

## Yaş Sebze ve Meyve İhracatında Türkiye Pazarının Dünyadaki Yeri

Gülen DEMİRTAŞ<sup>1</sup>, Halil KIZILASLAN<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tokat/TÜRKİYE

<sup>2</sup>Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Tokat/TÜRKİYE  
gulendemirtas@gmail.com (Sorumlu Yazar)

### Özet

Bu çalışmada; yaş sebze ve meyve ihracatını ortaya koymak, bu ihracatta Türkiye'nin pazar koşullarını tespit etmek, bu pazara gereken önemin veriliş verilişmediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca bu pazar koşullarının daha iyi olması yolunda nelerin yapılması gerektiği de vurgulanmıştır. Öncelikle bu çalışmada, Türkiye'nin belirli dönemde yaş sebze ve meyve üretim miktarları tespit edilerek, üretilen ürünlerin ne kadarının ihraç edildiği ve bu ürünlerin birim fiyatlarının ne olduğu reel fiyat olarak hesaplanmıştır. Yaş sebze ve meyve ihracatında ilk on ülke tespit edilip, bu ülkelere ne kadar ürün ihraç edildiği çizelgelerde gösterilmiştir. Son olarak Türkiye'nin dış ticaretinde yaş sebze ve meyve ihracatının genel ihracattaki yeri belirtilip, gereken hassasiyetin gösterilip gösterilmediği, bu konuda nelerin yapılması gerektiği konusunda yorumlamalara gidilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Yaş meyve ve sebze, üretim, ihracat, Türkiye

## The Location of Turkey's Market in the World in Fresh Vegetables and Fruits Exportation

### Abstract

In this study, it is intended to put forth the export of fresh vegetables and fruits, to detect Turkey's market conditions in this exports, to determine whether required importance is made point of this market or not. Furthermore, it is also emphasized what needs to be done to make this market conditions better. First of all in this study, determining to Turkey's output of fresh vegetables and fruits in certain period, it is calculated how much of manufactured products were exported and the unit price of these products as real price. Determining top ten countries in the export of fresh vegetables and fruits, it was given at tables how much products were exported to these countries. Finally, specifying the exports of fresh vegetables and fruits at Turkey's foreign trade, it was interpreted whether requirement sensibility were shown or not, about what needs to be done at this topic.

**Keywords:** Fresh vegetables and fruits, production, export, Turkey

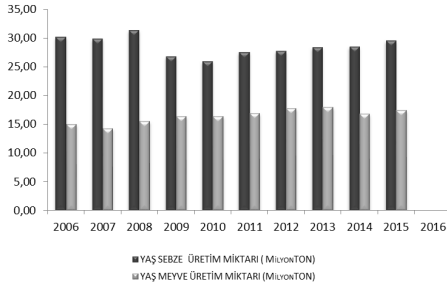
### 1. Giriş

Türkiye, sahip olduğu coğrafi konumu itibarıyla bitkisel üretimde çok çeşitliliğe sahiptir. Çeşitli iklim tiplerinin görülmesiyle kurak, yarı kurak, ılıman iklim ürünlerinin yetiştirilmesinde olanak sağlamaktadır. Böylelikle iklim çeşitliliğinin fazla olması nedeniyle yetişen ürünlerde de çeşitliliği sağlamak kolaylaşmaktadır. Bu nedenle de Türkiye'de tarıma büyük önem verilmiştir.

Türkiye'de geçmişten günümüze kadar çeşitli tarım yöntemleri kullanılmıştır. Gelişen teknoloji ile ekstansif tarım (geleneksel tarım) yöntemleri-

nin yerini, intansif tarım modeli (modern tarım) almıştır. Yalnız bu geçiş arazi şartlarının olumsuz etkilerinden ve eğitimin yetersiz olmasından dolayı çok kolay, ekonomik ve pratik olamamıştır. Ama geçişin sağlanması ile üretim çeşitliliğinin ve verimin daha da arttığı gözlenmiştir.

Yaş sebze ve meyve üretimini ülke nüfusunun ihtiyaçlarını karşılaması, bir ülkenin öncelikli amaçlarından biri olmalıdır. Bunun için, çiftçilerin üretim ekonomisi araçlarını etkin kullanmaları gereklidir. Üretim ekonomisi araçlarının etkin kullanımı ile üretimde istenen artış gözlenecektir. Eğer ki üretim, ülke nüfusunun ihtiyacını



Kaynak: TÜİK, 2016

**Şekil 1.** Türkiye'nin Yaş Sebze ve Meyve Üretimi

**Figure 1.** Turkey's Fresh Fruit and Vegetables Production

karşılıyor ise üretim fazlalığını dış piyasada pazara sunarak ülke gelirine katkı sağlanmasına olanak verilmelidir.

Ülkeler, üretilen ürünlerin talep fazlasını değerlendirmektedir. Bu değerlendirmeyi uluslararası pazarlara sunarak yapmaktadır. Yalnız her isteyen bu pazara giremez. Bu durumda pazar şartlarını sağlamakla mükelleftirler. Aksi halde güçlü bir rekabet gösteremezler ve piyasadan yok olurlar.

Çalışmadaki amaç öncelikle dünya piyasalarında pazar olanaklarının nasıl olduğu, Türkiye'nin pazar koşulları tespit edilip; yaş meyve-sebze ihracatında pazara gereken önemin verilip verilmediği, pazar payını artırmak için neler yapılması gerektiğini ortaya koymaktır.

## 2. Materyal ve Yöntem

### 2.1. Materyal

Araştırmanın kaynakları ikincil verilerden toplanıp, derlenmiştir. Konu ile ilgili yazılmış literatürler, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Türkiye Ziraat Odalar Birliği (TZOB) gibi resmi kurum ve kuruluşların resmi web sayfaları ile ilgili dokümanları ve ilgili makaleler ikincil veri oluşturmuştur.

## 2.2. Yöntem

Araştırmada elde edilen verilerin bir kısmı çizelge ve grafik haline getirilmiştir. 2006'dan 2016'ya kadar olan zaman diliminde Türkiye'de üretilen yaş sebze ve meyve miktarları ton bazında tespit edilmiştir. Üretilen ürünlerin ne kadarının ihraç edildiği miktar ve değer bazında çizelgelerle gösterilmiştir. Türkiye'nin ihracattaki ilk on ülke tespit edilmiş ve bu ülkelere ne kadar ürün ihraç edildiği miktar ve değer bazında çizelgeler ile gösterilmiştir.

## 3. Türkiye'de Yaş Sebze ve Meyve Üretimi

Türkiye'de yetiştirilen tarım ürünlerinin başında tahıllardan sonra meyve ve sebze gelmektedir. İnsanların gıda ihtiyacının karşılanmasında önemli büyük olan meyve ve sebzelerin tüketiminin yeterli olup olmadığı tartışma konusudur.

Üretilen sebze ve meyve miktarlarının bir kısmı iç piyasada tüketilirken, diğer kısmı dış piyasaya sunulur.

Emek yoğun, işletme maliyeti yüksek olan bir üretim grubudur. Ancak birim alana en yüksek geliri getiren tarımsal üretimdir. Üretimden tüketime kadar olan süreç içinde alt yapı eksikliği olduğu durumda ise verim ve kalite ile birlikte gelir de azalacaktır (TOBB, 2013).

Şekil 1'de Türkiye'de üretilen yaş sebze ve meyve miktarları 2006-2015 yılları itibariyle gösterilmiştir. Şekil 1'de görüldüğü gibi yaş sebze ve meyve üretiminde yıllar itibariyle dalgalanmaların olduğu görülmektedir. Bu dalgalanmaların nedeni iklim olanaklarının etkisinden kaynaklanmaktadır. Verilen yıllar itibariyle en fazla sebze üretimi 2008 yılında yaklaşık 31,5 milyar ton iken meyve üretimi yaklaşık 18 milyar ton olarak tespit edilmiştir.

## 4. Türkiye'nin İhracatı

Türkiye'nin tarım ve gıda sanayi ürünleri ihracatında özellikle 1980'li yıllardan sonra ihracata yönelik modern gıda sanayi tesislerinin kurulma-

**Çizelge 1.** Türkiye'nin Yaş Sebze-Meyve İhracatı

**Table 1.** Turkey's Fresh Fruit and Vegetables Export

Yıllar	Yaş Sebze İhracat			Yaş Meyve İhracat			Toplam İhracat
	Milyon Ton	Milyar \$	Pay %	Milyon Ton	Milyar \$	Pay %	Milyar \$
2006	1,19	0,70	0,81	1,99	2,38	2,78	85,53
2007	1,36	0,86	0,80	1,76	2,67	2,48	107,27
2008	1,23	0,95	0,71	1,77	2,85	2,15	132,02
2009	1,33	1,02	0,99	2,28	3	2,93	102,14
2010	1,36	1,10	0,96	2,42	3,49	3,06	113,88
2011	1,40	1,07	0,79	2,76	3,90	2,89	134,90
2012	1,36	0,96	0,62	2,50	3,80	2,49	152,46
2013	1,52	1,03	0,67	2,68	3,96	2,60	151,80
2014	1,44	1,08	0,68	2,87	4,32	2,74	157,61
2015	1,32	1,04	0,72	2,86	4,35	3,02	143,83
2016*	0,79	0,52	0,72	1,18	1,68	2,34	71,66

Kaynak: TÜİK, 2016, \* 2016 ilk altı ay verileri

**Çizelge 2.** Türkiye'nin Sebze İhracatı Yaptığı Ülkeler  
**Table 2.** Turkey's Exports of Vegetables by Countries

Ülkeler	2006		2007		2008		2009		2010	
	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$
Almanya	72,25	70,87	79,17	91,34	66,41	91,19	73,87	96,87	81,78	106,41
İngiltere	39,77	30,15	47,30	42,12	23,08	30,02	25,25	31,31	-	-
Yunanistan	30,33	18,54	25,31	17,94	22,71	22,37	-	-	-	-
Romanya	62,39	27,92	84,06	54,93	69,05	48,03	69,59	42,21	87,36	57,62
Bulgaristan	-	-	77,76	28,09	102,57	54,90	166,29	119,23	116,73	87,26
Ukrayna	-	-	-	-	42,23	19,63	56,94	31,05	52,49	30,06
Rusya Fed.	207,32	114,82	308,12	207,90	348,16	290,71	330,83	230,97	394,71	301,16
Gürcistan	-	-	-	-	-	-	25,76	6,47	34,99	10,75
Azerbaycan	-	-	-	-	-	-	-	-	31,86	13,83
Mısır	36,76	20,01	-	-	-	-	27,88	31,55	41,46	45,31
Irak	155,12	60,98	195,44	28,29	178,11	29,41	211,51	93,49	159,50	69,28
Ürdün	-	-	-	-	21,52	12,17	-	-	-	-
Suudi Arabistan	75,95	28,28	62,10	24,03	41,68	21,66	58,45	37,69	42,06	28,02
Bangladeş	40,70	20,28	29,05	18,63	-	-	-	-	-	-

**Çizelge 2'nin devamı**  
**Continuation of Table 2**

Ülkeler	2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Mil- yon \$	Ton (000)	Mil- yon \$	Ton (000)	Mil- yon \$	Ton (000)	Milyon \$
Almanya	59,84	87,63	59,21	81,27	55,60	83,47	51,27	75,29	49,12	69,72	30,86	41,64
Romanya	68,80	42,82	39,24	25,88	-	-	38,00	34,03	39,96	33,27	50,28	40,77
Bulgaristan	82,92	55,92	62,62	33,68	85,44	40,35	84,90	45,21	65,05	25,84	44,50	17,15
Ukrayna	63,23	34,40	52,10	37,47	56,78	44,96	57,31	35,71	-	-	33,96	18,23
Belarus	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	72,40	34,69
Moldova	-	-	-	-	-	-	25,34	13,54	-	-	-	-
Rusya Fed.	447,06	319,24	456,97	322,60	414,70	347,02	533,23	384,94	466,80	336,86	35,99	21,80
Gürcistan	68,08	16,01	41,06	10,41	36,14	12,79	68,27	19,06	50,94	14,47	102,52	28,69
Azerbaycan	43,30	16,07	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mısır	42,28	37,34	-	-	-	-	-	-	28,52	32,12	-	-
Sudan	-	-	36,51	28,83	39,12	33,56	44,50	43,43	35,47	38,06	-	-
Suriye	-	-	34,64	5,59	157,62	26,89	-	-	54,40	26,10	59,73	16,11
Irak	171,98	76,29	234,30	83,47	313,53	97,48	209,41	85,90	141,42	76,86	117,15	68,31
S. Arabistan	61,89	34,63	50,64	24,13	-	-	-	-	59,51	29,01	22,80	12,88

Kaynak: TÜİK, 2016

siyla gıda ihracatı ivme kazanımı olmakla birlikte, geleneksel tarım ürünleri hala ihracatımızda önemli paya sahiptir (Bulu vd., 2007).

#### 4.1. Türkiye'nin toplam ihracatı

Gelişmekte olan ülke konumundaki Türkiye ekonomisinin önemli ayağını tarım sektörü oluşturmaktadır. Bu gelişime bağlı olarak ekonomisini geliştirmek ve kalkındırmak öncelikli hedefi olmalıdır. Hedefine ulaşmada ihracat, bunun başında gelmektedir.

Türkiye, Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin yanı sıra, Rusya Federasyonu, Orta Doğu ve Orta Asya ülkelerinin kavşak noktasında bulunması nedeni ile önemli bir pazara sahiptir (Bulu vd., 2007).

Çizelge 1'de Türkiye'nin toplam ihracat değerleri gösterilmiştir. Türkiye'nin ihracat değerlerine bakıldığında, sürekli bir artışın değil de yıllara göre azalmaların ve artışların görüldüğü söylenebilir. Tarım ürünleri bu ihracat değerinin büyük kısmını oluşturduğu bilinmektedir.

#### 4.2. Yaş Sebze ve Meyve İhracatı

Türkiye'de sebze üretiminde en yüksek verim, iklim avantajının ve seracılık bölgesi olmasının doğal sonucu olarak Akdeniz Bölgesi'nde alınmaktadır (Abak vd., 2010).

Sebze üretimin fazla olması nedeniyle iç talebi karşılamasıyla birlikte dünya pazarına arz edilmesine olanak vermektedir. Bu nedenle, ürünlerin dış piyasada yer bulması, üretimin yeni bir boyut kazanmasına neden olmaktadır.

Çizelge 1'de 2006'dan 2016'ya kadar olan süreçte yaş sebze ve meyve ihracat miktarı ve değerleri gösterilmiştir. Yaş sebze ihracatı incelendiğinde, ihracat miktarlarında dalgalanmalar yaşanmıştır. İhracattaki azalışların görülmesi o yıllarda görülen üretim kayıpları olarak olmuştur ve fiyat istikrarsızlığından kaynaklanmaktadır.

#### 5. Türkiye'nin İhracat Yaptığı Ülkeler

Ülkeler, iç üretiminin kendine yetmediği durumlarda ihtiyacı olan ürünleri ithal etme durumundadır. Böylece ticarete ithal eden ve ihraç eden ülkeler meydana gelmiştir.

Türkiye konumu itibarıyla birçok ülkeye komşu

ve de Avrupa ve Asya'yı birbirine bağlayan ülke konumundadır. Bu durum ülkeler arasındaki ticaret olanaklarını da kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de ekonomik kalkınma ve büyüme hedefleri için birçok ülkeye ihracat yapılmaktadır.

### 5.1. Sebze İhracatı Yaptığı Ülkeler

Öncelikle Çizelge 2'nin ilk kısmı incelendiğinde (2006- 2010), ilk beş yıl Almanya, Romanya, Rusya Federasyonu (Rusya), Irak ve Suudi Arabistan (Suudi A.) ile kesintisiz ticaret yapılmıştır. Türkiye'nin yaş sebze ihracatı yaptığı ilk on ülke tespit edilmiştir.

Türkiye'nin 2006 yılında en fazla ihracat yaptığı ülke 114,82 milyon dolar ile Rusya olmuştur. Değer olarak sıralamaya bakıldığında Rusya 114,82 milyon dolar ile en fazla gelir getiren ülke olurken onu sırası ile takip eden ülkeler Almanya, Irak gelmektedir.

2007 yılında ise değer bazında Rusya, Almanya ve Romanya yer almaktadır.

2008 yılı incelendiğinde, Rusya, Irak ve Bulgaristan miktar olarak ilk üçte sıralanmıştır. Değer olarak incelendiğinde, Rusya, Almanya ve Bulgaristan yer almaktadır.

2009 yılında, ihracat miktar ve değerinde Rusya ilk sırada yer alırken, ardından Bulgaristan, Almanya gelmektedir.

2010 yılına bakıldığında Rusya, Almanya, Bulgaristan ilk üçte yer almaktadır.

Çizelge 2'nin devamında, 2011'den 2016'ya kadar olan kısım incelenmiştir. İhracatta kesintisiz ticaretin yapıldığı ülkeler arasında; Almanya, Bulgaristan, Rusya ve Irak yer almaktadır. Yalnız Almanya'ya yapılan ihracatta önemli ve belirgin düşüşlerin görüldüğü göz ardı edilmemelidir.

Yıllar tek tek incelendiğinde; 2011 yılına bakıldığında değer bazında, Rusya, Almanya, Irak olarak sıralama yapmak mümkündür.

2012 yılında Rusya, Irak ardından Almanya gelmektedir.

2013 yılında Rusya 414,70 bin ton ve 347,02 milyon dolar ile diğer ülkelere göre en fazla ihracat yaptığımız ülke durumundadır. Ardından Irak 313,53 bin ton ile yer alırken en dikkat çeken ülke Suriye 157,62 bin ton ile bir önceki yıla göre büyük bir yükseliş göstermiştir. Yalnız elde edilen değer neredeyse ilk on ülke arasında en düşük olarak söylenebilir.

### 5.2. Meyve İhracatı Yaptığı Ülkeler

Türkiye çok sayıda meyve üretimi yapmaktadır. İklim olanakları elvermeyen ülkelerde, yetişemeyen ürünleri ithal etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu durumda Türkiye, bu tür ülkelere de yaş meyve ihracatı yapmaktadır.

Çizelge 3'de Türkiye'nin yaş meyve ihracatı yaptığı ilk on ülke gösterilmiştir ve ilk olarak 2006'dan 2010'a kadar olan kısmı ele alınmıştır.

Çizelge incelendiğinde 2006'dan 2010'a kadar kesintisiz ihracatın yapıldığı ülkeler; Hollanda, Almanya, İtalya, İngiltere, Romanya, Ukrayna, Rusya ve Suudi A.'dır.

2006 yılı incelendiğinde, Rusya 425,77 bin ton meyve ile 262,60 milyon dolar gelir elde ederek en fazla ihracat yapılan ülke durumundadır. Ukrayna ve Almanya miktar bakımından Rusya'dan sonra gelirken değer bakımından incelendiğinde İtalya, Almanya, Rusya şeklinde sıralamak mümkündür.

2007 yılında geliri en fazla getiren ülkeler sıralaması İtalya, Rusya ve Almanya olarak tespit edilmiştir.

2008'de ise Rusya ile yapılan ticarete hem miktar bakımından hem de değer olarak ilk sırada yer alırken; Ukrayna ve Almanya en fazla ürün gönderilmişken en fazla gelir İtalya ve Almanya'dan elde edilmiştir.

2009 yılında Rusya her iki kategoride ilk sırada yer alırken, İtalya ve Almanya birim fiyatlarının yüksek olması ile geliri en fazla getiren ülkeler

**Çizelge 3.** Türkiye'nin Meyve İhracatı Yaptığı Ülkeler  
**Table 3.** Turkey's Exports of Fruits by Countries

Ülkeler	2006		2007		2008		2009		2010	
	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$
Fransa	57,46	147,22	56,11	190,35	-	-	-	-	63,31	252,93
Hollanda	85,46	103,01	66,06	106,79	58,39	105,38	69,75	112,59	-	-
Almanya	173,99	331,97	154,20	361,04	141,02	361,02	160,24	357,59	171,38	405,84
İtalya	110,55	460,23	87,90	429,52	83,32	377,38	84,47	374,40	81,03	345,94
İngiltere	103,93	154,01	102,78	169,75	79,38	167,73	96,00	163,29	94,18	193,70
Polonya	-	-	45,80	80,41	-	-	-	-	-	-
Romanya	135,52	57,72	106,51	66,34	102,02	72,55	99,76	65,76	103,51	69,95
Bulgaristan	-	-	-	-	68,90	51,16	105,07	81,46	95,53	82,09
Ukrayna	194,37	104,58	150,13	104,96	168,92	139,30	175,03	130,02	228,79	166,38
Rusya Fed.	425,77	262,60	462,92	381,10	437,55	430,48	522,92	452,06	619,79	566,14
Irak	59,83	24,45	-	-	71,89	56,14	248,30	129,56	258,75	166,25
S. Arabistan	120,02	57,80	86,78	55,24	75,79	63,00	117,68	84,81	123,26	92,86

Kaynak: TÜİK, 2016

**Çizelge 3'ün devamı**  
Continuation of Table 3

Ülkeler	2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$	Ton (000)	Milyon \$
Fransa	-	-	63,72	278,82	61,58	250,42	-	-	-	-	-	-
Hollanda	-	-	-	-	60,40	125,55	70,23	140,34	68,77	127,36	32,45	55,94
Almanya	172,25	455,97	160,93	405,87	161,91	448,26	152,57	478,03	149,72	458,66	65,03	187,57
İtalya	80,90	414,57	86,34	405,01	91,46	431,91	104,25	662,96	94,01	647,07	36,63	209,43
İngiltere	95,52	219,79	96,46	220,42	103,44	214,85	98,44	211,70	104,01	209,65	40,88	91,16
Polonya	-	-	-	-	-	-	-	-	57,80	165,67	36,79	63,48
Romanya	88,09	64,98	75,21	48,07	-	-	69,91	45,76	70,92	45,18	40,28	30,73
Bulgaristan	77,97	63,15	60,27	51,01	62,05	58,00	77,81	62,41	-	-	-	-
Ukrayna	227,30	170,92	196,30	150,12	282,89	207,75	201,14	133,36	144,28	87,76	68,34	38,36
Rusya Fed.	705,42	597,36	635,32	544,65	697,56	614,30	813,18	622,40	827,48	599,91	91,49	85,69
Irak	389,51	275,39	430,53	312,65	395,65	268,27	517,36	297,35	583,47	281,17	374,5	149,27
İran	93,17	83,28	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
S.Arabistan	133,81	110,69	87,14	69,65	82,76	74,24	81,67	66,01	99,18	79,36	62,52	55,48

Kaynak: TÜİK, 2016

olmuştur.

2010 yılında, değer bazında ilk sıralarda yer alan ülkeler Rusya, Almanya ve İtalya gelmektedir.

Çizelge 3'ün devamı incelendiğinde ülkelere yapılan ihracatlarda miktar ve değerlerinde dalgalanmaların görüldüğü bu dalgalanmaların bazılarında dikkat çekici bir şekilde düşüşlerin yaşandığından söz edilebilir. Almanya, İtalya, İngiltere, Ukrayna, Rusya, Irak ve Suudi A. ile kesintisiz ihracatın yapıldığı gözlenmiştir.

2011 ve 2012 yıllarında sıralama değerlendirildiğinde, değer bakımından getirisi fazla olan ülkeler Rusya, Almanya ve İtalya başta gelmektedir.

2013 yılı değerlendirildiğinde, Rusya Federasyonu 614,30 milyon dolar ile ilk sırada, Almanya 448,26 milyon dolar ile ikinci, 431,91 milyon dolar ile İtalya üçüncü olarak tespit edilmiştir.

2014 yılında, İtalya, Rusya ve Almanya'yı getirisi fazla olan ilk üç ülke olarak sıralamak mümkündür.

2015 yılı ihracatta getirisine bakıldığında birim fiyatlarının farklılığı nedeniyle sıralama İtalya 647,07 milyon dolar, Rusya 599,91 milyon dolar, Almanya 458,66 milyon dolar kazanım olarak ülke bütçesine girmiştir.

2016 yılı, beş ay olarak değerlendirilmiştir. Rusya ile siyasi olumsuzlukların da yaşanması nedeniyle ihracat miktarındaki düşüş belirgin olarak gözlenmektedir. Değer olarak bakıldığında İtalya, Almanya ve Irak ilk üç ülke konumundadır.

## 6. Pazar Şartları

Pazarlama, kar sağlama amacı ile hedef müşteri kitlesinin ihtiyaç, istek ve beklentilerini tatmin etmek için firma kaynaklarının planlanması, örgütlenmesi, kullanılması ve denetimi olarak tanımlanabilir. Uluslararası pazarlama ise bu tür faaliyetlerin uluslararası ortamlarda yürütülmesidir. Müşteri ve pazar ihtiyaçlarına zamanında cevap verilmesi ve müşterilerinin sorunlarının mümkün olan en kısa zamanda çözülmesi anla-

yışı yerleşmiştir (Kazımov, 2004).

Ülkelerin ihracat yaparken uyması gereken kuralları vardır. İyi bir ihracatçı olmak için güçlü rekabet göstermek gereklidir. Bu nedenle taahhüt ettirilen kurallara ve de insan ihtiyaçlarına uygun ürünleri sunmak durumundadırlar. İhraç edilen ürünlerde aranan bazı özellikleri;

İhraç edilecek ürünlerin kalite standartlarına uygun olması

Paketleme işlemlerinin taşımaya ve çevresel etkenlere karşı dayanıklı olması

Özellikle tarımsal ürünlerde, üzerinde zirai kalıntıların olmaması

İhracatçı ülkenin kendini sürekli yenileyebilme potansiyeline sahip olması

Pazarlama olanaklarının yoğun olduğu ürünlerin tespitinin doğru yapılması gibi nedenlere dikkat edilmesi olarak sıralamak mümkündür.

Ekonomilerini kalkındırmak isteyen ülkeler uluslararası pazarlarda büyük rekabet göstermek zorundadırlar. Bu rekabette, pazar şartlarını sağladıkları takdirde varlıklarını gösterebilirler.

Türkiye pazar olanakları değerlendirildiğinde, yaş sebze ve meyvenin insan sağlığı ve ülke ekonomisindeki öneminin giderek artması ile talepte ve buna bağlı olarak da üretimde artış görülmektedir. Ancak stratejik bir sektör olan tarımda üretimin artırılması tarımsal gelirlerin yükseltilmesi için yeterli değildir. Üretimin doğru yönlendirilmemesi halinde, pazarlama ve değerlendirme sorunu ortaya çıkmaktadır (TZOB, 2008).

## 7. Türkiye'nin Dünya Pazarındaki Yeri

Üretimin doğal koşullara bağlı olmasından kaynaklanan arz katılığı, tüketimin daha çok beslenmeye yönelik olmasından kaynaklanan talep katılığı, tarım piyasalarında fiyatın ve üretici gelirlerinde istikrarın oluşumunu güçleştirmektedir. Fiyat ve gelir istikrarsızlığı, sonuç olarak tarım

kesimine yapılan müdahalelere temel oluşturmaktadır (Ay vd., 2005).

Dünya ticaretinin belli kurallara oturtulması ihracatçı ülkelerin ve elbette Türk ihracatçılarının da hitap ettikleri pazarlarda geçerli olan kurallara göre muamelelerini düzenlemelerini zorunlu kılmaktadır. Dış talepler ve yurtiçi üretimin bunu karşılama karşılığında karşı karşıya olduğu darboğazlar ihracatın gelişme hızını frenleyen sorunlar olarak ortaya çıkmaktadır (Eraktan vd., 2010).

Türkiye dışsatımında ve dışalımında en büyük paya sahip olan Avrupa Birliği (AB), Türkiye'nin en büyük ticaret ortağıdır. Türkiye yaş meyve-sebze ticaretinin büyük kısmını AB ülkeleri ile gerçekleştirmektedir (Özdemir vd., 2008).

Öncelikle, Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) 1948'den 1995 yılına kadar sanayi mallarında küresel ticaretin kurallarını belirlemiş ve bu mallarda büyük ölçüde uluslararası ticareti serbestleştirme amacını gerçekleştirmiştir. Uruguay Turu sonrasında kurulan ve GATT'nin yerini alan DTÖ (Dünya Ticaret Örgütü) çerçevesinde, Tarım Anlaşması (TA) imzalanmış ve 01.01.1995 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Çalışmanın amacı TA'nın Türkiye tarım politikaları ve tarımsal ticareti üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır (Ay vd., 2005).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hükümetler politikalarını belirlerken, üyesi olduğu ve birtakım taahhütler altına girdiği Dünya Bankası (IBRD), Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) ve Avrupa Birliği (AB) gibi uluslararası oluşumların politikaları çerçevesinde faaliyetlerini yürütmek zorunda kalmaktadır (Yavuz, 2005).

Türkiye'nin gelişmekte olan ülkeler statüsünde olması ve DTÖ ile uluslararası ticaretindeki yeri belli standartlara bağlanmıştır. Bunlar;

Pazara giriş

İhracat sübvansiyonları

İç desteklerdir.

Bu şartların sağlanması koşulu ile dünya piyasasında rekabeti bozucu ve ticareti sekteye uğrattacak olumsuzlukları ortadan kaldırmak amaçlanmıştır.

## 8. Türkiye Pazarındaki Eksiklikler

Yaş meyvelerin çabuk bozulabilir ürünler olması pazarlama aşamasında bazı zorlukları beraberinde getirmektedir. Sektörde yaşanan sıkıntıları; üretimden pazarlamaya çeşitli altyapı eksiklikleri, etkin bir tarım politikasının olmayışı, üreticinin ve pazarlamada yer alan kişi ve kurumların örgütlenememesi, çiftçi ve pazarlamacı açısından bilgi yetersizliği, finansman sıkıntısı ve nakliye sorunları olarak ifade etmek mümkündür (Gül vd., 2006).

AB'de yaş meyve-sebzeler ortak piyasa düzenlerine sahiptir. Ancak, AB'ye tam üyelik başvurusunun yapılmasına rağmen Türkiye'de hala böyle bir mekanizma oluşturulamamıştır (Gül vd., 2006).

Meyve yetiştiriciliği ve pazarlanması konularında, araştırma ve geliştirme (AR-GE) çalışmalarına ayrılan kaynakların yetersiz oluşu teknik ve ekonomik anlamdaki gelişmeleri kısıtlamaktadır (Niyaz vd., 2011).

Bilim ve teknoloji uzun dönemde ekonomik ve toplumsal gelişmenin en önemli unsuru, bilim ve teknoloji politikaları ise bu gelişmenin yönünü ve hızını etkilemenin bir aracı iken, bilim ve teknoloji politikalarıyla da bütünleştirilememiş bir ihracat politikası ise Ar-Ge ve teknolojiye yatırım yapma gereğini duymamıştır. Bunun doğal sonucu ise, Ar-Ge ve teknolojiye yatırımdan kaçınılmasıdır (Doğanlar vd., 2001).

Üretimde olduğu gibi ihracatta da zirai kalıntı problemi, standartların değer değişimleri, pazarlama organizasyonunun zayıflığı gibi kısıtlayıcı etkenler bulunmaktadır (Niyaz vd., 2011).

Üretiminde yüksek miktarlara ulaşılmasına rağmen; üretimden tüketime kadar geçen süreçte ihracat yapılan yaş meyve-sebzelerde yüksek düzeyde miktar ve kalite kayıpları oluşmakta, ihracatımızın üretimimize oranı düşük olarak gerçekleşmektedir. Bu kayıpların oluşmasının en önemli nedenlerinden biri de çoğu üreticinin yaş meyve-sebze üretim bölgelerinde ürün yetiştirme sürecine, kalite kontrol ve kalibrasyon işlemlerine yönelik yeterli bilimsel ve teknik eğitim alamamasıdır (Eraktan vd., 2010).

Türkiye'de yaş meyve ve sebze üretimi miktar itibarıyla önemli olmasına karşın, ihracatın üretime oranı çok düşüktür. İhracata konu olan meyve ve sebze çeşitlerinin uluslararası piyasalarda talep edilen çeşitlere uygun olmayışı ve üretimden tüketime miktar ve kalite kayıplarının yüksekliği bu yapının en önemli nedenleri arasındadır (Akbay vd., 2005).

## 9. Sonuç

Türkiye'de sebze üretiminin büyük bölümünün halen küçük ve dağınık işletmelerde yapılıyor olması önemli bir sorundur. Büyük işletmelerde sebze tarımının özendirilmesi ile üretimde daha yeni teknolojilerin kullanılması mümkün olacaktır. Bu da maliyetin düşmesi ve daha güvenli üretimlerin gerçekleşmesine olanak sağlayacak ve buna bağlı olarak da pazarlama kolaylaşacaktır (Abak vd., 2010).

Uluslararası pazarda rekabet gücünü artırabilmek için zirai kalıntılardan arınmış, kaliteli ürün üretiminin yaygınlaştırılması çözüm yollarından biri olacaktır. Güçlü bir rekabet gösterebilmek için çağın modern tarım uygulamaları ile organik ürün kompozisyonu geliştirilmelidir.

Dünya piyasalarında güçlü rekabet gösterebilmek için bozulmamış sağlıklı ürünlerin teslimi ile sağlanabilmektedir. Ülkeler arasında yaşanan siyasi çekişmelerin, ticarete yansıtılmaması gerekmektedir. Aynı şekilde ihracatı yapılan ürünlerin nakliyesi sırasında uzun kuyrukların yaşanmamasına, ürünlerin günlerce bekletilmemesine özen gösterilmelidir.

#### Kaynaklar

Abak K, Düzyaman E, Şeniz V, Gülen H, Pekşen A, Kaymak HÇ, 2010. Sebze Üretimini Geliştirme Yöntem ve Hedefleri VII. Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi Bildiriler Kitabı 1, Ankara, 477-492.

Akbay C, Candemir S, Orhan E, 2005. Türkiye'de Yaş Meyve ve Sebze Ürünleri Üretim ve Pazarlaması. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Fen ve Mühendislik Dergisi, Cilt:8, Sayı:2, 96-107.

Ay A, Yapar S, 2005. Dünya Ticaret Örgütü Tarım Anlaşması Türkiye, Selçuk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi.

Bulu M, Eraslan İH, Barca M, 2007. Türk Gıda Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, 9(1): 311-335.

Doğanlar M, Bal H, Özmen M, 2001. Uluslararası Ticaret ve Türkiye'nin İhracat Fonksiyonu. Çukurova Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Adana.

Eraktan G, Arısoy H, 2010. Türkiye'nin Yaş Meyve-Sebze İhracatı (Mevcut Durum, Sorunlar ve Çözüm Önerileri). İstanbul Ticaret Odası Yayın NO: 2010-92. İstanbul, 2012

Kazımov A, 2004. Uluslararası Pazarlamada Pazarlama Karması Stratejileri. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 100s, Ankara.

Niyaz ÖC, Demirbaş N, 2011. Türkiye Yaş Meyve Üretim ve İhracatının Son On Yıllık Döneminin Değerlendirilmesi. Tarım Ekonomisi Dergisi 2011; 17(1): 37- 45

Özdemir S, Şengül H, 2008. Türkiye'nin Avrupa Birliği Ülkelerine Yaş Meyve-Sebze İhracatı ve Avrupa Birliği Çevre Politikalarından Teknik Engeller. Ç.Ü Fen Bilimleri Enstitüsü Yıl:2008 Cilt:18-3.

TOBB, 2013. Türkiye Tarım Sektörü Raporu. Erişim Tarihi: Ağustos 2016. [https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2014/turkiye\\_tarim\\_meclisi\\_sektor\\_raporu\\_2013\\_int.pdf](https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2014/turkiye_tarim_meclisi_sektor_raporu_2013_int.pdf)

TÜİK, 2016. Türkiye Yaş Sebze ve Meyve Üretim ve İhracat İstatistikleri. Erişim Tarihi: Ağustos 2016. [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)

TZOB, 2008. Yaş Sebze ve Meyve Raporu.

Erişim Tarihi: Ağustos 2016. [http://tzob.org.tr/Portals/0/Dokumanlar/FaaliyetRaporlari/docs/Yas\\_Sebze\\_Meyve\\_Raporu.pdf](http://tzob.org.tr/Portals/0/Dokumanlar/FaaliyetRaporlari/docs/Yas_Sebze_Meyve_Raporu.pdf)

Yavuz F, 2005. Türkiye'de Tarım. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Erzurum.