

Kuru meyve ihracatını etkileyen gıda güvenliği ve üretim faktörlerinin analizi: Ege Bölgesi'nde bir uygulama*

Belgin ŞENSOY¹, Ebru SAYGILI², Seher GÖREN YARGI²

¹Yaşar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Finansman Yüksek Lisans Programı, İzmir

²Yaşar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, İzmir

*Bu çalışma, yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Alınış tarihi: 29 Kasım 2020, Kabul tarihi: 23 Mayıs 2021

Sorumlu yazar: Seher GÖREN YARGI, e-posta: seher.goren@yasar.edu.tr

Öz

Amaç: Bu çalışmanın amacı, Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçılarının yaşadığı sorunların analiz edilmesi ve çözüm önerileri geliştirilerek ihracat hacminin artırılmasının sağlanmasıdır.

Materyal ve Yöntem: Araştırmada anket çalışması ile faktör analizi yapılarak faktörler ve ağırlıkları; regresyon analizi yapılarak ihracat hacminin etkisine sebep olan bileşenler tespit edilmiştir. Çalışmada kuru meyve ihracatının artırılmasına etki eden gıda güvenliği ve üretim faktörlerinin bulunması amacıyla, Ege Bölgesi'ndeki 74 şirketten elde edilen verilere çoklu regresyon modeli ve faktör analizi uygulanmıştır.

Araştırma Bulguları: Çalışma kapsamında incelenen şirketlerin analiz bulgularına göre firmaların ihracat yaptığı ülke sayısı maksimum 41, ortalama ise 12'dir. Firmaların organik ürün ihracat yüzdesi maksimum 100, ortalama ise 16'dır. Çoklu korelasyon katsayısı 0.754 ve R-Kare ise 0.538'dir. Durbin-Watson değeri 2.1'dir. Varyans analizi kapsamında bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki anlamlı ve geçerlidir. Firma çalışan sayısı ve firmaların organik ürün ihracat yüzdesi değişkenlerinin %5 anlamlılık düzeyinde firmaların yıllık ihracat hacmi üzerinde etkisi vardır. Faktör analizi sonuçlarına göre hesaplanan Kaiser-Meyer-Olkin değerinin %76.8 olması sebebiyle, elde edilen veriler faktör analizi için uygundur. Faktör analizinde 8 faktörlü bir model oluşturulmuş ve türetilen faktörün öz değeri 1.010 çıkmıştır. 8 faktörün açıkladığı kümülatif toplam,

varyans asal bileşenler yöntemine göre %79.691, asal-eksen yöntemine göre de %79.691 çıkmıştır.

Sonuç: Firmanın yıllık ihracat hacminde, firmanın organik ürün ihracat yüzdesi ile firmanın çalışan sayısı değişkenlerinin önemli bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir. Firmaların çalışan sayısı ve organik ürün ihracat yüzdesi arttıkça firmaların yıllık ihracat hacmi de artmaktadır. Faktör analizi sonuçlarına göre 37 bileşene ilişkin 8 ana faktör belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Kuru meyve ihracatçıları, ihracat hacmi, kuru meyve ihracatı, faktör analizi, regresyon analizi

Analysis of food safety and production factors affecting dry fruit export: Evidence from Aegean Region

Abstract

Objective: The aim of the study is to analyze the problems experienced by dry fruit exporters in the Aegean Region and to increase the export volume by developing suggestions for improvement.

Materials and Methods: The factors and weights were determined by doing the factor analysis with the survey study and the indicators that affect the export volume were determined by regression analysis. Multiple regression model and factor analysis were applied to the data from 74 companies in the Aegean Region to find the variables affecting the increase of dried fruit export.

Results: According to the analysis findings of the companies, the maximum number of countries to which the companies export is 41 and the average is 12. The organic product export percentage is maximum 100 and the average is 16. The multiple correlation coefficient is 0.754 and the R-Squared is 0.538. The Durbin-Watson value is 2.1. According to variance analysis, the relationship between dependent variable and independent variables is significant and valid. The variables of the number of employees and the organic products export percentage have an effect on the annual export volume at the 5% significance level. Since the Kaiser-Meyer-Olkin value based on the factor analysis results is 76.8%, the data are suitable for factor analysis. An 8-factor model was created and the eigenvalue of the derived factor was 1.010. The cumulative sum explained by the 8 factors was 79.691% and 79.691% according to the variance prime components and the prime-axis method.

Conclusion: It has been observed that variables of organic product exports and the number of employees have an important effect on the annual export volume. According the results of the factor analysis, 8 main factors related to the 37 components were determined.

Key words: Dried fruit exporters, export volume, export of dried fruits, factor analysis, regression analysis

Giriş

Tarımsal ürünlerin değerlendirme yöntemlerinden biri olan güneşte kurularak saklama uzun yıllardan beri kullanılan bir yöntemdir. Kurutulan ürünlerin su kaybetmesi hacimce küçülmesine neden olurken, nakliye ile depo giderlerinin azalmasına ve ürünlerin uzun süreçte saklanabilmesine olanak sağlamaktadır. Günümüzde birçok üründe bu yöntem uygulanmaktadır (Kuruçaylı ve Şen, 2017). Dünya kuru ve kabuklu meyveler sektörü kapsamında; incir, kayısı, badem, üzüm, erik, elma, fındık, ananas, tropikal meyveler, makademya, ceviz, antep fıstığı, yer fıstığı, çam fıstığı, pekan cevizi, vb. ürünler bulunmaktadır. Beslenme doğal ürünlerin sağlık üzerine etkilerinin bilimsel çalışmalarla ortaya konulması sonucunda, tüketicilerin ilgisinin arttığı görülmüş ve buna paralel olarak sektör bu yönde büyümeye ve gelişmeye devam etmiştir (EİB, 2015). Dünya kuru meyve ve mamulleri ihracatında Türkiye'nin payı yaklaşık %11 civarındadır. Avrupa Birliği (AB) gibi mevcut ağırlıklı pazarların yanı sıra

Rusya Federasyonu, Çin, Hindistan, Brezilya gibi ülkeler başlıca hedef pazar olarak belirlenmiştir. Kuru meyve ve mamullerinin hedeflenen rakamlara ulaşabilmesinde yapılması gereken başlıca çalışmalar; dünya tüketicilerinin tercih ettiği ürünleri gıda kodeksine uygun şekilde üretmek, üretimi global talebe uygun şekilde artırmak ve Türk kuru meyvelerinin imajının dünya piyasasında yer etmesini sağlamaktır.

Türkiye kuru meyve ve mamulleri sektörü ihracatında başlıca ürünler arasında üzüm, kayısı, incir gelirken leblebi, antep fıstığı, badem, ceviz, kayısı, zerdali çekirdeği, elma kurusu, çamfıstığı, erik kurusu, diğer meyve kuruları ve diğer kavrulmuş meyveler bu ürünleri takip etmektedir (İİB, 2019). Türkiye dünyadaki konumu itibarıyla tropik meyveler dışında tüm meyveler için uygun iklim koşullarına sahiptir. Bu bağlamda, Türkiye dünyadaki pek çok meyve türünün anavatanıdır (Gül ve Akpınar, 2006). 2017 yılında Türkiye geneli kuru meyve ihracatı incelendiğinde, en fazla ihracat geliri elde edilen ilk üç ülkenin sırasıyla 165 milyon \$ değerle Almanya, ardından 145 milyon \$ değerle İngiltere ve 91 milyon \$ değerle Fransa olduğu görülmektedir. En fazla ihracatın sırasıyla 81.410 ton değerle İngiltere, 60.742 ton değerle Almanya ve 34.148 ton değerle Hollanda olduğu görülmektedir (EİB, 2018a).

Kuru meyve sektörünün 2023 ihracat hedefi için konulan 3 milyar dolarlık hedefinin, son 5 yıllık ihracat verilerinde değer olarak 1.3-1.4 milyar dolar; miktar olarak 450 bin ton civarında kaldığı ve her yıl bu hedeften uzaklaşıldığı görülmektedir. Türkiye ihracat miktarı yaklaşık ortalama 250 bin ton kuru üzüm, 100 bin ton kuru kayısı, 65 bin ton kuru incir ve 65 bin ton kalan kuru meyve ürünleridir. İhracatı arttırmak ve sürdürülebilirliğini kılmak için, yeni dikim alanlarıyla üretimi artırmak ve dolayısıyla ihracat rakamlarını yükseltmek gerekmektedir (TİM, 2019). İhracatta, her sektörde olduğu gibi, gıda sektöründe de sorunlar yaşanmaktadır. Bu sorunların çözümü sonucunda ihracat performansında artışlar görülmesi kaçınılmaz olmaktadır (EİB, 2018a). Bu çalışmada, kuru meyve ihracatının artırılmasına etki eden değişkenlerin bulunması amaçlanmıştır. Çalışmanın içeriği dört bölümden oluşmaktadır. Türkiye'nin lider üreticileri arasında üzüm, incir ve kayısının büyük bir yer alması nedeniyle, bu çalışmada üzüm, incir ve kayısı ağırlıklı olarak ele alınmaktadır. Birinci bölümde sektörel değerlendirme altında, kuru meyve ile

alakalı genel bilgiler ele alınmaktadır. İkinci bölümde genel hatlarıyla kuru meyve ihracatını etkileyen faktörler yer almaktadır. Bu bölüm aynı zamanda araştırmaya da ayrılmış olup, bölümde Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçılarının yaşadığı sorunlarla ilgili gerekli analizler yapılmıştır. Üçüncü bölümde analiz sonucunda elde edilen bulgular ortaya konmuştur. Dördüncü bölümde ise kuru meyve ihracatını artırmaya yönelik sonuçlar değerlendirilmiştir.

Materyal ve Yöntem

Bu bölümde kuru meyve ihracatını etkileyen gıda güvenliği ve üretim faktörleri incelenmekte; ardından araştırmanın amacı, veri seti ve yöntemi açıklanmaktadır.

Kuru meyve ihracatını etkileyen faktörler

Gıda güvenliği ve kalite yönetim sistemleri

Tüm dünyada güvenli ve sağlıklı gıda üretimi ve tüketimine ihtiyaç vardır. İnsanların sağlıklı yaşam sürebilmeleri için yeterli miktarda ve güvenli gıdayı alabilmeleri, yeterli ve dengeli beslenebilmeleri gerekmektedir. Gıdaya ilişkin en önemli sorunlardan biri gıda güvenliğidir (Erkmen, 2010). Bu amaçla pazara sunulan gıdaların pazara gelinceye kadar geçirdiği her üretim aşamasında etkilenebilecekleri fiziksel, kimyasal, biyolojik ve her türlü tehlikeli olumsuzluklar için birtakım önlemler alınmaktadır. Biyolojik etkiler olarak çeşitli bakteri, virüs, parazit ve küf toksinleri kirlilik yaratmaktadır (Demirağ ve Yılmaz, 2009). Başta ABD ve AB ülkeleri olmak üzere tüm dünya ülkeleri gıdaları güvenli bir şekilde tüketime sunmak için gıda güvenliği ile ilgili kalite standartları ve teknik spektler geliştirmişlerdir (Koçak, 2007). Gıda Kodeksine uygun kalitede mal teminini sağlarken başlıca karşılaşılan sorunlar; kuru meyve ürünlerinde görülen kalıntıların üreticiden kaynaklı uygun olmayan kötü ortamlarda depolanması ve ambalajlanmasıyla sunulmasından kaynaklanmaktadır (TİM, 2010).

ISO 9000, HACCP ve ISO 22000 kalite sistemleri

Dünya çapında güvenli ve kaliteli gıda üretimini sağlamak amacıyla ISO "International Organization for Standardization" (Uluslararası Standardizasyon Örgütü) tarafından toplam kalite sistemleri olarak, ISO 22000: Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi, ISO 9000: Kalite Yönetim Sistemi ve ISO 14000: Çevre Yönetim Sistemi oluşturulmuştur (Erkmen, 2010). ISO 9000: Kalite Yönetim Sistemi (1987) için temel amaç kaliteyi üretim sistemi içine sokmaktır. ISO 9000 sertifikası mamule değil üretici firmaya

verilmektedir (Erkan ve ark., 2008). Üretim teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak çalışmada oluşan değişiklikler ve sürekli gelişim kavramının eskiden yer almamasının eksiklik olarak görülmesi sonucunda uygulama ve yorumlarda farklılıklar oluşmaktadır (Özdede, 2010). Üretim ve nihai tüketiciye kadar olan basamaklarda sağlık açısından kabul edilemeyen durumların ve bu durumlara neden olan şartların önlenmesini içeren gıda güvenliği sistemi ise "Tehlike analizi, Kritik Kontrol Noktaları" (HACCP) sistemidir. HACCP sistemi evrensel bir kontrol mekanizmasıdır (Demirağ ve Yılmaz, 2009).

Coğrafi işaretler

Türkiye'de Coğrafi İşaretler, 1995 yılında yürürlüğe giren 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK) kapsamında özel olarak korunmaktadır. 555 sayılı KHK'ye 4128 sayılı kanunla ceza hükümleri eklenmiştir. Bu kanunla kararname anlamında coğrafi işaretler, menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmıştır (Kan ve Gülçubuk, 2008). Özellikle tescilde belirtilen karakteristik niteliklerden uzaklaşmaması için menşe adı olarak korunabilen coğrafi işaretli malatya kayısı, finike portakalı, aydın inciri gibi belirli bir yöreyle sıkı sıkıya bağlı olan ürünler sınırları belirlenmiş alan dışında üretilemezler (İloğlu, 2014). Türkiye'de 189 olan coğrafi işaretli tescilli ürün sayısının 500'e yükseltilmesi hedeflenmektedir. Yöresel ürünler öncelikle tanınmalı, ulusal/uluslararası platformlarda tanıtılmalı, kalkınma için en öncelikli konular arasında yer almalıdır. Ülkemizde coğrafi işaret alabilecek 2 500 ürün bulunduğu belirtilmektedir (Çukur ve Çukur, 2017). Türkiye'nin Gaziantep baklavası ve Aydın inciri olarak AB'den tescil alan sadece iki ürünü bulunmaktadır. Ege Bölgesi coğrafi işaretleme konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. Ege Bölgesi'nde 2003 yılından bu yana "Ege Sultani Üzümlü" ve "Ege İnciri" ibareleri ile coğrafi işaret tescili alınmış durumdadır (Çukur ve Çukur, 2017). Yurt dışı satış potansiyeli yüksek "Antep fıstığı, Malatya kayısı, Aydın inciri, Giresun fındığı" gibi coğrafi işaret tescilli olan ürünler kendi içlerinde sınıflandırılarak, katma değeri yüksek ve standart üretilen ürünler olarak seçilebilmektedir (İloğlu, 2014).

İyi tarım uygulamaları

İyi Tarım Uygulamaları (İTU) insan sağlığını amaç edinerek, bütün canlıların yaşam şartlarını olumsuz etkilemeyecek çevre şartlarını da düşünerek üretilen

ürünün topraktan sofraya kadar uzanan hikayesini kontrol etmekte, kayıt altında tutmakta ve sertifikalandırmaktadır. Tarımsal kaynaklı kirleticilerin kullanımı yüzünden doğal dengeyi bozucu tarım teknikleri uygulamalarına karşı çıkmaktadır. Bunun azaltılması gerekliliği sonucunda, Dünya Gıda Örgütü (FAO), Amerika Birleşik Devletleri ve AB tarafından desteklenen 1997'de çevreyle uyumlu tekniklerin ve tarım sistemlerinin geliştirilmesini, kimyasal girdi kullanımının azaltılmasını, toprak ve su kaynaklarının gelecek nesillere korunarak bırakılmasını amaçlayan "sürdürülebilir tarım" kavramı (Ekmekci ve ark., 2012); GLOBALGAP (EUREPGAP) uygulamalarının dünyanın birçok ülkesine hızlı bir şekilde yayılmasını desteklemektedir. İTU, gıda güvenliği sistemlerinin kullanılmasını da teşvik etmekte ve desteklemektedir. Dolayısıyla bir taraftan gıda güvenliğinin korunmasını sağlayan İTU, diğer taraftan doğayı ve çevreyi korumaya yönelik kriterleri ile iklim değişikliği mücadelesi ve uyuma da katkı sağlamaktadır. Türkiye'de, İTU'na ilişkin yönetmelik 2004 yılında yayınlamasına rağmen, ilk üretim 2007 yılında gerçekleşerek, 18 il ve 53 607 dekar alanda, 651 üretici ile başlayarak günümüze kadar hızla artış göstermiştir (Aba ve Işın, 2014). AB ülkelerine yapılan ihracatta bitki durumuna ilişkin belgeler istenilmekte, piyasada söz sahibi süpermarketler tarafından İTU ile ilgili talep edilen sertifikalar, hedef ülkelerin pazarlarına girişte en önemli unsurlarından olmaktadır. Uluslararası pazarlara girişte, tarife dışı engellerin aşılması için çoğu hükümetler tarafından da tercih edilmektedir. Başta gelir düzeyi yüksek ülkeler üzere birçok ülkede bilinçlenerek örgütlenen üretici ve tüketiciler, doğayı tahrip etmeyen yöntemler kullanarak, insanlarda olumsuz etki yapmayan tarımsal ürünler üretmeyi tercih etmektedir (Aydın ve ark., 2015).

Organik tarım ve organik tarımı artırma çalışmaları

Organik tarım kimyasal ilaçlar ve gübrelerin kullanımını yasaklayarak organik ve yeşil gübreleme, münavebe, toprağın muhafazası, bitkinin direncini arttırma ve biyolojik mücadeleden yararlanmayı tavsiye eden, üretim artışından ziyade, ürünün kalitesinin yükselmesini amaçlayan bir üretim şeklini desteklemektedir (Çobanoğlu ve Işın, 2009). Biyolojik mücadele desteği başlığı altında, ürünlerde kalıntıların azaltılması ve üreticileri iyi tarım uygulamalarına yönlendirmek amacıyla, üreticilere

yönelik destekler 2012 yılında GTHB tarafından uygulamaya konulmuştur. Uygulama kapsamına çekirdeksiz üzüm dahil edilmiştir. Türkiye gibi ekolojisi organik tarıma uygun gelişmekte olan ülkeler, gelişmiş ülkelerinden gelen talepleri karşılayabilmek için organik ürün üreticisi ve ihracatçısı konumuna gelmeyi amaçlamaktadır. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi ve Ege İhracatçılar Birliği (EİB) Türkiye'deki organik ürün ticaretini teşvik eden iki önemli kuruluştur (Ataseven ve Güneş, 2008). EİB destekleriyle, ETO (Ekolojik Tarım Organizasyonu) koordinasyonunda ve Tarımsal Ürün Kontrol ve Sertifikasyon Kuruluşları Derneği (KSKDER) iş birliğiyle Organik Tarım Çalıştayı oluşturulmuş ve rapor haline getirilerek ilgili bakanlıklara iletilmiştir. EİB 1998 yılından bu yana dünyanın en büyük organik fuarı olan BioFach (Almanya/Nürnberg) Organik Ürünler Fuarı'na; başta organik kuru kayısı, üzüm ve incir üzere organik kuru meyvelerimizin ve birçok ürünün sergilendiği organizasyona milli katılım şemsiyesi altında yer alan firmalarca katılım sağlamaktadır (EİB, 2018b).

Kuru meyve ihracatında karşılaşılan finansal sorunlar

Kuru meyve ihracatında, üretici ve ihracatçı farklı finansal sorunlarla karşılaşmaktadır. Üreticinin yaşadığı sorun, birim üretim maliyetlerinin fazlalığı ve tarla tarımını sınırlaması nedeniyledir. Tarımsal işletmelerin dağınık ve küçük ölçeli yapısı üretimde ortak bir marka oluşturulmasını ve onun yönetilmesini olumsuz yönde etkilemekte; ihracattaki pazar payının istenilen seviyenin altında kalmasına neden olmaktadır. İhraç edilen ürünlerdeki katma değer düşük olması, ihracat performansını etkilemekte ve sürdürülebilirliği kısıtlamaktadır. Dünya pazarında kaliteli ürün satabilen Türkiye'deki işletmelerin satış fiyatının düşüklüğü rekabetteki gücünün azalmasına sebep olmaktadır (Doğan ve ark., 2015).

Başta kuru incir ve çekirdeksiz kuru üzüm olmak üzere doğa koşullarına bağlı olarak arzda ve buna bağlı olarak da kuru meyve fiyatlarında önemli dalgalanmalar yaşanmaktadır (TİM, 2010). Kuru meyvenin çok olduğu yıllarda fiyat düşüşlerini engellemek için, çok olan kısmın piyasadan çekilip az olduğu yıllarda kullanılmak üzere güvenli ve iyi koşullarda depolanması gerekmektedir. Bu amaçla, lisanslı depoculuk sistemine kuru üzümün dahil edilmesine yönelik Kuru Üzüm Lisanslı Depo Tebliği, 30025 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak

yürürlüğe girmiştir (GTB Koop. Genel Müd., 2018). Diğer bütün koşullar yerli ve yabancı firmalar açısından aynı olsa bile, yerli firmaların yüksek finansman maliyetleri nedeniyle küresel pazarlardaki rekabet gücü azalmaktadır (Genez, 2018). Birçok tarımsal girdilerin yanında akaryakıt, elektrik, doğal gaz gibi başlıca enerji kaynaklarının enerji maliyetleri önemli girdi maliyetleri arasında yer almaktadır. Özellikle tarımsal sulamada ve meyve işleme tesisleri ve depolarda kullanılan elektrik tüketimi için ödenen tutar, mesken kullanımlarına göre daha fazla olmaktadır (Anonim (a), 2019). Üretimde verim ve kaliteden ödün vermeden, enerji maliyetinin azaltılması da finansal olarak artış sağlayarak, enerjinin etkin kullanımı ve enerji verimliliğini de arttıracaktır.

Proje destekleri

Haziran-Kasım 2016 ayları arasında Ege Üniversitesi Fen Fakültesi Biyoloji Bölümünde, GTHB tarafından gerçekleştirilen proje ile üreticiden veya tüccardan toplanan ürünlerde hidrojen peroksit uygulanan ya da uygulanmayan ürün gelme riskini ve laboratuvar kaynaklı hata oranını azaltmak hedeflenmiştir. EİB koordinasyonunda 2000 yılından bu yana "Aflatoksinli Kuru İncirlerin İmhası Projesi" kapsamında her yıl aralıksız olarak işletmelerden toplanan yılda yaklaşık 500-600 ton aflatoksinli kuru incirin imhası gerçekleştirilmektedir (EİB, 2017).

Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (EKMİB) bünyesinde 2009 yılından bu yana Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi, İzmir Ticaret Borsası, Manisa Ticaret Borsası, Salihli Ticaret Borsası, Alaşehir Ticaret Borsası, Bornova Ziraî Mücadele Araştırma Enstitüsü iş birliğiyle "Çekirdeksiz Kuru Üzümde Verim, Kalite ve Gıda Güvenliğini Arttırma Projesi" yürütülmektedir (EİB, 2018a). İlaç kullanılmadan üzüm üretilebilmesi ve ihracatta kalıntıdan kaynaklı yaşanan sorunların azaltılabilmesi amacıyla geliştirilen proje Bornova Ziraî Mücadele Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü koordinasyonunda EKMİB destekleriyle yürütülmektedir (EİB, 2018a). Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi koordinasyonunda EKMİB destekleriyle kuru kayısıya yönelik bir proje yürütülmektedir. Bunun yanında, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı koordinasyonunda EKMİB ortaklığı ve destekleriyle "Manisa-Ahmetli Bağlarında Biyoteknik Mücadelenin Yaygınlaştırılması ve Aktif Madde Sayısının Azaltılmasına Yönelik Mücadelenin Yönetimi" yürütülmektedir (EİB, 2018a).

Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları

Yeni teknoloji ve üretim metodlarını üretim süreçlerine kazandırmak amacıyla TİM öncülüğünde ve EİB Genel Sekreterliği koordinatörlüğünde Ege Üniversitesi ve Hollanda'da bulunan Wageningen Üniversitesi'nin bilimsel ortaklığı ile 5 yıldır Uluslararası Gıda Ar-Ge Proje Pazarı etkinliği düzenlenmektedir. İzmir ilinde gerçekleşen etkinliklerde, Türkiye genelinde proje başvurusu alınan etkinlikte hakemler tarafından Gıda Ar-Ge proje pazarında yarışmaya uygun bulunan ve en yüksek puana sahip projeler tanıtılmakta ve sergilenmektedir (<http://www.eib.org.tr>, 2019). Etkinlikte, hayvansal ürünlerde de Ar-Ge ve yenilikler, coğrafi işaretler ve yerel ürünler konularında workshoplar düzenlenmektedir. Sürdürülebilir tarımda tarımsal üretim artışının birim alandan daha çok ürün alınmasıyla yani verimin artırılmasıyla gerçekleşeceği konusunda, sürdürülebilir üretim kapsamında önemli çalışmaları olan konuşmacılar sunumlar yapmaktadır. Ayrıca, kuru meyve ihracatının sürekliliğinin sağlanabilmesi için EKMMİB, yurtiçinde ve yurtdışında kurum ve kuruluşlarla yoğun çalışmalar yürütmekte ve kuru meyve sektörünün başlıca pazarları arasında olan AB ülkelerindeki gelişmeleri ve AB mevzuatını yakından takip etmektedir. Gözlemci üye statüsünde olan birlik FRUCOM ile kurduğu yakın iş birliği sayesinde AB mevzuatındaki değişiklikleri ve gelişmeleri üyelere duyurmaktadır. EKMMİB Avrupa Kuru Meyve, Kabuklu Yemişler, FRUCOM, Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu (IFOAM) kurumları ile iş birlikleri içinde bulunmaktadır (EİB, 2018a).

Tanıtım çalışmaları

Katılımcılar için bir pazarlama aracı olarak işlev gören ve profesyonel ağların ve satışların gelişmesine önemli derecede katkı sağlayan fuarlar, bireysel satışın gerçekleşmesini, basın aracılığıyla halkla ilişkilerin ve reklam gibi faaliyetlerin olmasını sağlamaktadır (Cengiz ve Yücel, 2017). EKMMİB tanıtım etkinliklerinde dünya genelinde düzenlenen fuarlara katılımlar sağlamak, toplantılar düzenlemekte ve sunumlar gerçekleştirmektedir. 2012 yılında Türk kuru meyvelerinin bilinirliğinin arttırılması, pazar çeşitliliğinin sağlanması ve rekabet olanaklarının geliştirilmesi amacıyla, yurtiçinde ve yurtdışında tanıtım faaliyetlerini yürütmek için Kuru Meyve Tanıtım Grubu (KMTG) kurulmuştur. Hedef olarak Rusya, Çin, Güney Kore, Hindistan, Brezilya, Japonya, Endonezya, Malezya ve

Amerika ülkeleri belirlenmiştir (EİB, 2018c). Bu kapsamda Japonya, Çin, Dubai, Hindistan, Güney Kore'de düzenlenen fuar ve etkinliklere katılım sağlanmıştır. 2013-2017 yılları arasında EİB; Expo Milano Fuarı, Inc World Congress Antalya, Prodexpo 2017 Fuarı Aahar International Food and Hospitality ve birçok fuarlara/etkinliklere katılım sağlamış ve tanıtım faaliyetleri gerçekleştirmiştir. EKMMİB her yıl düzenlenen Avrupa Kuru Meyveler Toplantısına katılım sağlamaktadır (EİB, 2018a). Haziran 2017 tarihinde ABD'nin NewYork kentinde en büyük gıda fuarı olan Summer Fancy Food Show fuarına 40 firma ile milli katılım sağlanmıştır. EİB, Dünya'nın en büyük organik fuarı olan, Almanya'nın Nürnberg kentinde düzenlenen BioFach Organik Ürünler Fuarı ile Asya-Pasifik pazarının en büyük gıda fuarı olan, Japonya'nın Chiba kentinde düzenlenen Foodex Japan Uluslararası Gıda ve İçecek Fuarı'na her yıl katılmaktadır.

Araştırma

Araştırmanın amacı ve önemi

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

Araştırmanın veri seti ve yöntemi

EİB 29.09.1939 tarihinde Türkiye'nin ilk ihracatçı birliği olarak kurulmuştur. Birlik Türkiye genel ihracatının %8'ini oluşturarak 11.8 milyar \$'lık ihracat gerçekleştirmiştir. EİB bünyesinde bulunmayan sektörlerde faaliyet gösteren Ege Bölgesi yerleşik ihracatçıların yaptığı ihracat payı, Türkiye toplamının %13'üdür (EİB, 2018a). Çalışmada belirtilen verilere, Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren ihracatçıların hazırlanan ankete verdikleri yanıtlarla ulaşılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde genel bilgiler yer alırken, ikinci bölüm çözüm önerilerinden oluşmaktadır. 5'li likert ölçeği kapsamında hazırlanan öneriler için; "1", "kesinlikle katılmıyorum" ifadesini, "5" ise "kesinlikle katılıyorum" ifadesini belirtmektedir. Çalışmanın bu bölümünde, kuru meyve ihracatçıların kuru meyve ihracatının artırılmasına etki eden gıda güvenliği ve üretim faktörlerinin bulunması amacıyla, Ege Bölgesi'ndeki 74 şirketten elde edilen verilere çoklu regresyon analizi ve faktör analizi uygulanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Regresyon analizinde bağımlı değişken firmanın yıllık ihracat hacmi iken; bağımsız değişkenler, firma faaliyet yılı, firmanın çalışan sayısı, firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı, firmaların organik ürün ihracat yüzdesi ve firmaların kalite güvenlik belgesi bulundurma oranı değişkenleridir. Firma faaliyet yılı firmanın kurumsallık düzeyini, çalışan sayısı ise firma büyüklüğünü ölçmektedir. Kahveci (2012)'ye göre firma yöneticilerinin deneyimi, piyasa bilgisi, müşteri ve tedarik zinciri ilişkilerinin ihracat performansı üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır. Türkiye organik kuru kayısı, kuru üzüm ve kuru incir organik tarım ürünleri ihracatında öncü ve lider durumundadır (Kurt, 2006). Dolayısıyla organik ürün ihracat yüzdesi ile firmanın ihracat performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki beklenmektedir. Kalite belgesinin ihracat performansı üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır (Kurt, 2006). Çınar ve ark. (2016)'na göre ihracat hacmi yüksek olan şirketler diğer şirketlere göre daha fazla risk alabilmektedir. Risk almayı seven şirketler ise genel olarak kuru meyve sebze alanında faaliyet gösteren şirketlerdir. Koçtürk (2010)'e göre ihracatta istenilen seviyeye ulaşılabilmesi için planlı, tekniğe uygun ve kaliteli üretim yapılması gerekmektedir. Gökçe ve Pirili (2015) ihracatta gelişim sağlanabilmesi için kalifiyeli eleman eksikliğinin giderilmesi gerektiğini de savunmaktadır. Kırıcı (2018)'ya göre uluslararası tescilli markası olan firmaların ihracat potansiyeli daha yüksektir. Çalışma kapsamında incelenen 74 şirketin analiz sonuçlarına göre firmaların ihracat yaptığı ülke sayısı maksimum 41 iken, ortalama yaklaşık 12 civarındadır. Ayrıca, firmaların organik ürün ihracat yüzdesi maksimum 100 iken, ortalama 16 civarındadır. Neredeyse tüm firmalar kalite güvenlik belgesi bulundurmaktadır. Öte yandan, firmaların ortalama yıllık ihracat hacmi 2.83 milyon dolardır. Çalışmaya konu olan firmaların çoğunun 2 500 001\$ - 5 000 000\$ arasında yıllık ihracat hacmine sahip olduğu, az sayıda firmanın 10 000 000\$ - 15 000 000\$ arasında yıllık ihracat hacmine ulaştığı saptanmıştır. Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçısı firmaların %33.8'i 25 yılı aşkın bir süredir faaliyet göstermekte iken, %20.3'ü 5 yıldan az bir süredir faaliyet göstermektedir. Firmaların diğer yarısının ise 6 yıldan uzun veya 20 yıldan daha kısa süredir faaliyet gösterdiği saptanmıştır.

Çizelge 1, SPSS programı kullanılarak oluşturulan regresyon modelinin özetini göstermektedir. Bu

kapsamda modelin açıklayıcılığını gösteren çoklu korelasyon katsayısı (R) 0.754 ve R Kare ise 0.538'dir. Dolayısıyla, bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranı %53.8'dir. Oto korelasyon testi olan Durbin-Watson değeri 0 ile 4 arasında yer almalıdır. İdeali 2'dir. Bu modelde Durbin-Watson değeri 2.1'dir. Dolayısıyla artık terimler arasında oto korelasyon yoktur.

Çizelge 1. Model özeti

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Tahmini Standart Hata	Durbin-Watson
1	0.754	0.569	0.538	0.99432	2.100

Çizelge 2'de yer alan varyans analizi kapsamındaki Anova çizelgesi sonuçlarına göre, anlamlılık değeri 0.05'den küçük olduğu için çoklu regresyon katsayısı %5 anlamlılık seviyesinde geçerlidir. Buna göre bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki anlamlı ve geçerlidir.

Çizelge 2. Varyans analizi: Anova çizelgesi

Model 1	Kareler Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	Anlamlılık
Regresyon	88.824	5	17.765	17.968	0.000
Atık	67.230	68	0.989		
Toplam	156.054	73			

Çizelge 3 regresyon analizindeki bağımsız değişkenlerin; standart olmayan katsayılar, standart katsayılar, t istatistiği, anlamlılık düzeyi ve bağıntı

Çizelge 3. Katsayı çizelgesi

Model	Standart olmayan Katsayılar		Standart Katsayılar	t İstatistiği	Anlamlılık	Bağıntı İstatistikleri	
	B	Std. Hata	Beta			Tolerans	Varyans Artış Faktörü (VIF)
(Sabit)	-0.441	0.745		-0.593	0.555		
Firma faaliyet yılı	0.075	0.084	0.102	0.888	0.378	0.485	2.062
Firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı	0.005	0.017	0.031	0.293	0.770	0.551	1.814
Firmanın çalışan sayısı	0.878	0.186	0.615	4.729	0.000**	0.375	2.667
Organik ürün ihracat yüzdesi	0.011	0.005	0.166	2.067	0.043**	0.981	1.019
Firmaların kalite güvenlik belgesi bulundurma oranı	0.588	0.757	0.066	0.776	0.440	0.887	1.127

** %5 seviyesinde anlamlıdır.

Faktör analizi sonuçları Çizelge 4'de sunulmaktadır. Faktör analizinin ilk turunda 63 bileşen incelenmiştir. Döndürme işlemine varimax yöntemi kullanılmıştır. Bileşenlerden 0.50 değerinin altında olanlar çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Faktör analizinde her faktörün uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett küresellik testiyle incelenebilmektedir. Faktörleşebilirlik için KMO

istatistikleri kapsamında istatistiksel sonuçlarını göstermektedir. Çoklu doğrusal bağlantı olup olmadığı varyans artış faktörü (VIF) değerine bakılarak anlaşılmaktadır. VIF değeri 10'dan küçük eşit ise çoklu doğrusal bağlantı yoktur. Bu modele giren tüm değişkenlerin VIF değerleri 10'dan küçük olduğu için çoklu doğrusal bağlantı yoktur. Oluşturulan regresyon modeli varsayım testlerinden geçmiştir. Çizelge 3'de yer alan sonuçlara göre, firma çalışan sayısı ve firmaların organik ürün ihracat yüzdesi değişkenlerinin anlamlılık değeri 0.05 değerinden düşüktür. Dolayısıyla bu değişkenlerin %5 anlamlılık düzeyinde firmaların yıllık ihracat hacmi üzerinde etkisi vardır. Firmaların çalışan sayısı ve organik ürün ihracat yüzdesi arttıkça firmaların yıllık ihracat hacmi de artmaktadır. Kahveci (2012) ve Öz ve Bal (2016)'a göre ölçek ekonomileri ve finansman kolaylıkları nedeniyle işletme ölçeği büyüdükçe ihracat kapasitesinin artacağı öngörülmektedir. Koçtürk (2010)'e göre firma çalışan sayısı arttıkça ihracat kapasitesi de artmaktadır. Armağan (2003) firmadaki personel sayısı ve işletmenin üretim kapasitesinin firmaların ihracatı üzerinde etkisi bulunduğunu söylemektedir. Çınar ve ark. (2015) firmaların toplam ihracat hacmi üzerinde firma büyüklüğü ve deneyiminin etkili olduğunu savunmuş ve ona göre çalışmalarını sürdürmüşlerdir. Ak ve ark. (2016) şirket çalışan sayısı ve ihracat potansiyeli arasında doğru orantı olduğunu savunmaktadır.

değerinin %60'tan büyük olması önerilmektedir. Çizelge 4'de görüldüğü üzere yapılan analiz sonucunda hesaplanan KMO değeri %76.8'dir ve bu değer önerilen değerden yüksektir. Dolayısıyla elde edilen veriler faktör analizi için uygundur. Bartlett testi ise değişkenler arasında ilişki olup olmadığını, kısmi korelasyonlar temelinde incelemektedir. Çizelge 4'e göre, Bartlett testi sonuçları 2833.427 ve

önemlilik ise 0.000 bulunmuştur. Her iki sonuç da örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmak için uygun olduğu göstermektedir.

Çizelge 4. KMO ve Bartlett's testi

Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy.		0.768
Bartlett's test of sphericity	approx. chi-square	2833.427
	df	666
	sig.	0.000

Faktör sayısının belirlenmesinde çeşitli kriterler olmakla birlikte, ilk uygulanan faktör analizinde 8 faktörlü bir model oluşturulmuştur. Türetilen

faktörün öz değeri 1.010'dur. Açıklanan varyans yüzdesi kriterine göre bu 8 faktörün açıkladığı kümülatif toplam, varyans asal bileşenler yöntemine göre %79.691, asal-eksen yöntemine göre de %79.691'dir. Açıklanan varyans yüzdeleri sosyal bilimlerde önerilen %60'lık oranın oldukça üstündedir.

Çizelge 5 çalışma kapsamındaki bileşenlerin rotasyon matrisini göstermektedir. Çizelge 5'de yer alan rotasyon matrisi sonuçlarına göre elde edilen 37 bileşene ilişkin 8 ana faktör belirlenmiştir.

Çizelge 5. Bileşenlerin rotasyon matrisi

Bileşenler	Faktörler							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Modern üretim teknolojisi		0.829						
Tescil belgeli teknik bilgi		0.855						
ARGE bütçesi				0.627				
Güncel piyasa bilgisi		0.847						
Rakiplerle ilgili bilgi		0.802						
İhracatçıların yurtdışı bağlantıları		0.864						
Üst yönetim tutumu					0.617			
Risk yönetimi		0.656						
Alıcı ülkelerle ilgili mevzuat bilgisi		0.599						
Kalite güvenlik belgesi	0.832							
Ambalaj	0.785							
Üreticinin güvenli gıda üretimi	0.873							
Üreticinin yüksek kalite standartları	0.870							
Üreticinin üretim standartları bilgisi	0.873							
Üretici eğitim ve bilinçlendirme çalışmaları	0.875							
Tüccar ve üretici denetimlerinin artırılması	0.797							
Devletin üreticiye üretim standartlarını öğretmesi	0.786							
İhracatçının üreticiyi kaliteli ürünle ilgili desteklemesi	0.837							
Organik kuru meyve üretiminin artırılması	0.799							
Kuru meyve üretim hacminin artması								0.528
İklim koşulları	0.678							
Yeni ürün geliştirme				0.853				
Kuru meyveyle ilgili ARGE				0.786				
Ürün çeşitlemesi				0.711				
Kaliteli hammadde alışı						0.671		
Ürün alımında kaliteli ürünün bulunamaması						0.676		
Kredi kullanım koşulları			0.693					
Devlet desteği ve teşvikler			0.777					
Tarımsal destekler			0.651					
Soğuk hava depoları						0.694		
Ürün geliştirme projeleri			0.676					
Reklam ve tanıtım					0.675			
İletişim araçları					0.779			
Reklam ve tanıtımın devlet tarafından yapılması					0.765			
Hedef pazarlara yönelik tanıtım çalışmaları					0.509			
Türk kuru meyvelerinin yurtdışında tanınması							0.870	
Türkiye'nin kuru meyve ihracatında dünyadaki yeri							0.825	

Çalışmaya ilişkin faktör ve alt faktörler Çizelge 6'da sunulmaktadır. Çizelgenin sağ tarafında her bir faktöre ait alt faktörler bulunmaktadır. Sol tarafında yer alan faktörler ise sırasıyla üretim stratejileri, kalite ve tedarikçiler, finansman ve teşvikler, AR-GE, reklam ve tanıtım, hammadde koşulları (tedarik koşulları), tanınırlık ve hammadde üretim hacmi olarak tanımlanmaktadır. Firmanın ihracat hacmi değerlendirilirken, üretim stratejilerinin önemi büyüktür (Bal ve Cercinli, 2013). Koçtürk (2010) ve Veziroğlu ve Emeksiz (2020) kalite ve tedarikçilerin

de ihracatı etkileyen önemli faktörler olduğunu savunmuşlardır. Bunun yanında, finansman ve teşvikler faktörü de ihracat potansiyeli üzerinde çok büyük öneme sahiptir (Selçuk, 2010; Kızılaslan ve Olgun, 2012; Öner ve Işın, 2012; Öz ve Bal, 2016). AR-GE ve inovasyona önem veren şirketlerin ihracat performansları daha yüksek olduğu için bu faktör de araştırma açısından kritik bir faktördür (Kırıcı, 2018). Atlı ve Söyler (2018) hammadde koşullarının ihracat hacmi değerlendirilmesinde önemini vurgulamaktadır.

Çizelge 6. Faktörler ve alt faktörler

#	Faktörler	Alt faktörler
1	Üretim Stratejileri	Firmaların kalite güvenlik belgesine sahip olması Üretilen kuru meyvenin uluslararası düzeyde ambalajlanması Üreticinin güvenli gıda üretimi Üreticinin kalite standartlarını yükseltmesi Kuru meyve üreticilerinin üretim standartları konusundaki bilgisi Üretici eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarının artırılması Tüccar ve üretici denetimlerinin artırılması Üretim ile ilgili standartların devlet tarafından üreticiye öğretilmesi İhracatçının üreticiyi kaliteli ürün üretebilmesi için desteklemesi Türkiye organik kuru meyve üretiminin artırılması İklim koşulları
2	Kalite ve Tedarikçiler	Firmaların modern üretim teknolojisi ve donanımına sahip olması Firmaların ihracat faaliyetleri için tescilli teknik bilgiye sahip olması İhracatçıların üretim, tüketim ve dış ticaret gelişmelerini takip etmeleri Firmaların ihracat pazarlarındaki rakiplerle ilgili bilgiye sahip olması Kuru meyve ihracatında ihracatçıların yurt dışı bağlantılarının olması Firma yönetiminin ihracata yönelik potansiyel problemlere ve tehditlere karşı önceden önlem alması Alıcı ve/veya rakip ülkelerin gıda ve gıda ithalatı mevzuatları hakkında bilgi
3	Finansman ve Teşvikler	Kredi kullanım koşullarında karşılaşılan sorunlar Kuru meyve ihracatında devlet desteği ve teşvikler Tarımsal desteklerin artırılması Kuru meyve ihracatını artırmada ürün geliştirme projeleri
4	AR-GE	Firmaların ihracat faaliyetleri için AR-Ge bütçelerinin artırılması Kuru meyve ile ilgili yeni ürün geliştirme Kuru meyve ile ilgili araştırma ve geliştirme faaliyetleri Yeni pazarlar için ürün çeşitlemesine gidilmesi
5	Reklam ve Tanıtım	Firma yönetiminin ihracata yönelik fırsatları belirlemesi ve değerlendirmesi Kuru meyve tanıtımının ve reklamının yapılması Kuru meyve reklamının çeşitli iletişim araçlarından sürekli yapılması Kuru meyve ile ilgili reklam ve tanıtım faaliyetlerinin devlet tarafından yapılması Hedef pazarlar olarak belirlenen ülkelere yapılan tanıtım çalışmaları
6	Hammadde Koşulları (Tedarik Koşulları)	Ürün alımı sırasında hammaddenin kaliteli olmasına dikkat edilmesi Ürün alımında kaliteli ürünün bulunamaması Soğuk hava depolarının desteklenmesi
7	Tanırlık	Türk kuru meyveleri yurt dışında tanınması Türkiye kuru meyve ihracatında dünyadaki ihracat ve üretim payı
8	Hammadde Üretim Hacmi	Kuru meyve üretimini artırmak

Sonuç

Bu çalışmanın amacı, Ege Bölgesi'ndeki kuru meyve ihracatçıların yaşadığı sorunların analiz edilmesini ve ihracat hacminin arttırılabilmesi için çözüm önerileri geliştirilmesidir. Araştırmada anket çalışması ile faktör analizi ve regresyon analizi yapılarak ihracat hacmine etki eden bileşenler tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonucunda, firmanın yıllık ihracat hacminde önemli etkiye sahip olan değişkenlerin firmaların organik ürün ihracat yüzdesi ile firmanın çalışan sayısı olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, firmaların çalışan sayısı ve organik ürün ihracat yüzdesi arttıkça firmaların yıllık ihracat hacmi de artmaktadır. Faktör analizi sonuçlarına göre, elde edilen 37 bileşene ilişkin 8 ana faktör belirlenmiştir. Faktörlerin sırasıyla üretim stratejileri, kalite ve tedarikçiler, finansman ve teşvikler, Ar-Ge, reklam ve tanıtım, hammadde tedarik koşulları, tanınırlık ve hammadde üretim hacmi olduğu tespit edilmiştir.

Kuru meyve ihracatını artırabilmede en önemli etken üreticidir. Üreticinin yeterli bilgiye sahip olmasıyla birlikte kaliteli ürün üretmesi ihracattaki gıda güvenliği sorununu azaltacaktır. Üretim bölgelerinde, yasaklı veya ruhsatsız ilaçlamanın önüne geçilebilmesi için üretici ve bayii denetimleri arttırılmalıdır. Kuru meyve ihracatını arttırmadaki diğer önemli etken ise ihracatçıdır. İhracatçının yeterli teknik bilgiye sahip olması, yurt dışı pazarını iyi takip etmesi, herhangi bir problem karşısında önceden tedbir alması ve özellikle alıcı ülkelerin gıda ve gıda ithalatı mevzuatlarını iyi bilmesi gerekmektedir. Ürünün kalitesinin bozulmadan saklanabilmesi için de soğuk hava depoları desteklenmelidir. Ürünlerin daha kaliteli işlenebilmesi, rakip ülkelerle rekabette güç kazanması ve sürdürülebilirliğin sağlanması için işletmelerde lazer ve x-ray gibi işleme makinalarında yatırım desteklerinin arttırılması gerekmektedir. İhracattaki artışı sağlamak için, kaliteli ürün üretmenin ve mevzuatların bilinmesinin gerekliliğinin yanında, dünyada Türk kuru meyvelerinin bilinirliğini reklam ve tanıtım çalışmalarıyla arttırmak gerekmektedir.

Çıkar çatışması

Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Yazarların katkı beyanı

Bu çalışma, birinci yazarın 2019 yılında yayınladığı, danışmanlığını çalışmanın ikinci yazarının yaptığı ve

üçüncü yazarın çalışmanın genişletilmesi ve makale aşamasına gelmesi açısından katkılarının olduğu yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

BŞ: Araştırma için gerekli materyallerin temini, denemelerin kurulması ve yürütülmesi, verilerin elde edilmesi ve değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezinin yazılması aşamalarına katkıda bulunmuştur.

ES: Araştırmanın planlanması ve araştırma fikrinin ortaya çıkarılması, araştırma için gerekli materyallerin temini, denemelerin kurulması ve yürütülmesi, verilerin elde edilmesi ve değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezinin yazılması, tezin makaleye dönüştürülmesi aşamalarına katkıda bulunmuştur.

SGY: Yüksek Lisans Tezinin içerik ve kapsam olarak genişletilmesi, tezin makale aşamasına gelmesi aşamalarına katkıda bulunmuştur.

Kaynaklar

- Aba, G.Ö. & Işın, Ş. (2014, Eylül). *Dünyada ve Türkiye'de iyi tarım uygulamalarının gelişimi*. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Samsun.
- Ak, E. E., Tüzel, Y., Eren, E., & Atilla, F. (2016). Türkiye'nin Mantar İhracatının Değerlendirilmesi. *Türk Tarım-Gıda Bilim ve Teknoloji dergisi*, 4(3), 239-243.
- Anonim (a) (2019). <https://www.enerjiatlası.com/elektrik-fiyatları/> (Erişim tarihi: 12.02.2019).
- Armağan, E. (2003). *Avrupa Birliği sürecinde küçük ve ortaölçekli işletmelerin ihracat pazarlaması sorunları: Aydın ilindeki küçük ve orta ölçekli tarıma dayalı sanayi işletmeleri için bir öneri* (Doctoral dissertation, Adnan Menderes Üniversitesi).
- Ataseven, Y. & Güneş, E. (2008). Türkiye'de işlenmiş organik tarım ürünleri üretimi ve ticaretindeki gelişmeler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 25-33.
- Atlı, H., & Söyler, O. (2018). Dünyada ve Türkiye'de Turunçgil Üretimini ve İhracatının Değerlendirilmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (79), 357-366.
- Aydın, B., Özkan, E., Aktürk, D., Kiracı, M.A. & Hurma, H. (2015). Kırklareli, Edirne, Tekirdağ ve Çanakkale illerinde üreticilerin iyi tarım uygulamalarına yaklaşımı. *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 28-41.
- Bal, T., & Cercinli, F. (2013). The analysis of cherry production and trade in Turkey: the case of Uluborlu district. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 19(3), 398-415.

- Cengiz, F. & Yücel, E. (2017). Pazarlama faaliyetleri için fuarların önemi. *Adnan Menderes Üniversitesi Seyehat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 72-80.
- Çınar, G., Ferruh, I. Ş. I. N., & Armağan, G. (2015). Türkiye'de Tarımsal Ürün İhracatı Yapan Firmaların Biliş Düzeyi Açısından İncelenmesi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 21(1 ve 2), 63-68.
- Çınar, G., Ferruh, I. Ş. I. N., & Armağan, G. (2016). Türkiye'de Tarımsal Ürün İhracatı Yapan Firmaların Risk Tercih Açısından İncelenmesi. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 13(1), 25-33.
- Çobanoğlu, F. & Işın, F. (2009). Organik kuru incir üreticilerinin organik tarım sistemi tercihini etkileyen kriterlerin analitik hiyerarşi süreci ile analizi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 15(2), 63-71.
- Çukur, F. & Çukur, T. (2017). Coğrafi işaretli ürünlerin kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi: Muğla ili örneği. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 23(2), 187-194.
- Demirağ, K. & Yılmaz, H. (2009). *Gıda güvenliği, sürdürülebilirliği ve yerel yönetimler*. TMMOB İzmir Kent Sempozyumu, İzmir.
- Doğan, Z., Arslan, S. & Berkman, A. N. (2015). Türkiye'de tarım sektörünün iktisadi gelişimi ve sorunları: tarihsel bir bakış. *Academic Review of Economics & Administrative Sciences*, 8(1).
- Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Genel Sekreterliği (2015). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2015/2016 Sezonu Çalışma Raporu, <http://www.eib.org.tr/bilgi-merkezi-raporlar.asp> (Erişim Tarihi: 10.12.2019).
- Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Genel Sekreterliği (2017). III. Kuru Meyve Çalıştayı Sonuç Raporu, <http://www.eib.org.tr/bilgi-merkezi-raporlar.asp> (Erişim Tarihi: 23.11.2019).
- Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Genel Sekreterliği (2018a). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2017/2018 Sezonu Çalışma Raporu, <http://www.eib.org.tr/bilgi-merkezi-raporlar.asp> (Erişim Tarihi: 23.11.2019).
- Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Genel Sekreterliği (2018b). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2013/2014 Sezonu Çalışma Raporu, <http://www.eib.org.tr/bilgi-merkezi-raporlar.asp> (Erişim Tarihi: 05.11.2019).
- Ege İhracatçı Birlikleri (EİB) Genel Sekreterliği. (2018c). Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2014/2015 Sezonu Çalışma Raporu, <http://www.eib.org.tr/bilgi-merkezi-raporlar.asp> (Erişim Tarihi: 10.10.2019).
- Ege İhracatçı Birlikleri (2019). <http://www.eib.org.tr>, (Erişim Tarihi: 25.12.2019).
- Ekmekci, K. & Acar, A. İ., & Yurtlu, Y.B. ve Hasdemir, M. (2012). İyi tarım uygulamalarının tarımsal mekanizasyon açısından değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 26(1), 97-103.
- Erkan, N., Ü. Alakavuk, D. & Tosun, Y. Ş. (2008). Gıda sanayinde kullanılan kalite güvence sistemleri. *Journal of Fisheriesciences Derleme Makalesi*, 2(1), 88-99.
- Erkmen, O. (2010). Gıda kaynaklı tehlikeler ve güvenli gıda üretimi. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 53, 220-235.
- Geneş, A. Ş. (2018). *Kriz dönemlerinde döviz kuru değişimi ve değişimin Türkiye ihracatına etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye.
- Gökçe, K. O. Ç., & Pirili, M. U. (2015). Türkiye Tarım Ürünleri Dış Ticareti: Turunçgiller, Fındık, İncir, Kayısı ve Çekirdeksiz Kuru Üzüm.
- Gül, M. & Akpınar, M.G. (2006). Dünya ve Türkiye meyve üretimindeki gelişmelerin incelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 15-27.
- İloğlu, N. (2014). *Coğrafi işaretlerin tescili ve denetimi üzerine farklı ülke sistemlerinin incelenmesi ve Türkiye uygulaması*. Uzmanlık Tezi, T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara, Türkiye.
- İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB) Genel Sekreterliği (2019) <http://www.iib.org.tr/tr/birliklerimiz-kuru-meyve-ve-mamulleri-ihracatçilari-birligi.html> (Erişim tarihi: 16.05.2019).
- Kahveci, E. (2012). İşletme Stratejileri ve İhracat Performansı İlişkileri. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 4(6), 2-34.
- Kan, M. & Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 57-66.
- Kırıcı, N. (2018). İncir İhracatını Etkileyen Faktörler: Aydın Örneği. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi (İktisat)*, 3(6), 123-138.
- Kızılaslan, H., & Olgun, A. (2012). Türkiye'de Organik Tarım ve Organik Tarıma Verilen Desteklemeler. *Ziraat Fakültesi Dergisi*, 29 (1), 1-12.
- Koçak, N. (2007). Gıda güvenliği yönetim sistemleri uygulama sürecinde temel adımlar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(4), 135-157.

- Koçtürk, O. M. (2010). *Sofralık Üzüm Üretimi Ve Yaş Meyve İşleme Sanayine İlişkin Bir Değerlendirme: Alaşehir/Manisa Örneği*. Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi.
- Kurt, Z. (2006). *Organik tarım ürünleri pazarlaması ve uygulamalar* (Doctoral dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Kuruçaylı, H. & Şen, F. (2017). Kurutulmuş organik kuru üzüm meyvelerinde farklı ambalajların raf ömrü süresince kaliteye etkileri. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Dergisi*, 14(2), 75-79.
- Öner, G., & Işın, Ş. (2012). *Ege Bölgesinde Seçilmiş Bir Yörede Meyve Üreticilerinin GLOBALGAP Sertifikalı Üretim Sistemini Benimsemesini Etkileyen Faktörler*. 10. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Konya.
- Öz, F. Ç., & Bal, T. (2016). İhracatçı açısından Isparta ili kiraz ihracatının analizi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 21(1).
- Özdede, A. (2010). *Bir yükseköğretim kurumunda: ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Belgesi'ne sahip olan ve olmayan birimler arasındaki örgüt iklimi farklılıkları: Dokuz Eylül Üniversitesi örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Toplam Kalite Yönetimi Anabilim Dalı Toplam Kalite Yönetimi Programı, İzmir, Türkiye.
- Selçuk, İ. P. E. K. (2010). Uluslararası ticari boyutuyla organik tarım ve devlet destekleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1).
- T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü (2018). Çekirdeksiz Kuru Üzüm Raporu, <https://ticaret.gov.tr/data/5d41e59913b87639ac9e02e8/3b2ba45225a22c82570042d14b4de7ef.pdf> (Erişim tarihi: 28.03.2019).
- Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) (2010). Türkiye 2023 İhracat Stratejisi Sektörel Kırılım Projesi. Kuru meyve ve mamülleri sektörü, Proje Raporu, <http://www.tim.org.tr>, (Erişim tarihi: 15.03.2019).
- Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) (2019). <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html> (Erişim tarihi: 06.03.2019).
- Veziroğlu, P., & Emeksiz, F. (2020). Çukurova Bölgesinde Turunçgil Üreticilerinin Üretim Süreçlerindeki Kararlarının Ekonometrik Analizi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 26(2), 89-99.