



Türk Şarap Sektörünün Mevcut Durumu ve Sektörün Gelişimini Sınırlayan Faktörlerin Değerlendirilmesi

Cansu ŞENUYAR¹, Nevin DEMİRBAŞ¹, Özge SAYGIN¹

¹Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Bornova/İzmir

Özet: Şarap sektöründe; İtalya, Fransa ve İspanya gibi ülkeler oldukça gelişmiş düzeydedir. Bu ülkelerde üretilen üzümlerin büyük kısmı şaraba işlenmektedir. Türkiye de bağ alanı ve üzüm üretim miktarı bakımından dünya bağıcılığında önemli bir ülkedir. Bununla birlikte, üretilen üzümlerin sadece %2.5-3'ü şaraba işlenmektedir. Son yıllarda Türkiye'de şaraplık üzüm ve şarap üretiminde önemli gelişmeler de görülmektedir. Ancak şarap sektörü mevcut potansiyeline rağmen hâlâ beklenen gelişmeyi gösterememekte, şarap üretimi ve pazarlamasında dünya ortalamasının oldukça gerisinde kalmaktadır. Sektörün gelişimini sınırlayan faktörlerin başında Özel Tüketim Vergisi uygulamaları, kayıt dışı üretim ve pazarlama gelmektedir. Ayrıca, Türkiye'de bağıcılığa yeteri kadar önem verilmesi de gelişimin önünde duran bir diğer faktördür. Türkiye'de üzüm üretiminin daha çok sofralık ve kurutmalık çeşitlere yönelik olması, hammadde temini açısından şarap sektörünü kısıtlamaktadır. Hammaddenin kalitesi de sektör gelişimin önünde kısıt oluşturabilmektedir. Türkiye'de kırsal kesimde yaşayan nüfus için gelir getirici, ülke ekonomisi için katma değer yaratıcı bir ürün olan şaraplık üzüm üretiminin desteklenmesi, üretim miktarının ve kalitesinin artırılması gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı, sektörün mevcut durumunun ve gelişimini sınırlayan unsurların değerlendirilmesidir. Çalışma bir literatür araştırması niteliğindedir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Şarap, Şaraplık Üzüm, Bağıcılık.

Evaluation of the Current Situation of the Turkish Wine Sector and the Factors Restricting the Development of the Sector

Abstract: Countries like Italy, France, Spain are highly developed in the wine industry. Highly rates of grapes which is grown in these countries are using for the wine industry. Turkey also is very important country about viticulture. On the other hand, only 2.5-3% of grapes are using for producing wine in Turkey. In recent years, Turkey make progress about viticulture and producing wine. But despite of huge potential about viticulture, Turkey is still dropping behind in the world average, about producing and marketing wine. Some factors of limiting of the industry are; special consumption taxes, informal production and marketing. Also the viticulture still not important too much in Turkey and this situation is restricting to improve of the industry. In addition, the wine industry is restricted in terms of supply of raw material so that the grapes use usually dried and as table grapes in Turkey. The quality of grape is a very big problem as much as variety and amount of it for development of the industry. Supporting the production of wine-grapes, which provides added value for the economy of

the country and supplies income for the population living in rural area of Turkey, and increasing the production and quality is of great importance. The aim of the study is to evaluate the current situation of the wine sector in Turkey and the factors limiting the development of the sector. This study is based on literature survey.

Key Words: Turkey, Wine, Wine Grapes, Viticulture.

Giriş

Şarap sektöründe küresel düzeyde bazı ülkeler önemli bir yere sahiptir. Bu ülkelerin başında, (2008/2010 ortalamasına göre) dünya bağ alanları içinde de büyük paya sahip olan İspanya (%14.95), Fransa (%11.25) ve İtalya (%11.02) gelmektedir (FAO, 2014). Ancak son yıllarda dünyada şarap üretim deseninde köklü bazı değişiklikler ortaya çıkmıştır (Cassi ve ark. 2012). Buna göre, geleneksel şarap üreticisi olan ülkelere ek olarak ABD, Arjantin, Şili, Güney Afrika, Avustralya ve Yeni Zelanda gibi yeni dünya ülkelerinin şarap piyasasındaki payları artmıştır. Bağcılıkta önde gelen bu ülkelerde üretilen üzümlerin büyük kısmı şaraba işlenmektedir (Karaoğlu, 2007).

Bağcılık, Türkiye’de de üreticinin önemli geçim kaynaklarından biri olmasının yanı sıra ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır (Demir, 2003). Ancak bağcılık alanında gelişmiş ülkelerin aksine, Türkiye’de üretilen üzümler, genellikle kurutularak ya da sofralık olarak değerlendirilmektedir. Şaraplık üzüm üretimi toplam üzüm üretiminin yaklaşık %11’ini oluşturmaktadır. Bu üzümlerin ise sadece %2.5-3’ü şaraba işlenmekte, geri kalan kısmı şıralık olarak değerlendirilmektedir (Çelik, 2005; Karaoğlu, 2007).

Türkiye sahip olduğu ekolojik özellikleri ile şaraplık üzüm üretimi için elverişli bir konuma sahiptir. Nitekim, bir çok yerel üzüm çeşitinin yanı sıra son yıllarda dünyaca ünlü ve kalitesi belgelenmiş üzüm çeşitlerinin de (Cabernet Sauvignon, Merlot, Sirah, Grenache) üretimine başlanmıştır (Tosun, 2005). Bu bağların üzümlerinden elde edilen kaliteli şaraplar piyasada yüksek fiyatlardan alıcı bulmaktadır (Demir, 2003; Akar, 2011; Tosun, 2005).

Türkiye’nin hemen her yöresinde şarapçılığa ve buna yönelik bağ tesislerine karşı yoğun bir ilgi gözlenmektedir (Çelik, 2005). Yarattığı katma değerini yanı sıra ihracat açısından sahip olduğu yüksek potansiyel birlikte değerlendirildiğinde bu alandaki çabaların teşvik edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu sayede bağcılık ve şarapçılık kültürü gelişebilecek ve ülke ekonomisine katkı yapmayı sürdürebilecektir.

Türkiye’de şarap sektöründe önemli gelişmeler ortaya çıkmasına rağmen, sektörün mevcut potansiyelinin gelişimi bazı faktöre bağlı olarak sınırlanmaktadır. Bu çalışmada Türkiye’de şarap sektöründe mevcut durum, gelişmeler ve gelişimi sınırlayan faktörlerin belirlenmesi ve çözüm önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Materyal ve Yöntem

Çalışma literatüre dayalı olup; materyali konuyla ilgili basılı çalışmalar oluşturmaktadır. İstatistiksel veriler için FAO ve TÜİK’in kayıtlarından yararlanılmıştır.

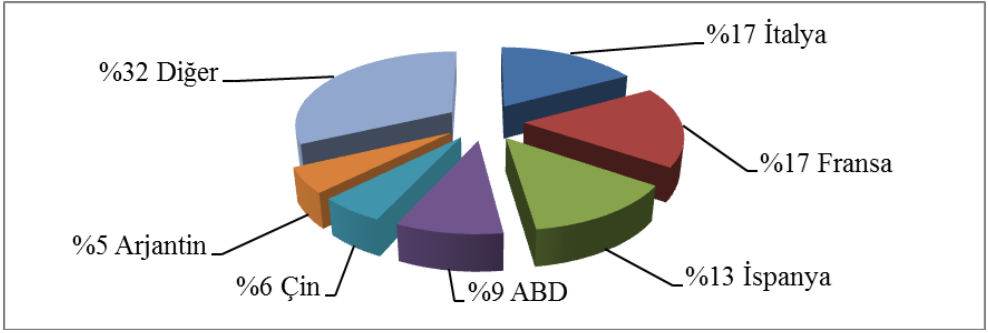
Dünyada şarap üretim ve dış ticaret verilerinin değerlendirilmesinde son 5 yıl (2006-2010), aynı verilerin Türkiye için değerlendirilmesinde ise son 20 yıl (1991-2010) ele

alınmıştır. Bazı bölümlerde, daha güncel verilere de yer verilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde ortalamalar, gösteriminde ise grafiklerden yararlanılmıştır.

Dünyada Şarap Üretimi ve Dış Ticaretindeki Gelişmeler

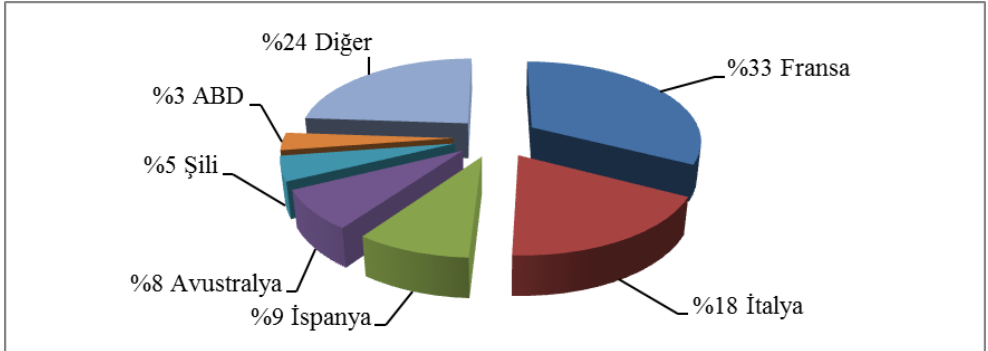
Dünya üzerindeki pek çok ülkede şarap üretilmekle birlikte üretim, tüketim ve ticaret verileri açısından, küresel şarap piyasasında en etkin rolü Avrupa Birliği (AB) ülkeleri oynamaktadır (Tosun, 2005). AB sınırları içinde yer alan bağ alanları, dünya bağ alanlarının yaklaşık %47'sini oluşturmaktadır. Dünya şarap dış ticaretinin yaklaşık %63'ü yine AB ülkeleri tarafından gerçekleştirilmektedir (FAO, 2010).

Dünya çapında yüksek kaliteli şarapları ile tanınan Fransa ve İtalya, 2006-2010 yılları arasındaki üretim düzeyleri ile dünya üretiminde ilk sıralardadır. Şekil 1'de, her iki ülkenin dünya şarap üretimindeki paylarının %17 ile eşit olduğu görülmektedir.



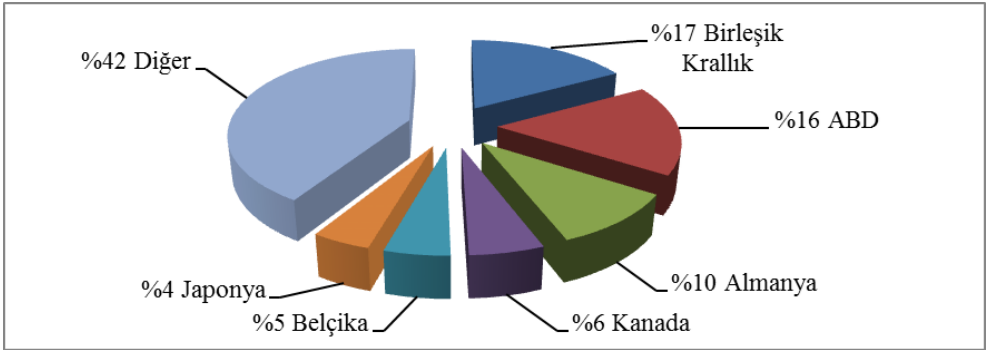
Şekil 1. 2006-2010 Yılları Ortalamasına Göre Dünya Şarap Üretiminde Ülkelerin Payları, Kaynak: FAOSTAT, (<http://faostat.fao.org>), Çeşitli Yıllar.

Şarap ihracatı yapan ülkeler içinde de ilk sıraları Fransa ve İtalya almaktadır. Nitekim, aynı dönemde, dünya şarap ihracat değerinin %33'ü Fransa ve %18'i İtalya tarafından gerçekleştirilmiştir (Şekil 2).



Şekil 2. 2006-2010 Yılları Ortalamasına Göre Dünya Şarap İhracat Değerinde Ülkelerin Payları, Kaynak: FAOSTAT, (<http://faostat.fao.org>), Çeşitli Yıllar.

Aynı dönemde dünya şarap ithalatında öne çıkan ülkeler ise sırasıyla Birleşik Krallık (%17), ABD (%16) ve Almanya (%10)'dır (Şekil 3).



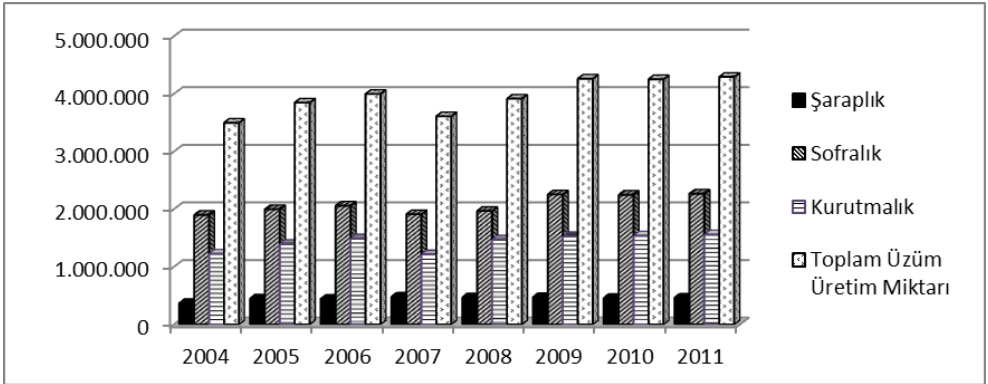
Şekil 3. 2006-2010 Yılları Ortalamasına Göre Dünya Şarap İthalat Değerlerinde Ülkelerin Payları, Kaynak: FAOSTAT, (<http://faostat.fao.org>), Çeşitli Yıllar.

Türkiye’de Şarap Üretimi ve Dış Ticaretindeki Gelişmeler

Şaraplık Üzüm ve Şarap Üretimindeki Gelişmeler

Türkiye, bağ alanları itibariyle, dünyada Fransa, İtalya ve İspanya’dan sonra dördüncü, üzüm üretim miktarıyla ise altıncı sırada yer almaktadır (FAO, 2010). Türkiye büyük miktarlarda üzüm üreten bir ülke olmasına rağmen, üzümlerin yaklaşık % 2.5-3'lük kısmı şaraba işlenmektedir (Karaoğlu, 2007).

Türkiye’de 2011 yılında 2004 yılına göre toplam üzüm üretim miktarı %19.4 oranında artmıştır. Bu artış oransal olarak en fazla kurutmalık (%26.9) ve şaraplık üzüm (%25.8) üretiminde gerçekleşmiştir (Şekil 4).

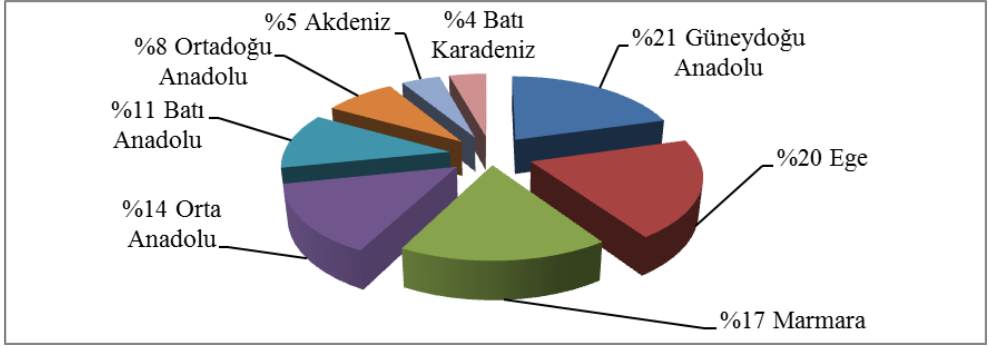


Şekil 4. Türkiye’de Kullanım Şekillerine Göre Üzüm Üretimi (Ton), Kaynak: TÜİK, (<http://www.tuik.gov.tr>), Çeşitli Yıllar.

Türkiye’de şaraplık üzüm fiyatları sürekli artış eğilimindedir. Bununla birlikte, şaraplık üzüm fiyatları, kurutmalık ve sofralık üzüm fiyatlarının gerisindedir. Nitekim, 2011 yılında

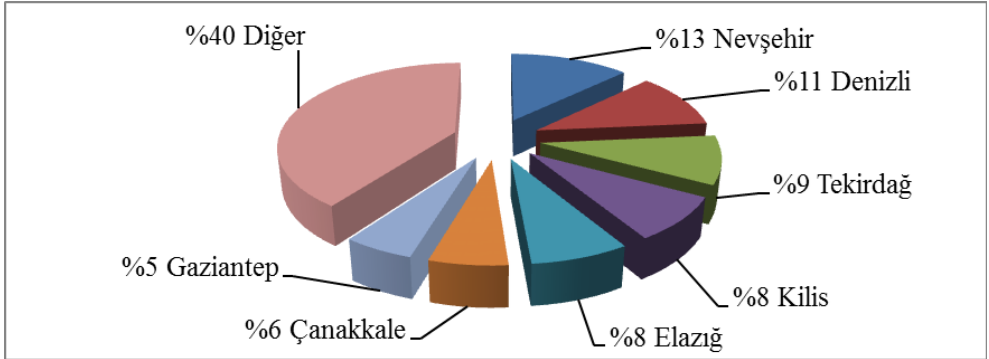
şaraplık üzüm reel fiyatı 0.9 TL/kg, kurutmalık üzüm reel fiyatı 2.5-3.5 TL/kg ve sofralık üzüm reel fiyatı ise ortalama 1.37 TL/kg olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2013).

Şaraplık üzüm üretiminin en yoğun olduğu bölge Güneydoğu Anadolu Bölgesi (GAB)'dir (Şekil 5). Son 8 yıllık üretim periyodunda GAB, Türkiye'nin toplam şaraplık üzüm üretiminin %21'ini karşılamıştır. GAB'ı sırasıyla Ege (%20), Marmara (%17), Orta Anadolu (%14) ve diğer bölgeler izlemektedir.



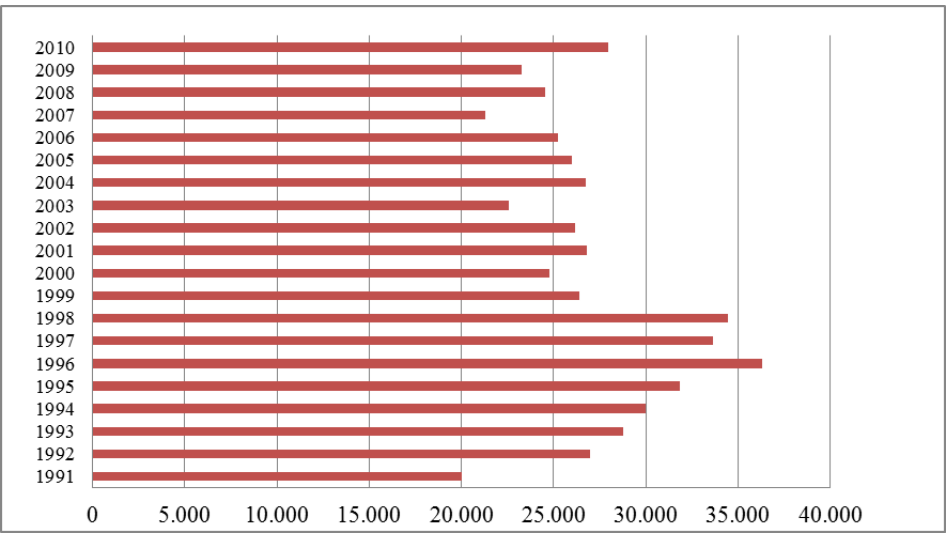
Şekil 5. 2004-2011 Yılları Ortalamasına Göre Türkiye'de Şaraplık Üzüm Üretiminde Bölgelerin Payları, Kaynak: TÜİK, (<http://www.tuik.gov.tr>), Çeşitli Yıllar.

Türkiye'de şaraplık üzüm en çok Nevşehir ilinde üretilmektedir. 2004-2011 yılları ortalamasına göre, Nevşehir, şaraplık üzüm üretiminin %13'ünü karşılamıştır. Nevşehir'i sırasıyla, Denizli (%11) ve Tekirdağ (%9) illeri izlemektedir (Şekil 6).



Şekil 6. (2004-2011) Yılları Ortalamasına Göre Şaraplık Üzüm Üretiminde İllerin Payları, Kaynak: TÜİK (<http://www.tuik.gov.tr>), Çeşitli Yıllar.

1991-2010 yılları arasında Türkiye'de şarap üretimi artış göstermiş, ancak bu artış yıllık olarak dalgalı bir seyir izlemiştir (Şekil 7). Türkiye'nin şaraplık üzüm üretimindeki artışla kıyaslandığında, şarap üretimindeki artışın yetersiz ve istikrarsız bir yapıda olduğu düşünülmektedir.

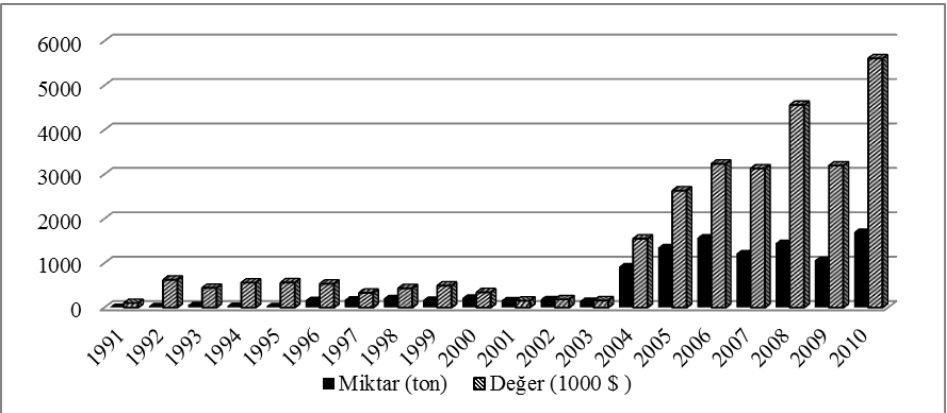


Şekil 7. Yıllar İtibariyle Türkiye’de Şarap Üretim Miktarı (Ton) Kaynak: FAOSTAT, (<http://faostat.fao.org>), Çeşitli Yıllar.

Türkiye’de Şarap Dış Ticareti

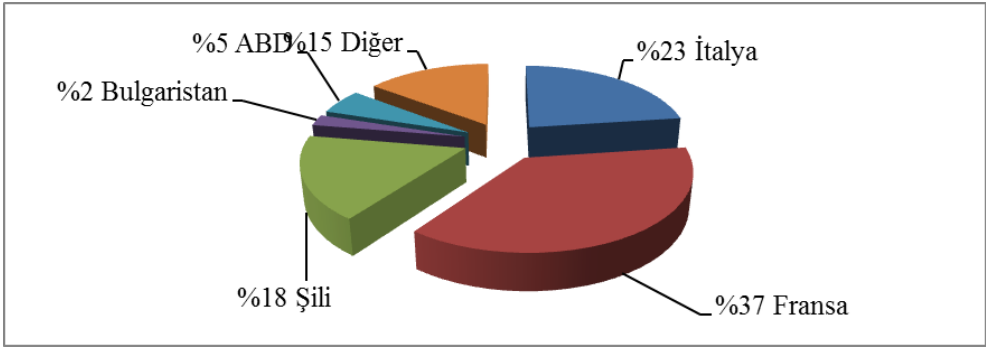
Türkiye’de bağcılık ürünlerinin yıllık üretiminin yaklaşık olarak %75’i yurt içinde tüketilmektedir. Bu durum, Türkiye bağcılığının içe dönük bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir (Çelik, 2005). Sofralık ve şaraplık üzüm üretiminin yurt içi talebi ancak karşılıyor olması sebebiyle, üretimin büyük bölümü yurt içinde tüketilmekte, küçük bir bölümü ihracata konu olmaktadır (Özden, 2008).

Nitekim, 1991-2010 yılları arasında Türkiye’de şarap ithalatının arttığı görülmektedir (Şekil 8). İthalat 1991 yılına göre 2010 yılında 243 kat artarak 1702 tona ulaşmıştır. Aynı dönemde şarap ithalatının değeri ise 55 kat artmıştır.



Şekil 8. Şarap İthalat Miktarı (Ton) ve Değeri (1000 \$), Kaynak: FAOSTAT, (<http://faostat.fao.org>), Çeşitli Yıllar.

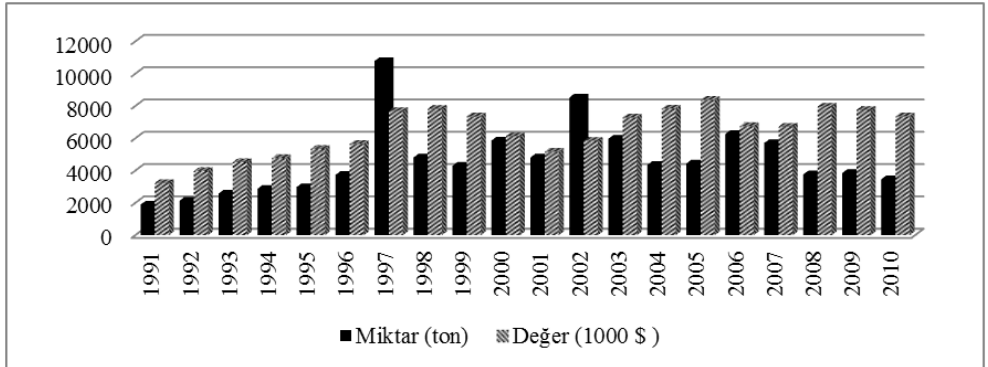
Türkiye'nin şarap ithalat değerinde, Fransa %37'lik pay ile ilk sırada yer alırken, İtalya %23'lük pay ile ikinci sıradadır (Şekil 9).



Şekil 9. 2006-2010 Yılları Ortalamasına Göre Türkiye'nin Şarap İthalat Değerinde Ülkelerin Payları, Kaynak: FAOSTAT, (<http://faostat.fao.org>), Çeşitli Yıllar.

Türkiye'de 1991-2010 yılları arasında üretimde gerçekleşen artış oranları düşük düzeyde olmasına rağmen, şarap ihracatında önemli artışlar gerçekleşmiştir. Yine de Türkiye, şarap ihracatında, dünya sıralamasında oldukça gerilerdedir.

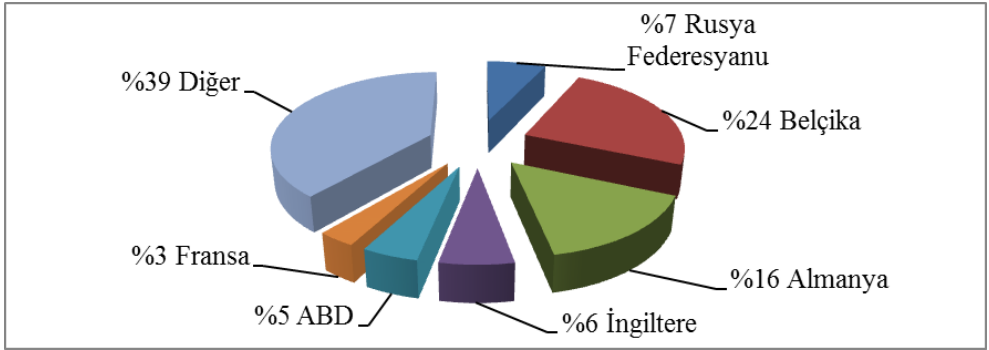
1991 yılından 2010 yılına kadar şarap ihracat miktarı ve değeri artış göstermekle birlikte, bu artışın son 3 yılda, önceki yıllara göre daha düşük oranlarda gerçekleştiği görülmektedir (Şekil 10). Şarap ihracatı, dönem başına göre 2010 yılında %83.6 oranında artarak 3466 tona ulaşmıştır. Benzer şekilde Türkiye'nin şarap ihracat değeri de yıllar itibarıyla artış göstermektedir. 1991 yılına göre 2010 yılında %127.8 oranında artan şarap ihracat geliri 7360 bin dolara ulaşmıştır. Şarap ihracatından en yüksek gelirin elde edildiği yıl ise 8379 bin dolarlık değer ile 2005 yılı olmuştur.



Şekil 10. Türkiye'nin Şarap İhracat Miktarı (Ton) ve Değeri (1000 \$), Kaynak: FAOSTAT, (<http://faostat.fao.org>), Çeşitli Yıllar.

Türkiye'nin şarap ihraç ettiği ülkelerin başında Belçika gelmektedir. Belçika'ya yapılan ihracatın değeri, toplam şarap ihracat değerinin %24'ünü oluşturmaktadır. En fazla

şarap ihracatı yapılan diğer ülkeler ise sırasıyla; Almanya (%16), Rusya (%7) ve İngiltere (% 6)'dir (Şekil 11).



Şekil 11. 2006-2010 Yılları Ortalamasına Göre Türkiye'nin Şarap İhracat Değerinde Ülkelerin Payları, Kaynak: FAOSTAT, (<http://faostat.fao.org>), Çeşitli Yıllar.

Türkiye'de Şarap Sektörünün Gelişimini Sınırlayan Faktörler

Türkiye'de şarap sektörünün gelişimini sınırlayan faktörlerin başında Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) uygulamaları gelmektedir. Şarap sektörü açısından oldukça gelişmiş olan AB'de şarapta ÖTV uygulanmayan ülkeler bulunduğu gibi, ülkelere göre değişen miktarlarda ÖTV uygulamaları da söz konusudur (Ömür, 2009; Gümüş ve Gümüş, 2010). Türkiye'de uygulanan yüksek ÖTV oranları sektörün gelişimini sınırlayan bir diğer önemli faktör olan kayıt dışı üretim ve pazarlamaya yol açmaktadır (Anonim, 2006; Gümüş ve Gümüş, 2009). Nitekim Türkiye'de şarap üretiminde uygulanan vergi oranları, AB ülkeleri ortalamasının 4 katı civarındadır (Karaoğlu, 2007).

Türkiye'de hükümetin sektöre karşı olan tutumu da şarap sektörünün gelişimini sınırlamaktadır. Sektörde yaşanan bir çok sorunun, hükümet ile işbirliği çerçevesinde çözülebileceği düşünülmeyle birlikte, siyasi otoritenin yaklaşımlarının buna engel olduğu yaygın bir düşüncedir (Gümüş ve Gümüş, 2009).

Yine, bağıcılık ürünlerinden ekonomiye en fazla katma değeri sağlayacak olan şaraplık üzüm üretiminin desteklenmemesi sektörün gelişimini engelleyen sorunlar arasında değerlendirilmektedir (Sakarya, 2007; Gümüş ve Gümüş, 2009; Ömür, 2009).

Sektördeki mevcut işletmeler dünya şarap sektöründe söz sahibi ülkelerdeki işletme ölçeklerine göre küçük ölçekli işletmelerdir. Bu durum seri üretime izin vermemekte ve sektörde maliyetlerin düşürülmesini engellemektedir (Bulal, 2005; Gümüş ve Gümüş, 2009). Maliyeti arttıran bir diğer unsur ise yan sanayiinin ithalata bağımlı olmasıdır. Örneğin, şişelerin ağzına takılan mantar, dışarıdan ithal edilmektedir (Özay ve ark. 2005; Sakarya, 2007). Meşe mantarı ağacı üretiminde önde gelen ülkeler, dünyada şarap sektöründe önde gelen ülkeler ile aynıdır. Gelişen şarap sanayiinin baskısı ve ekonomik öneminden dolayı, Türkiye'de de yetiştirme çalışmaları yapılmaktadır. Yapılan bu çalışmalar meşe mantarı ağacının Türkiye ikliminde de verim verebileceğini göstermektedir (Neyişçi, 1988; Anıl, 2007). Bu gelişmeler sektör adına olumlu olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye’de şaraplık üzüm çeşitleri pek çok bölgede yetiştirilmektedir. Buna karşın, şaraplık üzümün istenilen kalitede ve yeterli miktarda üretilmemesi, şarap üretimini olumsuz etkilemektedir. Sektörde kaliteli hammadde konusu ciddi bir sorundur (Yamaç, 1993; Demir, 2003; Bulal, 2005). Buna bağlı olarak, girdi kullanımı ile ilgili desteklerin verilmesi şaraplık üzüm miktar ve kalitesini olumlu yönde etkileyebilecektir (Sakarya, 2007).

Dünya çapında kitlesel ürünlerden daha sınırlı ve kaliteli ürünlere doğru geçiş görülmektedir. Kaliteye doğru bu yönelim, marka adının pazarlamacılar açısından çok önemli bir kalite ve değer göstergesi olmasına yol açmıştır. Bu nedenle, tanınmış bir kalite marka ismine sahip olan şirket için, yüksek fiyat ve kâr söz konusu olmaktadır (Spawton, 1990). Kalite ve marka, özellikle şarap gibi sektörlerde bir kültür, alışkanlıklar ve sadakat yaratmak için önemli kavramlardır. Ancak dikkat edilmesi ve önem verilmesi gereken veya patent koruması gereken tek şey marka değildir. Çünkü çok fazla ürünün söz konusu olduğu böyle bir ortamda, farklı şişe veya etiket şekilleri artık müşterilerin ürünü tanıması için önemli hale gelmiştir. Global şarap pazarında marka rekabeti çok artmış, kanal yapısı ve yoğunluğu değişmiş, tüketimdeki artışlar yavaş seyretmiş ve bu gibi nedenler ile şirketler, pazarlama iletişimi ve tutundurma konusunu daha iyi planlama ve uygulama durumunda kalmışlardır (Reid, 2002). Türkiye’deki şarap firmaları da dünya pazarlarında hak etikleri yeri alabilmek için mevcut pazarlama iletişimi ve tutundurma çabalarını daha iyi planlamak ve uygulamak durumundadırlar (İçli, 2010).

Sözleşmeli üretim, şarap işletmelerinin istedikleri miktar ve kalitede hammadde temin etmelerine olanak tanımaktadır. Bazı şarap işletmeleri özellikle alternatif ürün arayışı içine giren üreticilere ücretsiz bağ çubukları vermekte ve yazılı sözleşme yapmadan “sözümüz sözleşmedir” diyerek ürünü satın alma taahhüdünde bulunmaktadır (Çobanoğlu, 2008). Ancak bağ alanı ve üretim miktarında artış olduğunda ürünler üreticinin elinde kalmakta ve fiyatlar düşmektedir. Şarap işletmeleri, sözleşmeli üretim çerçevesinde üretim ve fiyatlar üzerinde hakim konuma gelmekte ve bunun sonucunda da üreticiler ekonomik kayıplara uğrayabilmektedir (İslamoğlu ve ark. 2008; Kaya, 2010). Yani şaraplık üzüm üreticisi adına sözleşmeli üretim, fazla miktarda üretilen kaliteli ürünlerin daha ucuza satılmasına neden olabilmektedir.

Reklam ve tanıtımdaki hukuki engeller ve kısıtlamalar şarap sektörünün gelişimini pazarlama yönüyle kısıtlayan önemli bir diğer faktördür (Anonim, 2006).

Sektör adına diğer bir kısıtlayıcı faktör, bağ alanlarının henüz kayıt altına alınamamasıdır. Şaraplık üzüm çeşitlerinin, bölgesel olarak belirlenmemesi ve envanterin çıkarılmaması, şarap üretimiyle ilgili coğrafi bölge tanımının yapılmaması ve şarapların buna bağlı olarak adlandırılmaması, şarap dış ticaretindeki gelişmeleri sınırlamaktadır (Sakarya, 2007; Gümüş ve Gümüş, 2010). AB’de sürdürülen bu uygulamalara uyumun en kısa sürede sağlanması Türkiye’nin sektördeki rekabet edebilirliği açısından son derece önemli görülmektedir. Haksız rekabeti önlemek ve kaliteyi güvence altına almak amacıyla hükümet AB’de olduğu gibi ülkeyi “apelasyon” olarak adlandırılan üzüm bölgelerine ayırabilir. Bu uygulama ürünün kalitesinin garanti edilmesi, ürünün tanınırlığının ve katma değerinin artırılması ve bunun yanında o yöreye ekonomik katkı sağlanması açısından oldukça önemli görülmektedir. Oysa, Türkiye’de coğrafi işaret almış 7 üzüm çeşidi bulunmaktadır. Bunlar; Arapgir Köhnu Üzümü, Çimin Üzümü, Ege Sultani Üzümü,

Elazığ Öküzgözü Üzümü, İsabey Çekirdeksizi, Kalecik Karası, Tarsus Beyazı'dır (TPE, 2014).

Bağcılık ve şarapçılık konusunda teknik mevzuatın yetersiz oluşu, denetim ve kalite kontrolünde, Fransa ve İtalya'daki mevcut sistemlere benzer bir sistemin uygulamaya konulamaması da uluslararası pazarlamada sektörü kısıtlayan diğer unsurlardandır.

Değerlendirme ve Sonuç

Türkiye'de bağcılık alanındaki gelişmeye rağmen şarap sektörü yeterince gelişmemiştir.

Türkiye bağ alanı ve üzüm üretiminde dünyanın sayılı ülkelerinden biri olmasına rağmen, şarap üretiminin ihmal edilmesi nedeniyle, çeşit ve miktar kadar kaliteli hammadde temini Türk şarap sektörünün gelişiminin önünde bir engel olarak durmaktadır. Üzerinde durulması gerektiği düşünülen önlemlerin başında sanayici-üretici işbirliğinin sağlanması gelmektedir.

Türkiye'de alkollü içkilere dolayısıyla da şaraba uygulanan ÖTV oranlarının, sektörün gelişme hızına zarar vermeyecek ve tüketiciye yük oluşturmayacak şekilde düzenlenmesi, sektörün dış pazarlarda rekabetine ve dolayısıyla gelişimine imkân verebilecektir. Ayrıca ürün özelliklerinin ve kalitesinin denetlenmesi, AB'ye yapılan şarap ihracatında talep edilen üretim standartlarına ulaşılabilmesine ve böylece AB ile dış ticaretin gelişmesine olanak sağlayabilecektir. Türk şaraplarının iç ve dış pazarlarda coğrafi işarete sahip sofr ve kalite şarapları karşısında rekabet gücünün artırılması gerekmektedir. Buna yönelik olarak bağ alanlarının kayıt altına alınması, hangi bölgede hangi üzüm çeşidinin yetiştirileceğinin belirlenmesi, kısaca, köken kontrollü adlandırma sisteminin uygulanmasının da önemli olduğu düşünülmektedir. Sektörün gelişimini sınırlayan sorunların çözümü için şarap sektörünü ilgilendiren konulardaki mevzuat eksikliği de giderilmelidir.

Türkiye'de şaraplık üzüm üreticileri ile şarap imalatçıların çoğunlukla farklı kişiler olması üretici ve şarap imalatçısı arasında sorunlara neden olmaktadır. İşletmeler genellikle küçük ölçeklidir. Bu durum, Türkiye'de şarap firmalarının seri üretime geçip maliyeti düşüremedikleri için bir sorun olarak görülmekteyken, şarap üretiminde isim yapmış ülkelerin çoğunda işletmelerin küçük ölçekli olması avantaj olarak görülmektedir. Çünkü; bu ülkelerde seri üretim yerine butik üretim yapılmakta ve globalleşen dünyada insanlar özel ve yüksek kalitede ürünlere yönelmektedirler. Butik işletmelerin ürünleri seri üretimle üretilmiş şaraplara nazaran daha çok talep görmekte ve daha yüksek fiyatlardan alıcı bulmaktadır. Butik üretimle yüksek maliyete rağmen zarar etmemelerinin bir diğer nedeni ise iç tüketimin oldukça fazla olmasıdır.

Türkiye'de AB ülkelerinde olduğu gibi apelyasyonlara ayrılmış şekilde şaraplık üzüm üretimi yapılması ve bu bölgelerin belirli kurallara tabii tutulması, coğrafi işaretleme olan ürünleri dünya markasına haline getirmenin hedeflenmesi ile birlikte üretici örgütlenmesi ve böylece çiftçi mağduriyetinin önlenmesi ve şarap üreticisinin de hammadde sorununun çözülebilmesi olasıdır.

Sonuç olarak; şarap sektörünün gelişebilmesi büyük ölçüde hammadde, yüksek vergilendirme ve uluslararası pazarlama sorunlarının giderilmesine bağlıdır. AB ile sürdürülen üyelik müzakereleri çerçevesinde bu konuda uyum sağlanması söz konusu olacağından, şarap sektörünün gelişiminin sağlanması bir zorunluluktur. Verimliliğin ve

kalitenin artırılması, tanıtım ve pazarlamaya önem verilmesi ile Türkiye'nin dünya şarap piyasasının önde gelen ülkelerinden biri olması olasıdır. Bu bağlamda kırsal kesimde yaşayan nüfus için gelir getirici, ülke ekonomisi için katma değer yaratıcı bir ürün olan şaraplık üzümün, tarımsal destekler kapsamına alınarak üretim miktarının ve kalitesinin artırılması önemli görülmektedir.

Kaynaklar

- Akar, Y. 2011. TR3 ve Düzey 2 Bölgesinde Bağcılık ve Şarap İmalatı. T.C. Güney Ege Kalkınma Ajansı, Denizli.
- Anıl, Ş. A. (2007). Mantar Meşesi (*Quercus suber*) Kabuklarının İşlenmesinde Ortaya Çıkan Atıksuların Deri Sanayinde Kullanılabilirliğinin Araştırılması. Basılmamış Yük. Lis. Tezi, Ege Üniversitesi FEB.
- Anonim, 2006. DPT Dokuzuncu BYKP İçki, Tütün ve Tütün Ürünleri Sanayii Özel İhtisas Komisyonu İçki Sanayi Ön Raporu, Şarap Sanayii, 21-40.
- Bulal, E. (2005). Türkiye'de Şarapçılık: Gelişme Eğilimi, Üstünlükler ve Kısıtlar, Basılmamış Yük. Lis. Tezi, Akdeniz Üniversitesi SBE.
- Cassi, L., A. Morrison and A. L. J. Ter Wal 2012. The Evolution of Trade and Scientific Collaboration Networks in the Global Wine Sector: A Longitudinal Study Using Network Analysis. *Economic Geography*. No 88, Vol 3, pp. 311–334.
- Çelik, H., S. Çelik, B. M. Kunter, G. Söylemezoğlu, Y. Boz, C. Özer ve A. Atak. 2005. Bağcılıkta Gelişme ve Üretim Hedefleri, TMMOB ZMO Türkiye Ziraat Mühendisliği VI. Teknik Kongresi Bildirileri, Cilt:1, ss: 565-588, 3-7 Ocak 2005, Ankara.
- Çobanoğlu, A. 2008. Çiftçiler İçin Yeni Bir Bela Sözleşmeli Üreticilik, Ulusal Bağcılık-Şarap Sempozyumu ve Sergisi, 6-8 Kasım 2008.
- Demir., M. Özer (2003). Türk Şarapçılık Sektörünün Rekabet Analizi: Tekel Üzerine Bir Araştırma, Basılmamış Yük. Lis. Tezi, Akdeniz Üniversitesi SBE.
- FAOSTAT (Food and Agriculture Organization Of The United Nations) Kayıtları, Çeşitli Yıllar, (<http://faostat.fao.org>), (Erişim Tarihi: 20.02.2014).
- FAO (Food and Agriculture Organization Of The United Nations) Kayıtları, 2014. (<http://faostat.fao.org>), (Erişim Tarihi: 20.02.2014).
- Gümüş, S. G ve A. H. Gümüş. 2009. Avrupa Birliğine Üyelik Sürecinde Türkiye Şarap Sektörünün Sorunları, E. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi. 46 (1), 43-51.
- Gümüş, S. G ve A. H. Gümüş, 2010. Avrupa Birliği (AB) Şarap Ortak Piyasa Düzenindeki Değişmeler, AB'ye Üyelik Sürecinde Türkiye Şarap İşletmelerinin Uyum Durumu, E. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi. 47 (1): 31-41.
- Karaoğlu, D. K. 2007. Uluslararası Bağ ve Şarap Örgütü (OİV) ve AB Üyeliği Bağlamında Türk Şarap Sektörü : Potansiyel Fırsatlar ve Tehditler, Uluslararası Ekonomik Sorunlar Derneği, Sayı: 24.
- Kaya, A. Y. 2010. 2000'ler Türkiye'sinde Tarım Politikaları ve Toprak Mülkiyeti: Efemçukuru'nda "Mülkiyet Nedir?", MEMLEKET Siyaset Yönetim Dergisi, Sayı: 12, ss: 53-69.
- İçli, G. E. 2010. Pazarlama İletişimi Araçlarının Türk Şarap Sektörü Açısından İncelenmesi, Marmara Üniversitesi SBE Öneri Dergisi, Sayı 33.

- İslamoğlu, H., E. Gülöksüz, A.Y. Kaya, U. Karakoç, D. Nizam, A. Çavdar ve G. Yazıcı. 2008. Türkiye’de Tarımda Dönüşüm ve Küresel Piyasalarla Bütünleşme Süreçleri, TÜBİTAK Proje Raporu, Proje No:106K137.
- Neyişçi, T., Y. Yeşilkaya ve H. Z. Usta. 1988. Akdeniz Bölgesinde Mantar Meşesi (Quercus suber L.) Yetiştirilmesi Olanaklarının Araştırılması, Ormancılık Araştırma Enstitüsü Yayını, No:193.
- Ömür, M. 2009. Avrupa bağ söktüp, şarapta kalite yükseltiyor, Türkiye’de şarap hala sahipsiz!, (<http://www.euractiv.com.tr/yazici-sayfasi/article/avrupa-bag-sokup-sarapta-kalite-yukseltiyor-turkiyede-sarap-hala-sahipsiz-007092>). (Erişim Tarihi: 31.03.2013).
- Özden, Ç. 2008. Kuru Üzüm. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Raporu, ss: 5.
- Özay, A., A. Akyol ve Ö. M. Azabağaoğlu. 2005. Türkiye’nin Şarap Sektörünün Pazarlama Karması Elemanları Açısından İncelenmesi ve Sektörün Rekabet Performansının Artırılması İçin Öneriler, Şarap Sanayicileri Derneği, 102, Ankara.
- Reid, M. 2002. Building Strong Brands Through the Management of Integrated Marketing Communications, International Journal of Wine Marketing, Vol 14, No 3.
- Sakarya, A. O. (2007). Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Türk Şarap Endüstrisinin Rekabet Gücünün Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi FBE.
- Spawton, A. 1990. Marketing planning for wine, European Journal of Wine Marketing, Vol 1. No 2. pp. 6-48.
- TPE (Türk Patent Enstitüsü) 2014. (<http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=602>), (Erişim Tarihi: 24.2.2014)
- Tosun, M. 2005. Şarap Sektör Araştırması, Türkiye Kalkınma Bankası.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) Kayıtları, Çeşitli Yıllar, (<http://www.tuik.gov.tr>), (Erişim Tarihi: 20.03.2013).
- Yamaç, M. 1993. Tekirdağ İli Şarköy İlçesinde Şarap Üretiminin Ekonomik Yapısı ve Pazarlama Sorunları Araştırması, Basılmamış Yük. Lis. Tezi, Trakya Üniversitesi FBE.