaçlanmaktadır

Bu çalışmanın sonuçlarına göre, dünya gıda ticaretinde en önemli mukayeseli üstünlük alanları toprak büyüklüğü ve verimliliği ile uygun iklim koşulları ve su kaynaklarıdır. Tarımda çalışan eğitimli çiftçi sayısı da buna eklenebilir. Nitekim ABD, Brezilya, Çin, Kanada, Meksika, Arjantin, Avustralya, Rusya, Yeni Zelanda, Hindistan Ukrayna, Polonya öncelikle büyük yüz ölçümlerinin avantajından yararlanan ülkeler olarak anlaşılmaktadır. İhracatçıları listesinde en üstlerde yer alan, Avrupa'nın Akdeniz kuşağı ülkeleri tarım üretimi için uygun ılıman, Tayland, Malezya, Endonezya ve Vietnam ise bununla beraber kendine özgü ürün üretimine imkân sağlayan tropik iklim avantajını kullanmaktadır.

Tersi durum en önemli ithalatçıları arasında yer alan Japonya, B. Krallık, G. Kore gibi yetersiz toprak ve iklim koşullarına sahip ada ülkeleri ile ürün üretimine engel olan çöl iklimine sahip Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleri için geçerlidir.

İhracatta öne çıkan ülkelerin teknolojik gelişmişlik düzeyleri ile de doğrudan ilişkili oldukları anlaşılmaktadır. Buna en iyi örnekler hiç kuşkusuz yüz ölçümü açısından oldukça küçük olan Hollanda ile hububat ve et dışında gıda üretiminde önemli bir açığı bulunmayan, çevre ülkelerinin açık verdiği sebze ve meyve üretiminde olumsuz toprak ve iklim koşullarında fazla vermeyi başaran İsrail olarak gösterilebilir.

Toprak, iklim koşulları ve teknoloji dışında göze çarpan en önemli değişkenler nüfus ve gelir açısından merkez tüketim pazarlarına ve pazara giriş kolaylığı sağlayan ticaret birliklerine yakınlık ve giriş noktaları olmaktır. Gıda ürünlerinin çabuk

bozulabilir yapısına bağılı olarak, en hızlı şekilde pazara sunulması gereğı ve uzun süreli yük taşımacılığına imkân tanımamasının doğal sonucu olarak, gıda ticareti coğrafi olarak yakın ve bu yakınlığı da çoğu zaman avantaj olarak kullanarak bölgesel birlikler oluşturmuş ülkeler arasında gerçekleşmektedir.

Çin nüfus, ABD, Avrupa Birliği (AB) ve Japonya hem nüfus hem gelir olarak merkez tüketim pazarlarıdır. Hong Kong ve Singapur Çin pazarına, Belçika ve Hollanda AB pazarına, BAE Ortadoğu pazarına giriş noktaları olarak boyutlarının üzerinde dış ticaret hacmine sahiptir.

Merkez pazarlara yakınlık bu pazarlara mal ihraç etme imkânı yanında turizm hareketleri ile de ticaretin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Çalışmamızda incelenen şarap örneğinde olduğu gibi kısa dönemde şarap üreticilerinin en çok gelişmesini öngördüğü pazarlar Singapur, Çekya, Tayvan ve şarap kullanımının dinen yasak olduğu BAE olduğu görülmektedir. Bu veri turizm hareketleri ve merkez pazara yönelik transfer uçuşlarının önemini ortaya koymaktadır.

İncelemeden ortaya çıkan bir diğer sonuç bazı ülkelerin bir takım ürünlerde uzmanlaşarak, sahip oldukları üretim kapasitesi veya ürün farklılaştırması ve markalaşma ile oligopol özellikleri gösterdiği ve ticaretlerinin çok büyük kısmının bu ürünlere dayalı olduğudur.

Küresel üretimde çok sınırlı sayıda ülkeye bağılı kalınması özellikle hububat, yağlı tohumlar, mısır, şeker gibi temel gıda ürünlerinin üretiminde hammadde olarak alternatifi bulunmayan ürünlerde en küçük daralmalarda, hatta daralma işaretlerinde, günümüzde olduğu gibi gıda fiyatlarında yükselişe ve oradan da enflasyona neden olarak uluslararası genel ekonomik dengeleri bozma riski yaratabilmektedir. Bu temel ürünlerin tedarikinde olası sıkıntılar ülkeler arası ilişkileri etkileme gücüne sahiptir. Ukrayna'nın Rusya kontrolü altındaki limanlarından hububat yüklü gemilerin çıkışı sorunu buna en güzel örnektir. Neredeyse tüm dünya ülkelerinin öncelikli sorunu haline gelen sorun, savaşın devam etmesine rağmen uluslararası baskılar ve Türkiye'nin başarılı arabuluculuğu ile aylar sonra 22 Temmuz 2022'de imzalanan anlaşma ile çözüme kavuşturulmuştur.

Türkiye açısından değerlendirildiğinde; Türkiye Gıda Sektörü 2020 yılında 20,5 milyar \$ ihracat ve 15.1 milyar \$ ithalat hacmi ile sırasıyla dünyada 25 ve 26. sırada yer almaktadır. Avrupa’da kendisinden çok daha küçük yüz ölçüme ve olumsuz iklim koşullarına sahip ülkelerin gerisinde ithalatta da ihracatta da Avrupa ülkeleri arasında 10. sırada yer alan Türkiye’nin potansiyelinin oldukça altında olduğu bir vakıdır.

Ülkemiz 21 gıda sektörü içinde 3’ü 100 milyon \$ altında, 1’i 128 milyon \$ ile sınırlı olmak üzere 9’unda açık 12’sinde fazla vermektedir. Dış ticaret fazlası verdiğimiz fasıllar meyve ve sebze üretimi ile ilgili 7 ve 8. Fasıllar ile, değirmencilik ve unlu ürünler ile ilgili 11 ve 13 nolu fasıllardır. Açık verilen en önemli fasıllar yaklaşık -3 milyar \$ ile hububat (10. nolu) ve -2 milyar \$ ile yağlı tohumlar (12 Nolu) fasıllarıdır. Her iki fasılda da Rusya ve Ukrayna’nın önde gelen tedarikçiler olması ve savaş ortamının üretim ve fiyatlara yapacağı olumsuz etkinin ithalat maliyetlerini artırması kaçınılmaz gözükmektedir. Ayrıca yaklaşık -1,4 milyar \$ açık verilen yem ve gıda kalıntı döküntüleri (23 Nolu) faslı da birlikte alındığında Türkiye’nin desteklemesi gereken üretim alanları net olarak görülmektedir.

Diğer taraftan, gıda ürünlerinin çabuk bozulan doğası gereği yakın pazarlara daha rahat nüfuz edilebileceği göz önüne alınarak, helal sertifikalı ürünlerle, dini-kültürel yakınlık gibi avantajlarla Ortadoğu ve Afrika ülkelerine; gümrük birliği ve yaşayan çok sayıda Türk vatandaşı avantajı göz önüne alınarak AB pazarlarına hitap etme imkânı artırılarak değerlendirilebilir.

Hemen her üründe olduğu gibi gıdada da tüketimin motorları olan ABD ve Çin uzak coğrafi konumları ve uzun ve maliyetli navlun süreçleri nedeniyle, yaşam ömrü dayanıklı ve katma değeri yüksek niş ürün kategorilerinde mutlaka girilmesi gereken pazarlardır.

Bunun yanında çalışmanın da ortaya koyduğu üzere Japonya, B.Krallık, G. Kore başta olmak üzere ada ve yarımada ülkelerinde açıkça ortaya çıkan gıda ürünü ihtiyacının karşılanması, yine nüfusunun ötesinde ithalat yapması dolayısı

ile Baltık ülkelerine giriş kapısı olduğu düşünölen Litvanya ve İskandinav ölkelerine giriş kapısı olduğu düşünölen Norveç ve Danimarka'nın titizlikle incelenmesi yararlı olacaktır.

Son olarak Türkiye'nin özellikle şarap ve alkollü içecekler pazarında sahip olduğu özgün flora ve tatları yeterince tanıtamadığı düşünöldüğünden, bu konu üzerinde destekleyici çalışmalar yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- (AA, 2022) *Küçük E, Hatipoğlu M, Cumhurbaşkanı Erdoğan: Karadeniz Tahıl Koridoru Anlaşması 120 gün süreyle uzatıldı, 17.11.2022*
- Adjemian M, Smith A, He W, *Estimating the market effect of a trade war: The case of soybean tariffs*, Food Policy, 2021, 102152 s.2-3
- Dyzad O, *Assessment of market access for agricultural goods in the eu regional trade agreements*, Technology Audit and Production Reserves 1(3(27)):9, January 2016, s.9.10
- (FAO, 2022) *The State Of Agricultural Commodity Markets, 2022*
<https://www.fao.org/3/cc0471en/online/state-of-agricultural-commodity-markets/2022/agricultural-products-trade-countries.html>
- (Gürlük S, Turhan Ö), *Dünya Gıda Krizi: Nedenleri ve Etkileri*, U.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt.1, Sayı 22, 2008, s.69
- (IMF, 2021) *World Economic Outlook, October 2021*,
- (Jafari, Y., Engemann, H. & Zimmermann, A,) *The evolution of the global structure of food and agricultural trade: Evidence from network analysis*. Background paper for The State of Agricultural Commodity Markets 2022. Rome, FAO
- (KOF, 2022), *KOF Globalisation Index 2022, KOF Swiss Economic Institute, Ranking 2022*,
<https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>
- (Küçük, N, Aydoğdu M, Şahin Z.) *Yağlı Tohum Piyasalarındaki Gelişmeler ve Türkiye Kolza Piyasası Trend Analizi*. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 32, 2022 1(s.224).
- (Rodrigues H, Rolaz J, Franco-Luesma E, Pilar M, Navajas S, Behrens J,) *How the country-of-origin impacts wine traders' mental representation about wines* Food Research International, Elsevier, 2020, 137, pp.109480.
- (Tarım ve Orman Bakanlığı. 2019) *Ayçiçeği Bülteni, Kasım 2019, s.2-4*
<https://www.tarimorman.gov.tr/BUGEM/Belgeler/M%C4%B0LL%C4%B0%20TARIM/AY%-C3%87%C4%B0%C3%87E%C4%9E%C4%B0%20KASIM%20B%C3%9CLTEN%-C4%B0.pdf>
- (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020) *Türkiye, Tarımda Kendi Kendine Yeterli Bir Ülkedir*, Basın Açıklaması, 10.06.2020
- (Ticaret Bakanlığı, 2022) *Gıda Sanayi- Tarım Ürünleri Fasılların Kodları*
https://www.gumruk.com.tr/files/gumruk_tarife_cetveli_izahnamesi_tarifenin_yorumu_ile_ilgili_genel_kurallar.htm
- (TUİK 2018), *Gelire Göre Sıralı %20'lik Grup Ayırımında Hanehalkı Tüketim Harcaması- 2018*
Trademap Veri Tabanı (<https://www.trademapp.org/>)

(TRT Haber, 2022) *Bakan Kirişci: Tahıl koridoru anlaşması tarihi bir niteliğe sahip*, Erişim: 28.07.2022

(Worldbank 2020) International tourism, number of arrivals, Access: 20.11.2022

https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?most_recent_value_desc=true

Yıldırım A.E, *Un, makarna ihracatındaki başarı ve Türkiye'yi bekleyen tehlikeler*, Tarım Dünyasından, 30 Kasım 2021, ekonomim.com

Ek 1: Gıda Ticaretinde Fasıl Bazında En Çok Fazla ve Açık Veren Ülkeler (İlk 2)

Fasıl	Tanım	Fazla (Ülke)	Fazla (milyar \$)	Açık (Ülke)	Açık (milyar \$)
01	Canlı Hayvan	Fransa	2.086	ABD	-1.992
		Danimarka	1.494	İtalya	-1.658
02	Etlere	Brezilya	15.558	Çin	-29.562
		Avustralya	9.871	Japonya	-9.978
03	Su Ürünleri	Norveç	10.307	ABD	-13.524
		Hindistan	5.019	Japonya	-8.577
04	Süt Ürünleri, Yumurta	Y.Zelanda	10.406	Çin	-6.712
		Hollanda	4.960	Rusya	-2.570
07	Yenilen Sebze, Kök, Yumrular	Meksika	7.865	ABD	-7.942
		Çin	7.715	Almanya	-5.923
08	Yenilen/Sert Kabuklu Meyve	İspanya	7.190	Almanya	-10.004
		Meksika	5.957	B.Krallık	-6.068
09	Kahve, Çay	Brezilya	5.229	ABD	-6.853
		Vietnam	2.910	Fransa	-1.767
10	Hububat	ABD	16.657	Çin	-8.365
		Ukrayna	9.238	Japonya	-5.714
		Rusya	9.012	Fas	-4.878
11	Değirmencilik Ürünleri	Almanya	1.096	ABD	-1.057
		Tayland	1.061	Çin	-747
		TÜRKİYE	1.056	Brezilya	-523
12	Yağlı Tohumlar	Brezilya	28.580	Çin	-42.568
		ABD	28.466	Almanya	-4.596
13	Lak, Sakız Reçine	Çin	1.266	ABD	-942
		Hindistan	468	Japonya	-318
15	Hayvansal-Bitkisel Yağ	Endonezya	20.500	Çin	-9.815
		Malezya	11.321	Hindistan	-9.187
16	Et Balık Ürünleri	Çin	8.813	Japonya	-5.532
		Tayland	6.265	ABD	-4.117

17	Şeker ve Mamulleri	Brezilya Hindistan	8.816 2.005	ABD Endonezya	-3.072 -1.969
18	Kakao ve Mamulleri	Fildişi Gana	5.164 2.310	ABD B.Krallık	-3.506 -1.885
19	Hububat, Un, Nişasta, Süt Mamul.	İtalya Hollanda	5.067 3.221	Çin ABD	-5.320 -5.254
20	Sebze, meyve, Sert Kabuklu Meyve. Müst.	Çin İtalya	6.676 2.956	ABD Japonya	-4.759 -3.540
21	Yenilen Çeşitli Gıda Ürünleri	Singapur Almanya	4.989 2.807	Filipinler Suudi A.	-1.435 -1.309
22	Meşrubat, Alkollü İçkiler ve Sirke	Fransa İtalya	12.875 8.813	ABD Kanada	-19.153 -3.698
23	Gıda kalıntıları, kaba yemler	Arjantin ABD	8.389 7.207	Vietnam Japonya	-3.024 -2.730
24	Tütün ve tütün yerine işlenmiş madde	Polonya BAE	3.572 3.068	Japonya Fransa	-5.311 -1.460

Kaynak: Trademap verilerinden derlenmiştir.

Ek 2: Fasiller itibarıyla Türkiye Gıda Ticaretine Bakış (Önemli: Esas olarak ihracat temelli olup, kırmızı renkli olan veri ve açıklamalar ithalata dairedir).

Tanım	Ihracat Milyon \$	Denge Milyon \$	Dünya İhr./İth. sırası	Dünya İhr./İth. Payı%	2016/2020 yıllık %	İlave Bilgi	Ülke İhracat/İthalat Payları (Parantez içi %)
Canlı Hayvan	83,4	-364	15	2,0	-11	ihracat dağılımı; Suriye (%32), Lübnan (%19), Irak (%15, Katar (%14),	Brezilya (24,3), Uruguay (%20,1), Macaristan (%10,5), Çekya (%10,1), Suriye (57,4), Irak (23,9), Azerbaycan (6,8)
Tavuk	46,2	39,0	15	1,6	18		Lübnan (55,7), Katar (37,3), Irak (4,4)
10 Canlı koyun	28,9	15,7	11	2,2	344		Brezilya (26,5) Uruguay (21,9), Çekya (11) Macaristan (9,6), İspanya (7,8)
Canlı büyükbaş	4,5	-406,2	6	4,4	-12		Irak (54, H.Kong (8,8), Libya (5,7)
Et	569,9	495,7	27	0,4	11		Irak (56,4), H.Kong (7,8), Libya (5,9)
Tavuk, hindi eti	545,8	508,5	11	2,2	13	522 milyon \$'ı tavuk eti ihracatı	
Su Ürünleri	1014,6	865,1	32	0,8	9		Hollande-Rusya (13), İtalya (12), Yunan (8) Japonya-Britanya (7,3), Almanya (7,1)
Taze-dondurulmuş balık	540,6	513,4	8	2,8	8		Japonya (12,8), İtalya (11,9), Rusya (11,5), Yunanistan (10,8), Hollanda (9,2)
Fileto ve diğer balık eti	231,8	214,1	21	1,0	4		Irak (17,1), BAE (10,5) Suudi (9,7), Suriye-Kuveyt (7,9)
Süt Ürünleri, Yumurta	612,9	491,0	24	0,7	0		Suriye (18), BAE (16,5), Irak (14,4), Kuveyt (11,6)
Yumurta	256,4	219,0	5	6,2	-5		Irak (27,6), Suudi (22,6)
Peynir	185,9	151,2	25	0,6	6		Mısır (22,1), Çin (17,1) Pakistan (9,4), Vietnam (7,9)
Peynir altı suyu	53,0	50,7	20	1,1	24		Bangladeş (29,9); Cezayir (15,1), Mısır-Çin (10,6),
Süt ve krema	52,0	45,5	36	0,2	-7		Almanya (34,8), ABD (20,9), Suudi (11,6),
Bal	26,2	25,9	20	1,1	13		Irak (12,4), Almanya (8,8), Rusya (8,6), Romanya (6,4), Suriye (4,7)
Yenilen Sebze, Kök ve Yumrular	1.434,8	804,3	14	1,5	11		Irak (24,2), Sudan (8,1), Almanya, (6,1)
Kuru baklagiller	591,6	38,2	5	5	17	306 mn \$ mercimek ihracatı (312 mn \$ ithalat), 149 mn \$ nohut ihracatı (92 mn \$ ithalat, 103 mn \$ fasulye ihracatı (111 mn \$ ithalat)	
Taze/ domates	312	307,7	10	3	6		Rusya (19,7), Romanya (16,1), Ukrayna (11,6), -Bulgaristan (9,2), İsrail (7,9)
Diğer sebze	232	230,4	12	1,5	13	156,3 mn \$ biber en fazla ihrac (dünya 6.)	Almanya (22,3), Rusya (21,4), Romanya (14),
Çiğ, suda kaynatılmış veya buharda pişmiş	71,8	68,3	21	1	5		ABD (20,1), Almanya-Britanya (12,1), Fransa (10,5)

FASIL	Tanım	İhracat Milyon \$	Denge Milyon \$	Dünya İhr./İth. sırası	Dünya İhr./İth. Payı%	2016-20 Yıllık %	İlave Bilgi	Ülke İhracat/İthalat Payları (Parantez İçi %)
0712	Kurutulmuş sebzeler	64,1	47,5	8	1,7	-1	61 mn \$ kurutulmuş domates en fazla ihracat	İtalya (24,3), ABD (15,9), Polonya (9,7) Bangladeş (23,7), BAE (17), Rusya (9,4)
0703	Soğan, sarımsak, pirasa.	57,6	35,9	20	0,8	34		Almanya (24,1), Ukrayna (20,2), Bulgar (14)
0707	Salatalık, kornişon	50,6	50,6	6	1,8	13		Rusya (27), Irak (12), Suudi A. (8), Romanya-Ukrayna (7'er) Rusya (48,8), Irak (15,9), Ukrayna (11,5)
08	Meyve/Sert Kab.Meyve	4.830,4	3.926,4	7	3,4	6		Rusya (28,2), Almanya (11,1), İtalya (10,7), İtalya (28,6), Almanya (13,3), Fransa (5,7)
0802	Kabuksuz fındık- ıstık	1.541,9	1.081,7	2	8,1	5		Rusya (44,5), Irak (11,5), Ukrayna (10,4), Rusya (56,5), Ukrayna (12,6), Irak (8,5)
0805	Turuncgiller	941,0	906,3	5	5,8	0		Rusya (27), Irak (12), Suudi A. (8), Romanya-Ukrayna (7'er) Rusya (48,8), Irak (15,9), Ukrayna (11,5)
080520	Mandalin	444,1	428	3	7,7	7		Rusya (28), Polonya (12,8), Ukrayna (9,5) Britanya (22,7), Rusya (14,2), Almanya (10,5), Rusya (44,8), Almanya (22,1), Irak (6,2)
080550	Limon	271,9	270,1	5	7	-4		Almanya (18,8), abd (12,5) Fransa (12,4), ABD (15,4), Almanya (13,1), Britanya (9,1) Fransa (8,4), Rusya (38,4), Almanya (10), Irak (9,6)
080510	Portakal	132,8	118,4	9	2,4	-11		Rusya (28,2), Hindistan (16,4), Irak (13,6)
080540	Greyfurt	92,1	91,7	4	10	2		ABD (25,6), Almanya (17,8), Britanya (14)
0806	Üzümler	671,9	621,7	7	6,1	7	Kuru üzüm 514 mn \$ (dünya 1.) yaş üzüm 157,8 (dünya 14.)	Irak (49,5), İran (37,7)
0809	Kayısı, kiraz,şeftali,erik	463,4	462,7	5	6,3	15	223,7 mn kiraz (dünya 4.), 152,1 mn şeftali (dünya 2.) 155,6 mn kayısı (dünya 2)	ABD (22,9), Almanya (8,2), Suriye (5,3)
0804	Hurma, incir,	300,1	281,6	11	2,2	4	300,1 mn \$ kuru incir. (dünya payı %43,7, 1.)	Rusya (52,2), Ukrayna (11,7), Kanada (4,7)
0813	Kuru kayısı, elma, şeftali	279,5	272,5	1	12,2	-1	260,3 mn \$ k.kayısı(dünya payı %70,6, 1.), 14,2 mn \$ k.şeftali (14.), 8,7 mn \$ k.elma (4.)	Rusya (64,2), Ukrayna (10,6), Kanada (6,5), Meksika (4,8)
0810	Taze çilek, kivi, ahududu	156,2	153,1	19	0,8	8	126 mn \$ 081090 diğer, 24,5 mn \$ çilek (14.)	Rusya (27,4), Ukrayna (25), Romanya (17,9), Moldova (8,1)
0808	Taze elma, armut, ayva	168,6	167,8	14	1,6	28	110,9 mn \$ elma, (dünya 14.) 42,5 mn \$ armut (12.), 15 mn \$ ayva, %43,6 payla (1.)	
0811	Meyve-sert çekirdekli meyve	111,5	101,5	17	2	15	63,8 mn \$ diğer dondurulmuş meyve (17.) 45,8 mn \$ dondurulmuş çilek (9.)	
0803	Muz	100,8	-69,1				170 mn \$ ithalatın 133,4 mn \$'i Ekvador'dan	
09	Kahve, Çay, Baharat	257,1	-86,6	30	0,5	7	135,2 mn \$ baharat (%15,1 payla dünya 1.), 30,3 mn \$ kahve ihracatı, 202,8 mn \$ ithalatı 17,9 mn \$ çay ihracatı, 44,4 mn \$ ithalatı (%75 Sri Lanka, %9'ar Kenya-Hindistan)	
10	Hububat	290	-2.991,2	51	0,1	-6		
1001	Buğday	39,5	-2.296	3	4,8	31	Toplamda 19,3 mn ton ithalat bulunmaktadır	
1005	Mısır	121	-364,4	21	1,2	40	İrak'a 51, Suriye'ye 16,3 mn \$ ağırlıklı ihracata karşılık, toplamda 2,3 mn ton ithalat	

FASIL	Tanım	İhracat Milyon \$	Denge Milyon \$	Dünya İhr./İth. sırası	Dünya İhr./İth. Payı%	2016-20 yıllık %	İlave Bilgi	Ülke İhracat/İthalat Payları (Parantez içi %)
1006	Pirinci	121,4	-167,5	32	1,1	26	İrak, 37,2 mn \$, Suriye 27,3 mn \$ ağırlıklı ihracata karşılık, %42 ö.t. gümrük tarifesine rağmen 288,9 mn \$ (555 bin ton) ithalat var.	Çin (26,2), Yunanistan (10,8), İtalya-Hint (10'ar), Rusya (8,4), Uruguay (7,3)
1003	Arpa	2,6	-160,8	13	2,2	85		Suriye (31,5), Rusya (31,2), Fransa (8,2)
11	Değirmencilik Ürünleri	1.187,8	1.056,1	4	5,9	-1		İrak (39,7), Yemen (7,7), Suriye-Angola (5,2)
1101	Buğday unu	951,1	847,1	1	20	-2		İrak (46,7), Yemen (9), Suriye (6,1), Venezuela (5,9), Angola (5,6)
12	Yağlı Tohum ve Meyveler	430,7	-1945,1	7	2,1	6		Brezilya (34,9), Rusya (14,9), Ukrayna (13,1), Çin (6), Nijeriya (4,4)
1206	Ayçiçeği	193,6	-434,8	8	4,1	12	Dünya İhracatında 8. ithalatında ilk sıradayız.	Rusya (18,2), Romanya (11,6) Ukrayna-Almanya (9,2) Rusya (48,4), Çin (19,2), Moldova (9,2), Bulgar (6,6), Arjantin-Ukrayna (3,8'er)
1207	Diğer yağlı tohumlar	97,3	-224	4	5,4	2	İhracatın 61,7, ithalatın 296,8 mn \$'i susam tohumu, (Dünya 3.büyük ithalatçı) ihracatın 18,7 mn \$'i haşhaş tohumu (dünyada 3.)	Nijerya (31,5), Çad (21,8), Sudan (20,9)
1209	Ekim amaçlı tohum	46,7	-98,3	14	1,8	1	42 mn \$'i domates, 15 m \$'i biber, 10 mn \$'i hıyar, 8,7 mn \$'i kabak, 6,3'er mn \$'i havuç ve soğan tohumu olmak üzere 108 mn \$ sebze/ilk tohum (Çin %14,4, İsrail %12,6) toplam 145,1 mn \$ ithalat bulunmaktadır	Çin (10,8), İtalya (10,5), İsrail – ABD (9,4), Tayland (6,5), Şili-Danimarka-Peru (6,1'er)
1201	Soya fasulyesi	37	-1.169	8	1,9	7		Brezilya (68), Ukrayna (23,1), Uruguay (3,8)
13	Lak, Sakız Reçine	28,9	-31,1	32	0,4	29	26 mn \$ keçi boyuzundan yapıışın sıvı ve kıvam verici maddede ihracatı ile Dünya 8.	Almanya (26,7), Çin (17,7), İtalya (11,5),
15	Hayvansal-Bitkisel Yağ	1.386,4	-249,7	16	1,4	6		İrak-Cibuti (13,4'er), Rusya (6,7), Libya (6,3) Suriye (5,9),
1512	Ayçiçeği, aspir veya pamuk yağları	736,9	50,2	3	5,5	2	Cibuti'ye 483, İrak'a 97, Suriye; Libya, Yemen'e 55-45 mn \$ başta, 763 mn \$ ayçiçek yağı ihracatı, % 14,5 pay ile Dünya 2. Ayrıca yaklaşık 90 mn \$ ham ayçiçek yağı ihracatı bulunmaktadır beraber 678 mn \$ ithalat, %7,1 payla dünya 3. dür	Cibuti (20), Suriye (13), Yemen (12), Irak (10)
1507	Soya yağı	147	146,7	12	1,5	51		Cezayir (24,5), Hint (21,7), İran (14,1), Irak (12,2)
1509	Zeytinyağı	126,3	58	6	1,7	9	Dünya İhracatında 6. sırada ancak %96,3'ü Suriye'den toplam 70,8 mn \$ ithalat var.	ABD (31,7), Suudi (16,1), Japonya (5,8), İspanya (5,4)
1517	Margarin	97,9	61,7	13	1,7	-15		İrak (46,8), Suriye (20,3), Gürcistan (4)

FASİL	Tanım	İhracat Milyon \$	Denge Milyon \$	Dünya İhr./İth. sırası	Dünya İhr./İth. Payı%	2016-20 yıllık % ↑	İlave Bilgi	Ülke İhracat/İthalat Payları (Parantez içi %)
1511	Palm	119,7	-407,5	17	1,6	5		Malezya (73,8), Endonezya (25,9)
1504	Balık yağı	32,5	-55,7	7	3,7	13		Norveç (40,1), Şili-Gürcistan (23'er), Moritanya (4,3)
1513	Hindistan cevizi yağı	3,3	-80,5	15	1,6	-10		Malezya (80,9), Endonezya (12,1) Filipinler (3,6)
16	Gıda Ürünleri	126,3	112,1	49	0,2	13	Yaklaşık 50 mn \$ konserve (tavuk) eti, 33 mn \$ balık konservesi, 26 mn \$ sos ve 19 mn \$ salyangoz ile yumuşakça ihracatı var.	Irak (22,5), Suriye (9), İsrail-İtalya (6,3),
17	Şeker-Şeker Mamülleri	670,8	435,9	16	1,6	6		ABD (15,8), Irak (7,4), Britanya (5,8), Almanya (4,5),
1704	Kakao içermeyen şeker mamülleri	487	464,2	7	4,3	4	İhracatın %92'si sakızlı ve jöleli mamuller	ABD (25), Irak (9,1), Britanya (7,3), Almanya (5,1)
1702	Diğer şekerler	160	128,3	8	2,5	10	66 mn \$ saf fruktoz, 61 mn \$ glüköz ve glüköz şurubu ihracatı bulunmaktadır.	Hollanda (8,8), Nijerya (7,1), İtalya (4,1),
1701	Kamış/pancar şekeri	23,6	-84,4	31	1	-12	İhracatın %86'sı Suriye'ye.	Brezilya (34,4), Cezayir (29,6), Ukrayna (9,9), Fas (7,7)
18	Kakao-kakao ürünleri	653,0	-56	21	1,3	9		Irak (17,8), İran (7,8), BAE-Suudi (5,7), İsrail (5,1)
1806	Çikolata ve kakao içeren gıda ürünleri	554,8	447,1	13	1,9	9		Irak (20,5), ABD (6,7), Suudi (6), Libya (5,3)
1805	Kakao tozu	52,4	-34,8	11	2,1	13	%34'ü Hollanda, %11'i Endonezya, %10'ar Almanya, Malezya başta 87 mn \$ ithalat dünyaya 8.	İran (46,5), İsrail (7,2), Azerbaycan, (6,6)
1801	Kakao dane ve kırıkları	12,5	-328,5	8	3,5	2		Fildişi (79), Gana (14,5), Kamerun (5)
1804	Kakao yağı	25,7	-60,7	14	1,5	9	İhracatın %24'ü İran, %17,3'ü Ukrayna ve %11,6'sı İsraili, %9,9'ü Hollanda'ya	Malezya (58,3), Hollanda (25,7), Fransa (7,6)
1803	Kakao hamuru	7,5	-78,5	11	2,4	6		Bulgar (55,2), Fildişi (17,6), Gana (12,4), Malezya (10,5)
19	Hububat, Un, Nişasta, Süt Ürünleri	2.079,0	1.867,1	12	2,9	6		Irak (19,6), Venezuela (6), Somali (4,1), Yemen-Almanya (3,9)
1905	Ekmekek, pasta, kek, bisküvi	1.091,3	1.016,3	12	2,9	4		Irak (30,6), Yemen (6,6), Suudi (5), Almanya (4,2)
190590	Ekmekekler	386,9	342,6	14	1,7	5		Irak (32,1), Yemen (7,1), Almanya (5,4),
190531	Tatlı bisküviler	357,8	337,7	6	4,2	2		Irak (21,5), Yemen (9,5), Almanya-Suudi (5'er),
190532	Göfret	336,6	329,6	5	7,4	10		Irak (39), Suudi (6,2), İsrail (4,3)
1902	Makarnalar	761,2	752,6	4	6,3	15		Venezuela (15,3), Somali (10,7), Japonya-(6,1)
1904	Hububattan gıda ürünleri	195,5	184	12	2,7	5	136 mn \$ bulgur, 30 mn \$ mısır gevreği, 18 mn \$ pirinç içeren ürün ihracatı bulunmaktadır.	Irak (20,6), Suriye (14,1), Almanya (11,5),

FASIL	Tanım	İhracat Milyon \$	Denge Milyon \$	Dünya İhr./İth. sırası	Dünya İhr./İth. Payı%	2016-20 Yıllık b. %	İlave Bilgi	Ülke İhracat/İthalat Payları (Parantez İçi %)
20	Sebze,Meyve,Sert Kabuklu Meyve Ürünler	2.377,2	2.222	8	3,6	6		Almanya (25,1), ABD (10,4), Irak (7,8), Hollanda (7,2) Britanya (5,1)
2008	Başka yerde yeralmayan	920,4	880,8	5	5,2	5		Almanya (30,6), Britanya (6,9), Hollanda (6,2) Çin-Fransa (5'er)
200819	Sert kabuklu meyve	798,4	778,6	1	15,1	4	Yaklaşık 700 mm \$'ı muhtelif fındık,12 mm \$ Antep fıstığı, 8 mm \$ tahin ihracatıdır.	Almanya (31,7), Hollanda (6,7, Çin (6)), Fransa-Britanya (4,8)
200830	Turuğgiller	36,5	33,6	5	5,1	12		Almanya (40,2), Britanya (35,8), Çekya (6,7)
200860	Kirazlar (vişne dahil)	10,8	10,8	8	4	-4		Bulgaristan (41,9), Almanya (18,3), Britanya (9,6)
2009	Meyve ve sebze suları	393,3	323,3	12	2,8	21		ABD (36,1), Kore (10,9), Hollanda (9,8)
2001	Turşular	293,8	291,7	1	13,1	6		Almanya (27,5), Hollanda (17,3) ABD (10,8),
2007	Reçel, jöle, marmelat	272,2	258,4	2	7,8	-2		Almanya (27,1), Belçika (11,7), İtalya (9,5) Avusturya (7,3), Fransa (5,2)
2005	Dğ sebze (sirke ve dğ usulle, konserve/ dondurulmamış)	248,1	237,5	15	2,1	8		Almanya (29,2), Irak (12,4), Romanya (8,1) ABD (6,8)
2002	Domates (sirke ve dğ us hazırlanmış veya konserve)	206,4	190,6	6	4	2		Irak (54,7), Almanya (10,3), Japonya (3,8),
21	Çeşitli Gıda Ürünleri	809,3	85,0	33	1	4		Irak (14,9), Almanya (5,8), ABD (4,2), Çekya (3,8)
2106	Başka yerde belirtilmeyen	400,4	-102,0	30	0,8	5		Irak (14,6), Çekya (7,8), Hollanda (6,9),
2102	Mayalar	202,1	180,7	2	8	-1		Sudan (8,8), Cezayir (8,4), Irak-Suudi (6,9'ar), ABD (4,9)
2103	Soslar	76,5	33,6	36	0,5	11		Irak (27,5), Almanya (12,5), Pakistan (6,4), ABD-BAE (5'er)
2101	Kahve, Çay Hülasası	43,9	-109,3	13	1,8	4	134 mm \$ toz, granül kahve, 19 mm \$ çay, ithalâtı bulunmakta.	İsviçre (15,1), İspanya (11,9), Hindistan (10,6), Tayland (8,2), İrlanda-Vietnam (8'er)
22	Meşrubat, Alkollü İçkiler ve Sirke	338,3	-126,2	40	0,3	4		Almanya (17,3), Irak (11,1), Britanya (8) İsrail (7,3), BAE (6,6)
2202	Katkılı sular, alkolsüz içecekler	191,2	88,3	26	0,9	9	167 mm \$ mineral ve gazlı su (dünya 13,1), 24 mm \$ alkolsüz içecek ihracatı bulunmaktadır.	Almanya (15,1), BAE (8,9), Irak-İsrail (8,5'er), Suriye (8,1)
2201	Doğal sular	51,5	50	14	1,4	-5	38,5 mm \$ içme suyu (dünya 4,1), 13 mm \$ mineral su ihracatı bulunmakta	Almanya (24,3), Almanya (20,8), İsrail (11,9), BAE (9,9), KKTC (4,7), Hollanda (4,2)
2203	Bira	40,9	28,7	30	0,3	5		Irak(42,7), KKTC (13,2), Çin (9,7), Britanya (7,7)
2208	Alkollü içki <80	34,9	-93,1	38	0,4	7	31 mm \$ rakı ihracatına karşı, 92,4 mm \$ viski, 7,8 mm \$ votka, 7,1 mm \$ likör, 4,5 mm \$ çin, 2,8 mm \$ şarap 2,3 mm \$ rum ithalâtı bulunmaktadır	Britanya (61,5), ABD (12,1), Meksika (5), İrlanda (3,9), İsveç-Fransa (5'er),

FASIL	Tanım	İhracat Milyon \$	Denge Milyon \$	Dünya İhr./İth sırası	Dünya İhr./İth Payı%	2016-20 yıllık % ↑	İlave Bilgi	Ülke İhracat/İthalat Payları (Parantez içi %)
2207	Alkollü içki > 80	5,1	-202,4	15	2	23		Brezilya (22), ABD (19,1), Çin (17,6), Rusya (12,8), Bulgar (9,8)
23	Gıda Kalıntıları, Kaba Yemler	415,4	-1351,1	17	2,1	7	41,8 mm \$ soya küspesi, 328 mm \$ kepek, 295 mm \$ bitkisel yağ küspesi, 294 mm \$ nişasta ve pancar artıkları, 208 mm \$ et, sakatat artıkları, 207 mm \$ diğer hayvan yemi ithalati	Rusya (19,9), Arjantin (19,2), Ukrayna (12,8), ABD (10,2), Fas (5,6)
24	Tütün ve tütün yerine işlenmiş madde	909,2	233,8	15	2,2	-2		İran (12,9), ABD (12,2), Irak (8,1), Suudi (7), Belçika (4,5), İsrail (4)
2402	Sigara, puro, sigarillo	431,1	341,1	12	2,1	-3	Sırbistan 'dan 38, ABD'den 13,4, Yunanistan'dan 8,2 mm \$ sigara ithalati	Suudi (14,7), Irak (14), İsrail (8,5), Malta (7,3)
240110	Yaprak tütün (sapları koparılmamış)	265,9	258,3	1	15,1	9		ABD (32,1), Belçika (15,1), Endonezya (8), Polonya (6,3), Rusya (4,1)
240120	Yaprak tütün (sapları koparılmış)	0,5	-407,3	7	5,1	0		Brezilya (30,5), Mozambik (12,8), Almanya (8,1), Hint (7,3), Tanzanya-Çin (5,2), ABD (4,6)
2403	Diğer tütün mamulleri	210,5	66,8	2,3	13	11	120 mm \$ enfiye ve ölçünme tütün ithalati	İran (53), İspanya (7,7), Irak (6,4)

Extended Summary

As Covid pandemic clearly reveals, the food industry is the vital sector that satisfies a basic need for human life, along with health. In the “Hierarchy of Needs”, (Maslow-1943), which Maslow thinks as the basis in forming the human personality indicating the layers which everyone tries to accomplish depending on the material and spiritual power, (Maslow-1943) food is the core of the first step, which he instinctively tends to meet under all circumstances, regardless of personality. Even it is one step ahead of the other elements of first step like shelter, sexuality, and the rest. Everybody has to feed himself to survive and only then after he can then turn to other steps for physical and mental satisfaction. Food is the sole and sufficient condition for the continuation of life whereas others are complementary.

The priority of food is also obvious in the income distribution and expenditure surveys conducted by the Turkish Statistical Institute (TUIK). According to the averages of the last 5 years, food, non-alcoholic-alcoholic beverages and tobacco expenditures are just below the housing and rent expenditures (24.9%), which is the largest item in cities, with 24.2% of the total income. In addition, the 20% slice of the population with highest income consumes 2.6 times more in food expenditures than the lowest 20% slice. (TUIK 2018). This outcome for Turkey can be generalized to the other countries of the world easily. Developed countries can increase productivity with the use of technology and good agricultural practices, and despite their comparative disadvantages due to their soil and climate structures, they can feed their populations by meeting their needs with imports.

One of the prominent problems among many others derived by the ongoing Ukraine-Russia war, since February 2022, is the break of production and supply chain of agricultural products, especially for grains and oilseeds. The problem grows even more when deep-rooted problems such as increasing populations, global warming and insufficient water resources are added.

If all 21 food-related customs tariff chapters are taken together, the export volume, which is approximately 1.6 trillion dollars in world trade, corresponds to approximately 9.1% of the global export volume. The determination of the outstanding products and countries in trade of food products as well as the assessment to be made by putting Turkey in center, to reveal her position in this field, deficient and sufficient areas and potential, is considered necessary and useful.

The comparative advantages decisive in world foodstuffs trade are the size of arable fertile lands, suitable climatic conditions and water sources. The number of educated farmers working in agriculture can be added to this. As a matter of fact, the USA, Brazil, China, Canada, Argentina, Australia, Russia, New Zealand, Mexico, India, Ukraine, Poland are the countries primarily that take advantage of their large territories. The Mediterranean region countries of Europe, which are at the top of the exporters list, use the advantage of a temperate climate suitable for agricultural production, while Thailand, Malaysia, Indonesia and Vietnam use the advantage of the tropical climate that allows for the production of unique products.

The opposite situation is valid for the island countries with insufficient soil and climate conditions such as Japan, UK, South Korea, which are among the essential importers, and the countries of the Middle East and North Africa, which have a desert climate that hinders production.

It is obvious that the countries standing out in exports are also directly related to their technological development levels. The best example for this is undoubtedly the Netherlands, which is quite small in terms of surface area, and Israel, which does not have a significant deficit in food production other than cereals and meat but rather has managed surplus in the production of vegetables and fruits, which the neighbouring countries have deficits, under similar soil and climatic conditions.

Apart from soil, climatic conditions and technology, the prominent variable for success seems to be close or being entry points to consumption centers and trade associations that provide easy access to the markets in terms of population and income. China, USA, the EU and Japan are the central consumption markets both in terms of population and income. On the other hand, Hong Kong and Singapore have foreign trade volumes much above their size since they function as entry points to the Chinese market like Belgium and Netherlands do for the EU market and UAE does for the Middle East market.

Another conclusion that emerged from this study is that some countries are specialized in a number of products so that display oligopoly characteristics with their production capacity or product differentiation and branding. Data reveals that most of their trade is based on these products. For example, today's warring parties, Russia and Ukraine, account for 17.6% and 8% of world exports, respectively, in wheat and 18.3% and 39.5% in sunflower oil. More specialization examples of some countries in certain products are given herewith.

Vanilla - Madagascar (56.4%)

Palm oil- Indonesia (53.1%) and Malaysia (29.9%) in in

Cocoa beans- Ivory Coast (40,1%) and Ghana (16.1%) - Cocoa chocolate- Germany (16.8%) and Belgium (10.8%)

Soybean - Brazil (44.6%) and USA (40%)

Cane sugar - Brazil (36,7%)

Corn - USA (26%), Argentina (16.5%), Brazil (15.9%) and Ukraine (13.2%)

Wine - France (29.1%) and Italy (21%)

Alcohol spirits –France (21.3%) and UK (15%)

Banana - Ecuador (26.1%),

Tea- China (25.1%), Sri Lanka (16%) and Kenya (15%)

Tobacco -Brazil (16.5%)

Fisheries- Norway (9.6%), China (9,6%)

Milk and dairy - New Zealand, Germany and Netherlands (12-11% each)

Turkey also controls 70.6% of the world's exports in dried apricots, 59.3% in hazelnuts and 26.5% in raisins alone.

To summarize, the Turkish Foodstuffs Industry ranks 25th and 26th in the world, respectively, with an export volume of \$20.508 million and an import volume of \$15.107 million in 2020. It is a fact that Turkey, which ranks 10th in Europe, in both areas behind the countries with a much smaller surface area and adverse climatic conditions, is well below its potential.

Turkey has deficits in 9 of 21 HS Chapters, 3 of which is under \$100 million and 1 of which is limited to \$128 million. Chapters in which it has trade surpluses are Chapters 7 and 8, on fruit and vegetable production, and Chapters 11 and 13 on milling and bakery products. The striking chapters with deficit are cereals (HS 10) with approximately \$-3 billion and oil seeds (HS12) with \$-2 billion. Since the Russia and Ukraine are the leading suppliers in both chapters, it seems inevitable that the negative impact of the war environment on production and prices will increase import costs. In addition, when the fodder and food residue wastes (HS 23) chapter, with a deficit of approximately \$-1.4 billion, is taken together, the production areas that Turkey should support are clearly seen.

The consideration of; the perishable nature of food products which often lets to penetrate into nearby markets and the opportunity to appeal EU markets, taking into account the advantages of the customs union and the Turkish diaspora and meanwhile the advantages of religion and halal concept for Middle East and African countries, constitute the focus destinations and products to investigate.

The USA and China, which are the engines of consumption in foodstuffs like in almost every product, are markets that must be entered in niche product categories with high added value and durable life, due to their distant geographical locations and long/costly freight processes.

In addition to this, as the study reveals, meeting the foodstuffs needs that are evident in the island countries, especially in Japan, the UK and Korea (KO-

REA is not an island). Furthermore Lithuania, Norway and Denmark should also be taken into scope of market research, due to their imports beyond their population which are thought to be entry points to the Baltic and Scandinavian countries.

Finally, since it is thought that Turkey cannot adequately promote its unique flora and flavours especially in the wine and spirits market, it is recommended to carry out supportive studies on this subject.