

Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Ürünleri Üretim ve Pazarlaması

Cuma AKBAY, Serhan CANDEMİR, Enver ORHAN

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Kahramanmaraş

ÖZET: Meyve ve sebze ürünleri önemli tarım ürünlerimizdendir. Meyve ve sebze endüstrisi her biri farklı özellikte arz ve talebe sahip olan çok sayıda ürünlerden oluşmaktadır. Her ne kadar yüzlerce meyve ve sebze ürünleri ticari olarak alınıp satılıyor ise de sadece belirli sayıda ürünler bu piyasada önemli bir rol oynamaktadır. Dünyanın bir çok ülkesiyle karşılaştırıldığında ülkemizde hemen hemen her mevsimde ve her bölgede meyve ve sebze üretimi söz konusudur. Fakat belirli bölgeler bu ürünler üretiminde daha fazla pay almaktadırlar. Örneğin Akdeniz ve Ege bölgesi Türkiye toplam meyve üretiminin %54’ünü, ve sebze üretiminin ise %49’unu üretmektedir. Son 30 yıl içerisinde ülkemizde meyve ve sebze tüketimi genel olarak artış eğilimi göstermektedir. Meyve ve sebze ürünleri, gerek sanayi üretimi ve gerekse ihracatımızda önemli bir yer tutmakta olup toplam tarım ürünleri ihracatımızın yaklaşık %25’ini oluşturmaktadır. Bu çalışmada Türkiye için önemli olan yaş meyve ve sebzenin üretim, dış ticaret ve pazarlamasına dair mevcut durumu ortaya koymak amaçlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Meyve ve sebze, pazarlama, bölgesel dağılım, tüketim, Türkiye

Fresh Fruit and Vegetables Production and Marketing in Turkey

ABSTRACT: Fruit and vegetables are important agricultural products of our country. These product industries consist of many crops and products, each has very different marketing channels and demand and supply. Although most of these products (more than hundreds) are commercially produced and sold and bought, a few major products dominate in this industry. When we compare with other countries in the world, in Turkey, fruit and vegetables can be produced in all session and in all regions, but a few regions and cities dominate in the production of these crops. For example, Mediterranean and Aegean region produce more than 54% of all Turkey’s fruits production and 49% of all vegetables. In last 30 years, in Turkey average per capita vegetables and fruit consumption face an increasing trend. Turkey’s exports of fruits and vegetables are playing an increasing important role in the industry and total export. Fruits and vegetables products accounted for average 25 percent of the value of Turkey’s total agricultural exports. The objective of this study is to investigate fresh fruit and vegetables production, trade and marketing in Turkey

Key words: Fruit and vegetable, marketing, regional concentration, consumption, Turkey

GİRİŞ

Türkiye, iklim ve ekolojik koşulların elverişli olması ve sahip olduğu geniş tarımsal arazi bakımından tarıma elverişli bir ülke konumundadır. Dünyada ve ülkemizde tarımsal açıdan işlenebilir alanların sınırlı olması nedeniyle, hızla artan dünya nüfusu yeterli ve dengeli beslenme sorunlarına neden olmaktadır. Dengeli beslenme sorununun çözümü için ise meyve ve sebze üretim ve tüketiminin yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Bütün dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de sosyo-kültürel ve ekonomik gelişmelerle birlikte insanların gıda tüketim alışkanlıklarında da önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Tüketicilerin gıda tercihlerindeki değişimlerden bir tanesi de meyve ve sebze tüketim alışkanlıklarında ki değişimlerdir.

Meyve ve sebze tüketiminin gerek sağlık ve gerekse dengeli beslenme açısından faydalı olması nedeniyle gelişmiş ve gelişmekte olan bir çok ülkede değişik kuruluşlar tarafından kişi başına meyve ve sebze tüketiminin artırılması için değişik kampanyalar yapılmış ve hala yapılmaktadır. Bu kampanyalar arasında özellikle de Avrupa ve Amerika’da yapılan kampanyalar oldukça başarılı sonuçlar vermiştir. Örneğin, Amerikan Ulusal Bilim Akademisi özellikle düşük gelirli ailelerin daha fazla miktarda sebze tüketmelerini, özellikle de brokoli gibi sebzeleri tüketmeyi özendirmeye çalışmaktadır. Ayrıca, bazı

çiftçi organizasyonları belirli kanser hastalıklarına karşı oldukça yararlı ve kansere yakalanma riskini azaltma yeteneğine sahip olan brokolinin daha fazla tüketilmesi için promosyon ve kampanyalar yapmaktadırlar.

Dünyada yapılan bu çalışmaların sonuçları incelendiğinde, gerek kamu ve gerekse değişik organizasyonlar tarafından yapılan bu çalışmalar tüketici davranışlarında önemli ve pozitif bir etki yaratmışlardır. Örneğin, çiftçiler tarafından yapılan kampanyalar sonucunda ABD’de brokoli üretimi 1992-1998 yıllarında yaklaşık olarak %16 artmıştır (Akbay, 2000). Özellikle de ABD’de tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını değiştirebilmek için uygulanmış olan ve günümüzde de uygulanmaya devam edilen “Five A Day” diğer bir ifadeyle “günde 5 öğün” sebze ve meyve tüketimi programı önemli ölçüde olumlu tepkiler almıştır. Beslenme ve sağlık arasındaki ilişkiden yola çıkan üreticiler, sağlık kurumları ve çeşitli devlet ve özel kurum ve organizasyonlarla birlikte çalışan ABD Ulusal Kanser Enstitüsü her Amerikalının en az 5 servis taze meyve ve sebze tüketmesini özendirmeye yönelik kampanyalar yapmışlardır (Spoon ve ark, 1998). Bu kampanyaların amacı, halka meyve ve sebze tüketiminin beslenme açısından önemini anlatmak ve özellikle Amerika’da ölümlere neden olan üç önemli faktörün (kanser, kalp hastalığı ve felçlik) etkisini azaltan meyve ve sebze tüketimini teşvik etmek

olmuştur. 1991 yılında başlayan bu program ve kampanya sonucunda Amerika'da meyve ve sebze tüketimi 1991-1998 döneminde günde 3.5 servisten 4.4'e çıkmıştır. Bu kampanya sonucunda taze meyve ve sebze tüketiminin beslenme ve sağlık açısından önemine inananların oranı ise %8'den %40'lara çıkmıştır (Akbay, 2000).

Avrupa'da gözlemlenen fazla meyve ve sebze tüketimi sonucunda bağırsak kanserinde %18 ve mide kanserinde ise %28 oranında azalma olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda, yalnızca meyve tüketiminin esophagus ve mide kanseri risklerini %30 azalttığı saptanmıştır (Anonim, 2004b).

Yukarıda bahsettiğimiz tüm bu kampanyalar meyve ve sebze tüketim ve pazarlamasının ne derecede önemli olduğunu bizlere açıkça göstermektedir. Meyve ve sebzeler iç tüketimde olduğu kadar dünya ve Türkiye dış ticaretinde de önemli bir yere sahiptir. Ancak, Türkiye'nin 2000 yılında üretmiş olduğu toplam 41.9 milyon ton meyve ve sebzenin yalnızca %2.5'i ihraç edilmiştir. Ancak son yıllarda bu oranın artma eğiliminde olacağı beklenmektedir. Bu çalışmada, bitkisel üretimin önemli bir bölümünü oluşturan meyve ve sebze sektörüne ilişkin konular incelenmeye çalışılacaktır.

Bu çalışmada Devlet İstatistik Enstitüsü, Devlet Planlama Teşkilatı, Dış Ticaret Müsteşarlığı ve IGEME istatistiklerinden ve bu konuyla ilgili makale ve yayınlardan yararlanılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde meyve ve sebze tüketim ve pazarlamasıyla ilgili bir giriş yapıldıktan sonra, ikinci bölümde Türkiye'de meyve ve sebze üretim miktarları, ekim alanları ve üretim değerlerinin yıllar itibarıyla gelişimi incelenmiştir. Üçüncü bölümde, meyve ve sebze ürünlerinin tüketim ve fiyatlarındaki değişimler incelenmiştir. Bu bölümde tüketimde önemli bir faktör olan meyve ve sebze üretiminin bölgesel dağılımı ve coğrafik konsantrasyonu incelenmiştir. Dördüncü bölümde, taze meyve ve sebze ürünlerinin pazarlama kanalları, ihracatı ve ithalatı incelenmiştir. Son bölümde ise, konserve ve dondurulmuş meyve ve sebze sanayi incelendikten sonra sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

MEYVE ve SEBZE ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ

1993 yılında 27.5 milyon hektar olan toplam tarım arazisinin 654 bin hektarı sebze ve 1.6 milyon hektarı da meyve üretiminde kullanılmaktadır. Tablo 1 1990 ve 2000 yılları arasında, toplam tarım arazisinin azaldığını ve buna karşın sebze üretim alanlarının arttığı ve meyve üretim alanlarının ise azaldığını göstermektedir.

Günümüzde meyve ve sebze üretimi, tarımsal üretimde önemli bir yere sahiptir. 2000 yılında 26.4 milyon hektar olan toplam tarım arazisinin, 793 bin hektarı sebze ve 1.4 milyon hektarı da meyve üretimine tahsis edilmiştir. Meyve ve sebze ürünlerinin 2000 yılı pazarlanan değeri, çiftçinin eline geçen fiyatlarla 6718316 milyar TL olup, toplam tarımsal ürün değerinin % 40'ını ve toplam bitkisel üretim değerinin ise % 58'ini oluşturmaktadır (Anonim, 2000a).

2000 yılında üretilen toplam bitkisel üretim miktarı 99.9 milyon ton olarak gerçekleşirken, aynı yılda sebze üretimi 22.4 milyon ton ile %22, meyve üretimi 14.2 milyon ton ile %14, toplam meyve-sebze ürünleri üretimi ise 36.6 milyon ton ile toplam bitkisel üretim içerisinde %36'lık paya sahiptir (Anonim, 2000a).

Türkiye'de mevcut bulunan yüzlerce meyve ve sebze ürünü ticari amaçlı olarak üretilirken bunların arasında az sayıda meyve ve sebze ürünü ekonomik anlamda önemli bir yere sahiptir.

2000 yılı üretim miktarlarına göre, domates %40 ile toplam sebze üretimi içerisinde ilk sırada yer almaktadır. Onu sırasıyla, %8 ile hıyar, %6 ile biber, %4 ile patlıcan, %2 ile fasulye, %1 ile taze soğan ve %0.2 ile bezelye izlemektedir. Aynı zamanda bu ürünlerin toplam bitkisel üretim içindeki payı miktar olarak %14 ve üretim değeri olarak ise yaklaşık %16'dır. Meyvelerde, 2000 yılı üretim miktarlarına göre üzüm ve elma sırasıyla %25 ve %17 ile ilk iki sırada yer almaktadır. Bu meyveleri sırasıyla portakal, mandarin, kayısı, limon, şeftali, incir ve erik izlemektedir (Tablo 2). Bu meyvelerin toplam bitkisel üretim miktarı içindeki payı %8.5 ve toplam bitkisel üretim değeri içerisindeki payı ise yaklaşık olarak %15'dir.

Yeni gelişen teknoloji ve modern üretim girdilerinin kullanılmasıyla meyve üretiminde bir verim artışı gerçekleşmiştir. Nitekim Tablo 1 incelendiğinde, toplam meyve alanları 1990-2000 dönemde yaklaşık %10 azalma gösterdiği halde tablo 2 incelendiğinde, meyve üretimi aynı dönem içerisinde %32 oranında artış göstermiştir. Yaş meyve ve sebze üretim artışları incelendiğinde, hıyar, biber ve domates üretim artışının en fazla olduğu sebzeler iken, kayısı, mandarin ve portakal üretimi en fazla artan meyve çeşitleridir.

1990 ve 2000 yılları arasında, sebze üretimi ile sebze üretim alanlarındaki ilişkiye bakıldığında, 1990 yılında 635 bin hektar sebze üretim alanı %25.0'lık bir artışla 793 bin hektara ulaştığını ve buna bağlı olarak sebze üretimi de 16.4 milyon tondan %36.6'lık bir artışla 2000 yılında 22.4 milyon tona ulaştığını görmekteyiz. Burada sebze üretimindeki artışa yalnız üretim alanı artışı değil verim artışının da etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Türkiye'de yıllara göre arazi miktarları (1000 Hektar) (Anonim, 2001b)

	Toplam Tarım Arazisi	İndeks 1990 =100	Sebze Ekim Alanı	İndeks 1990 =100	Meyve Alanı	İndeks 1990 =100
1990	27 856	100.00	635	100.00	1583	100.00
1993	27 535	98.85	654	102.99	1615	102.02
1995	26 834	96.33	785	123.62	1340	84.65
2000	26 379	94.70	793	124.88	1418	89.58

Tablo 2. Meyve ve sebze ürünleri üretim miktar (bin ton) ve değişimleri (%) (Anonim, 1990a, 1993a, 1995a, 1999 ve 2000a)

Ürünler	1990	1993	1995	2000	Değişim oranı (%)*
Sebzeler	16457	16819	18944	22358	35.86
Domates	6000	6150	7250	8890	48.17
Patlıcan	735	750	750	924	25.71
Biber	900	965	1080	1480	64.44
Soğan	186	210	235	228	22.58
Fasulye	430	440	460	514	19.53
Bezelye	37	44	49	48	29.73
Hıyar	1000	1050	1250	1825	82.50
Diğerleri	7169	7210	7870	8449	17.85
Meyveler	10747	10798	11346	14179	31.94
Portakal	735	840	842	1070	45.58
Mandarin	345	405	453	560	62.32
Limon	357	440	418	460	28.85
Elma	1900	2080	2100	2400	26.32
Üzüm	3500	3700	3550	3600	2.86
İncir	300	270	300	240	-20.00
Şeftali	350	370	340	430	22.86
Kayısı	240	230	250	530	120.83
Erik	188	200	187	195	3.72
Diğerleri	2832	2263	2906	4694	65.77
Patates	4300	4650	4750	5370	15.48

*1990 ve 2000 yılları arasındaki değişim oranlarını vermektedir.

Tablo 3. Belli başlı meyve ve sebze ürünlerinin pazarlanan üretim değerleri (1993 yılı sabit fiyatlarıyla) (Anonim, 1990a, 1993a, 1995a, 1999 ve 2000a)

Ürünler	1993		1995		2000		Değişimi Oranı (%)**
	Milyon TL	Oran (%)	Milyon TL	Oran (%)	Milyon TL	Oran (%)	
Sebzeler*	55 100 431	28.86	43442777	21.32	60846384	25.60	10.43
Domates	22 875 501	41.52	14543538	33.48	21747184	35.74	-4.93
Patlıcan	2 739 158	4.97	2270375	5.27	3169055	5.21	15.69
Biber	4 296 410	7.80	4089813	9.41	6289584	10.34	46.39
Soğan	574 263	1.04	883301	2.03	905757	1.49	57.73
Fasulye	2 207 946	4.01	1931186	4.45	2891857	4.75	30.97
Bezelye	154 271	0.28	240001	0.55	242023	0.40	56.88
Hıyar	3 330 280	6.04	3161585	7.28	5210989	8.56	56.47
Diğerleri	18 922 602	34.34	16322976	37.57	20389936	33.51	7.75
Meyveler*	47 340 602	24.79	54651082	26.82	77135064	32.45	62.94
Portakal	2 213 155	4.68	2882706	5.28	3173770	4.12	43.40
Mandarin	1 386 859	2.93	1 626 887	2.98	1792903	2.32	29.28
Limon	2 038 553	4.31	2 059 674	3.77	2484025	3.22	21.85
Elma	5 323 837	11.25	6 945 838	12.71	8606198	11.16	61.65
Üzüm	15 363 029	32.45	13 283 005	24.31	14541895	18.85	-5.34
İncir	1 314 424	2.78	1 782 158	3.26	1633668	2.11	24.29
Şeftali	2 132 578	4.50	2 428 793	4.44	2299617	2.98	7.83
Kayısı	1 067 748	2.26	1 077 317	1.97	2358137	3.06	120.85
Erik	580 423	1.23	566 700	1.04	595537	0.78	2.60
Diğerleri	15 919 996	33.63	21 998 002	40.25	77135064	51.40	384.52
Patates*	8 196 314	9.26	11 151 334	10.55	9287663	9.31	13.32

*Meyve ve sebzelerin, toplam bitkisel üretim değerleri içerisindeki toplam payı alınmıştır.

*Patatesin, tarla ürünleri üretim değerleri içerisindeki toplam payı alınmıştır.

**1993 ile 2000 yılları arasındaki değişim oranını vermektedir.

1990-2000 yılları arasında meyve üretim miktarı ile meyve üretim alanı arasındaki ilişkiye bakıldığında meyve üretim alanı yaklaşık %10.5 azalırken, meyve üretim miktarı %31.9 artmıştır. Gelişen teknoloji ve modern üretim girdilerinin kullanılmasıyla meyve üretiminde gerçekleşen verim artışı meyve üretim miktarında artış sağlamıştır.

Gelişen meyve ve sebze teknolojileri ürünlerin verimini artırdığı gibi bu ürünlerin pazarlamasında da etkin rol oynamaktadır. Tabii ki bu kolaylık da ürünlerin belirli kalite ve standartlarda üretilmesinden kaynaklanmaktadır. 1993 yılı sabit fiyatlarıyla meyve ve sebze ürünleri üretim değerleri incelendiğinde, meyve ve sebze ürünleri üretim değerlerinin son yıllarda önemli artışlar gösterdiğini Tablo 3'den görebiliriz. Bu artışın en önemli nedenleri meyve ve sebze ürünlerinin istenilen kalitede üretilmesi ve verim artışları olduğu söylenebilir.

Ülkemizde mevcut bulunan meyve ve sebze çeşitleri, iklim başta olmak üzere diğer faktörlerinde elverdiği ölçüde hemen hemen tüm bölgelerimizde üretilmektedir. Fakat bazı bölgelerimizde, birkaç meyve ve sebze çeşidi üretiminin daha yoğun bir şekilde

yaşadığı görülmektedir (Tablo 4). Örneğin Akdeniz, Ege ve Marmara bölgesinde tüm sebze üretiminin yaklaşık %68'i, Akdeniz ve Ege bölgesinde ise tüm meyve üretiminin yaklaşık olarak %54'ü üretilmektedir. Bölgesel üretim farklılıklarının sebebi iklim, toprak ve üretime katılan diğer faktörlerin doğal karşılaştırılmalı üstünlüklerinden dolayı olmaktadır. Üretim farklılıklarının bir diğer sebebi özellikle sulama, işçilik ve ulaşım kolaylığından kaynaklanmaktadır. Üretimin yoğun olduğu bölgelerde meyve ve sebze işleme sanayinin gelişmiş olması ve ayrıca gelişmiş sulama sistemlerinin kullanılması bu üretim farklılıklarını açıklamaktadır.

Türkiye'de meyve ve sebze ürünlerinin illere göre dağılımına bakıldığında ise Antalya, Bursa, İzmir, Mersin ve Samsun sebze üretiminde toplam üretimin %38.7'si ile Manisa, Mersin, Aydın, İzmir ve Adana ise meyve üretiminde toplam üretimin %27.9'u ile meyve ve sebze üretiminde önemli bir yere sahip illerimizdir. Mersin ili toplam limon üretiminde tek başına %70 oranında bir pay alırken, Manisa ili üzüm üretiminde %31 gibi önemli bir pay almaktadır (Tablo 5).

Tablo 4. Meyve ve sebze üretiminin bölgesel dağılımı (1999-2000) (Anonim, 1999 ve 2000a)

	Akdeniz	Ege	Güneydoğu	Karadeniz	Marmara	İç Anadolu	Doğu Anadolu
Sebze	28.51	20.04	7.40	12.19	20.03	10.33	2.41
Domates	28.75	20.08	2.58	12.37	28.74	7.36	1.65
Patlıcan	39.25	19.89	15.08	8.33	13.43	2.29	1.76
Biber	36.66	17.54	9.94	14.76	18.08	2.39	1.49
Patates	4.12	14.33	0.09	17.56	3.49	54.34	5.73
Soğan	18.45	16.67	14.02	14.64	14.21	22.29	6.86
Fasulye	24.61	15.13	0.89	31.82	14.45	11.81	3.26
Bezelye	46.87	18.60	3.56	16.16	6.41	5.81	2.70
Hıyar	25.59	12.82	0.0	10.30	58.11	0.06	0.05
Meyveler	28.02	26.08	4.82	12.39	11.69	12.75	4.57
Portakal	93.20	6.66	0.0	0.14	0.0	0.0	0.0
Mandarin	73.41	23.03	0.0	0.94	2.63	0.0	0.0
Limon	94.28	5.71	0.0	0.02	0.0	0.0	0.0
Elma	30.90	10.71	0.16	8.28	8.28	38.72	2.97
Üzüm	12.04	45.58	14.90	2.42	8.21	15.32	1.96
İncir	8.86	77.35	2.05	3.94	7.46	0.23	0.33
Şeftali	21.76	19.02	0.22	13.11	44.61	2.04	1.37
Kayısı	14.08	2.20	0.82	0.91	0.65	9.68	71.65
Erik	21.50	18.36	2.07	21.07	18.39	14.55	4.79

MEYVE ve SEBZE ÜRÜNLERİ TÜKETİMİ

Meyve ve sebze tüketimi toplam gıda tüketim harcamalarının yaklaşık olarak %20'sini oluşturmaktadır (Anonim, 2003). Tablo 6'da 1970-2001 yılları arasında Türkiye'de kişi başına düşen meyve ve sebze tüketim miktarları verilmektedir. 1970 yılı kişi başına düşen meyve ve sebze tüketim miktarlarına bakıldığında, sebzelerin kişi başına tüketimi 166.88 kg ve meyvelerin kişi başına tüketimi ise 141.28 kg'dır. 2001 yılına doğru kişi başına tüketim miktarlarında

değişmeler olmuştur. 1970'lerden sonra meyve ve sebze işleme sanayinin gelişmesi, tüketici tercihlerinin farklılaşması nedeniyle, sebzelerde %37.15 oranında artış, meyvelerde ise %28.26 oranında azalma olmuştur. 2001 yılında, kişi başına sebze tüketim miktarı 228.88 kg ve meyve tüketimi ise 101.36 kg olarak gerçekleşmiştir. Meyve tüketimindeki bu azalmanın nedenleri arasında, üzüm tüketiminin söz konusu dönemde %73.97 oranında azalması gösterilebilir.

Tablo 5. Meyve ve sebze üretiminin coğrafik dağılımı (2000-2001) (Anonim, 2000a ve 2001a)

Meyve ve sebzeler	Önemli üretim bölge ve şehirleri	Üretimdeki toplam payları(%)
Sebzeler	Antalya, Bursa, İzmir, Mersin, Samsun	38.66
Domates	Antalya, Bursa	29.66
Patlıcan	Antalya, Hatay, Şanlıurfa, Bursa	41.79
Biber	Antalya, Mersin, Samsun, Bursa, İzmir	55.97
Patates	Niğde, Nevşehir	42.47
Soğan	Hatay, Eskişehir, Bilecik, Aydın, Ankara	35.63
Fasulye	Samsun, Antalya, Hatay	29.07
Hıyar	Antalya, Mersin, İzmir, Samsun	61.42
Bezelye	Bursa, Balıkesir, Hatay	56.57
Meyveler	Manisa, Mersin, Aydın, İzmir, Adana	27.92
Portakal	Adana, Antalya, Mersin, Hatay	91.45
Mandalina	Adana, Hatay, Mersin, İzmir	84.35
Limon	Mersin	70,45
Elma	Isparta, Niğde, Karaman	47.16
Uzum	Manisa	31.14
İncir	Aydın, İzmir, Bursa	80.60
Şeftali	Bursa, Mersin, İzmir, Çanakkale	54.89
Kayısı	Malatya, Mersin, Elazığ, Iğdır, Kahramanmaraş	79.71
Erik	Mersin, Bursa, Hatay	19.76

Tablo 6'da görüleceği gibi, kişi başına sebze ve meyvelerin tüketimlerinde yıllara göre artış gözlenmektedir. Tüketimdeki artışların nedeni, taze, dondurulmuş ve meyve suyu formundaki ürünler talebinin artışından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda köyden kente ve doğudan batıya yapılan göçler sebze talebini artırmıştır.

Bu trendler tüketicilerin meyve ve sebze tercihlerinde önemli etkide bulunmaktadır. Sebze tüketim miktarları yıllar itibarıyla artış eğilimi göstermektedir. Geleneksel bazı meyve ürünlerinde azalış olduğu, buna rağmen bu ürünlerin işlenmiş formlarının tüketiminin arttığını, taze tüketimlerinin de azaldığını görmekteyiz. Nitekim son yıllarda ülkemizde işlenmiş meyve, konserve ve domates (salça) üretimi artmıştır. Tüketim miktarı en fazla artan meyve ve sebzelerin başında domates ve elma gelmektedir.

1988 yılı ile 2001 yılı arasında meyve ve sebze fiyatlarındaki değişimler göz önüne alındığında, 1987 yılı 100 baz alınarak hazırlanan Tablo 7'den de görüleceği gibi, meyve ve sebze perakende fiyatları her yıl, değişik oranlarda artış göstermiştir. Bu artış miktarları, ülkede oluşan ekonomik gelişmeler ve enflasyona bağlı bir şekilde gerçekleşmiştir. Nitekim 1994 yılında enflasyon oranlarının çok yüksek olması nedeniyle ortaya çıkan ekonomik kriz, fiyatların aşırı derecede artış göstermesine neden olmuştur.

Çiftçi eline geçen meyve ve sebze fiyatlarına baktığımızda, fiyatların perakende meyve ve sebze fiyatlarından daha fazla arttığını görmekteyiz. Burada dikkat edilmesi gereken konu, çiftçi eline geçen fiyatlarda oluşan artışın, tüketicilere tam olarak yansıtılmamasıdır ki buda tüketici açısından olumlu sayılabilecek bir durumdur.

PAZARLAMA KANALLARI

Meyve ve sebze ürünleri, bazı pazarlama kanalları yolu ile tüketiciye çeşitli şekillerde ulaştırılabilmektedir. Meyve ve sebze üreticilerinin bir kısmı ürünlerini yol üstü pazarlarında veya tarlada (üretim yerinde) satarak tüketiciye ulaştırmaktadırlar. Bir kısım üreticiler, üretim yerinin pazara uzak olması veya nakliye masrafının ağır olması sebebiyle, üretim yerinde komisyonculara satmak yolu ile de ürünlerini pazarlayabilmektedir. Komisyoncu ise çiftçilerden satın aldığı ürünleri perakendeci ve toptancı dağıtım kanallarına pazarlamakta ve buradan pazar, süper market, manav ve bakkallara aktararak tüketiciye ulaştırılmaktadır. Üreticiler, tarım kooperatifleri ve ihracatçı firmalara da doğrudan ürünlerini pazarlayabilmektedir. Diğer bir pazarlama kanalı ise meyve ve sebzelerin tarım kooperatifleri yoluyla perakendecilere ve oradan da tüketicilere ulaşmasıdır. Yaş meyve ve sebze pazarlama kanallarının nispeten en uzun olanı ise "üretici - toptancı - komisyoncu (üretim yerinde) - toptancı - komisyoncu (tüketim yerinde) - perakendeci - tüketici" şeklindedir (Yurdakul, 2002).

Meyve ve sebze üreticileri ürünlerini tarıma dayalı sanayii işletmelerine de pazarlamaktadırlar. Üretim için gerekli hammaddeyi tarımsal ürünlerden sağlayan tarıma dayalı sanayi işletmeleri, gerekli hammaddeyi direk çiftçiden almaktadırlar. Daha sonra işlenen ürünler meyve suyu, konserve ve salça gibi çeşitli şekillerde iç piyasada toptancı ve bayilere, dış piyasada ise ihracatçı şirketlere pazarlanarak tüketiciye ulaştırılmaktadır.

Pazarlama kanallarının oldukça uzun olması ve fazla işgücü ihtiyacı nedeniyle diğer birçok ürüne göre meyve ve sebze üreticileri satış değerinden çok az oranda pay alırken, tüketicilerde bu ürünlere yüksek bir fiyat ödemek zorunda kalmaktadırlar.

Tablo 6. Kişi başına meyve ve sebze ürünleri tüketim miktarları ve değişimi (1970-2001) (Anonim, 2004a)

Ürünler	Kişi başına tüketim miktarı (kg/yıl)							Değişim oranı (%) 1970-2001
	1970	1980	1985	1990	1995	2000	2001	
Sebzeler	166.88	187.96	203.72	205.26	230.95	238.66	228.88	37.15
Domates	35.35	53.68	60.09	66.78	74.89	82.75	78.04	120.76
Soğan	16.34	17.51	18.73	22.15	37.34	26.17	23.23	42.17
Diğerleri	115.19	116.77	124.9	116.33	118.72	129.74	127.61	10.78
Meyveler	141.28	133.3	119.32	113.79	106.77	110.32	101.36	-28.26
Portakal ve Mandarin	12.71	16.59	11.84	14.29	16.75	19.03	19.92	56.73
Limon	2.67	3.21	2.00	3.70	4.06	3.95	4.07	52.43
Elma	19.64	29.05	33.71	28.29	28.97	30.79	30.32	54.38
Uzum	86.10	59.03	45.15	39.52	33.29	29.07	22.41	-73.97
Diğerleri	20.16	25.42	26.62	27.99	23.70	27.48	24.64	22.22
Patates	39.42	52.76	66.98	63.64	61.34	64.48	63.97	62.28

Tablo 7. Ortalama meyve ve sebze fiyatları endeksi (1987 = 100) (Anonim, 1990b, 1993b, 1995b, 2000b ve 2001b)

Yıllar	Perakende meyve ve sebze fiyatları endeksi	Tüketici fiyatları endeksi	Toptan eşya fiyatları endeksi	Çiftçi eline geçen fiyat endeksi	
				Sebzeler	Meyveler
1988	140.1	173.7	170.5	137	137
1989	220.4	283.6	279.5	225	225
1990	406.2	454.6	425.7	366	366
1991	582.5	754.5	661.4	519	573
1992	995.6	1283.1	1072.0	1005	916
1993	1577.8	2131.2	1698.0	1647	1577
1994	2951.0	3985.0	3746.9	2803	2743
1995	5874.0	8511.7	7064.7	5563	4801
1996	11189.4	15270.6	12337.4	8049	11657
1997	22499.2	28249.4	22336.6	18349	24859
1998	41238.6	51868.4	38021.6	39817	44060
1999	51453.9	84798.9	58460.1	56030	67940
2000	64750.9	130803.4	89219.0	78314	98335
2001	85332.7	201348.3	144827.2	116421	133276

YAŞ MEYVE ve SEBZE İHRACATI

Ülkemizin sahip olduğu eşsiz doğal kaynaklar sonucunda dünyada üretilen 150'ye yakın meyve ve sebzenin 80'i ülkemizde ekonomik olarak üretilmekte ve diğer ülkelere ihraç edilebilmektedir (Türkay, 1998). Tablo 8'de Türkiye ihracatındaki gelişmeler verilmiştir. 2000 yılında gerçekleşen tarım sektörü ihracat değeri 2.0 milyar dolar ve ithalat değeri ise 2.1 milyar dolar olup, tarım sektörü içerisinde yaş meyve ve sebze sektörünün payı ihracatta %18.7 iken ithalatta %2.7 oranında gerçekleşmiştir. Yaş meyve ve sebze sektörünün dış ticaretteki payı, izleyen iki yıl içinde artış göstermiştir. Yaş meyve ve sebze sektörü 2001 yılında ihracattaki payını %20.6'ya yükseltirken ithalattaki payını ise %1.5'e düşürmüştür. 2002 yılında ise ihracattaki payı %25.3 ve ithalattaki payı da %2.6 olarak gerçekleşmiştir.

Meyve ve sebze yurtiçi pazarı açısından incelendiğinde ihracat pazarındaki pazar genişliği önemli oranda ilgi odağı olmaya devam etmektedir. Pazar genişlemesi Türkiye meyve ve sebze endüstrisi açısından giderek artan bir önceliğe sahip olmaya

başlamıştır. Türkiye meyve ve sebze ürünlerinin Almanya ve diğer Avrupa ülkeleri ile Ortadoğu'ya pazarlanması için meyve ve sebze endüstrisi organizasyonları (örneğin DTM, Ar-ge, İGEME, İKV, vb.) önemli oranda devlet desteği almaktadırlar. Türkiye meyve ve sebze satışlarının artırılmasında Avrupa ve Ortadoğu ülkeleri ile Rusya önemli ihraç pazarı olmaya devam etmektedirler. Özellikle Rusya, Türkiye tarımsal ürün ihracatında en önemli ve ilk sırada gelen ülkelerden biridir. Yıllardan beri Avrupa birliği ülkeleri kendi ülke üreticilerini çeşitli kota ve politikalarla ithal edilmiş meyve ve sebzelerden korumaktadır.

Türkiye'nin 1999 yılı yaş meyve ve sebze ihracatına baktığımızda, 306 bin ton sebze ve 686 bin ton meyve ihraç edilmiştir. Türkiye'nin 1999 yılında yaptığı yaş meyve ve sebze ihracatında meyvelerden portakal, limon, mandarin ve üzüm miktar olarak %42.8, sebzelerden domates ve kuru soğan %38.5'lik paylarla önemli yere sahiptir (Tablo 9).

2002 yılı meyve ve sebze ihracat miktarlarındaki gelişmeleri incelediğimizde, sebze ihracatımız 2002 yılına kadar %70, meyve ihracatımız ise yaklaşık olarak

%45 oranında artış göstermiştir. Bu değişimler, sebzelerde biber ve hıyarda, meyvelerde ise mandarin ve portakalda yüksek oranda görülmektedir.

2000 yılında Türkiye’de üretilen 41.9 milyon ton toplam yaş meyve ve sebzenin %2.5’i olan 1.06 milyon ton ihracata konu olmaktadır. Geriye kalan üretim ise iç pazarlarda ve üretici tarafından tüketilmektedir. Üretim

miktarına göre ihracat miktarının çok düşük olması, ihracata konu olan ürünlerin uluslararası standartlara uygun olmayışı ve üreticinin ürününü katma değer katarak yurt dışına ihraç etmektense yurt içi pazarlarında ve semt pazarlarında pazarlamasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 8. Yıllara göre Türkiye dış ticareti (Değer 1000 000\$) (Anonim, 2002a)

	Genel dış ticaret		Tarım sektörü dış ticareti		Yaş meyve ve sebze dış ticareti	
	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat
2000	27 775	54 503	1 973	2 127	369.0	57.9
2001	31 334	41 399	2 234	1 412	459.0	21.0
2002	36 059	51 554	2 038	1 706	515.0	44.4

Tablo 9. Yıllar itibariyle Türkiye yaş meyve-sebze ihracatı (Miktar:1000ton, Değer:1000\$) (Anonim, 2004b)

Ürünler	1999		2000		2001		2002	
	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
Sebzeler *	370	112000	410	122000	577	109169	554	139000
Domates	100	18902	120	37482	191	48914	253	69953
Biber	27	21613	32	20313	40	19651	51	25000
Hıyar	6	3255	8	3503	20	7074	24	8340
Kuru soğan	132	19637	82	11132	160	16231	141	13790
Diğer sebzeler	41	15114	50	16492	51	17299	53	19622
Meyveler	686	344000	642	443878	843	337000	990	376000
Portakal	122	57716	90	30142	143	46506	186	55047
Limon	217	103783	162	66436	199	74996	233	83625
Mandarin	132	61268	139	48726	215	71652	259	82795
Elma	13	5369	12	5146	21	7534	15	5935
İncir	6	6357	6	7990	6	6712	6	5988
Üzüm	48	25298	64	28438	79	32830	78	32344
Diğer meyveler	148	84209	169	70122	180	96770	213	110266
Patates	64	14479	128	23078	105	12831	32	2295
Toplam	1056	437000	1062	369000	1420	459000	1544	515000

2000 yılındaki azalmaya karşın 1999-2002 yılları arasında hem meyve ve hem de sebze ihracatımızda önemli bir artış gözlenmiştir. 2000 yılı toplam 420 bin ton olan yaş sebze ihracatımız değer olarak 112 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’nin yaş sebze ihracatında öne çıkan ülkeler Almanya, S. Arabistan ve Rusya’dır. Türkiye 2000 yılı yaş sebze ihracatının değer olarak %19.4’ünü Almanya’ya, %14.5’ini S. Arabistan’a ve %11.1’ini ise Rusya’ya yapmaktadır. 2000 ve 2002 yıllarında, Yunanistan’a yaptığımız yaş sebze ihracatı yaklaşık %400 ve Bulgaristan’a yaptığımız ihracat ise %350 artmıştır. Türkiye aynı zamanda 100’e yakın ülkeye yaş sebze ihraç etmektedir.

2002 yılında toplam 139 milyon dolar olarak gerçekleşen yaş sebze ihracatımızın %23.3’ünü Rusya, %18.5’ini Almanya, %13.2’sini S. Arabistan oluşturmaktadır. Bu üç ülkeyi sırasıyla, %7.0 ile Yunanistan, %6.7 ile Romanya, %4.5 ile Hollanda izlemektedir. Ülkemizin özellikle Rusya’ya olan yaş meyve ve sebze ihracatı önemli ölçüde artmıştır. 2000 yılında bu ülkeye olan 12.4 milyon dolarlık ihracatımız yaklaşık %300’lük bir artışla 2002 yılında 32.3 milyon

dolara ulaşmıştır (Tablo 10 ve 11). Ayrıca Türkiye’nin Rusya’nın en önemli sebze ithalatçı ülkelerinden biri haline gelmesi de olumlu bir gelişme olarak gözlenmektedir.

Türkiye’nin en önemli yaş sebze pazarlarından olan Rusya, Almanya ve Suudi Arabistan, yaş meyve ihracatı açısından da en önemli pazarlarımızdandır. 2002 yılında 376 milyon dolar olan yaş meyve ihracatımız içinde Rusya %22, Almanya %12, Suudi Arabistan %10, Ukrayna % 8, İngiltere %7, Hollanda, Romanya ve Avusturya ise yaklaşık %5’lik paylara sahiptir (Tablo 10 ve 11).

Yaş sebze ihracatında olduğu gibi, Rusya sadece yaş meyve ihraç ettiğimiz ülkeler arasında birinci sırada değil, aynı zamanda yıllık ihracat artışı da diğer onu takip eden 7 ülkeden daha yüksektir.

Türkiye’de yaş meyve ve sebze üretimi miktar itibariyle önemli olmasına karşın, ihracatın üretime oranı çok düşüktür. İhracata konu olan meyve ve sebze çeşitlerinin uluslararası piyasalarda talep edilen çeşitlere uygun olmayışı ve üretimden tüketime miktar ve kalite

kayıplarının yüksekliği bu yapının en önemli nedenleri arasındadır.

Avrupa Birliği Türkiye yaş meyve ve sebze ihracatının en önemli pazarı olması nedeniyle, Avrupa Birliği tarafından istenilen çeşitlerin üretimi teşvik edilmelidir. Ancak yeni çıkan standardizasyon prensipleri Türkiye'nin AB'ye olan ihracatını

kısıtlamaktadır. Ülkemizde ki meyve ve sebze işletmelerinin bu pazardaki paylarını arttırmaları için HACCP ve EUREPGAP'ın belirlediği standardizasyon prensiplerine göre üretim yapmaları gerekmektedir. Bu nedenle tarım işletmelerinin hem üretim ve hem de pazarlama aşamasında örgütlenmeleri gerekmektedir.

Tablo 10. Ülkeler ve yıllar itibariyle Türkiye yaş sebze ihracatı* (Değer:1000\$) (Anonim, 2004b)

Ülkeler	2000		2001		2002		Değişim oranı (%)
	Değer	Oran	Değer	Oran	Değer	Oran	
Rusya	12427.7	11.1	17897.4	14.7	32347.8	23.3	260.3
Almanya	21749.9	19.4	21910.3	18	25722.6	18.5	118.3
Suudi Arabistan	16230.6	14.5	22201.1	18.2	18378.9	13.2	113.2
Yunanistan	2362.2	2.1	7117.4	5.8	9721.0	7.0	411.5
Romanya	5756.7	5.1	11721.2	9.6	9313.2	6.7	161.8
Hollanda	3293.2	2.9	3126.4	2.6	6312.6	4.5	191.7
Yugoslavya	1834.1	1.6	3156.7	2.6	5681.3	4.1	309.8
Avusturya	5534.3	4.9	2864.5	2.3	5063.0	3.6	91.5
Fransa	3279.3	2.9	3604.6	3	4605.7	3.3	140.5
İsviçre	1638.6	1.5	1723.6	1.4	2386.5	1.7	145.6
Makedonya	1468.7	1.3	1584.4	1.3	1946.9	1.4	132.6
Bosna Hersek	728.3	0.7	754.4	0.6	1319.8	0.9	181.2
İngiltere	796.8	0.7	883.5	0.7	1110.5	0.8	139.4
Slovenya	499.3	0.4	514.6	0.4	1016.7	0.7	203.6
Bulgaristan	283.6	0.3	566.5	0.5	991.8	0.7	349.8
Diğerleri	34116.8	30.5	22373.4	18.3	13081.5	9.4	38.3
Toplam	112000.0	100.0	122000.0	100.0	139000.0	100.0	124.1

*Ülkeler itibariyle yapılan ihracat miktarına patates dahil edilmiştir.

Tablo 11. Ülkeler ve yıllar itibariyle Türkiye yaş meyve ihracatı(Değer:1000\$) (Anonim, 2004b)

Ülkeler	2000		2001		2002		Değişim oranı (%) (2000-2002)
	Değer	Oran	Değer	Oran	Değer	Oran	
Rusya	40452.7	15.7	65477.0	19.4	83951.8	22.3	207.5
Almanya	34211.1	13.3	43240.9	12.8	46308.0	12.3	135.4
S. Arabistan	30618.8	11.9	36334.9	10.8	38106.7	10.1	124.5
Ukrayna	27130.2	10.6	28919.6	8.6	29492.6	7.8	108.7
İngiltere	17936.4	7.0	18398.6	5.5	25346.0	6.7	141.3
Hollanda	11539.1	4.5	17247.0	5.1	20386.8	5.4	176.7
Romanya	17706.3	6.9	16251.2	4.8	17744.6	4.7	100.2
Avusturya	21502.7	8.4	27295.2	8.1	16811.8	4.5	78.2
Yugoslavya	2004.9	0.8	3156.0	0.9	7553.9	2.0	376.8
Polonya	4559.3	1.8	7871.6	2.3	7208.9	1.9	158.1
Makedonya	2980.9	1.2	5809.5	1.7	7104.0	1.9	238.3
Belçika	3226.2	1.3	5282.9	1.6	7003.2	1.9	217.1
Bulgaristan	2724.2	1.1	4145.0	1.2	5281.5	1.4	193.9
Yunanistan	230.4	0.1	2416.9	0.7	4801.0	1.3	2083.4
İtalya	1593.6	0.6	7445.4	2.2	4097.8	1.1	257.1
Çek. Cum.	1683.9	0.7	3533.3	1.0	3505.9	0.9	208.2
Fransa	2531.4	1.0	3536.6	1.0	3479.6	0.9	137.5
Macaristan	3143.2	1.2	3516.5	1.0	3432.8	0.9	109.2
Diğerleri	31224.3	12.1	37121.9	11.0	44383.2	11.8	142.1
Toplam	257000.0	100.0	337000.0	100.0	376000.0	100.0	146.3

YAŞ MEYVE ve SEBZE İTHALATI

Türkiye sahip olduğu üretim alanı ve ekolojik şartları bakımından çok şanslı bir ülkedir. Ülkemizde

birçok meyve ve sebze çeşidinin üretildiğini daha önce belirlemiştik. Fakat ülkemizde üretilemeyen, yetiştirme koşulları ülkemizin iklimine uymayan çeşitleri ithal

etmek durumundayız. Ülkemizde yetişmeyen türleri, sezon dışı talebimizi ve gıda sanayiinin hammadde ihtiyacını karşılamak amacıyla muz, avokado armudu, mango, ananas, hindistan cevizi, hurma ve benzer meyveleri ithal etmekteyiz. Ayrıca, zaman zaman da sezon dışı talebi karşılamak ve re-export yapmak amacıyla yaş meyve-sebze ithal edilmektedir.

Bu bağlamda, 2002 yılı ithalat miktarlarına göre, muz 65 bin ton, turunçgiller 53 bin ton ve hurma 13 bin ton ile en önemli ithal meyve ürünleri olarak görülmektedir. Bu üç ürün toplam meyve ithalatının yaklaşık olarak %95'ini oluşturmaktadır (Tablo 12).

2002 yılı verilerine göre, toplam sebze ithalatımız 6.7 milyon dolardır. İthal edilen sebzeler arasında patates, domates, soğan, sarımsak, pırasa, lahanalar,

havuç ve baklagil sebzelerinin olduğu görülmektedir. Son üç yıl içinde ithal edilen ürünlerin çeşidinin azaldığını ve 2002 yılında yalnızca 4 çeşit ürünün (patates, domates, soğan, pırasa) ithal edildiğini görmekteyiz.

Ödemeler dengesinin önemli bir grubu olan ticaret bilançosu tarım sektöründe daima pozitif durumdadır. Çünkü tarım sektörü ihracatının, ithalatından büyük olması sebebiyle dışa bağımlı olmayan bir yapı sergilemektedir. Bunun yanında tarım sektörünün alt dalı olan yaş meyve ve sebze sektörünün ihracat ve ithalat dengeleri karşılaştırıldığında ticaret bilançosunun pozitif olduğu ve toplam ihracatın, ithalatımızdan yaklaşık 12 kat daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 12. Yıllar itibariyle Türkiye yaş meyve ithalatı (Miktar: Ton, Değer: \$) (Anonim, 2004b)

Ürünler	2000		2001		2002	
	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
Muz	124245	49023608	41601	16490146	64597	25621889
Turunçgiller	73	28271	2132	212348	53088	6207460
Hurma	8514	1127243	7308	1480633	12829	3270570
Elma, armut, ayva	3586	1329877	1502	608411	3316	1298818
Hindistan cevizi (taze)	742	160692	291	102562	207	75578
Üzüm (Taze)	173	118353	120	95317	129	97991
Kayısı, kiraz, şeftali, erik	135	71031	39	15197	23	63682
Ananas	151	75994	19	10839	62	23615
Guava armudu, mango	20	14861	1	847	10	5844
Avokado armudu	21	12528	4	2602	8	4719
Kavunlar (karpuz dahil)	106	32049	23	7641	21	3477
Diğer meyveler	1470	843694	2471	905112	3029	949755
Toplam	139236	52838201	55511	19931655	137319	37623398

İŞLENMİŞ MEYVE ve SEBZE ÜRÜNLERİ PAZARLAMASI

Toplumların gıda tüketim alışkanlıkları çok hızlı bir şekilde değişmektedir. Ülkemizde konserve ve dondurulmuş gıdaların tüketimi özellikle gelir düzeyi yüksek, çalışan birey sayısı fazla ve özelliklede çalışan kadınların bulunduğu ailelerde gittikçe artmakta ve ileride daha fazla artacağı tahmin edilmektedir. Tabii ki burada en önemli faktör bireylerin zamanlarının büyük bir bölümünü iş hayatında geçirmesi nedeniyle zamanın gittikçe kıt bir faktör olmasından kaynaklanmaktadır.

İklim ve doğal kaynaklar bakımından yeterlilik arz eden ülkemizde birçok meyve ve sebze çeşidi yetiştirilmektedir. Yüksek üretim kapasitesine ve birçok meyve ve sebze çeşidine sahip ülkemizde tüm bu kaynakların etkin kullanıldığı söylenemez. Özellikle yaş meyve ve sebze pazarlamasında ki sorunlar ve işlenmiş meyve ve sebze sanayiinin gelişmemesi, teknoloji ve öz sermaye yetersizliği ve yaş meyve ve sebze tüketim alışkanlıklarına bağlı olduğu söylenebilir.

Türkiye'de meyve ve sebze ürünlerini işlenmiş olarak tüketme ve bu bağlamda meyve ve sebze işleme sanayinin gelişmesi 1960'lı yıllardan sonra başlamıştır. Daha önceleri genellikle ev içi tüketimini karşılamak

amacıyla, reçel, marmelat, konserve vb. ürünler evlerde üretilmektedir. 1960'larda başlayan işleme sanayinin gelişimi, günümüzde en son teknolojilerin kullanıldığı, üretim kalitesinin giderek artışı ve ihracata önemli katkılar sağlayan bir sanayi konumuna gelmiştir.

Meyve ve sebze işleme sanayi çeşitli alt sanayi dallarından oluşmaktadır. Bunlar, konserve meyve-sebze sanayi, dondurulmuş meyve-sebze sanayi, meyve suyu sanayi ve sebze kurutma sanayi dallarıdır.

Bu işleme şekilleri ile toplam meyve ve sebzelerin ancak %15'i işlenmektedir. Meyve ve sebze işleme sanayinin gelişmiş olduğu ülkelerde bu oran %25-35'lere kadar çıkabilmektedir (Gürler ve ark., 2000).

KONSERVE MEYVE ve SEBZE ÜRÜNLERİ PAZARLAMASI

Türkiye'de konserve meyve ve sebze üretimi 1900'lü yılların başında başlamasına rağmen ancak son yıllarda önemli gelişmeler göstermiştir. 1992 yılı itibariyle 135 bin ton olan konserve meyve ve sebze üretim miktarı 1995 yılında 190 bin ton ve 2000 yılında ise 240 bin tona yükselmiştir (Anonim, 2002a) Konserve üretim tesisleri, sayı ve kapasite olarak

konserve sanayinin ihtiyaç duyduğu ham maddenin daha bol ve kaliteli yetişmesinden dolayı, Ege ve Marmara bölgelerinde yoğunlaşmaktadır.

Türkiye'nin konserve meyve ve sebze ihracat ve ithalatı miktarları Tablo 13, 14 ve 15'de verilmiştir. Bu sektör içerisinde işlenen en önemli sebzeler fasulye, bezelye, bamyaya, domates ve biberdir. Ayrıca bu sektör içerisinde turşu önemli bir üründür. Bu sektör ihracat bakımından da önemli bir yere sahiptir. 1993 yılında 123.2 milyon dolar olan konserve meyve ve sebze ihracatımız 1997 yılına kadar artış eğilimi göstermiş ve bu yıldan sonra azalma eğilimi göstermiştir. 2000 yılında 142.2 milyon dolara kadar düşen ihracatımız 2001 yılında tekrar bir artış eğilimine girmiştir.

Bu sektörde Türkiye'nin en büyük pazarını yaklaşık %50'lik bir payla Almanya ve İngiltere oluşturmaktadır. Bu ülkeleri sırasıyla %7'lik paylarla Romanya ve Fransa, %6'lık paylarla Hollanda ve ABD takip etmektedir. Türkiye bu ülkelerin yanı sıra yaklaşık olarak 100 ülkeye konserve meyve-sebze ihraç etmektedir. 2001 yılı verileriyle miktar olarak toplam 209 bin ton ve değer olarak da 151 milyon dolar konserve meyve-sebze ihracatı yapılmıştır. 2001 yılında Türkiye işlenmiş meyve ve sebze ihracatımızın toplam ihracatımız içindeki payı yaklaşık %0.5'dir.

2000 yılı itibarıyla konserve meyve ve sebze ihracatının %60'ını turşu ve salamura zeytin ihracatı oluşturmaktadır. Konserve edilmiş sebzeler toplam konserve meyve ve sebze ihracatından %19 pay alırken, meyve konservelerinin payı %16 düzeyindedir. 2001 yılı hiyar ve kornişon turşusu ihracatımız 40 milyon dolar, diğer turşu ihracatımız ise 46 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (Anonim, 2004b).

Türkiye'de konserve meyve ve sebze ithalatı, genellikle ülkemizde üretilmeyen konserve türlerinde yapıldığından ithalatımız düşük miktarlarda olmaktadır. Örnek olarak turuncğiller ve incir konservesi ülkemizde üretilmediğinden dolayı ithalatı yapılmaktadır.

1993 yılında 1600 ton ve 1.7 milyon dolar olan konserve ithalatımız yaklaşık olarak %50'lik bir düşüşle 1994 yılında 870 ton ve 810 bin dolara gerilemiştir. 1995'den sonra 2000 yılına kadar belirli oranlarda artış göstermiştir. 2001 yılında bir önceki yıla göre 1222 ton ve 1.3 milyon dolarlık düşüşle 3732 ton ve 6.7 milyon dolara gerilemiştir.

Tablo 13. Türkiye'nin konserve meyve ve sebze ihracatı (Miktar: Ton, Değer: 1000\$)(Anonim, 2004b)

Yıllar	Miktar	İndeks 1993=100	Değer	İndeks 1993=100
1993	108460	100.00	123212	100.00
1994	169922	156.67	155763	126.42
1995	162018	149.38	175191	142.19
1996	175377	161.70	181003	146.90
1997	198360	182.89	192902	156.56
1998	183558	169.24	177914	144.40
1999	177932	164.05	154668	125.53
2000	177734	163.87	142213	115.42

2001	208925	192.63	151207	122.72
------	--------	--------	--------	--------

Tablo 14. Türkiye'nin konserve meyve ve sebze ithalatı (Miktar :Ton, Değer:1000\$) (Anonim, 2004b)

Yıllar	Miktar	İndeks 1993=100	Değer	İndeks 1993=100
1993	1600	100.00	1746	100.00
1994	870	54.38	810	46.39
1995	2337	146.06	2522	144.44
1996	2975	185.94	3237	185.40
1997	4154	259.63	4421	253.21
1998	6055	378.44	12644	724.17
1999	6047	377.94	15052	862.08
2000	4954	309.63	8016	459.11
2001	3732	233.25	6688	383.05

DONDURULMUŞ MEYVE ve SEBZE ÜRÜNLERİ PAZARLAMASI

İşlenmiş meyve ve sebze sanayinin bir alt dalı olan dondurulmuş meyve ve sebze sanayi, Türkiye'de ilk defa 1970 yılında Kayseri'de kurulan bir tesisle üretime başlamıştır. Sektörde kurulu tesislerin önemli bir bölümü teknolojik açıdan Avrupa Birliği standartlarındadır. Tesislerde meyveler ve sebzeler hava ile ya hızlı dondurma metodu ile yada bireysel hızlı dondurma metodu ile dondurulmaktadır (Babadoğan, 2000). Dondurulmuş gıdalar sadece evlerde değil, aynı zamanda büyük bir oranda lokanta, otel ve hastanelerde tercih edilmektedir. Türkiye'de dondurulmuş gıda tüketimi kişi başına 0.5 kg'dan daha düşüken, bu miktar Avrupa'da 23 kg ve ABD'de ise 51 kg gibi oldukça yüksek miktardadır (Topaloğlu ve Gülten, 2002).

Dondurulmuş meyve ve sebze sektörü %90-95 oranında ihracata dönük bir sektördür. Yıllar itibarıyla değişim gösteren tüketici tercihleri bu sektörün gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Her ne kadar, Türkiye'de dondurulmuş meyve ve sebzelerin neredeyse tamamı ihracata yönelik olarak gelişmeye başlamış ise de, son yıllarda gerek gelir artışı ve gerekse kültürel ve sosyal yapıdaki değişimler ve çalışan kadınların sayısının hızlı bir şekilde artması, bu ürünlere gelecekte daha yüksek talep olacağını göstermektedir. Genel olarak günümüzde bu ürünleri tercih eden tüketici profili ürünün kalitesine, ambalajına, besin değerine, son kullanma tarihine ve aynı zamanda çabuk hazırlanır oluşuna dikkat eden tüketicilerdir.

Ülkemizde iklim ve ekolojik şartların elverdiği ölçüde bol miktarda meyve ve sebze üretimi yapılmaktadır. 1960'lardan önce üretilen meyve ve sebzeler işlenmeden tüketilirken, teknolojik gelişmeler sayesinde kurulan işletmelerde meyve ve sebze ürünleri işlenmeye başlanmıştır. Türkiye'de 1998 yılında toplam 67 bin ton dondurulmuş meyve ve sebze üretimi yapılırken, 1999 ve 2000 yıllarında 100 bin tona ulaşmıştır. 2001 yılındaki toplam üretim miktarının ise 98 bin ton olduğu tahmin edilmektedir (Anonim, 2002b).

Türkiye ürettiği dondurulmuş meyve ve sebzelerin büyük bir çoğunluğunu ihraç etmektedir. 1999 yılında üretilen toplam 100 bin ton dondurulmuş meyve ve sebzelerin yaklaşık olarak %56'sı ihraç edilmiştir. Aynı zamanda 2000 yılında da toplam üretimin %58'i ihraç edilmiştir. 2001 yılında, 2000 yılına göre ihracat miktarımız %12 oranında artarak 70 bin tona ulaşmıştır.

Türkiye'de üretilmeyen ürünlerin iç piyasa talebini karşılamak amacıyla dondurulmuş meyve ve sebze ithalatı yapılmaktadır. Türkiye'de pek fazla tüketilmediğinden ve aynı zamanda pahalı olması ve mevcut yurt içi üretimin de olması sebebiyle ithalat miktarımız az oranlardadır.

Türkiye dondurulmuş meyve ve sebze sektöründe yoğunlukta olarak dondurulmuş sebzelerden biber, patates, mantar, soğan ve domates, dondurulmuş meyvelerden ise çilek, kiraz ve kayısı gibi ürünleri ihraç

etmektedir. 2000 yılında 31 bin ton olan dondurulmuş biber ihracatımız 2002 yılında 33 bin tona ve değer olarak da 17 milyon dolara ulaştığı tahmin edilmektedir. Dondurulmuş sebzelerde ihracat yoğunluğu en fazla olan ürün biber, domates ve soğanken dondurulmuş meyvelerde ise çilek ve kirazdır (Tablo 16). Türkiye'de dondurulmuş meyve-sebze pazarında büyük ölçekli firmalar sektördeki üretimin %97 gibi önemli bir bölümünü oluşturmaktadır (Keskin, 2002).

Bu sektörün en önemli problemi, hammaddenin yeterli kalite ve miktarda temin edilememesi ve özellikle meyvecilik sektöründe çiftçilerin fiyat farklılıklarından dolayı sözleşmeli tarıma yanaşmamasıdır. Ancak bu duruma sebze sektöründe daha az rastlanmaktadır. Üreticiler özellikle domates ve biberde sözleşmeli üretime sıcak bakmaktadırlar.

Tablo 15. Ülkeler itibariyle Türkiye konserve meyve ve sebze ihracatı (Miktar:1000 Ton, Değer:1000\$) (Anonim, 2004b)

Ülkeler	1998		1999		2000		2001	
	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
Almanya	47722	46881	56273	49624	48428	40777	67747	49270
İngiltere	24163	24377	24056	21452	23509	19547	34741	19491
Hollanda	39054	29399	26658	19469	35104	22765	10134	6954
Fransa	14287	15035	13312	11941	13028	9548	14528	10585
ABD	9074	10509	9614	10477	9703	10008	13049	13155
Romanya	11518	7745	11049	7032	12913	7890	15719	7195
İtalya	3701	5298	5236	4899	5693	5432	5317	5313
İspanya	2201	3106	2646	3297	3738	4166	3187	3715
Bel.-Lüks.	2414	2637	2865	2879	2305	2228	2402	1604
Danimarka	3717	2587	3240	2115	2932	1650	2779	1801
Diğer	25706	30340	22983	21483	20381	18202	39322	32124
Toplam	183558	177914	177932	154668	177734	142213	208925	151207

Tablo 16. Türkiye dondurulmuş meyve ve sebze ihracat miktarları (miktar: ton, değer: 1000 dolar) (Anonim, 2002b)

	2000		2001		2002	
	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
Dondurulmuş sebzeler	42639	23225	50148	27301	52172	27681
Biber	30930	15527	33279	18038	32881	17396
Patates	1062	216	35	13	237	37
Mantar	616	3293	653	2575	904	2997
Soğan	1199	367	3903	1256	6510	2169
Domates	3963	1251	4525	1369	5829	1889
Diğer dondurulmuş sebzeler	4869	2571	7753	4050	5811	3197
Dondurulmuş meyveler	15877	17554	19935	19063	20430	23628
Çilek	9148	10526	9945	9268	12097	14161
Kiraz	1597	1916	2793	3225	2131	3780
Kayısı	779	710	2226	1963	2272	2069
Diğer dondurulmuş meyveler	4353	4402	4971	4607	3930	3618

SONUÇ ve ÖNERİLER

Tarım sektörü ülkemizde hem ekonomik açıdan ve hem de sosyal dengelerin sağlanması bakımından önemli bir sektördür. Tüm bunların yanında tarıma dayalı sanayilere hammadde arzı ile de büyük önem

taşımaktadır. Türkiye tarım sektörü, gelişen teknoloji ile artan kaliteli ve standartlaşmış üretim miktarının zamanla ihracat yollarına kanalize edilmesi ile, ileri seviyelerde ihracat gerçekleştirebilecek duruma gelecektir.

Bu çalışmada ülkemizde, meyve ve sebze üretim, tüketim ve ticaret yapısı ile meyve ve sebze üretiminin coğrafik dağılımı incelenmiştir.

Meyve ve sebze üretim alanlarında Akdeniz, Ege ve Marmara bölgesinde tüm sebze üretiminin yaklaşık %68'i, Akdeniz ve Ege bölgesinde tüm meyve üretiminin yaklaşık olarak %54'ü üretilmektedir. Bölgeler arasında üretim farklılıklarının nedenleri iklim, toprak ve üretime katılan diğer üretim faktörlerinin karşılaştırmalı üstünlüklerinden kaynaklanmaktadır. Bölgelere göre üretim planlamasının yapılmalı ve her bölgenin ekonomik ve ekolojik özelliklerine göre çeşitler belirlenmelidir.

İşlenmiş meyve ve sebze sektörü gelişimi, 1960'lı yıllarda başlamış ve günümüzde modern teknolojilerinde kullanıldığı önemli bir sektör haline gelmiştir. Bu gelişmelere rağmen ülkemizde toplam meyve ve sebze üretiminin ancak %15'i işlenmektedir.

Sebze ve meyve tarımının gelişmesi amacıyla, küçük ölçekli işletmelerinin oluşmasını önleyici ve işletme ölçeklerini büyütücü tedbirler alınmalı ve miras gibi durumlarla toprakların bölünmesine izin verilmeden büyük ölçekli işletmeler oluşturulması sağlanabilir.

Uluslararası pazarda rekabet gücümüzü arttırabilmek için sözleşmeli tarım uygulamaları geliştirilmeli ve istenilen kalitede ürünlerin üretilmesi teşvik edilmelidir. Ayrıca konserve ve dondurulmuş gıda sektörünün, kaliteyi yükselterek markalaşmaya gitmesi ve özellikle Avrupa pazarlarında diğer ülkelerle rekabet edebilir duruma getirilmesi gerekmektedir.

Türkiye ancak dünya standartlarında üretim yaparak ve elbette ki vazgeçilmez olan ürün tanıtımının daha iyi yapılması ile yeni pazarlara girilebilir ve burada göstereceği istikrarlarla da bu pazarlarda söz sahibi bir ülke konumuna gelebilir.

Avrupa Birliği Türkiye yaş meyve ve sebze ihracatının en önemli pazarı olması nedeniyle, Avrupa Birliği tarafında istenilen organik yaş sebze ve meyve ürünleri üretimi teşvik edilmelidir. İhracata yönelik bahçe tesisleri kurulmalı ve sertifikalı ve yeterli miktarda fidan ve çeşitler üretilmelidir. Bu nedenle özellikle çiftçilerin geleneksel üretim yöntemlerini değiştirmeleri ve organik ürünlere yöneltilmeleri sağlanmalıdır. Sebze meyve ihracatının artırılması amacıyla gıda güvenilirliği ve kalite düzenlemeleri açısından gerekli yasal düzenlemelerin iyileştirilmesi, üreticilerin eğitilmesi, üretim faaliyetleri ile ilgili kayıt tutmalarının sağlanması ve meyve-sebzelerin gıda sanayinde daha çok kullanılmasını sağlamak ve katma değer oluşturmak amacıyla sanayi için uygun çeşitlerin sözleşmeli üretimle yetiştirilmeleri sağlanmalıdır.

Meyve ve sebze üreticileri yetiştirme teknikleri konusunda bilgilendirilmeli ve araştırma sonuçları üreticilere iletilmelidir. Ayrıca, üretici örgütlenmesi teşvik edilmeli ve üretici birliklerinin kurulması sağlanmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akbay, C. 2000. Food Consumption Patterns of Socioeconomic Groups: An Application of Almost Ideal Demand System. Doktora Tezi, Ohio State University, USA, 321s.
- Babadoğan, G. 2000. Dondurulmuş Meyve-Sebze ve Su Ürünleri Dış Ticareti. Gıda Dergisi, 97-102.
- Anonim. 1990a. Tarımsal Yapı ve Üretim, DİE, Ankara.
- Anonim. 1990b. Türkiye İstatistik Yıllığı. DİE, Ankara.
- Anonim. 1993a. Tarımsal Yapı ve Üretim. DİE, Ankara.
- Anonim. 1993b. Türkiye İstatistik Yıllığı. DİE, Ankara.
- Anonim. 1995a. Tarımsal Yapı ve Üretim. DİE, Ankara.
- Anonim. 1995b. Türkiye İstatistik Yıllığı. DİE, Ankara.
- Anonim. 1999. Tarımsal Yapı ve Üretim. DİE, Ankara.
- Anonim. 2000a. Tarımsal Yapı ve Üretim. DİE, Ankara.
- Anonim. 2000b. Türkiye İstatistik Yıllığı. DİE, Ankara.
- Anonim. 2000c. Devlet Planlama Teşkilatı. Ankara.
- Anonim. 2001a. Tarımsal Yapı ve Üretim. DİE, Ankara.
- Anonim. 2001b. Türkiye İstatistik Yıllığı. DİE, Ankara.
- Anonim. 2001c. Meyve ve Sebze İşleme Sanayi. DTM www.foreigntrade.gov.tr/IHR/madde/tarim.htm.
- Anonim. 2002a. Dış Ticaret Müsteşarlığı. DTM www.foreigntrade.gov.tr.
- Anonim. 2002b. Sektör raporları. İGEME, www.igeme.org.tr/sektor_raporlari.
- Anonim. 2003. Hanehalkları Tüketim Harcamaları Anket Sonuçları. Ankara.
- Anonim. 2004a. FAOSTAT Database. FAO.
- Anonim. 2004b. Meyve ve Sebze Tüketimi. Meyve Suyu Endüstrisi Derneği, Ankara.
- Gürler, Z., Kızılaslan, N., Kızılaslan, H. 2000. Tarıma Dayalı ve Tarıma Bağlı Sanayi İşletmeleri, Ziraat Fakültesi Yayınları, 47(18).
- Keskin, G. 2002. Dondurulmuş Gıda. TEAE-Bakış,1(8).
- Spoon, M.D., Benedict, J., Leontos, C., Zepponi, N.K. 1998. Increasing Fruit and Vegetable Consumption Among Middle School Students: Implementing the 5-A-Day Program, Journal of Extension, Vol.36, No.4.
- Topaloğlu, A., Gülten, Ş. 2002. Türkiye'de Dondurulmuş Gıda Sektörü ve Gelişimi. Türkiye V. Tarım Ekonomisi Kongresi, 18-20 Eylül, Erzurum.
- Türkay, C. 1998. Konserve Meyve Sebze. Gıda Dergisi (Temmuz) P:56-59.
- Yurdakul, O. 2002. Tarım Ürünleri Pazarlaması. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Ders Kitapları Yayın No: A-39.