



Aydın Ticaret Odası İncir Sektörü UR-GE Projesi İhtiyaç Analizi Raporu



Aydın, 2016



2016

Hazırlayanlar

URAGEM Eğitim Ve Danışmanlık Ltd. Şti.

Proje Ekibi:

Yeliz ÇUVALCI ÖZBEK, İhtiyaç Analizi Çalışması Lideri, Sosyolog

Arif SARIALTIN, URAGEM İş Geliştirme Uzmanı

AYDIN

Bu rapor Ekonomi Bakanlığı 2010/8 Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Tebliği Kapsamında Aydın Ticaret Odası tarafından yürütülmekte olan UR-GE Projesi İhtiyaç Analizi Raporu olarak URAGEM Eğitim ve Danışmanlık Ltd. Şti. tarafından hazırlanmıştır. Her hakkı saklıdır.

İçindekiler

Kısaltmalar	4
1. Giriş.....	7
1.1. UR-GE Projesi Hakkında Genel Bilgi.....	7
2. İhtiyaç Analizi Metodolojisi	7
3. Aydın İli Sosyo Ekonomik Verileri	10
3.1. Genel Bakış	10
3.2. Eğitim Kurumları, Üniversiteler	12
3.3. Tarım.....	13
3.4. Sanayi, Ticaret ve İstihdam Verileri	14
4. UR-GE Projesinde Yer Alan İşletmeler	17
5. Sektörün Tanımı ve Rekabet Yapısı	18
5.1. Sektörün Tarihçesi.....	18
5.2. Sağlıkta İncirin Önemi.....	18
5.3. Sektörün Tanımı ve UR-GE Projesinde Ürünün Kapsamı.....	19
5.4. Sektörün İşleyişi, Rekabet Yapısı ve İlişkili Pazar Bölümleri	20
5.4.1. Sektörün İşleyişi.....	20
5.4.2. Rekabetin Yapısı	22
5.4.3. İlişkili Pazar Bölümleri ve Trendler	26
6. İncir Sektör Verileri.....	27
6.1. Sektör Pazar Büyüklüğü.....	27
6.1.1. Dünya İncir İhracatı	28
6.1.2. Dünya İncir İthalatı	30
6.2. Türkiye İncir Ticareti	32
6.2.1. Türkiye İncir İhracatı.....	34
6.2.2. Türkiye İncir İthalatı.....	36
7. Küme Analizi	38
7.1. Faktör Koşulları.....	39
7.2. Firma Stratejisi ve Rekabetin Yapısı.....	41
7.3. Talep Koşulları	43
7.4. İlişkili ve Destek Sektörler.....	45
7.5. İşbirliği Kuruluşlarının Varlığı ve Bölgesel Rekabete Etkileri.....	46
7.6. Kamu Kurumları, Devlet Destekleri ve Yasal Mevzuatın Etkisi	47
7.7. Küme Analizi Genel Değerlendirme	52

8. Firma Analizi	53
8.1. Firma Rekabet Stratejisi	Error! Bookmark not defined.
8.2. TS 541 Kuru İncir Standartları	53
9. Pazar Analizi.....	57
9.1. Genel Bilgiler	57
9.2. İlişkili Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) Kodları.....	58
9.3. Firmaların Mevcut İhracat Pazarları ve Belirttikleri Hedef Pazarlar	62
9.4. Proje Yurt Dışı Faaliyetleri Kapsamında Öne Çıkan Pazarlar	68
9.5. Hedef Pazarlar Hakkında Bilgiler ve Pazara Giriş Koşulları	69
10. Uluslararası Sektörel Kurum, Kuruluşlar ve Organizasyonlar	89
10.1. Uluslararası Sektörel İşbirliği Kurumları	89
11. İyi Uygulama Örnekleri	92
12. Önerilen Strateji ve Proje Faaliyet Planı	92
12.1. Stratejiye Temel Teşkil Eden Tespitler	92
13. UR-GE Projesi Hedefleri ve Faaliyetleri	96
13.1. Proje Hedefleri.....	96

Kısaltmalar

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

ABİPB: Avrupa Birliği İncir Pazar Büyüklüğü

ARGE: Araştırma, Geliştirme

BAE: Birleşik Arap Emirlikleri

BRC: Gıda Teknik Standardı

BVLK: Alman Federal Gıda Kontrolörleri Birliği

B2B: (Business To Business) Firmaların Müşterilerle Yaptığı Birebir Görüşmeler

°C: Santigrat Derece Birimi

CE: Ürün Kalite İşaretidir, Ürünün AB Ülkelerinde Serbest Dolaşımını ve Pazarlanmasını Sağlar

DTÖ: Dünya Ticaret Örgütü

EFTA: Avrupa Serbest Ticaret Birliği

EIU: (The Economist Intelligence Unit) Ekonomi İstihbarat Birimi

FDA: Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi

FRUCOM: Avrupa Kuru Meyve, Kabuklu Yemişler, Konserveler ve Benzeri Ürünler Ticaret Fedarasyonu

GR: Gram

GMP: (Good Manufacturing Practices) İyi Üretim Uygulamaları

GTİP: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu

GSMH: Gayri Safi Milli Hasıla

GSYH/GSYİH: Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla

GLOBALGAP: (Europe Retailers Produce Working Group) Avrupa Perakendeciler Tarım Ürünleri Çalışma Grubu (Good Agriculture Practice) İyi Tarım Uygulamaları

HACCP: (Hazard Analysis And Critical Control Point) Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizleri Sistemi

HCL: Hidroklorik Asit

INC: Uluslararası Kabuklu Yemiş ve Kuru Meyve Konseyi

IMF: (International Monetary Fund) Uluslararası Para Fonu

IPARD: (Instrument for Pre-accession Rural Development) Kırsal Kalkınma İçin Katılım Öncesi Yardım Aracı

IFOAM: (International Federation of Organic Agriculture Movements) Uluslararası Ekolojik Tarım Hareketleri Federasyonu

ISO 9001:2000: Kalite Yönetim Sistemini Tescilleyen Belgedir

ISO 14001: Çevre Yönetim Sistemini Tescilleyen Belgedir

İPB: İncir Pazar Büyüklüğü

İŞKUR: Türkiye İş Kurumu

JAS: Japon Tarım Standartları Kanunu

KG: Kilogram

KM² / Km: Kilometrekare / Kilometre

KDV: Katma Değer Vergisi

KİBP: Küresel İncir Pazar Büyüklüğü

KOSHER: Musevi İnancına Uygun Olarak Üretilmiş Ürünleri Tescilleyen Belgedir

M / MM: Metre / Milimetre

NATO: (North Atlantic Treaty Organization) Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü

OSB: Organize Sanayi Bölgesi

RAD: RADYO

REACH: (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) Kimyasalların Kaydı, Değerlendirilmesi, İzni ve Kısıtlanması

SNV: İsviçre Standartlar Teşkilatı

SAN: SANATKÂR

TV: Televizyon

TBO: Toplam Büyüme Oranları

TSE: Türk Standartları Enstitüsü

TARIC: (Integrated Tariff Of European Communities) Avrupa Toplulukları Entegre Tarifesi

TİPB: Türkiye İncir Pazar Büyüklüğü

TKDK: Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu

URGE: Uluslararası Rekabeti Geliştirme

VB: Ve benzeri

YDO: Yatırım Destekleri Ofisleri

YBBO: Yıllık Bileşik Büyüme Oranları

1. Giriş

1.1. UR-GE Projesi Hakkında Genel Bilgi

Proje Aydın Ticaret Odası önderliğinde 2016 yılının Ocak ayında başlatılmıştır. Proje Ekonomi Bakanlığı tarafından yürütülmekte olan 2010/8 Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Tebliği kapsamında desteklenmektedir.

Ekonomi Bakanlığı, UR-GE Tebliği ile aynı sektörde faaliyet gösteren ve aynı değer zinciri içinde yer alan işletmelerin uluslararası ticaret ortamında daha rekabet edebilir bir yapı kazanmaları amaçlanmaktadır. Tebliğ işletmelerin işbirliği kuruluğu önderliğinde, ortak bir vizyon ışığında üretimden, pazarlamaya, yönetimden ihracata işletme kabiliyetlerini arttırarak birlikte hareket etmelerine yardımcı olmaktadır.

Ekonomi Bakanlığı UR-GE tebliği vizyonu ışığında, Aydın Ticaret Odası, İncir sektöründe faaliyet göstermekte olan üye işletmelerinden 20 tanesi için UR-GE Projesini başlatmıştır.

Birbirini izleyen farklı aşamaların uygulamasıyla hayata geçirilen UR-GE Projelerinde ilk adım İhtiyaç Analizidir. Mevcut rapor 20 firmanın tanı çalışması düzeyinde yönetim, üretim ve pazarlama başlıklarında analizlerine dayanan stratejik yol haritasını sunmaktadır. Üç yıl boyunca Aydın Ticaret Odası koordinatörlüğünde uygulanacak olan proje aynı zamanda bir kümelenme girişimi olarak düşünülebilir. Bu yaklaşımdan hareketle mevcut raporun kümelenme girişimi için küme yol haritası olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

İhtiyaç Analizi Raporu'nun Proje Faaliyetleri kısmında yer alan eğitim, danışmanlık ve yurt dışı faaliyetleri birbirini takip eden ve bir bütün olarak işletmelere katma değer kazandıracak çalışmalar olarak düşünülmelidir. İşletmelerin sabırla ilk faaliyetlerden başlayarak, kabiliyetlerini geliştirmeleri ve üç yılın sonunda doğrudan ihracat satışlarını artırmaları ve sürdürülebilir kılmaları hedeflenmektedir.

Küçük bir bölge için birbirlerinin rakibi olan işletmeler, uluslararası pazarların büyük alıcıları için birlikte çözüm üreten cazibe merkezi haline gelebilirler. Aydın Ticaret Odası liderliğinde işletmelerin UR-GE Projesinden en üst seviyede yararlanması için hayata geçirilen bu projenin vizyonu ve önerilen faaliyetleri ile gerçekçi ve uygulanabilir olmasına ilk günden itibaren büyük önem verilmiştir.

2. İhtiyaç Analizi Metodolojisi

UR-GE Projelerinin ilk adımı olan İhtiyaç Analizi Faaliyeti bir rapor yazma çalışması değil, aksine projenin en hayati aşamasını oluşturan faaliyetidir. İşletmeler ve işbirliği kuruluğu için sektörel bir alt oluşum olarak stratejik konumun belirlendiği, mevcut duruma yönelik tespitler ışığında ortak bir vizyonun ve bu vizyona ulaşmak için gereken adımların belirlendiği başlangıç aşamasıdır.

URAGEM tarafından hazırlanan İhtiyaç Analizi'nin temel prensibi gerçeğe dayalı, anlaşılır, okunabilir ve uygulanabilir bir yol haritası sunmaktır. Bu nedenle sırası ile aşağıdaki temel soruların yanıtları aranmıştır:

1. İncir sektöründe yapısal olarak rekabet koşulları nelerdir?

- Bu sorunun yanıtı sektör analizi verileri ile değerlendirilmektedir. Sektör analizi Dünya ve Türkiye’de sektörün ihracat ve ithalat verileri ışığında ele alınmaktadır.

2. Sektörel koşullar altında işletmeler faaliyet gösterdikleri bölgede hangi rekabet avantajlarına sahiptir?

- Faaliyet gösterilen bölgede oluşan koşulların işletmeler için etkileri küme analizi ile değerlendirilmektedir.

3. Bölge / Küme kapsamında yer alan işletmelerin rekabet güçleri ve/veya zayıf oldukları alanlar nelerdir?

- UR-GE Projesi içinde yer alan işletmelerin “tanı çalışması” seviyesinde işletme analizleri yapılmaktadır. Mevcut çalışmada İncir sektöründe değer zinciri kapsamında sorular işletmeler için özel olarak hazırlanmıştır. Yönetim, Üretim ve Pazarlama alanları temelinde anket soruları sektör spesifik olarak URAGEM tarafından hazırlanmıştır.

4. Sektörel ve bölgesel veriler, işletmelerin mevcut durumları, geliştirilebilecek alanlarına bağlı olarak (kapasite, limitler, sektörel eğilimler vb.) hedef pazarlar nelerdir?

- URAGEM tarafından hazırlanan pazar analizi bölümü “değer zinciri” odaklıdır. İncir sektörü genelinde veriler yerine segment bazında verilere yer verilmektedir. Böylece firmalar gruplandırılabilirdiği gibi her bir işletme için hedef pazar önerileri sunulabilmektedir.

5. Belirlenen gelişim alanları ve hedeflere ulaşmak için hangi adımlar atılmadır:

- İşletmelerin ortak problemlerine ortak çözüm önerileri getirilmektedir. Stratejik yol haritası niteliğini taşıyan öneriler her soruna çözüm bulan çareler değil, öncelikli ve her işletmede tespit edilen sorunların aşılmasına yöneliktir.
- İhtiyaç Analizi Faaliyeti yukarıda belirtilen temel sorulara aşağıdaki adımları izleyerek yanıtlar aramış, faaliyet boyunca aşağıdaki çalışmalar hayata geçirilmiştir:

1.Başlangıç Toplantısı:

- 28.01.2016 tarihinde işletmelerin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. UR-GE Projesi vizyonu İhtiyaç Analizi Metodolojisi aktarılmış, çalışma takvimi paylaşılmıştır.

Fotoğraf 1: URGE Projesi Başlangıç Toplantısı



İşletmeler arasında işbirliği ve kümelenme yaklaşımına ilişkin atılmış ilk adım olarak ortak beklentiler ve talepler işletmeler ve Aydın Ticaret Odası tarafından dile getirilmiştir.

- 2. Firma Analizi – Ziyaretler:** Firmalar sahada bir kez ziyaret edilmiştir. Ziyaretler 8-12 Şubat ve 22-26 Şubat 2016 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş, firma sahipleri ile yapılan görüşmelerde yönetim ve pazarlama alanları başta olmak üzere firmalara tanı çalışması soruları yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile uygulanmıştır.

Fotoğraf 2: İhtiyaç Analizi Firma Ziyaretleri Fotoğrafları



3. Literatür Taraması:

- Literatür taraması kapsamında sektörel veriler, küme analizi, pazar analizi çalışmalarında yararlanılmıştır. Özellikle pazar analizi çalışması ana ürün grupları bazında Kuru incir ürün grubu için detaylı olarak yapılmıştır.

- 4. İhtiyaç Analizi Sonuç Toplantısı:** 12 Nisan 2016 tarihinde İhtiyaç Analizi Sonuç toplantısı gerçekleştirilmiş, proje yol haritası ve faaliyet planı firmalarla paylaşılmıştır.

Fotoğraf 3: İhtiyaç Analizi Sonuç Toplantısı



3. Aydın İli Sosyo Ekonomik Verileri

3.1. Genel Bakış

Aydın, Türkiye'nin bir ili ve en kalabalık yirminci şehridir. 2015 yılı itibarıyla nüfusu 1.053.506 olan Aydın'da nüfus yoğunluğu 124 kişi/km²'dir. Ege Bölgesi'nde turizm ve tarım açısından en gelişmiş iller arasındadır. Ege Denizi'ne kıyısı bulunan Aydın, Didim ve Kuşadası gibi Türkiye'nin iki önemli turizm merkezi ve çok sayıda tarihi eser ile turizm potansiyeli yüksek bir ildir. Türkiye'nin ilk demiryolu kurulan şehri olmakla birlikte, Türkiye'nin en uzun ikinci tüneli buradadır. Nüfus bakımından Ege Bölgesi'nin İzmir ve Manisa'dan sonraki 3. büyük ilidir. Aydın ilinde 17 ilçe bulunmaktadır.

Aydın'ın İlçeleri; Bozdoğan, Buharkent, Çine, Didim, Germencik, Incirliova, Karacasu, Karpuzlu, Koçarlı, Köşk, Kuşadası, Kuyucak, Nazilli, Söke, Sultanhisar, Yenihisar, Yenipazar'dır. Aydın, kuzeyden İzmir, kuzeydoğudan Manisa, doğudan Denizli, güneyden Muğla illeri, batıdan Ege Denizi kıyılarıyla çevrilidir.



Harita Kaynak: <http://www.bozdogan.gov.tr/aydinh.html>

Coğrafi Yapı: Yüzölçümü 8.007 kilometre karedir. Başlıca yer şekillerini, Ege kıyılarına dik yönde uzanan dağlarla, bunları birbirinden ayıran ovalar oluşturur. İlin kuzeyinde doğu-batı doğrultulu Aydın Dağları uzanır. En yüksek noktalar; kuzeydoğuda Cevizli Dağ (1.819 m) ve doğuda Beydağı'dır (1.0674 m). Yapılarında billurlu şistlerin çoğunlukta olduğu Aydın Dağları, Nazilli'nin kuzeyinde yüksek yaylalara dönüşür. Güney yamaçlarında tmos depoları (kum, çakıl, kil, vb gibi maddelerden oluşan gevrek dokulu katman), bir şerit oluşturur. Sel yataklarıyla derince yarılmış tmos depoları önünde, ovaya doğru giderek alçalan birikinti konileri yer alır. Aydın kenti, böyle bir birikinti konisi üzerinde kurulmuştur. Bir yay biçiminde kıvrılarak batıya doğru uzanan Samsun Dağı (1.237 m), ilin kuzeybatı ucundadır. Ege Denizi'ne dik inen ve Aydın Dağları ile aynı yapıda olan Samsun Dağı'nda bu billursu şistler geniş yer tutar. İlin güneyinde ve doğusunda yer alan dağlar, kuzeybatı-güneydoğu doğrultusunda uzanırlar: Bafa Gölü'nün kuzeydoğusunda Beşparmak Dağı (1.350 m), Gökbek Dağı (2.308 m) Madranbaba Dağı (1.618 m), Karıncah Dağ (1.703 m) ve Babadağ. Bu dağlık alan arasında ve Aydın dağları doğrultusunda uzanan Büyük Menderes Ovası doğudan batıya doğru genişler. Üzerinde kurulu yerleşme merkezine göre; Söke Ovası, Incirliova, Nazilli Ovası gibi adlarla anılan ovalar, gerçekte Büyük Menderes Ovası'nın bölümleridir. En geniş olan yer, 15 km'yi bulan Germencik yakınlarıdır. Güneyde, kuzeybatı, güneydoğu doğrultulu

Çine Çayı'nın suladığı Çine Ovası; Akçay'nın suladığı Bozdoğan Ovası; Dandalas Irmağı'nın suladığı Karacasu ovaları eklenir. Dağlık yörelerde kimi düzlükler olmakla birlikte, büyük alanlara yayılmış yaylalar yoktur. Antik Tralleis kalıntılarının bulunduğu yerde sekiler (taraçalar) biçiminde, kuzeyden-güneye doğru bir yayla uzanır.

Ege Bölgesi'nin de en önemli ırmağı olan ve ili kabaca doğu-batı doğrultusunda kıvrımlar çizerek boydan boya geçen Büyük Menderes'tir (584 km). Bölgenin çeşitli dağlarından kaynaklanarak, Sarayköy'ün batısından il sınırlarına girer, batı doğrultusunda akar; Kuyucak yakınlarında Dandalas Çayı'nı, kuzeyden Horsunlu, Feslek, Ortakçı derelerini aldıktan sonra, Atça yöresinde, öteki kollarına göre suyu en fazla olan ve üzerinde Kemer Barajı'nın kurulu olduğu Akçay (157 km) ile birleşir. Batıda Çine Çayı'nı da alan ırmak, Aydın Dağları'ndan inen çeşitli derelerle (Tabakhane, Yalkı, Ilıca, Morali) beslenerek, Söke'nin doğusunda güneye kıvrılır. Bafa Gölü'nün kuzeybatısından geçerek Akköy'ün doğusunda Ege Denizi'ne dökülür. Büyük Menderes ve kollarından sulamada yararlanılmakta ve üzerindeki çeşitli barajlardan hidroelektrik enerji sağlanmaktadır. Akçay'ın Kemer ve Çine Çayı (99 km) üzerindeki Çine Barajı (Karpuzlu Barajı) il sınırları içindedir. İlin güneyinde Beşparmak Dağları'nın güneybatısında, Muğla il sınırında Bafa Gölü (60 km²) yer alır. Eski bir körfezin önünün kapanarak mil (balçık) birikmesiyle oluşmuş gölde balıkçılık yapılır.

Bitki Örtüsü: Aydın, Akdeniz ikliminin etkisi altındadır. Yazlar sıcak ve kurak, kışlar ılık ve yağışlı geçer. Oluk biçimli Büyük Menderes Vadisi, deniz etkisinin içerilere kadar sokulmasını sağlar. Yıllık ortalama sıcaklık 17,7°C'dir. 8,1°C ortalama ile ocak en soğuk, 28,2°C ortalama ile ağustos en sıcak aydır. Sıcaklıklar kıyılarda ve ovalarda zaman zaman 40° C'yi aşar. Yüksek yaylalar daha serindir (ölçülen en yüksek sıcaklık 43) (1958), en düşük -11°C (1942) olmuştur. Ortalama yağış miktarı 677,5 mm' dir. 145.1 mm'yle aralık en yağışlı, 2,2 mm'yle ağustos en kurak aydır. Batıdan, özellikle Ege Denizi'nden gelen hava akımlarının etkisindedir. Yaygın bitki örtüsü, Akdeniz ikliminin özelliklerini taşır. Ormanların yok edilmesi sonucu ortaya çıkan maki topluluğu, bazı yerlerde hemen kıyı gerisinden başlayarak 500-600 m yükseltiye kadar çıkar. Vadilerin yamaçlarından içeriye doğru sokulan ve özellikle güneye bakan yamaçlarda geniş bir yayılım gösteren maki toplulukları, daha yükseklerde yerini ormanlara bırakır. Kuzey ve güneydeki dağların yamaçlarında 500-600 m'den sonra başlayan ormanlar, alçalarda meşe ağaçlarının çoğunlukta olduğu yayvan yapraklı ağaçlardan ve yükseklerde iğne yapraklı kızılçam ve karaçamlardan oluşur. Fıstıkçamlarına Beşparmak ve Madranbaba Dağları'nda rastlanır. Kuru orman niteliğinde ve ormanaltı örtüsü zayıf ormanlık alanlar, il yüzölçümünün % 38'ini kaplar.

Ulaşım Altyapısı: Bugün ülkemizin önemli turizm merkezleri (özellikle, Kuşadası) arasında yer alan il, düzgün yollarla çevre illere ve dolayısıyla öteki bölgelere bağlıdır. Aydın Dağları'nın güney eteğinde Tabakhane Deresi'nin birikinti yelpazesi üzerinde, deniz düzeyinden 65 m yükseltide kurulu il merkezi, İzmir'e 127 km, Manisa'ya 163 km, Muğla'ya 104 km uzaklıktadır. Afyon'u, Denizli'ye ve İzmir'e bağlayan kara ve demiryolu, il sınırları içinden geçer. Aydın-Muğla, Aydın-Denizli karayollarıyla, güneyde Ege ve Akdeniz kıyılarına ulaşılır. İzmir'e, Selçuk üzerinden kara ve demiryolu bağlantısı vardır. İlçe merkezleriyle düzenli karayolu, ayrıca Germencik, Sultanhisar, Kurucak, Nazilli, Söke ilçeleriyle demiryolu bağlantılıdır.

Karayolu: Günümüzde de E-24 Aydın-Denizli ve Aydın-İzmir karayolu, yük ve yolcu trafiğinin yoğun olduğu yollardır. Yapımı tamamlanan Aydın-İzmir otoyolu, üçer şeritleri, viyadükleri ve 3000 metre uzunluğundaki tünelleri ile kara ulaşımında daha kısa, daha güvenli ve hızlı akışı sağlayacak, örnek bir bayındırlık hizmeti sunmaktadır. Otoyol, başta turizm ve ulaştırma olmak

üzere, yöre ekonomisi her alanda büyük katkılar sağlamaktadır. Aydın ilinin en önemli turizm potansiyeline sahip olan Kuşadası ilçesini çevredeki il ve ilçelere bağlayan yapımı ve bakımı karayollarının sorumluluğuna giren üç anayol vardır. Bu yollar Kuşadası-Selçuk, Kuşadası-Söke, Kuşadası-Söke ayrımı-Davutlar yollarıdır.

Demiryolu: Aydın ilini batı-doğu doğrultusunda kat eden demiryolu üzerinde Söke, Germencik, İncirliova, Aydın Merkez, Köşk, Sultanhisar, Nazilli, Kuyucak ve Buharkent ilçeleri bulunmaktadır. Aydın il hudutları dâhilinde toplam demiryolu uzunluğu Söke-Buharkent arası 134,6 km'dir. Bunun 169 adedi serbest hemzemin geçit, kalan 9 adedi bekçili/bariyerli hemzemin geçittir. İl dâhilinde sadece Kuyucak-Horsundu istasyonları arasında 34.20 uzunluğunda bir adet tünel vardır. İzmir-Aydın-Denizli arasında tamamlanan hızlı tren projesi ile demiryolu işletmeciliği daha modern hale gelmiştir.

Denizyolu: Kuşadası Limanı'ndan denizyolu ulaşımı sağlanmaktadır. Güvercin ada mendireğinin yapılmasıyla korunaklı hale gelmiştir. Limanın rıhtım uzunluğu 971 metre, su derinliği ise 15 metredir. Limanın gemi kabul kapasitesi 6'dır. Kuşadası limanı Türkiye'de denizyolu ile en fazla giriş-çıkış yapılan limandır. Kuşadası ilçesinde ayrıca bir yat limanı mevcut olup, 630 adet yat kapasitesi ile yerli ve yabancı turistlere hizmet vermektedir. Diğer yat limanı ise 580 deniz, 600 kara kapasiteli olarak Didim ilçesinde bulunmaktadır ve 2009 yılında hizmete açılmıştır. Ege adalarında turistik ring yaparak Efes turu için günü birlik yabancı turist getiren yolcu gemileri, yatlar ve motorların yanı sıra, feribotlarla da Kuşadası-Sisam seferleri devamlı yapılmaktadır.

Havayolu: Aydın İl Merkez Tepecik Beldesinde, daha önce Çıldır isimli, küçük çapta uçak, helikopter iniş ve kalkış işlemleri ile paraşüt eğitimlerinde kullanılan bir Havalimanı bulunmaktadır. Aydın - Çıldır (Stool tipi) Havaalanı 1990-1993 arasında tamamlanmıştır. Çıldır Havalimanı 2006 yılından itibaren, Askeri bir havalimanı olarak faaliyet göstermektedir. Havaalanı pistinin uzunluğu 1,435 metre olup, bu haliyle yalnızca pervane tipi uçakların iniş - kalkış yapabilmesine müsaittir. İzmir havalimanı 130 km. uzaklıktadır. İle gelen turistler İzmir Adnan Menderes Havaalanından ve küçük çaplı da olsa Selçuk (Stool tipi) Havaalanından yararlanmaktadır.¹

3.2. Eğitim Kurumları, Üniversiteler

Aydın ilinde bulunan tek üniversite Adnan Menderes Üniversitesi'dir. Üniversite içerisinde bulunan Araştırma ve Uygulama Merkezi içerisinde Botanik Bahçesi ve Herbaryum Araştırma ve Uygulama Merkezi, Tarımsal Biyoteknoloji ve Gıda Güvenliği Araştırma Uygulama Merkezi bulunmaktadır.

Adnan Menderes Üniversitesi: Adnan Menderes Üniversitesi 03.07.1992 tarihli 3837 sayılı Yükseköğretim Kurumları Teşkilatı Hakkında 41 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin değiştirilerek kabulüne dair 2809 Sayılı Kanun ile 78 ve 190 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun uyarınca 1992 yılında kurulmuştur.

Üniversitenin kuruluş kanununda; Fen-Edebiyat, Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler, Tıp, Veteriner, Ziraat Fakülteleri olmak üzere 5 Fakülte; 3 Enstitü; Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ve Söke Meslek Yüksekokulu yer alırken; şu an Üniversite de 14 Fakülte, 3

¹Kaynak: <http://www.Aydinkulturturizm.gov.tr/TR,64354/nasil-gidilir.html>

Enstitü, 1 Devlet Konservatuvarı, 5 Yüksekokul, 18 Meslek Yüksekokulu, 24 Uygulama ve Araştırma Merkezi ile toplam 65 akademik birimde eğitim-öğretim veren bir yükseköğretim kurumu haline gelmiştir.

Kuruluş aşamasında Aydın'da ve Nazilli ilçesinde faaliyete başlayan Üniversite, bugün Merkez, Çakmar, Işıklı, İsabeyli, Didim Akbük, Nazilli Sümer, Çine Süleyman Pekgüzel ve Karacasu Muzaffer Özuysal Yerleşkelerinin yanında Kuşadası, Atça, Sultanhisar, Yenipazar, Söke, Davutlar, Bozdoğan, Köşk, Buharkent ilçelerinde olmak üzere 17 ayrı yerleşim yerinde faaliyetlerine devam etmektedir.²

07.01.2016 tarihi itibarıyla Adnan Menderes Üniversitesi Öğrenci sayısı ve Akademik Personel sayısı aşağıdaki gibidir;

- Üniversitede 20.010 Önlisans Öğrencisi, 24.753 Lisans Öğrencisi, 2884 Lisansüstü Öğrencisi okumaktadır. Toplam öğrenci sayısı 47647'dir.
- Üniversitede 242 Profesör, 144 Doçent, 415 Yardımcı Doçent, 218 Öğretim Görevlisi, 107 Okutman, 507 Araştırma Görevlisi ve 24 Uzman görev yapmaktadır. Toplam 1667 akademik personel bulunmaktadır.³

3.3. Tarım

Büyük Menderes Nehri'nin suladığı bereketli ovalar üzerinde 800.700 ha alanda kurulu Aydın ilinin %46'sında (368.336 hektar) tarım yapılmaktadır. Uygun ekolojik özellikler, yeryüzü şekli ve iklim koşullarının bulunduğu Aydın güçlü bir tarımsal potansiyele sahiptir. Tarımsal yetiştiricilik alanında dört mevsim üretim yapılabilen topraklar polikültür tarıma elverişlidir.

Sanayisi, ağırlıklı olarak tarımsal ürünleri işlemeye yönelik olan Aydın'da nüfusun %55'i geçimini tarım sektöründen sağlamaktadır. Ülkemizde **incir ve kestane üretiminde birinci olan Aydın; zeytin, pamuk, enginar ve çilek üretiminde ikinci, yerfıstığı üretiminde ise üçüncü sıradadır.**

Aydın'da üretilen yaş sebze ve meyveler, salamura zeytin, konserve, salça, işlenmiş incir gibi tarımsal ürünler ve sanayi ürünleri kapsamında üretilen tarım makineleri iç piyasa ve ihracatta önemli bir potansiyele sahiptir. Aydın'ın sahip olduğu 368.336 hektarlık tarım arazisi içinde 216.657 ha ve %59 pay ile meyveler, içecek ve baharat bitkileri en geniş alanı kaplar. Geriye kalan arazilerin 313.632 hektarı orman, 25.242 hektarı çayır-mera, 14.950 hektarı göl-bataklık, 78.540 hektarı tarım dışı arazilerdir.

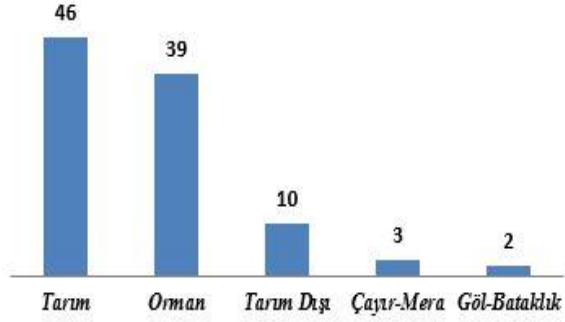
²Kaynak: <http://www.adu.edu.tr/tr/kurulus-ve-tarihce>

³Kaynak: <http://www.adu.edu.tr/tr/bir-bakista-universite>

Arazi Varlığı

Kullanım Şekli	Alan (ha)	Oran (%)
Tarım	368.336	46
Orman	313.632	39
Tarım Dışı	78.540	10
Çayır-Mera	25.242	3
Göl-Bataklık	14.950	2
TOPLAM	800.700	100

Arazi Kullanımı

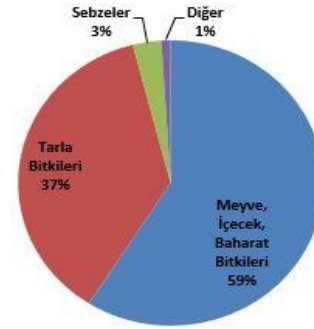


Kaynak: <http://aydin.bel.tr/detail/4380/kentte-tarim>

Tarım arazilerinin %27'sinde meyvecilik ve baharat bitkileri üretimi, %17'sinde tarla bitkileri üretimi yapılmaktadır.

Tarım Arazilerin Kullanımı

Ürünler	Alan (ha)	Tarım Arazisine Oranı (%)	Toplam Alana Oranı (%)
Meyve, İçecek, Baharat Bitkileri	216.657	59	27
Tarla Bitkileri	136.145	37	17
Sebzeler	11.595	3	1,4
Diğer	3.939	1	0,6
Toplam	368.336	100	45,8



Kaynak: <http://aydin.bel.tr/detail/4380/kentte-tarim>

3.4. Sanayi, Ticaret ve İstihdam Verileri

Aydın ilinde, sanayide çalışanların, %37'si gıda ürünleri imalatı sektöründe, %8'i başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı sanayisinde istihdam edilmektedir. İstihdamın %81'i işçi, %3'ü mühendistir. Aydın ilinde bulunan sanayi işletmelerinin %51'i mikro ölçekli, %38'i küçük ölçekli, %10'u orta ölçekli, %1'i büyük ölçekli işletmelerdir.⁴

⁴Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye 81 ilin Sanayi Durum Raporu Sanayi Genel Müdürlüğü 2014, s. 67

Tablo 1: Aydın Merkez ve İlçelerindeki Ticarete İlişkin Temel Veriler

Cinsi	Adet	Açıklama
Sanayi Odası	1	752 üye
Ticaret Odası	5	19820 üye
Ticaret Borsası	3	638 üye
Esnaf ve San. Meslek Kuruluşları	87	40000 çalışan
Kooperatif	372	Yapı koop. Hariç: faal, tasfiye halinde ve münfesi
Anonim Şirket	876	
Limited Şirket	6.049	
Küçük Sanayi Sitesi	21	5500İşyeri(yaklaşık)

Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye 81 ilin Sanayi Durum Raporu Sanayi Genel Müdürlüğü 2014, s. 66

Aydın ilinde bulunan sanayi işletmelerinin sektörel dağılımına baktığımızda, %40 ile gıda ürünleri imalatı, %10 Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı, %10 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatının ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Bunları sırasıyla aşağıdaki sektörler takip etmektedir:

- % 8 Tekstil ürünleri imalatı,
- % 6 Diğer madencilik ve taş ocaklılığı
- % 3 Ağaç ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç),
- % 3 Kauçuk ve plastik ürünleri imalatı,
- % 3 Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine teçhizatı hariç),
- % 2 Elektrik gaz buhar ve haval.sis.üret.ve dağıtımı,
- % 2 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı,
- % 2 Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması,
- % 2 İçecek imalatı,
- % 1 Kömür ve linyit çıkartması,
- % 1 Madencilik Destekleyici Hizmet Faaliyetleri
- % 1 Deri ve ilgili ürünlerin imalatı,
- % 1 Ana metal sanayi
- % 1 Motorlu kara taşıtların bakım ve onarımı,
- % 1 Mobilya imalatı,
- % 1 LPG dolum sınavı gaz dolum
- % 2 Elektrikli teçhizat imalatı,
- % 2 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı,
- % 1 Kâğıt ve kâğıt ürünlerinin imalatı,
- % 1 Diğer ulaşım araçlarının imalatı,
- % 2 Diğer (Madeni yağ geri kazanım kullanılmış yemek ve sıvı, metal cevherleri madencilik).

Organize Sanayi Bölgeleri: Organize Sanayi Bölgeleri, birbirleri ile uyumlu üretim yapan küçük ve orta ölçekli sanayi kuruluşlarının planlı bir alanda ve ortak altyapı hizmetlerinden yararlanacak şekilde standart ve düzenli bir fabrikalar topluluğudur.

- Aydın Organize Sanayi Bölgesi
- Aydın (Astım) Organize Sanayi Bölgesi
- Aydın (Umurlu) Organize Sanayi Bölgesi
- Ortaklar Organize Sanayi Bölgesi
- Nazilli Organize Sanayi Bölgesi
- Söke Organize Sanayi Bölgesi
- Buharkent Organize Sanayi Bölgesi
- Çine Akçaova Tarıma Dayalı İhtisas Organize Sanayi Bölgesi

Aydın İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü'nün 2014 yılı verilerine göre Aydın Sanayi Odası üyesi 716 sanayi tesisinde 30.000 kişi istihdam edilmektedir. İlde Aydın, ASTİM, Nazilli, Ortaklar, Söke, Çine olmak üzere altı Organize Sanayi Bölgesi faaliyet göstermektedir. Ayrıca Buharkent OSB ve Çine Akçaova Tarıma Dayalı İhtisas Organize Sanayi Bölgesi çalışmaları devam etmektedir. 245 parselde sahip ASTİM OSB'de üretim yapan 104 fabrikada 3.610 kişi çalışmaktadır. 62 parselli Umurlu OSB'de faaliyette olan 55 fabrikada 2.500 kişi çalışmaktadır. 42 parselde sahip Nazilli OSB'de 1.000 kişi istihdam eden 7 fabrika üretimde, 33 parselde sahip Ortaklar OSB'de 487 kişi istihdam eden 7 fabrika faaliyette 4 fabrikanın ise inşaatı devam etmekte, 61 parselde sahip Çine OSB'de 25 kişi istihdam eden 2 fabrika üretimde, 89 parselde sahip Söke OSB'de 1 fabrikanın inşaatı devam etmektedir. Altı OSB 'de toplam 175 fabrikada 7.622 kişinin istihdamı sağlanmaktadır.

Çine OSB'de bir enerji firması 64 MW gücündeki doğalgaz çevrim santrali yatırımı bitirilmiş olup, üretime devam etmektedir.

21 adet Küçük Sanayi Sitelerinde bulunan 5.417 işyerinde yaklaşık 10.000'e yakın kişinin istihdamı sağlanmaktadır.⁵

Aydın'da İstihdam: Aydın İŞKUR 2015 yılı Ocak-Ekim ayında kayıtlı toplam 78 bin 840 kayıtlı iş gücüne sahiptir. Bunlardan 36 bini 26'sı kadın 42 bin 814'ü erkektir. Kayıtlı işsizler İŞKUR'da 32 bin 617'dir. Bunların 17 bin 513'ü kadın 15 bin 104'ü erkektir. Türkiye'nin 15 yaş ve üzeri nüfusunun 2015 Temmuz ayında işgücüne katılma oranı %52,4 istihdam oranı ise %47,2 işsizlik oranı ise 9,8'dir.⁶

⁵Kaynak: <http://aydin.tarim.gov.tr/Menu/72/Ekonomik-Ve-Sosyal-Yapi>

⁶Kaynak: Aydın İl İstihdam Ve Mesleki Eğitim Kurulu 2015 Yılı Son Toplantısı

4. UR-GE Projesinde Yer Alan İşletmeler

İncir Sektörü UR-GE Projesinde 20 işletme yer almaktadır. Tüm küme girişimlerinde olduğu gibi, UR-GE Projelerinde de başarı için işletmelerin aynı değer zincirinde yer almaları önem taşımaktadır. Bu nedenle İhtiyaç Analizi Çalışmasında ilk olarak ürün grupları ve işletme ölçekleri incelenmiştir.

Tablo 2: İncir Sektörü UR-GE Projesinde Bulunan İşletmeler ve Ana Ürün Grupları

S	Firma Adı	Ana Ürün Kalemi
1	Uğur Kaya Gıda Sanayi Ve Dış Ticaret Ltd. Şti.	İncir, Kayısı
2	İnas Gıda Ltd. Şti.	Kuru İncir
3	Germen Tarım Ürünleri Tük. Mall.Nak. Tur. Sey. San. Ve Tic. Ltd. Şti.	İncir, Üzüm
4	Kuruoğulları Zirai Ürünler Hayvan Nak. İnş. Turz. San. Ve Tic. Ltd. Şti.	Kuru İncir
5	İnas Gıda Ticaret Ltd.Şti.	Kuru İncir,
6	Metin İncir Yerli Ürünler Gıda Hayv. Nak. İth. İhr. San. Ve Tic. Ltd. Şti.	Kuru İncir, Zeytin, Zeytinyağı Ve Kestane
7	Fama Gıda Ürün Hayv. İnş. Nak. İhr. İth. San. Ve Tic. Ltd. Şti.	Kuru Meyve, Kuru İncir, Kuru Kayısı, Üzüm Kuru Dut
8	Kaf Gıda San. Ve Tic. Ltd. Şti.	Kuru İncir Kuru Kayısı Kuru Meyve
9	Natura Kuru Meyve San. Ve Tic. Anonim Şirketi	Kuru İncir
10	Ege İncir Gıda İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.	Kuru İncir
11	Has Kuruoğulları Tarım Ürünleri San. Ve Tic. Ltd. Şti.	Kuru İncir
12	Kalkan Organik Tarım Ürünleri Gıda Ve Taş Dış Tic. Ltd. Şti.	Kuru İncir Kuru Kayısı Kestane Fındık
13	Gabay Dış Tic. Ve Gıda San. A.Ş	Kuru İncir Kuru Kayısı
14	Toroslular Gıda San. Ve Tic. Ltd. Şti.	Kuru İncir Kuru Kayısı
15	Arı Grup Gıda Hay. İnş. Enerji. Maden Ve Tur. San. Tic. Ltd Şti	İncir
16	Eko-Tar Gıda Tarım Ürünleri Arıcılık San. Ve Tic. Ltd. Şti.	İncir, Zeytin, Zeytin Yağı, Bal, Salça Vb.
17	Öz Kırıcı Gıda San.Ve Tic. A.Ş	Kuru İncir Kuru Kayısı
18	Seyrek Tarım Ürünleri San. Ve Tic. Ltd. Şti.	İncir Kayısı
19	İncirciler Zirai Ürünler Hayvancılık Gıda İnşaat Turizm San Ve Tic. Ltd. Şti.	İncir
20	Alim Yavaş Gıda Tarım Hayvancılık İnş. Petrol. Nakliyat. San Ve Tic. Ltd. Şti.	Kuru İncir Kuru Kayısı Kestane Vb.



5. Sektörün Tanımı ve Rekabet Yapısı

5.1. Sektörün Tarihçesi

İncirin anavatanı Türkiye olup, buradan Suriye, Filistin ve daha sonra da Ortadoğu üzerinden Çin ve Hindistan'a yayılmıştır. M.Ö. 484 yılında Herodotos tarafından yazılan kaynak, Anadolu'da incir kültürünün insanlık kültürü kadar eski olduğunu, kültür meyveleri içinde, en eski gelişme tarihine sahip meyvenin incir meyvesi olduğunu bildirmektedir. İncir, eski Yunan ve Mısır Uygarlıklarında verimlilik sembolü olarak kabul edilmektedir. Eski Yunanlılarda incir yapraklarının "onur verici bir hediye" olarak kabul edilmesi, olimpiyatlarda kazanan atletlere yemeleri için incir meyvesi verilmesi ve başlarına incir yaprağından örülmüş taç giydirilmesi, incir ağacının aşırı doğurganlık anlamına gelmesi, incir kültürünün daha temiz bir ahlakın yol göstericisi olarak belirlenmesi, bunun bir örneğidir. Herodotos'a göre; kuru incir Lydia'da yaşamın on temel nimetlerinden sayılmaktadır. İncir ağacı, büyük kültür ve dinlerin tümünde bir sembol olarak kullanılmıştır. İncirden sıkça söz eden eski Ahit, incirden esinlenmiş imge ve benzetmelerle doludur. İncir ağacının gölgesinde oturmak, ya da bunların meyvelerinden tatmak, dingin, huzur dolu bir varoluşu tatmakla eş anlamlı gibidir. Siddharta Guatama'nın Budizm'in temelini oluşturan ilhamı, incir ağacının altında otururken aldığı bilinmektedir. Musevilerin "Fısıh Bayramı" kutlamalarında geleneksel yiyecek olan incir, İncil'de de cennetin bahçelerinde bir ağaç olarak zikredilmekte ve kutsal meyve olması nedeniyle Noel kutlamalarının vazgeçilmez besini olarak tanımlanmaktadır. Kuran 'da Hz. Muhammed 'in "eğer seçme hakkı olsa cennete götüreceği ağacın incir ağacı olacağı" belirtilmekte, Et-Tin: 1-4 Sure 'sinde; "Andolsun, incire, zeytine, Sina Dağına ve şu emin şehre ki, biz hakikaten, İnsanı en güzel bir biçimde yarattık" denmektedir. Allah'ın insanlara lütfu olan bu kutsal ağacın meyveleri, insan sağlığına yararları açısından da mucizevîdir.

5.2. Sağlıkta İncirin Önemi

Modern bilimdeki gelişmeler, incirin sahip olduğu inanılmaz lezzetin yanı sıra, oldukça yüksek bir besin değerine sahip olduğunu da ortaya koymuştur. Her şeyden önce incir, meyveler ve sebzeler arasında en yüksek lif içeriğine sahip olan meyvedir. Lifli yiyecekler, sindirim sisteminin düzgün olarak çalışmasını sağlamakta, kolesterolün kana karışmadan atılmasına yardım etmekte ve bazı kanser türlerinin oluşumunu daha baştan engellemektedir. Sadece beş adet kuru incir, vücudun günlük lif ihtiyacının tamamını karşılamaktadır. Bilim adamlarının araştırmaları, kuru incirin antioksidan bakımından sahip olduğu zengin fenol bileşimiyle de diğer meyveleri geride bıraktığını ortaya çıkarmıştır. Öte yandan incir, vücut tarafından üretilmeyen ve dışarıdan alınması gereken omega-3 ve omega-6 yağ asitleri ile fitosterol maddesini de yoğun olarak içermektedir. Yağ asitleri, beyin ve sinir sisteminin sağlıklı şekilde işlev görmesi açısından vazgeçilmez öneme sahip oldukları gibi, fitosterol da hayvansal gıdalardaki kalp ve damar sağlığı açısından tehlikeli olan kolesterolün kana karışmadan vücuttan atılmasını sağlamaktadır. İncir, aynı zamanda en yüksek mineral içeriğine sahip olan meyvedir. 40 gram incir, günlük potasyum ihtiyacının %7'sini, günlük kalsiyum ve demir ihtiyacının ise %6'sını karşılayabilmektedir. Bir kâse kuru incir, bir kâse süt ile aynı miktarda kalsiyum sağlamaktadır. İncir protein, karbonhidrat, fosfor, kalsiyum, demir, sodyum, potasyum, magnezyum içerdiği gibi A, B1, B2, B3, B6, C vitamini ve folik asit açısından da zengindir. Sindirimi kolaylaştırdığı gibi, hücrelerin yenilenmesine de

yardımcı olmakta ve içeriğindeki benzaldehit maddesiyle kanserli hücrelerin büyümesini önlemektedir.⁷

5.3. Sektörün Tanımı ve UR-GE Projesinde Ürünün Kapsamı

İncir kuru ve yaş olmak üzere pazarda yer bulmaktadır. UR-GE Projesinde yer alan üreticilerin yapısı ve ticarete konu olan ürünün kuru incir olması nedeni ile raporda kuru incir odaklı bir çalışma yer almaktadır. Kuru incir sektörü, biskivü, şekerleme, ekmek, pasta sanayi (endüstriyel) ya da doğrudan kuru meyve olarak kullanan sektörler için ana ve ara sektör konumundadır. Kuru incir ayrıca kuru meyve sektörünün alt sektörü özelliği taşıması nedeni ile kuru meyve sektör verilerine de raporda yer verilmiştir.

Kuru İncir Ve Ambalaj Çeşitleri (konvansiyonel, organik ürünler) ezme, kesme



İsim: Lerida

Açıklama: Kuru incirler sap ve göz kısmı üst üste gelecek şekilde yuvarlatılarak yan yana veya üst üste dizilerek hazırlanır.

İncir No: 1,2,3,4,5,6,7,8

Ambalaj: Karton Kutu: 200 gr. 250 gr. 400 gr. 800 gr. 1 kg. 1,25 kg. Ahşap Kutu: 250 gr. 500 gr.



İsim: Protoben

Açıklama: Kuru incirler sap ve göz kısmı gizlenerek üst üste bindirilerek hazırlanır.

İncir No: 1,2,3,4,5,6,7,8

Ambalaj: Karton Kutu: 250 gr. 400 gr. 500 gr.



İsim: Garland

Açıklama: Kuru incirler özel kalıplarda simit şeklinde hazırlanır.

İncir No: 1,2,3,4,5,6,7,8

Ambalaj: Selefön: 200 gr. 250 gr. 400 gr.
Pvc: 250 gr.



İsim: Pulled

Açıklama: Kuru incirlerin sapları gizlendikten sonra, üst kısımları bombeli ve kare tabanlı olarak hazırlanır.

İncir No: 2,3,4,5

Ambalaj: Karton: 250 gr. 500gr. 1 kg. Ahşap Kutu: 250 gr. 500 gr.,

⁷ Kaynak: Anonim, 2016a



İsim: Layer

Açıklama: Kuru incirlerin sapları gizlendikten sonra, üst kısımları bombeli ve kare tabanlı olarak hazırlanırlar.

İncir No: 6,7

Ambalaj: Selefön 250 gr. 500 gr.



İsim: Naturel

Açıklama: Şekil verilmemiş, doğal durumunu muhafaza eden kuru incir. Bunların sap ve göz kısımları kesilmiş olabilir.

İncir No: 1,2,3,4,5

Ambalaj: Karton Kutu: 250 gr. 400 gr. 500 gr. 1 kg. 2,5 kg, 10 kg.



İsim: Kesme İncir

Açıklama: Kuru incirler kesme makinesinde farklı boyutlarda (3x5mm, 5x7mm, 7x10mm) küp şeklinde kesilir.

İncir No: 1,2,3,4,5

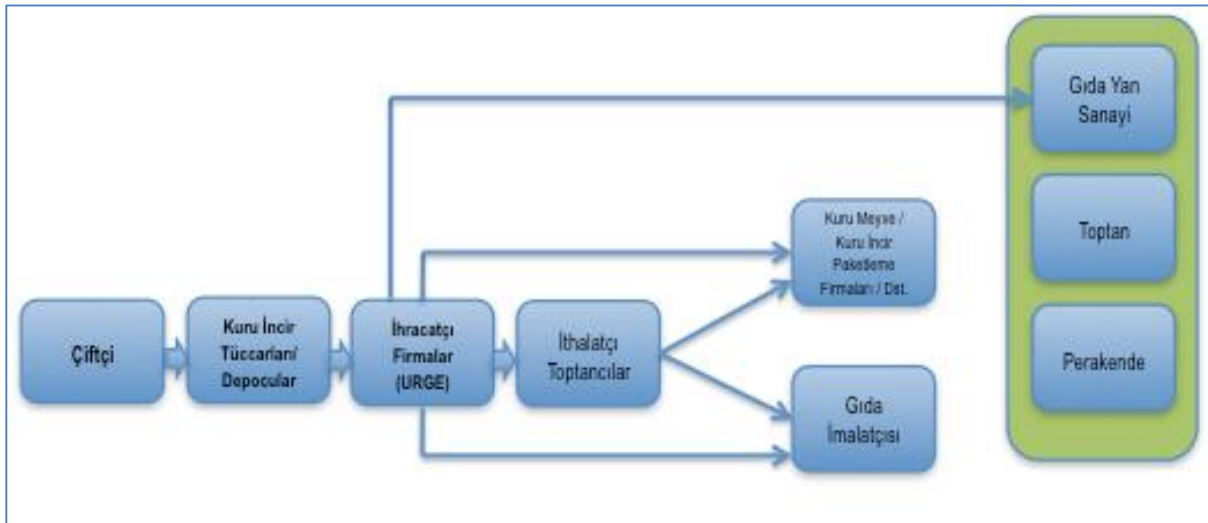
Ambalaj: Karton Kutu 500 gr. 1 kg. Pvc: 250 gr. 500 gr.

5.4. Sektörün İşleyişi, Rekabet Yapısı ve İlişkili Pazar Bölümleri

5.4.1. Sektörün İşleyişi

Sektörde faaliyet gösteren üreticiler için sektörün rekabet yapısını belirleyen unsurlar, değer zinciri boyunca yer alan tüm oyuncular arasındaki ilişkiler, sektör karlılığının ve pazarlık gücünün bu zincir boyunca hangi aktörler arasında olduğu ile şekillenmektedir. Bu başlık altında küresel bazda sektörde yer alan aktörlerin pazarlık gücü ve kârlılık konumu incelenecek, Aydın'da faaliyet gösteren üreticiler için sektörün rekabetçilik yapısı ve işleyişine ışık tutulacaktır. Bu bölüm başta ihracat hedef pazarları olmak üzere, UR-GE Projesinde yer alan firmaların gelecekte stratejik konumlanmaları açısından önemlidir.

Şekil 1: Kuru İncir Sektörünün İşleyişi



Kaynak: URAGEM Danışmanlık tarafından saha çalışması neticesinde hazırlanmıştır.

Şekil 1’de de görüldüğü gibi sektörün işleyişinde birden fazla ve çok sayıda aktör yer almaktadır. Ürün fiyatı ve pazarlığı çiftçiden başlayarak, nihai tüketicinin önüne varana dek birçok katmandan geçmektedir. İhracatçı firmalar için ihracat süreçleri üretim ve ihracat süreçlerinin geliştiği iç piyasa koşullarının yanı sıra dış pazarlardaki yapıyı anlamak önemlidir. UR-GE projesi açısından bakıldığında ise, faaliyetlerin hedef odaklı tasarlanması için proje koordinasyon ekibinin pazar yapısı, müşteri profili ve ana aktörlerin anlaşılması yol göstericidir.

Çiftçiler: Kuru incir dalında kuruduktan sonra hasatı yapılan, çiftçiler tarafından kısa bir süre muhafaza edildikten sonra alıcılara satılan bir üründür. Kuru incirin raporun ilgili bölümlerinde detayları ile belirtildiği gibi kalitesini doğrudan etkileyen hususlar ilk olarak çiftçilerin bilinçli üretim yapmalarından başlamaktadır. Rekabet koşullarında kalite ve buna bağlı olarak karlılık oranları çiftçide başlamaktadır. Aydın’da kuru incir rekoltesi her yıl yaklaşık 60.000 ton olmakla birlikte bunun sadece 15.000 tonu en üst kalitede incirdir. Kaliteli incir üretiminde, kurutma yöntemleri, hijyen, ağaç dikim ve bakımı gibi hususlarla en kritik oyuncuların başında çiftçiler gelmektedir. Kuru incirde özellikle az miktarda olan yüksek kaliteli incire olan talep her zaman yüksek olmaktadır.

Kuru İncir Tüccarları / Depocular: Kuru incir çiftçilerden tüccarlar tarafından toplanarak alınmakta ve bu tüccarların depolarında saklanmaktadır. Depocular birbirinden farklı onlarca çiftçiden ürünü kendi araçları ile toplayarak ürünü işleyerek ihracat yapan üreticilere satmaktadır. Depolarda/Tüccarlarda toplanan incir işlenmemekte boylama işlemi ve kötü mahsülün ayrıştırılması işlemi yapılmaktadır. Yapılan saha çalışmasında edinilen bilgiye göre Aydın’da yaklaşık 150 depo/tüccar bulunmaktadır. Son yıllarda depoculuk/tüccar olarak çalışan firma sahiplerinin, devlet desteklerinin de etkisi ile üretim/işleme yapacak şekilde iş değişikliğine gittikleri ve ihracat hedefi ile üretim tesisi açtıkları görülmektedir. UR-GE projesi içinde yer alan 4 firma halen depocu/tüccar olarak faaliyet göstermekte, 3 firma ise ürün işleme ve ihracat hedefi ile yeni işletme kuran yapıdadır.

Üretici / İhracatçı Firmalar: Kuru inciri talebe/siparişe bağlı olarak tüccarlardan alarak, işleyen ve büyük ölçüde ihracat pazarlarına yönelik çalışan firmalardır. Üretici firmalar inciri farklı aşamalardan geçirerek, paketleyerek tüketime hazır hale getirmektedir. İhtiyaç Analizi saha çalışmasından edinilen bilgiye göre Aydın’da kuru incir işleyen 150’nin üzerinde üretici şirket bulunmaktadır. Bu şirketlerin yaklaşık 15 tanesi diğer işletmelerle kıyaslandığında büyük ölçeklidir. Üretici firmalar küçük paketler şeklinde ya da dökme olarak tabir edilen şekillerde ihracat yapmaktadır.

İthalatçı Toptancılar: Kuru incir başta AB ülkeleri olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde tüketilmekte ve alıcı bulmaktadır. Yurt dışında da tıpkı yurt içinde olduğu gibi, kuru inciri tedarik eden ve kendi müşterilerine / zincir marketlere dağıtan bir yapı bulunmaktadır. Üreticiler yurt dışında kuru inciri alarak, kendi pazarlarında dağıtan ithalatçı toptancıları ile çalışmaktadır. Yurt dışında çalışan söz konusu toptancılar kısıtlı sayıdadır ve alımları hacimsel olarak yüksek miktarlardadır.

Türkiye’den ithal ettikleri ürünü AB ve dünya pazarlarına ihraç etmektedir. İthalatçı toptancıların gelecekte oynadıkları rolün küçüleceği beklenmektedir, keza gıda üreticileri artık kendi ürünlerini doğrudan satın alma yoluna gitmektedir.

Atıştırmalık Sektörü Paketleme Dağıtım Firmaları: AB başta olmak üzere, büyük zincir marketler kendi etiketleri basılmış şekilde ürünü küçük paketler şeklinde almaktadır, bu

nedenle ürünü toptancısından (ithalatçı ve /veya ihracatçı toptancı) alarak paketleyen ve zincir marketlere ulaştıran firmalar bulunmakta ve sektörün işleyişinde her geçen gün daha önemli bir rol oynamaktadır.

Gıda Üreticileri: Gıda üreticileri kendi içinde birçok alt sektöre ayrılmaktadır; bunun içinde kuru incir ya da kuru meyveyi yan ürün olarak kullanan alanlar girebilmektedir. Örneğin kahvaltılık gıda üreticileri kuru incir, kuru meyveyi yan ürün olarak kullanabilmektedir. Hızlı kahvaltı ürünleri, sağlıklı yaşam ürünleri pazarı giderek daha çok önem kazanmaktadır.

Zincir Marketler: Büyük zincir marketler kuru incir alımını genelleikle, ithalatçı toptancılar ya da paketlenme yapan işleyici üreticilerden almakta, doğrudan ihracatçı firmalardan tedarik etme yolunu seçmemektedir. Az da olsa, ihracatçılardan doğrudan ürün alan zincir marketler de bulunmaktadır.

Sektörde pazarlık gücü başka bir ifade ile fiyat baskısı büyük zincir marketlerden, toptancı ithalatçılara, toptancı ithalatçılardan üretici ihracatçıya, üreticiden tüccara/depocuya ve en nihayetinde çiftçiye doğru inmektedir. Deyim yerinde ise perakende sektörünün kalbini oluşturan zincir marketlerin fiyat baskısına ek olarak talepleri her geçen gün artmaktadır. Müşteri karşısında pazarlık gücünü artıran faktörler arasında;

- Ürün Kalitesi,
- Ürün Miktarı,
- Rakiplerden Daha Düşük Fiyat Verebilmek,
- Sürdürülebilir, Sürekli Olmak,
- Ürünü Yetiştirdiği Yerinden / Lokal Olarak Temin Edebilmek,
- Doğal Ve Organik Olması,
- Tedarik Zinciri Boyunca Şeffaflık

Burada önemli bir hususun altını çizmekte fayda bulunmaktadır. Toptancı ithalatçılar büyük miktarlarda alım yapmaktadır, bu nedenle nispeten küçük ölçekte ürün işleyen firmalar için doğrudan hedef müşteri pozisyonunda olmayabilirler. Bu noktada UR-GE projesi içinde yer alan firmaların üretim kapasiteleri göz önünde bulundurularak proje faaliyetleri tasarlanmıştır. Yine de rekabet şartları ölçek gözetmeksizin tüm üretici işletmeler için geçerlidir.

Özetle sektörel işleyişte, kârlılık oranı en yüksek olan ve üretici/ihracatçı üzerinde pazarlık gücü bulunan grup ithalatçı toptancılarıdır. Sektörel uluslararası rekabet şartlarını karşılayabilen firmalar için kendi üretimlerine ya da markalarına yönelik doğrudan ihracatçıdan alım yapan hatta kendi markaları ile paketlenmiş şekilde ithalat yapan nispeten daha küçük ölçekli zincir marketler hedef müşteri grubu olarak tanımlanabilir.

5.4.2. Rekabetin Yapısı

Sektörü yapısal olarak değerlendirdiğimizde stratejik kararlarımızı etkileyen ana faktörleri ele almakta fayda bulunmaktadır. Üretici firmaların rekabet stratejilerini doğrudan etkileyen ve sektörü yapısal olarak oluşturan ana faktörler; alıcıların pazarlık gücü, tedarikçilerin pazarlık gücü, pazara giriş engelleri ve ikame etkisi başlıkları altında incelenebilir:

Alıcıların Gücü: UR-GE Projesinde bulunan firmaların başta yurt dışı pazarlar olmak üzere ürünlerini gönderdikleri en önemli alıcı grubu yurt dışı pazarlarda bulunan toptancı ithalatçılar, büyük ve orta ölçekli zincir market gruplarıdır. İthalatçı toptancılar kuru inciri kendileri satın alıp üzerine kâr ekleyerek veya komisyon ile kuru incir satan zincir marketlere

satmaktadır. İşletmelerin hedefleri arasında komisyoncu ya da aracı görevi gören ithalatçı toptancılardan ziyade doğrudan zincir market gruplarına ulaşabilmektir. Kuru incir sektöründe en büyük Pazar AB pazarıdır. AB pazarında ise önde gelen ithalatçı ülkeler arasında Almanya ve Fransa gelmektedir. AB ülkelerinde faaliyet gösteren büyük bir dağıtım ve müşteri ağına sahip söz konusu toptancı ithalatçılar sınırlı sayıdadır, bu nedenle pazarda yeni müşterilere ulaşmak ciddi rekabet avantajlarına sahip olmayı gerektirir, keza alım yapmakta olan mevcut yapıların oturmuş tedarikçi yapıları bulunmakta, çalışma sistemlerine yeni tedarikçileri eklemek konusunda yavaş davranmaktadır. Önemli olan bir başka husus ise ölçek faktörüdür. Başta Avrupa pazarına yönelik olmak üzere alım yapan ithalatçılar ya da zincir marketlerin satın alma birimleri, yüksek hacimde ve talep ettikleri koşullarda ürünü kendi belirledikleri fiyatlarda ve sürede talep etmektedir. UR-GE Projesinde yer alan firmaların büyük bir çoğunluğu nispeten küçük ve orta hacimlerde ürün tedariği sağlayabilmektedir. Fiyat baskısının artmasının nedenlerinden biri de uluslararası zincir marketlerin yarattıkları ölçek ekonomisi ile ilişkili olarak, birim fiyatlar üzerindeki fiyat baskısı yüksektir. Özetle, sektörün mevcut işleyişi ve yapısında büyük alıcıların üretici ihracatçı firmalar üzerindeki fiyat ve pazarlık gücü yüksektir, firmaların mevcut koşullarda rekabet gücü zayıftır ve gelecekte şartlar daha da zorlaşacaktır.

İç piyasa koşullarına bakıldığında alıcıların pazarlık gücünün yine yüksek olduğu ve piyasa iş yapma koşullarının üretici firmalar için zorlayıcı olduğu görülmektedir. Firmalarla yapılan görüşmeler iç piyasada talebin düşük olması ve fiyat baskısına ek olarak vadelerin 12-18 ay gibi uzun sürelerle yansımaları ile alıcılarla pazarlık zor hale geldiğini göstermektedir. Talebin yapısına ilişkin detaylı bilgi raporun Küme Analizi bölümünde bulunabilir.

Tedarikçilerin Pazarlık Gücü: İşletmelerin üretim faaliyetlerinde, nihai üründe ve ham kuru incirde iki önemli tedarikçi grubu bulunmaktadır; i) Kuru incir tedarikçileri (Depocular) ii) Kuru incir üreticisi (çiftçi)

Kuru İncir Tedarikçileri (Depocular): Kuru İncir sektörü için gerek ürün miktarı, kalitesi ve fiyatlandırma politikaları kapsamında ham kuru incir tedarikçilerine önemli oranda bağlıdır. Türkiye’de sektörün rekabetini etkileyen en önemli unsurun talebi karşılayacak miktarda ve kalitede işlenmemiş kuru incirin zor bulunmasından (Yıllık rekolte miktarının belli olmasından) ve kaliteli inciri bir araya getirmenin meşakatli olmasıdır. İşletmeler üzerinde tedarikçilerin pazarlık gücü orta seviyededir.

Kuru İncir Üreticisi (Çiftçiler): Kuru incirin yetiştirilmesinde ve işletmelere kuru incirin en iyi kalitede ulaşmasında çiftçilerin rolü çok yüksektir. Ürünün incir ağacından düştükten sonra kurutulması ve saklanması sürecinde kullanılan yöntemlerin ürünün aflatoxin miktarı ve ezik incir olmaması konusunda kritik rol oynamaktadır. Kuru incir üreticilerinin kaliteli ve işlenmesi kolay olan kuru inciri nakit olarak satmasından ve kaliteli incirin az miktarda yetiştirmesinden dolayı fiyat baskısı orta seviyededir. Tedarikçi ve işletmeler arasında yıllara dayanan ilişkilerin olması, karşılıklı güven ve ölçek gibi nedenlerle tedarikçi ve işletmeler ürün fiyatında tarafları memnun edecek sonuçlara ulaşabilmektedir.

Pazara Giriş Engelleri: Kuru incir işletmeleri ve kuru incir tedarikçileri aile şirketi yapısındadır, geçmişten bugüne uzun yıllara dayanan tecrübe üzerine kurulu bir işletme modeli hakimdir. Mülakat yapılan 20 işletmenin tamamı sektöre girebilmek için öncelikle kuru incirin kalitesini bilmek ve pazarı tanımak gerekliliğinin altını çizmiştir. Kuru incir üretimi ve işlenmesi ile ilgili süreçleri bilmenin öneminin altı çizilmiştir. Son yıllarda sektöre giren üretici

işletmelerin sayısında artış yaşanmaktadır, bu artışın nedenlerinden biri sektörde depoculuk yapan tüccarların devlet desteklerinin de etkisi ile kendi işleme tesislerini kurmaları olmuştur.

İşletmeler için sektöre yeni giren işletmelerin sayısının fazla olmasının rekabet üzerinde bazı olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler arasında

- Pazara yeni giren firmaların pazarda tutunmak için fiyat düşürmeleri ile fiyata dayalı yıkıcı rekabetin artması,
- Pazarda kaliteli incirin sınırlı miktarda olmasının karşısında, bazı pazarlarda pazar alışkanlığının nispeten kalitesi düşük incire dayalı gelişmesi nedeni ile kalitesi düşük incirin kimyasal işlemlerden geçirilerek pazarda kaliteli incir karşısında düşük fiyattan satılması ve haksız rekabetin doğması,
- İncir işlenmesi sürecinde en kritik rolü oynayan sezonluk işçinin firmalar arasında bölünmesi ile arzu edilen nitelikte işçiye ulaşılmasında ağırlık yaşanması ve işçi maliyetlerinin giderek artması,

Pazara giriş engelleri mevcut durumda orta seviyededir, kuru incir işlenmesine yönelik bir tesis açmak çok büyük sermaye ve ileri teknoloji yatırımı gerektirmektedir. İlerleyen dönemde üretici firma sayısının artmaya devam edeceği beklenmektedir. Mevcut durumda 150'nin üzerinde incir işletmesinin bulunduğu tahmin edilmektedir.

İkame Ürünlerin Etkisi: Kuru incir sektörü açısından kuru incir ikamesi diğer ürünlere göre daha az olan ve belirli müşteri gruplarına hitap eden özellikte bir üründür. Kalite açısından çeşitlerinin olması risk oluştursada kuru incirin en kaliteli sarılop çeşitinden yapılmaktadır. Kalitesiz kuru incirlerin hidrojen peroksit ile kaliteli gibi gösterilerek yurtdışı pazarına girmesi sektör açısından risk oluşturmaktadır. Kalitesiz incirin hidrojen peroksit ile beyazlatılarak kaliteli gibi gösterilmesi ve müşteri alışkanlıklarının bu şekilde oluşturulması ilerleyen zamanlarda kaliteli kuru incir pazarının daralması yönünde olumsuz etkisi bulunmaktadır.

Kuru incir atıştırmalık kuru meyve alanında değerlendirildiğinde diğer tüm kuru yemiş ve kuru meyveler kuru incir ile ikame edilebilecek niteliktedir. Bu nedenle incirin faydalı ve kullanım alanlarının gerek mevcut gerekse yeni pazarlarda yaygınlaşacak şekilde anlatılmasında fayda vardır. İkame etkisi açısından değerlendirildiğinde kuru incir atıştırmalık gıda grubunda alternatifleri olsa da özellikleri bakımından yeri doldurulamayacak bir üründür. İkame etkisi orta seviye olarak kabul edilebilir.

Rekabetin Doğası ve Seviyesi: Kuru meyve ve kuru incir sektöründe faaliyet gösteren üretici firmalar arasında rekabet yüksek ve büyük oranda fiyata dayalıdır. Üretici firmaların neredeyse tamamını birbirlerinin aynı olan ürünü alıcıya satmaktadır. Ölçek ekonomisi kapsamında üründe farklılık yaratılamayan bir yapıda değerlendirilecek üreticiler için rekabet koşulları zorlaşmaktadır. Ancak niş alanda “unique selling point” “taklit edilemeyecek ürün/servis/satış özelliği” olan ürünler veya üreticiler için rekabet şartları farklılaşabilmektedir.

Tablo 3: Sektör Rekabet Koşulları

Sektör Rekabet Koşulları

Alıcıların Pazarlık Gücü: Başta Avrupa pazarına yönelik olmak üzere alım yapan ithalatçılar ya da zincir marketlerin satın alma birimleri, yüksek hacimde ve talep ettikleri koşullarda ürünü kendi belirledikleri fiyatlarda ve sürede talep etmektedir. UR-GE Projesinde yer alan firmaların büyük bir çoğunluğu nispeten küçük ve orta hacimlerde ürün tedariki sağlayabilmektedir. Fiyat baskısının artmasının nedenlerinden biri de uluslararası zincir marketlerin yarattıkları ölçek ekonomisi ile ilişkili olarak, birim fiyatlar üzerindeki fiyat baskısı yüksektir. Özetle, sektörün mevcut işleyişi ve yapısında büyük alıcıların üretici ihracatçı firmalar üzerindeki fiyat ve pazarlık gücü yüksektir, firmaların mevcut koşullarda rekabet gücü zayıftır ve gelecekte şartlar daha da zorlaşacaktır.

ALICILARIN FİRMALAR ÜZERİNDE PAZARLIK GÜCÜ: YÜKSEK

Tedarikçilerin Pazarlık Gücü: Kuru incir işleme fabrikalarında kalite, miktara ve fiyata doğrudan bağlıdır. Türkiye’de kuru incir talep edilen miktarı karşılayacak yeterli seviyede olmasına rağmen rekoltesi belli bir üründür (Yıllık Ortalama 65000 Ton), kaliteli kuru incir miktarında sıkıntılar yaşanmaktadır. Kuru incir üzerinde tedarikçilerin fiyat baskısı orta düzeydedir. Ayrıca yapılan hammadde alımlarında fire oranlarının yüksek olması, ne oranda 1.kalite kuru incir çıkacağının bilinmemesi işletme karlılık oranlarını etkilemektedir.

TEDARİKÇİLERİN FİRMALAR ÜZERİNDE PAZARLIK GÜCÜ: ORTA

Pazara Giriş Engelleri, Yeni Firmaların Rekabet Tehtidi: Türkiye’de Aydın bölgesinde 150’den fazla kuru incir işletmesi bulunmaktadır. Her yıl kırsal kalkınma teşviğinden faydalanarak ya da öz sermaye ile açılan 5 ve üzeri firma bulunmaktadır. Yeni kuru incir işleme fabrikaları yatırımları yapılmakla birlikte, açılan yeni işletmeler sektörden gelen kişilerce açılmaktadır. Yeni açılan işletme sayısı kapanan işletme sayısı ile orantılıdır. Sektör içerisinde bulunan tedarikçilerin veya genç girişimcilerin işletme açılarak sektöre girmesi beklenmekte fakat pazar olarak daralma beklenmemektedir.

YENİ GİREN İŞLETMELERİN YARATTIĞI REKABET TEHTİDİ: ORTA

İkame Ürünlerin Etkisi: Aydın İnciri Kuru incir sektöründe önemli bir yere sahiptir. İncirin kendi içerisinde çeşitleri olmasına rağmen kuru incirin elde edildiği çeşit sarılop çeşitidir. Aydın incirinin ikamesi bulunmamaktadır.

Kuru incir atıştırmalık kuru meyve alanında değerlendirildiğinde diğer tüm kuru yemiş ve kuru meyveler kuru incir ile ikame edilebilecek niteliktedir. Bu nedenle incirin faydalı ve kullanım alanlarının gerek mevcut gerekse yeni pazarlarda yaygınlaşacak şekilde anlatılmasında fayda vardır. İkame etkisi açısından değerlendirildiğinde kuru incir atıştırmalık gıda grubunda alternatifleri olsa da özellikleri bakımından yeri doldurulamayacak bir üründür. İkame etkisi ora seviye olarak kabul edilebilir.

FİRMALARIN İKAME ÜRÜNLER KARŞINDA REKABET GÜCÜ: ORTA

Rekabetin Doğası: Kuru meyve ve kuru incir sektöründe faaliyet gösteren üretici firmalar arasında rekabet yüksek ve büyük oranda fiyata dayalıdır. Üretici firmaların neredeyse tamamını birbirlerinin aynı olan ürünü alıcıya satmakadır. Ölçek ekonomisi kapsamında üründe farklılık yaratılamayan bir yapıda değerlendirilecek üreticiler için rekabet koşulları zorlaşmaktadır. Ancak niş alanda “unique selling point” “taklit edilemeyecek ürün/servis/satış özelliği” olan ürünler veya üreticiler için rekabet şartları farklılaşabilmektedir.

FİRMALAR ARASINDA REKABETİN ETKİSİ: YÜKSEK

5.4.3. İlişkili Pazar Bölümleri ve Trendler

Saha çalışması kapsamında mülakat yapılan firma sahipleri şu sözleri çokça dile getirmiştir *“İnciri incir olarak toptancılara sattığımız sürece kâr etmemiz mümkün değildir.”* Bu noktada kuru incir işlenmesi ve/veya kuru incirle katma değer kazanan alanlara yönelmek stratejik bir alternatif olarak düşünülmelidir. Bu bağlamda kuru meyve ve kuru incir ile ilişkili olan sektörlere değinmekte fayda görülmektedir.

Kuru incir sektörü, biskivü, şekerleme, ekmek, pasta sanayi (endüstriyel) ya da doğrudan kuru meyve olarak kullanan sektörler için ana ve ara sektör konumundadır. Bu sektörler arasında;

- Atıştırmalık ürünler,
- Kahvaltılık tahıl ve kuru meyve,
- Şekerleme, çikolata, pastacılık
- Sağlıklı yaşam ve beslenme,
- Kozmetik sayılabilir.

Atıştırmalık ürünler sektörü: kuru meyve ve kuru incirin doğrudan tüketildiği sektörlerin başında gelmektedir. Süpermarketlerin yanı sıra, birçok ülkede kuru meyve ve kuruyemişe özel market ya da satış noktaları bulunmaktadır. Atıştırmalık ürünleri bünyelerine dahil eden fast-food zincirleri, hastaneler, okullar, yaşlı bakım merkezleri ve hazır yemek (catering) şirketleri bulunmaktadır. Sayılan grupların, atıştırmalık ürünleri kendi markaları ile ürettiren ve UR-GE Projesi firmaları içingerek yurt içinde gerekse yurt dışında pazar olarak değerlendirilmesi gereken gruplar arasındadır. Atıştırmalık ürünlerin ithalatı ve paketlenmesi alanında çalışan firmalara örnek olarak Intersnack, Atrimex ve Seeberger gösterilebilir.⁸

Çikolata, Şekerleme ve Bisküvi Sektörü: Bu sektörde faaliyet gösteren üreticiler, ürünlerinde kuruyemiş ve kuru meyve kullanan en büyük alıcı grubu arasındadır. Sağlıklı yaşamın ve sağlıklı gıda tüketiminin giderek daha fazla önem kazanması ile ürünlerde kuru meyve, kuru yemiş kullanımı artmaktadır. Bu alanda Nestle, Ferrero örnek olarak verilebilir.

Kahvaltılık Tahıllar, meyve ve müsli sektörü: İçerisinde birçok kuru meyve ve tahılın yer aldığı sektör 6 milyar dolarlık bir pazara sahiptir, 75’den fazla üreticinin yer aldığı sektörde İngiltere, Almanya ve Fransa en büyük pazarlar arasında yer almaktadır. Kellogs, Nestle ve Brüggen örnek üreticiler arasındadır.

Özetle gıda sektöründe büyümekte olan ve yukarıda örnek olarak verilen alanlar dışında gelişmekte olan birçok alan küçük üreticiler için fırsatlar içeren pazar bölümleri arasındadır.

Üretici işletmeler mevcut gıda işleme alt yapıları ile ya da mevcut alt yapıları geliştirerek kuru incir dışında kurutulmuş sebze, meyve ve ilişkili alanlarda da adımlar atabilir. Özel projelerle katma değer yaratarak kar marjını artırabilirler. Sektöre sadece kuru incir sektörü olarak bakmak yerine daha geniş bir yelpaze ile ürün çeşitlendirmesi ile de bakılabilir.

⁸Channels and Segments: Edible Nuts and Dried Fruit in Europe, CBI Market Intelligence, s.4

6. İncir Sektör Verileri

Bu bölümde incir sektörünün Dünya ve Türkiye ihracat ve ithalat verileri detaylı olarak ele alınmıştır.

6.1. Sektör Pazar Büyüklüğü

Tablo 4’de incir sektörünün Dünya, AB ve Türkiye pazar büyüklüğü ve ekonomideki yeri görülmektedir.

Tablo 4: Dünya, AB ve Türkiye İncir Sektörü Pazar Büyüklüğü (2010-2014; Bin ABD Doları)

	Değişken	2010	2011	2012	2013	2014	YBBO	TBO
Küresel	KİPB*	Değer	706,942	726,360	725,172	903,029	1.066,411	
		Büyüme		2,7%	-0,2%	24,5%	18,1%	56,5%
	GSYH	Değer	65.489.204.325	72.572.243.987	74.041.585.786	76.123.950.103	77.868.767.941	
		Büyüme		10,8%	2,0%	2,8%	2,3%	17,9%
	İPB/GSYH	0,0000011%	0,0000010%	0,0000010%	0,0000012%	0,0000014%		
	Değişken	2010	2011	2012	2013	2014	YBBO	TBO
AB**	ABİPB*	Değer	281,226	303,619	297,660	348,190	392,220	
		Büyüme		8,0%	-2,0%	17,0%	12,6%	35,6%
	GSYH	Değer	16.937.824.892	18.310.001.820	17.232.152.914	17.950.130.245	18.460.645.625	
		Büyüme		8,1%	-5,9%	4,2%	2,3%	9,2%
	ABİPB/GSYH	0,0000017%	0,0000017%	0,0000017%	0,0000019%	0,0000021%		
	Değişken	2010	2011	2012	2013	2014	YBBO	TBO
Türkiye	TİPB	Değer	187,705	185,457	201,413	244,323	283,879	
		Büyüme		-1,2%	8,6%	21,3%	16,2%	44,9%
	GSYH	Değer	731.168.059	774.754.155	788.863.302	823.242.587	799.534.963	
		Büyüme		6,0%	1,8%	4,4%	-2,9%	9,3%
	TİPB/TGSYH	0,0000257%	0,0000239%	0,0000255%	0,0000297%	0,0000355%		
	TİPB/ABİPB*	66,7%	61,1%	67,7%	70,2%	72,4%		
	TİPB/KİPB*	26,6%	25,5%	27,8%	27,1%	26,6%		

Kaynak: ITC Trade Map ve Worldbank World Development Indicators (WDI), URAGEM tarafından hesaplanmıştır. Pazar büyüklükleri GTIP 080420 kodlu ürünün ihracat ve ithalat rakamları baz alınarak hesaplanmıştır. Sektör Verileri EU 27 AB üye ülkelerini kapsamaktadır.

*KİPB: Küresel İncir Pazar Büyüklüğü, ABİPB: Avrupa Birliği İncir Pazar Büyüklüğü, TİPB: Türkiye İncir Pazar Büyüklüğü

Dünya İncir sektör büyüklüğü 2014 yılı için 1.066,41 Milyar ABD Dolarıdır. Türkiye, dünya pazar büyüklüğünün 283,879 Milyon ABD Dolarını oluşturmaktadır. Dünya incir pazar hacmi en fazla büyümeyi %24,5 ile 2013 yılında göstermiştir. Sektör 2014 yılında %18,1 büyüme ile 1.066,441 Milyar ABD Doları kadar büyümüştür. AB Ülkelerinin incir pazar büyüklüğü 392,220 Milyon dolar olarak görülmektedir. AB Ülkeleri incir pazar büyüklüğü %12,6 ile 2014 yılında büyüme göstermiştir. Türkiye incir pazar büyüklüğü 2013 yılında %21,3 büyüme göstermiştir. 2014 yılında incir pazar büyüklüğü %16,2 büyüme ile 283,879 Milyon ABD Doları kadar büyümüştür. İncir sektörü dünya ekonomisinde küçük bir paya sahiptir.

6.1.1. Dünya İncir İhracatı

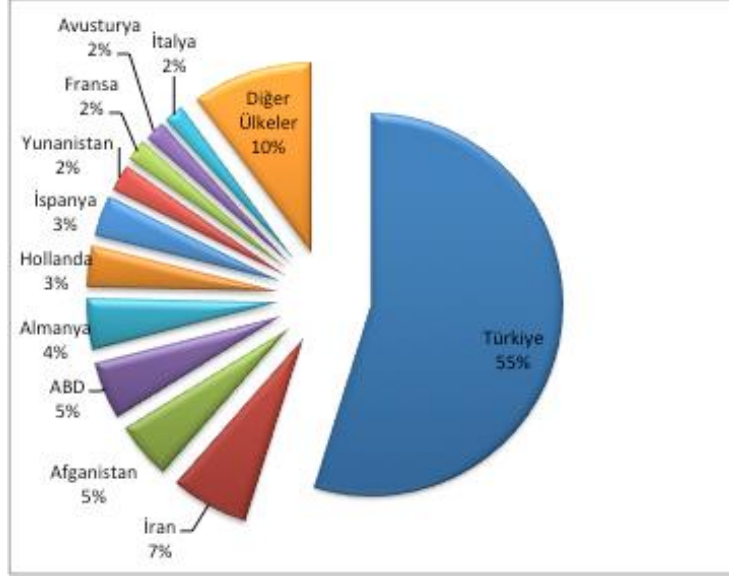
Tablo 5'te son beş yıllık İncir ihracat verileri ile 2013 yılı ve 2014 yılı incir sektörü İhracatı yüzdesel değişimleri görülmektedir. Türkiye, dünya incir ihracatının %54.82'sini gerçekleştirerek lider konumda bulunmaktadır. Türkiye'yi %6.56 ile İran, %4.86 ile Afganistan ve %4.85 ile ABD takip etmektedir.

Tablo 5: 2014 Yılı Dünya'da İncir İhracatı Yapan İlk 25 Ülke ve Yüzdesel Değişim,(Bin ABD Doları)

İhracatçı ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014	2013/2014 Değişim %	Pay %
Dünya İncir İhracatı	336.837	343.063	359.770	424.804	512.259	20,6%	100%
Türkiye	184.678	180.838	196.754	241.539	280.807	16,3%	54,82%
İran	19.181	18.726	N/A	18.729	33.617	79,5%	6,56%
Afganistan	6.847	5.591	9.891	16.456	24.912	51,4%	4,86%
ABD	21.646	21.271	24.434	20.613	24.865	20,6%	4,85%
Almanya	11.442	17.492	18.251	18.967	21.711	14,5%	4,24%
Hollanda	16.083	18.754	19.159	19.377	17.936	-7,4%	3,50%
İspanya	8.961	10.498	9.914	13.329	17.768	33,3%	3,47%
Yunanistan	9.366	10.153	10.468	12.600	11.738	-6,8%	2,29%
Fransa	8.339	8.945	7.584	8.582	9.403	9,6%	1,84%
Avusturya	3.902	3.132	5.135	8.081	8.964	10,9%	1,75%
İtalya	8.308	8.612	7.404	9.351	8.780	-6,1%	1,71%
Brezilya	4.476	7.302	8.491	8.212	8.740	6,4%	1,71%
Meksika	4.454	6.817	4.003	4.374	5.855	33,9%	1,14%
Belçika	4.720	4.542	4.500	4.842	5.162	6,6%	1,01%
Danimarka	1.802	2.115	3.295	3.551	3.792	6,8%	0,74%
İsrail	2.214	1.926	2.460	3.222	3.511	9,0%	0,69%
Suriye	5.328	3.095	2.924	4.254	3.413	-19,8%	0,67%
Güney Afrika	466	66	1.522	1.649	2.985	81,0%	0,58%
B.A.E.	165	440	908	2.387	1.973	-17,3%	0,39%
İngiltere	690	771	928	1.503	1.665	10,8%	0,33%
Hong Kong, Çin	892	1.518	999	1.500	1.495	-0,3%	0,29%
Slovakya	1.707	2.051	2.588	2.659	1.386	-47,9%	0,27%
Tunus	119	177	449	810	1.340	65,4%	0,26%
Litvanya	587	877	1.065	1.073	856	-20,2%	0,17%
Çek Cumhuriyeti	506	463	292	454	829	82,6%	0,16%
İlk 25 ülke Toplamı				428.114	503.503	17,6%	
25 Ülkenin Payı %				84%	98%		

Kaynak: Trademap verileri Kullanılarak URAGEM Danışmanlık Tarafından Oluşturulmuştur.

Grafik 1: 2014 Yılı Dünya İncir İhracatı İlk 10 Ülke Yüzdesel Dağılım



Kaynak: Trademap verileri Kullanılarak URAGEM Danışmanlık Tarafından Oluşturulmuştur.

2014 yılı dünya incir ihracatı grafiğinde görüldüğü gibi, %55 pay ile Türkiye lider konumda, İran, Afganistan, ABD ve Almanya Türkiye'yi takip eden incir ihracatçıları olarak görülmektedir. Rakamlar incelendiğinde Türkiye'nin aldığı pay toplam ihracatta pazarın yarısından fazla iken, diğer ülkeler %2 ve %5 oranında pazarı paylaşmaktadır.

Tablo 6: Ton Bazında Dünya İncir İhracatı (2010 – 2014 Dönemi)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	105.800	103.074	105.442	123.292	126.791
Türkiye	58.252	58.369	63.970	76.268	73.495
İran	5.072	5.019	*	*	8.619
ABD	5.970	5.392	6.232	4.596	6.847
İspanya	4.787	4.590	4.728	5.915	6.608
Almanya	2.649	3.914	4.102	4.521	4.219

Kaynak: Trademap verileri Kullanılarak URAGEM Danışmanlık Tarafından Oluşturulmuştur.

Dünya incir ihracatı 2014 yılı için 126.791 ton olarak gerçekleşmiştir. Türkiye İncir Sektörü ihracatı 73.495 ton ile lider konumda bulunmaktadır. Türkiye'yi sırayla İran, ABD, İspanya ve Almanya izlemektedir.

6.1.2. Dünya İncir İthalatı

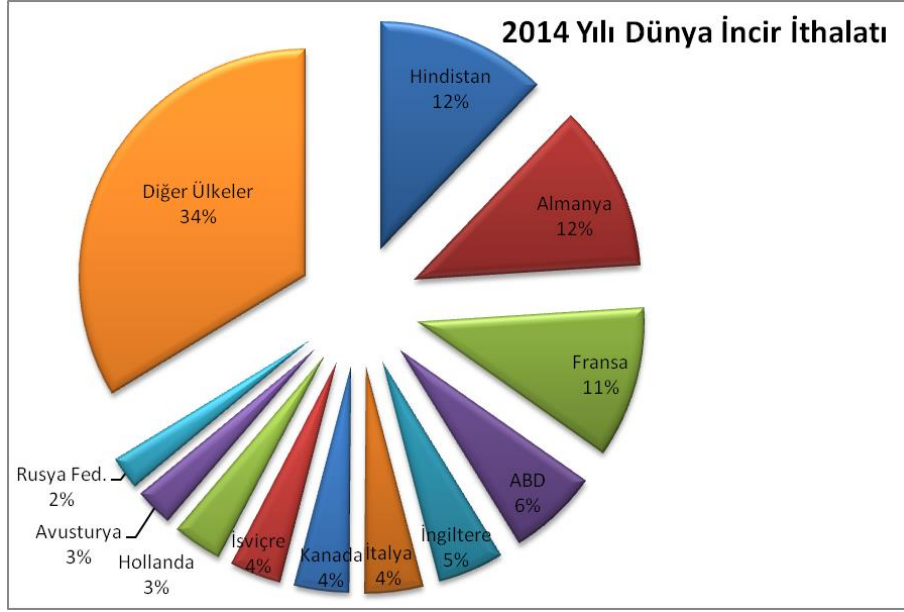
Tablo 7’de son beş yıllık incir ithalat verileri ile birlikte 2013 yılı ve 2014 yılı incir sektörü İthalatı yüzdesel değişimleri görülmektedir. Hindistan İncir ithalatında %12.13 ile en fazla incir ithalatını gerçekleştiren ülke olarak görülmektedir. Hindistan’ı %11.85 ile Almanya, %10.78 ile Fransa ve %6.46 ile ABD takip etmektedir.

Tablo 7: Dünya’da İncir İthalatı Yapan İlk 25 Ülkenin Yüzdesel Değişimi (Bin ABD Doları)

İthalatçı ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014	2013/2014 Değişim %	Pay %
Dünya Kuru İncir İthalatı	370.105	383.297	365.402	478.225	554.152	15,9%	100%
Hindistan	40.422	39.991	13.423	67.702	67.242	-0,7%	12,13 %
Almanya	48.743	54.858	48.973	56.120	65.687	17,0%	11,85 %
Fransa	51.401	51.302	47.806	55.063	59.733	8,5%	10,78 %
ABD	13.806	12.200	15.719	22.714	35.786	57,6%	6,46%
İngiltere	15.237	14.670	15.260	20.750	26.292	26,7%	4,74%
İtalya	20.008	19.826	16.524	17.915	22.981	28,3%	4,15%
Kanada	15.781	15.971	17.527	20.008	21.616	8,0%	3,90%
İsviçre	14.688	15.596	15.663	17.256	20.413	18,3%	3,68%
Hollanda	11.420	14.927	17.222	19.413	19.527	0,6%	3,52%
Avusturya	8.020	9.498	9.056	13.122	15.073	14,9%	2,72%
Rusya Fed.	17.507	16.581	17.319	16.134	13.057	-19,1%	2,36%
Hong Kong, Çin	5.867	8.110	6.488	8.694	12.439	43,1%	2,24%
Belçika	10.671	9.347	9.665	11.125	12.319	10,7%	2,22%
Birleşik Arap Emirlikleri	3.160	3.178	3.641	5.157	11.471	122,4%	2,07%
Japonya	6.633	8.221	9.309	9.276	11.116	19,8%	2,01%
İspanya	5.128	4.462	4.781	6.733	9.309	38,3%	1,68%
Danimarka	6.478	5.900	6.711	7.942	9.066	14,2%	1,64%
İsveç	4.791	5.788	5.802	6.156	8.136	32,2%	1,47%
Avustralya	5.103	4.799	5.698	5.963	7.817	31,1%	1,41%
Meksika	7.535	6.458	8.368	5.471	7.431	35,8%	1,34%
Serbest Bölgeler	2.615	1.917	3.027	4.069	6.344	55,9%	1,14%
Polonya	3.089	3.102	3.535	4.502	6.072	34,9%	1,10%
Slovakya	2.594	3.858	4.693	5.099	5.747	12,7%	1,04%
İsrail	3.900	3.615	4.318	4.309	4.569	6,0%	0,82%
Mısır	2.305	4.042	5.367	5.367	4.019	-25,1%	0,73%
İlk 25 ülke Toplamı				416.060	483.262	16,2%	
25 Ülkenin Payı %				75,1%	87,2%		

Kaynak: Trademap verileri Kullanılarak URAGEM Danışmanlık Tarafından Oluşturulmuştur.

Grafik 2: Dünya İncir İthalatı İlk 10 Ülke Yüzdesel Dağılım



Kaynak: Trademap verileri Kullanılarak URAGEM Danışmanlık Tarafından Oluşturulmuştur.

2014 Dünya İncir ithalatı grafiğinde en büyük İncir ithalatçısının Hindistan olduğu Almanya, Fransa ve ABD'nin Hindistan'ı takip ettiği görülmektedir.

Tablo 8: Ton Bazında Dünya İncir İthalatı (2010 -2014 Dönemi)

Dünya incir ithalatı 2014 yılı için 147.903 ton olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılı incir ithalatı Fransa 17.295 ton, Almanya 16.663 ton ve ABD 10.956 ton olarak gerçekleştirmiştir.

İthalatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	120.522	106.725	106.214	135.098	147.903
Fransa	16.638	16.166	14.845	18.099	17.295
Almanya	13.734	15.714	13.224	15.964	16.663
ABD	6.941	5.285	5.447	9.212	10.956
Hindistan	5.691	5.735	2.112	9.198	9.525
Viet Nam	2	0	-	2	7.567

Kaynak: Trademap verileri Kullanılarak URAGEM Danışmanlık Tarafından Oluşturulmuştur.

6.2. Türkiye İncir Ticareti

İncir kültürü Anadolu'da insanlık tarihi kadar eski dönemlere dayanan kültür meyveleri içinde, en eski gelişme tarihine sahip meyvelerden biridir. İncirin anavatanı Türkiye olup, buradan Suriye, Filistin ve daha sonra da Ortadoğu üzerinden Çin ve Hindistan'a yayılmıştır.

Dünyada oldukça sınırlı sayıda ülkede incir üretimi yapılmakta olup, buna bağlı olarak kuru incir üreten ülke sayısı da oldukça azdır. İncirin yetiştirilmesi için en elverişli bölgeler Büyük ve Küçük Menderes havzalarıdır.

İncirin % 80'i Aydın çevresinde Büyük ve Küçük Menderes ovalarında yetişir. Burada daha çok kurutmalık incir yetiştiriciliği yapılmaktadır. İncir, her ne kadar subtropik bir meyve olsa da geniş ekolojik uyum kabiliyeti nedeniyle ülkemizin tüm sahil kuşağında yetiştirilmektedir. Bu doğrultuda, Marmara, Akdeniz, Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri gibi bazı bölgelerimizde de sofralık incir yetiştiriciliği yapılmaktadır.⁹

Kuru İncir sektöründe Türkiye'nin dünya kuru incir miktarının %50'den fazlasını karşıladığı görülmekte kalite ve yıllık 65.000 ton rekolte ile rakipsiz görülmektedir.

Tablo 9: Türkiye'de İncir Ağacı Sayısı ve Yaş İncir Üretimi

Yıllar	Meyve Veren Yaşta Ağaç (Bin Adet)	Meyve Vermeyen Yaşta Ağaç (Bin Adet)	Yaş İncir Üretimi (Ton)
2010	9.301	805	254.838
2011	9.391	984	260.508
2012	9.455	933	275.002
2013	9.647	859	298.914
2014	9.746	926	300.282

Kaynak: TÜİK, Geçici Veriler

2010-2014 yılları arasında, ülkemizin incir ağacı sayısında bazı dalgalanmalar görülmektedir. Son altı yıllık dönemde meyve veren ağaç sayısı, ortalama 9.500 bin adet yaş incir üretimi ise 262.209 bin ton olmuştur.

Tablo 10: Türkiye Kuru İncir Üretimi

Yıllar	Üretim Miktarı (Ton)
2010/11	58.662
2011/12	55.653
2012/13	56.935
2013/14	61.909
2014/15*	69.731

Kaynak: İzmir Ticaret Borsası Rekolte Raporları *Bu yıla ilişkin veriler tahminidir.

Türkiye Kuru İncir üretimi tabloda görülmektedir. 2010/2011 döneminde 58.662 ton Kuru incir üretimi yapılmıştır. 2011/2012 döneminde bu sayı azalarak 55.653 tona düşmüştür. Diğer dönemlerde ise bu rakam 69.731 tona kadar yükselmiştir.

⁹Kaynak: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü İncir Raporu, 2015 s. 1

Tablo 11: Ege Bölgesi Kuru İncir Kıyaslamalı Rekolte Tahmin Tablosu

Bölge	2013/2014			2014/2015		
	Ekim Alanı (Da)	Ağaç Adedi	Üretim (Ton)	Ekim Alanı (Da)	Ağaç Adedi	Üretim (Ton)
Selçuk	6.391	92.800	650	6.130	95.000	718
Torbalı	2.130	45.400	454	2.130	45.400	490
Kiraz	10.652	164.000	984	9.000	164.000	1.063
Beydağ- Ödemiş	35.708	595.950	3.277	25.200	439.750	2.612
Tire	20.695	466.000	4.660	36.512	765.347	8.226
Söke	2.214	34.320	170	2.200	34.240	277
Germencik	89.811	1.441.250	14.413	89.297	1.442.225	15.576
İncirliova	37.908	679.500	6.115	37.669	679.500	6.605
Aydın	22.908	372.325	2.978	23.056	373.185	3.224
Köşk	24.854	440.000	3.960	24.697	440.000	4.277
Sultanhisar	37.908	679.500	6.115	20.504	329.200	3.200
Yenipazar	10.347	194.000	1.164	10.383	196.000	1.270
Bozdoğan	15.521	431.500	2.157	15.479	429.600	2.320
Nazilli	94.566	1.766.690	14.134	95.327	1.816.390	15.694
Buharkent	13.188	349.505	1.560	13.294	260.000	1.685
Kuyucak	*	*	*	17.530	349.505	2.454
Ortaklar	20.200	303.000	2.727	*	*	*
Erbeyli	18.000	320.000	3.520	*	*	*
Umurlu	20.750	327.000	2.126	*	*	*
Atça	7.000	119.000	952	*	*	*
Horsunlu	15.000	260.000	1.406	*	*	*
Toplam	438.600	7.617.643	56.935	428.408	7.859.342	69.731

Kaynak: İzmir Ticaret Borsası, * Bu yıllara ilişkin rakamlar güncellenmemiştir.

Ege Bölgesi Kuru İncir Kıyaslamalı Rekolte Tahmini 2013/2014 ve 2014/2015 tabloda görülmektedir. 2014/2015 döneminde en çok ağaç miktarının bulunduğu ilçeler Germencik ve Nazilli olarak görülmektedir. Germencik ve Nazilli ilçelerinde toplam 31.000 ton Kuru İncir üretimi gerçekleşmiştir. Buda Türkiye’de üretilen incir miktarının ortalama yarısına tekabül etmektedir. AYTÖ İncir Sektörü UR-GE Projesinde bulunan firmaların Germencik, İncirliova, Aydın Merkez ve Köşk’te bulunması büyük önem arz etmektedir. Germencik ve Aydın Merkezde yılda 1.000 incir ağacı dikildiği görülmektedir.

Tablo 12: Son 5 Kuru İncir Döneminde Türkiye’nin Kuru İncir, İncir Ezmesi, Hurda İncir ve Kesme İncir İhracatı (Ton-Bin Dolar)

Sezon	Kuru İncir		İncir Ezmesi		Hurda		Kesme	
	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)	Miktar (Ton)	Değer (Bin \$)
2009/10	35.268	138.662	6.891	11.297	656	1.536	2.354	7.039
2010/11	36.262	136.173	6.541	9.860	464	894	2.423	6.935
2011/12	33.862	122.874	3.691	5.719	488	892	2.179	6.001
2012/13	40.850	142.788	7.269	10.149	325	102	2.871	7.443
2013/14	50.579	183.736	8.781	14.568	940	2.557	3.861	10.840
2014/15*	23.478	123.185	2.492	4.514	148	391	1.715	5.562
Ortalama	38.657	124.258	5.796	8.239	490	743	2.301	5.640

Kaynak: Ege İhracatçı Birlikleri

Dünya kuru incir üretiminin dörtte birini ve kuru incir dış ticaretinin yarıdan fazlasını Türkiye karşılamaktadır. Türkiye kuru incir üretiminin önemli bir bölümünü Aydın ili sağlamaktadır. Aydın ili, yamaç ve ovalarında polikültür tarım yapılabilen, Büyük Menderes Havzasının en

önemli illerindendir. Türkiye'deki toplam incir ağacının %60'ından fazlası bu ildedir ve dolayısıyla da toplam incir üretiminin yarısından fazlası bu ilden sağlanmaktadır. Aydın'da üretilen incirin yaklaşık %5'i taze olarak pazarlanmakta, kalan incir ise kuru incir olarak değerlendirilmektedir. Aydın'da 2013 yılında 186 bin 870 ton yaş incir üretilmiştir. Bu miktarda Türkiye incir üretiminin %62,5'ini karşılamaktadır.¹⁰

6.2.1. Türkiye İncir İhracatı

Tablo 13'de Türkiye'nin 2010-2014 yılında yapmış olduğu kuru incir ihracatı verileri bulunmaktadır. Dünya 2014 incir ihracatının %55'ini Türkiye gerçekleştirmiştir.

Tablo 13: GTİP 08042090 Türkiye'nin Kuru İncir İhracatı Yaptığı İlk 25 Ülke (Bin ABD Doları)

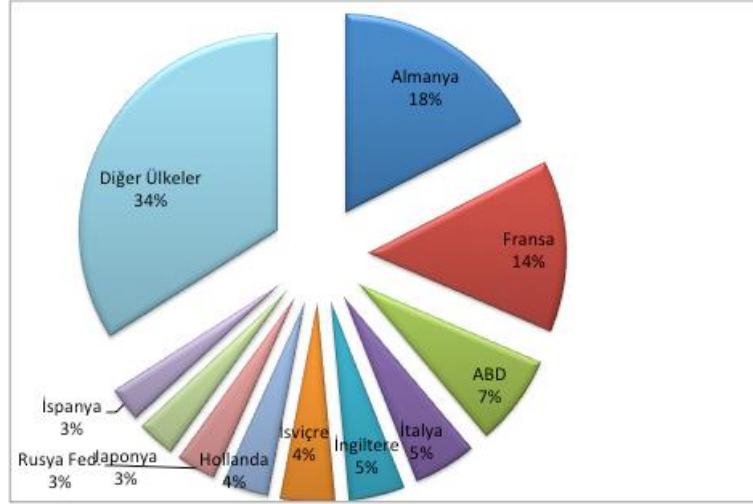
İthalatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	157.960	151.546	166.993	206.782	238.340
Almanya	27.911	25.848	25.051	28.039	35.046
Fransa	28.862	24.672	27.672	31.389	34.815
ABD	5.267	5.918	10.030	14.673	20.886
İtalya	14.342	13.382	11.223	11.850	13.974
İsviçre	8.222	7.124	7.438	7.998	10.508
Japonya	2.425	3.584	4.598	6.312	8.835
İspanya	4.291	3.695	3.939	6.868	8.029
Hollanda	5.081	6.640	8.198	7.681	6.809
İngiltere	2.679	2.213	2.678	5.239	6.647
Rusya Fed.	7.693	8.314	9.196	10.017	6.397
Serbest Bölgeler	2.610	1.917	3.028	4.036	6.038
Çin	117	2.296	3.267	4.914	6.006
Vietnam	2.181	1.257	2.096	4.198	5.790
Avustralya	3.311	2.883	3.648	3.803	5.706
Birleşik Arap Emirlikleri	1.626	1.685	2.400	3.504	4.828
İsrail	4.658	3.743	4.234	4.540	4.696
Slovakya	1.615	2.545	3.599	3.964	4.293
S. Arabistan	1.060	1.433	1.810	2.752	3.367
Hong Kong, Çin	1.277	931	1.694	2.144	3.262
Brezilya	1.923	2.491	1.963	1.887	2.952
Kanada	2.899	2.956	3.085	3.759	2.918
Avusturya	2.842	3.150	2.684	3.156	2.802
Belçika	2.034	1.648	1.569	2.382	2.392
İsveç	2.702	2.600	1.818	2.119	2.343
Polonya	1.212	1.230	1.329	1.638	2.124

Kaynak: Trademap 2015

2010-2014 Trademap verilerine göre Türkiye'nin kuru incir sektöründe yapmış olduğu ihracat değerleri tabloda görülmektedir. Türkiye'nin kuru İncir sektöründe en büyük ticaret ortağı 35 Milyon ABD Doları ile Almanya 1. sırada bulunmaktadır. Almanya'yı 34 Milyon ABD Doları ile Fransa ve 20 Milyon ABD Doları ile Amerika Birleşik Devletleri izlemektedir.

¹⁰ Kaynak: <http://Aydinticaretborsasi.org.tr/>

Grafik 3: 2014 Türkiye Kuru İncir İhracatı



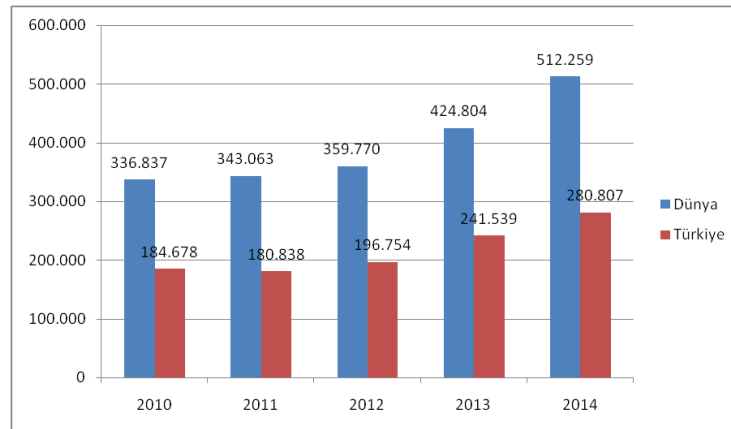
Tablo 14: Ton Bazında Türkiye İncir İhracatı (Ton)

İthalatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	58.252	58.369	63.970	76.268	73.495
Almanya	11.104	11.469	11.560	12.468	12.491
Fransa	9.336	8.241	8.825	10.289	10.046
ABD	1.442	1.680	2.648	3.865	4.684
Rusya Fed.	3.654	3.847	5.036	5.957	4.341
İngiltere	1.965	1.987	2.108	3.342	3.614
İtalya	3.822	3.824	3.389	3.451	3.075
Hollanda	3.147	3.173	3.423	3.333	2.994
İsviçre	2.722	2.493	2.514	2.598	2.659
Çin	32	783	1.351	2.236	2.027
İspanya	1.204	1.130	1.212	1.978	1.884

Kaynak: Trademap verileri Kullanılarak URAGEM Danışmanlık Tarafından Oluşturulmuştur.

İhracatımızın %80'den fazlası Avrupa Birliği ülkelerine yönelik olup, dünya incir ithalatına ilişkin veriler incelendiğinde ise Fransa ve Almanya'nın en önemli ithalatçılar olduğu göze çarpmaktadır.

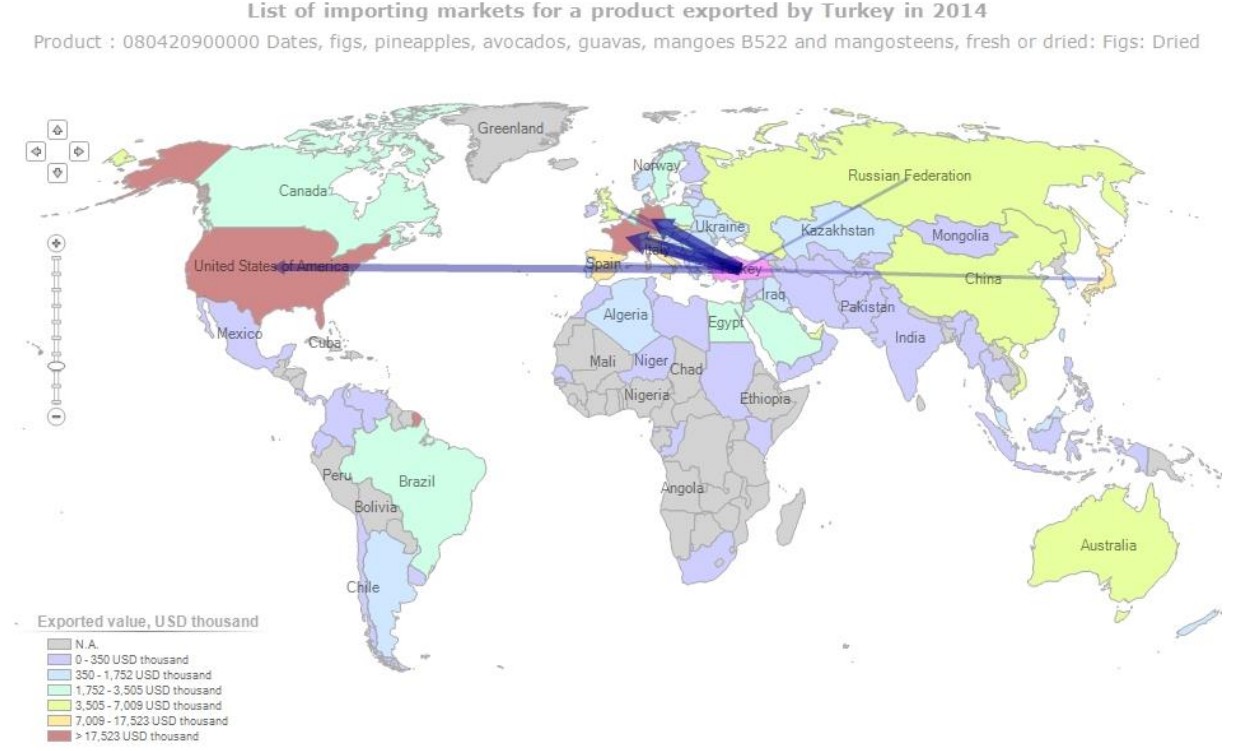
Grafik 4: 2014 Yılı Dünya ve Türkiye İncir İhracatı Karşılaştırması (Bin ABD Doları)



Kaynak: Trademap verileri kullanılarak URAGEM Danışmanlık tarafından oluşturulmuştur.

Son 5 yıllık Dünya ve Türkiye incir ihracat verileri karşılaştırıldığında dünya incir ihracatının yarısından fazlasını Türkiye'nin gerçekleştirdiği görülmektedir. 2014 yılında 521 Milyon ABD Dolarlık Dünya incir ihracatının 280 Milyon ABD Dolarını Türkiye'nin gerçekleştirdiği görülmektedir.

Şekil: 2: Türkiye Kuru incir İhracatı 2014 yılı



6.2.2. Türkiye İncir İthalatı

Tablo 15'te Türkiye'nin 2010-2014 yılında yapmış olduğu kuru incir ithalatı görülmektedir. 2014 yılında Türkiye olarak 3 Milyon ABD dolarlık kuru incir ithal edilmiştir. Önemli bir nokta ise kuru incir ihracatında Türkiye'nin en güçlü ticaret ortağı olan Almanya'dan yaklaşık olarak 1 milyon ABD Doları kuru incir ithal edilmesidir.

Tablo 15: GTİP 08042090Türkiye'nin Kuru İncir İthalatı Yaptığı İlk 25 Ülke (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	3.027	4.619	4.659	2.784	3.072
Almanya	931	1.844	1.477	711	958
Fransa	449	342	893	342	337
İtalya	107	547	793	262	320
ABD	35	100	0	0	284
Birleşik Arap Emirlikleri	0	71	0	49	255
Japonya	0	0	11	200	208
İsviçre	183	202	183	282	127
Kanada	0	0	0	0	94
Rusya Fed.	0	0	0	0	78

Hollanda	34	7	10	134	70
Estonya	0	0	0	0	68
Mısır	141	31	468	106	50
Kore	0	0	0	0	46
İsrail	287	0	0	0	44
Slovenya	110	143	57	16	37
Kuveyt	0	0	0	0	30
Belçika	0	10	0	0	29
Danimarka	0	0	28	58	13
İspanya	0	0	39	60	12
İsveç	0	273	0	24	6
Irak	0	49	0	0	5
Ukrayna	0	0	0	15	0
Serbest Bölgeler	74	0	0	0	0
Avustralya	75	0	0	23	0
Avusturya	31	231	112	37	0

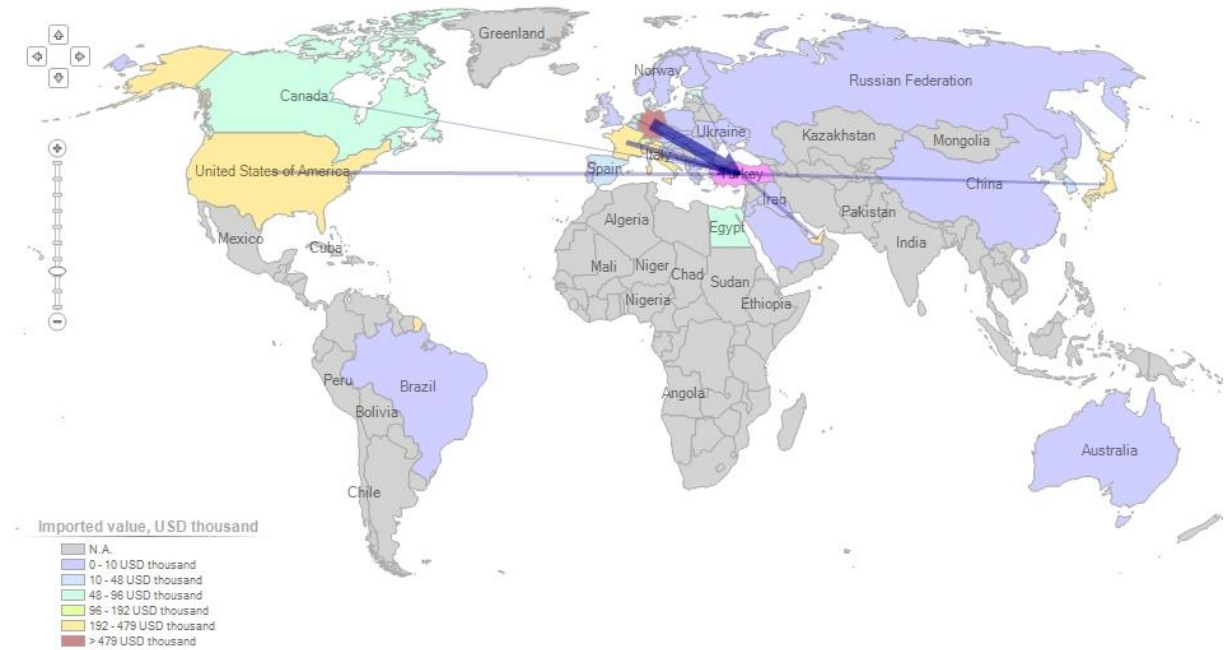
Kaynak: Trademap 2015

2014 Trademap verilerine göre 08042090 GTİP Kodlu kuru incir ürünün Türkiye ithalat değerleri tabloda görülmektedir. 2014 yılında 3 Milyon ABD Doları kuru incir ithalatı gerçekleştirilmiştir.

Şekil 3: 2014 Türkiye Kuru İncir İthalatı

List of supplying markets for a product imported by Turkey in 2014

Product : 08042090000 Dates, figs, pineapples, avocados, guavas, mangoes B522 and mangosteens, fresh or dried: Figs: Dried



7. Küme Analizi

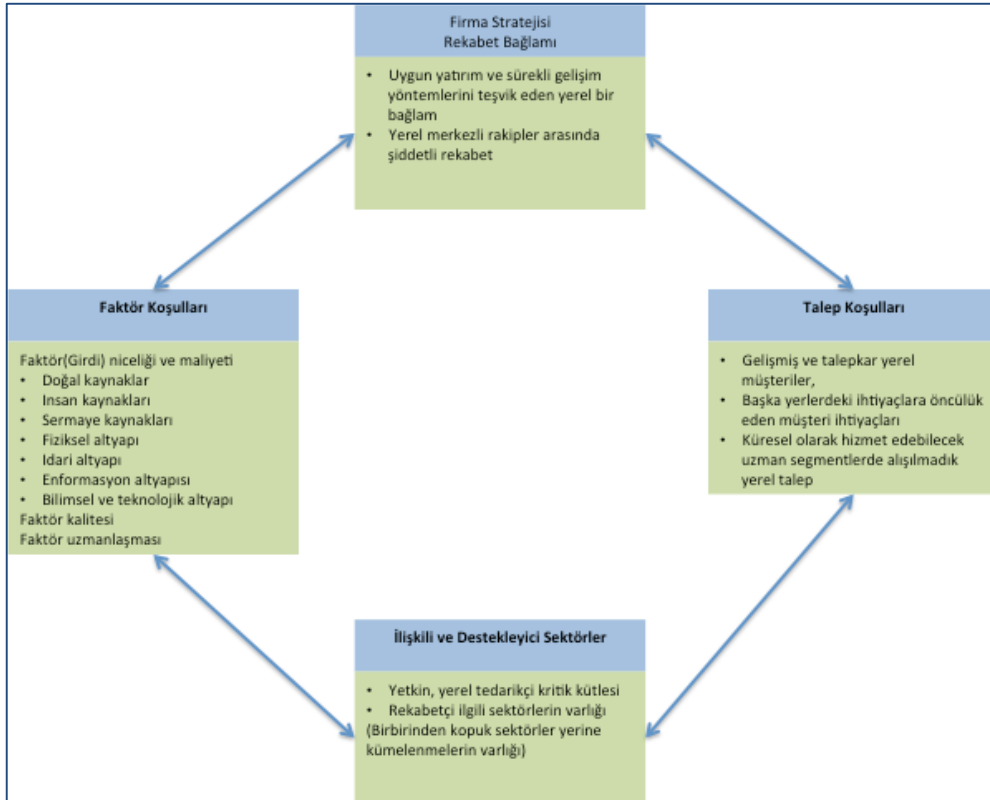
UR-GE Projesi ihtiyaç analizi kapsamında yer alan 20 firma ile yapılan yarı yapılandırılmış mülakatlar ve literatür taraması ışığında küme analizi yapılmış, analizde Michael Porter Rekabet Elmas Analizi modeli kullanılmıştır.

Raporun bu bölümünde genel olarak Aydın'ın bölgesel olarak küme analizi yapılmamakta, Projede yer alan 20 firmaya odaklanılmaktadır. Küme analizinde M.Porter tarafından geliştirilmiş olan Elmas Analizi Modeli kullanılmıştır. Mevcut hali ile UR-GE Projesi bir küme girişimi olarak değerlendirilebilir. Elmas Analizinde kümelenme rekabet koşullarını ve avantajlarını belirleyen faktörler incelenmiştir. Bu faktörler:

- Faktör Koşulları
- Firma Rekabet Yapısı
- Talep Koşulları
- Tedarikçi ve Destekleyici Sektörler
- İşbirliği Kuruluşları

Analiz kapsamında rekabeti etkileyen faktörler önem derecesi (ÖD) ve mevcut durum (MD) üzerinden 1-5 arasında değerlendirilmiş, yapılan değerlendirme ile fark analizi yapılmıştır. Elmas Analizi kapsamında ele alınan koşullarda gelişim alanları firmalar tarafından yapılan değerlendirmeler ve literatür çalışması ışığında kapsamlı olarak analiz edilmiştir.

Şema 1: Elmas Analizine Temel Teşkil Eden Çerçeve

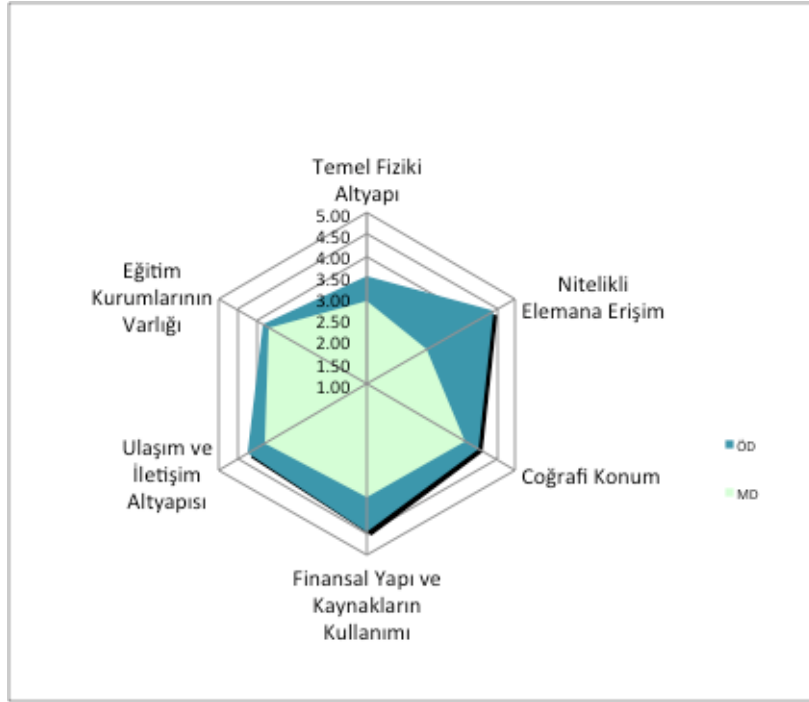


Kaynak: Micheal Porter, Rekabet Üzerine, s.357

7.1. Faktör Koşulları

Üretim faktörleri rekabetin temel girdileridir, arazi, işgücü, fiziksel yapı, ticari ya da idari altyapı, doğal kaynaklar ve bilimsel bilgiyi kapsar. Rekabet üstünlüğü kavramı normalde girdilerin maliyetine ve mevcudiyetine değinir. Buna ek olarak yüksek kaliteli girdilerden ve özellikle belirli sektörlerin ihtiyaçlarına uyarlanmış beceri havuzu, uygulamalı teknoloji, mevzuat rejimleri, yasal süreçler, enformasyon ve sermaye kaynakları gibi uzmanlaşmış girdiler rekabet için önem kazanmıştır¹¹.

Şekil 4: Faktör Koşullarının Rekabete Olan Etkisi



Kaynak: URAGEM Danışmanlık, 2016

Aydın'da İhtiyaç Analizi kapsamına giren firmalardan alınan bilgi ve yapılan araştırmalar sonucunda fiziki altyapının incir yetiştiriciliği ve kuru incir için önem seviyesi ürüne olan doğrudan etkileri açısından orta seviyede öneme sahiptir. Mevcut durumda ise değer zinciri kapsamında çiftçiden başlayarak fiziki altyapının geçmişle kıyaslandığında üretim kalitesine uygunluğu açısından geliştiği tespiti yapılmıştır. Bu noktada üretici işletmelerin müşteri talepleri ve piyasa standartlarını karşılamak üzere üretim alt yapılarını geliştirdikleri, mevcut yerleşkelerinde yatay üretim modelinde çalıştıkları, İzmir limanına yakınlıkları ile temel fiziki altyapı faktöründe orta düzeyde oldukları görülmektedir. Elbette fiziki alt yapı sürekli olarak geliştirilebilecek hususlar arasındadır, mevcut durumda firmaların üretim alt yapıları talepleri karşılayabilmektedir.

Temel fiziki altyapı faktörü kapsamında sektör rekabet seviyesini doğrudan etkileyen unsurların başında doğa koşulları, iklim, toprak ve ekolojik yapı gelmektedir. Dünya'da en çok talep edilen incir türü olan Aydın inciri'nin en büyük rekabet avantajı Aydın İncirine mahsus olan ve dünyanın hiçbir yerinde olmayan lezzetidir. Bu özellik hiçbir ülke tarafından taklit edilemeyeceği gibi doğrudan iklim ve toprak yapısına bağlıdır. Bu noktada ekolojik

¹¹Micheal Porter, Rekabet Üzerine

yapının korunması, incir ağaç dikiminin artırılması gibi hususlar kritik öneme sahiptir. Aydın'da son yıllarda sebze tarımı için sulama çalışmalarının hız kazandığı bu nedenle incir ekimi yapılan bölgelerde nem oranının arttığı bilinmektedir. Nem incirin sevmediği, incir kalitesini olumsuz yönde etkileyen faktörler arasındadır. Bir başka önemli husus enerji çalışmalar kapsamında Aydın ve bölgesinde yapılan jeotermal enerji yatırımları ve tesislerin varlığıdır. Jeotermal tesislerin kuruluşu aşamasında ve operasyonları süresince doğaya salınmaması gereken su, ekolojik yapıyı olumsuz yönde etkilemektedir. Jeotermal tesislerin incir kalitesine olan etkileri sektör temsilcileri ve ilgili paydaşlar arasında görüş birliğine varılmamış ve halen tartışılmakta olan bir husustur. Olumsuz etkileri olsun ya da olmasın, altı çizilmesi gereken en önemli konulardan biri Aydın için kuru incirin ekonomik öneminin unutulmaması gerekliliğidir, dünya da Aydın incirinin mevcut ihracat payının korunması ve artırılması için ekoloji yapının bozulmaması birinci öncelik olmalıdır.

Aydın coğrafi konum olarak firmalar için rekabetçiliği olumlu yönde etkileyen faktörler arasındadır, Aydın'ın coğrafi konumu çevre illere olan yakınlığı ve AB pazarlarına yakınlığı ile firmalar için sayılabilecek avantajlar arasındadır.

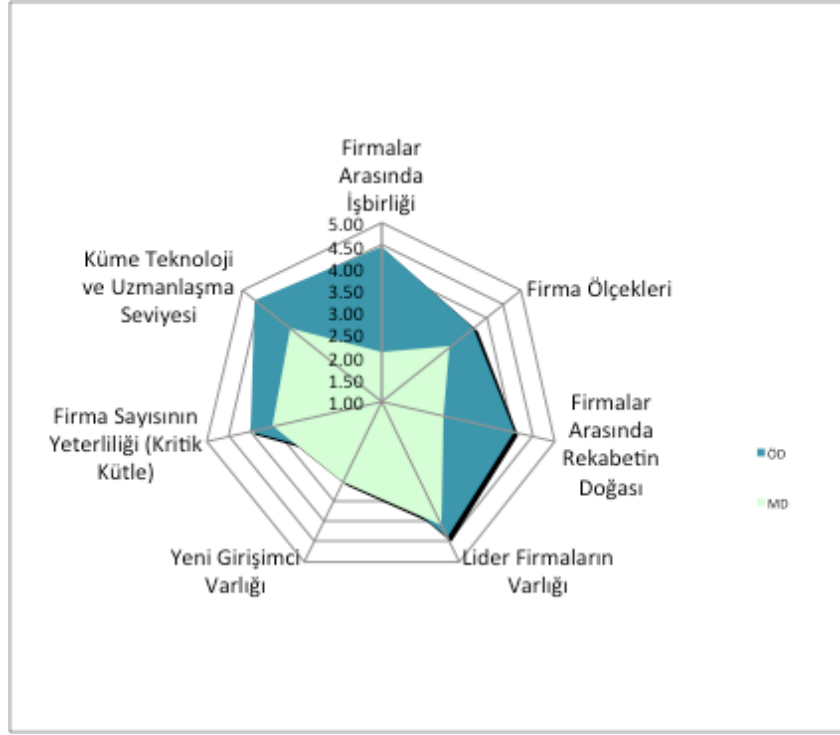
İşgücü faktörü açısından değerlendirildiğinde, incir üreticiliği süreçlerini doğru değerlendirmek gerekmektedir. Üretim süreçlerinde hammaddenin satın alınması, üretim planlaması, test ve analiz, ar-ge çalışmalarında gıda ve ziraat mühendisleri aktif rol oynamaktadır. Çalışma kapsamında mülakat yapılan birçok firmanın gıda mühendisi ve ziraat mühendisi istihdam ettikleri görülmektedir. Firma ölçekleri cirosal olarak büyürken, işletmelerde sürekli olarak istihdam edilen kilit kadro olarak nitelendirilebilecek personel sayısı 7 ile 25 arasında değişmektedir. İncir hasatı ve ihracatının yoğun olduğu Haziran – Ekim ayları boyunca ise incirin işlenmesinde dışarıdan işçi çalıştırılmaktadır. Söz konusu işçiler dönemsel olarak fabrikalarda çalışmaktadır, kendi aralarında farklı konularda örneğin paketlenme, aflotoksinli ürün ayırma vb. tecrübe kazanmış olan işçiler, bağlı oldukları kişilerin koordinasyonunda çalışmaktadır. Mevcut durumda söz konusu süreçlerde deneyimli işçilere ulaşmak zorlaşmaktadır. Burada sözü geçen ve dönemsel olarak çalışan işçiler, eğitim düzeyi nispeten düşük, ev kadınları ve bir yere sürekli bağlı olarak çalışmayan kişilerden oluşmaktadır. Üretim süreçlerini doğrudan etkileyen faktörler arasında sezonluk çalışan işçilerin sürekli olarak eğitilmesinin üretim verimliliğine olan etkileridir, bu kişilerin alacakları hijyen eğitimi, alerjen eğitimi gibi başlıklar üretime doğrudan yansımaktadır.

Firmaların finansal yapıları güçlüdür, ağırlıklı olarak öz sermaye kullanarak işletmeler gerek işletme operasyonlarını gerekse yatırımlarını gerçekleştirmektedir. Ana üretim hammaddesinin incir olması, rekoltenin sınırlı olması ve yüksek kalitede incirin sürekli olarak bulunamayışı gibi nedenlerin de eklenmesi ile incir satın alma süreçleri nakit gücü gerektirmektedir. Bu süreçte firmaların kısa vadeli finansal borçlanmaya gittikleri görülmektedir. Firmaların teknoloji ve yatırım alt yapısında da benzer şekilde öz sermaye kullandıkları, makine alımı ve tesis kapsamında zaman zaman devlet desteklerinden yararlandıkları görülmektedir.

7.2. Firma Stratejisi ve Rekabetin Yapısı

Yerel rekabetin şiddeti küme rekabet bağlamının önemli bir boyutudur. Uygun yatırım iklimi ile birleştiğinde, yerel rekabet en önemli unsurlardan biri haline gelebilir. Örneğin firmalar kendi bölge ya da ülkelerinde birkaç yetkin rakiple rekabet etmediği sürece, yerli ürünler ilk olarak bölge ya da ülkede kabul görmediği sürece, yurt dışında pek başarılı olamaz¹².

Şekil 5: Firmalar Arasında Rekabetin Yapısı



Kaynak: URAGEM Danışmanlık, 2016

Bölgesel rekabeti etkileyen en önemli hususlardan biri firmalar arasında rekabetin yapısı ve rekabet ortamının nasıl geliştiğidir. Bu bağlamda blgenin belirli bir alanda uzmanlaşma seviyesi, firmalar arasında işbirliği, firma ölçekleri, firalar arasında rekabetin doğası, lider firmaların varlığı, yeni girişimci varlığı ve rekabete olan etkileri, firma sayısının yeterliliği gibi başlıklar değerlendirilebilir.

Aydın incir sektörü küme analizi çalışmasına daha kapsamlı bir araştırma ile ele almak ihtiyacı bulunmaktadır; yapılacak çalışmaya değer zincirinin tüm oyuncuları dahil edilerek derinlemesine yapılacak bir çalışma ile konu daha kapsamlı ve detayları ile anlaşılacaktır. Yine de ihtiyaç analizi faaliyetinde URGE projesinde yer alan 20 firma ile yapılan mülakat çalışması sektörün mevcut durumuna ışık tutmaktadır.

Firmalar arasında işbirliği seviyesi değerlendirildiğinde ortaya şu sonuç çıkmaktadır; çalışmaya dahil olan firmaların tamamı sektörün rekabeti ve bölgesel rekabet için firmalar arasında işbirliği ve birlikte hareket etmenin çok önemli olduğu belirtilmiştir. Mevcut durumda ise üretici firmalar başta olmak üzere sektörde faaliyet gösteren firmalar arasında belirli ticari ilişkiler dışında işbirliğinden söz etmek mümkün değildir. Başarılı kümelenme girişimlerinde ya da bölgesel rekabette öne çıkan birçok bölgede olduğu gibi, firmaların birlikte oluşturdıkları

¹²Micheal Porter, Rekabet Üzerine

organize bir yapı ya da faaliyetler görülmemektedir. URGE projesinin bir başlangıç olması ümit edilmektedir. Firmalar arasında işbirliği kapsamında, firmaların ve sektörün sorunlarını sektöre özgü çözüm yolları ile buluşturabilecek, dünyaya inciri tanıtabilecek, firmaların sesini, taleplerini ve gelecek stratejilerinde yardımcı olabilecek, piyasa fiyatlarının belirlenmesi, işçilerin istihdamı, eğitimi konularında faaliyetler geliştirecek, bölgesel bir kimlik altyapısı, incir sektörü özelinde birleştirici bir birlik bulunmamakta, firmalar içinden söz konusu faaliyet ya da birliğin kurulmasına ön ayak olacak, önderlik yapacak firma girişimi bulunmamaktadır. Sözü edilen girişim ancak başta özel sektörün başka bir ifade ile firmaların isteği, gönüllük esasları ile çalışmaları ile hayat bulmalıdır. Aydın İncir Sektörü Derneği / Birliği kurulması orta ve uzun vadede bölgesel liderlerin gündeminde yer almalıdır.

Sektör odaklı bölgesel rekabet çalışmalarında değerlendirmeye konu olan hususlar arasında küme içinde yer alan firmaların ölçekleri, üretim ve teknoloji altyapıları, faaliyet alanları ve rekabete yönelik birlikte çalışma kültürleri yer bulmaktadır. Aydın İncir sektöründe faaliyet gösteren üretici firma sayısı 150'dir. Bu firmaların 15'inin büyük ölçekli firmalar olduğu, diğer firmaların orta ve küçük ölçekli işletmeler olduğu bilgisine ulaşılmıştır¹³. İlerleyen dönemde Küme Analiz çalışmasının tüm sektörü kapsayacak şekilde yapılmasında fayda görülmektedir. Mevcut durumda proje kapsamında ise 20 firmanın 2'si büyük ölçekli, 7'si orta ölçekli ve 11'i ise küçük ölçeklidir. Firmaların müşteri taleplerini istenilen kalite ve koşullarda sağlama kabiliyeti yüksektir. Kaliteli incirin bulunmasının yarattığı süreklilik bazında sıkıntılar yaşanmakla birlikte, firma ölçekleri ve firmaların dağılımı bölgesel rekabeti destekler niteliktedir. Aralarında güven tesis etmiş olan büyük üretici firmalar ve orta ölçekli firmaların müşteri taleplerini karşılamak noktasında birlikte çalıştıkları da görülmektedir. Bu noktada firmaların depo, ürün işleme ve paketlenme ve hammadde temini hususunda proje/sipariş bazlı çalışmaları ilerleyen dönemde artma potansiyeline sahiptir.

Aydın incirinin Türkiye ve bölge içinde tüketiminden dünyaya taşınması sürecinde lider yapılar ve firmalar önemli rol oynamıştır, bu yapıların başında Tarih gelmektedir. Mevcut durumda ise Tarih'in yapısal değişiklikleri ve sektör dinamiklerinin değişmesi ile geçmişte oynadığı rolü, bugün büyük ihracatçı firmalar oynamaktadır. Lider firma varlığı ile Aydın İncir sektörü güçlüdür.

Aydın incir sektöründe rekolte yıllar bazında büyük değişimler göstermemekte, rekolte yaklaşık olarak 65.000 ton dolaylarında olmaktadır. Belirli bir üretim miktarını firmaların paylaştığı görülmektedir. Hammadde bakımından sınırları belirli bir alan, yine üretim ve servis alt yapısı benzer olan sınırlı sayıda firma arasında bölünmüş durumdadır. Büyük firmaların aldığı pay yıllar bazında da büyük değişimler göstermemektedir. Buna rağmen sektöre yeni giren işletme sayısında artış görülmektedir. Mülakat yapılan firmalar bölgesel rekabet için sektöre yeni firma girişinin rekabeti olumsuz yönde etkilediğini belirtmektedir. Sınırları belirli olan sektörde, yeni firmalar fiyat ve pazara giriş ve pazarda tutunma stratejileri ile rekabetin zorlaşmasında rol oynayıcıdır. Öte yandan kümenin tamamı için kârlılık oranları düşmekte, uzun vadede tüm sektör ve bölgesel rekabetin olumsuz yönde etkileneceği unutulmamalıdır. Bu koşullarda gerek sektörün gerekse firmaların rekabet stratejisi geliştirmeleri zaruridir.

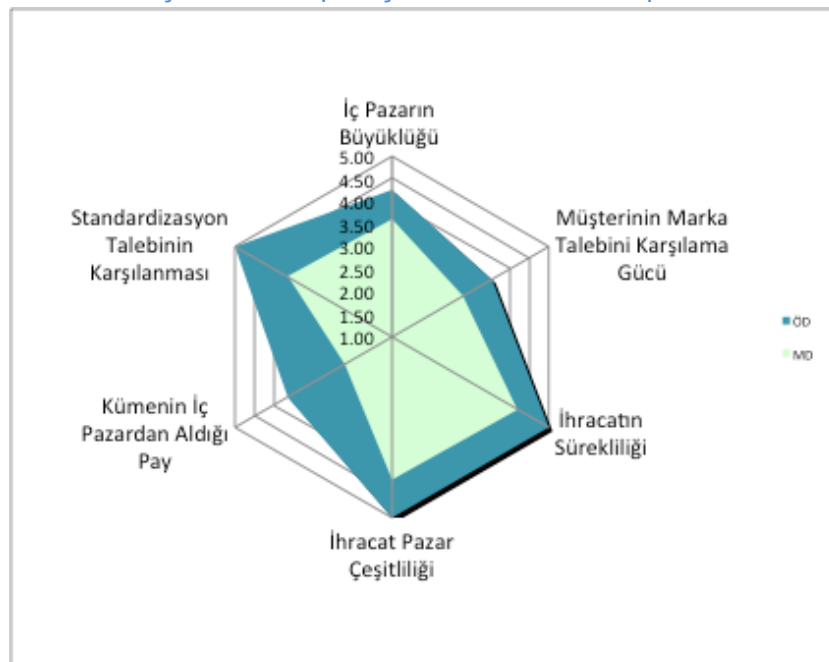
¹³Saha çalışması firma beyanları

7.3. Talep Koşulları

Talep koşulları faktöründe; rekabet üstünlüğü gelişmiş yerel müşteriler ya da başka yerlerde de talep gören uzmanlaşmış ürün çeşitlerine ihtiyaç duyan müşterilerin varlığından doğrudan etkilenir. Yerli müşterilerin ihtiyaçları ya da talepleri diğer ülkelerinkini öngörüyor, şekillendiriliyor ya da kapsıyorsa böylece küresel pazar trendleri için “erken uyarı göstergeleri” sağlıyorsa, özellikle değerlidir¹⁴.

Küme analizi kapsamında talep koşulları altında iç ve dış talep yapısı incelenmiştir. Sektörel ve/veya bölgesel rekabette nitelikli ve talepkar müşterilerin olması, orta ve uzun vadede işletmelerin kabiliyetleri, ürünlerini ve iş yapma biçimlerini geliştirmeleri yönünde baskı oluşturmakta, işletmelerin rekabet güçlerini artırmalarına sebep olmaktadır.

Şekil 6: Talep Koşulları ve Talebin Yapısı



Kaynak: URAGEM Danışmanlık, 2016

Aydın Ticaret odasının başlatmış İncir Sektörü UR-GE Projesi İhtiyaç analizi çalışması neticesinde yapılan araştırmalar sonucunda, Aydın ilinin kuru incir üretiminin 35-40 bin ton olarak görülmüştür. Ülkemizde üretilen kuru incirin %80'i Aydın ilinde yetiştirilmektedir. 30 bin çiftçinin geçimini incirden sağlamakta ve daimi 500 ve geçici 40 bin kişiye iş olanağı sağlamaktadır.¹⁵

Aydın'da üretilen ve işlenen incirin büyük bir kısmı ihracat pazarlarında tüketilmektedir. Türkiye pazarı büyük bir pazar olmakla birlikte kuru incir tüketim miktarı azdır, daha ziyade mevsiminde yaş incir tüketilmektedir.

Raporun firma analizi bölümünde detaylı olarak belirtildiği gibi üreticilerin müşterileri ağırlıklı olarak gıda toptancıları ve zincir marketlerdir. Kuru incir ihracatında en büyük payı AB

¹⁴ Kaynak: Michael Porter, Rekabet Üzerine, Optimist, 2008, s.360

¹⁵ Kaynak: İncir Araştırma İstasyonu Müdürlüğü, İncir Araştırma Dergisi 2014, s.35

lkeleri almaktadır, AB lkelerinde yine ithalatçı toptancılar ve zincir marketler ana müşteri grupları arasındadır.

İç piyasada müşteri talepleri çeşitlilik göstermektedir, kaliteli incir alımı yapan müşteriler olduğu gibi, nispeten düşük kalitede incir yasal düzenleme ile yasaklanmış dahi olsa kimyasal işlemlerden geçirilerek iç piyasaya verilmektedir. Bu durum sektör rekabetini olumsuz yönde etkilediği gibi, toplum sağlığı açısından da tehlikelidir. İç piyasada alıcıların kaliteli ve yararlı incir gibi göstererek kalitesi düşük inciri iç piyasada satmaları, merdiven altı üreticilerin bu şekilde iş yapmaya devam etmesine, yüksek maliyetlerde kaliteli incir işleyen firmaların iç piyasada zarar etmelerine sebep olmaktadır. Önemli bir hususun daha altını çizmek gerekmektedir; incirin nasıl yetiştiğini ve özelliklerini bilmeyen tüketici ilk etapta aldığı inciri talep etmeye devam etmektedir. Doğal ve sağlık için zararlı boyutlarda kimyasal sürece maruz kalmayan incir doğal bir görünüme sahip, tatlı ve hoş kokuludur. Oysa raflarda bembeyaz ve tertemiz görünen incir uygun fiyatı ile tüketiciye sunulmaktadır.

Yukarıdaki paragraftan da anlaşılacağı gibi tüketici alışkanlıkları pazarda şekillendirici bir rol oynamaktadır. İhracat pazarları da benzer nedenlerden dolayı farklılık göstermektedir. Örneğin Avrupalı müşteriler doğal incir talep ederken, ilk etapta pazara yanlış ürünle girildiği için Rusya ve Uzak Doğu pazarları “çıkma” olarak tabir edilen, küçük ve düşük kalitede inciri talep eder duruma gelmiştir. Fotoğrafta Çin’de tüketilen kuru incir çorbasında kullanılan incir görülmektedir. Pazarı olması ve alıcı bulmasının yanı sıra söz konusu incir segmentinin karlılık derecesi önemlidir.



Kuru İncir üretiminde firmaların sahip oldukları makine ve makinelerin verimliliği önemli rekabet faktörleri arasındadır. Görüşülen firmaların çoğu uygun teknolojiye sahiptir. Yıllık bazda üretilen ve ihracat edilen toplam Kuru incir miktarı 16.500 ton olarak belirlenmiştir. Bu değer Türkiye’nin 2015 yılında ihraç ettiği 73.495 ton kuru incirin yaklaşık %23’ünü oluşturmaktadır.

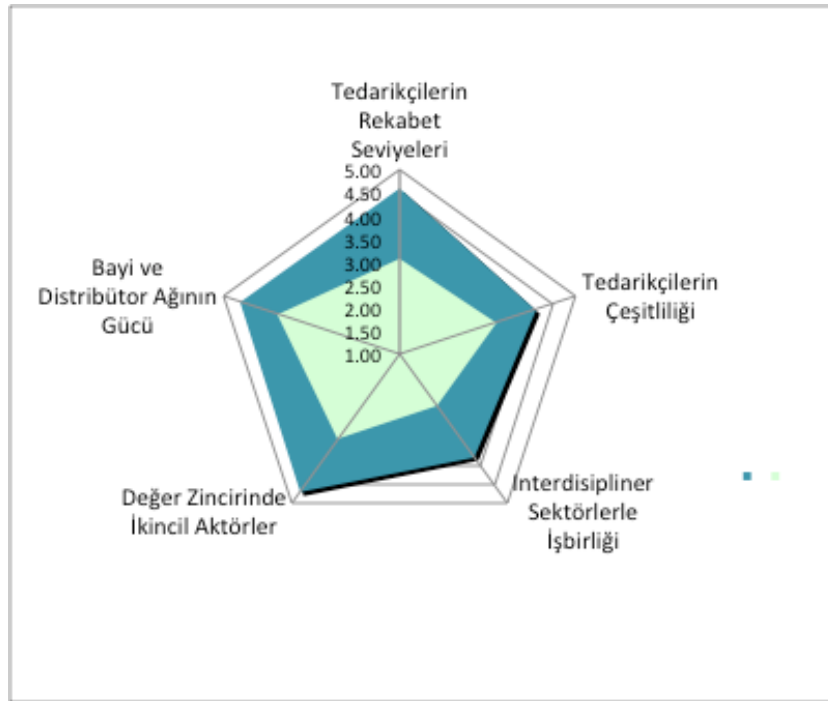
Mevcut durumda UR-GE projesi firmaları başta AB lkeleri olmak üzere dünyanın birçok ülkesine üretim yapmaktadır, projeye katılan birçok firma pazarların gerektirdiği üretim teknolojisi, kalite belgeleri ve servis yapısına sahiptir. Almanya ve Fransa gibi AB lkeleri ile geçmişten bu güne iş yapmakta olan firmalar, gerekli alanlarda gelişerek dünya pazarlarına hitap edecek noktaya ulaşmıştır. Proje dâhilinde söz konusu seviyede bulunmayan firmaların bu yönde ilerlemelerine yardımcı olacak faaliyetler ayrıca önerilmiştir.

7.4. İlişkili ve Destek Sektörler

Rekabet gücünü belirleyen temel unsurlar arasında, yetkin ve uzmanlaşmış tedarikçilerin ve ilişkili sektörlerin yerel varlığı bulunmaktadır. Uzmanlaşmış parça, makine ve hizmetlerin yerel tedarikçilerine ve ilgili firmalara yakınlık, küresel olarak temin edilebilecek girdilere erişebilmek açısından zorunlu değildir. Rekabet üstünlüğü aksine etkililik, bilgi ve yenilik kolaylığından doğmaktadır¹⁶.

İncir sektörü üretim süreçleri hammaddenin işlenmesi ve paketlenmesi üzerine kuruludur. Firmaların hemen hepsi benzer ürünleri üretmektedir. Sektörün ana tedarikçileri çiftçilerden ürünü toplayan tüccarlar, incir işleme süreçlerinde kullanılan makinelerin üretici ve satıcıları, paketleme ve etiketleme malzemeleri sağlayan firmalardır. Sözü geçen tüm alanlarda güçlü ve uzmanlaşmış tedarikçiler bulunmakla birlikte, incir aflatoksin miktarının düşmesi yönünde tüm tedarik zinciri boyunca iyileştirmeler yapılabilir.

Şekil 7: İlişkili ve Destekleyici Sektörlerin Varlığı



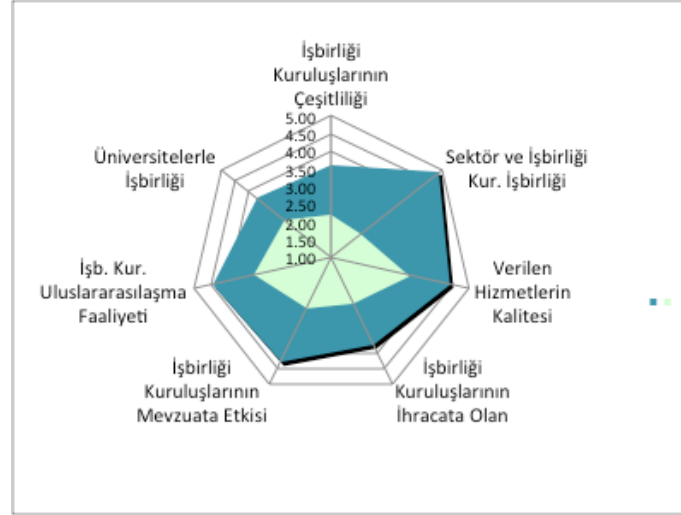
Kaynak: URAGEM Danışmanlık, 2016

¹⁶ Kaynak: Michael Porter, Rekabet Üzerine, Optimist, 2008, s.360

7.5. İşbirliği Kuruluşlarının Varlığı ve Bölgesel Rekabete Etkileri

Bölgesel rekabetin ve kümelerin rekabetçiliğinde işbirliği kuruluşlarının birleştirici ve hızlandırıcı rolü yadsınamaz. Daha önce de değinilmiş olduğu üzere, bölgede sektörel bir birlik ya da dernek bulunmamaktadır. Sektörel çalışmalar daha çok mevcut birlikler, odalar ve kurumlar tarafından hayata geçirilmektedir.

Şekil 8: İşbirliği Kuruluşlarının Varlığı ve Gücü



Kaynak: URAGEM Danışmanlık, 2016

Aydın'da bulunan ve sektörel rekabetin gelişmesi amacı ile faaliyetleri olan kuruluşların başında Aydın Ticaret Odası yer almaktadır.

Aydın Ticaret Odası: Aydın Ticaret Odası 1926 yılında Veysipaşa mahallesindeki, halen zahire pazarı olarak bilinen yerde, 207 üye ile çalışmaya başlamıştır. Üye sayısının çoğalması ve gelirlerinin artması sonucu bugünkü binasının olduğu arsayı satın alarak iki katlı bina yaptırmış ve iş hacminin gerektirdiği personelle hizmetlerini sürdürmüştür. Oda Aydın'ın Tarım ve endüstri ürünlerini tanıtmak üzere 1935 yılında İzmir'de açılan fuara iştirak etmiş 4 yıl boyunca katılım sağlamıştır. Sonraki yıllarda fuarları düzenli takip ederek İzmir'de açılan fuarların birçoğuna katılmış ve tarım ürünlerini sergilemiştir. 70'li yıllarda da aktivitelerine devam eden Ticaret Odası, 9 meslek komitesi ile çalışmalarını sürdürmüştür.



Ticaret Odası Aydın'ın ticari hayatını geliştirmesinin yansısı sosyal yaşama yönelik faaliyetlerde de bulunmuş; 1963 yılında Devlet Demir Yolları gar binasında bir Ticaret Odası Lokali kurmuştur. Lokal Aydınlılara ve Aydın'a gelen yerli yabancı turistlere açık tutularak hizmetlerini sürdürmüştür. Teknik eğitimin gelişmesi için kentte yer alan teknik okula maddi katkı yapmış, teknik üniversiteleri kazanan belli sayıdaki öğrenciyi de okutmuştur. Aydın'daki orta dereceli okullara çeşitli demirbaş eşya alımı ve kırtasiye desteği sağlamıştır.

Günümüzde Aydın Ticaret Odası 8000 üyesi 19 meslek komitesi ve 90 yıllık faaliyet süresiyle kurumsallığını tamamlamış bir meslek kuruluşudur. Odanın hizmet politikasının ana temelinin üye memnuniyeti oluşturmaktadır. Ticaret Odası faaliyetleri ile ilin ekonomisine yön vererek;

Aydın'ı gelişmiş düzeyi bakımından en üst seviyelere çıkarmak adına çalışmalarını sürdürmektedir.¹⁷

Projenin sahibi olarak ve sektörün gelişmesine Aydın Ticaret Odası birleştirici ve lider bir rol oynamaktadır.

Aydın Ticaret Odası Kuru incir sektörü için **Aydın İnciri Coğrafi İşaretini** 2003 yılında başvuru yaparak 2006 yılında alarak önemli bir adım atmıştır. Ayrıca Coğrafi işaret olarak Avrupa Birliği'nden patent alan "Antep Baklavası"ndan sonra ikinci ürün ve menşe olarak ilk ürün Şubat 2016 yılında alınmıştır. Avrupa Birliği tescili alınan Aydın İncirinin bilinirliği ve marka değerinin artması hedeflenmektedir.



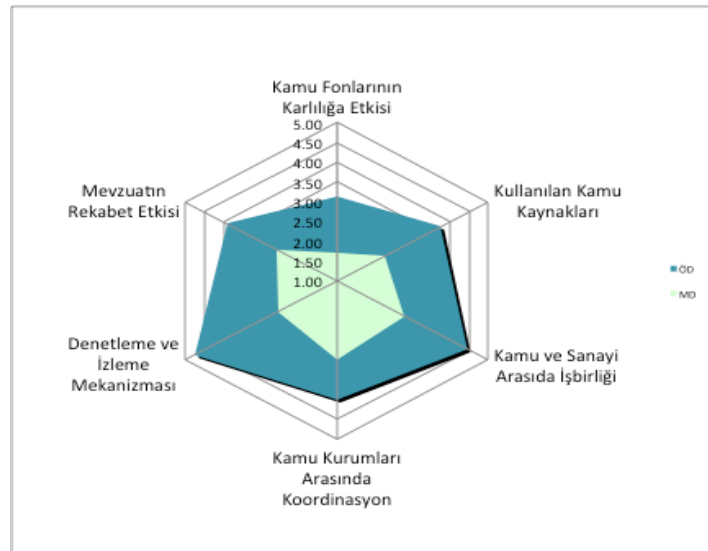
Aydın Ticaret Odası New York Ticaret Odası, Manhattan Ticaret Odası, Latin Ticaret Odası ve Türk Amerikan Ticaret Odası ile Kardeş Oda protokolleri imzalamıştır. Aydın Ticaret Odası kuru incirin yurt genelinde tanıtılması için "AYDIN TANI TIR" projesini faaliyete geçirmiştir.



7.6. Kamu Kurumları, Devlet Destekleri ve Yasal Mevzuatın Etkisi

Bölgesel ekonomik kalkınma ve küme rekabetinde iş yapma ortamını belirleyen ve etkileyen yasal mevzuatı devlet destekleri önemli faktörler arasındadır. Bu başlık kapsamında incir işleyen ve ihracatını yapmakta olan firmaların etkilendikleri unsurlar, ilgili kurum ve kuruluşların çalışmalarına yer verilmiştir.

Şekil 9: Kamu Kurumları ve Yasal Mevzuatın Rekabete Olan Etkisi



Kaynak: URAGEM Danışmanlık, 2015

Kuru incir gerek Türkiye, gerekse Dünya'ya büyük oranda Aydın'dan gitmektedir, Aydın'da incirin bir nedenle bitmesi, bölgesel özelliklerini kaybetmesi demek, incir sektörünün de

¹⁷Kaynak: Aydın Ticaret Odası

büyük ölçüde dünyada bitmesi ya da şekil değiştirmesi olarak tercüme edilebilir. Aydın İncirinin mevcut özelliklerinin korunması, çiftçiden başlayarak sektörde etkisi olan kişi ve kurumların doğru adımlar atması önemlidir. Bu noktada sadece incir odaklı ihracat çalışmaları değil, devreye tarım politikaları, ihracat politikaları, sektörel standartlar ve denetim konuları girmektedir. Mevcut durumda tarım politikalarında katma değerli veya bölgesel ürünlere öncelik verilen bir uygulama ya da sistem bulunmamakta, tarım uygulamaları dönemsel ya da bölgesel olarak ele alınmaktadır. Gelecek dönemde Aydın İncirinin özelliklerini koruyarak gelecek kuşaklara aktarılabilmesi, ekonomik katkısının artması için incir ağacının ekimi, sulama alanlarının planlanması tarım politika ya da eylem planlarında yer almalıdır.

İhracat yönünden özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeleri olumsuz yönde etkilemekte olan bir uygulama da "İlk Gemi Yükleme Tarihi" uygulamasıdır. İlk Gemi yükleme tarihinden önce ürünlerini AB pazarlarına gönderemeyen firmalar, başta AB ülkelerindeki rakipleri ile karşılaştırıldığında pazara erken gönderebilecekleri ürünleri gönderemediklerinden rekabet avantajı ve belirli bir oranda pazar payını kaybedebilmektedir.

Aydın'da sektörel rekabeti olumlu yönde etkileyen önemli çalışmalar da yapılmaktadır. Bu çalışmalar yürüten kurumlar ve projelerine ilişkin bilgi aşağıda sunulmaktadır;

İncir Araştırma İstasyonu Müdürlüğü

11.02.2016 tarihinde İncir Araştırma İstasyonu'nda Enstitü Müdürü Sayın Selim ARPACI, Ziraat Yüksek Mühendisi Dr. İlknur KÖSEOĞLU, Gıda Yüksek Mühendisi Ramazan KONAK, Ziraat Yüksek Mühendisi Nilgün TAN ile Kuru İncir Sektörü üzerine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.



Görevleri: Kuruluş 1938 yılında önemli döviz kaynaklarından biri olan kuru incirle ilgili problemleri çözmek, ülkemiz incir yetiştiricilerine yararlı bilimsel çalışmalar yapmak üzere Aydın il merkezine 17 km. uzakta Erbeyli Köyü civarında "İncir İslah İstasyonu" adı altında faaliyete geçmiştir. Önceleri incir yetiştiricilerinin fidan ihtiyacını karşılamış olup, daha sonra % 70 incir fidanı yanında %20 zeytin, % 10 fıstık, kayısı ve erik fidanı üretimi de yapılmıştır. Ancak daha sonra su problemi yüzünden incir dışındaki meyve türleri kaldırılmıştır.

İncir konusundaki çalışmalar şu şekilde özetlenebilir. Yürütülmekte olan ülkesel İncir Araştırmaları projesinin ıslah disiplini çalışmalarından olarak yurdumuzun Doğu Anadolu dışındaki her yeri taranarak 273 incir tip veya çeşidinin introduksiyonu yapılarak Erbeyli ve Umurlu'daki bahçelerde koleksiyona alınmıştır. Bunlar aynı zamanda Türkiye Bitki Genetik kaynakları projesinin materyali olarak da saklanmaktadır. Kuruluş Türkiye Bitki Kaynakları projesinde incir gen kaynaklarını koruyup muhafaza etmekle görevlendirilmiştir. Introduksiyonu yapılan bu çeşitlerden bir kısmının pomolojileri yapılmış olup pomoloji çalışmaları devam etmektedir. Yine bu çeşitlerden ümit var olanlar ile Bodrum, Dalaman ve Fethiye'de adaptasyon çalışmaları yapılmıştır. İncirliova'daki ilek (erkek incir) koleksiyonu bahçesinde 58 çeşidin koleksiyonu ve pomoloji çalışmaları tamamlanmış durumdadır. Ayrıca Sarılop çeşidinde klon seleksiyonu ve Sarızeybek isimli yeni bir çeşitte araştırma çalışmaları devam etmektedir.

Öte yandan sofralık incir çeşitlerinin soğukta muhafazası, gıda teknolojisi ekonomi, kuru incirlerde kalite konularında araştırma faaliyetleri devam etmektedir.

İncir fidanı üretimi konusunda görevlendirilmiş tek resmi kuruluş olan Enstitü her yıl yetiştiricilerin ihtiyacı olan kurutmalık ve sofralık incir fidanlarını üretip satışlarını gerçekleştirmektedir.

İncir Araştırma Projeleri

- İncir (*Ficus carica*) genetik kaynakları muhafaza ve değerlendirilmesi
- Melezleme ve Mutasyon Islahı Yöntemleriyle Üstün Nitelikli Kurutmalık ve Sofralık İncir Çeşitlerinin Geliştirilmesi
- İncir (*Ficus carica* L.) Genetik Bağlantı (Linkage) Haritasının Oluşturulması (TÜBİTAK-1007)
- Organik Kuru İncirin Depo Dayanım Süresinin ve Meyve Kalitesinin Korunmasına Yönelik Bitki Uçucu Yağlarının Kullanım Olanaklarının Araştırılması
- Bazı Sofralık İncir Çeşitlerinin Uygun Hasat Zamanının Depolama ve Taşımaya Dayanım Performanslarının Belirlenmesi
- Organik Bitkisel Üretimde Değerlendirilmek Üzere Girdi Üretim Yöntemlerinin Geliştirilmesi (TÜBİTAK-1007)
- Kuru İncir Yetiştiriciliğinde Alternatif Toprak İşleme Yöntemlerinin Ağaç Gelişimi ile Meyve Verim ve Kalitesi Üzerine Etkileri
- Kuru İncir ve İncir İşletmelerindeki Mikrobiyal Popülasyonunun Kontrolünde Elektro Aktive Suyun Uygulanması
- İncir Genetik Kaynaklarının Toplam Fenolik Madde İçeriği ve Toplam Antioksidan Aktivite Açısından Taranması ve Bazı Kurutmalık İncir eşitlerinde Fenolik Bileşenlerin Belirlenmesi
- Kuru İncirin Depolama ve İşleme Aşamasında Aflatoksin Riskini Azaltmaya Yönelik Uygulama ve Düzenlemelerin Ekonomik Etkilerinin Belirlenmesi
- Temiz İlek Elde Edilmesinde İncir İç Çürüklüğü Hastalığı (*Fusarium* ssp.)'na karşı Mücadele Olanaklarının Araştırılması
- Aydın İli İncir Alanlarında *Lonchaea aristella* Becker (*Diptera*: **Lonchaeidae**)'nın Yayılışı, Popülasyon Değişimi ve Zarar Oranının Belirlenmesi
- Fonksiyonel Özelliği Yüksek Renkli İncir Çeşitlerinin Kurutularak Değerlendirme İmkânlarının Araştırılması
- Aydın İlinde Sarılop ve Bursa Siyahı İncir Çeşitlerinde Akdeniz Meyve Sineği (*Ceratitis capitata* Wiedemann (*Dipt.*:Tehritidae))' nin Durumunun Belirlenmesi ¹⁸

Aydın Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu

(TKDK): Kuruluş Amacı Varlık sebebi; AB ve uluslar arası kuruluşlardan sağlanan kaynakların ülkemizde kırsal kalkınma programlarının uygulanmasına yönelik faaliyetlerde kullanılmasını sağlamaktır. Söz konusu faaliyetlerin gerçekleştirilmesi amacıyla, 4 Mayıs 2007 tarihinde kabul edilen 5648 sayılı “Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun” 18.05.2007 tarihli Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.



¹⁸Kaynak: <http://arastirma.tarim.gov.tr/incir/Menu/10/Hakkimizda>

Ayrıca bu kanun ile tarım sektörün gelişmişlik düzeyini ve tarımsal nüfusunu refah seviyesini yükseltmeyi ve Türkiye'nin Avrupa Birliğine uyumunun sağlanması hedeflenmektedir. Bu amaç ile kurulmakta olan Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumunun kuruluş, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin usul ve esaslar da bu kanun ile düzenlenmiştir.

Anılan kanunla kurulan kurum 25 Şubat 2008 tarihinde Avrupa Komisyon tarafından kabul edilen, Avrupa Birliği Katılım Öncesi Yardım Fonları ile desteklenecek Tarım ve Kırsal Kalkınma Programını (IPARD) uygulayacaktır. Tarım sektörünün genelinde olduğu gibi, kırsal alanda yaşayan vatandaşların, gelir düzeyinin yükselmesi, gelir dağılımının iyileşmesi, doğal kaynakların korunarak kullanılması ve zenginliklerin tüm insanlarımızı yansıtılması hedeflenmektedir.

Bu kapsamda uygulanan program ve projelerin hedefleri şunlardır:

- Yerel potansiyel ve kaynaklara dayalı olarak kırsal ekonominin rekabet gücünün yükseltilmesi.
- Gelir ve istihdam imkânlarının artırılması ve çeşitlendirilmesi, insan kaynaklarının ve örgütlenme düzeyinin geliştirilmesi.
- Fiziki ve sosyal altyapı hizmetlerinin yaygınlaştırılması, etkinleştirilmesi ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesi.
- Kırsal çevrenin, doğal ve kültürel varlıkların korunarak geliştirilmesi suretiyle kırsal toplumun refahının artırılmasıdır.

Bu uyum çalışmalarının amacı, ülkemizin insan kaynakları potansiyelinin nicel ve nitel özelliklerini de dikkate alarak halkımızın ihtiyaçlarının giderilmesi, mevcut doğal ve finans kaynakları ile yapay olarak elde edilebilecek tüm imkânların en akılcı bir şekilde kullanılmasıdır.¹⁹

Ege Kuru Meyve Ve Mamulleri İhracatçıları Birliği: Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği 1939 yılında kurulmuş olup, o tarihten bu güne kadar kuru meyve ihracatının arttırılması ve ürünlerimizin dünya pazarlarında tanıtılması için çalışmalarını sürdürmektedir.



**Ege İhracatçı
Birlikleri**

2014 sonu itibarıyla 406 üyesi olan Birlik, üyelerin sorunlarının çözülmesi için gerek yurtiçinde, gerekse yurtdışındaki kurumlarla yakın işbirliği halinde çalışmaktadır. Birlik International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM), Avrupa Kuru Meyve, Kabuklu Yemişler, Konserveler ve Benzeri Ürünler Ticaret Federasyonu (FRUCOM) ve Kabuklu ve Kuru Meyveler Konseyi (INC) üyesidir ve bu kurumların toplantılarına aktif olarak katılım sağlamakta ve sektör uluslararası platformlarda temsil etmektedir. Birlik üyeleri tarafından başta çekirdeksiz kuru üzüm, kuru incir ve kuru kayısı olmak üzere, mal grupları bazında elma kurusu, leblebi, erik kurusu, çam fıstığı, kayısı ve zerdali çekirdeği, antep fıstığı, badem ve ceviz ihracatı yapılmaktadır. Geleneksel olarak Avrupa Birliği ülkeleri en önemli alıcı pazar olup, ihracatçıları son yıllarda Çin, Japonya, Birleşik Arap Emirlikleri gibi yeni pazarlara da giderek artan miktarda kuru meyve ihraç etmektedir. 2014 itibarıyla 100'den fazla ülkeye ihracat yapan Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği, 2014 yılı sonu itibarıyla 321.607 tonluk kuru meyve

¹⁹Kaynak: <http://Aydin.tkd.gov.tr/KurulusAmacimiz.aspx>

ihracatıyla Türkiye geneli kuru meyve ihracatından %74, 905 milyon dolarlık ihracat geliri ile değer bazında ise %62 pay sahibi olmuştur.²⁰

Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA): Ajans, 27.02.2015 tarihine kadar EGS Park Kongre ve Kültür Merkezi adresinde Denizli Büyükşehir Belediyesi'ne ait binada hizmet vermiştir. 27.02.2015 tarihi itibarıyla Ajans, Denizli Pamukkale Teknokent hizmet binasında faaliyetlerini sürdürmektedir. Aydın Yatırım Destek Ofisi, Aydın Ticaret Borsası Hizmet Binasında, Muğla Yatırım Destek Ofisi ise Muğla Belediye Kapalı Otoparkında hizmet vermektedir.



5449 sayılı “Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun”un kabulü kapsamında 25.07.2009 gün ve 27299 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Bazı Düzey 2 Bölgelerinde Kalkınma Ajansları Kurulması Hakkında Karar” ile Denizli merkez olmak üzere Aydın, Denizli ve Muğla illerini kapsayan TR32 Bölgesi’nde Güney Ege Kalkınma Ajansı kurulmuştur. Ajanslar tüzel kişiliği haiz ve bu kanunla düzenlenmemiş bütün işlemlerinde özel hukuk hükümlerine tabidir. Ajans teşkilat yapısı Yönetim Kurulu, Kalkınma Kurulu ve Genel Sekreterlik’ten oluşmaktadır.

Kalkınma Kurulu’nun görev ve yetkileri:

- Ajansın yıllık faaliyet ve iç denetim raporlarını görüşmek, değerlendirmek ve yönetim kuruluna önerilerde bulunmak.
- Bölgenin sorunlarına ve çözüm önerilerine, tanıtımına, potansiyeline ve önceliklerine yönelik olarak yönetim kuruluna tavsiyelerde bulunmak.
- Toplantı sonuçlarını Kalkınma Bakanlığı’na raporlamak ve toplantıya ilişkin bir sonuç bildirisi yayımlamak.

Aydın, Denizli ve Muğla Yatırım Destek Ofisleri

Aydın, Denizli, Muğla Yatırım Destek Ofisleri (YDO), bölgenin iş ve yatırım imkânlarının ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımını yapmaktan ve bölgeye yatırım yapmayı düşünen yatırımcıya yol göstermek, bilgi vermek, başvuruları kabul ve takip etmekten sorumludur. YDO’lar tarafından ön inceleme, başvuru sırasına göre en geç üç iş günü içerisinde sonuçlandırılmakta ve başvuru sahibine bilgi verilerek, ilgili makamlara intikal ettirilmekte ve gerekli işlemler takip edilmektedir. Aynı zamanda Bölgede yatırımcıların karşılaşılabilecekleri engel ve sorunlar tespit edilerek sorunların çözümü konusunda ilgili merciler nezdinde girişimde bulunmaktadır.²¹

Germencik Belediyesi: Aydın Ticaret Odası’nın gerçekleştirmiş olduğu İncir sektörü UR-GE projesi İhtiyaç Analizi kapsamında firma ziyaretleri gerçekleştirilmiştir. Proje içinde bulunan bazı firmaların açıklamalarına göre Germencik Belediye Başkanı Ümmet AKIN’ın Germencik ilçesinde İncir Kooperatifi ve tüm incir firmalarının İncir Çarşısı altında toplanarak gelecek ithalatçı firmaların ilk olarak burada karşılandığı bir proje planlandığı belirtilmiştir. Depocuların, ihracatçı firmaların kurulacak çarşıdan yer edinerek proje içinde olabilecekleri belirtilmektedir.

²⁰Kaynak: <http://www.egebirlilik.org.tr/birlilikler-kuru-meyve-birlik-detay.asp>

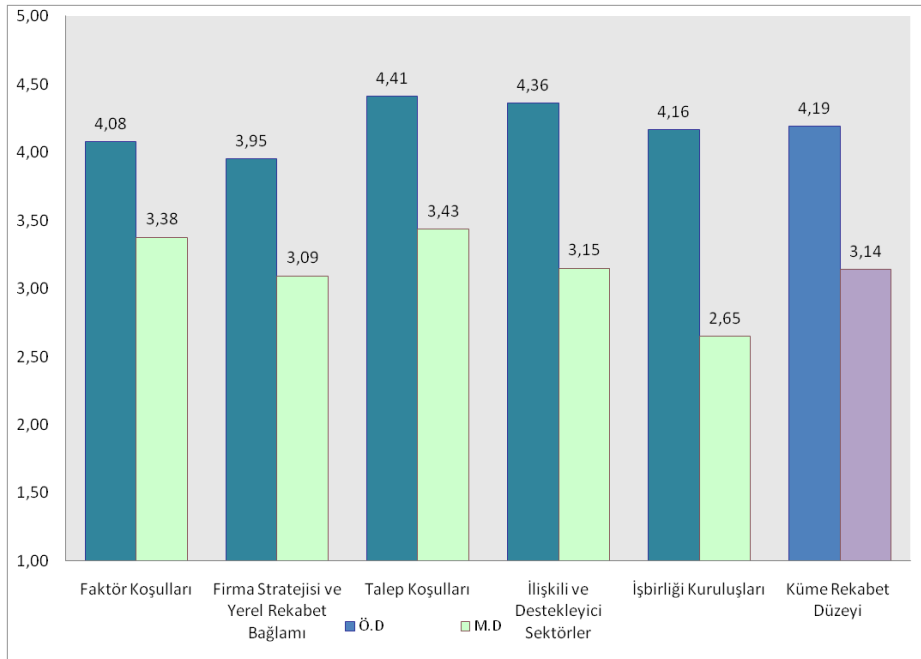
²¹Kaynak: Güney Ege Kalkınma Ajansı 2015 Yılı Ara Faaliyet Raporu, s.7-8

7.7. Küme Analizi Genel Değerlendirme

Elmas Analizi modeli kullanılarak gerçekleştirilen küme analizi sonuçlarına göre, Aydın Kuru İncir Küme Girişiminin rekabetçilik düzeyi 3,14 seviyesinde; orta düzeydedir. Türkiye'nin dünya ihracatında lider olmasına rağmen, rekabetçilik seviyesinin orta düzeyde olmasının en önemli sebepleri arasında;

- Firmalar arasında fiyata dayalı rekabet yapısının olması,
- Kuru incir üretiminin rekolteye bağlı ve sınırlı olması,
- Sektörün gerek arz gerekse talep taraflarında büyük oyuncular tarafından şekillendirilmesi, alıcıların alım koşulları karmaşılaşırken, fiyat üzerinde alıcıların sürekli olarak baskısının artması,
- Sektörün yapısal olarak ölçek ekonomisi üzerine kurulu olması, orta ve küçük işletmelerin ölçek ekonomisi yaratma gücünün olmayışı,
- Bazı firmaların nispeten düşük kaliteli inciri yasal mevzuatla yasaklanmış yöntemlerle kimyasal işlemlerden geçirerek kalite incir gibi pazara sunmalarının yarattığı haksız rekabet,
- İncir üretimi yapan firmaların tamamında ürünün aynı olması, üründe farklılaşmaya gidilmesi alanlarının paketlenme aşamasında sınırlı olarak farklılaşması sayılabilir.

Şekil 10: Küme Rekabet Seviyesi



Kaynak: URAGEM Danışmanlık, 2016

Kuru incire olan talep süreklilik arz etmektedir, üretici ve alıcılar belirli, satış kanalları sınırlıdır. Büyük firmalarca yönetilen ölçek ekonomisi sektöre hakimdir, mevcut pazarlarda da gelecekte büyük üreticileri de bazı sorunlar beklemektedir, bu sorunların başında artan maliyetler karşısında alıcıların fiyatı düşürmeye ya da kendi belirledikleri fiyattan satın alma baskısı gelmektedir. İster büyük firmalar, ister küçük ölçekli üreticiler için başta AB pazarı olmak üzere mevcut pazarlar önemini korumakla birlikte, kuru incirin hiç girmediği, nüfus ve alım gücünün yüksek olduğu yeni pazarlara girilmesi stratejik bir seçenektir.

8. Firma Analizi

UR-GE Projesi İhtiyaç Analizi Faaliyeti kapsamında saha çalışması 2016 yılının Şubat ayında tamamlanmış, 20 firma ile tanı çalışması seviyesinde firma analizi odaklı mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Firma analizi kapsamında firmaların ulusal ve uluslararası ortamda rekabet etme güçleri değerlendirilmiştir. Değerlendirme kapsamında aşağıdaki kriterler baz alınmıştır:

Tablo 16: Firma Analizi Değerlendirme Kriterleri

<i>Firma Ölçeğinde Değerlendirme Ana Başlıkları</i>
<i>Ürünlerle Bağlı Rekabet Gücü</i>
<i>Firma İçi Koşulların Rekabete Etkisi</i>
<i>Firma Dışı Koşulların Rekabete Etkisi</i>
<i>Stratejik Performansın Değerlendirilmesi</i>
<i>Üretim Performansı</i>
<i>ARGE, İnovasyon, Teknoloji, Altyapısı ve Performansı</i>
<i>Pazarlama ve Tanıtım Etkinliği</i>
<i>İhracat Performansı</i>
<i>Yurtiçi Satış Performansı</i>
<i>Kalite Sistemleri, Uluslararası Standartlara Uygunluk</i>
<i>Finansal Dayanıklılık</i>

Projede yer alan işletmeler aile işletmeleridir. Projede yer alan işletmelerin ürünleri birbirleri ile kıyaslandığında çeşitlilik göstermemektedir. İşletmeler temelde aldıkları inciri işleyerek farklı paketleme usulleri ile paketleyerek pazara sunmaktadır. Konvasiyonel ürünün yanı sıra organik incir üretimi yapan ve işleyen firmalar da bulunmaktadır. Sadece kuru incir odaklı çalışan işletmeler olduğu gibi, kuru meyve alanında farklı ürünleri işleyen üreticiler de bulunmaktadır.

UR-GE Projesine toplam 20 firma katılmıştır. Projede yer alan işletmeler ağırlıklı olarak uzun yıllardan bu yana sektörde faaliyet göstermektedir. Projede yer alan firmalarda en az 6, en fazla 650 kişi çalıştırılmaktadır. 20 firmada toplam çalışan sayısı kuru incir mevsimine göre değişkenlik göstermektedir.

Kuru İncir üretiminde firmaların sahip oldukları makine ve makinelerin verimliliği önemli rekabet faktörleri arasındadır. Görüşülen firmaların çoğu uygun teknolojiye sahiptir. Yıllık bazda üretilen ve ihracat edilen toplam Kuru incir miktarı 16500 ton olarak belirlenmiştir. Bu değer Türkiye'nin 2015 yılında ihraç ettiği 73495 ton kuru incirin yaklaşık %23'ünü oluşturmaktadır.

8.6.1. TS 541 Kuru İncir Standartları

Kuru incirler aşağıda bildirilen özellikleri taşımalıdır;

- Bütün olmalıdır (kuru incirin sap ve göz (ostiolum) uçları kesilmiş olabilir). Ayrıca, kuru incir pazarlama ve işleme özelliklerine uygun şekilde yarılmış olabilir (örneğin layer),
- Sağlam olmalı, çürüyerek, kötüleşerek tüketime uygunsuz hale gelenler ürünü etkilememeli,

- Anormal dış rutubet ihtiva etmemeli,
- Yabancı tat ve koku olmamalı¹,
- Gelişmenin hangi safhasında olursa olsun, ayrıca fümige edilsin veya başka yöntemlerle dezenfekte edilmiş olsun, canlı veya ölü böcek, kemiriciler ile diğer parazitler olmamalı,
- Bozulmuş, yırtık, yarık olmamalı,
- Aşırı kuru özellik göstermemeli,
- Temiz, gözle görülebilir yabancı maddeden arı olmalı²,
- Küf ve fermente belirtisi bulunmamalıdır.
- Rutubet muhtevası %26'dan fazla olmamalıdır³. **(Su vermek suretiyle yeniden yumuşatılmış kuru incirlerde % 37'den fazla rutubet olmamalıdır. Ancak ürünün yeniden yumuşatıldığı hususu işaretlemeye belirtilmelidir.)**

Kuru incirlerin taşıdıkları özellikler ve gelişme durumları ayrıca aşağıdaki şartlara uygun olmalıdır;

- Taşıma ve işleme şartlarına dayanıklı olmalıdır.
- Gideceği yere ulaştığında tatmin edici durum (Pazar isteklerini karşılamaya elverişli durum) göstermelidir.
- Kuru incirler, dezenfeksiyon veya koruyucu maddelerle muamele edilirse, bu işlem imalatçı ve ithalatçı ülkenin yönetmeliklerine uygun şekilde yapılmalıdır.
- Kuru incirlerin hidroklorik asitte (HCl) çözünmeyen kül içeriği 1 gr/kg'dan fazla olmamalıdır. **Mineral saflık (hidroklorik asitte çözünmeyen kül miktarı) analizi her kuru incir partisi ihracat ve ithalatında uygulanmaz, kuru incirin anılan özelliğinin tespiti amacıyla sezon başında değişik üretim bölgelerinden gelen partilerden sınırlı sayıda alınacak numuneler ile bu analizin yapılıp durum tespiti yapılması gerekir.)**

1) Hafif kükürt dioksit (SO₂) kokusu anormal koku olarak değerlendirilmez.

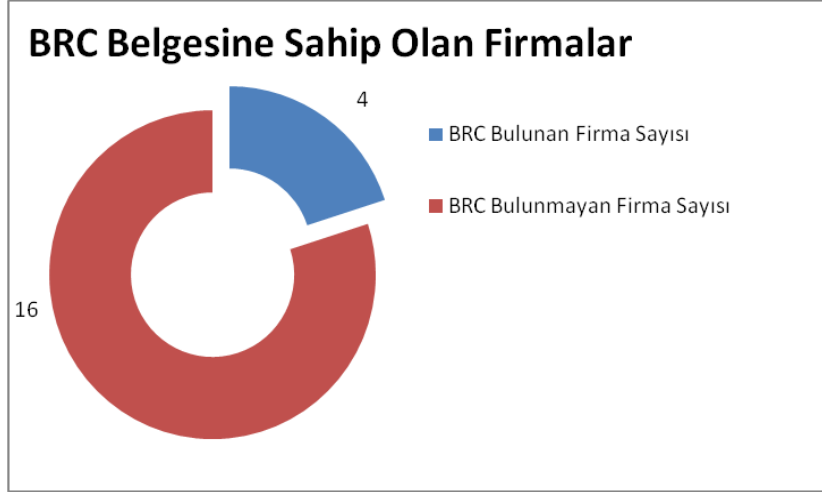
2) Şeker ve un gibi katkı maddeleri yabancı madde sayılmaz. Bu maddeler ithalatçı ve imalatçı ülkenin yönetmeliklerine uygun olarak kullanılabilir.

3) Ancak ithalatçı ülkenin yönetmeliklerine uygun ise gerekli koruyucu maddelerle muamele edilmiş olan kuru incirlerde rutubet muhtevası % 30'a kadar olabilir.

BRC Gıda Teknik Standardı: İlk olarak 1998 yılında İngiliz Perakendeciler Birliği (BRC) tarafından BRC Gıda Teknik Standardı olarak yayınlanmıştır. Standard, dünya çapında gıda tedarikçileri tarafından özellikle de İngiltere perakendecilerine ürün sağlayan kuruluşlar tarafından benimsenmektedir. Standart özellikle; işletmede HACCP sisteminin kurulumunu ve devamlılığının sağlanmasını, dokümanite edilmiş ve etkin bir kalite yönetim sisteminin uygulanmasını ve fabrika çevre standartlarının, ürünlerin, proseslerin ve personelin etkin bir şekilde kontrol edilmesini şart koşturmaktadır.

Aydın Ticaret Odası İncir Sektörü İhtiyaç analizi sonrasında firmalarda BRC belgesi, küme içerisinde 4 firmada bulunmaktadır. Firmaların İngiltere'ye ve diğer AB ülkelerinde daha güçlü girebilmeleri için BRC belgesini edinmeleri önerilmektedir.

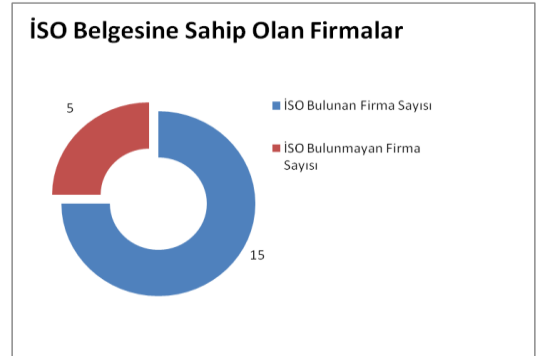
Grafik 12: BRC Belgesine Sahip Olan Firmalar



HACCP, gıda işletmelerinde, sağlıklı gıda üretimi için gerekli olan hijyen şartlarının (personel hijyeni, ekipman hijyeni, hammadde hijyeni, ortam hijyeni, vb.) belirlenerek bu şartların sağlanması, üretim ve servis aşamasında tüketici açısından sağlık riski oluşturabilecek nedenlerin belirlenmesi ve bu nedenlerin ortadan kaldırılması temeline dayanan bir ürün güvenilirliği sistemidir. HACCP, İngilizce **Hazard Analysis and Critical Control Point - Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları** ifadesinin kısaltmasıdır.²²

İSO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi: ISO 22000 sisteminin uygulanması, tedarikçilerin, sektör tarafından sıkça talep gören ürünlerinin üretim ve servis süreçlerini geliştirerek insan sağlığı açısından güvenli, firma açısından da daha karlı bir hale dönüştürmesini sağlamaktadır. ISO 22000 sistemi HACCP sistemini prensiplerini ve uygulama basamaklarını tamamlamakta, yönetimin sorumluluklarının eğitimi ve sürekli iyileştirme faaliyetlerini tanımlaması nedeniyle de ISO 9001 ile uyum oluşturmaktadır. Bu sayede hem güvenli gıda üretimini sağlamak hem de firmaların kurumsallaşma süreçlerini hızlandırarak gelişimlerine destek vermektedir.

ISO 22000 sistemi uluslararası bir standart olduğu için kurumların uluslararası ticaret hedeflerini gerçekleştirmesinde kolaylık sağlamaktadır. ISO 22000 Tüketicilerin; Uluslararası standartlara uygun, kaliteli, güvenilir ve sağlık açısından güvenli ürün ve hizmet almalarını sağlamaktadır.²³ Firma analizleri aşamasında yapılan firma görüşmelerinde 20 firmanın yaklaşık 15'inde ISO 22000 belgesi olduğu görülmüştür.



²²Kaynak: <https://tr.wikipedia.org/wiki/HACCP>

²³Kaynak: http://www.wcs.com.tr/iso22000_kalite_nedir.htm

9. Pazar Analizi

9.1. Genel Bilgiler

Bu bölümde kuru incir sektörü için pazar analizi çalışması yapılmıştır. UR-GE projesi içinde yer alan firmaların tamamı İncir sektöründe faaliyet göstermektedir. UR-GE projesi içinde yer alan 20 firmanın faaliyet gösterdikleri ana ürün grupları aşağıda yer almaktadır:

Tablo 17: Firmaların faaliyet gösterdiği ürünlerin Gümrük Tarife ve İstatistik Pozisyon Kodları

GTİP Kodu	Ürün Açıklaması
0804.20	İncir
0804.20.90.00.00	Kuru İncir

9.2. Pazarın Tanımı

İşletmeler için gerek ölçeklerine gerekse ürettikleri ürünlere yönelik ihracata odaklı bilgilere ulaşılması İhtiyaç Analizi projeye yön verecek en önemli katkılarından biridir. Bu noktada pazar tanımının doğru yapılarak çalışmaya başlanmasında fayda görülmektedir. Birçok çalışmada pazar ya da hedef pazarlar genel sektör tanımlarından yola çıkılarak ya firmanın iş yapmak istediklerini beyan ettikleri pazarlar ya da genel kapsamı ile bir sektörde en çok ithalat yapılan ülkeler olarak tanımlanmaktadır. Sektör bazında genel ve yüzeysel bulgulara dayanan adımlar çoğu zaman başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Sektör bazında genel ve yüzeysel bulgulara dayanan adımlar çoğu zaman başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. Bu gerçekten yola çıkarak işletmelerin ürün profili ve ürün grupları bazında pazar analizi yapılmıştır. Pazar analizi çalışmasında Trademap verileri kullanılmış, Gümrük tarife istatistik Pozisyonu (GTİP) 6 haneli olarak alınmıştır. Alt grup ürünler için ayrıca 8 haneli olarak araştırma derinleştirilmiştir.

İhtiyaç Analizi kapsamında ilk olarak UR-GE projesi içinde yer alan işletmelerin kabiliyetleri, ürünleri ve geçmişten günümüze getirdikleri tecrübeler ışığında pazar tanımı yapılmaktadır.

Pazar proje kapsamında “gidilmesi önerilen ülkeler” değildir. Pazar ürünleri kullanan kişilerin profili ve bu kişilerin bulundukları ülkelerdeki ürünlere yönelik tüketim alışkanlıkları olarak kabul edilmiş, kısa da olsa pazarlarla ilişkili bilgiler bu çerçevede sunulmuştur. Özetle pazar analizi bölümü iki temel kritere dayanmaktadır:

- UR-GE projesinde yer alan firmaların ürün grupları ve kabiliyetleri,
- Ürünleri kullanan kullanıcı profili ve bölgenin özellikleri.

Unutulmamalıdır ki, ihtiyaç analizi çalışması bir pazar analizi çalışması değildir. Bu bölümde firmalara hedef pazarlar önerilmekte ve bu pazarlar hakkında ön bilgiler verilmektedir. İlgili pazarlara ilişkin kapsamlı pazar araştırmaları projenin danışmanlık hizmetleri kapsamında alınabilir.

İşletmelerle yapılan firma analizi çalışmalarında tüm firmaların aynı ürün grubu olan İncir ürettiği olmaları işletmelerin mevcut pazarlarının aynı olduğunu göstermektedir. Pazar

analizi gelişmekte olan ve ithalat rakamları son beş yıllık dönemde artış gösteren ülkeler araştırılmıştır.

9.3. İlişkili Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) Kodları

Projede yer alan işletmelerin faaliyet alanlarına giren alt ürün gruplarının GTİP numaraları aşağıda verilmiştir. Tablo 17’de belirtildiği gibi GTİP numaraları ile Trademap verileri incelenerek işletmeler için hedef pazarlar önerilmektedir.

Tablo 18: GTİP 080420 Dünya’da İncir İhracatı Yapan İlk 25 Ülke (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	336.837	343.063	359.770	424.804	512.259
Türkiye	184.678	180.838	196.754	241.539	280.807
İran	19.181	18.726	N/A	N/A	33.617
Afganistan	6.847	5.591	9.891	16.456	24.912
ABD	21.646	21.271	24.434	20.613	24.865
Almanya	11.442	17.492	18.251	18.967	21.711
Hollanda	16.083	18.754	19.159	19.377	17.936
İspanya	8.961	10.498	9.914	13.329	17.768
Yunanistan	9.366	10.153	10.468	12.600	11.738
Fransa	8.339	8.945	7.584	8.582	9.403
Avusturya	3.902	3.132	5.135	8.081	8.964
İtalya	8.308	8.612	7.404	9.351	8.780
Brezilya	4.476	7.302	8.491	8.212	8.740
Meksika	4.454	6.817	4.003	4.374	5.855
Belçika	4.720	4.542	4.500	4.842	5.162
Danimarka	1.802	2.115	3.295	3.551	3.792
İsrail	2.214	1.926	2.460	3.222	3.511
Suriye	5.328	3.095	2.924	4.254	3.413
Güney Afrika	466	66	1.522	1.649	2.985
Birleşik Arap Emirlikleri	165	440	908	2.387	1.973
İngiltere	690	771	928	1.503	1.665
Hong Kong, Çin	892	1.518	999	1.500	1.495
Slovakya	1.707	2.051	2.588	2.659	1.386
Tunus	119	177	449	810	1.340
Litvanya	587	877	1.065	1.073	856
Çek Cumhuriyeti	506	463	292	454	829

Kaynak: Trademap 2015

2014 Trademap verilerine göre 080420 GTİP Kodlu incir ürünün Dünya İhracat değerleri tabloda görülmektedir. 512 Milyon ABD Dolarlık İncir İhracatının 280 Milyon ABD Dolarını Türkiye gerçekleştirerek sektörde lider konumda bulunmaktadır. Türkiye’yi 33 Milyon ABD Doları ile İran, 24,9 Milyon ABD Doları ile Afganistan 24,8 Milyon ABD Doları ile Amerika Birleşik Devletleri izlemektedir.

Son 5 yıllık ihracat verileri incelendiğinde önemli artışlar gösteren ülkeler Afganistan, İspanya ve Güney Afrika’dır.

Tablo 19: GTİP 080420 Dünya’da incir İthalatı Yapan İlk 25 Ülke (Bin ABD Doları)

İthalatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	370.105	383.297	365.402	478.225	554.152
Hindistan	40.422	39.991	13.423	67.702	67.242
Almanya	48.743	54.858	48.973	56.120	65.687
Fransa	51.401	51.302	47.806	55.063	59.733
ABD	13.806	12.200	15.719	22.714	35.786
İngiltere	15.237	14.670	15.260	20.750	26.292
İtalya	20.008	19.826	16.524	17.915	22.981
Kanada	15.781	15.971	17.527	20.008	21.616
İsviçre	14.688	15.596	15.663	17.256	20.413
Hollanda	11.420	14.927	17.222	19.413	19.527
Avusturya	8.020	9.498	9.056	13.122	15.073
Rusya Fed.	17.507	16.581	17.319	16.134	13.057
Hong Kong, Çin	5.867	8.110	6.488	8.694	12.439
Belçika	10.671	9.347	9.665	11.125	12.319
Birleşik Arap Emirlikleri	3.160	3.178	3.641	5.157	11.471
Japonya	6.633	8.221	9.309	9.276	11.116
İspanya	5.128	4.462	4.781	6.733	9.309
Danimarka	6.478	5.900	6.711	7.942	9.066
İsveç	4.791	5.788	5.802	6.156	8.136
Avustralya	5.103	4.799	5.698	5.963	7.817
Meksika	7.535	6.458	8.368	5.471	7.431
Serbest Bölgeler	2.615	1.917	3.027	4.069	6.344
Polonya	3.089	3.102	3.535	4.502	6.072
Slovakya	2.594	3.858	4.693	5.099	5.747
İsrail	3.900	3.615	4.318	4.309	4.569
Mısır	2.305	4.042	5.367	4.019	2.305

Kaynak: Trademap 2015

2014 Trademap verilerine göre 080420 GTİP Kodlu incir ürünün Dünya İthalat değeri tabloda görülmektedir. 554 Milyon ABD Dolarlık incir ithalatının 67 Milyon ABD Dolarlık bölümü Hindistan yaparak incir ithalatında büyük bir alıcı olduğunu ispatlamıştır. Diğer büyük incir ithalatçıları ise 65 Milyon ABD Dolarıyla Almanya ve 59 Milyon ABD Dolarıyla Fransa’dır.

Son 5 yıllık incir ithalat verileri incelendiğinde önemli ithalat artışı gösteren ülkeler Almanya, Avusturya, ABD, Hong Kong Çin, Birleşik Arap Emirlikleri Japonya ve İspanya olarak görülmektedir.

Tablo 20: GTİP 080420 Türkiye’nin İncir İhracatı Yaptığı İlk 25 Ülke (Bin ABD Doları)

İthalatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	184.678	180.838	196.754	241.539	280.807
Almanya	36.298	36.680	36.432	40.339	49.091
Fransa	32.366	27.885	30.174	35.043	39.157

ABD	5.267	5.918	10.030	14.661	20.886
İtalya	14.437	13.562	11.694	12.105	14.558
İngiltere	5.724	6.136	6.504	10.122	12.701
İsviçre	10.221	9.183	9.181	9.709	12.315
Hollanda	8.435	9.509	10.419	10.641	10.507
Rusya Fed.	8.166	9.006	10.630	12.567	9.210
Japonya	2.425	3.584	4.598	6.312	8.835
İspanya	4.291	3.744	3.938	6.819	8.029
Serbest Bölgeler	2.610	1.917	3.027	4.036	6.344
Çin	117	2.296	3.262	4.914	6.006
Viet Nam	2.181	1.257	2.096	4.198	5.790
Avustralya	3.311	2.883	3.648	3.803	5.706
Birleşik Arap Emirlikleri	1.626	1.685	2.451	3.759	5.294
İsrail	4.658	3.743	4.234	4.540	4.696
Slovakya	1.615	2.546	3.599	3.964	4.293
Avusturya	3.916	3.940	3.235	3.934	4.151
Hong Kong, Çin	1.442	1.180	1.925	2.700	3.857
Saudi Arabia	1.720	1.870	2.375	3.127	3.811
Belçika	2.703	2.393	2.436	3.219	3.505
Kanada	2.937	3.042	3.197	3.769	3.359
Brezilya	1.923	2.491	1.963	1.871	2.952
Polonya	1.426	1.351	1.571	1.937	2.900
İsveç	2.735	2.919	2.096	2.431	2.583

Kaynak: Trademap 2015

2014 Trademap verilerine göre Türkiye'nin incir sektöründe yapmış olduğu ihracat değerleri tabloda görülmektedir. Türkiye'nin İncir sektöründe en büyük ticaret ortağı 49 Milyon ABD Doları ile Almanya 1. sırada bulunmaktadır. Almanya'yı 39 Milyon ABD Doları ile Fransa ve 20 Milyon ABD Doları ile Amerika Birleşik Devletleri izlemektedir.

Türkiye'nin son 5 yılda incir ihracatında önemli artışlar gösteren ülkeler ABD, Almanya, Fransa, İngiltere, Japonya, Çin, Birleşik Arap Emirlikleri, Slovakya, Hong Kong Çin ve Brezilya olarak görülmektedir.

Tablo 21: GTİP 080420 Türkiye'nin İncir İthalatı Yaptığı İlk 20 Ülke (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	3.027	4.619	4.659	2.784	3.072
Almanya	931	1.844	1.477	711	958
Fransa	449	342	893	342	337
İtalya	107	547	793	262	320
ABD	35	100	0	0	284
Birleşik Arap Emirlikleri	0	71	0	49	255
Japonya	0	0	11	200	208
İsviçre	183	202	183	282	127
Kanada	0	0	0	0	94
Rusya Fed.	0	0	0	0	78

Hollanda	34	7	10	134	70
Estonya	0	0	0	0	68
Mısır	141	31	468	106	50
Kore	0	0	0	0	46
İsrail	287	0	0	0	44
Slovenya	110	143	57	16	37
Kuveyt	0	0	0	0	30
Belçika	0	10	0	0	29
Danimarka	0	0	28	58	13
İspanya	0	0	39	60	12
İsveç	0	273	0	24	6

Kaynak: Trademap 2015

2014 Trademap verilerine göre 080420 GTİP Kodlu incir ürünün Türkiye ithalat değerleri tabloda görülmektedir. 2014 yılında 3 Milyon ABD Doları incir ithalatı gerçekleştirilmiştir.

Tablo 22: GTİP 08042090 Türkiye'nin Kuru İncir İhracatı Yaptığı İlk 25 Ülke (Bin ABD Doları)

İthalatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	157.960	151.546	166.993	206.782	238.340
Almanya	27.911	25.848	25.051	28.039	35.046
Fransa	28.862	24.672	27.672	31.389	34.815
ABD	5.267	5.918	10.030	14.673	20.886
İtalya	14.342	13.382	11.223	11.850	13.974
İsviçre	8.222	7.124	7.438	7.998	10.508
Japonya	2.425	3.584	4.598	6.312	8.835
İspanya	4.291	3.695	3.939	6.868	8.029
Hollanda	5.081	6.640	8.198	7.681	6.809
İngiltere	2.679	2.213	2.678	5.239	6.647
Rusya Fed.	7.693	8.314	9.196	10.017	6.397
Serbest Bölgeler	2.610	1.917	3.028	4.036	6.038
Çin	117	2.296	3.267	4.914	6.006
Viet Nam	2.181	1.257	2.096	4.198	5.790
Avustralya	3.311	2.883	3.648	3.803	5.706
Birleşik Arap Emirlikleri	1.626	1.685	2.400	3.504	4.828
İsrail	4.658	3.743	4.234	4.540	4.696
Slovakya	1.615	2.545	3.599	3.964	4.293
Saudi Arabia	1.060	1.433	1.810	2.752	3.367
Hong Kong, Çin	1.277	931	1.694	2.144	3.262
Brezilya	1.923	2.491	1.963	1.887	2.952
Kanada	2.899	2.956	3.085	3.759	2.918
Avusturya	2.842	3.150	2.684	3.156	2.802
Belçika	2.034	1.648	1.569	2.382	2.392
İsveç	2.702	2.600	1.818	2.119	2.343
Polonya	1.212	1.230	1.329	1.638	2.124

Kaynak: Trademap 2015

2014 Trademap verilerine göre 08042090 GTİP Kodlu Kuru incir ürünün Türkiye ihracat değerleri tabloda görülmektedir. Kuru incir ihracatında en büyük ticaret ortağımız 35 milyon ABD Dolarıyla Almanya'dır. Almanya'yı 34 Milyon ABD Doları ile Fransa ve 20 Milyon ABD Doları ile Amerika Birleşik Devletleri izlemektedir.

Son 5 yıllık Türkiye Kuru İncir ihracatı verileri incelendiğinde Türkiye'nin kuru incir ihracatında önemli artışlar gösterdiği ülkeler Almanya, ABD, İsviçre, Japonya, Çin, Slovakya ve Viet Nam olarak görülmektedir.

Tablo 23: GTİP 08042090 Türkiye'nin Kuru İncir İthalatı Yaptığı İlk 25 Ülke (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	3.027	4.619	4.659	2.784	2.994
Almanya	931	1.844	1.477	711	958
Fransa	449	342	893	342	337
İtalya	107	547	793	262	320
ABD	35	100	0	0	284
Birleşik Arap Emirlikleri	0	71	0	49	255
Japonya	0	0	11	200	208
İsviçre	183	202	183	282	127
Kanada	0	0	0	0	94
Hollanda	34	7	10	134	70
Estonya	0	0	0	0	68
Mısır	141	31	468	106	50
Kore	0	0	0	0	46
İsrail	287	0	0	0	44
Slovenya	110	143	57	16	37
Kuveyt	0	0	0	0	30
Belçika	0	10	0	0	29
Danimarka	0	0	28	58	13
İspanya	0	0	39	60	12
İsveç	0	273	0	24	6
Irak	0	49	0	0	5
Finlandiya	75	0	0	0	0
Yunanistan	89	0	0	0	0
Hong Kong, Çin	0	29	0	0	0
Macaristan	65	0	0	0	0
Avustralya	75	0	0	23	0

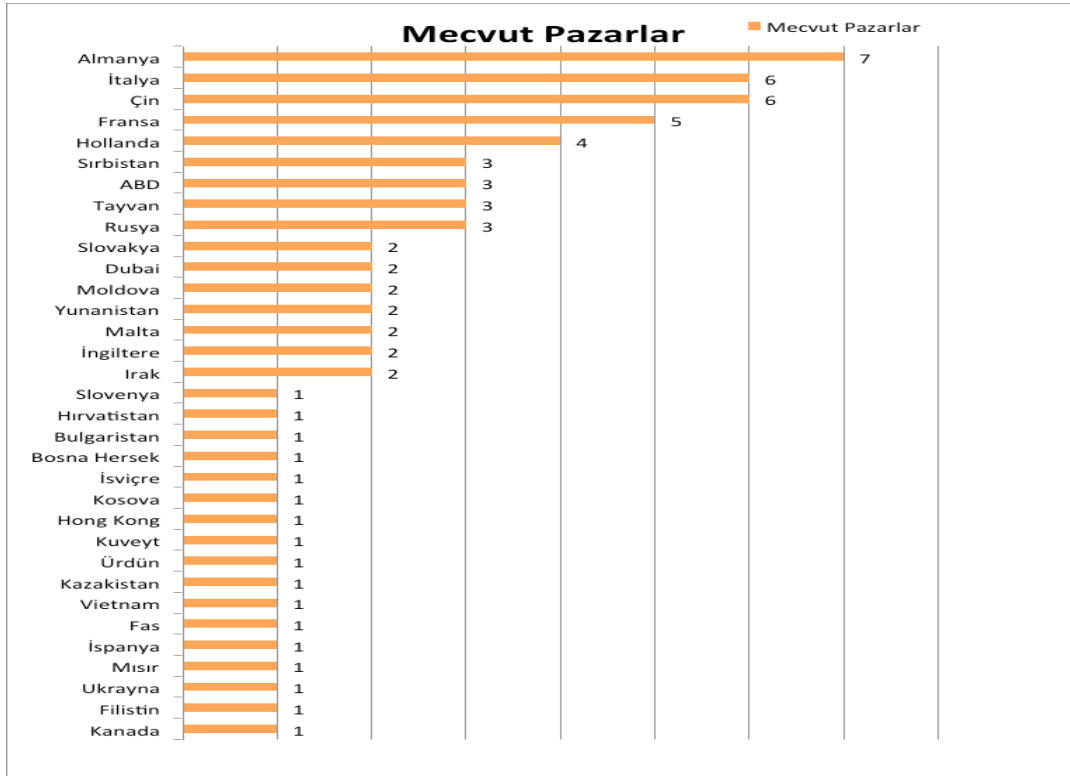
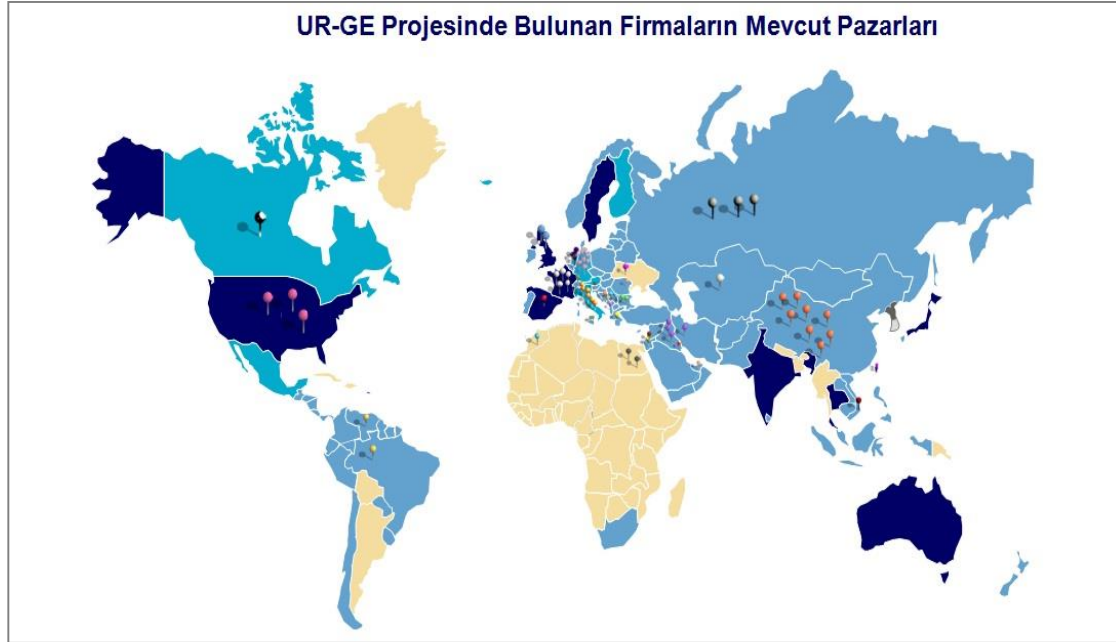
Kaynak: Trademap 2015

2014 Trademap verilerine göre 08042090 GTİP Kodlu Kuru incir ürünün Türkiye ithalat değeri tabloda görülmektedir. 2014 yılında Almanya'dan yaklaşık 1 Milyon ABD Doları Kuru incir ithalatı gerçekleştirilmiştir.

9.4. Firmaların Mevcut İhracat Pazarları ve Belirttikleri Hedef Pazarlar

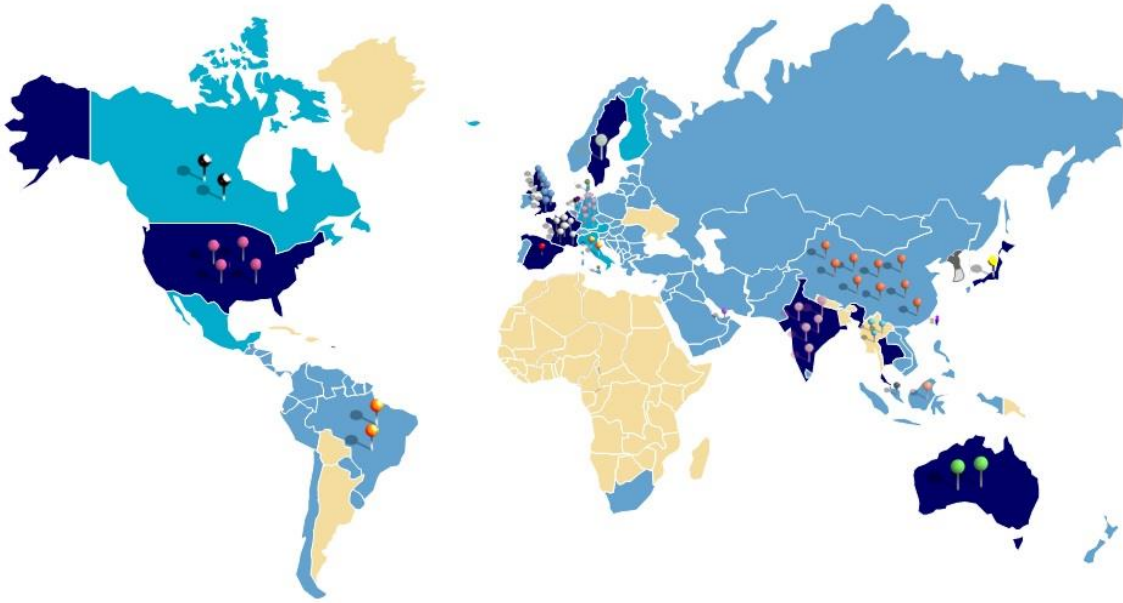
UR-GE Projesi içinde yer alan firmaların dünyanın birçok ülkesine ihracat yaptıkları görülmektedir. Bu ülkeler arasında Almanya, Fransa, İtalya, Hollanda, İspanya, İngiltere,

İsviçre gibi AB ülkeleri, Slovakya, Bulgaristan, Moldova gibi Doğu Avrupa ve Balkan ülkeleri, Çin, Tayvan, Hong Kong gibi Uzak Doğu ve Asya ülkeleri, Mısır, Dubai, Ürdün, Kuveyt gibi Kuzay Afrika ve Orta Doğu ülkeleri, Kanada ve ABD bulunmaktadır. Mevcut durumda ihracat pazarlarında çeşitlilik olmakla birlikte, ihracat ağırlıklı olarak AB ülkelerinde yoğunlaşmaktadır. Aşağıda firmaların hâlihazırda ihracat yaptıkları ülkeler ve bu ülkelerin dağılımı görülmektedir.



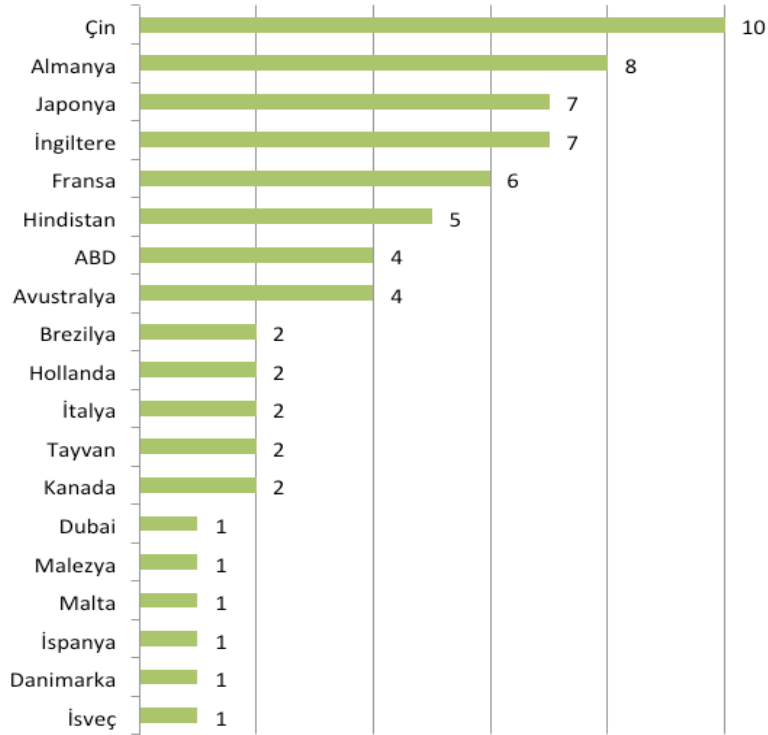
İhtiyaç Analizi Faaliyet saha çalışması kapsamında gerçekleştirilen firma ziyaretlerinde firmalara hedefledikleri ihracat pazarları sorulmuştur. Buna göre firmaların belirttikleri hedef apazarlar arasında AB ülkelerini, Uzak Doğu ülkelerini gösterdikleri görülmektedir.

UR-GE Projesinde Bulunan Firmaların Hedef Pazarları



Hedef Pazarlar

■ Hedef Pazarlar



Kuru incir dış ticaret verilerine ek olarak, kuru meyve sektöründe Türkiye'nin ihracat verileri de incelenmiştir. Kuru meyve tüketim alışkanlıkları ya da ithalat hacmi yüksek olan ülkelerin kuru incir ithalatının da artabileceği görüşünden hareketle Türkiye'nin son beş yılda kuru meyve sektöründe ihracat yaptığı ilk 25 ülkenin verileri incelenmiştir. Buna göre kuru incir

içinde hedef pazar niteliğinde olan ülkeler arasında ABD, Almanya, İngiltere, Fransa ve Avustralya ilk beş ülkedir.

Tablo 24: Kuru Meyve Sektöründe Türkiye'nin İhracat Yaptığı İlk 25 Ülke (Bin Dolar)

İthalatçı Ülkeler	2011	2012	2013	2014	2015
Dünya	378,765	315,132	337,819	382,009	327,689
ABD	56,274	45,969	44,035	56,469	54,870
Almanya	42,100	31,048	39,114	50,023	30,163
İngiltere	32,584	25,962	24,326	29,266	30,096
Fransa	29,763	27,088	26,575	37,004	29,576
Avustralya	22,839	17,138	15,516	20,341	19,731
Rusya	38,840	33,052	32,712	17,285	12,187
Hollanda	12,120	8,481	10,321	17,377	11,879
Brezilya	16,323	12,832	14,387	22,431	11,233
Serbest Bölgeler	8,464	9,116	9,039	12,340	10,576
İspanya	7,774	8,080	9,486	10,489	10,440
Mısır	6,524	7,435	7,109	6,401	8,282
Polonya	6,342	5,550	7,893	9,508	8,247
Hırvatistan	4,691	4,038	4,946	3,772	7,741
Kanada	8,279	6,489	6,438	8,335	6,145
Italya	7,174	5,307	6,360	7,719	5,916
İsrail	6,651	5,452	6,082	4,045	5,636
BAE	2,309	2,567	2,762	3,691	4,812
İsveç	3,705	3,223	3,537	4,442	4,376
İsviçre	4,216	2,816	2,960	6,239	4,237
Suudi Arabistan	1,664	1,851	1,735	1,697	3,064
Yeni Zelanda	4,692	3,232	2,739	4,646	2,972
Hindistan	1,067	1,462	1,632	1,509	2,668
Danimarka	2,977	2,902	3,493	3,673	2,616
Azerbaycan	3,195	2,917	3,651	2,831	2,481
Litvanya	3,403	2,760	4,373	2,155	2,248

Kaynak: Trademap 2016

Dünya ticaretinde birçok sektörde ihracatçı ülkeler gelişmekte olan ülke ve bölgeleri gelecek ihracat stratejileri arasında değerlendirmektedir. URAGEM diğer sektörlerde edindiği tecrübe ışığında özellikle Asya – Pasifik Birliği ülkelerinin başta ABD ve AB olmak üzere ihracatçılar tarafından stratejik olarak takip edildiği hatta pazar geliştirme ve tutundurma faaliyetlerini bu ülkelere yönelik olarak gerçekleştirdiğini bilmektedir. Buna ek olarak gerek Türkiye gerekse Dünyada kuru meyve sektörünün öncü kuruluşlarının hedef pazarları arasında Asya Pasifik üyesi ülkeler yer almaktadır. Bu gerçekten hareketle bölgesel olarak Asya-Pasifik ülkeleri kuru incir ithalat verileri incelenmiştir.

2011 – 2015 yılı verilerine bakıldığında incir ve kuru incirde Asya Pasifik bölgesi ülkelerinin toplamının (Endonezya, Malezya, Filipinler, Singapur, Tayland) 2011 yılında yarım milyona yakın olan incir ithalatının 2015 yılında 8,9 milyon dolar olduğu görülmektedir. İhtiyaç Analizi kapsamında Asya – Pasifik Bölgesine yönelik yurt dışı pazarlama ve alım heyeti faaliyetleri mutlaka hayata geçirilmelidir.

Tablo 25: Asya Pasifik Ülkeleri (ASEAN) Kuru İncir İthalatı

Exporters	2011	2012	2013	2014	2015
Turkey	483	644	1,011	1,174	8,909
Iran	351	1,045	877	1,310	1,317
Hong Kong, Çin	2	16	188	48	743
ABD	290	373	224	374	419
Çin	51	47	132	205	210
Bahreyn				0	140
Suriye	40		21		128
Hollanda	91	103	111	100	85
Malezya	58	71	77	2	55

UR-GE Projesinde yer alan firmalar için ihracat hedef pazarları ve ihracat stratejisi belirlenirken değerlendirilen kriterler arasında kilogram başına ihracat fiyatlarına da yer verilmiştir. Aşağıdaki tabloda Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkelerin kg. Başına ödedikleri fiyat görülmektedir.

Aşağıda yer alan tabloya göre, 2015 yılında Kg bazından yüksek rakamlarda alım yapan önemli ülkeler 7.03 ABD Doları ile Japonya, 4.99 ABD Doları ile İsviçre dikkat çekmektedir. Türkiye'nin kg başına ortalama ihracat fiyatı 3,9 dolardır, buna göre karlılık oranının yüksekliği bakımından değerlendirildiğinde Japonya, İsviçre ve ABD cazip ihracat pazarları arasındadır.

Tablo 26: Türkiye'nin kuru incir ihracatı Kg birim fiyatı (ABD Doları/Kilogram)

İthalatçı Ülkeler	2011 ABD Doları/Kg	2012 ABD Doları/Kg	2013 ABD Doları/Kg	2014 ABD Doları/Kg	2015 ABD Doları/Kg	2015 İhracat 1000 USD	2015 İhracat Edilen Miktar-Kg
Dünya	3.38	3.37	3.44	4.29	4.06	214,273	52,788,434
Fransa	3.70	3.63	3.71	4.28	4.37	33,652	7,694,890
Almanya	3.75	3.82	3.96	5.15	4.32	28,200	6,521,216
ABD	3.52	3.79	3.79	4.46	4.63	19,303	4,168,412
İtalya	3.57	3.55	3.56	4.94	3.95	13,763	3,486,090
İngiltere	3.49	3.58	3.48	4.27	4.77	7,959	1,669,016
Japonya	4.72	4.99	5.06	5.77	7.03	7,631	1,086,032
Vietnam	2.43	2.89	3.22	3.98	3.46	7,324	2,117,054
Çin	2.93	2.42	2.20	2.96	2.52	7,260	2,880,903
İsviçre	4.32	4.21	4.29	5.36	4.99	7,079	1,419,090
Avustralya	3.67	3.83	3.92	4.45	4.48	6,899	1,539,967
Hollanda	3.29	3.31	3.68	4.45	4.21	6,748	1,604,433
Serbest B.	3.17	3.44	3.66	4.59	4.51	5,791	1,283,807
İspanya	3.31	3.25	3.46	4.26	3.87	4,829	1,247,485
Kanada	3.27	3.26	3.41	4.23	4.88	4,779	978,474
Rusya Fed.	2.53	2.30	2.30	2.34	1.90	4,465	2,345,465
BAE	3.75	3.71	4.18	4.46	4.94	4,446	900,179
İsrail	3.85	3.77	3.72	5.09	4.75	4,017	845,973
S. Arabistan	3.11	3.27	3.37	3.72	4.45	2,559	575,523
Avusturalya	3.69	3.77	4.01	4.93	4.64	2,365	509,736
Hong Kong Çin	3.10	3.51	3.44	4.12	4.81	2,337	485,932
İsveç	3.95	3.69	3.53	4.77	4.74	1,990	420,079
Polonya	2.99	2.97	2.98	3.94	3.84	1,939	504,560
Irak	2.16	2.12	2.21	2.65	3.03	1,782	588,173
Belçika	2.98	3.11	3.71	5.15	4.46	1,657	371,450
Romanya	2.52	2.57	2.40	3.02	3.54	1,636	461,914

Kaynak: Trade Map 2016, URAGEM Danışmanlık Tarafından Düzenlenmiştir.

URGE Projesinde yer alan firmalar için önemli olan ve ihracat pazarlama stratejisinin geliştirilmesine katkısı olan bir diğer veri ise kuru incirin nihai tüketici ile buluştuğu piyasa fiyatlarıdır. Aşağıda Amerika'lı bir satıcının farklı kuru incir türleri için fiyatları görülmektedir.

Fiyatlar incelendiğinde konvansiyonel kuru incir birim fiyatının 6,9 USD, organik Türk kuru incirinin 7,99 USD dan alıcı ile bulunduğu görülmektedir. Kaliforniya inciri 9,99 USD'dır. İlerleyen dönemde incelenmesinde fayda görülen bir diğer husus ise küçük ve mayhoş olan Organik Özbekistan Dağ İncirinin biirm fiyatının 9,99 USD olmasıdır. Ayrıca meyve şekerlemesi olarak bilinen Avusturalya Şekerlemeli Kuru İncir (galzed fruit) 15,99 USD ile en yüksek fiyata sahiptir.

 Turkish Figs \$6.99/lb Add to cart Moist and succulent, dried Turkish figs are one of the sweetest fruits available. They are simply figs, with no added sugar or preservatives. Enjoy these luscious fruits straight out of the bag or in baking.	 Organic Turkish Figs \$7.99/lb Add to cart Organic Turkish figs are plump, moist, and purely delicious. These certified organic treats provide a rich source of fiber and potassium in every serving. Snack on them straight out of the bag.	 Organic Mission Figs \$5.99/lb Add to cart All natural dried organic mission figs are packed with fiber, potassium and iron. These small black mission figs pack a mellow sweet flavor and are a light pink color on the inside.	 Mission Figs \$7.99/lb Add to cart Dried mission figs are a bit smaller and sweeter than the California variety. These also have a slight pinkish hue in the middle. Mission figs are a good source of potassium and fiber.
 Organic California Figs \$10.99/lb Add to cart All natural dried organic California figs (Conadria variety) are grown without pesticides or chemicals. Smaller and not as sweet as Turkish figs, these California figs might pack a more robust flavor.	 California Figs \$9.99/lb Add to cart These freshly dried extra fancy Sierra figs are one of California's finest fruits - plump and delicious.	 Whole Wheat Fig Bars \$5.99/lb Add to cart These moist and delicious whole wheat fig bars are delicious. A whole wheat crust filled with sweet fig filling.	 Diced Figs \$5.99/lb Add to cart These dried diced figs are perfect for baking, cooking, mixes, or just snacking on. They're a great source of fiber and potassium.
 Fig Jam \$4.99 8 ounce jar Add to cart Mrs. Miller's Homemade fig jam has a delicious sweet flavor that goes well on breads and pastries. Fig jam is also great for your baking and cooking needs.	 Organic Wild Mountain Baby Figs \$9.99 8 ounce bag Add to cart Organic wild mountain baby figs are grown in the wild mountain regions of Uzbekistan. These baby dried figs pack a great flavor. They are grown without any pesticides and contain no additives.	 Fig Nectar Preserve \$12.99 8.32 oz jar Add to cart Experience an intense fig flavor in our delicious fig nectar preserve. This is the perfect jam to serve alongside cheeses, such as cheddar or goat cheese.	 Glaze Figs \$15.99 12 ounce package Add to cart These Junco Australian Glaze Figs are some of the finest and most delectable treats in the world. There are over 20 steps involved in making these ultra sweet dessert figs.

Kaynak: www.nuts.com/driedfruits, erişim tarihi: 10.04.2016

9.5. Proje Yurt Dışı Faaliyetleri Kapsamında Öne Çıkan Pazarlar

Gerek firmaların firma ziyaretlerinde belirttikleri hedef pazarlar gerekse literatür taramasına dayalı pazar araştırması ile incelenerek proje faaliyetleri için öne çıkan pazarlar belirlenmiştir.

Proje kapsamında öncelikli olarak önerilen pazarlar:

1. **Avrupa: Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya ve İsviçre başta olmak üzere Avrupa Ülkeleri**
2. **Uzak Doğu ve Asya Son 5 yılda Uzak Doğu ülkelerinin kuru incir tüketiminde görülen önemli artışlardan dolayı Çin ve Japonya,**
3. **Asya Pasifik Ülkeleri ve Avustralya: Avustralya, Endonezya, Malezya**
4. **Amerika, Kanada ve Güney Amerika Ülkeleri**

Türkiye'nin en büyük kuru incir ithalatçısı konumunda olan Fransa ve Almanya hedef pazarlar içerisinde olmazsa olmaz ülkeler arasındadır. Avrupa Birliği ülkeleri firmaların gitmeyi istediği kaliteyi bilen müşterilerin bulunduğu ülkeler olarak profesyonel ticaretin gerçekleştiği ülkeler olarak belirtilmektedir. Proje yurt dışı faaliyetleri yukarıda belirtilen ve firmalar için öne çıkan tüm pazarları kapsayacak şekilde tasarlanmıştır. Ek olarak Birleşik Arap Emirlikleri ve Hindistan firmaların münferit ihracat çalışmaları kapsamında da önerilmektedir.

9.6. Hedef Pazarlar Hakkında Bilgiler ve Pazara Giriş Koşulları

Aydın Ticaret Odası İncir sektörü UR-GE Projesi ihtiyaç analizi için gerçekleştirilen pazar araştırması sonucunda ortaya çıkan hedef ve öncelikli pazarlar için genel bilgiler aşağıda bulunmaktadır.

Bu bölüm özet niteliğinde olup detaylı bilgiler Pazar Analizi bölümünde ve EK olarak verilecek olan **Belirlenen Hedef Pazarlar İçin Pazara Giriş Koşulları** dosyasında bulunmaktadır.

Tablo 27: GTİP 080420 Dünya'da incir İthalatı Yapan İlk 25 Ülke (Bin ABD Doları)

İthalatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	370.105	383.297	365.402	478.225	554.152
Hindistan	40.422	39.991	13.423	67.702	67.242
Almanya	48.743	54.858	48.973	56.120	65.687
Fransa	51.401	51.302	47.806	55.063	59.733
ABD	13.806	12.200	15.719	22.714	35.786
İngiltere	15.237	14.670	15.260	20.750	26.292
İtalya	20.008	19.826	16.524	17.915	22.981
Kanada	15.781	15.971	17.527	20.008	21.616
İsviçre	14.688	15.596	15.663	17.256	20.413
Hollanda	11.420	14.927	17.222	19.413	19.527
Avusturya	8.020	9.498	9.056	13.122	15.073
Rusya Fed.	17.507	16.581	17.319	16.134	13.057
Hong Kong, Çin	5.867	8.110	6.488	8.694	12.439

Belçika	10.671	9.347	9.665	11.125	12.319
Birleşik Arap Emirlikleri	3.160	3.178	3.641	5.157	11.471
Japonya	6.633	8.221	9.309	9.276	11.116
İspanya	5.128	4.462	4.781	6.733	9.309
Danimarka	6.478	5.900	6.711	7.942	9.066
İsveç	4.791	5.788	5.802	6.156	8.136
Avustralya	5.103	4.799	5.698	5.963	7.817
Meksika	7.535	6.458	8.368	5.471	7.431
Serbest Bölgeler	2.615	1.917	3.027	4.069	6.344
Polonya	3.089	3.102	3.535	4.502	6.072
Slovakya	2.594	3.858	4.693	5.099	5.747
İsrail	3.900	3.615	4.318	4.309	4.569
Mısır	2.305	4.042	5.367	4.019	2.305

Kaynak: Trademap 2015

2014 Trademap verilerine göre 080420 GTİP Kodlu incir ürünün Dünya İthalat değeri tabloda görülmektedir. 554 Milyon ABD Dolarlık incir ithalatının 67 Milyon ABD Dolarlık bölümü Hindistan yaparak incir ithalatında büyük bir alıcı olduğunu ispatlamıştır. Diğer büyük incir ithalatçıları ise 65 Milyon ABD Dolarıyla Almanya ve 59 Milyon ABD Dolarıyla Fransa'dır.

Son 5 yıllık incir ithalat verileri incelendiğinde önemli ithalat artışı gösteren ülkeler Almanya, Fransa, ABD, Hong Kong Çin, Birleşik Arap Emirlikleri ve Japonya olarak görülmektedir.

Tablo 28: GTİP 080420 Türkiye'nin İncir İhracatı Yaptığı İlk 25 Ülke (Bin ABD Doları)

İthalatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	184.678	180.838	196.754	241.539	280.807
Almanya	36.298	36.680	36.432	40.339	49.091
Fransa	32.366	27.885	30.174	35.043	39.157
ABD	5.267	5.918	10.030	14.661	20.886
İtalya	14.437	13.562	11.694	12.105	14.558
İngiltere	5.724	6.136	6.504	10.122	12.701
İsviçre	10.221	9.183	9.181	9.709	12.315
Hollanda	8.435	9.509	10.419	10.641	10.507
Rusya Fed.	8.166	9.006	10.630	12.567	9.210
Japonya	2.425	3.584	4.598	6.312	8.835
İspanya	4.291	3.744	3.938	6.819	8.029
Serbest Bölgeler	2.610	1.917	3.027	4.036	6.344
Çin	117	2.296	3.262	4.914	6.006
Viet Nam	2.181	1.257	2.096	4.198	5.790
Avustralya	3.311	2.883	3.648	3.803	5.706
Birleşik Arap Emirlikleri	1.626	1.685	2.451	3.759	5.294
İsrail	4.658	3.743	4.234	4.540	4.696
Slovakya	1.615	2.546	3.599	3.964	4.293
Avusturya	3.916	3.940	3.235	3.934	4.151
Hong Kong, Çin	1.442	1.180	1.925	2.700	3.857
Saudi Arabia	1.720	1.870	2.375	3.127	3.811

Belçika	2.703	2.393	2.436	3.219	3.505
Kanada	2.937	3.042	3.197	3.769	3.359
Brezilya	1.923	2.491	1.963	1.871	2.952
Polonya	1.426	1.351	1.571	1.937	2.900
İsveç	2.735	2.919	2.096	2.431	2.583

Kaynak: Trademap 2015

2015 yılı Trademap verilerine göre Türkiye'nin incir sektöründe yapmış olduğu ihracat değerleri tabloda görülmektedir. Türkiye'nin İncir sektöründe en büyük ticaret ortağı 49 Milyon ABD Doları ile Almanya 1. sırada bulunmaktadır. Almanya'yı 39 Milyon ABD Doları ile Fransa ve 20 Milyon ABD Doları ile Amerika Birleşik Devletleri izlemektedir.

Türkiye'nin son 5 yılda incir ihracatında önemli artışlar gösteren ülkeler ABD, Almanya, Fransa, İngiltere, Japonya, Çin ve Birleşik Arap Emirlikleri olarak görülmektedir.

Tablo 29: GTİP 08042090 Türkiye'nin Kuru İncir İhracatı Yaptığı İlk 25 Ülke (Bin ABD Doları)

İthalatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	157.960	151.546	166.993	206.782	238.340
Almanya	27.911	25.848	25.051	28.039	35.046
Fransa	28.862	24.672	27.672	31.389	34.815
ABD	5.267	5.918	10.030	14.673	20.886
İtalya	14.342	13.382	11.223	11.850	13.974
İsviçre	8.222	7.124	7.438	7.998	10.508
Japonya	2.425	3.584	4.598	6.312	8.835
İspanya	4.291	3.695	3.939	6.868	8.029
Hollanda	5.081	6.640	8.198	7.681	6.809
İngiltere	2.679	2.213	2.678	5.239	6.647
Rusya Fed.	7.693	8.314	9.196	10.017	6.397
Serbest Bölgeler	2.610	1.917	3.028	4.036	6.038
Çin	117	2.296	3.267	4.914	6.006
Viet Nam	2.181	1.257	2.096	4.198	5.790
Avustralya	3.311	2.883	3.648	3.803	5.706
Birleşik Arap Emirlikleri	1.626	1.685	2.400	3.504	4.828
İsrail	4.658	3.743	4.234	4.540	4.696
Slovakya	1.615	2.545	3.599	3.964	4.293
Suudi Arabistan	1.060	1.433	1.810	2.752	3.367
Hong Kong, Çin	1.277	931	1.694	2.144	3.262
Brezilya	1.923	2.491	1.963	1.887	2.952
Kanada	2.899	2.956	3.085	3.759	2.918
Avusturya	2.842	3.150	2.684	3.156	2.802
Belçika	2.034	1.648	1.569	2.382	2.392
İsveç	2.702	2.600	1.818	2.119	2.343
Polonya	1.212	1.230	1.329	1.638	2.124

Kaynak: Trademap 2015

2014 Trademap verilerine göre 08042090 GTİP Kodlu Kuru incir ürünün Türkiye ihracat değerleri tabloda görülmektedir. Kuru incir ihracatında en büyük ticaret ortağımız 35 milyon

ABD Dolarıyla Almanya'dır. Almanya'yı 34 Milyon ABD Doları ile Fransa ve 20 Milyon ABD Doları ile Amerika Birleşik Devletleri izlemektedir.

Son 5 yıllık Türkiye Kuru İncir ihracatı verileri incelendiğinde Türkiye'nin kuru incir ihracatında önemli artışlar gösterdiği ülkeler Almanya, ABD, İsviçre, Japonya ve Çin olarak görülmektedir.

Önemli not: Kırmızı renkle işaretlenmiş olan ülkeler proje kapsamında değerlendirilebilecek hedef pazar olarak önerilen ülkelerdir.

Almanya: Almanya, 357 bin km²'lik yüzölçümü ve yaklaşık 81 milyonluk nüfusuyla, Avrupa'nın en büyük ülkelerindendir. Ülke, nüfus bakımından Avrupa Ülkeleri arasında Rusya Federasyonu'ndan sonra ikinci sırada, AB Ülkeleri arasında ise ilk sıradadır. Almanya 16 eyaletten oluşan federal bir cumhuriyettir. Ülke, AB içindeki liderlik konumu, güçlü ekonomik, sınaî, ticari ve teknolojik yapısıyla Dünya ekonomisi ve siyasetinde kilit aktörlerden biridir. Almanya, coğrafi olarak Avrupa'nın tam ortasında yer almaktadır. Dokuz komşu ülke ile sınırdış konumundadır. Kuzeyde Danimarka, Hollanda, Belçika, Lüksemburg ve Batıda ise Fransa bulunmaktadır. İsviçre ve Avusturya Güneyde, Çek Cumhuriyeti ve Polonya ise Doğu'daki komşularıdır. 3 Ekim 1990 tarihinde Demokratik Almanya Cumhuriyeti ile birleşmesi ile Avrupa'nın ortasındaki konumu daha bariz duruma gelmiştir.

Almanya, doğu ile batı ve İskandinav ile Akdeniz havzası arasında bir köprü durumundadır. Avrupa Birliği ve NATO üyelikleri ile orta ve doğu Avrupa ülkeleri arasında da etkin bir köprü rolünü üstlenmiş bulunmaktadır.

Toplam nüfus 2014 yılı itibariyle 80,8 milyondur. Nüfusun %49'u erkek (39,6 milyon), %51'i (41,2 milyon) kadındır. Beklenen yaşam süresi erkeklerde 76, kadınlarda 82'dir. 2015 yılındaki nüfus ise kesin olmayan verilere göre 81 milyondur.

Nüfusun %8,8'i yabancılardan oluşmaktadır. Yabancı nüfusun yaklaşık %40'ını diğer AB üyesi ülkeler oluşturmaktadır. Yabancı nüfusun içindeki belli başlı milletler şunlardır: Türk (1.607 bin), İtalyan (520 bin), Polonyalı (468 bin), Yunan (284 bin), Hırvat (223 bin), Avusturyalı (176 bin), Bosna-Hersek'li (154 bin).

Ülkede yaklaşık 43 milyon işgücü bulunmaktadır. İşsizlik oranı ise 2014 yılında %4,5 olarak gerçekleşmiştir.

Yüksek alım gücüyle ülkemiz ihracat ve ithalatında en büyük partner olma özelliği taşıyan Almanya Federal Cumhuriyeti, dünyanın ABD ve Japonya'dan sonra gelen en gelişmiş sanayi ülkesidir. Ülke 80,8 milyonluk nüfusuyla Avrupa Birliği'nin de en büyük ve en önemli pazarı konumundadır.

Almanya'ya gıda ürünleri ihraç etmek isteyen ihracatçılarımızın, etiketleme ve ürünün gerek Alman gerekse AB düzenlemelerine uygunluğunun belirlenmesi açısından, bu ülkedeki bir Gıda Laboratuvarına başvurmaları yararlı olabilecektir. Gıda Laboratuvarları ile temasa geçmek bakımından Alman Federal Gıda Kimyacıları Birliği'nin adresi aşağıda verilmiştir.

Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure Deutschlands (BVLK)
(Alman Federal Gıda Kontrolörleri Birliği)²⁴

²⁴ Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

Herderstr, 1a
38350 Helmstedt, Germany
Tel.: (49-5351) 595301
Faks: (49-5351) 595302
E-posta: lebensmittelkontrolleure@t-online.de
İnternet Adresi: <http://www.lebensmittelkontrolle.de>

Kuru İncir: Dünya kuru incir ithalatı son 5 yıllık verileri incelendiğinde Almanya'nın 2014 yılı kuru incir ithalatı 65 milyon ABD Doları olarak görülmektedir. Türkiye'den ithal ettiği kuru incir değeri ise yaklaşık 35 milyon dolardır. Almanya, Türkiye kuru incir sektörü için vazgeçilmez bir ticaret ortağıdır. Proje içerisinde bulunan firmaların çoğu Almanya'ya ihracat yapmaktadır. Firmalar her ne kadar Almanya'ya ihracatları bulunsada Almanya pazarında büyümeyi hedeflemektedirler. Almanya'da 3 yılda bir düzenlenen Anuga Gıda fuarı sektör için önemli bir yere sahiptir.

Tablo 30: Almanya'nın son 5 yıllık kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	33,241	34,000	29,871	35,997	41,089
Türkiye	27,580	28,206	24,746	28,998	34,463
Avusturya	1,751	1,700	1,917	3,886	3,162
Hollanda	584	1,027	1,013	1,561	1,861
Fransa	392	105	71	278	466
Yunanistan	379	381	510	432	466

Kaynak: Trademap 2015

Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D.): Kuzey Atlantik ve Kuzey Pasifik Okyanuslarına sınırı olan ABD, Kanada ve Meksika'nın arasında yer almaktadır. Ülkenin Kanada ile 8.893 km (Alaska ile 2.477 km'lik sınır dahil) ve Meksika ile 3.141 km uzunluğunda sınırı bulunmaktadır.

Yüzölçümü bakımından dünyanın 3. en büyük ülkesi olan ABD, Güney Amerika ve Rusya Federasyonu'nun yarısı, Afrika Kıtası'nın onda üçü, Avrupa Birliği alanının da iki katı kadar karasal alana sahiptir.

ABD İstatistik Bürosu'nun (US, Bureau of Census) tahminlerine göre 318,4 milyon (Temmuz 2014 tahmini) olan ABD nüfusunun sürekli biçimde artarak 2015'de 321 milyon, 2025'de 346 milyon, 2050 yılında 400 milyon olması beklenmektedir. 2012 yılında beyaz nüfusun toplam nüfusun yaklaşık %80'ini oluşturduğu tahmin edilmekte olup, 2050 yılında bu oranın %69,8'e düşeceği tahmin edilmektedir. Dünyanın en fazla nüfusa sahip üçüncü ülkesi olan ABD'de 2014 yılı nüfus artış hızının %0,77 olması beklenmektedir. Ülke nüfusunun %19,4'ü 0-14 yaş, %66,2'si 15-64 yaş arasında olup, %13,9'u da 65 yaş ve üstündedir. 2050 yılında 65 yaş ve üstü olan nüfusun toplam nüfusun % 20,9'unu oluşturacağı öngörülmektedir. Nüfusun %82'den fazlası kentlerde yaşamaktadır. Ortalama yaşam süresi kadınlarda 77,1 yıl; erkeklerde 81,9 yıldır. 2014 yılında ABD'de doğurganlık oranının kadın başına 2,01 çocuk olduğu tahmin edilmektedir.

ABD, 320 milyonu aşan nüfusu ve 17 trilyon doları aşan GSYİH'si ile dünyanın en önemli pazarlarından biridir. Ülke, dünyanın en büyük ithalatçısı olma özelliğinin dışında, dünyanın en büyük doğrudan yabancı sermaye kaynağı konumu ile hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin yöneldiği bir hedef pazardır. ABD ekonomisi, dünya ekonomisini birebir etkileme gücüne sahip olması nedeniyle de dünyada önemli ve belirleyici bir ekonomidir.

Dünya çapında serbest piyasa ekonomilerinin en büyük örneği olarak gösterilen ABD ekonomisinde, üretim ve hizmetlerin büyük bir bölümü özel sektör tarafından tüketilmekte ve sağlanmakta olup, dünya çapında kamunun ağırlığının bu kadar az olduğu başka bir ekonomi bulunmamaktadır.

ABD'ye gıda ithalatında Paketleme konusunda ABD Gıda ve İlaç İdaresi'nin (FDA) <http://www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/default.htm> sayfasından bilgi almak mümkündür.

2015 yılında ABD'ye ihracatımız bir önceki yıla göre %0,9 oranında artış göstererek 6,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Ülkemizden ABD'ye en çok demir-çelik ürünleri ile otomotiv aksam ve parçaları ihraç edilmektedir. Tekstil & hazır giyim, tarım & gıda, makine ve hava taşıtları ile bunların aksam ve parçaları da ABD'ye ihraç ettiğimiz diğer önemli ürün gruplarıdır.²⁵

Kuru İncir: Dünya Kuru incir ithalatı son 5 yıllık veriler incelendiğinde A.B.D.'nin yaklaşık olarak 36 milyon ABD doları kuru incir ithalatı gerçekleştirdiği görülmektedir. Türkiye'den yıllık yaklaşık olarak 21 milyon ABD doları kuru incir ihracatı gerçekleştirmiştir. 2013 yılında 13 milyon ABD doları olarak ithalatı 2014 yılında yaklaşık 21 milyon ABD dolarına yükseltmiştir. ABD'de düzenlenen Summer fancy Food Show fuarı önemli gıda furları içerisinde yer almaktadır. Proje içerisinde bulunan firmaların mevcut pazarları içerisinde ve hedef pazarları içerisinde bulunmasından dolayı hedef pazar olarak gösterilmiştir.

Tablo 31: ABD'nin son 5 yıllık Taze ve kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	13,806	12,200	15,719	22,714	35,786
Türkiye	8,870	8,228	11,219	16,772	30,587
Yunanistan	2,164	2,031	2,670	3,922	3,193
İspanya	1,427	306	762	1,005	812
Şili	0	295	587	253	415
Meksika	545	934	131	301	510

Kaynak: Trademap 2015

Fransa: Fransa 543.945 km² yüzölçümü ile gerek Batı Avrupa'da gerekse Avrupa Birliği içerisindeki en büyük alana sahip ülkedir. Kara sınırları Avrupa ana kara ve İber Yarımadası'na bitişiktir. Kara suları ise Akdeniz'e, Atlas Okyanusu'na, Manş denizine ve Kuzey denizine dayanır. Sınırları 2.889 km uzunluğundadır. Fransa altı ülke ile komşu olup, kuzeyde Belçika ve Lüksemburg, doğuda Almanya ve İsviçre, güney doğuda İtalya, güney batısında ise İspanya bulunmaktadır. Fransa'nın 3427 km uzunluğundaki sahil şeridi, Akdeniz, Manş Denizi, Atlas Okyanusu ve Kuzey Denizi kıyılarından geçmektedir.

²⁶Ülkenin nüfusu 2015 yılı için 66,3 milyondur. Avrupa'da Almanya'dan sonra en çok nüfusa sahip olan ülkedir. Nüfusun %77,4 ü kentlerde yaşamakta olup ülkenin en büyük kentsel yerleşim merkezi toplam ülke nüfusunun %16 sını barındıran Paris'tir. Paris'ten sonra en kalabalık kentler Marsilya, Lyon ve Nice'tir. Ortalama yaşam süresi kadınlarda 84,5, erkeklerde 78 dir. Ülkenin genel yaş ortalaması 82.dir. Okuma yazma oranı %99 dur.

²⁵ Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

²⁶Kaynak: World Bank 2015, Insee 2015

Ülkenin nüfus artışında ülkeye her yıl 150.000 kadar gelen göçmenlerin payı önemli bir yer tutmaktadır. Gelen göçmenlerin büyük kısmı Fransız vatandaşlığına geçmektedirler. Göçmen nüfus içerisinde en büyük paya sahip olanlar gruplar ise sırasıyla Portekiz, Cezayir ve Fas kökenlilerdir. Fransa'da Türk nüfus toplam nüfus içerisinde aldığı payın % 4 olduğu tahmin edilmektedir. Ülkede işsizlik oranı %9,9 düzeyindedir. 2015 yılı başı itibari ile ülkedeki işsiz sayısı 2.838.000 kişidir.

Fransa, ithal ürünlerde AB teknik mevzuatını uygulamaktadır. Söz konusu mevzuat, ürünlerin AB pazarına girişte tüketici sağlığı ve güvenliği ile çevrenin korunmasına ilişkin uyulması gereken zorunlulukları kapsamaktadır. Ürünlerin teknik mevzuata uygunluğu ithalat aşamasında kontrol edilebileceği gibi piyasa gözetimi yoluyla da denetlenebilmektedir.

Bu bölümde yer alan CE işareti, HACCP ve REACH uygulamaları hem AB içinde üretilen hem de AB'ye ithal edilen ürünleri kapsayan zorunlu sertifikasyon uygulamalarıdır. Bu suretle tarife dışı engellerden veya uygulanması zorunlu olmayan standartlardan farklı bir durum arz etmektedirler.

Gıdalar ürünleri için HACCP (Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi Sistemi) zorunluluğu bulunmaktadır. ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi, ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi ve GLOBALGAP sertifikası tüketici tercihleri açısından önem taşımaktadır.

AB genelinde gıdalarla ilgili genel prensiplerin ve temel düzenlemelerin çerçevesini belirleyen EC 178/2002 sayılı düzenleme ile Gıda Yasası uygulanmaktadır. 2002 yılı içerisinde yürürlüğe giren bu düzenlemeyle, aynı zamanda, AB Gıda Güvenliği Otoritesi kurulmuş ve gıda güvenliği konusundaki uygulanması zorunlu prosedürler belirlenmiştir. Düzenleme genel olarak Genel Gıda Yasası olarak bilinmekte olup, gıdaların izlenebilirliği konusunda da düzenlemeleri içermektedir (Madde 18). Genel Gıda Yasası'nın belirlediği ana başlıklar Ocak 2005 tarihinde uygulamaya girmiştir.²⁷

Kuru İncir: Dünya incir ithalatı son 5 yıllık veriler incelendiğinde 2014 yılı ithalatı yaklaşık 60 milyon ABD doları olarak görülmektedir. Türkiye'den yapılan 5 yıllık kuru incir ithalatı incelendiğinde Fransa'nın Türkiye'den yapmış olduğu kuru incir miktarı yaklaşık 36 milyon ABD doları olarak görülmektedir. Fransa kuru incir sektöründe Türkiye'nin vazgeçilmez bir ticaret ortağıdır. Proje içerisinde bulunan firmaların Fransa'da düzenlenen ve dünyanın önde gelen gıda fuarlarından olan Sial'e katılması ve mevcut pazarları içerisinde yer almasından dolayı hedef pazar olarak önerilmektedir.

Tablo 32: Fransa'nın son 5 yıllık kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	33,161	30,407	31,452	35,552	40,204
Türkiye	28,691	25,281	27,903	31,183	36,070
İspanya	1,878	1,795	1,775	2,028	2,415
Almanya	1,677	2,190	364	964	805
Yunanistan	9	132	101	112	271
Güney Afrika	0	0	0	143	38

Kaynak: Trademap 2015

Çin Halk Cumhuriyeti: Çin Asya kıtasının doğusunda yer almaktadır. Doğuda Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti; güneydoğuda Makao; güneyde Laos, Birmanya, Vietnam,

²⁷Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

Hindistan, Bhutan, Nepal; batıda Pakistan, Afganistan, Tacikistan, Kırgızistan, Kazakistan; kuzeyde Moğolistan Halk Cumhuriyeti ve Rusya Federasyonu ile komşudur. Çin'in toplam kara sınırları uzunluğu 20 000 km'den fazladır. 2014 yılı rakamlarına göre ülke nüfusu 1,37 milyara ulaşmıştır. 21. yy ortalarına kadar nüfusun artmaya devam edeceği ve 1,6 milyar civarında dengeleneceği beklenmektedir. Uygulanan politikalar sonucunda nüfus azalarak da olsa artmaya devam etmektedir.

Nüfus içerisinde yaşlıların gençlere oranı giderek artmaktadır. Nüfusun %91,6'sı Han kökenli Çinliler, %16,7'sini ise aralarında Uygurların da bulunduğu diğer azınlıklar oluşturmaktadır. Ailelerin tek çocuk sahibi olmaları teşvik edilmektedir. Yüksek nüfus, Çin için en büyük sorunlardan birisini teşkil etmenin yanı sıra, büyük bir ekonomik güç kaynağı olma niteliğindedir. Gelecek 10 yıl içinde yaklaşık 70 milyon kişinin iş gücüne katılacağı öngörülmüştür. Bu kitlenin yarattığı baskının, yüksek büyüme oranlarını önümüzdeki dönemde de zorunlu kılacağı düşünülmektedir.

2014 yılındaki ekonomik performansa bakıldığında Çin'in GSYH'si 10,4 trilyon dolara ulaşmıştır. Enflasyon yüzde 1,5 seviyesinde gerçekleşirken kentsel kayıtlı işsizlik oranı yüzde 4,1'e inmiştir. Ayrıca, 13,1 milyon yeni istihdamla bu alanda rekor kırılmıştır. Dış ticaret hacmi 4 trilyon dolar seviyesini ilk kez aşmıştır. Böylece Çin, dış ticaret hacmi açısından dünyanın en büyük ülkesi olmuştur. 2015 yılında dış ticaret hacmi için yüzde 5,6 oranında artış kaydetmesi hedeflenmektedir.

Çin pazarının önemli bir özelliği olarak, malların pazarlanması konusunda kişisel ilişkilerin büyük öneme sahip olduğu bilinmektedir. Gerek tüketiciler, gerekse aracı durumunda olan kişiler açısından tanıdık kişilerle alış veriş yapmak ve onların ürünlerini tercih etmek önemli bir kültür faktörüdür. Tüketici ile firma arasında reklamlar aracılığıyla tanışıklık kurulması bu bakımdan da önem kazanmaktadır.

Çin'in son yıllardaki tüketici eğilimlerinde etkileyen en önemli faktörlerden biri sayıları 200 milyonu bulan üst gelir grubundaki tüketicilerdir. 1,3 milyar nüfusa sahip Çin'de 400 milyon Çinlinin kişi başına düşen yıllık geliri satın alma gücü paritesine göre 8 bin \$'dır. Bu kesimin gelirlerinin önümüzdeki 5 yılda da her yıl ortalama % 16 büyüyeceği tahmin edilmektedir. Çin'de özellikle bu kesimdeki tüketim eğilimlerinde tutumluluktan hedonizme(hazcılık) geçiş görülmektedir. Lüks yaşam biçimi eskiden yolsuzluk, çöküş ve eşitsizlik anlamına gelirken şimdilerde bireyin karakteristik özelliklerinden biri olarak kabul edilmektedir.

Türkiye'nin Çin'e ihracatı yıllar itibarıyla artış göstermekle birlikte, gerek Çin'in ithalat potansiyeli gerek Türkiye'nin üretim ve ihracat kapasitesi dikkate alındığında yeterli görülmemektedir. 2002 yılında sadece 268 milyon Amerikan doları olan Türkiye'nin Çin'e ihracatı, 2007 yılında 1,04 milyar Amerikan dolarına, 2013 yılında ise 3,60 milyar Amerikan dolarına yükselmiştir.

İki trilyon Amerikan dolarına yaklaşan ithalat potansiyeline sahip olan ve iç tüketime dayalı büyüme sürecine geçmeye çalışan Çin'e yönelik Türkiye'nin ihracatının yeterli bir seviyeye ulaşamamasının temel nedenleri olarak, bu ülkedeki tüketim eğilimleri ile pazar farklılığı, Çin pazarının "kendine özgü" yapısı, bölge içi (Güneydoğu Asya ve Pasifik) ticaretin çok güçlü olması, Çin'in önemli küresel ticaret ülkeleri ve blokları tarafından çevrelenmesi, Türkiye ile Çin arasında özel ticaret anlaşmalarının bulunmaması ve karşılıklı yatırım ilişkilerinin

yeterince gelişmemiş olması ve ihracatçılarımızın Çin ve Asya-Pasifik bölgesine yönelik sistematik çalışmalar yürütmemesi gösterilebilir.²⁸

Kuru İncir: Dünya kuru incir ithalatı 5 yıllık veriler incelendiğinde Çin'in 6,3 milyon ABD doları olarak görüşmektedir. Türkiye'nin kuru incir ihracatı Çin'e 6 milyon ABD doları olarak görülmektedir. Çin son 5 yıllık veriler ışığında önemli ölçüde kuru incir ithalatını arttırmıştır. Proje içerisinde bulunan firmaların ihracat pazarları ve hedef pazarları içerisinde yer alan Çin hedef Pazar olarak önerilmektedir. Çin'de düzenlenen Sial gıda fuarı önemli gıda fuarları arasında gösterilmektedir.

Tablo 33: Çin'in son 5 yıllık kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	248	2,380	3,662	5,933	6,362
Türkiye	117	2,296	3,262	4,914	6,006
İran	0	0	172	307	62
Kore Cumhuriyeti	0	0	0	0	26
Tayland	6	4	8	14	9
ABD	56	45	19	38	9

Kaynak: Trademap 2015

Japonya: Çin Halk Cumhuriyeti'nin kuzeydoğusunda, Kore Yarımadasının doğusunda ve Rusya'nın Sibirya bölgesinin güneyinde yer alan Japonya'da, en önemli adalar Hokkaido, Honshu Shikoku ve Kyushu'dur. Bunların dışında 3000'i aşkın küçük ada mevcut olup, bazılarında yerleşim mevcut değildir.

Japonya'da iklim kuzeyden güneye çeşitlilik göstermektedir. Ülkenin %70'i yerleşime uygun olmayacak ölçüde dağlıktır. Bu nedenle arazi fiyatları son derece yüksektir. Japonya'nın doğal koşulları hava ve deniz trafiğini zorlaştırdığından kara yolu ulaşımı yoğunluk kazanmıştır. Yüksek teknolojiye hızlı tren taşımacılığı gelişmiştir. Kobe ülkenin en büyük deniz limanı olup, Narita/Tokyo ve Kansai/Osaka, Kobe, Kyoto en büyük hava limanlarıdır. Japonya'da son 50 yılda nüfus artmaya devam etmekte olup, son yıllarda nüfus artış hızı yavaşlamaya başlamıştır. 1950'lerde Japonya'da işgücü bakımından aktif olan nüfus (15-64 yaş arası) çoğunlukta iken 2000'li yıllarda söz konusu yapının önemli ölçüde değiştiği gözlenmektedir. Bugünkü durum itibarıyla, 0-14 yaş arası olan nüfus toplumun sadece %16,7'sini oluşturmakta ve 65 yaş ve üstü olan kesimin oranı %28,9'a yükselmiş bulunmaktadır.

2. Dünya savaşından bu yana düzenli olarak büyümeye devam eden Japonya ekonomisinin büyümesi 2008 yılında önemli ölçüde yavaşlamaya başlamıştır. Ekonomik büyümesi ağırlıklı olarak ihracata dayanan Japonya'da, dışarıdan gelen taleplerin ekonomik kriz dolayısıyla azalmaya başlaması sonucu hükümet yerel talebi canlandırmaya yönelik önlemleri artırmıştır.

Aşırı alınan şeker, tuz ve yağ nedeniyle çeşitli hastalıklarla karşılaşılıyor olması, Japon tüketicileri sağlıklı gıdalara yönlendirmiştir. Japonya'da felç nedeniyle ölüm oranı oldukça yüksektir ve aşırı tuz kullanımının bu oranın yüksek olmasındaki en önemli nedenlerden birisi olduğu kabul edilmektedir. Yüksek şekerli gıdaların şişmanlığa yol açtığına inanılmakta, orta yaştaki insanların büyük çoğunluğu fazla kilolu olduğunu düşünerek kilolarını azaltmak

²⁸Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

istemekte ve özellikle bayanlar diyet yiyeceklerle ilgi göstermektedir. Bu nedenle, düşük kalorili ve az tuz içeren ürünler ile gençler arasında popüler olan ilave mineraller ve vitaminler içeren içeceklerin ve organik gıdaların tüketimi oldukça fazladır. Ayrıca son yıllarda Japonların damak tadı giderek daha fazla batılılaşmaktadır.

JAS Standardı Tüketicinin çıkarlarının korunması politikasının bir gereği olarak gıda ve orman ürünlerinin kalitesi ile ilgili bir işaretleme ve sıralama sistemi oluşturulmuştur. “JAS markası” olarak bilinen standart sistemi “Japon Tarım Standartları Kanunu” ile düzenlenmiştir. Söz konusu Kanun Japonya’da üretilen veya ithal edilen tüm gıda ürünlerini kapsamaktadır. Kanun çerçevesinde yapılan düzenlemeler ürün kapsamı genişledikçe çeşitlenmektedir.

JAS markası ürün listesi, içecekler, işlenmiş gıda, sıvı ve katı yağlar tarımsal mallar, orman ürünleri, et ve balık sanayi ürünleri, tarım ve orman ürünleri hammaddelerini, konserve gıda, meyve suyu, işlenmiş domates, domuz eti, jambon ve sosis gibi ürünlerin yerli ve ithal olanlarını kapsamaktadır. JAS kuralları, standartlarla belirlenmiş ürünü tanımlamaktadır. Standarda konu ürünlerin pek çoğunda minimum kalite standardı belirtilmiştir. Ancak bazı ürünler için kurallar sadece kalite artırımını sağlamaya yönelik direktifleri içermektedir. İşlenmiş gıdalar için işaretleme standartları, ürünün adı, tatlandırıcıları, ağırlığı, üretim tarihi ve üreticinin adı gibi ayrıntıları talep etmektedir. Ayrıca her bir ürünün kendine özgü bir etiketlenme biçimi bulunmaktadır.

Söz konusu standartların uygulanması zorunlu olmayıp, ancak tüketicinin ithal edilen ürünü tercih etmesi amacıyla, ithalatçı firmaları bu standartları uygulama yoluna sıkça gitmektedir.²⁹

Kuru İncir: Dünya kuru incir ithalatı 5 yıllık verileri incelendiğinde Japonya’nın 2014 yılı kuru incir ithalatı 11 milyon ABD doları olarak görülmektedir. Bu ithalatın 8,4 milyon ABD dolarını Türkiye’den gerçekleştirmiştir. Son 5 yıllık veriler ışığında 2010 yılından 2014 yılına kadar olan süre içerisinde Türkiye’den kuru incir ithalatını 4’e katladığı görülmektedir. Proje içerisinde bulunan firmalarında mevcut ve hedef pazarları içerisinde yer almaktadır. Japonya’da düzenlenen Foodex gıda fuarı önemli gıda fuarları içerisinde yer almaktadır.

Tablo 34: Japonya’nın son 5 yıllık kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	6,633	8,221	9,309	9,276	11,116
Türkiye	2,974	3,393	4,914	5,863	8,415
ABD	2,352	2,550	2,534	2,131	1,833
İran	1,255	2,046	1,813	1,129	753
Yunanistan	0	0	0	58	30
İspanya	8	13	15	28	31

Kaynak: Trademap 2015

Avustralya: 7,6 milyon kilometrekarelik yüzölçümü ile dünya’nın “en büyük adası” ve “en küçük kıtası” olarak tanımlanan Avustralya’nın hiçbir ülkeyle kara sınırı bulunmamaktadır.

Avustralya’da nüfus daha ziyade doğu ve güneydoğu kıyılarında yoğunlaşmış olup, EIU verilerine göre ülkenin nüfusunun 2016 yılında 24,2 milyona ulaşacağı öngörülmektedir. 2012-16 yılları arasında nüfus artış oranının ortalama % 1,4 olacağı tahmin edilmektedir. Avustralya halkı içinde vatandaşlık hakkı kazanmış göçmenlerin rolü büyüktür. Nüfusun büyük çoğunluğu İngiliz ve İrlanda asıllıdır. Diğerleri ise; İtalyan, Yunan, Çinli, Arap, Vietnam,

²⁹Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

Türk ve Yerliler (Aborjinler)'dir. Ayrıca, 2011 yılı Avustralya nüfus istatistiklerine göre göçmenlerin yanı sıra Asya'dan gelen öğrenci sayısında da bir artış olduğu açıklanmıştır.

2014 yılında iki ülke arasında gerçekleşen ticaret hacmi yaklaşık 1 milyar dolardır. İhracat bir önceki yıla göre % 9 oranında artarak 505 milyon dolara ulaşmış; ithalat ise % 56'lık bir azalma ile 544 milyon dolar seviyesine inmiştir.³⁰

Kuru İncir: Dünya kuru incir ithalatı 5 yıllık verileri incelendiğinde Avustralya'nın 2014 yılı için yaklaşık 8 milyon ABD Doları kuru incir ithalatı görülmektedir. Türkiye'den 6,2 milyon ABD Doları kuru incir ithal etmektedir. Proje içerisinde bulunan firmaların mevcut ve hedef pazarları arasında yer almaktadır. Son 5 yıllık kuru incir ithalatı verilerine bakıldığında önemli artışlar gözlemlenmiştir.

Tablo 35: Avustralya'nın son 5 yıllık kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	4,963	4,758	5,685	5,932	7,709
Türkiye	3,674	3,704	4,328	4,649	6,281
Yunanistan	873	830	1,136	1,131	1,087
ABD	221	63	4	20	98
İran	189	141	199	50	205
Birleşik Arap Emirlikleri	0	0	0	0	6

Kaynak: Trademap 2015

Birleşik Arap Emirlikleri: Birleşik Arap Emirlikleri Arap Körfezi'nin ortasında yer almaktadır. Kuzeyden Arap Körfezi, batıdan Katar ve Suudi Arabistan Krallığı, güneyden Umman Sultanlığı ve Suudi Arabistan Krallığı ve doğudan Umman Körfezi'ne sınır komşusudur.

BAE'nin ticaret ve turizm merkezi olan Dubai, yıllardır Doğulu ve Batılı iş adamları arasında bir bağlantı noktası olmuştur. Toplam alanı 3 885 km² olup, BAE topraklarının %5'ini oluşturmaktadır.

Şehir 20 km uzunluğunda bir haliç ile ikiye ayrılmıştır. Burj Dubai tarafında Dubai idari ofisleri, büyük şirketlerin ofisleri, bankalar, gümrük ve liman idaresi bulunmaktadır. Dubai'nin kuzeyi ise Deira olarak adlandırılmakta olup, bu bölgede büyük ve irili ufaklı alışveriş merkezleri, okullar, marketler ve oteller bulunmaktadır.

Dubai, BAE içindeki ikinci büyük Emirliktir. Emirlik'in büyük bir çoğunluğu oturulamaz durumda olan çöl iklimine sahip olmasına rağmen, Dubai şehri metropoliten bir yapıya sahiptir. Arapça resmi dil olup, İngilizce de yaygın biçimde konuşulmaktadır.

BAE, 2015 yılında EIU tahminine göre 368,1 milyar dolarlık nominal GSMH'sı ile Orta doğu ve Körfez ülkeleri içinde Suudi Arabistan ve İran'dan sonra en büyük üçüncü ekonomiye sahiptir. Satın alma gücü paritesine göre 73.600 dolar kişi başına milli gelir ile Katar'dan sonra ikinci sırada gelmektedir.

Serbest piyasa ekonomisinin hakim olduğu Birleşik Arap Emirlikleri'nin (BAE) ekonomik zenginliği büyük ölçüde Gayri Safi Yurt İçi Hâsılasının (GSYİH) yaklaşık % 38'ini oluşturan petrol ve doğal gaz üretimine dayanır. Bu ürünlerin fiyatlarındaki dalgalanma ekonomiye de yansımaktadır. Ülkenin başlıca ihraç ürünleri ham petrol, doğal gaz ve kurutulmuş balık, başlıca ithalat ürünleri makine ve taşıt araçları, kimyasallar ve gıdadır.

³⁰Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

BAE dünyanın 7. büyük petrol rezervlerine sahip olup, bu rezervlerin 97,8 milyar varil civarında bulunduğu tahmin edilmektedir. BAE'deki petrolün %90'nından fazlası Abu Dhabi Emirliği'nde üretilmektedir. BAE'nin günlük petrol üretimi 2,75 milyon varil civarındadır.

İthalat genel olarak %5 oranında gümrük vergisine tabidir. Gümrük vergisi ürünün CIF bedeli üzerinden tahsil edilmektedir. İthalatta aranan esas belgeler; gümrük beyannamesi, ticari fatura, menşe şahadetnamesi, sağlık belgesi (gıda ürünleri için), konşimento ve çekli listesidir.

Bir kısım gıda ürünü (buğday, mısır, pirinç), yaş meyve sebze türü (incir, elma, kayısı, karpuz, armut, üzüm, greyfurt, muz ve 08.03-08.10 GTIP'li narenciye grubu) ile canlı hayvan (balık, koyun, keçi, tavuk, hindi, at, deve) ithalatı gümrük vergisinden muaftır. Buna karşılık; alkollü ürünler %50 ve tütün mamülleri %100 oranında gümrük vergisine tabidir.

BAE Gümrüğü, Türkiye'den ithal edilen gıda ürünleri ile ilgili olarak Koli Listesi, Menşe Şahadetnamesi ve Tarım Sağlık Belgesi'nin Türkiye'deki BAE Konsolosluğu'ndan tasdik ettirilmesini istemekte ve sayfa başına ortalama 50 TL tutarındaki tasdik ücreti Türk firmaları tarafından ödenmektedir. Ayrıca, acil tasdikler için firmalarımızın ilave ücret ödemesi talep edilmektedir. Ticari faturalarda ise talep edilen onay ücreti fatura tutarına göre 50 TL ile 1 000 TL arasında değişebilmektedir. 500.000 \$'ın üzerindeki faturalar için ise fatura değerinin dirhem karşılığının % 0,2'si oranında tasdik ücreti talep edilebilmektedir.

İthal edilen tüm gıda ürünleri öncelikle Dubai Belediyesi'nin kontrol ve onayından geçirilmektedir. Dubai Belediyesi BAE'ye ithal edilen ürünlerde kendi standartlarını oluşturmuştur. Unlu mamul kullanımında 9 ay, çikolatalı ürün kullanımında ise 1 yıl standardı vardır. Bu sürelerin dışında raf ömrü içeren ürünlerin satışına izin verilmemektedir. Gıda ürünleri laboratuvar testlerine tabi tutulmakta, ayrıca BAE standartlarına uymayan ürünlerin satışı BAE'de tamamen yasaklanmakta ve ithal edilen bu ürünlerin 10 gün içerisinde imhası ya da Arap menşeli olmayan üçüncü ülkelere satışı istenebilmektedir. Bölgeye ISO 22000 standartlarında, Sağlık Sertifikalı, taze ürün sevk edilse bile ithalat tamamen Dubai Belediyesi'nin yetkisinde olduğu için Türk kurumlarının verdiği uluslararası geçerliliği olan belgelerin dahi kabul edilmemesi durumu söz konusu olabilmektedir.

Gıda ürünleri ithalatında ürünün standardı, ambalajı ve ambalajı üzerinde "üretim tarihi ve son kullanım tarihinin" belirtilmiş olmasına bilhassa dikkat edilmektedir. Dubai Belediyesinde Gıda Kontrol Dairesi ürün ithalatında standard/kalite kontrolünü yapan birimdir.

BAE piyasası rekabetçi, fiyata duyarlı ve dışa açık bir pazardır. Pazarın bu özelliğinden dolayı ülkede neredeyse her ülkeye ait malları bulmak mümkündür. Ülkenin hem tarım ve sanayi üretimi oldukça yetersiz olduğundan, ihtiyaçların büyük bir bölümü ithalat yoluyla karşılanmaktadır.

Ülkenin ticaret merkezi durumunda olan Dubai, rekabetin çok yoğun olduğu bir pazardır. Dubai ülke sınırlarını aşan bir boyutta, Körfez Bölgesi'nden Orta Asya ve Uzak Doğu'ya kadar bir hitap alanı bulmaktadır.

Ülkede ticari faaliyetler çok iyi organize olmuştur. Kayıt dışılık yaygın değildir. Ticaret resmi kurallar çerçevesinde yürütülmektedir. Ticari yaşam gittikçe büyük ve modern ticaret merkezlerine doğru kaymaktadır. Ticari hayatta büyük ölçüde dürüstlük hâkimdir ve hileli ticarete izin verilmemektedir. Perakende alışverişlerde pazarlık usulü uygulanabilmektedir.

Türkiye'nin BAE'ne yönelik dış ticaret hacmi yıllar itibariyle sürekli artmış ve 2008 yılında, 8,6 milyar dolara ulaşmıştır. Bu artışın başlıca nedeni bu ülkeye gerçekleşen ihracat artışından kaynaklanmıştır. 2009 yılında ise global krizle birlikte iki ülke arasındaki dış ticaret hacmi 3,5 milyar Dolara düşmüştür. 2011 yılında iki ülke arasında gerçekleşen ticaret hacmi 5,3 milyar dolar olup; bir önceki yıla göre % 33 artmıştır. 2012 yılında ise iki ülke arasındaki dış ticaret artışı % 138 artarak 12,7 milyar dolara ulaşmıştır. 2013 yılında ise iki ülke arasındaki ticaret hacmi 10,3 milyar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin BAE'ye yönelik ihracatı incelendiğinde, ihracatta yıllar itibarıyla sürekli bir artış trendi dikkat çekmektedir.

2015 yılında BAE'ye ihracatımızda % 0,4 gibi çok küçük oranda artış gerçekleşmiştir.

BAE'den yapılan ithalat da düzenli bir artış görülmektedir. 2013 yılında, BAE'den yapılan ithalat % 49,7 oranında artış göstererek 5,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu kapsamda 2013 yılında toplam ithalatımızdaki payı ise % 2,1 olmuştur.

2015 yılı için ise BAE'den yapılan ithalat % 38 oranında düşmüş olup; 2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.³¹

Kuru İncir: Dünya kuru incir ithalatı son 5 yıllık veriler incelendiğinde BAE'nin yaklaşık 12 milyon ABD doları kuru incir ithal ettiği görülmektedir. İthal edilen 12 milyon ABD dolarlık kuru incirin yaklaşık 5 milyon ABD doları Türkiye'den ithal edilmiştir. Türkiye için önemli bir pazar durumunda bulunmaktadır. Dubai'de düzenlenen Gulfood önemli gıda fuarlarından biridir. Proje içerisinde bulunan firmaların mevcut ve hedef pazarları arasında yer almaktadır.

Tablo 36: Birleşik Arap Emirlikleri'nin son 5 yıllık kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	3,160	3,178	3,641	5,157	11,471
Türkiye	1,626	1,685	2,400	3,504	4,828

Kaynak: Trademap

İngiltere: Kıta Avrupa'sının kuzeybatısında yer alan Britanya Adaları 244.100 km²'lik bir yüzölçümüne sahip bulunmaktadır. Bu adaların en büyüğü Büyük Britanya, ikinci en büyüğü ise Büyük Britanya adasının batısında bulunan ve üzerinde Kuzey İrlanda ve İrlanda Cumhuriyeti'nin yer aldığı adadır.

Ana adanın kuzeyinde bulunan İskoçya'nın batısında Hebrides takımada topluluğu yer alırken İskoçya'nın kuzeydoğusunda Orkney ve Shetland adaları sıralanmaktadır. Bütün bu adalar İngiltere'ye bağlıdır. Ancak, İngiltere ile Fransa arasında yer alan Channel Adaları ile İrlanda Denizindeki Isle of Man adası, uluslararası ilişkiler ve güvenlik bakımından Birleşik Krallığa bağlı bulunmaktadır.

Birleşik Krallık'ın 244 100 kilometrekarelik yüzölçümünün 130 400 kilometrekarelik kısmı İngiltere'ye aittken İskoçya 78 800, Galler 20 800 ve Kuzey İrlanda 14 100 kilometrekarelik alanı kapsamaktadır.

Başkenti Londra (7,8 milyon) olan ülkenin diğer önemli şehirleri Birmingham (1 milyon), Leeds (799.000), Glasgow (593.000) ve Sheffield (556.000)'dir. Ülke topraklarının yaklaşık

³¹Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

%71'lik kısmı ekilmeye müsait alan ve çayırardan, %10'luk kısmı ormanlık alanlardan %19'luk kısmı ise şehirlerden oluşmaktadır.

2014 yılı tahminlerine göre İngiltere'nin nüfusu 64,5 milyon kişidir. İngiltere, Birleşik Krallığın nüfusunun % 84'ünü oluştururken, İskoçya % 8,3, Galler % 4,8 ve Kuzey İrlanda % 2,9 paya sahiptir. 2018 yılında Birleşik Krallığın nüfusu 65,7 milyon kişiye ulaşması beklenmektedir. Düşük doğum oranları ve artan yaşam beklentisine bağlı olarak ülke nüfusu giderek yaşlanmaktadır. 2013 yılı verilerine göre, ülkede nüfusun %16'sını 65 yaş üstü nüfus oluştururken, 16 yaş altı nüfusun toplam nüfusa oranı ise %17,6'dır. Diğer Batı Avrupa ülkelerinde olduğu gibi İngiltere'nin de gelecek 10 yıllık dönemde emekli nüfusun çalışan nüfus üzerinde yarattığı yük ile karşı karşıya gelmesi beklenmektedir. 2018 itibarıyla 65 yaş üstünün toplam nüfusa oranının % 18,6 olacağı tahmin edilmektedir.

İngiltere, AB içinde Almanya ve Fransa'dan sonra üçüncü ve dünyada yedinci en büyük ekonomidir. İngiltere ekonomisinde GSYİH'nin yaklaşık üçte ikilik kısmı özel tüketim kaynaklıdır. Diğer pek çok gelişmiş ülkede olduğu gibi İngiltere'de de imalat sanayinin GSYİH'deki payı giderek azalmaktadır.

İngiltere, ithal ürünlerde AB teknik mevzuatını uygulamaktadır. AB teknik mevzuatına göre, ürünler AB pazarına girişte tüketici sağlığı ve güvenliği ile çevre korunmasına ilişkin olarak teste tabi tutularak sertifikasyonları yapılmaktadır.

Avrupa Birliği standartlarına göre, gıda ürünleri için HACCP (Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi Sistemi) zorunluluğu bulunmaktadır. AB genelinde gıdalarla ilgili genel prensiplerin ve temel düzenlemelerin çerçevesini belirleyen EC 178/2002 sayılı düzenleme ile Gıda Yasası uygulanmaktadır. 2002 yılı içerisinde yürürlüğe giren bu düzenlemeyle, aynı zamanda, AB Gıda Güvenliği Otoritesi kurulmuş ve gıda güvenliği konusundaki uygulanması zorunlu prosedürler belirlenmiştir. Düzenleme genel olarak Genel Gıda Yasası olarak bilinmekte olup, gıdaların izlenebilirliği konusunda da düzenlemeleri içermektedir (Madde 18). Genel Gıda Yasası'nın belirlediği ana başlıklar Ocak 2005 tarihinde uygulamaya girmiştir. AB genelinde pazara sunulan taze meyve ve sebze ürünlerinin kalite ve etiketlemelerine ilişkin pazarlama standartları Ortak Tarım Politikası çerçevesinde çıkartılan EC 2200/96 sayılı kararname ile 28 Ekim 1996 tarihinde belirlenmiştir. Bu yasayla öngörülen standartlara sahip olmayan ürünler pazara sunulamamakta ve pazardan kaldırılmaktadır. AB pazarlama standart düzenlemeleri çerçevesinde kalite standartları belirlenmiş diğer ürünler arasında taze ve soğutulmuş balık (EC 2406/1996), yumurta (EC 1028/2006), zeytinyağı (EC 1019/2002) ile birlikte sert kabuklu meyveler arasında kabuklu fındık (EC 1284/2002) ve kabuklu ceviz bulunmaktadır.

ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi, ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi ve GLOBALGAP sertifikası ise tüketici tercihleri açısından önem taşımaktadır.

İngiltere'de sağlık, güvenlik amaçlı denetim uygulamalarında bazı özel durumlar hariç, pazara girişi baştan engelleyen veya güçleştiren katı uygulamalar yerine, genellikle beyan esasına dayalı, nihai sorumluluğu ithalatçıya veya dağıtıcıya bırakan esnek bir yaklaşım benimsenmiştir.

İngiltere'de tarifeler, gümrük denetimi, sağlık kontrolleri, miktar ve değer kontrolleri, lisans-standart ve etiket uygulamaları vb. konular bakımından AB ülkelerindeki uygulamadan farklı

ve özel olarak dikkati çeken, ithal edilen ürünlerin pazara girişine engel oluşturan bir uygulama bulunmamaktadır.³²

Kuru İncir: Dünya kuru incir ithalatı son 5 yıllık veriler incelendiğinde İngiltere'nin 2014 yılında yaklaşık 12 milyon ABD doları kuru incir ithalatı yaptığı görülmektedir. 12 milyon ABD doları kuru incir ithalatının yaklaşık 8 milyon ABD dolarını Türkiye'den yapmıştır. Proje içerisinde bulunan firmaların yoğun olarak hedef pazar olarak girmeyi istedikleri ülke olarak dikkat çekmektedir. Ülkenin Kuru meyve üzerine iş birliği kuruluşları bulunmaktadır.

Tablo 37: İngiltere'nin son 5 yıllık kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	8,067	5,980	6,307	8,882	11,810
Türkiye	4,649	2,648	2,482	5,657	7,544
İspanya	137	70	528	763	1,159
Yunanistan	262	256	784	817	416
Fransa	1,547	1,061	632	652	1,269
Almanya	201	302	406	566	792

Kaynak: Trademap 2015

İtalya: İtalya, Avrupa'nın güneyinden Akdeniz içlerine doğru kuzeybatı güneydoğu yönünde uzanan bir yarımada üzerinde yer alır. Güneyinde ve batısında Akdeniz, doğusunda Adriyatik Denizi ve kuzeyinde Alp Dağları ile çevrelenmiştir. Akdeniz'deki Sicilya ve Sardunya adaları ile yarımada çevresindeki irili ufaklı birçok ada İtalya'ya aittir. Kuzeyde, Lugano Gölü'nün İsviçre'de bulunan kısmında, göl kıyısında bulunan Campione kasabası da İtalya topraklarından tamamen ayrı bir durumda olmasına rağmen resmi olarak İtalya toprağıdır.

IMF 2014 yılı verilerine göre İtalya dünyanın sekizinci, Avrupa'nın dördüncü büyük ekonomisidir.

Avrupa Birliği'nin kurucu üyesi olan İtalya, aynı zamanda ABD, Almanya, İngiltere, Fransa, Kanada, Japonya ve Rusya ile birlikte G8 adı verilen sanayileşmiş ülkeler grubuna dahildir.

AB üyesi ülkelerin İtalya'nın ihracatında payı 2001 yılında %60,5 iken yıllar içerisinde azalarak 2014 yılında %54,3'e düşmüştür. Almanya tek başına İtalya'nın toplam ihracatının %12,5'ini oluşturmaktadır. Türkiye ise İtalya'nın en çok ihracat yaptığı ülkeler sıralamasında 10. sırada ter almaktadır. İtalya'nın en büyük ticaret ortağı olan Almanya, aynı zamanda İtalya'nın en çok ithalat gerçekleştirdiği ülkedir. 2014 yılı itibarı ile Almanya'nın İtalya'nın ithalatındaki payı %15,4'tür. Çin son yıllarda İtalya'nın ithalatındaki payını önemli ölçüde arttırmıştır. 2002 yılında Çin'in İtalya'nın ithalatındaki payı %3,2 iken 10. sırada yer almaktaydı. 2014 yılında ise Çin %7 pay ile 3. sıraya yükselmiştir. Türkiye İtalya'nın ithalat yaptığı ülkeler arasında %1,6 pay ile 14. sırada bulunmaktadır.

1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı gereğince 1 Ocak 1996 tarihinden itibaren Türkiye ile Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında sanayi ürünleri ticaretinde Gümrük Birliği uygulaması yürürlüktedir. Bu suretle gümrük vergileri sıfırlanmış ve Türkiye üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi uygulamaya başlamıştır.

Ayrıca, bazı istisnalar dışında (topluluğun Ortak Tarım Politikasına dahil olmayan tarımsal ürünler, yaş meyve sebze ürünlerine ait toplam 11 adet tarife pozisyonu, iç ve kabuklu

³² Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

natürel fındık, domates salçaları ve diğer domates konservesi) AB ülkelerine Türkiye’den ithal edilen tarım ürünlerinde de gümrük vergileri tamamen kaldırılmış bulunmaktadır.

Sonuç olarak, İtalya’ya diğer AB ülkelerinden (Norveç, İzlanda, İsviçre, Liechtenstein, Andorra ve San Marino dahil) ve Türkiye’den yapılan ithalat gümrük vergisinden muaftır. Diğer ülkelerden yapılan ithalat Avrupa Toplulukları Birleştirilmiş Gümrük Tarifesi’ne (TARIC) göre ortak gümrük tarifesi uygulanmakta, ithalatta alınan vergiler KDV oranları dışında aynı olmaktadır. AB’de yürürlükte bulunan gümrük vergilerine http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_en.htm adresinden ulaşmak mümkündür.

İtalya, ithal ürünlerde AB teknik mevzuatını uygulamaktadır. Söz konusu mevzuat, ürünlerin AB pazarına girişte tüketici sağlığı ve güvenliği ile çevrenin korunmasına ilişkin uyulması gereken zorunlulukları kapsamaktadır. Ürünlerin teknik mevzuata uygunluğu ithalat aşamasında kontrol edilebileceği gibi piyasa gözetimi yoluyla da denetlenebilmektedir.

Bu bölümde yer alan CE işareti, HACCP ve REACH uygulamaları hem AB içinde üretilen hem de AB’ye ithal edilen ürünleri kapsayan zorunlu sertifikasyon uygulamalarıdır. Bu suretle tarife dışı engellerden veya uygulanması zorunlu olmayan standartlardan farklı bir durum arz etmektedirler.

Gıdalar ürünleri için HACCP (Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi Sistemi) zorunluluğu bulunmaktadır.

AB genelinde gıdalarla ilgili genel prensiplerin ve temel düzenlemelerin çerçevesini belirleyen EC 178/2002 sayılı düzenleme ile Gıda Yasası uygulanmaktadır. 2002 yılı içerisinde yürürlüğe giren bu düzenlemeyle, aynı zamanda, AB Gıda Güvenliği Otoritesi kurulmuş ve gıda güvenliği konusundaki uygulanması zorunlu prosedürler belirlenmiştir. Düzenleme genel olarak Genel Gıda Yasası olarak bilinmekte olup, gıdaların izlenebilirliği konusunda da düzenlemeleri içermektedir (Madde 18). Genel Gıda Yasası’nın belirlediği ana başlıklar Ocak 2005 tarihinde uygulamaya girmiştir.

ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi, ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi ve GLOBALGAP sertifikası tüketici tercihleri açısından önem taşımaktadır.

Türkiye’nin İtalya’ya ihracatında en önemli ürün grubu toplam ihracatın % 22’sini oluşturan otomotiv sanayi ürünleridir. Dokumacılık ürünleri de toplam ihracatın %13’ünü oluşturmakta olup bir diğer önemli ihraç ürün grubu da yaklaşık % 10 pay ile gıda maddeleridir.

Gıda alanında ise, Türkiye, İtalyan firmalar açısından geniş iş fırsatları sunmaktadır. Özellikle Amerika, AB ülkeleri ve Uzak Doğu ülkelerinde pazarı üretim, tüketim ve ticaret hacmi bakımından hızla artmakta olan organik tarım ve hayvancılık ürünleri ticaret hacmi bakımından hızla artmakta olan organik tarıma geçiş için gerekli olan faktörlere en iyi cevap verebilen ülkelerden biridir. Türkiye organik tarım alanında dünya üretiminde ve ihracatında söz sahibi olduğu fındık, incir, üzüm, zeytinyağı, pamuk gibi ürünlerini dış pazarlarca talep edilen miktarlarda üretmekte ve ihracata dayalı sözleşmeli yetiştiricilik sistemini benimsemektedir.

İtalyanların çoğunluğu geleneksel süpermarket ve sokak pazarlarında alışveriş yapmaktadırlar. Son dönemde yaşanan ekonomik krizden etkilenen İtalyan tüketiciler tutumlu harcama kültürü edinmişlerdir. Bu sebeple, tüketiciler indirimli marketlerden alışverişe yönlenmiştir. Marketlerin kendi isimleri ile pazarladıkları daha ucuz olan “private label”

ürünlere olan talebin arttığı görülmektedir. Lüks ürün satışları bu süreçten olumsuz olarak etkilenmektedir.

Bununla beraber, orta ve uzun vadede mali durumları düzeldikçe İtalyan tüketicilerin eski tüketim alışkanlıklarına dönmesi beklenmektedir. Bu durum da markalı ürünlerin İtalyan pazarında orta ve uzun vadede daha çok tercih edileceğini göstermektedir. 2015 yılından itibaren beklenen iyileşme tüm tüketim sektörlerine olumlu yansımaktadır.

Son dönemde İtalya’da hipermarket ve süpermarket sayısında artış olmuştur. Ürün çeşitliliği ve uzun çalışma saatleri sebebiyle tüketiciler tarafından gittikçe daha fazla tercih sebebi olan süpermarketler ayrıca internet üzerinden alışveriş seçeneği de sundukları için özellikle genç tüketiciler için uygun fırsatlar sunmaktadır.

Ayrıca, İtalyan tüketiciler için son dönemde gerek yemek gerekse yemek dışı tüketim ürünlerinde sağlıklı yaşam önem kazanmaktadır. Tüketicilerin son dönemde ülkede yaşanan kriz sebebiyle alım güçleri azalmış olsa da sağlıklı yaşam arzuları gün geçtikçe arttığı için spor malzemelere, sağlıklı yaşam, spor ve fitness salonlarına olan talep artmaktadır. Ayrıca, obezite sorunları yaygınlaştığı için diet ürünlere olan rağbet artmaktadır.³³

Kuru İncir: Dünya kuru incir ithalatı 5 yıllık veriler incelendiğinde İtalya’nın 2014 yılında 20 milyon ABD doları kuru incir ithal ettiği görülmektedir. 20 milyon ABD doları kuru incirin yaklaşık 14 milyon doları Türkiye’den ithal edilmiştir. İtalya, Türkiye’nin önemli ihracat pazarlarından biridir. Proje içerisinde bulunan firmaların mevcut ve hedef pazarı olarak İtalya öne çıkmıştır.

Tablo 38: İtalya’nın son 5 yıllık kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	19,585	18,157	15,061	17,106	19,995
Türkiye	14,076	13,317	10,914	11,911	13,594
Yunanistan	3,498	3,624	3,287	4,220	4,217
İspanya	222	83	148	256	742
Almanya	1,377	586	344	434	720
Hollanda	3	52	1	12	326

Kaynak: Trademap 2015

İsviçre: İsviçre Avrupa ülkeleri arasında en küçük coğrafi alana sahip ülkelerden biri olup, konumu itibari ile Orta Avrupa’da kavşak niteliğine sahiptir. Ülkenin yüzölçümü 41.277 km² olup, bu alanın 30.741 km² verimli (12.700 km² orman, 15.300 km² ekilebilir alan, 2.457 km² si ise oturmaya elverişli bölgeler) ve 10.828 km² verimsiz topraklardan oluşmaktadır.

Almanya (346 km), Fransa (572 km), İtalya (734 km), Avusturya (165 km) ve Liechtenstein (41 km) ile sınırları bulunan İsviçre, 45 – 48 derece kuzey enlemleri ile 5 – 11 derece doğu boylamları arasında yer alan bir Orta Avrupa ülkesidir.

Ülkenin nüfusu 2015 yılı için 8,140 bindir. Son yıllarda ülkedeki nüfus artış hızı ivme kazanmış olup bu artışta AB (15) vatandaşlarına oturma izni için verilen kota sınırlamasının kaldırılmasının önemli rolü olmuştur. İsviçrede yaşayan yabancıların (sığınma isteyen ve mevsimlik işçiler dışında) toplam nüfus içerisindeki payı 2014 yılı verilerine göre % 22 olmuştur.

³³ Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

Yaşlanan nüfus ülkenin en önemli dezavantajlarından biridir. Ülkedeki 65 yaş ve üstü kişilerin toplam nüfus içindeki payı %17,3dür. Ülkedeki ortalama yaşam süresi AB(25) ortalamasının üzerindedir. 2030 yılında 65 yaş üstü nüfusun toplam içindeki payının %42,6 ye kadar yükseleceğini göstermektedir.

İsviçre’de haftalık çalışma saati 38 saat olmakla birlikte, sektörlere göre değişiklik gösterebilmektedir. Ülke genelinde uygulanan asgari ücret 3.600,- CHF olup, çalışanların maaşından ve işverenlerden % 1 oranında işsizlik sigortası kesintisi yapılmaktadır. İsviçre iş gücü piyasasını Haziran 2002 de AB vatandaşlarına açmıştır.

İsviçre zengin ve barış içerisinde yaşayan bir ülkedir. GSYH’den mal ve hizmet üretim ihracatının aldığı pay hızla artmıştır. 2014 yılı için üretimde hizmetlerim payı %72, sanayi üretimin payı ise 26,8dir. Ekonominin giderek artan küreselleşmesi birçok işletmenin yeniden yapılanmasına yol açmıştır. Kişi başına gelirin en yüksek olduğu ülkeler arasındadır.

İsviçre 1960 yılında kurulan Avrupa Serbest Ticaret Birliğini (EFTA) kurucuları arasında yer almıştır. Bugün anılan birliğin İsviçre ile birlikte 4 üyesi vardır. Norveç, İzlanda ve Liechtenstein diğer üyeleridir.

AB ve EFTA ülkelerinin bir araya gelerek oluşturduğu Avrupa Serbest Ticaret Bölgesi Anlaşması (European Free Trade Area) ile üye ülkelerin oluşturduğu iç pazarda taraflar arasında ayırım gözetilmeksizin homojen özelliklere sahip Tek Pazar oluşturulması amaçlanmış ancak İsviçre yapılan referandum ile Avrupa Serbest Ticaret Bölgesi Anlaşmasına taraf olmayı reddetmiştir.

İthalat ve ihracata konu mallardan gerekli görülenlerin standardına veya teknik düzenlemesine uygunluğunun veya kalitesinin değerlendirilmesi ve belgelendirilmesi Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Mevzuatı uyarınca gerçekleştirilmektedir.

İsviçre ISO 9000 standartlarını tanımaktadır. DTÖ kapsamındaki standartlara sahip olan ürünlerde SNV standartlarına uyumda önemli bir zorlukla karşılaşılmamaktadır.

İsviçre firmalarının ülkemiz İyi Üretim Uygulamaları’na (GMP Sertifikaları) ilişkin sorunlar yaşadığı bilinmekte olup, konu hakkında çalışmalar sürdürülmektedir.

Türk Standartları Enstitüsü (TSE) ile muadil İsviçre kuruluşu olan İsviçre Standartlar Teşkilatı (SNV) ile herhangi bir işbirliği anlaşması bulunmamaktadır.

Tüketicilerin satın alma kararları kalite, fiyat ve satış sonrası hizmetlere göre değişmektedir. Fiyatın tüketici tercihlerindeki önemi önceki yıllara göre artırmıştır. Ülkedeki kültürel eğilimler tüketicilerin satın alma davranış ve alışkanlıklarını etkilemektedir. Örneğin tüketicilerin hazır gıdalara olan talebinin artmasına paralel olarak ambalajlı gıdalara olan talep hızla artış göstermektedir.³⁴

Kuru İncir: Dünya kuru incir ithalatı 5 yıllık veriler incelendiğinde İsviçre’nin 13,4 milyon ABD doları kuru incir ithal ettiği görülmektedir. 13,4 milyon ABD dolarlık kuru incirin 11,1 milyon ABD dolarını Türkiye’den ithal etmiştir. Son 5 yıllık kuru incit ithalatında önemli artışlar tabloda görülmektedir. Proje içerisinde bulunan firmaların hedef pazarları içerisinde bulunmaktadır.

³⁴Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

Tablo 39: İsviçre'nin son 5 yıllık kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	10,007	9,538	9,022	10,789	13,412
Türkiye	8,554	7,550	7,951	9,078	11,186
İspanya	696	1,252	860	1,272	1,725
Almanya	364	324	94	195	228
İtalya	28	30	35	77	81
Fransa	198	262	42	105	99

Kaynak: Trademap 2015

Hindistan: Hindistan güney Asya'da yer almakta olup; güneyinde Hint Okyanusu, batısında Pakistan, kuzeyinde Çin, Bhutan ve Nepal, doğusunda ise Bangladeş ve Myanmar ile komşudur. Yüzölçümü bakımından dünyanın yedinci büyük devletidir.

2007 yılında nüfusu 1,13 milyar kişiye ulaşan Hindistan'da 2000-07 yılları arasındaki nüfus artış hızı yıllık %1,5 oranında gerçekleşmiştir. Bu oran 2009 ve 2010 yılında da yaklaşık aynı kalmıştır. 2011 yılında dair nüfus artış oranı beklentisi %1,49'dur. Bu oran 90'lı yıllarda %1,9, 80'li yıllarda %2,1 ve 60'lı yıllarda %2,3 oranlarında gerçekleşmiştir. Doğum hızının düşeceğine dair iyimser beklentilere rağmen 2025 yılında Hindistan nüfusunun 1,4 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir. 2007 yılında yaşam beklentisi erkekler için 66, kadınlar için 71 yıla çıkmıştır. 1951 yılında erkekler ve kadınlar için yaşam beklentisi 32 yıl idi. Kırsal kesimde yaşama oranı diğer gelişen Asya ülkelerine göre çok yüksektir. Halkın %60'ı nüfusu 5000'i geçmeyen yerleşim yerlerinde yaşamaktadır. Buna karşın şehirlere göç hızla artmaktadır.

Hindistan'da her yıl yaklaşık 10 milyon kişi işgücüne katılmaktadır. Bu durum hükümetin eğitimin kalite ve miktarını artırmak için yatırım yapması gerekliliğini göstermektedir.

Hindistan ekonomisi iki farklı yapıya sahiptir. Bir yanda, orta sınıfın en zekilerini çalıştıran modern ve küresel rekabet gücüne sahip bilgiye dayalı hizmetler sektörü, diğer yanda çoğunlukla az eğitilmiş işgücünün çalıştığı ve rekoltesi yağışlara bağlı tarım sektörü yer almaktadır. İmalat sektörü geleneksel olarak kalitesiz mallar nedeniyle yetersiz olmasına rağmen, bu durum son yıllarda değişmeye başlamıştır. Hizmetler sektöründeki güçlü büyüme neticesinde sektörün GSYİH içinde payı 2012 yılında %56,3 olarak gerçekleşirken, tarım sektörünün payı %17,5, sanayinin payı ise %26,2 olmuştur.

Hindistan'ın ihracatı 2011 yılında ise %36,8 büyüme göstermiştir. 2012 yılında ise eğilim tersine dönmüş ihracat %4 civarında azalma göstermiştir. 2013 yılında ülkenin ihracatı %16,3 artarak 337 milyar Dolara yükselmiştir. Aynı dönemde ithalat ise bir önceki yıla göre %4,7'lik azalışla 466 milyar dolara gerilemiştir. Bu durumun neticesinde 2012 yılında 200 milyar Dolar olan dış ticaret açığı, 2013 yılında 129 milyar Dolara gerilemiştir. 2014 yılında ise hemen hemen 2013 dış ticaret rakamları gerçekleşmiş; ihracat %5,5, ithalat %0,7 ve dış ticaret hacmi %2,7 azalırken, dış ticaret açığı %11,8 artmıştır.

Hindistan 1991 yılında ticareti şeffaflaştırma yönünde ekonomik reformlar yapmaya başlamıştır. İthalat gümrük vergileri 1991 yılındaki tepe noktası olan %350'lerden şu andaki ortalama düzey olan %10'lara kadar tedrici olarak azaltılmıştır. Fakat uluslararası standartlara göre hala çok yüksek olan bu ithalat vergileri uluslararası firmaların bu pazara satış yapmalarını engellemektedir.

Hindistan'ın hali hazırdaki mevzuatı 2002-2007 İthalat İhracat Politikasına bağlıdır. Çoğu alanda lisansa gerek duymadan ithalat izni uygulanmaktadır. Bazı alanlarda ürünler kısıtlanmış ya da yasaklanmıştır ve bazıları sadece devlet kurumlarınca yapılmaktadır.

Hindistan'da standart düzenlemeleri hızla artış göstermektedir. Hindistan dünya standartlarını yakalamak için çok çaba sarf etmektedir ve çoğu standartları ISO standartlarına uygun hale gelmiştir. Buna rağmen bazı sektörlerde standartlar uluslararası standartlara uygun değildir ve standart mevzuatları uluslararası ticarete engeller çıkartmaktadır. Hindistan sıklıkla Dünya Ticaret Örgütü'ne yeni standartlarını bildirmemekte ve diğer ülkelere konu hakkında tartışma zamanı vermemektedir.

Etiketleme Hindistan'a ihraç edilen ürünler için çok önemlidir. Etiketlerde İngilizce yaygın olarak kullanılmaktadır. Tüm paketler ve konteynerler taşıdığı mallar hakkında açıklama bulundurulmalıdır. Hindistan gümrükleri bu konuda katıdır ve perakende pazarına girmeden ya da doğrudan tüketim için satılmadan önce ithal mallarında yasalarla belirlenen açıklamaların bulunmasına çok önem vermektedir. Hindistan, Bakanlık Makamının uygun görüşü ve Müsteşarlık Makamı'nın Onayı ile 2014-2015 dönemi Hedef Ülkelerinden biri olarak belirlenmiştir.

Türkiye ile Hindistan arasında ticaret hacminde gözlenen artışa rağmen, ticaret dengesi sürekli olarak ülkemiz aleyhine sonuçlanmaktadır. İki ülke arasında en yüksek ticaret hacmine 2011 yılı içerisinde ulaşılmıştır. 2012 yılında ihracatta görülen artış devam etmiş, %4,7 oranında artış ile 791 milyon dolara ulaşmıştır. İthalatta ise %10,1 oranında gerileme kaydedilmiştir. 2013 yılına gelindiğinde, Hindistan'a ihracatımız bir önceki yıla göre %25,8 oranında azalarak 587 milyon dolar seviyesine düşmüştür. 2013 yılında Hindistan'dan ithalatımız ise, %9,0 oranında artarak 6,4 milyar dolar olmuştur.

Hindistan'ı 1,2 milyar nüfuslu yoksul bir ülke olarak değil, ciddi bir satın alma gücüne sahip 200-300 milyon tüketicinin yaşadığı, istikrarlı bir makro ekonomik yapıya sahip ve gümrük vergileri ile miktar kısıtlamalarının her geçen gün azaldığı bir pazar olarak görmek, daha sağlıklı bir yaklaşımdır. İlaç sanayi çok gelişmiş olan Hindistan ilaç sanayisi hammaddelerinde potansiyel bir pazardır. Nüfus özellikleri nedeniyle de zeytinyağı, sert kabuklu meyveler, kuru meyveler başta olmak üzere gıda ürünlerinde büyük potansiyel ihtiva etmektedir. Hindistan'da sağlıklı yaşam için zeytinyağı kullanımı yaygınlaşmaktadır.³⁵

İhracat potansiyeli yüksek ürünler olarak; Bisküvi, şekerleme, çikolata vb. ,zeytinyağı, Kuru ve sert kabuklu meyveler; incir, kayısı, fındık vb.

Kuru İncir: Dünya kuru incir ithalatı 5 yıllık veriler incelendiğinde Hindistan'ın 2014 yılı kuru incir ithalatı 67 milyon ABD doları olarak görülmektedir. Dünya kuru incir ithalatında lider konumda bulunmaktadır. Kuru incir ithalatının %98'lik bölümünü Afganistan'dan temin etmektedir. Proje içinde bulunan firmaların Hindistan kuru incir pazarına girmeyi hedefledikleri belirtilmektedir. Pazar hakkında yeterli bilgi bulunmadığı için pazara giremedikleri anlaşılmıştır. Türkiye kuru incir ihracatında lider konumda bulunmasına rağmen kuru incir ithalatında lider pozisyonda bulunan Hindistan'a kuru incir ihracatının bulunmayışı büyük bir çelişki yaşatmaktadır. 67 milyon ABD doları ihracatı bulunan ülkede Türkiye'nin bulunmaması büyük bir eksiklik olarak görülmektedir. Proje içinde bulunan birçok firmanın hedef pazarı olarak Hindistan ön plana çıkmıştır.

³⁵ Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Ülkeler Hakkında Genel Bilgiler www.ekonomi.gov.tr

Tablo 40: Hindistan'nın son 5 yıllık kuru incir ithalatı verileri (Bin ABD Doları)

İhracatçı Ülkeler	2010	2011	2012	2013	2014
Dünya	43,720	41,544	13,417	65,112	67,242
Afganistan	43,669	41,050	13,109	64,826	66,256
Iran	30	62	93	145	224
Pakistan	8	365	189	124	612
Antigua and Barbuda	0	0	0	0	129
Türkiye	14	34	8	15	16

Kaynak: Trademap 2015

10. Uluslararası Sektörel Kurum, Kuruluşlar ve Organizasyonlar

10.1. Uluslararası Sektörel İşbirliği Kurumları

International Nut and Dried Fruit Council: Uluslararası Kabuklu Meyve ve Kuru Meyve Konseyi INC, sağlık, beslenme, gıda güvenliği, istatistik, yasal mevzuat ve standartlar, pazara giriş koşulları ve ticari mevzuat kapsamında uluslararası bilgi noktası ya da kaynağı konumundadır. Amaçları arasında;



- Üretime ilişkin her türlü konuyu takip etmek,
- Kabuklu ve kabuksuz kuruyemiş ve kuru meyve tüketimini desteklemek,
- Araştırma çalışmalarını desteklemek,
- Gümrük mevzuatı ve tarifelerini takip etmek, pazara giriş koşullarını takip etmek ve mevzuata katkıda bulunmak,
- Mevcut ulusal ve uluslararası ticarete konu olan kalite standartları ve ticari koşullar hususlarını takip etmek ve üyelerini koordine ederek bilgilendirmek,
- Uluslararası işbirliklerini ve sektörün gelişimine katkı sağlayacak çalışmaları desteklemek ve ticari konularda üyelerine yardımcı olmak.

FRUCOM, Kuru Meyve ve Kuruyemiş Ticareti Avrupa

Federasyonu: Frucom Avrupa'da faaliyet gösteren tüm ilişkili sektör kuruluşları tarafından resmi olarak kabul görmüş bir federasyondur. Kuru meyve, kuruyemiş ve işlenmiş gıda sektörlerinde faaliyet gösteren tüm tüccarlar ve firmaların temsil edildiği bir üst yapıdır. FRUCOM üyelerini gerek politikaların etkileri gerekse sektörel hususlarda temsil etmekte ve haklarını göztecek faaliyetlerde bulunmaktadır. Üyelerini gelecekte etkileyebilecek tüm AB kuralları ve yasal mevzuat hakkında sürekli olarak bilgilendirmektedir.



Üyelik sistemi ile halihazırda 9 AB üyesi ülkeden 12 ulusal ticaret organizasyonu ile gerek AB içinde gerekse AB dışında faaliyet gösteren 300'den fazla firmayı temsil etmektedir. Üyelerine network platformu sunan FRUCOM, AYTÖ için sadece kuru incir değil, tarımsal gıda odaklarında kritik öneme sahiptir. URGE Projesi ile AYTÖ'nün FRUCOM'a üye olması önerilmektedir. Mevcut üyeleri arasında Ege İhracatçı Birlikleri ve İİB bulunmaktadır. Yıllık üyelik bedeli 6000 Euro'dur.

İngiltere Ulusal Kuru Meyve Ticaret Birliği (NDFTA): Uluslararası bilinirliği olan ve üretici konumunda olan ülkelerden ithalat yapan firmaların üyesi olduğu ve üyeleri için kurulmuş olan uluslararası bir işbirliği kuruluşudur.



NDFTA'nın amacı kuru meyve tüketimini teşvik etmek ve kuru meyve ticareti içinde olan tüm üyelerinin daha iyi iş yapabilmeleri için çalışmaktır.

1956 yılından bu yana üyeleri için hizmet vermekte olan kurum üyeleri arasında; İthalatçılar, acentalar, üreticileri, toptancılar, üretimin gerçekleştiği ülkelerde yerleşik ürün işleyen ve paketleyen firmalar, kuru meyve sektörüne farklı hizmetler sunan firmalar, lojistik firmaları, laboratuvarlar ve depolar bulunmaktadır.

NDFTA, sağlığın her geçen gün daha da önem kazandığı dünyada gıda üreticileri ve gıda işleyen firmaları daha çok kuru meyve kullanımına teşvik etmektedir. Kuruluş, İngiltere Gıda Standartları Ajansı ile yakın ilişkilerde olup, önemli gelişmeler ve değişimler hakkında üyelerini bilgilendirmekte ve onların pazara hazırlanmalarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca merkezi Brüksel'de olan FRUCOM ile olan ilişkiler, Avrupa Mevzuatının yakından takibini de mümkün kılmaktadır. NDFTA bünyesinde ayrıca faal yapıda olan bir Teknik Alt Komite yer almaktadır. Bu komite yıllık araştırmalar yapmakta, üyelerin test ve analiz çalışmalarına da katkıda bulunmaktadır.

Kurumun üyeleri arasında Türkiye'de yerleşik firmalar da bulunmaktadır, bu firmalar arasında Anadolu A.Ş, Üzümsan, Tariş yer almaktadır. UR-GE Projesi Faaliyetleri arasında mutlaka yer almalı, üyelik şartları değerlendirilerek uygun koşulları sağlayabilen firmaların üyeliğinin sağlanmasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

Mevcut durumda üyelik kategorileri ve ön koşulları aşağıdaki şekildedir;

- **Küçük:** Yıllık kuru meyve hacmi 2,500 tonu geçmeyen ya da 3 milyon pound ciroyu geçmeyen firmalar,
- **Orta:** Yıllık kuru meyve hacmi 2,500 – 8000 ton arasında olan ve yıllık cirosu 8 milyon pound u geçmeyen firmalar,
- **Büyük:** Yıllık kuru meyve hacmi 8000 tonu geçen ve cirosu 8 milyon poundun üzerinde olan firmalar,
- **İşbirliği Kuruluşları:** Kuru Meyve Sektörüne Yönelik Hizmetleri Olan Kuruluşlar
- **Denizaşırı, İngiltere Dışından Üyeler:** Sektörle ilişkisi olan, özellikle üretici ülkelerde faaliyet göstermekte olan tedarikçiler İngiltere Dışından Üyeler için Üyelik Bedeli: 1325 Dolar

Waren-Verein Almanya Kuru Meyve ve Gıda İthalatçıları Birliği: Ulusal bir birlik olarak Waren-Verein, konserve gıda, dondurulmuş gıda, kuru meyve, kabuksuz kuruyemiş, kurutulmuş sebze, baharat, bal ve organik ürünler gibi gıda ürünlerinin toptan ithalatı alanında çalışan üyelerine ve pazardaki tüketicilere yönelik çalışan bir işbirliği kuruluşudur.

AB sınırları ve Almanya içinde gıda mevzuatı değişiklikleri, gıda güvenliği ve tüketici hakları, yüksek kalite standartları ve gıda ticaretinin küresel pazarda maruz kaldığı değişimleri takip etmektedir. Gerek Almanya gerekse AB kapsamında ilgili otoriteler ve devlet kurumları için yardımcı bir rol oynamaktadır.

Kuruluş Almaya ve Almanya dışında yer alan tüm üyelerini temsil etmektedir. Üyelik Almanya dışında işlenmiş gıda alanında faaliyet gösteren tüm firmalara açıktır.

Avusturalya Gıda ve İçecek İthalatçıları Birliği FBIA:

Avusturalya Gıda ve İçecek İthalatçıları Birliği'nin üyelerini desteklemek adına iki temel amacı bulunmaktadır;



- Gıda ve içecek ithalatını ilgilendiren konularda üyelerini bilgilendirmek,

- Üyelerin faaliyetleri ile doğrudan ilişkili hususlarda, bilgi taleplerini karşılamak

FBIA 1989 yılında, paketlenmiş gıda ithalatçıları Birliği ve Dökme Gıda İthalatçıları Birliklerinin kurulması ile oluşmuştur. Bu tarihten itibaren Birlik, ithalatçıları birçok alanda haklarını korumak üzere çalışmalarına devam etmektedir. Bu çalışmalar arasında;

- İthal Edilen Gıda Mevzuatı,
- Avusturalya Yeni Zelanda Gıda Standartları kapsamında düzeltme ve düzenlemeler,
- Gerekli izinlerle ilişkili hususular,
- İthalat Garanti Koşulları

Birlik, özellikle yasal düzenlemelerin gelişmesi hususunda yıllardır önemli çalışmalara imza atmıştır.

11. İyi Uygulama Örnekleri

Kuru incir üretiminde ve kalitesinde Türkiye dünya lideridir, birçok üretici gerek Avrupa'dan gerekse Amerika'dan kuru incir üretim süreçlerini görmek ve anlamak için halen Türkiye'ye gelmektedir. Türkiye dünyada en kaliteli ve lezzetli kuru incirin birinci adresidir.

Bu bölümde Kaliforniya Kuru İncir çalışanları, Türkiye'den Kaliforniya'ya giden incirin kısa bir sürede Amerika kuru incir tüketimini karşılayacak noktaya gelmesi ve ihracatının yapılıyor olması itibarı ile değerlendirmeye uygun bulunmuştur.



Kaliforniya kuru incir üreticilerini destekleyen kurum Kaliforniya İncir Danışma Kuruludur. Başta medya ve tanıtım olmak üzere üreticilerin tanıtımı, sağlıklı yaşam ve beslenme için incir tüketiminin artmasına yönelik faaliyetlerini aktif olarak sürdürmektedir. Kuruluşu hakkında yazılı bilgiye ulaşılmasa da faaliyetleri gerek facebook sitesinden gerekse kuruluşun web sitesinden görülebilmektedir. Web sitesinde kuru incir üreticisi 5 farklı firmanın bilgileri bulunan Kaliforniya İnciri Platformunda yer alan tüm üreticiler Kaliforniya Vadisinde üretim yapmaktadır. Son 5 yılda 28 milyar pound üzerinde hacme ulaşan kuru incir, ABD iç piyasasının kuru incir ihtiyacını karşılamaktadır.

Her yıl düzenlenen incir festivaline dünyanın birçok ülkesinden ziyaretçi yer bulmaktadır.

<http://californiafigs.com/home.php>

12. Önerilen Strateji ve Proje Faaliyet Planı

12.1. Stratejiye Temel Teşkil Eden Tespitler

- Kuru meyve sektörünün bir alt dalı olarak kabul edilebilecek kuru incir sektöründe, Aydın Türkiye ihracatının %80'nini karşılamaktadır. Dünyanın farklı coğrafyalarında yetiştirilen kuru incir, tadı ve özellikleri bakımından Aydın kuru incirine benzememektedir. Bu özelliği ile Aydın kuru inciri rakipsizdir,
- Türkiye dünya incir ihracatında %55 lik pay ile lider konumdadır, mevcut ihracatın büyük bir bölümü Aydın'dan yapılmaktadır.
- Aydın'da kuru incir işlenmesi alanında faaliyet göstermekte olan 150'nin üzerinde üretici firma olmakla birlikte, başta AB ülkeleri olmak üzere pazara yüksek kalitede ve uygun gıda işleme koşulları ile ürün sunabilen firmaların sayısı sınırlıdır. UR-GE Projesinde yer alan firmaların 4'ünde BRC, HCPP ve ISO belgelerine sahip, ulusal ve uluslararası standartlarda üretim yapmakta olan firmalardır,
- Aydın inciri ihracat pazarları çeşitlidir, sadece UR-GE projesinde yer alan Firmaların 40'dan fazla ülkeye ihracat yaptıkları görülmektedir.
- Aydın'dan dünyanın birçok ülkesine kuru incir ihracatı yapılmakla birlikte, ihracat büyük oranda AB ülkelerine; en başta Almanya ve Fransa'ya yapılmaktadır.
- İhracat yapan firmaların alıcıları işlenmiş ya da paketlenmiş gıda ithalatçı toptancılarıdır. Almanya, Fransa, İngiltere gibi ülkelerde yerleşik ve büyük hacimlerde alım yapan ithalatçılar belirlidir ve benzer şekilde büyük miktarlarda ürün talep ederek birlikte çalıştıkları tedarikçilerle uzun yıllardır çalışmaktadır. Ölçek ekonomisinin kurallarının hakim olduğu sektöre girmek, sektörde rekabet etmek ve sektörde kalabilmek zordur, başka bir ifade ile oyunun kuralları büyük oyuncular tarafından belirlenmektedir,
- Her ne kadar mevcut durumda ölçek ekonomisi yaratabilen büyük tedarikçiler için, mevcut şekli ile ihracat kârlı olsa da, gelecekte sektörde rekabet şartları büyük oyuncular içinde zorlaşacaktır, keza büyük ithalatçıların ve onların ürünü ulaştırdıkları büyük zincir marketlerin kalite odaklı ve mevzuata dayalı talep koşulları zorlaşırken fiyatı düşürmeye yönelik baskıları artmaktadır,
- İncir organik bir üründür, başka bir ifade ile incir yaşayan ve doğal bir üründür, dalından koptuktan ve hatta işlem gördükten sonra dahi yaşamaktadır, dolayısı ile toplanmasından tüketiciye ulaşmasına kadar geçen her aşamada kontrol edilmesi güçtür, sıcaklık koşullarından, saklama koşullarından her an etkilenebilir. Öyle ki kontrolü yapılmış ve ihracata sevk edilen bir ürünün lojistiği sırasında bulunduğu ısı koşullarından etkilenmesi mümkündür,
- Ülkemizde çevre, insan ve hayvan sağlığına zarar vermeyen bir tarımsal üretim modeli olan ve doğal kaynakların korunması, tarımda izlenebilirlik ve sürdürülebilirlik ile gıda güvenliğinin sağlanmasının amaçlandığı "İyi Tarım Uygulamalarının hayata geçirilmesi teşvik edilmelidir.
- Kuru incir en fazla bir yıl boyunca alım satımına konu olmakta, bir yıl sonra yarı fiyatından düşük bir fiyata alıcı bulmaktadır, ayrıca bir sonraki sneye kalan ürün, gıda sanayine yan ürün olarak girecek şekilde ezme ve/veya kesme olarak değerlendirilebilmektedir, bu yönü ile en kaliteli ürün dahi olsa üreticilerin uzun süreler boyunca stoklu çalışması mümkün değildir,
- Özelliği nedeniyle hasattan sonra en fazla bir yıl içinde tüketilmesi gereken bir ürün olan kuru incirde özellikle rekoltenin yüksek olduğu yıllarda, iç piyasa veya ihraç fiyatlarında yaşanan dalgalanmalara da bağlı olarak stok sıkıntısı yaşanmaktadır. Tarış İncir Birliği de özel bünye alımına geçtiğinden dolayı satabileceği miktarda ürün alabilmektedir. Diğer taraftan Birlik ve bağlı kooperatifleri, ortaklarının taahhüt ettiği

ürünün tamamını teslim almakla yükümlü olduğundan stok yükünü taşıma riski ile karşı karşıya kalmaktadır.

Yaşanan stok sorunun çözülmesi ve fiyat düşüşlerinin önüne geçilmesi amacıyla, gereken miktarda ürünün piyasadan çekilip depolanması ve isteyen alıcılara eşit koşullarda verilmesi için ABD ve AB'de uygulandığı gibi bir stok kurumunun oluşturulmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

- Kuru incir işleyen üretici firmalar sipariş odaklı çalışmakta, yüksek hacimlerde ürün stoğu yapmamaktadır. Yukarıda sözü edilen koşullara ek olarak, siparişin sürekli olmaması ya da daha önce alıcıya gönderilmiş ve yeniden talep edilen kuru incirin aynı niteliklerde piyasada bulunamayışı söz konusudur,
- Aydın kuru inciri Aydın ekonomisi için gerek yarattığı ihracat geliri, gerek istihdam gerekse Aydın'la anılan bir ürün olması nedeni ile vazgeçilemeyecek öneme sahiptir. Geçmiş yıllardan bu yana Aydın'a has coğrafyada en güzel, doğal ve kendine has aroması ile Aydın inciri gelecekte yok olma riski ile karşı karşıyadır, bu noktada doğal iklim ve coğrafi koşulların korunması, incir üretimini doğrudan ve dolaylı olarak olumsuz yönde etkileyebilecek en küçük olasılık dahi engellenmelidir.
- Kuru incir ihracatıda yaşanan sorunlar arasında mal mukabili gönderilen ürünün, karşı ülke gümrüğüne ulaştıktan sonra, alıcının üründe kusur bularak ürünü almamak istemesi gelmektedir. Bu durumda ihracatçı firmalar ürünü geri çekmek ve stok maliyetlerine katlanmamak için ürün fiyatını düşürerek alıcıya vermeyi seçebilmektedir,
- Kuru meyve ve kuru incirin dünyadaki en büyük alıcısı AB pazarı ve AB ülkeleridir, başta AB ülkeleri olmak üzere kuru inciri tüketme kültürü olan pazarlarda incir sürekli olarak alıcı bulmamaktadır, bunun yanı sıra kuru incirin yeterinde bilinmediği pazarlar mevcuttur, bu pazarlara doğru ve kaliteli ürünle girilmesi rekabet açısından kritik öneme sahiptir. Örneğin Rusya ve Çin tarafından talep edilen incir nispeten küçük, kar marjı düşük olan incirdir. Pazar ilk olarak inciri bu şekilde tanıdığı için bu nitelikteki inciri talep etmeye devam etmekte, kaliteli inciri tanımamakta hatta tercih etmemektedir.
- Kuru incir üretimi, işlenmesi ve ihracatının yoğun olduğu, üreticilerin neredeyse tam kapasite çalıştıkları dönem yılın Ağustos ve Ekim ayları arasındadır. Üreticiler yoğun olarak bu aylar arasında çalışmakta, yılın geri kalan aylarında tesisler aktif bir şekilde çalışmamaktadır, kuru inciri özel günler ve dönemler dışında (paskalya, noel vb.) yılın her döneminde tüketmekte olan Çin, Hindistan ya da alternatif pazarlar işletmelerin tüm yıl çalışmaları için kritik öneme sahiptir,
- Kuru incir sektörünün Aydın başta olmak üzere bölge ekonomisindeki yeri tartışılmaz öneme sahiptir. Özellikle üretim ve incirin yoğun olarak işlendiği dönemlerde üreticiler sezonluk işçi çalıştırmaktadır. Büyük hacimde üretim yapmakta olan firmalar işçilerle uzun süreler boyunca çalışabilmekte, işi bilen sezonluk işçilerde büyük firmaları tercih etmektedir. Sektörde işi bilen sezonluk işçi bulmak her geçen gün zorlaşmakta ve maliyetler giderek artmaktadır,
- Kuru incir sektöründe geçmiş yıllara nazaran azalma yaşansa da aflatoksinli ürün önemli sorunlar arasındadır. Başta AB ülkeleri ithal edecekleri ürünlere aflatoksin sınırı getirmiştir. Aflatoksin tespiti yapılan ürünler, piyasa girmeden ilgili kurumlar tarafından imha edilmek üzere üreticilerden alınmaktadır. Aflatoksinli ürünler Ege İhracatçı Birlikleri tarafından belirtilen noktalarda İzmir'de alınmaktadır. Bazı üreticilerin söz konusu alım noktalarının İzmir'de olması ve küçük miktarlarda ürünü

alım noktalarına ulaştırma maliyetine katlanmak istemediklerinden düşük fiyatla piyasaya verdikleri tespiti yapılmıştır. Aflatoksinli ürünlerin beyazlatılmasında insan sağlığına zarar verecek ölçüde hidrojen peroksit kullanılmakta, piyasada nihai tüketicinin sağlığını tehdit ettiği gibi, haksız rekabete yol açmaktadır. Aflatoksinli ürünlerin alım noktaları çoğaltılabilir ya da üreticilerin yoğun olduğu ilçelerde söz konusu alım merkezleri açılabilir, ayrıca kuru incir satışı yapılan satış noktalarında aflatoksin test ve denetimleri yapılmalı ve ürün satışı yapan işletmelere yönelik caydırıcı önlemler alınmalıdır,

- UR-GE projesinde yer alan Firmaların büyük bir çoğunluğu ihracat yapmaktadır, ayrıca iç piyasaya ürün satan üreticiler de bulunmaktadır. İç pazarda vadelerin uzun olması ve kişi başına düşen kuru incir tüketiminin düşük olması gibi nedenlerle iç piyasa rekabet şartları üreticiyi memnun etmemektedir,
- Aydın kuru incir sektöründe rekolte nispeten sabit kalmaktadır, ortalama 65.000 ton civarında olan rekoltenin artış gösterememesi, firmaların sınırları olan bir hacimde rekabet etmelerini beraberinde getirmektedir.
- Mevcut durumda firmalar incirin, olduğu şekli ile tüketildiği pazarlara sunmaktadır, firmaların mevcut alt yapıları ile alternatif ve ilişkili Pazar bölümlerine de girmeleri mümkündür bu alternatif pazar bölümleri arasında şekerleme, atıştırmalık, hazır yemek, sağlıklı beslenme, anne ve bebek yemekleri bulunmaktadır. Firmalar ayrıca özel projeler geliştirerek de yeni pazar imkânları yarabilirler.
- Aydın kuru incir sektörünü gerek bölge gerekse dünyada tanıtan ve birleştirici rol oynayan sadece sektöre özel etkin bir dernek ya da birleştirici bir yapı bulunmamaktadır,
- Kuru incir müşteri tarafından sipariş edilen paketlerde veya dökme olarak satılmaktadır, üretici ve ihracatçı firmaların ürünleri aynıdır, bu nedenle rekabet etmek için üründe farklılaşmaya gitme yönünde alternatiflerde kısıtlıdır, bazı firmalar özel paketleme yöntemleri kullanarak katma değer yaratmaya çalışmaktadır,
- Kuru incir üretimi ve ihracatı yapmakta olan orta ve küçük firmalarda ihracat pazarlarına yönelik faaliyetlerin ve tüm operasyonların işveren tarafından yapıldığı görülmektedir. Büyük firmalarda ise ihracat ve pazarlama çalışmalarının işveren tarafından koordine ve takip edildiği bir ihracat ekip yapılması olduğu görülmektedir. Küçük ve orta ölçekli firmalarda aile dışından çalışacak pazarlama ve ihracat personeli istihdamında çekimser davranılmasının temel sebebi güven problemidir.
- İşletmeler mevcut ihracat pazarlarını geliştirmek ve yeni pazarlara girmeyi hedeflemektedir, şirket sahiplerinin yabancı dil bilgisinin geliştirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır,
- Başta AB ülkeleri olmak üzere yurt dışına ürün gönderiminde uluslararası belgeler süreci hızlandırmakta, ihracatı kolaylaştırmaktadır. Başta BRC olmak üzere uluslararası standartları ve belgeleri olan firmalar rekabette bir adım öndedir. Bu nedenle UR-GE projesi içinde BRC Danışmanlığı ve belgelendirme çalışması önemlidir.
- AYTÖ'nün kuru incir için dünyada geçerliliği olan Coğrafi İşaret belgesini almıştır, bu belge Aydın kuru incirinin dünyaya tanıtılmasında önemli bir rol oynayacaktır,
- Aydın'da faaliyet gösteren Aydın İncir Araştırma Enstitüsünün çalışmaları sektör için kritik öneme sahiptir,

- Aydın incirine olan talep sürekli ve sağlıklı yaşam ve beslenme gibi eğilimlerle pazarda talebin arması beklenmektedir, Aydın'da tarımsal önceliğın yeni incir ağaçlarının ekimine verilmesinde tarım alanlarının bu bakış açısı ile değeriendirilmesinde fayda bulunmaktadır,
- Konvansiyonel ürünlerin yanı sıra organik kuru incir üretimi ve ihracatının olması rekabet avantajları arasındadır,
- Kuru incirin yeterince bilinmediğı, kaliteli incir satışının yapılabileceğı yeni pazarlar ya da geliştirilebilecek pazarlar bulunmaktadır, bu pazarlara giriş yapılırken doğru tanıtım yapılması, kaliteli incir ile pazarlara girilmesi önemlidir,
- Gümrük Beyannamelerinin ilk kayda alınış tarihi, diğeri bir deyimle ilk gemi olarak tabir edilen ilk yükleme tarihi uygulamasının önemli avantajları olduğı gibi, söz konusu koşulların gerektirdiğinden daha geç bir tarihte belirlenmesi, kuru incir sektöründe olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir. Kuru İncirde aflatoxin sorununun minimize edilmesini teminen, üreticilerin ürünlerini yeterli düzeyde kurutmaları, seçip ayıklamaları ve işletmelerde aflatoxin kontrollerinin daha düzgün ve sağlıklı yapılabilmesi için belirli bir süreye ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca, işletmelerin faaliyete başlaması için satın alınan incirin belli bir miktara ulaşması gerekmektedir. Hem alıcıların bu taleplerinin karşılanması, hem de işletmelerde kuru incirlerin daha iyi işlenmesinin temini açısından ilk yükleme tarihine ihtiyaç duyulmaktadır. Diğeri taraftan ilk yükleme tarihinin geç belirlenmesi, bu süreçte arzın artmasıyla ürünün piyasa fiyatının düşmesine ve bunun sonucu üreticilerin mağdur olmasına sebep olabilmektedir. Bundan dolayı söz konusu uygulamalar yapılırken üretici kuruluşlarından gelen öneriler de dikkate alınmalıdır.
- Ülkemiz kuru incirinin rekabet gücünü artırmak ve üretiminin sürekliliğini sağlamak açısından, tarımsal ürünlerde uygulanan ihracat iadesi yardımlarından yararlanan ürünler kapsamına kuru incirin de dahil edilmesi yararlı olacaktır.³⁶
- Avrupa Birliğı, 05.02.2002 tarih ve L34 sayılı AB Resmi Gazetesi'nde yayımlanan bir Yönetmelikle, "Türkiye'den ithal edilen kuru incir, fındık ve antep fıstığında özel koşullar" uygulamaya başlamıştır. Bunun sonucunda, ülkemizde Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'ndan sağlık sertifikası alındıktan sonra ihracatı gerçekleştirilen kuru incir partilerinin, bazılarının uygulanan aflatoxin limitleri (B1'de 2 ppb, toplamda ise 4 ppb'lik aflatoxin limiti) nedeniyle AB'ye girişine izin verilmemekte ve bu durum ihracatı olumsuz etkilemektedir.
Bu sebeple, 27 Şubat 2010 tarihli ve L 50 sayılı AB Resmi Gazetesinde yayımlanan 165/2010 sayılı Komisyon Yönetmeliğı ile badem, fındık ve antepfıstığı için yükseltile aflatoxin limitlerinin, kuru incir için de geçerli hale getirilmesi (limitlerin yükseltilmesi) sağlanmalıdır.
- Dünyada çevre dostu ve yenilenebilir enerji kaynakları arasında bulunan jeotermal enerji tesislerinin Aydın ili açısından önemli bir yere sahiptir. Fakat Jeotermal kaynaklı buhar yeryüzüne çıkmadan önce bor, arsenik, silis, radon florür, karbondioksit hidrojen sülfür gibi çevreye zarar veren gazlar ortaya çıkarmaktadır. Son yıllarda havaya salınan buharlar ve çeşitli maddeler kuru incirin kalitesinde değışmelere neden olmaktadır. Yapılan araştırmalara ve testlere göre kuru incirin üzerinde yüksek miktarda kükürt çıkmaktadır. Havaya salınan sıcak su buharlarının çevredeki nemi etkilediğı ve kuru incirin nemi sevmediğinden kuru incirin kalitesinde azalmalar

³⁶ Kaynak: T.C. Gümrük Ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü 2014 Yılı Kuru İncir Raporu, Şubat 2015 S. 12-16

gözlemlenmektedir. Ayrıca kuru incir kuruma döneminde neme daha fazla hassas bir meyvedir. Tarım topraklarının yer altı ve yer üstü sularının, bölgesel geçim kaynağı olan tek kurutmalık sarılop incirinin geleceğinin garanti altına alınması, üretim sahalarının korunması ve yaygınlaştırılması önerilmektedir.

13. UR-GE Projesi Hedefleri ve Faaliyetleri

13.1. Proje Hedefleri

Projenin Hedefi: *“Kuru incir ihracatı yapmayan firmaların doğrudan ihracata başlaması, ihracat yapan firmaların var oldukları pazarlarda güçlenmeleri ve hiç girilmemiş yeni pazarlara girmelerinin kolaylaştırılmasıdır.”*

Proje Özel Hedefleri:

1. Aydın kuru incirinin mevcut pazarlarda pazar payını koruması ve artırması, yeni pazarlara girilmesi ve geliştirilmesi,
2. Aydın kuru incirinin başta yeni pazarlar olmak üzere tüm ihracat pazarlarında doğru ürün ve strateji ile tanıtılması,
3. Üretim yapan firmaların tümünde üretim kalite alt yapısının ve koşullarının en üst düzeye getirilmesi ve uluslararası belgelerin temini,
4. İhracat yapmamış olan firmaların ihracata hazırlanmaları, ihracat yapmakta olan Firmaların yeni pazar bölümleri dahil olmak üzere ürün ve hizmet yelpazesinin farklılaştırılmasına katkı sağlanması
5. Proje kapsamında gerçekleştirilecek faaliyetlerin UR-GE projesinde yer alan firmalar başta olmak üzere sektöre olumlu yönde fayda sağlaması, sektör rekabetçilik seviyesi ve işbirliğinin güçlendirilmesi

