

KURU KAYISININ MALATYA EKONOMİSİ İÇİNDEKİ YERİ VE KAYISI İHRACATÇILARININ YAŞADIĞI FİNANSAL KRİZLERİN NEDENLERİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

THE ROLE OF DRIED APRICOT IN MALATYA ECONOMY AND THE REASONS OF FINANCIAL CRISES THAT HAVE BEEN EXPERIENCED BY DRIED APRICOT EXPORTERS AND SOLUTION PROPOSALS

Metin KETBOĞA*

Öz

Dünya kuru kayısı üretiminin %85'i tek başına Malatya ilinde gerçekleşmektedir. Bu yüzden kayısı Malatya için önemli bir ekonomik değerdir. Binlerce üretici aile, geçimini bu meyveden karşılamaktadır. Malatya'da üretilen kayıların neredeyse tamamı ihraç edilmektedir. Fakat ihracatta karşılaşılan çeşitli sorunlar ihracatçı firmaların ekonomik açıdan istedikleri verimi elde etmelerinin önüne geçmektedir. Bu çalışmanın amacı kuru kayısının Malatya ekonomisi içindeki önemini belirtmek ve Malatya'da kuru kayısı ihraç eden firmaların yaşadığı finansal krizlerin nedenlerini tartışıp buna çözüm önerileri sunmaktır. Literatür çalışmasında kuru kayısı ve kükürtleme yöntemleri ile ilgili çeşitli sorunların ele alındığı araştırmaların daha önceden yapıldığı tespit edilmiş, fakat ihracatçıların yaşadığı finansal krizlerin nedenlerinin araştırılıp çözüm önerilerinin sunulduğu bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: *Kayısı, Kuru Kayısı İhracatı, Malatya, Ekonomik Değer*

JEL Kodları: B27, M21, M31

Abstract

Malatya city is carried out 85% of world dried apricot production alone, so apricot is an important economic value for Malatya. Thousands of families receive their livelihood from this fruit. Almost all of the apricots produced in Malatya are exported but various problems which are encountered in exports, prevent exporters from achieving their desired economic efficiency. The aim of this study is to explain the importance of dried apricots in Malatya

* Doktora Öğrencisi, İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, metinketboga@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-0107-3557.

economy and to discuss the reasons of financial crisis experienced by firms which export dried apricots, and offer solutions to these problems.

Key Words: *Apricot, Export of Dried Apricot, Malatya, Economic Value*

JEL Codes: B27, M21, M31

GİRİŞ

Doğunun batısı, batının doğusu olarak tanımlanabilecek olan Malatya, Doğu Anadolu Bölgesi içinde ekonomik olarak en gelişmiş olan illerin arasında yer alır. TÜİK'in verilerine göre Malatya nüfusu 2017 yılı sonu itibari ile 786 bin 676 kişi olmuştur. Ekonomisi daha çok tarıma dayalı olan Malatya ili dünyada kayısının başkenti olarak tanımlanmaktadır. Dünya kuru kayısı üretiminin %85'ini tek başına Malatya ilinde gerçekleştirmektedir. Fakat yılda ortalama 300 milyon dolar ihracat geliri sağlanan bu ürünün ihracatından beklenen kazanç tam anlamıyla elde edilememektedir. İhracatı gerçekleştiren firmalar yıldan yıla artmakla beraber sektördeki mevcut firmaların iflas etmesi bize sektörde büyük problemlerin var olduğunu göstermektedir.

1. LİTERATÜR ÇALIŞMASI

Çalışmanın bu kısmında bu konuyla ilgili yapılmış ulusal ve uluslararası çalışma özetleri aşağıdaki gibidir:

Fountas ve Bredin (1998), 1979-1993 dönemi için İrlanda'da döviz kuru politikalarının kısa ve uzun dönem etkilerini inceleyen çalışmalarında, ani döviz kuru değişikliklerinin kısa dönemde ihracatı azalttığı sonucuna varmışlardır.

Özdemir (2005) çalışmasında, forfaiting firmalarının kuruluş amaçları üzerinde durmuştur. Çalışmasının sonuç bölümünde forfaiting firmalarının ihracatçıların alacaklarını satın alarak onların risklerini paylaştıklarını ifade etmiştir.

Çatı ve Yıldız (2007), kuru kayısının üretim ve pazarla problemleri üzerinde durmuştur. Çalışmalarının sonuç bölümünde kuru kayısının üretimi ve pazarlanması ile ilgili problemlere çözüm önerilerinde bulunmuşlardır.

Öztürk ve Karakaş (2007), çalışmalarında kuru kayısı üretim ve pazarlama sorunları üzerinde durmuşlardır. Çalışmalarının sonuç bölümünde kuru kayısının üretim ve pazarlamasındaki problemlere çözüm önerileri sunmuşlardır.

Ashutosh ve Satish (2010), türev ürünler ve risklerin dağıtılması üzerinde çalışma yapmışlardır. Çalışmalarının sonuç bölümünde türev ürünlerin son yıllarda dünya literatüründe yerini aldıklarını firmaların bu tür araçları kur riskini minimize etmek için kullandıklarını, bu araçların zamanla kullanım alanlarının daha fazla artacağını ifade etmişlerdir.

Aktaş (2010) çalışmasında, Türkiye’de reel döviz kuru ile ihracat ve ithalat arasındaki ilişkiyi VAR analiz tekniği ile incelemiş, çalışmasında reel döviz kurunun dış ticaret dengesini sağlamada etkin bir şekilde kullanılıp kullanılmayacağını araştırmıştır. Çalışmasının sonucunda ithalatın, ihracatı önemli ölçüde etkilemesinin nedenini ihracatın ithalata bağımlı olması olarak vurgulamış, ithalat kısıtlamaları ihracatı olumsuz yönde etkilerken, reel döviz kurundaki değişmelerin ihracat ve ithalat üzerinde etkili olmadığını ifade etmiştir.

Mustafa (2010), dış ticarete ödeme şekilleri üzerinde çalışmıştır. Çalışmasının sonuç bölümünde dış ticaretteki ödeme şekillerinin ihracatçı ve ithalatçı firmalar açısından önemine değinmiştir.

Çiftçi ve Yıldız (2012), kur riski ve kur riski yönetiminde alternatif teknikler gibi bazı temel olgulara ve Türk Lirası’nın başlıca yabancı para birimleri karşısındaki değerinde son yıllarda yaşanan değişimler üzerinde çalışmıştır. Çalışmalarının sonuç bölümünde döviz kurunun döviz arzı ve talebi tarafından belirlendiğini esnek kur rejimlerinde, döviz kurlarının tamamen serbest bir biçimde hareket ettiğini ve bundan dolayı kurların gelecekteki değerini isabetli bir biçimde tahminin mümkün olmadığını ifade etmiştir.

Kurar ve Çetin (2016), türev ürünler üzerinde çalışmışlardır. Çalışmalarının sonuç bölümünde vadeli piyasalarda işlem yapan firmalar portföy çeşitlendirme, korunma ve sigorta yöntemlerine başvurarak sahip oldukları riski transfer etmeye çalıştıklarını ifade etmişlerdir.

Ağsakal ve Erkan (2016), para piyasası, faiz oranları ve ödeme şekilleri üzerinde çalışma yapmışlardır. Çalışmalarının sonuç bölümünde para piyasasındaki değişimlerin dış ticareti etkilediğini, faiz oranlarının düşmesinin dış ticarete olumlu etki yapacağını ifade etmişlerdir.

2. KAYISININ MALATYA İLİ İÇİN EKONOMİK DEĞERİ

Malatya ili için önemli bir ekonomik değer olan kayısı, çeşitli şekillerde ticarete konu olmaktadır. Yaş meyve olarak tüketilmekle beraber, kurutulularak en önemli ekonomik değere ulaştırılmaktadır. Bununla beraber çekirdeği hem tatlı ham de acı olarak çeşitli endüstri

kollarında hammadde veya yardımcı madde olarak kullanılmaktadır. Tatlı kayısı çekirdeği, pasta endüstrisinde badem, ceviz ve antep fıstığına ikame ürün olarak, kozmetik sektöründe ise yağı çıkartılarak kozmetik ürünleri içinde kullanılmaktadır. Acı kayısı çekirdeği ilaç sektöründe ve gıda endüstrisinde kullanılarak ekonomiye katkı sağlamaktadır. Kayısı çekirdeği kabuğu ise yakacak olarak talep görmekte özellikle ekmek fırınları tarafından tercih edilmektedir.

Tablo 1. 2011-2017 Yılları Arasında Kuru Kayısı İhracat Rakamları

MAHSUL YILI	İHRACAT DÖNEMİ	İHRACAT MİKTARI (TON)	İHRACAT DEĞERİ (USD)	BRİM FİYAT (TON)
2017	01.08.2017-31.07.2018	95.350,00	\$261.397.275,00	\$2.741,45
2016	01.08.2016-31.07.2017	86.256,00	\$273.421.741,00	\$3.169,89
2015	01.08.2015-31.07.2016	76.548,00	\$322.086.869,00	\$4.207,65
2014	01.08.2014-31.07.2015	50.782,00	\$298.007.496,00	\$5.868,37
2013	01.08.2013-31.07.2014	111.577,00	\$340.204.227,00	\$3.049,05
2012	01.08.2012-31.07.2013	113.422,00	\$301.575.105,00	\$2.658,88
2011	01.08.2011-31.07.2012	96.000,00	\$323.080.386,00	\$3.365,42

Kaynak: (Malatya Ticaret Borsası, 28.12.2018)

Tablo 1’de kuru kayısının son 7 yıl içindeki ihracat rakamları görülebilir. Tablo incelendiğinde, üretilen ürün miktarı ile ihracat satış rakamları arasında direkt bir bağlantının olmadığı görülmektedir. 2012 ve 2013 yılları incelendiğinde ihraç olunan miktarlar birbirine oldukça yakın iken 2013 yılında satış ortalamasının 3.049,05 USD/ton olduğu, 2012 yılında ise satış ortalamasının 2.658,88 USD/ton olduğu görülebilir. Aradaki fark ton bazında düşük görünürken toplam ihraç edilen ürün bazında yaklaşık 39 milyon dolar farkın oluşmasına neden olmaktadır. Yine 2015 ve 2016 yılları karşılaştırıldığında, 2016 yılında ihraç olunan toplam kayısı miktarının 86.256,00 ton, 2015 yılında ise 76.548,00 ton olduğu görülebilir. 2015-2016 yılları arasındaki, üretim miktarı farkı 9.708,00 ton olmasına rağmen (%12,6), satış fiyatında 1.037,76 USD/ton fiyat farkının (%24,6) olduğu görülebilir.

2014 yılı ise zirai don nedeni ile %95 ‘i hasar gören ürünün, bir önceki yıldan kalan devir ile beraber toplam 50.782,00 tonun ihraç edildiği ve tondaki satış ortalamasının 5.868,37 USD’ye çıktığı, ortalama ihracat gelirinin ise yine 300 milyon dolara yaklaştığı görülmektedir. Bu durum bize üretim miktarı artığında satış hasılatının değişmediğini göstermektedir. Malatya Ticaret Borsasının verilerine göre 2011-2017 yılları arasında kuru

kayısının çitçilerden alış ortalaması (2014 yılı hariç) ortalama 5 TL/kg'dir. 2014 yılında ise yaşanan büyük zirai don, kayısının hasar görmesine ve miktarının düşmesine neden olmuş, ortalama alış rakamları 12.5 TL/kg 'ye çıkmıştır. Bu durum bize kayısı üretim miktarı artıçça gelirin düştüğünü göstermektedir. Üretim miktarı artıçça katlanılan maliyet artarken, gelirin düşmesi üreticilerin zarar etmesine neden olmaktadır.

3. KAYISI İHRACATÇILARININ YAŞADIĞI FİNANSAL KRİZLERİN NEDENLERİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Kuru kayısı ihracatında ihracatçı firmaların yaşadıkları finansal krizlerin nedenleri şu şekilde sınıflandırılabilir.

3.1. Mal Mukabili Ödeme Şekli İle İhracat Yapmak

Dış ticarete çeşitli ödeme şekilleri mevcuttur. Bu ödeme şekillerinin bazıları ihracatçıların bazıları ise ithalatçıların lehinedir. Bunlar kısaca şu şekilde özetlenebilir.

3.1.1. Peşin Ödeme

Peşin ödeme, ihracat gerçekleşmeden önce mal bedelinin ithalatçı tarafından ödenmesini ve bunu takiben söz konusu malın sevk edilmesi ile gerçekleşir. İhracatçı sevk edeceği malın bedelini daha paketlemeden hatta daha üretmeden almış olabilir, bu yüzden ihracatçı için son derece uygun ve tercih edilen bir ödeme şekli olmasına rağmen ithalatçılar tarafından riskli olduğu için pek tercih edilmez. Bedeli peşin ödeme ile gelen bir ihracat işleminde ihracatın bir yıl içinde gerçekleşmesi gerekir. Aksi takdirde, ihracatçı gelen ödemeyi ithalatçıya iade etmek zorunda kalacaktır. Bankalar bedeli peşin gelen ihracat işlemlerinde ihracatçıyı ihracatı yapmaya zorlamak için kaynak kullanımı destekleme fonu ve yıllık gecikme faizi oranında belli bir bedeli bankada bloke ederler. İhracatçının malı bir yıl içinde sevk etmesi durumunda bloke edilen tutar ihracatçıya geri ödenir (Gürsoy, 2009:50).

3.1.2. Mal Mukabili Ödeme

Mal mukabili ödeme şeklinde, mallar ihracatçı tarafından hiçbir tahsilat yapılmadan ithalatçıya gönderilmektedir. İthalatçı tarafından mallar gümrükten çekilip, gerekli kontroller yapıldıktan sonra ihracat bedeli transfer edilmektedir. Bu ödeme şeklinde ihracatçı, parasını tahsil etmeden malları gönderdiği için risk altındadır. İthalatçı açısından, avantajlı bir ödeme şeklidir. Bu ödeme şekli ithalatçıya ürünleri sattıktan sonra mal bedelini ödeme imkânı

sağlayabilmektedir. Böylece, alıcı ithal ettiği malların finansmanı konusunda kredi temin etme zahmetinden kurtulabilmektedir (Ataman ve Sümer, 2006: 13).

3.1.3. Akreditifli Ödeme

İthalatçılar, sipariş ettikleri malların belirtilen süre içinde, istedikleri kalitede ve durumda ellerine geçmesini ve bu malların bedelini malı teslim aldıktan sonra ödemek isterler. İhracatçılar ise mal bedelinin ödeneceğinden emin olmak, hatta bazı hallerde malın üretiminden önce bedelinin ödenmesinin garanti edilmesini isterler. Bu çıkar çatışması neticesinde akreditif sistemi ortaya çıkmıştır. Bu sistemde, bankaların itibarları devreye sokularak gerekli güven her iki taraf için sağlanmaktadır. Akreditif, ihraç edilen malın bedelinin ödenmesi konusunda belirli koşulların yerine getirilmesinden sonra ödemenin yapılacağına ilişkin bir teminat mektubudur. Şartlı bir ödeme taahhüdü olarak da tanımlanabilir. Sistem kısaca şu şekilde işlemektedir; ithalatçı, kendi bankasından ihracatçı lehine bir akreditif açmasını ve bu akreditifin ihracatçının ülkesindeki muhabir bankaya iletilmesini ve muhabir bankanın da bu akreditifi ihracatçı firmaya bildirmesini ister. Kendisine bir akreditif ulaşan ihracatçı, akreditif üzerine konacak dönülemez özelliği ile malı satmıştır. Ancak malın bedelini akreditif üzerindeki şartları yerine getirdikten sonra alabilecektir (Alavi, 2017: 4-14).

3.1.4. Kabul Kredili Ödeme

İthalatçının mal bedelinin belirli bir vadede ödenmesini taahhüt eden ve bu ödemede bir poliçenin araç olarak kullanıldığı ödeme şeklidir (Gültekin, 2008: 10). Bir başka ifade ile kabul kredisi ile satılan malın bir poliçeye bağlandığı ödeme şeklidir. İhracatçı, ithalatçıyı belli bir süre finanse etmekte, yani ödemenin ileriki bir tarihte yapılması hususunda ihracatçı firma ithalatçı firmaya onay vermektedir. Böylece mal mukabili ödemede olduğu gibi ithalatçı firma, malları sattıktan sonra ödeme yapma imkânına kavuşabilmektedir (Gökgöz ve Özdemir, 2015:111)

ÖDEME ŞEKLİ (İHRACAT)		2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
1	Mal mukabili ödeme	99.706,65	94.864,89	94.969,59	102.834,20	93.795,88	87.324,20	81.351,53
2	Peşin ödeme	21.207,64	15.532,00	13.947,86	14.929,78	15.136,51	21.875,25	9.682,45
3	Vesaik mukabili	21.508,98	20.610,78	21.415,04	24.228,51	25.878,75	24.409,47	24.637,34

	ödeme							
4	Vadeli akreditif	1.837,68	1.648,62	2.103,07	2.449,34	2.419,45	2.518,09	2.361,10
5	Bedelsiz	2.330,84	1.423,55	1.414,04	1.600,83	1.369,69	984,02	1.206,20
6	Özel takas	858,50	3.877,78	7.063,11	18.704,19	620,61	717,90	838,44
7	Akreditif	9.550,11	8.154,19	9.694,67	11.239,56	12.280,34	14.328,29	14.525,78
8	Bağlı muamele	13,81	11,63	12,86	11,16	1,01	0,55	0,16
9	Kabul kredili akreditif	13,19	21,44	37,05	44,19	38,08	50,01	71,32
10	Kabul kredili vesaik mukabili	138,87	157,58	140,78	139,74	131,56	145,99	197,70
11	Kabul kredili mal mukabili	113,64	100,56	79,66	112,10	117,52	71,15	23,54
12	Özel hesap	6,77	1,80	17,69	1,11	13,69	34,61	10,10
13	Peşin Akreditif	1,79	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	Ödeme şekli belirsiz	563,95	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Tablo 2. 2011-2017 Yılları Arasında Ödeme Şekline Göre Toplam İhracatımız (Milyon Dolar)

Kaynak: (TÜİK, 2018)

TÜİK'in verileri doğrultusunda Türkiye'nin ihracatında kullanılan ödeme şekilleri incelendiğinde 2017 yılı içinde yaklaşık 157 milyar USD'lik toplam ihracatın, 99.7 milyar USD'si açık hesap yöntemi ile yani mal mukabili ödeme şekli ile ihraç edildiği görülebilir. Bu oran 2017 yılı ihracatının yaklaşık %64'üne tekabül etmektedir. Yani yapılan her 3 ihracat işleminin 2 tanesinin açık hesap olduğu anlaşılmaktadır. Yine oranlar karşılaştırıldığında, 2015 ve 2016 yılında ihracatın %66'sı, 2014 yılında %65'i, 2013 yılında %62'si, 2012 yılında %57'si, 2011 yılında %60'nın mal mukabili ödeme şekli ile yapıldığı görülebilir. 2014 yılında ise 187.6 milyar USD'lik toplam ihracatın, 102.8 milyar USD'si mal mukabili ödeme şekli ile yapılmış, ve cumhuriyet tarihini mal mukabili ile en fazla ihracat yapılan yılı olarak literatüre geçmiştir. İhracatta kullanılan ödeme yöntemleri noktasında, ihracatın en riskli ödeme şekli olan mal mukabili ödeme şeklinin kullanılması Türkiye'nin dış ticaretinde ihracatçıların ödeme şekillerini belirlemede etkin olmadığını, ithalatçı firmaların karar verici olduğunu göstermektedir.

Bu durum Malatya'daki kuru kayısı ihracatçıları için de geçerlidir. İhracatçıların çoğu ürünlerini mal mukabili ödeme yöntemi ile göndermektedir. Bu ödeme yöntemi onların ihraç ettikleri ürünün bedelini alamama riski ile karşı karşıya getirmektedir. Bunun yanında mal mukabili ödeme şeklinin tercih edilmesi dünya piyasasında ürünlerin fiyatının düşmesi durumunda alıcıların ihracatçıları vazgeçirmek için üründe bahane bulmalarına da neden olmaktadır. Alıcılar, herhangi bir ödeme yapmadan aldıkları ürünleri piyasa fiyatı düştüğünde çeşitli bahanelerle geri göndermektedirler.

3.2. Alivre Satışlar

Alivre Satış, satışa konu olan mal henüz ortada yokken ve ilerideki bir tarihte alıcıya teslim şartına bağlı olarak yapılan bir tür vadeli satış işlemidir. Alivre satışlara, genellikle tahıl ve ticaret borsalarında rastlanmaktadır. Alivre satışların yapılmasının temelinde alıcı firmaların ürün fiyatlarında artış beklentisi vardır (VİOP, 2018)

Malatya'daki kuru kayısı ihracatçılarının yaşadığı finansal krizin bir diğer nedeni alivre satış tekniğidir. Alivre satış tekniğinde, kayısı ihracatçıları sezon başı olarak tabir edilen Temmuz ve Ağustos ayı içinde yüklü miktarda ürünü tek veya birkaç kontrat ile teslimi bütün sezona yayılacak şekilde satmaktadırlar. Bu işlem yıl boyunca alış fiyatı sabit kalan bir sektörde ve enflasyonun olmadığı bir ekonomide mantıklı olabileceken fiyatı mevsim şartlarına ve miktar arzına göre değişen bir tarım ürününde yapmak oldukça riskli bir durumdur.

Kayısının oluşumunda çeşitli hassas dönemler vardır. Bu hassas dönemlerden en önemlisi ilkbahar donlarının yaşandığı mart ve nisan aylarıdır. Bu dönemde, kayısıda yaşanacak ciddi don olayları fiyatların 2 bazen 3 katına kadar çıkmasına neden olabilmektedir. Örneğin 2015 mahsulü kayısının oluşum döneminde 2014 mahsulü kuru kayısı fiyatları piyasada ortalama 3-4 TL/kg iken 29, 30 ve 31 Mart 2014'de yaşanan şiddetli don olaylarından sonra mahsulün yaklaşık %95'i hasar görmüş ve kısa bir zaman içinde 2014 mahsulü kayısının hammadde satış fiyatı 15-20 TL/kg civarına çıkmıştır. Bu dönemde alivre satış yapan bir firmanın ayakta durması neredeyse imkansız hale gelmiştir. Kayısıda diğer bir hassas dönem sezon başı olarak tabir edilen dönemdir. Kayısı üreticileri, kayısı hasadının tamamlanmasından hemen sonra işçilik ve diğer çeşitli giderlerini karşılamak için belli miktardaki ürünlerini satmak zorunda kalmaktadırlar. Bundan dolayı, bu dönemde arz, talepten daha fazla olmaktadır. İlerleyen zamanlarda finansal ihtiyacını karşılayan çiftçiler, ürünlerini bekletmek isterler, çünkü özellikle ağustos ayından başlayarak aralık ayının sonuna kadar mevcut mahsulün yarısı ihraç edilmektedir. Bu da piyasadaki hammadde miktarının azalmasına neden olmaktadır.

Piyasadaki hammaddenin azalması, arzın azalmasına neden olduğu için hammadde satış fiyatlarında büyük artışlar meydana gelebilmektedir. Ortalama kar marjı %10 civarında olan kayısı sektöründe yaşanan ciddi artışlar çoğunlukla %10 kar marjının üzerinde olmaktadır. Bu durum ihracatçı firmaların alivre satışlardan zarar etmesine neden olmaktadır.

Yukarıda bahsi geçen dönemlerde kayısı fiyatları hızla yükselme eğilimine girdiğinde kayısı fiyatlarının yükselmeye başlaması ile ihracatçılar fiyat artışından etkilenmemek için hızla alım pozisyonuna dönerler, bu durum talebin bir anda artmasına ve spekülörlerin de etkisi ile fiyatların hızla yükselmesine neden olmaktadır. Satış fiyatını sezon başında alivre satış ile sabitlemiş olan ihracatçı hammadde fiyatı artarken belli bir süre sonra yaptığı satıştan zarar etmeye başlamaktadır. Bu zarar yapılan satış miktarı ile doğru orantılıdır. Eğer çok ürün satılmışsa firma kısa zaman içinde sattığı ürünleri toparlayamayıp iflas etme riski ile karşı karşıya gelmektedir.

Bu sorunun önüne geçmek için ihracatçı firmaların bu satış tekniğinden vazgeçip günü birlik satışlarla pazar şartlarına uygun hammadde fiyatlarını hesaba katıp satış yapmaları gerekir.

3.3. Maliyetlerin Doğru Hesap Edilememesi

Kuru kayısı ihracatçılarının finansal krize girmelerinin bir diğer nedeni maliyetleri doğru hesaplayamamalarıdır. Firma sahibi veya yöneticilerinin maliyetlere bakış açılarının farklı olması satış fiyatının belirlenmesinde sıkıntı oluşturmaktadır. Kimi yöneticiler maliyet hesaplarına çalışanların özlük haklarını dâhil ederken, kimi yöneticiler dâhil etmemektedirler. Bunun yanında bazı ülkeler, kuru kayısı kükürdioksit oranını belli limitlerde istemektedirler. Çiftçiler, kükürtdoksit oranına önem vermeden üretim yaptıkları için ihracatçılar limit üstündeki ürünleri almak zorunda kalmaktadırlar. Üretim esnasında limitlerin tutturulabilmesi için ürüne müdahale edilmektedir. Müdahale sırasında üründe, şire kaybı oluşmakta buda alınan ürünün kilogram miktarını düşürmektedir. Kimi ihracatçılar bunu maliyet içinde görürken kimi ihracatçılar maliyete dahil etmemektedirler. Maliyetleri farklı gören ihracatçılar ürünün ortalama satış fiyatının değişmesine yani düşmesine neden olmaktadır. Bu durum hem geliri azaltmakta hem de fiili anlamda üründe azalmaya neden olduğu için parasal kayba neden olmaktadır. Satış miktarı yüksek olan ihracatçıların bu eksilmeyi maliyet içinde görmemeleri onların zarar etmesine neden olmaktadır. İhracatçıların bu konulara hassasiyet göstermeleri gerekir. Bununla beraber özellikle görünmeyen giderler üzerine odaklanmaları, bu giderleri maliyet içinde görmeleri zaruri bir ihtiyaçtır.

3.4. Katma Değer Yararılmadan Yapılan Satışlar

İhracatçıların finansal krize girmelerinin bir diğere nedeni katma değere yaratılmadan yapılan satışlardır. Katma değere yüksek ürün, ileri teknoloji kullanarak bir üründen beklenen faydanın artırılmasını sağlayarak ondan en yüksek geliri elde etmektir. Kuru kayısı ihracatının büyük bölümü 12.5 kg'lık kutularda dökme olarak yapılmaktadır. İthalatçılar ise bu ürünleri küçük perakende poşetlere koyarak ortalama 5 katı yüksek fiyatla tüketici ile buluşturmaktadırlar.

Tablo 1'den de görüleceği üzere ortalama 3.0 USD/kg'a ihraç olunan kuru kayısı farklı ülkelerde 5 kat fiyat farkı ile yaklaşık 15.0 USD/kg satılmaktadır (Amazon, 2019). Ürünlerin son tüketiciye ulaşımını ihracatçıların ilk elden yapması ihracat gelirinin yükselmesi için oldukça önemlidir. Bu sayede hem ihracatçıların hem de çiftçilerin elde ettiği gelir misli ile artacaktır. Bunun için ihracatçıların özellikle yurtdışında mağaza ve ofisler açılmaları, yurtdışındaki marketlerin açmış oldukları ihalelere direkt katılmaları, ürettikleri ürünleri yurtdışındaki marketlere aracısız satmaları gerekmektedir. Bu yol ile ortalama 300 milyon dolar olan kayısı geliri 1.5 milyar dolar seviyelerine getirilebilir.

3.5. Faiz Oranları ve Düşük Kar Marjı

Kuru Kayısı sektörünün genel kar ortalaması incelendiğinde kar marjının ortalama %10 civarında olduğu görülmektedir. Güncel faiz oranları ise %30 civarındadır (İşbank, 2019). Yani ihracatçılar bir yıl vadeli aldıkları krediyi ile hammadde aldıklarında bu hammaddeyi yıl içinde en az 3 kez çevirerek (satarak) amorti edip kara geçme imkânına sahip olabilmektedir. Bu da yoğun rekabetin olduğu bu sektörde zaman zaman mümkün olmamaktadır. Satışların daraldığı dönemlerde ihracatçılar kredi geri ödemelerini yapamamaya başladıklarında mevcut kredileri ya yeni krediler alarak veya zararına satış yaparak kapatmaya çalışmaktadırlar. Bu durum kısa bir zaman içinde fiyatların düşmesine neden olmakta, sektörde kredi kullanmayan ihracatçıların rekabet etmesinin önüne geçmektedir.

Bunun önüne geçmek için ihracatçılara uygun kredi imkânları sunulmalı, kredi taksitlerinin ödenemediği dönemlerde onlara yeni fırsatlar sunulurken zor duruma düşmelerinin önüne geçilmelidir.

3.6. Döviz Kurlarındaki Oynaklık

Türkiye, 2001 yılında müdahaleli dalgalı döviz kuru sistemine geçiş yaptıktan sonra döviz kurları serbest piyasada mevcut dinamikler çerçevesinde fiyatlanmaya başlamıştır. Serbest piyasada döviz fiyatlarının nerede sonuçlanacağını kestirmek mümkün değildir. Müdahaleli dalgalı kur rejiminde kur serbest hareket ederken Merkez Bankası kurun aşırı oynak olduğu dönemlerde kura müdahale ederek kuru belirli bir seviyede tutmaya çalışmaktadır. Fakat bazen bu müdahaleler yaşanan krizlerin derin etkisi nedeni ile sınırlı kalmaktadır.

Bu dönemlerde, ihracatçı firmalar yurt dışı satış bağlantı kurarken hangi kuru baz alarak satış yapacaklarını kestirememektedirler. İstikrarsız fiyat artışının olduğu dönemlerde mevcut kur ile satışlar yapıldığında yüksek olan kurdan dolayı satış fiyatları döviz nezdinde düşük kalmaktadır. Zaman içinde ticaret sonuçlanıp ihracat bedeli ihracatçıların ellerine geçtiğinde kur düşüşleri ihracatçı firmaların yaptıkları işten zarar etmesine neden olabilmektedir. Bu durum sağlıklı bir satış pozisyonu elde etmelerinin önüne geçmektedir. Bu durum zincirleme etki ile yatırımların azalmasına, işsizliğin artmasına döviz girdisinin azalmasına neden olmaktadır.

Bu riskli durumun önüne geçmek için ihracatçı firmaların türev ürünlerden forward, future, swap ve opsiyonu araçlarını kullanmaları lehine olacaktır. Bu araçların kullanımı kur riskinin minimize edilmesine katkı sağlayacaktır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kuru kaybı Malatya için önemli bir ekonomik değerdir, binlerce aile geçimini bu üründen sağlamaktadır. Üretim ve ihracat noktasında dünya sıralamasında birinci sırada olunan bu üründe güçlü olan taraf ihracatçılardır. Fakat ihracatçılar, bugüne kadar bu gücü kendi lehine istedikleri ölçüde çevirememişlerdir. Özellikle son 10 yıl içinde birçok ihracatçı, finansal kriz nedeniyle iflas etmiş ve Malatya ekonomisi bundan ciddi zarar görmüştür. İhracatçılar, çeşitli önlemler alarak bu durumun önüne geçebilirler.

Bu önlemler şu şekilde sıralanabilir.

Alivre satış tekniğinden vazgeçilmelidir. Günü birlik satışlarla mevcut hammadde fiyatları dikkate alındığında, hammadde fiyat artışlarının yaşandığı dönemlerde ihracatçılar olumsuz etkilenmeyecektir.

Maliyet hesaplamaları yapılırken daha dikkatli olunmalı bu konuda özellikle profesyonel destekler alınmalı ve firma içinde deneyimli yöneticiler çalıştırılmalıdır.

Üründe katma değer yaratılmalıdır. Bunun için özellikle yurtdışında mağaza ve ofisler açılmalı, yurtdışındaki marketlerin açmış oldukları ihalelere ihracatçılar direkt katılmalı, ürettikleri ürünleri yurtdışındaki marketlere aracısız satmaları gerekir. Bu yol ile ortalama 300 milyon dolar olan kayısı ihracat geliri 1.5 milyar dolar seviyelerine getirilebilir.

İhracatçılara uygun kredi imkânları tanınmalı, ihracatçıların kredi taksitlerini ödeyemedikleri dönemlerde onlara yeni fırsatlar sunularak zor duruma düşmelerinin önüne geçilmelidir. Bu durum ihracatçıların nakit para ihtiyaçlarını karşılamak için mevcut pazar fiyatının altında mal satmalarının önüne geçileceği için satış geliri azalmayacaktır.

Kur oynaklıklarından olumsuz etkilenmemek için alternatif finansal teknikler olan forward, future, swap ve opsiyon gibi türev ürünler kullanılmalıdır.

KAYNAKÇA

Ağsakal, A., Erkan M. (2016), *Türkiye’de Dış Ticarete Ödeme Şekilleri ve Faiz Oranları*, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICAFR 16 Özel Sayısı, S, 581-588.

Akat, Ö. (2003), *Uluslararası Pazar Karması ve Yönetimi*, Ekin Yayınevi, Bursa.

Aktaş C. (2010), *Türkiye’de Reel Döviz Kuru ile İhracat ve İthalat Arasındaki İlişkinin VAR Tekniği ile Analizi*, <http://ijmeb.org/index.php/zkesbe/article/view/216/165> (07.04.2019)

Alavi, H.,” Risk Management Techniques and their Application to Documentary Discrepancy in Letter of Credit Transaction”, *European Journal of Economic Studies*, 2017/1, (6), ss. 4-14.

Amazon, (2019,

https://www.amazon.com/dp/B00Q0632P8/ref=sspa_dk_detail_0?pd_rd_i=B00Q0632P8&pd_rd_w=2KVp0&pf_rd_p=f0dedbe2-13c8-4136-a746-4398ed93cf0f&pd_rd_wg=JkFZE&pf_rd_r=FPE15312K6PPJNSV59F&pd_rd_r=2aca4082-1be1-11e9-9c09-93d0651ab230&th=1, (19.01.2019).

Arize, C., (1995), *The Effects of Exchange-Rate Volatility on U.S. Exports: An Empirical Investigation*, Southern Economic Journal, Vol. 62, No.1:32-41.

Ashutosh V. Satish K. (2010), *Development of Financial Derivatives Market in India- A Case Study*, <https://casi.sas.upenn.edu/sites/default/files/iit/Derivatives%20-%20Vashishtha.pdf> (24.03.2019)

Ataman, Ümit ve Sümer, Haluk (2006), *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi*, Yeni Mevzuata Göre Düzenlenmiş 9. baskı, Türkmen Kitapevi, İstanbul.

Bölükbaşı, S., (2008), *Akreditifli İşlemlerde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir İnceleme*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çatı K., Yıldız S. (2007), Türkiye’de Kuru Kayısı Üretim ve Pazarlama Problemleri ve Çözüm Önerileri, <https://dergipark.org.tr/download/article-file/30146> (05.02.2019)

Çiftçi F. Yıldız R. (2012), *Dış Ticarete Kur Riski Yönetimi: Temsili Bir Türk Dış Ticaret Firması için Uygulama Örneği*, <https://dergipark.org.tr/download/article-file/3953> (17.04.2019)

Fountas E, Stilianos A, Bredin D., (1998), *Exchange Rate Volatility and Exports: The Case of Ireland*, Applied Economics Letters, Vol.5:301-323.

Gültekin, S. ve Savcı M. (2008), *Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi*, Murathan Yayınevi, Trabzon.

Gürsoy Y. (2009), *Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi*, Ekin Yayınları, Bursa.

Gökgöz, A ve Özdemir, H (2015), *Dış Ticarete Teslim ve Ödeme Şekillerinin TMS 18 Hasılat Standardı Çerçevesinde İncelenmesi*, Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies, S, 3.

İşbank, (2019), *Ticari Kredilerde Faiz Oranları*, <https://www.isbank.com.tr/TR/ticari/krediler/nakdi-krediler/ticari-krediler-faiz-oranlari/Sayfalar/ticari-krediler-faiz-oranlari.aspx>, (19.01.2019).

Kurar İ. Çetin C, (2016), *Türev Araçlarının Risk Yönetim Fonksiyonu: Vadeli İşlem Piyasası Risk Yönetimi Üzerine Bir Araştırma*, <https://dergipark.org.tr/download/article-file/195306> (18.05.2019)

Malatya Ticaret Borsası, (2019), *Türkiye geneli Kuru Kayısı İhracatı*, <http://www.malatyatb.org.tr/turkiye-geneli-kayisi-ihracati>, (28.12.2018).

Mustafa A. (2010), *Dış Ticarete Ödeme Şekilleri*, <http://dspace.trakya.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/1/1472/0086671.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (29.07.2019)

Öztürk D., Karakaş G. (2007), *Kayıt Üretimi ve Pazarlama Sorunları: Malatya İli Örneği*, Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Derneği, Sayı 4, S.113-125.

Polat A. (2008), *Uluslararası Ticarete Akreditifli Ödemeler*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S, 209-222.

TÜİK, (2018), http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046, (28.12.2018)

Vadeli İşlemler Opsiyon Borsası, Alivire Satışlar, <https://www.borsaistanbul.com/data/kilavuzlar/VIOP-Hakinda-SSS.pdf>, (18.09.2019).