

Türkiye'de Dışsatıma Yönelik Kesme Çiçek Sektörü: Güçlü ve Zayıf Yönleri ile Gelişme Fırsatları ve Gelişmeyi Sınırlayabilecek Faktörler

Doç. Dr. Burhan ÖZKAN¹

Yrd. Doç. Dr. Osman KARAGÜZEL²

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the current status of Turkish export-oriented cut flower industry and highlight some points for the competitiveness of the industry. To capture this aim, SWOT analysis was applied for Turkish cut flower industry in terms of the production, exports and organisation of trade aspects.

1.GİRİŞ

Türkiye'de ticari anlamda kesme çiçek üretimi, 1940'lı yıllardan beri yapılmaktadır. İlk yıllarda kesme çiçek üretimi daha çok İstanbul çevresinde yoğunlaşmış olup esasen iç pazara yönelik olarak yapılmaktaydı. Daha sonraki yıllar ekolojik avantajların etkisiyle Akdeniz ve Ege Bölgesinde de kesme çiçek üretimi yapılmaya başlanmıştır. Akdeniz bölgesinde özellikle Antalya ili, sahip olduğu uygun ekolojik koşullar nedeniyle ülkemizin dış piyasaya yönelik kesme çiçek üretiminde bir merkez konumuna gelmiştir. Antalya'da 1985 yılında 4 ha'lık bir alanda başlayan dış piyasaya yönelik kesme çiçek üretimi, yaklaşık 52.5 kat artış göstererek 1997 yılında 210 ha'a ulaşmıştır.

Bugün ülkemizin kesme çiçek endüstrisinde üretim teknolojisi ve hedef alınan pazarlar açısından iç ve dış piyasaya yönelik iki ayrı üretim yapısının olduğu görülmektedir. Bu makalede dış piyasaya yönelik kesme çiçek üretiminin üretim ve pazarlamadan kaynaklanan sorunları vurgulanarak sektörün dünya pazarlarında rekabet gücü açısından bir analitik değerlendirmesi yapılmıştır.

2. MATERYAL VE METOT

Araştırma materyalini büyük ölçüde daha önce yapılmış araştırma sonuçları ve ilgili kuruluşların kayıtları oluşturmuştur. Çalışmada ilk olarak mevcut durum ortaya konulmuş ve dış piyasaya yönelik kesme çiçek sektörünün güçlü ve zayıf yönleri analitik bir yaklaşımla değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla; karar noktasında bir konunun üstünlükler (Strengths), zayıflıklar (Weaknesses), fırsatlar (Opportunities) ve tehditler (Threats) başlıkları

¹: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü - ANTALYA

²: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü - ANTALYA

altında analitik bir biçimde irdelenmesi ve değerlendirilmesinde önemli bir yöntem olan SWOT analizi (Johnson ve ark, 1989; Bartol ve Martin,1991) kullanılmıştır.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1. Türkiye'nin Kesme Çiçek Dışsatımı ve Dünyadaki Yeri

Türkiye'nin kesme çiçek dışsatımı 1985 yılında Antalya'da dışsatıma yönelik kesme çiçek üretiminin başlamasıyla önem kazanmıştır. 1985 yılında 1 milyon dolar olan kesme çiçek geliri 1997 yılında 13 milyon doları aşmıştır. Türkiye'nin kesme çiçek dışsatımının % 90'ı Avrupa Birliği (AB) ülkelerine, büyük ölçüde de İngiltere'ye yapılmaktadır (Çizelge 1). Ayrıca bu dışsatım değerinin yaklaşık yarısı kadar bir dışsatım gelirinin de bavul ticareti yoluyla sağlandığı kabul edilmektedir. Buna karşın ülkemizin sahip olduğu potansiyel gözönüne alınırsa dünyadaki kesme çiçek dışsatımından aldığı pazar payı çok azdır. 1994 yılı değerleriyle kesme çiçek dışsatımında dünya pazarlarından en büyük payı Hollanda (% 59) almakta, bu ülkeyi Kolombiya (% 10), İtalya (% 6), İsrail (% 6), İspanya (% 4), Kenya (%1) ve diğer ülkeler (% 18)' le izlemektedir.

Çizelge 1. Ülkeler İtibariyle Türkiye'nin Kesme Çiçek Dışsatımı (1997)

Ülke	Değer	Pay %
İngiltere	9226527	68.3
Almanya	386864	2.9
Hollanda	2090722	15.5
Japonya	962733	7.1
İsviçre	173124	1.3
İsveç	154472	1.1
Norveç	145461	1.1
Diğerleri*	369441	2.7
Toplam	13509344	100.0
Avrupa Birliği (AB)	11933017	88.3

İGEME, kayıtlarından yararlanılarak hazırlanmıştır.

3.2. Kesme Çiçek Sektörünü Etkileyen Önemli Üretim ve Pazarlama Sorunları

3.2.1. Üretimden Kaynaklanan Başlıca Sorunlar

Dış piyasaya yönelik kesme çiçek sektöründe üretim materyalindeki dışa bağımlılık önemli bir sorun olarak göze çarpmaktadır. Üretim materyalindeki dışa bağımlılık doğal olarak maliyetlere de yansımaktadır. Nitekim üretim materyali masraflarının, toplam üretim maliyeti içerisinde % 30 payla ikinci sırada yer aldığı bildirilmektedir (Özkan ve ark,1997).

¹: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü - ANTALYA

²: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü - ANTALYA

Halen dış piyasaya yönelik üretim içerisinde, karanfil üretimi % 90'dan fazla bir pay almakta ve bu durum çeşitlenmeye gidilemediğinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Çeşitlendirmenin zamana gereksinim göstermesi, ek yatırım gerektirmesi ve karanfil üretimi alışkanlığı bu durumda önemli rol oynamaktadır (Özkan ve Karagüzel, 1997).

İşletmeler, pazar isteğine uygun çeşit seçimi, sözkonusu çeşitlerin Antalya koşullarına uyumu ve kalite üzerinde etkili olan yetiştirme tekniği uygulamalarına yeteri kadar önem vermemektedirler. Daha da önemlisi bazı firmaların kaliteye pek dikkat etmedikleri gözlenmektedir. Üretim ve dışsatım yapan firmaların büyük bir çoğunluğunun kaliteli eleman bulamadıkları belirlenmiştir (Brumfield ve ark,1997).

Diğer yandan firmaların çoğunluğunun işletme büyüklükleri yetersizdir. Nitekim bölgede yapılan araştırma sonuçlarına göre ortalama işletme büyüklüğü 55,2 dekadır. Ancak bu işletmelerin % 62,5' inin işletme büyüklükleri ortalamanın altında kalmaktadır (Özkan ve ark, 1997). Aynı çalışmada kesme çiçek üretimi ve dışsatımı yapan firmaların yalnızca 4 tanesinin işletme büyüklüklerinin 10 hektardan büyük olduğu bildirilmektedir. Ayrıca yöredeki sözleşmeli üretim sisteminde bazı önemli sorunlar bulunmaktadır. Sözleşmeli kesme çiçek üretimi yapan üreticileri konu alan bir çalışmada, üreticilerin % 70'inin firmalarla yapılan sözleşmeden memnun olmadıkları belirlenmiştir (Brumfield ve ark,1998).

3.2.2. Pazarlamadan Kaynaklanan Başlıca Sorunlar

Türkiye'nin kesme çiçek dışsatımında 1997 yılında biraz azalmakla beraber İngiltere çok büyük pay almaktadır. Bunun sonucu dış piyasaya yönelik kesme çiçek sektöründe üretimin tek bir türe, dışsatımın da tek bir pazara bağımlılığı belirgin bir özellik olarak ortaya çıkmaktadır.. Bir diğer önemli darboğaz ise dış pazarlara ürün taşıma masrafının yüksekliğidir. İhracatçı düzeyinde yapılan araştırma sonuçlarına göre karanfil üretim masrafları içerisinde en büyük payı (%35) nakliye masrafı almaktadır (Özkan ve ark,1997). Bunlara ek olarak pazarlama konusunda etkili bir organizasyonun olmayışı, profesyonelce hareket edilmemesi, artan rekabet nedeniyle fiyat kırımını ve bazı firmaların ürün kalitesine gereken önemi vermemesi önemli pazarlama ve organizasyon sorunları olarak sayılabilir.

3.3. Kesme Çiçek Sektörünün SWOT Analizi

¹: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü - ANTALYA

²: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü - ANTALYA

Türkiye dış piyasaya yönelik kesme çiçek sektörünün güçlü ve zayıf yönleri ile gelişme fırsatları ve gelişmeyi sınırlayabilecek etkenler SWOT analiz tekniği kullanılarak irdelendiğinde aşağıdaki temel özellikler ortaya çıkmaktadır:

Güçlü Yönleri

- Ekolojik koşulların kesme çiçek üretimine uygun olması
- İşgücü ücretlerinin düşük oluşu ve işgücü sıkıntısının olmaması
- Büyük pazar durumunda olan ülkelere yakınlık
- Nisbeten yüksek teknoloji uygulayan ve modern konstrüksiyonlu seralara sahip firmaların olması
- Sözleşmeli üretimin uygulamada yerleşmiş olması
- İhracatçı firmaların dinamik bir yapı ve deneyim sahibi olmaları
- Hükümetlerin bu alt sektörü destekleyici bir politika izlemeleri

Zayıf Yönleri

- Üretim materyalinde büyük ölçüde dışa bağımlı olunması
- Dışsattımın tek ürün ve tek pazara bağımlı bir yapı göstermesi
- Dışsattım içerisinde hava yolu ile taşıma maliyetinin yüksek olması
- Üretim ve pazarlamada profesyonelliğin henüz tam anlamıyla yerleşmemiş olması
- İhracatçı firmaların sayısının hızlı artışı nedeniyle ihracatçı başına düşen üretim alanı azlığı
- Patent hakları ve virüsten ari materyal üretiminin sürdürülmesinde hukuksal düzenleme, bilgi ve deneyim birikimi ile altyapı eksiklikleri
- Üretim materyalinin planlanan zamanda sağlanması ve istenilen nitelikleri taşıyacak biçimde kullanıcılara ulaştırılmasındaki güçlükler
- Üretim ve pazarlamada nitelikli eleman eksikliği

Gelişme Fırsatları

- Dışsattıma yönelik üretim yapan işletmelerin pazar isteğine uygun çeşitlerin seçimi ile dışsattımda pazar payını artırma
- Araştırma-geliştirme faaliyetleri ile sektörün gelişmesinin desteklenmesi
- Üretim aşamasından pazarlamaya kadar olan sürecin yeni baştan organize edilmesi
- Kaliteli çiçek imajının titizlikle korunması ve geliştirilmesi

¹: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü - ANTALYA

²: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü - ANTALYA

- İç piyasanın dış piyasalarda ortaya çıkabilecek darboğazlarda sigorta niteliğini kazanır bir yapı gösterir hale gelmesi

Gelişmeyi Sınırlayabilecek Etkenler

- Üretimde çeşitlilik ve pazarı genişletme çalışmalarının zamana ihtiyaç duyması ve ek yatırım gerektirmesi
- Mevcut olan üretim alışkanlıklarının kırılmaması
- Dışsatımın bilinçsizce yapılmasından doğan imaj zedelenmesi
- Dış piyasadaki rekabete uyum gösterememe
- Örtüaltı sebze tarımının ve sebze fidesi üretiminin giderek daha kârlı hale gelmesi
- İhracatçı firmaların çoğunluğunun dış piyasada ürün kalitesi ve fiyat ile ilgili anlaşmazlıklarda haklarını savunamaması

4. SONUÇ

Türkiye'nin dış piyasaya yönelik kesme çiçek üretimi ve dışsatımında önemli bir potansiyeli olmasına karşın bunu değerlendirdiği söylenemez. Küreselleşme ile giderek rakabetin şiddetlendiği kesme çiçek ticaretinde Türkiye'nin pazar payını artırması ancak sürekli değişen ve gelişen yeni oluşumları izlemek ve gereken değişiklikleri yapmakla mümkün olabilecektir. Bu nedenle büyük bir potansiyele sahip olduğumuz bu alt sektör, üretimden pazarlamaya kadar yeni baştan bir yapılanmalı, fiziksel ve hukuksal açıdan sektörel dış ticaret konumuna getirilmelidir.

KAYNAKLAR

- Bartol, K.M & Martin D.C. 1991. Management. New York: McGraw Hill, Inc.
- Brumfield, R., Özkan, B., Karagüzel, O. 1998. Contract Growing For the Export Oriented Cut Flower Industry in Turkey. ISHS meeting Belgium In Acta Horticulturae (Baskıda).
- Brumfield, R., Karagüzel, O., Özkan B, 1997. Cut Flowers in the Antalya Province. Flora Culture International. 7 (12) : 21-25.
- Johnson G., Scholes, K., Sexty, R. W. 1989. Exploring strategic management. Scarborough, Ontario: Prentice Hall.
- Özkan, B., Çelikyurt M.A., Karagüzel, O., Akkaya, F, 1997. Production Structure and Main Marketing Problems of Export Oriented Cut Flower Industry in Turkey. Acta Horticulturae (Baskıda).

¹: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü - ANTALYA

²: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü - ANTALYA

Özkan, B., Karagüzel, O. 1997. Antalya'da Kesme Çiçek Üretiminin Mevcut Durumu.
Derim Dergisi cilt 14 (2): 50-61. Antalya

¹: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü - ANTALYA
²: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü - ANTALYA