

**YAŞAR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANS ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**EGE BÖLGESİ'NDE İHRACAT HACMİNİ  
ARTIRMAYA YÖNELİK UYGULAMALAR:  
KURU MEYVE İHRACATÇILARINA  
YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

**BELGİN ŞENSOY**

**TEZ DANIŞMANI: DR. ÖĞR. ÜYESİ EBRU SAYGILI**

**2019 İZMİR.**

**YÜKSEK LİSANS TEZ JÜRİ ONAY SAYFASI**

Bu tezi okuduğumu ve görüşüme göre yüksek lisans derecesi için bir tez olarak kapsam ve nitelik açısından tam olarak yeterli olduğunu onaylarım.



Dr. Öğr. Üyesi Ebru Saygılı

Bu tezi okuduğumu ve görüşüme göre yüksek lisans derecesi için bir tez olarak kapsam ve nitelik açısından tam olarak yeterli olduğunu onaylarım.

28.05.2019




Doç. Dr. Yücel Öztürkoğlu

Bu tezi okuduğumu ve görüşüme göre yüksek lisans derecesi için bir tez olarak kapsam ve nitelik açısından tam olarak yeterli olduğunu onaylarım.



Prof. Dr. Coşkun Küçüközmen



Doç.Dr. Çağrı Bulut  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜ MÜDÜRÜ

## ÖZ

# EGE BÖLGESİ'NDE İHRACAT HACMİNİ ARTIRMAYA YÖNELİK UYGULAMALAR: KURU MEYVE İHRACATÇILARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Belgin Şensoy  
Yüksek Lisans Tezi, Uluslararası Ticaret ve Finansman  
Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ebru Saygılı  
2019

İhracatta her sektörde olduğu gibi gıda sektöründe de sorunlar yaşanmaktadır. Bu sorunlara çözüm odaklı yaklaşıldığında, ihracat performansında mutlak artışlar görülecektir. Çalışmanın amacı Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçılarının yaşadığı sorunların analiz edilmesi ve ihracat hacminin artırılabilmesi çözüm önerilerinin geliştirilmesi kapsamındadır. Araştırma anket çalışması ile faktör analizi yapılarak faktörler ve ağırlıkları, regresyon analizi yapılarak da ihracat hacmini etkileyen bileşenler tespit edilmiştir. Çalışmada kuru meyve ihracatının artırılmasına etki eden değişkenlerin bulunması amacıyla, Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatı yapan 74 şirketten elde edilen verilere çoklu regresyon modeli ve faktör analizi uygulanmıştır.

Regresyon analizinde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler ile bu değişkenlere ait tanımsal istatistikler sonucunda; firmaların yıllık ihracat hacminde önemli etkiye sahip olan değişkenin firmaların organik ürün ihracat yüzdesi ile çalışan sayısının etkili olduğu gözlemlenmiştir. Çalışan sayısı ve organik ürün ihracat yüzdesi arttıkça, yıllık ihracat hacmi de artmaktadır.

Faktör analizi sonuçlarında ise, faktör analizinin ilk turunda 63 bileşen incelenmiştir. Döndürme işleminde varimax yöntemi kullanılarak bileşenlerin % 50 değerinin altında olanlar çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Rotasyon matrisi sonuçlarına göre elde edilen 37 bileşene ilişkin 8 ana faktör belirlenmiştir. Faktörler sırasıyla üretim stratejileri, kalite ve tedarikçiler, finansman ve teşvikler, Ar-Ge, reklam ve tanıtım, hammadde tedarik koşulları ve tanınırlık olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar sözcükler:** İhracat, kuru üzüm, incir, kayısı, faktör analizi, regresyon

**ABSTRACT**  
**INCREASING THE EXPORT VOLUME IN THE AEGEAN REGION**  
**APPLICATIONS:**  
**A RESEARCH FOR DRIED FRUIT EXPORTERS**

Belgin Şensoy  
MA, International Trade and Finance  
Advisor: Asst. Prof. Dr. Ebru Saygılı  
2019

As in every sector in exports, there are problems in the food sector. A solution-oriented approach to these problems will result in absolute increases in export performance. The aim of this study is to analyze the problems experienced by the exporters of dried fruits in the Aegean Region and to develop solutions for increasing the export volume. Factor analysis and factors and weights were determined by research questionnaire and components affecting export volume were determined by regression analysis. In the study, multiple regression model and factor analysis were applied to the data obtained from 74 companies exporting dry fruits in the Aegean Region in order to find the variables affecting the increase in the export of dried fruits.

Based on descriptive statistics of dependent and independent variables used in regression analysis; It is observed that the variable which has a significant effect on the annual export volume of firms is effective on the percentage of organic product exports and the number of employees. As the number of employees and the export percentage of organic products increase, the annual export volume also increases.

In the factor analysis results, 63 components were examined in the first round of factor analysis. In the rotation process, those below 50% of the components were removed using the varimax method and the analysis was repeated. According to the rotation matrix results, 8 main factors related to 37 components were determined. Factors were found to be production strategies, quality and suppliers, financing and incentives, R & D, advertising and promotion, raw material supply conditions and recognition respectively.

**Keywords:** Export, raisin, fig, apricot, factor analysis, regression

## TEŞEKKÜR

Bu tezin hazırlanma sürecinde, bilimsel katkıları ile her fırsatta bana yardımcı olan, tezimin tamamlanma süresince bana yol gösterip yardımlarını esirgemeyen tez danışmanım Sn. Dr. Öğr. Üyesi Ebru Saygılı'ya teşekkürlerimi sunarım.

Belgin ŞENSOY

İzmir, 2019



## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunmuş olduğum “Ege Bölgesi’nde İhracat Hacmini Artırmaya Yönelik Uygulamalar: Kuru Meyve İhracatçılarına Yönelik Bir Araştırma” adlı çalışmanın, araştırma aşamasından tamamlanmasına kadar olan tüm süreçte, tarafımdan bilimsel ahlak, gelenek ve temellere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla doğrularım.



Belgin ŞENSOY

20 / Mayıs / 2019

## İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	i
ABSTRACT.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
YEMİN METNİ.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
KISALTIMA LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: GENEL EKONOMİK DURUM VE SEKTÖREL DEĞERLENDİRME.....	2
1.1. Türk Ekonomisi ve Sektörel İhracat Verileri.....	2
1.2. Kuru Meyve İhracatı.....	5
1.2.1. Türkiye Ölçeğinde Kuru Meyve İhracatı.....	6
1.2.2. Türkiye'nin Dünya Ülkelerine Kuru Meyve İhracatı.....	9
1.2.3. Ege Kuru Meyve İhracatında Ürün Grupları.....	11
1.2.3.1. Çekirdeksiz Kuru Üzüm.....	13
1.2.3.1.1. Çekirdeksiz Kuru Üzüm Rekolte Tahminleri.....	15
1.2.3.1.2. Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı.....	15
1.2.3.2. Kuru İncir.....	18
1.2.3.2.1. Kuru İncirin Rekolte Tahminleri.....	20
1.2.3.2.2. Kuru İncir İhracatı.....	20
1.2.3.3. Kuru Kayısı.....	23
1.2.3.3.1. Kuru Kayısı Rekolte Tahminleri.....	25

1.2.3.3.2. Kuru Kayısı İhracatı.....	25
2. BÖLÜM: KURU MEYVE İHRACATINDA ÖNE ÇIKAN SORUNLAR VE KURU MEYVE İHRACATINI ARTIRMAYA YÖNELİK ÇALIŞMALAR.....	29
2.1. Türkiye 2023 İhracat Planlaması.....	29
2.2. Gıda Güvenliği ve Kalite Yönetim Sistemleri.....	31
2.2.1. ISO 9000, HACCP ve ISO 22000 Sistemleri.....	31
2.2.2. Coğrafi İşaret.....	33
2.2.3. İyi Tarım Uygulamaları.....	35
2.2.4. Organik Tarım ve Organik Tarımı Artırma Çalışmaları.....	36
2.3. Kuru Meyve İhracatında Finansal Olmayan Sorunlar ve Sorunlara Yönelik Çalışmalar.....	38
2.3.1. Gıda Güvenliği Sorunu ve Ürün Kalitesini Artırmaya Yönelik Çalışmalar.....	39
2.3.1.1. Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında Yaşanan Sorunlar ve Verim, Kalite ve Gıda Güvenilirliğini Artırma Çalışmaları.....	39
2.3.1.2. Kuru İncir İhracatında Yaşanan Sorunlar ve Verim, Kalite ve Gıda Güvenilirliğini Artırma Çalışmaları.....	42
2.3.1.3. Kuru Kayısı İhracatında Yaşanan Sorunlar ve Verim, Kalite ve Gıda Güvenilirliğini Artırma Çalışmaları.....	46
2.3.1.4. Diğer Kabuklu ve Kuru Meyvelerde Yaşanan Sorunlar ve Verim, Kalite ve Gıda Güvenilirliğini Artırma Çalışmaları.....	49
2.3.2. Geri Gelen Ürünlerin Yurda Girişinde Yaşanan Sorunlar.....	50
2.3.3. Rusya Federasyonu'na Bitkisel Gıda Ürünleri İhracatında Liste Uygulaması.....	50



2.3.4. Tarımsal Üretimde Biyolojik ve Biyoteknik Mücadele Yöntemleri İle Tarım İlacı Kullanımının Azaltılması Çalışmaları (BZMAE İşbirliğiyle).....	50
2.3.5. Bulgaristan Gümrüklerinde Yaşanan Sorunlar.....	51
2.3.6. Dahilde İşleme İzin Belgesi (DİİB) Kapsamında İhracat.....	51
2.4. Kuru Meyve İhracatında Karşılaşılan Finansal Sorunlar.....	51
2.4.1. Dalgalı Kur ve Kuru Meyve Fiyatlarındaki Dalgalanmaların Etkisi.....	52
2.4.2. Yüksek Kredi Faizleri.....	53
2.4.3. Dövizle Kredi Kullanımı.....	53
2.4.4. Kuru Meyvelerde İhracat Desteği ve Teşvikinin Olmaması.....	54
2.4.5. Yatırım Desteklerinin Sınırlı Olması.....	55
2.5. Proje Destekleri.....	55
2.6. Ar-Ge ve İnovasyon Çalışmaları.....	56
2.7. Tanıtım Çalışmaları.....	57
2.7.1. Kuru Meyve Tanıtım Grubu; Fuarlar ve Etkinlikler.....	57
2.7.2. Turquality Pojesi.....	59
3. BÖLÜM: EGE BÖLGESİ KURU MEYVE İHRACATÇILARININ KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN KODLARININ ANALİZİ.....	61
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	61
3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Seti.....	61
3.3. İstatistiksel Analiz.....	61
3.4 İstatistiksel Analiz Sonuçları ve Değerlendirme.....	61
SONUÇ.....	79
KAYNAKÇA.....	82
EKLER.....	88

## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Türkiye Sektör İhracat Rakamları.....	3
<b>Tablo 2.</b> Türkiye’de Kuru Meyve Ürünlerine Göre İhracat Durumu 2013-2017.....	7
<b>Tablo 3.</b> Ülkeler Bazında Türkiye Kuru Meyve İhracatı 2013-2017.....	10
<b>Tablo 4:</b> 2014 – 2017 Ege Bölgesi Kuru Meyve İhracatı.....	12
<b>Tablo 5.</b> Dünyada Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretim Miktarı.....	14
<b>Tablo 6.</b> Sezon Bağ Alanları, Rekolte Tahmin ve İhracat Miktarları.....	15
<b>Tablo 7.</b> Türkiye Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı 2013-2017.....	16
<b>Tablo 8.</b> Başlıca Ülkeler İtibariyle Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı 2013 – 2017..	17
<b>Tablo 9.</b> Dünyada İncir Üretim Miktarı.....	19
<b>Tablo 10.</b> Sezonlar İtibariyle Kuru İncir Rekolte Tahminleri.....	20
<b>Tablo 11.</b> Türkiye Kuru İncir ve Mamulleri İhracatı.....	21
<b>Tablo 12.</b> Başlıca Ülkeler İtibariyle Kuru İncir İhracatı 2013 – 2017.....	22
<b>Tablo 13.</b> Dünya Kayısı Üretim Miktarları.....	24
<b>Tablo 14.</b> Kuru Kayısı Rekolte Tahminleri.....	25
<b>Tablo 15.</b> Türlerine Göre Türkiye Kuru Kayısı İhracatı.....	26
<b>Tablo 16.</b> Başlıca Ülkeler İtibariyle Kuru Kayısı İhracatı 2014 – 2017.....	27
<b>Tablo 17.</b> Tanımsal İstatistikler.....	62
<b>Tablo 18.</b> Firmaların Yıllık İhracat Hacmi.....	62
<b>Tablo 19.</b> Firmaların Faaliyet Süresi.....	64
<b>Tablo 20.</b> Firmanın Çalışan Sayısı.....	65
<b>Tablo 21.</b> Firmaların Kalite Güvenlik Belgesi Bulundurma Oranı.....	67
<b>Tablo 22.</b> Model Özeti.....	68
<b>Tablo 23.</b> Varyans Analizi: Anova Tablosu.....	69
<b>Tablo 24.</b> Katsayı Tablosu.....	70

<b>Tablo 25.</b> KMO and Bartlett's Testi.....	71
<b>Tablo 26.</b> Toplam Varyans Analizi.....	72
<b>Tablo 27.</b> Bileşenlerin Rotasyon Matrisi.....	74
<b>Tablo 28.</b> Faktör ve Alt Faktörler.....	76



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Yıllar İtibariyle Türkiye İhracatı 2002-2017.....	5
Şekil 2. Sektör İhracat Gelir Hedefi.....	30
Şekil 3. Firmanın Yıllık İhracat Hacmi.....	63
Şekil 4. Firmanın Faaliyet Yılı.....	64
Şekil 5. Firmanın Çalışan Sayısı.....	65
Şekil 6. Firmanın İhracat Yaptığı Ülke Sayısı.....	66
Şekil 7. Firmaların Organik Ürün İhracat Yüzdesi.....	68



## **KISALTMA LİSTESİ**

ATB	: Alaşehir Ticaret Borsası.
CCTV	: China Central Television.
DEİK	: Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu.
DTM	: Dış Ticaret Müsteşarlığı.
DİİB	: Dahilde İşleme İzin Belgesi.
DİR	: Dahilde İşleme Rejimi.
EİB	: Ege İhracatçı Birlikleri.
EKMMİB	: Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği.
ETO	: Ekolojik Tarım Organizasyonu.
EÜZF	: Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi.
FAO	: Dünya Gıda Örgütü.
FCIE	: Gıda ve Tüketici Endüstrisi Fuarı.
FED	: ABD Merkez Bankası.
FRUCOM	: European Federation of the Trade in Dried Fruit.
GDP	: Uygun Dağıtım Gereklere.
GHP	: Uygun Hijyen Gereklere.
GMP	: Uygun Teknoloji Gereklere.
GTB	: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı.
GTHB	: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı.
HACCP	: Tehlike analizi, Kritik Kontrol Noktaları.
IFOAM	: International Federation of Organic Agriculture Movements.
IMF	: Uluslararası Para Fonu.
INC	: International Nut and Dried Fruit Council.
ISO	: International Organization for Standardization.

İTB	: İzmir Ticaret Borsası.
İTU	: İyi Tarım Uygulamaları (Good Agricultural Practice – GAP).
KHK	: Kanun Hükmünde Karanname.
KMTG	: Kuru Meyve Tanıtım Grubu (Dried Fruits Promotion Committee of Turkey).
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı.
KSKDER	: Tarımsal Ürün Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşları Derneği.
MRL	: Maksimum Kalıntı Limiti (Maximum Residue Limit).
MTB	: Manisa Ticaret Borsası.
OAİB	: Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri.
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü.
OTA	: Okratoksin A.
OVP	: Orta Vadeli Programı.
STB	: Salihli Ticaret Borsası.
TEPGE	: Tarımsal Ekonomi Ve Politika Geliştirme Enstitüsü.
TİM	: Türkiye İhracatçılar Meclisi.
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği.
TPE	: Türk Patent Enstitüsü.
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu.

## GİRİŞ

Dünya kuru meyve ve mamulleri ihracatında ülkemizin payı yaklaşık % 11 civarındadır. 2023 yılında dünya kuru meyve ve mamullerinin 12 milyar ABD doları seviyesine ulaşacağı öngörülmektedir. Ülkemizin 2023 yılı dünya kuru meyve ve mamulleri ihracatında en büyük payı alabilmesi için yılda ortalama % 7 oranında artış gerçekleştirmesi gerekmektedir. Sektör bu durumda payını 3 milyar ABD doları bir ihracatla % 25'e çıkarmayı planlanmaktadır. Avrupa Birliği gibi mevcut pazarların yanı sıra Rusya Federasyonu, Çin, Hindistan, Brezilya gibi ülkeler başlıca hedef pazar olarak belirlenmiştir. Kuru meyve ve mamullerinin hedeflenen rakamlara ulaşabilmesinde yapılması gereken başlıca çalışmalar; dünya tüketicilerinin tercih ettiği ürünleri gıda kodeksine uygun şekilde üretmek, üretimi global talebe uygun şekilde artırmak ve Türk Kuru Meyvelerinin imajını dünya piyasasında yer etmesini sağlamaktır.

Türkiye kuru meyve ve mamülleri ihracatında çekirdeksiz üzüm, incir ve kayısı ile dünyada lider durumdadır. Erik, dut gibi ürünlerin hacminin ve elde edilen gelirlerinin düşük olmasından dolayı çalışma üzüm, incir ve kayısı ağırlıklı olarak ele alınmıştır.

Çalışmanın içeriği üç bölümden oluşmaktadır; birinci bölümde sektörel değerlendirme, kuru meyve ile alakalı genel bilgiler ve kuru meyve ihracatının geçmiş yıllara oranları ele alınmaktadır. İkinci bölümde kalite sistemleri, kuru meyve ihracatında karşılaşılan sorunlar, kuru meyve ihracatında verim, kalite ve gıda güvenilirliğini artırma çalışmaları, ihracatçıların verimliliği artırabilmeleri için gerekli tanıtım ve çalışmalarını içermektedir. Üçüncü bölümde kuru meyve ihracatını artırmaya yönelik Ege Bölgesi ihracatçıların çözüm önerilerinin sonuçları ve değerlendirilmesine yer verilmiştir.

# 1. BÖLÜM: GENEL EKONOMİK DURUM VE SEKTÖREL DEĞERLENDİRME

## 1.1. Türk Ekonomisi ve Sektörel İhracat Verileri

Türk ekonomisi istikrarlı büyüme sayesinde 2010-2016 döneminde ortalama % 6,3 oranında performansa sahip olmuştur. 2016 yılı sonrası demokrasiden kaynaklı sorunlar ülke ekonomisine olumsuz etkilere sebep olmuştur. Özellikle 2017 yılı ikinci çeyreğinden itibaren Türkiye ekonomisine ilişkin ekonomik büyüme tahminlerini uluslararası kredi derecelendirme kuruluşları tarafından yeniden gözden geçirmek durumunda kalmış ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) 2017 yılı için ekonomik büyüme oranımızı % 6.1 olarak belirlemiştir. OECD tahminlerine göre, 2015-2025 döneminde yıllık ortalama % 4,9 büyüme oranıyla OECD'ye üye ülkeler arasında Türkiye en hızlı büyüyen ekonomilerden biri olacaktır (MFA, 2019).

Uluslararası Para Fonu (IMF) Dünya Ekonomik Görünüm Raporuna göre ise, 2018 yılı Türkiye tahminleri incelendiğinde, önemli bir farklılık gözlenmektedir. IMF Nisan ayı projeksiyonlarında, Türkiye'nin büyüme hızını % 3,9 tahmin ederken Türk ekonomisinde 2018 ikinci çeyreğinden itibaren belirginleşen ve gittikçe yoğunlaşan sorunlar, Ekim ayı raporunda büyüme hızı tahminini % 2,1'e düşürmüştür. IMF, Türkiye'de yaşanan son ekonomik gelişmelerin, orta vadede daha olumsuz etkileri olacağını tahmin etmektedir. 2003-2017 döneminde, enflasyon, işsizlik ve dış denge açısından oldukça olumsuz bir performans gösteren Türkiye'nin bu durumunu 2018-2021 döneminde de sürdüreceği tahmin edilmektedir (Yükseler, 2018).

Ülkemiz, 2017 yılında 156,7 milyar ABD Doları ve 2018 yılında 168 milyar ABD Doları toplam ihracat yapmıştır (TİM, 2019). 2019 yılında ise 193.1 milyar Dolar seviyesinde gerçekleşmesi öngörülmektedir (MFA, 2019). Türkiye geneli sektörel bazda 2013 sonrası ihracat rakamları Tablo 1'de verilmiştir.



**Tablo 1.** Türkiye Sektör İhracat Rakamları (1000 ABD Doları)

SEKTÖRLER	2013	2014	Dğm %	2015	Dğm %	2016	Dğm %	2017	Dğm %	2018	Dğm %
I. TARIM	21.352.808	22.498.459	5,4	20.798.564	-7,5	20.229.167	-2,6	21.235.089	5,1	22.645.609	6,7
A. BİTKİSEL ÜRÜNLER	14.905.493	15.701.712	5,4	14.906.209	-5	14.235.097	-4,3	14.527.698	2,2	15.117.103	4,2
<b>KURU MEYVE VE MAMULLERİ</b>	<b>1.439.207</b>	<b>1.460.876</b>	<b>1,6</b>	<b>1.346.491</b>	<b>-7,7</b>	<b>1.298.657</b>	<b>-3,1</b>	<b>1.282.238</b>	<b>-1,1</b>	<b>1.388.912</b>	<b>8,5</b>
B. HAYVANSAL ÜRÜNLER	1.988.676	2.277.467	14,6	1.814.907	-20,2	1.891.072	4,3	2.260.996	19,6	2.513.893	11,2
C. AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ	4.458.639	4.519.281	1,4	4.077.449	-9,8	4.102.999	0,7	4.446.396	8,4	5.014.613	12,8
II. SANAYİ	119.048.130	124.147.258	4,3	108.965.280	-12,1	107.660.325	-1,1	121.392.773	12,8	136.325.297	12,4
A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ	12.489.069	13.065.524	4,3	11.430.744	-12,7	11.180.572	-2,2	11.786.741	5,4	12.395.160	5,2
B. KİMYEVİ MADDELER VE	17.441.096	17.847.131	2,4	15.411.032	-13,3	13.936.294	-9,5	16.042.218	15,1	17.372.117	8,3
C. SANAYİ MAMULLERİ	89.117.966	93.234.603	4,7	82.123.503	-11,8	82.543.460	0,6	93.563.813	13,4	106.558.021	14
III. MADENCİLİK	5.042.322	4.646.945	-7,7	3.900.683	-16	3.786.687	-2,8	4.688.011	23,8	4.561.662	-2,7
T O P L A M (TİM*)	145.443.260	151.292.662	4,1	133.664.527	-12,6	131.676.179	-1,4	147.315.873	11,9	163.532.569	11,1
İhracatçı Birlikleri Kaydından Muaf	6.263.742	6.329.395	1,6	10.065.214	59,8	10.462.671	1,6	9.466.385	-9,6	4.555.068	-53,6
<b>T O P L A M (TİM+TUİK*)</b>	<b>151.707.002</b>	<b>157.622.057</b>	<b>4</b>	<b>143.729.741</b>	<b>-8,7</b>	<b>142.138.850</b>	<b>-1,2</b>	<b>156.782.257</b>	<b>10,4</b>	<b>168.087.637</b>	<b>7,1</b>

\*Ocak - Aralık dönemi için 11 ay TUİK, son ay TİM rakamları kullanılmıştır. Her Ocak ayı yayınlanan rakamlar baz alınmıştır.

**Kaynak:** TİM. (2019). <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html> (Erişim tarihi: 06.03.2019).

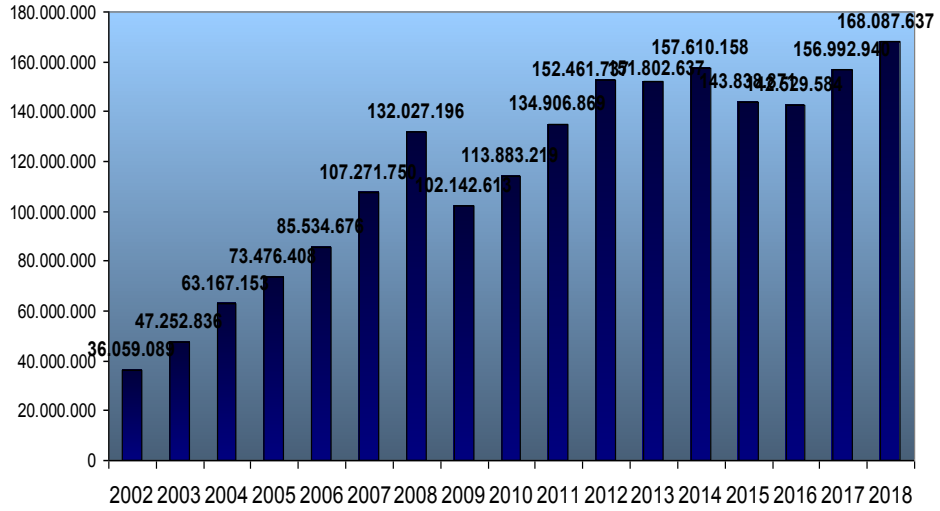
Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre, 2013' de Türkiye geneli sektörel bazda ihracat rakamlarında 151,7 milyar dolarlık ihracat gerçekleşmiştir. Bu ihracatın % 78,4 'ünü Sanayi Sektörü, % 14 'nü Tarım Sektörü ve % 3,3 'ünü Madencilik Sektörü oluşturmaktadır. Sektörel bazda ihracat rakamları 2013'den 2014'e % 4 oranında yükselerek 157,6 milyar dolarlık ihracatın gerçekleştiği görülmektedir. 2014 yılında en fazla ihracat yapan sektör % 78,7 oranla Sanayi Sektörü, ikinci olarak % 14,2 oranında Tarım Sektörü ve son olarak % 2,9 oranında Madencilik Sektörü ihracat yapmıştır.

2015 yılında 143,7 milyar dolar gerçekleşen ihracat rakamının bir önceki yıla oranla % 8,7 geriye çektiği görülmüştür. Bu azalma bir önceki yılın sektör verilerine göre, en çok % 16 oranında Madencilik, ikinci sırada % 12 oranında Sanayi ve son olarak % 8 oranında Tarım Sektöründe gerçekleşmiştir. Toplam ihracat rakamının % 75,8 'ini Sanayi Sektörü, % 14,4 'nü Tarım Sektörü ve % 2,7 'sini Madencilik Sektörü oluşturmaktadır. 2016 yılında ihracat rakamları bir önceki yıla oranla % 1 geriye giderek 142,1 milyar dolarla azalmaya devam etmiştir. Bu azalma bir önceki yılın sektör verilerine göre, 3 % oranında Madencilik ve Tarım Sektöründe, % 1 oranında Sanayi Sektöründe gerçekleşmiştir. Toplam ihracat rakamının % 75,7 'sini Sanayi Sektörü, % 14,2 'sini Tarım Sektörü ve % 2,6 'sini Madencilik Sektörü oluşturmaktadır.

2017 yılında ihracat rakamları 2016 yılı ihracat rakamlarına oranla % 10 yükselerek 156,7 milyar dolarlık ihracata ulaşmıştır. 2017 yılında, 2016 yılı sektör verilerine dikkate alındığında en çok artışın % 24 'le Madencilik Sektörü onu izleyen artış % 13 'le Sanayi Sektörü ve son olarak % 5 oranında Tarım Sektörü artış sağlamıştır. 2017 toplam ihracat rakamının % 77,4 'ünü Sanayi Sektörü, % 13,5 'ini Tarım Sektörü ve % 2,9 'unu Madencilik Sektörü oluşturmaktadır.

2018 yılında ihracat rakamları 2017 yılı ihracat rakamlarına göre % 7 oranında yükselmeye devam ederek 168 milyar dolarlık ihracata ulaşmıştır. 2018 yılında bir önceki yılın sektör verilerine göre genel olarak bakıldığında hemen hemen her sektörde artış gözlenmiş, en fazla artışlar % 13'le Ağaç ve Orman Ürünleri ve % 12'yle Sanayi Sektöründe gerçekleşmiştir. En yüksek ihracat rakamının gerçekleştiği yıl, 2018 yılıdır (Şekil 1) (TİM, 2019).

**Şekil 1.** Yıllar İtibariyle Türkiye İhracatı 2002-2017 (1.000 \$)



**Kaynak:** TİM. (2019). <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html> (Erişim tarihi: 06.03.2019).

## 1.2. Kuru Meyve İhracatı

1900'lü yılların ikinci yarısından sonra meyve üretim ve tüketiminde dünyada çok hızlı bir artış meydana gelmiştir. Ortaya çıkan hızlı gelişmeler, insanların farklı meyveleri tanımalarına imkan sağlamıştır. Talep doğrultusunda ihracattaki artış; ulaşım ağının genişlemesi, soğuk hava depo teknolojisinin ilerlemesi, meyvelerin bozulmadan taşınmasına yönelik kimyasal uygulama yöntemlerinin geliştirilmesi gibi faktörlerle etkili hale gelmiştir (Gül, Akpınar, 2006).

Tarımsal ürünlerin değerlendirme şekillerinden güneşte kurularak saklanması uzun yıllardan beri kullanılan bir yöntemdir. Kurutulan ürünlerin su kaybetmesi hacimce küçülmesine neden olurken nakliye ile depo giderlerinin azalmasına, uzun süreçte saklanabilmesine olanak sağlamakta ve günümüzde birçok üründe bu yöntem uygulanmaktadır. (Kuruçaylı ve Şen, 2017).

Dünya kuru ve kabuklu meyveler sektörü kapsamında; incir, kayısı, badem, üzüm, erik, elma, fındık, ananas, tropikal meyveler, makademya, ceviz, antep fıstığı, yer fıstığı, çam fıstığı, pekan cevizi, vb. ürünler bulunmaktadır. Beslenmede doğal ürünlerin sağlık üzerine etkilerinin bilimsel çalışmalarla ortaya konulması sonucunda tüketicilerin ilgisinin artmasına paralel olarak sektör bu yönde büyümekte ve gelişmektedir (EKMMİB, 2015). Türkiye geneli Kuru Meyve ve Mamülleri Sektörü

ihracatında Almanya, Birleşik Krallık, Fransa ve Hollanda olmak üzere AB ülkeleri ve ABD başlıca varış noktasıdır. Son yıllarda Uzakdoğu ve Arap ülkeleri gibi yeni pazarlara ihracat yapılmaktadır (EİB, 2018).

### **1.2.1. Türkiye Ölçeğinde Kuru Meyve İhracatı**

Türkiye Kuru Meyve ve Mamulleri sektörü ihracatında başlıca ürünler arasında üzüm, kayısı, incir gelirken leblebi, antep fıstığı, badem, ceviz, kayısı, zerdali çekirdeği, elma kurusu, çamfıstığı, erik kurusu, diğer meyve kuruları ve diğer kavrulmuş meyveler bu ürünleri takip etmektedir.

Başta hava koşulları kaynaklı üretimi etkileyen faktörlere bağlı kuru meyve ihracatı sezonlara göre farklılık göstermektedir. Buna göre 2013 sonrası sektörün ülke genelinde kuru meyve ihracat durumu Tablo 2’de görülmektedir.

**Tablo 2.** Türkiye’de Kuru Meyve Ürünlerine Göre İhracat Durumu 2013-2017

ÜRÜNLER	01/01/2013-31/12/2013		01/01/2014-31/12/2014		01/01/2015-31/12/2015		01/01/2016-31/12/2016		01/01/2017-31/12/2017	
	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)
ÇEKİRDEKSİZ KURU ÜZÜM	213.799	489.192	226.511	478.431	224.538	430.220	235.005	423.508	268.962	408.290
KURU KAYISI	117.789	314.923	78.969	347.508	65.555	304.082	79.230	290.859	94.997	267.195
KURU İNCİR	69.072	218.430	63.940	253.004	62.021	230.552	64.963	231.246	63.279	253.467
DİĞER MEYVE KURULARI	16.828	65.322	21.434	88.684	17.434	62.831	15.595	51.646	16.357	53.998
LEBLEBİ	10.828	23.106	11.299	20.811	10.754	18.359	11.098	22.141	10.274	24.522
DİĞER KAVRULMUŞ MEYVELER	11.270	41.954	11.745	46.120	9.379	31.461	10.219	31.405	10.811	30.437
ANTEP FISTIĞI	6.799	79.453	2.220	42.365	5.127	75.997	7.614	97.207	5.140	72.163
BADEMLER	9.460	95.003	6.487	73.506	4.974	69.296	6.067	72.190	8.175	89.531
CEVİZLER	4.305	50.037	4.370	62.621	4.092	58.850	2.406	21.746	3.309	32.863
KAYISI VE ZERDALİ ÇEKİRDEĞİ	9.576	23.759	4.430	16.390	3.338	15.233	3.641	13.174	6.111	14.791
ELMA KURUSU	3.388	7.421	2.542	5.297	3.252	5.417	4.332	7.000	4.528	7.121
ÇAMFISTIĞI	559	28.085	420	22.372	1.103	41.982	1.260	34.462	700	25.376
ERİK KURUSU	828	1.618	946	2.490	532	1.777	521	2.075	577	2.004
<b>TOPLAM*</b>	<b>474.501</b>	<b>1.438.303</b>	<b>435.314</b>	<b>1.459.600</b>	<b>412.099</b>	<b>1.346.058</b>	<b>441.951</b>	<b>1.298.657</b>	<b>493.221</b>	<b>1.281.758</b>

\*Her yılın bahar aylarında yayınlanan EİB sezon çalışma raporu rakamları baz alınmıştır.

**Kaynak:** EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013 - 2017 Sezonları Çalışma Raporları.

2013 yılı Türkiye geneli kuru meyve ihracatı miktar olarak 474.501 ton değer bazında 1,438 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılında 2013 yılına nazaran % 8 azalarak 435.314 tona düşmüş, değer bazında ise % 1,5 oranında artarak 1,459 milyar dolara yükselmiştir. 2013 ihracatında ilk sırada çekirdeksiz kuru üzümün olduğu, % 45'lik miktar ve % 34'lük bir getiriye sahip olduğu görülmektedir. İkinci önemli paya sahip olan kuru kayısının miktarda % 25, değerinde % 22 olduğu görülmektedir. Üçüncü olarak % 15 miktarda ve % 15 değerinde kuru incirdir.

2014 ihracatında ürün grupları bazında incelendiğinde en önemli ihraç ürünü olarak yine ilk sırada çekirdeksiz kuru üzüm yer almaktadır. Üzümün % 52'lik miktarda % 33'lük bir getiriye sahip olduğu, ikinci önemli paya sahip olan kuru kayısının miktarda % 18, değerinde % 24 olduğu görülmektedir. Kuru kayısını % 15'lik miktarda % 17'lik bir değerle kuru incir izlemektedir.

2015 ihracatı 2014 yılına göre % 5 oranında azalarak 412.099 tona ve 1,459 milyar dolardan 1,346 milyar dolara düşerek % 8 oranına düşmüştür. 2015 ihracatında ilk sırada % 54'lük miktar ve % 32'lük bir getiri ile çekirdeksiz kuru üzümün, ikinci önemli paya sahip olan kuru kayısının miktarda % 16, değerinde % 22 olduğu görülmektedir. Kuru kayısını % 15'lik miktarda % 17'lik bir değerle kuru incir izlemektedir. 2015 sezonu kuru üzüm ihracatındaki düşüşte en önemli faktörün kuru üzüm rekoltesindeki düşüklüğünden kaynaklandığı, diğer nedenin ise, TL'nin Euro ve Dolara karşısında değer kaybetmesidir (EKMMİB, 2016).

2016 yılında ürün grupları itibariyle ihracat % 7,6 artışla 441.951 tona ulaşırken, % 3 oranında azalarak 1,298 milyar dolara düşmüştür. 2016 yılında ton olarak % 53, getiri olarak % 33 oranında en önemli ihraç ürünü çekirdeksiz kuru üzümdür. İkinci önemli paya sahip olan kuru kayısının miktarda % 18, değerinde % 22 olduğu görülmektedir. Kuru kayısından sonra % 15'lik miktar ve %18 değer payı ile kuru incir gelmektedir.

2017'de 2016 yılına göre ihracat bir önceki yıla göre % 12 oranında artışla 493.221 ton olarak gerçekleşirken, getiri olarak ise % 1 oranında azalarak 1,281 milyar dolara düşmüştür. 2017 yılı ihraç ürünü olarak ilk sırada çekirdeksiz kuru üzümün, ton olarak % 61, getiride ise % 32 oranında olduğu, ikinci önemli paya

sahip olan kuru kayısının miktarda % 19, değerde % 21 olduğu görülmektedir. Kuru kayısıyı miktarda % 13, değerde %20 pay sahibi olan kuru incir izlemektedir.

### **1.2.2. Türkiye'nin Dünya lkelerine Kuru Meyve İhracatı**

Türkiye dünyadaki konumu itibariyle tropik meyveler dışında tüm meyveler için uygun iklim koşullarına sahiptir. Bu bağlamda Türkiye dünyadaki pek çok meyve türünün anavatanıdır (Gl, Akpınar, 2006). 2013 yılından 2017 yılına kadar geçmiş 5 yıl verilerine bakıldığında Tablo 3'de görüldüğü gibi ilk 6 ülke ismi değişim göstermemiştir.



**Tablo 3. Ülkeler Bazında Türkiye Kuru Meyve İhracatı 2013-2017**

ÜLKE ADI	01.01.2013 - 1.12.2013		01.01.2014 - 1.12.2014		01.01.2015 -31.12.2015		01.01.2016- 31.12.2016		01.01.2017 -31.12.2017	
	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)
ALMANYA	68.464	218.844	61.704	216.403	56.423	172.589	56.921	172.655	60.742	165.111
İNGİLTERE	75.671	176.787	73.817	172.558	78.757	174.048	72.883	154.235	81.410	145.179
FRANSA	32.058	98.525	31.044	109.547	28.786	97.868	32.167	99.205	33.727	91.050
ABD	26.197	78.253	22.664	98.911	19.460	89.349	22.112	86.290	23.945	86.226
İTALYA	25.437	89.965	24.181	83.097	25.174	105.186	29.163	103.571	28.263	80.766
HOLLANDA	30.683	78.060	31.077	83.494	31.342	72.016	29.019	64.938	34.148	63.564
<b>6 ÜLKE TOPLAM</b>	<b>258.510</b>	<b>740.434</b>	<b>244.487</b>	<b>764.010</b>	<b>239.942</b>	<b>711.056</b>	<b>242.265</b>	<b>680.894</b>	<b>262.235</b>	<b>631.896</b>
<b>DİĞER ÜLKELER</b>	215.991	697.869	190.776	695.401	172.157	635.002	199.686	617.763	220.678	622.374
<b>TOPLAM*</b>	<b>474.501</b>	<b>1.438.303</b>	<b>435.263</b>	<b>1.459.411</b>	<b>412.099</b>	<b>1.346.058</b>	<b>441.951</b>	<b>1.298.657</b>	<b>482.913</b>	<b>1.254.270</b>

\*Her yılın bahar aylarında yayınlanan EİB sezon çalışma raporu rakamları baz alınmıştır.

**Kaynak:** EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013 - 2017 Sezonları Çalışma Raporları.



2013 yılından 2017 yılına kadar ilk 6 ülke Almanya, İngiltere, Fransa, ABD, İtalya ve Hollanda olmuştur. 2013 yılında Türkiye geneli kuru meyve ihracatı ülkeler bazında incelendiğinde, miktar bazında İngiltere ilk sırada yer alırken değer bazında en önemli ihrac pazarının 218 milyon \$'lık ihracatla Almanya olduğu görülmektedir.

2014 yılında Türkiye geneli kuru meyve ihracatı incelendiğinde 2013'teki sıralama değişmeyip, en fazla ihracat geliri elde edilen ilk üç ülkenin sırasıyla 216 milyon \$'lık bir değerle Almanya'nın, sonra İngiltere ve Fransa'nın olduğu görülmektedir. Miktarda en çok ihracat İngiltere'ye olmuştur. İngiltere'yi Almanya ve Fransa izlemektedir.

2015 yılında Türkiye geneli kuru meyve ihracatı incelendiğinde, en fazla ihracat geliri elde edilen ülke 174 milyon \$'la İngiltere olmuştur. İngiltere'yi sırayla Almanya ve İtalya takip etmektedir. 2016 yılında Türkiye geneli kuru meyve ihracatı incelendiğinde, en fazla ihracatın 172 milyon \$'la Almanya, sonra sırasıyla İngiltere ve İtalya olduğu görülmektedir. Miktarda en çok ihracat İngiltere'ye, ikinci olarak Almanya, üçüncü olarak da Fransa'ya yapılmıştır.

2017 yılında Türkiye geneli kuru meyve ihracatı incelendiğinde, en fazla ihracat geliri elde edilen ilk üç ülkenin sırasıyla 165 milyon \$'lık bir değerle Almanya'nın, sonra İngiltere ve Fransa'nın olduğu görülmektedir. Ton olarak en fazla ihracatın İngiltere ve sırasıyla Almanya ve Hollanda'ya olduğu görülmektedir.

### **1.2.3. Ege İhracatçı Birlikleri Ürün Grupları**

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) 29.09.1939 tarihinde Türkiye'nin ilk ihracatçı birliği olarak kuruldu. 12 ana sektörde faaliyet gösteren 7.000 üye firmaya sahip olan Birlik, 2017 yılı sonu itibariyle 215 ülkeye Türkiye Genel ihracatının %8'i oranında 11.8 milyar ABD \$'lık ihracat gerçekleştirilmiştir. EİB bünyesinde bulunmayan sektörlerde faaliyet gösteren Ege Bölgesi yerleşik ihracatçılarının yaptığı ihracat payı Türkiye toplamının yüzde 13'üdür (EİB, 2018). EİB'nin 12 sektör arasındaki 398 üyeye sahip Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği 2013 sonrası ihracatı Tablo 4'de görüldüğü gibi gerçekleşmiştir.

**Tablo 4.** 2014 – 2017 Ege Bölgesi Kuru Meyve İhracatı

ÜRÜN ADI	2014		2015		2016		2017	
	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)
ÇEKİRDEKSİZ KURU ÜZÜM	222.097	469.641	223.193	427.323	231.982	418.403	266.840	404.415
KURU İNCİR	54.316	214.655	53.354	199.498	55.149	196.003	53.157	212.292
KURU KAYISI	33.419	159.229	27.110	141.762	30.624	125.173	34.823	109.424
ÇAMFISTIĞI	307	16.537	751	28.300	940	25.203	558	20.803
DİĞER MEYVE KURULARI	4.816	26.205	3.669	16.750	715	2.510	4.290	15.203
ELMA KURUSU	2.492	5.178	3.202	5.290	4.266	6.852	4.381	6.872
ANTEP FISTIĞI	102	2.550	206	3.294	325	4.132	246	4.481
LEBLEBİ	2.207	3.960	1.594	2.697	1.536	2.810	1.579	4.260
DİĞER KAVRULMUŞ MEYVELER	693	3.443	693	2.633	715	2.510	647	2.339
KAYISI VE ZERDALİ ÇEKİRDEĞİ	258	1.110	230	1.111	323	1.730	547	1.910
ERİK KURUSU	748	1.579	371	1.142	299	1.157	274	974
BADEMLER	27	195	43	278	75	398	69	381
CEVİZLER	9	178	8	138	10	149	5	77
<b>TOPLAM*</b>	<b>321.492</b>	<b>904.460</b>	<b>314.425</b>	<b>830.216</b>	<b>329.493</b>	<b>797.281</b>	<b>367.417</b>	<b>783.433</b>

\*Her yılın bahar aylarında yayınlanan EİB sezon çalışma raporu rakamları baz alınmıştır.

**Kaynak:** EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013 - 2017 Sezonları Çalışma Raporları.

2014'de 435 bin ton olarak gerekleŒen ihracatın %74' ünü, değer bazında 1,459 milyar \$'lık ihracatın ise %62'lik kısmı Ege İhracatçı Birliğince gerekleŒtirilmiŒtir. En fazla ihraç edilen ürün 222 bin ton miktarla 470 milyon \$ değerle ekirdeksiz kuru üzümdür. 2015'de 412 bin ton olarak gerekleŒen ihracatın %76' sını, değer bazında 1,346 milyar \$'lık ihracatın ise %62'lik kısmı Ege İhracatçı Birliğince gerekleŒtirilmiŒtir. En fazla ihraç edilen ürün 223 bin ton miktarla 427 milyon \$ değerle ekirdeksiz kuru üzümdür.

2016'da 441 bin ton olarak gerekleŒen ihracatın %75' ini, değer bazında 1,298 milyar \$'lık ihracatın ise %61'lik kısmı Ege İhracatçı Birliğince gerekleŒtirilmiŒtir. En fazla ihraç edilen ürün 232 bin ton miktarla 418 milyon \$ değerle ekirdeksiz kuru üzümdür. 2017'de 483 bin ton olarak gerekleŒen ihracatın %76' sını, değer bazında 1,254 milyar \$'lık ihracatın ise %62'lik kısmı Ege İhracatçı Birliğince gerekleŒtirilmiŒtir. En fazla ihraç edilen ürün 267 bin ton miktarla 404 milyon \$ değerle ekirdeksiz kuru üzümdür.

### **1.2.3.1. Çekirdeksiz Kuru Üzüm**

Bağcılık için elveriŒli iklim koŒullarına sahip olan Türkiye asma ve bağcılık kùltürünün ana vatamıdır. Dünya bağcılığında önemli bir yere sahiptir. Bağ tarımı tarımsal üretimde çok önemli yer tutmaktadır. Ülkemizde 1200'den fazla üzüm eŒidi yetiŒtirilmektedir. Ekonomik anlamda Türkiyenin dağlık yüksek kesimleri ile yağışın 1000 mm'den fazla olduğu Doğu Karadeniz bölgesi dıŒında kalan tüm alanlarda üzüm tarımı yapılmaktadır. Türkiye kuru üzüm üretiminde dünyada ilk sıralarda yer almaktadır. Güneydoğu ve İç Anadolu bölgelerinde çekirdekli kuru üzüm üretimi, Ege Bölgesi'nde ise ekirdeksiz kuru üzüm üretimi yoğunluk kazanmıŒtır (DurmuŒ ve Yiğit, 2003).

Ege Bölgesi'nde ekirdeksiz kuru üzümün en önemli üretim alanları Manisa İzmir ve Denizli illerinde yer almaktadır. (EKMMİB, 2014). Tablo 5'de görüldüğü üzere Türkiye, uzun yıllar boyunca Dünya üzüm üretiminde ABD ile ilk sıralarda yer almaktadır.

**Tablo 5.** Dünyada Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretim Miktarı (ton)

ÜLKELER	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16		2016/17	2017/18
<b>Türkiye</b>	<b>310.000</b>	<b>186.000</b>	<b>328.000</b>	<b>209.000</b>		<b>313.000</b>	<b>310.000</b>
<b>A.B.D</b>	248.000	305.000	276.000	388.000		238.000	216.000
<b>Çin</b>	150.000	150.000	180.000	120.000		130.000	190.000
<b>Hindistan</b>	125.000	145.000	105.000	140.000		140.000	140.000
<b>İran</b>	135.000	125.000	145.000	145.000		155.000	80.000
<b>G. Afrika</b>	19.000	35.000	46.000	40.000		33.000	51.000
<b>Şili</b>	83.000	65.000	55.000	61.000		70.000	50.000
<b>Özbekistan</b>	25.000	25.000	25.000	45.000		45.000	45.000
<b>Arjantin</b>	26.000	29.000	27.000	40.000		30.000	25.000
<b>Avustralya</b>	11.000	15.000	13.000	15.000		19.000	13.000
<b>Yunanistan</b>	5.000	5.000	5.000	5.000		0	2.000
<b>TOPLAM</b>	<b>1.129.000</b>	<b>1.142.000</b>	<b>1.205.000</b>	<b>1.208.000</b>		<b>1.173.000</b>	<b>1.122.000</b>

**Kaynak:** T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. (2018). Çekirdeksiz Kuru Üzüm Raporu.

2012/2013 sezonunda dünyada üretimin %27'si Türkiye'de gerçekleşmiştir. Türkiye'yi % 22 oranla ABD ve % 13 oranla Çin takip etmektedir. 2013/2014 sezonunda Türkiye üretiminde düşüşler yaşanmıştır. Dünya üretimini en fazla % 27 ile ABD yapmış Türkiye %16 ile ikinci kuru meyve üreticisi olmuştur. Ülkemizi önemli üretici ülke olarak Çin % 13, Hindistan % 12,6 ve İran % 11'le takip etmektedir.

2014/2015'de Türkiye %27'lik bir payla yine en çok üretim hacmine sahiptir. Ülkemizi ABD % 23, Çin % 15, İran % 12, Hindistan % 9 oranla önemli üretici ülkeler izlemektedir. 2015/2016 yılında üretimde azalma gerçekleşmiştir. Bu azalmanın başlıca nedeni çekirdeksiz kuru üzüm rekoltesindeki eksiklikten kaynaklıdır (EKMMİB, 2016). Sezonda Dünya kuru üzüm üretimini en fazla % 32 ile ABD yapmıştır. İkinci kuru meyve üreticisi olarak %17 ile Türkiye'yi İran % 12, Hindistan % 11,6 ve Çin % 10'la takip etmektedir.

2016/2017'da Türkiye % 27 oranla en çok üretim gerçekleştiren ülke olup, ülkemizi ABD % 20, İran % 13, Hindistan % 12 ve % 11 oranla Çin takip etmektedir. 2017/2018 sezonunda da %28 ile Ülkemiz ilk sıradaki yerini korumuştur.

Ülkemizi önemli üretici ülke olarak ABD % 19, Çin % 17, Hindistan % 12, % 7 oranıyla İran'ın izlediği görülmektedir.

#### 1.2.3.1.1. Çekirdeksiz Kuru Üzüm Rekolte Tahminleri

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından yapılan Ege Bölgesi'nde rekolte tespit çalışmalarında 2018 yılı 310.000 ton olarak ve 2013 sonrası 5 yıllık süreç Tablo 6'daki gibi tahminde bulunulmuştur.

**Tablo 6.** Sezon Bağ Alanları, Rekolte Tahmin ve İhracat Miktarları

SEZON	BAĞ ALANI (DEKAR)	REKOLTE (TON)	TÜRKİYE GENELİ İHRACATI (TON)
2012/13	849.715	310.000	248.456
2013/14	967.606	242.635	184.940
2014/15	983.559	328.167	259.312
2015/16	1.000.408	196.109	202.626
2016/17	1.004.440	313.134	270.014

**Kaynak:** EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013 - 2017 Sezonları Çalışma Raporları.

2012/2013 sezonu 850 bin dekarlık bir alandan her yıl bağ alanı arttırılarak 2017 yılına kadar 1 milyon dekarlık bağ alanına yükseltilmiştir. Ege Bölgesi'nde; 2012/13 sezonunda 310 bin ton, 2013/14 sezonunda 243 bin ton, 2014/15 sezonunda 328 bin ton, 2015/16 sezonunda 196 bin ton ve 2016/17 sezonunda 313 bin ton olarak çekirdeksiz kuru üzüm rekolte tahmin edilmiştir.

#### 1.2.3.1.2. Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı

Türkiye'de üretilen kuru üzümün % 90'ının ihraç edildiği ve bu payın büyük bir kısmı olan % 85'ini Avrupa Birliği Ülkelerine ihraç edildiği belirtilmektedir (Kuru Meyve Çalıştay, 2017). Yıllar itibariyle Türkiye çekirdeksiz kuru üzüm ihracatı Tablo 7'deki gibidir.

**Tablo 7.** Türkiye Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı 2013-2017

SEZON	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)
2013	213.799	489.187
2014	226.511	478.431
2015	224.538	430.220
2016	235.005	423.508
2017	268.962	408.290

**Kaynak:** EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013 - 2017 Sezonları Çalışma Raporları.

2013 yılından 2017 yılına kadar 5 yıllık süreçte çekirdeksiz kuru üzüm ihracatı miktar bazında % 25 oranında artış olduğu, değer bazında ise % 17 oranında azalma olduğu görülmektedir. 2013-2017 sezonları çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında başlıca ilk 8 ülke ve toplam ihracat rakamları Tablo 8'deki gibidir. Bu yıllar arasında ilk 8 ülke isminde değişiklik görülmemektedir.

**Tablo 8.** Başlıca Ülkeler İtibariyle Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatı 2013 - 2017

ÜLKE ADI	SEZON 2012/13		SEZON 2013/14		SEZON 2014/15		SEZON 2015/16		SEZON 2016/17	
	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)
İNGİLTERE	69.370	153.012	51.833	128.778	69.674	129.225	62.702	127.060	67.639	107.209
ALMANYA	44.216	98.437	27.318	71.681	41.242	73.778	20.532	43.520	34.304	54.996
HOLLANDA	27.690	56.549	19.988	49.580	31.537	56.010	20.427	42.458	29.981	46.493
İTALYA	17.293	35.975	15.878	39.263	17.942	32.530	17.373	34.387	21.212	32.538
FRANSA	14.724	32.459	13.092	34.136	15.859	29.236	14.508	32.202	17.799	28.546
AVUSTRALYA	14.487	30.032	11.384	24.021	10.083	16.867	12.650	22.852	16.294	22.770
BELÇİKA	14.609	29.876	9.718	23.862	11.775	20.517	7.451	15.759	10.906	16.259
KANADA	8.087	16.840	5.562	13.185	8.380	14.373	7.090	13.121	9.400	13.719
<b>İLK 8 ÜLKE TOPLAM</b>	<b>210.476</b>	<b>453.180</b>	<b>154.773</b>	<b>384.506</b>	<b>206.492</b>	<b>372.536</b>	<b>162.733</b>	<b>331.359</b>	<b>207.535</b>	<b>322.530</b>
<b>DİĞER ÜLKELER</b>	37.980	82.991	30.173	75.132	52.918	94.275	39.893	83.177	62.587	96.966
<b>TOPLAM*</b>	<b>248.456</b>	<b>536.171</b>	<b>184.946</b>	<b>459.638</b>	<b>259.410</b>	<b>466.811</b>	<b>202.626</b>	<b>414.536</b>	<b>270.122</b>	<b>419.496</b>

\*Her yılın bahar aylarında yayınlanan EİB sezon çalışma raporu rakamları baz alınmıştır.

**Kaynak:** EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013 - 2017 Sezonları Çalışma Raporları.

Çekirdeksiz kuru üzümün en büyük pazarı Avrupa Birliği ülkeleridir. 2012/13 ve 2016/17 sezonları arasında en çok ihraç yapılan ilk 10 ülkenin ihracatı, toplam ihracat değerinin % 82' sinin üzerindedir (EKMMİB, 2018). Son beş yılda ilk sırayı İngiltere alırken, İngiltere'yi Almanya ve Hollanda takip etmektedir. 2012/13 sezonunda 85 ülkeye çekirdeksiz kuru üzüm ihracatı yapılmıştır (EKMMİB, 2014). 2012/13 sezonu çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında miktar bazında 69 bin ton ve tutar bazında 153 milyon \$ değerle İngiltere en çok ihracat yapılan ülke olduğu görülmektedir.

2013/14'de 93 ülkeye ihracat yapılmıştır (EKMMİB, 2015). 2013/14 sezonuna bakıldığında çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında genel olarak azalma görülmektedir. En fazla ihracat yapılan ülke miktar bazında 51 bin ton ve tutar bazında 129 milyon \$ değerle İngiltere olmuştur. 2014/15'de 95 ülkeye ihracat yapılmıştır (EKMMİB, 2016). 2014/15 sezonu çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında bir önceki yıla göre miktar bazında % 40 oranda artış olduğu görülmektedir. 69,6 bin ton ve tutar bazında 129 milyon \$ değerle İngiltere en çok ihracat yapılan ülkedir.

2015/16 sezonunda 90 ülkeye çekirdeksiz kuru üzüm ihracatı yapılmıştır (EKMMİB, 2017). 2015/16 sezonu çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında 62,7 bin ton ve tutar bazında 127 milyon \$ değerle İngiltere en çok ihracat yapılan ülkedir. İspanya'ya ilk 8 ülkeden 6.615 ton miktar olarak düşük ihracat yapılmış fakat değer olarak 13,690 milyon dolarlık tutarla Kanada'dan daha yüksek gelir sağlanmıştır. 2016/17 sezonunda 109 ülkeye çekirdeksiz kuru üzüm ihracatı yapılmıştır (EKMMİB, 2018). 2016/17 sezonu çekirdeksiz kuru üzüm ihracatında miktar bazında 67,6 bin ton ve tutar bazında 107 milyon \$ değerle İngiltere en çok ihracat yapılan ülke olduğu görülmektedir.

### **1.2.3.2. Kuru İncir**

Türkiye' geleneğine dayanan kuru incir ihracatı ilk sıralarda yer almakta ve dünya kuru incir üretimini yüksek oranda karşılamaktadır. Üretimin %70'ini Aydın ili, %25-30'luk kısmının da İzmir ilinde üretildiği belirtilmektedir (Çobanoğlu ve Ark., 2007). Dünyada oldukça sınırlı sayıda ülkede üretilen incirin anavatanı olan Türkiye'den zamanla bir çok ülkeye yayılmıştır. Türkiye'de incirin yetiştirileceği bölge, Ege Bölgesi olduğundan dolayı kurutmalık incir bu bölgede daha çok



yetiştirilmektedir (T.C. GTB Koop. Gen. Md., 2018). Türkiye’de 9,7 milyon meyve veren ağaçtan yılda ortalama 205–300 bin ton arasında taze incir elde edilmektedir. Bir çok incir çeşidi yetiştirilen ülkemizde, % 90’nın üzerinde “Sarı Lop” incir çeşidi yetiştirilmektedir (Ekonomi Bakanlığı İhr. Gen. Md., 2017).

Kuru incir satışları yıl boyu sürmektedir. Kuru incir ihracatı kültür ve din ile yakından alakalı olduğundan dolayı satışlar Noel öncesinde yoğunlaşmaktadır. Kuru incir Yahudiler için yeni yılda, Hristiyanlar için de Noel’de dini bir özellik taşımaktadır. Kuru incir, direk atıştırılabilir olarak ve ya ezme, pasta imalatı, ekmek imalatı, çeşitli yemeklerde, pekmez gibi birçok alanda tüketilebilir. Ürünün fiyatının yüksekliğinden dolayı ihraç edileceği ülkelerde gelir düzeyinin yüksek olması önemlilik taşımaktadır (Aykol, 2009).

Kuru incir üretim ve ihracatını olumsuz yönde etkilen başlıca sebep mevsim şartlarından kaynaklı hastalık ve kalite düşüklüğüdür. Üretim düşüşünün olduğu yıllarda ihracat daha az yapılmakta ve bu durumu fiyatlarda yükseltmeyle ihracat gelirlerini artırma yoluna gidilmektedir. İhracatta bir önceki iş yılından devreden stoklardan kaynaklı bazı yıllarda ihracat miktarlarının üretim miktarlarından fazla olduğu belirtilmektedir (TEBGE, 2017). Tablo 9’da görüldüğü üzere Türkiye, uzun yıllar boyunca Dünya incir üretiminde ilk sırada yer almaktadır.

**Tablo 9.** Dünyada İncir Üretim Miktarı (ton)

ÜLKE ADI	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
Türkiye	286.724	298.914	300.282	300.600	305.450
Mısır	162.075	153.089	176.105	172.474	167.622
İran	94.010	78.392	83.787	73.212	70.178
Fas	102.341	101.989	126.554	150.011	59.881
Cezayir	113.579	117.100	128.620	139.137	131.798
Suriye	43.833	46.443	35.301	41.652	43.098
A.B.D.	30.642	26.212	30.300	27.397	31.600
İspanya	26.750	30.400	28.896	26.479	25.224
Tunus	24.250	23.500	27.000	30.000	22.500
İtalya	10.787	11.520	10.788	13.112	11.297
Brezilya	28.131	28.253	28.053	29.071	26.910

<b>Diğerleri</b>	197.079	213.731	169.925	151.220	154.901
<b>TOPLAM</b>	<b>1.120.201</b>	<b>1.129.543</b>	<b>1.145.611</b>	<b>1.159.215</b>	<b>1.050.459</b>

**Kaynak:** T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. (2018). Kuru İncir Raporu.

Son 5 yıllık süreç incelendiğinde Dünya incir üretiminin yaklaşık % 30' unu Türkiye'nin ürettiği görülmektedir. Türkiye'den sonra önemli üretici ülke olarak Mısır, Cezayir, Fas ve İran takip etmektedir.

### 1.2.3.2.1. Kuru İncirin Rekolte Tahminleri

İTB ve ilgili kurumların temsilcileri tarafından her yıl rekolte tahmin çalışmaları gerçekleştirilmektedir. Yapılan çalışmalar sonucunda hava koşulları normal düzeyde gittiği takdirde 2017/18 sezonu 78.200 ton olarak ve 2013 sonrası 5 yıllık gerçekleşeceği tahmin edilen incir miktarları aşağıdaki tablodaki gibidir. Bu tahminlerde % 5 oranında sapma öngörülmüştür (İTB, 2018).

**Tablo 10.** Sezonlar İtibariyle Kuru İncir Rekolte Tahminleri

SEZON	DİKİM ALANI (Da)	AĞAÇ ADEDİ	REKOLTE (TON)
2012/13	438.600	7.617.643	56.935
2013/14	424.874	7.662.440	61.909
2014/15	428.408	7.859.342	69.731
2015/16	427.574	7.941.895	74.505
2016/17	429.681	7.974.290	72.000

**Kaynak:** İTB. (2018). Ege Bölgesi Kuru İncir Rekoltesi Tahmin Heyeti Raporları.

2012/13 sezonu ile 2016/17 sezonu arasında incir ağacı sayısı yaklaşık 360 bin adet arttığı görülmektedir. Ege Bölgesi kuru incir rekoltesi tespit çalışmaları sonucunda 2012/13 sezonunda 61 bin ton, 2013/14 sezonunda 62 bin ton, 2014/15 sezonunda 70 bin ton, 2015/16 sezonunda 74 bin ton ve 2016/17 sezonunda 72 bin ton olarak tahmin edilmiştir.

### 1.2.3.2.2. Kuru İncir İhracatı

Türkiye, dünya incir üretimindeki liderliğinden dolayı kuru incir ihracatı ilk sırada almaktadır. Ülkemizden dünyaya yaklaşık %65 kuru incir ihracatı yapılmakta, kalan kısmında ise en çok öneme sahip olan İran, İspanya, ABD ve Yunanistan

ülkeleri yer almaktadır (Ekonomi Bakanlığı İhr. Gen. Md., 2017). Sezonlar itibariyle Türkiye kuru incir ihracatı Tablo 11'deki gibidir.

**Tablo 11.** Türkiye Kuru İncir ve Mamulleri İhracatı

SEZON	KURU İNCİR		EZME İNCİR		KESİLMİŞ İNCİR		HURDA / KAVRUL/DİĞER		TOPLAM	
	MİK. (TON)	DEĞER (1000 \$)	MİK. (TON)	DEĞER (1000 \$)	MİK. (TON)	DEĞER (1000 \$)	MİK. (TON)	DEĞER (1000 \$)	MİK. (TON)	DEĞER (1000 \$)
2012/13	50.867	173.286	7.273	10.161	3.000	7.806	757	1.862	61.898	193.115
2013/14	62.183	221.465	8.794	14.620	4.112	11.496	1.813	5.593	76.901	253.173
2014/15	42.390	153.036	6.605	9.966	2.654	7.549	502	972	52.151	171.523
2015/16	42.427	149.835	4.433	6.908	2.698	7.507	652	1.384	50.210	165.634
2016/17	49.883	205.255	7.206	10.758	4.862	12.977	686	1.515	62.637	230.505

**Kaynak:** EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013 - 2017 Sezonları Çalışma Raporları.

Türkiye kuru incir ihracat miktarı toplamının; % 80-85 'ini kuru incir, % 9-13' ünü incir ezmesi, % 5-8'sini kesilmiş incir ve % 0,5-2' ini de hurda sınıfındaki incirlerin oluşturduğu görülmektedir. 2012/13 sezonundan 2016/17 sezonuna kadar 5 yıllık süreçte kuru incir ihracatının miktar bazında hemen hemen artış göstermediği, değer bazında ise % 19 oranında artış olduğu görülmektedir.

Kuru incirin en büyük pazarı AB ülkeleri, İngiltere, Rusya ve ABD' dir. Son yıllarda Uzakdoğu, Doğu Avrupa ve ABD gibi ülke guruplarına yapılan ihracattaki artışla pazar genişlemesine gidilmiştir (EKMMİB, 2014). Tablo 12'de de görüldüğü üzere 2012/13 sezonu ve 2016/17 sezonuna kadar 5 yıllık süreçte en fazla ihracat yapan ilk beş ülke isminde değişiklik gerçekleşmemiştir.

**Tablo 12.** Başlıca Ülkeler İtibariyle Kuru İncir İhracatı 2013 - 2017

ÜLKE ADI	SEZON 2012/13		SEZON 2013/14		SEZON 2014/15		SEZON 2015/16		SEZON 2016/17	
	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)
<b>FRANSA</b>	8.416	29.859	9.430	33.946	8.288	39.321	8.303	32.150	8.600	34.255
<b>ALMANYA</b>	7.492	27.357	8.159	31.211	7.139	36.915	7.861	30.343	7.573	30.032
<b>ABD</b>	6.521	15.762	10.475	31.877	5.272	18.701	10.001	32.135	7.001	25.593
<b>İTALYA</b>	3.238	11.487	3.449	12.458	2.924	14.638	3.504	13.400	2.778	12.011
<b>İNGİLTERE</b>	3.088	6.662	3.844	9.887	3.119	10.485	3.256	9.008	3.286	8.913
<b>İLK 5 ÜLKE</b>	<b>28.755</b>	<b>91.127</b>	<b>35.357</b>	<b>119.379</b>	<b>26.742</b>	<b>120.060</b>	<b>32.925</b>	<b>117.036</b>	<b>29.238</b>	<b>110.804</b>
<b>DİĞER ÜLKELER</b>	33.141	101.981	41.544	133.794	28.279	120.594	34.719	115.049	33.400	119.701
<b>TOPLAM</b>	<b>61.896</b>	<b>193.108</b>	<b>76.901</b>	<b>253.173</b>	<b>55.021</b>	<b>240.654</b>	<b>67.644</b>	<b>232.085</b>	<b>62.638</b>	<b>230.505</b>

\*Her yılın bahar aylarında yayınlanan EİB sezon çalışma raporu rakamları baz alınmıştır.

**Kaynak:** EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013 - 2017 Sezonları Çalışma Raporları.

2012/13 sezonu ve 2016/17 sezonuna kadar 5 yıllık süreçte en çok ihraç yapılan ilk 10 ülkenin ihracatı, toplam ihracat değerinin % 64-65' ini oluşturmaktadır (EKMMİB, 2018). 2012/13 sezonu kuru incir ihracatında miktar bazında 8 bin ton ve tutar bazında 29,8 milyon \$ değerle Fransa en fazla ihracat yapılan ülkedir. Fransa'yı sırasıyla Almanya ve ABD takip etmektedir. Bir önceki yıla göre en fazla miktar artışı % 154 oranla ABD' de gerçekleşmiştir.

2013/14 sezonunda 98 ülkeye kuru incir ihracatı yapılmıştır (EKMMİB, 2015). Sezon verilerine bakıldığında en fazla kuru incir ihracatı yapılan ülke miktar bazında 9,4 bin ton ve tutar bazında 34 milyon \$ değerle Fransa olmuştur. Fransa'yı sırasıyla ABD ve Almanya takip etmektedir. 014/15'de 91 ülkeye ihracat yapılmıştır (EKMMİB, 2016). Sezon kuru incir ihracatında 8,2 bin ton ve tutar bazında 39,3 milyon \$ değerle Fransa en çok ihracat yapılan ülkedir ve Fransa'yı sırasıyla Almanya ve ABD takip etmektedir. Genel olarak bakıldığında bir önceki yıla göre %27 oranında miktar azalışının olduğu ve en fazla miktar artışının ise %50 oranla ABD olduğu görülmektedir.

2015/16'da 90 ülkeye ihracat yapılmıştır (EKMMİB, 2017). Sezon kuru incir ihracatında bir önceki yıla göre değişiklik gerçekleşmiş, miktar olarak 10 bin ton ve tutar bazında 32,1 milyon \$ değerle ABD en çok ihracat yapılan ülke olmuştur. ABD'yi sırasıyla Fransa ve Almanya takip etmektedir. Genel olarak bakıldığında miktardaki artış bir önceki yıldaki artışı dengelediği fakat değer bazında düşüş yaşandığı görülmektedir. 2016/17 sezonunda 91 ülkeye kuru incir ihracatı yapılmıştır (EKMMİB, 2018). Sezon kuru incir ihracatında miktar bazında 8,6 bin ton ve tutar bazında 34,2 milyon \$ değerle Fransa yine en çok ihracat yapılan ülke olmuştur. Fransa'yı sırasıyla Almanya ve ABD takip etmektedir.

### **1.2.3.3. Kuru Kayısı**

Dünyada yetiştiriciliği yapılan kayısı, hasat döneminin kısa ve yaş kayısının muhafazasının zor olmasından dolayı daha çok kurutularak ve işlenerek tüketilir. Kuru kayısı, ülkemizin geleneksel ihraç ürünleri arasında yer almaktadır. Türkiye'de kayısı, "Kükürtleme" ve Gün Kuruğu" yöntemi ile 2 şekilde kurutulmaktadır. Kükürtleyerek kurutma; kuruma süresinin kısalması, renginin korunması, böceklenmenin önlenmesi ve muhafaza süresini artırdığından dolayı kurutma

yöntemi olarak daha çok tercih edilerek toplam üretimin %80'inden fazlasını oluşturmaktadır (Hepsağ ve Ark., 2016).

Türkiye kayısı üretiminde dünyada ilk sıradadır. Türkiye'de ise renk, şekil, tat, aroma ve irilik bakımından kaliteli ve birden farklı çok sayıda kayısı çeşidine sahip Malatya ili birinci sıradadır. Malatya taze kayısı yanında kuru kayısı üretiminde de birinci sırada yer almakta ve üretilen taze kayısının % 90-95'i kurutulularak ihraç edilmektedir. Malatya'dan sonra kuru kayısı üretiminde önemli diğer iller Kahramanmaraş, Elazığ, Sivas ve Erzincan illeridir. Kayısı üretiminde en önemli faktör ilkbahar geç donlarıdır ve bu nedenle yıllar itibariyle kayısı üretiminde dalgalanmalar yaşanabilir (TEBGE, 2017). Tablo 13'de de görüldüğü üzere Türkiye, uzun yıllar boyunca Dünya kayısı üretiminde ilk sıralarda yer almaktadır.

**Tablo 13.** Dünya Kayısı Üretim Miktarları (bin ton)

Ülkeler	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Türkiye</b>	<b>760</b>	<b>780</b>	<b>278</b>	<b>696</b>	<b>730</b>
<b>Özbekistan</b>	426	480	<b>547</b>	606	662
<b>İran</b>	310	380	242	252	306
<b>Cezayir</b>	269	320	217	293	257
<b>İtalya</b>	247	198	223	218	237
<b>Pakistan</b>	178	178	171	173	178
<b>İspanya</b>	118	132	136	154	125
<b>Fransa</b>	175	127	176	159	111
<b>Mısır</b>	99	92	98	95	102
<b>Japonya</b>	90	124	111	98	93
<b>Diğer</b>	1.192	1.282	1.141	1.222	1.080
<b>Toplam</b>	<b>3.865</b>	<b>4.093</b>	<b>3.339</b>	<b>3.965</b>	<b>3.881</b>

**Kaynak:** TEPGE. (2017). T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Kayısı Ürün Raporu.

Kayısı üretiminde 5 yıllık süreç incelendiğinde Dünya kayısı üretiminde % 0,4'lük bir artış olduğu görülmektedir. Dünya toplam kayısı üretiminin yaklaşık % 19' unu Türkiye üretmektedir. Türkiye'den sonra Özbekistan, İran ve Cezayir önemli üretici ülkelerdir. 2014 yılında ilkbahar geç donları nedeniyle Türkiye'de %64,3'lük

ve İran'da %36,4 oranında üretimde bir önceki yıla göre üretim kaybı yaşanmıştır. Bu kayıp, Dünya üretiminde önemli paya sahip olan Türkiye ve İran'dan kaynaklı olarak toplam üretimde %18,4 oranında bir azalmaya neden olmuştur (TEBGE, 2017).

#### 1.2.3.3.1. Kuru Kayısı Rekolte Tahminleri

Yapılan çalışmalar sonucunda Malatya GTHB İl Müdürlüğünce 2017/18 sezonu rekoltesi 142.000 ton olarak tahmin edilmiş, 2013 sonrası 5 yıllık gerçekleşeceği tahmin edilen kuru kayısı miktarları Tablo 14'deki gibidir (EKMMİB, 2018).

**Tablo 14.** Kuru Kayısı Rekolte Tahminleri

SEZONLAR	EKİM ALANI (ha)	KAYISI AĞAÇ SAYISI (BİN)	ZERDALI AĞAÇ SAYISI (BİN)	REKOLTE (TON)
2012/13	114.052	16.974	1.164	176.718
2013/14	115.613	17.389	1.131	110.345
2014/15	117.907	17.685	1.120	8.210
2015/16	123.176	17.870	995	84.500
2016/17	123.805	18.568	1.007	89.000

**Kaynak:** TEPGE. (2017). T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Kayısı Ürün Raporu.

Yıllar itibariyle kayısı ağaç sayılarında değişim yaşanmaktadır. 2013 yılında 18,1 milyon olan ağaç sayısı 5 yılda %9,2 artarak 2017 yılında 19,6 milyona ulaşmıştır. Ağaç sayısında her yıl artış sağlanmasına karşılık, üretim miktarlarında büyük dalgalanmalar yaşanmaktadır. Kayısının, üretim bölgelerinde yaşanabilecek ilkbahar geç donları yıllık rekolteyi etkileyen en önemli unsurdur (TEPGE, 2017). Kuru kayısı üretim bölgelerinde 30-31 Mart 2014 tarihinde ilkbahar erken donundan kaynaklı bir önceki yıla göre % 93 oranında azalan bir rekolte tespit edilmiş, ancak bir önceki sezondan elde kalan 45-55.000 ton kuru kayısının bu sezona devredeceği tahmin edilmiştir (EKMMİB, 2015).

#### 1.2.3.3.2. Kuru Kayısı İhracatı

Kuru kayısı, ülkemizde miktar ve değer bakımından önemli tarım ürünü arasında yer almaktadır. Döviz açısından 80'li yılların başlarından sonra ülkemizin

ikinci kuru meyve ihraç ürünü olma özelliği kazanmıştır (Çatı ve Yıldız, 2007). Ülkemizde kayısının yaklaşık % 90-95'i kurutularak ihraç edilmektedir (Ekonomi Bakanlığı İhr. Gen. Md., 2017). Sezonlar itibariyle Türkiye kuru kayısı ihracatı Tablo 15'deki gibidir.

**Tablo 15.** Türlerine Göre Türkiye Kuru Kayısı İhracatı

SEZON	KURU KAYISI BÜTÜN		KESİLMİŞ KURU KAYISI		ENDÜSTRİYEL KURU KAYISI		TOPLAM	
	MİK. (TON)	DEĞER (1000 \$)	MİK. (TON)	DEĞER (1000 \$)	MİK. (TON)	DEĞER (1000 \$)	MİK. (TON)	DEĞER (1000 \$)
2012/13	95.389	272.503	6.203	13.252	11.830	15.820	113.422	301.575
2013/14	93.809	306.131	7.790	20.195	9.943	13.647	111.541	339.972
2014/15	41.731	258.835	5.356	26.740	3.695	12.432	50.783	298.007
2015/16	64.603	288.220	6.467	23.907	5.478	9.960	76.549	322.087
2016/17	72.861	242.296	6.538	19.186	6.766	11.609	86.165	273.091

**Kaynak:** EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013 - 2017 Sezonları Çalışma Raporları.

2012/13 sezonundan 2016/17 sezonuna kadar 5 yıllık süreçte kuru kayısı ihracatının miktar bazında % 24, değer bazında ise % 9,4 oranında düşüş yaşandığı görülmektedir. 2013/14 sezonu ve 2016/17 sezonu arasında ihracat yapılan başlıca ilk 7 ülke isminde değişiklik görülmemiş ve toplam ihracat rakamları Tablo 16'daki gibidir.



**Tablo 16.** Başlıca Ülkeler İtibariyle Kuru Kayısı İhracatı 2014 - 2017

ÜLKE ADI	SEZON 2013/14		SEZON 2014/15		SEZON 2015/16		SEZON 2016/17	
	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)	MİKTARI (TON)	TUTARI (1000 \$)
<b>ABD</b>	15.829	57.720	5.108	29.972	12.124	59.189	11.437	40.382
<b>FRANSA</b>	7.915	28.871	4.616	32.472	6.337	31.634	7.398	27.221
<b>ALMANYA</b>	9.319	35.358	3.699	27.752	5.343	27.704	5.878	22.749
<b>İNGİLTERE</b>	7.166	20.474	4.777	26.605	5.658	24.310	5.434	18.157
<b>AVUSTRALYA</b>	5.371	14.939	3.601	21.410	3.230	14.457	4.877	15.468
<b>BREZİLYA</b>	3.751	15.297	2.596	19.451	2.635	11.375	3.776	11.884
<b>RUSYA FEDERASYONU</b>	12.738	28.214	2.660	8.687	6.152	13.383	4.783	10.357
<b>İLK 7 ÜLKE</b>	<b>62.089</b>	<b>200.873</b>	<b>27.057</b>	<b>166.349</b>	<b>41.479</b>	<b>182.052</b>	<b>43.583</b>	<b>146.218</b>
<b>DİĞER ÜLKELER</b>	49.477	139.213	23.656	131.529	35.070	140.035	42.605	126.939
<b>TOPLAM</b>	<b>111.566</b>	<b>340.086</b>	<b>50.713</b>	<b>297.878</b>	<b>76.549</b>	<b>322.087</b>	<b>86.188</b>	<b>273.157</b>

\*Her yılın bahar aylarında yayınlanan EİB sezon çalışma raporu rakamları baz alınmıştır.

**Kaynak:** EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013 - 2017 Sezonları Çalışma Raporları.

2012/13 sezonu ve 2016/17 sezonunda en çok ihraç yapılan ilk 10 ülkenin ihracatı, toplam gelirin % 63-67' sini oluşturmaktadır (EKMMİB, 2018). 2013/14 sezonu kuru kayısı ihracatı bir önceki sezonuna göre miktarda % 2 oranında azalma, ihracat gelirinde ise % 12 oranında artış yaşanmıştır. Kuru kayısı ihracatında en önemli alıcı ülke miktar bazında 15,8 bin ton ve tutar bazında 57,7 milyon \$ değerle ABD olmuştur. İkinci olarak Almanya ve Almanya'yı Fransa takip etmektedir. Bir önceki yıla göre en fazla miktar artışı % 19 oranla Almanya'da gerçekleşmiştir.

2014/15 sezonunda 95 ülkeye kuru kayısı ihracatı yapılmıştır. İspanya'ya 1.616 ton ve Hollanda'ya 1.698 ton miktar olarak ilk 7 ülke arasında giren Rusya Federasyonu'nun 2.660 ton ihracat hacmi karşısında değer bazında Rusya Federasyonun'dan ülkemize daha yüksek tutar kazandırmıştır. İspanya toplam 11,247 milyon \$ ve Hollanda'nın 10,824 milyon \$ değerinin karşısında Rusya Federasyonu'nun değeri 8,684 milyon \$'dır. 2014/15 sezonu kuru kayısı ihracatı bir önceki sezonuna göre hava koşullarından kaynaklı miktarda % 54,5 oranında, ihracat gelirinde ise % 12 oranında azalış göstermiştir (EKMMİB, 2016). Kuru kayısı ihracatında en önemli alıcı ülke 32,4 milyon \$ değerle Fransa olmuştur. Fransa'yı sırasıyla ABD ve Almanya takip etmektedir.

2015/16 sezonu kuru kayısı ihracatı bir önceki sezonda yaşanan ilkbahar erken don sebebiyle düşüşünden kaynaklı olarak miktarda % 50,7 oranında, ihracat gelirinde ise % 8 oranında artış göstermiştir. Kuru kayısı ihracatında en önemli alıcı ülke miktar bazında 12,1 bin ton ve tutar bazında 59,2 milyon \$ değerle ABD olmuştur. ABD'yi sırasıyla Fransa ve Rusya Federasyonu takip etmektedir. 2016/17 sezonunda 110 ülkeye kuru kayısı ihracatı yapılmıştır (EKMMİB, 2018). Sezonda kuru kayısı ihracatı bir önceki sezonuna göre miktarda % 12,7 oranında artış, ihracat gelirinde ise % 15 oranında azalış gerçekleşmiştir. Kuru kayısı ihracatında en önemli alıcı ülke miktar bazında 11,4 bin ton ve tutar bazında 40,4 milyon \$ değerle ABD olmuştur. ABD'yi sırasıyla Fransa ve Almanya takip etmektedir.

## 2. BÖLÜM: KURU MEYVE İHRACATINDA ÖNE ÇIKAN SORUNLAR VE KURU MEYVE İHRACATINI ARTIRMAYA YÖNELİK ÇALIŞMALAR

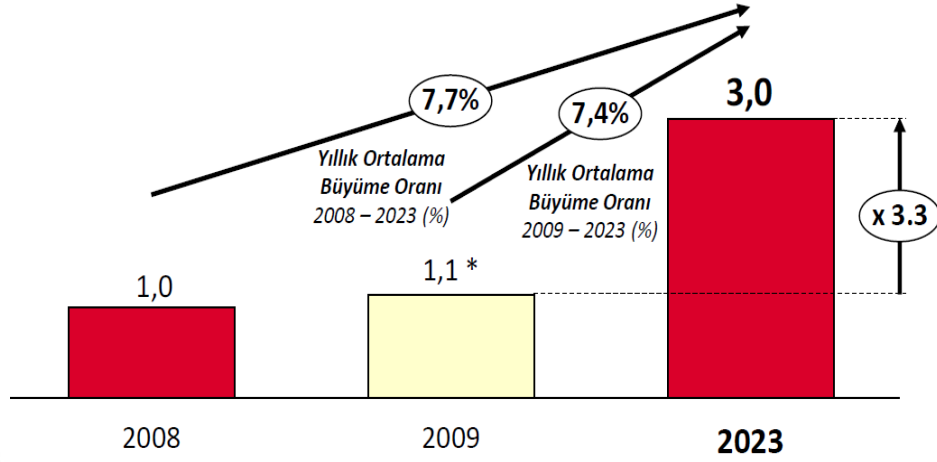
### 2.1. Türkiye 2023 İhracat Planlaması

Türkiye 2023 İhracat Planlamasında Dış Ticaret Müsteşarlığı ve Türkiye İhracatçılar Meclisi aracılığı ile Türkiye'nin 2023 yılında ihracatını beşe katlayarak 500 milyar dolar ve dünya ticaretinde % 0,8 olan payının % 1,5 seviyesine çıkartılmasını hedeflemiştir. (TİM, 2010). 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat hedefine taşıyacak stratejik adımların belirlenmesi ve belirlenen hedefler doğrultusunda bir “Eylem Planı” oluşturulmuştur (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2012).

Bu kapsamda ilgili bakanlığın himayelerinde sanayi ve tarım konularında çalıştaylar yapılmış, çalıştaya katılan kamu, özel sektör, sivil toplum ve üniversite temsilcilerinden oluşan katılımcıların görüşleriyle sanayi ve tarım sektörleri için “Strateji Haritası ve Performans Programı” belirlenmiştir.

Farklı sektörler ve alt-sektörlerinin 2023 rakamsal ihracat tahminleri sektörleri temsilen sektör liderleri tarafından saptanmıştır. Sektör ve alt-sektörlerin 2023 ihracat büyüklük iddialarının oluşturulmasında sektör liderlerine ve çalıştay katılımcılarına, 2023 öngörülerine ışık tutmak amacıyla dünya ticareti ve dünya sektörel gelecek büyüklükleri ile ilgili analitik bir altlık temin edilmiş, önümüzdeki yıllarda giderek artacağı öngörülen rekabet doğrultusunda, dünya ticaretinden alınan “Pazar payı” temel baz olmuştur. Çalıştaylarda liderler 2023 yılında dünya kuru meyve ve mamulleri ihracatı seviyesinin 12 milyar dolara ulaşacağını, ülkemizin payının Şekil 1’ de görüldüğü üzere yılda ortalama %7,4 ve %7,7 aralığında bir artışla, 3 milyar dolarlık bir ihracatla 2008 yılında %11 olan payı %25’e çıkarmayı öngörmektedir.

**Şekil 2.** Sektör İhracat Gelir Hedefi (Milyar \$)



**Kaynak:** TİM. (2010). Türkiye 2023 İhracat Stratejisi Sektörel Kırılım Projesi. Kuru Meyve Ve Mamülleri Sektörü, Proje Raporu.

Hedef pazarlar olarak Avrupa Birliği ülkeleri gibi mevcut pazarların yanında, ağırlıklı olarak hızlı büyüme potansiyeli olan ülkeler ve Rusya Federasyonu, Çin, Hindistan, Brezilya, Japonya, Güney Kore, Malezya, Endonezya, ABD gibi ülkeler belirlenmiştir.

Yapılması gereken başlıca çalışmalar; önemli ihracat ürünlerini gıda kodeksine uygun şekilde üretmek, yüksek teknolojiye ve inovasyona dayalı olarak ürün kalitesini artırmak, ceviz, badem, meyve kurusu gibi ürünlerin üretimini artırmak ve üretimimizin yetersiz kaldığı durumlarda Dahilde İşleme Rejimi (DİR) kapsamında ihtiyaç duyulan ürünleri dışarıdan alarak kendi ürettiğimiz ürünlerle, karıştırarak üreticinin özellikle ilaç kalıntıları ve iyi tarım uygulamaları konularında bilinçlendirilmesini sağlamaktır. Ayrıca kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında işbirliğini sağlayacak ve artıracak girişimlerin sağlanması, ülkemizin önemli ihracat ürünlerini dış pazarda tanıtarak ve pazarlama faaliyetlerini yaygınlaştırarak, Türk Kuru Meyveleri imajını dünya piyasalarına yerleştirmek olarak belirlenmiştir (TİM, 2010). Kuru Meyve Sektörü verilerinin takibinin sağlanması için 2023 İhracat Stratejisi ve Eylem Planı çerçevesinde sektör uzmanları tarafından düzenli olarak TİM’ce oluşturulan web tabanlı bir sisteme kurumsal karneleme yöntemiyle veri girişleri sağlanmaktadır. (EKMMİB, 2018).

## **2.2. Gıda Güvenliği ve Kalite Yönetim Sistemleri**

Tüm dünyada güvenli ve sağlıklı gıda üretimi ve tüketimine ihtiyaç vardır. İnsanların sağlıklı yaşam sürebilmeleri için yeterli miktarda ve güvenli gıdayı alabilmeleri, yeterli ve dengeli beslenebilmeleri gerekmektedir. Ancak gıdaya ilişkin sorunlar her gün artmaktadır. En önemli sorun gıda güvenliğidir (Erkmen, 2010). Güvenilir gıda üretimini için hammadde temini, gıdaların üretimi, işlenmesi, depolanması, taşınması, dağıtımı ve sunulması aşamalarında gerekli önlemlerin alınması gereklidir. Bu amaçla pazara sunulan gıdaların pazara gelinceye kadar geçirdiği her üretim aşamasında etkilenebilecekleri fiziksel, kimyasal, biyolojik ve her türlü tehlikeli olumsuzluklar için birtakım önlemler alınmaktadır (Özbek ve Fidan, 2010).

Cam, plastik, taş, toprak, tahta, metal, saç, parçaları, tırnak, vb. riskler fiziksel riskler oluşurken; pestisit ve veteriner ilaçları, doğal toksik maddeler (mikotoksinler), endüstriyel kontaminantlar, gıda işleme sırasında oluşan toksik maddeler ve gıda katkı maddeleri gibi riskler kimyasal riskleri oluşmaktadır. Biyolojik etkiler içinde ise çeşitli bakteri, virüs, parazit ve küf toksinlerinin kirlilik yaratmaktadır (Demirağ ve Yılmaz, 2009). Tüm dünya ülkeleri gıdaların güvenli bir şekilde tüketime sunmak için başta ABD ve AB ülkeleri olmak üzere gıda güvenliği ile ilgili kalite standartları ve teknik spektler geliştirmişlerdir Koçak, 2007).

### **2.2.1. ISO 9000, HACCP ve ISO 22000 Sistemleri**

Dünya çapında güvenli ve kaliteli gıda üretimini sağlamak amacıyla ISO “International Organization for Standardization” (Uluslararası Standardizasyon Örgütü) tarafından toplam kalite sistemleri olarak, ISO 22000: Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi, ISO 9000: Kalite Yönetim Sistemi ve ISO 14000: Çevre Yönetim Sistemi oluşturulmuştur (Erkmen, 2010).

ISO 9000: Kalite Yönetim Sistemi (1987), bu sistemde temel kaliteyi üretim sistemi içne sokmaktır. Bu sistemde, hammadden üretime sürecine kadar aşamaların kontrolü, hangi şartlarla üretimin yapılması gerektiği, nasıl kontrol mekanizması olacağına kadar geniş bir yelpazede olan sistemdir. Bu sertifika ürünlerin ve üretim prosesinin bir standarda uygun olarak üretildiğini göstermektedir. ISO 9000 sertifikası mamule değil üretici firmaya verilmektedir (Erkan, Alakavuk ve Tosun, 2008). İSO

9000 de getirilen standartlar beş yılda bir kontrol edilerek üretime yön verilir. Gelişen standart ve isteklere göre yapılan yenilikler yapılabilir. Üretim teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak çalışmada oluşan değişiklikler ve sürekli gelişim kavramının eskiden yer almamasının eksiklik olarak görülmesi sonucunda uygulama ve yorumlarda farklılıklara neden olmaktadır. Bu nedenle yıllar bazında değişiklik göstererek; ISO tarafından düzenli olarak revize edilerek yayımlanmaktadır (Özdede, 2010).

Geleneksel gıda güvenliğinde ise; istenilen kalitede gıda üretimi için sistemi anlayışı; gerekli olan ilkeleri, prosedürleri, araçları içeren bir sistem olan sistem Uygun Teknoloji Gereksinimleri (GMP), gıda üretim tesislerinin hijyenik dizaynı ve konstrüksiyonunu, temizleme ve dezenfeksiyon yöntemlerini, gıda işlemede gıdaların mikrobiyal kalitesi, her işlem basamağının hijyenik operasyonu, personel hijyeni gibi uygulamaları içeren bir sistem olarak Uygun Hijyen Gereksinimleri (GHP) ve son ürün kontrolüne dayanmaktadır.

Üretim ve nihai tüketiciye kadar olan basamaklarda sağlık açısından kabul edilemeyen durumların ve bu durumlara neden olan şartların önlenmesini içeren gıda güvenliği sistemi ise “Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları” (HACCP) sistemidir. HACCP sistemi evrensel bir kontrol mekanizmasıdır. HACCP sistemi içeriğinde, Uygun Tarım Gereklileri (GAP), Uygun Dağıtım Gereklileri (GDP), GHP ve GMP ile sistematik yöntemlerle desteklenmekte ve üst yapı olarak da Kalite Yönetim Sistemine bağlı olmaktadır (Demirağ ve Yılmaz, 2009).

HACCP sisteminin özünde; fiyat-fayda ilişkisi, bilimsel ve sistematik olması, uluslararası organizasyonlara (FAO, WHO, CODEX vb.) uyumlu olmasıdır. Bunun yanında önleyiciliği yanında, olası tüm tehlikeleri ortaya koyması, gıda üretiminin tüm aşamalarına uygun olması, diğer kalite yönetim sistemlerinin tamamlayıcısı olması, ürün güvenlik düzeyini artırması şeklinde özetlenebilir (Özbek ve Fidan, 2010).

ISO 22000: Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi gıda üretimini ham mamulden sofraya kadar bir bütün halinde değerlendirerek, güvenli gıda üretimini sağlayan uluslararası standarttır. ISO 22000, gıda üretimindeki oluşabilecek istenmeyen zararlı faktörlerin oluşumunu önlemek veya makul bir seviyede tutulmasını sağlamaktır(Erkmen, 2010). ISO 22000; tarımsal ihtiyaçlardan dağıtım zincirine kadar

bulunan tüm operatörlere uygulanabilen standart olan kontrol otoritesi, yönetim sistemi, süreç kontrol, Codex Alimentarius koşullarına uygulanmış HACCP ilkeleri ile GMP gibi zorunlu sistemleri içermektedir. (Erkan, Alakavuk ve Tosun, 2008).

### **2.2.2. Coğrafi İşaret**

Coğrafi işaretler bir ürünün, belirli bir ülkeyle, bölgeyle yada yöreyle olan bağlantısını ifade eder. Yöreye ait doğal veya insan faktörlerinden oluşan özelliklerin ürüne kazandırdığı niteliği ve kalitesiyle bulunduğu bölgede ki benzer ürünlerden ayırıştırılmasını ve bölge ile özdeşleşmesini sağlamaktadır.

Türkiye’de coğrafi işaretler 1995 yılında yürürlüğe giren 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında KHK ve bu Kararnamenin uygulama şeklini gösterirken, yönetmelik kapsamında da özel olarak korunmaktadır. 555 sayılı KHK’ye 4128 sayılı Kanunla ceza hükümleri eklenmiştir. Bu kanunla kararname anlamında coğrafi işaretler, menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmıştır (Kan ve Gülçubuk 2008). Menşe adına sahip olan ürünün üretim ve aşamalarını takip eden işlemlerinin tamamı sınırları belirlenmiş coğrafi bölgede zorunlu olarak gerçekleşmelidir. Mahreç işareti ise, ürünün niteliği, niceliği, popüleritesi ve diğer özellikleri itibari ile bir coğrafi bölgeyle özdeşleşmesi gereken, üretimi ve işlenmesi bakımından da sınırları belirlenmiş coğrafi alanda yapılan coğrafi işaretlerdir. Menşe adı ve mahreç işareti arasındaki en önemli fark üretim yeridir. Menşe adlı ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezken, mahreç işaretine sahip ürünler belirlenen özelliklerden en az birini bulundurması halinde ait oldukları coğrafi bölgeye ait hammadde ve üretim yöntemlerinin aynen kullanılması ve ürünün kalitesinin aynı olması durumunda başka bölgelerde de üretilebilmesidir (Çalışkan ve Koç, 2012).

Menşe adları belirlenirken üretim alanı hudutlarını çizmek, oldukça hummalı bir çalışma gerektirmektedir. Ürünün tüm karakteristik özellikleri, hammaddesi dahil bulunduğu yörenin konumu, iklim şartları ve dahi bitki örtüsü takip edilir. Özellikle tescilde belirtilen karakteristik niteliklerden uzaklaşmaması için menşe adı olarak korunabilen coğrafi işaretler Malatya Kayısısı, Finike Portakalı, Aydın İnciri gibi belirli bir yöreyle sıkı sıkıya bağlı olan ürünler sınırları belirlenmiş alan dışında üretilemezler (İloğlu, 2014).

Coğrafi işaretler yerel ürünlere ayırtıcı nitelikler kazandırarak ürünün katma değerini artırmaktadır. Bunun yanı sıra ürünlerin orijinalliği tescillenmekte, üreticiler rekabet üstünlüğüne kavuşurken, yerel ekonomiler kalkınmaktadır. Bir ürünün üretim yeriyle kalitesinin vurgulanması, bir pazarlama stratejisi olarak, ürünün farklılaşmasını sağlar. Böylelikle tüketici zihninde doğru bir şekilde konumlandırılmasıyla, ürünün bilinirliği ve itibarı artırılmaktadır. Coğrafi işaretleme üreticilere ürünlerini; ilginç gösterme, egzotik olarak algılatma şansı vermekte ve bu sayede az bulunur olma algısı yaratır, üretici fazladan gelir elde edebilmekte, ürünlerine müşteri bulmak için yoğun gayret göstermesine gerek kalmamaktadır (Özsoy, 2015).

Türkiye'de 189 olan coğrafi işaretli tescilli ürün sayısının 500'e yükseltilmesi hedeflenmektedir. Yöresel ürünler öncelikle tanınmalı, ulusal/uluslararası platformlarda tanıtılmalı, kalkınma için en öncelikli konular arasında yer almalıdır. Ülkemizde coğrafi işaret alabilecek 2.500 ürün bulunduğu belirtilmektedir (Çukur, 2017). Fakat Türkiye'deki bu rakama rağmen konuya ilişkin somut bir araştırma yapılmamaktadır. Türkiye genelinde coğrafi bakımdan nitelik kazanan ürünlerin tespit edilmesi, sınıflandırılması sonucunda çevrelerin de bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Türk Patent Enstitüsü (TPE) coğrafi işaretleme başvurularını toplar, değerlendirir ve kategori menşemahreç ayırımı yapmaz. Kaydı yapılmış ve başvuru süreci devam eden ürünler listesini yayımlar (Özsoy, 2015). Her geçen yıl coğrafi tescil başvuru sayısında artış eğilimi görülmektedir.

Türkiye'nin "Antep Baklavası/Gaziantep Baklavası", "Aydın İnciri" ve "Malatya Kayısı" olarak AB'den tescil alan sadece üç ürünü bulunmaktadır (AB, 2019). Ege Bölgesi coğrafi işaretleme konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. Ege Bölgesi'nde 2003 yılından bu yana "Ege Sultani Üzüümü" ve "Ege İnciri" ibareleri ile coğrafi işaret tescili alınmış durumdadır (Çukur, 2017). Yurt dışı satış potansiyeli yüksek "Antep Fıstığı, Malatya Kayısı, Aydın İnciri, Giresun Fındığı" gibi coğrafi işaret tescilli olan ürünler kendi içlerinde sınıflandırılarak, katma değeri yüksek ve standart üretilenler olarak seçilebilirler (İloğlu, 2014).

İlgili işareti taşıyan ürünlerin, bu işareti ne derece kullandığı, ürünlerin pazarda ki büyüklüğü gibi istatistikler de oluşturulmadığı için Avrupa Birliği'ndeki coğrafi



işaretli sahip ürünlere nazaran, Türkiye’deki coğrafi işaretli ürünler hakkında çıkarımlarda bulunulamamaktadır. Türkiye’de coğrafi işaretleme gelişme aşamasında olması ve kavramın yerinde kullanılmaması, işarete sahip olunduktan sonra, kontrol unsurunun yerine getirilememesi gibi nedenlerle; coğrafi işaretleme AB ülkelerinde olduğu gibi kalkınma olarak görülmeğe ziyade ismin korunması ile sınırlı kalmaktadır (Özsoy, 2015). Türkiye’de coğrafi işaretlerin denetimi aktif bir biçimde yürütülememektedir. TPE kayıtlarında on yıllık tescil sürecini doldurmuş ve denetim raporunu sunmak zorunda olan coğrafi işaretlere dair raporlar zamanında sunulmamakta ya da sunulan raporlar yetersiz olmaktadır.

Son senelerde coğrafi işaretlere ait çalışmalara ağırlık verilerek, kamuoyu önündeki farkındalığı artırmak ve tescilden beklenen faydayı sağlayabilmek adına TPE ve onun bu konudaki paydaşları ve Türkiye’de konu hakkında söyleyecek sözü olabilecek birçok kuruluş bulunmaktadır. GTHB, Kültür ve Turizm Bakanlığı, AB, TOBB, Kalkınma Bakanlığı ve bünyesindeki Kalkınma Ajansları, KOSGEB, TÜBİTAK, üniversiteler gibi birçok kurum ve kuruluş son yıllarda coğrafi işaretlerle ilgili çalışmalara etkin bir şekilde katılmaktadırlar (İloğlu, 2014).

### **2.2.3. İyi Tarım Uygulamaları**

İyi Tarım Uygulamaları (İTU) İnsan sağlığını amaç edinerek, bütün canlıların yaşam şartlarını olumsuz etkilemeyecek anti kimyasal, çevre şartlarını da düşünerek üretilen ürünün topraktan sofaya kadar uzanan hikayesini kontrol eder, kayıt altında tutar ve sertifikalandırır. Tarımsal kaynaklı kirleticilerin kullanımı ile doğal dengeyi bozucu tarım teknikleri uygulamalarına karşı çıkar. Ve bunun azaltılması gerekliliği sonucunda Dünya Gıda Örgütü (FAO), Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği tarafından 1997’de çevreyle uyumlu tekniklerin ve tarım sistemlerinin geliştirilmesini, kimyasal girdi kullanımının azaltılmasını, toprak ve su kaynaklarının gelecek nesillere iyileştirilerek ve korunarak bırakılmasını amaçlayan “sürdürülebilir tarım” kavramı (Ekmekci ve ark, 2012); GLOBALGAP (EUREPGAP) uygulamaları olarak günümüze kadar dünyanın birçok ülkesine hızlı bir şekilde yayılmasını destekler. İTU, gıda güvenliği sistemlerinin kullanılmasını da teşvik etmekte ve desteklemektedir (Ataseven, 2014). Dolayısıyla bir taraftan gıda güvenliğinin korunmasını sağlayan İTU diğer

tarafından doğayı ve çevreyi korumaya yönelik kriterleri ile iklim değişikliği mücadelesi ve uyuma da katkı sağlamaktadır (Polat ve Dellal, 2016).

GLOBALGAP sertifikalı üretim yönteminin; Türkiye'deki karşılığı, İyi Tarım Uygulamaları (İTU) dır. Türkiye'de GLOBALGAP sertifikalı tarımsal üretime, Avrupalı perakendecilerden gelen talep üzerine 2003 yılında başlanılmıştır. Türkiye'de, İyi Tarım Uygulamalarına İlişkin Yönetmelik 2004 yılında yayınlamasına rağmen, ilk İTU üretim 2007 yılında gerçekleşerek, 18 il ve 53.607 dekar alanda, 651 üretici ile başlayarak günümüze kadar hızla artış göstermiştir (Aba1 ve Işın, 2014).

AB ülkelerine yapılan ihracatta bitki durumuna ilişkin belgeler istenilmekte, piyasada söz sahibi süpermarketler tarafından İTU ile ilgili talep edilen sertifikalar, hedef ülkelerin pazarlarına girişte en önemli unsurlarından olmaktadır. Uluslararası pazarlara girişte, tarife dışı engellerin aşılması için çoğu hükümetler tarafından da tercih edilmektedir. Başta gelir düzeyi yüksek ülkeler olmak üzere birçok ülkede bilinçlenerek örgütlenen üretici ve tüketiciler, doğayı tahrip etmeyen yöntemler kullanarak, insanlarda olumsuz etki yapmayan tarımsal ürünler üretmeyi tercih etmektedir (Aydın ve ark, 2015).

İTU sistemi genel olarak üreticilere, tüketicilere, perakendecilere ve tüccarlara tarım açısından faydalar getirmektedir. Bunun yanında ihracatçıya; üretim miktarı ve kalite kayıplarının önlenmesi, tarife dışı engellerin aşılması, daha geniş pazarlara ulaşılması, ürünün izlenebilirliği ve sağlık açısından risklerinin azaltılması ile talepler artmıştır. Bu sayede daha fazla gelir elde edilmesi açısından büyük fayda sağlamaktadır (Ataseven, 2014).

#### **2.2.4. Organik Tarım ve Organik Tarımı Artırma Çalışmaları**

Dünya genelinde, özellikle gelişmiş ülkelerde artan eğitim, refah ve gelir düzeyine paralel olarak, tüketici beklentileri doğal, orijini belli olan, özellikle insan sağlığına mümkün olabildiğince az zarar veren ürünleri tüketmek yönünde eğilim göstermektedir. Bu doğrultuda insan sağlığına önem veren ve çevreye duyarlı üretim yöntemlerinden biri olan organik tarım, hatalı uygulamalar sonucu bozulan doğal dengeyi yeniden kurmaya yönelik, insana ve çevreye dost bir üretim sistemidir. Organik tarım kimyasal ilaçlar ve gübrelerin kullanımını yasaklayarak organik ve yeşil

gübreleme, münavebe, toprağın muhafazası, bitkinin direncini arttırma ve biyolojik mücadeleden yararlanmayı tavsiye eden, üretim artışından ziyade, ürünün kalitesinin yükselmesini amaçlayan bir üretim şeklini destekler (Çobanoğlu ve Işın, 2009).

Organik tarımın ortaya çıkması gelişmiş ülkelerin tüketicilerinin, kendi sağlıklarını ve çevreyi korumaya verdikleri önemin giderek artmasındandır.. Buna paralel olarak, özellikle AB, Kuzey Amerika ve Okyanusya kıtalarında organik gıda pazarı gelişmektedir. Gelişmiş ülkelerde yetiştirilemeyen organik ürünlere olan talepler, uluslararası ticaretin artmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla, Türkiye gibi ekolojisi organik tarıma uygun gelişmekte olan ülkeler, gelişmiş ülkelerinden gelen talepleri karşılayabilmek için organik ürün üreticisi ve ihracatçısı konumuna gelmeyi amaçlamaktadırlar (Demiryürek, 2011).

Türkiye organik tarımsal üretime 1984-1985 arasında AB’de faaliyet gösteren yabancı firmalardan gelen talep doğrultusunda başlamıştır. 1994 yılındaki yasal düzenlemeden sonra bu alanda hızlı bir gelişme kaydedilmiş ve 1985 yılında Ege Bölgesi’nde 8 çeşitte ve Türkiye’nin önemli geleneksel ihraç ürünlerinden kuru üzüm, kuru incir ve kuru kayısı ile başlayan organik tarımsal üretim, daha sonraki yıllarda diğer bölgelerde yaygınlaşmıştır.

Türkiye’de organik tarıma ihracat amacıyla başlandığı için, iç pazarda hala istenilen büyüklüğe ülkemiz ulaşamamıştır (EKMMİB, 2018). Türkiye’de üretilen organik ürünlerin yaklaşık % 95’inin yurt dışı piyasasına gönderildiği tahmin edilmektedir. Bu ihracatta önemli paya sahip olan ülkeler; AB ülkeleri ve Amerika pazarlarıdır. Türkiye organik tarımsal ürünlerin ihracatı hususunda, dış piyasalar içinde üretilen ürünlerin kalitesi ve ürün çeşitliliği açısından avantajı vardır. Bu da Türkiye’de organik tarım üretimin ve ihracatının hızlı bir şekilde artmasını sağlamaktadır. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi ve EİB Türkiye’deki organik ürün ticaretini teşvik eden iki önemli kuruluştur (Ataseven ve Güneş, 2008).

06.01.1996 yılı 22515 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan İhracat Yönetmeliği ve eki “Kayda Bağlı İhracat Listesi” çerçevesinde organik ürünler ihraç edilmeden önce kayıt altına alınması ve ihracata ilişkin bilgilerin bir merkezde toplanması amacıyla İhracat Rejimi Kararı uyarınca, EİB koordinatör birlik olarak yetkili kılınmıştır.

EKMMİB organik tarım ve ticaret konusunda yurtiçi-yurtdışı gelişmeleri yakından takip etmektedir. Organik Tarım Ulusal Yönlendirme Komitesi üyesi olan Birlik, her yılki toplantılara düzenli olarak katılmaktadır. (EKMMİB, 2018).

Türkiye’de organik tarımın geliştirilmesi amacı ile 2012 Aralık tarihinde başlatılan Alman- Türk İşbirliğiyle organik tarım projesine EİB destek sağlamak ve proje kapsamında Türkiye’de Organik Ürün Özel Standartlarının Geliştirilmesi, Türkiye’de Organik Pazarlar için harmonize kurallar ve kontrol prosedürleri önerileri gibi konularda toplantılar gerçekleştirilmiştir (EKMMİB, 2015).

Ege İhracatçı Birliği destekleriyle, ETO (Ekolojik Tarım Organizasyonu) koordinasyonunda ve KSKDER (Tarımsal Ürün Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşları Derneği) işbirliğiyle, GTHB, Üniversiteler, Birlik, Odalar, Borsalar, Dernekler ile KSKDER temsilcileri ve Özel Sektör temsilcilerinden oluşan katılımcılarla gündeme gelen sorunlar ve çözüm önerileri için, Organik Tarım Çalıştayı gerçekleştirilmiş ve rapor haline getirilerek ilgili bakanlıklara iletilmiştir. EİB 1998 yılından bu yana Dünya’nın en büyük organik fuarı olan BioFach (Almanya/Nürnberg) Organik Ürünler Fuarına; başta organik kuru kayısı, üzüm ve incir gibi organik kuru meyvelerimizin ve birçok ürünün sergilendiği organizasyona milli katılım şemsiyesi altında yer alan firmalarca katılım sağlamaktadır.

Ülkemizde doğrudan ve dolaylı olarak, organik üretimin geliştirilmesi ve ticaretinin arttırılması amacıyla yıllara göre değişen destekler bulunmaktadır. Organik tarım üretimi yapan çiftçilere verilen; düşük faizli krediler, doğrudan gelir desteği, çevre amaçlı tarımsal arazilerin korunmasına yönelik devlet desteklerdir. Bu desteklere GTHB'nın web sayfasından kolaylıkla ulaşılabilir (EKMMİB, 2018).

### **2.3. Kuru Meyve İhracatında Finansal Olmayan Sorunlar ve Sorunlara Yönelik Çalışmalar**

Çeşitli nedenlerle alıcısı tarafından ihracattan yurda geri dönen ürünlerin ülkemize girişinde yaşanan sorunlar, kuru üzümde pestisit ve okratoksin sorunları, kuru incirde aflatoksin ve okratoksin sorunları, kuru kayısıda kükürt, okratoksin ve pestisit sorunları sektörün uzun yıllardır çözüm bulmak için uğraşlarının başlıcalarıdır. Sektör bu sorunlarla alakalı çözümler için EİB tarafından yurtiçinde ve yurtdışında yoğun

çalışmalar yürütülmekte, ilgili Bakanlıklar nezdinde pek çok yazılar yazılmakta ve toplantılar düzenlenmektedir (EKMMİB, 2018).

### **2.3.1. Gıda Güvenliği Sorunu ve Ürün kalitesini Artırmaya Yönelik Çalışmalar**

Gıda Kodeksine uygun kalitede mal teminini sağlarken başlıca karşılaşılan sorunlar; kuru meyve ürünlerinde görülen kalıntıların üreticiden kaynaklı uygun olmayan kötü ortamlarda depolanması ve ambalajlanmasıyla sunulmasıdır (TİM, 2010).

#### **2.3.1.1. Çekirdeksiz Kuru Üzüm İhracatında Yaşanan Sorunlar ve Verim, Kalite ve Gıda Güvenilirliğini Artırma Çalışmaları**

Çekirdeksiz kuru üzümde; hatalı budamalar, gereksiz verim çubuğu ve göz bırakılması ölükol, bağ mildiyösü, kav, unlu bit ve külleme vb. hastalığı belirtilerine sebep olmaktadır. Yaprakların bilinçsizce ve fazla alınmasından kaynaklı salkımlarda “güneş yanıklığı” ve “uç kuruması” zararları ve beslenme problemleri oluşmaktadır (EKMMİB, 2018). Üretimdeki bu yanlışlar nedeniyle miktar sorunları kaçınılmaz olmaktadır.

Çekirdeksiz kuru üzümde gıda güvenliği sorunlarının en önemlilerinden Okratoksin A (OTA) nın üreticisi küfler *Aspergillus* ve *Penicillium* türü mantarlar tarafından üretilen gıdalarda en sık görülen mikotoksin insanlarda böbrek hastalıklarına ve kansere yol açmaktadır. 1999 yılından bu yana kuru üzümün OTA içerdiği bilinmekte ve OTA tespit edilen gıdaların başlıcaları arasında gelmektedir. Üzüm ve ürünlerinde Okratoksin A oluşturan küflerin ana kaynağı topraktır. Bu oluşumun engellenmesi için öncelikle topraktaki fungusların üzüme bulaşmasını engelleyecek tedbirler alınmalıdır (Tosun ark, 2006).

2009/10 sezonundan itibaren çekirdeksiz üzüm sorununa istinaden üretici/paydaş eğitimi, bilgilendirme ve bilinçlendirme çalışmaları EKMMİB, İzmir, Manisa ve ilçeleri Tic. Borsaları, BZMAE, Tariş’in katkılarıyla Ege Üniv. Ziraat Fak. tarafından yürütülmekte olan “Çekirdeksiz Kuru Üzümde Verim, Kalite Ve Gıda Güvenliğini Artırma” projesi günümüzde de devam etmektedir (EKMMİB, 2018). EKMMİB 2016’da Kalıntı ve Okratoksin-A’ya karşı çalışmalarla birlikte bağa ruhsatsız ilaçlardan başlıca chlorpyrifos ile ilgili çalışmalar pozitif sonuç vermiş, geçmiş dönemlerdeki

analizlerde saptanan %80-90 chlorpyrifos oranlarının 2016/17 sezonu sonuçlarında % 2 oranına gerilediği gözlenmiştir (EKMMİB, 2017).

Çekirdeksiz kuru üzümün önemli sorunlarından biri de Pestisitler (ilaç kalıntısı) dir. Pestisitler, bilgisizce fazla kullanımlarda gıda, toprak, su ve havada kalıntı problemleri ortaya çıkmakta ya da dönüşüm geçirerek zararlı farklı maddeler oluşturarak kullanımı insan sağlığı ve çevre açısından kanser başta olmak üzere birçok hastalık ve zararlılar sorununu beraberinde getirmektedir (Ersoy ve ark, 2011). Günümüzde pestisit kullanımı ve bunun sonuçları her zaman gündemdedir. Çünkü eski tarım uygulamalarında fazla pestisit kullanımı olduğu gibi, İyi Tarım Uygulamaları'nda kontrollü pestisit kullanımı ve organik tarımda da doğal pestisit kullanımı vardır. Bir ülkenin pestisit kullanımını önemsemesinin göstergesi kaliteli pestisit kalıntıları çalışmalarının sayısıdır (Tiryaki, 2016).

Türkiye'nin ihracat pazarının %80-85'ini AB ülkelerinin oluşturması nedeni ile pestisit sorunu büyük önem arz etmektedir. Bu sebepten her sezon bölgelerindeki sergilenen ürünlerden farklı sayılarda örnekler alınarak pestisit kontrolü ve ağır metal analizi yapılmaktadır (EKMMİB, 2018). Analizlerden elde edilen sonuçları içeren raporlar, çekirdeksiz kuru üzüm ihracatının sürdürülebilirliğini korumak amacıyla, gereken destek ve katkıları arz ederek Ekonomi Bakanlığı ve GTHB'yla paylaşılarak konunun hassasiyeti vurgulanmaktadır. (EKMMİB, 2014).

EKMMİB Yönetim Kurulu üreticilerin pestisit konusunda bilinçlendirilmesi için proje ortaklarının ortak imzalarıyla GTHB'na arz edilmesi kararına varmışlardır. Bu kararlar üreticilerin eğitimsizliğinin önüne geçmenin yanında, zirai ilaçlar satan firmaların üreticileri yanlış kullanıma yönlendirmelerini ve üreticilerinde bayilerin yönlendirmesiyle hareket etmemeleri hedeflenmiştir. Ayrıca üretici ve zirai ilaç bayilerine yönelik denetimlerin artırılması konuları ilgili Bakanlıklara iletilmiştir (EKMMİB, 2017). Her yıl çekirdeksiz kuru üzüm üretim bölgelerinde üreticilerin katıldığı toplantılar ve yüz yüze görüşmeler düzenlenmektedir. Zirai ilaç satıcısı bayilere reçete yazma yetkilisi ziraat mühendislerine, Manisa GTHB İl Müd. organizasyonunda, teknik personelin katılımlarıyla kalıntı ve pestisit analizi sonuçları sunumlu toplantılar yapılmaktadır (EKMMİB, 2014).

Hasat dönemlerinde iklim şartlarının normalden daha yağışlı seyretmesi, rekoltenin ve de asma başına düşen salkım sayısının fazla olmasından dolayı üzüm tanelerinde şeker oranlarını istenen seviyelere ulaşamamaktadır. Aşırı yüklü asmaların salkımlarında yoğun uç kuruması sıkıntıları yaşanmakta, üzüm kurutma sergi yerlerinde aşırı çiğ yağışları, bölgede sergi yerlerine yağmur yağışlarının görülmesi üzüm kuruma süresinin uzamasından kaynaklı gibi sorunlar nedeniyle çekirdeksiz kuru üzümde kalite bozuklukları meydana gelmektedir (EKMMİB, 2015).

Çekirdeksiz kuru üzüm boyları için jumbo, iri, orta, küçük ve çok küçük aralıkları olarak TS-3411 çekirdeksiz kuru üzüm standardı belirlenmiştir. Bu standartlar her yıl Ekim ayı içerisinde TAREKS'te ilan edilene kadar standart boyda çekirdeksiz kuru üzümlerin en az % 98'i, 7 mm irilikte olarak kalbur üstünde kalmalıdır (EKMMİB, 2014). EKMMİB teknik heyeti çekirdeksiz kuru üzüm ihracatçılarından gelen talepler üzerine her yıl yerleşik kuru üzüm işletmelerini ziyaret ederek çekirdeksiz kuru üzümler için tane adedi belirlenmesi amacıyla incelemeler yapmaktadır. İncelemeler sonucunda teknik personel, aşırı renk kararmaları, küflü tane ve gelişmemiş tane oranlarında artış olduğu vb. sıkıntıların önüne geçilebilmesini teminen TS 3411 Çekirdeksiz Kuru Üzüm standardının bazı maddelerinin farklı uygulanmasını beyan etmektedir.

Sorun yaşanan dönemlerde teknik heyetin firma ziyaretleri ve ihracatçı üyelerinin Birliğe yaptıkları sözlü başvurular ışığında konuyu değerlendiren EKMMİB Yönetim Kurulu, ihracatçıların herhangi bir sorun yaşamadan alıcılarının taleplerini karşılayabilmelerini teminen, Ekonomi Bakanlığı batı Anadolu Bölge Müdürlüğü'ne başvurmuştur. Buna istinaden Bölge Müdürlüğü TS 3411 Çekirdeksiz Kuru Üzüm Standardı uygulamasında Ekonomi Bakanlığı Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü'nce uygun görüldüğü takdirde değişikliğe gidilebilmektedir (EKMMİB, 2015).

Her yıl farklı bir ülkede Dünya çekirdeksiz kuru üzüm arz ve talep koşullarını değerlendirmek amacıyla Uluslararası Çekirdeksiz Kuru Üzüm Üretici Ülkeler Konferansı düzenlenmektedir. Çekirdeksiz kuru üzüm üreticisi ülkelerin katılımıyla gerçekleştirilen konferansa, EKMMİB tarafından katılımlar gerçekleştirilmekte ve

çekirdeksiz kuru üzüm üretim ve ihracatına ilişkin sunumlar yapılmaktadır (EKMMİB, 2014).

TBMM Bağcılık Ve Üzüm Meclis Araştırma Komisyonu çalışmaları kapsamında komisyon üyeleri ile EKMMİB yönetim kurulu üyeleriyle sektörün yaşadığı sorunlar ve çözüm önerileri toplantıları gerçekleştirilmektedir (EKMMİB, 2018).

### **2.3.1.2. Kuru İncir İhracatında Yaşanan Sorunlar ve Verim, Kalite ve Gıda Güvenilirliğini Artırma Çalışmaları**

Gıdaların çeşitli küflerle bulaşması ürünün fiziksel ve kimyasal özellikleri yanında görünüşünü de değiştirebilmekte ve toksin oluşturan küflerin üremesi sonucu mikotoksin adı verilen çeşitli metabolitler oluşabilmektedir. Mikotoksinlerin en etkili grubunu aflatoksinler oluşturmaktadır. İthalatçı ülkelerin aflatoksinlerle ilgili sınırlamaları, zaman zaman ihraç edilen ürünlerin geri gönderilmesine neden olmakta ve bu durum ülkemiz açısından ekonomik kayıplara yol açmaktadır (ERDOĞAN ve ark, 2003).

Tarımsal ürünlerde mikotoksin oluşumu, uygun koşullarda ürüne bağlı olmak üzere, hasattan tüketime kadar hemen her aşamada meydana gelebilmektedir. Mikotoksinler, gıda güvenliğinin sağlanması açısından kontrol altına alınması gereken önemli sorunlardan biridir. Avrupa'da sıcaklığının uygun olmamasından kaynaklı yüksek düzeylerde aflatoksin oluşmaması ve ithal ürünlerin sıkı denetlenmesi nedeniyle tüketicilerin sağlığı için fazla tehdit oluşturmazken, bu durum Amerika, Afrika ve Asya kıtalarındaki pek çok ülke ve Türkiye için önemini korumaktadır.

İncirdeki aflatoksin miktarları diğer meyvelerle karşılaştırıldığında daha yüksek değerlerde olabilmektedir. Aflatoksin oluşumu ağaç üzerinde başlamakta ve kurutma sırasında önemli miktarda artış göstermektedir (Oruç, 2005). İncirde yüksek sıcaklık ve neme sahip bölgelerde diğer bölgelere göre artış gösteren fumonisin mikotoksinleri (Güler ve Heperkan, 2010) ve ayrıca okratoksin A mikotoksinleri de fazla bulunabilmektedir. Bu nedenlerle uygun şartlarda kurutulamayan incir insan sağlığı açısından riskli olabilmektedir (Oruç, 2005). Kuru incir üretim ve ihracatında yaşanan en önemli sorun aflatoksin bulaşıklığı olup, bu sorun gerek Avrupa Birliği ülkeleri



gerekse Japonya'ya yönelik kuru incir sevkiyatlarında ihracatçılarımız ve ülkemiz açısından büyük sıkıntılara yol açmaktadır.

Kuru incir sektöründe 2012 yılı ürünüde aflatoksin düzeylerinin yüksek olması ve Avrupa Birliği'ne ihraç edilen partilerden geri dönen parti sayısının geçmiş yıllara göre daha fazla olması nedeniyle ülkemiz menşeli kuru incir partilerinin AB üyesi ülkelere ithalatı aşamasında, 1152/2009 sayılı AB Yönetmeliği çerçevesinde %20 olan kontrol sıklığının %30'a çıkarılması gündeme gelmiştir. Bu çerçevede Aralık 2012'den beri bir dizi toplantılar yapılmış, yapılan toplantılarda öncelikle konunun önemi ortaya konarak hata kaynağı olabilecek kritik noktalar ve alınabilecek önlemler tartışılmış, ayrıca kontrol sıklığının arttırılmaması için FRUCOM ve INC'den ülkemiz tezlerine destek vermeleri talebinde bulunulmuştur. Çalışmalar sonucunda; AB makamları nezdinde geri dönen kuru incir partilerinin sayısına bağlı olarak kuru incir için kabul edilen kontrol sıklığının arttırılabileceğini, geçici olarak %20'de kalması yönüne destek vereceklerini bildirmişlerdir.

İhracatçıların Japonya'ya yönelik kuru incir ihracatında yaşadığı aflatoksin sorunu ile ilgili olarak EKMMİB, Ekonomi Bakanlığı ve Tokyo Ticaret Müşavirliğimiz nezdinde girişimlerde bulunulmuş, Japon makamlarına sunulmak üzere Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi'nden konu ile ilgili bilimsel bir rapor alınarak Japon Makamlarına iletmek üzere Ekonomi Bakanlığı'na iletilmişlerdir. Japonya'ya gönderilen tüm partilerin aflatoksin, pestisit ve katkı maddeleri açısından analize tabi tutulduğu, ithalat aşamasında yapılan analiz sonucunda belirlenen değeri aşan partilerin ithalatçı-ihracatçı firma kararına göre; imha, orijin ülkeye iade veya üçüncü bir ülkeye yönlendirildiği öğrenilmiş olup, Birlik üyesi firmalar Japonya'ya yapacakları kuru incir sevkiyatlarında ülkemiz menşeli ürünlerin Japon gümrüklerindeki prosedürlerde yüksek düzeyli aflatoksin, histamin ve salmonella tespitleri gibi gelişmelerin ülkemizin Japonya'da elde ettiği olumlu gelişmeler üzerinde negatif etkiler oluşturabileceği, firmalarımızın Japon mevzuatı ve uygulamaları konusunda daha dikkatli olmaları gerektiği konularında bilgi sahibi olunmuştur (EKMMİB, 2015).

Her sezon başında kuru incir ihracatçısı firmalardan mahsulün durumunu görebilmek ve geçmiş yıllarla karşılaştırabilmek amacıyla işlenmemiş ve karanlık oda

kontrolüne girmemiş hammadde kuru incir numuneleri toplanarak Aflatoksin ve Okratoksin-A analizleri yaptırılmaktadır. Yapılan analiz sonuçlarıyla birlikte firmalardan alınan bilgiler derlenerek yeni mahsulde Aflatoksin oranına karar verilmektedir (EKMMİB, 2018).

2000/01 sezonundan itibaren Ekonomi Bakanlığı onayıyla yürütülen, “Aflatoksinli Kuru İncirlerin İmhası Projesi” kapsamında EKMMİB tarafından kuru incir işletmelerinden aflatoksinli incirler toplanıp imha edilmektedir. Yılların ihracat miktarına ve o yıl belirlenen aflatoksin oranına göre imha edilen aflatoksinli kuru incir miktarı değişmektedir. Her yıl ortalama 600 ton aflatoksinli kuru incir imha edilmekte, 17 yılda toplam 9.000 tonun üzerinde aflatoksinli kuru incir imha edilmiştir (EKMMİB, 2018). Bu çalışma sayesinde hem iç hem dış pazara aflatoksinli incir sunulmasının önüne geçilmektedir (EKMMİB, 2015).

2017/18 sezonu EKMMİB Okratoksin-A için maksimum kalıntı limiti belirlenmesinin AB ülkeleri talebi doğrultusunda konunun AB Komisyonunun gündeminde olduğunu FRUCOM üyeliğindeki görüşmelerle gelişen gündemlerden haberdar olmaktadır. Bu konuya istinaden GTHB ve Ekonomi Bakanlığıyla temasa geçilerek AB nezdinde girişimlerde bulunulması talep edilmektedir. Bu talep doğrultusunda GTHB ve Ekonomi Bakanlığı FRUCOM ile Risk Değerlendirme birimince Risk/Maruz Kalma Çalışmaları başlamış olup, Birlik tarafından takip edilmekte ve bilgi/veri paylaşımı yapılmaktadır.

FRUCOM ile yapılan görüşmeler neticesinde, Okratoksin-A maddesinin kuru incirde görülmesinden ötürü Almanya'nın bu konunun üzerinde yoğunlaşarak, maksimum kalıntı limitinin belirlenmesini talep ettiği öğrenilmiştir. Mevzuatın AB komisyonunun gündeminde olduğunu, GTHB ve Ekonomi Bakanlığı ile temasa geçilerek konunun daha detaylı gözlemlenmesi talep edilmiştir. Bu kapsamda GTHB tarafından AB Komisyonu'ndan konu ile ilgili yetkiliye resmi bir mektup iletilmiştir. FRUCOM ve GTHB Risk Değerlendirme birimince Risk/Maruz Kalma Çalışmaları başlamış ve EKMMİB gelişmeleri takip etmekte ve bilgi/veri paylaşımında bulunmaktadır (EKMMİB, 2018).

Kuru incir ihracatında karşılaşılan sorunlardan Hidrojen peroksit ( $H_2O_2$ ), sıcaklık ve diğer çevresel faktörlere bağlı olarak bakteriler, mayalar, küfler, virüsler ve bakteri sporları üzerinde öldürücü ya da inhibitör etkiye sahiptir. Gıdaların korunmasında kullanılan güçlü bir oksidandır (Ayhan ve Bilici, 2015). Fakat pek çok kimyasal madde aflatoksinin inaktivasyonunu sağlar. İçlerinde en etkili olanlarından biri de hidrojen peroksitdir. Bu maddenin kullanılması ile detoksifikasyon sağlanabilirse de gıdalarda istenmeyen değişiklikler meydana geldiğinden veya bazı maddelerin besin değeri azaldığından, gıda sektöründe kullanılmaları olanaklı değildir (İşman, 2004)

İhracatçı firmalara aracı-tüccardan toplanan 20 tonluk bir partide 40-50 farklı üreticinin kuru inciri olabilmektedir. Aracı-tüccarların çengelcilerden veya üreticilerden topladığı bu ürünlerin hidrojen peroksit uygulanmış ve uygulanmamış olarak gelme riski her geçen gün artmaktadır. Kimyasalla işlem görmüş karışık partilere yapılan analizlerde, ihracatçı firma kimyasal kullanmadığı halde kullanılmış olduğuna ilişkin sonuçlar çıkabilmekte ve yaşanan sıkıntıların çözümü için EKMMİB ilgili bakanlıklarla çalışmalar yapmaktadır (EKMMİB, 2016).

Kuru incir ihracatında yaşanan en önemli sorunlardan biri de kötü kalitedeki kuru incirlerin AB mevzuatında ve Türk Gıda Kodeksi tarafından kullanımına izin verilmeyen kimyasal maddeyle rengini açarak (beyazlatarak) iç ve dış pazarda satışa sunulması yasağının çiğnenmesidir. Sektörde bulunan bazı firmalar tüketicinin sağlığını tehdit edecek bu yöntemlere başvurmakta ve pazarda da haksız rekabete yol açmaktadır. Bu tip firmalar, düşük kalitedeki kuru incirlerin koyu renkteki dış yüzeylerini kimyasal maddelerle yıkayıp beyazlatarak kaliteli ürün gibi gösterip, sektördeki kaliteli ürün alıp işleyen firmaları gölgelemektedir.

2014 yılı içerisinde Bazı AB Ülkeleri Türk kuru incirlerini incelemelerinde beyazlatmak amacıyla kullanılan kimyasal uygulamayı rapor etmiş ve şikayette bulunmuştur. Söz konusu AB' ye ihraç edilen kuru incirlerde bu maddenin kullanılmasının sadece sağlık için kötü olmayıp ayrıca Türkiye'de kuru incir ihracatında da tamamen yasak, tüketicileri aldatmak olduğu ve Türk Kuru İnciri imajına büyük zarar verdiği, konu ile ilgili bir daha yapılmasının önüne geçilmesi ve ihraç mallarının

denetiminin güçlendirilmesi için gereken acil önlemlerin alınması için uyarı yazısı gönderilmiştir.

Sorunun, öncelikle halk sağlığını ilgilendiren bir boyutu olması yanında, dış piyasada ülkemiz imajını da önemli ölçüde zedeleyecek sonuçları olacağından hareketle, EKMMİB Yönetim Kurulu bu maddenin kullanımının önüne geçilmesi için uzun süredir gerek ilgili Bakanlıklar, gerekse ihracatçılar ve sektörde faaliyet gösteren tüm kurum ve kuruluşlar ile yakın işbirliği içinde çalışmaktadır (EKMMİB, 2015).

Kuru incirin kalitesini artırmak ve aflatoksin sorununu çözmek için ekşilik böceği ve sirke sinekleriyle mücadelede kullanılan ekşilik böceği çekici yem tuzağı kuru incir üretim bölgelerindeki, kuru incir üreticilerine dağıtılmaktadır. Tuzakların dağıtılacağı bu bölgelere, Aydın Gıda Tarım ve Hayvancılık ve İzmir İl Müd., Erbeyli İncir Araştırma Enstitüsü'nün konu uzmanları ile birlikte zararın ve zararlının yoğun olduğu bölgelerde daha önceden dağıtılmış tuzaklarla, üreticinin ilgisi göz önünde bulundurularak dağıtım miktarına karar verilmektedir.

Her yıl incir üreticilerine yönelik olarak EKMMİB, kuru incir üretim bölgelerinde Ege Üniv. Ziraat Fakültesi ve İncir Araştırma Enstitüsü ile hazırlanan “Kuru İncir Yetiştiriciliği ile Önemli Hastalık ve Zararlıları” el kitabı, “Ekşilik böceği ile mücadele ve Aflatoksini önleme” konulu ve afiş ve broşürler yaptırılmakta ve kurumların destekleriyle çiftçilere eğitim verilerek dağıtılmaktadır. Ayrıca Kuru incirde kalite ve verimi arttırmak amacıyla, EKMMİB tarafından her yıl İzmir ve Aydın illerinde bulunan kuru incir üreticilerine “İlek Filesı” dağıtmaktadır (EKMMİB, 2016).

Kuru incir ihracatında yaşanan gelişmeler, ilk yükleme sonrası değerlendirmelerde bulunulmak ve yeni sezon ürününe ilişkin sektörde faaliyet gösteren firma ve kuruluşların tamamını kapsayan sorunların birlikte değerlendirilmesi amacıyla kuru incir ihracatçısı firma sahiplerinin katılımları ile her yıl kuru incir için danışma niteliğinde genel kurul toplantıları düzenlenmektedir (EKMMİB, 2015).

### **2.3.1.3. Kuru Kayısı İhracatında Yaşanan Sorunlar ve Verim, Kalite ve Gıda Güvenilirliğini Artırma Çalışmaları**

Kayısı yetiştiriciliğinde önemli sorunların başında ilkbahar geç donları sorunu gelmektedir. Etkisi yıldan yıla değişmekle birlikte ilkbahar geç donları bazı yıllar

%70'lere varan ürün kayıplarına sebep olmaktadır. Bu durum, üretilen meyve miktarı, meyve kalitesi, fiyat istikrarı ve pazarlama konularında ciddi sorunlara yol açmaktadır. Su kıtlığı ve kuraklık son yılların önemli sorunları arasına girmiş bulunmaktadır. Malatya'da kurak geçen yıllarda su kaynaklarının azalması, barajlardaki doluluk oranının düşmesi, suyun ölçülü ve kontrollü kullanılmasını zorunlu hale getirmiştir. Kayısı yetiştiriciliğinde toprak analizi yaptırarak ihtiyaca göre kimyasal gübre kullanan çiftçi sayısının azlığı doğru ilaç ve gübre kullanımının önemi konusunda açığın olduğunu göstermektedir. İlaçların hasattan ne kadar önce kullanılacağı konusunda bilgi açığı aşırı ve amaca uygun olmayan ilaç kullanımını beraberinde getirmektedir. Bu durum kayısı ihracatında büyük sorunlara yol açmaktadır. Malatya kayısıcılığında önemli düzeyde ağaç ve dekar başına alınan verim yeterli olmadığından kuru kayısıda dünya pazarlarında doyum noktasına hâlâ ulaşılamamış durumdadır. Fidan seçimi ve dikimi, budama ve şekillendirme, hasat, kükürt uygulama ve kurutma gibi birçok uygulamada ciddi eksiklikler ve yanlış uygulamalar mevcuttur. Tüm bunlar bir kalite ve standardizasyon sorunuyla karşı karşıya olduğumuzu göstermektedir (Ünal, 2010). Kayısının fidan dikiminden üretim aşamasına kadar olan bu sorunların ve meydana gelebilecek sorunlara çözüm bulmak ve kayısının kalitesini yükseltmek amacıyla Malatya Valiliği tarafından "Malatya Kayısı Ar-Ge Ve Tanıtma Vakfı" adı altında bir vakıf kurulmuş ve faaliyetleri devam etmektedir (T.C. Malatya Valiliği, 2018).

Uluslararası ticarete kuru kayısı ithal eden ülkeler kuru kayısıda ithalatına izin verdikleri kalıntı kükürt miktarı için üst limit belirlemişlerdir. Fakat geleneksel yöntemlerle yapılan kükürtleme işleminde, kayısı üreticisi ürünün bozulmasını önlemek ve ürününü garanti altına almak düşüncesiyle bilinçsiz olarak yüksek kükürt dozu kullanmakta ve yüksek miktarda kükürt kalıntısına yol açmaktadır. Kuru kayısı üretiminde uygulaması zorunlu olan kükürtleme işlemi kayısının kurutulma süresini azaltmak, ürünün altın sarısı doğal rengini korumak, raf ömrünü uzatmak, fermantasyon ve böceklenmeyi önlemek amacıyla kükürtleme işleminden sonra kurutulmaktadır (Yıldız ve Çatı, 2007). Başta AB ülkeleri olmak üzere çok yüksek oranlarda kükürtlenen kuru kayısılar ihracat aşamasındaki ürünler alıcıları tarafından geri gönderilmekte ve ihracatçılarımıza büyük sorun oluşturmaktadır (EKMMİB, 2018).

İnsan tüketimine uygun kabul edilen kükürt dioksit üst limiti ülkemizde ve bir çok ülkede 2.000 ppm'dir. Kuru kayısı ithalatında AB giriş noktalarında rastgele konteyner seçilip kükürt dioksit (SO<sub>2</sub>) kontrolü yapılmaktadır. Türkiye'den ihraç edilecek partilerin giriş noktalarında fazladan analize tabi tutulması durumunda alınacak sonuçlar ticareti engelleyebilecek noktaya gelebilmektedir.

AB'ye ihraç edilen ülkemiz menşeli kuru kayısı partileri arasında kükürt kullanıldığı halde beyan edilmemiş partilerin ve 2.000 ppm'in üzerinde kükürt ihtiva eden partilerin tespit edilmesinden dolayı alınan Hızlı Alarm Bildirimlerindeki artış üzerine Avrupa Birliği ülkemiz menşeli kuru kayısı ithalatında uyguladığı kükürt kontrollerinin sıklığını 1 Temmuz 2014 tarihinden itibaren %10'a çıkarmıştır. Konuyla alakalı ilgili Bakanlıklar nezdinde girişimlerde bulunulmuş, Kükürt dioksit nedeniyle Hızlı Alarm Bildirimi alan firmalar Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nca takip edilmekte ve gerekli kontrolleri yapılmaktadır (EKMMİB, 2015).

Üreticilerin Malatya ve çevre il ve ilçelerde, aracı-tüccar ve ihracatçı firmalara teslim ettikleri kuru kayısı hammaddelerinde, 3.500 - 4.000 ppm düzeylerinde kükürt dioksit oranına rastlanmaktadır. Bu yoğunlukta kükürt dioksit içeren hammaddelerin ise ihracatçı firmaların işletmelerinde yıkama, vb. yoluyla 2.000 ppm düzeylerine çekilmesi mümkün olamamaktadır. EKMMİB Yönetim Kurulu son yıllarda ağırlığı giderek artan kükürt dioksit oranının yüksekliğine karşı gereken önlemlerin belirlenip hayata geçirilmesi konusunda GTHB'ndan girişimde bulunulması için destek talep etmektedir (EKMMİB, 2014).

Avrupa Birliği'nde kuru kayısı için kabul edilen 2000 ppm'lik kükürt dioksit limitinin düşürülmesi yönünde çalışmalar yapıldığı öğrenilmiş ve konu ile ilgili Kuru Meyve Sektör Kurulu kararı çerçevesinde, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bahçe Bitkileri Bölümü, İnönü Üniversitesi Kayısı Araştırma ve Uygulama Merkezi ve Gazi Osman Paşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi tarafından "Değişik Kükürt Konsantrasyonlarındaki Kuru Kayısıların Depolama Süresince Kalite Ve Besin içeriklerindeki Değişimlerin Saptanması Projesi" geçtiğimiz yıllarda yürütülmüştür. Söz konusu Proje sonucunda, "Kuru kayısılarda başlangıç kükürt düzeyine bağlı olarak 20 °C de 18 aylık depolamada hiçbir işlem yapılmaksızın

toplamda 1000-1500 ppm; günlük ise 2-3 ppm kadar kükürt dioksit kaybı olduğu” belirlenmiştir. Ayrıca, kuru kayısların işletmelerde yapılan yıkama işleminin de kükürt kaybını hızlandırabileceği değerlendirilmiştir.

İhracatta geri dönen ve yurda girişinde yapılan analiz sonucunda 2.000 ppm’in üzerine kükürt ihtiva ettiği saptanan kuru kayısı partilerinin yediemine alınması ve yukarıda bahsi geçen Yönetmeliğin 9.4.(b) Maddesi kapsamında değerlendirilerek kükürt içeriğinin azaltılması için gereken yerlerde bekletilmesine izin verilmesi, ve bekleme süresi sonunda ikinci bir analize tabi tutularak ürünlerin Türk gıda uygunluğunun kontrol edilmesi, uygunluğu olan ürünlerin piyasaya sürünmesine izin verilmesi yönünde bir düzenleme yapılmasının ülkemiz kuru kayısı ihracatı açısından büyük bir ihtiyaç olduğu konusunda Kuru Meyve ve Mamulleri Sektör Kurulu görüş birliğine varmış ve konu TİM’e iletilmiştir (EKMMİB, 2015).

AB tarafından başlatılan gıda katkı maddeleri için gözden geçirme programı kükürdü de kapsamaktadır. Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği gözden geçirme çalışmalarına veri sağlamak için taraf olarak dahil olmuş ve bir yol haritası hazırlayarak AB Komisyona iletmıştır. Bu çerçevede, Birlik destekleriyle “Hasat Olgunluğu ve Hasat Sonrası Koşulların Kuru Kayısı Meyvelerinde Kükürt Dioksit Kalıntı Miktarına Etkilerinin Belirlenmesi Projesi; Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi koordinasyonunda başlatılmıştır (EKMMİB, 2018).

#### **2.3.1.4. Diğer Kabuklu ve Kuru Meyvelerde Yaşanan Sorunlar ve Verim, Kalite ve Gıda Güvenilirliğini Artırma Çalışmaları**

Antep fıstığında üretim alanlarında sulama yetersizliğinden dolayı verimin azalması, aflatoksin bulaşma riski ve üretim - hasat sorunları mevcuttur. Cevizde kapalı bahçe uygulamaları, yerli türlerin daha verimli türlerle revize edilmesine ilişkin teşviklerle üretim alanlarının arttırılmasıyla, yeni yapılan dikimlerin ürün vermesinin zaman alacağı ve bu konuda en büyük sorun üretim istatistiklerinde tutarsızlık oluşturacağıdır. Bademde dikim alanına uygun olmayan türlerin dikimi ve üretiminde sıcaklığın ve yüksek verim için sulamanın çok önemli olduğu, yüksek yerlerde badem dikilmesi sorun olmaktadır (III. Kuru Meyve Çalışmayı, 2017).

### **2.3.2. Geri Gelen Ürünlerin Yurda Girişinde Yaşanan Sorunlar**

İhracatçı firmaları ürünlerini ihraç ederken, ithalat mevzuatına bakmadan alıcı talep ve mevzuat uygunluğuna göre hazırlamaktadır. Türkiye'den ihraç edilen ve çeşitli nedenlerle alıcıları tarafından geri gönderilen ürün partilerinin ülkemize girişinde, GTHB tarafından ihracat aşamasında yapılmayan pestisit, kükürt, hidrojen peroksit gibi bir çok analizlere tabi tutulmaktadır. Bu analiz ve kontrollerin olumsuz sonuçlanması durumunda ürünlerin imhasına kadar yaptırımlarla karşılaşmaktadır. Firmalardan reddedilen ürünlerin ambalajlarında herhangi bir değişiklik yapılmadan üçüncü ülkelere gönderilmesine izin verilmektedir. Yeni ülkelere eski ambalajla satılan ürünlerde fiyat düşüklüğü yaşanmakta ve ülkemiz 10 milyonlarca dolar döviz kaybına uğramaktadır (III. Kuru Meyve Çalıştayı, 2017).

### **2.3.3. Rusya'ya Bitkisel Gıda Ürünleri İhracatında Liste Uygulaması**

2 Temmuz 2008 tarihinde Rusya Bitkisel Gıda Ürün İhracatında Liste Uygulamasına başlanmıştır. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'yla Rus tarafı arasında yapılan Memorandumda, Rusya'ya ihracat yapabilecek firmaların bir listesi vardır. Bu ihracatçı firmalar listesine girmek için öncelikle birliğe başvurulmalıdır. Birlik uygun görülen firmaların evraklarını, Ekonomi Bakanlığı'na göndermekte ve bakanlık da kabul ettiği dosyayı GTHB'na iletmektedir. İhracatçı firma listeleri takip eden yılın her mevsimin ilk aylarında güncellenirken, bir önceki dönemin kotası olan 50.000 \$'dan az ihracat gerçekleştiren firmalar listeden çıkarılmaktadır. Birlik geçen dönemde listelere girmiş Rus firmaları ile bağlantı kurmuş fakat liste güncelleme dönemlerinde henüz yeterli ihracatı gerçekleştirememiş olan firmaların listeden çıkarılmaması için Ekonomi Bakanlığı ve GTHB nezdinde girişimlerde bulunmaktadır (EKMMİB, 2014).

### **2.3.4. Tarımsal Üretimde Biyolojik ve Biyoteknik Mücadele Yöntemleri İle Tarım İlacı Kullanımının Azaltılması Çalışmaları**

Biyolojik mücadele desteği başlığı altında, ürünlerde kalıntıların azaltılması ve üreticileri iyi tarım uygulamalarına yönlendirmek amacıyla, üreticilere yönelik destekler 2012 yılında GTHB tarafından uygulamaya konulmuştur. Uygulama kapsamına çekirdeksiz üzüm dahil edilmiştir. Uygulamaların benzer şekilde, başka ürünler içinde



geçerli olacak şekilde genişletilmesi iyi tarıma büyük fayda sağlayacağı kanaati ile EKMMİB tarafından Ekonomi Bakanlığı'na iletilmiştir (EKMMİB, 2014).

### **2.3.5. Bulgaristan Gümrüklerinde Yaşanan Sorunlar**

Avrupa Birliği ülkelerine kuru meyve ihraç eden firmalar Bulgaristan gümrüklerinde aflatoksin kontrolleri ile ilgili büyük sıkıntılar yaşamaktadır. Konu ile ilgili olarak Ekonomi Bakanlığımız ve Filibe Ticaret Ataşeliğimiz nezdinde girişimlerde bulunulmakta ve ihracatçılarımızın Bulgaristan gümrüklerinde yaşanan sıkıntılar FRUCOM'a da iletilmekte ve yardımcı olunması talep edilmektedir. FRUCOM'dan alınan son bilgilendirme mesajında Avrupa Komisyonu'nun 884/2014 sayılı Tüzüğü'nün 9(4) maddesinin uygulanması ile ilgili olarak bir kılavuz hazırlanmıştır (EKMMİB, 2015).

### **2.3.6. Dahilde İşleme İzin Belgesi (DİİB) Kapsamında İhracat**

Başta kuru meyve sektöründe düzenlenen Dahilde İşleme İzin Belgeleri olmak üzere; hurma, thompson tipi kuru üzüm, kuş üzümü, portakal-limon kabuğu, kuru meyve (kuru erik, kuru armut vb.), kuru üzüm için kullanılan muhtelif parlatma yağları, kapari, yeşil karabiber, gümüş soğan vb. hammadde ithalini öngören DİİB'lerin, belge özel şartları kısmında ayniyat tespitine ilişkin şerh eklenmiştir. Söz konusu hammaddeler kullanılarak üretilen ürünlerde ayniyat tespitine ilişkin gümrüklerde çeşitli sıkıntılar yaşanması ve bu sıkıntılar sebebiyle ayniyat tespitinin mümkün olmaması nedeniyle, düzenlenmiş ve düzenlenecek olan Dahilde İşleme İzin Belgelerinde söz konusu ayniyat şerhinin kaldırılması Ekonomi Bakanlığı'ndan talep edilmiş ve bazı ürünler için Dahilde İşleme Rejimi (DİR) otomasyondaki şerh koyulması kaldırılmıştır (EKMMİB, 2015).

### **2.4. Kuru Meyve İhracatında Karşılaşılan Finansal Sorunlar**

Türkiye'nin emek yoğun bir üretim ve ihracat görüntüsünden sıyrılıp katma değeri yüksek bir üretim ve ihracat yapısına kavuşması, orta gelir tuzağında bocalamaması açısından hayati önem taşımaktadır. Çünkü, ilerleyen dönemlerde emeğin bol ve ücretlerin daha düşük olduğu diğer ülkelerden gelecek rekabet, ihraç ürünlerimizin fiyatlarını düşürerek dış ticaret hadlerinin ülkemiz aleyhine bozulmasına neden olabileceği gibi pazar paylarımızın da düşmesine ortam hazırlayacaktır.

Kuru meyve ihracatında, üretici ve ihracatçının her biri farklı finansal sorunlarla karşılaşmaktadır. Üreticinin yaşadığı sorun, birim üretim maliyetlerinin fazlalığı ve tarla tarımını sınırlaması nedeniyledir. Tarımsal işletmelerin dağınık ve küçük ölçeli yapısı aynı zamanda üretimde ortak bir marka oluşturmasını ve yönetilmesini olumsuz yönde etkilemesi; markalaşmanın hayata geçirilememesi, ihracattaki pazar payının istenilen seviyenin altında kalmasına neden olmaktadır.

İhraç edilen ürünlerdeki katma değerın düşük olması, ihracat performansını etkilemekte ve sürdürülebilirliğini kısıtlamaktadır. Dünya pazarında kaliteli ürün satabilen Türkiye'deki işletmelerin satış fiyatının düşüklüğü rekabetteki gücünün azalmasına sebep olmaktadır. Ülke ekonomisinde tarım ve yan sanayii için üretim yapan sektörlerde (ilaç, gübre, kâğıt-basım, petrol ve türevleri, kauçuk-plastik, boya, otomotiv, yüksek teknoloji ürünü alet-cihaz-makineler vb.), ithalata bağımlılık oranı oldukça yüksektir. Bu da finansal kaynak yetersizliğine neden olan yüksek girdi ithaline bağılı ihracat artışlarının ülke ekonomisine sağladığı katma değerın sınırlı kalmasına yol açmaktadır (Karahocagil ve ark., 2003).

#### **2.4.1. Dalgalı Kur ve Kuru Meyve Fiyatlarındaki Dalgalanmaların Etkisi**

Türkiye dış kaynak bağımlısı bir ülkedir. Bu nedenle ülke içinde döviz kurları dış kaynak giriş ve çıkışlarından etkilenmektedir. Nitekim dış kaynak girişi döviz kurlarını aşağıya, dışarıya kaynak çıkışı durumunda ise yukarıya itmektedir. Dış kaynak girişi Türkiye'deki ekonomik ve siyasi gelişmeler yanında küresel ekonomik ve siyasi gelişmelerden de etkilenebilmektedir. Türkiye'nin zorlu bir coğrafyada bulunması, Ortadoğu'da savaşların bir türlü bitmemesi, içeride uzun süredir sık sık seçim veya referandumlar yaşanması kurlarda dalgalanmaya yol açmaktadır. Yine merkez bankalarının faiz ve para politikaları sonucunda ABD-AB veya ABD-Çin ya da ABD-Rusya arasındaki ekonomik savaşlara bağılı olarak Euro/Dolar ve Dolar-Çin Yuanı ve Dolar-Japon Yeni paritelerindeki değişiklikler de Türkiye'deki kurlarda dalgalanmaya neden olmaktadır.

Diğer taraftan Türkiye'de tarımsal üretimin doğa koşullarına bağımlılığı gelişmiş ülkeler düzeyinde azaltılamamıştır. Bu nedenle başta kuru incir ve çekirdeksiz kuru üzüm olmak üzere doğa koşullarına bağılı olarak arzda ve buna bağılı olarak da kuru

meyve fiyatlarında önemli dalgalanmalar yaşanmaktadır (TİM, 2010). Bazı yıllarda ürünlerimiz fiyat dalgalanmalarından dolayı gerçek maliyetlerinin altında alınıp satılmakta, üretici ve ihracatçı firmalar önemli kayıplar yaşamakta ve ülkemiz döviz kaybına uğramaktadır. Kuru meyvenin çok olduğu yıllarda fiyat düşüşlerini engellemek için, çok olan kısmın piyasadan çekilip az olduğu yıllarda kullanılmak üzere güvenli ve iyi koşullarda depolanması gerekmektedir. Bu amaçla;, lisanslı depoculuk sistemi kapsamına kuru üzümün dahil edilmesine yönelik 1 Nisan 2017 tarihinde Bakanlık tarafından hazırlanan kuru üzüm lisanslı depoculuk faaliyetlerine dair hususları düzenleyen Kuru Üzüm Lisanslı Depo Tebliği 30025 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (T.C. GTB Koop. Genel Müd., 2018).

#### **2.4.2. Yüksek Kredi Faizleri**

İhracat hacminin yükselmesi için KOBİ’lere düşük faizli kaynaklar önem arz etmektedir. Son zamanlarda kriz banka fonlarının azalmasına sebep olmuştur (Genez, 2018). Finansman maliyetinin yüksekliği ve finansman olanaklarının sınırlı olması ihracatın her aşamasında karşılaşılan bir sorundur. Türkiye üreticileri ve ihracatçıları düşük maliyetlerle finansman sağlayamamaktadır. Devletin sübvans ettiği Eximbank kredileri bile reel olarak % 10'u bulmaktadır. İhracattaki kredi maliyetlerinin devlet tarafından düşürülmemesi durumunda ihracattaki artışı mümkün kılmamaktadır (Ekodialog, 2019). Dolayısıyla, diğer bütün koşullar yerli ve yabancı firmalar açısından aynı olsa bile, yerli firmaların yüksek finansman maliyetleri nedeniyle küresel pazarlardaki rekabet gücü azalmaktadır. Enflasyon ve faizlerin yakın dönemde önemli bir düşüş göstermesinin beklenmemesi ise bu sorunun devam edeceği anlamına gelmektedir.

#### **2.4.3. Dövizle Kredi Kullanımı**

Dünya piyasalarındaki ani değişimler özellikle döviz ile çalışanları ve sektörü de olumsuz etkilemektedir. Bununla birlikte döviz ile kredi alan yatırımcılar maalesef ki bu olumsuzluklardan çok fazla olarak etkilenmektedir. Piyasalardaki hareketlenmeden etkilenmeyecek biçimde kredi faizlerinin belirli bir döviz kuruna sabitlenmesi gerekmektedir (Karahocagil ve ark., 2003). Türkiye’de firmaların önemli bir kısmı, özellikle 2002-2011 döneminde, içeriden veya dışarıdan daha düşük faizli olduğu için

TL yerine döviz kredisi kullanmıştır. 2018 yılı Ağustos ayı sonrasında yaşanan yüksek oranlı kur artışları firmaların büyük zararlar etmelerine, bir çok firmanın konkordato ilan etmesi (borçlarını ödeyemeyecek hale gelip, zaman isteme durumu) veya iflas etmesine neden olmuştur.

#### **2.4.4. Kuru Meyvelerde İhracat Desteği Ve Teşvikinin Olmaması**

Tarım sektörünün hâlâ önemli bir istihdam sahası olması nedeniyle sektörde yenilenme ve değişim ihtiyacı sürmektedir. Bu dönüşüm yollarından biri de üretimde maliyetlerin azaltılarak verim de artışı sağlamaktır. Birçok tarımsal girdilerin yanında akaryakıt, elektrik, doğal gaz gibi başlıca enerji kaynaklarının enerji maliyetleri yadsınamaz bir şekilde önemli girdi maliyetleri arasında yer almaktadır (Beyaz ve ark., 2017). Genel enerji ve elektrik tüketimi içerisinde tarım sektörünün payı düşük olmasına rağmen, sanayi sektöründe oldukça önemli yer tutmaktadır. Özellikle tarımsal sulamada ve meyve işleme tesisleri ve depolarda kullanılan elektrik tüketimi için ödenen tutar, mesken kullanımlarına göre daha fazla olmaktadır. 2019 yılı ilk yarısında mesken aboneleri 200 kWh için 107,50 TL öderken, tarımsal sulama elektrik fiyatları 200 kWh için 125,99 TL ve sanayi ödemeleri aynı tüketim miktarı için 122,71 lira ödemek durumundadırlar (Enerji Atlası, 2019). Üretimde verim ve kaliteden ödün vermeden, enerji maliyetinin azaltılması da finansal olarak artış sağlayarak, enerjinin etkin kullanımı ve enerji verimliliğini de arttıracaktır.

Türkiye’de üretici ve ihracatçılar rakiplerine oranla daha yüksek fiyatla enerji (elektrik, doğal gaz, mazot-benzin) kullanmakta, krediler için daha yüksek faizler ödemekte, daha yüksek istihdam maliyetleriyle (Çin, Hindistan ve diğer gelişmekte olan ülkelere göre) karşı karşıya kalmaktadır. Hal böyle iken Dünya Ticaret Örgütü’nün, Avrupa Birliği’nin ve bir çok ikili ticaret anlaşmasının getirdiği düzenlemeler nedeniyle ihracatı desteklemek ya hiç mümkün olamamakta ya da sınırlı yapılabilmektedir. Bazen de ihracat teşvik imkanları varken devlet bütçesinde bu amaçla yeterli kaynak bulunamamaktadır. Bu koşullarda ihracatçılar için en önemli teşvik tarımsal ürün arzında istikrarın sağlanması ve girdi maliyetlerinin rakipler düzeyine çekilmesi olabilecektir.

#### 2.4.5. Yatırım Desteklerinin Sınırlı Olması

Türkiye bir çok yatırım teşvik sistemi denemiştir. Ancak hiçbiri tam olarak istenen düzeyde yatırım artışı sağlayamamıştır. Bu durum yatırım teşvikleri kadar genel makro ekonomik iklimle de ilgilidir. Zira yatırım teşviki verilse bile yüksek girdi maliyetleri (enerji, işgücü, ulaşım/lojistik, finansman), kurlarda dalgalanmalar, geleceğe ilişkin belirsizlikler yatırımların yeterince artmasını engellemektedir. Dolayısıyla Türkiye’de yatırım ikliminin iyileştirilmesi bunun için de ekonomik koşulların bir bütün olarak yeniden ele alınması ve geliştirilmesi önem taşımaktadır.

#### 2.5. Proje Destekleri

Haziran-Kasım 2016 ayları arasında Ege Üniv. Fen Fakültesi Biyoloji Bölümünde, GTHB tarafından **“Kuru İncirde Hidrojen Peroksit Analiz Metodu İçin Yeni Örnekleme Yönteminin Geliştirilmesi”** çalışmaları yapılmıştır. Proje ile; üreticiden veya tüccardan toplanan ürünlerde hidrojen peroksit uygulanan ya da uygulanmayan ürün gelme riskini ve laboratuardan kaynaklı hata oranını azaltmak hedeflenmiştir. (EKMMİB, 2017). Ege İhracatçı Birlikleri koordinasyonunda 2000 yılından bu yana **“Aflatoksinli Kuru İncirlerin İmhası Projesi”** kapsamında her yıl aralıksız olarak işletmelerden toplanan yılda yaklaşık 500-600 ton aflatoksinli kuru incirin imhası gerçekleştirilmektedir.

EKMİB koordinasyonunda 2009 yılından bu yana Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi, İzmir Tic. Borsası, Manisa Tic. Borsası , Salihli Tic. Borsası, Alaşehir Tic. Borsası, Bornova Ziraat Mücadele Arş. Ens. işbirliğiyle **“Çekirdeksiz Kuru Üzümde Verim, Kalite ve Gıda Güvenliğini Arttırma Projesi”** yürütülmektedir (EKMMİB, 2018). Üzümün ana zararlılarından salkım güvesinin ilaç kullanılmadan üzüm üretilebilmesi ve ihracatta kalıntıdan kaynaklı yaşanan sorunların azaltılabilmesi amacıyla (EKMMİB, 2016) **“Ege Bölgesi Bağlarında Ana Zararlı Salkım Güvesi’ne Karşı Biyolojik Mücadele Kullanılarak Kimyasal Mücadelenin Azaltılması Projesi”** Bornova Ziraat Mücadele Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü koordinasyonunda EKMİB destekleriyle yürütülmektedir.

Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi koordinasyonunda EKMİB destekleriyle **“Hasat Olgunluğu ve Hasat Sonrası Koşulların Kuru Kayısı Meyvelerinde Kükürt**

**Dioksit Kalıntı Miktarına Etkilerinin Belirlenmesi Projesi”** yürütülmektedir. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı koordinasyonunda EKMİB ortaklığı ve destekleriyle “**Manisa-Ahmetli Bağlarında Biyoteknik Mücadelenin Yaygınlaştırılması ve Aktif Madde Sayısının Azaltılmasına Yönelik Mücadelenin Yönetimi”** yürütülmektedir (EKMMİB, 2018).

## **2.6. Ar-Ge ve İnovasyon Çalışmaları**

Yeni teknoloji ve üretim metotlarını üretim süreçlerine kazandırmak amacıyla TİM öncülüğünde ve EİB Genel Sekreterliği koordinatörlüğünde Ege Üniv. ve Hollanda’da bulunan Wageningen Üniversitesi’nin bilimsel ortaklığı ile 5 yıldır Uluslararası Gıda Ar-Ge Proje Pazarı etkinliği düzenlenmektedir. İzmir ilinde gerçekleşen etkinliklerde; Türkiye genelinde proje başvurusu alınan etkinlikte hakemler tarafından Gıda Ar-Ge proje pazarında yarışmasına uygun bulunan ve en yüksek puana sahip projeler tanıtılmakta ve sergilenmektedir.

Etkinlikte ayrıca, Hayvansal Ürünlerde Ar-Ge ve Yenilikler, Coğrafi İşaretler ve Yerel Ürünler konularında workshoplar düzenlenmektedir. Sürdürülebilir tarımda tarımsal üretimi artırmanın yolu birim alandan daha çok ürünün alınmasıyla yani verimin artırılmasıyla gerçekleşeceği konusunda sürdürülebilir üretim kapsamında önemli çalışmaları olan konuşmacılar tarafından sunumlar yapılmaktadır.

Kuru meyve ihracatının sürekliliğinin sağlanabilmesi için EKMMİB, yurtdışında kurum ve kuruluşlarla yoğun çalışmalar yürütmekte ve kuru meyve sektörünün başlıca pazarları arasında olan Avrupa Birliği ülkelerindeki gelişmeleri ve AB mevzuatını yakından takip etmektedir. Gözlemci üye statüsünde olan birlik FRUCOM ile kurduğu yakın işbirliği sayesinde AB mevzuatındaki değişiklikleri ve gelişmeleri üyelere duyurmaktadır. EKMMİB Avrupa Kuru Meyve, Kabuklu Yemişler, FRUCOM, INC, IFOAM üyelikleri ve bu kurumlar ile işbirlikleri içinde bulunmaktadır.

**Chlorpyrifos** limitlerindeki değişiklik sonucunda yaşanan sorunu, Iprodione aktif maddesinin yasaklanması ve limitlerin güncellenme beklentisi gibi kuru meyvelerle ilgili yaşanan gelişmeler kapsamında sorunların çözümünü teminen FRUCOM ile yoğun çalışmalar yürütülmekte ve bu konuda birçok veri paylaşımları yapılmaktadır (EKMMİB,

2018). EKMMİB üyesi olduğu INC'nin düzenlemiş olduğu kongrelere katılarak INC'nin verdiği desteklerle alakalı bilgiler edinilmektedir (EKMMİB, 2017).

## **2.7. Tanıtım Çalışmaları**

Katılımcılar için bir pazarlama aracı olarak işlev gören ve profesyonel ağların ve satışların gelişmesine önemli derecede katkı sağlayan fuarlar, bireysel satışın gerçekleşmesini, basın aracılığıyla halkla ilişkilerin ve reklam gibi faaliyetlerin olmasını sağlamaktadır (Cengiz ve Yücel, 2017). EKMMİB tanıtım etkinliklerinde dünya genelinde düzenlenen fuarlara katılımlar sağlamakta, toplantılar düzenlemekte ve sunumlar gerçekleştirmektedir.

### **2.7.1. Kuru Meyve Tanıtım Grubu; Fuarlar ve Etkinlikler**

2012 yılında Türk kuru meyvelerinin bilinirliğinin artırılması, pazar çeşitliliğinin sağlanması ve rekabet olanaklarının geliştirilmesi amacıyla, yurtiçinde ve yurtdışında tanıtım faaliyetlerini yürütmek için “Kuru Meyve Tanıtım Grubu (KMTG)” kurulmuştur. Hedef olarak Rusya, Çin, G. Kore, Hindistan, Brezilya Japonya, Endonezya, Malezya ve Amerika ülkeleri belirlenmiştir (EKMMİB, 2014). Yönetim kurulunda İstanbul, Güneydoğu Anadolu ve EİB'nden 3'er temsilcinin olduğu tanıtım grubu faaliyetlerine 2013 yılında başlamıştır (EKMMİB, 2016).

Japonya Tadım/Tanıtım Çalışmaları; 2013 yılında Ekonomi Bakanlığımız ve Tokyo Ticaret Müşavirliğimizin yönlendirmeleriyle 17-23 Mayıs tarihleri arasında Türk Kuru Meyveleri Tanıtım/Tadım Çalışmaları Japonya'da yerleşik ITO YOKADO (DELTA Inc.) ve AEON (AIC INC) firmalarına ait market zincirlerinde gerçekleştirilmiştir. Asya Bölgesinin en büyük perakende sektörü organizasyonunda Asya-Pasifik Perakendeciler Kongresi ve Fuarı (APRCE) dernek tarafından yapılan yarışma ile ev sahibi ülkeyi belirlemektedir. 2013 yılı oylama sonucunda Türkiye ev sahibi olarak belirlenmiştir. 23-26 Eylül 2013 tarihlerinde TİM organizasyonu ile İstanbul Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda gerçekleştirilen fuara katılım sağlanmıştır.

02-06 Eylül 2013 tarihlerinde 3. China – Eurasia Fuarına; Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB) tarafından Milli Katılım organizasyonu gerçekleştirilen fuara info-standla katılım sağlanmıştır. 23-27 Şubat 2014 tarihlerinde Gulfood Fuarı

Dubai Dünya Ticaret Merkezi'nde düzenlenmiştir. Orta Doğu, Güney Asya ve Afrika'ya ihracat yapmak isteyen firmalar için önem arz eden fuara katılım sağlanarak tanıtımlar gerçekleştirilmiştir (EKMMİB, 2014).

06 - 09 Nisan 2015 tarihleri arasında Ekonomi Bakanlığı koordinasyonu, TİM organizasyonu ve EİB işbirliği ile, Ekonomi Bakan Yardımcısının başkanlık ettiği, Hindistan'ın en büyük ticari kenti Mumbai'ye yönelik Tic. Heyeti "Türkiye-Hindistan" İş Forumu düzenlenmiştir. Ülkemizden ithalatçı ve ihracatçı firmalar potansiyeli yüksek Hint firmalarıyla işbirliği görüşmeleri yapma imkanı bulmuşlardır. (EKMMİB, 2016).

28 Ekim 2016 Güney Kore'de, T.C. Seul Büyükelçiliği'nde, büyükelçimiz ev sahipliğinde resepsiyon gerçekleştirilmiştir. Resepsiyona The Korea Herald, Business Korea, The Korea Times ve Weekly The Food Service Economic News medya organlarından 4 temsilci, Kore Ulaş. ve İmr Bak., çeşitli ülke Büyükelçileri, Türk ve yerel iş adamlarının yer aldığı 600'den fazla katılımcı sağlanmış ve Türk kuru meyveleri sunmuştur (EKMMİB, 2017). 24.02.2017 tarihli 29989 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Tebliğ çerçevesinde Kuru Meyve Sek. Kur. ve TMTG kapatılmıştır.

2013-2017 yılları arasında EİB; Expo Milano Fuarı, Inc World Congress Antalya, Prodexpo 2017 Fuarı Aahar International Food&Hospitality (11-13 Mart 2017/ Hindistan / Yeni Delhi) ve birçok fuarlara/etkinliklere katılım sağlamış ve tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği her yıl düzenlenen Avrupa Kuru Meyveler Toplantısına katılım sağlamak ve birlik sunumlar gerçekleştirmektedir (EKMMİB, 2018).

EİB, ülkemiz ihracatında büyük pazar payına sahip olan Almanya ile ticarete başlamak ve/veya ticaretini geliştirmek isteyen üyeleri bilgilendirmek amacıyla, Alman Türk Tic. ve San. Odası ile "İşbirliği Protokolü" imzalanmıştır. Bu kapsamda "Almanya Danışma Günleri" organize edilmekte ve organize firmalarımızın Almanya'daki ithalatçı ve ihracatçı firmalarla iletişim sağlaması, sektörlere göre Almanya pazarı hakkında bilgi edinmesinin yanında hukuki aracılık hizmeti, vize vb. hususlarında görüşmeler gerçekleştirilmektedir (EKMMİB, 2017).

2017 Haziran; ABD'nin NewYork kentinde en büyük gıda fuarı olan **Summer Fancy Food Show Gıda Fuarına** 40 firma ile milli katılım sağlanmıştır. Dünya'nın en



büyük organik fuarı olan, Almanya'nın Nürnberg kentinde düzenlenen **BioFach Organik Ürünler Fuarına**, 1998 yılından günümüze kadar EİB milli katılım organizasyonu gerçekleştirmektedir. Ege İhracatçı Birliklerinin Asya- Pasifik pazarının en büyük gıda fuarı olan, Japonya'nın Chiba kentinde düzenlenen **Foodex Japan Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarına** her yıl milli katılımı gerçekleştirmektedir.

2017 Aralık **Fıdak / Senegal Uluslararası Ticaret Fuarı**; Senegal'in Dakar şehrinde, Birlikler tarafından Türkiye milli katılımı ve Türk günü organize edilmiştir. Organizasyonda Türkiye ve Senegal arasında ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi amacıyla Ekonomi Bakanı ve Senegal Ticaret, Tüketim, Yerel Ürünleri Teşvik ve Kobiler Bakanı başkanlıklarında Türkiye-Senegal İş Forumu yapılmıştır.

Birlik Yönetim Kurulu Başkanları dış ilişkileri geliştirmek amacıyla İzmir'de yerleşik Başkonsoloslar ve Konsoloslarla ortaklaşa yürütülebilecek faaliyetlerin, ticari ilişkilerin gelişiminin görüldüğü toplantılar gerçekleştirmektedirler. İhracatçı Birlikleri Mart 2018 İzmir'de Almanya, Çin Halk Cumhuriyeti ve daha birçok ülke geçmiş dönem ticaret müşavirlerinin katılımıyla 50'den fazla firma ile ikili görüşmenin sağlandığı Ticaret Müşavirleri Buluşması etkinliği düzenlenmiştir (EKMMİB, 2018).

### **2.7.2. Turquality Projesi**

Ekonomi Bakanlığı destekli Turquality Projesi, 01 Ocak 2016 tarihinden itibaren rekabet gücü, ihracat potansiyeli ve bilinirliğinin artırılması ile Türk Gıda Ürünlerinin uluslararası piyasalarda olumlu Türk Malı imajını oluşturmak ve tutundurmak amacıyla hedef pazar yapısı ve tüketici alışkanlıklarına yönelik tanıtım faaliyetleri 5 birliğin paydaşlığında EKMMİB koordinatörlüğünde yürütülmektedir (EKMMİB, 2018). 1.Yıl hedef pazar olarak Güney Kore ve Japonya pazarlarında tanıtım faaliyetlerinde bulunarak Haziran/2016 ve Kasım/2016 tarihlerinde Tokyo'da,

Mart/2017'de Japonya'daki Türkiye Tokyo Büyükelçiliği rezidansında Japon kamu temsilcileri, tedarikçiler, ithalatçılar, basın mensupları, bloggerlar, otel yöneticileri, market zinciri yöneticilerin katıldığı etkinlikte Türk gıda ürünleriyle Japon damak tadına uygun geliştirilen menülerin hazırlanıp sunulduğu "DISCOVER TURKISH FOODS - Basın Lansmanı ve Tadım Ekinliği" gerçekleştirilmiş, Türkiye-Japonya ikili ticari ilişkilerinin geliştirilmesinin ve gıda sektörünün İşbirliği yapabileceği

en güçlü alanlardan birisi olduğunun önemine değinilen sunumlar yapılmıştır. Proje kapsamında sosyal medya hesapları, internet sitesi ve Japonya'ya ait bir yemek sitesinde “Türk Mutfağı” oluşturulmuştur (EKMMİB, 2016).

2017 Ekim ayında Japonya'dan sonra Türk gıda ürünlerinin tanıtımını G.Kore'nin başkenti Seul'deki Food Week Korea 2017 Fuarı'na, 2017 Mart ayında Japonya'nın Chiba kentinde düzenlenen Foodex Japan etkinliklerinde ve Tokyo Büyükelçiliği'nde resepsiyon verilerek Türk gıda ürünlerinin tanıtım faaliyetleri sürdürmüştür. Türk gıda ürünlerinin ABD pazarında tanıtılması ve bilinirliğinin artırılması amacıyla 6 Gıda Birliğinin paydaşlığında “Türk Gıda Ürünlerinin Amerika'da Tanıtılmasına Yönelik Turquality Projesi” başvurusu yapılmıştır (EKMMİB, 2018).

### **3. BÖLÜM: EGE BÖLGESİ KURU MEYVE İHRACATÇILARININ KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN KODLARININ ANALİZİ**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu çalışma Ege Bölgesi'nde kuru meyve ihracatçılarının, kuru meyve ihracatını artırmaya yönelik çalışmalarında karşılaşılan sorunların analiz edilmesine yönelik hazırlanmıştır. Araştırma Ege Bölgesi'ndeki ihracatçıların bu sorunlara karşı çözüm önerilerinde bulunmasını ve ihracatı artırma çalışmalarını kapsamaktadır.

#### **3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Seti**

Çalışmada belirtilen verilere; Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren ihracatçıların hazırlanan ankete verdikleri yanıtlarla ulaşılmıştır. Anket örneği Ek 1'de yer almaktadır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde genel bilgiler yer alırken, ikinci bölüm çözüm önerilerinden oluşmaktadır. 5'li likert ölçeği kapsamında hazırlanan önerilere 1 kesinlikle katılmıyorum'u, 5 ise kesinlikle katılıyorum'u belirtmektedir.

#### **3.3. İstatistiksel Analiz**

Çalışmanın bu bölümünde, kuru meyve ihracatçıların, kuru meyve ihracatının artırılmasına etki eden değişkenlerin bulunması amacıyla Ege Bölgesi'ndeki 74 şirketten elde edilen verilere çoklu regresyon analizi ve faktör analizi uygulanmıştır. Regresyon analizinde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler ile bu değişkenlere ait tanımsal istatistikler Tablo 17'de sunulmuştur. İstatistiksel analiz kapsamında, bağımlı değişken firmanın yıllık ihracat hacmi iken; bağımsız değişkenler, firma faaliyet yılı, firmanın çalışan sayısı, firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı, firmaların organik ürün ihracat yüzdesi ve firmaların kalite güvenlik belgesi bulundurma oranı değişkenleridir.

#### **3.4. İstatistiksel Analiz Sonuçları ve Değerlendirme**

Bu bölümde analiz sonuçları ve ilgili değerlendirmeler yer almaktadır. Tablo 17'de analiz kapsamında yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait tanımsal istatistik sonuçları verilmiştir. Tabloda yer alan N firma sayısını; Min ve Maks, bir değişkene ait minimum ve maksimum düzeyleri; Ortalama ve Standart Sapma ise bir değişkene ait ortalama ve standart sapma değerlerini göstermektedir.

**Tablo 17.** Tanımsal İstatistikler

Değişkenler	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
firma_faaliyet_yılı	74	1.00	6.00	3.7568	1.97804
Firmanın_çalışan_sayısı	74	1.00	4.00	2.5000	1.02369
firmanın_ihracat_yaptığı_ülke_sayısı	74	1.00	41.00	11.6486	9.40625
firmanın_yıllık_ihracat_hacmi	74	1.00	5.00	2.8378	1.46210
firmaların_organik_ürün_ihracat_yüzdesi	74	.00	100.00	16.1486	22.58238
firmaların_kalite_güvenlik_belgesi_bulundurma_oranı	74	.00	1.00	.9730	.16327
Valid N (listwise)	74				

Tablo 18’de görüldüğü gibi Çalışmaya konu olan firmaların çoğunun 2.500.000 \$ - 5.000.000 \$ yıllık ihracat hacmine sahip olduğu, çok az sayıda firmanın 10.000.000 \$ - 15.000.000 \$ yıllık ihracat hacmine ulaştığı saptanmıştır.

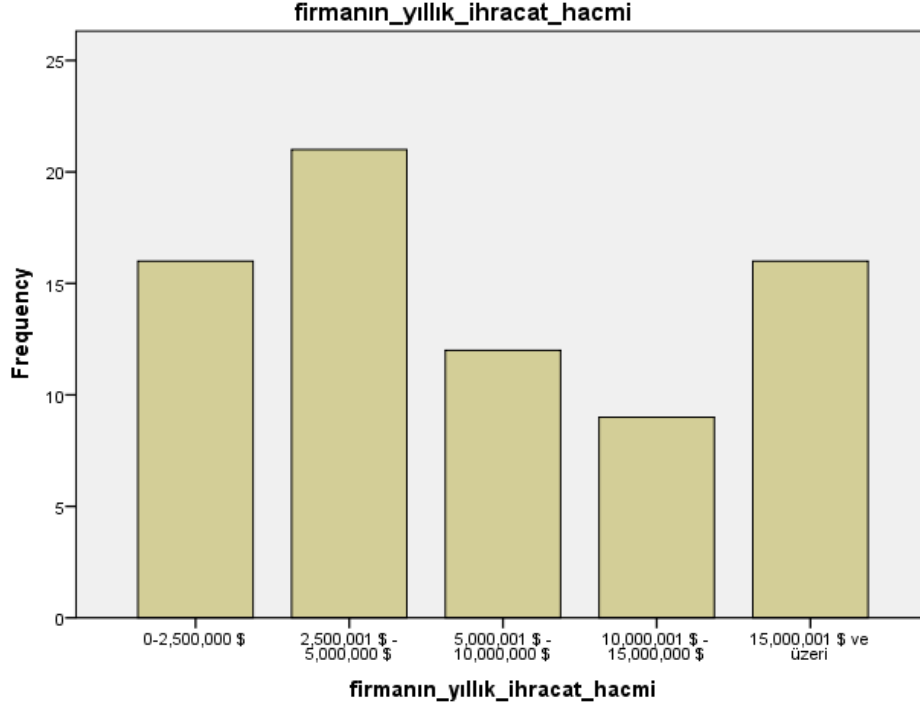
**Tablo 18.** Firmaların Yıllık İhracat Hacmi

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid 0-2,500,000 \$	16	21.6	21.6	21.6
2,500,001 \$ - 5,000,000 \$	21	28.4	28.4	50.0
5,000,001 \$ - 10,000,000 \$	12	16.2	16.2	66.2
10,000,001 \$ - 15,000,000 \$	9	12.2	12.2	78.4
15,000,001 \$ ve üzeri	16	21.6	21.6	100.0
Total	74	100.0	100.0	

Şekil 3’de Ege Bölgesi’ndeki kuru meyve ihracatçısı olan her 5 firmadan birinin 15.000.001 \$ ve üzerinde bir yıllık ihracat hacmine ulaştığı görülmektedir. Firmaların büyük bir çoğunluğu (%28,4) 2.500.000 \$ - 5.000.000 \$ yıllık ihracat hacmine sahiptir. Bunu yıllık ihracat hacmi 2.500.000 \$’a kadar olanlar ile 15.000.001 \$ ve üzeri yıllık ihracat hacmine sahip firmalar (%21,6) izlemektedir. Yıllık ihracat hacmi bakımından

10.000.000 \$ - 15.000.000 \$ grubunda yer alan firma oranı ise %12,2'dir. Yıllık ihracat hacmi 5.000.000 \$ - 10.000.000 \$ arasında olan firmaların oranı ise %16,2'dir.

**Şekil 3.** Firmaların Yıllık İhracat Hacmi Frekansı



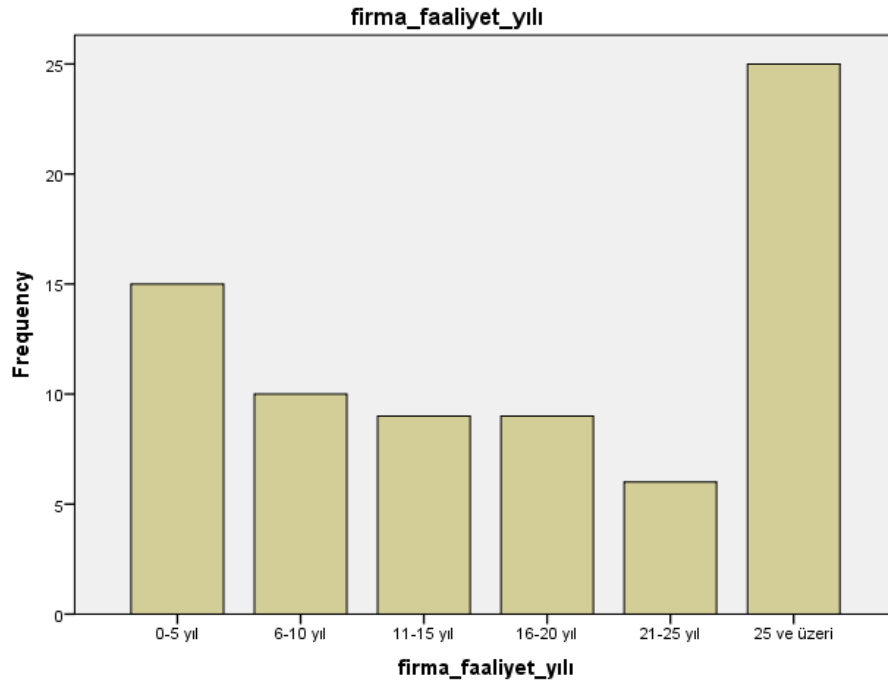
Firmaların faaliyet süreleri Tablo 19'da sunulmuştur. Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçısı firmaların %33,8'i 25 yılı aşkın bir süredir faaliyet göstermekte iken, %20,3'ü 5 yıldan az bir süredir faaliyet göstermektedir. Firmaların diğer yarısının ise 6 yıldan uzun veya 20 yıldan daha kısa süredir faaliyet gösterdiği saptanmıştır.

**Tablo 19.** Firmaların Faaliyet Süresi

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid 0-5 yıl	15	20.3	20.3	20.3
6-10 yıl	10	13.5	13.5	33.8
11-15 yıl	9	12.2	12.2	45.9
16-20 yıl	9	12.2	12.2	58.1
21-25 yıl	6	8.1	8.1	66.2
25 ve üzeri	25	33.8	33.8	100.0
Total	74	100.0	100.0	

Şekil 4’de görüldüğü üzere bölgedeki firmaların çoğunun faaliyet süresinin 25 ve üzerindedir, bunu sırasıyla 0-5 yıl, 6-10 yıl, 11-15 yıl, 16-20 yıl, 21-25 yıldır faaliyet gösteren firmalar izlemektedir.

**Şekil 4.** Firmaların Faaliyet Yılı Frekansı



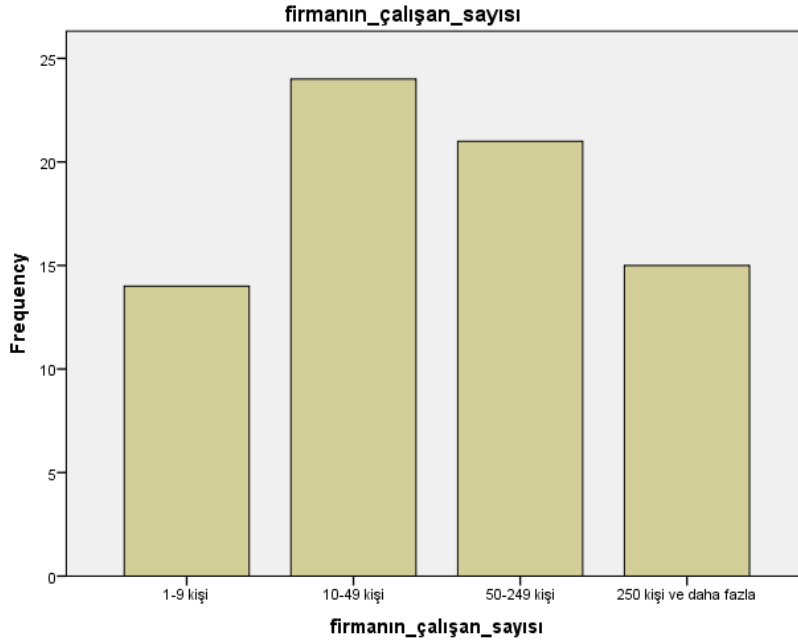
Çalışmaya konu olan firmaların çalışan sayıları Tablo 20’de sunulmuştur. Çalışan sayısı bakımından en büyük oranı (%32,4) 10-49 kişi arasında çalışmanı bulunan firmalar oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla %28,4; %20,3 ve %18,9’luk oranlar ile 50-249 kişi; 250≥ kişi ve 1-9 kişilik çalışan sayısına sahip firmalar izlemektedir.

**Tablo 20.** Firmanın Çalışan Sayısı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid 1-9 kişi	14	18.9	18.9	18.9
10-49 kişi	24	32.4	32.4	51.4
50-249 kişi	21	28.4	28.4	79.7
250 kişi ve daha fazla	15	20.3	20.3	100.0
Total	74	100.0	100.0	

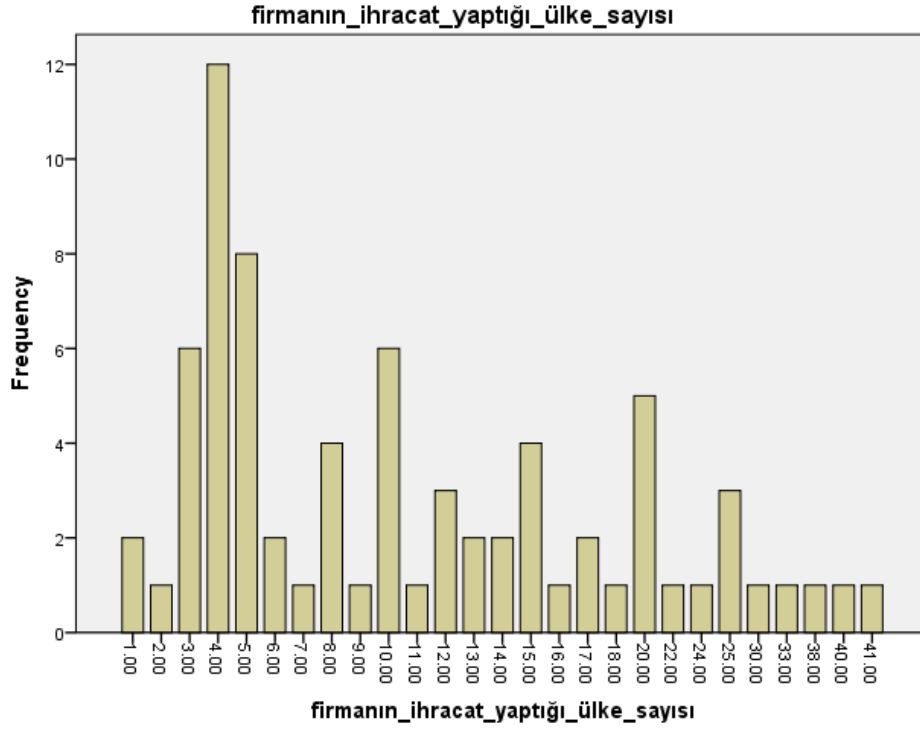
Şekil 5’de görüldüğü üzere Ege Bölgesi’ndeki kuru meyve ihracatçısı firmaların yaklaşık %80’inde 10 veya daha fazla sayıda kişi çalışmaktadır.

**Şekil 5.** Firmaların Çalışan Sayısı Frekansı



Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçısı firmaların İhracat Yaptığı Ülke Sayıları Şekil 6'da sunulmuştur. İhracat yapılan ülke sayısı minimum 1 maksimum 41'dir, ancak 30, 33, 38, 40 ve 41'den daha fazla sayıda ülkeye ihracat yapan firma sayısı 1, oranı ise %1.4'tür. Firmaların çoğu (%16,4) 4 ülkeye ihracat yaparken bunu %10,8 ile 5 ülkeye ihracat yapan firmalar izlemektedir. İhracat Yapılan Ülke Sayısı bakımından firmalar arasında büyük bir varyasyon gözlenmektedir. İhracat Yapılan Ülke Sayısı bakımından 27 farklı gruba ayrılan ülkelerin 13'ünün kendine özgü değere sahip olduğu tespit edilmiştir. Ülke sayısı bakımından en yüksek kümelenme 4 ülkeye ihracat yapan 12 firmada gözlemlenmiş, bunu sırasıyla 8, 6, 5, 4, 3 veya 2 farklı ülkeye ihracat yapan firmalar izlemiştir.

**Şekil 6.** Firmanın İhracat Yaptığı Ülke Sayısı



Çalışmaya konu olan Kalite Güvenlik Belgesi Bulundurma Oranlarının dağılımı Tablo 21'de sunulmuştur. İncelenen toplam 74 firmanın sadece 2'sinde Kalite Güvenlik Belgesi Bulunmadığı görülmüştür. Firmaların %97,3'ünün Kalite Güvenlik Belgesine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçısı firmaların tamamına yakınında kalite güvenlik belgesi bulunmaktadır.

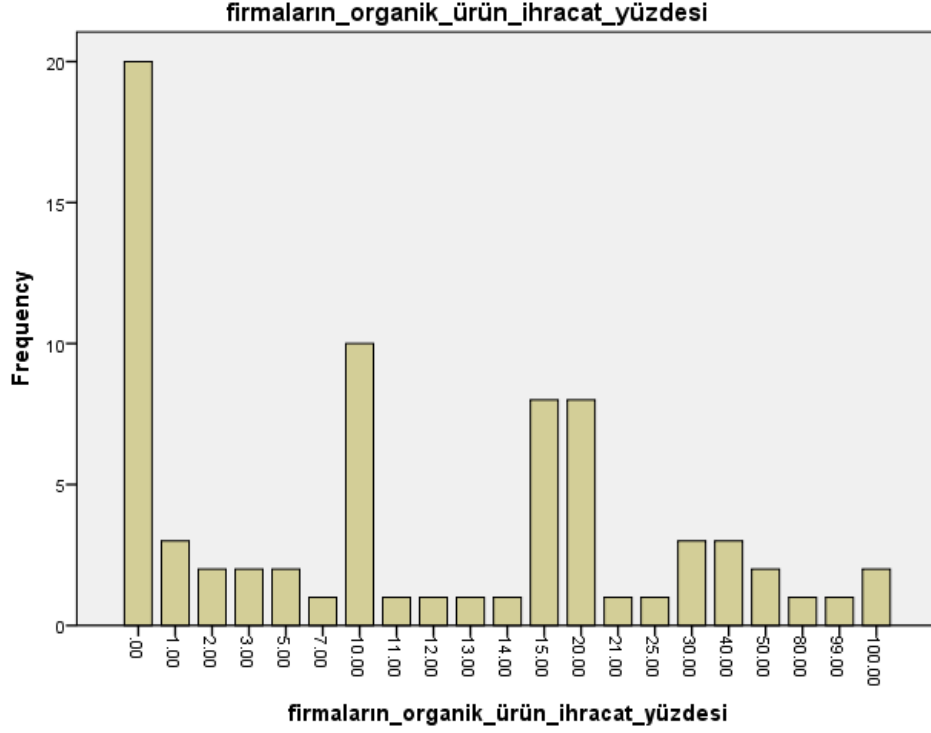


**Tablo 21.** Firmaların Kalite Güvenlik Belgesi Bulundurma Oranı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Valid yoktur	2	2.7	2.7	2.7
vardır	72	97.3	97.3	100.0
Total	74	100.0	100.0	

Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçısı firmaların Organik Ürün İhracat Yüzdeleri Şekil 7'de sunulmuştur. İncelenen 74 firmanın 20'sinin organik ürün ihraç etmediği ve bu firmalarının oranının %27 olduğu, dolayısıyla firmaların %73'ünün %1 veya daha fazla oranda organik ürün ihraç ettiği saptanmıştır. İhracatçı firmaların %13,5'inin %10'luk organik ürün ihracat yüzdesi ile en yüksek paya ulaştığı bu firmaları %10,8'lik benzer oranlar ile %15 ve %20'lik organik ürün ihracat yüzdesine sahip olan firmalar izlemektedir. Firmaların %2,7'si ise tamamen organik ürün ihraç etmektedir. Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçısı firmaların %80'i Organik Ürün İhracatı gerçekleştirmektedir. Bu firmaların 10'u, %10'luk bir organik ürün ihracat yüzdesine sahiptir, bunu sırasıyla %15, %20, %30, %40 ve %50 organik ürün ihracat yüzdesine sahip firmalar izlemektedir.

**Şekil 7.** Firmaların Organik Ürün İhracat Yüzdesi



Tablo 22, SPSS istatistik paket programı kullanılarak oluşturulan regresyon modelinin özetini göstermektedir. Bu kapsamda modelin açıklayıcılığını gösteren çoklu korelasyon katsayısı (R) 0,754 ve R Kare ise 0,538'dir. Dolayısıyla, bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı % 53,8'dir. Oto korelasyon testi olan Durbin-Watson değeri 0 ile 4 arasında yer almalıdır. İdeali 2'dir. Bu modelde Durbin-Watson değeri 2,1'dir dolayısıyla artık terimler (residuals) arasında oto korelasyon yoktur.

**Tablo 22.** Model Özeti

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Tahmini Standart Hata	Durbin-Watson
1	.754 <sup>a</sup>	.569	.538	.99432	2.100

a. Predictors: (Constant), firmaların\_kalite\_güvenlik\_belgesi\_bulundurma\_oranı, firma\_faaliyet\_yılı, firmaların\_organik\_ürün\_ihracat\_yüzdesi, firmanın\_ihracat\_yaptığı\_ülke\_sayısı, firmanın\_çalışan\_sayısı

b. Dependent Variable: firmanın\_yıllık\_ihracat\_hacmi

Tablo 23’de yer alan Varyans Analizi: Anova Tablosu sonuçlarına göre, anlamlılık değeri 0,05’den küçük olduğu için çoklu regresyon katsayısı %5 anlamlılık seviyesinde geçerlidir. Buna göre bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki anlamlı ve geçerlidir.

**Tablo 23.** Varyans Analizi: Anova Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	Anlamlılık
1 Regression	88.824	5	17.765	17.968	.000 <sup>b</sup>
Residual	67.230	68	.989		
Total	156.054	73			

a. Dependent Variable: firmanın\_yıllık\_ihracat\_hacmi

b. Predictors: (Constant), firmaların\_kalite\_güvenlik\_belgesi\_bulundurma\_oranı, firma\_faaliyet\_yılı, firmaların\_organik\_ürün\_ihracat\_yüzdesi, firmanın\_ihracat\_yaptığı\_ülke\_sayısı, firmanın\_çalışan\_sayısı

Tablo 24 regresyon analizindeki bağımsız değişkenlerin; standart olmayan katsayılar (unstandardized coefficients), standart katsayılar (standardized coefficients), t istatistiği, anlamlılık (significance) düzeyi ve bağıntı istatistikleri (collinearity statistics) kapsamında istatistiksel sonuçlarını göstermektedir. Çoklu doğrusal bağlantı (multicollinearity) olup olmadığı Varyans Artış Faktörü (VIF) değerine bakılarak anlaşılmaktadır. VIF değeri 10’dan küçük eşit ise çoklu doğrusal bağlantı yoktur. Bu modele giren tüm değişkenlerin VIF değerleri 10’dan küçük olduğu için çoklu doğrusal bağlantı yoktur. Oluşturulan regresyon modeli varsayım testlerinden geçmiştir. Tablo 24’de yer alan sonuçlara göre, firma çalışan sayısı ve firmaların organik ürün ihracat yüzdesi değişkenlerinin anlamlılık değeri (significance) 0,05 değerinden düşüktür. Dolayısıyla bu değişkenlerin %5 anlamlılık düzeyinde firmaların yıllık ihracat hacmi üzerinde etkisi vardır. Firmaların çalışan sayısı ve organik ürün ihracat yüzdesi arttıkça firmaların yıllık ihracat hacmi de artmaktadır.

**Tablo 24.** Katsayı Tablosu

Model	Standart olmayan Katsayılar		Standart Katsayılar	t İstatistiği	Anlamlılık	Bağıntı İstatistikleri	
	B	Standart Hata	Beta			Tolerans	Varyans Artış Faktörü (VIF)
1 (Constant)	-.441	.745		-.593	.555		
fırma_faaliyet_yılı	.075	.084	.102	.888	.378	.485	2.062
fırmanın_ihracat_yaptığı_ülke_sayısı	.005	.017	.031	.293	.770	.551	1.814
fırmanın_çalışan_sayısı	.878	.186	.615	4.729	.000**	.375	2.667
firmaların_organik_ürün_ihracat_yüzdesi	.011	.005	.166	2.067	.043**	.981	1.019
firmaların_kalite_güvenlik_belgesi_bulundurma_oranı	.588	.757	.066	.776	.440	.887	1.127

a. Dependent Variable: firmanın\_yıllık\_ihracat\_hacmi

Faktör analizi sonuçları ise Tablo 27’de sunulmuştur. Faktör analizinin ilk turunda 63 bileşen incelenmiştir. Döndürme işleminde varimax yöntemi kullanılmıştır. Bileşenlerin 0,50 değerinin altında olanlar çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Faktör analizinde her faktör analizi için uygunluğu Kaiser- Meğher-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett küresellik (sphericity) testiyle incelenebilir. Faktörleşebilirlik (factorability) için KMO’ değeri %60’tan büyük olması önerilir. Tablo 25’de görüldüğü üzere yapılan analiz sonucunda hesaplanan KMO değeri %76,8’dir ve bu değer önerilen değerden yüksektir. Dolayısıyla elde edilen veriler faktör analizi için uygundur. Bartlett testi ise değişkenler arasında ilişki olup olmadığını kısmi korelasyonlar temelinde inceler. Tablo 25’de görüldüğü gibi Bartlett testi sonuçları 2833,427 ve önemlilik ise 0,000 bulunmuştur. Her iki sonuçta örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmak için uygun olduğu göstermiştir.

**Tablo 25.** KMO and Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.768
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2833.427
	df	666
	Sig.	.000

Toplam varyans analizi sonuçları Tablo 26'da sunulmuştur. Faktör sayısının belirlenmesinde çeşitli kriterler olmakla birlikte, ilk uygulanan faktör analizinde 8 bir faktörlü model oluşturulmuştur. Türetilen faktörün öz değeri 1.010'dur. Açıklanan varyans yüzdesi kriterine göre bu 4 faktörün açıkladığı kümülatif toplam varyans asal bileşenler yöntemine göre %79,691, asal-ksen yöntemine göre de %79,691'dir. Tablo 26'da görüldüğü üzere açıklanan varyans yüzdeleri sosyal bilimlerde önerilen %60'lık oranın oldukça üstündedir.

**Tablo 26.** Toplam Varyans Analizi

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	15.252	41.222	41.222	15.252	41.222	41.222	9.249	24.998	24.998
2	4.093	11.063	52.285	4.093	11.063	52.285	6.824	18.443	43.441
3	3.125	8.447	60.732	3.125	8.447	60.732	3.008	8.129	51.570
4	1.790	4.839	65.571	1.790	4.839	65.571	2.896	7.827	59.397
5	1.580	4.271	69.842	1.580	4.271	69.842	2.806	7.582	66.979
6	1.547	4.182	74.024	1.547	4.182	74.024	1.870	5.053	72.033
7	1.087	2.938	76.961	1.087	2.938	76.961	1.666	4.502	76.535
8	1.010	2.730	79.691	1.010	2.730	79.691	1.168	3.156	79.691
9	.861	2.328	82.019						
10	.762	2.060	84.079						
11	.674	1.821	85.900						
12	.586	1.583	87.483						
13	.530	1.432	88.915						
14	.479	1.295	90.210						
15	.427	1.155	91.365						
16	.367	.992	92.356						
17	.356	.962	93.318						
18	.321	.868	94.186						
19	.293	.793	94.979						
20	.266	.720	95.699						
21	.214	.579	96.278						
22	.197	.533	96.811						
23	.183	.496	97.307						
24	.143	.386	97.693						
25	.130	.351	98.044						
26	.119	.321	98.366						
27	.098	.265	98.631						

28	.092	.249	98.879						
29	.082	.222	99.101						
30	.075	.201	99.303						
31	.064	.172	99.475						
32	.055	.148	99.622						
33	.048	.129	99.751						
34	.039	.104	99.855						
35	.024	.065	99.920						
36	.016	.044	99.964						
37	.013	.036	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tablo 27’de yer alan rotasyon matrisi sonuçlarına göre elde edilen 37 bileşene ilişkin 8 ana faktör belirlenmiştir. Çalışmaya ilişkin faktör ve alt faktörler Tablo 28’de sunulmuştur.

**Tablo 27.** Bileşenlerin Rotasyon Matrisi

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
modern_üretim_teknolojisi		.829						
tescil_belgeli_teknik_bilgi		.855						
ARGE_bütçesi				.627				
güncel_piyasa_bilgisi		.847						
rakiplerle_ilgili_bilgi		.802						
ihracatçılarının_yurtdışı_bağlantıları		.864						
Üst_yönetim_tutumu					.617			
risk_yönetimi		.656						
alıcı_ülkelerle_ilgili_mevzuat_bilgisi		.599						
kalite_güvenlik_belgesi	.832							
ambalaj	.785							
üreticinin_güvenli_gıda_üretimi	.873							
üreticinin_yüksek_kalite_standartları	.870							
üreticinin_üretim_standartları_bilgisi	.873							
Üretici_eğitim_ve_bilinçlendirme_çalışmaları	.875							
tüccar_ve_üretici_denetimlerinin_arttırılması	.797							
devletin_üreticiye_üretim_standartlarını_öğretmesi	.786							
ihracatçının_üreticiyi_kaliteli_ürünle_ilgili_desteklemesi	.837							



organik_kuru_meyve_üretiminin_arttırılması	.799						
kuru_meyve_üretim_hacminin_artması							.528
iklim_koşulları	.678						
yeni_ürün_geliştirme				.853			
kuru_meyveyle_ilgili_ARGE				.786			
ürün_çeşitlemesi				.711			
kaliteli_hammadde_alışı						.671	
ürün_alımında_kaliteli_ürünün_bulunmaması						.676	
Kredi_kullanım_koşulları			.693				
devlet_desteği_ve_teşvikler			.777				
tarımsal_destekler			.651				
soğuk_hava_depoları						.694	
ürün_geliştirme_projeleri			.676				
reklam_ve_tanıtım					.675		
iletişim_araçları					.779		
reklam_ve_tanıtımın_devlet_tarafından_yapılması					.765		
hedef_pazarlara_yönelik_tanıtım_çalışmaları					.509		
Türk_kuru_meyvelerinin_yurtdışında_tanıtılması							.870
Türkiyenin_kuru_meyve_ihracatında_dünyadaki_yeri							.825

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 12 iterations.

**Tablo 28.** Faktör ve Alt Faktörler

<b>1. Faktör: Üretim Stratejileri</b>	Firmaların kalite güvenlik belgesine sahip olması ihracatı olumlu etkiler
	Üretilen kuru meyve ambalajlamasının uluslararası düzeyde olması ihracatı olumlu etkiler
	Üreticinin güvenli gıda üretimi yapması ihracatı olumlu etkiler
	Üreticinin kalite standartlarını yükseltmesi ihracatı olumlu etkiler
	Kuru meyve üreticilerinin üretim standartlarını bilmesi ihracatı olumlu etkiler
	Üretici eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının artırılması ihracatı olumlu etkiler
	Tüccar ve üretici denetimlerinin artırılması ihracatı olumlu etkiler
	Üretim ile ilgili standartların devlet tarafından üreticiye öğretilmesi ihracatı etkiler
	İhracatçının üreticiyi kaliteli ürün üretebilmesi için desteklemesi ihracatı olumlu etkiler
	Türkiye organik kuru meyve üretiminin artırılması ihracatı olumlu etkiler
	İklim koşulları ihracatı etkiler
<b>2. Faktör: Kalite ve Tedarikçiler</b>	Firmaların modern üretim teknolojisi ve donanımına sahip olması ihracat performansını olumlu etkiler
	Firmaların ihracat faaliyetleri için tescilli teknik bilgiye sahip olması ihracatı olumlu etkiler
	İhracatçılar tarafından üretim, tüketim ve dış ticaret gelişmelerinin yakından takip edilmesi ihracatı olumlu etkiler
	Firmaların ihracat pazarlarındaki rakiplerle ilgili bilgiye sahip olması ihracatı olumlu etkiler
	Kuru meyve ihracatında ihracatçıların yurt dışı bağlantılarının kuvvetli olması ihracatı olumlu etkiler
	Firma yönetiminin ihracata yönelik potansiyel problemlere ve tehditlere karşı önceden önlem alma davranışı ihracatı olumlu etkiler
	Alıcı ve/veya rakip ülkelerin gıda ve gıda ithalatı mevzuatlarının yeterince bilinmesi ihracat performansını

	olumlu etkiler
<b>3. Faktör:</b> <b>Finansman ve Teşvikler</b>	Kredi kullanım koşullarında karşılaşılan sorunlar ihracatı olumsuz etkiler
	Kuru meyve ihracatında devlet desteği ve teşvikler ihracatı olumlu etkiler
	Tarımsal desteklerin artırılması ihracatı olumlu etkiler
	Kuru meyve ihracatını artırmada ürün geliştirme projeleri ihracatı olumlu etkiler
<b>4. Faktör:</b> <b>AR-GE</b>	Firmaların ihracat faaliyetleri için araştırma & geliştirmeye para harcamaları ihracat performansını etkiler
	Kuru meyve ile ilgili yeni ürün geliştirme ihracatı olumlu etkiler
	Kuru meyve ile ilgili araştırma-geliştirme ihracat performansını etkiler
	Ürün çeşitlenmesine gidilmesi yeni pazar imkanları için ihracatı olumlu etkiler
<b>5. Faktör:</b> <b>Reklam ve Tanıtım</b>	Firma yönetiminin ihracata yönelik fırsatları belirleme ve değerlendirme tutumu ihracatı olumlu etkiler
	Kuru meyve tanıtımının ve reklamının yapılması ihracatı olumlu etkiler
	Kuru meyve reklamının çeşitli iletişim araçlarından sürekli yapılması ihracatı olumlu etkiler
	Kuru meyve ile ilgili reklam ve tanıtım faaliyetlerinin devlet tarafından yapılması ihracatı olumlu etkiler
	Hedef pazarlar olarak belirlenen ülkelere yapılan tanıtım çalışmaları ihracat performansını etkiler
<b>6. Faktör</b> <b>Tedarik Koşulları</b>	Ürün alımı sırasında kaliteli olmasına dikkat edilmesi ihracat performansını olumlu etkiler
	Ürün alımında kaliteli ürünün bulunamaması ihracatı olumsuz etkiler
	Soğuk hava depolarının desteklenmesi ihracatı olumlu etkiler
<b>7. Faktör</b> <b>Tanımlılık</b>	Türk kuru meyveleri yurt dışında yeteri kadar tanınmaktadır
	Türkiye kuru meyve ihracatında dünyada layık olduğu yerdedir

<b>8. Faktör</b> <b>Hammadde Üretim Hacmi</b>	Kuru meyve üretimini artırmak ihracatı etkiler
--	--

Tablo 28’de görüldüğü üzere 8 ana faktör; Üretim Stratejileri, Kalite ve Tedarikçiler, Finansman ve Teşvikler, AR-GE, Reklam ve Tanıtım, Tedarik Koşulları, Tanınırlık, Hammadde Üretim Hacmi olarak belirlenmiştir.



## SONUÇ

Kuru meyve sektörünün 2023 yılı için koyduğu 3 milyar ABD doları hedefine yıllık ortalama % 7 oranında artışla ulaşacağını öngörüsündeki hedef için 2013-2017 yılları arasındaki verilerde değer olarak 1,4 ve 1,3-milyar \$, miktar olarak 450 bin ton civarında kaldığı ve her yıl bu hedeften uzaklaştığı görülmüştür. Türkiye ihracat miktarı yaklaşık ortalama 250 bin ton kuru üzüm, 100 bin ton kuru kayısı, 65 bin ton kuru incir ve kalan kuru meyve ürünleri ise 65 bin tondur. İhracatı arttırmak ve sürdürülebilirliğini kılmak için; yeni dikim alanlarıyla üretimi arttırmak ve dolayısıyla ihracat rakamlarını yükseltmek gerekmektedir.

İhracatta her sektörde olduğu gibi gıda sektöründe de sorunlar yaşanmaktadır. Bu sorunların çözümü sonucunda ihracat performansında artışlar görülmesi kaçınılmaz olmaktadır. İhracatta yaşanan önemli sıkıntıların başında; geri gelen ürün partilerinin yurda girişinde yaşanan sıkıntılar, kuru incirde aflatoksin ve okratoksin sorunları, kuru üzümde pestisit ve okratoksin sorunları, kuru kayısıda kükürt, okratoksin ve pestisit sorunlarıdır.

Çalışmanın amacı Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçılarının yaşadığı sorunların analiz edilmesi ve ihracat hacminin arttırılabilmesi için çözüm önerilerinin geliştirilmesi kapsamındadır. Araştırma anket çalışması ile faktör analizi yapılarak faktörler ve ağırlıkları ve regresyon analizi yapılarak ihracat hacminin etkisine sebep olan bileşenler tespit edilmiştir. Çalışmada kuru meyve ihracatçılarının, kuru meyve ihracatının artırılmasına etki eden değişkenlerin bulunması amacıyla Ege Bölgesi'ndeki 74 şirketten elde edilen verilere çoklu regresyon modeli ve faktör analizi uygulanmıştır.

Regresyon analizinde bağımlı değişken firmanın yıllık ihracat hacmi iken; bağımsız değişkenler, firma faaliyet yılı, firmanın çalışan sayısı, firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı, firmaların organik ürün ihracat yüzdesi ve firmaların kalite güvenlik belgesi bulundurma oranı kullanılmıştır. Regresyon analizinde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler ile bu değişkenlere ait tanımsal istatistikler sonucunda; firmanın yıllık ihracat hacminde önemli etkiye sahip olan değişkenin firmaların organik ürün ihracat yüzdesi ile firmanın çalışan sayısının etkili olduğu gözlemlenmiştir. Firmaların çalışan sayısı ve organik ürün ihracat yüzdesi arttıkça firmaların yıllık ihracat hacmi de artmaktadır.

Günümüzde insanlar organik ürünü daha sağlıklı bulduğu için tercihlerini bu yönde yapmaktadırlar. Dünya organik ürün üretiminde hızla ilerlemektedir. Türkiye organik ürün yetirticiliğinde maalesef yeterli düzeyde değildir. Çalışmaya konu olan Ege Bölgesi'ndeki 74 kuru meyve ihracatçı firmasının %80'inin organik ürün ihracatı gerçekleştirmemesi bu durumu gözler önüne sermektedir. Türkiye'de organik kuru meyve üretimini hem daha sağlıklı bir nesil için hem de ihracat hacmindeki etkisinden dolayı arttırmak gerekmektedir.

Faktör analizi sonuçlarında, faktör analizinin ilk turunda 63 bileşen incelenmiştir. Döndürme işleminde varimax yöntemi kullanılarak bileşenlerin % 50 değerinin altında olanlar çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Rotasyon matrisi sonuçlarına göre elde edilen 37 bileşene ilişkin 8 ana faktör belirlenmiştir. Faktörler sırasıyla üretim stratejileri, kalite ve tedarikçiler, finansman ve teşvikler, Ar-Ge, reklam ve tanıtım, hammadde tedarik koşulları ve tanınırlık olduğu tespit edilmiştir.

Kuru meyve ihracatını artırabilmede en önemli etken üreticidir. Üreticinin yeterli bilgiye sahip olmasıyla birlikte kaliteli ürün üretmesi ihracattaki gıda güvenliği sorununu azaltacaktır. Bu konuyla alakalı olarak devletin ve özel kuruluşların çiftçiyi bilinçlendirme çalışmaları yaparak desteklemesi gerekmektedir. Üretim bölgelerinde, yasaklı veya ruhsatsız ilaçlamanın önüne geçilebilmesi için üretici ve bayii denetimleri arttırılmalıdır. Bakanlık tarafından ülkelerin gıda ve gıda ithalatı mevzuatlarını, üretim, tüketim ve dış ticaret gelişmelerini yakından takip edebilmesi amacıyla tarım ataşeleri atanmalı ve acil eylem komisyonları oluşturulmalıdır.

Kuru meyve ihracatını artırmadaki diğer önemli etken ise, ihracatçıdır. İhracatçıya düşen görev yeterli teknik bilgiye sahip olması, yurt dışı pazarını iyi takip etmesi, herhangi bir problem karşısında önceden tedbir alması ve özellikle alıcı ülkelerin gıda ve gıda ithalatı mevzuatlarını iyi bilmesi gerekmektedir. İncir, üzüm ve kayısının uluslararası düzeyde rekabet edebilmesi için ürünün kalitesinin arttırılması gerekmektedir. Üreticinin bilinçlendirilerek ürünün toplanma, uygun koşullarda kurutma ve iyi koşullarda saklanabilmesini, iyi tarım uygulamalarının yaygınlaştırılmasının sağlanması ve bu konularda devlet desteklerinin artması gerekmektedir. Kaliteli ürün üretiminde sözleşmeli tarım modeli desteklenerek yaygınlaştırılmalı ve işlevsellik kazandırılmalıdır. Ürünün kalitesinin bozulmadan saklanabilmesi için de soğuk hava depoları desteklenmelidir.

İhracatçının önündeki önemli sorunlar arasına giren finansman; kredi faizlerinin yüksekliği ve kredi kullanım koşullarının zorluğunun önüne geçilerek desteklenmesiyle çözüm bulacaktır. Ürünlerin daha kaliteli işlenebilmesi ve rakip ülkelerle rekabette güç kazanmasıyla sürdürülebilirliğin sağlanması için işletmelerde lazer ve x-ray gibi işleme makinelerinde yatırım desteklerinin artırılması gerekmektedir. İhracattaki artışı sağlamanın kaliteli ürün üretmek ve mevzuatların bilinmesinin yanında dünyada Türk kuru meyvelerinin bilinirliğini reklam ve tanıtım çalışmalarıyla arttırmak gerekmektedir.



## KAYNAKÇA

AB, 2019. <https://www.ab.gov.tr/p.php?e=50837> (Erişim tarihi: 15.03.2019).

Aba, G.Ö., Işın, Ş. (2014). Dünyada ve Türkiye’de İyi Tarım Uygulamalarının Gelişimi. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 19-25.

Ataseven, Y., Güneş, E. (2008). Türkiye’de İşlenmiş Organik Tarım Ürünleri Üretimi ve Ticaretindeki Gelişmeler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 25-33.

Ataseven, Y. (2014). Türkiye’de İyi Tarım Uygulamaları’na Yönelik Politikalardaki Gelişmeler. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi.

Aydın, B., Özkan, E., Aktürk, D., Kiracı, M.A., Hurma, H. (2015). Kırklareli, Edirne, Tekirdağ ve Çanakkale İllerinde Üreticilerin İyi Tarım Uygulamalarına Yaklaşımı. *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 28-41.

Ayhan, B., Bilici, S. (2015). Toplu beslenme sistemlerinde kullanılan gıda dezenfektanları. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü, *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 72(4), 323-336.

Aykol, B. (2009). İhracat Pazarlama Karması Kararları İçin Bilgi İhtiyaçlarının Belirlenmesi: Kuru İncir İhracatçıları Üzerinde Bir Uygulama. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İşletme Programı (Yayınlanmış Doktora Tezi).

Beyaz A., Onurbaş Avcıoğlu, A., Dayıoğlu M. A., Türker U. (2017). Tarımsal Üretimde Enerji Verimliliğinin Planlanması ve Sağlanması. 8. Enerji Verimliliği Forumu ve Fuarı, (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3721335).

Cengiz, F., Yücel, E. (2017). Pazarlama Faaliyetleri İçin Fuarların Önemi. Adnan Menderes Üniversitesi Seyehat ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 12, 72-80.

Çalışkan, V., Koç, H. (2012). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılışı Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.



- Çatı, K., Yıldız, S. (2007). Türkiye’de Kuru Kayısı Üretim Ve Pazarlama Problemleri ve Çözüm Önerileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 337-360.
- Çobanoğlu, F., Kocataş, H., Özen, M., Tutmuş, E., Konak, R. (2007). Türkiye Kuru İncir İhracatında İklim Faktörlerinin Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Değerlendirme. Ondokuz Mayıs Üniversitesi (OMÜ), *Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(1), 11-19.
- Çobanoğlu, F., Işın, F. (2009). Organik Kuru İncir Üreticilerinin Organik Tarım Sistemi Tercihini Etkileyen Kriterlerin Analitik Hiyerarşi Süreci İle Analizi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 15(2), 63-71.
- Çukur, F., Çukur, T. (2017). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi: Muğla İli Örneği, *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23(2), 187-194.
- Demirağ, K., Yılmaz, H. (2009). Gıda Güvenliği, Sürdürülebilirliği Ve Yerel Yönetimler. TMMOB İzmir Kent Sempozyumu. 647-656.
- Demiryürek, K. (2011). Organik Tarım Kavramı ve Organik Tarımın Dünya ve Türkiye’deki Durumu. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(1), 27-36.
- Durmuş, E., Yiğit, A. (2003). Türkiye’nin Meyve Üretim Yörelere. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 23-54.
- EİB Genel Sekreterliği. (2017). III. Kuru Meyve Çalıştayı Sonuç Raporu
- EİB. (2018). <http://www.eib.org.tr/default.asp> (Erişim tarihi: 12.10.2018).
- EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2012/ 2013 Sezonu Çalışma Raporu.
- EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013/ 2014 Sezonu Çalışma Raporu.
- EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2014/ 2015 Sezonu Çalışma Raporu.
- EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2015/ 2016 Sezonu Çalışma Raporu.

- EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2016/ 2017 Sezonu Çalışma Raporu.
- EİB Genel Sekreterliği. (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2017/ 2018 Sezonu Çalışma Raporu.
- Ekmekci, K., Acar, A. İ., Yurtlu, Y.B., Hasdemir, M. (2012). İyi Tarım Uygulamalarının Tarımsal Mekanizasyon Açısından Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 26 (1), 97-103.
- Ekodialog, 2019. Türkiye'de İhracatın Temel Sorunları ve Çözüm Önerisi. <http://www.ekodialog.com/Makaleler/ihracatin-temel-sorunlari-makale.html> (Erişim tarihi: 12.02.2019).
- Enerji Atlası, 2019. <https://www.enerjiatlası.com/elektrik-fiyatlari/> (Erişim tarihi: 12.02.2019).
- Erdoğan, A., Gürses, M., Sert, S. (2003). Erzurum'da Satışa Sunulan Köme (Cevizli Pestil Sucuğu) ve Kuru İncirlerin Aflatoksin İçeriklerinin Saptanması. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 34(1), 85-88.
- Erkan, N., Ü. Alakavuk, D., Tosun, Y. ř. (2008). Gıda Sanayinde Kullanılan Kalite Güvence Sistemleri. İstanbul Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi, *Journal Of Fisheriessciences Derleme Makalesi*, 2(1), 88-99.
- Erkmen, O. (2010). Gıda Kaynaklı Tehlikeler ve Güvenli Gıda Üretimi. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 53, 220-235.
- Ersoy, N., Tatlı, Ö., Özcan, S., Evcil, E., Coşkun, L., Erdoğan, E., Keskin, G. (2011). Üzüm ve Çilekte Pestisit Kalıntılarının LC-MS/MS ve GC-MS ile Belirlenmesi. *Selçuk Üniversitesi Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 25(2), 70-80.
- Genez, A. ř. (2018). Kriz Dönemlerinde Döviz Kuru Değişimi ve Değişimin Türkiye İhracatına Etkisi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Gül, M., Akpınar, M.G. (2006). Dünya ve Türkiye Meyve Üretimindeki Gelişmelerin İncelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 15-27.

- Güler, K. F., Heperkan, D. (2010). Kuru İncirde Fumonisin Varlığının Belirlenmesi. İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Gıda Mühendisliği Programı *İTÜ Dergisi*, 9(4), 45-52.
- Hepsağ, F., Yıldırım, A., Gölge, Ö., Hayoğlu, İ. (2016). Türkiye’de Üretilen ve Tüketilen Kuru Kayıslarda Kükürtdioksit Kalıntı Miktarlarının Belirlenmesi. Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Gıda Mühendisliği Bölümü, *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 20(1), 7-11.
- İloğlu, N. (2014). Coğrafi İşaretlerin Tescili Ve Denetimi Üzerine Farklı Ülke Sistemlerinin İncelenmesi Ve Türkiye Uygulaması. T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, (Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi).
- İşman, B. (2010). Aydın Yöresinde Yetiştirilen Kuru İncirlerdeki Fungus Florasına Ultraviyole Işınlamalarının Etkilerinin İncelenmesi. Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi).
- İTB. (2018). Ege Bölgesi Kuru İncir Rekoltesi Tahmin Heyeti Raporları.
- Kan, M., Gülçubuk, B. (2008). Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 57-66.
- Karahocagil, P., Tunalioglu, R., Taşkaya, B., Anaç, H. (2003). Turunçgiller Durum ve Tahmin: 2003/2004. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayın No: 111.
- Koçak, N. (2007). Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri Uygulama Sürecinde Temel Adımlar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(4), 135-157.
- Kuruçaylı, H., Şen, F. (2017). Kurutulmuş Organik Kuru Üzüm Meyvelerinde Farklı Ambalajların Raf Ömrü Süresince Kaliteye Etkileri. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Dergisi*, 14(2), 75-79.
- Oruç, H. (2005). Mikotoksinler ve Tanı Yöntemleri. *Uludağ Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 24(1-2-3-4), 105-110.
- Özbek, F. Ş., Fidan, H. (2010). Türkiye Ve Avrupa Birliği’nde Gıda Standartları. Selçuk Üniversitesi, *Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 24(1), 92-100.

- Özdede, A. (2010). Bir Yükseköğretim Kurumunda: ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Belgesine Sahip Olan Ve Olmayan Birimler Arasındaki Örgüt İklimi Farklılıkları: Dokuz Eylül Üniversitesi Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı Toplam Kalite Yönetimi Programı, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi).
- Özsoy, T. (2015). Coğrafi İşaretleme Katma Değer Oluşturmada Bir Araç Olarak Kullanımı. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 31-46.
- Polat, K., & Dellal, İ. (2016). Göksu Deltasında Çeltik Yetiştiriciliği Yapan Üreticilerin İklim Değişikliği Algısı ve İyi Tarım Uygulamaları Yapmalarında Etkili Faktörlerin Belirlenmesi. *TEAD, Araştırma Makalesi*, 2(2), 46-54.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı. (2019). <http://www.mfa.gov.tr/turk-ekonomisindeki-son-gelismeler.tr.mfa> (Erişim tarihi: 06.03.2019).
- T.C. Ekonomi Bakanlığı. (2012). 2023 Türkiye İhracat Stratejisi Ve Eylem Planı.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü. (2017). Tarım Ürünleri Daire Başkanlığı Sektör Raporları, Kuru İncir Raporu.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü. (2017). Tarım Ürünleri Daire Başkanlığı Sektör Raporları, Kuru Kayısı Raporu.
- T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. (2018). Çekirdeksiz Kuru Üzüm Raporu.
- T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. (2018). Kuru İncir Raporu.
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı (2019). Yeni Ekonomi Programı 2019/2021, Orta Vadeli Program.
- T.C. Malatya Valiliği. (2018) <http://www.malatya.gov.tr/kayisi-uygunluk-belgelendirme-ltd-sti>. (Erişim tarihi: 14.11.2018).
- TEPGE. (2017). T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, İncir Ürün Raporu.
- TEPGE. (2017). T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Kayısı Ürün Raporu.
- TİM. (2010). Türkiye 2023 İhracat Stratejisi Sektörel Kırılım Projesi. Kuru Meyve Ve Mamülleri Sektörü, Proje Raporu.

TİM. (2019). <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html> (Erişim tarihi: 06.03.2019).

Tiryaki, O. (2016). Türkiye’de Yapılan Pestisit Kalıntı Analiz Ve Çalışmaları. *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 32(1), 72-82.

Tosun, H., & Demirel, N. N., & Çoban, H. (2006). Üzüm ve Üzüm Ürünlerinde Okratoksin A Sorunu. *Celal Bayar Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 2(2), 141-145.

Ünal, M. R. (2010). Kayısı Araştırma Raporu, Fırat Kalkınma Ajansı.

Yükseler Z. (2018). IMF ve Yeni Ekonomik Program Tahminlerine göre Türkiye’nin görelî makroekonomik Performansı, 2018-2021 Dönemi Ülke Karşılaştırması, Technical Report.

## Ek 1

### 1. BÖLÜM: Genel Bilgiler

Bu bölümdeki sorular firmayı tanıttıcı demografik özellikleri belirlemeye yöneliktir. Lütfen en uygun olan cevabı işaretleyiniz veya ilgili boşluğu doldurunuz.

1. Firmanızın yıllık ihracat hacmi ne kadardır?

- < 2.500.000 \$  
 2.500.000 \$ -- 5.000.000 \$  
 5.000.001 \$ -- 10.000.000 \$  
 10.000.001 \$ -- 15.000.000 \$  
 15.000.001 \$ ve üzeri

2. Firmanızın sektördeki faaliyet gösterdiği deneyimi kaç yıldır?

- 0-5 yıl     6-10 yıl     11-15 yıl     16-20 yıl     21-25 yıl  
 25 yıl üzeri

3. Firmanızda çalışan kişi sayısı kaçtır?

- 1-9 kişi     10-49 kişi     50-249 kişi     250 kişi ve daha fazla

4. Firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı: .....

5. İhraç ettiğiniz ürünlerde organik ürün oranı %'kaçtır?

.....

6. Kalite güvenlik belgeniz var mı?

- Var     Yok

## BÖLÜM 2:

Lütfen aşağıdaki tablodaki bilgileri "1-5" arasında değerlendiriniz. Ölçeklerde (1), "Kesinlikle katılmıyorum", (5) "Kesinlikle katılıyorum" ifadelerine karşılık gelmektedir.

	Kesinlikle katılmıyorum				Kesinlikle katılıyorum
	1	2	3	4	5
Firmaların modern üretim teknolojisi ve donanımına sahip olması ihracat performansını olumlu etkiler.					
Firmaların ihracat faaliyetleri için tescilli teknik bilgiye sahip olması ihracatı olumlu etkiler.					
Firmaların ihracat faaliyetleri için araştırma & geliştirmeye para harcamaları ihracat performansını etkiler.					
İhracatçılar tarafından üretim, tüketim ve dış ticaret gelişmelerinin yakından takip edilmesi ihracatı olumlu etkiler.					
Firmaların ihracat pazarlarındaki rakiplerle ilgili bilgiye sahip olması ihracatı olumlu etkiler.					
Kuru meyve ihracatında ihracatçıların yurt dışı bağlantılarının kuvvetli olması ihracatı olumlu etkiler.					
Firma yönetiminin ihracata yönelik fırsatları belirleme ve değerlendirme tutumu ihracatı olumlu etkiler.					

Firma yönetiminin ihracata yönelik potansiyel problemlere ve tehditlere karşı önceden önlem alma davranışı ihracatı olumlu etkiler.					
Alıcı ve/veya rakip ülkelerin gıda ve gıda ithalatı mevzuatlarının yeterince bilinmesi ihracat performansını olumlu etkiler.					
Türkiye’de coğrafi işaretleme kalkınma olarak görülerek çalışmaların artırılması ihracatı olumlu etkiler.					
Lisanslı depoculuk sisteminin gelişmesi ihracat gelirini olumlu etkiler.					
Geri gelen ürünlerin yurda girişinde yaşanan kontrol ve analizler konusu ile ilgili olarak mevzuat desteği ihracatı olumlu etkiler.					

Lütfen aşağıdaki tablodaki bilgileri "1-5" arasında değerlendiriniz. Ölçeklerde (1), "Kesinlikle katılmıyorum", (5) "Kesinlikle katılıyorum" ifadelerine karşılık gelmektedir.

	Kesinlikle katılmıyorum				Kesinlikle katılıyorum
	1	2	3	4	5
Firmaların kalite güvenlik belgesine sahip olması ihracatı olumlu etkiler.					
Üretilen kuru meyve ambalajlamasının uluslararası düzeyde olması ihracatı olumlu etkiler.					



Tescilli kuru meyve coğrafi işaretlerinin artırılması ihracatı olumlu etkiler.				
Üreticinin güvenli gıda üretimi yapması ihracatı olumlu etkiler.				
Üreticinin kalite standartlarını yükseltmesi ihracatı olumlu etkiler.				
Kuru meyve üreticilerinin üretim standartlarını bilmesi ihracatı olumlu etkiler.				
Üretici eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının artırılması ihracatı olumlu etkiler.				
Tüccar ve üretici denetimlerinin artırılması ihracatı olumlu etkiler.				
Üretim ile ilgili standartların devlet tarafından üreticiye öğretilmesi ihracatı etkiler.				
İhracatçının üreticiyi kaliteli ürün üretebilmesi için desteklemesi ihracatı olumlu etkiler.				
Kuru meyvenin dünya standartlarında üretilmesi ihracatı olumlu etkiler.				
Türkiye organik kuru meyve üretiminin artırılması ihracatı olumlu etkiler.				
Organik üretimin geliştirilmesi ve ticaretinin artırılmasına yönelik desteklerin artırılması ihracatı				

olumlu etkiler.					
Üreticinin iyi tarım uygulamaları ile üretim yapması ihracatı olumlu etkiler.					
Kuru meyve üretimini artırmak ihracatı etkiler.					
Kuru meyve üretimindeki fazlalık pazarlama problemine sebep olarak ihracatı <b>olumsuz</b> etkiler.					
Kuru meyve daha çok üretmek yerine daha kaliteli üretmek ihracatı olumlu etkiler.					
İklim koşulları ihracatı etkiler.					

Lütfen aşağıdaki tablodaki bilgileri "1-5" arasında değerlendiriniz. Ölçeklerde (1), "Kesinlikle katılmıyorum", (5) "Kesinlikle katılıyorum" ifadelerine karşılık gelmektedir.

	Kesinlikle katılmıyorum				Kesinlikle katılıyorum
	1	2	3	4	
Kuru meyve ile ilgili yeni ürün geliştirme ihracatı olumlu etkiler.					
Kuru meyve ile ilgili araştırma-geliştirme ihracat performansını etkiler.					
Ürün çeşitlemesine gidilmesi yeni pazar imkanları için ihracatı olumlu etkiler.					
Ürün alımında ödeme şeklinin peşin olması ihracatı olumlu etkiler.					

Ürün alımında ödemenin satıştan sonra yapılması ihracatı olumlu etkiler.					
Ürün alış fiyatının Tariş'in alım fiyatlarına bakarak belirlenmesi ihracatı olumlu etkiler.					
Ürün alış fiyatının ürünün yurtdışındaki fiyatına bakarak belirlenmesi ihracatı olumlu etkiler.					
Ürün satış fiyatının Tariş'in satış fiyatlarına bakarak belirlenmesi ihracatı olumlu etkiler.					
Ürün satış fiyatının ürünün piyasada oluşan fiyatına göre belirlenmesi ihracatı olumlu etkiler.					
Ürün alımı sırasında kaliteli olmasına dikkat edilmesi ihracat performansını olumlu etkiler.					
Ürün alımı sırasında kaliteden ziyade ucuz olmasına dikkat edilmesi ihracat performansını olumlu etkiler.					
Ürün alımında kaliteli ürünün bulunamaması ihracatı <b><u>olumsuz</u></b> etkiler.					
Ürün alımında ürün fiyatlarının rekabetten kaynaklı fiyat yükselişleri ihracatı <b><u>olumsuz</u></b> etkiler.					
İhracatçı ürünlerini üreticiden alırsa daha güvenli gıda ile ihracat performansını artırır.					
İhracatçı ürünlerini aracı tüccarlardan alırsa daha güvenli gıda ile ihracat performansını artırır.					

Lütfen aşağıdaki tablodaki bilgileri "1-5" arasında değerlendiriniz. Ölçeklerde (1), "Kesinlikle katılmıyorum", (5) "Kesinlikle katılıyorum" ifadelerine karşılık gelmektedir.

	Kesinlikle katılmıyorum				Kesinlikle katılıyorum
	1	2	3	4	5
Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisinin Uygulamaya Aktarılması ve Performans Yönetimi projesinde 3 milyar dolarlık Kuru Meyve ve Mamülleri ihracat hedefine ulaşılacaktır.					
Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisindeki hedefe ulaşılabilmesi için yapılan çalışmalar yeterlidir.					
Dalgalı kur ihracat artışını büyük ölçüde <b>olumsuz</b> etkiler.					
Yüksek kredi faizleri yeni ihracatçı firmaların gelişmesini engelleyerek ihracatı <b>olumsuz</b> etkiler.					
Kredi kullanım koşullarında karşılaşılan sorunlar ihracatı <b>olumsuz</b> etkiler.					
Kuru meyve ihracatında devlet desteği ve teşvikler ihracatı olumlu etkiler.					
Tarımsal desteklerin arttırılması ihracatı olumlu etkiler.					
Soğuk hava depolarının desteklenmesi ihracatı olumlu etkiler.					
Kuru meyve ihracatını arttırmada ürün geliştirme projeleri ihracatı olumlu etkiler.					
Kuru meyve tanıtımının ve reklamının yapılması					

ihracatı olumlu etkiler.					
Kuru meyve reklamının çeşitli iletişim araçlarından sürekli yapılması ihracatı olumlu etkiler.					
Kuru meyve ile ilgili reklam ve tanıtım faaliyetlerinin devlet tarafından yapılması ihracatı olumlu etkiler.					
Kuru meyve ile ilgili reklam ve tanıtım faaliyetinin işletmelerin ortak yapması ihracatı olumlu etkiler.					
Kuru meyve ile ilgili reklam ve tanıtım faaliyetinin her işletme kendisinin yapması ihracatı olumlu etkiler.					
Kuru meyve reklamının üretim döneminde yapılması ihracatı etkiler.					
Hedef pazarlar olarak belirlenen ülkelere yapılan tanıtım çalışmaları ihracat performansını etkiler.					
Türk kuru meyveleri yurt dışında yeteri kadar tanınmaktadır.					
Türkiye kuru meyve ihracatında dünyada layık olduğu yerdedir.					