

TÜRKİYE SOFRALIK ÜZÜM İÇ VE DIŞ PAZARLARINDA MARMARA BÖLGESİ ÇEŞİTLERİNİN YERİ VE PAZARLAMA SORUNLARI¹

Nalan YÜKSEL DELİCE*

ÖZET

Bu araştırma, Marmara bölgesi sofralık üzüm yetiştiriciliğinin günümüzdeki mevcut durumu ve değişim eğilimlerini saptamak, üretimden tüketime kadar karşılaşılan pazarlama sorunları ile çözüm yollarını belirlemek amacıyla 1998-2000 yılları arasında gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonucunda, 1985 yılından itibaren bölge bağ alanlarının sürekli azaldığı saptanmıştır. Bu azalış 1999 yılı sonunda %36,1'e ulaşmıştır. Özellikle sofralık üzüm yetiştiriciliğinin yoğun olduğu Bursa ve Sakarya illerinde bağ alanlarındaki azalışın %52,3-52,7'e ulaştığı belirlenmiştir. İncelenen işletmelerde üretim miktarı itibariyle üretilen üzüm çeşitlerinin %62,7'si Müşküle, %17,2'si Alphonse Lavalée, %6,9'u Razaki ve %6,6'sı Cardinal çeşididir. İncelenen üreticiler sofralık üzüm çeşitlerinin %80,9'unu Meyve ve Sebze Toptancı Hallerine sattıklarını bildirmişlerdir. Bölgede üretilen üzümlerin büyük bir kısmı Ağustos, Eylül ve Ekim aylarında pazarlanmaktadır. Söz konusu bu aylar aynı zamanda iç ve dış pazarlarda sofralık üzüm arzının en fazla olduğu ve satış fiyatlarının düştüğü aylardır. Günümüzde bölgede yetiştirilen sofralık üzüm çeşitlerinin ağırlıklı olarak iç pazara arz edildiği ve 1980'li yıllara kadar önemli bir ihracat çeşidi olan Müşküle'nin 1974-77 yıllarında Türkiye sofralık üzüm ihracatındaki payı %70-85 iken, 1999 yılında onbinde 3,7 düzeyine gerilediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler : Sofralık Üzüm Çeşitleri, Sofralık Üzüm Pazarlaması, Sofralık Üzüm Pazarlama Sorunları

¹ Makale, H. Işık, N. Yüksel Delice ve C. Özer tarafından gerçekleştirilen "Sofralık Üzüm Çeşitlerinin Marmara Bölgesi Koşullarına Uyumu ile Muhafaza ve Pazarlama Sorunları Üzerine Araştırmalar" isimli proje sonuç raporundan yararlanarak hazırlanmıştır.

* Yrd. Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Öğretim Üyesi, Çanakkale

THE IMPORTANCE AND MARKETING PROBLEMS OF TABLE GRAPES VARIETIES OF MARMARA REGION AT DOMESTIC AND EXTERNAL MARKET IN TURKEY

ABSTRACT

This research conducted between 1998-2000, aimed at identifying the current situation and changing trends of table grapes cultivation of Marmara Region, its marketing problem and ways of solutions from production to consumption.

Due to the finding of this research, viticulture area of the region has decreased since 1985. This decreases reached at %36,1 by the end of 1999. Especially the decreases in the viticulture area of Bursa and Sakarya cities where the table grapes cultivation is intensive reached at %52,3-52,7. The varieties of grapes produced at the given farms in terms of production amount are 62,7% Müşküle, 17,2% Alphonse Lavallée, 6,9% Razakı and 6,6% Cardinal. The respondenst declared that they sold 80,9% of the table grapes at Wholesale Market for Fruits and Vegetables. The greatest amount of the grapes produced at the region is marketed in August, September and October. These months are at the same time, the periods of the highest supply of table grapes and the lower selling prices at the domestic and external markets. Today, the significant amount of table grape produced at the region is marketed in domestic market. Till 1980, Müşküle was one of the export varieties and its share in Turkish table grape export was 70-85% between 1974-1977. However this share decreased to %0,037 in 1999.

Keywords : The Varieties of Table Grape, Marketing of Table Grape, Marketing Problems of Table Grape

1. GİRİŞ

Türkiye toplam bağ alanı ve üzüm üretimi açısından olduğu gibi sofralık üzüm üretimi yönüyle de dünyanın belli başlı ilk dört ülkesi arasındadır. Ancak, Türkiye'nin 1997 yılı rakamlarına göre dünya sofralık üzüm üretimindeki payı %10,2 iken dünya ihracatındaki payı %1,5 dur. Oysa aynı yıl Şili'nin dünya sofralık üzüm üretimindeki payı %6,9 olmasına rağmen ihracattaki payı %24 dür (FAO, 2000).

Dünya ticaretinde tüm ürünlerde olduğu gibi sofralık üzümde de kalitenin, marka ve tanıtımın etkinliği artmıştır. Dünya pazarlarında rekabet

edebilmek için talebi olan ürünü kaliteli olarak üretmek ve pazarları çok iyi izlemek gerekmektedir.

Günümüzde dünya ticaretinde başarılı olan birçok bağıcı ülke (Fransa, İtalya, Amerika, Şili, Brezilya, Kıbrıs, İsrail vb.) 1960 yılından itibaren bağı kadastrosu çalışmalarına öncelikli önem vermişlerdir. Daha sonra da bağı alanlarını çeşit-ortam ilişkilerine göre saptamaya ve üretimlerini çeşit bazında planlamaya başlamışlardır.

Oysa ülkemizde bağı kadastrosu çalışmaları bugüne kadar başlatılmadığı gibi pazar ve pazarlama araştırmaları da çeşit bazında yapılmamaktadır. Sofralık üzümle ilgili olarak sadece 1970'li yıllarda bazı araştırmacılar iç ve dış pazar araştırmalarını çeşit bazında gerçekleştirmişlerdir. Yücel ve Ertürk (1973) tarafından yapılan bir araştırmada Marmara Bölgesinin önemli bir ihraç çeşidi olan Müşküle üzümünün, incelenen dönem itibariyle dış pazarlama ve fiyat sorunu olmadığı saptanmıştır.

Günümüzde ise bölge sofralık üzüm yetiştiriciliği ve ticareti çok büyük bir sıkıntı içersindedir. Bir yandan bölgede toplam bağı alanları önemli düzeyde azalırken, diğeri yandan yaygın sofralık çeşitlerinden Müşküle ve Razakının dış pazarlarındaki taleplerinin önceki yıllara göre azalması sonucu ihracatları düşmüştür. Bölgedeki sofralık üzüm yetiştiricileri yeni sofralık üzüm çeşitleri arayışına ve diğeri yaş meyve-sebze türlerine yönelmeye başlamışlardır.

Çalışmada sofralık üzüm yetiştiriciliği ve pazarlamasına ilişkin geriye dönük veriler ile bölge üreticileri ve pazarlama işletmelerinden elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Çalışma, bölgenin sofralık üzüm yetiştiriciliği ve pazarlama sorunları ile birlikte Türkiye sofralık üzüm pazarlama sorunlarının ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilmiştir.

2. YÖNTEM

Araştırma popülasyonunu belirlerken kademeli gayeli örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla bölge bağı alanı ve üretim miktarı içerisindeki payları dikkate alınarak üç il (Bursa, Sakarya ve Tekirdağ) ve bu illerden ikişer ilçe belirlenmiştir. Belirlenen bu ilçelerde İlçe Tarım Müdürlükleri'nin bilgi ve verilerine dayanarak sofralık üzüm yetiştiriciliğinin yoğun olduğu 27 köy saptanmıştır. Söz konusu 27 köyden "gayeli örnekleme" yöntemiyle belirlenen 100 üreticiye, iki büyük tüketim merkezi konumundaki Bursa ve İstanbul illeri yaş meyve-sebze toptancı hallerinden 16 komisyoncuya anket uygulanmıştır. Ayrıca bu iki ilde

ulaşılabilen bir toptancı ve üç perakende satış (marketler zincirinin) merkezi yöneticileri ile bölgede faaliyet gösteren 55 ihracat firmasına tam sayım yöntemi ile anket uygulanmıştır. Elde edilebilen tüm veriler yüzde dağılım, ortalama ve trend hesaplama yöntemleri ile analiz edilmiştir.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

Türkiye’de son 14 yıllık (1985-1999) süreçte Ege Bölgesi hariç tüm bölgelerde üzüm üretim alanları azalmıştır. Ülke genelinde ortalama %14,4 olan üretim alanı azalışı, Marmara Bölgesinde %36,1 düzeyinde olmuştur. Ege Bölgesinde ise 1985-1998 döneminde bağ alanları %7,9 oranında artış göstermiştir. Bu artış bölgenin, ülke bağ alanları içindeki payını %22,9’dan %28,5’e çıkartırken, üretimindeki payını %33,2’den %45,6’ya yükselmiştir (Özışık ve ark., 2000). Gerek diğer bölgelerde bağcılığın gerilemesi ve gerekse Ege Bölgesinin ülke toplam yaş üzüm üretiminin %45,6’sına sahip duruma gelmesi sonucunda bölge çekirdeksiz çeşitleri iç ve dış sofralık üzüm pazarlarında hakim konuma geçmeye başlamıştır.

Çizelge 1 : Marmara Bölgesinin İllerinin Bağ Alanlarında 1985-1999 Dönemindeki Değişimler

İller	1985 (ha)	İlin Bölge İçinde Payı (%)	1999 (ha)	İlin Bölge İçinde Payı (%)	% Değişim
Balıkesir	5085	8,34	3603	9,24	-29,1
Bilecik	6663	10,92	5090	13,06	-23,6
Bursa	19299	31,64	9204	23,61	-52,3
Çanakkale	7073	11,59	6489	16,65	-8,3
Edirne	2832	4,64	2549	6,54	-10,0
İstanbul	1278	2,10	18	0,20*	-93,9*
Kırklareli	2263	3,71	601	1,54	-73,4
Kocaeli	1213	1,99	620	1,59	-48,9
Sakarya	8025	13,16	3792	9,73	-52,7
Tekirdağ	7270	11,92	6953	17,84	-4,4
Yalova*	-	-	60	-	-
BÖLGE	61001	9,76**	38979	7,29**	-36,1
TÜRKİYE	625000		535000		-14,4

(*) Sonradan il olan Yalova- İstanbul ili içerisinde değerlendirilmiştir.

(**) Bölge’nin ülke içindeki payı (%)

Kaynak : DİE, Tarımsal Yapı ve Üretim 1985; 1999 Geçici Bilgisayar Kayıtları, Ankara.

Marmara Bölgesinde sofralık üzüm üretimi açısından önem taşıyan Bursa ve Sakarya illerinde bağ alanlarındaki azalış (sırasıyla %52,3 ve 52,7) bölge ortalamasından fazla olmuştur. Ayrıca bölge bağ alanları içindeki payları düşük olmasına karşın sofralık üzüm yetiştiriciliğinin yaygın olduğu Bilecik, Kırklareli ve Kocaeli illerinde de sırasıyla %23,6; %73,4 ve %48,9 oranında azalmalar saptanmıştır (Çizelge 1).

İncelenen işletmelerde üretilen sofralık üzüm çeşitlerinin miktar olarak %62,7'sinin Müşküle, %17,2'sinin Alphonse Lavallée, %6,9'unun Razakı ve %6,6'sinin Cardinal çeşidi olduğu belirlenmiştir.

Bölgede yaygın olan bu dört çeşit, Cardinal hariç mevsimde ve geç olgunlaşan çeşitlerdir. İncelenen işletmelerde ülke genelinde olduğu gibi parsel sayısı fazladır. Ancak ticari amaçlı üretimin yaygın olduğu alanlarda parseller, tek çeşitle tesis edilmiştir. Oysa bölgenin potansiyel bağ alanlarının ve sofralık üzüm üretiminin durum tespiti amacıyla gerçekleştirilen alan araştırması çalışmasında, ticari amaçlı üretimin yaygın olmadığı Edirne, Kırklareli, Bilecik ve Balıkesir illerinde bağların karışık çeşitlerle ve küçük parsellerde tesis edildiği belirlenmiştir.

Bölgede sofralık üzüm pazarlaması, ülkemizdeki yaş meyve-sebze pazarlamasında yaşanan sorunlara benzer özellikler göstermektedir. İncelenen üreticilerin üzümlerini satış şekli üzümün olgunlaşma dönemine, rengine, çeşidine ve tüketim merkezine olan uzaklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Üzüm çeşitlerinin satış şekli dağılımının belirlenmesinde miktar yerine bildirimler esas alınmıştır. Buna göre satılan üzüm çeşitlerinin %49'u hasat işçiliği üreticiye, malzeme (kasa, kağıt, ip) alıcıya ait olan, %25'i hasat işçiliği ve malzeme üreticiye ait parçalı satış, %24'ü olum öncesinde her şey alıcıya ait götürü usul satış şekliyle pazarlanmaktadır. Ayrıca sofralık üzüm çeşitlerinin %2'sinin pazara arz edilmediği belirlenmiştir.

Pazara arz edilen üzüm çeşitlerinin alıcıya teslim şekli ve yeri, satış şeklinde belirtilen faktörlerin etkisiyle farklılık göstermektedir. İncelenen işletmelerde üzüm çeşitlerinin teslim şekli ve yeri %47 oranında köy meydanında veya bağ kenarında olmaktadır. Üzümünü bağda olum öncesi toptancı hal komisyoncusuna veya tüccara verenlerin oranı %19'dur. Aynı oranda üreticiler ise üzümünü kendi hasat edip, kasalayarak yine kendi aracılığıyla toptancı haline götürmektedir. İncelenen işletmelerde üretilen üzümün bir kısmını kendi soğukhava deposuna koyan üretici oranı %1, başkalarına ait soğukhava deposuna kirayla koyanların oranı ise %4'dür. İncelenen üreticilerin %10'unun ürettikleri üzüm çeşitlerini açık halk

pazarlarında veya doğrudan tüketiciye kendi olanaklarıyla pazarladığı belirlenmiştir.

İncelenen üreticilerden Müşküle üzüm çeşidi üreticilerin %57,1'i hasat süresini 90-100 gün olarak belirtmişlerdir. Ayrıca bölgedeki bazı üreticilerin Müşküle çeşidini asma üzerinde naylonla örterek Aralık ayı sonuna kadar beklettikleri, belirli zaman aralıklarıyla hasat ettikleri ve Kasım ayında soğukhava depolarına aldıkları gözlenmiştir. Müşküle çeşidinin yoğun olarak üretildiği köylerde tüccar veya toptancı hal komisyoncularının üzüm fiyatları yükselmeden Ekim ayında yoğun bir alım kampanyası başlattıkları ve aldıkları üzümleri kendilerine ait veya kiraladıkları soğukhava depolarına koydukları saptanmıştır.

Müşküle üzüm çeşidinin iç ve dış pazarlara Aralık ayından itibaren soğukhava depolarından arz edildiği, buradan satışların genellikle tüccarlar tarafından ihracatçı, toptancı veya perakende işletmelerine yapıldığı ve Ocak-Şubat aylarında yoğunlaştığı saptanmıştır. Ayrıca bu çeşidin soğukhava depolarında en çok üç ay süreyle ve ortalama %7-10 kayıpla muhafaza edildiği belirlenmiştir.

İncelenen işletmeler tarafından pazarlanan üzümün miktarı konusunda gerek üreticiden gerekse pazarlama işletmelerinden sağlıklı bilgiler alınamamaktadır. Bu nedenle incelenen işletmelerde üretilen üzüm çeşitlerinin hangi pazarlama kanallarına gittiğinin belirlenmesinde miktar yerine satış yeri esas alınmıştır. Buna göre incelenen işletmelerin satış yeri bildirimleri itibarıyla üretilen üzüm çeşitlerinin %80,9'unun İstanbul, Zonguldak ve diğer il veya ilçe toptancı hali komisyoncuları tarafından alındığı belirlenmiştir. Bu oranın %73,0'ünü (%55,2'si İstanbul, %17,8'i Zonguldak Toptancı Hali) İstanbul ve Zonguldak Toptancı Hal komisyoncuları oluşturmaktadır.

Araştırmada üzümün pazarlama aşamalarındaki satış fiyatını etkileyen faktörlerden en önemlisinin ürünün arz edilme tarihi olduğu sonucuna varılmıştır. Ağustos, Eylül ve Ekim ayları ülkemiz ve Kuzey Yarım Küre bağcı ülkelerinde üzümün olgunlaşma dönemidir. Bu dönemde tüm üzüm çeşitlerinin pazar fiyatları birbirine yakın düzeyde gerçekleşmektedir. Ayrıca bu dönemde, üzümün çabuk bozulması, pazara olan uzaklık ve uygun koşullarda korunması zorunluluğu gibi faktörler pazarlama zincirindeki aracı sayısını arttırmaktadır. Ancak arz yoğunluğu nedeniyle ürünün tüketiciye satış fiyatı değişmemektedir. Dolayısıyla üretici eline geçen fiyat mutlak ve oransal olarak azalmaktadır. Buradaki önemli diğer etmenler ise üretici sayısının çokluğu, dağınıklığı ve kooperatif şeklinde birleşmemiş olmaları, pazar ve fiyat bilgilerine sahip olmamaları,

yetiştiricilik süresinin uzunluğu nedeniyle tüccar veya aracılar borçlanılmasıdır. Araştırma kapsamındaki 27 köyde üzüm ve meyve pazarlaması yapan bir adet faal ve soğukhava deposu olan ve bir tane de kuruluş aşamasında tarımsal kalkınma kooperatifi tespit edilmiştir.

Bölgede iki önemli yerleşim merkezinin (nüfus yönüyle İstanbul ve Bursa) yanı sıra, sanayi işletmelerinin yoğunlaştığı iki önemli tüketim merkezi daha (Kocaeli ve Tekirdağ) mevcuttur. Ülke nüfusunun 1/4'i Marmara Bölgesinde yaşamaktadır ve yoğun göç alan bölgenin 1997 sayımına göre yıllık nüfus artış hızı (%0 27,67) ülke ortalamasının (%0 15,08) üzerindedir.

İstanbul ve Bursadaki meyve-sebze toptancı hallerinde yapılan incelemeler sonucunda, üreticilerin hal komisyoncusu olarak belirttiği kişilerin aslında tüccar olduğu, hal komisyoncularının büyük bir kısmının üzümü tüccarlardan aldığı ve hiçbir pazarlama maliyetini üstlenmediği belirlenmiştir. Ancak üzüm arzının yoğun olduğu aylarda üreticinin kendi olanakları ile üzümünü toptancı haline getirdiği, soğukhava depolarının da daha çok tüccarlar tarafından kullanıldığı belirtilmiştir. Bölgede üzümün tüketiciye ulaşıncaya kadar;



zincirini takip ettiği belirlenmiştir. Bu zincirde yer almayan büyük marketlerin genellikle alımlarını üreticiden –bağdan- yaptığı ve %2 belediye rüsumu ödediği, toplu tüketim yerlerinin (fabrika, hastane, askeriye, okullar, vb.) ise toptancı hallerinden müteahhitler (alıcıdan %4-5 komisyon alan) aracılığıyla üzüm satın aldığı belirlenmiştir.

Üretimin yoğun olduğu dönemde, toptancı hallerine gelen üzümde ortalama %30 oranında miktar kaybı olduğu, üreticinin satış şeklinin konsinye satış (emanet usulü) olduğu, üreticiye ödemenin üzüm satıldıktan sonra yapıldığı böylece üreticinin satıcı olarak miktar, kalite ve fiyat garantisine sahip olmadığı saptanmıştır.

Çizelge 2 : İstanbul İli Bayrampaşa Halinde İncelenen Dönemde Üzüm Çeşitleri İtibariyle Ortalama Toptan Satış Fiyatı (TL/kg) (1000TL)

Çeşitler	1998					
	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
Cardinal	240	-	-	-	-	-
Çavuş	-	250	334	400	-	-
Alphonse L.	-	-	233	323	467	550
Razakı	-	210	107	120	200	-
Müşküle	-	250	-	290	350	450
Çekirdeksiz	-	210	193	227	317	300
Ortalama	240	230	216.8	272.0	333.5	433.3

İstanbul haline gelen üzüm çeşitlerinin payının yaklaşık %70'inin, Bursa haline gelenlerin ise %80'inin Sultani ve Yuvarlak Çekirdeksiz üzüm çeşitleri olduğu belirlenmiştir. Özellikle Bursa Toptancı Halinde siyah üzüm çeşitlerinin satışında talep yetersizliği olduğu belirtilmiştir.

İncelenen toptancı hallerine üzüm, hem çeşit hem de miktar olarak en fazla Ağustos ve Eylül aylarında gelmektedir. Sofralık üzümün ortalama aylık toptan fiyatları Ağustos ve Eylül aylarında en düşük düzeye inmektedir (Çizelge 2).

Çizelge 3 : Çeşitler İtibariyle Üretici Eline Geçen Ortalama Fiyatlar (TL/Kg) (1000TL)

Çeşitler	1998						
	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Genel Ortalama
Cardinal	205	118	-	-	-	-	161.5
Çavuş	-	-	175	-	-	-	175
Alphonse L.	-	134	155	196	-	-	161.7
Razakı	-	150	100	123	180	-	138.3
Müşküle	-	-	113	133	196	250	173.0
Ortalama	205	134.8	132.5	149.2	194.5	250	161.9

İncelenen üreticilerin eline geçen ortalama fiyatlar (Çizelge 3) ile İstanbul Bayrampaşa Toptancı Hali ortalama aylık toptan satış fiyatları (Çizelge 2) karşılaştırıldığında, toptancı halinde oluşan fiyatların %55 ile 85'inin üretici eline geçtiği saptanmıştır. Üretici eline geçen pay, üzüm

üretimi ve arzının yoğun olduğu dönemler ile götürü usulde satış şeklinin fazla olduğu işletmelerde %40'a kadar düşmektedir.

Çizelge 2 ve 3'de görüldüğü üzere erkenci ve soğukta muhafaza edilen geçici üzüm çeşitleri ile siyah çeşitlerin mevsim çeşitlerinden daha yüksek fiyatlar aldığı belirlenmiştir.

Çizelge 4 : İnceleme Alanındaki Bazı Marketlerde Sofralık Üzüm Satış Miktarı ve Satışın Çeşitlere Göre Dağılımı ile Satış Esnasında Oluşan Kayıp Oranları (%)

Market Adı	Yıllık Satış Miktarı (Ton)	Bazı Çeşitlerin Toplam Satıştaki Oranı (%)			Satış Süresinde Oluşan Kayıp (%)
		Çekirdeksiz	Müşküle	Cardinal	
Migros (İst.)	1939	60	8	18	6
Carrefour (İst.)	180	60	20	15	10
Gima (İst.)	1500	70	30	-	30
Metro (Bursa)	25	90	-	-	-
Continent (Bur.)	100	70	-	-	-
Migros (Bursa)	45	75	-	-	-

Bölgede perakende satış, ağırlıklı olarak geleneksel açık pazarlarda yapılmaktadır. Toptancı hallerine gelen üzümün %50 ile %70'inin pazarcı ve manavlar tarafından alındığı belirlenmiştir. Sofralık üzüm perakende pazarlarında satış payları itibariyle pazarcı ve manavları sırasıyla seyyar satıcılar, marketler ve toplu tüketim merkezleri takip etmektedir. Son yıllarda bölgedeki perakende satış pazarlarına, hipermarketler de eklenmiştir. Ancak bunların sayıları ve satış payları düşük olmakla birlikte hızla çoğalmakta ve gelişmektedir. Araştırma sahasındaki bazı hipermarketlerde yapılan inceleme sonucunda, satılan üzüm çeşitlerinin %60-90'nının çekirdeksiz çeşitler olmaktadır (Çizelge 4). Bursa ilindeki hipermarketlerde çekirdeksiz çeşitlerin satış payının daha yüksek olduğu, ancak siyah üzüm çeşitlerine talep olmadığı belirlenmiştir.

Dünya sofralık üzüm ticareti incelendiğinde, 1999 yılı itibariyle ihracat miktarı 2374596 tona ulaşmıştır (FAO, 2000). Bu ihracatın yarısına yakını (%43,7) İtalya ve Şili tarafından gerçekleştirilmektedir. Diğer önemli

ihracatçı ülkeler ise ABD, G. Afrika Cumhuriyeti, Yunanistan, Meksika ve İspanya'dır. Ancak İtalya hariç Dünya ticaretinde ilk sıralarda yer alan diğer ülkelerin sofralık üzüm üretim miktarları ülkemizden düşük olduğu halde, ihracat/üretim oranları daha yüksektir (Çizelge 5).

Çizelge 5 : Dünya Önemli Sofralık Üzüm Üreticisi Bazı Ülkelerin 1998 ve 1999 Yılı Üretim ile Dış Ticaret Miktarları (1000 t) ve İhracatın Üretime Oranı (%)

Ülkeler	1998				1999			
	Üretim	İthalat	İhracat	İhc/Üre	Üretim	İthalat	İhracat	İhc/Üre
Kuzey Yarım Küre								
İtalya	1525,0	10,0	560,0	36,7	1440,0	10,0	550,0	38,2
A.B.D.	585,1	405,8	206,9	35,4	680,4	409,9	231,7	34,2
İspanya	350,5	19,9	92,7	26,3	375,0	10,0	100,0	26,7
Yunanistan	305,0	0,7	115,2	37,8	300,0	1,0	115,0	38,3
Meksika	143,3	41,5	104,1	72,7	144,0	45,0	90,0	62,5
Fransa	117,4	118,0	20,4	17,4	107,0	120,0	13,0	12,2
Türkiye *	1275,0	0,3	54,0	4,2	1275,0	0,5	48,0	3,8
Güney Yarım Küre								
Şili	850,0	0,1	490,3	57,7	815,0	0,1	475,0	58,3
Arjantin	125,2	3,2	18,0	14,4	128,0	2,5	20,0	15,6
G.Afrika Cu.	195,7	0,0	148,8	76,0	215,0	0,0	170,0	79,1

Kaynak : U.S. Agricultural Attaché Report, Bureau of the Census, NASS/USDA.

* Üretim 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı Alt Komisyonu Raporundan, ihracat rakamları Dış Ticaret Müsteşarlığı kayıtlarından alınmıştır.

Son yıllarda Türkiye'nin sofralık üzüm ihracat miktarı artmasına karşın ortalama ihraç fiyatının Dünya piyasalarında oluşan ortalama fiyatların yarısına yakın düzeyde seyretmesi nedeniyle ülke ihracat gelirine katkısı artmamıştır. Ülkemiz tarımsal ürünler ihracat değeri içinde sofralık üzümün payı 1998 yılında %0 7,8 ve 1999'da %0 1,1 düzeyinde gerçekleşmiştir.

Yıllar itibariyle Türkiye sofralık üzüm ihracatının ülkelere dağılımı incelendiğinde çok büyük dalgalanmalar görülmektedir (Yüksel Delice, 1997). Ayrıca önemli ithal pazarlardaki ülke payının arttırılmadığı, kalıcı pazarların oluşturulamadığı, ürün veya ülke markasının yaratılmadığı belirlenmiştir.

Türkiye'nin ihraç ettiği sofralık üzüm çeşitleri incelendiğinde, 1997-1999 döneminde çeşitlerin ihracatlarındaki paylarında önemli değişimler olduğu görülmektedir. Söz konusu dönemde Ege Bölgesi çeşitlerinden Yuvarlak ve Sultani Çekirdeksiz üzüm çeşitlerinin hem iç pazarlarda hem de ihracattaki payları diğer üzüm çeşitlerinin aleyhine hızla artmıştır. Bu çeşitlerin ihracattaki payları 1986 yılında %46,6 iken 1999 yılında %91,5'e ulaşmıştır (Çizelge 6).

Çizelge 6 : Türkiye Sofralık Üzüm İhracatının Çeşitler İtibariyle Dağılımı
Miktar (ton) Değer (1000 Dolar)

Çeşitler	1995		1996		1997		1998		1999	
	Mik.	Değ.	Mik.	Değ.	Mik.	Değ.	Mik.	Değ.	Mik.	Değ.
Çekirdeksiz	21487	12744	23934	15450	28800	16154	49288	19012	43904	23639
Razakı	229	8.6	62.3	38.4	60	25	614.5	157	25.6	6.7
Tarsus Beyazı	30.3	27.6	31.3	5.6	20.6	7	7	108.1	19.7	7.7
Müşküle	166	73.3	133	42.9	88.7	44.2	65	33	17.6	7
Cardinal	1189	635.7	1131	498	645	313	699	337	504	151
Diğ. Çeşitler	2339	1153	3119	1569	3783	1655	3170	1426	3456	1460
Sof. Olmayan	21.5	1464	:	:	4.8	3.6	28.1	6.6	54.2	26.6
Toplam	25250	14633	28410	17603	33403	18202	53973	21004	47980	25299
Ort. İhracat Fiyatı (\$/ton)	580		620		545		389		527	
Çekir. % Payı	85,1		84,2		86,2		91,3		91,5	

Kaynak : Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgisayar Kayıtları, 1995-1999, Ankara.

Dış pazarlama sorunlarına ilişkin 1970'li yıllarda yapılan bir çalışmada, Türkiye sofralık üzüm ihracatında önemli yeri olan Marmara Bölgesi çeşitlerinden Müşküle ve Razakı'nın dış pazar sorunu olmadığı, hatta miktarının ve ihraç süresinin yetersiz olduğu bildirilmektedir (Öktem, 1977). Oysa 30 yıllık süreç içerisinde ihracatta Marmara Bölgesi çeşitlerinin miktarının (Müşküle, Razakı) hızla azaldığı, üzüm çeşidi sayısı ve ihracat süresinin arttırılmadığı belirlenmiştir. Bölge çeşitlerinin 1970'li yıllarda ihracattaki payları ortalama %80-95 düzeyinde seyrederken, 1999 yılında onbinde 9 düzeyinde gerçekleşmiştir. Günümüzde bu çeşitlerin üretimlerinin tamamına yakını iç pazara arz edilmektedir.

Ülkemizin sofralık üzüm ihraç sezonu incelendiğinde ihracatın Ağustos-Eylül-Ekim döneminde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Söz konusu üç ayda yapılan üzüm ihracatının 1994, 1995 ve 1996 yıllarında toplam ihracat içerisindeki payı sırasıyla %69,7; 71,8 ve 77,2'dir. Oysa bu aylar Kuzey Yarım Kürede üzüm üretiminin ve arzının en yoğun olduğu dönemdir ve önemli ithal pazarlarda üzüm fiyatları en düşük seviyesindedir.

İncelenen ihracat firmalarından elde edilen bilgilere göre, sofralık üzüm dış pazarlarında özellikle İtalya, İspanya ve Yunanistan ile rekabet edilmektedir. Bu ülkelerin AB üyesi olmaları ve aynı zamanda dünyadaki önemli ithalatçı ülkelerin de (İngiltere, Almanya...) AB ülkeleri olması, Türk firmalarının Avrupa pazarlarındaki rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir.

AB ülkelerinde “ortak tarım politikası” kapsamında olan ve belirli dönemlerde yüksek gümrük vergisi uygulanan sofralık üzüm pazarında, gümrük vergisinin düşük olduğu Haziran ayı ve 1-20 Temmuz döneminde boşluk bulunmaktadır. Ancak konunun bu yönlerinin sürekli takibi ve elde edilen bilgilerin pazarlama zincirinin ilk ve en önemli halkası olan üreticilere kadar ulaştırılması gereğine karşın, ihraç firmalarının piyasa hakkında bilgilere sahip olmadığı belirlenmiştir.

Ayrıca yapılan inceleme sonucunda üretici düzeyinde karşılaşılan çok parçalılık, dağınıklık ve küçük işletme sorununun değişik şekillerde ihracat şirketleri açısından da söz konusu olduğu belirlenmiştir. Sofralık üzüm ihraç eden firma sayısı çok fazla olmasına karşın, konusunda uzmanlaşmış firma sayısının az olduğu ve firmaların çoğunun ana çalışma konularının nakliye, inşaat, tekstil ve turizm olduğu belirlenmiştir. Özellikle farklı çalışma konularındaki firmalar piyasaya kısa süreli (2-3 yıl) girişler yapmaktadırlar. İncelenen ihracat firmalarına göre dış pazarlarda Türk firmalarının diğer ülke firmaları yerine, birbirleri ile rekabet ettiği belirtilmektedir.

İnceleme sonucunda, ihraç firmalarının önemli bir kısmının sofralık üzüm için ülke veya çeşit temelli belli bir marka ismi oluşturamadığı, kendi isimleriyle belli bir standart ve pazarda tutunma kaygısı taşımadan düşük fiyatla ve kısa vadeli yaklaşımlarla çalıştıkları yargısına ulaşılmıştır.

Yaş meyve sebze ihracatında başarılı olan ülkelerin üretim ve pazarlama sistemleri incelendiğinde; çoğunda ürün veya bölgesel düzeyde kooperatif birlikleri, bord veya oksin (mezat-açık arttırma sistemi) şeklinde organizasyonlar oluşturdukları ve bu organizasyonlar sayesinde üretim ve pazarlamanın planlandığı, bilgi akışının sağlanarak ihracat paylarının arttırıldığı, ülke üretiminin pazarlara uygun çeşitler ve dönemlere göre yönlendirildiği saptanmıştır (Gündüz, 1992).

4. SONUÇ

Bölge sofralık üzüm pazarlamasında saptanan sorunlar, genelde ülkemiz yaş meyve sebze pazarlamasında karşılaşılan sorunlarla paralellik göstermektedir. Bölgede sofralık üzüm üretici sayısı fazla olmasına rağmen

dağınık ve organize olmamış olmaları, ürünün kısa sürede bozulabilirliği ve pazarlama zincirinin uzunluğu gibi sorunlar mevcuttur. Bir dönem ülkemizin önemli ihraç çeşitlerinden olan ve bu nedenle gerek ülke ve gerekse bölge üretici gelirinin yüksek olmasını sağlayan, bölgede yaygın ticari amaçlı yetiştiriciliği yapılan Müşküle ve Razakı çeşitlerinin günümüzde tamamına yakını iç pazara arz edilmektedir. Bu nedenle ihraç edildiği döneme göre günümüzde bölge üreticisinin önemli oranda gelir kaybı ortaya çıkmış ve üreticiler gelir artışı sağlayabilmek amacıyla ihracatçıya satabilecekleri yeni üzüm çeşitleri veya diğer bahçe ürünlerini yetiştirme arayışı içine girmişlerdir.

Ülke bağıcılığı açısından dikkat edilmesi gereken diğer bir konu da, üretim alanı ve miktarı sürekli artan Yuvarlak ve Sultani Çekirdeksiz üzüm çeşitlerinin iç ve dış sofralık üzüm pazarlarında hakim durumuna gelmesidir. Bu durum, diğer bölgelerde bağıcılığın gerilemesine ve birçok üzüm çeşidinin yok olmasına neden oluşturmaktadır.

Ülkemizde diğer tarımsal ürünlerde olduğu gibi, üzümde de hangi pazara, ne zaman, ne miktarda ve hangi çeşitlerin arz edileceği planlanmamaktadır. Bunun sonucu olarak ortaya çıkan pazarlama sorunları, üretimdeki plansızlığın ve bilinmezliğin devamı olarak şekillenmektedir. Günümüzde dünya sofralık üzüm ticaretinde başarıya ulaşan ülkelerin başarılarının temelinde, üretici-araştırmacı-ihracatçı bütünlüğünü sağlayan değişik düzeylerde ve şekillerde organizasyonların oluşturulması ve bu organizasyonlar aracılığıyla bölgesel ve ülkesel düzeyde üretim ve Pazarlama politikalarının hazırlanması yatmaktadır.

KAYNAKLAR

- Aksoy Ş., M. J. Sargent, 1994,** "Türkiye Yaş Meyve ve Sebze İhracatı: Avrupa Topluluğu Pazarında Genel Bir Değerlendirme" Tarım Eko. Derg., Sayı 1993/2, İzmir, s.116-127
- FAO,** www.fao.org web sayfası bilgileri, 2000.
- Demirbaş, N., 2000,** "İzmir İlinde Yaş Meyve ve Sebze Pazarlamasında Toptancı Hallerinin Yeri ve 4367 Sayılı Yasanın Ardından Ortaya Çıkan Gelişmeler" 4. Tarım Ekonomisi Kongresi, Tekirdağ, (CD).
- Gündüz, M., 1992.** "Dünya'da Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması" Hazine ve Dış Ticaret Dergisi, Sayı 15, Aralık 1992/4, Haz.ve Dış Tic. Müs. Matb., Ankara, s.89-108

- Gündüz, M., 1999,** Yaş Meyve-Sebze Sektörü, Çeşitler, Fiyat ve Bilgi Kaynakları, İGEME, Ankara, 42 s.
- Işık, H., N. Yüksel Delice ve C. Özer, 2001,** Sofralık Üzüm Çeşitlerinin Marmara Bölgesi Koşullarına Biyoekolojik Uyumu ile Muhafaza ve Pazarlama Sorunları Üzerine Araştırmalar, Tekirdağ Bağcılık Araşt. Enst. Sonuç Raporu, Tekirdağ.
- Öktem B., 1977,** Türkiye’de ve Dünyada Sofralık Üzüm Üretim ve Ticareti ile Yurdumuzdan İhraç İmkanlarının Geliştirilmesi, İGEME Yay. No 51, Ankara.
- Özişik S., Yüksel Delice, N., Ilgın, C., Söylemezoğlu, G., Yayla, F., Uysal, H., 2000,** VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyon Raporu-Bağcılık, Tekirdağ.
- Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2000,** Bilgisayar Kayıtları, Ankara.
- Özkan B., S. Yılmaz, İ. Yılmaz, 1999,** “Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması : Sorunlar ve Çözüm Önerileri” Akdeniz Üniv. Zir. Fak. Derg., 12, Antalya, s.157-168
- Yücel A., Ertürk A., 1973,** Yaş Üzüm Pazarlaması, Yalova Bah. Kül. Mer. Araşt. Enst., Yalova.
- Yüksel Delice N., 1997,** “Türkiye Sofralık Üzüm Dış Ticaretinde Oluşan Değişmeler (1977-1996)” Bahçe Ürünlerinde Muhafaza ve Pazarlama Sempozyumu, Yalova, s.257-264.