

~~T1747~~

T 1733

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
REKTÖRLÜĞÜ KÜTÜPHANESİ

**ANTALYA İLİNDE İHRACATA YÖNELİK KESME ÇİÇEK +  
ÜRETİMİ VE İHRACAT YAPISININ İNCELENMESİ**

**Yavuz TAŞCIOĞLU**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

Bu tez 2002.0121.13 proje numarasıyla, Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından desteklenmiştir.

T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ANTALYA İLİNDE İHRACATA YÖNELİK KESME ÇİÇEK  
ÜRETİMİ VE İHRACAT YAPISININ İNCELENMESİ

Yavuz TAŞCIOĞLU

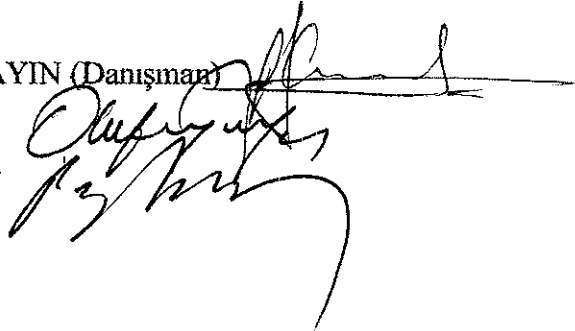
YÜKSEK LİSANS TEZİ  
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

Bu tez 18/06/2003 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından **90** not takdir edilerek  
Oybirliği/Oyçokluğuyla kabul edilmiştir.

Yard. Doç. Dr. Cengiz SAYIN (Danışman)

Prof. Dr. Ayhan TUFAN

Doç. Dr. Burhan ÖZKAN



## ÖZET

### ANTALYA İLİNDE İHRACATA YÖNELİK KESME ÇİÇEK ÜRETİM VE İHRACAT YAPISININ İNCELENMESİ

Yavuz TAŞCIOĞLU

Yüksek Lisans Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Cengiz SAYIN

Mayıs 2003, 112 Sayfa

Türkiye’de kesme çiçek üretimi ve ihracatı yeni olmakla birlikte gelişme aşamasındadır. Bu nedenle faaliyet alanının gerek tarımsal üretime gerekse ihracata katkı sağlayacak potansiyelde olması konuyu incelemeye değer kılmıştır.

Bu çalışmada, Antalya ilinde ihracata yönelik kesme çiçek üreten işletmeler ve ihracatçı firmalar incelenmiş, kesme çiçek üretim ve ihracat yapısı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla, araştırma kapsamındaki firmaların, üretim, pazarlama, dış ticaret yapısı ve sözleşmeli yetiştiricilik uygulaması yaptıkları üreticilerle anket yoluyla görüşme yapılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, Türkiye’de kesme çiçek ihracatı yapan 123 firma bulunmakta olup firmaların tamamı Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği’ne kayıtlıdır. Bu firmaların 70 adedi ihracata yönelik üretimin yoğunlaştığı Antalya ilinde olmakla birlikte ihracatın % 80’i bu ilden ve Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği’nden yapılmaktadır.

Araştırma bulgularına göre, kesme çiçek üretiminde çeşitli sorunlar yaşanmaktadır. Bunlardan en önemlileri üretim materyalinin dışa bağımlı olması, üretimin tek türde yoğunlaşması ve deneyimli eleman eksikliğidir. Kesme çiçek pazarlanmasında da tek pazara ve tek ürüne bağımlılık ile hava taşımacılık maliyetlerinin yüksek olması gibi sorunlarla karşılaşmaktadır.

Ayrıca araştırma bölgesinde 68 üreticinin, devletin ihracatı ve sözleşmeli yetiştiriciliği teşvik amaçlı olarak verdiği ihracat iadesi yardımlarından yararlanmış olup bu üreticilerin % 85,3’ünün yapılan uygulamadan memnun oldukları görülmüştür.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Kesme Çiçek, Devlet Yardımları, Antalya, Sözleşmeli Yetiştiricilik, İhracat, İhracat İade Yardımı, Okşin

**JÜRİ:** Yrd. Doç. Dr. Cengiz SAYIN (Danışman)

Prof. Dr. Ayhan TUFAN

Doç. Dr. Burhan ÖZKAN

## ABSTRACT

### EXAMINATION OF EXPORT ORIENTED CUT FLOWER PRODUCTION AND EXPORT STRUCTURE IN ANTALYA PROVINCE

Yavuz TAŞCIOĞLU

Master of Science Thesis, Department of Agricultural Economics

Adviser: Asst. Prof. Dr. Cengiz SAYIN

May 2003, 112 Pages

Production and exportation of cut flowers are quite new with progress. Therefore, these activities have potential to contribute for either agricultural production or export; this subject is found worthy to research.

In this study, enterprises for exportation and production of cut flowers are examined and the structure of export has been tried to put forward in Antalya Province. With this aim, contained of research are evaluated in terms of production, marketing and structure of foreign trade and application of contract growing by doing survey with producers.

According to research results, 123 companies are exporting cut flowers in Turkey and, all of them are registered to Union of Antalya Cut Flowers Exporters. Whilst 70 of these companies are in Antalya which has high export density, 80 % of export is doing in this province.

According to research, production cut flowers are faced with some problems. The most important are from them; materials of production are dependence on other countries, density of sole kind of production and lack of experienced employees. Problems of marketing cut flowers are dependence on one market and one species and high cost of airline transportation.

Also 68 producers get benefit from government subsidies for encouragement to export and contract growing in research field and 85,3 % of these producers have seen to be pleased with these application.

**KEY WORDS:** Cut Flower, Government Subsidies, Antalya, Contract Growing, Export, Export Return Payments, Auction

**COMMITTEE:** Asst. Prof. Dr. Cengiz SAYIN (Adviser)

Prof. Dr. Ayhan TUFAN

Assoc. Prof. Dr. Burhan ÖZKAN



## ÖNSÖZ

Türkiye’de kesme çiçek üretimi ve ihracatı gelişmekte olan bir sektördür. 1940’lı yıllarda iç tüketime yönelik olarak başlayan üretim, 1985 yılında ilk ihracatçı firmanın kurulması ile devam etmiş ve günümüze kadar gelinmiştir. Sektör sahip olduğu bulunduğu potansiyelle sürekli bir gelişim içinde olup ülke ekonomisine üretim, istihdam ve ticaret başta olmak üzere çeşitli katkılar sağlamaktadır.

Çalışmada dünyada, Türkiye’de ve Antalya ilinde kesme çiçek yetiştiriciliği ve dış ticareti üzerinde durulmuş, sektörün ülke ekonomisine sağlamış olduğu katkıların ortaya konulması amaçlanmıştır.

Ayrıca sözleşmeli yetiştiricilik uygulamalarının dünyada ve Türkiye’deki gelişimi incelenerek kesme çiçekte son yıllarda uygulanan sözleşmeli yetiştiricilik kapsamında ihracat iadesi uygulaması incelenmesi amaçlanmıştır. Bu uygulama hakkında üreticilerin ve ihracatçı firmaların görüşleri araştırılmıştır.

Araştırmada, konunun seçiminde, araştırmanın yürütülmesi ve değerlendirmesine kadar her aşamada yardımlarını esirgemeyen danışman hocam sayın Yrd. Doç. Dr. Cengiz SAYIN’a, katkılarından dolayı Bölüm Başkanımız Sayın Doç. Dr. Burhan ÖZKAN’a, Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği yönetim kurulu üyelerinden Sayın Osman BAĞDATLIOĞLU’na, Antalya İhracatçılar Birliği elemanlarına ve anket çalışması sırasında bilgi aldığım üretici, ihracatçı firma sahip ve elemanlarına teşekkür ederim.

## İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖZET.....	i
ABSTRACT .....	ii
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ .....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	viii
ÇİZELGELER DİZİNİ .....	ix
1. GİRİŞ .....	1
2. KURAMSAL BİLGİLER ve KAYNAK TARAMALARI .....	3
3. MATERYAL ve METOT .....	6
3.1. Materyal.....	6
3.2. Metot .....	6
3.2.1. Araştırma alanının belirlenmesi ve örnek seçimi .....	6
3.2.2. Verilerin derlenmesi ve değerlendirilmesi.....	7
4. BULGULAR ve TARTIŞMA .....	9
4.1. Genel Bulgular .....	9
4.1.1. Kesme çiçeğin ülke ekonomisindeki önemi.....	9
4.1.2. Kesme çiçek üretimindeki gelişmeler.....	10
4.1.2.1. Dünyada kesme çiçek üretimi.....	10
4.1.2.2. Türkiye’de kesme çiçek üretimi.....	12
4.1.2.3. Antalya ilinde kesme çiçek üretimi.....	18
4.1.3. Kesme çiçek tüketim yapısındaki gelişmeler .....	20
4.1.3.1. Dünya kesme çiçek tüketimi.....	20
4.1.3.2. Türkiye kesme çiçek tüketimi.....	21
4.1.4. Kesme çiçek dış ticaretinde yaşanan gelişmeler .....	22

4.1.4.1. Dış ticaret yapısındaki gelişmeler .....	22
4.1.4.2. Dış ticaret politikaları, ihracat teşvikleri ve kesme çiçek.....	37
4.1.5. Sözleşmeli yetiştiricilik uygulaması .....	45
4.1.5.1. Tarımda sözleşmeli yetiştiriciliğe genel bakış.....	45
4.1.5.2. Kesme çiçek üretiminde sözleşmeli yetiştiricilik uygulaması.	47
4.2. Araştırma Bulguları.....	49
4.2.1. İhracatçı firmalarla ilgili bulgular.....	49
4.2.1.1. İhracatçı firmalarla ilgili genel bilgiler .....	49
4.2.1.2. Firmaların üreticilerle ilişkileri.....	52
4.2.1.3. Üretici-ihracatçı firmaların üretim bilgileri.....	54
4.2.1.4. Firmaların kesme çiçek sınıflandırma bilgileri.....	56
4.2.1.5. Firmaların kesme çiçek ambalajlama bilgileri.....	56
4.2.1.6. Firmaların kesme çiçek depolama bilgileri .....	57
4.2.1.7. Firmaların kesme çiçek ihracatında kullandıkları ulaşım araçları .....	58
4.2.1.8. Firmaların kesme çiçek taşınmasında karşılaştıkları sorunlar ....	59
4.2.1.9. Firmaların kesme çiçek ihracatında yeni pazar araştırma durumu.....	60
4.2.1.10. Firmaların ihracatta yeni pazar arayışında yardımcı kuruluşlar .....	61
4.2.1.11. Firmaların hedef pazar bilgi kaynakları .....	62
4.2.1.12. Firmaların dış pazar bağlantısı sağlama durumları .....	63
4.2.1.13. Firmaların ihracatta sorunla karşılaşma durumları .....	63
4.2.1.14. Firmaların kesme çiçek ihracat bilgileri.....	65
4.2.1.15. Türkiye kesme çiçek ihracatında rakip ülkelerin durumu, satış şekilleri ve karşılaşılan başlıca sorunlar .....	67
4.2.1.16. Firmaların kesme çiçek standartlarıyla ilgili bilgileri .....	70

4.2.1.17. Firmaların sözleşmeli yetiştiricilik hakkındaki bilgi düzeyleri .....	71
4.2.1.18. Firmaların kurulması düşünülen kesme çiçek mezatı konusundaki düşünceleri .....	73
4.2.1.19. Kesme çiçek ihracatında Türkiye'nin avantajları .....	75
4.2.1.20. Kesme çiçek ihracatında Türkiye'nin dezavantajları .....	76
4.2.2. Üreticilerle ilgili bulgular .....	77
4.2.2.1. Yaş durumu .....	77
4.2.2.2. Eğitim durumu .....	78
4.2.2.3. Bilgi düzeyleri .....	79
4.2.2.4. Üretim deneyimleri .....	80
4.2.2.5. Ürün sınıflamasına yönelik faaliyetler .....	81
4.2.2.6. İhracatçı firmalardan alınan hizmetler .....	82
4.2.2.7. İhracatçı firmalardan ürün bedellerini alma zamanlar .....	83
4.2.2.8. İhracatçı firmalarla ilgili bilgi düzeyleri.....	83
4.2.2.9. Sözleşmeli yetiştiricilik ve ihracat iadesi uygulaması.....	85
4.2.2.10. Üreticilerin sözleşme şartnamesinin hazırlanmasında ihracatçı birliklerinin rolü ile ilgili düşünceleri .....	87
4.2.2.11. Sözleşmeli üreticilerin ihracat iadesi ile ilgili düşünceleri.....	87
4.2.2.12. Üreticilerin örgütlenme konusunda yaklaşımları.....	88
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>91</b>
<b>6. KAYNAKLAR .....</b>	<b>97</b>
<b>7. EKLER .....</b>	<b>101</b>
<b>Ek-1 İhracatçı Anket Formu .....</b>	<b>101</b>
<b>Ek-2 Üretici Anket Formu .....</b>	<b>109</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ</b>	

## SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

### Simgeler

da.	Dekar
\$	Amerika Birleşik Devletleri para birimi (dolar)

### Kısaltmalar

DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DİE	Devlet İstatistik Enstitüsü
AİB	Antalya İhracatçılar Birliği
AKÇİB	Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği
İGEME	İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi
İTO	İzmir Ticaret Odası
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AB	Avrupa Birliği
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
FOB	Free On Board (Gemi Bordasında Teslim)
DEFİF	Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu
TSE	Türk Standartlar Enstitüsü
TKB	Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı
DTO	Dünya Ticaret Örgütü
GATT	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
KDV	Katma Değer Vergisi
KOBİ	Küçük ve Orta Büyük İşletmeler
SDŞ	Sektörel Dış Ticaret Şirketi
ÜD	Üretici Dernekleri

## ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa No
Şekil 4.1. Kesme çiçek yurtiçi pazarlama kanalı.....	16
Şekil 4.2. Avrupa Birliği kesme çiçek ticaret ağı.....	26
Şekil 4.3. Türkiye kesme çiçek dış ticaret ağı.....	29

## ÇİZELGELER DİZİNİ

	Sayfa No
Çizelge 4.1. Yıllar itibariyle Türkiye kesme çiçek üretim alanları ve üretim şekli.....	13
Çizelge 4.2. Kesme çiçek üretim alanlarının bölgelere göre dağılımı.....	14
Çizelge 4.3. Antalya ili kesme çiçek üretim alanları ve üretim şekli.....	19
Çizelge 4.4. Çeşitli ülkelerin nüfusları ve kişi başına kesme çiçek tüketimleri.....	21
Çizelge 4.5. Dünya süs bitkileri ihracatı.....	24
Çizelge 4.6. Dünya kesme çiçek ithalatında önde gelen ülkeler ve ithalat değerleri.....	27
Çizelge 4.7. Türkiye'nin kesme çiçek ihracatı.....	28
Çizelge 4.8. İhracata yönelik Türkiye kesme çiçek üretim ve ihracat miktarındaki gelişmeler.....	30
Çizelge 4.9. Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliğine kayıtlı ihracatçı firmalarının illere göre dağılımı.....	31
Çizelge 4.10. Antalya İhracatçılar Birliği kaynaklı ihracat ürünleri ve değerleri.....	33
Çizelge 4.11. Türkiye kesme çiçek ihracat miktar ve değerleri.....	34
Çizelge 4.12. Türkiye'nin yıllara ve ülkelere göre kesme çiçek ihracat miktarı ve değeri.....	36
Çizelge 4.13. Firmaların faaliyet alanları.....	49
Çizelge 4.14. Firmaların kesme çiçek ihracatı yaptıkları yıl sayısına göre durumları.....	50
Çizelge 4.15. Firmaların kesme çiçek temin yolları.....	51
Çizelge 4.16. Firmaların düzenli ihracat yapma durumu.....	51
Çizelge 4.17. Firmaların iç piyasaya ürün verme durumu.....	52
Çizelge 4.18. Firmaların üreticilerle çok yıllık alım bağlantısı yapma durumu.....	53
Çizelge 4.19. Firmaların üreticiye ürün bedellerini ödeme zamanları.....	53
Çizelge 4.20. Firmaların üreticilerden ürün alımlarında karşılaştıkları başlıca sorunlar.....	54
Çizelge 4.21. Üretici-ihracatçı firmaların kesme çiçek üretimi alanı genişliklerine göre durumları.....	55

Çizelge 4.22. Üretici-ihracatçı firmaların ürettikleri kesme çiçek türleri .....	55
Çizelge 4.23. Kesme çiçek ihracatında firmaların ambalaj yapma durumu .....	57
Çizelge 4.24. Firmaların ürün nakillerinde kullandıkları araçlar .....	58
Çizelge 4.25. İhracatçı firmaların taşımacılık ile ilgili başlıca sorunları .....	59
Çizelge 4.26. Firmaların ihracatta yol primi (navlun) kullanma durumu .....	60
Çizelge 4.27. Firmaların dış pazarlara yönelik pazar araştırması yapma durumu .....	61
Çizelge 4.28. Pazar arayışlarında ilk tercih edilen yardımcı kuruluşlar .....	62
Çizelge 4.29. Firmaların ilk tercih ettiği hedef pazar bilgi kaynakları .....	62
Çizelge 4.30. Firmaların dış pazar bağlantısında öncelikle tercih ettiği kanallar .....	63
Çizelge 4.31. Firmaların ürün satışında sorunla karşılaşma durumu.....	64
Çizelge 4.32. Firmaların ürün satışında karşılaştıkları en önemli sorunlar.....	64
Çizelge 4.33. Kesme çiçek ihracatı yapılan başlıca ülkeler .....	66
Çizelge 4.34. Firmalara göre kesme çiçek ihracatında Türkiye'ye rakip görülen ülkeler .....	68
Çizelge 4.35. Firmaların ürün satış yerleri .....	68
Çizelge 4.36. Firmaların ürün satışında karşılaştıkları başlıca sorunlar .....	69
Çizelge 4.37. Firmaların ihracat iadesi kapsamında sözleşmeli yetiştiricilik yapma durumu .....	71
Çizelge 4.38. Firmaların sözleşmeli yetiştiricilik yaptıkları üretici sayısı.....	72
Çizelge 4.39. Firmaların sözleşme şartnamesinin hazırlanmasında ihracatçı birliklerinin rolüne yaklaşımları .....	73
Çizelge 4.40. Firmaların ihracatı arttırma ile ilgili düşünceleri .....	74
Çizelge 4.41. Firmaların ihracata yönelik mezat kurulması konusundaki yaklaşımları .	74
Çizelge 4.42. Firmaların ihracata yönelik mezat ile ilgili düşünceleri .....	75



Çizelge 4.43. Firmaların kesme çiçek ihracatında Türkiye için avantajlı gördükleri unsurlar .....	76
Çizelge 4.44. Türkiye'nin kesme çiçek ihracatında dezavantajlı olarak görülen konular .....	77
Çizelge 4.45. Üreticilerin yaş grupları.....	78
Çizelge 4.46. Üreticilerin eğitim durumları .....	78
Çizelge 4.47. Üreticilerin kesme çiçek üretim alanları.....	79
Çizelge 4.48. İşlemelere göre yetiştirilen kesme çiçek türleri .....	80
Çizelge 4.49. Kesme çiçek üreticilerinin üretim deneyimleri.....	80
Çizelge 4.50. Üreticilerin üretim planlaması yapma durumu .....	81
Çizelge 4.51. Üreticilerin kesme çiçek sınıflandırma kriterleri .....	82
Çizelge 4.52. Üreticilerin ihracatçı firmalardan aldıkları hizmetler.....	82
Çizelge 4.53. Üreticilerin ihracatçı firmalardan ürün bedelini alma zamanları .....	83
Çizelge 4.54. Üreticilerin ihracatçı firmalarla ürün alımı konusunda yaptıkları anlaşma süreleri.....	84
Çizelge 4.55. Kesme çiçek üreticilerin ihracatçı firmalardan memnunluk durumu.....	84
Çizelge 4.56. Kesme çiçek üreticilerinin ihracatçı firmalarla ilgili sorunları .....	85
Çizelge 4.57. Kesme çiçek üreticilerinin sözleşme kontratı konusundaki memnuniyet durumları.....	86
Çizelge 4.58. Üreticilere göre sözleşmenin sağladığı güvenceler .....	86
Çizelge 4.59. Sözleşmenin hazırlanmasında ihracatçı birliklerinin rolü üzerine üretici görüşleri.....	87
Çizelge 4.60. Üreticilerin ihracat iadesi konusundaki düşünceleri .....	88
Çizelge 4.61. Üreticilerin kooperatiflere üyelik durumu .....	89
Çizelge 4.62. Üreticilerin kooperatif hizmetlerinden yararlanma durumu .....	90
Çizelge 4.63. Üreticilerin kooperatiflerin gerekliliği konusundaki yaklaşımları.....	90

## 1. GİRİŞ

Tarım sektörü; uzun yıllar ekonominin temel unsuru olmuştur. Sektör, Türkiye'nin ulusal gelirinin yaklaşık % 15'ini ve istihdamın % 45'ini sağlamakta olup önemi göz ardı edilmeyecek düzeydedir. Türkiye'de tarım sektörü büyük bir potansiyele sahip olup, ülke kalkınmasına değişik yollardan katkı yapmaktadır. Ülke nüfusunun zorunlu gıda maddeleri ihtiyacını karşılaması, sanayi sektörüne hammadde sağlaması, sanayi ürünlerine talep yaratması, ulusal gelir ve dışatım katkıları ile büyük öneme sahiptir.

Sanayi devrimi ile başlayan hızlı yapılanma sonunda tarım sektörü ekonomideki önemini korumasına karşın sanayinin gerisinde kalmıştır. Hızlı gerçekleşen sanayileşmeyle birlikte insanoğlu kırsal alandan uzaklaşmış büyük kentlere sanayinin var olduğu alanlara geçişler yapmışlardır. Fakat kırsal alana duyulan özlem bitmemiş sürekli varolmuştur. Bu nedenle süs bitkilerine olan ilgi bitmemiş artarak devam etmiştir.

Kesme çiçek, süs bitkileri üretim faaliyetinin alt dallarından biridir. Nitekim süs bitkileri üretimini dört alt grup altında toplayabiliriz. Bunlar; kesme çiçekler, dış mekan süs bitkileri, iç mekan süs bitkileri ve doğal çiçek soğanlarıdır. Kesme çiçek yetiştiriciliği ise süs bitkileri içerisinde üretim hacmi ve ekonomik değer olarak en büyük paya sahip gruptur. Kesme çiçek yetiştiriciliği dünyada 20. yy başında önem kazanmaya başlamış ve 1945 yılından sonra birçok ülkede önemli bir ticari faaliyet alanı olmuştur. Kesme çiçek yetiştiriciliği, gelişmiş ülkelerde teknoloji ve sermaye olanakları sayesinde büyüme olanağı gösterirken, gelişmekte olan ülkelerde ise iklim, ucuz işçilik gibi söz konusu ülkelerin tipik avantajlarını kullanmasıyla gelişmiştir. Kolombiya, Kenya ve Ekvator gibi ülkelerde işgücünün ucuzluğu ekolojik olarak kesme çiçek yetiştiriciliğine uygun iklimsel ortamların olması nedeniyle gelişme daha hızlı olmuştur.

Türkiye'de ise ticari anlamda kesme çiçek yetiştiriciliği ilk olarak 1940'lı yıllarda İstanbul ve çevresinde başlamış olup daha sonra üretim Yalova'ya buradan da Ege Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi'ne yayılmıştır. Nitekim kesme çiçek yetiştiriciliği hem

ekolojiye uygunluğu ve hem de sebze üretimine önemli ölçüde alternatif olması nedeniyle bu bölgede yaygınlaşmıştır.

Kesme çiçek yetiştiriciliği üretiminin ve buna bağlı olarak ihracatın yıllar itibariyle artış göstermesi ve ekonomide giderek önem kazanmasıyla birlikte, gelişmenin getirmiş olduğu çeşitli sorunlarla da karşı karşıya kalmıştır. Bunlardan en önemlileri; pazarlama ve nakliye sistemindeki aksaklıklar, ürün çeşitliliğinin olmaması, belirli türlerde üretim ile ihracatın yoğunlaşması ve gerek üreticiler gerekse ihracatçı firmalar arasında yetersiz örgütlenmedir.

Türkiye, dünya kesme çiçek ticaretinde söz sahibi bir çok ülkeye göre henüz gelişme aşamasındadır. Ancak ekonomik anlamda kesme çiçek yetiştiriciliği küçümsenmeyecek düzeyde olmasına karşın arzu edilen üretim miktarına ve kalite düzeyine ulaşamamıştır.

Bu nedenle mevcut olan bu potansiyelin açık olarak ortaya konulması ve gerek üretim yapısının gerekse ihracat yapısının nasıl olduğunun belirlenmesi amacıyla çalışma gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın anket aşamasında çeşitli sınırlılıklarla da karşılaşmıştır. Bunların başında bu üretim alanının yeni gelişme gösteren bir yapıda olması, bu alanda yapılan çalışmaların az olması nedeniyle bilgiye ulaşmayı zorlamıştır. Ayrıca ihracatçı firmaların ticari bir faaliyet içinde bulunmaları nedeniyle bilgi sağlama konusunda da zorluklar yaşanmıştır.

## 2. KURAMSAL BİLGİLER ve KAYNAK TARAMALARI

Araştırma konusuyla ilgili ülkemizde ve diğer ülkelerde yapılan bazı çalışmalar aşağıda kısaca özetlenmeye çalışılmıştır:

Baktır vd. (1990) tarafından "Akdeniz Bölgesi Kesme Çiçek Üretim ve Sorunları" isimli çalışmada; Akdeniz Bölgesi'nde kesme çiçek üretiminin yapısı, gelişimi Türkiye'de kesme çiçek ihracat miktar ve değeri, üretimde ve ihracatta karşılaşılan sorunlar, bu sorunlara karşı alınabilecek önlemler ele alınmıştır.

DPT (2000)'nin "Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Süs Bitkileri Alt Komisyonu Raporu" adlı çalışmasının "Kesme Çiçekler Raporunda" kesme çiçeğin; üretimi, dış ticareti, yurtiçi tüketimi, istihdamı, pazarlama faaliyetleri, dünyadaki durumu ve diğer ülkelerle kıyaslamaları ile genel politikaları öngören yasal ve kurumsal düzenlemeleri incelenmiştir.

Groot (1998) yaptığı çalışmada özellikle ABD'de süs bitkileri üretimi ve ülke ekonomisine kazandırmış olduğu katkı üzerinde durarak ABD'de kesme çiçek, saslı bitkiler ve dış mekan süs bitkileri satış değerleri hakkında bilgi vermiştir.

Gürsan ve Erkal (1998), "Dünyada ve Türkiye'de Süs Bitkileri Üretim ve Ticaretindeki Gelişmeler" isimli çalışmada; dünyadaki süs bitkileri üretimi, bölgesel düzeyde önemli ülkelerdeki gelişimi, süs bitkileri tüketimi gerçekleştiren bazı önemli ülkeler, dünya süs bitkileri ticareti Türkiye'nin durumu ve süs bitkilerinin gelişim durumu ortaya konulmuştur.

Özkan vd. (1998) tarafından gerçekleştirilen "Türkiye Kesme Çiçek Dış Satımında Üretim ve Pazarlamadan Kaynaklanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri" adlı çalışmada, Türkiye'de kesme çiçek üretim ve pazarlama yapısından kaynaklanan sorunlar irdelenerek çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

Özkan vd. (1997) tarafından gerçekleştirilen “Antalya'da Kesme Çiçek Üretiminin Mevcut Durumu” isimli bir başka araştırmada; Antalya ilinin ekonomik yapısı ortaya konularak bahçe bitkileri üretim yapısı ve ekonomik önemi incelenmiştir. Kesme çiçeğin üretim yapısı, üretimin gücü ve zayıf yönleri belirlenerek, bahçe kültürlerinin gelişimini etkileyecek bazı faktörler incelenmiştir.

Özkan vd (1999)'nin gerçekleştirdiği “Türkiye'de Dışsatıma Yönelik Kesme Çiçek Üretimi ve Sorunları” isimli araştırmada ise Türkiye'nin kesme çiçek dış ticaretini ve dünyadaki yeri incelenmiştir. Dünyada kesme çiçek pazarında söz sahibi ülkeler, bunların pazar payları ve AB ülkelerinin kesme çiçek ithalatı incelenerek kesme çiçek dış satımını etkileyen üretim ve pazarlamadan kaynaklanan başlıca sorunlar belirlenmiştir.

Pertwee (1998) yaptığı araştırmada dünyada kesme çiçek üreten ülkeleri incelemiş, bu ülkelerin kesme çiçek üretiminde hangi türler üzerinde durdukları konular hakkında bilgi vermiştir.

Söğüt ve Emeksiz (1992) Türkiye'deki süs bitkileri üretim ve ticaretinin yapısı ve gelişmesi ile Avrupa Birliği'ne uyum için yapılması gereken konular hakkında “Türkiye'de Süs Bitkileri Üretim ve Ticaretinin Yapısı ve Gelişimi İle Avrupa Topluluğuna Uyum İçin Gerekenler” isimli bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada; AB ülkelerinin süs bitkileri üretim alanlarının yıllar itibariyle gelişimi, yurtiçi toptan kesme çiçek satışlarının gelişimi ve Türkiye'nin süs bitkileri dış satımındaki gelişmeler incelenmiştir.

Uzun ve Baktır (1990)'ın, Türkiye'nin süs bitkileri üretim olanakları ve sorunları üzerine yaptıkları “Türkiye'nin Süs Bitkileri Üretim Olanakları ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma” adlı araştırmada; dünyada süs bitkileri ve kesme çiçek üretimi yapan ülkelerin üretimleri konusunda bilgi verilmiştir. Ayrıca iller itibariyle kesme çiçek üretim alanları ve türleri karşılaştırılmal olarak incelenmiştir.

Yıldırım ve Atış (1997)'ın yaptıkları "Türkiye'nin Kesme Çiçek Dış Ticareti ve Gelişmesine Yönelik Öneriler" isimli çalışmada; Türkiye'deki kesme çiçek yetiştiriciliğin genel durumu, dış ticareti ve ihracatında yaşanan sorunlar hakkında genel bilgiler verilmiştir.

### **3. MATERYAL ve METOT**

#### **3.1. Materyal**

Araştırmanın ana materyalini, Antalya ilinde kesme çiçeğin üretimini hem de ihracatını yapan firmalar ile bu firmaların sözleşmeli yetiştiricilik yaptığı üreticilerden anket yoluyla elde edilen birincil veriler oluşturmuştur. Bunun yanı sıra konu ile ilgili olarak ulusal ve uluslararası düzeyde daha önceden yapılmış olan çalışmaların bulgularından da materyal olarak yararlanılmıştır.

Araştırma kapsamında bulunan Türkiye ve Antalya'daki örtüaltında veya açık alanda kesme çiçek üretimi yapan işletmelere ait veriler Antalya Tarım İl Müdürlüğü kayıtlarından, kesme çiçek ihracatı yapan firmalarla ilgili veriler Devlet Planlama Müsteşarlığı (DPT), Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME), Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE), Antalya İhracatçılar Birliği (AİB), Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği (AKÇİB) ve Antalya Ticaret Borsası'ndan, dünya kesme çiçek üretimi ve ticareti ile ilgili veriler ise Flower Council ve Pathfastpublishing olmak üzere çeşitli kaynaklardan elde edilmiştir.

#### **3.2. Metot**

##### **3.2.1. Araştırma alanının belirlenmesi ve örnek seçimi**

Antalya İhracatçılar Birliği ve Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği'nin 2001 yılı kayıtlarına göre Türkiye'de 123 adet kesme çiçek ihracatı yapan ihracatçı firma bulunmaktadır. Bu ihracatçı firmalardan 70 adedi (% 55,5) Antalya ilinde bulunmakta olup İzmir'de 18 adet ve İstanbul'da ise 11 adet ihracatçı firma faaliyet göstermektedir. Antalya ili sınırları içinde faaliyet gösteren firmaların toplam kesme çiçek ihracatındaki payı ise % 80 dolayındadır. Bu nedenle il kesme çiçek ihracatında önemli bir yere sahiptir. Antalya ilinde bulunan 70 adet firmanın 35 adedi ihracatın yanında kesme çiçek üretimi ile de uğraşmaktadır. Bu çalışmada 70 adet ihracatçı firma araştırmanın ana kitlesini oluşturmakta olup araştırmada tam sayım yapılmış ve bu alanda faaliyet

gösteren firmaların tamamı ile görüşme yapılması amaçlanmıştır. Fakat İhracatçılar Birliği'ne kayıtlı firmalardan üçü ticari faaliyetine son verdiği, iki firma ise başka firmalara aracılık yaptıkları ve asıl ticari faaliyetlerinin kesme çiçek ihracatı olmadıklarını belirttikleri için görüşme yapılamamıştır. Bu nedenle anket 65 adet ihracatçı firma ile yapılmıştır.

Ayrıca araştırma kapsamında firmaların yanında ihracatta devlet yardımları kapsamında ihracat iade yardımlarından faydalanan 11 adet ihracatçı firmanın sözleşmeli yetiştiricilik yaptıkları toplam 68 adet kesme çiçek üreticisi ile görüşme yapılmıştır. Üreticilerin belirlenmesinde Antalya İhracatçılar Birliğinin kayıtlarında faydalanılmıştır. Nitekim ihracatta devlet yardımlarından faydalanmak isteyen üreticilerin isim listesi ve sözleşme kontratı yaptıkları firmalar isimleri birlik kayıtlarına bulunmaktadır.

Kesme çiçek üretimi Ekim-Kasım aylarında fidelerin toprağa ekilmesiyle başlamaktadır. Bir ay içinde büyüyen fidelerden ilk ürünler alınabilmekte ve ihracata hazır halde kesme çiçekler elde edilebilmektedir. Örtüaltı ortamda gerçekleşen bu üretim mayıs ayına kadar devam etmekte ve bu ay içinde ürün alımı bitmektedir. Açık alanlarda üretim ise yayla kesimlerinde yaz ayları boyunca devam etmekte ihracatın aksaması bu alanlardan elde edilen üretimle sağlanmaktadır.

Araştırmada anket uygulaması, kesme çiçek üretimi de göz önünde bulundurularak Temmuz-Ağustos ayları içinde yapılmıştır. Anket tarihinin bu aylar seçilmesinin temel nedeni, bu dönemde özellikle örtüaltı üretim sona ermiş olduğu ve ihracatın da azaldığı bir dönem dikkate alınmıştır.

### **3.2.2. Verilerin derlenmesi ve değerlendirilmesi**

Anket uygulanacak ihracatçı firmalar ve kesme çiçek üreticilerin belirlenmesinden sonra, araştırma konusu ve işletmelerin özellikleri dikkate alınarak ihracatçı firmalara ve kesme çiçek üreticilerine uygulanacak anket formları hazırlanmıştır. Hazırlanan anket formlarının uygulanabilirliği test etmek ve olası aksayacak yönleri de önceden



düzeltebilmek için bazı ihracatçı firmalarla ve ihracata yönelik kesme çiçek üreten üreticilerle görüşmeler yapılmıştır. Yapılan kontrol anketinden sonra anket formlarında gerekli düzeltmeler yapılmış ve anket formlarına son şekli verilmiştir.

Düzeltilmiş anket formları ilk olarak kesme çiçek ihracatçı firmalarla birebir yapılan görüşmelerle doldurulmuştur. Daha sonra araştırmanın ikinci aşaması olan ihracata yönelik üretim yapan ve ihracatta devlet yardımları kapsamında ihracat iade yardımları alan sözleşmeli üreticilerle anket görüşmeleri yapılmıştır.

Son olarak tamamlanmış olan anket formları SPSS 9.0 paket programına uygun veri tabanı hazırlandıktan sonra bilgisayara girilerek değerlendirilmiştir.

## 4. BULGULAR ve TARTIŞMA

### 4.1. Genel Bulgular

#### 4.1.1. Kesme çiçeğin ülke ekonomisindeki önemi

Ticari anlamda 20. yüzyılın başında önem kazanmaya başlayan kesme çiçek yetiştiriciliği, 1945 yılından sonra bir çok ülkede önemli bir ticari faaliyet haline gelmiştir. Bilimsel ve teknolojik alandaki gelişmeler ile birlikte dünya kesme çiçek üretimi, ağırlıklı olarak gelişmiş ülkelerde (Hollanda, Japonya vb.) hızlı bir büyüme göstermiştir. Gelişmiş ülkelerde görülen bu büyümeye diğer ülkeler de katkılar sağlamış böylece kesme çiçek üretimi ve ticareti günümüzdeki halini almıştır.

Kesme çiçek yetiştiriciliği, diğer tarımsal faaliyetlerde olduğu gibi özellikleri nedeniyle işçiliğin yoğun olarak kullanıldığı bir tarımsal üretim biçimidir. Özellikle ihracata yönelik üretim yapan işletmelerde bir dekarlık üretim alanı için 0,5 daimi ve 1,0 geçici işçi çalıştırıldığı ve daimi işgücünün % 56,5'ini, geçici işçilerin ise % 84,9'unu kırsal kesimdeki kadınların oluşturduğu saptanmıştır. Bu değerler kesme çiçek faaliyet alanının özellikle kırsal kesimdeki kadınlar için önemli bir iş alanı olduğunu göstermektedir (DPT 2000). Dolayısıyla kesme çiçek üretimi, ekonomiye istihdam katkısı sağlayarak önemli sayıda insan için çalışma ortam yaratan bir alan konumundadır. Bununla birlikte entansif bir tarımsal faaliyet alanı olarak kesme çiçek sektörünün, çevre ve insan sağlığı, plastik, ambalaj, gübre, tarımsal mücadele ilaçları, soğutma ve kimya gibi sanayi kolları ve ulaşım gibi faaliyet alanlarıyla da yakın ilişkileri vardır (DPT 2000).

Özellikle gelişmiş ülkeler, kullandıkları teknolojiyle de sektördeki gelirlerinin ve istihdamın önemli bir bölümünü çiçek üretimi ile doğrudan ilişkili ve bu sektöre özgün yan sanayi üzerinden sağlamaktadır (Türkay 1999).

Ayrıca diğer tarımsal faaliyetlere gore sanayi sektoru ile daha fazla ilişki içinde bulunan kesme iek faaliyeti diğer tarımsal faaliyetlerden farklı olarak üretimden ihracata kadar ürünün her aşaması bir bütün olup üretim ile ihracat i içedir.

#### **4.1.2. Kesme iek üretimindeki gelişmeler**

##### **4.1.2.1. Dünyada kesme iek retimi**

Dünyada 90'dan fazla ülkede kesme iek üretimi yapıldığı bilinmektedir (Anonim 2003-c). Dünyada iekilik sektornde özellikle de kesme iek üretiminde ve tüketiminde son yıllarda önemli değişiklikler olmuştur. Dünyada kesme iek üretimi gelişmiş ülkelerin tüketimi ile canlı kalırken özellikle eski doğu bloğu ülkelerinin kesme iek tüketimlerinin artması ile yeni pazarların da ortaya çıktığı gozlenmektedir.

Dünyada kesme iek üretiminde ve ticaretinde belli başlı ülkeler önemli pay almaktadır. Kesme iek üretiminde lider konumda bulunan lkeler Güney Amerika Kıtası'nda Kolombiya (gl, karanfil), Afrika Kıtası'nda Kenya (gl, karanfil), Asya Kıtası'nda İsrail (eşitli), Avrupa Kıtası'nda İtalya (eşitli) ve Hollanda (eşitli) iken son yıllarda Ekvator (gl) ve Zimbabve (gl) de kesme iek üretiminde büyük atılımlarda bulunmuştur. Kenya'da ise karanfil üretiminde azalma ve gl üretiminde ise artış gozlenmiştir (Pertwee 1998).

Ülkelerin kesme iek dış satımında gosterdiği farklılıklar, ihtisaslaşma veya uygun ekolojik koşullarda en uygun çiçeğin yetiştirilmesi yanında alıcı ülkelerin tüketimlerinde kendilerine özgü tercihinin olmasından kaynaklanmaktadır (Uzun 1990)

Hollanda süs bitkileri retiminde Avrupa'nın en önemli üretici ülkesidir. Ülkede uygulanan yeni tekniklerle kaliteli ürünler retilabilmektedir. Hollanda'da kesme iek retimi Westland bölgesinde yoğunlaşmıştır. Son yıllarda bu ülkede kesme iek işletmelerinde küçük işletmelerin azaldığı buna karşın büyük işletme sayısının ise arttığı gozlenmektedir. Bununla birlikte Hollanda'daki kesme iek üreticilerinin iek yetiştiriciliğine önem verdikleri, daha gelişmiş ve modern teknolojilerden azami lde

yararlanarak işletmelerinde üretim yapma eğiliminde oldukları bilinmektedir (Candemir 1998).

Hollanda'dan sonra dünya kesme çiçek üretiminde ve ihracatında en önemli paya sahip ikinci ülke Kolombiya olup dünya kesme çiçek ihracatının % 15'ine bu ülke sahiptir. Kolombiya aynı zamanda Güney Amerika'nın en önemli kesme çiçek üretici ülkesidir. Ülkenin kesme çiçek ihracatında karanfil önemli bir yer tutmaktadır. Nitekim üretimin büyük çoğunluğu karanfil (2500 ha) ve gül (1500 ha) türlerine ayrılmış olup toplam 4500 ha alanda kesme çiçek üretimi yapılmaktadır (Gürsan 1998).

Ekvator, dünyanın gül üretiminde söz sahibi ülkelerinden birisidir. Özellikle iklim koşullarının elverişli olması bu ülkede gül üretimini kolaylaştırmaktadır.

Kenya ve Zimbabve ise iklim koşulları ve ucuz işçilik nedeniyle kesme çiçek üretiminde dünyada söz sahibi ülkeler arasında yer almaktadır. Bu ülkelerde üretilen kesme çiçekler daha çok Avrupa Kıtası'na ihraç edilmektedir.

İsrail, dünyanın önemli kesme çiçek üreticisi ülkelerinden birisidir. Üretilen kesme çiçeğin büyük bir bölümü Batı Avrupa ülkelerine ihraç edilmektedir. Ülkede daha çok gül, karanfil ve gypsophila üretilmektedir (Gürsan 1998).

İsrail üretiminin % 90'ını, Kolombiya % 85'ini ve Kenya ise % 94'ünü ihraç etmektedir (Candemir 1998).

ABD'de de süs bitkileri üretimi ülke ekonomisinde önemli bir yere sahip olup süs bitkileri kapsamında yer alan kesme çiçekler, saksılı bitkiler ve dış mekan süs bitkilerinin toptan satış değeri 1989 yılında 2,8 milyar ABD \$'ından (Barrett 1991) 1996 yılında 11 milyar ABD \$'ına yükselmiştir (Groot 1998).

#### 4.1.2.2. Türkiye’de kesme çiçek üretimi

Türkiye, çeşitli ekolojik koşullara sahip olması ve iklimsel avantajları nedeniyle çok değişik çiçek türlerinin yetişmesine olanak sağlamaktadır. Bu bakımdan Anadolu bir çok bitkinin anavatanı ve gen merkezi durumundadır (Korut 1990).

Türkiye’nin dünyanın üç önemli gen merkezinin kesişme noktası olan bir bölgede bulunması bitki genetik kaynakları açısından büyük bir potansiyele sahip olmasını sağlamıştır. Ülkede 3000’i endemik olmak üzere 10.500 tür arasında kesme çiçek yetiştiriciliği açısından önem taşıyan çok sayıda bitki türünün doğal formları ve ıslah edilmemiş hatları bulunmaktadır. Özellikle kuru olarak değerlendirilen kesme çiçek türleri bakımından önemli bir genetik potansiyele sahip olan Türkiye’de bu kaynaklardan yeterince yararlanıldığını söylemek oldukça güçtür (DPT 2000).

Türkiye’de ticari anlamda kesme çiçek üretimi yaklaşık 50 yıllık bir geçmişe sahip olup önceleri İstanbul’un Adalar ve Yalova ilçeleri çevresinde başlayan çiçek üretimi 1970’lerde İzmir’de, 1980’lerde Antalya’da ve 1990’lı yılların başlarında da kısmen Adana ve Muğla illerinde gelişmeye başlamıştır. Türkiye’de kesme çiçek üretimini bölge, iklim ve üretim teknikleri gibi özellikleri göz önüne alınarak iç pazara yönelik ve ihracata yönelik üretim olarak iki farklı yönde ele almak uygun olacaktır (Titiz vd 2000).

Türkiye’de 1999 yılı itibariyle süs bitkilerine ayrılan örtüaltı alan varlığı 15 000 dekar dolayında olup bu alanın % 53’ünde kesme çiçek üretimi yapılmaktadır (Türkay 2000). Türkiye kesme çiçek üretim alanında görülen gelişimler Çizelge 4.1.’de verilmiştir.

Türkiye kesme çiçek üretim alanı 1993 yılında 6 693,9 dekar’a 1999 yılında ise 15 280,4 dekar’a yükselmiştir. Antalya Tarım İl Müdürlüğü kayıtlarına göre ise 2000 yılında kesme çiçek üretim alanları 8 232,4 dekar’a düşmüş, bir sonraki yıl ise kesme çiçek üretim alanları önemli bir artışla (% 25,9) 10 364,8 dekar’a yükselmiştir. Özellikle 2000 yılında kesme çiçek üretim alanlarının yaklaşık yarı yarıya azalmasının başlıca

nedeni bir önceki yıl üretimin yoğun olarak yapılmasıdır. Üretimin yoğun olarak yapılması piyasada arz fazlalığına neden olmuş bunun sonucu olarak da üreticiler diğer tarımsal faaliyet kollarına geçiş yapmıştır.

Cizelge 4.1. Yıllar itibariyle Türkiye kesme çiçek üretim alanları ve üretim şekli

Üretim Şekli	1993		1999		2000		2001	
	Alan (Dekar)	Pay (%)	Alan (Dekar)	Pay (%)	Alan (Dekar)	Pay (%)	Alan (Dekar)	Pay (%)
Cam	360,8	5,4	382,8	2,4	395,6	4,8	750,3	7,2
Plastik	3 574,4	53,4	9 487,8	62,1	5 270,0	64,0	6 286,5	60,7
Açık	2 758,7	41,2	5 429,7	35,5	2 566,8	31,2	3 328,0	32,1
<b>Toplam</b>	<b>6 693,9</b>	<b>100,0</b>	<b>15 280,3</b>	<b>100,0</b>	<b>8 232,4</b>	<b>100,0</b>	<b>10 364,8</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: Anonim 2003-a

Türkiye’de kesme çiçek üretiminin 1993 yılında % 41,2’si açık alanda yapılırken 2001 yılında bu oran % 32,1’e düşmüştür. Kesme çiçek üretimi genellikle örtüaltında yapılmaktadır. Aynı yılda kesme çiçek üretiminin % 60,7’si plastik örtülü seralarda % 7,2’si ise de cam serada yapılmakta olup kesme çiçek üretiminin üçte ikisinin örtülü alanlarda yapılmaktadır. Toplam kesme çiçek üretim alanlarında plastik örtüaltı üretim önemli bir yer tutmaktadır. Kesme çiçek üretiminin plastik örtüaltında yapılmasının başlıca nedeni; daha ekonomik olması ve yetiştirilen türlerin isteklerine daha uygun düşmesidir. Nitekim toplam kesme çiçek üretim alanlarının 1993 yılında % 53,4’ü ve 1999-2001 yılları arasında ise yaklaşık % 60’ı plastik örtüaltında yapılan üretimden oluşmaktadır. Plastik sera alanındaki üretimden sonra en yaygın görülen açık alanda yapılan üretimdir. Cam serada yapılan üretim ise maliyetler ve seçilen tür bakımından genelde kesme çiçek üretiminde tercih edilmemektedir.

Türkiye’de kesme çiçek üretimi; iklim özellikleri, üretim teknolojisi ve dış satım özellikleri yönünden iç piyasaya ve dış satıma yönelik üretim olmak üzere iki grupta incelenmektedir. İç piyasaya yönelik üretim Ege ve Marmara Bölgesi’nde dış piyasaya yönelik üretim ise Antalya ili ağırlıklı olmak üzere Akdeniz Bölgesi’nde yoğunlaşmaktadır (Özkan 1997).

Ayrıca kıyı bölgelerinin dışında yayla bölümlerinde yaz aylarında miktar ve kalite olarak yeterli bir çok kesme çiçek türlerinin üretimi de yapılmaktadır. Kıyı bölgelerinde örtüaltı üretim yaygın olmasına karşın iç kesimlerde daha ziyade tarla ölçeğinde çiçek yetiştiriciliği söz konusudur (Türkey 2000). Türkiye kesme çiçek üretimi üç coğrafi bölgede yoğunlaşmıştır. Akdeniz, Ege ve Marmara Bölgeleri Türkiye kesme çiçek üretiminin yoğun olarak yapıldığı bölgelerdir (Çizelge 4.2 ).

Marmara Bölgesi kesme çiçek üretim alanları 1993 yılında Türkiye toplam kesme çiçek üretim alanlarının % 35,9'una sahipken bu oran 1999 yılında % 56,9'a, 2000 yılında ise ülke genelinde kesme çiçek üretim alanlarının azalmasıyla birlikte % 27,5'e gerilemiştir. Akdeniz Bölgesi'nin ise kesme çiçek üretim alanlarındaki payı 1993 yılında % 28,5 iken 2000 yılında % 32,3'e kadar yükselmiştir. 2001 yılında ise üretim alanındaki artışa karşın, bölgenin üretim alanındaki artışı ülke genelindeki artıştan daha az olduğu için bölgenin Türkiye kesme çiçek üretim alanındaki payı azalmıştır (Çizelge 4.2).

Çizelge 4.2. Kesme çiçek üretim alanlarının bölgelere göre dağılımı (dekar ve (%))

Bölgeler	1993		1999		2000		2001	
	Alan (Dekar)	Pay (%)	Alan (Dekar)	Pay (%)	Alan (Dekar)	Pay (%)	Alan (Dekar)	Pay (%)
Marmara	2 403,1	35,9	8 694,5	56,9	2 264,1	27,5	4 046,0	39,0
Ege	2 516,9	37,6	3 285,3	21,5	3 222,4	39,1	3 293,0	31,8
Akdeniz	1 706,9	25,5	3 132,5	20,5	2 660,4	32,3	2 994,6	28,9
Diğer	67,0	1,0	168,0	1,1	85,5	1,1	31,2	0,3
<b>Toplam</b>	<b>6 693,9</b>	<b>100,0</b>	<b>15 280,3</b>	<b>100,0</b>	<b>8 232,4</b>	<b>100,0</b>	<b>10 364,8</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: Anonim 2003-a

Ege Bölgesi coğrafi özellikleri bakımından kesme çiçek yetiştiriciliğinde önemli bir bölgedir. Bölgenin kesme çiçek üretim alanlarının sabit kalmasına karşın Türkiye kesme çiçek üretim alanının yıllar itibariyle artmasıyla birlikte ülke içindeki payında azalma görülmüştür.

İzmir, Türkiye süs bitkileri üretiminde 15 000 dekar alandan aldığı % 28'lik pay ile en önemli süs bitkileri yetiştiricisi il konumundadır. Bunu % 21 ile Antalya, % 12 ile İstanbul ve % 11 ile Yalova illeri izlemektedir (Türkay 1999).

Türkiye'de kesme çiçek üretimi 1990-1991 yıllarında toplam 4 340 dekar alanda yapılırken, 1992-1993 yıllarında üretim alanı 6 700 dekar'a ulaşmıştır. Kesme çiçek üretiminde son elde edilebilen verilere göre % 35,5 payla İzmir ve % 34,0 ile İstanbul en önde yer almaktadır. Bu illeri, ihracatın da devreye girmesi ile hızlı bir gelişme gösteren Antalya % 21,6'lık pay ile izlemekte olup Türkiye kesme çiçek üretiminde 3. sırada yer almaktadır (Yıldırım 1997).

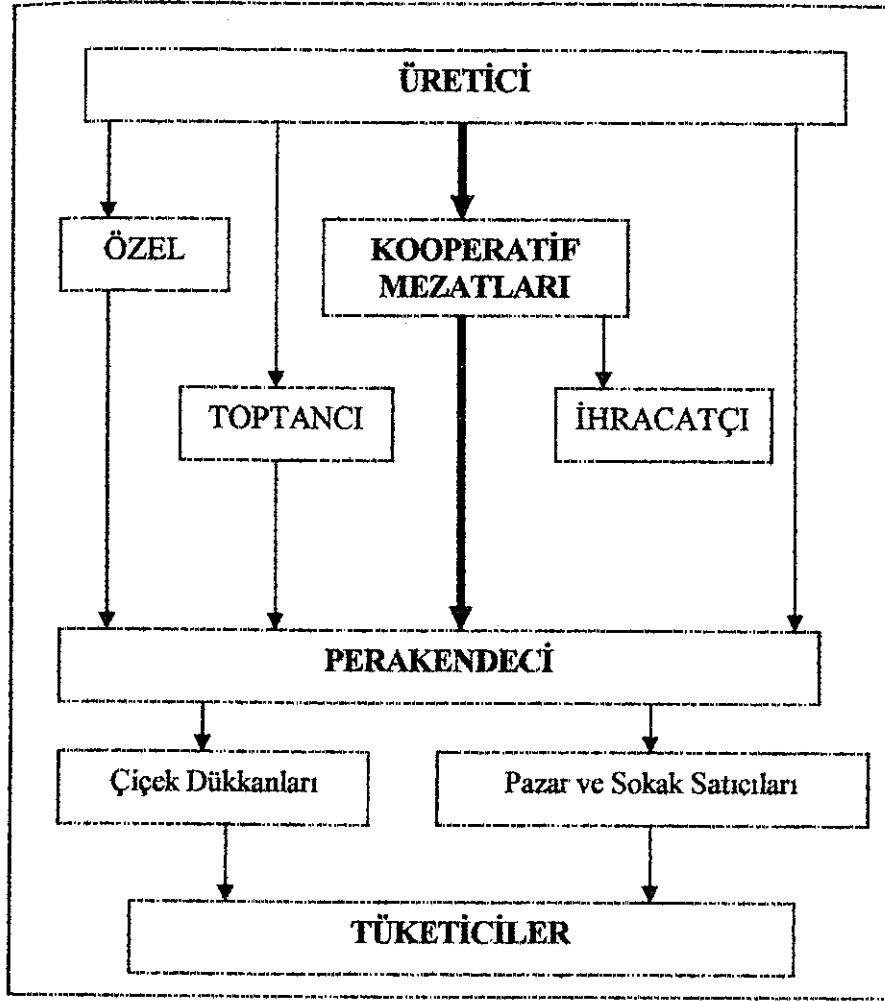
Günümüzde yaklaşık toplam 20 ilde süs bitkileri üretimi yapılmaktadır. Türkiye'de 2001 yılı Antalya Tarım İl Müdürlüğü kayıtlarına göre toplam 10 364,8 da alanda kesme çiçek üretimi yapılmakta olup ticari anlamda kesme çiçek üretiminin yoğunlaştığı iller İzmir, Antalya, İstanbul, Yalova, Adana, Aydın, Muğla, Bursa, Kocaeli, Kastamonu ve Hatay'dır (Anonim 2003-a).

Türkiye genelinde kesme çiçek türleri arasında en fazla karanfil, glayöl, gül ve nergis üretilmektedir. Bunların toplam kesme çiçek üretim alanlarından aldığı pay sırasıyla % 52, % 17, % 10 ve % 8'dir. Karanfil üretiminin en yaygın olarak yapıldığı iller Antalya ve İzmir olup ve üretimin yaklaşık % 97'si plastik seralarda gerçekleştirilmektedir (İGEME 2003).

Türkiye'de kesme çiçek üretim ve pazarlaması, iç pazara ve dış pazara yönelik örgütlenme olarak iki yapıda incelenebilir.

Türkiye yurt içi kesme çiçek ticaret ağı Şekil 4.1'de görülmektedir. Buna göre kesme çiçek üreticileri üretmiş oldukları ürünlerin büyük bir kısmını üyesi oldukları kooperatifler aracılığıyla pazara sunmaktadır. Kooperatiflerin kesme çiçek yurt içi pazarlama ağı içindeki yeri önemlidir. Kooperatif mezarları aracılığıyla pazar bulan kesme çiçeklerin bir kısmı ihracata da gönderilmektedir.





Kaynak: DPT 2000

Şekil 4.1. Kesme çiçek yurtiçi pazarlama kanalı

Türkiye’de kesme çiçek yetiştiriciliğinin ve pazarlanmasının gelişmesinde çiçek üretim ve pazarlama kooperatiflerinin önemli katkıları olmuştur (Titiz 2000).

Kooperatifler, Türkiye’de çiçekçiliğin gelişmesinde ilk organize kuruluşlar olarak önemli işlevleri olmuş kuruluşlardır. Ağırlıklı olarak iç piyasaya yönelik üretim yapan üreticilerin oluşturduğu organizasyonlar olarak başta üyelerinin ürünlerinin pazarlanması, ortakları olan üreticilere bitki materyali sağlanması olmak üzere önemli roller üstlenmişlerdir (DPT 2000).

Türkiye’de kesme çiçek üretim ve pazarlaması ile ilgili iki önemli kooperatif bulunmaktadır. Bunlardan ilki 1946 yılında kurulan S.S. Flora Çiçekçilik Üretim ve

Pazarlama Kooperatifi, ikincisi ise bundan ayrılan ortakların 1955 yılında kurduğu S.S. Çiçek Üretim ve Pazarlama Kooperatifidir. Bu kooperatiflerin temel amacı; üretici ortaklarına yurt dışından (özellikle Hollanda'dan) çiçek soğanı ve tohumu (glayöl, liliium vb.) sağlamak, kooperatifin kendi bünyesinde kurmuş oldukları damızlık fide işletmelerine daha ucuz damızlık fide temin etmek ve en önemlisi çeşitli illerde (İstanbul, Antalya, Adana, Gaziantep, Ankara v.b.) kurmuş oldukları "Çiçek Mezatları" aracılığıyla ortağı olan üreticilerin ürünlerini pazarlamaktır (DPT 2000).

Antalya ilinde faaliyet gösteren ihracatçı firmaların oluşturduğu Antalya Kesme Çiçek İhracatçıları Birliği ise yurt dışına ihracat yapan firmaların oluşturduğu organizasyonlar olup benzer hizmetleri üyelerine sunmakta ve bu alanda etkin politikaların oluşturulmasında önemli görevler üstlenmektedir (DPT 2000).

Türkiye'de, ticari anlamda kesme çiçek üretiminin başladığı yıllardan itibaren üretimde ve pazarlamada çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalınmıştır. Bunlar; üretimde karşılaşılan sorunlar ve pazarlamadan kaynaklanan sorunlardır.

Üretimde karşılaşılan başlıca sorunlar:

◆ Kesme çiçek üretiminde üretim materyalinin dışa bağımlılığı en önemli sorunlardan birisidir. Üretim materyalinin dışa bağımlı olması kesme çiçek üretim maliyetini artırıcı bir etkide bulunmaktadır. Özkan vd. yaptığı bir çalışmada, Antalya'da kesme çiçek üretimi ve dış satım yapan firmaların üretim materyali masraflarının üretim masrafları içinde % 30 payla ikinci sırada yer aldığı belirtilmiştir. Aynı çalışmada türlere göre kesme çiçek üretiminde bitkisel materyal masrafı toplam masraflar içinde spreyci karanfilde % 33,4, gülde % 29,3, glayölde ve % 42,9 olarak belirlenmiştir (Özkan vd. 1997).

◆ Antalya'nın kesme çiçek üretim alanları türlere göre incelendiğinde, toplam alanın % 83,37'sinin karanfil üretimine ayrıldığı görülmektedir. Bu oran aynen dış satımı da yansıtmaktadır. Bu durumdan, dış piyasada rekabet edebilme, hedef pazarı

koruma ve geliştirmede önemli faktörlerden biri olan ürün çeşitlendirilmesine gidilemediği sonucu da çıkarılabilmektedir.

◆ Üretimde kullanılan teknoloji yetersiz ve yeterli olan şletmelerde deneyim ve alt yapı eksikliği bulunmaktadır. Dış satıma yönelik üretim yapan şletmelerde yönetim aşamasında yer alacak üreticilerin deneyim yetersizliği ile teknik eleman eksikliği özellikle dikkati çeken noksanlıklar arasındadır.

Pazarlamada karşılaşılan sorunlar ise şunlardır:

◆ İhracat tek pazar ve tek kesme çiçek türüne bağımlıdır.

◆ Üretim miktarının ve üretim alanlarının yıllar itibarıyla artmasına karşın kesme çiçek ihracatının yapıldığı ülkelerin sayısı sabit kalmakta yani pazar genişletilememekte ve üründe zaman içerisinde çeşitlendirmeye gidilememektedir.

◆ Kesme çiçek çabuk bozulabilen dayanıksız ve hassas bir tarım ürünüdür. Ürünlerin pazarlara en kısa sürede gönderilmesi gerekir. Bu nedenle taşımacılıkta kargo uçakları ile hava taşımacılığının tercih edilmesi sonucunda kesme çiçek ihracat maliyetlerin yüksek olmakta ve böylelikle taşımacılık masrafları artmaktadır.

◆ Dış satım konusunda etkili bir organizasyonun olmayıp, pazarlama kanalları içerisinde toptancılara ve şahıslara satış ağırlık kazanmakta ve özellikle mezarlar, süpermarketler ve acentelerde satış oranları düşük olmaktadır.

◆ Ayrıca hasat aşamasında, ürünlerin standardizasyon, sınıflandırma kalite konularında dış satım yapılan ülkelerin kriterlerine göre yeterli titizlik gösterilmemektedir.

#### 4.1.2.3. Antalya ilinde kesme çiçek üretimi

Antalya ilinin toplam yüzölçümü yaklaşık 20,5 milyon dekar'dır. Bu alanın ancak % 20,2'si (4,2 milyon da) tarım alanı, % 4,9 (1 milyon da) çayır-mera alanı, % 55,1'i

(11,4 milyon da) orman ve fundalık, % 0,3 (52 bin da) su yüzeyi, % 19,5'lik oranı ise tarım dışı alan ve yerleşim alanlarından oluşmaktadır (Anonim 2000-a). Süs bitkileri üretim alanı toplam tarım alanının % 0,1'ini kaplamaktadır. Süs bitkileri toplam alanının toplam tarım alanı içinde az yer kaplamasını karşın gerek il ekonomisine gerekse ülke ekonomisine sağlamış olduğu katkılar önemlidir. Antalya Türkiye'de ihracata yönelik kesme çiçek üretiminin merkezi konumundadır. Kesme çiçek Antalya'da üretim alanı olarak az bir yer işgal etmesine karşın üretim değeri olarak önemli sayılabilecek düzeydedir.

Antalya ilinde kesme çiçek üretim alanları ve yetiştiricilik ortamı Çizelge 4.3'de verilmiştir. Antalya Tarım İl Müdürlüğü kayıtlarına göre ilde üretilen kesme çiçeğin tamamına yakını örtüaltında yapılan üretimden elde edilmektedir.

Çizelge 4.3. Antalya ili kesme çiçek üretim alanları (dekar) ve üretim şekli

Üretim Şekli	Yıllar				
	1998	1999	2000	2001	2002
Örtüaltı	2 157,0	2 792,0	2 476,5	2 606,7	3 346,2
Açık Alan	15,0	12,0	38,7	36,2	26,4
Toplam	2 172,0	2 804,0	2 515,2	2 642,9	3 372,6

Kaynak: Anonim 2003-a

Antalya ilinde ilk kesme çiçek üretimi 1970 yılında gül ile başlamış ve 1985 yılından sonra dış satıma yönelik ileri teknolojiyle üretim yapılı hale gelinmiştir (Candemir 1998).

Nitekim Antalya Tarım İl Müdürlüğü kayıtlarına göre Antalya'da 1999-2000 yılı içinde kesme çiçekten elde edilen tarımsal üretim değeri yaklaşık 27,5 trilyon TL' dir. Kesme çiçek türü olarak karanfil, toplam kesme çiçek tarımsal üretim değeri içinde % 65,2 ile ilk sırada yer almaktadır (Anonim 2000-a).

Türkiye kesme çiçek üretim alanının 2001 yılına göre % 16,2'sini karanfil kaplarken bunu gül (% 10,4) ve gerbera (% 6,4) izlemektedir. Antalya ilinde ise 2002-

2003 üretim dönemine göre de karanfil, toplam kesme çiçek üretim alanının % 72,7'sini kaplamaktadır.

Antalya ilinde tarım işletmelerinin geneli küçüktür. İşletme büyüklükleri ile ilgili olarak 1997 yılında yapılan bir çalışmada, Antalya'da ihracata yönelik kesme çiçek üreten işletmelerin ortalama büyüklüğü 55,2 da olarak hesaplanmıştır (Özkan vd. 1999).

#### **4.1.3. Kesme çiçek tüketim yapısındaki gelişmeler**

##### **4.1.3.1. Dünya kesme çiçek tüketimi**

Dünya kesme çiçek üretiminin yaklaşık yarısı Batı Avrupa ülkelerinde tüketilmektedir. 1995 yılında Avrupa'nın toplam kesme çiçek tüketimi 14 milyar \$'ı bulmuştur. Almanya 4,2 milyar \$'lık çiçek tüketimi ile ilk sırada yer almakta olup bu ülkeyi 2 milyar \$ ile İtalya, 1,9 milyar \$ ile Fransa izlemektedir (Groot 1998).

Dünyanın en önemli kesme çiçek tüketicisi ülkelerinden birisi de Japonya'dır. Japonya'da kişi başına tüketim oldukça yüksek olup yaklaşık 5 milyar \$'dır (Groot 1998).

Dünya kesme çiçek tüketiminde en önemli ülkeler Çizelge 4.4'de verilmiştir. İsviçre kişi başına yıllık kesme çiçek tüketimi 133 ABD \$'dır. İsviçre'yi Norveç (90 ABD \$), Finlandiya (75 ABD \$) ve Avusturya (69 ABD \$) izlemektedir. Toplam kesme çiçek tüketiminde ise Almanya ilk sırada yer almaktadır. AB üyesi ülkeler kesme çiçek tüketimi bakımından önemli ülkeler olup hedef pazarlar olarak dikkat çekmektedir.

Çizelge 4.4. Çeşitli ülkelerin nüfusları ve kişi başına kesme çiçek tüketimleri (2000)

Ülkeler	Nüfus (Milyon)	Kişi Başına Çiçek Tüketimi (\$)	Toplam Çiçek Tüketimi (Milyon \$)
İsviçre	7,3	133	970,9
Norveç	4,5	90	405,0
Finlandiya	5,2	75	390,0
Avusturya	8,1	69	558,9
Bel-Lük	10,7	65	695,5
İsveç	8,7	55	478,5
Hollanda	15,9	55	874,5
Almanya	82,2	53	4 356,6
Fransa	59,2	44	2 604,8
İtalya	57,7	39	2 250,3
İngiltere	59,6	25	1 490,0

Kaynak: Anonim 2003-d, Anonim 2003-e

#### 4.1.3.2. Türkiye kesme çiçek tüketimi

Türkiye’de iç piyasaya yönelik kesme çiçek üretimindeki temel sorun kişi başına tüketimin (1995 yılında 2,72 adet ve 0,28 ABD \$, 1998 yılında ise 3,55 adet ve 0,34 ABD \$) diğer ülkelere göre son derece düşük oluşudur (DPT 2000).

Türkiye toplam kesme çiçek tüketimi 1988 yılında toplam yaklaşık 161 milyon adet (1990 nüfus sayımına göre Türkiye toplam nüfusu 50,7 milyon kişi başına tüketim 3,18 ABD \$/kişi) iken 1992 yılında yaklaşık 184 milyon adet’e (1992 yılı Türkiye toplam nüfusu tahmini olarak 56,5 milyon yani kişi başına 3,26 ABD \$/kişi) ulaşmıştır (DPT 1996).

Trakya Bölgesi’nde yapılan bir çalışmada kişi başına kesme çiçek tüketimi 1997 yılında 3,36 adet/kişi olarak hesaplanmıştır. Tüketim özellikle büyük şehirlerde yoğunlaşmıştır (Gürsan 1998).

#### 4.1.4. Kesme çiçek dış ticaretinde yaşanan gelişmeler

##### 4.1.4.1. Dış ticaret yapısındaki gelişmeler

Dünya kesme çiçek üretiminde ve ticaretinde özellikle son yıllarda büyük gelişmeler yaşanmıştır. Kesme çiçek üretim değeri içinde bazı bölgelerin ve ülkelerin payları önemli düzeydedir.

Dünya süs bitkileri üretim alanı 218 105 hektar olarak tahmin edilmektedir. Üretim alanı bakımından ekolojik koşulların etkisiyle Asya-Pasifik ülkeleri (133 386 hektar), satış değeri bakımından ise Avrupa kıtası (dünya toplam süs bitkileri satış değerinin % 56'sı) önde gelmektedir (İTO 2001).

Süs bitkileri dünyada önemli bir üretim değerine sahiptir. Rabo Bank tahminlerine göre 2000 yılı dünya süs bitkilerinin üretim değeri 50 milyar ABD \$ dolayındadır. Süs bitkilerinin alt gruplar bazında dağılımına bakıldığında kesme çiçeklerin dünya süs bitkileri ticaretinde % 50,3'lük pay ile ilk sırada olduğu görülmektedir (İTO 2001)

Güney Amerika (özellikle Kolombiya ve Ekvator) en büyük çiçek ihracatçısı bölge konumundadır. Bölgede 1996 yılında gerçekleştirilen 800 milyon ABD \$'lık çiçek ihracatının % 90'ı kesme çiçeğe aittir. Güney Amerika, kesme çiçek ihracatının % 60'ını Kuzey Amerika'ya yapmıştır (Groot 1998). Bunun da ihracat değeri olarak % 63,8'i (510 milyon \$) Kolombiya ve % 12,8'i (102 milyon \$) Ekvator tarafından yapılmıştır.

Dünyada ikinci önemli ihracatçı bölge ise Avrupa'dır. Avrupa ülkelerinin kıta dışındaki ülkelere toplam ihracatı 600 milyon ABD \$'dır. Bu bölgede dünyanın en büyük ihracatçı ülkesi olan Hollanda ilk sırayı almaktadır. Hollanda'nın yapmış olduğu bu ihracatın büyük bir kısmı okşin nedeniyle yapılan re-export ihracattır.

Afrika ise son yıllarda kesme çiçek ihracatında büyük bir gelişme göstermiş ve toplam ihracatını 300 milyon ABD \$'na ulaştırmıştır. Bu bölgede Zimbabwe ve Kenya

toplam ihracatın % 80'ini gerçekleştirmekte olup en fazla ihraç edilen kesme çiçek ürünleri gül ve karanfildir (Candemir, 1998).

Güneydoğu Asya'da ise sırasıyla Tayland 83 milyon ABD \$, Singapur 18 milyon ABD \$, Yeni Zelanda 35,5 milyon ABD \$ ve Tayvan 36 milyon ABD \$'lık orkide ve tropikal kesme çiçek ihraç etmiştir (Candemir, 1998).

Dünyada en fazla kesme çiçek ithal eden bölge Avrupa Kıta'sıdır. Yıllık ithalat 900 milyon ABD \$'ını bulmuştur. Avrupa'yı 760 milyon ABD \$'lık ithalatla Kuzey Amerika Kıta'sı, 188 milyon ABD \$'lık ithalat ile Japonya izlemektedir.

Kesme çiçek ticaretinde, üretiminde de olduğu gibi Batı Avrupa ülkeleri önemli rol oynamaktadır. AB ülkeleri 1998 yılı itibariyle dünya toplam kesme çiçek ihracatından yaklaşık % 63 oranında pay almaktadır. Hollanda, dünya ihracatının yarısından fazlasını (% 56) gerçekleştirmektedir. Hollanda'yı Kolombiya, Ekvator, İsrail ve Kenya takip etmektedir. Türkiye ise kesme çiçek ihracatı bakımından 1997 yılında 21. sıradayken 1998 yılında 17. sırada yer almaktadır (İGEME 2003).

Dünya süs bitkileri ve kesme çiçek ihracatında en önemli ülke Hollanda'dır. Nitekim 1998 yılında dünya süs bitkileri ihracatının % 53,1'i, kesme çiçek ihracatının ise % 56,2'sini Hollanda yaparken bu ülkeyi Kolombiya ve İtalya izlemiştir. 1999 yılında ise Hollanda dünya süs bitkileri ve kesme çiçek ihracatının yarısından fazlasını gerçekleştirirken bu ülkeyi yine Kolombiya ve İtalya izlemiştir.

Dünya 2000-2001 yılları süs bitkileri ihracatı Çizelge 4.5'de incelenmiştir. Buna göre 2000 yılında dünya toplam süs bitkileri ihracatı yaklaşık 7,7 milyar ABD \$ iken 2001 yılında 7,3 milyar ABD \$'a gerilemiştir. Ekonomik anlamda kesme çiçek ihracat değeri süs bitkileri ihracatında büyük paya sahiptir.

Hollanda dünya süs bitkileri pazarında önde gelen ülkelerden birisidir. Dünya süs bitkileri ihracatının 2000 ve 2001 yıllarında yaklaşık yarısını bu ülke gerçekleştirmiştir.



Çizelge 4.5. Dünya süs bitkileri ihracatı (000 \$)

Ülkeler	2000												2001																	
	TOPLAM			Çiçek Soğanı			Bitkiler			Kesme Çiçek			Kesme Yapraklar			TOPLAM			Çiçek Soğanı			Bitkiler			Kesme Çiçek			Kesme Yapraklar		
	Değer (000 \$)	Pay (%)		Değer (000 \$)	Pay (%)		Değer (000 \$)	Pay (%)		Değer (000 \$)	Pay (%)		Değer (000 \$)	Pay (%)		Değer (000 \$)	Pay (%)		Değer (000 \$)	Pay (%)		Değer (000 \$)	Pay (%)		Değer (000 \$)	Pay (%)		Değer (000 \$)	Pay (%)	
Toplam	7.662.924	100,0		692.763	100,0		2.661.868	100,0		3.685.754	100,0		622.539	100,0		7.321.619	100,0		500.414	100,0		2.691.337	100,0		3.646.429	100,0		483.440	100,0	
Hollanda	3.810.620	49,7		577.786	83,4		1.151.985	43,3		2.003.393	54,4		77.456	12,4		3.730.960	51,0		448.158	89,6		1.209.876	45,0		1.997.277	54,8		75.649	15,6	
Kotombiya	570.335	7,4		25	0,0		405	0,0		566.986	15,4		2.918	0,5		441.312	6,0		-	0,0		115	0,0		441.196	12,1		-	0,0	
ABD	220.871	2,9		11.749	1,7		94.449	3,5		13.738	0,4		100.935	16,2		231.658	3,2		2.555	0,5		35.218	1,3		115.893	3,2		77.992	16,1	
Ekvator	215.977	2,8		131	0,0		155	0,0		215.414	5,8		278	0,0		198.019	2,7		-	0,0		63	0,0		197.956	5,4		-	0,0	
Kenya	164.204	2,1		89	0,0		18.189	0,7		144.441	3,9		1.485	0,2		186.669	2,5		-	0,0		20.527	0,8		165.336	4,5		806	0,2	
İspanya	134.793	1,8		495	0,1		53.453	2,0		77.407	2,1		3.438	0,6		156.869	2,1		1.265	0,3		74.275	2,8		78.620	2,2		2.709	0,6	
İsrail	154.600	2,0		10.632	1,5		25.288	0,9		102.292	2,8		16.388	2,6		152.753	2,1		2.881	0,6		19.970	0,7		112.873	3,1		17.029	3,5	
Zimbabve	64.928	0,8		33	0,0		1.031	0,0		63.797	1,7		67	0,0		66.427	0,9		-	0,0		907	0,0		65.520	1,8		-	0,0	
Tayland	64.167	0,8		2.499	0,4		9.848	0,4		50.042	1,4		1.779	0,3		45.869	0,6		312	0,1		2.782	0,1		43.775	1,2		-	0,0	
Türkiye	14.245	0,2		2.435	0,4		2.522	0,1		7.851	0,2		1.437	0,2		13.891	0,2		1.854	0,4		999	0,0		8.338	0,2		2.699	0,6	
Diğer	2.248.185	29,3		86.890			1.304.545	49,0		440.393	11,9		416.358	66,9		7.321.619	100,0		500.414	100,0		2.691.337	100,0		3.646.429	100,0		483.440	100,0	

Kaynak: Anonim 2003-b

Hollanda'dan sonra dünya süs bitkileri ihracatında söz sahibi ikinci ülke sırasıyla % 7,4 ve % 6'lık paylarla Kolombiya'dır.

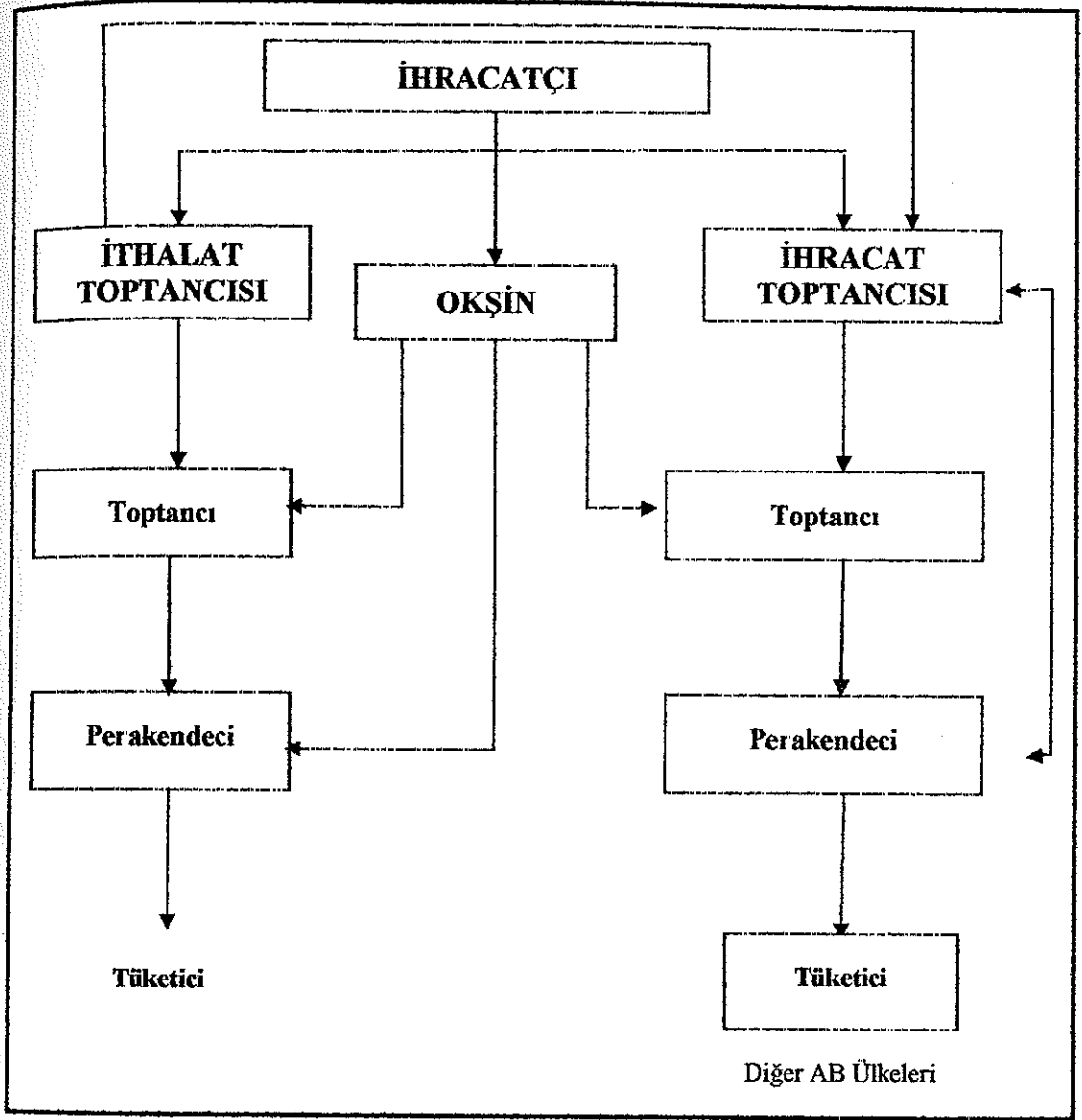
Hollanda dünya toplam kesme çiçek ihracatının 2000 yılında % 54,4'ünü 2001 yılında ise % 54,8'ini gerçekleştirmiş olup Hollanda'yı 2000 yılında % 15,4, 2001 yılında % 12,1 pay ile Kolombiya izlemektedir. Görüldüğü üzere Hollanda dünya kesme çiçek ihracatında söz sahibi bir ülkedir. Ülkede bulunan okşin dünya kesme çiçek ticaretine yön vermektedir.

Avrupa Birliği'nin kesme çiçek ticaret ağı Şekil 4.2'de verilmiştir. Hollanda'da bulunan okşinler kesme çiçek ticaret ağının temelini oluşturmakta ve yurt dışında kesme çiçek ihracatı yapan ihracatçılar kesme çiçekleri okşine getirmekte buradan da toptancı ve perakendecilere satılan ürünler buralardan da tüketicilere dağıtılmaktadır.

Okşinlerin amacı, çiftçilerin ürettikleri ve devlet tarafından fiyat politikası yoluyla korunmayan yaş meyve, sebze, çiçek gibi tarımsal ürünlerin arz ve talep durumuna göre en uygun fiyatla satılmalarını sağlamak, üreticiye asgari fiyat garantisi vermek ve onlara ambalaj malzemeleri sağlamak, ürünlerini depolamak vb. yollarla üyelerini desteklemektir (Yurdakul 1989).

Üreticiler, ürettikleri ürünü ambalajlanmış ve derecelenmiş olarak okşinlere kendileri getirir. Satıştan önce üreticilerin getirdikleri ürünler okşinin kendi kontrolleri tarafından kalite ve standart bakımından kontrole tabi tutulur. Eğer mal standarda uygun kalitede ise satış için hazırlanır. Satış için okşine getirilen ürünlerin bir örneği alıcılara gösterildikten sonra satış işlemi başlar (Yurdakul 1989).

Okşinlerin finansman işi genel kurulca seçilen bir komisyon tarafından yapılmaktadır. Bu komisyon satılan mallardan bir yüzde alır. Bu yüzde büyük okşinlerde % 1-2 arasındadır. Okşine üye olmayan ancak malını okşin kanalıyla satan üreticilerin komisyonu, üyelere oranla daha yüksektir (Yurdakul 1989).



Kaynak: Anonim 2000-b

Şekil 4.2. Avrupa Birliği kesme çiçek ticaret ağı

Dünya kesme çiçek ithalatında önde gelen ülkeler ve ithalat değerleri Çizelge 4.6'da verilmiştir. Buna göre dünyada kesme çiçek ithalatında önde gelen ülkeler ABD, Almanya, İngiltere, Hollanda ve Fransa'dır. Dünya toplam kesme çiçek ithalatı 4 milyar ABD \$'ı dolayında olup Avrupa Birliği üyesi ülkeler en büyük paya sahiptir. Nitekim 1995 yılında dünya kesme çiçek ithalatının % 61,2'sini yapan Avrupa Birliği üyesi ülkeler 1999 yılında paylarını % 62,5'e çıkarmıştır.

Kesme çiçek ihracatında büyük paya sahip olan Avrupa Birliği üyesi ülkeler kesme çiçek ihracatında potansiyel pazarlar olarak değerlendirilebilir.

Çizelge 4.6. Dünya kesme çiçek ithalatında önde gelen ülkeler ve ithalat değerleri (000 \$)

Ülkeler	1995	1997	1999	2000
ABD	622 782	749 508	734 804	770 804
Almanya	1 199 786	948 296	794 251	713 993
İngiltere	360 010	486 481	526 637	533 482
Hollanda	310 807	385 858	366 418	424 724
Fransa	358 856	381 619	414 869	391 247
Japonya	216 125	144 046	153 680	165 606
İtalya	120 277	125 237	145 278	147 315
İsviçre	168 714	148 129	140 949	131 630
Belçika	98 428	98 473	108 168	100 275
Diğer	547 058	863 193	384 389	-
<b>Dünya</b>	<b>4 002 843</b>	<b>3 949 221</b>	<b>3 769 443</b>	-

Kaynak: Anonim 2003-c

Türkiye sahip olduğu potansiyele karşın dünyada kesme çiçek dışsatımından aldığı pazar payı çok azdır. 1994 yılı değerleriyle kesme çiçek dışsatımında dünya pazarlarından en büyük payı Hollanda (% 59) almakta, bu ülkeyi Kolombiya (% 10), İtalya (% 6), İsrail (% 6), İspanya (% 4), Kenya (% 1) ve diğer ülkeler (% 18) izlemektedir (Özkan vd. 1997). Türkiye kesme çiçek ihracatında yıllar itibarıyla miktar ve değer bakımından çeşitli değişimler yaşanmış ve 1985 yılında 1 milyon ABD \$'ı ile başlayan Türkiye kesme çiçek ihracatı günümüze kadar miktar ve değer bakımından önemli artışlar göstermiştir.

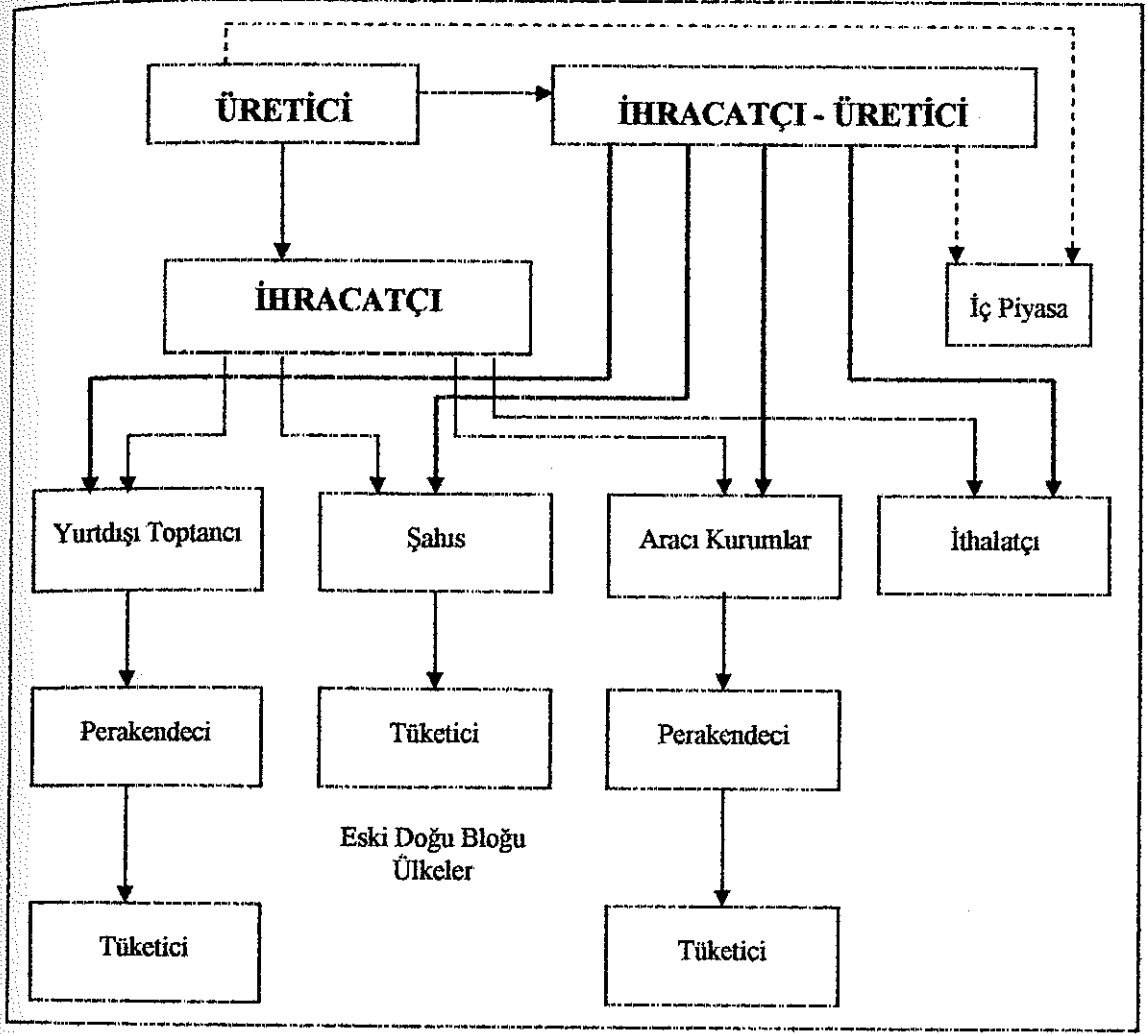
Nitekim 1995 yılında yaklaşık 11 milyon ABD \$ olan kesme çiçek ihracatı üç yıl sonra 13,5 milyon ABD \$'ına çıkmıştır. Kesme çiçek ihracatı miktar bakımından 1998 yılında en önemli değerine ulaşmış ve bu yıl 175 milyon dolar geçmiştir. Kesme çiçek ihracatı 1995 ile 1998 yılları arasında değer açısından % 24 oranında artarken miktar bakımından ihracat artışı % 50 dolayında olmuştur (Çizelge 4.7).

Çizelge 4.7. Türkiye'nin kesme çiçek ihracatı (miktar adet, değer ABD \$)

Yıllar	Miktar (Adet)	Değer (\$)
1992	101.365.146	11.078.191
1993	120.280.868	10.848.289
1994	127.436.708	10.290.917
1995	116.534.039	10.908.451
1996	158.458.447	12.093.318
1997	169.993.797	13.669.484
1998	175.378.986	13.535.776
1999	160.283.832	11.886.384
2000	102.772.087	6.689.498
2001	107.643.627	7.633.682

Kaynak: DTM 2003

Türkiye dış ticaret pazarlama ağı, iç pazara göre farklılıklar göstermekte olup Şekil 4.3'de belirtilmiştir. Ticaret ağının ilk aşamasında, ihracata yönelik üretim yapan üreticiler ve ihracatçı-üretici firmalar bulunmaktadır. Üreticiler ürünlerini ihracatçılara veya ihracatçı-üreticilere vermektedir. İhracata uygun standartlarda olmayan veya ihraç edilemeyen ürünler iç piyasaya verilmektedir. İhracatçılar tarafından alınan ve ihracatçı-üreticiler tarafından üretilen ürünler, yurt dışındaki toptancılara, firmaların yurt dışında kurdukları ve kendi şirketlerine ait aracı kurumlara, ihracatın yapıldığı ülkenin ithalatçısına, ihracatçı ve ihracatçı-üreticilerin irtibat kurduğu şahıslara ürünlerini göndermektedir. Eski doğu bloğu ülkeleri olan Rusya, Romanya, Ukrayna gibi ülkelerde pazarlama henüz tam olarak gelişmediğinden bu ülkelerde ihracat kişiler vasıtasıyla yapılmaktadır.



Şekil 4.3. Türkiye kesme çiçek dış ticaret ağı

Yurtdışındaki toptancılara gelen kesme çiçekler buradan perakendecilere oradan da son aşama olan tüketicilere ulaşmaktadır. Aracı kurumlara gönderilen ürünler ise aynı ticaret ağını izlemektedir. Eski doğu bloğu ülkeleri olan Rusya, Romanya, Ukrayna vb. ülkelere yapılan kesme çiçek ihracatı ise biraz farklılık göstermektedir. Nitekim şahıslar söz konusu ülkelere kesme çiçek almak için Türkiye'ye gelmekte ve ürünleri yetiştiricilik ortamında görerek dış satım bağlantısı yapmaktadır. Bu ülkelerde ticaret ağının yetersizliği ihracatın bu şekilde yapılmasının başlıca nedenleri arasındadır.

Antalya ilinde 1980'li yıllarda uluslararası havaalanının büyük ölçüde işlerlik kazanması ve kesme çiçek üretimine yönelik büyük üretici firmaların devreye girmesi ile Antalya ili en önemli kesme çiçek üretim merkezi haline gelmiştir (Baktır 1990).

Türkiye'nin 1985 yılında bir ihracatçı firma ve 6,5 milyon dal ile başlayan ihracata yönelik kesme çiçek üretimi hızla artarak günümüzdeki değerlerine kavuşmuştur (Çizelge 4.8).

Çizelge 4.8. İhracata yönelik Türkiye kesme çiçek üretim ve ihracat miktarındaki gelişmeler

Yıllar	Üretim Alanı (dekar)	İhracatçı Sayısı (adet)	İhraç edilen dal sayısı (milyon adet)
1985-86	70	1	6.5
1986-87	160	1	10.5
1987-88	380	3	32.0
1988-89	800	5	76.0
1989-90	850	12	88.0
1990-91	1.150	17	103.0
1991-92	1.480	19	125.0
1992-93	1.527	26	135.0
1993-94	1.591	33	140.0
1994-95	1.850	35	134.0
1995-96	1.942	38	151.0
1996-97	2.200	44	140.0
1997-98	2.300	51	156.0
1998-99	2.400	54	164.0

Kaynak: Anonim 1999

Antalya ili, kesme çiçek ihracatında ülkede önde gelen iller arasındadır. Nitekim 1999 yılında yapılan ihracatın % 80'i Antalya ilinden yapılmıştır (Anonim 2003-b). Bunun gerçekleşmesinde dış pazar organizasyonunu sağlaması nedeniyle Antalya Kesme Çiçek İhracatçıları Birliği'nin payı çok fazladır.

İhracatçı Birlikleri T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlı kuruluşlar olup Türkiye'de 13 adet İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği ve genel sekreterliğe bağlı 56 adet ihracatçı birliği bulunmaktadır (DTM 2003).



1968 yılında kurulan Antalya İhracatçılar Birliği'nin bünyesinde üç adet ihracatçı birliği bulunmaktadır. Bunlar; Antalya Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçılar Birliği, Antalya Yaş Meyve ve Sebze İhracatçılar Birliği ve Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği'dir.

Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği daha önceleri Antalya Yaş Meyve ve Sebze İhracatçılar Birliği bünyesinde faaliyet gösterirken 1999 yılında tek başına alanında faaliyet göstermeye başlamıştır. Günümüzde de Antalya İhracatçılar Birliği bünyesinde faaliyetlerine devam etmektedir.

Çizelge 4.9. Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliğine kayıtlı ihracatçı firmalarının illere göre dağılımı (adet, %)

İller	İhracatçı Firma Sayısı (Adet)	Pay (%)
Antalya	70	55,5
İzmir	18	14,3
İstanbul	11	8,7
Yalova	6	4,8
Muğla	5	3,9
Adana	3	2,4
Manisa	3	2,4
Trabzon	2	1,6
Ankara	2	1,6
İçel	1	0,8
Denizli	1	0,8
Uşak	1	0,8
Kocaeli	1	0,8
Bursa	1	0,8
Giresun	1	0,8
<b>Toplam</b>	<b>123</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: Anonim 2002



Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği'ne kayıtlı 123 adet kesme çiçek ihracat yapan firma kayıtlıdır. Bu ihracatçı firmalardan 70 adedi (% 55,5) Antalya ilinde bulunmakta olup İzmir'de 18 adet ve İstanbul'da ise 11 adet ihracatçı firma faaliyet göstermektedir (Çizelge 4.9).

Antalya İhracatçılar Birliği'nin kayıtlarına göre 2001 ve 2002 yılı ihracat değerleri Çizelge 4.10'da incelenmiştir. Buna göre birlikten 2001 yılında yaklaşık 130 milyon ABD \$'lık ihracat yapılmış olup bu ihracatın üçte ikisi (% 67,3) tarım ürünleri ihracatıdır. Bu oran tarımın Antalya ekonomisindeki önemini göstermektedir. Belirtilen oran sadece tarım ürünleri ihracatını kapsamakta olup tarıma dayalı sanayi ürünleri ihracatı da bu değere eklendiğinde toplam ihracat içindeki tarım kaynaklı pay % 92,4'e ulaşmaktadır. Antalya İhracatçılar Birliği'nin 2002 yılında toplam ihracatı ise bir önceki yıla göre % 23 artarak yaklaşık 160 milyon ABD \$'na ulaşmıştır. Aynı dönem içerisinde ise kesme çiçek ihracatı % 39 artarak yaklaşık 20 milyon ABD \$'ını geçmiştir.

Çizelge 4.10. Antalya İhracatçılar Birliği kaynaklı ihracat ürünleri ve değerleri (değer FOB \$)

Sektörler	2001		2002		Değişim (%)
	Değer (ABD \$)	Pay (%)	Değer (ABD \$)	Pay (%)	
<b>I. TARIM</b>	<b>87.645.206</b>	<b>100,0</b>	<b>96.612.499</b>	<b>100,0</b>	<b>10,0</b>
<b>A. BİTKİSEL ÜRÜNLER</b>	<b>87.534.244</b>	<b>99,9</b>	<b>96.358.490</b>	<b>99,7</b>	<b>10,0</b>
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.474.686	1,7	1.729.723	1,8	17,0
Yaş Meyve ve Sebze	70.390.979	80,3	69.976.158	72,4	-1,0
Meyve Sebze Mamulleri	713.976	0,8	3.920.693	4,1	449,0
Kuru Meyve ve Mamulleri	67.745	0,2	76.760	-	13,0
Fındık ve Mamulleri	0	-	0	-	0,0
Zeytinyağı ve Zeytin	0	-	0	-	0,0
Tütün	0	-	0	-	0,0
<i>Kesme Çiçek</i>	<i>14.886.858</i>	<i>17,0</i>	<i>20.655.155</i>	<i>21,4</i>	<i>39,0</i>
<b>B. HAYVANSAL ÜRÜNLER</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>31.824</b>	<b>-</b>	<b>100,0</b>
Canlı Hayvan, Su Ürünleri ve Mahsulleri	0	-	31.824	-	100,0
<b>C. AĞAÇ ve ORMAN ÜRÜNLERİ</b>	<b>110.962</b>	<b>0,1</b>	<b>222.185</b>	<b>-</b>	<b>100,0</b>
Ağaç Mahsulleri ve Orman Ürünleri	110.962	0,1	222.185	-	100,0
<b>II. SANAYİ</b>	<b>42.601.684</b>	<b>-</b>	<b>63.795.979</b>	<b>-</b>	<b>90,0</b>
<b>A. TARIMA DAYALI İŞLENMİŞ ÜRÜNLER</b>	<b>32.756.900</b>	<b>-</b>	<b>45.514.021</b>	<b>-</b>	<b>39,0</b>
Tekstil ve Hammaddeleri	32.147.590	-	44.333.664	-	38,0
Deri ve Deri Mamulleri	376.586	-	484.925	-	29,0
Halı	232.723	-	695.433	-	199,0
<b>B. Diğer</b>	<b>9.844.784</b>	<b>-</b>	<b>18.281.958</b>	<b>-</b>	<b>85,7</b>
<b>III. MADENCİLİK</b>	<b>10.959</b>	<b>-</b>	<b>18.808</b>	<b>-</b>	<b>72,0</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>130.257.848</b>	<b>-</b>	<b>160.426.886</b>	<b>-</b>	<b>23,0</b>

Kaynak: Anonim 2003-b.

Kesme çiçek ihracatı 2001-2002 yılları arasında % 39 oranında artarken toplam ihracat % 23 artmıştır. Kesme çiçek ihracatı 2001 yılında toplam tarım ürünleri ihracatı içerisinde % 17 pay alırken 2002 yılında bu pay % 21,4'e çıkmıştır. Ayrıca 2001 yılında toplam ihracat içerisinde kesme çiçek ihracatının payı % 11,4 iken 2002 yılında bu oran % 12,9'a kadar yükselmiştir (Anonim 2003-b).

Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği'nin 2002 yılı kayıtlarına göre birliğin türler itibariyle gerçekleştirmiş olduğu ihracat miktar ve değerleri Çizelge 4.11'de verilmiştir. Buna göre 1999 yılında yaklaşık 119 milyon dal kesme çiçek ihraç eden birlik 2002 yılında ihracatını % 57,2 arttırarak yaklaşık 187 milyon dal'a çıkarmıştır. Aynı dönem içerisinde karanfil ihracatı % 57,4'lük artışla en önemli ihraç edilen tür olarak görülmektedir. Karanfil ihracatının 1990'lı yılların başında % 90'larda olan ağırlığı sonraki yıllarda daha da artmıştır (İGEME 2003). Nitekim 2002 yılında toplam kesme çiçek ihracatının % 91,9'unu karanfil oluşturmaktadır.

Çizelge 4.11. Türkiye kesme çiçek ihracat miktar ve değerleri (2002)

Kesme çiçek ve türleri	Miktar (dal adeti)	Değer (FOB ABD \$)
Karanfil	181 275 190	10 003 430
Gül	1 755 130	176 660
Krizantem	33 774	3 824
Orkide	190 231	9 358
Glayöl	17 820	1 496
Taze Olmayan Kesme Çiçekler	670 572	114 711
Diğer Taze Kesme Çiçekler	3 407 930	323 086
<b>Kesme Çiçek Toplamı</b>	<b>187 350 647</b>	<b>10 632 565</b>

Kaynak: Anonim 2003-b

Ayrıca 1990 yıllarında başlayan ve günümüzde de devam eden ve başta Rusya olmak üzere eski Doğu Bloğu ülkelerine bavul ticareti olarak isimlendirilen yolla ayrıca sınır ticareti ile önemli miktarlarda kesme çiçek ihraç edildiği bilinmektedir. İhraç

edilen bu ürünler kayıt dışında kalmakta olup bu yolla ihraç edilen ürünlerin değer ve miktarları bilinmemektedir.

Türkiye kesme çiçek ihracatında 1997 yılı verilerine göre İngiltere % 68,3, Hollanda % 15,5, Japonya % 7,1 pay alırken 1999 yılında % 61,7'lik pay ile İngiltere'nin payı azalmış olup İngiltere'yi % 16,9 pay ile Hollanda izlemektedir (İGEME 2003).

Antalya Kesme Çiçek İhracatçıları Birliği'nin son üç yıllık kesme çiçek ihracat verileri Çizelge 4.12'de verilmiştir. İngiltere miktar bazında ki 2001-2002 yılları Türkiye toplam ihracatının yaklaşık yarısını alırken, Hollanda 2000-2001 yıllarında % 30 pay almaktadır. Hollanda'nın 2002 yılında payı % 20,9 olmuştur. Değer bazında ki ihracatta ise İngiltere'nin Türkiye toplam kesme çiçek ihracatı içerisindeki payı % 30'lar dolayında olup İngiltere'yi Hollanda takip etmektedir.

İngiltere'nin Türkiye kesme çiçek ihracatı içerisinde aldığı bu payın başlıca nedenleri arasında; İngiltere'de kişi başına kesme çiçek tüketiminin diğer Avrupa ülkelerine göre düşük olması, tüketici tercihlerinin Türkiye'de üretilen türlere uygun olması ve Türkiye şartlarında (özellikle de Antalya'da) üretimin ısı kontrolü yapılmaksızın gerçekleştirilebilen sprey karanfil yönünde yoğunlaşmış olması bulunmaktadır. Hollanda'ya yapılan ihracat, bu ülkenin sahip olduğu mükemmel dağıtım ağı yanında Türkiye'nin ihraç ürünlerinin düşük fiyat bulması nedeniyle istenilen seviyeye ulaşamamaktadır. Taşıma konusunda sağlanan gelişmeler Japonya'ya Türk çiçekleri ihracatını arttırmış ve Japonya'nın Türkiye ihracatında % 10 dolayında pay alarak üçüncü önemli ülke konumuna gelmesini sağlamıştır (Türkay 2000).

Çizelge 4.12. Türkiye'nin yıllara ve ülkelere göre kesme çiçek ihracat miktarları (dal adet) ve değeri (FOB ABD \$)

ÜLKELER	2000				2001				2002			
	MİKTAR (Dal)	Pay (%)	DEĞER (ABD \$)	Pay (%)	MİKTAR (Dal)	Pay (%)	DEĞER (ABD \$)	Pay (%)	MİKTAR (Dal)	Pay (%)	DEĞER (ABD \$)	Pay (%)
İngiltere	74.047.893	49,1	4.157.165	32,1	85.539.254	47,0	4.927.050	33,1	123.526.703	51,3	7.264.236	35,2
Hollanda	45.547.951	30,2	3.892.692	30,0	54.704.226	30,1	5.033.053	33,8	50.262.788	20,9	6.050.277	29,3
Japonya	13.283.215	8,8	2.056.044	15,9	10.837.189	6,0	1.501.911	10,1	12.801.164	5,3	1.521.067	7,4
Rusya	7.970.100	5,3	587.592	4,5	6.630.270	3,6	591.747	4,0	21.936.309	9,1	976.864	4,7
Almanya	2.749.469	1,8	734.462	5,7	3.559.260	2,0	950.625	6,4	4.061.835	1,7	2.740.543	13,3
Yunanistan	745.960	0,5	59.161	0,5	4.826.830	2,7	134.953	0,9	15.871.297	6,6	503.989	2,4
Ukrayna	572.200	0,4	52.709	0,4	837.450	0,5	45.522	0,3	1.944.725	0,8	109.084	0,5
Romanya	325.500	0,2	35.962	0,3	8.130.300	4,5	501.937	3,4	6.012.870	2,5	123.590	0,6
Diğer	5.564.938	3,7	1.384.787	10,7	6.785.389	3,7	1.200.098	8,1	4.551.302	1,9	1.365.532	6,6
<b>Toplam</b>	<b>150.807.226</b>	<b>100,0</b>	<b>12.960.574</b>	<b>100,0</b>	<b>181.850.168</b>	<b>100,0</b>	<b>14.886.896</b>	<b>100,0</b>	<b>240.968.993</b>	<b>100,0</b>	<b>20.655.182</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: Anonim 2003-b

Japonya'ya yapılan ihracatta Japonlar kalite ve hijyen gibi konularda titiz davranmalarından dolayı İngiltere'ye yapılan kesme çiçek ihracatına göre daha az ihracatçı firma tarafından tercih edilmektedir. Romanya'ya yapılan ihracat düzenli değildir ve bu pazardan ancak yılın belli günleri için çiçek talep edilmektedir (Candemir 1998).

#### 4.1.4.2. Dış ticaret politikaları, ihracat teşvikleri ve kesme çiçek

Dış ticaret politikası bir ülkenin dış ekonomik ilişkilerini düzenleyen önlemlerdendir. Daha geniş tanımlamaya göre dış ticaret politikası, bilançonun cari işlemler hesabında ihracat ve ithalat kalemleri üzerindeki tüm hükümet faaliyetlerini kapsayan bir çeşit ekonomi politikasıdır (Karluk 1998).

Dış ticaret politikalarının temel amaçları şunlardır;

- ◆ Dış ödemeler dengesizliğini gidermek
- ◆ Dış rekabetten iç piyasayı korumak
- ◆ Ekonomik kalkınmayı sağlamak
- ◆ Piyasa aksaklıklarını gidermek
- ◆ Ekonominin liberalleşmesini sağlamak
- ◆ Ekonomik istikrarı sağlamak
- ◆ Hazineye gelir sağlamak
- ◆ Sosyal ve siyasal nedenlerdir.

Devletin dış ticarete müdahale için kullandığı geleneksel araçlar gümrük tarifeleridir. Ancak zamanla gümrük tarifelerinin etkisi azalmış bunun yerine çok sayıda yeni araç ve düzenlemeler ortaya çıkmıştır. Bunlar aşağıda sınıflandırılmıştır (Seyidoğlu 2001);



- ◆ Gümrük tarifeleri
- ◆ Tarife dışı araçlar
  - Miktar kısıtlamaları
  - Tarife benzeri faktörler
  - Görünmez engeller
  - Gönüllü ihracat kısıtlamaları
- ◆ İhracatı özendirmek
- ◆ Bağlı ticaret

Tarım ürünlerinde uygulanan dış ticaret politikaları genelde uygulanan dış ticaret politikaları kapsamında yer alan stratejilere göre düzenlenmektedir. Ancak genel politikalar paralel bir takım ayrı düzenlemeler de olabilmektedir. Tarım ürünleri dış ticaret politikalarını dış satım politikaları ve dış alım politikaları olarak iki kısma ayırılır (Sayın 2003).

Dış satım politika ve araçları;

- ◆ Önlemler
  - Yasak ve Ön İzinler
  - Kayda Bağlı Olma
  - Zorunlu Standartlar
  - Hayvan Sağlık Sertifikası
  - Bitki Orjin Sertifikası
  - Kota ve Tarife Kontenjanı
- ◆ Teşvikler
  - *İhracat İadesi Yardımları*
  - Diğer Devlet Yardımları
  - İhracat Kredi Desteği
  - Vergi, Resim ve Harç İstisnası
  - İhracatta KDV İstisnası
- ◆ Kesintiler
  - DEFİF Kesintileri

Dış alım politika ve araçları ise;

◆ Önlemler

- Gümrük Vergileri
- Kontrol Belgesi (Kalite/ Sağlık -- TKB)
- Kontrol Belgesi (Standart -- DTM)
- Uygunluk Belgesi (Standart -- TSE)
- Gözetim ve Koruma
- Kota ve Tarife Kontenjanları olarak sınıflandırılır.

İhracatta uygulanan devlet yardımları, dış ticaret politikaları içerisinde yer almaktadır. Türkiye'de tarım ürünlerine yönelik teşvikler, tarım ürünlerinin ticaretini uluslararası kurallara bağlayan Dünya Ticaret Örgütü (DTO) Tarım Anlaşması çerçevesinde sağlanmaktadır.

Her yıl değişen ihracat rejimleri nedeniyle bazı ihracat teşviklerine son verilmiştir. Türkiye 1985 yılında Gümrük Tarifeleri Ticaret Genel Anlaşması (GATT) ile saptanan sübvansiyonlarla ilgili kararlara uyacağı konusunda taahhütte bulunmuştur. Böylece 9 maddeden oluşan ihracat sübvansiyonlarının 10 yıl içinde kademeli olarak yürürlükten kaldırılması uygulamaya konmuştur. 1995 yılı Ocak ayında yeniden düzenlemeye gidilerek ihracatın doğrudan parasal teşviklerle desteklenmesinden kaçınılmıştır. Bu aşamada tarım ürünlerinin ihracatı ile ilgili olarak ihracat iadesi yardımları ve araştırma, geliştirme yardımlarıyla ilgili kararlar alınmıştır (Tufan vd. 1996).

İhracata uygulanan teşvikler; özel ihracat fonu (ihracat teşvik fonu), navlun primi (uzak yol primi), kurumlar vergisi istisnası, vergi resim ve harç istisnası, gümrük vergisi fon muafiyeti (gümrük muafiyeti ithalatı), konut fonu muafiyeti şeklinde devam ettirilmektedir.

Genel olarak yatırımlara; yatırım indirimi, gümrük vergisi ve toplu konut fonu istisnası, KDV istisnası, vergi-resim ve harç istisnası, enerji desteği, arsa tahsisi ve yatırımlara teşvik fonundan kredi tahsisi gibi teşvikler uygulanmaktadır.



DTÖ Tarım Anlaşması'nın ihracat sübvansiyonlarının düzenlendiği V. Bölüm 8. maddesi uyarınca ülkeler, anlaşma ile uyumlu sübvansiyon sağlama yükümlülüğünü üstlenmişlerdir.

Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımları, Bakanlar Kurulu'nun 11.01.1995 tarihli ve 94/6401 sayılı "İhracata Yönelik Devlet Yardımları" kararına dayanarak Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu Kararı olarak uygulanmaktadır (Anonim 1995).

Son yıllarda tarım ürünleri toplam talebinde çok fazla değişim olmaz iken tarıma dayalı sanayi ürünleri içinde bulunan işlenmiş ürünlere olan talep hızla artmaktadır. Türkiye'nin tarım potansiyeli göz önünde bulunduracak olursak, tarıma dayalı sanayi ürünleri olan işlenmiş tarım ürünleri mevcut durumundan daha ileri düzeye gelmesi olanaklıdır. Bundan dolayı Türkiye, ülkeye istihdam ve katma değer sağlayan bu sektörü uluslararası kurallar ve anlaşmalar çerçevesinde politikalar oluşturmakta ve uygulamaktadır.

Tarımsal ürünlerin ihracatında mahsup ve nakit ödeme olmak üzere iki farklı sistem uygulanmaktadır. İşlenmiş tarım ürünleri ihracatına mahsup yoluyla ihracat iadesi sağlanmakta olup yaş meyve sebze ürünleri ihracatına nakit ödeme yapılmaktadır (DTM 2003).

Uygulanan yöntem şu şekildedir. Mahsup sisteminde firmalara nakit ödeme yapılmamakta, ihracatçı birlikler tarafından hesaplanarak Merkez Bankasına bildirilen firma alacaklarından kurumlar vergisi, gelir vergisi, SSK primleri, haberleşme giderleri, elektrik doğalgaz giderlerinin mahsup edilmesi suretiyle ihracat iadesi yardımı sağlanmaktadır (DTM 2003).

Mahsup sistemi çerçevesinde işlenmiş tarım ürünlerine sağlanan ihracat iadesi yardım oranı ise ürünün birim ihraç fiyatının yaklaşık % 3-9'u düzeyinde gerçekleşmektedir.

Diğer taraftan, uluslararası pazarlarda ihracatçı firmaların rekabet üstünlüğünün artırılması ve ülke üreticilerinin uluslararası pazarlardaki talebe uygun kalitede üretim yapmalarının teşvik edilmesi amacıyla, "İhracat Bağlantılı Sözleşmeli Tarımsal Üretimin Desteklenmesi Uygulaması" 26 Ocak 2001 tarih ve 242999 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2001/1 sayılı Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu Tebliği kapsamında başlatılmış ve devam etmektedir.

Ayrıca söz konusu sistem çerçevesinde kesme çiçek, dondurulmuş veya kurutulmuş sebzeler, dondurulmuş meyve ve sebze ile meyve ve sebze işleme sanayine dayalı gıda maddelerinin ihracat bağlantılı tarımsal üretim sözleşmesi kapsamında temin edilerek ihraç edilmeleri halinde mevcut tebliğde yer alan ihracat iade miktarları % 40 oranında artırılarak ödenmektedir.

Hesaplanacak % 40'lık artış tutarının % 80'i üreticiye nakit olarak ödenmekte, % 20'si ise ihracatçı firma adına açılmış olan mahsup hesaba alacak olarak kaydedilmektedir (İGEME 2002).

İhracata yönelik devlet yardımlarının temel amacı, KOBİ niteliğindeki firmalar başta olmak üzere, ihracatçı firmaların ihracata yönelik faaliyetlerini gerek üretim gerekse pazarlama aşamalarında destekleyip, uluslararası pazarlamada karşılaştıkları sorunların giderilmesine yardımcı olmak ve rekabet gücü kazanmalarına olanak sağlamaktır (İGEME 2003).

"İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı" kapsamında 13 adet destek programı uygulanmaktadır (İGEME 2003). Bunlar;

**a. Araştırma Geliştirme (AR-GE) Yardımları:** Sanayi kuruluşlarının, yeni bir ürün üretilmesi, ürün kalitesi veya standardının yükseltilmesi, maliyet düşürücü ve standart yükseltici mahiyete yeni teknikler uygulanması, üretimle ilgili olarak yeni bir teknoloji geliştirilmesi veya yeni teknolojinin yurt koşullarına uyumu konusunda bilimsel esaslara uygun ve araştırma geliştirme faaliyetlerinin her aşamasını

belirleyecek mahiyette hazırlanacak çalışma ve teknoloji uyarlamasına ilişkin harcamaların karşılanması amacıyla verilmektedir.

**b. Uluslararası Nitelikteki Yurtiçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi:** Uluslararası nitelikteki yurtiçi ihtisas fuarlarının dış tanıtımının yapılması, uluslararası düzeyde katılımın artırılması amacıyla verilmektedir.

**c. Yurtdışında Milli Veya Bireysel Düzeyde Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi:** Yurtdışına düzenlenecek fuar ve sergilere katılımın artırılması amacıyla verilmektedir.

**d. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi:** Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ)'lerin, Türk Standartları Enstitüsü (TSE) veya akredite edilmiş kuruluşlardan alacakları kalite güvence sistemi (ISO 9000 serisi), çevre yönetim sistemi belgeleri sistemi (ISO 14000 serisi) ve Avrupa Birliği tarafından onaylanmış kuruluşlardan alacakları CE işareti ile Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından uygun görülen uluslararası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgelerinin alınması sırasında yaptıkları belgelendirilmiş harcamaların (sadece belgelendirme masraflarının) desteklenmesi amacıyla verilmektedir.

**e. Pazar Araştırması Desteği (Pazar Araştırması Projelerinin Desteklenmesi):** Yeni ihraç pazarları yaratmak ve geleneksel pazarlarımızda pazar payını artırmak maksadıyla, KOBİ/SDŞ/ÜD'ün sistematik yöntemlerle yaptıkları pazar araştırmalarının teşvik edilmesi ve yaygınlaştırılması amacıyla verilmektedir.

**f. Pazar Araştırması Desteği (KOBİ'ler Arasında Uluslararası İşbirliği Faaliyetlerinin Desteklenmesi):** KOBİ'ler arası işbirliği sağlamaya yönelik faaliyetlere katılımı desteklemek amacıyla verilmektedir.

**g. Eğitim Yardımı:** KOBİ, Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ) ile bu şirketlerin ortağı bulunan şirketlerin, münhasıran dış ticaret konulu eğitim faaliyetlerine ilişkin harcamaların desteklenmesi amacıyla verilmektedir.

**h. İstihdam Yardımı:** SDŞ statüsünü haiz şirketlerin münhasıran dış ticarete ilişkin işlerini yürütmek üzere, konusunda tecrübeli ve yüksek öğrenimli yönetici ve eleman istihdamının sağlanması.

**i. Yurtdışında Ofis Mağaza Açma, İşletme ve Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi:** Türkiye’de faaliyette bulunan şirketlerin yurtdışı pazar payını artırmalarını ve ürünlerimizin tanıtımının yapılmasını teminen yurtdışına şirket kurma, depo-mağaza açma, işletme ve tanıtım giderlerinin karşılanması amacıyla verilmektedir.

**j. Patent, Faydalı Model Belgesi ve Endüstriyel Tasarım Harcamalarının Desteklenmesi:** İhracat potansiyeli bulunan, teknoloji yoğun yeniliklerin, yeni ürünlerin ve yöntemlerin geliştirilmesinin desteklenmesi amacıyla verilmektedir.

**k. Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaştırılması, Tanıtım ve Tutundurulması İle Türk Malı İmajının Yerleştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Desteklenmesi:** Türkiye’de kendi unvan ve/veya markasıyla ticari ve/veya sinayi faaliyette bulunan şirketler ile SDŞ’nin uluslararası pazarda ürünlerine Türk malı imajı ve marka oluşturmak amacıyla yurtdışına yapacakları marka tescili dahil tanıtım tutundurma ile Türk malı imajının yerleştirilmesine yönelik faaliyetlerin dolayısıyla yaptıkları harcamaların karşılanması amacıyla verilmektedir.

**l. Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaştırılması, Tanıtım ve Tutundurulması İle Türk Malı İmajının Yerleştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Desteklenmesi Hakkında 2000/3 Sayılı Tebliğ Kapsamında Turquality-Form Turkey İbaresinin Kullanılmasına Dair Tebliğ:** Türk ürünlerinin yurtdışında markalaştırılması, tanıtım ve tutundurulması ile Türk malı imajının yerleştirilmesine yönelik olarak, firmaların ürünlerinin etiketinde, ambalajında ve/veya doğrudan ürünlerin üzerinde Turquality-Form Turkey ibaresinin kullanılmasıdır.

**m. Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımları:** Bazı tarımsal ürünlerin ihracatının desteklenmesidir. Bu desteklemeden tarımsal ürünleri ihracatçı firmalar



yararlanabilmektedir. Genellikle yardım kapsamına alınan tarım ürünleri şunlardır: Buket yapmaya elverişli veya süs amacıyla uygun cinsten çiçekler ve tomurcuklar, sebzeler, kurutulmuş sebzeler, meyveler ve sert çekirdekli meyveler, dondurulmuş meyve ve sebze ile meyve ve sebze işleme sanayine dayalı gıda maddeleri, reçel, jöle, marmelat, meyve veya sert kabuklu meyve ve püreleri veya postları, meyve suları, meytinyağı, hazırlanmış, konserve edilmiş balıklar, kümes hayvanlarının etleri, bal, yumurta, çikolata veya kakao içeren gıda müstahzarları, bisküviler, gofretler, makarnalardır.

İhraç edilen ürünlerin ihracat miktarları ve değerleri göz önüne alınarak hesaplanan tutarlar, ihracatçıların kamu kuruluşlarına yapmış oldukları vergi, SSK primi, haberleşme ve enerji giderleri ödemelerden mahsup edilmektedir.

Türkiye’de doğrudan kesme çiçek üretiminin geliştirilmesine yönelik olarak uygulanmış olan destekleme programı yoktur. Ancak devlet genel olarak küçük ve orta ölçekli işletmelere sağladığı teşvik ve desteklerden kesme çiçek üreticileri de yararlanmaktadır (Sayın vd. 2002).

Türkiye’deki kesme çiçek üretiminin büyük çoğunluğu sözleşmeli yetiştiricilikle gerçekleştirilmektedir. Üretimin de önemli bir bölümü ihraç edilmektedir. Dolayısıyla ihracata yönelik yetiştiricilik “üretici-ihracatçı” arasındaki sözleşmelerle sağlanmaktadır. Kesme çiçekte dış satıma yönelik devlet yardımları ise önceleri sadece ihracatçılara verilmekteyken günümüzde hem üreticiye hem de ihracatçıya devlet yardımları verilmesini öngören yeni bir uygulamaya gidilmiştir. Bu uygulama kapsamında ihracatçıların daha sağlıklı kayıt sistemine alınıp izlenmesi amacı da bulunmaktadır. Bunun yanında gerçek üretim miktarının belirlenmesi ve gerçek üretici-ihracatçı yapıya teşvikin yönlendirilmesi yeni düzenlemenin diğer amaçları arasındadır (Sayın vd. 2002).

#### 4.1.5. Sözleşmeli yetiştiricilik uygulaması

##### 4.1.5.1. Tarımda sözleşmeli yetiştiriciliğe genel bakış

Dünyada, gelişmiş ülkelerde olduğu kadar gelişmekte olan ülkelerde de geniş bir uygulama alanı bulunan sözleşmeli yetiştiricilik, gerek üretici gerekse alıcı kurum açısından çeşitli risklere karşı avantaj sağlamaktadır (Ceylan 1998). Sözleşmeli üretim, üreticiye ürününü satma ve pazar bulma olanağı, alıcı kuruma ise ürün temini olanağı yaratmaktadır.

Daha az sermaye ile üretim yapan küçük ölçekte üretimde bulunan üreticiler için en önemli sınırlılıklar; üretim vasıtalarının temini ve pazarda yer alabilmektir. Her iki unsur açısından da etken olabilmek için üreticilerin kredi, teknik yardım ve girdi temini konularında destek sağlayan ve ürünleri pazarlayabilmeleri için risk ve belirsizlikleri azaltan mekanizmalara ihtiyaç vardır. Üretimi yapılan ürünler için sağlanan alım garantisi, özellikle pazar ekonomisi koşullarında üretici açısından sözleşmeli tarımın en önemli avantajlarından biridir (Ceylan 1998).

Sözleşmeli yetiştiricilik tarım sektöründe Avrupa'da ve Kuzey Amerika'da görülen ve gelişen tohumculuk sektörüne dayanmaktadır. Sözleşmeli tarım 20. yy sonlarına doğru Batı Avrupa, Kuzey Amerika ve Japonya'da gıda sanayisinin kritik bir unsuru haline almıştır.

Sözleşmeli yetiştiricilik çeşitli literatürlerde farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bir tanıma göre sözleşmeli tarım; tarımsal faaliyetlerin ticari özellik kazanması ve tarımsal ürünlerin işlenerek tüketiciye sunulmasında piyasa ekonomilerinde ortaya çıkan yapısal uygulamalardan birisi olarak tanımlanmaktadır (Rehber 1996-a). Diğer bir tanımda ise sözleşmeli tarım; üreticiler ve diğer firmalar arasında sözlü veya yazılı olarak gerçekleştirilen ve bir tarımsal ürünün üretim ve pazarlanması ile ilgili bir veya daha fazla koşulu belirleyen anlaşmalar şeklinde tanımlanmaktadır (Rehber 1996-b).

Güney Amerika, Afrika ve Doğu Asya'da bir çok gelişmekte olan ülkede sözleşmeli tarım, tarımın ve gıda sanayinin itici gücü olarak uygulanmaktadır. Türkiye'de ise sözleşmeli tarım uygulamalarının başlangıcı olarak, ilk şeker fabrikasının kuruluş yılı olan 1926 yılı kabul edilebilir. Sözleşmeli tarım, tohumculuk alanında ve özellikle 1960 sonrası gıda sanayinin gelişmesine paralel olarak sebze meyve işleme sanayi ve broiler üretiminde önemli ölçüde yaygınlık göstermektedir.

Ray (1963), sözleşmeli tarımı doğuran nedenleri şu şekilde sıralamıştır;

a. Tüketici pazarındaki tüketicinin daha bilinçli hale gelmesi, oluşan talebin sürekli karşılanabilmesi, kalite ve istenilen miktarda üretim yapılabilmesi,

b. Yeni üretim tekniklerinin uygulamaya hızlı bir şekilde aktarılmasının önemli yollarından birisi olması,

c. Sürekli, istenilen miktar ve kalitede girdi sağlanmasının en etkin yollardan birisi olması,

d. Sözleşmeli tarımla işletmelerin sermaye ve yönetim açısından önemli eksikliklerinin giderilebilmesi,

e. Riskin azaltılması, maliyetin düşürülmesi, yönetim şeklinin iyileştirilmesi, pazarlık gücü kazanılması gibi faktörler olarak sıralanmaktadır.

Üretim yönetimi açısından ele alındığında sözleşmeli tarımın iki ana tipi bulunmaktadır. Bunlar sınırlı sözleşme ve tam yetkili sözleşmedir.

a. **Sınırlı Sözleşme (Limited Management Contracts):** Çiftçi bir takım girdiler olarak sözleşme yapar. Burada ödeme garantisi yoktur. Çiftçiler sadece aldığı girdiler nedeniyle bir ilişki içine girer ve aldığı girdilerden dolayı borçtan sorumludur. Diğer yandan tam bir güvence taşımayan alım sözleşmeleri de bu grupta sayan görüşler vardır.

bu sözleşmesi ile çiftçinin belirli nitelikte ürün için bir pazar garantisini sağlar.

**1. Tam yetkili sözleşme (Full Management Contracts):** Bu şekilde çiftçi, belirli firma ile belirli bir üretim miktarı üzerinden sözleşme yapar. Bu durumda çiftçi sözleşme ile belirlenen bir dizi kuralı izlemek zorundadır. Sözleşmeyle çiftçi bir takım risklerden korunurken ekonomik bir güvenceye de kavuşmaktadır (Rehber 1998).

Sözleşmeli tarım ve Türkiye'deki uygulamaları konusunda yapılan araştırma ve incelemeler özellikle 1980'li yıllarda bir ivme kazanmıştır. Türkiye'de sözleşmeli tarım uygulamalarının tarihsel geçmişi çok daha eski olmasına karşın bu alandaki çalışmaların son dönemde artmasının belki de en önemli gerekçesi, özel sektörün ve gıda sanayinin gelişimi ve bu gelişimi destekleyici hükümet politikalarının giderek ivme kazanmasıdır (Ceylan 1998).

Sözleşmeli yetiştiricilik, ülkeler itibariyle değişmekle birlikte hemen hemen her ülkede uygulama alanı bulmuştur. Türkiye'de sözleşmeli üretim en yaygın olarak meyve-sebze işleme sanayinde ve özellikle de konservecilikte domates işleme sanayinde yapılmaktadır.

#### 4.1.5.2. Kesme çiçek üretiminde sözleşmeli yetiştiricilik uygulaması

Antalya ilinde kesme çiçek yetiştiriciliğinin gelişmesinde, yeni çeşitlerin üretim teknolojilerinin çiftçiler tarafından öğrenilmesinde ve küçük işletmelerin etkin olarak üretim sürecine katılmasında sözleşmeli tarımın önemli etkisi olmuştur (Candemir 1998).

Kesme çiçekte, dış satıma konu olan kesme çiçek alıcısı dış satımı yapan ihracatçı firmalardır. İhracatçı firmalar, sözleşme şartnamesinde üreticiler ile birlikte üretim yapılacak alan ve bu alandan elde edilebilecek dal sayısı miktarını belirler (Örneğin bir hektarlık dekardan 15 bin adet dal çıkabileceği hesaplanması). Sözleşme kapsamında, sözleşmenin başlamasından son dalın kesimine kadar toplanan ürünlerin ihracatçı firmanın



deposuna veya firmanın belirleyeceği alım merkezine belirtilen miktarda teslimi kontratla belirlenir. Sözleşme bu şartlar çerçevesinde yapılmaktadır.

Tarımsal üretimlerin tümü doğal şartlara bağımlı olduğu için sözleşme şartnamesinde, doğal olaylardan (dolu, sel vb.) ürünün tamamen yada kısmen zarar görmesi hali göz önünde bulundurulmuştur. Buna göre üretici üretim döneminde doğal olaylardan etkilenirse, firmanın üreticiden tazminatla sorumlu tutulmayacağı, sadece eğer ihracatçı firma üreticiye üretim döneminde aynı veya nakdi yardımda bulunmuş ise alınacak yardımın buradan tahsil edileceği kontratla belirlenmiştir.

Ayrıca kontratta üreticilerin talepleri de dikkate alınmıştır. Örneğin, üreticilerin firmadan tazminat ödemesi istemeyeceği durumlar ortaya konulmuştur. Bunlar; sosyal olaylar (grev, lokavt vb.), firmalara ait işletmelerin önemli bir teknik arıza nedeniyle hiç veya tam kapasiteyle çalışmaması veya ekonomik şartlar nedeniyle firmanın iflas etmesi, üretim dönemi boyunca uygun şartlar oluşması ile ürün olgunlaşması ve yığılması, ulaşım ve pazarlamada ulaşılabilecek problemler gibi şartlarda üreticinin firmadan herhangi bir tazminatta bulunamayacağı kontratta belirtilmiştir.

Bunun yanı sıra kontratta, sözleşmeli yetiştiricilik yapan üreticinin ihracatçı firmaya taahhüt ettiği dekardan elde edilecek miktardaki kesme çiçeği teslim etmesinin zorunlu olduğu, üreticinin yetiştirdiği ürünü sözleşmenin yürürlükte kaldığı süre içerisinde ihracatçı firma dışındaki üçüncü şahıslara satamayacağı veya devredemeyeceği belirtilmiştir.

Ayrıca kontrat gereği üreticinin sözleşme şartlarına uymaması halinde çeşitli hükümler getirilmektedir. Bu hükümlere göre; üretici sözleşmeli alımdan herhangi bir nedenle vazgeçmesi halinde üretici, şirketçe verilen aynı ve nakdi ödeme tutarınca Merkez Bankası reeskont reisi ile birlikte sözleşmenin kapsam içerisinde imzalanmış olduğu bono ile ödemeyi kabul ve taahhüt etmektedir. Bono tutarı, üreticinin almış olduğu yardım miktarının % 100'ü cezai şart olarak uygulanmaktadır.

## 4.2. Araştırma Bulguları

Yapılan bu çalışmada, metot kısmında da belirtildiği gibi iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Kesme çiçek ihracat yapan firmalar ve bu firmalarla ihracata yönelik devlet yardımları kapsamında sözleşmeli yetiştiricilik yapan kesme çiçek üreticileri ile anket yapılmıştır. Bu nedenle araştırma bulguları iki kısımda sunulmuştur. İlk kısım, ihracatçı firmalar ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler, ikinci kısım ise kesme çiçek üreticilerinden elde edilen verilerdir.

### 4.2.1. İhracatçı firmalarla ilgili bulgular

İzmir'de Antalya Kesme Çiçek İhracatçıları Birliği 2002 yılı verilerine göre toplam 123 adet kesme çiçek ihracatı yapan firma bulunmaktadır. Kesme çiçek ihracatı yapan firmaların tamamı Antalya Kesme Çiçek İhracatçıları Birliği'ne kayıtlı olup Antalya il sınırları içerisinde bulunan ihracatçı firma sayısı ise 70 adettir. Metot kısmında da belirtildiği üzere araştırma 65 adet ihracatçı firma üzerinden yapılmıştır.

#### 4.2.1.1. İhracatçı firmalarla ilgili genel bilgiler

Araştırma yapılan 65 adet kesme çiçek ihracatı yapan firmanın % 53,8'i (35 adet) ihracatın yanında ihracata yönelik kesme çiçek üretimi de yapmaktadır. Buna karşın 30 firma ise sadece ihracat yapmaktadır (Çizelge 4.13).

Çizelge 4.13. Firmaların faaliyet alanları

Faaliyet alanı	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
İhracatçı - Üretici	35	53,8
İhracatçı	30	46,2
Toplam	65	100,0

Hem üretim hem de ihracat yapan firmaların üretim alanları sahil kesiminde ve orifaltında nispeten modern şartlarda yapılırken son yıllarda üretim miktarını arttırmak için yayla kesimlerinde de üretime başlanmıştır. Ancak yayla kesiminde yapılan üretim genelde açık alanda yapılan yetiştiricilikle sınırlı kalmaktadır.

Kesme çiçek ihracatçı firmaların sayısı, kuruldukları 1985 yılından bu yana artmaya devam etmektedir. Araştırma kapsamında bulunan ihracatçı firmaların % 46,1'i kesme çiçek ihracatını 4-6 yıldır, % 23,1'i 7-9 yıldır, % 10,8 ise 10 yıldan fazladır kesme çiçek ihracatı yaptıklarını belirtmiştir. Firmalardan 13 adedinin ise ihracata yeni başlamış olduğu görülmüştür (Çizelge 4.14). Ancak burada 1-3 yıldır ihracat yapan firmaların sahiplerinin bir çoğu, firma olarak yeni olmalarına karşın kesme çiçek ihracatında tecrübeli olduklarını, diğer ihracatçı firma bünyesinde çalışarak deneyim kazandıklarını ve daha sonra bu firmalardan ayrılarak kendi firmalarını kurduklarını belirtmiştir.

Çizelge 4.14. Firmaların kesme çiçek ihracatı yaptıkları yıl sayısına göre durumları

İhracat Yapılan Yıl Sayısı	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
1 - 3	13	20,0
4 - 6	30	46,1
7 - 9	15	23,1
10 +	7	10,8
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

Bazı firmalar, ihracatın yanında kendileri de kesme çiçek üretimi yapmaktadır. Örneğin görüşme yapılan firmaların % 16,9'u kendilerinin ürettiği, % 47,7'si ihracata yönelik üretim yapan üreticilerden aldıkları ve % 35,4'ü ise hem kendi üretimleri hem de ihracata yönelik kesme çiçek üreten diğer üreticilerden aldıkları ürünü ihraç ettikleri saptanmıştır (Çizelge 4.15).

Çizelge 4.15. Firmaların kesme çiçek temin yolları

Ürünün Alım Kaynağı	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Diğer Üreticilerden	31	47,7
Kendi Üretimi + Diğer Üreticilerden	23	35,4
Sadece İhracatçı Firmanın Kendi Üretimi	11	16,9
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

İhracatçı firmaların kendilerinin üretim yapmalarının başlıca nedeni, istedikleri zamanda kaliteli ve yeter miktarda ürün bulamamalarıdır.

Görüşme yapılan ihracatçı firmaların % 89,2'si düzenli olarak her yıl ihraç yaptığını belirtirken % 10,2'si düzenli olarak ihraç yapamadıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.16).

Çizelge 4.16. Firmaların düzenli ihracat yapma durumu

Düzenli İhracat Durumu	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Evet	58	89,2
Hayır	7	10,8
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

Bunun nedeni olarak firmaların ihracatta genelde tek pazara bağımlı olması gösterilmektedir. Bu durum ihracat gelirinde dalgalanma riskini de beraberinde getirmektedir. İhracatta tek pazara bağımlı olmanın dezavantajlarından birisi de belirli dönemlerde (özellikle de üretimden sonraki dönemlerde) piyasada arz fazlığının yaşanmasıdır. Nitekim ihracatçı firmalar, piyasada ürün birikmesi nedeniyle ürünlerini pazarlayamadıklarını ve mevcut hedef pazarın isteklerine göre ürünleri hazırladıkları için farklı pazarlara giremediklerini ve bu nedenle çeşitli sorunlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir.



Çizelge 4.18. Firmaların üreticilerle çok yıllık alım bağlantısı yapma durumu

Bağlantı Yapma Durumu	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Evet	42	64,6
Hayır	23	35,4
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

Araştırma kapsamındaki ihracatçı firmalar kesme çiçek üreticilerine ürün bedellerini değişik zamanlarda verdiklerini belirtmiştir. Özellikle firmaların % 79,6'si ürün bedellerini 1-2 ay içerisinde üreticiye öderken, % 16,8'i bu soruya herhangi bir cevap vermemiştir (Çizelge 4.19). Cevap alınamayan firmalar, aynı zamanda üretici-ihracatçı firmalar olup bunlar sadece kendi ürettikleri kesme çiçekleri ihraç etmekte ve üreticilerden ürün almamaktadır. İhracatçı firmaların büyük çoğunluğu, üreticilere ürün bedellerini geç verme nedenlerinin başında yurtdışından para transferinin gecikmesini göstermiştir.

Çizelge 4.19. Firmaların üreticiye ürün bedellerini ödeme zamanları

Ödeme Zamanı	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
1-2 Ay Sonra	43	79,6
Üretim Sezonu Sonunda	7	13,0
Değişiyor	2	3,7
Peşin	2	3,7
<b>Toplam</b>	<b>54</b>	<b>100,0</b>

İhracata yönelik üretim yapan üreticilerinden ürün alan ihracatçı firmaların tamamının, ürünlerini aldıkları üreticilere ayni ve nakdi yardımlarda buldukları saptanmıştır. Firmaların yapmış oldukları yardımlar ise genellikle üretimin devamını sağlamaya yönelik (fide, gübre, ilaç temininde senet imzalama, ambalaj malzemesi vb.) yardımlardır.

İhracatçı firmaların ürün alımlarında karşılaştıkları en önemli sorunlar; yeterli kalitede ve miktarda ürün temin edememe ile istenilen açım formunun üreticiler tarafından bilinmemesidir. Nitekim ihracatçı firmalar farklı ülkelere farklı türlerde kesme çiçek ihraç etmektedir. İhraç yapılan ülkelerin istekleri farklı olmaktadır. Örneğin Rusya'ya ihraç edilen kesme çiçeklerin açım formu ile İngiltere veya Japonya'ya gönderilen ürünlerdeki açım formları farklı olabilmektedir.

Firmalar, ihracata yönelik kesme çiçek üreten üreticilerden aldıkları ürünlerin alımlarında çeşitli sorunlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Belirtilen bu sorunların en önemlisi üreticilerin ihracata uygun kalitede istenen standartlarda ürün üretememeleri (% 67,8), üreticilerce paketlemenin iyi yapılamaması (% 22,3) ve bundan dolayı ürünlerin hem görünüşlerinin hem de kalitelerinin düştüğü düşüncesi gelmektedir (Çizelge 4.20).

Çizelge 4.20. Firmaların üreticilerden ürün alımlarında karşılaştıkları başlıca sorunlar

Başlıca Sorunlar	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Kalite standardının olmaması	40	67,8
Paketlemenin iyi yapılmaması	13	22,3
İstenilen miktarda ürün alınmaması	4	6,8
Parasal sorunlar	2	3,4
<b>Toplam</b>	<b>59</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.1.3. Üretici-ihracatçı firmaların üretim bilgileri

Araştırma kapsamındaki 65 ihracatçı firmadan 35 adeti ihracatçı-üretici konumunda oldukları önceden belirtilmişti. Bu firmalar, diğer üreticilerden aldıkları ürünlerin yanında kendi ürettikleri ürünleri de ihraç etmektedir.

Görüşme yapılan üretici-ihracatçı firmaların kesme çiçek üretimi yaptıkları örtüaltı alanlarda genelde geniş ve modern tekniklerin kullanıldığı görülmüştür. Nitekim

31 dekar ve daha fazla araziye sahip firma sayısı toplam üretici-ihracatçı firmanın yaklaşık dörtte üçünü (% 74,3) oluşturmaktadır (Çizelge 4.21).

Çizelge 4.21. Üretici-ihracatçı firmaların kesme çiçek üretimi alanı genişliklerine göre durumu (dekar)

Üretim Alanı Genişlikleri (da)	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
5-10	4	11,4
11-20	2	5,7
21-30	3	8,6
31-50	10	28,6
51-80	6	17,1
81+	10	28,6
<b>Toplam</b>	<b>35</b>	<b>100,0</b>

Üretici-ihracatçı firmalar, özellikle plastik seralarda çeşitli türlerde kesme çiçek üretmektedir. Üretici-ihracatçı firmaların tamamı spreyci karanfil üretirken, aynı zamanda % 71,4'ü standart karanfil, % 28,6'sı gerbera ve % 14,3'ü gypsophila üretmektedir (Çizelge 4.22).

Çizelge 4.22. Üretici-ihracatçı firmaların ürettikleri kesme çiçek türleri

Kesme Çiçek Türleri	Üretim Yapan Firma Sayısı (adet)	Toplam Firma* İçindeki Payı (%)
Spreyci Karanfil	35	100,0
Standart Karanfil	25	71,4
Gerbera	10	28,6
Gypsophila	5	14,3

\* Toplam üretici-ihracatçı firma sayısı olan 35 adettir.

Firmalar kurulan pazar bağlantılarına göre üretim yapmaktadırlar. Nitekim kendi üretimini gerçekleştiren üretici-ihracatçı firmaların tamamı, ihracata yönelik üretimde

üretim planlaması yaptıklarını ve bunu da yapacakları ihracat miktarına göre belirlediklerini belirtmiştir. 1997 yılında yapılan bir çalışmada, ihracata yönelik kesme çiçek üretimi yapan ihracatçı firmalara üretimlerinin hangi kriterlere göre yaptıkları sorulduğunda, firmaların % 40,4'ünün verilen siparişe göre, % 59,6'sının da piyasa tahminlerine dayanarak üretimlerini yönlendirdikleri cevabı alınmıştır (Candemir 1998).

#### **4.2.1.4. Firmaların kesme çiçek sınıflandırma bilgileri**

Kesme çiçek ihracatında çeşitli sınıflandırma ölçüleri (boy, renk ve açım formları) kullanılmaktadır. İhracatın yapıldığı ülkelerde sınıflandırma istekleri farklı olduğu için ihracatçı firmalar ürünlerin sınıflandırmasına önem vermektedir. Örneğin Japonya ve Rusya'nın kesme çiçek türlerinde renk, boy ve açım formu ile Hollanda ve İngiltere'nin kesme çiçek türlerinin sınıflandırma özellikleri farklılık göstermektedir. Bu nedenle ihracatçı firmalar sınıflandırmayı üreticiye bırakmayıp bizzat ürünlerin teslimat yerlerinde gerekli kontrolleri yapmaktadırlar.

#### **4.2.1.5. Firmaların kesme çiçek ambalajlama bilgileri**

Ambalajlama kesme çiçek ihracatında çok önemli olup türden türe ve ülkeden ülkeye göre değişiklikler göstermektedir. Hassas ve dayanıksız bir ürün olan kesme çiçek ambalajlamasının çok iyi yapılması gerekmektedir. Ambalajlamada yapılan ilk işlem sleevedir. Sleeve, kesme çiçeklerin buket haline gelmesi için kullanılan naylondan yapılan ve koni şeklinde olan ambalaj malzemesidir. Sleeveleyen kesme çiçekler değişik ebatlarda olan ambalaj kutularına yerleştirilmektedir. Ambalaj kutuları 100×30 cm veya 100×40 cm ebatlarında olup ihracat yapılacak olan ülkeye göre değişiklikler göstermektedir.

İhracatta, sınıflandırma kadar ambalajlamanın da önemi bulunmaktadır. Konuyla ilgili olarak görüşme yapılan firmaların % 83,1'i, ambalajlamayı kendilerinin yaptığını belirtmiştir (Çizelge 4.23).



Çizelge 4.23. Kesme çiçek ihracatında firmaların ambalaj yapma durumu

Ambalajlamayı Yapan Birim	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Kesme çiçek üretici	11	16,9
İhracatçı firma	54	83,1
Toplam	65	100,0

Ambalajlama çoğunlukla ihracatçı firmalar tarafından yapıldığı için genelde ambalajlama ile ilgili sorunla karşılaşılmamaktadır. Ancak yine de ihracatçı firmaların bir bölümü, ambalajlama malzemesi ile ilgili sorun yaşadıklarını, ambalajlanmış ve soğuk hava deposuna konulan ihracata hazır kesme çiçek ambalajlarının, depodan çıktıktan sonra dayanıksızlaştığını belirtmiştir. Bunun başlıca nedeni olarak kullanılan ambalaj malzemesinin büyük bir çoğunluğunun kartondan olması gösterilmiştir.

Öte yandan ihracatçı firmalar, ambalajlamayı kendilerinin yapmasına karşın, ambalajlama esnasında ürün kayıpları ile karşılaştıklarını ve bunun % 1-5 arasında değişmekte olduğunu belirtmiştir.

#### 4.2.1.6. Firmaların kesme çiçek depolama bilgileri

Kesme çiçekte depolama, ürünlerin ömrünü uzatan önemli bir pazarlama faaliyetidir. Kolay bozulabilen bir ürün olan kesme çiçek, kesiminden hemen sonra ön soğutma denen uygulamaya tabi tutulmaktadır. Nitekim yeni toplanan ürünler ambalajlamadan önce depolanmakta ve ön soğutma ile ürünlerin vazo ömürleri uzatılmaktadır. Kesme çiçekte depolama, bazı özel günlerde artan talebi karşılama ve fazla üretimi değerlendirme açısından büyük önem taşımaktadır (DPT 2000). Görüşme yapılan ihracatçı firmaların tamamı depolama işlemini sahip oldukları soğuk hava depolarında yapmaktadır. Anket sonuçlarına göre, depolama işlemi türlere türe değişmekle birlikte genelde 2-10 gün arasında yapılmaktadır.

Ayrıca depolama sırasında % 1-2 arasında değişen oranda ürün kaybının olduğu ifade edilmiştir.

#### 4.2.1.7. Firmaların kesme çiçek ihracatında kullandıkları ulaşım araçları

Taşıma pazarlamanın her aşamasında karşılaşılan önemli bir hizmet olup tarımsal ürünlerin genel özellikleri nedeniyle çok önemlidir. Tarım ürünlerinin bir kısmı gibi kesme çiçek de kolay bozulabilen ve hassas üründür. Bu nedenle kesme çiçek ihracatı yapan firmalar taşımacılığa özel önem vermektedir. İhracatçı firmalar için, seçilecek araçtan ürünün ulaşımına kadar taşımanın her aşaması çok önemlidir.

Araştırma sonuçlarına göre ürün taşınmasında ilk tercih edilen seçeneğe göre ihracatçı firmaların; % 46,2'si soğutmalı TIR, % 6,1'i kargo uçağı, % 9,2'si gemi, % 30,8'i hem soğutmalı TIR hem de kargo uçağı kullanırken geriye kalan % 7,7'si ise hem soğutmalı TIR hem de gemi kullandıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.24).

Çizelge 4.24. Firmaların ürün nakillerinde kullandıkları araçlar

İlk Tercih Edilen Nakil Araçları	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Soğutmalı TIR	30	46,2
Soğutmalı TIR - Kargo Uçağı	20	30,8
Gemi	6	9,2
Soğutmalı TIR - Gemi	5	7,7
Kargo Uçağı	4	6,1
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

İhracatın yapıldığı ülkeye göre ürün nakillerinde kullanılan vasıtalar değişiklik göstermektedir. Nitekim Japonya'ya yapılan ihracatta kargo uçağı kullanılırken daha yakın yerler olan İngiltere, Hollanda veya diğer Avrupa ülkelerine gönderilen ürünlerin taşınmasında genellikle soğutmalı TIR kullanılmaktadır. Gemi taşımacılığı ise Rusya'ya yapılan ihracatta tercih edilmektedir. Rusya'ya ihracat yapan firmalar, ürünlerini ilk olarak soğutmalı TIR ile Trabzon Limanı'na göndermekte ve buradan gemilerle

Rusya'nın Soci Limanı'na gemilerle gönderilmektedir. Rusya'ya yapılan ihracatın büyük çoğunluğu bu yolla yapılmasına karşın az düzeyde de olsa Hollanda üzerinden ihracat yapılmaktadır.

Uçakla yapılan kesme çiçek ihracatında kesme çiçekler karton kutular içinde ülke talebine göre 5 ya da 10 daldan oluşan demetler halinde kağıda sarılarak ya da sleeve (Naylon jelatin) içine konularak gönderilmektedir. Ayrıca soğutmalı araçlarla yapılan ihracatta çiçekler, içerisinde su bulunan plastik kovalarla kutulanmaktadır. Kutular Avrupa standartlarına uygun paketlerle araçlara yüklenmektedir (Yıldırım 1997).

Havayolu taşımacılığına alternatif olarak yapılan karayolu taşımacılığı hem kalite hem de ürün kayıplarını beraberinde getirmektedir. Toplam ömrü 10-12 gün olan kesme çiçeklerin büyük bir bölümü karayolunda geçmekte, çiçek tazeliğini pazara ulaşmadan kaybetmektedir. Bunun sonucu olarak da pazarda fiyat düşüşleri meydana gelmektedir.

#### 4.2.1.8. Firmaların kesme çiçek taşımada karşılaştıkları sorunlar

Görüşme yapılan ihracatçı firmaların taşımacılıkta karşılaştığı başlıca sorunlar Çizelge 4.25'te verilmiştir.

Çizelge 4.25. İhracatçı firmaların taşımacılık ile ilgili başlıca sorunları

Taşımada Karşılaşılan Sorunlar	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Taşıma ücretlerinin yüksekliği	36	26,5
Kargo uçağı teminindeki zorluk	23	16,9
Ürünleri zamanında gönderememe	18	13,2
Soğutmalı tır teminindeki zorluk	17	12,5
İstenilen miktarda ürün gönderememe	13	9,6
Tır soğutma sistemlerini kapatılması	13	9,6
Gümrük giriş vergilerinin pahalı olması	11	8,1
Diğer	5	3,6
<b>Toplam*</b>	<b>136</b>	<b>100,0</b>

\* Birden fazla cevap verilmiştir.

Firmaların, ürünlerin taşınmasında karşılaştıkları sorunların başında taşıma ücretlerinin yüksekliği (% 26,5) en önemli sorun olarak görülmektedir. Bunun yanında firmalar kargo uçağı temininde de zorluk (% 16,9) yaşadıklarını, bundan dolayı ürünlerini zamanında gönderemediklerini (% 13,2) belirtmiştir (Çizelge 4.25). Özkan vd. (1997) tarafından bölgede ki ihracatçılarla yapılan bir çalışmaya göre, ihracatçı karanfil masrafları içerisinde en büyük payı (% 35) nakliye masrafı almaktadır. Candemir'in (1998) yaptığı çalışmaya göre ise incelemeye alınan ihracatçı firmaların % 31,1'i taşımanın pahalı olduğunu ifade etmektedir. Firmalar açısından, ihracat artışını engelleyen ikinci önemli faktör de üretim maliyetlerinin yüksek olmasıdır.

Araştırma kapsamında görüşme yapılan firmaların büyük bölümü (% 90,8) devletin ihracatta uygulamış olduğu yol primi (navlun) desteğinden yararlandıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.26).

Çizelge 4.26. Firmaların ihracatta yol primi (navlun) kullanma durumu

Navlun Kullanım Durumu	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Evet	59	90,8
Hayır	6	9,2
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.1.9. Firmaların kesme çiçek ihracatında yeni pazar araştırma durumu

Yeni pazar arayışlarında bulunmak, mevcut pazarları genişletmek ve böylece ihracatı ve ihracat gelirini arttırmak hükümetlerin dış ticaret politikaları hedefleri içerisinde yer almaktadır. Bu nedenle ülkeler, pazar araştırmaları konusunda çeşitli faaliyetler gerçekleştirmekte ve buna yönelik destekleme politikaları izlemektedir. Türkiye'de de ihracat teşvikleri içerisinde "pazar araştırması desteği" bir teşvik aracı olarak kullanılmaktadır.

Araştırma kapsamındaki 65 adet ihracatçı firmanın % 92,3'ü yeni pazar arayışı içerisinde bulduklarını belirtirken, % 7,7'si yeni pazar araştırması yapmadıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.27).

Çizelge 4.27. Firmaların dış pazarlara yönelik pazar araştırması yapma durumu

Araştırması Yapma Durumu	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Evet	60	92,3
Hayır	5	7,7
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

Pazar araştırması yapmayan firmalar mevcut pazarların taleplerini ancak karşılayabildiklerini ve yeni pazara yetecek ihracat yapabilecek kapasitede olmadıklarını dile getirmiştir.

#### 4.2.1.10. Firmaların ihracatta yeni pazar arayışında yardımcı kuruluşlar

İhracatçı firmalara yeni pazar arayışlarında yardımcı olan çeşitli kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. Araştırmaya göre, ilk tercih edilen ve başvuru kaynağı olarak görülen kurumların başında Antalya İhracatçılar Birliği % 44,6 ile ilk sırada yer alırken bunu % 20 ile firmaların yurtdışı temsilcilikleri, % 18,5 ile firmanın sahibi veya pazarlamacısı ve % 16,9 ile İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME) izlemektedir (Çizelge 4.28).



Çizelge 4.28. Pazar arayışlarında ilk tercih edilen yardımcı kuruluşlar

Yardımcı Kuruluşlar	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Antalya İhracatçılar Birliği	29	44,6
Yurt dışı temsilcilikleri	13	20,0
Firma sahibi veya pazarlamacı	12	18,5
İGEME	11	16,9
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.1.11. Firmaların hedef pazar bilgi kaynakları

İhracatçı firmaların büyük çoğunluğu dış pazarda yeni ülkelere ihracat yapma çabası içindedir. Görüşme yapılan ihracatçı firmalar yeni pazarları araştırırken çeşitli bilgi kaynaklarından potansiyel pazarlar hakkında bilgiler almaktadır (Çizelge 4.29).

Çizelge 4.29. Firmaların ilk tercih ettiği hedef pazar bilgi kaynakları

İlk Tercih Edilen Bilgi Kaynakları	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Yurt dışı temsilcilikleri tarafından	25	37,9
Firma sahibi tarafından	23	34,8
Firma pazarlamacısı tarafından	11	16,7
Antalya İhracatçılar Birliği tarafından	7	10,6
<b>Toplam*</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>

\* Bir İhracatçı Firma fazladan cevap vermiştir.

Firmalar dış pazar ile ilgili talepleri Çizelge 4.29'da belirtilen çeşitli kaynaklardan almaktadır. Ancak firmaların ilk tercih ettikleri bilgi kaynakları ise farklılıklar göstermektedir. Buna göre firmaların % 37,9'u kendi temsilcilikleri aracılığıyla, % 34,8'i kendi olanaklarıyla, % 16,7'si kendi bünyelerinde çalıştırdıkları pazarlamacılar ve Antalya İhracatçılar Birliği vasıtasıyla dış piyasa hakkında bilgi edinmektedirler (Çizelge 4.29). Antalya İhracatçılar Birliği bu yönde bir çok çalışma yapmaktadır. Birlik

bünyesinde yapılan çalışmalarla üyesi olan ihracatçı firmalara yeni pazarlar hakkında bilgi verici sirküler, toplantılar vb. faaliyetler yapılmaktadır.

#### 4.2.1.12. Firmaların dış pazar bağlantısı sağlama durumları

Araştırma bulgularına göre ihracatçı firmalar dış pazara yönelik ihracat bağlantılarını çeşitli şekillerde yapmaktadır.

İlk tercih etme durumuna göre firmaların % 35,4'ü ihracat bağlantılarını yurt dışı temsilcilikleriyle, % 23,1'i firmanın kendi pazarlamacısıyla, % 23,1'i ihracatın yapıldığı ülkedeki ithalatçılarla ve % 18,4'ü ise Antalya İhracatçılar Birliği vasıtasıyla sağladıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.30). Firmalar yurtdışında yapılan uluslararası fuarlara katılarak ürünlerini tanıttıkları ve bu yönde talep oluşturdukları da bir seçenek olarak belirtilmiştir.

Çizelge 4.30. Firmaların dış pazar bağlantısında öncelikle tercih ettiği kanallar

Öncelikli Dış Pazar Bağlantı Kanalları	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Yurt dışı temsilcilikleri tarafından	23	35,4
Firma pazarlamacısı tarafından	15	23,1
İthalatçı tarafından	15	23,1
Antalya İhracatçılar Birliği tarafından	12	18,4
<b>Toplam*</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>

\* Bir İhracatçı Firma iki cevap vermiştir.

#### 4.2.1.13. Firmaların ihracatta sorunla karşılaşma durumları

İhracatçı firmalar kesme çiçek satışında çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. İhracatçı firmaların dış pazarda ürün satışında sorunla karşılaşma durumları Çizelge 4.31'de verilmiştir.

Buna göre görüşme yapılan firmaların % 24,6'sı ürünlerini satarken herhangi bir sorunla karşılaşmadıklarını belirtirken % 75,4'ü çeşitli sorunlarla karşı karşıya kaldıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.31).

Çizelge 4.31. Firmaların ürün satışında sorunla karşılaşma durumu

Sorunla Karşılaşma Durumu	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Evet	49	75,4
Hayır	16	24,6
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

Araştırma bulgularına göre sorun yaşadıklarını belirten firmaların % 32,7'si ihracatta devlet tarafından verilen herhangi bir desteği olmadığını, % 20,4'ü ihracatçı firmalar arasında rekabetin olduğunu bunun sonucu olarak da pazarda daha fazla pay almak isteyen firmaların hem fiyatları hem de kaliteyi düşürdüklerini, % 12,2'si ise ürünlerini satacak yeni pazar bulamadıklarını en önemli sorun olarak belirtmiştir (Çizelge 4.32).

Çizelge 4.32. Firmaların ürün satışında karşılaştıkları en önemli sorunlar

Öncelikli Satış Sorunları	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Devlet desteği alamama	16	32,7
Firmalar arası rekabet	10	20,4
Pazar bulamama	6	12,2
Piyasada ürün fazlalığı	6	12,2
Bavul ticareti	6	12,2
Gümrük vergilerinin yüksekliği	5	10,3
<b>Toplam</b>	<b>49</b>	<b>100,0</b>

Ayrıca ihracatçı firmalar; bir çok firmanın belirli pazarlara yoğunlaştığını bunun sonucu olarak piyasada ürün fazlalığının oluştuğunu ve özellikle yeni pazar olarak



görülen (kesme çiçek tüketimi yüksek olan) eski doğu bloğu ülkelerine yapılan bavul ticaretinin kayıt altındaki dış satımı zorlaştırdığını, bunun da firmalara sorun yarattığını belirtmiştir. Geriye kalan ihracatçıların % 10,3'ü ise ihracat yapılan ülkelerin sınırlarında ürünlere uyguladıkları gümrük giriş vergilerinin yüksek olduğunu ve ikili anlaşmalarla bu sorunun ortadan kaldırılması gerektiğini belirtmiştir (Çizelge 4.32).

#### 4.2.1.14. Firmaların kesme çiçek ihracat bilgileri

Kesme çiçek ihracatı çeşitli ülkelere yapılmasına karşın genelde belirli ülkelerle sınırlı kalmış ve pazar yeterince genişletilememiştir.

Araştırma kapsamındaki ihracatçı firmalar, en önemli pazar olarak Avrupa pazarını görmektedir. Son yıllarda Rusya, Romanya, Ukrayna gibi ülkelere olan ihracat hedeflenmiş ve gerekli artış sağlanmıştır. Diğer piyasalara göre farklı yapıya sahip olan bu ülkelere yapılan ihracat yıllar itibariyle artış eğilimindedir.

İngiltere, ihracatçı firmalara göre Türk kesme çiçeğinin temel pazarıdır. Nitekim Türkiye toplam kesme çiçek ihracatının % 50,4'u bu ülkeye yapılmaktadır. İngiltere'den sonra ikinci önemli kesme çiçek pazarı Hollanda (% 21,7)'dir. Bu ülkede bulunan ve dünya kesme çiçek piyasasını temelini oluşturan okşin, Hollanda'ya yapılan ihracatın artmasının temel nedenlerinden birisidir. İngiltere ve Hollanda'yı Rusya (% 9,6), Yunanistan (% 7,0) ve diğer ülkeler izlemektedir (Çizelge 4.33).

Çizelge 4.33. Kesme çiçek ihracatı yapılan başlıca ülkeler

Ülkeler	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
İngiltere	58	50,4
Hollanda	25	21,7
Rusya	11	9,6
Yunanistan	8	7,0
Japonya	5	4,3
Romanya	3	2,6
Almanya	3	2,6
Diğer	2	1,7
<b>Toplam*</b>	<b>115</b>	<b>100,0</b>

\* Birden fazla cevap verilmiştir.

İhracatta karşılaşılan bir diğer engel de ürünlerin ülke girişlerinde uyguladıkları tarife dışı uygulamalardır. Tarife dışı engellerin en sık kullanılanı ise teknik engellerdir.

Teknik engeller; bir ürünün (veya ürünlerin) üretimi, dağıtımını ve tüketiminin neden olduğu dış etkenlerden kaynaklanan pazar bozukluklarının düzenlenmesi yönünde alınan kararlar ve ürünün (veya ürünlerin) pazarda satışa çıkmasını düzenleyen yönetmelik ve standartların tümüdür. Özellikle son yıllarda dünya pazarında meydana gelen bütünleşme, daha önce keskin bir şekilde ayrılan ulusal ve uluslararası politikalar arasındaki farklılıkları ortadan kaldırmaya başlamıştır. Geçmişte ulusal politikalar diğer ülkelere olan etkisine bakılmaksızın vatandaşların tercihleri çerçevesinde şekillendirilmiştir. Dünyadaki ticaret akışının önemli boyutlara ulaşması, ulusal politikalar arasındaki farklılıkların tekrar gündeme gelmesine neden olmuştur. Bunda sıkça karşılaşılan teknik engellerin önemli etkisi bulunmaktadır. Teknik engellerin bir çok sektörde var olmasına karşın özellikle stratejik kanunları nedeniyle tarım ve gıda ürünlerinde daha yoğun olarak ortaya çıkmaktadır (Babadoğan 2000).

#### 4.2.1.15. Türkiye kesme çiçek ihracatında rakip ülkelerin durumu, satış şekilleri ve karşılaşılan başlıca sorunlar

Dış pazarda rekabet edilen ülkeler Akdeniz Bölgesi'nde İspanya, İsrail ve Fas'tan ekvator kuşağında ise Kenya ve Kolombiya'dan oluşmaktadır. Rakip ülkelere İspanya ve Fas'ın ürünleri, ucuz fiyatlarla deniz ve kara yolu taşımacılığı ile 2-3 günde pazara ulaşabilmektedir. İsrail, gelişmiş kargo sistemi ve teşvikli nakliye fiyatları ile Türk firmalarına göre daha ucuz fiyatla çiçeğini taşıtabilmektedir. Kolombiya ve kısmen Kenya ise 1.500-2.000 metre yükseklikte ürettiği yaz-kış değişmeyen yüksek kaliteli çiçekleri sayesinde pahalı nakliyeye karşın pazarda yerini koruyabilmektedir (Tütiz vd 2000). Araştırma kapsamında yer alan ihracatçı firmalar ise dış pazarda sadece birkaç ülkeyi rakip olarak gördüklerini belirtmiştir. Antalya Kesme Çiçek İhracatçıları Birliği'nin son yıllardaki ihracat rakamlarına göre Türkiye toplam kesme çiçek ihracatının 2000 yılında % 68'i, 2001 yılında % 74'ü ve 2002 yılında % 80'i Avrupa Birliği ülkelerine yapılmaktadır. Bu oranlardan da anlaşılacağı üzere Avrupa Birliği Türkiye'nin kesme çiçek ihracatında önemli bir yere sahiptir. İspanya, Avrupa Birliği üyesi ve kesme çiçek üretiminde dünyanın önemli ülkelerinden birisidir. İhracatçı firmaların % 53,7'si İspanya'yı kesme çiçek üretiminde ve ihracatında rakip ülke olarak görmektedir. Nitekim İspanya'ya, taşımacılığın ucuz olması yanında Türkiye pazarına gümrük vergisi ödemeksizin ürün sunabilmesi nedeniyle dış pazardaki en önemli rakip ülke olarak gördüklerini belirtmiştir. İspanya'dan sonra tarafından Türkiye'ye rakip ikinci ülke olarak Kolombiya (% 44,2) görülmektedir (Candemir 1998).

Buna göre, Türk firmaların % 79,4'ü kesme çiçek piyasasında İspanya ve Kolombiya'yı rakip görürken, % 13,4'ü sadece İspanya'yı ve % 3,6'sı ise Hollanda'yı rakip görmektedir. Ayrıca araştırma kapsamındaki 12 ihracatçı firma, yurt dışı piyasasında Türk firmaları arasında da rekabetin çok fazla olduğunu ve bu nedenle de birbirlerini rakip olarak gördüklerini belirtmiştir (Çizelge 4.34).

Çizelge 4.34. Firmalara göre kesme çiçek ihracatında Türkiye'ye rakip görülen ülkeler

Rakip Görülen Ülkeler	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
İspanya ve Kolombiya	42	79,4
İspanya	7	13,4
Hollanda	2	3,6
Diğer Ülkeler	2	3,6
<b>Toplam</b>	<b>53</b>	<b>100,0</b>

İhracatçı firmalar, kesme çiçekleri yurt dışında bağlantı kurdukları çeşitli satış noktalarına göndermektedir.

İhracatçı firmaların büyük çoğunluğu (% 61,5) kesme çiçeği yurtdışındaki toptancı ve komisyonculara satmaktadır. Firmaların % 26,2'si direk şahıslara, % 10,8'i kendi firmalarına ait ve yurtdışında faaliyet gösteren aracı firmalara satış yaparken, firmaların % 1,5'i ise ithalatçı bağlantısı ile ihracat yaptıklarını belirtmiştir. Özellikle eski doğu bloğu ülkelerinden Rusya, Romanya gibi ülkelere yapılan ihracatta firmaların ürünlerini genelde şahıslar aracılığıyla ihraç ettikleri saptanmıştır (Çizelge 4.35).

Çizelge 4.35. Firmaların ürün satış yerleri

Ürün Satışı Yapılan Yerler	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Yurtdışı Toptancı veya Komisyoncu	40	61,5
Şahıslar	17	26,2
Aracı firmalar	7	10,8
İthalatçı	1	1,5
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

Candemir (1998) tarafından yapılan çalışmada ihracatçı firmaların % 25'i çiçekleri yurt dışındaki toptancı-ithalatçılara satmakta iken % 69,6'sı toptancılar aracılığıyla pazarladıklarını belirtmişlerdir.

İhracatçı firmalar dış satımda çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmakta olup bunlar büyük oranda parasal konularla ilgilidir.

Görüşme yapılan firmaların yarısına yakını (% 56,6) dış satımda karşılaştıkları en önemli sorunların satış sonrası alacaklarının geç ödenmesini belirtirken % 34'ü para transferindeki güçlükler ve ihracatın yapıldığı aracı kişi veya firmaların yüksek oranlarda komisyon almasını en önemli sorun olarak belirtmiştir. Firmaların % 18,5'i ise satış sonrası herhangi bir sorunla karşılaşmadıklarını ifade etmiştir (Çizelge 4.36).

Çizelge 4.36. Firmaların ürün satışında karşılaştıkları başlıca sorunlar

Başlıca Sorunlar	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Alacaklarının geç ödenmesi	30	56,6
Para transferinde güçlük	18	34,0
Komisyon yüksekliği	5	9,4
<b>Toplam</b>	<b>53</b>	<b>100,0</b>

Araştırma sonuçlarına göre firmalar kesme çiçek ihracatında başından bu yana konsinye ihracat yoluyla satış yapmakta olup günümüzde de bu yöntem devam edilmektedir.

Konsinye ihracat, kesin satış daha sonra yapılmak üzere dış alıcılara, komisyonculara, ihracatın yurt dışındaki şube temsilciliklerine mal gönderilmesi şeklinde yapılan ihracat şeklidir. Bu sistemin işleyişine göre satılmak üzere gönderilen malları teslim alan ilgili kişi ve kuruluşlar malı rayiç değerinden satar, komisyon vb. gideri satış gelirinden düşer ve kalan tutarı yetkili banka aracılığıyla döviz cinsinden ihracatçıya gönderilir.

Konsinye ihracatın çeşitli özellikleri vardır. Tamamen güvene dayalı bir ihracat şeklidir. İthalatçı veya komisyoncu-tüccardan herhangi bir güvence alınmadan yapılmaktadır. Risk fazladır. Ürünün satışında kesinlik yok iken ürünler gönderilmektedir. Ürün zararından ve her türlü masraftan ihracatçı firma sorumludur. Bu tür satış şeklinde piyasaya ilk defa giren ve tanıtılmak üzere gönderilen mallar ile niteliği itibariyle çürüyebilir ve bozulabilir malları kapsar (Şahin 2002).

#### 4.2.1.16. Firmaların kesme çiçek standartlarıyla ilgili bilgileri

Dünyada kesme çiçekte uygulanan standartlar Kesme Çiçek Standardizasyonu Ekspertler Çalışma Grubu, Avrupa'da ise Avrupa Ekonomik Komisyonu Dayanaksız Mallar Standardizasyonu Çalışma Grubu tarafından belirlenmektedir. Yine de kesme çiçek ihracatı yapılan her ülkenin istemiş olduğu standartlar farklılıklar gösterebilmektedir. Firmalar ülkelerin istemiş oldukları standartlar hakkında bilgi sahibi olmak ve bu standartlara uygun ürün üretilmesini ve ihraç edilmesini sağlamak zorundadır.

Türkiye'de kesme çiçek iç piyasasına dönük hizmet veren üretici, pazarlamacı ve alıcıların en büyük eksiklikleri standartlar konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaları ve bu konuya özen göstermemeleridir. İhracata yönelik üretim yapan işletmeler özellikle satışın yapıldığı ülke ve Avrupa Kesme Çiçek Standartlarına uymaya çalışmaktadır. TSE tarafından kasımpatı, gül, karanfil ve glayöl gibi bazı kesme çiçek türleri için standartlar belirlenmesine karşın bu standartların sayısı, günümüzde ulaşılan ürün çeşitliliğine uygun düzeyde değildir. Son yıllarda kalite ve standartlar konusunda yeterli titizliğin gösterilmemesi nedeniyle ihracata yönelik ürünlerin değerinin altında satıldığı zamanlar da olmuştur (DPT 2000). Ancak genelde bu yönde ciddi bir sorun yaşanmamaktadır.

Nitekim görüşme yapılan ihracatçı firmaların tamamı, ihraç ülkelerin kesme çiçekte istemiş oldukları standartlara uygun ihracat yaptıklarını bildirmiştir. Standartlar hakkında gerekli bilgilerin de ihracat yapılan kişi veya kurumlardan alındığı anlaşılmıştır.

#### 4.2.1.17. Firmaların sözleşmeli yetiştiricilik hakkındaki bilgi düzeyleri

Son yıllarda ihracata yönelik kesme çiçek üretiminde sözleşmeli yetiştiricilik uygulaması artmıştır.

Araştırmanın yapıldığı 2001 yılında ihracatçı firmaların % 16,9'u üreticilerle "tarımsal ürünlere yönelik ihracat iadesi yardımları" kapsamında sözleşmeli yetiştiricilik yaptıklarını, buna karşılık firmaların % 83,1'inin ise söz konusu kapsamda sözleşmeli yetiştiricilik yapmadıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.37).

Çizelge 4.37. Firmaların ihracat iadesi kapsamında sözleşmeli yetiştiricilik yapma durumu

Sözleşme Yapma Durumu	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Evet	11	16,9
Hayır	54	83,1
Toplam	65	100,0

Antalya İhracatçılar Birliği'nin 2001 kayıtlarına göre sözleşmeli yetiştiricilik yapan firmalar ve sözleşmeli yetiştiricilik yaptıkları üreticilerin sayısı Çizelge 4.38'de verilmiştir.



Çizelge 4.38. Firmaların sözleşmeli yetiştiricilik yaptıkları üretici sayısı

	<b>İhracatçı Firma Adı</b>	<b>Sözleşmeli Yetiştiricilik Yapan Üretici Sayısı (adet)</b>	<b>Oran (%)</b>
1	Tan Tarım	26	38,1
2	Flash Tarım	20	29,3
3	Şentar	5	7,4
4	Springfield	5	7,4
5	Büyükcan	4	5,9
6	Yılmaz Türk	3	4,4
7	Florya	1	1,5
8	Akgül	1	1,5
9	Yüksel	1	1,5
10	Noya	1	1,5
11	Tuna	1	1,5
	<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Buna göre 11 ihracatçı firma 68 üretici ile “tarımsal ürünlere yönelik ihracat iadesi yardımları” kapsamında sözleşmeli yetiştiricilik yaptıklarını belirtmiştir. Nitekim birlikten alınan kayıtlar da bunu doğrulamaktadır. Yapılan sözleşmeler, yürürlükteki mevzuat çerçevesinde “yazılı olarak” gerçekleştirilmiştir. Sözleşme şartnamesi Antalya İhracatçılar Birliği tarafından hazırlanan şekle uygun olarak firmalar ile üreticilerin isteklerine göre hazırlanmıştır. Antalya Kesme Çiçek İhracatçılar Birliği, sözleşme şartnamesinin hazırlanmasında önemli rol oynamıştır. Uygulamaya göre, üreticilerin sayıca büyük çoğunluğu (% 67,4) 2 adet firmayla sözleşme gerçekleştirmiştir.

İhracata yönelik kesme çiçek üreten üreticilerle yapılan sözleşmeli yetiştiricilik şartnamesinin yazılı olarak hazırlanıp ilgili mevzuat çerçevesinde bir yasal zemine hem ihracatçının hem de üreticinin haklarını güven altına alınmasını sağlamıştır.

İhracatçı firmaların % 81,8’i ihracat iadesine yönelik sözleşmeli yetiştiricilik uygulamasına ilişkin şartnamesi hazırlanmasında ihracatçı birliklerinin rolü olduğunu

belirtirken iki firma İhracatçı Birliği'nin rolü olmasına karşın olmadığını belirtmişlerdir (Çizelge 4.39).

Çizelge 4.39. Firmaların sözleşme şartnamesinin hazırlanmasında ihracatçı birliklerinin rolüne yaklaşımları

Yaklaşımlar	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Evet	9	81,8
Hayır	2	18,2
<b>Toplam</b>	<b>11</b>	<b>100,0</b>

İhracatçı firmalara “önceki yıllarda sadece ihracatçıya verilen iade yardımları, yeni uygulamayla üreticilere de verilmektedir. Bu konu hakkında düşünceleriniz nelerdir?” şeklinde sorulan soruya firmalar çeşitli cevaplar vermiştir. Örneğin ihracatçı firmalara göre, ihracatta iade yardımları ihracata verilen bir destek olarak görülmektedir. Ayrıca ihracatçı firmalar gibi üreticilerin de ihracata yönelik devlet yardımlarından yararlandırılmasının üreticileri üretime teşvik ederek üretimde devamlılığı sağlayacağı gibi kaliteli ürün elde edilmesine de katkı sağlayacağı düşüncesiyle oldukça yararlı olduğu belirtilmektedir.

#### 4.2.1.18. Firmaların kurulması düşünülen kesme çiçek mezatı konusundaki düşünceleri

Dünya kesme çiçek pazarının büyük bir bölümünde söz sahibi olan Hollanda'da kesme çiçek ticari faaliyetinin önemli bölümü okşin denilen yapıda gerçekleştirilmektedir. Türkiye'de de son yıllarda buna benzer bir yapının uygulamaya konulması düşünülmektedir. Hollanda'da başarıyla sürdürülen böyle bir yapılanmanın, ülkenin kesme çiçek ihracatını arttıracığı gibi ihracat gelirlerinin de artışına neden olabileceği düşünülmektedir.

Konuyla ilgili olarak görüşme yapılan ihracatçı firmaların % 64,6'sının ihracatı arttırmak için dış satıma yönelik mezatlarının kurulabileceği düşüncesinde olduğu görülmektedir. Diğer seçeneklerin de kabul görmesine karşın ilk tercih edilen seçeneğin

çoğunlukla mezatlar olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan firmaların % 27,7'si ise ilk seçenek olarak ihracatçı birliklerin yurtdışında temsilcilerinin kurulması ile ihracat artışının sağlanabileceği görüşündedir. Geriye kalan firmaların % 7,7'si ise aracı kurumların kurulması ile ihracatın artırılabilirliğini ifade etmiştir (Çizelge 4.40).

Çizelge 4.40. Firmaların ihracatı artırma ile ilgili düşünceleri

<b>İhracatı Arttırmada Öncelikte Düşünülen Seçenekler</b>	<b>Firma Sayısı (adet)</b>	<b>Oran (%)</b>
Dış satıma yönelik mezat'ın kurulması	42	64,6
İhracatçı birliklerinin yurtdışı temsilcilik açması	18	27,7
Aracı kurumların kurulması	5	7,7
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

Çizelge 4. 40'da belirtilen seçeneklerden bağımsız olarak sadece mezat kurulması konusunda firmaların görüşlerine başvurulduğunda ise biraz daha farklı bir durum ortaya çıkmıştır. Buna göre firmaların % 86,2'si ihracata yönelik bir mezatın kurulması ihracatın artacağını düşünmektedir. Üstelik ihracata yönelik uluslararası bir mezatın kurulması sonucunda ihracatçı firmalara göre, bazı avantajlar da beraberinde gelebilecektir (Çizelge 4.41).

Çizelge 4.41. Firmaların ihracata yönelik mezat kurulması konusundaki yaklaşımları

<b>Mezat Kurulmasına İlişkin Yaklaşımlar</b>	<b>Firma Sayısı (adet)</b>	<b>Oran (%)</b>
Evet	56	86,2
Hayır	9	13,8
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

Buna göre, ihracata yönelik mezatın ihracatı artıracığını düşünen ihracatçı firmaların (Çizelge 4.41- % 86,2) % 41,3'ü mezat'ın kurulması ile taşıma masraflarının azalacağını, % 15'i kesme çiçek ihracatında pazarlık gücünün artacağını, % 10'u kesme çiçekte Türk markalı ürünlerin olacağını düşünmektedir (Çizelge 4. 42).

Çizelge 4.42. Firmaların ihracata yönelik mezar ile ilgili düşünceleri

Mezarla Sağlanacak Olası Avantajlar	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Taşıma masrafı azalacak	33	41,3
Diğer	15	18,7
İhracatçının pazarlık gücü artacak	12	15,0
Türk markalı ürünler olacak	8	10,0
Yeni pazarlara girme olanağı sağlanacak	6	7,5
Ürünlerde kalite ayrımı yapılabilecek	6	7,5
<b>Toplam*</b>	<b>80</b>	<b>100,0</b>

\* Birden fazla cevap verilmiştir

Kesme çiçek ihracatında karşılaşılan ve maliyeti önemli düzeylerde olan taşıma masraflarının azalması ihracatçı firmalar üzerinde olumlu yönde etkilere neden olacaktır. Firmalar ihracatta taşıma masraflarının azalmasıyla bu hizmete ayıracağı masrafları yatırıma dönüştürebileceklerini belirtmiştir.

İhracata yönelik kesme çiçek mezarının kurulmasındaki başlıca amaçlar; firmaların ihracata yönelik ürünlerini kolay satabildiği, kaliteli ürünlere yüksek bedelin ödendiği, taşıma sorunlarının azaldığı bir ortamın sağlanmasıdır. Ürünlerin sergilendiği ihracata yönelik bir mezarın kurulması ile başta eski doğu bloğu ülkelerinden gelen alıcılar olmak üzere diğer alıcıların gelebildiği bir ortamın kurulması ve ürünler arasındaki rekabetin sağlanması yanında kaliteli üretimin de teşvik edileceği bir gerçektir. Bunun yanında üreticilerin de kaliteli üretim yanında tür çeşitliliğine de yönelebileceği beklenmektedir.

#### 4.2.1.19. Kesme çiçek ihracatında Türkiye'nin avantajları

Firmaların, kesme çiçek ihracatına rakip ülkelere göre Türkiye için avantajlı olarak gördükleri unsurlar, Çizelge 4.43'de verilmiştir.

En önemli avantaja göre yapılan tercihlerde, ihracatçı firmaların % 41,5'i işçilik yönünden, % 40'ı iklim açısından, % 15,4'ü hedef pazara yakınlık ve geriye kalan % 3,1'i ise döviz kuru bakımından Türkiye'nin avantajlı olduğunu belirtmiştir. (Çizelge 4.43).

Çizelge 4.43. Firmaların kesme çiçek ihracatında Türkiye için avantajlı gördükleri unsurlar

Başlıca Avantajlar	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
İşçiliğin ucuz olması	27	41,5
İklimin uygunluğu	26	40,0
Pazara yakınlık	10	15,4
Döviz kuru avantajı	2	3,1
<b>Toplam</b>	<b>65</b>	<b>100,0</b>

Özellikle Avrupa piyasasında Türkiye'ye rakip olan İspanya ve üretim hacmi son yıllarda artan İtalya gibi ülkelerde işçilik masrafı önemli maliyet kalemlerinden birisi olarak görülmektedir. Türkiye'de de işçilik diğer ülkelere oranla daha ucuz olduğu için ihracatçı firmalarla bu durum önemli bir avantaj olarak görülmektedir.

Türkiye dört mevsimin bir anda yaşandığı bir iklime sahip olup bir çok bitki türünün kolay yetişme ortamı bulduğu bir kuşakta yer almaktadır. Bu nedenle iklim gerek sebze-meyve ve gerekse süs bitkileri yetiştiriciliğinde büyük avantajlar sağlamaktadır. Nitekim ihracatçı firmalar da iklimi Türkiye kesme çiçek yetiştiriciliğinde bir avantaj olarak görmektedir.

#### 4.2.1.20. Kesme çiçek ihracatında Türkiye'nin dezavantajları

Görüşme yapılan ihracatçı firmaların, kesme çiçek ihracatında Türkiye'nin rakip olduğu ülkelere göre dezavantajlı olarak gördükleri konular Çizelge 4.44'de verilmiştir.

Türkiye'nin kesme çiçek dış pazarını dezavantaj olarak görülen konuların başında maliyetlerin yüksekliği gelmektedir. Çünkü firmaların % 39,6'sı en önemli sorun olarak bunu görmektedir. Firmaların % 20,8, firmalar arasında bilgi akışının olmadığını ve bunun sonucu olarak da güven eksikliğinin bulunduğunu, % 18,9'u üretimin ihracatın isteklerine uygun olarak yapılmadığını ve üreticiler ile ihracatçılar arasında organizasyon yetersizliğini, % 11,3'ü ise ürün çeşitliliğinin az olması nedeniyle ithalatçı ülkelerin istediğine uygun yeni çeşit ve türlere geçilemediğini öncelikli sorun olarak sıralamaktadır (Çizelge 4.44).

Çizelge 4.44. Türkiye'nin kesme çiçek ihracatında dezavantajlı olarak görülen konular

Dezavantaj Olarak Görülen Konular	Firma Sayısı (adet)	Oran (%)
Maliyetlerin yüksek olması	21	39,6
Firmalar arası güvenin olmaması	11	20,8
Üretimin organize olmaması	10	18,9
Ürün çeşitliliğinin az olması	6	11,3
Devlet desteğinin az olması	5	9,4
<b>Toplam</b>	<b>53</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.2. Üreticilerle ilgili bulgular

Araştırma kapsamında; ihracata yönelik kesme çiçek üretimi yapan ihracatçı firmalar ile ihracata yönelik devlet yardımları kapsamında sözleşmeli yetiştiricilik anlaşması yapan ve ihracat iadesinden yararlanan 68 üreticiyle de çeşitli konuları kapsayan görüşmeler yapılmış ve bunların sonuçları aşağıda verilmiştir.

##### 4.2.2.1. Yaş durumu

İhracata yönelik kesme çiçek üreten üreticilerin yaşları 25-34, 35-44, 45-54 ve 55 yaş ve üstü olarak gruplandırılmıştır (Çizelge 4. 45).

Buna göre; üreticilerin % 44,1'i orta yaş üzeri olarak bilinen 45-54 yaş grubu içerisinde yer almakta olup bunu 35-44 yaş grubundaki (% 33,8) üreticiler izlemektedir. İhracata yönelik olarak üretim yapan ve ihracat iadesinden yararlanan üreticilerin ortalama yaşı ise 43,9 olarak bulunmuştur.

Çizelge 4.45. Üreticilerin yaş grupları

Yaş Grupları	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
25-34	8	11,8
35-44	23	33,8
45-54	30	44,1
55+	7	10,3
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.2.2. Eğitim durumu

Görüşme yapılan üreticilerin büyük bir çoğunluğu (% 75) ilköğretimi bitirmiştir. Üreticilerin % 41,2'si ilkokul, % 33,8'i ise ortaokul mezunu olup birlikte üniversite mezunu üretici sayısı ise sadece 1'dir (Çizelge 4.46).

Çizelge 4.46. Üreticilerin eğitim durumları

Eğitim Durumu	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Okur-yazar	2	2,9
İlkokul	28	41,2
Ortaokul	23	33,8
Lise	14	20,6
Üniversite	1	1,5
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>



#### 4.2.2.3. Bilgi düzeyleri

Türkiye’de 2000 yılında yapılan Tarım Sayımında toplam tarım işletmesi sayısı yaklaşık 4,1 milyon adet ve işletmelerin ortalama genişliği ise 50 dekar dolayındadır (DİE 2003).

Antalya ilinde ise yoğun olarak sebze ve kesme çiçek üretimi örtüaltında yapılmaktadır. Görüşme yapılan üreticilerin büyük çoğunluğu, üretimlerini sınırlı alanlarda sürdürmekte ve düşük gelir grubunda yer almaktadır. İhracata yönelik kesme çiçek üretimi yapan işletmelerin ortalama işletme genişlikleri 1,59 dekar olup 1 dekar ve altındaki alanda üretim yapan işletmeler toplam içinde % 55,9’luk paya sahiptir. 2 dekar veya buna yakın alanda kesme çiçek üretimi yapan işletmelerin oranı % 32,4’tür (Çizelge 4.47).

Çizelge 4.47. Üreticilerin kesme çiçek üretim alanları (dekar)

Üretim yapılan alan	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
0,1 – 1	38	55,9
1,1 – 2	22	32,4
2,1 – 3	6	8,8
3,1 – 4	2	2,9
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Üreticiler çeşitli çiçek türleri yetiştirmekte olup bunlardan en önemlisi karanfildir. Üreticilerin % 47,1’i sprej ve % 33,8’i standart karanfil yetiştirmektedir. Gerbera % 45,6 payla ihracata yönelik üretimde en önemli bir diğer kesme çiçek türüdür.

Çizelge 4.48. İşlemelere göre yetiştirilen kesme çiçek türleri (adet, %)

Türler	Toplam İşletme Sayısı (adet)	Oran (%)
Sprey Karanfil	32	47,1
Standart Karanfil	23	33,8
Gerbera	31	45,6
Gypsophilla	4	5,9
Glayol	6	8,8
Kasımpatı	4	5,9
Gül	1	1,5

#### 4.2.2.4. Üretim deneyimleri

Kesme çiçek üretimi diğer tarımsal faaliyetlerden farklı olarak daha fazla deneyim ve tecrübe istemektedir. Ürün olarak çok hassas olan kesme çiçeğin üretim dönemi boyunca kontrol edilmesi gerekmektedir.

Görüşme yapılan ihracata yönelik kesme çiçek üretimi yapan üreticilerin % 55,9'u 4-6 yıl, % 27,9'u 7 veya daha fazla ve % 16,2'si ise 1-3 yıl kesme çiçek üretimi yaptıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.49).

Çizelge 4.49. Kesme çiçek üreticilerinin üretim deneyimleri (yıl)

Deneyim Yılı Sayısı	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
1-3	11	16,2
4-6	38	55,9
7 +	19	27,9
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Üreticiler, ihracata yönelik üretim yaptıkları için, üretim aşamasından önce üretim planlaması yaparak kesme çiçek türlerini seçmeli ve üretim bu çerçevede yapılmalıdır.

Nitekim araştırma kapsamındaki üreticilerin büyük çoğunluğu (% 86,8), ihracata uygun bir şekilde ve ihracatçı firmanın isteklerine göre üretim planlaması yapmaktadır. Üreticilerin % 13,2'si ise üretim planlamasına gereken önemi vermemektedir (Çizelge 4. 50).

Çizelge 4.50. Üreticilerin üretim planlaması yapma durumu

Planlama Yapma Durumu	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Planlama yapan	59	86,8
Planlama yapmayan	9	13,2
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.2.5. Ürün sınıflamasına yönelik faaliyetler

Araştırma kapsamındaki üreticilerin tamamı ürünlerini sınıflandırmaya tabi tutuklarını belirtmiştir. İhracatçı firmalara göre daha az sınıflandırma ölçeği kullanan üreticiler, sınıflandırmada üç önemli kritere dikkat etmektedir. Bunlar; boy, renk ve açım formu dur.

Anket sonuçlarına göre üreticilerin % 26,5'i ürünün rengine göre sınıflandırma yaparken, % 16,2'si rengine ve açım formuna, % 14,7'si ise boyuna, % 14,7'si açım formuna ve % 14,7'si ise hem boyuna hem de açım formuna göre sınıflandırma yapmaktadır (Çizelge 4. 51).

Çizelge 4.51. Üreticilerin kesme çiçek sınıflandırma kriterleri

Kriterler	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Renk	18	26,5
Renk - Açım Formu	11	16,2
Boy	10	14,7
Açım Formu	10	14,7
Boy - Açım Formu	10	14,7
Boy -- Renk	6	8,8
Boy -- Renk -- Açım Formu	3	4,4
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.2.6. İhracatçı firmalardan alınan hizmetler

İhracatçı firmalar, sözleşmeli yetiştiricilik yaptıkları üreticiler ürünün üretiminden satımına kadar geçen aşamada çeşitli hizmetlerde bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında yer alan üreticilere göre, ihracatçı firmaların kendilerine verdikleri en önemli hizmetler ürün satışı ve girdi temininde sağlanan kolaylıktır. Ayrıca üreticilerin % 35,3'ü her iki hizmetten de yararlanmaktadır (Çizelge 4. 52).

Çizelge 4.52. Üreticilerin ihracatçı firmalardan aldıkları hizmetler

Alınan Hizmetler	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Ürün satışı	42	61,8
Ürün satışı ve girdi temini	24	35,3
Girdi temini	2	2,9
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.2.7. İhracatçı firmalardan ürün bedellerini alma zamanlar

Üreticiler ürün bedellerini, ürünlerini ihracatçı firmalara teslim ettikten sonra çeşitli zaman dilimleri içerisinde almaktadır.

Araştırma kapsamındaki üreticilerin ürün bedellerini alım zamanı incelendiğinde, üreticilerin % 75'inin bir ay içerisinde ürün bedellerini alabildiklerini geriye kalan % 25'inin ise üretim dönemi sonunda aldıkları görülmüştür (Çizelge 4.53). Üreticiler, üretim dönemi boyunca ilaç, gübre, fide gibi çeşitli üretim girdilerini ihracatçı firmalardan aldıkları nakit para ile temin etmektedir. Bu nedenle ürün bedelini alma zamanı üreticiler için büyük önem taşımaktadır.

Çizelge 4.53. Üreticilerin ihracatçı firmalardan ürün bedelini alma zamanları

Süre	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Bir ayda	51	75,0
Üretim dönemi sonunda	17	25,0
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.2.8. İhracatçı firmalarla ilgili bilgi düzeyleri

İhracata yönelik üretim yapan kesme çiçek üreticileri, ihracatçı firmalarla sürekli diyalog içerisinde. Ürünlerin üretiminden satışına kadarki geçen aşamada bu durum devam etmektedir. Üreticiler ihracatçı firmalar ile genellikle uzun yılları kapsayan alım anlaşmaları yapmamaktadır.

Nitekim araştırma kapsamındaki üreticilerin ihracatçı firmalarla ortalama olarak 2 yıl süreyle anlaşma yaptıkları ortaya çıkmıştır. Üreticilerin yarısından fazlası (% 55,9) iki yıllık anlaşma yaparken, % 27,9'unun 3 yıllık veya daha fazla süreli anlaşma yaptıkları saptanmıştır (Çizelge 4.54). Üreticiler ile ihracatçı firmalar arasında daha

uzun seneler alım bağlantısı kurmama nedenlerinin başında tarımsal üretimdeki belirsizliğe bağlanmaktadır.

Çizelge 4.54. Üreticilerin ihracatçı firmalarla ürün alımı konusunda yaptıkları anlaşma süreleri (yıl)

Yıl	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
1	11	16,2
2	38	55,9
3 +	19	27,9
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Yapılan araştırmada ihracatta devlet yardımları kapsamında ihracat iadesi uygulamasından yararlanan üreticilerin dörtte üçü (% 76,5) ihracatçı firmalardan memnun olduklarını, bunun yanı sıra üreticilerin % 23,5'i (16 adedi) ihracatçı firmalar ile sorun yaşadıklarını belirtmiştir (Çizelge 4.55).

Çizelge 4.55. Kesme çiçek üreticilerin ihracatçı firmalardan memnunluk durumu

Memnuniyet Durumu	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Evet	52	76,5
Hayır	16	23,5
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Nitekim Brumfield vd (1998) tarafından yapılan bir çalışmada da, sözleşmeli üretim yapan üreticilerin % 70'i firmalarla yapılan sözleşmelerden memnun kalmadıklarını belirtmiştir.

Araştırma sonuçlarında göre ihracatçı firmalardan memnun olmayan üreticilerin çeşitli sorunlarla karşılaşmış olduğu anlaşılmıştır. Mevcut sorunların en önemlileri

olarak; ürün bedellerinin geç alınması, ürün bedelinin belirlenmesinde firma ile anlaşamama ve firmaların ürün kalitesini beğenmemesi gibi konular öne çıkmıştır. Bilindiği üzere üreticiler genelde üretim aşamasında mali sıkıntısı içersinde olmaktadır. Üretimin başlamasından ilk ürünün kesim aşamasına kadar ki süreçte çeşitli girdiler için masraflar yapılmaktadır. İlk kesimden sonra ürün bedellerinin üreticiye geç ödenmesi durumunda üretici zor durumda kalmaktadır. Bu nedenle üreticilerin en önemli sorunlarının başında ürün bedellerinin geç ödenme riski gelmektedir (Çizelge 4.56).

Çizelge 4.56. Kesme çiçek üreticilerinin ihracatçı firmalarla ilgili sorunları

Öne Çıkan Sorunlar	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Ürün bedellerinin geç ödenmesi	11	69,2
Fiyat anlaşmazlığı	4	23,1
Ürün kalitesini beğenmeme	1	7,7
<b>Toplam</b>	<b>16</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.2.9. Sözleşmeli yetiştiricilik ve ihracat iadesi uygulaması

İhracatçı firmalar ile sözleşmeli yetiştiricilik yapan üreticiler, sözleşmelerini, Antalya İhracatçılar Birliği'nin yürürlükteki mevzuatlar çerçevesinde hazırlamış olduğu örnek sözleşmeye göre yapmaktadırlar. Ayrıca Antalya İhracatçılar Birliği, sözleşme kontratında her iki tarafın da talepleri dahilinde kontratı değiştirme olanağı sağlamaktadır.

Bu çerçevede görüşme yapılan üreticilerin tamamı, sözleşme şartlarını belirlerken, hem kendilerinin hem de ihracatçı firmanın şartları ortak belirleyip hazırladıklarını ve sözleşmeyi yazılı olarak yaptıklarını belirtmiştir. Nitekim yapılan sözleşmelerin yazılı olması, yardımdan yararlanmak için öncelikli şart olarak ileri sürülmektedir.

Üreticilerin % 85,3'ünün hazırlanmış olan sözleşmeli yetiştiricilik kontratından memnun oldukları ve % 14,7'sinin ise bundan memnun olmadıkları görülmüştür



(Çizelge 4.57). Sözleşmeden memnun olmayan üreticilerin tamamı ise kontrat hazırlanırken ihracatçı firmanın daha etkin rol oynadığını ve özellikle fiyat konusunda kendilerinin daha az söz sahibi olduklarını belirtmiştir. Bununla birlikte bu üreticilerin yapılan kontratla ürettikleri ürünleri satma güvencesi kazandıkları ve bundan da memnun oldukları görülmüştür.

Çizelge 4.57. Kesme çiçek üreticilerinin sözleşme kontratı konusundaki memnuniyet durumları

Sözleşmeden Memnuluk Durumu	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Memnun	58	85,3
Memnun değil	10	14,7
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

İhracata yönelik kesme çiçek üretimi yapan üreticilerin tamamı sözleşmeli yetiştiriciliğin kendilerine güvence sağladığını belirtmiştir.

Günümüz koşullarında pazarlama alanında rekabet çok şiddetlidir. Bir ürünü satışa sunmak üretmek kadar zordur. Diğer bir ifadeyle üretilen ürün için pazar bulmak ve ona uygun fiyat belirlemek çok önemlidir. Sözleşmeli yetiştiriciliğin en önemli avantajlarından biri olan ürüne satış garantisi verilmesi, kesme çiçek üretiminde de önemlidir. Nitekim araştırma kapsamındaki kesme çiçek üreticilerinin % 83,8'i, sözleşmeli yetiştiricilik uygulamasının ürünlerini satma garantisi sağladığını, % 16,2'si ise ürünün iyi fiyattan satılması güvencesi sağladığını belirtmiştir (Çizelge 4.58).

Çizelge 4.58. Üreticilere göre sözleşmenin sağladığı güvenceler

Güvence Şekilleri	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Ürünü satma garantisi	57	83,8
Ürünü iyi fiyattan satma	11	16,2
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.2.10. Üreticilerin sözleşme şartnamesinin hazırlanmasında ihracatçı birliklerinin rolü ile ilgili düşünceleri

İlgili yasalar çerçevesinde hazırlanan ve uygulaması T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca ihracatçılar birliklerine bırakılan sözleşmeli yetiştiricilik kontratı konusunda kesme çiçek üreticilerinin düşünceleri Çizelge 4.59'da verilmiştir.

Buna göre, üreticilerin % 76,5'i sözleşme kontratının hazırlanmasında Antalya İhracatçı Birliği'nin rolü olduğuna, % 23,5'inin ise herhangi bir rolü bulunmadığına ve kontratı ihracatçı firmaların hazırladıklarına inanmaktadır (Çizelge 4.59).

Çizelge 4.59. Sözleşmenin hazırlanmasında ihracatçı birliklerinin rolü üzerine üretici görüşleri

Üretici Görüşleri	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
İhracatçı Birliğinin rolü var	52	76,5
İhracatçı Birliğinin rolü yok	16	23,5
<b>Toplam</b>	<b>11</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.2.11. Sözleşmeli üreticilerin ihracat iadesi ile ilgili düşünceleri

İhracata yönelik kesme çiçek üretimi yapan üreticilerin, ihracatın geliştirilmesine yönelik devletin uygulamış olduğu "ihracata yönelik iade yardımları" ile ilgili düşünceleri Çizelge 4.60'da belirtilmiştir.

Kesme çiçek üreticilerinin yarısı ihracat iadesi yardımlarının, üretim döneminde kendileri için maddi destek sağladığını özellikle de üretim esnasında karşılaştıkları girdi temin etme sorunlarını azalttığını, % 48,5'i ayrıca ihracata yönelik yapılan bu yardımların üretimde kaliteyi artırıcı bir unsur olduğunu öncelikli yararlar arasında düşünmektedirler (Çizelge 4.60).

Kesme çiçek sektöründe mevcut olan kooperatifler ise satış ağırlıklı olarak çalışan kooperatiflerdir.

Görüşme yapılan kesme çiçek üreticilerinin % 48,5'i kendi faaliyet alanlarına yönelik tarımsal amaçlı kooperatif veya derneklere üye olduklarını belirtmiştir (Çizelge 4.61). Genelde üreticilerin % 65,5'i iç pazarda faaliyet gösteren S.S. Flora Çiçekçilik Üretim ve Pazarlama Kooperatifi ile S.S. Çiçek Üretim ve Pazarlama Kooperatifi'ne üyedir. Bunun yanında üreticilerin % 80'i ise Çiçek Üreticileri Derneği'ne kayıtlıdır.

Çizelge 4.61. Üreticilerin kooperatiflere üyelik durumu

Üyelik Durumu	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Kooperatife üye	33	48,5
Kooperatife üye değil	35	51,5
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

Çiçek Üreticileri Derneği 1999 yılında Antalya'da kurulmuş olup derneğin amacı, kesme çiçek üreticilerine, üretimde kullanacakları girdi ve kredi alımında kolaylık sağlamaktır. Dernek, ucuz girdi ve kredi sağlamanın yanında ürün satışında, firmaların belirlemiş olduğu fiyatlar karşısında üreticinin birlik olmasını sağlamak amacıyla kurulmuştur. Ancak üreticilerce derneğin daha çok kredi sağlama hizmetinden yararlanmış diğer hizmetlerden olan girdi sağlama ve dernek tarafından belirlenen kesme çiçek satış fiyatına bağlı kalma hizmetlerinden genelde yararlanılmamıştır. Bu durum derneğin faaliyetinde aksaklıklara neden olmuş ve dernek kapanma sürecine girmiştir.

Anket sonuçlarına göre, kooperatif üyesi olan kesme çiçek üreticilerinin % 63,6'sı üye oldukları kooperatif veya derneğin girdi, kredi ve ürün satışı, % 21,2'si sadece ürün satışı, % 15,2'si ise girdi ve kredi temini hizmetlerinden yararlandıklarını belirtmiştir. Üreticilerin genel yaklaşımı kooperatif veya derneklerin satış hizmetlerinden yararlanma yönündedir (Çizelge 4.62).

Çizelge 4.62. Üreticilerin kooperatif hizmetlerinden yararlanma durumu

Hizmet Türü	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Girdi, Kredi ve Ürün Satışı	21	63,6
Ürün satışı	7	21,2
Girdi ve Kredi Temini	5	15,2
<b>Toplam</b>	<b>33</b>	<b>100,0</b>

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre üreticilerin % 88,2'si, ürün satışında veya girdi temininde yararlanacakları bir kooperatif veya derneğin kurulmasının kendileri için faydalı olacaklarına inanmaktadır. Ancak bu ortak anlayışa karşın veya mevcut kooperatiflerin faydalı olacağına inanmalarına karşın üreticiler arasında böyle bir birliğin kurulmasının güç olduğu da belirtilmektedir. Ayrıca üreticilerin % 11,8'i ise kooperatif benzeri örgütlenmenin yararlı olmayacağını bireysel olarak daha etkili olabileceğini ifade etmektedir (Çizelge 4.63).

Çizelge 4.63. Üreticilerin kooperatiflerin gerekliliği konusundaki yaklaşımları

Yaklaşımlar	Üretici Sayısı (adet)	Oran (%)
Kooperatifler gereklidir	60	88,2
Olmasa da olur	8	11,8
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100,0</b>

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada ticari anlamda kesme çiçek yetiştiriciliği, 1945 yılından sonra bir çok ülkede önemli bir faaliyet haline gelmiştir. Dünyada 90'dan fazla ülkede kesme çiçek üretimi yapılmaktadır. En önemli üretici ülkeler ise Kolombiya, Kenya, İsrail, İtalya, Hollanda, Ekvator ve Zimbabve'dir. Bunlardan Hollanda bilindiği üzere süs bitkileri üretiminde ve ticaretinde Avrupa'nın ve dünyanın en önemli ülkelerinden birisidir.

Türkiye'de ticari anlamda kesme çiçek üretimi, yaklaşık 50 yıllık bir geçmişe sahip olup önceleri İstanbul ve Yalova çevresinde başlayan çiçekçilik, 1970'lerde İzmir'de, 1980'lerde Antalya'da ve 1990 başlarında Adana ve Muğla illerinde gelişmeye başlamıştır. Üretim çoğunlukla Akdeniz, Ege ve Marmara bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Türkiye'de kesme çiçek üretimi; iklim özellikleri, üretim teknolojisi ve dış satım özellikleri yönünden iç piyasaya yönelik ve dış satıma yönelik üretim olmak üzere iki gruptur. İç piyasaya yönelik üretim Ege ve Marmara Bölgesi'nde, dış piyasaya yönelik üretim ise Antalya ağırlıklı olmak üzere Akdeniz Bölgesinde yoğunlaşmaktadır. Türkiye genelinde kesme çiçek türleri itibariyle en fazla karanfil, glayöl, gül ve nergis üretimi yapılmaktadır.

Dünya kesme çiçek ticaretinde son yıllarda büyük gelişmeler yaşanmıştır. Dünya kesme çiçek üretim değeri içerisinde bazı bölgelerin ve ülkelerin payları önemli düzeydedir. Güney Amerika, Avrupa ve Afrika en önemli kesme çiçek ihracatının yapıldığı kıtalardır. Hollanda dünya süs bitkileri ve kesme çiçek ihracatında en önemli ülkedir. Hollanda'dan sonra gelen ikinci ülke Kolombiya'dır.

Dünyada kesme çiçek ithalatında önde gelen ülkeler ise ABD, Almanya, İngiltere, Hollanda ve Fransa'dır. En büyük paya sahip ülke Avrupa Birliği'dir.

Türkiye kesme çiçek ihracatında yıllara göre çeşitli değişimler yaşanmıştır. Antalya ili, kesme çiçek ihracatında ülkede önde gelen iller arasındadır. Nitekim son yıllarda Türkiye ihracatın büyük çoğunluğu Antalya ilinden yapılmıştır.

Türkiye toplam kesme çiçek ihracat miktarında en fazla payı İngiltere alırken, bunu Hollanda izlemektedir.

Araştırma sonuçlarına göre anket yapılan 65 adet kesme çiçek ihracat firmasının 35 adedi ihracatın yanında ihracata yönelik kesme çiçek üretiminde bulunurken 30 adet ihracatçı firma ise sadece ihracat yapmaktadır. Ayrıca ihracatçı firmaların büyük bir çoğunluğu düzenli olarak her yıl ihraç yaptığını belirtmiştir.

İhracatçı firmaların ürün alımlarında karşılaştıkları en önemli sorunlar ise; yeterli kalite ve miktarda ürün temin edememe ve istenilen açım formunun üreticiler tarafından yakalanamamasıdır.

Bunun yanında ihracatçı firmalar, ihracata yönelik kesme çiçek üreticilerinden ürün alımlarında çeşitli sorunlarla karşılaştıklarını belirtmektedir. Bunların başında; üreticilerin ihracata uygun kalitede ürün üretememeleri, üreticiler tarafından yapılan paketlemenin iyi yapılmaması ve bu nedenle de ürünlerin hem görünüşlerinin hem de kalitelerinin düşmesi gelmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, ihracatçı firmaların yaklaşık yarısı kesme çiçeğin mevcut pazara taşınmasında soğutmalı TIR kullandıklarını belirtmiştir. İhracatçı firmaların ürün taşınmasında karşılaştıkları sorunların başında ise taşıma ücretlerinin yüksekliği gelmektedir. Ayrıca kargo uçağı temininde de zorlukların yaşandığı ve bundan dolayı ürünlerin zamanında hedef pazarlara gönderilemediği de diğer önemli sorunlar arasında belirmiştir.

İhracatçı firmaların büyük çoğunluğu ihraç ettikleri kesme çiçeği yurtdışındaki toptancılara ve komisyonculara satmaktadır. Ancak bunun yanında az düzeyde de olsa direkt şahıslara, kendi firmaları bünyesindeki aracı kurumlara ve ithalatçılara da satış yapılmakta olduğu da saptanmıştır.

Araştırmanın yapıldığı 2001 yılında elde edilen veriler, ihracatçı firmaların 11 adedi üreticilerle tarımsal ürünlere yönelik ihracat iadesi yardımları kapsamında

sözleşmeli yetiştiricilik yaptıklarını, buna karşın 54 firmanın ise üreticilerle söz konusu kapsamda sözleşme yapmadıklarını ortaya koymuştur.

İhracatçı firmaların yarısından fazlası da, ihracatı artırmak için dış satıma yönelik mezatların kurulabileceği düşüncesi hakimdir.

İhracatçı firmalar sözleşmeli yetiştiricilik yaptıkları üreticilere çeşitli hizmetler götürmektedir. Üreticilere göre, ihracatçı firmaların kendileri için götürdükleri en önemli hizmetlerin başında; ürün satışı ve girdi temininde ihracatçı firmaların sağladıkları kolaylıklar gelmektedir.

Kesme çiçek üreticileri örgütlenme konusunda farklı düşünceler içindedir. Nitekim üreticiler arasında kooperatifleşme çabalarının olmasına karşın belirgin bir birleşme yoktur. Üreticilerin, genellikle ürünlerin satımı için kooperatif veya derneklere üye oldukları görülmüştür.

Türkiye'de kesme çiçek üretiminde çeşitli sorunlarla karşılaşılmaktadır. Bunların başında üretim maliyeti yüksekliği gelmektedir. Kesme çiçek üretiminde dışa bağımlılık devam etmekte olup bu durum üretim maliyetini artırıcı bir etki yapmaktadır. Türkiye kesme çiçek üretiminin en önemli bir diğer sorunu da tek bir türe dayalı üretim ve ihracat yapısına sahip olunmasıdır. Bu durum hedef pazarlarda devamlı satıcı konumunda bulunmayı riske sokmaktadır. Ayrıca üretimde kullanılan teknolojik düzey rekabet halinde olunan ülkelere göre yetersizdir. Yeterli olan işletmelerde ise deneyimli eleman açığı bulunmaktadır. Pazarlamada karşılaşılan sorunlardan önde geleni ise ithalatçı ülkelerin taleplerinin dikkate alınmamasıdır. İhracata yönelik yeni pazar arayışlarının kısıtlı veya yok denecek düzeyde olması da bir diğer sorun olarak öne çıkmaktadır.

Kesme çiçeğin üretimden tüketime ve ihracata kadar olan süreç ve mevcut pazar yapısı incelendiğinde bu faaliyet alanının önemli bir ekonomik birim haline dönüşmekte olduğu görülmektedir. Bu alanda daha fazla gelişme ile birlikte hem üretim aşamasında yer alan üreticilerin hem de pazarlama ve ihracatçıların kendilerine ve ülke ekonomisine



daha fazla katkı yaratabilecekleri görülmektedir. Ancak bunun için sağlıklı politikaların uygulanması gerekliliği de bilinmektedir. Bunlardan başlıcaları ana hatlarıyla aşağıda sıralanmıştır:

- Üretim önceden planlanmalı ve üretim miktarı buna göre önceden belirlenmelidir. Nitekim üretilen ürün miktarı bilinirse buna göre yapılacak ihracat miktarı ve ürünleri gönderilecek hedef pazarlar daha kolay belirlenebilir. Böylece piyasalardaki arz fazlası veya noksanlığı gibi sorunlar ortadan kaldırılmış olur.

- İhracata yönelik üretimde tür çeşitliliği göz önünde bulundurulmalıdır. Sadece tek bir çeşide dayanarak yapılan ihracat, sektörün gelişmesine yardımcı olmayacağı gibi dış pazarlardaki rekabet şansını da azaltmaktadır. Tür çeşitliliği ihracata arttırmada önemli faktörlerden birisi olarak görülmektedir.

- Üretimde devamlılığın sağlanması gerekmektedir. Bunun sağlanması için yeni teknik ve yöntemler denenmelidir. Üretimde devamlılığın sağlanmasıyla, ihracata her zaman ürün bulabilme ve ihracatı artırma olanakları genişletilmiş olacaktır. Özellikle ülkelerin özel günlerinin bilinmesi ve ürünlerin zamanında bu ülkelere gönderilmesi hem yeni pazarlara kolay girilebilmesi hem de ülke ihracatını arttırılması yönünden uygulanabilecek önemli bir araç olarak düşünülmektedir.

- Kesme çiçek ihracatını arttırmada, pazar potansiyeli geniş ve kişi başına tüketimi fazla olan (İsviçre, Finlandiya, Norveç vb.) ülkelere yönelmesi sağlıklı bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır. Nitekim Türkiye'nin ihracat profili incelendiğinde, bu ülkelere olan ihracatın çok az miktarda olduğu görülmektedir. Bu pazarlara ulaşmak için de, pazar araştırmalarına önem verilerek bunlara dönük ihracat politikalarının hazırlanması ve uygulanmasının gerekliliği iyi anlaşılmalıdır.

- Üretilen ürünlerin kaliteli ve dayanıklı olması ihracat pazarlarındaki rekabet için önemlidir. Bulara yönelik bilimsel ve altyapı ile ilgili çalışmaların teşvik edilmesi gerekmektedir.

◆ Ürünlerin, üretimden ihracatına kadar ki aşamada uygulanan her türlü pazarlama faaliyetlerinin (paketleme, ambalajlama, tasnif, sınıflandırma, vb.) organize bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlayacak şekilde yatırımların yapılması gerekmektedir.

◆ Özellikle üretimden sonra ürünlerin pazara akışı esnasında yapılan taşımacılık faaliyetlerindeki masraf unsuru kesme çizek sektöründe büyük sıkıntılar yaratmaktadır. Bu nedenle maliyetlerin daha uygun seviyelere çekilebilmesi amacıyla çalışmaların yapılması gerekmektedir. Özellikle de hava taşımacılığının teşvik edilmesi ile; hem ürünlerin zamanında ve istenilen pazarlara ulaşması kolaylaşacak hem de kalite yönünden ürünlerin zarar görmesinin önüne geçilmiş olacaktır. Böylece bu yapı ihracatı artırıcı bir unsur olacaktır.

◆ İhracata verilen teşviklerin sadece ihracat ile sınırlı kalmaması, teşviklerin aynı zamanda üreticiye de yansıtılması gerekmektedir. Böylece üreticiye yapılan teşviklerle üretici de bilinçlendirilmiş olacak ve kalitesi yüksek ürünler üretmesi sağlanacaktır.

◆ Ürünün üretim aşamasından son tüketiciye ulaşmaya kadarki süreçte yer alan pazarlama hizmetlerinde bilgi sahibi ve eğitimli kişilerin yer alması gerekmektedir. Bu alanda yetersizliklerin olduğu bilinmektedir. Sektörün gelişmesi için hızla bu alandaki boşluk doldurulmalı ve eğitimli bireylerin yetiştirilmesine özen gösterilmelidir.

◆ Dünya piyasaları takip edilmeli, pazarların ihtiyaçlarına göre üretim yapılmalıdır. Satılamayacak bir ürünün üretimi ekonomik olmayacaktır. Bu nedenle dünya piyasaları incelenerek, kamu bünyesinde faaliyet gösterecek yönlendirici ve etkin organizasyonların kurulması gerekmektedir. Çünkü pazarın isteklerine göre üretim yapmak artık günümüz pazarlama anlayışının temel yaklaşımı olmuştur.

◆ Üretim aşamasında girdi maliyetlerinin yüksekliği üretimi kısıtlayıcı etki yaratmaktadır. Bu aşamada ucuz girdi temini konusunda üreticiye destek olunmalı ve üretim teşvik edilmelidir. Bu noktada kamu ve ihracatçı firmalar ile üretici örgütleri işbirliği içerisinde olmalıdır. Örneğin üretim aşamasında fide temini en önemli

sorunların başında gelmekte olup bu sorunun çözümünde gerek devlet kurumlarına gerekse araştırma merkezlerine özellikle de üniversitelere gerekli çalışmaları yapabilecek alt yapılar sağlanmalıdır.

◆ Üreticilerin örgütlenmesi zayıftır. Üreticiler üretimde devamlılığın sağlanması çabası içinde olup bunun da devam ettirilmesi gereklidir. Üreticiler arasında özellikle tarım kesiminde örgütlenme yetersiz düzeyde olup bunun sağlanması için kamu politikalar geliştirmelidir.

## 6. KAYNAKLAR

- ANONİM. 1969.** 10 Mayıs 1969 gün ve 13195 Sayılı Resmi Gazete, Ankara.
- ANONİM. 1995.** 26 Ocak 2001 gün ve 242999 Sayılı Resmi Gazete, Ankara.
- ANONİM. 1999.** Antalya İhracatçılar Birliği web adresi. <http://www.aib.org.tr>.
- ANONİM. 2000-a.** T. C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Antalya Tarım İl Müdürlüğü 2000 Yılı Çalışma Raporu, Antalya.
- ANONİM. 2000-b.** Exporting Cut Flowers and Foliage, EU Market Survey, CBI ProFound, June, Holland.
- ANONİM. 2002.** Antalya İhracatçılar Birliği web adresi. <http://www.aib.org.tr>.
- ANONİM. 2003-a.** T. C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Antalya Tarım İl Müdürlüğü Kayıtları
- ANONİM. 2003-b.** Antalya İhracatçılar Birliği web adresi. [www.aib.org.tr](http://www.aib.org.tr).
- ANONİM. 2003-c.** Pathfast file online <http://www.pathfastpublishing.com>
- ANONİM. 2003-d.** Flower Council of Holland file online <http://www.flowercouncil.org>.
- ANONİM. 2003-e.** World Bank file online <http://www.worldbank.org>.
- BABADOĞAN, G. 2000.** Tarım ve Gıda Ürünleri İhracatımızda Karşılaşılan Tarife Dışı Teknik Engeller, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME) Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı Tarım Dairesi Uzmanlık Tezi, Ankara.
- BAKTIR, İ., TİTİZ, S. ve YELBOĞA, K. 1990.** Akdeniz Bölgesi Kesme Çiçek Üretim ve Sorunları. Akdeniz Bölgesinde Tarımın Verimlilik Sorunları Sempozyumu MPM Yayınları No: 433, Ankara. 72-79 ss.
- BARRETT, J. and NEIL, T.A. 1991.** Floricultural Production Data Florida Ornamental Growers Association Inc. Newsletter July-August Vol.14, Nr.4, USA.
- BRUMFIELD, R., ÖZKAN, B., KARAGÜZEL, O., 1998.** Contract Growing For The Export Oriented Cut Flower Industry In Turkey. *HortScience* Vol.33 (3):530.
- CANDEMİR, M. 1998.** Kesme Çiçek İhracat Sorunları ve Çözüm Önerileri. İzmir Ticaret Odası Yayınları Yayın No: 43, İzmir.
- CEYLAN, C. 1998.** Sözleşmeli Tarımda Yayın Eğitimi ve Çiftçi Katılımı. Türkiye Ziraat Odaları Yayınları, Ankara.

- DİE. 2003.** Tarım Sayımı Sonuçları T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü web sayfası. <http://www.die.gov.tr>.
- DPT. 1996.** Kesme Çiçekler Raporu (Süs Bitkileri Grubu). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Yayın No. DPT 2464- ÖİK:515, Ankara. 63 ss.
- DPT. 2000.** Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu, Süs Bitkileri Alt Komisyonu Kesme Çiçekler Raporu. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, ÖİK: 653, Ankara. 11 ss.
- DTM. 2003.** T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı web sayfası ([www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr)).
- GROOT, S.P. 1998.** Floriculture Worldwide Trade and Consumption Patterns, World Conference on Horti Research, 17-22 June 1998, Roma.
- GÜRSAN, K. ve ERKAL, S. 1998.** Dünyada ve Türkiye’de Süs Bitkileri Üretim ve Ticaretindeki Gelişmeler. I. Ulusal Süs Bitkileri Kongresi, 6-9 Ekim, Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü, Yalova, 1 ss.
- İGEME. 2002.** Tarımsal Ürünler İhracatında Uygulanan Devlet Yardımları Tarım ve Hayvancılık Ürünleri Dairesi. *İGEME'den Bakış Dergisi*, Tarım ve Gıda Özel Sayısı, Nisan, Ankara.
- İGEME. 2003.** T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi web adresi. <http://www.igeme.org.tr>.
- İTO. 2001.** I. Kesme Çiçekçilik Sempozyumu, İzmir Ticaret Odası Yayınları Yayın No: 101, Mayıs, İzmir.
- KARLUK, R. 1998.** Uluslararası Ekonomi. Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş. ISBN 975-486-513-2 Yayın No: 618, İstanbul.
- KORUT, A. 1990.** Türkiye’de Kesme Çiçek Yetiştiriciliğinde Sorunlar ve Öneriler. Türkiye Ziraat Mühendisliği 3. Teknik Kongresi, Ankara, 461-467 ss.
- MÜLAYİM, Z.G. 1992.** Kooperatifçilik. Yetkin Yayınları ISBN 975-464-035-1 Ankara.
- ÖZKAN, B. ve KARAGÜZEL, O. 1997.** Antalya’da Kesme Çiçek Üretiminin Mevcut Durumu. *Derim Dergisi*, 14 (2): 50-61 ss.
- ÖZKAN, B., KARAGÜZEL, O. ve ORTAÇEŞME, V. 1998.** Türkiye Kesme Çiçek Dışsatımında Üretim ve Pazarlamadan Kaynaklanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. I. Ulusal Süs Bitkileri Kongresi Bildiriler Kitabı S.19-25, Yalova.

- ÖZKAN, B. ve KARAGÜZEL, O. 1999.** Türkiye'de Dışsatıma Yönelik Kesme Çiçek Üretimi ve Sorunları. *Hasad Dergisi*, 14(164): 20-23 ss.
- PERTWEE, J. 1998.** The International Floriculture Quarterly Report March 1998. Volume: 6, Number: 4.
- RAY, E.P. 1963.** Contract Farming, USA the Intrastate Printers and Inc. Danville, Illinois.
- REHBER, E. 1996-a.** Tarımda Dikey İlişkiler ve Sözleşmeli Tarım. *Dış Ticaret Dergisi*, Ekim 1996, Ankara, 3, 47-54 ss.
- REHBER, E. 1996-b.** Sözleşmeli Tarım ve Önemi. Türkiye II. Tarım Ekonomisi Kongresi, 4-6 Eylül 1996, Adana, 2, 366-374 ss.
- REHBER, E. 1998.** Sözleşmeli Tarım Üzerine Bir Değerlendirme. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 3, 23-37 ss.
- SAYIN, C. 2003.** Tarım Ürün Dış Ticaret Politikaları Yüksek Lisans Ders Notları. (yayınlanmamış), Antalya.
- SAYIN, C., OZKAN, B., KARAGUZEL, O., TAŞCIOĞLU, Y., 2002.** Production, Marketing of Cut Flowers and Policies Pursued in Turkey, Journal of Agricultural Research, Tanta University, Special Issue Vol: 28 (3/11): 1020-1031. Egypt.
- SEYİDOĞLU, H. 2001.** Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama. Güzem Yayınları ISBN 975-7516-10-4, İstanbul.
- SÖĞÜT, Z. ve EMEKSİZ, F. 1992.** Türkiye'de Süs Bitkileri Üretim ve Ticaretinin Yapısı ve Gelişimi İle Avrupa Topluluğuna Uyum İçin Gerekenler. Türkiye I. Ulusal Bahçe Bitkileri Kongresi, 13-16 Ekim, İzmir, (I) : 723-728 ss.
- ŞAHİN, A. 2002.** İhracatta Ödeme Şekilleri. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı. İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME) Yayınları, Ankara.
- TİTİZ, S., ÇAKIROĞLU, N., YILDIRIM, T.B. ve ÇAKMAK, S. 2000.** Süs Bitkileri Üretim ve Ticaretindeki Gelişmeler. Türkiye Mühendisler ve Mimarlar Odası Ziraat Mühendisleri Odası, Kongre 2000, Ankara.
- TUFAN, A. ve SAYIN, C. 1996.** Türkiye'de Tarım Ürünlerine Yönelik Dış Satım Teşvikleri, Gelişim Yönü ve Etkileyen Faktörler. Türkiye 2. Tarım Ekonomisi Kongresi, 4-6 Eylül, Adana.

- TÜRKAY, C. 1999.** T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Kesme Çiçek Ürün Profili Sayı:7, Ankara.
- TÜRKAY, C. 2000.** Kesme Çiçek Dış Pazar Araştırması. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı Tarım Dairesi Yayınları, Ankara.
- UZUN, G. ve BAKTIR, İ. 1990.** Türkiye'nin Süs Bitkileri Üretim Olanakları ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma. I. Ulusal Süs Bitkileri Kongresi Bildiriler Kitabı, Yalova, 19-25 ss.
- YILDIRIM, B.T. ve ATIŞ, E. 1997.** Türkiye'nin Kesme Çiçek Dış Ticareti ve Gelişmesine Yönelik Öneriler. Bahçe Ürünlerinde Muhafaza ve Pazarlama Sempozyumu 21-24 Ekim, Yalova, 273-281 ss.
- YURDAKUL, O. 1989.** Tarımsal Pazarlamaya Giriş. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ders Kitabı No:9, Adana.



EK-1

**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**  
**ZİRAAT FAKÜLTESİ**  
**TARIM EKONOMİSİ BÖLÜMÜ**

Anket Formu  
**İHRACATÇI ANKETİ**

Firma Adı:

İhracatçı adı:

İlçe:

Firmanın Faaliyet Alanı

a. İhracatçı

b. İhracatçı ve üretici

**A. GENEL BİLGİLER**

1. İşletmenin genel yapısı

Personel	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	
Yönetici				
İşçi				

Eğitim Durumu: a. İlkokul b. Ortaokul c. Lise d. Yükseköğrenim

2. Kaç yıldır kesme çiçek ihracatı yapıyorsunuz?

a. 1-3 b. 4-6 c. 7+

3. Her yıl düzenli olarak ihracat yapıyor musunuz?

a. Evet b. Hayır

4. Hayır ise; düzenli olarak ihracat yapamamanızın nedenleri nelerdir? (En önemli üç seçeneği işaretleyiniz)

- a. Tek pazara bağımlılık b. Tek ürüne bağımlılık  
c. Pazarda kalite yönünden rekabet edememe d. Düzensiz nakliye  
e. Pazarda fiyat yönünden rekabet edememe f. İşletmenin iyi organize olamaması  
g. Aynı pazarda yerli firmaların birbiriyle rekabeti h. Finansman yetersizliği  
i. Pazar hakkında yeterli bilgiye sahip olamama  
j. Diğer (.....)

5. İç pazara ürün satıyor musunuz?

a. Evet b. Hayır

6. Evet ise iç pazarda ürününüzü kime satıyorsunuz?

.....

7. İhraç edeceğiniz ürünü nereden alıyorsunuz?

- a. Kendi üretimimiz b. Diğer Üreticilerden  
c. Kendimiz ve diğer üreticilerden d. Diğer (.....)

8. Alacağınız ürün miktarını nasıl belirliyorsunuz?

- a. Her sene belirlenen miktarda b. Yapacağım ihracat miktarına göre  
c. Diğer

9. Kesme çiçek alımı yaptığımız üreticilerle çok yıllık alım bağlantısı yapıyor musunuz?  
 a. Evet  
 b. Hayır (Neden .....)
10. Evet ise kaç yıllık alım bağlantısı yapıyorsunuz?  
 a. 1                      b. 2                      c. 3                      d. 4                      e. 5 ve +
11. Üreticiye ürün bedelini alımdan ne kadar süre içinde verebiliyorsunuz?  
 a. Bir hafta sonra                      b. 15 gün sonra  
 c. Bir ay sonra                      d. Diğer (.....)
12. Üreticilerinize aynı veya nakdi yardımda bulunuyor musunuz?  
 a. Evet                      b. Hayır
13. Evet ise ne tür yardımlarda bulunuyorsunuz?  
 a. Aynı ( Fide, Gübre, İlaç,.... )  
 b. Nakdi
14. Ürün alımında karşılaştığınız sorunlar nelerdir? (önem sırasına göre belirtiniz)  
 1. ....  
 2. ....  
 3. ....

## B. ÜRETİM

15. Üretim yapılan alan:

İ türler	Cam Sera (Da)	Plastik Sera (Da)	Toplam (Da)
Sprey Karanfil			
Standart Karanfil			
Gypsophilla			
Glayöl			
Krizantem			
Gül			

16. Diğer üreticilerden ürün alıyor musunuz?  
 a. Evet                      b. Hayır
17. İhracata yönelik olarak üretim planlaması yapıyor musunuz?  
 a. Evet                      b. Hayır (Neden .....)
18. Evet ise üretim planlamasını neye göre yapıyorsunuz?  
 .....
19. Üretim planlamasını genellikle hangi pazarlara yönelik yapıyorsunuz?  
 a. İç Piyasaya                      b. Dış Piyasaya  
 c. Hem iç piyasaya hem de dış piyasaya                      d. Diğer (.....)

## 20. Üretim Planlaması

Türler	İç Piyasa	Dış Piyasa
Sprey Karanfil		
Standart Karanfil		
Gypsophilla		
Glâyöl		
Krizantem		
Gül		

21. İstenilen miktar ve kalitede ürün alabiliyor musunuz?  
a. Evet b. Hayır

22. Hayır ise ne tür zorluklarla karşılaşıyorsunuz?  
.....

## C. SINIFLANDIRMA

23. Ürünlerde herhangi bir sınıflandırma yapıyor musunuz?  
a. Evet b. Hayır

24. Ürünlerin sınıflandırılmasında esas alınan kriterleri önem sırasına göre belirtiniz?  
1 .....  
2 .....  
3 .....

## D. AMBALAJLAMA

25. Ürünlerin ambalajlamasını kim yapıyor?  
a. Üretici b. İhracatçı firma (kendim)  
c. Diğer .....

## 26. Ambalajlama özellikleri ve maliyeti

Tür	Ambalaj Tipi	Boyutları	Aldığı ürün miktarı (Dal)	Maliyeti (TL)	Taşıma Ücreti (TL)	Kullanılan Ambalaj Sayısı (Adet)
Sprey Karanfil						
Std. Karanfil						
Gül						
Glâyöl						
Gypsophilla						
Krizantem						

27. Ambalajlama işleminde sorun yaşıyor musunuz?  
a. Evet b. Hayır

28. Evet ise ambalajlama işlerinde karşılan sorunlar nelerdir?  
1 .....  
2 .....  
3 .....

29. Ambalajlama sırasında ürün kaybı ne kadar olmaktadır? %.....

## E. DEPOLAMA

30. Ürünlerde depolama yapıyor musunuz?  
a. Evet b. Hayır

31. Hayır ise depolama yapmamanızın nedeni nedir?  
.....

32. Evet ise ürünleri nerede muhafaza ediyorsunuz?  
a. Soğuk hava deposu b. Adi depo c. Diğer .....

33. Depolama Durumu

Tür	Miktar (Dal)	Depolama Masrafı	Depolama Süresi

34. Depolama sonrasında ürün kaybı ne kadar olmaktadır? %.....

## F. TAŞIMA

35. Ürünlerin ihracatında taşımayı hangi vasıtalarla yapmaktasınız?  
a. Kargo Uçağı b. Gemi  
c. Soğutmalı TIR d. Diğer (.....)

36. Taşıma maliyeti

Tür	Miktar (Dal)	Taşıma Masrafı (Dal/TL)	Diğer

37. İhracatta devletten taşımacılık için yol primi (Navlun) alıyor musunuz?  
a. Evet b. Hayır

38. Ürünlerin taşınmasında karşılaştığınız sorunlar nelerdir?  
a. Taşıma ücretinin yüksekliği b. Kargo Uçağı teminindeki zorluk  
c. Soğutma sistemli Tır teminindeki zorluk d. Diğer (.....)

39. Taşıma sırasında ürün kaybı ne kadar olmaktadır? %.....

## G. PAZAR ARAŞTIRMASI

40. Dış pazara yönelik pazar araştırması yapıyor musunuz?  
a. Evet b. Hayır

41. Evet ise yeni Pazar arayışı içinde bulunduğunuz kişi ve kurumlar var mı?  
a. Evet b. Hayır

42. Evet ise Pazar arayışında size yardımcı olan kurumlar hangileridir?  
a. Dış ticaret müsteşarlığı b. İGEME  
c. Antalya İhracatçılar Birliği d. Diğer (.....)
43. Yeni pazarlara girme konusunda araştırmanız ve çalışmanız var mı?  
a. Evet b. Hayır
44. Hayır ise yeni pazarlar arayışında olmamanızın nedenleri nelerdir?  
a. Mevcut pazar yetiyor.  
b. Yeni pazarı karşılayacak ürün üretemiyoruz/alamıyoruz  
c. Yeterli finansmanımız yok  
d. Diğer
45. Evet ise yeni Pazar bulma konusunda yaptığınız çalışmalar nelerdir?  
.....  
.....
46. Dış pazar ile ilgili bilgileri ve kesme çiçek talebini nasıl alıyorsunuz?  
a. Tarım Ataşeliği aracılığı ile b. Ticaret Ataşeliği aracılığı ile  
c. Ticaret Odası aracılığı ile d. İGEME Aracığı ile  
e. Kendi temsilciliğimiz aracılığı ile f. Kendi imkanlarımız ile  
g. Diğer
47. Dış pazara yönelik ihracat bağlantılarınızı nasıl yapıyorsunuz?  
a. Yurtdışındaki temsilciliklerimiz vasıtası ile b. İhracatçı Birlikleri vasıtası ile  
c. Tarım Ataşelikleri vasıtasıyla d. Ticari Müşavirlikler vasıtasıyla  
b. Diğer (.....)
48. Dış pazarda talep oluşturma faaliyetleriniz nelerdir?  
a. Fuarlara katılma b. Gazete ve dergi ilanları  
c. Diğer (.....)
49. Dış satımda ürün satışında herhangi bir sorunla karşılaşıyor musunuz?  
a. Evet b. Hayır
50. Evet ise karşılaştığınız en önemli sorunlar nelerdir?  
.....

## H. İHRACAT

51. Hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?

Ülkeler	%	Kesme Çiçek Türleri							

## 52. İhracat yapısı

Çeşit	Üretim Miktarı (dal)	Üretim Yeri	İhracat Miktarı		İhracatın yapıldığı ülke	Ürün Alış Tarihi	Ürün İhracata Gidiş Tarihi	Satışın yapıldığı aylar
			Dal	TL				

\* Üretim yeri: 1. Kendi Üretimim 2. Başka Üreticiler

53. Size göre ihracatçı yeni pazarlara girerken nasıl rekabet edebilir?

54. İhracat esnasında tarife dışı engellerle karşılaşılıyor musunuz?

- a. Evet b. Hayır

55. Evet ise bu tarife dışı engeller nelerdir, belirtiniz?

56. Ülkemizin ihracatta rekabet halinde olduğu ülkeler hangileridir?

## I. SATIŞ

57. Ürün satışını nereye yapıyorsunuz?

- a. Büyük marketlere b. Toptancı  
c. Komisyoncu d. Mezat  
e. Bordlar f. Diğer (.....)

58. Ürün satışında ortaya çıkan sorunlar nelerdir?

- a. Alıcıların geç ödeme yapması b. Para transferindeki güçlük  
c. Komisyonun yüksekliği d. Diğer (.....)

## J. STANDART

59. İhraç ettiğiniz ürünlerin ihracatı yaptığınız ülkenin standartlarına uyuyor musunuz?

- a. Evet b. Hayır

60. Hayır ise; standartlara uymama sebebiniz nedir?

61. İhracatta ürünlerinizden istenilen standartların neler olduğunu biliyor musunuz?

- a. Evet b. Hayır

62. Evet ise; bu standartları aldığınız bilgi kaynağınız hangi kişi veya kurumdur?

## K. SÖZLEŞMELİ ÜRETİM

63. Sözleşmeli yetiştiricilik yaptırıyor musunuz?

- a. Evet b. Hayır

64. Evet ise bu yıl kaç üretici ile sözleşmeli yetiştiricilik sözleşmesi yaptınız?

- a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5 ve +

65. Hayır ise neden sözleşmeli yetiştiricilik yapmıyorsunuz?  
.....

66. Yaptığınız sözleşmeler nasıl oluyor?

- a. Yazılı b. Sözlü

67. Sözleşme şartları nasıl belirleniyor?

- a. Kanunlar çerçevesinde b. Üretici ile aramızda  
c. Diğer (.....)

68. Sözleşmeye uyulmadığı durumlarda ne olabiliyor?  
.....

69. Sözleşmeye dayanak olacak Türkiye'deki yasa/yönetmelikler hakkında bilginiz var mı?

- a. Evet b. Hayır

70. Evet ise kaç yıldır bilgi sahibisiniz? Hangi yasa/yönetmelikleri biliyorsunuz?  
.....

71. İhracatçı Birlikleri'nin üretici ile yapmış olduğunuz sözleşme konusunda rolü var mıdır?

- a. Evet b. Hayır

72. Evet ise; İhracatçı Birliği nasıl bir rol alıyor?  
.....

73. Kesme çiçek bu sene ihracat iadesinden yararlandınız mı?

- a. Evet b. Hayır

74. Önceki seneler sadece ihracatçıya verilen iade yardımları yeni uygulama ile üreticiye de verilmektedir. Bunun hakkında düşünceleriniz nelerdir?  
.....  
.....

## L. MEZAT

75. Sizce ihracatımızı arttırmak için ne yapılabilir?

- a. Yurt dışında Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından temsilcilikler kurulabilir  
b. Yurt dışında İhracatçı Birlikleri tarafından temsilcilikler kurulabilir  
c. Dış satıma yönelik mezatlar kurulabilir  
d. Dış bağlantıyı sağlayacak aracı kurumlar kurulabilir  
e. Diğer (.....)

76. Dış satıma yönelik bir mezatın kurulması ihracatı artırır mı?

- a. Evet b. Hayır

77. Evet ise mezatların kurulması ihracatı artırır mı?

- a. Taşıma masraflarımız azalır b. Pazar payımız artar  
c. Yeni pazarlara girme olanağı buluruz  
d. Diğer (.....)



78. Sizce ülkemizin kesme çiçek pazarındaki avantajları ve dezavantajları nelerdir?

Avantajlar

Dezavantajlar

.....	.....
.....	.....
.....	.....
.....	.....

79. İhracatı etkileyen faktörler

	1	2	3	4	5
Kalite					
Ucuz Fiyat					
Pazara Yakınlık					
Pazar hakkında bilgi alma					
Firmalar arası rekabet					
İhracat hakkında bilgili eleman					
Devalüasyon					
Ürün çeşitliliği					

1. Önemli değil 2. Önemsiz 3. Orta 4. Önemli 5. Çok Önemli

**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**  
**ZİRAAT FAKÜLTESİ**  
**TARIM EKONOMİSİ BÖLÜMÜ**

Anket Formu

**ÜRETİCİ ANKETİ**

**A. GENEL BİLGİLER**

**1. Aile Bilgileri**

Aile Fertleri	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu

**2. Üretim Alanı Bilgileri**

Türler	Cam Sera (Da)	Plastik Sera (Da)	Toplam (Da)
Sprey Karanfil			
Standart Karanfil			
Gypsophilla			
Glaiol			
Krizantem			
Gül			

**3. Üretim Bilgileri**

Tür	Alan (Da)	Üretim miktarı (Dal)	Satılan miktar (Dal)	Satılan Yer - Firma	Ürün bedeli ödemeye zamanı
Sprey Karanfil					
Std. Karanfil					
Gypsophilla					
Glaiöl					
Krizantem					
Gül					

**B. ÜRETİM**

4. Kaç yıldır kesme çiçek üretimi yapıyorsunuz?

.....

5. Üretim planlaması yapıyor musunuz?

a. Evet      b. Hayır

6. Üretim planlaması neye göre yapıyor musunuz?

.....

### C. SINIFLANDIRMA

7. Ürünlerde herhangi bir sınıflandırma yapıyor musunuz?

- a. Evet b. Hayır

8. Evet ise; esas alınan kriterler nelerdir? (Önem sırasına göre belirtiniz)

1. ....  
2. ....  
3. ....

9. İhracatçı firmanın hangi hizmetlerinden yararlanıyorsunuz?

- a. Kredi b. Ürün işleme  
c. Ürün satışı d. Diğer

10. Bu hizmetler karşılanırken ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?

.....

11. Ürün bedelini ne zaman alıyorsunuz?

- a. Hemen b. Bir haftada  
c. Bir ayda d. Dönem sonunda  
e. Diğer

12. Hangi ihracatçı firma ile çalışıyorsunuz?

.....

13. Kaç yıldır aynı firma ile çalışıyorsunuz?

- a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5

14. Ürününüzü verdiğiniz ihracatçı firmadan memnun musunuz?

- a. Evet b. Hayır

15. Hayır ise; memnun olamamanızın nedeni nedir?

.....

16. İhracatçı firma ürününüzü nereye satıyor?

.....

17. İhracatçı firmanın istediği kalite ve miktarda ürün sağlayabiliyor musunuz?

.....

18. İhracatçılar ile ilgili sorunlarınız var mı?

- a. Evet b. Hayır

19. Evet ise; ne gibi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?

.....

20. İhracatçı firma ile yaptığımız sözleşmenin şartlarını kim belirliyor?

- a. İhracatçı firma b. Kendim Her ikimiz de

21. İhracatçı firma ile çok yıllık satış bağlantısı yapıyor musunuz?

## D. SATIŞ

22. Ürün satışı ile herhangi bir sorunla karşılaşılıyor musunuz?  
a. Evet b. Hayır

23. Evet ise; nelerdir?  
.....

## E. SÖZLEŞMELİ YETİŞTİRİCİLİK

24. Kaç yıldır sözleşmeli yetiştiricilik yapıyor musunuz?  
a. Evet b. Hayır

25. Evet ise hangi ihracatçı firma ile sözleşmeli yetiştiricilik sözleşmesi yaptınız?  
.....

26. Hayır ise neden sözleşmeli yetiştiricilik yapmıyorsunuz?  
.....

27. Yaptığınız sözleşmeler nasıl oluyor?  
a. Yazılı b. Sözlü

28. Yazılı/sözlü sözleşmeyi neden tercih ediyorsunuz?  
.....

29. Sözleşme şartları nasıl belirleniyor?  
a. Kanunlar çerçevesinde  
c. Diğer

b. İhracatçı firma ile aramızda

30. Sözleşmeli yetiştiricilikten memnun musunuz?  
a. Evet b. Hayır

31. Hayır ise; sözleşmeli yetiştiricilik neden memnun değilsiniz?  
.....

32. Sözleşmeli yetiştiricilik size bir güvence sağlıyor mu?  
a. Evet b. Hayır

33. Evet ise ne gibi güvenceler sağlıyor?  
a. Ürünümü satma b. Ürünümü iyi fiyattan satma  
c. Diğer (.....)

34. Sözleşmeye uyulmadığı durumlarda ne yapabiliyorsunuz?  
.....

35. Sözleşmeye dayanak olacak Türkiye'deki yasa/yönetmelikler hakkında bilginiz var mı?  
a. Evet b. Hayır

36. Evet ise kaç yıldır bilgi sahibisiniz? Hangi yasa/yönetmelikleri biliyorsunuz?  
.....

37. İhracatçı Birlikleri'nin ihracatçı firma ile yapmış olduğunuz sözleşme konusunda rolü var mıdır?

a. Evet

b. Hayır

38. Evet ise; İhracatçı Birliği nasıl bir rol alıyor?

39. Kesme çiçek bu sene ihracat iadesinden yararlandınız mı?

a. Evet

b. Hayır

40. Önceki seneler sadece ihracatçıya verilen iade yardımları yeni uygulama ile üreticiye de verilmektedir. Bunun hakkında düşünceleriniz nelerdir?

#### F. ÖRGÜTLENME

41. Herhangi bir tarımsal kooperatif/dernek/birliğe üye misiniz?

a. Evet

b. Hayır

42. Evet ise tarımsal kooperatif/dernek/birliğin ismi nedir?

43. Hangi hizmetlerinden yararlanıyorsunuz?

44. Sunulan hizmetler yeterli mi? Ne gibi hizmetlerinde olmasını istersiniz?

45. Hayır ise neden üye değilsiniz?

46. Üreticiler arasında böyle bir kooperatif/dernek/birliğin kurulması faydalı olur mu?

## ÖZGEÇMİŞ

Yavuz TAŞÇIOĞLU 1972 yılında Şanlıurfa Viranşehir'de doğdu. İlk öğrenimini Karadeniz Ereğli'sinde, orta öğrenimini Gümüşhane'de, lise öğrenimini Ankara'da tamamladı. 1990 yılında Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümüne girdi ve 1994 yılında mezun oldu. İki yıl özel sektörde çalıştıktan sonra 2000 yılında Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümünde Araştırma Görevlisi olarak göreve başladı. Halen aynı bölümde görevine devam etmektedir.