

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Celal BÜLBÜL

**FİNİKE PORTAKALI'NIN
SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABETİNİN ARAŞTIRILMASI:
DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ**

İktisat Ana Bilim Dalı
Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Programı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2011

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Celal BÜLBÜL

**FİNİKE PORTAKALI'NIN
SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABETİNİN ARAŞTIRILMASI:
DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ**

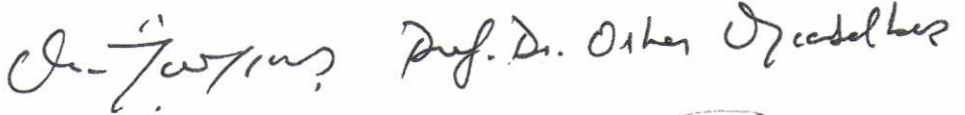
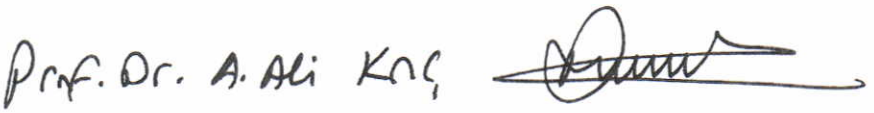
Danışman
Doç. Dr. Selim ÇAĞATAY

İktisat Ana Bilim Dalı
Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Programı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2011

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Celal BÜLBÜL'ün bu çalışması jürimiz tarafından İktisat Ana Bilim Dalı Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan :  Prof. Dr. Otker Özcelikler
Üye (Danışmanı) :  Doç. Dr. Selim Çiğdem
Üye :  Prof. Dr. A. Ali Kır

Tez Konusu: Flnike Portakalı'nın Sırdwüleblır Rekabeti'nin
Anastırması : Değer Zinciri Analizi

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 4.1.5/2011

Mezuniyet Tarihi : 11.05/2011

Prof. Dr. Mehmet ŞEN
Müdür

.....

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ.....	iii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vi
RESİMLER LİSTESİ.....	vii
GRAFİKLER LİSTESİ.....	viii
ÖZET.....	ix
SUMMARY.....	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE TURUNÇGİL SEKTÖRÜNÜN MEVCUT DURUMU..3

1.1 Dünya Turunçgil Sektörü.....	4
1.1.1 Dünya Turunçgil Üretimi.....	5
1.1.2 Dünya Turunçgil Ticareti.....	10
1.2 Türkiye Turunçgil Sektörü.....	17
1.2.1 Türkiye Turunçgil Üretimi.....	20
1.2.2 Türkiye’de Turunçgil Dış Ticareti.....	22

İKİNCİ BÖLÜM

METODOLOJİ.....	25
2.1 Amaç.....	26
2.2 Değer Zinciri Analizine Genel Bakış.....	28
2.3 Değer Yaratıcı Faaliyetler.....	28

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FİNİKE PORTAKALI DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ VE ARAŞTIRMA BULGULARI

.....	32
3.1 Finike Portakalının Seçilme Nedeni.....	32
3.2 Tüketici Değeri.....	33
3.2.1 Anket Bulguları.....	33
3.4.2 İngiltere'deki Tüketici Tercihleri.....	52

3.3 Materyal Akışı (Temel ve Destek Faaliyetler).....	54
3.3.1 Tarımsal Girdiler	56
3.3.1.1 Toprak ve Sulama	57
3.3.1.2 Gübre ve İlaç	58
3.3.1.3 Tarımsal Mekanizasyon ve İşgücü	65
3.3.2 Üretim	68
3.3.2.1 İyi Tarım Uygulamaları	71
3.3.2.2 Tarımsal Desteklemeler	72
3.3.2.3 Tarımsal Eğitim, Yayım ve Danışmanlık ile Reçete Yönetmeliği	75
3.3.3 İşleme / Paketleme.....	77
3.3.4 Lojistik	82
3.3.5 Satış	84
3.3.5.1 Finike Portakalı Pazarlama Kanalları	86
3.3.5.2 Arz Zincirindeki Fiyat Oluşumu.....	88
3.4 Bilgi Akışı ve İlişkiler	90
3.4.1 Türkiye, İspanya, Fas Kıyaslaması.....	94
SONUÇ	98
KAYNAKÇA	102
EK Anket Soru Formu	107
Ö Z G E Ç M İ Ş	112

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1 Dünya 1989-2009 yılları Turunçgil Üretimi (ton)	6
Tablo 1.2 Dünya Turunçgil Üretim Alanları (ha)	7
Tablo 1.3 Dünya Portakal Üretimi (2008).....	8
Tablo 1.4 Dünya Limon Üretimi (2008)	9
Tablo 1.5 Dünya Mandarin Üretimi (2008).....	9
Tablo 1.6 Dünya Greyfurt Üretimi (2008)	10
Tablo 1.7 Dünya Portakal İhracatı (2008).....	11
Tablo 1.8 Dünya Portakal İthalatı (2008).....	12
Tablo 1.9 Dünya Limon İhracatı (2008).....	13
Tablo 1.10 Dünya Limon İthalatı (2008).....	14
Tablo 1.11 Dünya Mandarin İhracatı (2008).....	14
Tablo 1.12 Dünya Mandarin İthalatı (2008).....	15
Tablo 1.13 Dünya Greyfurt (Altıntop) İhracatı (2008)	16
Tablo 1.14 Dünya Greyfurt İthalatı (2008).....	17
Tablo 1.15 Türkiye’de ve Dünyada Yetişen Bazı Turunçgil Çeşitleri.....	19
Tablo 1.16 Türkiye 1989-2009 yılları arası Turunçgil Üretimi (ton)	20
Tablo 1.17 Türkiye Turunçgil Üretim Alanları (ha)	21
Tablo 1.18 Dünya ve Türkiye Turunçgil Verimleri (kg/da).....	22
Tablo 1.19 Turunçgil İhracatı Yapılan İlk 20 Ülke.....	23
Tablo 1.20 Türkiye’nin Yıllar İtibariyle Turunçgil İhracat Miktar ve Değerleri	24
Tablo 3.1 Satın Alınan Meyve Sebzelerin Sağlıklı Olduğunu Düşünme Durumu	36
Tablo 3.2 İnternet Mağazalarından Meyve Sebze Satın Alma Durumu	37
Tablo 3.3 Finike Portakalının Duyulma Durumu	37
Tablo 3.4 Finike Portakalını Yeme Durumu	37
Tablo 3.5 Finike Portakalı Tabelası Görüldüğünde Finike Portakalının Tercih Edilme Durumu	38

Tablo 3.6 Finike Portakalı'nın Türk Patent Enstitüsünden Patent Aldığını Bilme Durumu...	38
Tablo 3.7 Portakal Satın Alınırken Dikkat Edilen Unsurların Dağılımı	39
Tablo 3.8 Portakalı Tüketme Tercihi	40
Tablo 3.9 Portakalın Değişik Tüketilme Şekilleri	40
Tablo 3.10 Kış Aylarında Portakalı Tüketme Sıklığı.....	41
Tablo 3.11 İyi Tarım Uygulamaları Hakkındaki Bilgi Düzeyi.....	41
Tablo 3.12 Sürdürülebilir Tarım Hakkında Bilgi Düzeyi	42
Tablo 3.13 Bilinçsiz ve Kontrolsüz Üretilen Portakal ile Sertifikalı ve Kontrollü Üretilen Portakalın Sağlık Açısından Değerlendirilmesi	42
Tablo 3.14 İzlenebilirlik Hakkındaki Bilgi Düzeyi.....	43
Tablo 3.15 Portakalın Hangi Bahçede Üretildiği, Hangi Uygulamalara Tabi Tutulduğu ve Üretim Yerinden Ne Zaman Yüklendi vb. Bilgilerin Gereklik Durumu	43
Tablo 3.16 Organik Tarım Sertifikalı Ürünler Tüketme Durumu	44
Tablo 3.17 Organik Tarım Sertifikalı Portakala Ödenmek İstenen Miktar	44
Tablo 3.18 İyi Tarım Uygulamaları Sertifikalı Portakala Ödenmek İstenen Miktar	45
Tablo 3.19 Gelir Düzeyi ile Meyve-Sebze Alışverişlerinin En Çok Yapıldığı Yer Karşılaştırılması.....	46
Tablo 3.20 Portakal Satın Alırken Dikkat Edilen Unsurların Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması.....	47
Tablo 3.21 Gelir Düzeyi ile Organik Tarım Sertifikalı Ürünleri Tüketme Durumunun Karşılaştırılması.....	48
Tablo 3.22 Gelir Düzeyi ile Organik Portakala Ödenmek İstenen Miktarın Karşılaştırılması	48
Tablo 3.23 Gelir Düzeyi ile İyi Tarım Uygulamalı Portakala Ödenmek İstenen Miktarın Karşılaştırılması.....	49
Tablo 3.24 Eğitim Düzeyi ile Meyve-Sebze Alışverişlerinin En Çok Yapıldığı Yer Karşılaştırılması.....	49
Tablo 3.25 Portakal Satın Alırken Dikkat Edilen Unsurların Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması.....	50

Tablo 3.26 Eğitim Düzeyi ile İyi Tarım Uygulamaları Hakkında Bilgi Düzeyinin Karşılaştırılması.....	51
Tablo 3.27 Eğitim Düzeyi ile Sürdürülebilir Tarım Uygulamaları Hakkında Bilgi Düzeyinin Karşılaştırılması.....	51
Tablo 3.28 Eğitim Düzeyi ile Organik Tarım Sertifikalı Ürünleri Tüketme Durumunun Karşılaştırılması.....	52
Tablo 3.29 Türkiye’de Azotlu, Fosforlu ve Potasyumlu Gübre İthalatı ve İhracatı (1000\$)..	60
Tablo 3.30 Dünyada ve Türkiye’de işlenen birim tarım arazisi ilkesine göre etkili bitki besin maddesi tüketimi (kg/ha).....	62
Tablo 3.31 Türkiye’de Pestisit Tüketim Miktarları (ton).....	63
Tablo 3.32 Türkiye’de Yıllar İtibariyle Pestisit İhracat ve İthalat Rakamları (1000\$).....	64
Tablo 3.33 Türkiye’de Yıllar İtibariyle Mekanizasyon Düzeyi.....	67
Tablo 3.34 Finike İlçesi Çiftçi Kayıt Sistemine Kayıtlı Turunçgil Üretim Miktarları (2010)	69
Tablo 3.35 Finike İlçesinde Büyüklüklerine göre Arazi ve İşletme Dağılımı (2010)	70
Tablo 3.36 Finike İlçesinde Turunçgil Yetiştiriciliği Yapan İşletme, Arazi Sayısı ve Dikili Alan.....	70
Tablo 3.37 Tarımsal Destekleme Araçları Destekleme Payı (%).....	73
Tablo 3.38 Arz Zincirindeki Fiyat Oluşumu	89
Tablo 3.39 Üretici Maliyetlerinin Yapısı	89
Tablo 3.40 Paketleme Tesisindeki Maliyet Yapısı	90
Tablo 3.41 Türkiye’nin İspanya ve Fas ile Çeşitli Konularda Kıyaslanması.....	95

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1 Değer Zinciri Faaliyetleri	29
Şekil 2.2 Değerin Yaratılması	31
Şekil 3.1 Portakal Değer Zincirinde Materyal Akışı	55
Şekil 3.2 Portakal Paketleme Tesislerinde Uygulanan İşlem Akış Şeması	78
Şekil 3.3 Finike Turunçgil Ürünlerinin Pazarlama Kanalları	88
Şekil 3.4 Finike Portakalı Değer Zincirinde Bilgi Akışı.....	91

RESİMLER LİSTESİ

Resim 3.1 Turunçgil Paketleme Tesisinde Yıkama Sonrası Kurutma Tüneline Giden Meyveler.....	78
Resim 3.2 Mumlama İşlemi	79
Resim 3.3 Turunçgil Paketleme Tesisinde Mumlama Sonrası İkinci Seçme	80
Resim 3.4 Turunçgil Paketleme Tesisinde Silindir Tip Boylama ve Dağıtım Bantları	80
Resim 3.5 Turunçgil Paketleme Tesisinde Tuşlu (Piyano) Tip Boylama Sistemi.....	81
Resim 3.6 Turunçgil Paketleme Tesisinde Paketleme Masaları	82
Resim 3.7 Turunçgil Paketleme Tesisinde Otomatik Parlaticı ve Satışa Hazır Ürünler	82

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 3.1 Cinsiyet Dağılımı	33
Grafik 3.2 Yaş Dağılımı.....	34
Grafik 3.3 Eğitim Durumu Dağılımı.....	34
Grafik 3.4 Aylık Gelir Durumunun Dağılımı.....	35
Grafik 3.5 Aylık Meyve-Sebze Harcamasının Dağılımı.....	35
Grafik 3.6 Meyve ve Sebze Alışverişlerinin İlk Tercih Edildiği Yer	36
Grafik 3.7 Portakal Satın Alınırken Dikkat Edilen Unsurların Önemlilik Düzeyi.....	39
Grafik 3.8 Çiftçi Olunması Durumunda 1. Hedeflenen Üretim Şekli	45

ÖZET

Günümüzde şirketler müşteri memnuniyetini sağlamak adına birçok çalışmalar yapmaktadır. Söz konusu gıda ürünleri olduğu vakit firmaların sorumlulukları daha da artmaktadır. Aynı paralelde insanlar gıda konularında bilinçlenmekte ve isteklerine göre şirketlerin eğilimlerini etkileyebilmektedir. Araştırmada Türkiye’de ve dünyada yaş meyve ticaretinde çok önemli bir konuma sahip olan turuncgillerin sektörel durumu ortaya konmuş, ülkemizde patent almış Finike Portakalı’nın *değer zinciri analizi* metodolojisi izlenerek sürdürülebilir rekabeti araştırılmıştır.

Değer zinciri analizi oluşturulurken, tüketicilerin portakal satın alırken nelere değer (önem) verdiği ve tüketici bilincini tespit etmek adına İstanbul ilinde anket çalışması yapılmıştır. Tedarik zincirindeki tüm aktörlerle (girdi temin ediciler, üreticiler, paketleme tesisleri, ihracatçılar, lojistik) birebir görüşmeler yapılmış, zincirdeki materyal akışı, bilgi akışı ve ilişkilerin boyutu değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda tüketici talepleri doğrultusunda tedarik sürecindeki her aşamada gelişim önerileri sunulmuştur.

SUMMARY

A RESEARCH OF SUSTAINABLE COMPETITION OF FINIKE ORANGE: VALUE CHAIN ANALYSIS

Nowadays, enterprises are working to ensure the customer satisfaction. The responsibility of companies is increasing when the issue is food products. Consumers are becoming more conscious about food products and also can affect the trends of companies according to their demands. In this study, current situation of citrus industry which is very important in Turkey's and world's fresh fruit trade is explained and sustainable competition of Finike Orange has been researched by following *value chain analysis* methodology.

While *value chain analysis* is created, a survey was conducted in İstanbul city in order to determine the consumer value and awareness when they purchase oranges. Face to face interviews have been done with all actors (input suppliers, producers, packing houses, exporters, logistics) in the supply chain and relationships, material and information flow along the chain is evaluated. As a result, proposals for improvement are presented in every stage of supply chain according to customer demands.

GİRİŞ

Türkiye'nin meyve sebze dışsatımında turunçgil ürünleri çok önemli bir yere sahiptir. Akdeniz, Ege ve Karadeniz bölgelerinde yoğunlaşmış olan üretim özellikle son yirmi yıl içerisinde artış göstererek üreticilere uzun vadede yüksek getiri kaynağı haline gelmiştir. Yeni çeşitlerin plantasyonu ile limon, portakal, mandarin ve greyfurt yılın dokuz ayı hasat edilebilmektedir. İç pazarda narenciye ürünlerin talebi oldukça yüksek olmakla beraber dünya ticaretinde de ülkemizin yeri tartışılmazdır. Türkiye coğrafi konumu itibariyle Avrupa ve Rusya gibi büyük pazarlara turunçgil ihracatı yapmaktadır. Ancak İspanya, Fas özellikle Çin ve Hindistan gibi ülkelerdeki üretim ve ticaret yapısının gelişmiş olması ve giderek daha da kuvvetlenmesi ciddi bir rekabet içerisinde olduğumuza işaretler. Hollanda, yüksek organizasyon ve ticaret kapasitesi ile hiçbir dikili ağacının bulunmamasına rağmen dünya turunçgil ihracatında ülkemizden daha fazla paya sahiptir.

Rekabetçi bir sektörde üreticiden tüketiciye her aşamada faaliyet gösteren aktörler ve firmalar iç ve dış pazarda müşterilerinin isteklerine en iyi ve en hızlı şekilde cevap verebilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada dünyada ilk kez Harvard Üniversitesi profesörü M. Porter tarafından 1985'de ortaya atılan *değer zinciri analizi* çerçevesinde anket çalışmaları yapılarak, Finike Portakalı'nın tedarik sürecindeki aktörler ve faaliyetler araştırılmış, tüketicilerin önem verdikleri konular öğrenilerek tedarik sürecinde gelişim önerileri sunulmuştur.

Tüketicinin izlenebilirlik, sürdürülebilirlik, iyi tarım uygulamaları vb. konularda tanım olarak bilgi seviyelerinin düşük olmasına rağmen bu konulara son derece ilgi duydukları ve kontrollü yapılan üretim sonucunda daha fazla fiyat ödemeye gönüllü oldukları ortaya çıkmıştır.

İyi tarım uygulamaları; sürdürülebilir ve izlenebilir tarımsal üretim gayesiyle çevre, insan ve hayvan sağlığını olumsuz etkilemeyen, doğal kaynakları koruyan bir üretim standardıdır. Kontrollü kimyasal girdi kullanımı ve tüm uygulamaların kayıt altına alınması ve işleme sonrası tüketiciye ulaşıncaya dek izlenebilmesi esas hedeflerdir. Bu çalışmada Finike Portakalı'nın tedarik sürecinde üretim ve paketleme seviyesindeki aktörlerin iyi tarım uygulamaları konusunda yeterli bilince sahip olmadığı anlaşılmıştır.

Üreticilerin kendi ürünlerini satarken tüccara genellikle güven duyduğu, üreticiler arasındaki bilgi alışverişinin ise yoğun olarak eş dost arasında olduğu öğrenilmiştir. Kaliteye ulaşmak ve üretim maliyetlerini düşürmek adına bu ilişkilerin geliştirebileceği kanısına varılmıştır. Bu güven ortamının zincirin devamında yani dış satımda aynı şekilde olmadığı, fiyatlar ve anlaşmalar konusunda zaman zaman problemlerin ortaya çıktığı belirtilmiştir.

Ülkemiz dünya turunçgil ticaretinde ön sıralarda yer almaktadır ancak rakip ülkelerin ticari yapılarındaki uygulamaları incelediğimizde, Türk ihracatçılarının uzun vadede kendilerini dış pazarda daha iyi konumlandırarak çalışmalar yapması gerektiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca yüksek kaliteye sahip Finike Portakalı'nın üretici fiyatlarının diğer bölgelerdeki portakala göre nispeten pahalı olduğu ve bundan dolayı ihracata söz konusu olmakta zorlandığı anlaşılmıştır. Yabancı uzmanların da önerdikleri üzere Türk ihracatçılarının fırsatçı olmaktan çok kaliteye ve uzun dönem ilişki kurmaya yönelik yapacağı çalışmalarla zorlukların aşabileceği düşünülmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde Türkiye ve dünyada turunçgil sektörü tanıtılmakta ve tarım sektörü içerisindeki önemi anlatılmaktadır. İkinci bölümde metodoloji yani *değer zinciri analizi* tanıtılmaktadır. *Değer zinciri analizinin* Finike Portakalı'na uygulanması ve elde edilen bulgular üçüncü bölümde anlatılmaktadır. Çalışmanın son bölümü sonuç ve önerilere ayrılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TURUNÇGİL SEKTÖRÜNÜN MEVCUT DURUMU

Turunçgiller, Portakal, mandarin, limon, greyfurt vb. ekonomik türler olmak üzere, değişik boyutlarda ve farklı şekillerde, kokulu, sulu ve değişik tatlarda çok farklı meyve türlerini ve bunların çeşitlerini içeren, yaprağını dökmeyen ağaç tipine sahip Rutaceae Ailesinin'nin Aurantioideae alt familyasının üyesi olan Citrus cinsine ait bir meyve grubudur. Çok yıllık bitkiler olan ve soğuk iklim koşullarına dayanıksız olan turunçgiller, ekvatorun 40 derece kuzey ve güney enlemleri arasında yer alan ülkelerin tamamında yetiştirilmektedir (Zenginoğlu ve Demirbaş, 2007, s.13).

Çeşitli bilim adamlarının iddialarına göre Turunçgillerin anavatanı Güney Asya, Hindistan ve Çin olmaktadır. Hindistan'da yetişen acı portakal ortaçağda Avrupa'ya Akdeniz üzerinden ulaşmıştır. Ancak 15.yy' da Ümit burnunun keşfi ile beraber Çinlilerin tatlı portakallarını Portekiz'e ulaştırdıkları bilinmektedir.

Portakal meyvesine Hindistan'da "naranga" ve Arabistan'da "naranc" denilmiştir ve bu isim Portekizlerin Çin'den dönüşleri ile beraber "portugal" ismini alarak dilimize de bu şekli ile yansımıştır. Portakal üretiminde Akdeniz Havzası içerisinde lider ülke olan İspanya'da halen "naranja" olarak telaffuz edilmektedir. Portakalın Latince ismi olan Citrus Sinensis, tür ismini Chinensis (Çin)'den almıştır. Dünyada 1000'in üzerinde turunçgil çeşidinin olduğu bilinmektedir.¹

Turunçgillerin dünyanın diğer bölgelerine yayılmaya başlaması milattan öncesine uzanmaktadır. Avrupa kıtasına ilk ulaşan tür ağaç kavunu (*Citrus medica* L.) olmuştur. Ağaç kavunu Persler tarafından İran'a oradan da İskender'in orduları tarafından Avrupa'ya ulaştırılmıştır. Turunç (*Citrus aurantium* L.) ve limonun (*Citrus limon* (L.) Burm. F.) M.S. 1. veya 2. yüzyılda Romalılarca ticaret yoluyla Avrupa'ya getirildiği bildirilmektedir. M.S. 2. yüzyıla ait Kartaca'da bulunan ve bu türlere ait olduğu düşünülen mozaikler bu görüşü desteklemektedir. Limonun anavatanı konusunda hala kesin bir görüş birliği olmamakla birlikte, M.S. 1175 ve 1178 yıllarına ait Fan Ch'eng-Ta ve Chou K'ü-Fei tarafından Çin'de yazılmış kaynaklarda bu türün tarif edildiği ve ismininde 'li-mung' olarak telaffuz edildiği

¹ www.finikedenportakal.com.

belirtilmektedir. 1150 yılına kadar ağaç kavunu, turunç ve limon, Araplar tarafından İspanya ve Kuzey Afrika'nın tamamına yayılmıştır. Yazılı kaynaklarda, M.S. 15. yüzyıla kadar Avrupa'da portakal (*Citrus sinensis* (L.) Osbeck) tarımı yapıldığına dair bir belge bulunamamıştır. Avrupa'da laym (*Citrus aurantifolia* (Christm.) Swing.) kültürü ile ilgili ilk kaynaklar M.S. 13. yüzyıla dayanmaktadır. Mandarinin (*Citrus reticulata* Blanco) Avrupa'ya gelmesi diğer türlere göre daha sonra olmuş ve ilk olarak 1805 yılında Çin'den İngiltere'ye oradan da Malta'ya getirilmiş ve yayılmıştır. Şadok (*Citrus maxima* (L.) Osbeck) ticaret yollarıyla uzakdoğudan gelmiş ve Araplar tarafından M.S. 12. yüzyılda İspanya'ya getirilmiştir. Kaptan Şadok tarafından tohumları Barbados adasına getirilmiş ve bu ismi alarak yetiştirilmeye başlanmıştır. Altıntop'un (*Citrus paradisi* Macf.) ise şadok orijinli olarak mutasyon yoluyla veya şans çöğürü olarak meydana geldiği düşünülmektedir. Amerika kıtasına turunçgillerin ulaşması 1493 yılından itibaren başlamış ve devam etmiştir (Kafa, 2010, s.1-2).

1.1 Dünya Turunçgil Sektörü

Turunçgiller, portakal, limon, mandarin ve altıntop gibi "Citrus" cinsine ait türleri içermektedir. Zengin bir C Vitamini içeriğine sahip olan turunçgiller insan sağlığı için çok önemlidir. Taze olarak tüketiminin yanında meyve suyu, konsantre, reçel, marmelat olarak çeşitli ürünlere işlenebildiği gibi kabuklarından da esans elde edilmektedir (Güven, 2010).

Turunçgiller, dünya üzerinde çok geniş bir alanda üretimi yapılabilen subtropik ürünlerdir. Özellikle son yıllarda ekolojik olarak isteklerinin karşılandığı ülkelerde ve bölgelerde yetiştiriciliği yaygınlaşmıştır. Tropik ve semitropik bölgelerde meyvede iç ve dış renklenme iyi olmamakta, aroma ve koku yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle bu bölgelerde sanayiye yönelik üretim yapılırken, sofralık üretim subtropik bölgelerde yapılmaktadır. Ülkemizin de içerisinde yer aldığı Akdeniz Havzası ülkelerinde çoğunlukla sofralık turunçgil üretimi yapılmakta ve bu ülkelerde değişik tür çeşitler yetiştirilmektedir. Ülkemizde ekolojik koşullar, Akdeniz ve Ege Bölgelerinde turunçgil yetiştiriciliğinin son derece başarılı şekilde yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bu nedenle ülkemiz ürün kalitesi bakımından diğer Akdeniz ülkeleri ile rahatça rekabet edebilecek potansiyele sahiptir (Uzun, 2005, s. 1).

Dünya üzerinde ise Akdeniz Havzası dışında Kuzey ve Güney Amerika, Çin, Hindistan gibi ülkelerde çok büyük miktarlarda üretim yapılmaktadır. Türkiye açısından dünya ülkeleri ile rekabet konusunda kaliteli meyve yetiştiriciliğinin yanında devlet desteği,

ürün işleme, maliyet, lojistik hizmet vb. konular da çok ciddi önem arz etmektedir. Örneğin ürün kalitesi çok yüksek düzey olamayan Çin, maliyet ve lojistik konusunda ön plana çıkarak dünya piyasasında çok rekabetçi olabilmektedir. Aynı şekilde Mısır hükümeti AB ile yaptığı gümrük anlaşmaları dolayısıyla üretime ve ürüne çok yüksek miktarda sübvansiyon vererek diğer ülkelerle rekabet etmeye çalışmaktadır. Ülkemizde ise 24 Aralık 2010 itibariyle Turunçgil ürünlerinin ihracatında ton başına 75 dolar olan devlet desteği 125 dolara çıkarılmıştır.

Sektördeki işleme ve paketleme konusunda son yıllarda yaşanan gelişmeler sayesinde deniz aşırı ülkelere yapılan ticaret hacmi artmıştır. Özellikle turunçgil konusunda lider bir ülke olan İspanya'nın, ürün işleme sırasında ürüne hem parlaklık ve gösteriş katan, hem de raf ömrünü uzatan mumlama işlemi konusunda çok başarılı olması, rekabetçi avantajını daha da arttırmaktadır. Ayrıca İspanya ve A.B.D gibi ülkelerde, üretim teknolojisinin ve bilgi düzeyinin yüksekliği kalite ve verime etki ederek üretime değer katmaktadır. Bu avantajların aksine İspanya'da işçilik maliyetleri çok yüksektir. Standart bir işçilik 40 avro, budama işçiliği 75 avro iken Türkiye'de bu rakam 2010 yılı için yaklaşık 15-20 avro olmuştur.

1.1.1 Dünya Turunçgil Üretimi

FAO istatistiklerine baktığımızda dünya turunçgil üretiminde en belirgin fark geçtiğimiz yirmi yıl içerisinde gözlenmektedir. Bu sebepten dolayı bu çalışmada geçmiş yirmi yılın verileri incelenmiştir.

Tablo 1.1'de dünya turunçgil üretimi incelendiğinde, 1989 yılından 2009 yılına kadar dünya toplam turunçgil üretimi %56'lık bir artışla 79 milyon tondan 124 milyon tona yükselmiştir. En büyük artışı 2.3 kat, artarak 13 milyon tondan 30 milyon tona çıkan mandarin üretimi sağlamıştır. Dünya genelinde ticari olarak yetiştirilen turunç, bergamot, şeker portakalı vb. çeşitler tabloda "Diğer" olarak değerlendirilmiştir. Anaç kullanımı, reçel marmelat yapımında turunç ve bergamot ön plana çıkmaktadır. Turunç bitkisi ülkemizde ve dünyada başta Washington Navel portakallar olmak üzere birçok çeşidin anacı olarak kullanılmaktadır.

Tablo 1.1 Dünya 1989-2009 yılları Turunçgil Üretimi (ton)

	Portakal	Limon	Greyfurt	Mandarin	Diğer*	Toplam
1989	50877757	7110780	4719270	13055800	3643332	79406939
1990	49704897	7248278	4073063	12540715	3890193	77457146
1991	51952714	7835162	4293840	13634008	4349156	82064880
1992	54360135	7948177	4277147	13750517	4613493	84949469
1993	55554069	8438462	4877917	14445574	4971481	88287503
1994	54843584	8455874	4733097	14939184	4789036	87760775
1995	58617791	8618508	5164404	16050967	4863176	93314846
1996	60888204	9094171	5161571	15711221	5054293	95909460
1997	65716694	9678835	5334181	19003494	5397338	105130542
1998	61780554	9704094	5024058	17565263	5611873	99685842
1999	61847978	10430002	5045988	20021948	6677802	104023718
2000	63812015	11209216	5404274	18303376	6559349	105288230
2001	60117474	11979655	5160068	20824318	6807612	104889127
2002	62003503	12056645	4906756	21358129	6739379	107064412
2003	59607707	12362030	4813649	22034727	6798764	105616877
2004	64832564	12073397	4982596	23416940	7014766	112320263
2005	62927295	12117830	4045466	23750064	7082382	109923037
2006	65539951	13164949	4360643	25893747	7132936	116092226
2007	65294602	13057963	4613985	27803940	7440263	118210753
2008	68599338	13522634	4663384	30035799	7757069	124578224
2009	67601635	13949600	4496868	30587778	7778197	124414078

Kaynak: FAO, 2011.

* Turunç, bergamot, tatlı portakal vd.

Limon ve lime çeşitleri %96'lık bir artışla 2009 yılında yaklaşık 14 milyon ton olmuştur. Portakal çeşitleri 50 milyon tondan 67,6 milyon tona ulaşmıştır. Greyfurt üretim alanları 30.000 ha artmış ancak üretimde azalmalar meydana gelmiştir. Bunun yegane sebebi ise dünya greyfurt üretimindeki verim düşüklüğüdür. İlerleyen bölümlerde verim konusunda detaylı bilgi verilecektir.

Limon ve lime çeşitlerinin üretim alanı %79 artmış ve yaklaşık 1 milyon ha olmuştur. Portakal üretim alanları %35 artarak 4,2 milyon hektara, mandarin ise 1,25 milyon hektardan 2,16 milyon hektara çıkmıştır. Bu artışların sebebi dünya genelinde turunçgil ürünlerine olan

talebin artmasıyla beraber çeşitli ülkelerde yeni turunçgil plantasyonlarının kurulmasıdır. Son 20 yıllık süreçte üretim alanları yaklaşık 2,7 milyon ha artarak 8,7 milyon ha olmuştur.

Tablo 1.2 Dünya Turunçgil Üretim Alanları (ha)

Dünya Turunçgil Üretim Alanları (ha)				
	Portakal	Limon	Mandarin	Greyfurt
1989	3094641	565209	1251862	218802
1990	3162415	565338	1306058	227979
1991	3280523	576579	1387644	221928
1992	3374502	604074	1362516	228440
1993	3279395	607908	1415683	236149
1994	3505249	617305	1428290	240179
1995	3540084	640094	1499617	247151
1996	3765623	665163	1553019	250051
1997	3849424	704367	1590853	258451
1998	3719832	729881	1654733	248076
1999	3778071	754313	1645659	249241
2000	3658363	803794	1638172	257869
2001	3611633	819551	1683761	258205
2002	3682145	815085	1744217	259750
2003	3671073	813253	1792429	259353
2004	3807744	834662	1856296	254944
2005	3840541	761467	1932495	269008
2006	3976639	967484	2043693	254241
2007	4152568	979573	2146551	254935
2008	4176254	1019231	2139426	250997
2009	4192351	1014635	2159170	250953

Kaynak: FAO, 2011.

Dünya portakal üretiminde lider ülke olan Brezilya 2008 yılında 18,5 milyon ton üretimi ile dikkat çekmektedir. Brezilya bu üretimiyle 3,2 milyarlık bir gelir elde etmektedir. Bu ülkenin ardında A.B.D. ancak Brezilya'nın yarısı kadar üretime sahip olmuş ve 9 milyon ton üründen 1,6 milyar dolar gelir elde etmiştir.

Tablo 1.3 Dünya Portakal Üretimi (2008)

	Ülkeler	Değer(1000\$)	Üretim(ton)
1	Brezilya	3257882	18538084
2	A.B.D.	1606402	9140790
3	Hindistan	772676	4396700
4	Meksika	756847	4306633
5	Çin	646920	3681125
6	İspanya	591716	3367000
7	İran	460392	2619735
8	İtalya	444174	2527453
9	Endonezya	408170	2322581
10	Mısır	375806	2138425
11	Pakistan	302448	1721000
12	Güney Afrika	267943	1524658
13	Türkiye	250808	1427156

Kaynak: FAO, 2011.

Türkiye, Güney Afrika'nın ardından 13. sırada olup yaklaşık 1,4 milyon ton üretim karşılığında 250 milyon dolarlık bir değer yaratmıştır.

Tablo 1.4'de, Hindistan'ın limon üretiminde 2008 yılı itibariyle birinci sırada yer aldığı ve üretilen yaklaşık 2,5 milyon ton limona karşılık 634 milyon dolar, ikinci sıradaki Meksika'nın 2,2 milyon ton limon üretilip 580 milyon dolarlık değer elde ettiği görülmektedir. Üçüncü sırada Arjantin 1,26 milyon ton ürüne karşılık 329 milyon dolar gelir etmeyi başarmıştır. Türkiye ise limon üretiminde 672.000 ton seviyesinde 8. sırada yer alırken 175 milyon dolar elde etmiştir.

Tabloda diğer bir dikkati çeken konu, İran limon üretiminin Akdeniz Havzasında lider konumda olan İspanya'nın 6000 tonluk farkla bir sıra önünde yer almasıdır. Aynı şekilde 18 milyon ton portakal üretimine sahip Brezilya yaklaşık 1 milyon ton limon üretmektedir.

Her iki tabloya da baktığımızda turuncgil ürünlerinin daha önce de bahsedildiği gibi dünyanın çeşitli coğrafyalarında çeşitli ülkelerde yetiştirilebildiği görülebilmektedir ve bu durum rekabeti ön plana çıkarmaktadır.

Tablo 1.4 Dünya Limon Üretimi (2008)

	Ülkeler	Değer(1000\$)	Üretim(1000ton)
1	Hindistan	634673	2429
2	Meksika	581208	2224
3	Arjantin	329225	1260
4	Brezilya	252231	965
5	Çin	239646	917
6	İran	181558	694
7	İspanya	180002	688
8	Türkiye	175704	672
9	A.B.D.	146727	561
10	İtalya	135374	518

Kaynak: FAO, 2011.

Dünya mandarin üretiminde lider ülke 2008 yılında tablo 1.5’de görüldüğü üzere 17 milyon ton ile Çin olmuştur. Bu üretim miktarı Çin Halk Cumhuriyetine 3,87 milyar dolarlık bir gelir sağlamıştır. Ancak Çin’deki olumsuz hava şartları 2010 sebebiyle üretimde %12’ye kadar bir düşüşe neden olmuştur. “Guangdong ve Hunan bölgelerinde mandarin üretim alanları artarken Zheijang’da üreticiler daha iyi kazanç sağlamak için mandarin yerine şeftali ve üzüm dikmeye başlamışlardır” (Scott, 2010, s. 2).

Tablo 1.5 Dünya Mandarin Üretimi (2008)

	Ülkeler	Değer(1000\$)	Üretim(1000ton)
1	Çin	3877068	17122
2	İspanya	501021	2212
3	Brezilya	244475	1079
4	Japonya	241374	1066
5	İtalya	178000	786
6	Mısır	171657	758
7	Türkiye	171288	756
8	Tayland	151708	670
9	Pakistan	144915	640
10	Kore	144103	636

Kaynak: FAO, 2011.

Mandarin üretiminde Çin Halk Cumhuriyetini İspanya ve ardından Brezilya izlemektedir. Türkiye ise 750.000 tonluk üretimi ve 171 milyon dolarlık geliriyle 7. sırada yer almaktadır.

Tablo 1.6 Dünya Greyfurt Üretimi (2008)

		Değer(1000\$)	Üretim(1000ton)
1	A.B.D.	239478	1404
2	Çin	103604	607
3	Meksika	67336	394
4	Güney Afrika	58138	340
5	İsrail	41111	241
6	Hindistan	31889	187
7	Arjantin	30695	180
8	Türkiye	28608	167
9	Küba	28325	166
10	Brezilya	12278	72

Kaynak: FAO, 2011.

FAO verilerinde greyfurt üretimi içerisinde özellikle son yıllarda üretimi hızla artan pomelo (shaddock) meyvesinin üretimi de dahil edilmektedir. 2008 yılında A.B.D 1,4 milyon ton üretim ile 239 milyon ton üretimi ile yaklaşık 240 milyon dolar gelir etmiş, ikinci sırada Çin ancak üretim rakamı ile A.B.D.’nin yarısına ulaşarak 607 bin ton ürün üretmiştir. Ülkemizde ise 167 bin tonluk üretime karşılık 28 milyon dolar elde edilmiştir.

1.1.2 Dünya Turunçgil Ticareti

Turunçgil ürünlerinin çok büyük bir payı taze olarak işlenmekte ve pazarlanmaktadır. Dünya pazarında bir önceki başlıkta görüldüğü üzere, ülkeler üretim kapasitesi paralelinde pazarda söz sahibi olmaktadır. Depolama, işleme ve taşıma teknolojilerinin gelişmesi ile beraber turunçgil ürünlerinin ticareti artmış, bugün itibariyle Türkiye’den Japonya’ya greyfurt, Çin Halk Cumhuriyeti’nden Türkiye’ye pomelo pazarlanabilmektedir. Ülkeler iç pazar ve dış pazar hedeflerine göre yeni turunçgil bahçeleri kurmuşlardır.

Tablo 1.7 Dünya Portakal İhracatı (2008)

		Miktar(ton)	Deger(\$)	\$/ton
1	İspanya	1298170	1236920	953
2	A.B.D.	585788	437537	747
3	Güney Afrika	970799	434848	448
4	Mısır	454401	238935	526
5	Hollanda	210167	213184	1014
6	Fas	294572	195712	664
7	Yunanistan	215152	143026	665
8	İtalya	127777	106795	836
9	Avustralya	106485	102711	965
10	Türkiye	161751	95679	592

Kaynak: FAO, 2011.

Dünya portakal ihracatında 1. sırada İspanya yer almaktadır. Dünyanın çeşitli pazarlarında İspanyol portakalı bir marka haline gelmiştir. Ülkede üretilen portakalın yarısına yakını, yaklaşık 1,3 milyon ton portakal ihraç edilmektedir. Tablo 1.7’de İspanya’dan ziyade dikkati en çok çeken ülke Hollanda’dır. Çünkü Hollanda ülkesinin daha önceki tablolarda da hatırlanacağı gibi hiç portakal üretimi yoktur. Ancak gerçekleştirdiği 210 bin ton portakal ihracatıyla Türkiye’yi geride bırakmıştır. Bunun sebebi Kuzey Avrupa ülkeleri için çok önemli bir coğrafyada bulunması ve işleme, satış, pazarlama konularında çok gelişmiş olmasıdır. Taze portakal konusunda net ihracatçı olan Hollanda aynı zamanda NFC teknolojisi ile üretilmiş portakal suyunda da FAO rakamlarıyla 582 bin ton ile yine net ihracatçı bir ülkedir.

Günümüzde turunçgil ürünleri taze olarak tüketilmesinin yanında işlenmiş meyve suyu ve ayrıca turunçgil özlü ürünler (esanslar) olarak üretilmektedir. Portakal suyu değişik şekillerde elde edilmektedir. Temel olarak dört şekilde üretilmektedir, FSOJ (Freshly Squeezed Orange Juice-Taze Sıkılmış), FCOJ (Frozen Concentrated Orange Juice-Dondurulmuş Portakal Suyu Konsantresi), NFC (Not From Concentrated) ve RECON (Refrigerated Orange Juice from Concentrate). FCOJ ile NFC arasındaki temel fark NFC sisteminde portakal sıkıldıktan sonra suyu ayrılmadan direk olarak pastörize edilip

işlenmektedir. RECON tipi üretim ise dondurulmuş olan konsantreye (posa) tekrar su ilave edilerek hazırlanmaktadır.²

18 milyon tonluk portakal üretimiyle dünya lideri olan Brezilya, 2008 yılında yaklaşık 40 bin ton ihracat gerçekleştirmiştir. Beklenenin aksine oluşan bu tablonun nedeni, portakalın ülkede yaşayan 190,5 milyon kişi tarafından çok talep görmesi ve ayrıca meyve suyu olarak işlenmesidir. Brezilya FAO verilerine göre 2008 yılında yaklaşık 780 bin ton konsantre ve 1,27 milyon ton NFC tekniği ile elde edilen meyve suyu ihraç etmiştir. Bu meyve suyu ihracatından da yaklaşık 2 milyar dolarlık gelir elde etmiştir. Bu ülkenin en büyük ihracat ürünü ise 11 milyar dolar değerindeki soya fasulyesidir.

Tablo 1.8 Dünya Portakal İthalatı (2008)

		Miktar(ton)	Değer(1000\$)	\$/ton
1	Almanya	524493	439570	838
2	Fransa	423274	437654	1034
3	Hollanda	485178	386115	796
4	Rusya Fed	501983	353844	705
5	İngiltere	298600	232742	779
6	Belçika	148242	166560	1124
7	Çin, Hong Kong	173290	147569	852
8	Kanada	204397	146074	715
9	İspanya	170616	134069	786
10	Kore	107888	110941	1028
11	B.A.E	164108	103728	632

Kaynak: FAO, 2011.

Almanya portakal ithalatında 524 bin ton ürün ve 439 milyon dolarlık gelir ile dünya sıralamasında birinci sırada yer almaktadır. İkinci sırada bulunan Fransa'da ise ton başına ithalat fiyatı 1034 \$ olmuştur. Fransa, Belçika ve Kore'de ton başına fiyatlar diğer ülkelere göre daha fazla gözükmemektedir. Bunun sebebi kaliteli ürün tercihi ile beraber pazara giriş fiyatlarının yüksekliği de olabilmektedir. Ülke piyasalarında pazara giriş fiyatları belirli zamanlarda öz üretimi ve rekabeti koruma amaçlı olarak değişebilmektedir. Rusya ise hem

² www.unctad.org/infocomm/anglais/orange/uses.htm.

İspanya'nın hem de Türkiye'nin en önemli pazarlarından olup 502 bin tonluk ihracat miktarıyla Almanya'nın ardından en çok portakal ithal eden ülke konumundadır.

Tablo 1.9 Dünya Limon İhracatı (2008)

	Ülkeler	Miktar(ton)	Değer(1000\$)	\$/ton
1	İspanya	315314	409841	1300
2	Arjantin	402212	388017	965
3	Meksika	487085	242315	497
4	Türkiye	221798	202874	915
5	Hollanda	117613	192442	1636
6	A.B.D.	147424	157793	1070
7	İtalya	63221	101756	1610
8	Güney Afrika	241185	77314	321
9	Brezilya	60335	48177	798
10	Belçika	27338	39406	1441

Kaynak: FAO, 2011.

İspanya portakal ihracatında 1. sıradaki yerini limon ihracatında da korumaktadır, ancak miktar bazında incelersek Meksika ve Arjantin'in ardından 3. sırada yer almaktadır. Meksika 487 bin tonluk ihracat miktarına rağmen ton başına 497 dolarlık bir satış fiyatı yakaladığı için değer olarak İspanya ve Arjantin'in gerisinde kalmıştır.

Türkiye ise bu ülkelerin hemen ardından 202,8 milyon dolarlık ihracat ile 4. sırada yer almaktadır. Tabloda yine dikkati çeken bir husus, Belçika ülkesinin hiç limon üretiminin olmamasına rağmen yüksek fiyatlarla re-export yaparak 39,4 milyon dolar gelir elde etmesidir. Ancak Belçika Hollanda'da portakal örneğinde olduğu gibi limonda net ihracatçı değildir. Aynı yıl içerisinde 62 milyon dolarlık limon ithalatı gerçekleştirmiştir.

Tablo 1.10 Dünya Limon İthalatı (2008)

	Ülkeler	Miktar(ton)	Değer(1000\$)	\$/ton
1	Almanya	137459	232527	1692
2	Hollanda	154729	208349	1347
3	Fransa	115440	196708	1704
4	A.B.D.	398203	190543	479
5	İngiltere	97621	143895	1474
6	Polonya	91660	136080	1485
7	İtalya	97627	132030	1352
8	Rusya Fed.	185166	128760	695
9	Japonya	59386	116388	1960
10	İspanya	73360	107500	1465
11	Kanada	58989	72717	1233

Kaynak: FAO, 2011.

Mandarin ihracatında yine en ön sırada İspanya yer almaktadır. 1,47 milyon tonluk ihracat rakamıyla rakiplerinin kat kat geride bırakıp 1,76 milyar dolarlık gelir elde etmiştir. Portakal ve limon ihracatında ön plana çıkamayan Çin Halk Cumhuriyeti düşük fiyatlara rağmen 609 bin tonluk ihracat ile 307 milyon dolar elde etmiştir. Türkiye ise diğer ürünlerde olduğu gibi mandarinde de 2008 yılında dünya sıralamasında 4. olmuştur.

Tablo 1.11 Dünya Mandarin İhracatı (2008)

	Ülkeler	Miktar (ton)	Değer(1000\$)	\$/ton
1	İspanya	1471380	1766230	1200
2	Çin	609153	307276	504
3	Fas	296097	209341	707
4	Türkiye	301319	196086	651
5	Hollanda	89382	112142	1255
6	Arjantin	95194	73921	777
7	Güney Afrika	111954	70196	627
8	İtalya	55951	52212	933
9	A.B.D.	36679	47923	1307
10	Pakistan	214816	47749	222

Kaynak: FAO, 2011.

Tablo 1.12 Dünya Mandarin İthalatı (2008)

		Miktar(ton)	Değer(1000\$)	\$/ton
1	Fransa	327369	434095	1326
2	Rusya Fed.	510184	406245	796
3	Almanya	332342	379078	1141
4	İngiltere	275554	324111	1176
5	Hollanda	180707	192836	1067
6	A.B.D.	110791	157639	1423
7	Kanada	122061	156560	1283
8	Polonya	157873	155041	982
9	Endonezya	109598	94299	860
10	İtalya	78247	94146	1203

Kaynak: FAO, 2011.

1990'lı yılların sonlarından itibaren, üretimi gibi ihracatı da yoğun bir şekilde artan mandarin, sunduğu çok çeşitli tüketim olanakları dolayısıyla dünya meyve ihracatında önemli bir yere sahiptir. İhracata konu olan en önemli mandarin çeşitleriye satsuma ve klemantin'dir. Son yıllarda tüketicilerin kolay soyulabilir turuncgil türlerine olan ilgisi artmış ve aroması yüksek klemantin çeşidine doğru bir eğilim meydana gelmiştir (Güven, 2010, s.8).

Dünya mandarin ithalatında Fransa 327 bin ton ve 434 milyon dolar ile lider konumdadır. İkinci sıradaki Rusya Federasyonu'nun 2008 yılındaki ithalat miktarı 510 bin ton ile Fransa'dan daha fazla olmuştur. Ancak değer olarak ise Fransa'nın ardında yer almasının sebebi, mandarinin özellikle Çin Halk Cumhuriyetinden düşük fiyatlara ithal edilmiş olmasıdır. Fransa ton başına ortalama 1326 dolar ile ithalat yaparken, Rusya 796 dolar ortalama ile ithalat gerçekleştirmiştir.

Tablo 1.13 Dünya Greyfurt (Altıntop) İhracatı (2008)

		Miktar(ton)	Değer(1000\$)	\$/ton
1	A.B.D	271730	194402	715
2	Hollanda	102897	112704	1095
3	Güney Afrika	184235	82459	448
4	Türkiye	130226	81776	628
5	Çin	100319	69486	693
6	Belçika	63687	59630	936
7	İsrail	51282	46154	900
8	İspanya	33371	34508	1034
9	Arjantin	33355	19747	592
10	Almanya	13943	15934	1143

Kaynak: FAO, 2011.

Greyfurt üretiminde ihracatında lider olan A.B.D.’de en çok greyfurt yetiştirilen bölge Florida’dır. Özellikle Florida meyve bahçelerini temsil eden ve eski çeşitler olan Ruby ve Ruby Red gibi pembe meyveler hakim durumdadır. Flame gibi kırmızı çeşitlerde yoğunlaşmaktadır. Texas eyaletinde ise kırmızı çeşitler yoğun olarak yetiştirilmektedir (AİB, 2011, s. 51) .

2008 yılında A.B.D.’de toplam 194 milyon dolarlık değer ile 271 bin ton greyfurt çeşitleri ihraç edilmiştir. İkinci sırada ise ihraç ettiği çoğu greyfurdu yine A.B.D.’den ithal eden Hollanda yer almaktadır. Türkiye ise 130 bin ton ihracat gerçekleştirirken 81 milyon dolarlık döviz elde etmiştir.

Narenciye üreticiliğinde lider ülkelerden biri olan Çin, kanser ve tristeza gibi hastalıkların türleri çok kısıtlaması nedeniyle altıntop (greyfurt) yetiştirememektedir. Ancak şadok (pomelo) üretiminde dünya lideridir. Florida’nın arzının önemli ölçüde düşmesiyle özellikle AB’de bu meyvenin ihracatı artma eğilimindedir (AİB, 2011, s. 40). Çin ise Türkiye’nin ardından dünya ihracatında 5. sırada yer almış ve 100 bin ton ihracat gerçekleştirmiştir.

Tablo 1.14 Dünya Greyfurt İthalatı (2008)

		Miktar (ton)	Değer(1000\$)	\$/ton
1	Japonya	184038	180197	979
2	Hollanda	146859	145092	988
3	Almanya	80978	93608	1156
4	Fransa	92387	90422	979
5	Belçika	75335	74730	992
6	Rusya Fed	89483	61013	682
7	İngiltere	43732	39306	899
8	Polonya	34742	36491	1050
9	Kanada	51263	31771	620
10	İtalya	29680	27563	929
11	Avusturya	21839	19527	894

Kaynak: FAO, 2011.

Tablo 1.14’de Japonya greyfurt ithalatında 180 milyon dolar ve 184 bin ton ürün ile birinci sırada yer almaktadır. Tabloda Rusya Federasyonu ve Kanada’nın en düşük fiyatlarla greyfurt ithalatı yaptığını görülmektedir. Bunun sebebi Kanada’nın A.B.D.’ye ve Rusya’nın Çin Halk Cumhuriyetine coğrafi olarak yakınlığı şeklinde yorumlanabilir. Yaş meyve sebzenin lojistiği, pahalı bir taşıma aracı olan frigorifik tır ve konteynırlarla yapıldığından pazarın yoğunluğuna göre ton başına taşıma maliyeti 500 dolara kadar çıkabilmektedir.

1.2 Türkiye Turunçgil Sektörü

Ülkemizin bulunduğu coğrafi konum itibarıyla her bölgesinde birden çok çeşit tarımsal ürünün yetiştirilebilmektedir. Karadeniz, Ege ve Akdeniz kıyıları turunçgil ürünleri için oldukça verimli toprak ve iklim yapısına sahiptir. Türkiye’de narenciye üretimi 1950’lerle beraber başlamış günümüzde çok çeşitli yörelerimizde temel ekonomik kaynak haline gelmiştir. Ülkemizde yetişen turunçgil ürünlerinin çok büyük bir bölümü yurt içinde taze olarak tüketilmektedir. Bu durum ülkemizde yaşayan vatandaşlarımızın taze tüketim alışkanlığının olduğunu göstermektedir.

Türkiye’nin çeşitli yerlerinde erkenci ve geççi birçok çeşit turunçgil ürünü yetiştirilmektedir. Eylül-Ekim ayları itibarıyla başlayan hasat mevsimi Nisan-Mayıs aylarına

kadar devam edebilmektedir. Portakal başta olmak üzere mandarin, limon ve greyfurt ile beraber ekonomik değeri çok yüksek olmayan bergamot, turunç vb. yetiştirilmektedir. Turunç meyvesi tatlı bir aromaya sahip olmadığından, kabuğu reçel olarak değerlendirilmekte veya turunçgil anacı olarak kullanılmaktadır. Bergamot kabuğu kurusu ise reçel olarak işlenmekle beraber çaylarla karıştırılarak çok hoş bir aroma yaratmaktadır.

Türkiye’de turunçgil yetiştiriciliği özellikle son yıllarda artış göstermiş, Antalya, Mersin ve Adana bölgelerinde üreticiler pamuk tarlalarını turunçgil bahçelerine çevirmişlerdir. 2006-2007 yılından itibaren ise basınçlı sulama projelerine verilen teşvik ile 5 yıllık faizsiz kredi imkanı ile çiftçiler daha verimli üretim şansına sahip olmaktadır. 1990’lı yılların başında İsrail’in geliştirmiş olduğu damlama sulama metodu, turunçgil meyvelerinde çok hızlı bir verim artışı sağlamış, aynı zamanda da doğal su kaynaklarını da etkin bir şekilde kullanma olanağı vermiştir. Modern turunçgil bahçeleri damla sulama sisteminin yanında mini-sprinkler (yağmurlama) ile de sulanmakta böylelikle dona karşı da bir önlem alınmış olmaktadır. Don olaylarına diğer bir çözüm olanağı getiren rüzgar pervanelerine ise özellikle Adana bölgesinde çok rastlanmaktadır. Rüzgar pervanesi toprağa yakın bölgedeki soğuk hava kütlelerini taşıyarak bir hava akımı meydana getirmekte ve don olayını engellemektedir.

Bu yöndeki üretim teknolojilerinin gelişimi ile verim artışının sağlanması ve son 20 yılda üretim alanlarının artış göstermesi Türkiye’de turunçgil rekoltesini hızla artırmıştır. İsrail bu teknolojiler sayesinde adeta hiçbir besin maddesi içermeyen verimsiz kumlu topraklarda dekar başına son derece yüksek verimler alabilmeyi başarmıştır.

Türkiye’de ne yazık ki 18,5 milyon hektar olan tarım arazilerinin sadece 8,5 milyonu sulanabilmektedir. Sulama randımanı ise yüzey sulamada %40, yağmurlamada %70 ve damla sulamada %90’dır. Ülkemizde DSİ sulamalarında 90000 hektardan fazla alan yağmurlama ile 12000 hektar alanda damla sulama ile sulanmaktadır (Çakmak, 2007, s. 216).

Tablo 1.15 Türkiye’de ve Dünyada Yetişen Bazı Turunçgil Çeşitleri

	Portakal		Greyfurt	Limon
Normal	Göbekli	Kan		Eureko
Hamlin	Washington	Moro	Marsh	Lisbon
Valencia	Navelina	Sanguinelli	Ruby Red	Kütdiken
Yafa	Navelate	Tarocco	Rio Red	Enterdonat
Salustiana	Lane Late		Henderson	İtalyan Memeli
Pera	Newhall		Star Ruby	Kıbrıs
Kozan	Thompson		Oroblanco	Lamas
Finike				Meyer
Alanya				
		Mandarin		
Satsuma	Akdeniz	King	Normal	
Owari	Yerli	King	Klemantin	Fortune
Clausellina			Marisol	Fremont
Miyagawa			Encore	Lee
Okitsu				

Kaynak: Kaygısız, 2000.

Turunçgillerde tür ve çeşit dağılımı, bölgelere özgü kimlik kazanmış ve her bölge kendi çeşitleriyle özdeşleşmiştir. Durum bu açıdan değerlendirildiğinde; Doğu Akdeniz Bölgesi’nde Washington Navel ve diğer göbekli portakalları ile Yafa, Valencia ve kan portakalları; Kütdiken, İtalyan memeli, Enterdonat ve Lamas limonları; Satsuma, Klemantin ve Fremont gibi mandarin grupları; Marsh Seedless, Redblush, Star Ruby, Henderson ve Rio Red gibi altıntop çeşitleri yetiştirilmektedir. Batı Akdeniz Bölgesi’nde Washington Navel, Finike ve Valencia portakalı, Enterdonat ve Kıbrıs limonu; Klemantin ve Yerli mandarin üretimi yapılmaktadır. Ege Bölgesi’nin güney kısmında ise; Washington Navel ve Valencia portakalı, Enterdonat limonu, Klemantin, Satsuma ve Yerli mandarin üretimi yapılırken, kuzey kısmında karakteristik turunçgil çeşit Satsuma mandarinidir. Doğu Karadeniz Bölgesi’nde ise ekonomik anlamda Satsuma mandarini yetiştiriciliği yapılmaktadır (Zenginoğlu ve Demirbaş, 2007, s. 39-40).

1.2.1 Türkiye Turunçgil Üretimi

1989 yılında 1,4 milyon ton olan narenciye üretimimiz 2009 yılında 3,5 milyona ulaşmıştır. Tabloda dikkati çeken bir husus, 1996 yılında 1,8 milyon ton olan toplam turunçgil üretimi, bir yıl sonra 1,4 milyon tona düşmüştür.

Tablo 1.16 Türkiye 1989-2009 yılları arası Turunçgil Üretimi (ton)

Yıllar	Portakal	Limon	Mandarin	Greyfurt	Diğerleri	Toplam
1989	740.000	335.000	336.000	28.000	4.000	1.443.000
1990	735.000	357.000	345.000	33.000	4.000	1.474.000
1991	830.000	429.000	390.000	42.000	4.500	1.695.500
1992	820.000	420.000	390.000	40.000	4.000	1.674.000
1993	840.000	440.000	405.000	48.000	4.100	1.737.100
1994	920.000	470.000	430.000	54.000	3.900	1.877.900
1995	842.000	418.000	453.000	65.000	3.650	1.781.650
1996	890.000	401.000	450.000	75.000	3.790	1.819.790
1997	740.000	270.000	365.000	55.000	3.000	1.433.000
1998	970.000	390.000	480.000	100.000	3.475	1.943.475
1999	1.100.000	520.000	500.000	140.000	3.400	2.263.400
2000	1.070.000	460.000	560.000	130.000	2.200	2.222.200
2001	1.250.000	510.000	580.000	135.000	3.000	2.478.000
2002	1.250.000	525.000	590.000	125.000	3.000	2.493.000
2003	1.250.000	550.000	550.000	135.000	2.650	2.487.650
2004	1.300.000	600.000	670.000	135.000	2.500	2.707.500
2005	1.445.000	600.000	715.000	150.000	3.000	2.913.000
2006	1.535.806	710.401	791.255	179.988	2.985	3.220.435
2007	1.426.965	651.767	744.339	162.621	2.972	2.988.664
2008	1.427.156	672.452	756.473	167.765	3.090	3.026.936
2009	1.689.921	783.587	846.390	190.973	2.901	3.513.772
%Değişim	%228	%233	%251	%678	- %28	%243

Kaynak: FAO, 2011.

Tüik raporlarına göre Türkiye’de toplam meyve üretiminin %24,1’i turunçgillerdir ve 2009 yılında bir önceki yıla göre portakal üretimi %18,4, mandarinde %11,9, limonda %16,5 oranında artış kaydedilmiştir. Genel toplamda ise %16’lık bir artış kaydedilmiştir. 2009 yılında portakal üretimi 1,689 bin ton, limon üretimi 783 bin ton, mandarin üretimi 846 bin ton, greyfurt üretimi 190 bin ton olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 1.17’de Türkiye turunçgil üretim alanlarını incelediğimizde, 20 yıl içerisinde toplam üretim alanı % 45 artmıştır. 4 ana ürün içerisinde ise en fazla yetiştiricilik yapılan alan üretim rakamlarında da gördüğümüz üzere portakaldır ve üretim alanı 44.650 hektardır.

Tablo 1.17 Türkiye Turunçgil Üretim Alanları (ha)

Yıllar	Portakal	Limon	Mandarin	Greyfurt	Diğerleri	Toplam
1989	32.180	14.133	22.053	896	317	69.579
1990	32.720	14.967	22.860	1.030	367	71.944
1991	33.330	15.320	23.403	1.126	360	73.539
1992	34.500	15.500	23.833	1.259	350	75.442
1993	35.107	15.710	24.000	1.430	340	76.587
1994	36.367	16.077	25.133	1.552	300	79.429
1995	36.883	16.420	26.084	1.889	297	81.573
1996	37.533	16.667	25.350	2.148	307	82.005
1997	37.766	16.867	25.400	2.482	290	82.805
1998	37.629	16.898	26.200	2.886	293	83.906
1999	38.212	17.265	26.730	3.090	267	85.564
2000	38.900	17.782	27.900	3.230	241	88.053
2001	39.300	17.866	28.600	3.300	236	89.302
2002	39.200	18.565	29.000	3.390	203	90.358
2003	40.670	19.170	31.303	3.570	203	94.916
2004	41.300	19.667	30.300	3.600	200	95.067
2005	40.300	20.000	30.800	3.650	210	94.960
2006	40.920	20.800	31.520	3.730	203	97.173
2007	40.730	20.820	29.790	3.730	180	95.250
2008	43.480	20.930	29.920	3.750	170	98.250
2009	44.650	21.160	30.770	3.780	180	100.540

Kaynak: FAO, 2011.

Dünyada turunçgil üretiminde söz sahibi ülkelerden biri olan İspanya, yetiştiricilik konusunda çok gelişmiş ve dekar başına çok yüksek verimler alabilmektedir. Ancak tüm dünya ülkelerinin ortalama verim miktarlarına baktığımızda Türkiye'nin dört üründe de dünya ortalamalarının çok üstünde olduğunu tablo 1.18'de görebilmektedir. 2009 yılında portakal verimi 1612 kg/da olan dünya ortalamasına karşılık Türkiye'de 3784 kg verim almıştır. Ülkemiz limonda 3703 kg/da, mandarinde 2750 kg/da, greyfurtta ise 5052 kg/da verime sahip olmuştur. Bu rakamlar sonucunda, topraklarımızın verimli olması ile beraber turunçgil yetiştiriciliğinin de ülkemizde gelişmiş olduğunu söyleyebilmekteyiz.

Tablo 1.18 Dünya ve Türkiye Turunçgil Verimleri (kg/da)

	Portakal		Limon		Mandarin		Greyfurt	
	Dünya	Türkiye	Dünya	Türkiye	Dünya	Türkiye	Dünya	Türkiye
2005	1638	3585	1591	3000	1228	2321	1503	4109
2006	1648	3753	1360	3415	1267	2510	1715	4825
2007	1572	3503	1333	3130	1295	2498	1809	4359
2008	1642	3282	1326	3212	1403	2528	1857	4473
2009	1612	3784	1374	3703	1416	2750	1791	5052

Kaynak: FAO, 2011.

1.2.2 Türkiye'de Turunçgil Dış Ticareti

Üretimin yoğun olarak yapıldığı Akdeniz Havzası ülkeleri bir araya gelerek 1950 yılında CLAM (Akdeniz Narenciye İrtibat Komitesi)'ı kurmuşlardır. İtalya'da kurulan CLAM'ın merkezi İspanya'nın Madrid şehrinde. Türkiye bu komiteye 1989 yılında üye olmuştur. Diğer üyeler ise İspanya, Fas, İsrail, Tunus, İtalya, Kıbrıs Rum Kesimi, Yunanistan, Fransa ve Cezayir'dir. Komite her ay olağan toplantı yaparak narenciye sezonu hakkında istatistik bilgi alışverişinde bulunulmakta, yasal uygulamalar ve pazar şartlarına bağlı sorunlar ile çözüm önerileri üzerinde durmaktadır (Hasdemir, 2007, s. 2).

Ülkemizde turunçgil üretim ve pazarlamasında İspanya, İsrail ve Hollanda gibi ülkelerde uygulanan modellerden bahsetmek mümkün değildir. Turunçgil ürünlerinin dış pazara yönelik pazarlamasını Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığına bağlı olarak faaliyet gösteren İhracatçı Birlikleri sağlamaktadır. İhracatçı Birliklerine üye olmayan özel ve tüzel kişi ve tüccarlar ihracat yapamamaktadırlar. Turunçgillerle ilgili olarak yoğun çalışan İhracatçı Birlikleri; Akdeniz, Ege ve Antalya İhracatçı Birlikleri'dir. İhracata yönelik olarak

bu konuda çalışan diğer bir kuruluşta İGEME'dir. Bunun yanı sıra Türk Eximbank tarafından ihracatçılara ihracat ve döviz kredileri verilmektedir (Güven, 2010, s. 8).

Türkiye'nin yaş meyve sebze ihracatının yarısını oluşturan turunçgillerin dış ticaret hacmi geçen yıllarla beraber artış göstermiştir. Tablo 1.20'de 2008 yılının en çok ihracatı yapılan turunçgil çeşidi limon olmuştur. Ardından mandarin, portakal ve greyfurt gelmektedir. Tabloda rakamları incelediğimizde, 1988 yılında 125 bin ton olan limon ihracatı 2008 yılında 221 bin ton olmuştur. 2008 yılında limon ihracat miktarı yaklaşık %76 artarak 221 milyon dolar gelir getirmiştir. İkinci sıradaki mandarin 3,5 kat artarak 83 bin tondan 301 bin tona yükselirken 190 milyon dolar değer sağlamıştır. Portakal ihracatı 2 kat artış göstererek 161 bin ton ürün ile 95 milyon dolar, greyfurt ise miktar bazında 6,5 kat artarak 130 bin tona ulaşmış ve ihracat değeri 81 milyon dolar olmuştur.

Tablo 1.19 Turunçgil İhracatı Yapılan İlk 20 Ülke

Ülkeler	2007		2008	
	Miktar (ton)	Değer (1000\$)	Miktar (ton)	Değer (1000\$)
Rusya Federasyonu	266691	169472	263600	197756
Ukrayna	117210	72797	120663	84177
Romanya	86819	50003	77330	50067
S.Arabistan	62586	35103	49415	38138
Irak	25036	12382	58771	32980
Polonya	25288	20980	20293	17481
Almanya	21327	17388	17898	16113
Mersin Serbest Bölge	31939	19385	20820	13470
Hollanda	15534	11187	15879	13468
Bulgaristan	19177	9086	24701	13184
Sırbistan	18057	11333	16326	12572
Çek Cumhuriyeti	11602	8828	13142	9855
Yunanistan	9232	6241	11650	9581
İran	10143	3692	13486	7174
Makedonya	10878	6305	10687	6572
Macaristan	8218	5708	8663	6503
Gürcistan	9078	4704	10711	5954
Moldova	10198	4753	10081	5847
Beyaz Rusya	7267	4450	5835	5114
Azerbaycan	7136	3586	8821	5281
Toplam	773416	477383	778772	551287

Kaynak: Güven, 2008, s.11.

Tablo 1.20 Türkiye'nin Yıllar İtibariyle Turunçgil İhracat Miktar ve Değerleri

YILLAR	PORTAKAL		MANDARİN		LİMON		GREYFURT	
	Miktar(ton)	Değer(1000\$)	Miktar(ton)	Değer(1000\$)	Miktar(ton)	Değer(1000\$)	Miktar(ton)	Değer(1000\$)
1988	80407	21471	83598	24755	125823	38269	20978	5516
1989	89662	32009	79891	29926	93531	35444	23303	7972
1990	79590	29240	115496	49762	125084	51262	36828	12479
1991	60593	22490	102747	46091	131125	52282	27875	10028
1992	40473	12677	94119	37949	143587	52823	23185	8561
1993	55874	19529	84361	35976	102663	42973	33053	13330
1994	101710	37246	94735	39352	153462	64616	39130	15065
1995	90248	31290	115844	42216	140752	63854	45785	15743
1996	84077	29072	125956	53066	110441	59659	44970	15880
1997	51411	19764	109595	47605	62322	29420	46427	16873
1998	66151	29230	116815	49719	103475	58001	41298	19282
1999	121734	57714	131963	61269	217969	103783	72483	28376
2000	100250	32982	141475	49634	164689	67704	85181	22745
2001	143236	46507	215023	71652	198665	74996	73131	19210
2002	150051	45156	193244	61804	208984	75266	102768	26457
2003	175908	58494	198711	85703	163041	76883	86703	32143
2004	134036	51573	216102	95559	216756	99211	116632	51975
2005	193538	75918	246337	109312	355656	169395	98962	50217
2006	246360	80398	299126	108115	323116	122440	154900	55411
2007	175525	67098	257935	111625	286240	140214	127145	52778
2008	161751	95679	301319	196086	221798	202874	130226	81776

Kaynak: FAO, 2011

İKİNCİ BÖLÜM

METODOLOJİ

“Değer zinciri; sürdürülebilir rekabet üstünlüğüne doğru yapılan yolculuğun başlangıç noktası, tüketici ihtiyaç ve istekleri dışında her şeyi ikinci plana atarak müşterileri ilk sıraya yerleştiren kafa yapısındaki değişiktir” (Fearne ve ark, 2009, s. 8).

Metodoloji 3 ana konuya odaklanmaktadır;

1. Değer zincirinde nihai tüketimden ilk üretim aşaması ve girdi tedarikçileri arasındaki bilgi dinamikleri – başka bir deyişle;
 - Zincirdeki bilgi akışı ne kadar cevap vermeye hazır, şeffaf ve kapsamlı,
 - Tüketici değerleri tarafından paydaşların fikirleri (ne üretilmeli, ne zaman üretilmeli, nasıl üretilmeli) ne derecede belirleniyor.
2. Değerin yaratılışı ve akışı, tüketici gözünde zincirin her aşamasında;
 - Üretim ve işleme faaliyetlerinden kaç tanesi gerçekten değer yaratmakta,
 - Bu kritik faaliyetlerde ne kadar yatırım yapılmakta,
 - Kaç tane faaliyet gerekli ama katma değer sağlamamakta,
 - Kaç tane faaliyet gereksiz (gereksiz faaliyetler elenmeli ve kaynaklar değer yaratma ve etkinlik için yeniden tahsis edilmeli).
3. İlişkilerin doğası, şöyle ki;
 - Farklı paydaşlar arasında ne kadar güven var,
 - Organizasyonlar arasındaki iletişimin doğası nedir,
 - Organizasyonel sorumluluğun ispatı nedir,
 - Riskler nasıl paylaşılmakta ve zincirdeki riskleri üstlenme nasıl ödüllendirilmekte,
 - Zincirde yaratılan değer nasıl paylaşılmakta, (Anonim, s. 4).

Değer zinciri analizinin yapılandırılması ve kullanımı metodolojisinde aşağıdaki adımlar vardır. Endüstri değer zincirini tanımlama ve değer zinciri faaliyetlerine kaynak, gelir ve maliyetleri dağıtmak, her bir değer zinciri faaliyetini düzenleyen maliyet etkenlerini tanımlamak ve değer zincirini yeniden düzenleyerek ya da maliyet etkenlerini rakiplerden daha iyi kontrol ederek, sürdürülebilir maliyet avantajları geliştirmek (Yalçın, 2006, s. 22)

Finike ilçesinde hizmet veren bir girdi tedarik firması, 6 üretici, 4 paketleme tesisi ve Antalya’da faaliyet gösteren bir lojistik firması ile yarı yapılandırılmış mülakat yapılarak Finike Portakalı tedarik sürecindeki detaylı bilgiler elde edilmiştir. Araştırmada farklı bakış açılarından her konuda bilgi edinmek amacıyla Finike İlçe Tarım Müdürlüğü Rapor ve İstatistikleri, FAO istatistikleri, konu ile ilgili çeşitli kitaplar, makaleler ve yayınlardan yararlanılmıştır.

Tüketicinin portakal satın alma sürecinde değer verdiği konuları belirlemek üzere İstanbul ilinin çeşitli semtlerinde anket çalışması yapılmıştır. Toplanan veriler SPSS istatistik programı kullanılarak yorumlanmıştır. 391 kişiye uygulanan anket aşağıdaki ilçelere dağıtılmıştır; Kadıköy 84, Maltepe 68, Sarıyer 77, Beşiktaş 73, Şişli 89. Bu anket çalışmasına ek olarak İngiltere’de yapılmış olan portakal tüketici anketinin sonuçları da verilmiştir.

Finike Portakalı değer zinciri analizi şu aşamalarla bütünleşmektedir;

- Ürünün Seçilmesi
- Tüketici Değeri
- Materyal Akışı, Bilgi Akışı ve İlişkiler
- Gelişim Önerileri

2.1 Amaç

Günümüzde işletmelerin kâr elde edebilmeleri, işletmenin sürekliliği ve pay sahipleri ile menfaat gruplarının çıkarlarını doğrudan etkilemektedir. Kârın bağlı olduğu iki parametreden biri *gelir* iken diğeri de *maliyet* ve *gider*’dir. İşletmeler, kârlarını müşterilerden elde ettikleri geliri maksimize ederek ve maliyetlerini kontrol ederek artırmak istemektedirler. Rekabetçi işletme çevresi, işletmelerin müşteri kazanmaları ve bu müşterileri elde tutarak sürekli kazanç elde etmelerini zorunlu kılmaktadır. Bu durum işletmelere müşteri odaklı çalışma zorunluluğu getirmektedir. Müşteri odaklılık; işletmelerin müşteri beklentilerini dikkate alarak, uygun fiyata, kaliteli mal ya da hizmet üretip, zamanında teslim etmesi ve teslim (satış) sonrası ortaya çıkabilecek sorunlara karşı duyarlı olarak gerekli hizmetleri sağlamasıdır. Müşteri odaklılık genelde müşteri uygunluğunu sağlama olarak da tanımlanabilmektedir. Müşteri uygunluğunun sağlanması için öncelikli faktörler şunlardır: (1) maliyet etkinliği, (2) kalite, (3) zaman, (4) yenilikçilik-buluşçuluk (innovation), (5) sürekli geliştirme, (6) değer zinciri ve tedarik zinciri analizi ve (7) kıyaslama (benchmarking) (Demir, 2008, s. 12).

Boehlje ve ark. Değer Zincirinin kurulmasındaki ihtiyacı 3 aşamada açığa çıkarmaktadır. Etkinliği yakalamak ve maliyetleri kontrol etmek, riski azaltmak (kalite, miktar, gıda güvenliği) ve niteliklerine göre tüketici taleplerine cevap vermek.

Değer zinciri analizinin (DZA) amaçları:

1. Seçilmiş değer zincirinin, nihai tüketicinin değerlendirdiği ve ödemeye gönüllü olduğu yeni ürünlerin, hizmetlerin ve mevcut işlemlerin etkinliğini ve etkililiğini geliştirme yeteneğini ölçerek yenilikçi (innovative) kapasitesini değerlendirmek.
2. Değişimin nasıl yapıldığının yanında değişim ihtiyacını kabul eden, birden çok paydaşı içererek ortak çözümlere yönelik çalışan ve değer zinciri yönetiminin ilkelerini benimsemiş ıslah (gelişim) projelerini tanımlamak.
3. Değişim için bir katalizör sağlamak (Anonim, s. 3).

Araştırmanın temel amacı; dünyada kalitesi onaylanmış Finike Portakalı'nın iç pazar ve dış pazarda sürdürülebilir rekabet üstünlüğünün arttırabilecek çalışmaları ve üretim, tedarik sürecinde yaşanan sıkıntı ve darboğazları ortaya çıkararak mevcut katma değeri arttırmanın yollarını aramaktır. Bu doğrultuda tarladan sofraya tüm süreçlerde gelişim ve yenilik önerileri sunabilmektir. Genel anlamda cevap aranan sorular şunlardır;

- Türkiye’de ve yurtdışında tüketiciler/müşteriler satın alırken portakalda değer verdiği hususlar neler?
- Zincirdeki ürün akışı ne kadar etkin?
- Zincirdeki bilgi akışı her aktör için yeterli seviyede mi?
- Paydaşlar (aktörler) arasında kurulu olan ilişkinin yapısı nasıl?
- Her paydaşın zincirdeki şahsi veya ortak sıkıntıları neler?
- Finike Portakalı değer zincirinde sürdürülebilir rekabeti arttırmak için nasıl fırsatlar yaratılabilir?

Türkiye’de daha *değer zinciri analizi* konusunu içeren önceki çalışmalarda Erzincan Sivas Kalkınma Projesi Yönetim Birimi tarafından “Erzincan İli Süt Sektörü için Değer Zinciri Analizi ve Stratejik Yatırım Planı” hazırlanmıştır. Erzincan ilindeki süt sektörünün mevcut durumu çok geniş bir açıyla ortaya konulmuş ve kırsal kalkınma adına olası bir yatırım planı için örnek çalışma yapılmıştır.

2.2 Değer Zinciri Analizine Genel Bakış

Değer zinciri analizi, bir organizasyonun sunduğu hizmet veya ürünlere yönelik olarak belirli bir sırayla uyguladığı operasyonları, bu sırayı bir değer zinciri olarak gören ve işletmenin bu operasyonlara değer zinciri sayesinde anlam kattığını kabul eden işletme felsefesi çerçevesinde, zincirdeki güçlü ve zayıf yönleri ile sistematik olarak belirlemek, tanımlamak ve değerlendirmek için kullanılan analiz yöntemidir. Değer zinciri, esasen rekabet üstünlüğünün (*competitive advantage*) gelişimini incelemeye yönelik sistematik bir yöntemdir. Bu itibarla model, bir firmanın ana yetkinlik alanlarının tanımlanması ve rekabet üstünlüğü kazanmada etkili olan operasyonların tespitinde yararlı bir analiz aracı olarak kullanılmaktadır (Eraslan ve ark, 2008, s. 308).

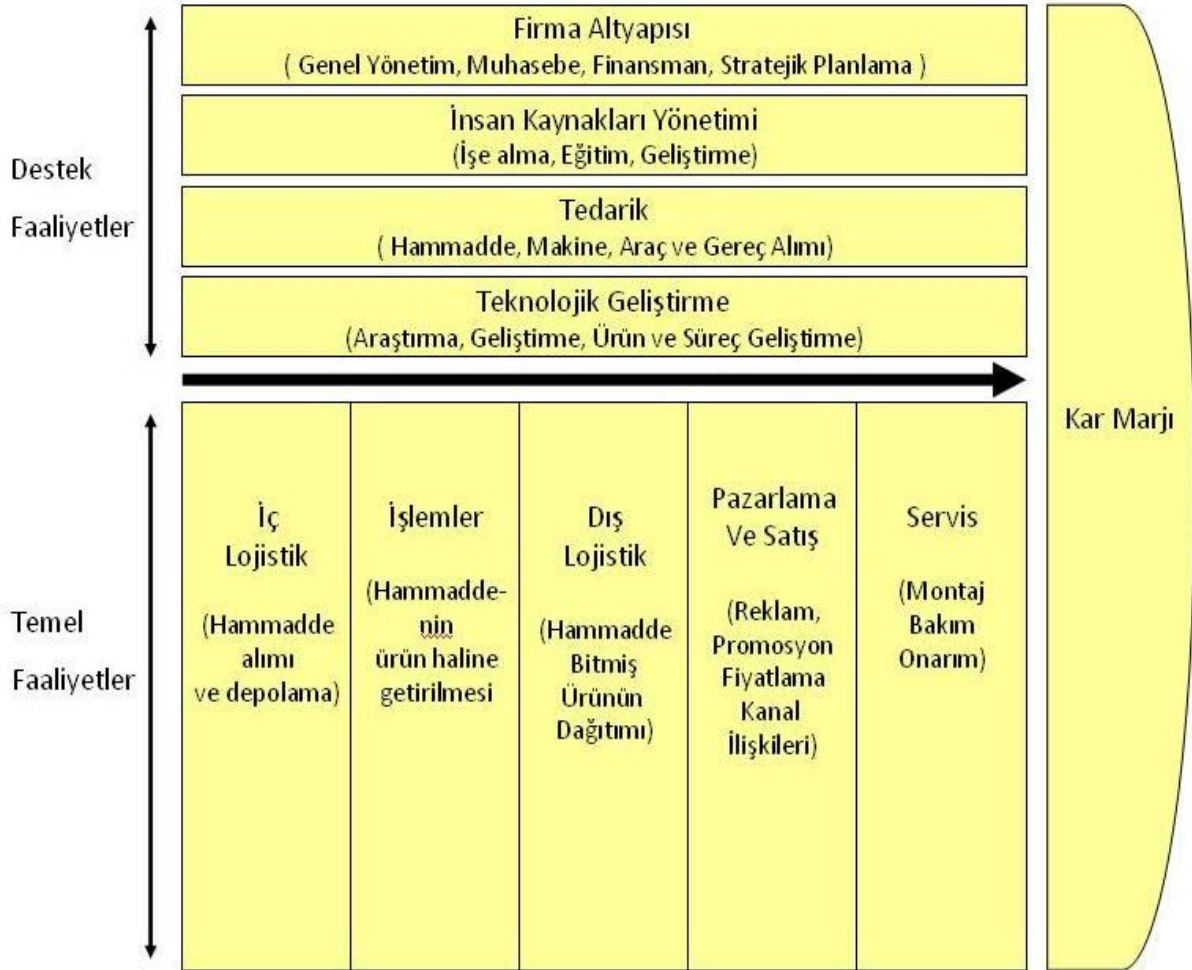
İlk defa Harvard Üniversitesi Profesörlerinden Michael Porter tarafından literatüre kazandırılan *değer zinciri modeli* şimdiye kadar hem teoride hem de pratik çalışmalarda kendisine uygulama alanı bulmuştur. İki ana kısımdan oluşan modelin *birincil faaliyetlerini* giren lojistik, operasyon (işlem), çıkan lojistik, pazarlama ve satış ve hizmetler oluştururken, *destekleyici faaliyetlerini* ise, firma altyapısı, insan kaynakları yönetimi, teknoloji geliştirme ve satın alma (tedarik) halkaları meydana getirmektedir (Eraslan ve ark, 2008, s. 310).

“...işletmenin ortaya koyduğu değer, işletmenin stratejik olarak önemli ve birbiriyle bağlantılı faaliyetler sonucu elde ettiği kârdan oluşmaktadır. İşletmenin rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi için, değer yaratma sürecinde ya rakiplerinden daha düşük maliyetlere sahip olması ya da farklılık ortaya koyması gerekmektedir. Michael Porter’a göre değer zinciri; “farklılaşmanın mevcut ve potansiyel kaynakları ile maliyetlerinin davranışlarını anlamak için işletmeyi ürünlerle ilgili hammaddelerin sağlanmasından son tüketiciye sunulmasına kadar gerçekleştirmiş olduğu stratejik açıdan birbirleriyle ilişkilendirilmiş faaliyetlere ayırmaktadır” (Kuyucak, 2009, s. 133-134).

2.3 Değer Yaratan Faaliyetler

Değer Zinciri Modeli’nde işletmelerde değer yaratabilen faaliyetler Temel ve Destek Faaliyetler olarak ikiye ayrılmıştır. Temel faaliyetler beş gruba ayrılmaktadır. *İç Lojistik, İşlemler, Dış Lojistik, Pazarlama ve Satış, Servis*. Birincil-Temel faaliyetlere katkıda bulunan İkincil-Destek faaliyetler ise dört grupta incelenmektedir. *Firma altyapısı, İnsan Kaynakları Yönetimi, Tedarik, Teknoloji Geliştirme*. Temel faaliyetler içersindeki *İç lojistik ve İşlemler-*

hammadenin ürün haline getirilmesi- arz yönlü faaliyetler, diğerleri ise talep yönlü faaliyetler olarak değerlendirilebilir.



Şekil 2.1 Değer Zinciri Faaliyetleri

Kaynak: Porter, 1985, s. 46.

Temel Faaliyetler

1. *İç yönelik lojistik faaliyetler*, girdilerin işletmeye yönelik fiziki dağıtımı ile ilgili her türlü faaliyetleri
2. *Üretim faaliyetleri*, temin edilen girdilerin nihai mal ve hizmet haline dönüştürülmesi ile ilgili faaliyetler.
3. *Dışa yönelik lojistik faaliyetler*, üretilen mal ve hizmetlerin dağıtım kanallarına gönderilmesinden itibaren, nihai tüketiciye teslim edilene kadar gerçekleşen faaliyetleri kapsar.

4. *Pazarlama ve satış faaliyetleri*, işletmenin mal ve hizmetlerinin, pazarda tüketiciler ve müşteriler tarafından kabulünü sağlamak için yapılan ve onların satın alma kararlarını etkileyecek tutundurma (promosyon), fiyatlama.

5. *Servis faaliyetleri*, ürünlerin satışı sonrasında, garanti kapsamı ve süreleri, bakım ve onarımı, müşteriler için ürün kullanma eğitimi gibi satış sonrasıyla ilgili faaliyetlerin tümünü kapsamaktadır.

Destek Faaliyetleri

1. *Altyapı tedarik faaliyetleri*, işletmenin üretim faaliyetlerine destek veren veya işletmenin alt yapısında kullanılan tüm girdilerle ilgili tedarik faaliyetleri, politikaları, prosedürleri veya süreçleri ile ilgilidir.

2. *Teknoloji geliştirme faaliyetleri*, işletmenin know-how, araştırma, geliştirme, ürün tasarımı, süreç geliştirme ve bilgi teknolojilerinin kullanımı ile ilgili faaliyetleridir.

3. *İnsan kaynakları yönetimiyle ilgili faaliyetler*, işletmede personel seçimi, eğitimi, performansların değerlendirilmesi, ödüllendirme, maaş ve ücret yönetimi gibi çalışmaları kapsamaktadır.

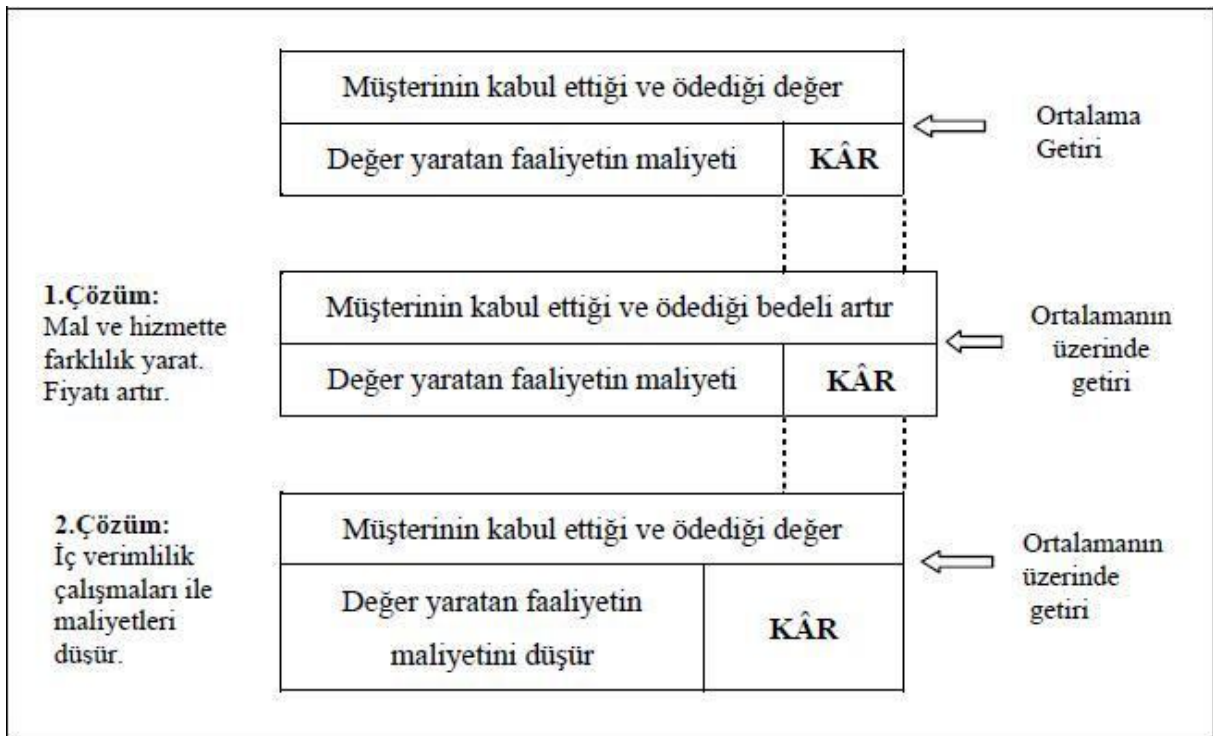
4. *İşletmenin yönetsel alt yapısı ile ilgili faaliyetler*, yönetim tekniği ve yaklaşımları, planlama, organize etme, yürütme ve kontrol işlevleri gibi yönetsel faaliyetleri, finansman, muhasebe, kamu ve halkla ilişkiler gibi faaliyetler.

İşletmelerde faaliyetler sonucu rekabet üstünlüğü sağlayabilen değerler iki şekilde oluşur:

- i. Faaliyetlerin maliyetlerini azaltarak maliyet üstünlüğü elde edilecek değer artışı sağlanması yoluyla,
- ii. Üretilen ürünlerde müşterilerin değer verdiği bir farklılık yaratılması ve bunun karşılığında da piyasa fiyatının üzerinde bir fiyat uygulanarak bir değer artışı yaratılması (Elmacı, 2004, s. 4).

Tedarik zincirinin veya sürecinin yukarıda bahsedilen tüm noktalarında bir değer (gelir) yaratılmaktadır ve her faaliyet birbiri ile bütünleşmiştir. Maliyet üstünlüğü, öncelik olarak işletmenin kendisi tarafından algılanır, satış gücü ve becerisi artar. Ancak tüketici/müşteri tarafından bu değer, satış fiyatları düştüğü vakit algılanır. Aksine satış fiyatları sabit kaldığı zaman bu değer kaybolmazken, altyapı, teknoloji, pazarlama vb. konularda yenilik ve gelişim için kullanılabilir. Böylelikle değer, üretim aşamasında yaratılmışken firmanın bütün departmanlarını olumlu etkileyerek anlam kazanmaktadır.

Bu yüzden, değer zinciri faaliyetlerini yönetmede ilk adım, firmanın kendi kaynaklarını değer zinciri faaliyetleri arasında nasıl dağıtacağını anlamasıdır. Bu bilgi, faaliyetler arasındaki değişim firmanın toplam gelir ve maliyetlerini etkilediğinden dolayı önemlidir. Örneğin tasarım ve araştırmaya daha fazla önem verilmesi, ürünün erken aşamalarındaki maliyetlerini arttıracaktır. Diğer taraftan yapılan bu çalışmalar, pazarlama ve müşteri hizmetleri gibi, daha sonraki faaliyetlerin maliyetlerini düşürebilecektir. Böylece farklı faaliyetler arasında maliyetlerini dağıtan yöneticiler, en uygun değer zinciri faaliyetleri karmasını belirleyerek, farklı ürün ve müşterileri desteklemek için uygun dağıtım yapıp yapmadıklarını değerlendirebileceklerdir (Yalçın, 2006, s. 22).



Şekil 2.2 Değerin Yaratılması

Kaynak: Doğru, 2010, s. 51.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

FİNİKE PORTAKALI DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ VE ARAŞTIRMA BULGULARI

Finike Portakalı Değer Zincirinde; ürün seçiminden, tüketici değerine, sorunlara ve önerilere kadar analizin yapılması ve zincirin en iyi şekilde tasarlanması ve geliştirilmesine kadar olan aşamalar aşağıda verilmiştir.

3.1 Finike Portakalının Seçilme Nedeni

Türkiye’de turunçgil sektöründe önemli bir yere sahip olan Antalya ilinin Finike ilçesinde 1940’lı yıllardan beri turunçgil üretimi yapılmaktadır. Sahip olduğu alüvyonlu toprak ve özellikle portakal için optimum hava koşulları sayesinde 2000’li yıllarda ilçenin en büyük geçim kaynaklarından biri haline gelmiştir. Finike İlçe Tarım Müdürlüğü’nden alınan verilere göre toplam 29.570 dönümlük dikili portakal bahçesi bulunmaktadır. İlçenin tüm beldeleri dahil 166.844 ton portakal üretilmekte olup yaklaşık 84 milyon TL değerinde bir üretime sahiptir. Antalya Tarım İl Müdürlüğü’nden alınan verilerde Antalya ilinde toplam Portakal üretimi 380.000 ton olarak kaydedilmiştir. Bu rakam Türkiye’nin %27’sini oluşturmaktadır. Antalya ilindeki üretimin yarısından fazlası Finike’de üretilmektedir (Finike Tarım İlçe, s. 2).

Ülkemizde portakal üretimi en büyük payla (%92) Akdeniz bölgesinde yer alan Antalya (%30), İçel (%27), Hatay (%15) ve Adana (%31) illerinden sağlanmaktadır. (MEGEP,2008) Finike Portakalı’nın Türkiye genelinde üretim miktarının yüksek olması ile beraber *değer zinciri analizinde* seçilmiş ürün olmasının bir başka önemli sebebi ise 2009 yılında Türk Patent Enstitüsü’nden Coğrafi İşaret olarak patent altına alınmış olmasıdır. Yurt içinde bilinirliği yüksek ve lezzet açısından üstün olması sebebiyle araştırmaya konu olmuştur.

Araştırmanın ilerleyen aşamalarında Finike Portakalı’nın tedarikinde faaliyet gösteren tüm aktörlerle yapılan görüşmeler ve tüketici anket sonuçları aktarılarak iç pazar ve dış pazarda rekabet olanaklarının ortaya konulması ve iyileştirilmesine yönelik bulgulara yer verilecektir. Yüksek ürün kalitesine sahip olmasına rağmen pazarlama da yaşanan sorunlar 2011 yılı için hazırlanan Finike İlçe Tarım Müdürlüğü Çalışma Raporu’nda kısaca özetlenmiştir;

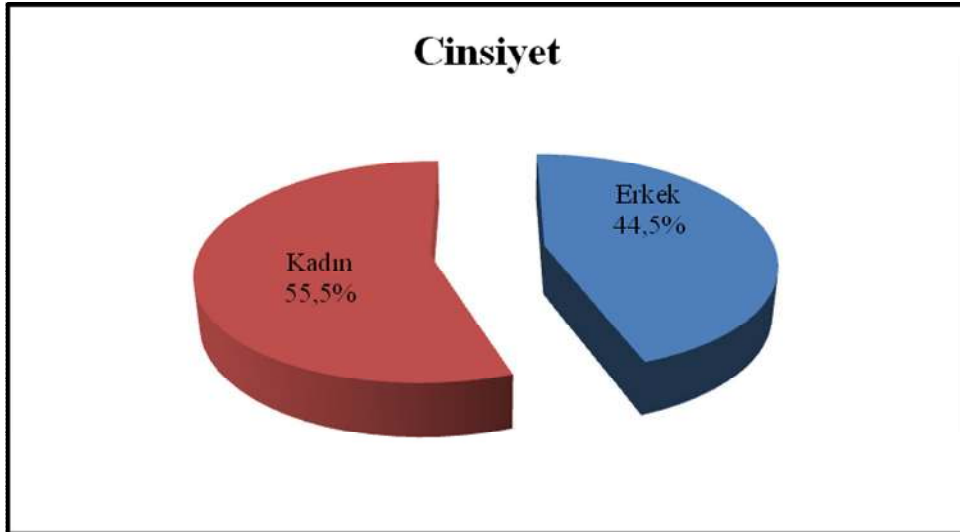
“ Turizmin yeterince gelişim göstermediği ilçemizde halkın geçimini sağladığı sektör ağırlıklı olarak tarım sektörüdür. Bu sektörün en önemli sorunu da pazarlama sorunudur” (Finike İlçe Tarım, s. 7).

3.2 Tüketici Değeri

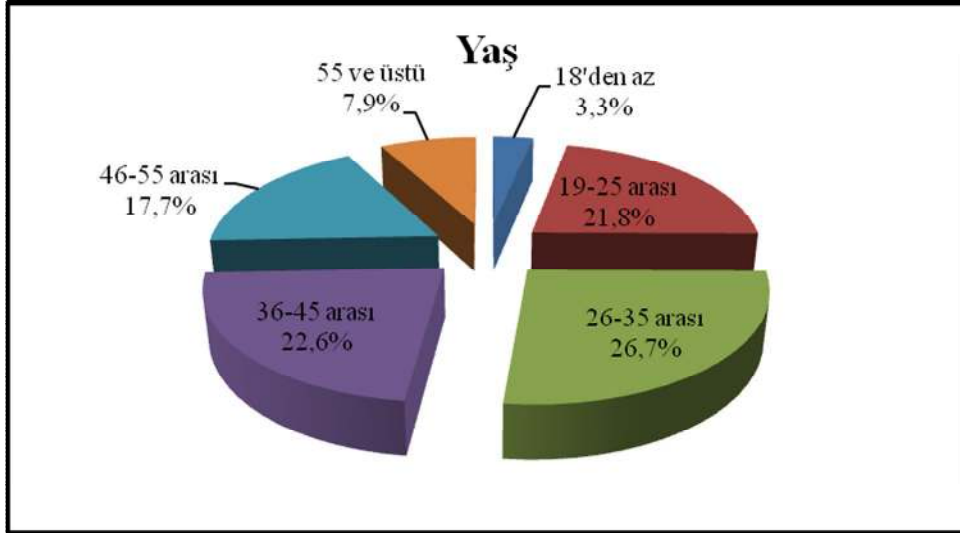
İstanbul’da çeşitli semtlerdeki süpermarket ve semt pazarlarında potansiyel portakal tüketicilerine yapılan anket çalışması sonucunda müşterinin, bir diğer ifade ile son kullanıcının bilinç seviyesini ölçmek, satın alma kararlarını nasıl verdikleri ve tüketici gözünde değer nerede yaratılıyor vb. sorulara cevap aranmaktadır. Bu doğrultuda farklı hedef gruplarının farklı isteklerine yanıt verilebilmekte ve müşteri memnuniyeti sağlanabilmektedir. Bu ankete ek olarak Martinez ve arkadaşlarının Tesco müşterilerinin portakal tüketimindeki eğilim ve istekleri konusundaki paralel çalışma da yurtdışı pazar olanaklarını ortaya koymak adına incelemeye değer görülmüştür.

3.2.1 Anket Bulguları

Araştırmaya katılanların %55,5’ini kadınlar oluştururken geri kalan 44,5’ini de erkekler oluşturmaktadır.

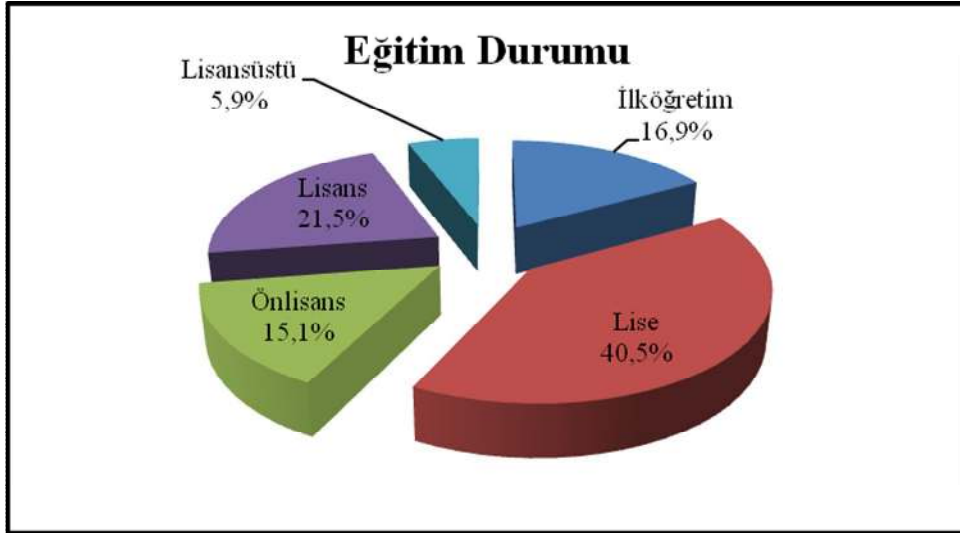


Grafik 3.1 Cinsiyet Dağılımı



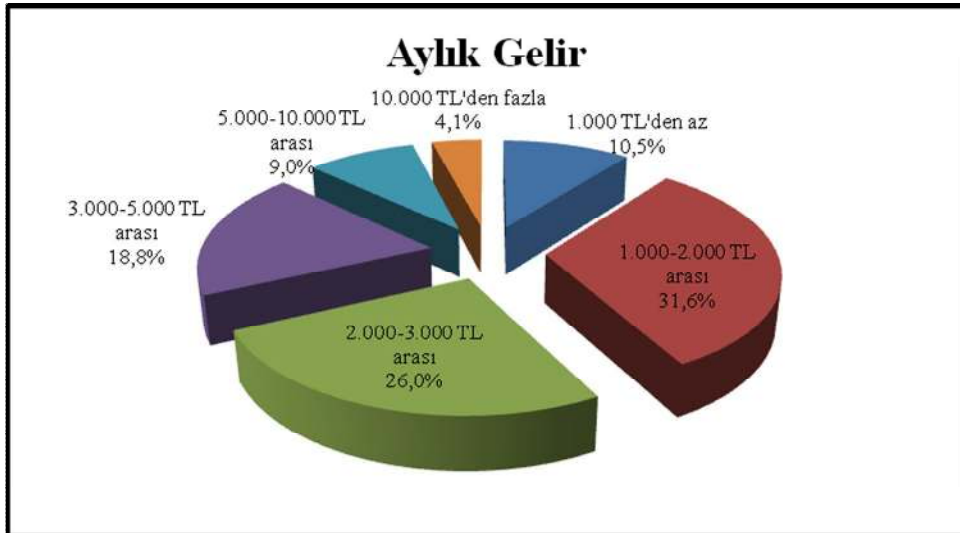
Grafik 3.2 Yaş Dağılımı

Katılımcıların %3,3'ünü 18 yaş ve altındakiler, %21,8'ini 19-25 yaş arası, %26,7'sini 26-35 yaş arası, %22,6'sını 36-45 yaş arası, %17,7'sini 46-55 yaş arası ve %7,9'unu 55 yaş ve üstündekiler oluşturmaktadır.



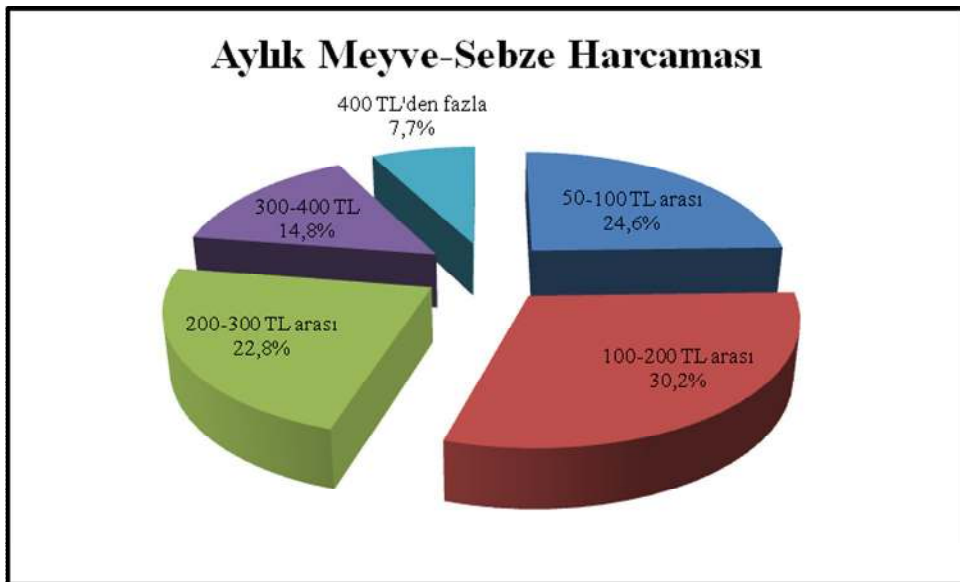
Grafik 3.3 Eğitim Durumu Dağılımı

Yapılan araştırmada katılımcıların %16,9'nun ilköğretim eğitim düzeyine sahip, %40,5'ini lise eğitim düzeyine sahip, %15,1'ini önlisans eğitim düzeyine sahip, %21,5'ini lisans eğitim düzeyine sahip ve %5,9'unu lisansüstü eğitim düzeyine sahip olanlar oluşturmaktadır. %57,4'lük kesim lise ve daha az eğitim düzeyine sahipken geri kalan %42,6'luk kesimde en az ön lisans eğitim düzeyine sahiptir.



Grafik 3.4 Aylık Gelir Durumunun Dağılımı

Aylık toplam geliri 1000 TL'den az olanlar %10,5'lik kesimi oluştururken, 1000-2000 TL arası gelire sahip olanlar %31,6'lık kesimi, 2000-3000 TL arası gelire sahip olanlar %26'lık kesimi, 3000-5000 TL arası gelire sahip olanlar %18,8'lik kesimi, 5000-10000 TL arası gelire sahip olanlar %9'luk kesimi ve 10000 TL'den fazla gelire sahip olanlar %4,1'lik kesimi oluşturmaktadır.



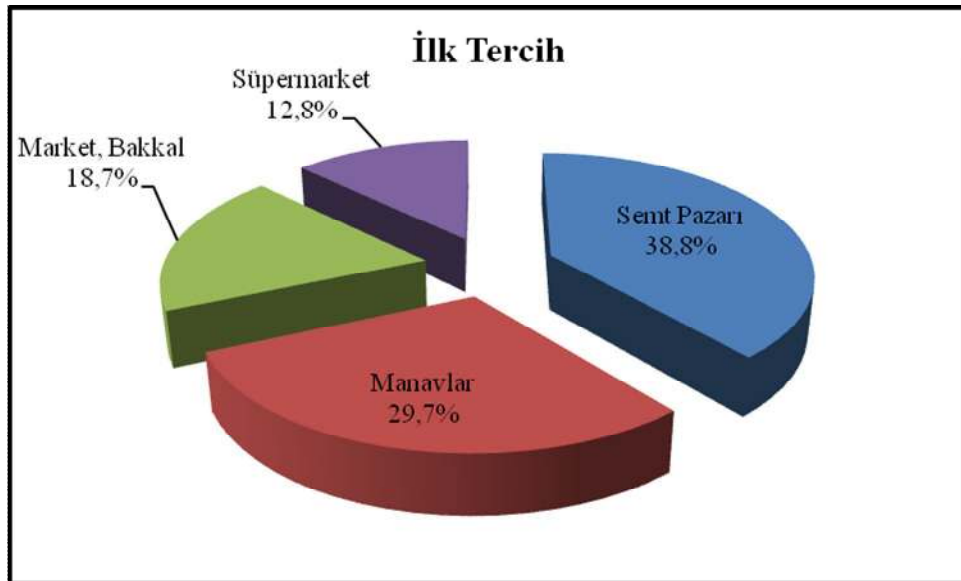
Grafik 3.5 Aylık Meyve-Sebze Harcamasının Dağılımı

Araştırmaya katılanların aylık meyve-sebze harcaması %24,6 ile 50-100 TL arası, %30,2 ile 100-200 TL arası, %22,8 ile 200-300 TL arası, %14,8 ile 300-400 TL arası ve %7,7 ile 400 TL'den fazla şeklinde değişmektedir.

Tablo 3.1 Satın Alınan Meyve Sebzelerin Sağlıklı Olduğunu Düşünme Durumu

	Kişi Sayısı	Yüzde
Sağlıklı olduğunu düşünüyorum.	52	13,3
Üründen ürüne fikrim değişir.	146	37,4
Alışveriş yaptığım yere güveniyorum.	41	10,5
Bazen sağlıksız ürünler piyasada olabilir.	76	19,5
Tamamıyla sağlıksız buluyorum.	75	19,2
Toplam	390	100,0

Katılımcıların %13,3'ü satın aldığı meyve sebzelerin sağlıklı olduğunu düşünmektedir. Üründen ürüne fikrim değişir diyenler %37,4'lük kesimi oluştururken alışveriş yaptığım yere güveniyorum diyenler %10,5'lik kesimi oluşturmaktadır. %19,5'lik kesim bazen sağlıksız ürünlerin piyasada olduğunu düşünmekte ve %19,2'lik kesim ise satın aldığı meyve sebzelerin tamamıyla sağlıksız olduğunu ifade etmiştir.

**Grafik 3.6** Meyve ve Sebze Alışverişlerinin İlk Tercih Edildiği Yer

Katılımcıların % 38,8'lik kesimi meyve sebze alışverişlerini en çok semt pazarlarında, %29,7'lik kesim manavlarda, %18,7'lik kesim market ve bakkallarda ve %12,8'lik kesim süpermarketlerde yapmayı tercih etmektedir.

Tablo 3.2 İnternet Mağazalarından Meyve Sebze Satın Alma Durumu

	Kişi Sayısı	Yüzde
Bir kez aldım.	9	2,3
Birden fazla aldım.	20	5,1
Hiç almadım.	342	87,5
Düzenli bir şekilde alıyorum.	5	1,3
Almayı düşünebilirim.	15	3,8
Toplam	391	100,0

Katılımcıların büyük çoğunluğu (%87,5) internet mağazalarından hiç meyve ve sebze satın almadığını belirtmiştir. Düzenli bir şekilde alanlar %1,3'lük kesimi, birden fazla alanlar %5,1'lik kesimi ve bir kez alanlar %2,3'lük kesimi oluşturmaktadır. İnternet mağazalarından meyve ve sebze almayı düşünenlerin oranı ise %3,8'dir.

Tablo 3.3 Finike Portakalının Duyulma Durumu

	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet	300	76,7
Hayır	91	23,3
Toplam	391	100,0

Finike Portakalı'nı %76,7'lik büyük kesim daha önce duyduğunu belirtirken %23,3'lük kesim hiç duymadığını belirtmiştir.

Tablo 3.4 Finike Portakalını Yeme Durumu

	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet	255	65,9
Hayır	131	34,1
Toplam	387	100,0

Finike Portakalı'nı yiyenler %65,9'luk kesimi oluştururken %34,1'lik kesim daha önce Finike Portakalı yemediğini belirtmiştir.

Tablo 3.5 Finike Portakalı Tabelası Görüldüğünde Finike Portakalı'nın Tercih Edilme Durumu

	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet	237	60,9
Hayır	152	39,1
Toplam	389	100,0

Alışveriş yapılan mekanda Finike Portakalı tabelası görüldüğünde Finike Portakalı'nı tercih ederim diyenlerin oranı %60,9 iken hayır tercih etmem diyenlerin oranı %39,1'dir.

Tablo 3.6 Finike Portakalı'nın Türk Patent Enstitüsünden Patent Aldığını Bilme Durumu

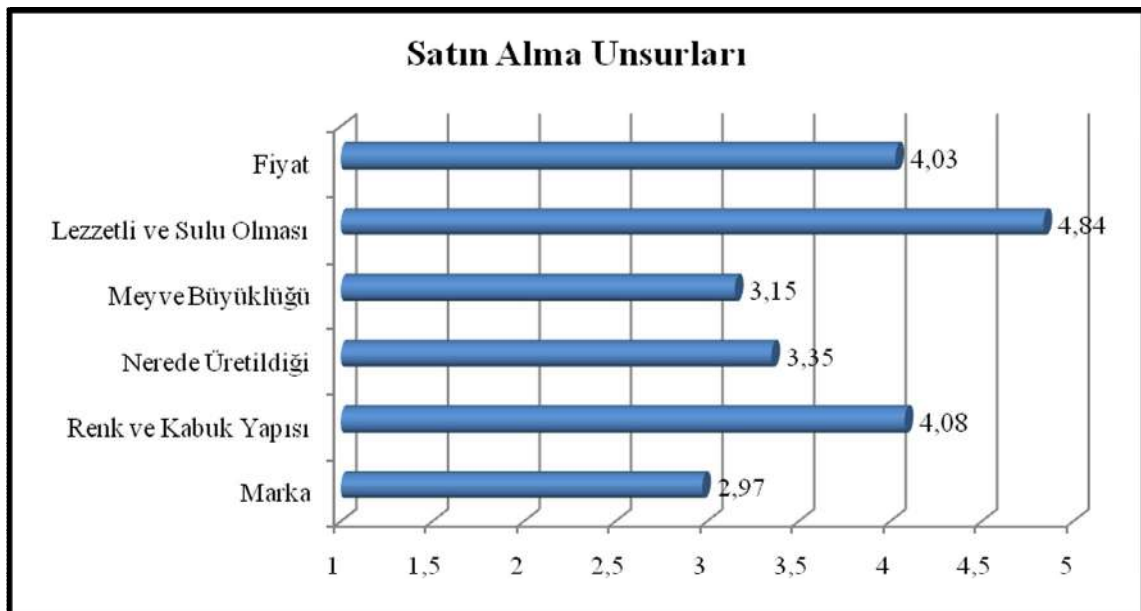
	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet	39	10,0
Hayır	352	90,0
Toplam	391	100,0

Finike Portakalı'nın Türk Patent Enstitüsünden patent aldığını bilenler %10'luk kesimi oluştururken, büyük çoğunluk (%90) Finike Portakalı'nın patent aldığını bilmemektedir.

Tablo 3.7 Portakal Satın Alınırken Dikkat Edilen Unsurların Dağılımı

	Önemli Değil	Az Önemli	Biraz Önemli	Önemli	Çok Önemli
	%				
Fiyat	4,2	6,0	13,1	36,3	40,5
Lezzetli ve Sulu Olması	0,3		0,3	14,7	84,8
Meyve Büyüklüğü	12,5	17,6	30,3	21,5	18,1
Nerede Üretildiği	8,7	15,1	29,4	25,9	20,9
Renk ve Kabuk Yapısı	4,5	3,2	13,8	37,0	41,5
Marka	23,9	8,9	27,8	24,7	14,7

Portakal satın alınırken en önemli unsur portakalın lezzetli ve sulu olmasıdır. 1=önemli değil ile 5=çok önemli puan aralığında 4,84 puanla portakalın lezzetli ve sulu olması çok önemlidir. Renk ve kabuk yapısı ile fiyat önemli dereceye sahip iken meyve büyüklüğü ve marka biraz önemlidir.

**Grafik 3.7** Portakal Satın Alınırken Dikkat Edilen Unsurların Önemlilik Düzeyi

Tablo 3.8 Portakalı Tüketme Tercihi

	Kişi Sayısı	Yüzde
Suyunu içmeyi tercih ederim.	30	7,7
Kabuğunu soyup yemek daha keyifli	107	27,4
Hem suyunu sıkarım hem yerim	254	65,0
Toplam	391	100,0

Portakalın suyunu içmeyi %7,7'lik bir kesim tercih ederken %27,4'ü kabuğunu soyup yemeyi daha keyifli bulmaktadır. %65'lik kesim portakalın hem suyunu sıkıp tüketirken hem de kabuğunu soyup yemeyi tercih etmektedir.

Tablo 3.9 Portakalın Değişik Tüketilme Şekilleri

	Kişi Sayısı	Yüzde
Kek, Pasta	63	16,11
Reçel	44	11,25
Tatlı	27	6,90
İçecek	4	1,02
Salata	2	0,51
Yemeklerde	2	0,51
Garnitür	1	0,26
Koku	1	0,26

Portakalı %16,1'lik kesim kek ve pasta gibi yiyeceklerin içinde, %11,25'lik kesim reçel şeklinde, %6,9'luk kesim tatlıların içinde, %1,02'lik kesim bazı içecekler ile birlikte portakalı tükettiğini belirtmiştir.

Tablo 3.10 Kış Aylarında Portakalı Tüketme Sıklığı

	Kişi Sayısı	Yüzde
Her gün	128	32,9
İki günde bir	177	45,5
Haftada bir	64	16,5
İki haftada bir	8	2,1
Ayda bir	12	3,1
Toplam	389	100,0

Kış aylarında %32,9'luk kesim her gün, %45,5'lik kesim de iki günde bir portakal tüketmektedir. Haftada bir portakal tüketenler %16,5'lik kesimi oluştururken, %2,1'lik kesim iki haftada bir ve %3,1'lik kesimde ayda bir portakal tüketmektedir.

Tablo 3.11 İyi Tarım Uygulamaları Hakkındaki Bilgi Düzeyi

	Kişi Sayısı	Yüzde
Hiç duymadım.	272	69,6
Duydum, ama tam olarak bilmiyorum.	82	21,0
Evet, biliyorum.	30	7,7
Detaylı bilgiye sahibim.	7	1,8
Toplam	391	100,0

Araştırmaya katılanların yarısından fazlası %69,6'lık kesimi iyi tarım uygulamalarını hiç duymadığını belirtmiştir. Duyan fakat tam olarak ne olduğunu bilmeyenler %21'lik kesimi oluştururken %9,5'lik kesim bilmekte ve detaylı bilgiye sahiptir.

Tablo 3.12 Sürdürülebilir Tarım Hakkında Bilgi Düzeyi

	Kişi Sayısı	Yüzde
Hiç duymadım.	236	60,4
Duydum ama tam olarak bilmiyorum.	102	26,1
Evet biliyorum.	42	10,7
Detaylı bilgiye sahibim.	11	2,8
Toplam	391	100,0

Sürdürülebilir tarım kavramını %60,4'lük kesim hiç duymadığını belirtmiştir. %26,1'lik kesim duyduğunu fakat tam olarak bilgi sahibi olmadığını belirtirken %10,7'lik kesim bu kavramı bildiğini ve %2,8'lik kesim de detaylı bilgiye sahip olduğunu belirtmiştir.

Tablo 3.13 Bilinçsiz ve Kontrolsüz Üretilen Portakal ile Sertifikalı ve Kontrollü Üretilen Portakalın Sağlık Açısından Değerlendirilmesi

	Kişi Sayısı	Yüzde
Kesinlikle daha sağlıklı olduğunu düşünüyorum.	293	76,1
İkisi de benim için aynı.	52	13,5
Alışveriş yaptığım yere güvendiğim için sertifikanın bir önemi yok.	40	10,4
Toplam	385	100,0

Katılımcıların %76,1'i sertifikalı ve kontrollü üretilen portakalın bilinçsiz ve kontrolsüz üretilen portakala göre kesinlikle daha sağlıklı olduğunu düşünmektedir. İkisi de benim için aynıdır diyenler %13,5'lik kesimi oluştururken alışveriş yaptığı yere güvenen ve sertifikanın kendisi için önemli olmadığını söyleyenler %10,4'lük kesimi oluşturmaktadır.

Tablo 3.14 İzlenebilirlik Hakkındaki Bilgi Düzeyi

	Kişi Sayısı	Yüzde
Hiç duymadım.	274	70,1
Duydum ama tam olarak bilmiyorum.	66	16,9
Evet biliyorum.	43	11,0
Detaylı bilgiye sahibim.	8	2,0
Toplam	391	100,0

Araştırmaya katılanların %70,1'i izlenebilirlik hakkında hiçbir bilgiye sahip olmadığını belirtmiştir. %16,9'luk kesim izlenebilirliği duyduğunu fakat tam olarak ne olduğunu bilmediğini söylerken %11'lik kesim izlenebilirliği bildiğini ve %2'lik kesimi de detaylı bilgiye sahip olduğunu belirtmiştir.

Tablo 3.15 Portakalın Hangi Bahçede Üretildiği, Hangi Uygulamalara Tabi Tutulduğu ve Üretim Yerinden Ne Zaman Yüklendi vb. Bilgilerin Gereklilik Durumu

	Kişi Sayısı	Yüzde
Evet, bu benim hakkım.	222	56,9
Hayır, hiç gerek yok.	58	14,9
Alışveriş yaptığım yer biliyorsa bu yeterli.	110	28,2
Toplam	390	100,0

Bir portakal satın aldığı anda %56,9'luk kesim, portakalın hangi bahçede üretildiği, hangi uygulamalara tabi tutulduğu vb. bilgileri bilmesi gerektiğini ve bu bilgileri bilmesinin hakkı olduğunu belirtirken %14,9'luk kesim hiç gerek olmadığını %28,2'lik kesimde alışveriş yaptığı yerin bu bilgileri bilmesinin kendisi için yeterli olduğunu belirtmiştir.

Tüketicilerin Tablo 3.14'de sonucu gösterilen "İzlenebilirlik hakkında bir bilginiz var mı?" sorusuna verdikleri yanıtlarda büyük bir bölümün *izlenebilirlik* hakkında bilgisi olmadığı ortaya çıkmıştır. Ancak "Bir portakal satın aldığınızda, portakalın hangi bahçede üretildiği, hangi uygulamalara tabi tutulduğu ve üretim yerinden ne zaman yüklendi vb. bilgiler sizin için gerekli mi?" sorusuna %56,9'luk bir kısım "Evet, bu benim hakkım"

cevabını vererek izlenebilirliği tanım olarak duymamış olsalar da kavram olarak *izlenebilirlik* konusunda talepleri olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 3.16 Organik Tarım Sertifikalı Ürünler Tüketme Durumu

	Kişi Sayısı	Yüzde
Hayır, hiç tüketmedim.	138	35,5
Bir kez tükettim.	40	10,4
Birçok kez tükettim.	187	48,1
Düzenli olarak tüketiyorum.	23	6,0
Toplam	390	100,0

Organik besin sertifikalı ürünleri %35,5’lik kesim hiç tüketmediğini belirtmiştir. Katılımcıların %10,4’ü organik tarım sertifikalı ürünleri bir kez tüketirken, %48,1’i birçok kez tükettiğini ve %6’lık kesim düzenli olarak tükettiğini belirtmiştir.

Tablo 3.17 Organik Tarım Sertifikalı Portakala Ödenmek İstenen Miktar

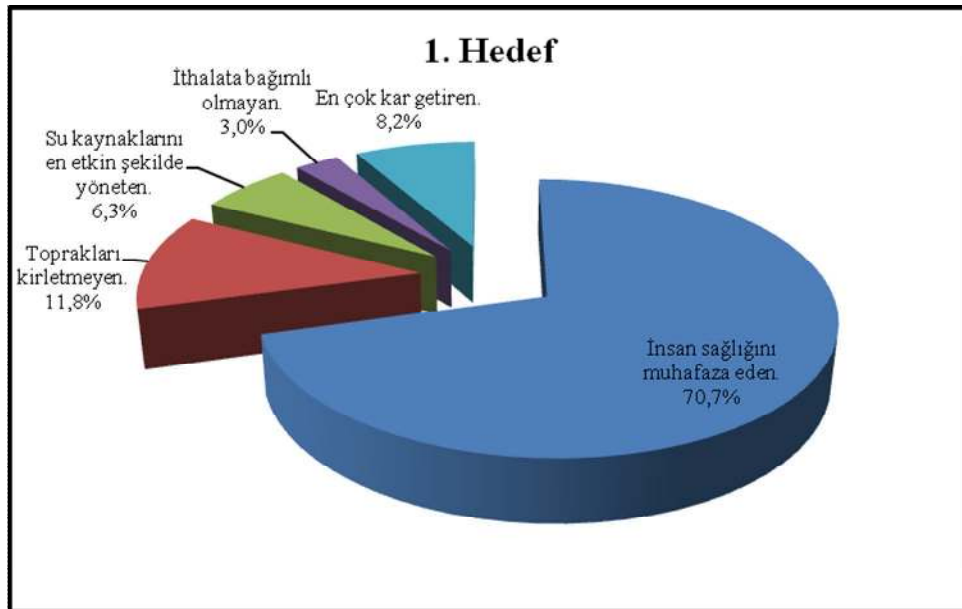
	Kişi Sayısı	Yüzde
Aynı, 1,5 TL	99	25,3
2 TL verebilirim.	140	35,8
3 TL, en fazla	120	30,7
Portakalı çok seviyorum 5 TL veririm.	18	4,6
Gerekirse daha fazla bile verebilirim.	14	3,6
Toplam	391	100,0

Alışveriş yapılan mekanda geleneksel olarak üretilen portakal 1,5 TL olduğu zaman, organik üretilen portakala %25,3’lük kesim aynı miktarı yani 1,5 TL vermek istediğini, %35,8’lik kesim 2 TL verebileceğini, %30,7’lik kesim en fazla 3 TL verebileceğini, %4,6’lık kesim portakalı çok sevdiğini ve 5 TL bile verebileceğini, %3,6’lık kesim ise gerekirse daha fazla bile verebileceğini belirtmiştir.

Tablo 3.18 İyi Tarım Uygulamaları Sertifikalı Portakala Ödenmek İstenen Miktar

	Kişi Sayısı	Yüzde
Aynı, 1,5 TL	113	28,9
2 TL verebilirim.	127	32,5
3 TL, en fazla	118	30,2
Portakalı çok seviyorum 5 TL veririm.	20	5,1
Gerekirse daha fazla bile verebilirim.	13	3,3
Toplam	391	100,0

Alışveriş yapılan mekanda geleneksel olarak üretilen portakal 1,5 TL olduğu zaman, iyi tarım uygulamalı üretilen (bilinçli ve kontrollü) portakala %28,9'luk kesim aynı miktarı yani 1,5 TL vermek istediğini, %32,5'lik kesim 2 TL verebileceğini, %30,2'lik kesim en fazla 3 TL verebileceğini, %5,1'lik kesim portakalı çok sevdiğini ve 5 TL bile verebileceğini, %3,3'lük kesim ise gerekirse daha fazla bile verebileceğini belirtmiştir.

**Grafik 3.8** Çiftçi Olunması Durumunda 1. Hedeflenen Üretim Şekli

Şu an bir çiftçi olsaydınız nasıl bir üretim hedeflerdiniz sorusuna %70,7'lik kesim insan sağlığını muhafaza eden, %11,8'lik kesim toprakları kirlletmeyen üretim şekli cevabını vermiştir. %6,3'lük kesim ise su kaynaklarını en etkin şekilde kullanan, %3'lük kesim ithalata

bağımlı olmayan ve %8,2'lik kesim en çok kâr getiren üretim şeklini birinci tercihi olarak kullanmıştır.

Karşılaştırmalar

1000 TL'den az, 1000-2000 TL arası ve 2000-3000 TL arası gelire sahip olanlar daha çok semt pazarlarını tercih etmektedir. 3000-5000 TL arası gelire sahip olanlar ise daha çok manav, market ve süpermarketleri, 5000-10000 TL arası gelire sahip olanlar daha çok semt pazarlarını ve manavları, 10000 TL'den fazla gelire sahip olanlar ise daha çok manav ve süpermarketleri tercih etmektedirler.

Tablo 3.19 Gelir Düzeyi ile Meyve-Sebze Alışverişlerinin En Çok Yapıldığı Yer Karşılaştırılması

		Meyve Sebze Alışverişlerinin En Çok Yapıldığı Yer			
		Semt Pazarı	Manavlar	Market, Bakkal	Süpermarket
Gelir	1000 TL'den az	21	11	4	2
	1000-2000 TL arası	50	34	18	6
	2000-3000 TL arası	34	26	21	8
	3000-5000 TL arası	13	16	15	17
	5000-10000 TL arası	11	11	4	6
	10000 TL'den fazla	3	4	2	5

Gelir düzeyi arttıkça portakal satın alımındaki fiyat unsuruna olan önemde azalma görülmüştür. Portakal satın alımındaki fiyata olan önem düzeyi gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,000<0,05$).

Portakalların lezzetli ve sulu olması 1000 TL'den az gelire sahip olanlar için daha az öneme sahipken diğer gelir düzeyindekiler için biraz daha önemli düzeydedir. Meyve büyüklüğü tüm gelir düzeyine sahip olanlar için hemen hemen aynı önem derecesine sahiptir

Fiyat unsurunun tersine portakalların nerede üretildiği gelir durumu ile doğru orantılıdır. Gelir düzeyi arttıkça portakalın üretildiği yerin önemi de o denli artmaktadır. Üstelik portakalın nerede üretildiği bilgisi gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,049<0,05$).

10000 TL’den fazla gelire sahip olanlar portakal satın alırken renk ve kabuk yapısına diğer gelir düzeyindeki insanlara göre daha çok önem vermektedir. 1000 TL’den az gelire sahip olanların portakal markasına verdiği önem en düşük iken 10000 TL’den fazla gelire sahip olanların markaya verdiği önem diğer gelir düzeyindeki insanlara göre daha yüksektir.

Tablo 3.20 Portakal Satın Alırken Dikkat Edilen Unsurların Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması

	Gelir	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
Fiyat	1000 TL’den az	41	4,39	0,862	4,784	0,000
	1000-2000 TL arası	118	4,19	1,004		
	2000-3000 TL arası	101	4,12	0,993		
	3000-5000 TL arası	71	3,69	1,116		
	5000-10000 TL arası	34	3,88	1,008		
	10000 TL’den fazla	16	3,31	1,702		
	Toplam	381	4,03	1,072		
Lezzetli ve Sulu Olması	1000 TL’den az	41	4,76	0,699	2,109	0,064
	1000-2000 TL arası	119	4,82	0,390		
	2000-3000 TL arası	100	4,94	0,239		
	3000-5000 TL arası	71	4,79	0,411		
	5000-10000 TL arası	33	4,82	0,392		
	10000 TL’den fazla	16	4,94	0,250		
	Toplam	380	4,84	0,406		
Meyve Büyüklüğü	1000 TL’den az	40	3,05	1,280	0,229	0,950
	1000-2000 TL arası	116	3,19	1,194		
	2000-3000 TL arası	99	3,16	1,307		
	3000-5000 TL arası	71	3,07	1,269		
	5000-10000 TL arası	32	3,16	1,417		
	10000 TL’den fazla	16	3,38	1,310		
	Toplam	374	3,15	1,266		
Nerede Üretildiği	1000 TL’den az	40	3,03	1,349	2,222	0,049
	1000-2000 TL arası	116	3,24	1,234		
	2000-3000 TL arası	99	3,37	1,093		
	3000-5000 TL arası	71	3,42	1,155		
	5000-10000 TL arası	34	3,47	1,331		
	10000 TL’den fazla	16	4,13	1,204		
	Toplam	376	3,35	1,214		
Renk ve Kabuk Yapısı	1000 TL’den az	40	3,80	1,159	1,754	0,122
	1000-2000 TL arası	117	4,07	1,089		
	2000-3000 TL arası	100	4,28	0,877		
	3000-5000 TL arası	70	3,99	1,014		
	5000-10000 TL arası	34	3,94	1,205		
	10000 TL’den fazla	15	4,33	0,900		
	Toplam	376	4,08	1,040		
Marka	1000 TL’den az	41	2,56	1,517	1,294	0,266
	1000-2000 TL arası	116	2,99	1,315		
	2000-3000 TL arası	101	3,11	1,311		
	3000-5000 TL arası	71	2,85	1,316		
	5000-10000 TL arası	34	3,18	1,527		
	10000 TL’den fazla	16	3,19	1,642		
	Toplam	379	2,97	1,374		

Tablo 3.21 Gelir Düzeyi ile Organik Tarım Sertifikalı Ürünleri Tüketme Durumunun Karşılaştırılması

		Organik tarım sertifikalı ürünler tüketme			
		Hayır, hiç tüketmedim	Bir kez tükettim	Birçok kez tükettim	Düzenli olarak tüketiyorum
Gelir	1000 TL'den az	20	4	15	2
	1000-2000 TL arası	50	16	50	7
	2000-3000 TL arası	36	8	54	2
	3000-5000 TL arası	21	9	36	6
	5000-10000 TL arası	8	3	20	4
	10000 TL'den fazla	3	0	10	2

1000 TL'den az gelire sahip olanların yarısına yakını organik besin sertifikalı ürünleri hiç tüketmediğini belirtmiştir. Gelir düzeyi arttıkça organik besinleri tüketme eğiliminde de artış gözlenmektedir.

Tablo 3.22 Gelir Düzeyi ile Organik Portakala Ödenmek İstenen Miktarın Karşılaştırılması

		Organik portakala ödenmek istenen miktar				
		Aynı, 1,5 TL	2 TL	3 TL	5 TL	Daha fazla
Gelir	1000 TL'den az	15	16	7	1	2
	1000-2000 TL arası	31	56	31	4	1
	2000-3000 TL arası	25	33	33	5	5
	3000-5000 TL arası	22	26	20	3	2
	5000-10000 TL arası	5	5	21	4	0
	10000 TL'den fazla	0	3	8	1	4

1000 TL'den az gelire sahip olanların çoğu organik portakala 1,5 TL ve 2 TL verebileceğini belirtirken 10000 TL'den fazla gelire sahip olanlar organik portakala en az 2 TL verebileceğini belirtmiştir.

Gelir düzeyi 10000 TL'den fazla olanlar iyi tarım uygulamalı portakala en az 2 TL verebileceklerini belirtirken diğer gelir düzeyindeki insanlar ağırlıklı olarak 1,5 TL, 2 TL ve 3 TL verebileceklerini belirtmiştir.

Tablo 3.23 Gelir Düzeyi ile İyi Tarım Uygulamalı Portakala Ödenmek İstenen Miktarın Karşılaştırılması

İyi tarım uygulamalı sertifikasına sahip portakala ödenmek istenen miktar		Aynı, 1,5 TL	2 TL	3 TL	5 TL	Daha fazla
Gelir	1000 TL'den az	16	14	8	2	1
	1000-2000 TL arası	39	45	35	1	3
	2000-3000 TL arası	32	30	34	2	3
	3000-5000 TL arası	21	29	18	3	2
	5000-10000 TL arası	5	5	14	11	0
	10000 TL'den fazla	0	3	8	1	4

Tablo 3.24 Eğitim Düzeyi ile Meyve-Sebze Alışverişlerinin En Çok Yapıldığı Yer Karşılaştırılması

Meyve Sebze Alışverişlerinin En Çok Yapıldığı Yer		Semt Pazarı	Manavlar	Market, Bakkal	Süpermarket
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	36	20	6	2
	Lise	54	42	23	9
	Ön Lisans	22	12	8	13
	Lisans	16	20	24	15
	Lisans Üstü	5	8	2	5

İlköğretim mezunlarının yarısından fazlası semt pazarlarında alışveriş yapmayı tercih ederken süpermarketlerde alışveriş yapmayı pek fazla tercih etmemektedir. Eğitim düzeyi arttıkça süpermarketlerde meyve-sebze alışverişi yapma eğiliminde artış gözlenmektedir.

Portakal satın alınırken dikkat edilen unsurlardan eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık gösteren unsurlar ürünün nerede üretildiği ve markasıdır. Lisansüstü eğitim düzeyine sahip insanlar için ürünün nerede üretildiği diğer insanlara göre daha önemi bir unsurdur. Portakalın nerede üretildiği insanların eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,000<0,05$). İlköğretim mezunlarına göre marka diğer insanlara göre biraz daha az öneme sahipken ön lisans mezunları için en fazla öneme sahiptir. İnsanların portakal satın alırken markaya verdiği önem eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,030<0,05$).

Tablo 3.25 Portakal Satın Alırken Dikkat Edilen Unsurların Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

	Eğitim Düzeyi	Kişi Sayısı	Anlamlılık (P)	Std. Sapma	F	Anlamlılık (P)
Fiyat	İlköğretim	66	4,26	0,982	1,771	0,134
	Lise	156	3,99	1,101		
	Ön Lisans	55	4,18	0,945		
	Lisans	82	3,85	1,145		
	Lisans Üstü	23	3,87	1,100		
	Toplam	382	4,03	1,074		
Lezzetli ve Sulu Olması	İlköğretim	66	4,79	0,595	0,495	0,739
	Lise	155	4,84	0,386		
	Ön Lisans	55	4,89	0,315		
	Lisans	82	4,85	0,356		
	Lisans Üstü	23	4,83	0,388		
	Toplam	381	4,84	0,414		
Meyve Büyüklüğü	İlköğretim	65	3,20	1,289	0,636	0,637
	Lise	154	3,18	1,218		
	Ön Lisans	53	3,32	1,283		
	Lisans	81	2,99	1,289		
	Lisans Üstü	22	3,09	1,342		
	Toplam	375	3,16	1,260		
Nerede Üretildiği	İlköğretim	65	2,74	1,278	5,972	0,000
	Lise	152	3,53	1,162		
	Ön Lisans	56	3,46	1,078		
	Lisans	81	3,36	1,154		
	Lisans Üstü	23	3,74	1,322		
	Toplam	377	3,36	1,210		
Renk ve Kabuk Yapısı	İlköğretim	66	3,91	1,262	1,657	0,159
	Lise	153	4,14	0,967		
	Ön Lisans	57	4,33	0,809		
	Lisans	80	3,98	1,067		
	Lisans Üstü	21	4,05	0,973		
	Toplam	377	4,09	1,029		
Marka	İlköğretim	66	2,68	1,438	2,706	0,030
	Lise	155	3,10	1,357		
	Ön Lisans	55	3,35	1,174		
	Lisans	81	2,74	1,412		
	Lisans Üstü	23	3,00	1,348		
	Toplam	380	2,98	1,370		

Tablo 3.26 Eğitim Düzeyi ile İyi Tarım Uygulamaları Hakkında Bilgi Düzeyinin Karşılaştırılması

		İyi Tarım Uygulamaları Hakkında Bilgi			
		Hiç duymadım	Duydum, ama tam olarak bilmiyorum	Evet, biliyorum.	Detaylı bilgiye sahibim
Eğitim	İlköğretim	60	5	1	0
	Lise	120	30	7	1
	Ön Lisans	36	20	2	1
	Lisans	44	22	15	3
	Lisansüstü	11	5	5	2

Genel olarak bakıldığı zaman tüm eğitim düzeyine sahip insanların çoğu iyi tarım uygulamalarını hiç duymadığını belirtmiştir. Eğitim düzeyi arttıkça iyi tarım uygulamaları hakkındaki bilgi düzeyinde de bir miktar artış görülmektedir.

Tablo 3.27 Eğitim Düzeyi ile Sürdürülebilir Tarım Uygulamaları Hakkında Bilgi Düzeyinin Karşılaştırılması

		Sürdürülebilir Tarım Hakkındaki Bilgi			
		Hiç duymadım	Duydum, ama tam olarak bilmiyorum	Evet, biliyorum.	Detaylı bilgiye sahibim
Eğitim	İlköğretim	56	8	1	1
	Lise	101	39	16	2
	Ön Lisans	30	19	7	3
	Lisans	42	27	12	3
	Lisansüstü	6	9	6	2

İyi tarım uygulamalarında olduğu gibi sürdürülebilir tarım uygulamaları hakkında da insanların çoğunluğu bilgi sahibi değildir. İlköğretim mezunlarının büyük çoğunluğu sürdürülebilir tarım hakkında hiç bilgi sahibi değilken eğitim düzeyinin artması ile birlikte sürdürülebilir tarım hakkındaki bilgi düzeyi de artmaktadır.

Tablo 3.28 Eğitim Düzeyi ile Organik Tarım Sertifikalı Ürünleri Tüketme Durumunun Karşılaştırılması

Organik Tarım Sertifikalı Ürünleri Tüketme					
		Hayır, hiç tüketmedim	Bir kez tükettim	Birçok kez tükettim	Düzenli olarak tüketiyorum
Eğitim	İlköğretim	26	9	24	6
	Lise	63	13	75	7
	Ön Lisans	16	9	32	2
	Lisans	27	8	42	6
	Lisansüstü	6	1	13	2

Eğitim düzeyi yüksek olan insanlar organik tarım sertifikalı ürünleri birçok kez ve düzenli olarak tükettiğini belirtmiştir. İyi tarım uygulamalı olarak üretilen portakala verilmek istenen miktar, organik üretilen portakala verilmek istenen miktar ile hemen hemen aynı düzeydedir.

3.4.2. İngiltere'deki Tüketici Tercihleri

Martinez ve ark.(2011) yaptığı kalitatif araştırmada İngiltere'deki çeşitli süpermarketlerden alışveriş yapan tüketicileri hedef gruplara ayırarak bir tüketicinin portakal hakkında ne düşündüğünü ve hissettiğini açıklayıcı bir şekilde kavramayı amaçlamışlardır. Her hedef grup için yüz yüze yapılan yarı-yapılandırılmış görüşmeler ile temel olarak aşağıdaki konulara odaklanılmıştır.

1. Market Seçimi
2. Alışveriş Stratejisi
3. Portakalın Algılanması
 - Portakal hakkında en iyi şeyler.
 - Portakal hakkında en kötü şeyler
4. Tüketiciler portakallarını nasıl seçiyor.

Hedef gruplara göre cevapların değiştiği araştırmada, Tesco, Waitrose ve Marks & Spencer (M&S) müşterilerinin fiyattan çok nadir söz ettiği, seçilmiş ürünlerin bulunmasını ve kalitenin alışveriş mekanının tercihinde temel faktör olduğu not edilmiştir. Bununla beraber *uygunluk (convenience)*, *ucuzluk(fiyat)* diğer faktörler olmuştur.

Tüketicilerin portakal hakkındaki en iyi, *sağlıklı, C vitamini, sululuk, tatlılık*, en kötü olarak ise *kirli (messy)* ve *yapışkan* kelimeleri akıllara gelmiştir. İstanbul’da yapılan ankette portakal satın almada *meyve büyüklüğü* tüketici için biraz önemliyken İngiltere’deki araştırmada önemli bir faktör olduğu ortaya çıkmıştır. Görüşme yapılan bir kişi portakalın büyük olması gerektiği ve büyük portakalları tercih ederek daha fazla fiyat ödediğini belirtmiştir. Ancak aksine diğer bir yorum ise; *“hiçbir zaman büyük portakal almıyorum, onları sevmiyorum”* olmuştur.

Ayrıca satın alınacak *portakalların sayısı* da önemli bir faktör olduğu, hatta filede satılan portakalların daha ucuz olduğu için, bir başka yorum olarak ise tek tek satılan portakalların daha kaliteli olduklarından dolayı file ile satılanlara tercih edildiği söylenmiştir.

Promosyonlu satılan portakallar için; *“Her zaman indirimdeki portakalları alıyorum, filelerde hiç indirim olmuyor ve “İndirim olmadıkça her zaman Tesco’ nun en iyilerini almıyorum”* yorumları yapılmıştır. Portakalın kolay soyulabilir olması ve çeşidi de diğer önemli satın alma faktörleri arasında olduğu belirtilmiştir.

Tüketicilerin yaptıkları kayda değer yorumlardan bazıları aşağıda verilmiştir;

Portakalların orijini, nereden geldiği konusunda; *“Portakalların nereden geldiğini söyleyemem, bu bir faktör değil. Onları İngiliz olmayan ürün olarak kabul ediyorum, yani onlar dışarıdan bir yerden”* yorumu yapılmıştır. Bu yoruma paralel olarak araştırmada satın alma kararında ürünün menşeinin (orijin) önemli bir unsur olmadığı not edilmiştir.

Uzun mesafelerden gelen ürünlerin çevre kirliliği açısından önemi sorulduğunda; *“Nereden geldiğini kesin olarak görebildiğim iki seçeneğim olsaydı, en kısa mesafeden geleni tercih ederdim, ama temel etken fiyat.*

“Aradığım şey portakal, ama klemantinlerde (mandarin) bir promosyon varsa, onları alırım. Güzel gözüktükleri sürece file alıyorum, değilse tek olanları alıyorum.”

“ M&S ’da ne varsa seçim ona göre de yapılıyor, çünkü her zaman aynı ürünler olmuyor.”

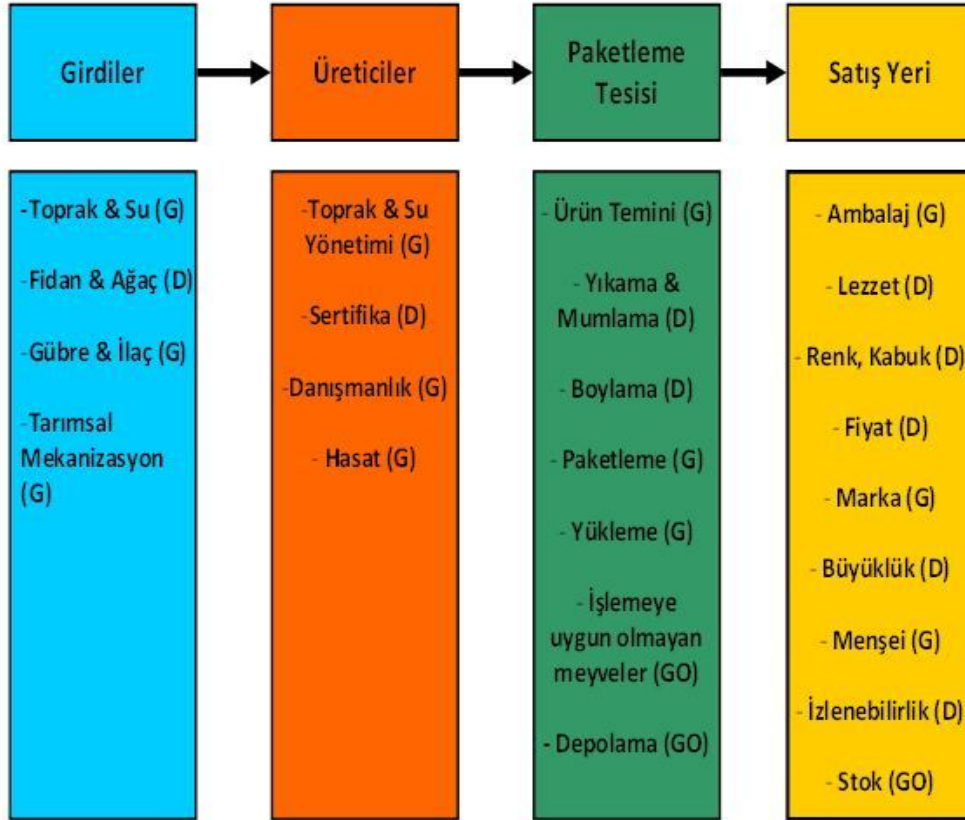
İngiltere'deki tüketicilerin portakal satın alırken önemli kabul ettikleri faktörler, *meyve büyüklüğü, minimum satın alma miktarı, promosyon, fiyat, kalite, soyulabilirlik ve çeşit* olarak sıralanabilir.

İstanbul'da yapılan tüketici araştırması ile bu çalışmanın en temel farklarından bir tanesi, satın alma tercihlerinde İngiltere'de sertifikalı ürünler hakkında hiçbir yorumun ve sorunun bulunmamasıdır. Bunu olumsuz değil tam tersi olumlu bir durum olarak görmek gerekmektedir. Çünkü Avrupa'daki çoğu büyük toptancı ve perakendeciler GlobalGap, ISO 9001 vb. sertifikalara sahip olmayan ihracatçılardan ürün almamaktadır. Tesco gibi büyük bir perakendecinin kendi tedarik standartlarının bulunması (Tesco's Nature Choice) ve ülkede gıda alışverişlerinin büyük bir kısmının süpermarketlerden yapılması, bilinçli tüketicilerin gıda güvenliği konularında neredeyse hiçbir kaygılarının olmamasını sağlamaktadır.

3.3 Materyal Akışı (Temel ve Destek Faaliyetler)

Dokuzuncu Kalkınma Planı Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda bitkisel üretimdeki yetersizlik ve tehditler şu şekilde bir paragrafta özetlenmiştir;

Sektörün güçlü yanlarına ve önündeki fırsatlara rağmen tehditlerden de soyutlanmış değildir. Ürüne ve yöreye has desteklerin verilmemesi, desteğin özendirici olmaması dolayısıyla üretim miktarı ve ürün kalitesinin azalması, girdi maliyetlerinin yüksekliği ve dışa bağımlılık, üretimden tüketime kadar geçen aşamada tam anlamıyla standartlara ulaşılamamış olması, iklim değişiklikleri, su kaynaklarının azalması ve kuraklık, sanayinin gelişmesine bağlı olarak ekolojik dengenin bozulması, tarımsal biyoteknoloji uygulamalarındaki yetersizlikler ve biyogüvenlik sistemlerinin kurulmamış olması, tarımsal kredilerde amaç dışı kullanım nedeniyle geri dönüşün olmayışı ve yatırımlardaki farklılık ve DTÖ ve Gümrük Birliğinin yaptırımları bitkisel üretim için tehdit oluşturmaktadır (DPT, 2007).



Şekil 3.1 Portakal Değer Zincirinde Materyal Akışı

(G = Gerekli Faaliyet, GO = Gerekli Olmayan Faaliyet, D = Değer Yaratın Faaliyet)

Zincirdeki materyal akışı girdi temin edicilerden üreticiye, paketleme tesisine ve satış yerine doğru akmaktadır. Ağacın dalında çiçek döneminden meyve oluşumuna ve bu meyvenin sofralara ulaşmasına kadar olan tüm faaliyetler *temel faaliyet* olarak değerlendirilmektedir. Kısacası hammaddenin ürüne dönüştürülmesi sürecindeki işlemler ve bu işlemlere tüketicinin vermiş olduğu değer doğrultusunda zincirin yeniden yapılandırılması veya geliştirilmesi hedeflenmektedir. Yukarıdaki tabloda anket çalışmasına istinaden bazı temel faaliyetler esas alınarak 3 şekilde değerlendirilmiştir; *Gerekli Faaliyet*, *Gerekli Olmayan Faaliyet*, *Değer Yaratın Faaliyet*.

Üretim için gerekli bir konu olan tarımsal mekanizasyon tüketici için bir anlam ifade etmemektedir. Bu yüzden değer yaratmayan ancak gerekli olan bir faaliyettir. Üretim sertifikalı yapılması tüketici için bir anlam taşıdığından bir değer yaratmaktadır. Aynı şekilde meyvenin çeşidi, paketleme tesisinde yıkanması ve mumlanması, boylanması, fiyatı, görünüşü, izlenebilir bir üretimin olması gibi konular tüketici gözünde değer yaratan konular olmaktadır.

Finike Portakalı Değer Zincirini oluştururken materyal akışı (temel ve destek faaliyetler); *Tarımsal Girdileri, Üretim, İşleme\Paketleme, Lojistik ve Satış* başlıkları altında irdelenecektir. Başlıkların içeriklerinde Finike ve Antalya’da yapılan birebir görüşmelerden edinilen kalitatif bilgiler ile bölgenin ve Türkiye’nin mevcut durumuna ışık tutabilecek nitelikte olan makro ve mikro veriler bir bütün halinde anlatılmaktadır.

3.3.1 Tarımsal Girdiler

Dünyada giderek büyüyen açlık sorunu, ülkemizde ise hızla artan nüfusun yeterli beslenememesi ve tarımın ekonomiye olan katkısını artırma gereği, üretim artışı konusunda tarım uzmanlarının daha çok çaba harcamaları sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Üretim artışı için yeni tarım alanları elde etme olanağı kalmamıştır. Bu durumda verimi yükseltmek, üretimi artırmanın tek yolu olarak görülmektedir. Tarımda girdi kullanımı, gerek bitkisel gerekse hayvansal üretimde verimin dolayısıyla üretim miktarının artmasında, kalitenin yükseltilebilmesinde en önemli unsurdur. Toprak, işgücü ve sermayeyi etkin hale getiren unsur tarımsal girdilerdir. Bitkisel üretim faaliyetinde kullanılan girdiler; tohum, gübre, mücadele ilacı, tarım alet ve makineleri, sulama ve tarımsal kredilerdir. Bu girdilerin yoğun bir şekilde kullanılması, entansif bir tarımsal faaliyeti, o da daha ileri düzeyde bir gelişmeyi simgeler. Ancak, gereğinden fazla ve hatalı biçimde kullanılan girdilerin, ürün kalitesi yanında toprak ve su kirlenmesine yol açabilen olumsuz etkileri de söz konusudur (Çelik, 2000, s. 18).

Son tarım sayımı (2001) verilerine göre Türkiye’de 28 bin portakal, 18 bin limon, 11 bin mandalina ve 500 civarında altıntop yetiştiren işletme vardır (TÜİK, 2001 Genel Tarım Sayımı Sonuçları). Bu tarım sayımı sonuçlarına göre sırasıyla portakal, limon ve mandalina ağaçları ile kapalı alan miktarı 332, 157 ve 132 bin dekadır. İşletmelerin sahip olduğu portakal, limon ve mandalina bahçelerinin ortalama büyüklüğü ise sırasıyla 12, 8.8 ve 11.9 dekadır. Portakal bahçelerinin %43.2, %57.4, %74.4 ve %97.8’i sırasıyla 10, 17, 40 ve 100 dekar alandan daha küçük olan bahçelerdir. İşletmelerin sahip olduğu limon bahçelerinin ise sırasıyla %62, %77 ve %84’ü 10, 15 ve 50 dekar alandan daha küçük ölçeğe sahiptir. Benzer şekilde mandalina bahçelerinin %55 ve %82’si 15 ve 58 dekardan daha küçük ölçekte olan bahçelerdir (Koç, 2009, s. 114).

3.3.1.1 Toprak ve Sulama

Bitkisel üretime doğrudan doğruya etki eden faktörlerin başında sulama gelir. Bitkilerden yüksek seviyede ürün alabilmek için, bunlara yetiştirme devrelerinde yeteri kadar su verilmesi zorunlu bulunmaktadır. Gerek yağışlarla ve gerekse çeşitli yollarla temin olunan sulama suyu ile bitkilerin su ihtiyacının karşılanması ve diğer üretim faktörlerinin de yeteri kadar sağlanması suretiyle azami verimin temini mümkün olmaktadır (Çelik, 2000, s. 44).

Türkiye'nin yüzölçümü yaklaşık olarak 1/3'üne karşılık gelen 28,05 milyon hektarlık kısmını ekilebilir araziler teşkil etmekte ve bunun da 25,85 milyon hektarlık kısmı sulanabilir arazilerden oluşmaktadır. Ancak, yapılan etütler sonucunda bugünkü koşullarda ekonomik olarak sulanabilir arazi miktarı 8,5 milyon ha olarak belirlenmiştir (Yavuz, 2005, s. 30-31).

Türkiye'de modern anlamda sulama projelerinin geliştirilmesi, 1950'li yılların başında DSİ ve TOPRAKSU gibi kuruluşların kurulması ve ülke genelinde teşkilatlanması ile büyük bir hız kazanmıştır. Ülkemizde ekilebilir araziler sınırına 1970'li yıllarda ulaşılmış, bu tarihten itibaren ise tarımsal verimin artırılması ülke genelinde geliştirilen modern sulama projeleri ile mümkün olmuştur. Günümüzde modern sulama projeleri esas itibarıyla Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü (DSİ) ve Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü (KHGM) tarafından geliştirilmektedir. Bugünkü teknik ve ekonomik koşullarda ülkemizin tüketilebilir yerüstü ve yeraltı su potansiyeli yılda ortalama toplam 110 milyar m³ tür. Ülkemizde başta DSİ olmak üzere su kaynaklarının geliştirilmesinden sorumlu olan kamu kurum ve kuruluşlarının 2003 yılı itibarıyla geliştirdikleri projeler sonucu çeşitli amaçlara yönelik su tüketimi 40,1 milyar m³ e ulaşmıştır. 2003 yılı itibarıyla tüketilen bu suyun %74'ü (29,6 milyar m³) sulama sektöründe, %15'i (6,2 milyar m³) içme suyu sektöründe, %11'i (4,3 milyar m³) sanayide kullanılmıştır (Tarım ve Köy İşleri, 2004, a, s. 40-41).

Ortalama işletme büyüklüklerinin düşük olması maliyetleri (TL/kg) arttırmaktadır ve sayıca çoğunlukta olan küçük çiftçiler için çağdaş altyapı olanaklarına ulaşmaları zorlaşmaktadır. Bu sebeplerden dolayı tarım her zaman devlet tarafından desteklenmesi kaçınılmaz bir sektör konumunda olmaktadır. 2005-2006 sezonundan itibaren Avrupa Birliği OTP çerçevesinde basınçlı sulama sistemlerine verilen kredi teşvikleri sayesinde çiftçiler 5 ve 7 yıllık yatırım kredilerine sahip olmuşlardır. Tarımsal işletmelerin verim artışına olanak sağlayan damlama, sprinkler, mini-sprinkler vb. basınçlı sistemler, üreticilerin yüzünü

güldürmekle beraber tarıma dayalı sanayi pozisyonunda da olan plastik boru imalat sanayini de olumlu yönde etkilemiştir.

Sulama yöntemleri; Yüzey, Yağmurlama, Toprak Altı, Mini-sprink, Damla Sulama olarak ayrılmıştır. Damla sulama yönteminin avantajları;

1. Kullanılabilir toprak suyunun yararlılığı artar.
2. Bitkiler daha iyi gelişir ve verimleri artar.
3. Bitkilerin tuzdan zarar görmeleri azalır.
4. Gübre ve diğer kimyasalların verilmesi kolaylaşır ve etkinlikleri artar.
5. Yabancı ot gelişimi azalır.
6. İşgücü gereksinimi azalır.
7. Enerji ihtiyacı azalır.
8. Kültürel işlemler daha kolay yapılır.

Ülkemizde yaygınlaşan ve en çok tercih edilen basınçlı sulama sistemi damla sulama olmaktadır. Avantajlarının yanında tıkanma, aşınma, yatırım maliyetlerinin yüksek olması gibi dezavantajları da vardır. Ayrıca turunçgil yetiştiriciliği yapılan ve don riski taşıyan bölgelerde üreticiler mini-sprinklere ilgi göstermeye başlamışlardır. Limon başta olmak üzere turunçgil çeşitleri -3 santigrat ve altındaki sıcaklıklara karşı hassastırlar. Mini-sprink sulama yöntemi, ağaç eteklerinin sarkıt şeklinde donmasını sağlayarak ağacı eksi sıcaklıklara karşı koruyabilmektedir.

3.3.1.2 Gübre ve İlaç

İnsan nüfusunun hızla arttığı dünyamızda, bu artış hızına bağlı olarak besin gereksinimin aynı oranda karşılanması gerekliliği ön plana çıkmıştır. Yeşil Devrim sonucu verimi yüksek çeşitlerle, tarımsal ilaç ve kimyasal gübre kullanımı devrim sayılmıştır. Ancak, son 30 yıl içerisinde bu devrimin ve hızlı sanayileşmenin insan sağlığına ve çevreye olan olumsuz etkileri ürkütücü boyutlara ulaşmıştır (Usanmaz, 2006, s. 82).

Dünyada yirminci yüzyılın ikinci yarısında yaşanan hızlı sanayileşme ve nüfus artışı önemli çevre sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Çözüm olarak ise açlık probleminin giderilmesine yönelik politikalar geliştirilmiş ve yoğun girdi kullanılarak birim alandan yüksek verim almaya ve yeni alanların tarıma açılmasına yönelik hedefler belirlenmiştir. Sonuçta, yoğun ve bilinçsiz tarım ilacı ve gübre kullanılması, yanlış toprak işleme uygulamaları, kalıntı riski, toprağın fiziksel yapısının bozulması, organik madde ve

canlılığının yitirilmesi ve besin maddesi dengesinin bozulması, tuzlanma, çoraklaşma gibi önemli çevre sorunlarını beraberinde getirmiştir. Verimliliği daha düşük olan marjinal alanların tarıma açılması ise daha sorunlu ortamların oluşmasında etkili olmuştur.³

1970’lerde “Yeşil Devrim” olarak nitelendirilen yoğun tarım hareketi tarımsal üretimde artış sağlamış; ancak dünyada yaşanan açlık problemine bir çözüm getirememiştir. Yoğun tarım hareketi, doğal kaynakların tahrip olmasına sebep olmuştur. Yirminci yüzyılın özellikle son çeyreğinde kendini göstermeye başlayan çevre kirliliği, ekolojik dengenin ve yasayan her türlü canlının sağlığını tehdit eder hale gelmiş, ekolojik ortamın sürdürülebilirliği tehlikeye girmiştir (Gök, 2008, s. 3).

Gübre çeşit ve kullanımları iklim ve toprak özellikleri bakımından ülkemizin her bölgesinde değişebilmektedir. Temel olarak kullanılan ticari gübreleri,

- Azotlu Gübreler (N)
- Fosforlu Gübreler (P)
- Potasyumlu Gübreler(K)
- Kompoze Gübreler (N, P, K)
- Sıvı Gübreler
- Mikro element Gübreleri(Demir, Çinko, Mangan vb.)
- Yaprak Gübreleri
- Mikrobiyolojik Gübreler, olarak sınıflandırmak mümkündür.

Tablo 3.29’da görüleceği üzere Türkiye’de son yıllarda Azotlu, Fosforlu ve Potasyumlu Gübrelerin dolar bazında ithalat değerleri incelendiğinde, azotlu gübrelerin ithalatı 1998 yılında 178 milyon dolar iken 2008 yılında bu rakam 939 milyon dolara ulaşmıştır. Fosforlu gübreler aynı yıllarda 863 bin dolardan 178 milyona, potasyumlu gübreler ise 21,3 milyon dolardan 57 milyon dolar seviyesine yükselmiştir.

³ http://www.tarimmerkezi.com/yazar_kose.php?hid=10834

Tablo 3.29 Türkiye’de Azotlu, Fosforlu ve Potasyumlu Gübre İthalatı ve İhracatı (1000\$)

	Azotlu Gübreler		Fosforlu Gübreler		Potasyumlu Gübreler	
	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat
1998	178201	1489	863	1875	21315	130
1999	151605	542	120	283	20021	58
2000	243534	1803	3125	39	16582	4
2001	162724	12550	3057	20	15653	45
2002	180317	13382	1369	15	19515	49
2003	235285	8342	3198	19	23958	54
2004	389961	29494	6045	309	32747	36
2005	414124	16963	4876	17	38582	148
2006	518070	15676	8213	24	33135	66
2007	677916	10539	9270	5700	57918	182
2008	939960	64805	17813	87	57052	2673

Kaynak: FAO, 2011.

Dünya genelinde toplam gübre tüketiminin su anki seviyesine göre %32.1’lik artışla 2030 yılında 226 150 381 milyon tona ve bu rakamın gelişmekte olan ülkelerde %52.8 artışla 156 727 886 milyon tona ulaşacağı beklenmektedir. Gelişmiş ülkelerde ise gübre tüketiminin 2030 yılına kadar %1.8 oranında ve Avrupa Birliği ülkelerinde de %2.4 oranında azalacağı tahmin edilmektedir.

Kimyasal gübre tüketiminde karşılaşılan sorunların basında çiftçinin alım gücü gelmektedir. Kimyasal gübrenin fiyatının arttığı, desteklemenin olmadığı ya da düşük oranda desteklemenin olduğu yıllar ile ürün fiyatının düşük seyrettiği yıllarda kimyasal gübre tüketimi azalmaktadır. Kimyasal gübre fiyatları, geçmiş yıllarda belirli bir dönem artış gösterirken takip eden yıllarda tekrar azalan bir seyir izlemesine karşın 2004 yılından itibaren tüm dünya’ da artan bir seyir izlemiştir. Fiyat artışlarının önümüzdeki yıllarda da devam edeceği öngörülmektedir. Fiyat artışları, yeni tarım alanlarının kullanıma açılması ile arzın talebi karşılamaması nedeniyle arz yönünde sürekli bir açıkla karşı karşıya kalınmasından kaynaklandığı gibi artan petrol fiyatları da gübre fiyatlarını olumsuz etkilemektedir (Eraslan, 2009, s.12).

Gübre fiyat değişimlerini uluslararası gübre ve hammadde fiyatları, döviz kur artışları ve destekleme oran veya tutarları etkilemektedir. Dönem içerisinde uluslar arası gübre ve ham/ara madde fiyatları sürekli artış eğilimi göstermiş, döviz kuru artışı ile 1998 yılında maktuya dönen devlet desteklemesinin döviz bazında erozyona uğraması ve 2001 Ekim

ayında kaldırılması nedenleriyle TL bazında artmaya devam etmiştir. 2000-2004 döneminde gübre fiyatları YTL bazında yaklaşık 3,5 kat, USD bazında gübre cinslerine göre %40-70 arasında artış göstermiştir (DPT, 2008, a, s. 33).

Bitki Koruma Ürünü terimi genellikle pestisit in eş anlamlısı olarak kullanılır. Pestisitler, bitkileri ve bitkisel ürünleri tüm zararlı organizmalara karşı korumak veya bu tür organizmaların etkilerini engellemek, büyüme düzenleyicileri gibi besin maddesi olmadığı halde bitkilerin yaşam fonksiyonlarını etkileyen istenmeyen bitkileri veya bitki kısımlarını yok ederek bitki gelişimini kontrol etmek veya önlemek amaçlarıyla, bünyelerinde bir veya birden çok aktif madde ile sinerjist, safener gibi yardımcı maddeleri bulunduran ve kullanıcıya bir formülasyon halinde sunulan aktif madde ve preparatlardır. Bitki koruma ürünleri altında ele alınan ürünler; akarisitler, bakterisitler, fungusitler, herbisitler, insektisitler, mollusitler, nematositler, bitki büyüme düzenleyiciler, repellentler, rodentisitler, semio-kimyasallar, talpisitler, virisitler, vb (Gürkan, 2007, s. 19).

Dünyada ve Türkiye’de islenen birim tarım arazisi ilkesine göre etkili bitki besin maddesi tüketimi tablo 3.30’da incelenmiştir. Türkiye birim alanda azotlu ve fosforlu gübre tüketiminde sırasıyla ortalama 63.29 ve 23.96 kg/ha ile dünya ortalamasında bir rakama ulaşmıştır. Potasyumlu gübrelerde ise 4.39 kg/ha ile dünya ortalamasının çok altında yer almaktadır. Tabloda dikkate değer bir başka husus ise Amerika ülkesindeki azot kullanımının Afrika hariç diğer bölge ve ülkelerden daha düşük olmasıdır. Bunun sebebi Amerika’da azot kaynaklarına ulaşımın yetersizliği değil azotlu gübrelerin en verimli şekilde toprağa verilmesi olarak düşünülebilir.

Tablo 3.30 Dünyada ve Türkiye’de işlenen birim tarım arazisi ilkesine göre etkili bitki besin maddesi tüketimi (kg/ha)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Ortalama
N, kg ha⁻¹							
Dünya	56.62	60.86	63.18	63.37	66.95	71.20	63.69
Asya	94.43	96.90	98.65	101.43	111.96	107.40	101.80
Afrika	10.71	13.14	13.21	14.13	10.38	10.85	12.07
Amerika	44.36	54.47	57.42	57.40	58.20	76.65	58.08
AB ülkeleri	88.13	92.95	101.53	90.76	91.50	102.59	94.58
TÜRKİYE	47.67	64.61	66.59	66.50	69.78	64.59	63.29
P₂O₅, kg ha⁻¹							
Dünya	22.30	24.51	25.91	26.46	26.81	26.70	24.45
Asya	33.51	34.09	35.99	38.44	42.60	39.13	37.29
Afrika	4.21	4.22	4.68	4.49	4.13	3.21	4.16
Amerika	21.74	29.78	31.79	30.01	26.78	31.17	28.55
AB ülkeleri	31.23	28.46	30.14	28.96	27.11	28.31	29.04
TÜRKİYE	12.77	26.46	28.99	30.10	27.69	17.77	23.96
K₂O, kg ha⁻¹							
Dünya	16.34	14.94	16.73	16.71	17.87	17.61	16.37
Asya	17.60	11.20	13.34	15.66	14.73	15.21	14.62
Afrika	2.04	2.11	2.05	1.50	1.86	1.81	1.90
Amerika	22.02	27.63	30.72	29.39	27.47	33.04	28.38
AB ülkeleri	18.92	16.47	17.79	16.27	16.21	16.97	32.15
TÜRKİYE	3.19	3.92	4.57	4.49	4.22	5.96	4.39
Toplam (N+ P₂O₅+ K₂O), kg ha⁻¹							
Dünya	95.26	100.31	105.81	106.54	109.63	115.51	105.51
Asya	145.54	142.19	147.98	155.53	169.29	161.74	153.71
Afrika	16.97	19.47	19.94	20.12	16.36	15.87	18.52
Amerika	88.11	111.88	119.93	116.80	112.44	140.86	115.00
AB ülkeleri	153.31	154.37	166.51	150.84	147.48	162.02	155.76
TÜRKİYE	63.64	94.99	100.15	101.08	101.69	88.32	91.64

Kaynak: Eraslan, 2011, s. 11.

Tarım ilacı üretimi; etkili maddeleri yardımcı ve dolgu maddeler seyreltilere bu maddelere yeni fiziksel özellikler kazandırmak suretiyle zirai mücadelede kullanılabilecek hale getirme işlemidir. Buna formülasyon adı da verilmektedir. Kültür bitkilerinde hastalık ve zararlılara karşı farklı ekipman ve uygulama şekilleriyle yürütülecek mücadelede kullanılacak tarım ilaçlarını değişik formülasyonlarda üretilmesi zorunludur (DPT, 2008, a, s. 99).

Tablo 3.31 Türkiye’de Pestisit Tüketim Miktarları (ton)

Pestisit Grupları	1979	1987	1994	1996	2002	2006	2007
İnsektisitler	2888	3303	2065	3027	2251	3406	7304
Akarisitler	203	240	192	223	297	219	315
Yağlar	1595	2147	2147	2871	2428	2144	2447
Fumigant ve Nematisitler	316	322	531	1077	1559	2650	3031
Rodentisit ve Mollusisitler	5,6	2,1	2,5	3,3	1,8	6,7	11
Fungusitler	1537	2612	2201	2951	1964	4432	4945
Herbisitler	2452	3495	3903	3644	3697	5400	4638
Toplam	8396	12112	10872	13797	12199	18258	22681

Kaynak: Durmuşoğlu, 2011, s. 2.

Türkiye’de Pestisit kullanım miktarları her geçen on yılda önemli bir şekilde artış göstermiştir. 1979 yılında toplam pestisit tüketimi 8.396 ton iken 2007 yılına geldiğimizde 22.681 ton olmuştur. Yaklaşık 30 yılda %270 artan tüketimin nedenlerini şu şekilde sıralamak doğru olacaktır;

- Dünya ile beraber Türkiye’de artan bitkisel üretim miktarları
- Pestisitlerin çoğalması ve dolayısıyla fiyatlarının düşüşe geçmesi
- Uygulama kolaylığı
- Miras yoluyla parçalanarak arazilerin kurumsallıktan uzak yönetimi sonucunda bilinçsiz bir şekilde gereksiz yere kullanılan pestisitler
- Yanlış devlet politikaları, kooperatiflerin etkinsizliği, çiftçiye sunulan yetersiz eğitim ve yayım olanakları
- Bazı Zirai ilaç bayilerinin suistimali.

12.09.2009 tarih ve 27139 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren, “Bitki Koruma Ürünlerinin Reçeteli Satış Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” ile tarımsal üretimde kullanılan tüm zirai ilaçların satışı reçete ile yapılmaya başlanmıştır. Dünyada hiçbir ülkede olmayan bu uygulama bilinçli tüketimi sağlamak, haksız rantı önlemek ve insan sağlığını korumak amacıyla çıkarılmıştır. Üreticiler ile birebir yapılan görüşmelerde 2010 yılında fabrikalardan alınan numunelerde ruhsatsız ürün kalıntısına rastlanılan çiftçilere insan öldürmeye teşebbüsten davalar açıldığı öğrenilmiştir. Sanıklar para cezasına çarptırılmış veya beraat etmişlerdir. Bu davalara sebep olan ilaç ise şeftali, armut, mısır, bağ, zeytin vb. ürünlerde ruhsatlı Chlorpyrifos-Ethyl etkili maddeli ilaçtır. Yıllardır turuncgillerde de

kullanıldığı ve AB'nin ve Rusya'nın MRL(Maksimum Kalıntı Limiti) listesinde bulunan ancak Türkiye'de narenciye ağaçlarına ruhsatı olmayan bu ilacı kullanan çiftçiler alınan numuneler sonucunda mahkemeye verilmişlerdir. Bu durumun en adaletsiz yanı ise Antalya ili pilot bölge seçildiğinden dolayı Adana, Mersin gibi turuncgil üretimi yapılan diğer illerde hiçbir denetleme yapılmamış olmasıdır.

Yönetmelik, insan sağlığı düşünüldüğünde son derece isabetli bir karar olmuştur. Ancak yürütmeye birden çok aksaklıklar mevcuttur. Ziraat mühendisleri ve teknikerleri sadece beş günlük bir eğitim ile yapılan sınav sonucunda reçete yazma yetkisine sahip olmuştur. Ardından eğitim tamamen kalkmış ve sınav sonucu yetki verilmeye başlanmıştır. Buradaki şüphe ve çelişki Bitki Koruma Ürünleri Toptancılık ve Bayilik Sınavında da yaşanmıştır. İlk sınav sonucunda katılanların ancak % 1'i 80 barajını geçerken, daha sonraki sınavlarda baraj düşürülerek sınava giren neredeyse herkes başarılı ilan edilmiştir. İnsan sağlığının bir sınav ve beş günlük eğitim ile bu şekilde tehdit edilmesi birçok çevreler tarafından hiçbir yönüyle kabul edilmemiştir.

Tablo 3.32 Türkiye'de Yıllar İtibariyle Pestisit İhracat ve İthalat Rakamları (1000\$)

Yıllar	Pestisitler	
1970	2903	0
1980	31846	1224
1990	60919	4052
1991	58952	12450
1992	66912	20124
1993	74094	22528
1994	55140	16402
1995	91487	19258
1996	111490	18143
1997	119740	20104
1998	114352	16821
1999	101489	16096
2000	97744	23090
2001	77361	21153
2002	85613	18033
2003	107540	22493
2004	138808	22694
2005	156216	27859
2006	101834	7142
2007	224358	48466
2008	254202	63383

Kaynak: FAO, 2011.

Hastalık ve zararlılarla savaşta, birçok yöntem uygulanmakta ise de, kimyasal mücadele yoluyla yapılan savaş, en yaygın ve fazla kullanılan bir yöntemdir. Kimyasal savaş ilaçları (pestisitler); insektisitler (böcek öldürücü), akarisitler (kırmızı örümcek öldürücüler), fungusitler (mantari hastalık öldürücüler), kışlık ve yazlık yağlar, herbisitler (yabancı ot öldürücüler) ve fumigantlar olarak gruplandırılmaktadır. Ayrıca bileşimleri bakımından da; toz ilaçlar, ıslanabilir toz ilaçlar, emülsiyon ilaçlar, yağ esanslı ilaçlar, cıvalı tohum ilaçları, göztaşı, kükürt vs. şeklinde sınıflandırılırlar (Çelik, 2000, s. 44).

FAO verilerine göre Türkiye’de 1970 ve 1980 yılında sırasıyla 2,9 ve 31 milyon dolar olan pestisit ithalatı 2008 yılında 254 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır. Tarım ilacı kullanılmadığı durumlarda yüzde 45-65 arasında değişebilen ürün kayıpları meydana gelebilmektedir. Bu nedenle tarımda üretimi ve verimliliği artırmak için tarım ilaçları günümüzde de vazgeçilemeyecek girdiler olarak yer almaktadır edilmektedir. “Ülkemizde hektara ortalama 598 gr aktif madde (1.512 gr/ha da preparat olarak) ilaç etkili maddesi düşmektedir. Bu değer gelişmiş ülkelere göre oldukça düşüktür” (DPT, 2006, s. 4). FAO istatistik veritabanına göre (2008 yılı için) Türkiye’de toplam tarımsal alana (39 milyon hektar) oranladığımızda hektar başına Fungusit/Bakterisit, Herbisit, İnsektisit tüketimi sırasıyla 0,17 kg/ha, 0,167 kg/ha ve 0,315 kg/ha olarak hesaplanmaktadır.

3.3.1.3 Tarımsal Mekanizasyon ve İşgücü

Tarım alet ve makineleri imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren firmaların küçük ölçekli olması ve kapasite kullanım oranının düşük olması nedeniyle, imalatçılar ekonomik problemlerle karşılaşmakta, büyük yatırım gerektiren makinelerin imalatını yapamamakta ve yeni teknolojileri takip etmekte güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Bu ekonomik problemler nedeniyle kalifiye eleman istihdamında sorunlar yaşanmaktadır. Tarım makineleri imalat sanayinin gelişmesi ile tarım sektöründeki gelişmeler birbirine bağlı olduğuna göre, tarım alet ve makineleri imalatçıların yatırımaları iyi değerlendirilmeli ve dışa açılmalarına imkan sağlanmalıdır. Bu çerçevede, AR-GE yatırımları ve modernizasyon çalışmaları teşvik edilmeli, sektördeki tüm imalatçıların ISO normlarında kalite güvencesi sağlamalarını özendirici tedbirler alınmalıdır (Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2004, a, s. 40-41).

Tarımsal üretimde mekanizasyon planlamasının önemi her gün biraz daha artmaktadır. Çünkü, tarımsal üretimde arazi bedeli dışında en büyük gider yükü tarımsal mekanizasyona aittir. Diğer deyimle tarımsal üretimin gelirini etkileyen en önemli giderlerden biri

mekinelerin sabit ve işletme giderleridir. Bu nedenle tarımsal mekanizasyonun iyi bir şekilde planlanması giderlerin bu plan uyarınca yapılması işletmenin devamlılığı ve verimliliği çok önemlidir.

Başarılı bir mekanizasyon planlanmasının yapılabilmesi için:

- 1- İşletmeye alınacak makine sayı ve boyutları,
- 2- İşletmede var olan makinelerin, değiştirilme süreleri,
- 3- İşletmenin gereği makinelerin, satın alma veya kiralama koşulları gibi faktörlerin bilinmesi veya saptanması gereklidir (DPT, 2008, b, s. 13).

Tarımsal mekanizasyon araçları kuvvet ve iş makineleri olarak iki ana gruba ayrılmaktadır. Tarımsal mekanizasyon sistemi içerisinde kuvvet makinesi olarak traktör, en önemli konuma sahiptir. Ayrıca, mekanizasyon yatırımlarının önemli bir bölümü traktöre aittir. Sayılan nedenlerden dolayı, traktör, ülkelerin tarımsal mekanizasyon düzeylerinin belirlenmesinde dikkate alınan en önemli göstergedir. Tarımsal mekanizasyon düzeyi göstergeleri, ekonomik traktör ömrü esas alınarak belirlenen traktör parkına bağlı olarak değerlendirilmeli ve güncelleştirilmelidir. Traktör esaslı mekanizasyon düzeyi; kW/ha, traktör sayısı/1000 ha, ha/traktör sayısı, tarım makineleri sayısı/traktör, tarım makineleri ağırlığı/traktör gibi birimlerle tanımlanmaktadır. Bunlardan ilk üçü traktöre bağlı göstergeler, diğer ikisi ise tarım makineleri göstergeleridir. Traktöre bağlı kW/ha ölçütü, mevcut durumu açıklamada ve karşılaştırmalı sonuç çıkarmada en yaygın kullanılan göstergedir.

Tarımsal Mekanizasyonun Faydaları;

1. Üretimde yeni teknoloji uygulamalarına imkân sağlamak.
2. Üretimi doğa koşullarına bağımlı olmaktan mümkün olduğunca kurtarmak ve daha nitelikli ürün elde etmek.
3. Üretim işlemlerini en uygun süre içerisinde tamamlayarak, gecikmeden doğan ürün kaybını önlemek
4. Kırsal kesimde çalışma koşullarını daha rahat, çekici ve güvenli bir duruma getirmek ve tarım işçilerinin iş verimini yükseltmek.
5. Bir yandan tarımsal ürün artışı diğer yandan tarım araçları sanayindeki gelişmeler ile yeni iş alanlarının açılmasına imkân sağlamak.
6. İnsan ve hayvan gücü ile başırlamayan tarımsal işlemleri makine gücü ile başarmak ve yeni alanların tarıma açılmasını sağlamak.

Tablo 3.33 Türkiye’de Yıllar İtibariyle Mekanizasyon Düzeyi

Yıl	Arazi	Traktör Sayısı	Mekanizasyon Düzeyi (Traktör/1000ha)
1990	27677	689650	24,92
1991	27689	701074	25,32
1992	27526	725933	26,37
1993	27535	746283	27,10
1994	27771	763529	27,49
1995	27115	776863	28,65
1996	29152	807303	27,69
1997	29162	874995	30,00
1998	26968	902513	33,47
1999	26672	924471	34,66
2000	26672	941835	35,31
2001	28510	948416	33,27
2002	28523	970083	34,00

Kaynak: Sabancı, 2001, s. 10.

Tarımsal mekanizasyonun sayılan bu faydaları, eğer koşullara uygun olmayan ve plansız yürütülen bir mekanizasyon uygulaması haline dönüşürse bazı sakıncaları söz konusudur. İstenmeyen bu sakıncaları şöyle sıralayabiliriz.

1. Tüm tarımsal girdiler içinde, mekanizasyon araçları girdisi en büyük paya sahiptir. Plansız mekanizasyon uygulaması işletme ölçeğinde önemli bir gider yükü yaratır.
2. Aşırı mekanizasyon sonucu, kırsal kesimde işsizlik artabilir.
3. Plansız mekanizasyon sonucu, tarım ve sanayi kesimleri arasındaki denge tarım kesimi aleyhine bozulabilir.
4. Mekanizasyon araçları genellikle akaryakıt enerjisine dayalı olarak çalışır. Plansız mekanizasyon ülkenin genel enerji dengesini olumsuz etkiler. ⁴

Türkiye’de son yıllarda uygulanan ekonomik politikalar ve krizlerin etkisiyle tarımsal istihdam yeniden şekillenmiştir. Özellikle tarımsal ürünleri işleyen tarıma dayalı sanayi işletmelerinde işten çıkartmalar artmış, işsiz kalan kitle, tarım işçiliğine yönelmiştir. İşletmelerde ucuz olan kadın ve çocuk işgücü kullanımı artmıştır. Tarımsal gelirlerde meydana gelen düşüşler, üretim desenine bağlı olarak aile işgücü ve niteliksiz işgücü kullanımını artırmıştır (Tarım ve Köy İşleri, 2004, a, s. 40-41).

4 <http://www.batem.gov.tr/yayinlar/kitapciklar/mechanizasyon/mechanizasyon.pdf>

Çiftçilerle yapılan birebir görüşmelerde işletmelerin işgücü ihtiyacının arazi büyüklüğüne göre değişmekte olduğu anlaşılmıştır. Turunçgil işletmelerinde ücretli (aylıkçı) ve günlük (yevmiye ile) işçi çalıştırıldığı belirtilmiştir. Günlük yevmiye ile çalışan işçiler ilaçlama, budama, hasat ve diğer kültürel uygulamalarda çalışmaktadır. Bir günde ortalama 6-7 saat çalışan işçiler 2011 yılı için 35-40 TL ücret almaktadır. Küçük ölçekli işletmelerde işgücü ihtiyacı çoğunlukla aile içinden karşılanmaktadır ve bazı küçük ve orta işletmelerin turunçgil yetiştiriciliğinin yanında serada sebze üretimi yaparak gelirlerini arttırmayı hedefledikleri de anlaşılmıştır. Büyük işletmelerin bünyelerinde istisnalar hariç ziraat mühendisleri istihdam edilmemektedir. Teknik yönlendirmeler, ilçe tarım müdürlüklerinde çalışan teknikerler, zirai danışmanlar veya zirai ilaç bayiinde görevli ziraat mühendisleri tarafından yapılmaktadır.

Finike yöresinde 6 üretici ile yapılan görüşmelerde küçük ve büyük çiftçilerin bir araya gelerek girdi fiyatları veya satış konularında ortak hareket etmediği anlaşılmıştır. Bunun sebebi sorulduğunda ise bu konuda hiçbir teşvik ve yönlendirmenin olmadığı öğrenilmiştir. Finike Meyve Üretici Birliği'nin 50'yi geçmeyen üye sayısı ve hiçbir ticari faaliyetinin olmayışı durumu açıklamaya yeterli olmaktadır. Üreticiler arasındaki bilgi akışının sadece eş, dost arasında olduğu ve çiftçi eğitim, yayım çalışmalarının yetersiz olduğu söylenmiştir.

3.3.2 Üretim

Araştırmanın gerekçesinde de bahsedildiği üzere Finike'nin çalışmaya değer görülmesinin ilk sebepleri arasında Türkiye'de ve dünyadaki üstün kaliteye sahip portakala sahip olmasıdır. Yapılan görüşmelerde esas sorunun pazarlama yani satış olduğu belirtilse de üretim maliyetlerindeki artıştan da bahsedilmiştir ki bu konudaki sıkıntılar Tarımsal Girdiler kısmında daha önce irdelenmiştir. Üretim başlığı altında ise üretim standartları, reçete yönetmeliği, tarımsal sübvansiyonlar ve üreticilerin sıkıntı ve düşüncelerine yer verilmiştir.

Finike yöresinde Kasım ayı ile başlayan Portakal hasadı Mayıs ayına kadar devam edebilmektedir. Üreticilerden ve İlçe Tarım Müdürlüğü'nden elde edinilen bilgiye göre en çok yetiştirilen çeşit Washington Navel, daha sonra Valencia Late ve Finike Yerlisi olduğu ancak Finike ilçesi sınırları içerisinde coğrafi işaret (patent) alan çeşidin sadece Washington Navel olduğu öğrenilmiştir. Nisan ayı ile açmaya başlayan çiçekler Mayıs, Haziran itibariyle meyveye dönüşmekte ve oluşan meyveler yaz ve sonbahar ile gelişerek Kasım ayından itibaren hasada uygun hale gelmektedir.

Finike’de toplam 29570 dönüm arazide portakal yetiştiriciliği yapılmaktadır ancak üreticilerin hepsi ÇKS ’ne kayıtlı değildir. Tablo 3.34’de görüleceği üzere 2010 yılında kayıtlı yaklaşık 16300 dönüm portakal bahçesi bulunmaktadır. 2008 yılına göre rakamın daha düşük olmasının sebebi bahçelerin sökülmesinden ziyade çiftçilerin her sene ÇKS kayıtlarını yenilememesidir.

Finike İlçe Tarım Müdürlüğü’nden alınan verilere göre Çiftçi Kayıt Sistemi’ne kayıtlı Finike ilçesinde 2010 yılında büyüklüklerine göre arazi dağılımları, işletme sayıları ve alanlar Tablo 3.35’de verilmiştir. 20-50 dönüm arası işletmelerin sayısı 309 olup Finike’nin %27,88’ini (10,066 dekar) kapsamaktadır. Arazi büyüklükleri arttıkça işletme sayıları azalmaktadır. 500-1000 dönüm arası araziye sahip olan üreticilerin sayısı 6’dır.

Tablo 3.34 Finike İlçesi Çiftçi Kayıt Sistemine Kayıtlı Turunçgil Üretim Miktarları (2010)

	İşletme Sayısı	Arazi Sayısı	Ekili Alan (da)	Ürünün Ekildiği Alanın Toplam Ekili Alana Oranı
Portakal (Washington)	527	1619	15070	48,08%
Portakal (Diğer)	83	126	1294	4,13%
Limon	37	52	599	1,91%
Mandalina (Satsuma)	26	50	414	1,32%
Mandalina (Diğer)	10	15	101	0,32%
Altıntop (Greyfurt)	7	8	77	0,25%
Toplam	555	1870	17555	

Kaynak: Finike İlçe Tarım Müdürlüğü, 2011, s. 23.

Tablo 3.35 Finike İlçesinde Büyüklüklerine göre Arazi ve İşletme Dağılımı (2010)

Arazi Dilimleri (da)								
	< 5	5-10	10-20	20-50	50-100	100-200	200-500	500-1000
İşletme Sayısı	116	117	212	309	101	29	21	6
Arazi Sayısı	171	262	734	1713	802	375	308	204
Kullanılan Alan	311,307	882,943	3.170,902	10.066,545	6.653,282	3.994,674	6.801,897	4.219,107
% Toplam	0,86%	2,45%	8,78%	27,88%	18,43%	11,07%	18,84%	11,69%

Kaynak: Finike İlçe Tarım Müdürlüğü, 2011, s. 19.

Tablo 3.36 Finike İlçesinde Turunçgil Yetiştiriciliği Yapan İşletme, Arazi Sayısı ve Dikili Alan

	İşletme Sayısı	Arazi Sayısı	Dikili Alan (da,m2)
2006	626	2058	18.531,835
2007	637	2103	18.563,235
2008	665	2189	19.730,278
2009	511	1735	16.875,806
2010	555	1870	17.555,788

Kaynak: Finike İlçe Tarım Müdürlüğü 2011, s. 21.

3.3.2.1 İyi Tarım Uygulamaları

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığın AB Ortak Tarım Politikası uyum çerçevesinde teşvik ettiği ve destek verdiği en önemli konulardan birisi sertifikalı üretimdir. Ancak Finike ilçesinde İlçe Tarımdan alınan bilgilere göre toplam İyi tarım uygulamaları (İTU) sertifikasına sahip portakal yetiştiricisi sayısı 2010 yılı için sadece 12 işletmedir. Bunun sebebi olarak üreticilerin sertifika sahibi olması durumunda bir avantaj elde edilmediğini düşünmesi ve arazi büyüklüğünün yetersiz olmasından dolayı verilen teşviklerin sertifika ücretine yetmediği anlaşılmıştır. Tarımsal sübvansiyonlar alt başlığı altında da belirtileceği üzere dekar başına İTU desteği 2011 yılı için 20 TL olacaktır.

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın İyi tarım uygulamalarına ilişkin yönetmelikte belirtilen amaç “ çevre, insan ve hayvan sağlığına zarar vermeyen bir tarımsal üretimin yapılması, doğal kaynakların korunması, tarımda izlenebilirlik ve sürdürülebilirlik ile gıda güvenliğinin sağlanması” olarak belirtilmiştir.

Aynı yönetmelikte İTU kriterlerine göre üretim yapan üreticilerin ve üretici birliklerinin görev ve sorumlulukları madde madde açıklanmıştır;

- a) Üretim alanlarında yaptıkları gübre, bitki koruma uygulamalarını ve gerekli olan diğer zorunlu uygulamaları kayıt altına almak,
- b) Bitki koruma ve hayvan sağlığı ürünlerini tavsiyesine uygun olarak kullanmak,
- c) Üretimde hastalıklar, zararlılar ve yabancı otlar ile mücadele yapmak,
- d) Toprak, su, çevre ve insan sağlığını koruyucu tedbirler almak,
- e) Toprak ve yaprak analizlerini yapmak/yaptırmak, gübrelemeyi analiz sonuçlarına göre uygulamak ve analiz sonuçlarını kayıt altında tutmak,
- f) Sulama suyunu analiz ettirmek, önerilen miktar ve metotlarda uygulamak ve kayıt altına almaktır (Tarım ve Köy İşleri, 2004, b, s. 2).

İyi tarım uygulamaları (İTU) sertifikasına sahip bir çiftçi, yapılan görüşmede bu sertifikaya sahip olmanın fiyat açısından hiçbir ek getirisi olmadığı ancak orta ve uzun vadede kendi ürününün alıcılar tarafından tercih sebebi olacağını ve satışta kolaylık sağlayacağını belirtmiştir. Tarımdaki bu standartları TSE garantisine benzeten üretici, amacının portakal fiyatlarının geriye gittiği son yıllarda, girdi kullanımını en aza indirmeye çalışarak kâr marjını korumak olduğunu da eklemiştir.

Finike ilçesinde 2009 yılında toplam 1893 dekar arazi üzerinde 3 işletme İTU belgesi alırken, 2010 yılında 3324 dekar arazide 12 işletme sertifikalı üretimi tercih etmiştir. Arazilerin çoğunda portakal üretimi olup, diğer turuncgil ürünlerini ve nar üretimini de kapsamaktadır. İşletmelerin hepsi 50 dekar ve üzeri büyüklüğe sahiptir. Finike ilçesinde organik portakal üretimi yapılmamaktadır.

3.3.2.2 Tarımsal Desteklemeler

Türkiye’de tarımın ekonomi ve istihdam içindeki payının küçümsenemeyecek kadar büyük olması geçmişten beri bu sektörün gündemde olmasına neden olmuş, fakat bu alandaki sorunlara yönelik kalıcı çözümler bulunamamıştır. Özellikle destekleme politikalarının rasyonaliteden uzak, çoğu kez popülist kaygılara dayandırılması, tarım sektörünün diğer alanlarında var olan sorunlara çözüm bulunmasına engel oluşturmuştur. Destekleme ödemelerinin, farkında olunmasa da, tarımsal nüfusu tasfiye edici bir politika aracı olarak kullanılmayıp tarımsal üretimi dolayısıyla tarımsal nüfusu artırıcı olarak kullanılması verimlilik, tarımsal işletmelerde küçük ölçek sorunu ve çok parçalılık gibi sorunların çözümüne de engel oluşturmuştur. Bu nedenle, öncelikli olarak Türkiye’de destekleme politikalarının ne durumda olduğu ve dünyada nasıl bir eğilimin hakim olduğunun tespiti önem taşımaktadır (Acar, 2011, s. 2).

Türkiye’nin ulusal tarım politikaları 2000’li yıllarla birlikte bir yol ayrımına girmiş bulunmaktadır. Uzun yıllar boyunca tarımsal desteklemenin temel yöntemi olarak benimsenmiş olan fiyata dayalı destekleme yöntemi olan destekleme alımları sistemi iç politikalar yönünden IMF’nin “denk bütçe” kısıtına, dış politikalar yönünden ise “ticareti bozucu” niteliği yönünden DTÖ’nün yasaklar listesine takılmıştır. Bunun üzerine uygulamaya konulan doğrudan gelir desteği ise tarımın özellikle düşük verim ve gelir düzeyi sorunlarına çare olamamıştır (Şahinöz, 2007, s. 55).

Doğrudan gelir desteği programına geçiş 26 Nisan 2000 tarih ve 24031 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan tebliği ile 72 köyden oluşan dört bölgede uygulanmaya başlanmıştır. Doğrudan gelir destekleme sistemine geçişin altyapısını hazırlamaya yönelik olarak da "Çiftçi Kayıt Sistemi Projesi" ve "veri tabanı" oluşturulması, böylelikle merkezi bir kayıt sisteminin kurulması planlanmaktadır (Arı, 2011, s. 73).

Doğrudan gelir ödemeleri (DGÖ), kamu kaynaklarından hedef tarım üreticilerinin gelir düzeyini etkilemek amacıyla yapılan transferler şeklinde uygulanan bir politika aracıdır. Geniş anlamda bu politika ile;

- a) mevcut ve gelecekteki üretim miktarı, girdi kullanımı veya gelir düzeyleri ile ilişkilendirilmeksizin üreticilere yapılan transferleri (*pure decoupling or decoupled payments*) veya
- b) bu politikanın hedeflediği gruplara çeşitli şartların ileri sürülmesi ile *telaî edici ödemeler* (*compensatory payments*) ve piyasa fiyatı ile hedeflenen gelir düzeyine karşılık gelen fiyat arasında farkın *fark ödemeler veya prim sistemi* (*deficiency payments*) şeklinde üreticilere verilmesi ile yapılmaktadır (DPT, 1999, s. 2).

Tablo 3.37 Tarımsal Destekleme Araçları Destekleme Payı (%)

DGD Ödemeleri	45
Fark ödeme Uygulaması	13
Hayvancılık Destekleri	12
Kırsal Kalkınma Destekleri	10
Telaî Edici Ödemeler	5
Ürün Sigortası Ödemeleri	5
ÇATAK Programı Destekleri	5
Diğer Destekler	5
Toplam	100

Kaynak: Övgün, 2010, s. 101.

OECD tarafından hazırlanan ve tüketiciler ile vergi mükelleflerinden üreticilere yapılan transferleri gösteren Üretici Destek Tahminine (Producer Support Estimate: PSE) göre 2007 yılında geçici verilere göre Üretici Destek Tahmini AB'de \$134.3, ABD'de \$32.7 ve Türkiye'de \$13.4 milyardır. Aynı değer OECD için \$258.2 milyardır. Ancak mutlak rakamlara dayalı bu değerlerden yola çıkarak yapılacak karşılaştırmalar hatalı yorumlamalara neden olabilmektedir. OECD, AB, ABD'nin yanısıra diğer bazı ülkelerin tarım sektörüne verdikleri desteğin GSYH'dan ne kadar pay aldığına bakıldığında, durumun Türkiye için pek de iç açıcı olmadığı rahatlıkla görülecektir (Acar, 2011, s.12).

Finike İlçe Tarım Müdürlüğü'nden alınan bilgiler ışığında Türkiye'de 2011 yılı çiftçi kayıt sistemine dahil olan çiftçilere mazot, gübre ve toprak analizi desteği yapıldığı öğrenilmiştir. Mazot desteği Turunçgil için (Meyve) 3,75 TL/da, Gübre Destekleme 4,75 TL/da ve toprak analizi desteği 2,5 TL/da olmaktadır. Ancak Finike'de toprak analizi desteği alan toplam arazi sadece 5840 dönümdür. Bunun sebebi işletmelerin %58,4'ünün 100 dönümden az olması ve toprak analizlerinin üreticilere pratik çözümler getirmemesidir.

Üretim girdilerinin yanında üretim materyaline destek ise, sertifikalı meyve fidanı ile bahçe tesisinde 200 TL/da, standart fidan 100 TL/da, narenciye bahçelerinde sertifikalı aşılama ile çeşit değiştirme 250 TL/da olarak bildirilmiştir. 2010 yılında Finike ilçesinde 5 çiftçiye 25.269 TL değerinde sertifikalı fidan desteği verilmiştir.

Gıda güvenliği ve izlenebilirlik amacıyla İyi Tarım Uygulamaları (İ.T.U.) sertifikasına sahip üreticilere 2011 yılı için 20 TL/da, Organik ürün yetiştiriciliği yapan çiftçilere ise 25 TL/da destek verilmektedir. Mazot-Gübre, Toprak Analiz ve İTU desteği toplam 31 TL'yi bulmaktadır.

Ülkenin tarımsal yayım ve danışmanlık sisteminin çoğulcu, etkin ve verimli bir yapıya kavuşmasını sağlamak amacıyla, tarımsal danışmanlık sistemine dahil olan her işletme için destekleme yapılmaktadır. Destekleme ödemesi kapsamına alınan her tarımsal işletme için 500 TL ödenir. Destekleme kapsamında danışmanlık hizmeti satın alabilecek tarımsal işletmeler tarımsal yayım ve danışmanlık hizmeti satın alınacak kişi ve kuruluşlar, destekleme ödemesi kriterleri, uygulama alanı ve diğer hususlar Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı tarafından belirlenir (Finike İlçe Tarım, 2011, s. 5). Finike ilçesinde 2010 yılında sadece 1 çiftçi Tarımsal Yayım ve Danışmanlık hizmeti olarak 500 TL destek almıştır.

Narenciye bahçelerinde görülen unlu bit mücadelesinde kimyasal ilaç kullanımının azaltılması amacıyla üretilen faydalı böcek kullananlar üreticilere 2011 yılı için Biyolojik mücadele desteği altında 20 TL/da ödeme yapılacaktır.

Bakanlığın üreticilere sunduğu bir başka teşvik ise Tarım Sigortaları'dır. Tarım sektörünü tehdit eden riskleri teminat altına alabilmek amacıyla 14/06/2005 tarihli 5363 sayılı "Tarım Sigortaları Kanunu" yürürlüğe girmiştir. Tarım sigortalarının tamamı Tarım Sigortaları Havuz İşletmesi A.Ş. (TARSİM) tarafından işletilmekte ve bu kurum tarafından

üreticilere hazırlanan poliçelerin %50'sini devlet sübvansede etmektedir. Don, dolu, rüzgar, fırtına, hortum vb. hasarlar poliçe kapsamındadır.

3.3.2.3 Tarımsal Eğitim, Yayım ve Danışmanlık ile Reçete Yönetmeliği

Üretim aşamasında en çok sıkıntı yaratan konuların başında bilgi eksikliği ve kirliliği gelmektedir. Aşağıda ülkemizde Turunçgil üzerine çalışmalar yapan, bilgi üreten, yayım ve yayım yapan kurumlar sıralanmıştır.

Araştırma, Eğitim ve Öğretim Kuruluşları:

- Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi, ANTALYA
- Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Balcalı-ADANA
- Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Bornova-İZMİR
- Mustafa Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, HATAY
- Batı Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü, ANTALYA
- Alata Bahçe Kùltürleri Araştırma Enstitüsü, Erdemli-MERSİN
- Ege Tarımsal Araştırma Enstitüsü, Menemen-İZMİR
- Karadeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü, SAMSUN
- Ziraî Mücadele Araştırma Enstitüsü, Bornova-İZMİR
- Ziraî Mücadele Araştırma Enstitüsü, ADANA
- Toprak ve Gübre Araştırma Enstitüsü, ANKARA
- Köy Hizmetleri Araştırma Enstitüsü, Menemen-İZMİR
- Köy Hizmetleri Araştırma Enstitüsü, Tarsus-MERSİN
- Çay Araştırma Enstitüsü, RİZE
- Çeşitli Üniversitelere bağı tarıma dayalı Meslek Yüksekokulları
- Ç.Ü. Subtropik Meyveler Araştırma ve Uygulama Merkezi, ADANA

Meyve ve Fidan Üretim Kuruluşları : -Aydın Vakıf İşletmesi, AYDIN

- Dalaman Tarım İşletmesi Müdürlüğü, MUĞLA
- Boztepe Tarım İşletmesi Müdürlüğü, ANTALYA
- Tarım İl Müd. (Sultanhisar İl Fidanlığı), Sultanhisar-AYDIN
- Tarım il Müdürlüğü (Erdemli İl Fidanlığı), Erdemli-MERSİN
- Tarım İl Müdürlüğü (Selçuk İl Fidanlığı), Selçuk-İZMİR

Yayım Kuruluşları - Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın, özellikle Adana, Antalya, Aydın, Hatay, Mersin, İzmir, Muğla ve Rize İl Müdürlükleri ve Bağı kuruluşlar.

Kooperatifler -Antbirlik (Antalya Pamuk ve Narenciye Tarım Satış Kooperatifleri Birliği), ANTALYA

-İçkobirlik (İçel Narenciye Tarım Satış Kooperatifleri Birliği), MERSİN

-Çukobirlik (Çukurova Pamuk, Yerfıstığı, Yağlı Tohumlar ve Narenciye Tarım Satış Kooperatifleri Birliği), ADANA

-Tarım Kredi Kooperatifleri

Özel Kuruluşlar: -Turunçgil meyve ve fidan üretimi yapan tarım işletmeleri.

-Teknolojik ürün üreten tesisler

-Pazarlama kuruluşları

Sivil Toplum Örgütleri: Turunçgil Yetiştiricileri Derneği (TUYED), Adana (DEMİRTAŞ, 2005, s. 144-146).

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın "tarımsal danışmanlık desteği" adı altında tarımın daha bilinçli ve profesyonel yapılmasını teşvik etmesi amacıyla üretici başına 500 TL/yıl ödemekte olduğu yapılan görüşmelerle öğrenilmiştir. Danışmanlık sertifikasına sahip ziraat mühendisleri veya teknikerleri aracılığıyla verilen bu özel yayım hizmeti Türk tarımının geleceği açısından çok büyük önem arz etmektedir. Ancak üreticilerle de yapılan görüşmelerde üretim konusundaki bilginin danışmanlık sisteminden ziyade yakın, dost, akraba çerçevesinde geliştirildiği not edilmiştir.

Tarımsal girdiler bölümünde de incelendiği üzere tarımda kullanılan tüm zirai ilaçların satışı hasta, doktor ve eczacı ilişkisine benzer bir şekilde yapılmaktadır. Örneğin bahçesinde zararlı tespit eden bir üretici (hasta) o zararlıya ruhsatlı bir ilacın reçetesini reçete yazmaya yetkin ziraat mühendislerine yazdırmakta (doktor) ve o ürünü gidip ilaç bayiinden (eczacı) tedarik etmektedir. Buradaki Bakanlık tarafından alınan esas hedef insan sağlığı için risk yaratan koşulları en aza indirmektir. Bununla beraber şeffaf bir izlenebilirlik yaratmak, üreticileri ve zirai ilaç bayilerini en iyi şekilde denetlemektir. Ancak yönetmeliğin etkin bir şekilde yürütülmesi için gerekli altyapının eksikliğini aşağıdaki paragrafta çok daha iyi anlatılmaktadır.

13 Haziran 2009 günlü ve 27256 sayılı 'Bitki Koruma Ürünlerinin Reçeteli Satış Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik' tarımda uzmanlaşmayı, bitki koruma (bitki sağlığı) eğitimini reddetmesi yanı sıra, çok karmaşık sorunları ortaya çıkarabilecek bir uygulama görünümündedir. Ziraat fakültelerinde bitki koruma eğitimi alan bir öğrenci, 1. ve 2. sınıflarda fizik, kimya, biyoloji dersleri yanı sıra, biyokimya, genetik, bitki besleme, bitki yetiştirme gibi temel dersleri aldıktan sonra, 3. ve 4. sınıflarda bitki koruma ile doğrudan ilişkili, çoğu uygulamalı 16 zorunlu ders, 5 tane de seçmeli ders görmektedir. Ayrıca, bitki

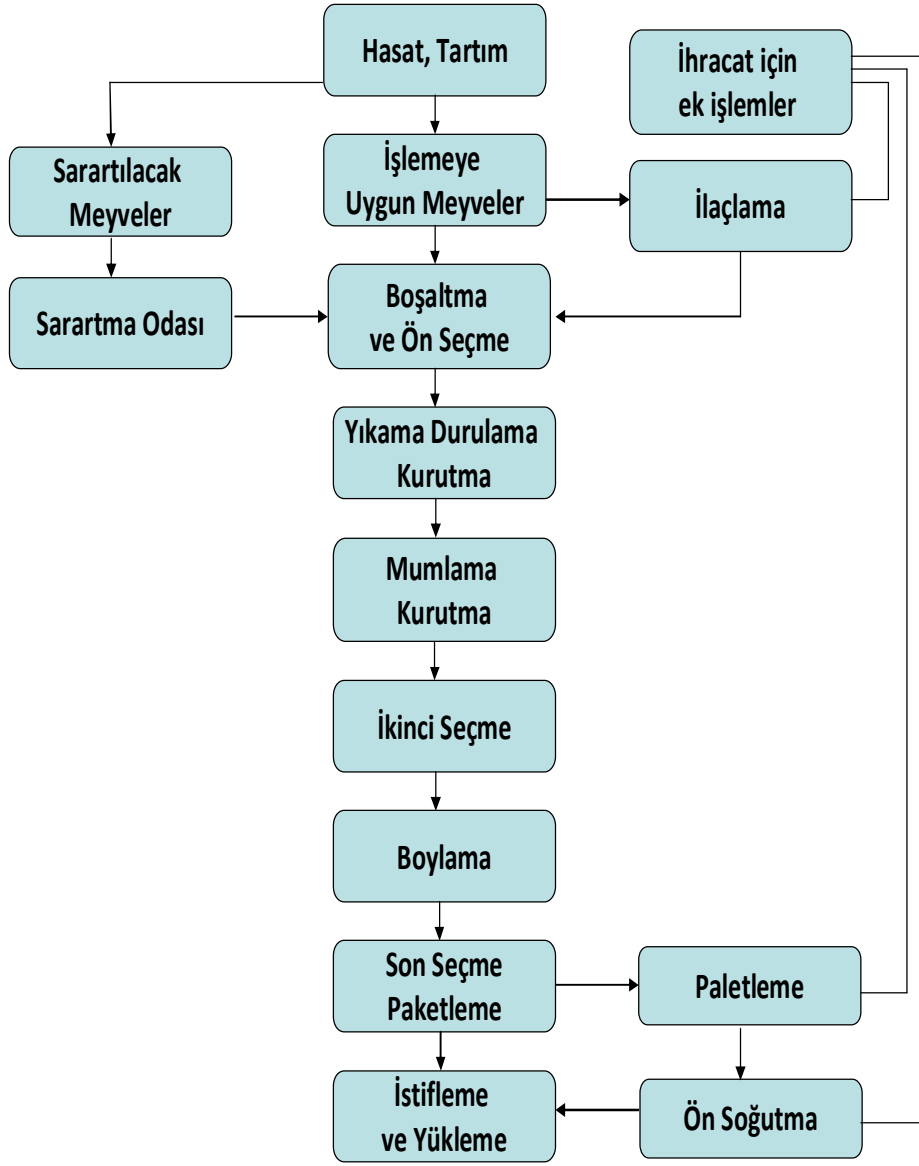
korumayla ilgili bir kurumda 45 gün yaz stajı yapmakta ve yine bitki koruma konusunda bir seminer verip, tez hazırlamaktadır. Oysa söz konusu Yönetmelik, bitki koruma ile hiç ilişkisi olmayan ziraat mühendislerine bile, bir sınav ile reçete yazma hakkını vermektedir. Örneğin insan sağlığında, bir dahiliye uzmanı hekim bir sınav ile cerrah ya da göz hekimi olabilmekte midir? Branşında 6 yıl eğitim görmüş tıp doktorunun yazdığı ilaç sadece bir bireyi etkilerken, bitki korumada uzmanlaşmamış bir ziraat mühendisinin yazabileceği ilaçlar uygulandığı bölgedeki birçok canlı türünün sayısız bireyine etki etmektedir. Tarım kimyasallarının toksisitelerinin tıbbi ilaçlara göre çok daha yüksek olduğu da unutulmamalıdır. Bitki koruma, tarımın diğer dallarından çok farklı bir daldır. Reçete yazabilecek bir kişinin bitki hastalıklarını, zararlılarını ve yabancı otları çok iyi tanıyabilmesi, bu organizmaların zarar şeklini, yaşam biçimini ve ekolojilerini çok iyi bilmesi, pestisitleri, etkilerini, bitkilere, yararlı organizmalara ve sıcak kanlılara yan etkilerini, dayanıklılık oluşturma potansiyellerini çok iyi öğrenmiş olması ve kimyasal savaşım dışındaki diğer savaşım yöntemleri ile entegre savaşımı yerinde ve zamanında uygulayabilmesi gereklidir. Bu bilgilerle tam sahip olmayan bir ziraat mühendisinin yazacağı reçeteler yarardan çok zarar getirir. Böyle uygulamalar olsa olsa daha bilinçsiz, daha kontrolsüz kullanımlara yol açabilecek ve pestisitlere dayanıklılık sorununun daha hızlı ortaya çıkmasına neden olabilecektir. Söz konusu bilgiler, yukarda da değinildiği gibi, ancak 4 yıllık bitki koruma eğitimi ile elde edilebilirler (Delen, 2011, s. 13).

3.3.3 İşleme / Paketleme

Bahçeden hasat edilerek kasalara yüklenen ürünler paketleme tesislerine genellikle kamyonlarla taşınmakta ve tartıldıktan sonra tesis girişindeki boşaltma rampalarına getirilmektedir. Buradan tesis içine alınan meyveler bekletme odasında ya da açıkta paketleme hattına yakın uygun bir yerde kasalı olarak istiflenmektedir. Hasattan sonra meyveler hala turgor (hücrelerin su alıp şişmesi) durumunda olduklarından, 1-2 gün beklenerek paketlemeye geçilmesi ürün üzerinde olabilecek zararları önleme açısından önemlidir. Tesisler normal zamanlarda buna genel olarak uymakta ancak siparişlerin yoğun olduğu sıkışık zamanlarda ürün doğrudan paketleme hattına verilmektedir (Söyler, 2009, s. 42).

İnceleme yapılan paketleme tesisinde işlemeye uygun meyveler kasalardan elle veya otomatik şekilde boşaltılarak işleme hattına verilir. Hasarlı meyveler hat başlangıcında iki kişi tarafından seçilir ve ayıklanır (ön seçme). İşleme hattına giren meyveler ilk olarak yıkama işlemine tabi tutulur. Yıkanan portakallar durulanır, kurutulur ve mumlama ünitesinde

mumlanır. Mumlama materyali olarak genellikle parafin kullanıldığı ancak özellikle AB'ye ihraç edilecek ürünlerde farklı mumların kullanıldığı öğrenilmiştir.



Şekil 3.2 Portakal Paketleme Tesislerinde Uygulanan İşlem Akış Şeması



Resim 3.1 Turunçgil Paketleme Tesisinde Yıkama Sonrası Kurutma Tüneline Giden Meyveler (Baysarı Tarım)

Homojen bir şekilde mumlanan meyveler hemen ardından kurutma tüneline girmektedir. Boylama (sınıflandırma) işlemine geçilmeden ön seçmede gözden kaçan meyveler bir kez daha seçilerek (ikinci seçim) hattın dışarısına çıkartılmaktadır.



Resim 3.2 Mumlama İşlemi (Baysarı Tarım)



Resim 3.3 Turunçgil Paketleme Tesisinde Mumlama Sonrası İkinci Seçme (Eker Tarım)

Paketleme hattı üzerindeki ürün yıkanıp temizlendikten ve mumlandıktan sonra pazar ve tüketici isteklerine göre kalitelerine, boyutlarına ve ağırlıklarına göre sınıflandırılmaktadır. Standart ürünün fiyat ve satış üstünlüğü olduğu gibi aynı sınıftaki ürünlerin depolanmaları ve işlenmeleri daha kolay olmaktadır. Sınıflandırma için hazırlanmış özel standartlar bulunmaktadır. Günümüzde sınıflandırma işlemi gelişmiş sistemlerle otomatik olarak yapılmaktadır (Söyler, 2009, s. 48).



Resim 3.4 Turunçgil Paketleme Tesisinde Silindir Tip Boylama ve Dağıtım Bantları
(Baysarı Tarım)

İnceleme yapılan paketleme tesislerinde tuşlu (piyano) tip ve silindir tip sistemi boylama (sınıflandırma) kullanılmaktadır. Tuşlu (piyano) tip sınıflandırma sistemi: Ürün kendi etrafında dönebilen silindir çifti üzerinde ilerlerken üstte bulunan tuşlardan birine

dokunduğunda geriye doğru itilerek o sınıftaki banda bırakılmaktadır. Başlangıçta tuşlar en yukarıdadır. İlerledikçe tuş yüksekliği gitgide azalmaktadır (Söyler, 2009, s. 48). Silindir tip boylamada ise meyveler iki silindirin arasındaki boşluktan aşağıya düşerek sınıflandırılmaktadır. Yukarıdaki resimde silindir tip boylama işlemi ve boylamadan sonra paketlenmek üzere dağıtım bantlarındaki meyveler ve aşağıdaki resimde ise tuşlu (piyano) tip sınıflandırma sistemi görülmektedir.

İhracat ve iç piyasanın farklı isteklerine göre seçilen sandık, kasa veya kutulara dağıtım bantlarından gelen değişik boydaki meyveler paketlenir. Daha sonra sandıkların üzerine parlaklık vermesi için parlaticı sıkılır ve etiketlenerek paletlenmeye veya istiflenmeye hazır hale gelir. Genellikle ihracat için gerekli olduğu belirtilen paletleme işleminin, yurtiçindeki büyük marketlere (Metro, Migros) giden ürünler içinde yapıldığı belirtilmiştir.

2008 yılında Finike ilçesinde faaliyet gösteren ve İlçe Tarım Müdürlüğü'ne kayıtlı 40 tane soğuk hava deposu ve meyve-sebze paketlenme tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerinden bazıları sadece narenciye ürünleri işlerken, diğerleri çeşitli meyve ve sebze işleyebilmektedir.



Resim 3.5 Turunçgil Paketleme Tesisinde Tuşlu (Piyano) Tip Boylama Sistemi (Eker Tarım)



Resim 3.6 Turunçgil Paketleme Tesisinde Paketleme Masaları (Baysarı Tarım)



Resim 3.7 Turunçgil Paketleme Tesisinde Otomatik Parlatıcı ve Satışa Hazır Ürünler (Baysarı Tarım)

3.3.4 Lojistik

Materyal, Bilgi ve İlişkiler başlığı altında da belirtildiği üzere Portakal için iki yönlü bir taşıma söz konusu olmaktadır. Birincisi bahçelerden hasat edilen ürünün işleme tesislerine götürülmesi (iç lojistik), ikincisi ise paketlenmiş ürünün satış noktalarına ulaştırılmasıdır (dış lojistik). Finike ilçesinde görüşülen üreticiler ürünlerini dalında teslim ettiklerinden dolayı portakalın taşınması konusunda hiçbir faaliyetleri bulunmamakta ancak her iki yönlü taşıma işlemi paketleme tesislerinin / tüccarların sorumluluğu altında

yürütülebilmektedir. Lojistik hakkındaki bilgiler Antalya ikamet eden ve uzun yıllardır lojistik sektöründe hizmet veren bir firma ve Finike’de görüşme yapılan ihracatçı / komisyoncu konumundaki firmalar tarafından elde edilmiştir.

Dış Pazar

Görüşme yapılan paketleme firmalardan elde edilen bilgiler doğrultusunda dış pazar için ürünler frigofirik (soğutmalı) araçlarla +4 derecede yurtdışına taşınmakta olduğu ve tır başına maksimum 20 ton yüklenebildiği anlaşılmıştır. Bir tırda yaklaşık 26 palet ve her palette büyüklüğüne göre 50 ile 120 arası karton kutu veya plastik sandık bulunmaktadır. İhracat için çoğunlukla karton kutular tercih edilmekle beraber talebe göre plastik sandık içerisinde de ürün yüklenebilmektedir.

Avrupa Birliği’ne gidecek Türk tırlarının Bulgaristan kapısından geçerken 85 euro otoban ücreti ödediği Antalya ilinde görüşülen lojistik firmasından öğrenilmiştir. Ücretin dönüş yolunda bir kez daha alındığını ve bunun ötesinde tüm evrakların imzalanması için gümrük görevlerine zaman zaman rüşvet ödendiği anlaşılmıştır. Avrupa Birliği üyesi ülkelerden bu ücretin alınmadığı ve bu durumun sonucu olarak Türk ihracatçıların bu ücretleri ödememe ve sıkıntı yaşamamak için AB üyesi ülkelerin lojistik firmalarıyla çalışmayı tercih etmeye başlamışlardır. Ancak yabancı firmalarla çalışmanın ve iletişimin zorluğundan dolayı yükleme de aksaklıkların oluşabildiği belirtilmiştir.

Finike ilçesinden veya Antalya’dan yola çıkan tırların ihracatın en fazla yapıldığı ülkelerden Rusya’ya kış şartlarında ortalama 7-10 günde, Almanya’ya 4-5 günde ulaştığı öğrenilmiştir. Portakal ihracatının çoğunlukla kış aylarında yapıldığını düşündüğümüzde 10 günlük süre zarfında üründe bozulmalar meydana gelebilmekte ve ihracatçı için bir sıkıntı yaratabilmektedir. Günümüzde çok basit ve ucuz maliyetli bir teknoloji ile her tır içerisine ajan olarak tabir edilen sıcaklık ve nem izleme cihazı yerleştirilip tır şoförüne imzalatılmakta, ithalatçı ve ihracatçı ürünün saat saat kaç derecede taşındığını rapor olarak izleyebilmektedir.

Rusya’ya gidecek olan tırlar Bulgaristan, Romanya, Moldovya ve Ukrayna üzerinde Rusya’ya ulaşmakta, Almanya için ise birinci rota; Bulgaristan-Sırbistan-Hırvatistan-Slovenya-Avusturya, ikinci rota; Bulgaristan-Sırbistan-Macaristan-Avusturya, üçüncü seçenek ise Bulgaristan-Romanya-Macaristan-Avusturya olmaktadır. Nakliye masrafları ise

sezon içerisinde değişiklik göstermekle beraber 5000 \$ ile 12000 \$ arasında olduğu not edilmiştir. İspanya'nın Valencia bölgesinden Almanya Berlin'e olan uzaklık yaklaşık 1800 km, Antalya'dan Berlin'e ise yaklaşık 2300 kilometredir. İspanya'da bir litre mazot 6 Mart 2011 tarihi için 1,31 Euro, Türkiye'de 1 Mart 2011 için 1,62 Euro olarak kaydedilmiştir.⁵ İspanya ile Türkiye'yi taşımacılıkta bir tırın Almanya'ya ulaşım maliyeti açısından karşılaştırdığımızda yaklaşık 200-250 avro bir fark olduğu, rekabet açısından da Türkiye'nin çok zayıf olmadığı ortaya çıkmaktadır. Ancak Türkiye için ihracatta lojistikten ziyade İspanya'ya göre ek maliyet getiren konu gümrük vergileridir.

İç Pazar

Yurt içi pazarda mesafeler kısa olduğu için soğutmalı araçlara ihtiyaç duyulmamaktadır. Bir araca 5 ile 40 ton arasında ürün yüklenebilmektedir ve portakal veya Finike'den yüklenen meyve sebzeler 1 gün içerisinde varış noktasına ulaşmaktadır. Genellikle portakallar fabrika teslim satıldığından dolayı nakliye masrafı alıcı tarafından karşılanmaktadır.

3.3.5 Satış

AİB'nin (Akdeniz İhracatçı Birlikleri) “*Yaş Meyve Sebze Standartları- Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler*” adlı yayınında turunçgil meyveleri için tanımlanan kalite ve sunumdaki bazı özellikler aşağıdaki paragraflarda verilmiştir.

Kalite Sınıflandırması

Ekstra Sınıf

Bu sınıftaki turunçgil meyveleri üstün kalitede olmalıdır. Bunlar şekil, dış görünüş, gelişme ve renk bakımından türünün veya ticari tipinin tipik özelliklerini taşımalıdır. Meyvenin kalitesini veya genel görünüşünü veya ambalaj içindeki genel sunumunu bozmayacak hafif yüzeysel lekeler hariç meyveler kusurlardan arı olmalıdır.

1. Sınıf

Bu sınıftaki turunçgil meyveleri iyi kalitede olmalıdır. Meyveler türünün veya ticari tipin tipik özelliklerini taşımalıdır. Bununla beraber, verilen bir sevkiyatın içindeki meyvenin kalitesini

⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Gasoline_and_diesel_usage_and_pricing#Gasoline_usage_and_pricing_in_Europe

muhafaza edebilmesi veya genel görünüşe zarar vermemesi şartıyla aşağıdaki kusurlara izin verilmektedir:

- Hafif şekil bozukluğu
- Hafif renk bozukluğu
- Meyvenin oluşumunda meydana gelen ve kendi tabiatında mevcut bulunan gümüş kabukluluk, kırmızılık gibi hafif kabuk kusurları
- Darbe hasarları ve sürtünme gibi mekanik sebeplerden meydana gelen hafif kusurlar

2. Sınıf

Bu sınıfa daha üst sınıflardaki kaliteye uymayan, fakat yukarıda belirtilen zorunlu koşulları yerine getiren turunçgil meyveleri girer. Kalitesi ve takdimine engel olmamak şartı ile meyvenin genel karakteristiğini muhafaza eden aşağıdaki kusurlara izin verilmektedir;

- Şekil bozukluğu
- Renk bozukluğu
- Pürüzlü kabuk
- Meyvenin oluşumunda meydana gelen ve kendi tabiatında mevcut bulunan gümüş kabukluluk, kırmızılık gibi hafif kabuk kusurları
- Darbe hasarları ve sürtünme gibi mekanik sebeplerden meydana gelen hafif kusurlar
- Yüzeysel kapanmış kabuk kusurları
- Meyvenin kabuğunun etinden kısmen veya hafifçe ayrılmış olması (bu husus mandarinler için izin verilir.

Sunum

Turunçgiller meyveyi düzgün şekilde koruyacak şekilde paketlenmelidir. Ambalaj içinde kullanılan materyaller, yeni, temiz ve ürünün herhangi bir iç veya dış etkenden zarar görmesini önleyecek kalitede olmalıdır. Baskı veya etiketlemenin toksik içermeyen mürekkep veya zambak ile yapılması şartıyla, materyallerin ve özellikle ticari özellikleri taşıyan pulların ve kağıdın kullanımına izin verilmektedir.

Meyvelerin sarılmış olduğu durumda, ince, kuru, yeni ve kokusuz kağıt kullanılmalıdır. Özellikle meyvenin kokusu ve tadı gibi turunçgil meyvelerinin doğal özelliklerini değiştirmek için herhangi bir maddenin kullanılması yasaklanmaktadır.

Ambalajlar yabancı maddelerden arı olmalıdır. Ancak, meyveye ekli bazı yeşil yapraklarla küçük dalların (tahta olmayacak) sunumuna izin verilir. Etiketler ayrı ayrı çıkarıldığında ürünün kabuğuna zarar vermediği veya görünür yapışkan izi bırakmaması şartı ile kullanılabilir.

Turunçgil meyveleri aşağıdaki şekillerde piyasaya sunulabilir;

- a) ambalajlarda düzenli kat kat dizilerek
- b) ambalajlarda düzenli kat kat olmadan dizilerek veya dökme kaplarda. Bu sunuma sadece 1. ve 2. sınıflar için izin verilir.
- c) 5 kg'den az ağırlıklı tekli ambalajlarda tüketiciye yapılan direkt satışlar için;
 - Meyve adedi belirtilerek
 - Ambalajın net ağırlığı belirtilerek (AİB, 2008, s. 257-258).

3.3.5.1 Finike Portakalı Pazarlama Kanalları

Türkiye’de ortalama tarım arazisi büyüklüğü dekar ile ifade edilirken Avrupa ve Amerika’da hektar belirtilmektedir. Tarım arazilerimizin bölünmüş olması veya bir başka deyişle küçük ölçekte çiftlik sayısının çok olması, üretimde yaşanan sıkıntılar yanında pazarlamada da aksaklıklar meydana getirmektedir. Tarımsal işletmelerin küçük olması kg başına üretim maliyetlerinin artmasına sebebiyet vermektedir.

İç pazarda taze tüketilecek olan turunçgiller, üretim bölgesindeki komisyoncu, kooperatif, ihracatçılar, tüccarlar tarafından pazarlanmaktadır. Meyve suyuna gidecek olan ürünler ise işleme sanayi tarafından yukarıda bahsi geçen aktörler tarafından veya direk olarak üreticiden temin edilmektedir. Toptancı olarak ifade edilen bu aktörler ürünlerini, diğer bir bölgedeki komisyoncuya, ihracatçıya veya perakende satış noktalarına satabilmektedir. Son tüketici ise doğrudan üreticiden, semt pazarları, seyyar satıcı, manav, bakkal ve süper-hiper marketlerden alışveriş yaparak ürünlere ulaşmaktadır. Toplam arz içerisinde çok az bir yeri olsa da üreticiler kendi ürünlerini son tüketiciye de ulaştırabilmektedirler.

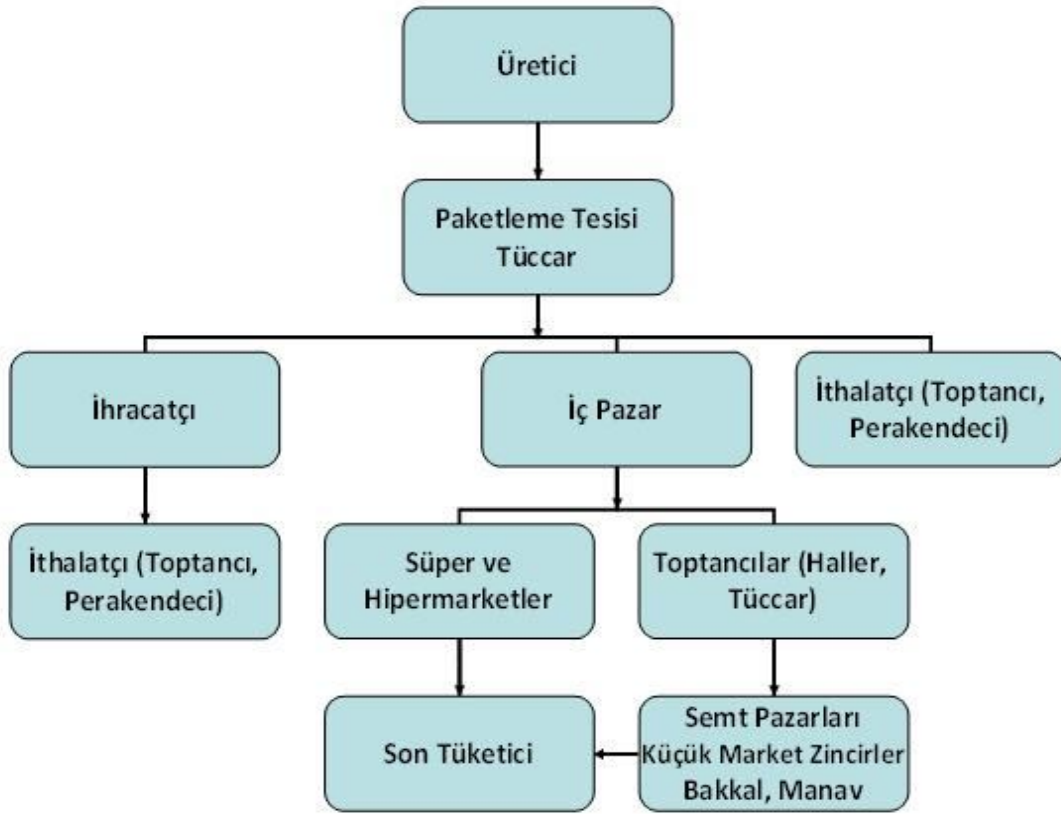
Son yıllarda süper-hiper marketlerden yapılan taze yaş meyve sebze tüketimi giderek yaygınlaşmaktadır. Yüksek pazarlık gücüne sahip olan hipermarket zincirleri daha ucuz, daha güvenilir (sertifikalı) ürünler sunarak tüketiciyi cezp edebilmektedir. Ayrıca ülkemizde şu an için çok kısıtlı olsa da, organik yetiştiriciliği yapılan veya Finike Portakalı gibi yöresel olarak

tabir edilen onlarca ürünü direk üreticiden veya kaynağından internet ve telefon ile satın almayı tercih eden tüketicilerde vardır.

Finike ilçesinde görüşme yapılan ve hem iç pazara hem de dış pazara ürün tedarik eden iki firma da tüm işledikleri portakalının ortalama %5-10'nun ihraç edildiğini belirtmiştir. Firmalardan bir tanesi ihracat kapasiteleri arttırmayı hedeflediğini, ancak yurtdışına giden ürünün az olmasının kalitesizlikten değil, Finike Portakalı'nın ülkemizde bilinirliğinin yüksek olması nedeniyle iç pazarda tüketilmesinden kaynaklandığını aktarmıştır. Buna ek olarak ise yurtiçi veya yurtdışı pazarda müşterilerin kaliteden ziyade fiyatla ilgilendikleri belirtilmiştir. Diğer firma ise ihracat için şu şekilde bir açıklama yapmıştır; *“amacımız Tesco gibi firmaların tüm portakal ihtiyacını karşılamak değil, sadece A+ kalitede ürünlerini tedarik etmektir, firmamızın kalitesini ve fiyatı ancak böyle koruyabiliriz.”*

Türkiye'nin sadece turuncgil değil tüm hayvansal ve bitkisel üretiminde üretici-toptancı-perakendeci-tüketici arasındaki bilgi akışının aksak olması, kısacası gıda güvenliğinin yeterince sağlanamaması, ürün taleplerinde düşüşe sebebiyet vermektedir. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı son yıllarda bu konuda sıkıyönetim ilan ederek reform niteliğinde değişiklikler ortaya koymuştur. Bakanlık ilk olarak Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS) oluşturarak yurt genelinde geniş bir veritabanı oluşturmuş, kayıt altına alınmayan üretim alanlarını kayıt altına almıştır. ÇKS'ye kayıtlı olan her üreticiye Doğrudan Gelir Desteği (DGD) vererek bu sisteme dahil olmaları teşvik edilmiştir.

2011 Mart ayında yürürlüğe girecek olan “Yeni Hal Yasası” ve 2009 yılında uygulanmaya başlayan ve çok tartışılan “Zirai Mücadele İlaçları Reçeteli Satış Yönetmeliği” bu çalışmaların en önemli konularındandır. Bakanlığın temel hedefi, arz zincirindeki tüm faaliyetleri kayıt altına alıp bir veritabanında topladıktan sonra iç ve dış pazarda *izlenebilirlik* yaratarak gıda güvenliğini sağlamak ve kayıt dışı ekonomiyi engellemektir.



Şekil 3.3 Finike Turunçgil Ürünlerinin Pazarlama Kanalları

3.3.5.2 Arz Zincirindeki Fiyat Oluşumu

Üretim ve işleme maliyetleri Finike ilçesinde 6 tane büyük ve orta ölçekteki çiftçilerle ve 4 tane turunçgil işleme hattına sahip işletmelerle yapılan birebir görüşmeler, son tüketici fiyatları ise Antalya ve İstanbul’da çeşitli süpermarket ve manavlardaki 2010-2011 sezonu içerisindeki ortalama fiyatlar baz alınarak verilmiştir. Yeni hal yasasında bakanlığın en büyük hedeflerinden bir tanesi de kayıt dışılığı ortadan kaldırmaktadır. Ancak bahçeden gelen ürünlerle paketleme tesislerinden satışa gönderilen ürün miktarı aynı olamamaktadır. İşleme hattından satışa sunulmayan hasarlı ürünler, depolarda meydana gelen kayıplar %5 ile %20 arasında değişebildiği not edilmiştir. Bu kaybın lojistik ve satış yerinde de devam ettiğini düşündüğümüzde bahçelerden hasat edilen ürünlerin doğru bir şekilde kaydedilmesinin çok zor olduğu gözükmemektedir.

Tablo 3.38 Arz Zincirindeki Fiyat Oluşumu

Üretici Maliyetleri	15-30 krş
Üreticinin Eline Geçen Fiyat	40-60 krş
İşleme Tesisleri Satış Fiyatı	60-110 krş
Süpermarket, Manav vd. Fiyatı	1 TL-2,5 TL

İşlemeye uygun meyvelerden üreticinin eline 60 kuruş geçerken, kalitesiz, çıkma diye tabir edilen portakallarda ise fiyat 15-20 kuruş olduğu belirtilmiştir. Rüzgar, fırtına, dolu vb. sebeplerle meydana gelen zararların yüksek olduğu bahçelerde ortalama kilogram fiyatı 35 kuruşa kadar düşmüştür.

Üreticilerin maliyet yapısı araştırıldığı vakit şu şekilde bir tablo ortaya çıkmıştır;

Tablo 3.39 Üretici Maliyetlerinin Yapısı

Gübre	% 35 -49
İlaç	% 12 -19
İşgücü	% 25 -32
Enerji	% 11 -33
Su	% 3 -10

Tadeo ve Martinez (2005) İspanya’da üreticilerin dış kaynak kullanımının etkinliğini araştırdığı makalelerinde tarımsal girdiler hakkında şöyle belirtmektedirler; “Tarımsal ekonomi literatüründe işçilik, sermaye ve arazi dahil tüm çiftliğe ait üretim faktörleri genellikle sabit girdiler olarak değerlendirilmiştir. Bununla beraber İspanyol turuncgil tarımında üretim organizasyonunun bir belirleyicisi olarak dış kaynak kullanımının (outsourcing) önemini algılamak adına çiftlik bünyesindeki işçilik ve sermayeyi, değişken üretim faktörleri olarak görmek bizim için bir zorunluluktur.”

Üretici maliyetlerinin yapısını en iyi şekilde ortaya çıkarabilmek adına 6 farklı çiftçiyle görüşülmüş ve ortalama rakamlar tabloda yansıtılmıştır. Üreticiler maliyetler konusunda her sezon için farklılıklar olabileceğini doğrulamış ve en fazla maliyet getiren unsurun tabloda da görüleceği üzere gübre ve işçilik olduğu belirtilmiştir. İşçilik maliyetlerini daimi personel haricinde günlük yevmiye ile çeşitli işlerde çalışan işçiler ve budama işçileri kapsamaktadır. Sulama sistemleri için tüketilen elektrik, ilaçlama ve diğer kültürel işlemler

için kullanılan mazot ve belediyelere sulama için ödenen su ücretleri enerji maliyetlerini oluşturmaktadır. Bu 4 ana masraf kalemi bir yıl içerisinde sabit teknoloji ve sabit üretim olanakları ile dekar başına gerekli girdi olarak hesaplanmıştır. Emlak vergileri, kredi ödemeleri, gelir vergisi, yeni bahçe tesisi, yeni sulama yatırımları, tarımsal alet ve makine alımı, amortisman, arazi alımı, bakım onarım vb. masraflar her üretici için çok farklı olabileceğinden değerlendirmeye alınmamıştır. Kısacası değer zinciri analizinin tanımında da geçen “temel faaliyetler” baz alınarak maliyet yapısı ortaya konmuştur.

Paketleme tesisindeki maliyet yapısını yine “*temel faaliyetler*” içerisinde incelediğimizde ise aşağıdaki tablo ortaya çıkmaktadır. Sırasıyla Portakal satın alımı, ambalaj etiketleme ve fabrika içi işleme, nakliye, hasat ve taşıma, daimi personel maaşları bir paketleme tesisinin genel masraflarını oluşturmaktadır.

Tablo 3.40 Paketleme Tesisindeki Maliyet Yapısı

Ürün Satın Alımı (Portakal)	%45 -65
Hasat ve Taşıma	% 5 -8
Fabrika içi İşleme	% 10 -14
Daimi Personel Maaşları	% 4 -7
Ambalaj Etiketleme	% 12 -15
Nakliye	%10 -15

3.4 Bilgi Akışı ve İlişkiler

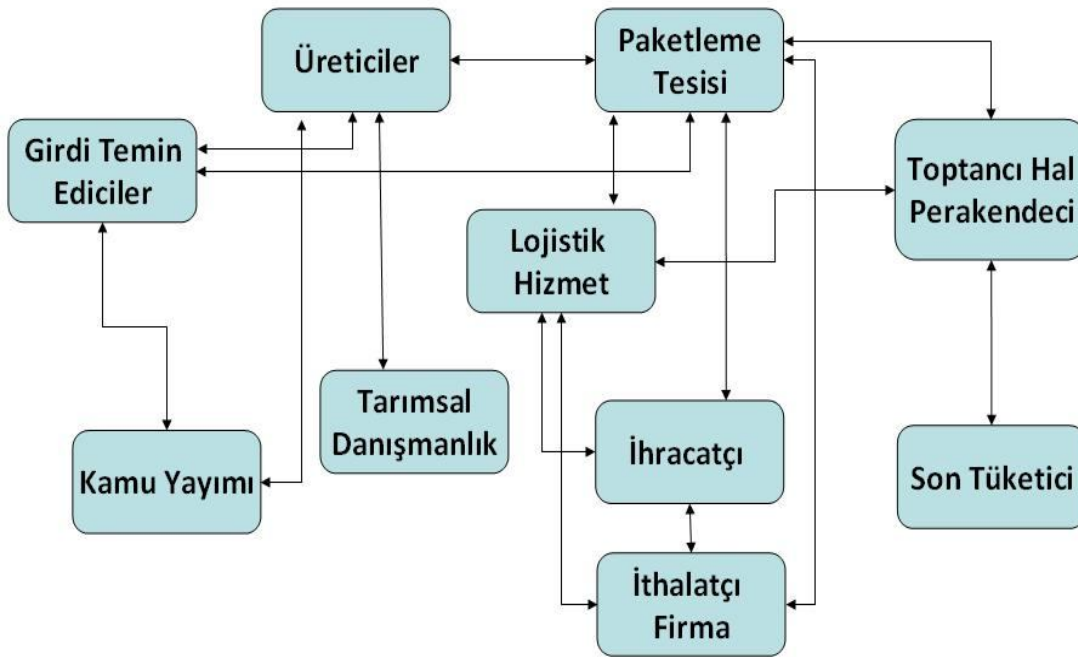
Bu konu başlığı altında değer zincirinde öncelikle arz tarafında bulunan aktörlerin birbirleri ile olan bağı, sonrasında talep tarafında ise tüketicilerin arz zincirinde uygulamış olduğu tüm faaliyetlere ve hizmetlere verdiği önem incelenmektedir. Değer Zinciri Analizi, müşteri memnuniyetinin ötesine geçmeyi hedeflerken, tüketici isteklerini net bir şekilde ortaya çıkararak orta ve uzun vadede geliştirici, iyileştirici birtakım çözüm önerileri sunmaya çalışmaktadır. Bu gayede aktörler arasındaki materyal, bilgi alışverişi ve ilişkileri en iyi şekilde değerlendirmek gerekmektedir.

Değer zincirini arz ve talep yönlü olarak bir doğrusal bir çizgide düşünürsek yapılan anketlerde ve görüşmelerde ortaya çıktığı üzere, materyal alışverişinin olmadığı veya zayıfladığı aktörler arasında aynı oranda bilgi alışverişi ve ilişkileri de azalmaktadır. Örneğin üretici ve ihracatçı arasında kayda değer bir bağı olmadığı öğrenilmiştir. Ancak aksine

Martinez ve ark. yapmış olduğu ve bu konu içerisinde alt başlık olarak da incelenen çalışmada, İspanya’da üretici ve ihracatçı arasındaki kapsamlı bir işbirliği olduğundan ve spesifik sistemlere göre oluşan yönetmelikler ve belirli konular hakkında iletişimi sağlamakla sorumlu teknisyenlerin bulunduğu organizasyonların varlığından bahsedilmiştir.

Görüşme yapılan çiftçilerin çoğu Finike Meyve Üreticiler Birliği’ne üye olduklarını belirtmiştir. 2009 yılında Finike Portakalı’nın Coğrafi İşaret almasının memnun edici olduğunu söyleyen bir üretici şu ana kadar bu konuda hiçbir fayda göremediklerini ve uzun vadede de olumlu gelişmelerin yaşanmayacağına inandığını ifade ederek şöyle demiştir; *“Bunun sebebi artık yurt içinde çok fazla üretim var ve üretici gücünü yitirmiş durumda.”*

Özçatalbaş (2010), çalışmasında İTU ve sektördeki paydaşlar hakkında şöyle demiştir; “Türkiye’de iyi tarım uygulamalarına yönelik faaliyetler ve paydaşlar arasındaki ilişkilerin ortaya konulması önemlidir. Ortaya konulan ağda yer alan birimlerin işlev, özellik ve yetenekleri doğrultusunda sistemde rol almaları sağlanmalıdır. Buna göre paydaşlar arasındaki ilişkilerin, neden-sonu-hedef boyutuyla ortaya konulması gereklidir. Kurulacak ilişkilerin “ulaşılması arzulanan yapının kurulmasına hizmet edecek şekilde düzenlenerek”, güçlü, kalıcı ve kurumsal bağlar haline getirilmesi önemli olacaktır.”



Şekil 3.4 Finike Portakalı Değer Zincirinde Bilgi Akışı

Girdi Temin Ediciler ve Üreticiler

Girdi temin edicileri içerisinde, gübre ve ilaç bayileri, tarımsal mekanizasyonda faaliyet gösteren firmalar (sulama, traktör, makine vb.) ve bilginin de üretimdeki faktörünü göze aldığımızda ise tarımsal danışmanların bulunduğunu söylenebilmektedir. Gübre ve ilaç bayilerinin bünyesinde çalışan ziraat mühendislerinin de düzenli olarak portakal bahçelerini kontrol amaçlı ziyaret ettiği ve tavsiyelerde bulunduğu belirtilmiştir.

Üreticilere üretim hakkındaki bilgilere nasıl ulaştıkları sorulduğunda esas bilgi kaynağının tecrübeye dayandığı belirtilmiştir. Bununla beraber internet, üniversite kaynaklı makaleler, eşten dosttan duyma bilgiler ve ilaç bayilerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda üretim yapıldığı da söylenmiştir. Gübreleme konusunda yapılan toprak ve yaprak analizlerindeki tavsiyelerin tutarsız olduğu ve bu analizlere göre gübreleme yapmanın olanaksız olduğu da belirtilmiştir.

Bir paketleme tesisinde ürün ambalajı için gerekli olan tüm malzemeler, temizleme, yıkama, mumlama materyalleri ve diğer girdilere uygun fiyatlara ulaşabilmek adına sezon başında toptan satın alındığı belirtilmiştir. Bu girdilerin tedariği ve kalitesi konusunda neredeyse hiç sıkıntı yaşanmadığı dile getirilmiştir.

Üreticiler ve Paketleme Tesisi / Tüccar

Üreticiler portakallarını iki şekilde satmaktadır. Birincisi, belirli bir rekolte veya fiyatta anlaşma yaparak (götürü usul), ikincisi ise günlük hasat sonrası piyasanın o günkü koşullarındaki fiyat baz alınarak yapılan satış. Üreticilerin ve paketleme tesislerinin ayrıca doğal afet risklerini minimuma indirmek amacıyla ürünlerini sigorta ettirdikleri belirtilmiştir. Örneğin Ağustos ayında götürü usulde bir bahçe satın alan tüccar ürün sigortasını kendi yaptırmakta hatta anlaşmaya göre anlaşma zamanından sonra yapılan bakımları da üstlenebilmektedir. Bu husus üreticinin masraflarını azaltma amacından ziyade yıllar itibarıyla oluşmuş bir gelenek olarak yorumlanmıştır.

Üreticiye ürün fiyatlarının nasıl belirlendiği sorulduğunda, fiyatın genellikle piyasaya ve ayrıca kaliteye göre belirlendiği, sezon içerisinde de fiyatlarda önemli dalgalanmalar meydana geldiği cevabı alınmıştır. Bir üretici ise bu durumdan üreticinin zarar gördüğünü, erken dönemdeki (götürü) satış sonrası piyasa fiyatlarının artmasından üreticinin bir fayda

görmediği, ancak fiyat azalmalarında tüccarın fiyatı düşürmeye çalıştığı veya para ödemediğini söylemiştir. Satışlar üretici ve tüccar arasında bir sözleşme imzalanmadan yapılmaktadır ve dolayısıyla güvene dayalı bir sistem işlemektedir. Ancak Finike’de ikamet etmeyen ve sadece portakal almaya gelen tüccarların zaman zaman bu güveni suistimal ettikleri de belirtilmiştir.

Üretici ile paketleme tesisi arasındaki ilişkinin sezon içerisinde daha da yoğunlaştığı öğrenilmiştir. Olgunlaşan ürünü hasada uygun olup olmadığını anlamak amacıyla tat lezzet kontrollerinin yapıldığı ve paketleme tesisinin ihtiyacına, kapasitesine göre hasat yapıldığı belirtilmiştir. Yetiştirme döneminde kullanılan yasaklı kimyasallar, kalıntı problemi vb. konularda fikir alışverişinin yapıldığı ve çiftçilerin bu konuda isteklere uyduğu ancak paketleme tesislerinin bünyesinde tüm tedarikçilerinin üretiminden sorumlu bir ziraat mühendisinin bulunmadığı da öğrenilmiştir.

Paketleme Tesis / Perakendeci / İhracatçı / İthalatçı ve Lojistik

Görüşme yapılan bir paketleme tesisine toplam işledikleri ürün hacmini nasıl belirliyorsunuz sorusu sorulduğunda “*Her sene belirli, sabit bir müşterilerimiz var. Ancak yurtdışından ve yurtiçinden sezon içerisinde de talep gelebiliyor, talebe karşılık verme adına daha fazla portakal almaya çalışıyoruz, ürün bulamazsak müşteri bir başkasına gidiyor veya müşteriyi kaçırmama adına başka bir tüccardan mal alabiliyoruz, bu tercih edilmeyen bir durum çünkü daha pahalıya mal oluyor*” yanıtı alınmıştır.

Finike’de faaliyet gösteren müşterileri arasında Tesco, Metro gibi Avrupa’nın dev perakendecileri bulunan tesisin sahibi ise yurtdışındaki firmalarla birebir ilişkilerinde en çok sıkıntı yaratan konuların başında MRL (Maksimum Residü Limiti), AB’deki yasal düzenlemeler, fiyat baskısı olduğunu belirtmiş bununla beraber yurtdışındaki firmalara yüzde yüz bir güven duymadıklarını da eklemiştir. Zincirde hem üretici hem paketleyici hem de ihracatçı olarak faaliyet gösteren firma uzun vadede dikey entegrasyona daha da önem vermek istediklerini söylemiştir.

Paketleme tesislerinin Türk lojistik firmaları ile çalışmayı tercih ettikleri ancak zaman zaman daha ucuz fiyatlara ürün taşıyan Moldov ve Bulgar tırları ile de çalıştıkları ifade edilmiştir. Ancak yabancı tır firmaları ve şoförleri ile iletişimin zor olması problem yaratabilmektedir. Türk lojistik firmalarının AB’ye gidecek olan ürünlerin sevkiyatında dile

getirdikleri en büyük sıkıntı ise daha önce de bahsedildiği gibi Bulgaristan gümrüğünde yaşanmaktadır. AB üyesi olmayan tırlara ek ücret ve rüşvet talep edilmesi hem maliyet açısından, bununla beraber tırların evrak işleri için gereğinden fazla bekletilmesi tedarik sürecinde problem yaratmaktadır. Görüşme yapılan lojistik firmasının yetkilisi bu sorunun bürokratik yollarla veya Türkiye'nin AB'ye üye olması durumunda çözüme kavuşabileceğine inandıklarını ifade etmiştir.

Lojistik firmalara en geç bir hafta içerisinde ithalatçı veya ihracatçılardan yükleme konusunda bilgi geldiği ayrıca sezon başında da müşteri portföyü belli olduğundan dolayı organizasyonel olarak çok fazla sıkıntı yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Filonuz yeni tırlar ekleme hedefi sorulduğunda ise, bir aile şirketi olduklarını, şu andaki kapasitelerini çok iyi yönettiklerini ve yeni tır almayı ya da kiralamayı düşünmediklerini belirtmiştir.

3.4.1. Türkiye, İspanya, Fas Kıyaslaması

Kıyaslama (Benchmarking); firmaların endüstrideki “en iyi uygulamalara” baktığı ve çeşitli konularda strateji ve prosedür geliştirmeye çalıştığı bir süreçtir. Kıyaslama mevcut, optimal veya “en iyi uygulama” performans seviyelerinin arasındaki boşluğu tanımlamaya olanak sağlar. Kıyaslama süreci, işlemler, yaklaşımlar ve alakalı oldukları konular hakkında çok farklı düşünceler açtığı için şirketler için değerlidir (Martinez, 2004, a, s. 2).

Kıyaslama işletmelere kendi performanslarını görebilme, üstün ve zayıf olduğu noktaları belirleyerek eksiklerini bir an önce tamamlayabilme ve iyi yönlerini daha da geliştirebilme olanağı sağlamaktadır. Faaliyet gösterilen sektördeki veya diğer sektörlerdeki başarılı işletmelerle yapılacak kıyaslamalar, işletmelere kendi bilgi ve beceri potansiyellerini daha net görebilme ve bunları daha etkin kullanabilme doğrultusunda önemli ipuçları verebilmektedir. İşletme öz yeteneğinin doğru tanımlanabilmesi ve rekabette daha etkin kullanılabilmesi açısından da kıyaslamalar işletmelere büyük avantaj ve kolaylıklar sağlayabilmektedir. Ne var ki kıyaslamaların istenen sonuçları vermesinde bunların bilinçli, sistemli ve sürekli yapılarak, sonuçlarının etkin bir uygulama planıyla eyleme dönüştürülebilmesinin önemi de unutulmamalıdır (Doğan, 2003, s. 54-55).

Tablo 3.41 Türkiye'nin İspanya ve Fas ile Çeşitli Konularda Kıyaslanması

			Türkiye	İspanya	Fas
		Üretici-İhracatçı Bilgi Paylaşımı	1,43	3,00	2,75
Arz Zinciri Yönetimi Uygulamaları	Arz Zincirinin Koordinasyonu	Pazar Oryantasyonu	2,14	2,80	2,00
		Ürün Esnekliği	2,00	2,00	2,60
		Müşteri Oryantasyonu	2,33	-	-
		Dikey Entegrasyon	1,29	2,00	3,00
		Dikey Koordinasyon	2,25	2,43	3,00
		İzlenebilirlik	1,57	3,00	3,00
		Bilişim Teknolojileri	1,57	2,25	2,67
	Arz Zincirinde Güvenlik ve Kalite Oryantasyonu	Kalite Sertifikasyon	1,00	2,20	-
		KS Ekibi	1,5	3,00	3,00
		İşçi Bilinci	2,17	3,00	2,25
		Eğitim	2,00	3,00	2,25
		Sosyal Sorumluluk	2,14	3,00	3,00
		Çevre Yönetimi	1,14	-	1,50
		Güvenlik ve Kalite Gereksinimi	1,57	2,40	3,00
İhracat Operasyonel Altyapı		İşleme/Paketleme Teknolojileri	1,86	3,00	2,25
		İşleme/Paketleme Kalitesi	3,00	3,00	3,00
		Etiketleme Esnekliği	2,33	3,00	3,00
		Depo Kapasitesi	1,83	3,00	3,00
		Depo Kalitesi	2,17	3,00	3,00
		Nakliye Kalitesi	1,71	3,00	2,75

Kaynak: Martinez, 2004, a, s. 6-9.

Martinez ark. yaptıkları araştırmada Türkiye, İspanya ve Fas ülkelerini domates ve turunçgil işletmelerini gıda güvenliği, pazarlama, eğitim vb. konularda incelemiş ve vermiş oldukları puanlarla bu üç ülke arasında kıyaslama yapmışlardır. Konu başlıklarını ve ülkelerin almış oldukları puanlar tablo halinde aşağıda verilerek yorumlanmaya çalışılmıştır. Araştırmada özellikle B2B (business to business) pazarlama faaliyeti gösteren firmaların müşteri taleplerine cevap verebilmek adına yapılan çalışmalar ve eksiklikler dikkat çekmektedir. Finike ilçesinde faaliyet gösteren paketleme tesisleri ile detaylı bir saha çalışması yapılamasa da Türkiye genelinde ortaya çıkan tablonun Finike ilçesi ile paralellik gösterdiği düşünülerek bu çalışmanın yorumlanması gerekli görülmüştür.

Firmalar, *Arz Zinciri Yönetim Uygulamaları* adı altında “Arz Zincirinin Koordinasyonu” ve “Arz Zincirinde Güvenlik ve Kalite Oryantasyonu”, *İhracat Operasyonel Altyapı* ve *İhracatçılar tarafından uygulanan Kalite ve Güvenlik Kontrolleri* konu başlıkları altında incelenmiştir.

Daha önceki konularda da bahsedildiği gibi Türkiye’nin üretim ve ihracat rakamlarını İspanya ile kıyasladığımızda üretim hacmi ve pazarlama potansiyeli açısından İspanya’nın gerisinde olduğu söylemek pek doğrudur. Dünya portakal ve mandarin ihracatında önemli konuma sahip olan Fas’ın bahsi geçen konuların çoğunda Türkiye’nin ilerisinde olduğu görülmektedir.

Tabloya göz attığımızda ise söz konusu olan geriliğimizin sebepleri arasında arz zincirindeki yatay entegrasyonun işleyişindeki aksaklıklar olduğunu görebilmekteyiz. Arz Zinciri Yönetim Uygulamaları başlığındaki, Üretici-Bilgi Paylaşımı, İzlenebilirlik, Bilişim Teknolojilerinin Kullanımı, Dikey Entegrasyon konularında Türk firmaları çok düşük puan almıştır. İspanya ve Fas’ da tam bir izlenebilirlik olduğu belirtilmiş, dikey koordinasyon ve bilgi paylaşımı bu iki ülkede üst düzeyde not edilmiştir.

Yapılan çalışmada Türk firmalarının kalite ve güvenlik gereksinimlerinin çok düşük seviyede olduğu belirtilmiştir. Nitekim Kalite Sertifikasyon, Kalite Sertifikasyon Ekibi, Çevre Yönetimi konularında rakip ülkelere göre geri planda kaldığımız görülmektedir.

Listede de dikkati çektiği üzere Türk firmalarının puanlamada tam not aldığı tek konu işleme/paketleme kalitesi olmaktadır. Ancak diğer ülkelerde de bu durumun aynı olduğu düşünülürse paketleme kalitesini bir üstünlük olarak kabul etmek doğru olamaz. Martinez ve

Poole'un yaptığı diğer benzer bir çalışmada ise Türk ve diğer Akdeniz ülkelerinin iş anlayışındaki yanlışlar şu cümleyle özetlenmektedir;

“Ayrıca koordinasyon eksikliği de mevcuttur. Diğer Akdeniz taze üretim tedarikçileri, alıcıların gıda güvenliği ve kalite talepleri hakkında aracılar tarafından çok az bilgilendirildikleri bir “işleme yönelik” (transaction-oriented) zincir ile ürünlerini ihraç etmektedir. Bu, Türk taze üretim-ihracat sektöründeki firmaların girişimci ve fırsatçı, taze üretimde uzmanlaşma yerine pratikçi ve bu yüzden sektörün özel taleplerini anlamada başarısız olduğu karakteristik bir zincir yapısıdır. Türk ihracatçıları ticari düşünceye sahip ve uzun dönem ilişki kurmak yerine yüksek kârlarla daha çok ilgilenmektedirler. Bazı Türk ihracatçıları için portakal ve greyfurt iş yaptıkları sadece diğer emtialardan bir tanesidir (Martinez, 2004, b, s. 246).

SONUÇ

Bir ülkenin sadece tarım veya sanayi ile gelişmesi mümkün değildir. Ekonomik kalkınma tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin birbiri ile etkileşimiyle ve gelişmesiyle meydana gelmektedir. Toplum her yönden gelişmeye yöneltecek düşünce yapısı ise muhakkak iyi bir eğitim sistemi beraberinde oluşmaktadır ve günümüzde sağlıklı düşünen bireyler için gıda güvenliği çerçevesinde sağlıklı gıdalar sunulmaktadır.

Gıda güvenliği için her ne kadar birtakım standartlar getirilmişse de sağlanan kalitenin veyahut standartlara rağmen süregelen kalitesizliğin esas çıkış noktası birey olmaktadır. Bireyi veya şirketi başarıya götüren iki önemli nokta ise bilgi ve denetimdir. Tarımsal üretimde bu noktalar diğer sektörler göre daha dağınık bir yapı içerdiğinden dolayı dünyada ve özellikle ülkemizde kalite ve güvenilirlik adına yapılan çalışmalara hız verilmiştir. Böylelikle insanlar üretimin tüm sürecini izleyebilecek, sorgulayabilecek hatta müdahale edebilecek duruma gelmişlerdir.

Tarım ve Köy İşleri tarafından başlatılan İyi tarım uygulamaları üretimde kullanılan girdilerin kayıt altına alınarak tarımda izlenebilirlik ve sürdürülebilirlik sayesinde gıda güvenliğinin sağlanması amacıyla hazırlanmıştır. Bugün itibarıyla gönüllülük esasına dayanan sistemin önümüzdeki yıllarda zorunlu hale gelerek Türk tarımındaki aksaklıkları gidereceğine ve hem ülkemize hem de dünyaya daha kaliteli ürünler sunacağına hiç şüphe yoktur.

Bakanlık son yıllarda İyi tarım uygulamaları, organik tarım gibi konuları yaygınlaştırmak amacıyla çiftçiyi sübvansede etmektedir. Ancak ne yazık ki üreticilerin bu konularda çok fazla bilgisi yoktur. Uzun vadede gelişim hedefleri için Ziraat Odaları, Ziraat Mühendisleri Odaları ve diğer tarımsal yayım organları görevlendirilerek üreticilerin bilgilendirilmesi büyük bir ihtiyaçtır. Küçük çiftçilerin toplu sertifikasyon alması teşvik edilerek sisteme dahil olmalarının önü açılmalıdır.

Söz konusu insan sağlığı olduğu vakit standartsız, sistemsiz bir üretimin orta ve uzun vadede ortadan kalkması kaçınılmazdır. Bakanlığın veya devletin her bir üreticiyi denetlemesi mümkün değildir. Bakanlığın yetki vermiş olduğu sertifikasyon kuruluşlarını (üçüncü şahıs firmaları) daha sıkı denetlemesi gerekmektedir.

A.B.D California üniversitesindeki sonuçlara göre dünyanın en kaliteli ve en lezzetli portakalı Finike ovasında yetişmektedir ancak bu yörede yetişmediği halde Finike Portakalı

adı altında piyasada tonlarca kalitesiz ürün bulunmaktadır. Haksız rekabetin yanı sıra ürün imajını da olumsuz yönde etkileyen bu durumu düzeltmek adına Finike Meyve Üreticileri Birliği bünyesinde gerçekleştirilen başvuruda Finike Portakalı Türk Patent Enstitüsü tarafından coğrafi işaret olarak tescillenmiştir. Finike Meyve Üreticileri Birliği'nde üye sayısı içerisinde bulunduğumuz yıl itibariyle 50'yi geçmemektedir. Tanım olarak bir kooperatif yapısına her ne kadar uymayarak ticari bir faaliyet gösteremese de, birliğin üretici maliyetlerini indirecek çalışmalar yapması gerekmektedir.

Birliğin başvurusu ile Finike Portakalı'nın coğrafi işaret alması çok önemli bir adımdır. Ancak Finike'de faaliyet gösteren firmalar serbest piyasa koşullarında istediği yöreden mal alıp işleme hakkına sahiptir. Finike dışından gelen narenciye ürünlerinin Finike markası adı altında satılması engellenmelidir. Bununla beraber diğer illerde Finike Portakalı markası altında portakal işleyen firmalar tespit edilip haklarında hukuki işlem başlatılmalıdır. Bu noktada üretici birliğinin görevi bir logo (marka) yaratarak ürünü ve üreticiyi korumak, ayrıca paketlenme tesislerinden alınan logo ücretleri ile elde ettiği geliri eğitim, fuar, tanıtım ve reklam harcamalarında kullanmasıdır. Aksi halde alınan patentin hiçbir getirisi bulunmamaktadır.

Finike ilçesinde muhakkak tek üretim konusu portakal değildir, Kumluca ilçesi ile beraber üretim potansiyeli düşünüldüğünde çok büyük rakamlarda yaş meyve ve sebze üretimi mevcuttur. Yıllardır yüksek bilinirliğe sahip Finike Portakalı'nın yanında bölgedeki tüm üretimin aynı hassasiyet ve önemde devam ettirilmesi gerekmektedir. Üretici Birliği'ndeki üye sayısını arttırıcı çalışmalar yapılmalıdır.

Finike Portakalı'nın büyük bir bölümü yakını yurt içi pazarda tüketilmektedir. Üreticinin bilgilendirilmesi ve eğitilmesinin yanında Finike Portakalı'nı ve Finike'deki tarımsal üretimi tanıtıcı yayınlar hazırlanarak meslek odaları, ticaret odaları ve diğer sivil toplum kuruluşlarına basılı veya sözlü olarak ulaştırılmalıdır. Yurt genelinde ve yurtdışında çeşitli fuarlarda Finike Portakalı tanıtılmalıdır. Televizyon ve radyo yerine hedef kitleye ulaşmak için internet ve dergi gibi medyalara, sivil toplum kuruluşlarının yayınlarına reklâm verilmelidir ve toptancı hallerine tanıtım yapılmalıdır.

Portakal tedarik ve değer zinciri içerisinde faaliyet gösteren paketlenme tesisleri ve ihracatçılar, gelişen tüketici bilinci doğrultusunda üreticiler ile beraber çalışmalıdırlar. Yapılan görüşmelerle anlaşıldığı üzere tüccar ile üretici arasında en sıkı ilişki hasat

zamanında yaşanmaktadır. İlişkinin süreci tüm üretim sezonuna yayılmalıdır. Çiftçilere teknik bilgi desteği, tecrübeli kişilerin tavsiyeleri dışında neredeyse tamamı ilaç ve gübre bayileri tarafından verilmektedir. Paketleme tesislerinde istihdam edilen ziraat mühendisleri veya teknikerler üreticilerle devamlı bir araya gelerek üretimi kontrol etmelidir.

Finike ilçesinde ihracatçı görevi üstlenen paketleme tesisi sayısı çok azdır. İhracata yönelik çalışma yapan firma sayısı artmalıdır. İhracatçılar izlenebilirlik ve gıda güvenliği konularında sertifikasyona önem vermeli ve sektörde kalıcı olma hedefiyle hareket etmelidir. Özellikle AB'ye yeni üye olan ülkelerde turunçgil üretimi neredeyse hiç yoktur. Mısır ve Fas gibi rakip ülkelerin gerisinde kalmamak adına araştırmalar yapılarak yeni pazarlar yaratılmalıdır.

Finike Ziraat Odası, Finike Meyve Üreticileri Birliği, ilçede faaliyet gösteren paketleme tesisleri, Finike İlçe Tarım Müdürlüğü ve Halk Eğitim Merkezi tarafından eş çalışma konuları yaratılması gerekmektedir. Üreticilerle düzenli olarak bir araya gelinerek sektördeki gelişmeler tartışılmalı, çeşitli konularda eğitimler verilmelidir. Eğitimler İlçe Tarım Müdürlüğü'ndeki teknisyenler ve Akdeniz Üniversitesi öğretim üyeleri tarafından verilmelidir.

Finike ilçesindeki belediyelerin tarımın sürdürülebilirliği açısından binalaşma ve yapılaşma sürecinde portakal ve diğer üretim alanlarını koruyacak kararları alması gerekmektedir. Alternatif şehirleşme planlarının hazırlanarak tarım alanlarının yok edilmesi engellenmelidir.

İlçe Tarım Müdürlüğü veya Ziraat Odası bünyesinde toprak ve yaprak analizi laboratuvarı kurularak üreticiler analiz yaptırmaya teşvik edilmelidir. Ancak toprakta çözünabilir veya bir başka deyişle alınabilir formda besin elementlerini analiz edecek metotların kullanılmasına ihtiyaç vardır. Aksi halde üreticiye hiçbir anlam ifade etmeyen toprak analizleri yük olmaktan öteye geçmemektedir.

Tarımsal üretiminde doğal afetlere karşı risk çok büyüktür. İklim Değişikliği ve Küresel Isınma nedeniyle mevsimlerde düzensizlik yaşanmakta ve özellikle artan şiddetli dolu olayları karşısında çiftçiler çaresiz kalmaktadır. Tarım Sigortası (TARSİM) yapılarak bu riskler azaltılmalıdır. Üreticiler sigorta primlerini mazot, gübre ve işçilik benzeri mecburi bir gider olarak düşünmeleri ve her sene düzenli olarak ürünlerini sigorta ettirmeleri gereklidir.

Diğer ülkelerdeki tarımsal organizasyon yapıları detaylı bir şekilde incelenmelidir. Başlı başına bir çalışma konusu olabilecek Türkiye-İspanya veya Türkiye-Güney Amerika ülkeleri kıyaslaması, ülkemizin mevcut durumunu daha iyi ortaya koyabilir, uzun vadede somut gelişim stratejileri yaratmaya olanak sağlayabilir. Örneğin İspanya’da küçük üreticilerin dış kaynak (outsourcing) hizmetlerini kullanarak rekabet edebildiği bu çalışmada belirtilmiştir.

Çalışmada da belirtildiği üzere değer iki şekilde yaratılmaktadır; maliyet üstünlüğü ve ürün farklılaştırması. Yapılan çalışmalarla üretim maliyetlerini optimum seviyelerde tutarak maliyet avantajı elde edilmeli, ayrıca kısa ve orta vadede İyi Tarım Uygulamaları, uzun vadede ise Organik Tarım olanakları geliştirilerek ve ürün farklılaştırması da (daha kaliteli ürün) yaratılarak kâr marjının arttırılması hedeflenmelidir.

KAYNAKÇA

ACAR Mustafa, BULUT Erdem, 2009, “*Türkiye’de ve Dünyada Tarımsal Destekleme Politikalarında Son Gelişmeler*”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt 11, Sayı 17, s. 1-19,
([http://www.mustafaacar.com/makalepdfs/tarimsal_destek_bulut_acar_050109\[1\].pdf](http://www.mustafaacar.com/makalepdfs/tarimsal_destek_bulut_acar_050109[1].pdf)) Erişim Tarihi: 10.03.2011

AİB (Akdeniz İhracatçı Birlikleri), 2008 “*Yaş Meyve Sebze Standartları- Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler*” Mersin, s. 257- 258 (<http://www.utk.org.tr/UserFiles/File/yas-sebze1.pdf>) Erişim Tarihi: 31.03.2011

AİB (Akdeniz İhracatçı Birlikleri), 2011 “*Yaş Meyve Sebze Standartları- Avrupa Birliği ve Birleşmiş Milletler*” Mersin, s. 40, 51 (<http://www.utk.org.tr/UserFiles/File/greyfurt2.pdf>) Erişim Tarihi: 31.03.2011

ANONİM, 2011, Value Chain Analysis – Collaborating and Innovating to Add Value s. 3,4

ARI Saylan, “*Türkiye’de Tarımın Ekonomideki Yeri ve Güncel Sorunları*”, Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi, Çalışma ve Toplum Dergisi s. 73 (www.calismatoplum.org/sayi9/aylan_ari.pdf) Erişim Tarihi: 10.03.2011

BOEHLJE D. Michael, HOFING L. Steven, SCHROEDER R. Christopher, 1999 “*Value Chains in Agricultural Endustries*”, s 1

ÇAKMAK Belgin, YILDIRIM Murat, AKÜZÜM Turhan, 2008, TMMOB 2. Su Politikaları Kongresi, 2007, “*Türkiye’de Tarımsal Sulama Yönetimi, Sorunlar ve Çözüm Önerileri*” Cilt 1 s.215-223

ÇELİK Nebi, 2000, “*Tarımda Girdi Kullanımı ve Verimliliğe Etkileri*” DPT, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Tarım Dairesi, Uzmanlık Tezi s. 18, 44

DELEN Nafiz, KINAY Pervin, YILDIZ Figen, YILDIZ Mehmet, ALTINOK Handan, UÇKUN Zafer “*Türkiye Tarımında Kimyasal Savaşımın Durumu ve Entegre Savaşım Olanakları*” s. 13 (http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/6a4d89ba25627b2_ek.pdf) Erişim Tarihi: 28.03.2011

DEMİR Volkan, 2008, “*Yönetim Muhasebesindeki Değişim ve Değişimi Etkileyen Faktörler*” TÜRMOB Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi Yıl:6, Sayı:26, Ekim, s. 12

DEMİRTAŞ Bekir, 2005, “*Türkiye’de Limon Üretim Ekonomisi ve Pazar Yapısı*” Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı Doktora Tezi, s. 144-146

DOĞAN Hulusi, 2003, “*İşletmelerde Öz Yeteneğe Dayalı Yapılanma ve Stratejik Yönetim: Bir Öz Yetenek Bileşeni Olarak Yöre Sektörüyle Uyumun Meslek Yüksekokullarındaki Programların Rekabet Gücüne Etkisi Üzerine Bir Araştırma*” İ.İ.B.F, Süleyman Demirel Üniversitesi Doktora Tezi, s. 54-55

DOĞRU Ercüment, 2010, “*Değer Yaratan Faaliyetler Açısından İşletme Başarısı ve Çimento Sanayi İşletmelerinde Bir Araştırma*” Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi s. 51

DPT, 1999, Babacan, Aziz, “ *Genel Tarım Politikaları Çerçevesinde Doğrudan Gelir Ödemeleri Sistemi*” Aralık, (ekutup.dpt.gov.tr/tarim/babacana/gelirode.pdf) Erişim Tarihi: 09.03.2011) s. 2

DPT, 2006, *Dokuzuncu Kalkınma Planı, Kimya Sanayi Özel İhtisas Komisyon Raporu, Tarım İlaçları Çalışma Grubu Raporu*, Ankara, s. 4

DPT, 2007, “*Dokuzuncu Kalkınma Planı Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Raporu*” Ankara (<http://ekutup.dpt.gov.tr/bitkiure/öik666.pdf>) , sf 29-30

DPT, 2008(a), *Dokuzuncu Kalkınma Planı, Kimya Sanayi Özel İhtisas Komisyon Raporu, Gübre-Tarım İlaçları Çalışma Grubu Raporu*, Ankara, s. 33, 99

DPT, 2008(b), 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı Tarım Alet ve Makinaları Sanayi Özel İhtisas Komisyon Raporu, Ankara s. 13

DURMUŞOĞLU Enver, TİRYAKİ Osman, CANHİLAL Ramazan, 2009, “*Türkiye’de Pestisit Kullanımı, Kalıntı ve Dayanıklılık Sorunları*, s. 2
(www.zmo.org.tr/resimler/ekler/52cf38361a20908_ek.pdf) Erişim Tarihi: 1.3.2011

ELMACI Orhan, KURNAZ Niyazi, 2004, “*Sürdürülebilir Rekabet Gücüne Yönelik Vizyon Arayışlarında Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (FTM) Yaklaşımı*” s. 4

ERASLAN Hakkı, HELVACIOĞLU A. Deniz, BAKAN İsmail, 2008, “*Değer Zinciri (Value Chain Yöntemi ile Türk Tekstil ve Hazır giyim Sektörünün Değerlendirilmesi*” Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi Cilt:10, Sayı 2, s. 4-11

ERASLAN Figen, İNAL Ali, GÜNEŞ Aydın, ERDAL İbrahim, COŞKAN Ali, 2009, “*Türkiye’deki Kimyasal Gübre Üretim ve Tüketim Durumu, Sorunlar, Çözüm Önerileri ve Yenilikleri*”, s. 11-12 (http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/c1e55ec7c43dc51_ek.pdf) Erişim Tarihi: 1.3.2011

FEARNE Andrew, SOOSAY Claudine, STRINGER Randy, 2009, “*Sustainable value chain analysis: a case study of South Australian wine*, s. 8

FİNİKE İLÇE TARIM MÜDÜRLÜĞÜ, 2011, “*Çalışma Raporu ve Mitingi*”, s. 5, 7, 19, 21, 23

GÖK A. Seçil, 2008, “ *Genişleyen Avrupa Birliği Pazarında Türkiye’nin Organik Tarım Ürünleri Ticareti Açısından Değerlendirilmesi*” AB Uzmanlık Tezi, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Dış İlişkiler ve AB Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, s. 3

GÜRKAN Orçun, 2007, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı AB Uzmanlık Tezi “ *Avrupa Birliği’nde Bitki Koruma Alanındaki Gelişmeler ve Türkiye*”, Ankara s. 19

HASDEMİR Mine, 2007, “*Turunçgiller*” T.E.A.E Dergisi Sayı:9, s. 2, Aralık

KAFA Güçer, CANİHOŞ Ercan, 2010, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü, *Televizyon Yoluyla Yaygın Çiftçi Eğitimi Projesi (YAYÇEP), “Turunçgil Yetiştiriciliği”* s. 1-2

KAYGISIZ Himmet, AYBAK Ç.Hüsnü, 2000, “*Narenciye Yetiştiriciliği*” Hasad Yayıncılık, s. 15-32

KOÇ A. Ali, IŞIK Sayım, ERDEM Şükrü, 2009, “*Türkiye’nin AB Üyeliğinin Turunçgil Sektörüne Etkileri*” Antalya s. 114

KUYUCAK Ferhan, ŞENGÜR Yusuf, 2009, “*Değer Zinciri Analizi: Havayolu İşletmeleri için Genel Bir Çerçeve*”, KMU Üniversitesi İİBF Yıl:11 Sayı:16, Haziran, s. 133-134

MEGEP, 2008, Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi “*Bahçecilik, Portakal Yetiştiriciliği*” Ankara s. 4
(cygm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/bahcecilik/moduller/portakal_yetistiriciligi.pdf) Erişim Tarihi: 22.03.2011

MARTINEZ Marian Garcia, POOLE Nigel, BRIZ Julian, Isabel de Felipe, YALÇIN İsmet, KOÇ A. Ali, MESSAHO Driss, 2004(a), “*Benchmarking International Food Safety Performance in the Fresh Produce Sector*” s. 2, 6-9
(<http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/24998/1/sp04ga01.pdf>) Erişim Tarihi: 03.03.2011

MARTINEZ Marian Garcia, POOLE Nigel, 2004(b) “*The development of private fresh produce safety standards: implications for developing Mediterranean exporting countries*” s. 246 (kar.kent.ac.uk/10231/1/paper.pdf) Erişim Tarihi: 26.02.2011

MARTINEZ Marian Garcia, FEARNE Andrew, SAUSMAN Christopher, 2011 “*Attitudes of UK consumers towards Oranges, Qualitative Research*” Nisan, s. 8 -22

NURAN Güven, 2010, “*Adana İlinde Turunçgillerin Pazarlama Yapısı ve Sorunları*” s. 8

ÖVGÜN Barış, 2010, “*Türkiye-Avrupa Birliği İlişkilerinde Bir Çıkamaz: Politika Transferi Açısından Tarım Sorunu*” Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, Cilt:9 No:1, s. 101
(dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/16/1327/15329.pdf) Erişim Tarihi: 10.03.2011

ÖZÇATALBAŞ Orhan, 2010, “*İyi Tarım İçin Yayım ve Danışmanlık: Gelişmeler, Politikalar, Beklentiler*” Türk Tarım Dergisi, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, s. 7

PORTER Michael, 1985, “*Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance*” s. 36-46

SABANCI Alaettin, SÜMER S. Korkut, SAY Muharrem, 2001, “*Türkiye’de ve Dünyada Tarımsal Mekanizasyon Düzeyi ve Gelişimi*”, Tarım Makinaları Sempozyumu ve Sergisi Bildiriler Kitabı, Mersin, s. 10

SCOTT Ryan, 2010, “*USDA Foreign Agricultural Service, China-Peoples Republic of Citrus Annual Report*” s. 2

SÖYLER Oktay, 2009, “Hatay Bölgesindeki Turunçgil Paketleme Tesislerinin Teknik Özelliklerinin Tespiti, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Yollarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, Adana s. 42, 48

ŞAHİNÖZ Ahmet, ÇAĞATAY Selim, TEOMAN Özgür, 2007, “Türkiye’de Tarımsal Destekleme Politikası Aracı Olarak Fark Ödeme Sistemi’nin Uygulanabilirliğinin Tartışılması” T.E.A.E, Ankara s. 55 (http://www.aeri.org.tr/PDF/155_AS-SC-OT.pdf) Erişim Tarihi: 09.03.2011

TADEO Andres, MARTINEZ Ernest, 2005 “Outsourcing and efficiency: the case of Spanish citrus farming” s. 217

TARIM VE KÖY İŞLERİ BAKANLIĞI, 2004(a), II. Tarım Şurası, 7. Komisyon, “Tarımsal Girdi ve Desteklemeler” s. 40-41

TARIM VE KÖY İŞLERİ BAKANLIĞI, 2004(b), “İyi Tarım Uygulamalarına İlişkin Yönetmelik”, s. 2, (www.tarim.gov.tr/Files/Files/Yonetmelikler/iyitarim_uygulamalarina_iliskinyonetmelik.pdf) Erişim Tarihi: 25.03.2011)

USANMAZ Serhat, BAKTIR İbrahim, ALTINDİŞLİ Ahmet, 2006, Türkiye 3. Organik Tarım Sempozyumu Bildiri Özetleri, “Kuzey Kıbrıs’ta Organik Tarım Çalışmaları”, s. 82

UZUN Aydın, YEŞİLOĞLU Turgut, TUZCU Önder, 2005 “Seleksiyonla Elde Edilen Washington Navel Portakal Tiplerinin Adana Koşullarında Verim, Kalite ve Bazı Vejetatif Özelliklerinin Belirlenmesi” Alata Bahçe Kùltürleri Araştırma Enstitüsü Dergisi, Cilt: 4, Sayı 1, Haziran s. 1

YALÇIN Selçuk, 2006, “Rekabet Avantajı Sağlamada Stratejik Maliyet Yönetiminin Muhasebe Uygulamalarıyla İlişkileri” Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı:15 s. 17-19

YAVUZ Fahri, MİRAN Bülent, 2005, “Türkiye’de Tarım” Bölüm 2, Tarımsal Yapı ve Üretim, s. 30-31

ZENGİNOĞLU Ahmet, DEMİRBAŞ Nevin, 2007, “AB Sürecinde Türkiye Turunçgil İhracatının Yapısı, Ortaya Çıkan Sorunlar ve Çözüm Yolları Üzerine Bir Araştırma” İzmir s. 13, 39-40

İnternet Kaynakları

<http://www.batem.gov.tr/yayinlar/kitapciklar/me kanizasyon/me kanizasyon.pdf> (Erişim Tarihi: 14.02.2011)

http://en.wikipedia.org/wiki/Gasoline_and_diesel_usage_and_pricing#Gasoline_usage_and_pricing_in_Europe (Erişim Tarihi: 10.03.2011)

www.fao.org (Erişim Tarihi: 10.02.2011)

www.finikedenportakal.com (Erişim Tarihi: 19.01.2011)

http://www.tarimmerkezi.com/yazar_kose.php?hid=10834 (Erişim Tarihi: 16.03.2011)

www.unctad.org/infocomm/anglais/orange/uses.htm (Erişim Tarihi: 04.04.2011)

EK Anket Soru Formu

KİŞİSEL BİLGİLER

1. Cinsiyet: ☐ Erkek ☐ Kadın

2. Yaşınız?

☐ 18'den az ☐ 19-25 arası ☐ 26-35 arası ☐ 36-45 arası ☐ 46-55 arası ☐ 55 üstü

3. Eğitim durumunuz?

☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Ön Lisans ☐ Lisans ☐ Lisans Üstü

4. Ailenizin aylık toplam geliri?

☐ 1.000 TL'den az
☐ 1.000- 2.000 TL arası
☐ 2.000- 3.000 TL arası
☐ 3.000- 5.000 TL arası
☐ 5.000- 10.000 TL arası
☐ 10.000 TL'den fazla

5. Aylık meyve sebze harcamalarınız ortalama ne kadar?

☐ 50- 100 TL
☐ 100- 200 TL
☐ 200- 300 TL
☐ 300- 400 TL
☐ Daha fazlası

PORTAKAL TÜKEMİ İLE İLGİLİ SORULAR

1. Satın aldığınız meyve ve sebzelerin sağlıklı olduğunu düşünüyor musunuz?

☐ Sağlıklı olduğunu düşünüyorum.
☐ Üründen ürüne fikrim değişir.
☐ Alışveriş yaptığım yere güveniyorum.
☐ Bazen sağlıksız ürünler piyasada olabiliyor.
☐ Tamamıyla sağlıksız buluyorum.

2. Portakal da satın aldığınız meyve ve sebze alışverişlerinizi daha çok nerede yapıyorsunuz? (1 en çok, 4 en az)

- [...] Semt Pazarları
- [...] Manavlar
- [...] Market, Bakkal
- [...] Süpermarket (Migros, Real vb.)

3. İnternet mağazaları'ndan meyve sebze satın alıyor musunuz?

- ☐ Bir kez aldım.
- ☐ Birden fazla kez aldım.
- ☐ Hiç almadım.
- ☐ Düzenli bir şekilde alıyorum.
- ☐ Almayı düşünebilirim.

4. Finike Portakalı'nı hiç duydunuz mu?

☐ Evet

☐ Hayır

5. Duyduysanız hiç yediniz mi?

☐ Evet

☐ Hayır

6. Alışveriş yaptığınız mekânda iki farklı portakaldan bir tanesinde Finike Portakalı tabelasını görürseniz, Finike Portakalı'nı tercih eder misiniz?

☐ Evet

☐ Hayır

7. Finike Portakalı'nın Türk Patent Enstitüsü'nden patent (Coğrafi İşaret) aldığını biliyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

8. Bir portakal satın aldığınızda, portakalın hangi bahçede üretildiği, hangi uygulamalara tabi tutulduğu ve üretim yerinden ne zaman yüklendi vb. bilgiler sizin için gerekli mi?

- ☐ Evet, bu benim hakkım.
- ☐ Hayır, hiç gerek yok.
- ☐ Alışveriş yaptığım yer biliyorsa, bu yeterli.

9. Portakal satın alırken aşağıdaki unsurların sizin için ne kadar önemli olduğunu belirtiniz? (5 çok önemli, 1 önemli değil)

	Çok Önemli	Önemli	Biraz Önemli	Az Önemli	Önemli Değil
Fiyat	5	4	3	2	1
Lezzetli ve Sulu olması	5	4	3	2	1
Meyve Büyüklüğü	5	4	3	2	1
Nerede üretildiği	5	4	3	2	1
Renk ve Kabuk yapısı	5	4	3	2	1
Marka	5	4	3	2	1

10. Portakalı nasıl tüketmeyi tercih ediyorsunuz?

- ☐ Suyunu içmeyi tercih ederim.
- ☐ Kabuğunu soyup yemek daha keyifli.
- ☐ Hem suyunu sıkarım hem de yerim.

11. Portakalı suyunu sıkmak ve taze tüketmek dışında nasıl tüketiyorsunuz?

.....

12. Kış aylarında portakalı ne sıklıkla tüketiyorsunuz?

- ☐ Her gün
- ☐ İki günde bir
- ☐ Haftada bir
- ☐ İki haftada bir
- ☐ Ayda bir

13. İyi tarım uygulamaları (EurepGap, GlobalGap) nedir biliyor musunuz?

- ☐ Hiç duymadım.
- ☐ Duydum, ama tam olarak bilmiyorum.
- ☐ Evet, biliyorum.
- ☐ Detaylı bilgiye sahibim.

14. Sürdürülebilir tarım hakkında ne derece bilginiz var?

- ☐ Hiç duymadım.
- ☐ Duydum, ama tam olarak bilmiyorum.
- ☐ Evet, biliyorum.
- ☐ Detaylı bilgiye sahibim.

15. Bilinçsiz ve kontrolsüz üretilen portakal ile sertifikalı ve kontrollü üretilen portakalın sağlık açısından bir farkı olduğunu düşünüyor musunuz? (Bu soruyu tüm meyve ve sebzeleri göz önüne alarak da cevaplayabilirsiniz)

- ☐ Kesinlikle daha sağlıklı olduğunu düşünüyorum.
- ☐ İkisi de benim için aynı.
- ☐ Alışveriş yaptığım yere güvendiğim için sertifikanın bir önemi yok.

16. İzlenebilirlik hakkında bir bilginiz var mı?

- ☐ Hiç duymadım.
- ☐ Duydum, ama tam olarak bilmiyorum.
- ☐ Evet, biliyorum.
- ☐ Detaylı bilgiye sahibim.

17. Organik tarım sertifikalı ürünler tüketiyor musunuz?

- ☐ Hayır, hiç tüketmedim.
- ☐ Bir kez tükettim.
- ☐ Birçok kez tükettim.
- ☐ Düzenli olarak tüketiyorum.

18. Geleneksel olarak üretilen portakal alışveriş yaptığınız mekânda 1,5 TL'ye satılmakta ise, aynı mekânda organik portakal'a ne kadar fiyat ödemek istersiniz?

- ☐ Aynı, 1,5 TL
- ☐ 2 TL verebilirim.
- ☐ 3 TL, en fazla.
- ☐ Portakalı çok seviyorum 5 TL veririm.
- ☐ Gerekirse daha fazla bile verebilirim.

19. Geleneksel olarak üretilen portakal alışveriş yaptığınız mekânda 1,5 TL'ye satılmakta ise, iyi tarım uygulamaları (yani, kontrollü ve denetimli) sertifikasına sahip portakala ne kadar fiyat ödemek istersiniz?

- ☐ Aynı, 1,5 TL
- ☐ 2 TL verebilirim.
- ☐ 3 TL, en fazla.
- ☐ Portakalı çok seviyorum 5 TL veririm.
- ☐ Gerekirse daha fazla bile verebilirim.

20. Şu an bir çiftçi olsaydınız, nasıl bir üretim hedeflerdiniz? (1 en çok, 5 en az önemli)

- [...] İnsan sağlığını muhafaza eden
 - [...] Toprakları kirletmeyen
 - [...] Su kaynaklarını en etkin şekilde yöneten
 - [...] İthalata bağımlı olmayan
 - [...] En çok kâr getiren
- bir üretim tercih ederim.

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI : Celal BÜLBÜL

Doğum Tarihi ve Yeri : 11/09/1983 İstanbul

Medeni Durumu : Bekâr

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : M.N. Çakallıklı Anadolu Lisesi

Lisans Diploması : Ege Üniversitesi Ziraat Mühendisliği Tarım Ekonomisi Bölümü

Yüksek Lisans Diploması : Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Gıda Ekonomisi ve İşletmeciliği
Yüksek Lisans Programı

Tez Konusu : Finike Portakalı'nın Sürdürülebilir Rekabetinin Araştırılması:
Değer Zinciri Analizi

Yabancı Dil / Diller : İngilizce, Rusça

Adres : Yeni Mah. Şerbetçi Bulvarı No:30 Finike Antalya

Tel. no : 0535 983 03 03