



Elazığ üzüm sektörü; içinde barındırdığı Öküzgözü, Boğazkere, Köhnü, Şilfoni ve Kırmızı gibi kendine has üzüm çeşitleri ve orcik, pekmez ve pestil gibi Elazığ'a özgü üzüm ürünleri ile gelişmeye ve Elazığ ekonomisine katkı sağlamaya açık bir sektördür. Ekonomik açıdan önemli yatırımlara açık olan üzüm sektöründe Elazığ'ın kendine has dinamikleri de bulunmaktadır. Öyle ki Elazığ ekonomisine katkı sağlayan tarım ürünlerinin başında gelen üzüm bölge için sadece bir tarımsal ürün değil aksine bölgenin ruhunu taşıyan bir değerdir. Elazığ'ın üzümünün tamamen bölgenin kendi dinamiklerinden faydalanılarak bir marka haline getirilmesi için Elazığ üzüm sektörü ile ilgili tüm kişi ve kurumlar uzun zamandır gerek araştırma gerekse doğrudan yatırım odaklı çalışmalar yürütmektedir. Elazığ üzüm sektörü için yapılan tüm çalışmalar öncelikle üzüme sonra da Elazığ'a olan ilgiyi arttıracaktır ki üzüme olan ulusal ve uluslararası ilginin akabinde de talep artacaktır. Bu sayede Elazığ'ın sosyoekonomik kalkınmasına da katkı sağlanacaktır.

MÜSİAD Elazığ Şubesi olarak bu bakış açısıyla 2016 yılı Ekim ayında Fırat Kalkınma Ajansı'na sunduğumuz Elâzığ Üzüm Sektörü Analiz Raporu adlı projenin desteklenmesiyle Elazığ üzüm sektörü adına bugüne kadar yapılmış en kapsamlı araştırma, analiz ve strateji geliştirme çalışmasını başlatmış olduk. Proje ile gerçekleştirmek istediğimiz amaçlar üzüm sektörünü araştırmak, Elazığ üzüm sektörünü analiz etmek ve Elazığ üzüm sektörünün gelişimi

için stratejiler oluşturmak olmuştur. Tüm bunların sonucunda da Elazığ zm sektörünü her bileşeniyle ele alan bir çalışma ortaya çıkarmaktır. MÜSİAD Elazığ şubesi olarak üstlendiğimiz bu raporun Elazığ zm sektörü ile ilgili tüm kişi ve kurumların çalışmalarına kayda değer katkılar sağlaması için detaylı bir rapor oluşturulmuştur.

Proje kapsamında ortaya çıkan rapor ile daha önce yapılan çalışmalar bir araya getirilerek tüm veriler değerlendirilmiştir. Sonucunda da Elazığ zm sektörü ile ilgili yapılacak çalışmalar için hem kapsamlı hem de objektif bir kaynak oluşturulmuştur. Raporun içinde; ilk olarak üzüm sektöründeki ürünler ortaya çıkarılmıştır ki bu ürünler hem mevcut durumda üretilen ürünler hem de henüz üretilmeyen ancak potansiyel taşıyan ürünlerdir. Ardından dünyada, Türkiye’de, bölgede ve Elazığ’da üzüm sektörü incelenmiştir. Mevcut durum analizi kapsamında önce Elazığ zm sektörü ele alınmıştır. 1 bağ tesisi, 11 üzüm ürünü ve 1 atık değerlendirme konulu olmak üzere toplamda 13 fizibilite hazırlanmıştır. ne çıkan 5 üzüm ürünü için de hedef pazar araştırması yapılmıştır. En nihayetinde tüm çalışmalar derlenmiş ve Elazığ zm sektörünün geleişim stratejileri oluşturulmuştur.

Hedefimiz; bu rapor sayesinde Elazığ zm sektöründe faaliyet gösteren kişi ve kurumlar başta olmak üzere Elazığ ve bölge için önem arz eden zmn Elâzığ için gerçek anlamda ekonomik bir değere dönüştürülmesidir. Bu alışma Elâzığ’da üzüm sektörünün geliştirilmesi için MSAİD Elazığ şubesi’nin yerel kalkınma planları neticesinde attığı ilk adım olup devamında gerek derneğimiz gerek diğer kurum ve kuruluşların üzüm sektörü bağlamında yapacağı projeler, yatırımlar ve diğer girişimler için başvuru aracı vazifesi görecektir.

Hasan UZUN

MÜSİAD ELAZIĞ şUBE BAşKANI

ARAşTIRMA EKİBİ		
İsim	Uzmanlık Alanı	Projedeki Görevi
Ahmet YILMAZ	Genel Müdür	Planlama, Kontrol ve Koordinasyon
Elvin TANRIVERDİ	Proje Koordinatörü	Planlama, Kontrol ve Koordinasyon
Merve şABAN	Araştırma Uzmanı	Araştırma, Geliştirme ve Yazım
Göl TALİ	Araştırma Uzmanı	Araştırma ve Geliştirme
Sacide şETİN	Araştırma Uzmanı	Literatür Taraması
Gizem KAYA	Araştırma Uzmanı	Literatür Taraması
İrem KOCASOY	Teknik Personel (Ziraat Mühendisi)	Saha Çalışmaları
Büşra KAVUN	Teknik Personel (Ziraat Mühendisi)	Saha Çalışmaları
Neslihan YÜCEDAĞ	Araştırma Asistanı	Saha Çalışmaları

İçindekiler

1. GİRİŞ	11
2. DÜNYADA BAĞCILIK VE ÜZÜM SEKTÖRÜ	14
2.1. Dünyadaki Bağ Alanları.....	14
2.2. Dünyada Üzüm Üretimi ve Tüketimi	15
2.3. Dünyada Üzüm Sektörü Ticareti.....	16
2.3.1. Dünyada Üzüm İthalatı	17
2.3.2. Dünyada Üzüm İhracatı	17
3. TÜRKİYE'DE BAĞCILIK VE ÜZÜM SEKTÖRÜ.....	19
3.1. Türkiye'deki Bağ Alanları	19
3.2. Türkiye'de Üzüm Üretimi ve Tüketimi.....	20
4. BAĞCILIK VE ÜZÜM SEKTÖRÜNDEKİ ÜRÜN GRUPLARI	22
4.1. Üzüm Türleri ve Çeşitleri	22
4.2. Üzümden Elde Edilen İkincil Ürünler	24
4.2.1. Mevcut Durumda Yaygın Olarak Üretimi Yapılan Ürünler	24
4.2.2. Potansiyel Barındıran ve Ticari Değeri Bulunan Ürünler	49
5. ELAZIĞ ÜZÜM SEKTÖRÜ MEVCUT DURUM ANALİZİ	55
5.1. Elazığ Ekonomisine Genel Bakış.....	55
5.2. Elazığ'da Üzüm Sektörü	58
5.2.1. Elazığ'daki Bağcılık Faaliyetleri ve Üzüm Üretimi	59
5.2.2. Üzüm Sektörünün Elazığ Ekonomisindeki Yeri	64
5.3. Elazığ Üzüm Sektörü Analizi	65
5.3.1. Üretici Analizi.....	66
5.3.2. İşletme Analizi	86
5.3.3. Sorunlar, İhtiyaçlar ve Öneriler	89
6. HEDEF PAZAR ANALİZİ	92
6.1. Elazığ Üzüm Sektörü İhraç Ürünleri.....	92
6.1.1. Yaş Üzüm	93
6.1.2. Kuru Üzüm	101
6.1.3. Pekmez	109
6.1.4. Sirke	116
6.1.5. Üzüm Suyu.....	124
7. YATIRIM ORTAMI ANALİZİ	132
7.1. Mevcutta Üretimi Yapılan Ürünlerin Yatırım Ortamı Analizi	132
7.1.1. Üzüm Bağ Tesisleri	133
7.1.2. Kuru Üzüm Üretim Tesisleri	140

7.1.3.	Üzüm Sirkesi Üretim Tesisi	146
7.1.4.	Üzüm Pekmezi Üretim Tesisi	153
7.1.5.	Üzüm Suyu Konsantresi Üretim Tesisi.....	158
7.1.6.	Üzüm Çekirdeği Yağı Üretim Tesisi.....	164
7.1.7.	Reçel, Jöle ve Marmelat Üretim Tesisi	171
7.1.8.	Salamura Asma Yaprağı Üretim Tesisi	177
7.1.9.	Yöresel Yiyecekler Üretim Tesisi.....	183
7.1.10.	Geleneksel İçecekler Üretim Tesisi.....	189
7.1.11.	Üzüm İşleme Tesisi	195
7.1.12.	Tartarik Asit, Tanen Ve Gıda Renklendiricisi Üretim Tesisi.....	202
7.2.	Potansiyel Barındıran Ve Ticari Değeri Bulunan Ürünlerin Yatırım Ortamı Analizi	208
7.3.1.	Potansiyel Ürünler ve Üretim Şemaları	208
7.3.2.	Potansiyel Ürünlerin Katma Değer Analizi.....	211
7.3.3.	Potansiyel Ürünlerin Ticarileşme Sorunsalı	212
7.3.4.	Üzüm Sektörü Potansiyel Ürün Üretiminde İyi Uygulama Örneği: AprèsVin	213
7.3.5.	Hammadde Temini	214
7.3.6.	Üretim Metotları	214
7.3.7.	Satış Kanalları	217
7.3.8.	Biyoyakıt Üretme Çalışmaları	218
7.3.9.	Sonuç	219
8.	STRATEJİLER.....	220
8.1.	Bağcılığın Geliştirilmesi ve Üzüm Üretiminin Arttırılmasına Yönelik Stratejiler	220
8.2.	Mevcut ve Potansiyel Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler	229
8.3.	Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejileri.....	237
8.4.	Aksiyon Adımlarının Önceliklendirilmesi	243
8.4.1.	Yöntem	243
8.4.2.	Sonuç	243
9.	SONUÇ	246
10.	KAYNAKÇA	248

TABLÖLAR

Tablo 1 Türkiye Üzüm Üretiminde Alan Bakımından Öne Çıkan İlk 10 İl	20
Tablo 2: Türkiye Üzüm Üretiminin Toplam Bitkisel Üretim İçindeki Payı	20
Tablo 3: Türkiye Üzüm Üretiminde Miktar Bakımından Öne Çıkan İlk 10 İl	21
Tablo 4: Dünyada Yetiştirilen Üzüm Türleri	22
Tablo 5: Türkiye’de Yaygın Olarak Yetiştirilen Üzüm Çeşitleri	23
Tablo 6: Taze Üzümün Bileşimi.....	26
Tablo 7: Üzüm Pekmezinde Bulunan Fiziksel, Kimyasal ve Mineral İçerikler	31
Tablo 8: Türkiye’de Şaraplık Üzüm Üretimi Yapılan Bölgeler ve Yetiştirilen Üzüm Çeşitleri	44
Tablo 9: Elazığ Sofralık Üzüm Üretim Değerleri	61
Tablo 10: Elazığ Şaraplık Üzüm Üretim Değerleri	62
Tablo 11: Üretici Analizi İçerik Özeti.....	66
Tablo 12: Üzüm Çeşitlerinin 2016 Üretim Sezonu (Eylül-Ekim-Kasım) İçindeki Birim Fiyatları	77
Tablo 13: Üretim Sürecindeki Sorunlar ve Pazarlama Sürecindeki İhtiyaçlar İlişkisi	85
Tablo 14: Üretim Sürecindeki İhtiyaçlar ve Pazarlama Sürecindeki Sorunlar İlişkisi	85
Tablo 15: İşletmelerin Kurumsal Profilleri	86
Tablo 16 Hedef Pazar Analizi Kapsamında İncelenen 5 Ürün ve Hedef Pazarları	92
Tablo 17: Yaş Üzüm Dünya İthalatı(x1.000\$)	93
Tablo 18: Türkiye’nin Ülkelere Göre Yaş Üzüm İhracatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)	95
Tablo 19: Yaş Üzüm İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (x1.000\$)	96
Tablo 20: Yaş Üzüm İhracatında Hedef Pazar Ülke Sıralaması	97
Tablo 21: 2011-2015 Yılları Arasında Suudi Arabistan Yaş Üzüm İthalatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%).....	97
Tablo 22: 2011-2015 Yılları Arasında Almanya Yaş Üzüm İthalatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%) ...	98
Tablo 23: 2011-2015 Yılları Arasında İsveç Yaş Üzüm İthalatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)	99
Tablo 24: 2011-2015 Yılları Arasında Çin Yaş Üzüm İthalatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)	100
Tablo 25: 2011-2015 Yılları Arasında İngiltere Yaş Üzüm İthalatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%) ..	101
Tablo 26: Kuru Üzüm Dünya İthalatı (x 1.000\$)	101
Tablo 27: Türkiye’nin Kuru Üzüm İhracatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)	103
Tablo 28: Kuru Üzüm İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (x1.000\$)	103
Tablo 29: Kuru Üzüm İhracatında Hedef Pazar Ülke Sıralaması	104
Tablo 30: 2011-2015 Aralığında Cezayir Kuru Üzüm İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	105
Tablo 31: 2011-2015 Aralığında İsveç Kuru Üzüm İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	106
Tablo 32: 2011-2015 Aralığında Almanya Kuru Üzüm İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	107
Tablo 33: 2011-2015 Aralığında Danimarka Kuru Üzüm İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)....	108
Tablo 34: 2011-2015 Aralığında Çin Kuru Üzüm İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	109
Tablo 35: Pekmez Dünya İthalatı (x 1.000\$)	109
Tablo 36: Türkiye’nin Ülkelere Göre Pekmez İhracatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%).....	111
Tablo 37: Pekmez İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (\$)	112
Tablo 38: Pekmez İhracatında Hedef Pazar Ülke Sıralaması	112
Tablo 39: 2011-2015 Aralığında Suudi Arabistan Pekmez İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%) ..	113
Tablo 40: 2011-2015 Aralığında Çin Pekmez İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	114
Tablo 41: 2011-2015 Aralığında Mısır Pekmez İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	115
Tablo 42: 2011-2015 Aralığında Almanya Pekmez İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	115
Tablo 43: 2011-2015 Aralığında İsrail Pekmez İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%).....	116
Tablo 44: Sirke Dünya İthalatı (x 1.000\$).....	117
Tablo 45: Türkiye’nin Ülkelere Göre Sirke İhracatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	118

Tablo 46: Sirke İhracatçısı Ülkeler ve İhracat Miktarları (x1.000\$)	119
Tablo 47: Sirke İhracatında Hedef Pazar Ülke Sıralaması	120
Tablo 48: 2011-2015 Aralığında Suudi Arabistan Sirke İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	120
Tablo 49: 2011-2015 Aralığında İsrail Sirke İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%).....	121
Tablo 50: 2011-2015 Aralığında Malezya Sirke İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	122
Tablo 51: 2011-2015 Aralığında Avustralya Sirke İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%).....	123
Tablo 52: 2011-2015 Aralığında Kuveyt Sirke İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	123
Tablo 53: Üzüm Suyu Dünya İthalatı (x 1.000\$).....	124
Tablo 54: Türkiye'nin Ülkelere Göre Üzüm Suyu İhracatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	125
Tablo 55: Üzüm Suyu İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (\$)	126
Tablo 56: Potansiyel 50 Hedef Ülke Puan Sıralaması.....	127
Tablo 57: 2011-2015 Aralığında Suudi Arabistan Üzüm Suyu İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	128
Tablo 58: 2011-2015 Aralığında İsrail Üzüm Suyu İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	128
Tablo 59: 2011-2015 Aralığında Polonya Üzüm Suyu İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%).....	129
Tablo 60: 2011-2015 Aralığında Mısır Üzüm Suyu İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)	130
Tablo 61: 2011-2015 Aralığında Güney Kore Üzüm Suyu İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)..	131
Tablo 62Üzüm ve Üzüm Ürünlerinin Ortalama Birim Fiyatları	212
Tablo 63 AprèsVin'in ABD'de Perakende Satış Noktası Bulunan Eyaletler.....	217
Tablo 64 AprèsVin'in ABD'de Perakende Satış Noktası Bulunan Şehirler ve Satış Noktası Sayısı..	217
Tablo 65 Bağcılığın Geliştirilmesi ve Üzüm Üretimine Arttırılmasına Yönelik Stratejiler ve Aksiyon Adımları	220
Tablo 66 Mevcut ve Potansiyel Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler ve Aksiyon Adımları.....	229
Tablo 67 Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejileri ve Aksiyon Adımları	237
Tablo 68 Bağcılığın Geliştirilmesi ve Üzüm Üretimine Arttırılmasına Yönelik Stratejilerin Aksiyon Adımı Öncelikleri.....	244
Tablo 69Mevcut ve Potansiyel Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejilerin Aksiyon Adımı Öncelikleri	244
Tablo 70 Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejilerinin Aksiyon Adımı Öncelikleri	245

GRAFİKLER

Grafik 1 Dünyada Sahip Olunan Bağ Alanı Büyüklüğüne Göre İlk 10 Ülke	14
Grafik 2: Dünya Sofralık Üzüm İthalatı	17
Grafik 3: Dünya Kuru Üzüm İhracatı.....	18
Grafik 4: Dünya Sofralık Üzüm Üretiminin Ülkelere Göre Dağılımı	26
Grafik 5: Dünya Sofralık Üzüm Tüketiminin Ülkelere Göre Dağılımı.....	27
Grafik 6: Dünya Kuru Üzüm Üretiminin Ülkelere Göre Dağılımı	28
Grafik 7: Dünya Kuru Üzüm Tüketiminin Ülkelere Göre Dağılımı	29
Grafik 8: 2012-2015 Yılları Arasında Elazığ'ın İhracat Değerleri.....	57
Grafik 9: 2012-2015 Yılları Arasında Elazığ'ın İthalat Değerleri	58
Grafik 10: Elazığ'daki Bağ Alanlarının Şaraplık ve Sofralık Üzüm Olarak Dağılımı.....	63
Grafik 11: Elazığ'daki Üzüm Üretiminin Şaraplık ve Sofralık Üzüm Olarak Dağılımı	63
Grafik 12: Üreticilerin Bağcılık Faaliyetlerinin İçinde Bulunma Süresi.....	67
Grafik 13: Üreticilerin Bağcılık Alanında Faaliyet Gösterme Sebepleri.....	67
Grafik 14: Elazığ'daki Mevcut Bağ Alanlarının Büyüklüğü.....	68
Grafik 15: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Üzüm Çeşitleri.....	68
Grafik 16: Öküzgözü Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri	69
Grafik 17: Boğazkere Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri	69
Grafik 18: Köhnü Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri	70
Grafik 19: Şilfoni Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri	70
Grafik 20: Ağın Beyazı Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri	71
Grafik 21: Kımız Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri	71
Grafik 22: Yetiştirilen Üzüm Çeşidinin Belirlenme Kriterleri	72
Grafik 23: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Öküzgözü Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri... ..	72
Grafik 24: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Boğazkere Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri ..	73
Grafik 25: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Köhnü Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri	74
Grafik 26: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Şilfoni Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri	75
Grafik 27: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Ağın Beyazı Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri	75
Grafik 28: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Kımız Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri.....	76
Grafik 29: Bağcılık Faaliyetlerinin Yıllık Toplam Maliyeti	76
Grafik 30: Hasat Edilen Üzümlerin Değerlendirilme Şekilleri	78
Grafik 31: Üretici ve Alıcı Arasındaki Sözleşme Durumu.....	78
Grafik 32: Üzümün Lojistik Sürecinin Üretici ve Alıcı Arasındaki Durumu	79
Grafik 33: Üreticilerin Üretim Sürecinde Karşılaştığı Sorunlar.....	79
Grafik 34: Üreticilerin Üretim Sürecindeki İhtiyaçları	80
Grafik 35: Üreticilerin Pazarlama Sürecindeki İhtiyaçları	80
Grafik 36: Üreticilerin Bağcılık Sektörü İle İlgili Yatırım Yapma İsteği	80
Grafik 37: Üreticilerin Bağcılık Sektörü İle İlgili Yatırım Yapma İsteklerinin Kapsamı	81
Grafik 38: Bağcılık Sektöründe Yeni Yatırım Gerçekleştirmek İsteyen Üreticilerin Yatırımlarının İçeriği	81
Grafik 39: Bağcılık Sektöründe Kapasitesini Arttırmak İsteyen Üreticilerin Yatırımlarının İçeriği	82
Grafik 40: Bağcılık Sektörüne Yatırım Yapmak İstemeyen Üreticilerin Önündeki Engeller	82
Grafik 41: Mevcutta Üretimi Yapılan Üzümün Değerlendirilmesi İle İlgili Üretici Önerileri	83
Grafik 42: Mevcutta Üretimi Yapılan Üzümün Şarap Dışında Değerlendirilmesi İle İlgili Üretici Önerileri	83
Grafik 43: Elazığ Üzüm Sektörü İçin Yapılacak Yatırımların Hedef Pazar Önceliği Hakkında Üretici Önerileri	84

Grafik 44: “Elazığ Üzüümü”nün Kitlelere Duyurulması ve Markalaşması İçin Üretici Önerileri	84
Grafik 45 Türkiye Yaş Üzüm İhracatı (x1.000\$)	94
Grafik 46: Kuru Üzüm Türkiye İhracatı (x 1.000\$)	102
Grafik 47: Türkiye Pekmez İhracatı (x 1.000\$)	110
Grafik 48: Türkiye Sirke İhracatı (x 1.000\$).....	118
Grafik 49: Türkiye Üzüm Suyu İhracatı (x 1.000\$).....	125

ŞEKİLLER

Şekil 1 Üzümden Elde Edilen İkincil Ürünler Sınıflandırması	24
Şekil 2: Kuru Üzüm Üretim Akış Şeması	28
Şekil 3: Salamura Asma Yapağı Üretim Akış Şeması	30
Şekil 4: Pekmez Üretim Akış Şeması.....	32
Şekil 5: Pestil Üretim Akış Şeması	32
Şekil 6: Reçel Üretim Akış Şeması	33
Şekil 7: Lokum Üretim Akış Şeması.....	35
Şekil 8: Köfter Üretim Akış Şeması.....	37
Şekil 9: Üzüm Suyu Üretim Akış Şeması	39
Şekil 10: Üzüm Suyu Konsantresi Üretim Akış Şeması	40
Şekil 11: Şarap Üretim Akış Şeması	43
Şekil 12: Düşük Alkollü Kabarcıklı İçkiler Sınıflandırması	45
Şekil 13: Sirke Üretim Akış Şeması.....	47
Şekil 14: Elazığ'da Üzümün Değerlendirilme Yolları	64
Şekil 15 Potansiyel Ürün Üretiminde Kullanılan Hammaddelerin Üretim Şeması	208
Şekil 16 Üzüm Çekirdeğinden Elde Edilen Ürünler	209
Şekil 17 Üzüm Posasından Elde Edilen Ürünler	210
Şekil 18 Pres Küspesinden Elde Edilen Ürünler	211

1. GİRİŞ

Üzümün kaynağı olan asma bitkisinin varlığının insanlık tarihi kadar eski olduğu ve ana vatanının “Küçük Asya” olarak adlandırılan Anadolu’yu ve Kafkasya’yı içine alan bölge olduğu bilinmektedir. Kaynağı bu kadar eskilere dayanan üzümün günümüzdeki tüketimi oldukça fazla olmakla birlikte kullanım alanları da çeşitlilik göstermektedir. Öyle ki günümüzde salt bir meyve olarak algılanmamakta aksine birçok farklı sektörde hammadde olarak kullanılan bir endüstri ürünü olarak görülmektedir. Üzümün çekirdeğinden suyuna, suyundan posasına her bileşeninin kullanıldığı, gıda, kimya, kozmetik ve tekstil sektörlerinde ürün değeri her geçen gün artmaktadır.

T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü’nün 2015 yılında yayınladığı “Üzüm Raporu”na göre dünyada 2014/2015 üretim sezonunda 7 milyon hektar alandan toplamda 21 milyon 771 bin ton üzüm üretimi yapılmıştır. Türkiye’de ise 2014/2015 üretim sezonunda 467 bin hektar alandan 4 milyon 175 bin ton üzüm üretilmiştir. Dünyadaki toplam üzüm üretiminin neredeyse beşte birini üreten Türkiye; üzüm hasat edilen alan bakımından beşinci, üretim miktarı bakımından üçüncü sırada yer almaktadır. Dünyanın üzüm üretiminde önemli bir yeri olan Türkiye’de üzüm; çoğunlukla sofralık, şaraplık, kurutmalık, sirke, pekmez, pestil, reçel, meyve suyu, köfter, ezme ve diğer mamul ürünler şeklinde değerlendirilmektedir. Türkiye’de üretilen üzümlerin yaklaşık %40’ı kurutularak, %25’i sofralık, %20’si sirke, pekmez ve pestil yapılarak, yaklaşık % 15’i de alkollü içki sanayiinde kullanılmaktadır.

Türkiye’nin üzüm üretimindeki potansiyelin değerlendirilmesi ve üzüm üretiminin yoğun olduğu bölgelerde üzüm sektörünün geliştirilmesi, yatırım ortamlarının iyileştirilmesi ve özellikle yeni yatırım alanlarının yaratılması yönünde devlet teşvikleri artmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de üzüm üretiminde hem üretim miktarı hem de üretim kalitesi bakımından öne çıkan illerden biri de Elazığ’dır. Fırat Kalkınma Ajansı tarafından 2016 Yılı Doğrudan Faaliyet Desteği Programı kapsamında desteklenen proje kapsamında MÜSİAD Elazığ Şubesi tarafından hazırlanan “Elazığ Üzüm Sektörü Raporu” ile Elazığ’daki üzüm sektörünün tüm bileşenleri irdelenerek üzüm sektörünün yatırım ortamı analizi yapılmıştır.

“Elazığ Üzüm Sektörü Raporu” projesinin hayata geçirilmesindeki temel gerekçe ilk aşamada bölgede üzüm üretiminin ve üzümle ilgili sektörlerin geliştirilmesi için kaynak oluşturmak olarak görülmüştür. Bu gerekçenin temelinde ise; bölgeye özgü bir ürün değer olan üzümün sahiplenilmesine ve bölgenin sahip olduğu zenginliklerin ulusal ve uluslararası alanda fark edilmesine katkı sağlamak düşüncesi yatmaktadır. Elazığ’ın öne çıkan değerlerinden olan

üzümün neredeyse sadece şarap sektöründe değerlendiriliyor olması ve yeni yatırımların yok denecek kadar az olması projenin hayata geçirilmesini elzem kılmıştır. Projenin amacı ise özellikle Öküzgözü ve Boğazkere olmak üzere Elazığ’a özgü üzüm çeşitlerinin bölge için önemli bir yatırım potansiyeli taşıdığını ve şarap dışı kullanım alanlarının ne denli yaygın olduğunu yatırımcılara aktarmak olmuştur. Sonuç olarak bu proje ile bölgenin ekonomik açıdan etkin bir hale gelmesi için mevcut potansiyeli değerlendirerek yeni yatırımların yapılmasını sağlayacak kapsamlı bir çalışma hedeflenmiştir. Bu hedefe hizmet eder şekilde de yatırımcıların Elazığ’da yatırımlarını gerçekleştirirken ihtiyaç duyacağı tüm verilerin yer aldığı bir kaynak oluşturulmuştur.

“Elazığ Üzüm Sektörü Raporu”; “Bağcılığın Tarihsel Gelişimi ve Dünyadaki Yayılım Alanları”, “Dünyada Bağcılık ve Üzüm Sektörü”, “Türkiye’de Bağcılık ve Üzüm Sektörü”, “Bağcılık ve Üzüm Sektöründeki Ürün Grupları”, “Elazığ Üzüm Sektörü’nün Mevcut Durum Analizi”, “Elazığ Üzüm Sektörü Yatırım Ortamı Analizi”, “Hedef Pazar Araştırması” ve “Stratejiler” olmak üzere sekiz bölümden oluşmaktadır.

İlk olarak “Bağcılığın Tarihsel Gelişimi ve Dünyadaki Yayılım Alanları” bölümünde; bağcılığın doğuşu ve gelişimi değerlendirilmiştir. Dünyada bağcılığın yayılım alanları ve bağ coğrafyası hakkında da detaylı bilgilerin sunulduğu bu bölümde temel göstergelerle bağcılık ve üzüm sektörünün dünya ekonomisindeki payı da incelenmiştir.

Dünyada Bağcılık ve Üzüm Sektörü” ve “Türkiye’de Bağcılık ve Üzüm Sektörü” adlı ikinci ve üçüncü bölümlerde; bağ alanları, üzüm üretimi ve ithalat-ihracat değerlerine dair veriler ele alınarak ilk olarak dünyadaki ve Türkiye’deki bağ alanları ve bu bağ alanlarının yoğunlaştığı bölgeler incelenmiştir. Ardından mevcut üzüm üretimi ve tüketimi ile ilgili bilgiler verilerek ithalat ve ihracat rakamları üzerinden üzüm sektörünün ticari değeri ortaya konulmuştur.

“Üzüm Sektörü ve Sektördeki Ürün Grupları” adlı dördüncü bölümde; üzüm sektörünün tanımı yapılmış ve sektörün kapsamı belirlenmiştir. Ardından da üzüm sektöründe yer alan ürün grupları belirlenerek her bir ürün grubu ile ilgili detaylı bilgilere yer verilmiştir. Bu bölüm içinde verilen bilgilerden üretim kapasitesi, üretim akışı ve ürünlerin ticari değeri daha sonra ürünlerin ayrıntılı olarak incelendiği “Yatırım Ortamı Analizi” bölümü için referans olmuştur.

Beşinci bölümde “Elazığ Üzüm Sektörünün Mevcut Durum Analizi” ele alınmıştır. Elazığ üzüm sektörünün daha gerçekçi bir yaklaşımla değerlendirilebilmesi ve ortaya çıkan sonuçlar neticesinde geleceğe yönelik sağlam adımlar atabilmesi için veri oluşturulmuştur. Bu bölüm

içinde ilk olarak Elazığ üzüm sektörünün kapsamı belirlenmiş ardından da 262 üzüm üreticisi ile yapılan anket çalışmasının sonuçları değerlendirilmiştir.

Altıncı bölümde “Elazığ Üzüm Sektörü Yatırım Ortamı Analizi” gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Elazığ’da yetiştirilen üzümün kullanım alanlarına göre alternatif ikincil ürünler ve potansiyel yatırım alanları analiz edilmiştir. Bu bağlamda 11 mevcut ürün ve 5 potansiyel ürün olmak üzere toplamda 16 ürün için yatırım fizibilitesi hazırlanmıştır. Buna ek olarak Elazığ’daki kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, üzüm sektöründe faaliyet gösteren üreticilerin ve işletmelerin katılımı ile gerçekleştirilen toplantının sonuçları dikkate alınarak yatırım ortamı irdelenmiştir. Elazığ başta olmak üzere bölgede üzüm sektöründe faaliyet gösteren ya da sektöre yatırım yapmak isteyen işletmelere ve yatırımcılara sektörde üretimi yapılabilecek alternatif ikincil ürünler ve potansiyel yatırım alanları hakkında öneriler sunulmuştur. Öneriler sunulurken dünya üzüm sektöründe üretilen ikincil ürünlerin Elazığ’da üretilebilirliği, Elazığ’da üretilebilir ürünler için uygun işletme ve tesis alanları ile potansiyel yatırım alanlarının hammadde, işgücü ve uygulama metodu göz önünde bulundurularak yatırımcıların yatırım yapmaya uygunluğu dikkate alınmıştır.

“Hedef Pazar Araştırması”nın yer aldığı yedinci bölümde; ilk olarak dünyadaki ve Türkiye’deki üzüm üretimi ve ihracatı ile ilgili değerler ortaya çıkarılmış ve ülkelerin üretim ve ihracat potansiyellerine göre Türkiye’nin dünya üzüm ihracatındaki yeri belirlenmiştir. Hedef pazar analizinde; “üzüm”, “kuru üzüm”, “yaş üzüm”, “pekmez”, “üzüm suyu” ve “sirke” olmak üzere altı ürün baz alınarak beş hedef pazar ülke detaylı olarak incelenmiş, ardından da ikincil hedef pazar ülkeler belirlenmiştir.

Son bölümde “Stratejiler” başlığı altında; “Mevcut Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler”, “Yeni Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler” ve “Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejileri” olmak üzere üç ayrı başlığa ayrılmıştır. Böylece Elazığ üzüm sektöründe üretim, yatırım, pazarlama ve ihracat alanında gerçekleştirilecek tüm yatırımlar için stratejiler geliştirilmiştir.

Sonuç olarak tüm bu çalışmalar sonucu bir bütün olarak ortaya çıkan “Elazığ Üzüm Sektörü Raporu” ile Elazığ’daki üzüm sektörünün gelişimini tetikleyecek unsurlar bir araya getirilmiştir. Üzüm sektöründe üretimden pazarlamaya; pazarlamadan ihracata her anlamda yatırımları doğru yönlendirecek bir kaynak oluşturulmuştur.

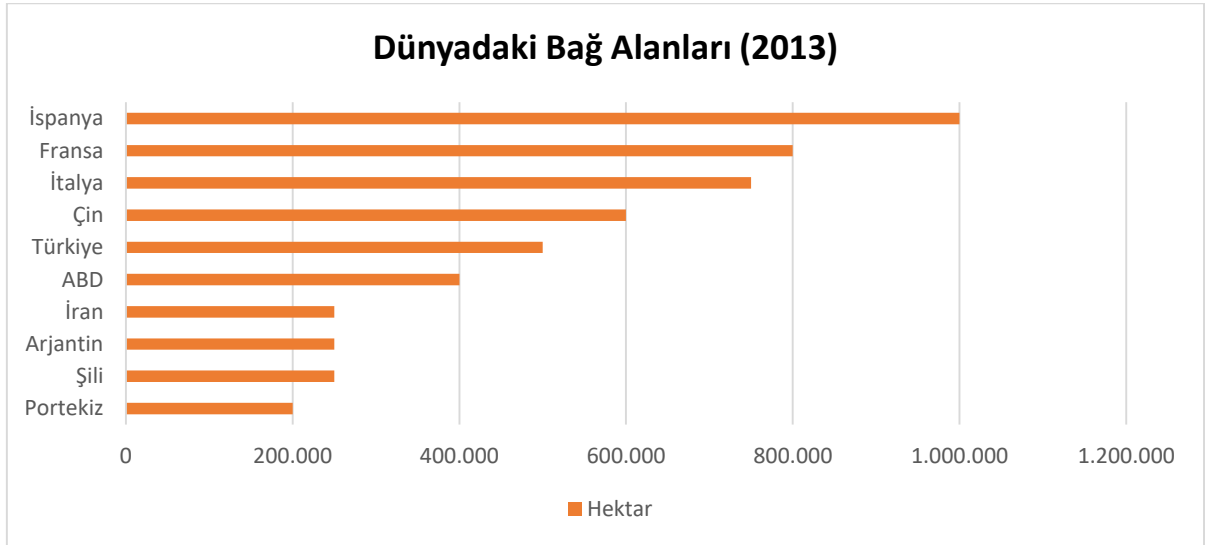
2. DÜNYADA BAĞCILIK VE ÜZÜM SEKTÖRÜ

Dünyadaki bağ alanları, üzüm üretimi ve ithalat-ihracat değerlerine dair veriler ele alındığında bağcılık ve üzüm sektörünün dünyada ne denli geliştiği ve üzümün ticari değerinin oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda “Dünyada Bağcılık ve Üzüm Sektörü” başlığı altında ilk olarak dünyadaki bağ alanları ve bu bağ alanlarının yoğunlaştığı bölgeler incelenmektedir. Ardından mevcut üzüm üretimi ve tüketimi ile ilgili bilgiler verilmekte ve son olarak üzüm sektörünün dış ticareti ithalat ve ihracat değerleri baz alınarak ortaya konulmaktadır.

2.1. Dünyadaki Bağ Alanları

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü’nün 2013 yılı verilerine göre; dünyadaki bağ alanları toplamı 7.155.000 hektardır. Bağcılık sektöründe bağ alanı bazında öne çıkan ilk 10 ülke sırasıyla; İspanya, Fransa, İtalya, Çin, Türkiye, ABD, İran, Arjantin, Şili ve Portekiz olarak gösterilmektedir.

Grafik 1 Dünyada Sahip Olunan Bağ Alanı Büyüklüğüne Göre İlk 10 Ülke



Kaynak: FAO, 2013

Sahip oldukları bağ alanları ile ilk üçte yer alan İspanya, Fransa ve İtalya’ya ek olarak 10. sırada yer alan Portekiz ile birlikte dünyadaki bağ alanlarının büyük çoğunluğunun Avrupa’da bulunduğunu göstermektedir. Listenin 4. sırasında yer alan Çin ve İran ise Asya’nın da bağ alanları konusunda öne çıktığını kanıtlamaktadır. Diğer yandan Güney Amerika’da Arjantin ve Şili; Kuzey Amerika’da ABD göze çarpmaktadır. Listenin 5. sırasında yer alan Türkiye de

coğrafi konumu itibariyle dünyanın önemli bağ alanlarına sahip ülkelerinden biri olarak görülmektedir.

Diğer yandan 2013 yılında dünyada 7 milyon 155 bin ha alandan üzüm hasadı gerçekleştirilmiş olup, hasat gerçekleştirilen alanların %13,2'si İspanya'da, %10,6'sı Fransa'da ve %10,2'si Çin'dedir. 2000 yılında 7.338.000 hektar, 2004 yılında 7.405.000 hektar, 2008 yılında 7.165.000 hektar, 2012 yılında 7.037.000 hektar olan üzüm hasat edilen alan; 2013 yılında Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü tarafından 7.155.000 hektar olarak tespit edilmiştir. Bu bilgiler vasıtasıyla 2013 yılında 2000 yılına göre üzüm hasadı gerçekleştirilen alanda %2,5 oranında düşme gözlemlendiği söylenebilir.

2.2. Dünyada Üzüm Üretimi ve Tüketimi

2014/2015 üretim sezonunda tüm dünyada 20 milyon 554 bin sofralık ve 1 milyon 217 bin kuru olmak üzere toplam 21 milyon 771 bin ton üzüm üretimi yapılmıştır. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün 2013 yılı verilerine göre ise; 2013 yılında dünyada 7 milyon 155 bin ha alandan üzüm hasadı gerçekleştirilmiş olup, hasat gerçekleştirilen alanların %13,2'si İspanya'da, %10,6'sı Fransa'da ve %10,2'si Çin'dedir. 2013 yılında 2000 yılına göre üzüm hasadı gerçekleştirilen alanda %2,5 oranında düşme gözlenirken, hasat gerçekleştirilen alanın en fazla artış gösterdiği ülke Çin olmuştur.

Üzüm hasat edilen alan bazında öne çıkan ülkeler sırasıyla; İspanya, Fransa, Çin, İtalya, Türkiye, ABD ve Arjantin olurken hasat edilen alan bazında dünya üzüm üretiminin yarısına yakınının Avrupa'da gerçekleştirildiği görülmektedir. Üretilen üzüm miktarı baz alındığında ise İspanya, Fransa ve İtalya'nın üretim verimliliğinin düşük olduğu düşünülmektedir. Öyle ki Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı verilerine göre 2014/2015 üretim sezonunda; 20 milyon 554 bin ton sofralık ve 1 milyon 217 bin ton kuru olmak üzere toplam 21 milyon 771 bin ton üzüm üretimi gerçekleşmiştir. İlk sıralarda ise; Çin, Hindistan ve Türkiye ilk üç ülke olarak öne çıkmıştır. Üzüm hasat edilen alan bakımından önemli bir paya sahip olan İspanya, Fransa ve İtalya üzüm üretiminde verim düşüklüğü nedeniyle üzüm üreticisi ülkeler arasında önemli bir yer edinememiştir.

Üzüm sektörünün öne çıkan ülkelerinden Türkiye'de de 2014/2015 üretim sezonunda 467 bin ha alandan 4 milyon 175 bin ton üzüm üretimi yapılmıştır. Türkiye, üzüm hasat edilen alan bakımından beşinci, üretim bakımından üçüncü sırada yer almaktadır.

Dünyada üzüm tüketiminin yüksek olduğu ülkelerin, üretimin de yüksek olduğu ülkeler olduğu görülmektedir. Bu bilgiye paralel olarak 2014/2015 sezonunda dünya üzüm tüketiminin en çok olduğu ülkeler; Çin, Hindistan ve AB ülkeleridir. 2014/2015 sezonunda Çin 9 milyon 095 bin ton üzüm ile dünya tüketiminin %44,7'si ile lider ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Ardından Hindistan 2 milyon 404 bin ton ve %11,8 oranla ikinci sırada yer almakta Hindistan'ı da 2 milyon 110 bin ton ile tüketimin %10,4'ünü gerçekleştiren AB ülkeleri takip etmektedir. AB ülkeleri arasında ilk sırada İtalya yer alırken; İtalya'yı sırasıyla Almanya, İngiltere, Fransa ve İspanya izlemektedir. Türkiye ise tüketimin %8,2'sini gerçekleştirerek 1 milyon 661 ton ile AB'yi takip etmektedir. Sonuç olarak; dünya üzüm tüketiminde öne çıkan ülkeler, üretimde de öne çıkan ülkeler arasında yer almaktadır. Buna ek olarak ilk sıralarda yer alan Çin ve Hindistan gibi nüfusun fazla olduğu ülkelerin üzüm tüketiminde önemli bir yeri olduğu bilinmektedir.

Üzüm tüketiminde uluslararası pazarda en fazla yer alan üzüm çeşidi, Sultani Çekirdeksiz'dir. Üzümde görülen talep artışı dünya pazarında yer alan ülkeleri yeni çeşitler geliştirmeye yönlendirmiştir. Sultani Çekirdeksiz; dışında Flame Seedless, Crimson Seedless ve Red Globe de talep gören diğer çeşitler arasında yer almaktadır (*Uysal: 2015*).

2.3. Dünyada Üzüm Sektörü Ticareti

Dünya üzüm sektörü ticareti konu olduğunda öne çıkan ürünler; sofralık üzüm ve kuru üzüm olarak görülmektedir. Üzüm üretiminde iklim şartlarının uygun olduğu dönemlerde üzüm sektörü uluslararası ticaret de hareketlenmektedir. Üretimde yüksek koruma politikaları uygulayan Japonya, İsviçre ve İsrail uluslararası ticarete ihracat ile öne çıkan ve fiyatları yüksek ülkeler arasında yer almaktadır. Sofralık üzüm ihracatı oldukça yüksek olan Türkiye ise 0,6\$/kg ile üretici ülkeler içinde düşük bir fiyata sahiptir. Üretimdeki artışlar sayesinde fiyatlarda da düşüş yaşanırken, iklim şartları uygun olmadığı durumlarda fiyatlarda ciddi artışlar olabilmektedir. Bu bilgiden hareketle dünya üzüm sektörü ticaretinin üretici ülkelerin üretim verimliliği ile doğrudan ilgili olduğu çıkarımı yapılabilir.

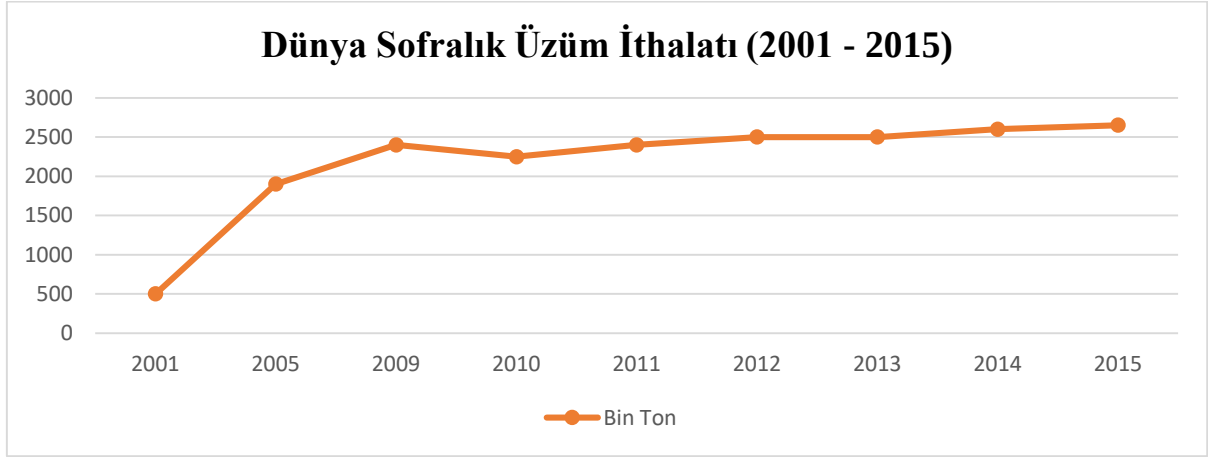
Bu bağlamda “Dünyada Üzüm Sektörü Ticareti”; ithalat ve ihracat olmak üzere iki ayrı başlık altında incelenmektedir. İthalat ve ihracatta öne çıkan ülkeler ve bu ülkelerin uluslararası ticaretteki yeri irdelenirken aynı zamanda son 10 yıllık süreç içinde üzüm sektörünün uluslararası ticaretteki gelişimi de ele alınmaktadır.

2.3.1. Dünyada Üzüm İthalatı

Dünya sofralık üzüm ithalat durumu 2000/2001-2014/2015 dönemi itibariyle incelendiğinde; yıllık ortalama %24'lük artış olduğu ve 2000/2001 sezonunda 612 bin ton olan üzüm ithalatının 2014/2015 sezonunda 2 milyon 654 bin tona yükseldiği görülmektedir. 2014/2015 sezonunda dünya sofralık üzüm ithalatının; %22'si 580 bin ton ile AB'de, %21'i 547 bin ton ile ABD'de, %12,2'si ise 325 bin ton ile Rusya'da gerçekleşmiştir.

Bu veriler dikkate alındığında; dünya üzüm ithalatının her geçen gün arttığını söylemek mümkündür. Dünya sofralık üzüm dış pazarının genişlemesinde; sağlıklı beslenme ile ilgili reklam ve promosyonlar ile marketlerin talepleri doğrultusunda yeni üzüm çeşitlerinin geliştirilmesi oldukça etkili olmuştur (Uysal: 2005).

Grafik 2: Dünya Sofralık Üzüm İthalatı



Kaynak: USDA, 2015

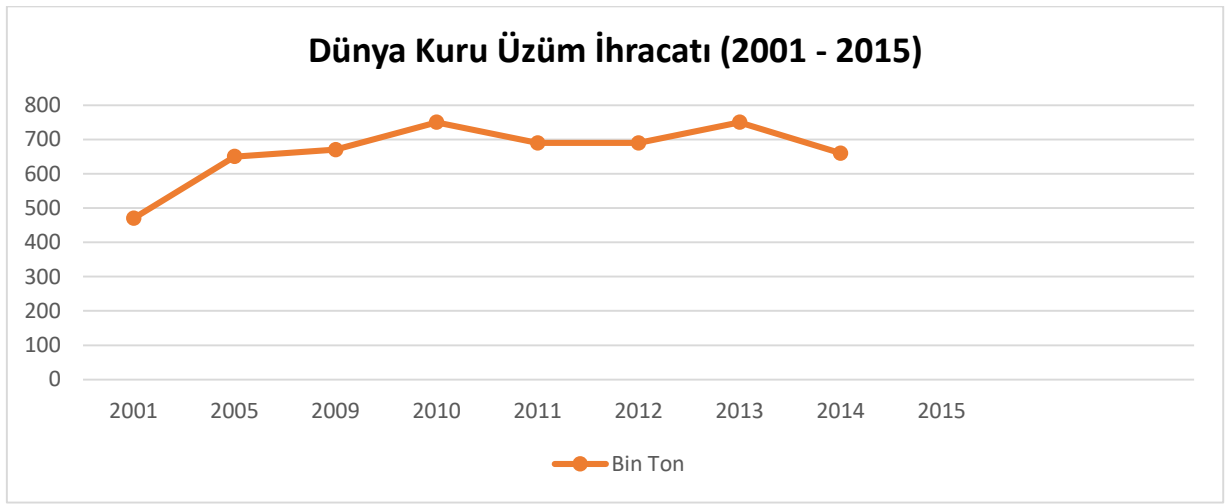
Yukarıdaki grafik incelendiğinde dünya sofralık üzüm ithalatının 2000/2001 sezonundan 2014/2015 sezonuna dek yaklaşık olarak 2.100.000 ton artış gösterdiği görülmektedir. 2001/2002 sezonunda 500.000 ton olan sofralık üzüm ithalatının 15 yıllık süreç sonunda 2.600.000 ton civarına ulaşması sofralık üzüme talebin arttığını ve böylece üzümün ithalat değerinin yükseldiğini göstermektedir.

2.3.2. Dünyada Üzüm İhracatı

Dünya sofralık üzüm ihracatında geçtiğimiz 10 yıllık süreçte öne çıkan ilk 4 ülke; Şili, ABD, Güney Afrika ve Türkiye olarak sıralanabilir. Aynı şekilde dünya kuru üzüm ihracatında ise; Türkiye, ABD, İran ve Şili ilk 4 ülke arasında yer almaktadır. Hem sofralık hem de kuru üzüm ihracatında ilk 4 ülke arasında yer alan Türkiye, ABD ve Şili'nin aynı zamanda dünya üzüm

sektörünün en büyük üreticileri arasında olduğu göz önünde bulundurulduğunda ihracatın doğrudan üretim miktarı ile ilgili olduğunu söylemek mümkündür. Dünya üzüm ihracat durumu ele alındığında FAO'nun 2000/2001 ve 2014/2015 yılları arasındaki ihracat verileri dikkate alınarak yıllık ortalama %2,6'lık artış olduğu ve 2000/2001 sezonunda 2 milyon 083 bin ton olan üzüm ihracatının 2014/2015 sezonunda 2 milyon 852 bin tona yükseldiği görülmektedir. 2014/2015 sezonunda dünya sofralık üzüm ihracatının; %29,1'i 830 bin ton ile Şili'de, %13,7'si 391 bin ton ile ABD'de, %11,2'si 320 bin ton ile Güney Afrika'da gerçekleşmiştir. Türkiye ise 260 bin ton ile dünya ihracatının %9,1'ini gerçekleştirmiştir.

Grafik 3: Dünya Kuru Üzüm İhracatı



Kaynak: FAO, 2015

Dünyada kuru üzüm üreticisi olan ilk dört ülkenin yıllık ihracat miktarları 100-275 bin ton arasında değişmektedir. Dünya kuru üzüm ihracat durumu 2000/2001 ve 2014/2015 yılları arasında değerlendirildiğinde; yıllık ortalama %2,9'luk bir artış olduğu ve 2000/2001 sezonunda 525 bin ton olan kuru üzüm ihracatının 2014/2015 sezonunda 741 bin tona yükseldiği görülmektedir. Buna ek olarak ihracata konu olan kuru üzüm miktarı dünyanın toplam kuru üzüm üretiminin %61'ine tekabül etmektedir. Dünya kuru üzüm ihracatında ilk sırada yer alan Türkiye ihracatının %84'ünü Avrupa ülkelerine gerçekleştirmektedir. İkinci sırada yer alan ABD ihracatının %50'sini ve üçüncü sırada yer alan İran ihracatının %35'ini Avrupa ülkelerine gerçekleştirmektedir.

Dünya kuru üzüm ihracatında ilk 3 ülke arasında yer alan ve toplam ihracatın %66'sını gerçekleştiren Türkiye, ABD ve İran'ın; ihracatlarının çoğunluğunu Avrupa ülkelerine gerçekleştirmesi dünya kuru üzüm pazarının en büyük tüketici bölgesinin Avrupa olduğunu göstermektedir.

3. TÜRKİYE’DE BAĞCILIK VE ÜZÜM SEKTÖRÜ

Türkiye’de bitkisel üretim yapılan tarım alanlarının %2’si ve bağ-bahçe tarımı yapılan alanların %15’i üzüm bağlarıyla kaplıdır. Toplam meyve üretimi içinde üzüm üretiminin payı ise %25 olarak değerlendirilmektedir. Üretilen üzümün %75’i yurt içinde tüketilirken, %25’i ihraç edilmektedir. İhracata konu üzüm ve üzüm mamulleri ise önem sırasına göre; çekirdeksiz kuru üzüm, sofralık üzüm, şarap ve yöresel üzüm ürünleri olarak ihraç edilmektedir.

TÜİK 2015 yılı verilerine göre; Türkiye’de tarımsal üretim sonucunda elde edilen bitkisel üretim değeri 88,9 milyar TL olup, bunun 27,7 milyar TL’sini (%31) meyve, içecek ve baharat bitkileri ürün grubu oluşturmaktadır. Bu ürün grubu içerisinde üzümün payı 3,6 milyar TL olup, %13’lük bir paya sahiptir. Toplam bitkisel üretim miktarı ise 139,2 milyon ton olup, bunun 18,4 milyon tonluk kısmını meyve, içecek ve baharat bitkileri ürün grubu oluşturmaktadır. Bu ürün grubunda üzümün payı 4,2 milyon ton ile %23 olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye’deki bağ alanları, üzüm üretimi ve ihracat değerlerine dair veriler ele alındığında bağcılık ve üzüm sektörünün Türkiye’de ne denli geliştiği ve üzümün ticari değerinin oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda “Türkiye’de Bağcılık ve Üzüm Sektörü” başlığı altında ilk olarak Türkiye’deki bağ alanları incelenmektedir. Ardından mevcut üzüm üretimi ve tüketimi ile ilgili bilgiler verilmekte ve son olarak üzüm sektörünün dış ticareti ithalat ve ihracat değerleri baz alınarak ortaya konulmaktadır.

3.1. Türkiye’deki Bağ Alanları

Türkiye’nin bitkisel üretiminde bağcılık sektörü önemli bir yere sahip olmakla beraber Türkiye, sahip olduğu bağ alanları ile bağcılık sektöründe dünyanın önemli ülkeleri arasında yer almaktadır. İklim koşullarının ve yetiştirme şartlarının uygunluğu göz önünde bulundurulduğunda Türkiye’de bağcılık ülke genelinde yapılabilen ve birçok üretici için geçim kaynağı olmaktadır. Türkiye’nin hemen hemen her bölgesinde bağcılık yapılabilenle beraber Doğu Anadolu Bölgesi’nde bulunan 1500 metreden yüksek alanlar ve Karadeniz Bölgesi’nde bol yağış alan yerler dışında ülkenin her bölgesi bağcılık faaliyetlerinde bulunmak için uygundur. Türkiye bağ coğrafyası 9 bölgeye ayrılmaktadır. Bağcılığın yapıldığı bölgeler sırasıyla; Ege, Akdeniz, Orta Güney Anadolu, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Ortakuzey Anadolu, Ortadoğu Anadolu, Marmara, Karadeniz ve Kuzeydoğu Anadolu'dur.

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü’nün 2013 yılı verilerine göre; Türkiye, bağ alanlarında dünya genelinde 5. sırada, üzüm üretiminde ise 6. sırada yer almaktadır. Türkiye bağcılığında en çok üretim alanına sahip bölge %35’lik pay ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi

olarak bilinmektedir. Ülke genelinde iller arasında bağ alanı açısından en büyük payı ise %29 ile Manisa ili almaktadır.

Tablo 1 Türkiye Üzüm Üretiminde Alan Bakımından Öne Çıkan İlk 10 İl

İller	Alan (HA)
Manisa	71.971
Denizli	44.680
K.Maraş	29.963
Mardin	28.513
Mersin	22.273
Gaziantep	22.062
Diyarbakır	21.830
Nevşehir	21.081
Kilis	15.619
Şanlıurfa	14.576
TOPLAM	292.568

Kaynak: TÜİK, 2013

Bunun yanı sıra TÜİK'in istatistiki verileri 1990-2013 yılları arasında Türkiye'nin sahip olduğu bağ alanlarında yaklaşık %20'lik bir azalma olduğunu göstermektedir. Ancak Türkiye'nin üzüm üretiminin geliştirilmesine yönelik uygulanan spesifik bir destekleme politikası olmaması ve yeni bağ tesis etmenin oldukça yüksek maliyetli bir yatırım gerektirmesi bu durumun sebebi olarak gösterilebilir. Bununla birlikte ülkede üzüm üreticilerine yönelik bir tarımsal örgütlenme yapısı olmamakla birlikte, üzüm ve üzüm ürünlerinin pazarlanmasına yönelik dış ticaret politikası da bulunmamaktadır. Dolayısıyla böyle bir yapı ülkede bağ alanlarının daralmasına neden olmaktadır.

3.2. Türkiye'de Üzüm Üretimi ve Tüketimi

Türkiye sahip olduğu coğrafi konumun sağladığı avantajlar ile pek çok tarımsal ürünün üretimin gerçekleştirilebildiği bir ülkedir. Bu duruma bağlı olarak Türkiye'de tarım sektörünün oldukça gelişmiş olduğu bilinmektedir. Aşağıdaki tabloda Türkiye'nin son 13 yıl içindeki üzüm üretimi ve toplam bitkisel üretim değerleri verilmiştir.

Tablo 2: Türkiye Üzüm Üretiminin Toplam Bitkisel Üretim İçindeki Payı

Ürünler	Yıllar							
	2002	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Üzüm	3.500.000	4.264.720	4.255.000	4.296.351	4.185.126	4.011.409	4.175.356	3.650.000
Toplam Bitkisel Üretim	13.273.350	16.388.726	16.385.745	16.993.476	17.810.942	17.995.395	16.876.201	17.525.012

Kaynak: BÜGEM, 2016

Tablodaki veriler incelendiğinde; üzüm üretiminin yaklaşık olarak toplam bitkisel üretimin %25'i olduğu görülmektedir. Bu verilerden yola çıkarak denilebilir ki üzümün Türkiye'nin bitkisel üretiminde oldukça geniş bir yeri bulunmaktadır. Bağcılık ve üzüm sektöründe hem üretim miktarı hem de hasat edilen üretim alanı bakımından dünyanın önde gelen ülkelerinden biri olan Türkiye'de 2014/2015 üretim sezonunda 467.000 hektar alandan 4.175.000 ton üzüm hasat edilmiştir. Üretilen üzümün yaklaşık %63'ü çekirdekli, %37'si ise çekirdeksiz üzümlerden oluşmaktadır.

Tablo 3: Türkiye Üzüm Üretiminde Miktar Bakımından Öne Çıkan İlk 10 İl

İller	Üretim (Ton)
Manisa	1.421.433
Denizli	366.309
K.Maraş	244.265
Mersin	243.503
Mardin	143.497
Gaziantep	142.488
Diyarbakır	139.035
Nevşehir	126.073
İzmir	115.025
Elazığ	88.947
TOPLAM	3.030.602

Kaynak: TÜİK, 2013

Türkiye'nin üzüm tüketimi değerlendirildiğinde ise; üzümün çoğunlukla sofralık ve kuru olarak tüketildiği söylenebilir. Bunların yanı sıra pekmez, pestil, sirke vb. ikincil ürün olarak değerlendirilmesi de söz konusudur. TÜİK 2015 yılı Bitkisel Ürün İstatistikleri'ne göre ise üzümün 2014-2015 piyasa döneminde yurt içi üretimin yurt içi talebi karşılama derecesi yüzde 145,8 olarak gerçekleşmiştir. Buradan yola çıkarak üzüm üretiminin tüketici talebini karşılamaktan da öte bir üretim kapasitesine sahip olduğu sonucuna varılmaktadır.

4. BAĞCILIK VE ÜZÜM SEKTÖRÜNDEKİ ÜRÜN GRUPLARI

Üzüm sektöründeki ürün grupları incelenirken sektörde üretimi yapılan ürünleri; “üzüm türleri ve çeşitleri” ve “üzümden elde edilen ikincil ürünler” olarak sınıflandırarak ürün gruplarını detaylı bir şekilde ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır.

Üzüm türleri ve çeşitleri başlığı altında; öncelikle dünya üzerinde yetişen üzüm türleri listelenerek yaygın olarak üzüm yetiştirilen alanlarda hangi çeşitlerin tercih edildiği ortaya çıkarılmaktadır. Üzümden elde edilen ikincil ürünler başlığı altında ise; üzümün işlemden geçirilmesiyle elde edilen ve ticari değer taşıyan ürünler hakkında detaylı bilgi verilmektedir.

4.1. Üzüm Türleri ve Çeşitleri

Üzüm; asmagiller (Vitaceae) familyasının “Vitis” cinsinde yer alan asma bitkilerinin (özellikle de Vitis Vinifera'nın) salkım halindeki tatlı ve sulu meyvesidir. Vitis cinsinin Kuzey Yarımküre'de yaygın olan 60 kadar türü vardır. Bunların içinde en çok yetiştirilen tür Vitis Vinifera'dır (Duran: 2003). Üzüm diğer meyvelere kıyasla daha fazla türe ve çeşide sahip olup dünyada 60 kadar üzüm türü ve 10.000 kadar üzüm çeşidi olduğu tahmin edilmektedir.

Tablo 4: Dünyada Yetiştirilen Üzüm Türleri

Dünyada Yetiştirilen Üzüm Türleri			
Vitis aestivalis	Vitis amazonica	Vitis amurensis	Vitis balansana
Vitis bashanica	Vitis bellula	Vitis berlandieri	Vitis betulifolia
Vitis biformis	Vitis bloodwothiana	Vitis bourgaeana	Vitis bryoniifolia
Vitis chunganensis	Vitis chungii	Vitis cinerea	Vitis cissoides
Vitis coignetiae	Vitis cordifolia	Vitis davidii	Vitis enneaphylla
Vitis erythrophylla	Vitis fengqinensis	Vitis figariana	Vitis flexuosa
Vitis glabrata	Vitis hancockii	Vitis heyneana	Vitis hui
Vitis jinggangensis	Vitis jinzhanensis	Vitis labrusca	Vitis lanceolatifolia
Vitis longquanensis	Vitis luochengensis	Vitis menghaiensis	Vitis mengziensis
Vitis nesbittiana	Vitis papillosa	Vitis piasezkii	Vitis pilosonerva
Vitis popenoei	Vitis pseudoreticulata	Vitis wuhanensis	Vitis yuenlingensis
Vitis yunnanensis	Vitis zhejiang-adstricta	Vitis pubescens	Vitis rotundifolia
Vitis rhomboidea	Vitis romanetii	Vitis rotundifolia	Vitis rupestris
Vitis ruyuanensis	Vitis scortechinii	Vitis shenxiensis	Vitis silvestrii
Vitis sinocinerea	Vitis sinuata	Vitis thunbergii	Vitis tiliifolia
Vitis tsoi	Vitis tsukubana	Vitis vinifera	Vitis vulpina

Kaynak: Yıldız Dilli ve Dr. Sumru Kader, “Sofralık, Şaraplık ve Kurutmalık Üzüm Çeşitleri”, 2003.

Dünya üzerinde bulunan 60 kadar üzüm türünün Amerika ve Avrupa kıtalarında birçok çeşidi yetiştirilebilmektedir. Amerika’da yaygın olarak yetiştirilen üzüm çeşitlerinin başında; Caco, Himrod, Campbell Early, Interlaken Seedless, Catavba, Miabell, Concord, Niagara, Delaware, Romulus, Fredonia, Schuyler, Golden Misket, Seneca, Van Buren ve Worden çeşitleri yer almaktadır. Avrupa’da yaygın olarak yetiştirilen üzüm çeşitlerinin başında ise; Black Monukka, Malaga Red, Blackrose, Misket, Scaba Pearl of Scaba, Olivetti Beyaz, Emperor, Perlette, Exotik, Ribier, Flame Seedless, Rish Baba, Ruby Seedless, Lady Finger ve Thompson Seedless çeşitleri gelmektedir.

Türkiye; asmanın ana vatanı olarak bilinen “*Küçük Asya*” bölgesinde yer aldığı için 1.200 civarında üzüm çeşidine ev sahipliği yapmaktadır. Ancak Türkiye’de yetişen üzüm çeşitlerinden sadece 50 kadarı ekonomik öneme sahip olduğundan sadece bu çeşitler üretilmeye değer görülmektedir.

Tablo 5: Türkiye’de Yaygın Olarak Yetiştirilen Üzüm Çeşitleri

Türkiye’de Yaygın Olarak Yetiştirilen Üzüm Çeşitleri		
Üzüm Çeşidi	Tanenin Rengi	Kullanım Şekli
Adakarası	Siyah	Şaraplık
Aküzüm	Kırmızımsı	Sofralık
Bornova misketi	Sarımsı	Şaraplık
Çavuş	Yeşil-sarımsı	Sofralık
Çekirdeksiz	Açık sarı	Sofralık, kurutmalık
Doruktar	Siyahımsı	Pekmezlik
Emir	Açık sarı	Şaraplık
Hamburg misketi	Siyah-morumsu	Sofralık
Horozkarası	Koyu mor	Sofralık
İrikara	Siyah	Sofralık
Kadınparmağı	Sarı-yeşil	Sofralık, kurutmalık
Kışmış	Kırmızı	Sofralık
Kozak	Yeşilimsi	Sofralık
Misket	Beyaz	Şaraplık, sofralık
Müşküle	Beyaz-kehribar	Sofralık
Narince	Kirli yeşil	Sofralık, kurutmalık
Razakı	Sarımsı yeşil	Sofralık, kurutmalık
Yapıncak	Sarımsı yeşil	Sofralık, şaraplık
Yediveren	Siyah-kırmızı	Sofralık

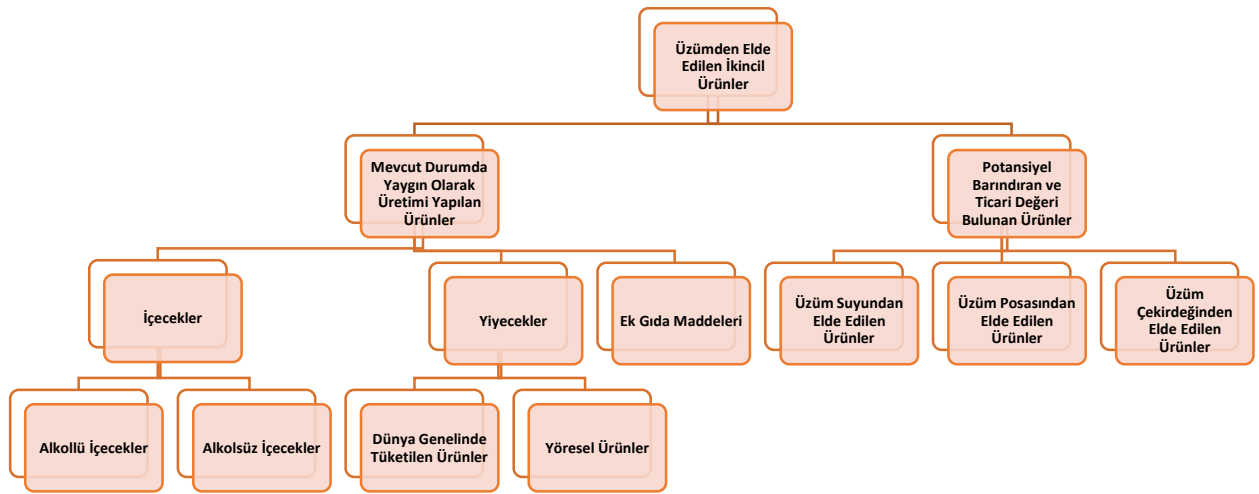
Kalecik Karası	Siyahımsı kırmızı	Şaraplık
Narince	Siyah	Şaraplık
Öküzgözü	Siyah	Şaraplık
Boğazkere	Siyah	Şaraplık
Red Globe	Siyah	Sofralık

Kaynak: Yıldız Dilli ve Dr. Sumru Kader, “Sofralık, Şaraplık ve Kurutmalık Üzüm Çeşitleri”, 2003.

4.2. Üzümnden Elde Edilen İkincil Ürünler

Dünyada ve Türkiye’de üzüm çoğunlukla sofralık, kurutmalık ve şaraplık olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu ürünlerin yanı sıra üzüm; özellikle farklı gıda ürünlerinin içeriğinde kullanılmaktadır. Üzüm sektöründeki ürünlerin gruplandırılması zor olduğundan bu çalışma kapsamında ele alınan ürünler “mevcut” ve “potansiyel” başlıkları altında derlenmiştir. Bu nedenle üzümnden elde edilen ürünler ele alınırken; “mevcut durumda yaygın olarak üretimi yapılan ürünler” ve “potansiyel barındıran ve ticari değeri bulunan ürünler” olarak iki gruba ayrılmıştır.

Şekil 1 Üzümnden Elde Edilen İkincil Ürünler Sınıflandırması



4.2.1. Mevcut Durumda Yaygın Olarak Üretimi Yapılan Ürünler

İlk grupta yer alan mevcut durumda yaygın olarak üretimi yapılan ürünler; içecekler, yiyecekler ve ek gıda maddeleri olarak üç alt başlık halinde değerlendirilmektedir.

4.2.1.1. Yiyecekler

Üzümün değerlendirilme şekillerinde “öne çıkan ürün grupları” arasında üzümden elde edilen yiyecekler ele alındığında bu ürün grubunu “dünya genelinde tüketilen yiyecekler” ve “yöresel yiyecekler” olarak iki alt sınıflandırmada incelemek gerekmektedir. Bu bağlamda da ilk olarak dünya genelinde tüketilen yiyecekler sınıfında dünya genelinde yaygın olarak üretimi yapılan sofralık üzüm, kuru üzüm, salamura asma yaprağı, pekmez, pestil, konserve, reçel, jöle, marmelat ve lokum ele alınırken; yöresel yiyecekler sınıfında hem dünya genelinde tanınan hem de yöresel ürün olarak değerlendirilen yiyeceklerden orcik, köfter, ezme/bulama, Gencer macunu, köme, dilme, bastık, muska, sarma, sucuk ve günbalı ele alınmaktadır.

4.2.1.1.1. Dünya Genelinde Tüketilen Ürünler

Üzüm ve gıda sektörü ilişkisi ele alındığında ilk akla gelen ürünler sofralık üzüm, kuru üzüm ve pekmez olsa da üzümden elde edilen ve dünya genelinde tüketilen yiyecekler oldukça geniş bir yelpazede değerlendirilmektedir. Bu başlık altında sofralık üzüm, kuru üzüm ve pekmez ile birlikte salamura asma yaprağı, pekmez, pestil, konserve, reçel, jöle, marmelat ve lokum incelenmektedir.

- **Sofralık Üzüm**

Üzümden farklı ürünler elde edilebilmesi üzümün sofralık olarak tüketilmesine olumsuz etkiye bulunmamaktadır. Ancak belli başlı üzüm çeşitlerinin şarap, pekmez ve pestil gibi ürünlerin üretiminde tercih edilir olması sofralık olarak tüketilen üzüm çeşitlerinin de sınırını belirlemektedir. Öyle ki kimi üzüm çeşitleri bir üzüm ürününün en verimli hammaddesi olduğu ve o ürün ile özdeşleştiği için doğrudan o ürünün hammaddesi olarak değerlendirilmektedir. Örneğin; Cabernet Sauvignon ve Öküzgözü çeşitlerinin şarap üretiminde kullanılması hatta şarap üretiminde kullanılmak üzere yetiştirilmesi de sofralık üzüm çeşitlerinin üretimini sınırlandırmaktadır.

Sofralık olarak tüketilen üzüm çeşitlerinin başında; Alphonse Lavalée, Çavuş, Hafızali, Hamburg Misketi, Perlette, Cardinal, Kozak Beyazı, Kozak Siyahı, Müşküle, Siyah Gemre ve Pembe Gemre çeşitleri gelmektedir.

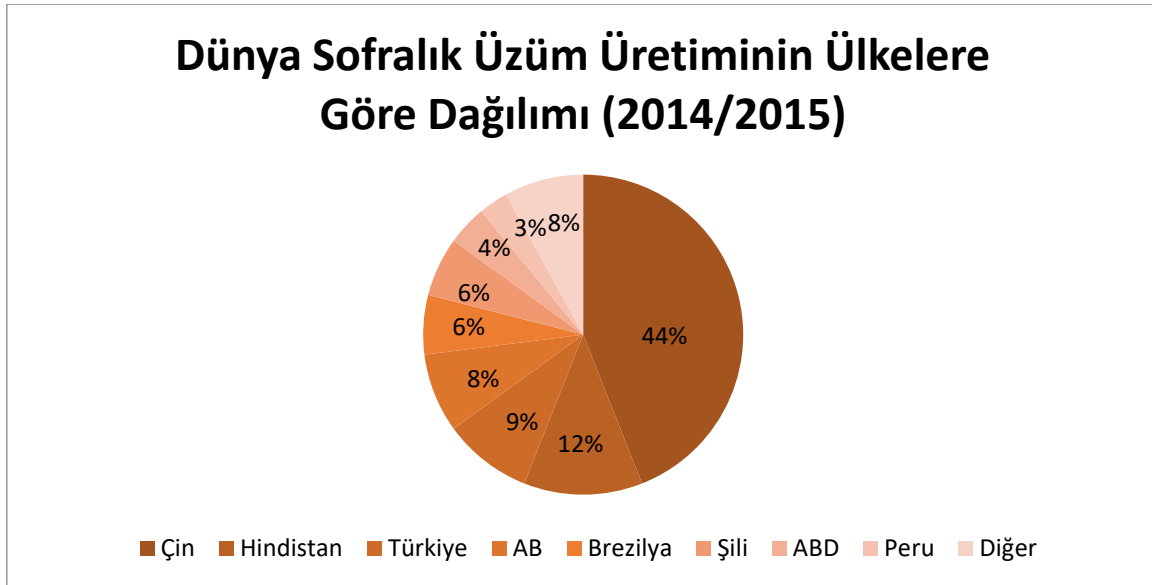
Tablo 6: Taze Üzümün Bileşimi

100 gr. Taze Üzümün Bileşimi (Enerji 288 KJ/69 Kcal)			
Folat	2 ug	Çinko	0.07 mg
Kolin	5.6 mg	Sodyum	2 mg
C Vitamini	3.2 mg	Karbonhidrat	18.1 gr
E vitamini	0.19 mg	Şeker	15.48 gr
K Vitamini	14.6 ug	Lif	0.9 gr
Kalsiyum	10 mg	Yağ	0.72 gr
Demir	0.36 mg	Protein	0.069 mg
Magnezyum	7 mg	Tiamin	0.07 mg
Manganez	0.071 mg	Niasin	0.188 mg
Fosfor	20 mg	Pantotenik Asit	0.05 mg
Potasyum	191 mg	B6 Vitamini	0.086 mg

Kaynak: Dr. Âdem Yağcı, “Üzümün Gıda Değeri ve İnsan Beslenmesindeki Önemi”, 2004.

İçerdiği besin değeri göz önünde bulundurulduğunda piyasadaki sofralık üzüm talebinin ve buna bağlı olarak da sofralık üzüm tüketiminin oldukça yaygın olduğunu söylemek yanlış olmaz. Özellikle hasat dönemi olan ağustos-eylül döneminde piyasaya yoğun bir şekilde üzüm arz edilmektedir.

Grafik 4: Dünya Sofralık Üzüm Üretimini Ülkelere Göre Dağılımı



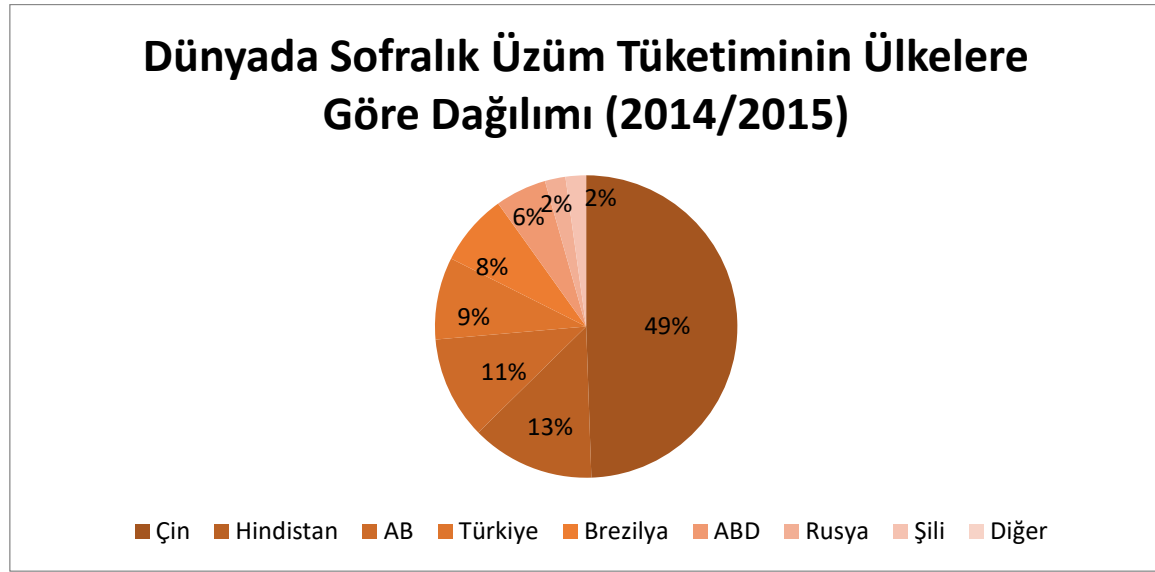
Kaynak: USDA, 2015

2014-2015 üretim sezonunda sofralık üzüm üretiminin %43,8’ini gerçekleştiren Çin 9 milyon ton ile ilk sırada, %12,2’sini gerçekleştiren Hindistan 2 milyon 500 bin ton ile ikinci sırada ve 1 milyon 920 bin ton ile üretimin %9,2’ünü gerçekleştiren Türkiye üçüncü sırada yer almaktadır. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü tarafından 2015 yılında hazırlanan “Üzüm Raporu”na göre; dünyada

sofralık üzüm üretimi 2000/2001 üretim sezonunda 8 milyon 604 bin ton iken, 2014/2015 sezonunda yaklaşık 1,5 kat artarak 20 milyon 554 bin tona ulaşmıştır. Bu veriler göz önünde bulundurulduğunda geride bırakılan 10 yıl içinde sofralık üzüm üretiminin yaklaşık 1,5 kat artmış olması piyasadaki talebin artması ile ilişkilendirilebilir.

Diğer yandan dünyada üzüm tüketiminin en yoğun olduğu ülkeler incelendiğinde dünyada sofralık üzüm tüketiminin yüksek olduğu ülkeler, üretimin de yüksek olduğu ülkeler olarak göze çarpmaktadır.

Grafik 5: Dünya Sofralık Üzüm Tüketiminin Ülkelere Göre Dağılımı



Kaynak: USDA, 2015

USDA (Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı) verilerine göre; dünyada sofralık üzüm tüketimi 2000/2001 üretim sezonunda 7 milyon 130 bin ton iken, 2014/2015 sezonunda yaklaşık 2 kat artarak 20 milyon 339 bin tona ulaşmıştır. 2014/2015 sezonunda sofralık üzüm tüketiminin %44,7'sini gerçekleştiren Çin 9 milyon 95 bin ton ile ilk sırada, %11,8'ini gerçekleştiren Hindistan 2 milyon 404 bin ton ile ikinci sırada ve 2 milyon 110 bin ton ile tüketimin %10,4'ünü gerçekleştiren AB ise üçüncü sırada yer almaktadır. Sofralık üzüm tüketiminde AB içinde tüketim açısından lider ülke İtalya'dır. İtalya'yı sırasıyla; Almanya, İngiltere, Fransa ve İspanya izlemektedir. Türkiye tüketimin %8,2'sini gerçekleştirerek 1 milyon 661 ton ile AB'yi takip etmektedir.

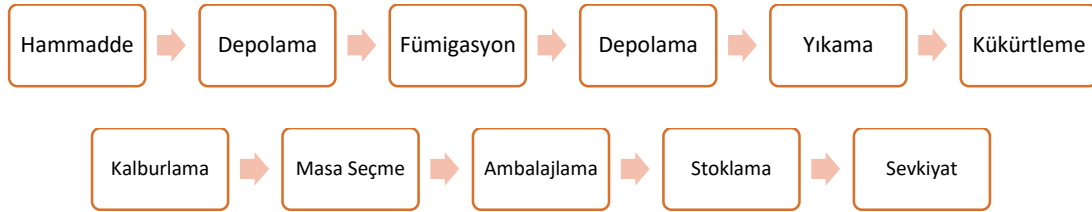
Sonuç olarak sofralık üzüme talebin gün geçtikçe artması sofralık üzüm çeşitlerinin üretim ve tüketimini arttırmaktadır.

- **Kuru Üzüm**

Kuru üzüm, üzümün kurutulularak kuruyemiş olarak piyasaya sürülen hali olarak değerlendirilmektedir. Kuru üzüm, rengine göre sarı ve siyah olmak üzere iki temel gruba ayrılmaktadır. Özellikle son dönemde sağlıklı beslenmeye olan ilginin artması ve doğal yollarla kurutulmuş üzümün besin değerinin yüksek olduğunun bilinmesiyle birlikte ürüne gösterilen talep her geçen gün artmaktadır. Sofralık üzümle karşılaştırıldığında kuru üzümün, daha az su içermesi bakımından besin değeri daha yüksektir. Doğal beslenmeye olan ilginin artması günümüzde kuru meyvelere olan talebi arttırmıştır.

Kuru üzümün üretim akış şeması aşağıdaki gibidir.

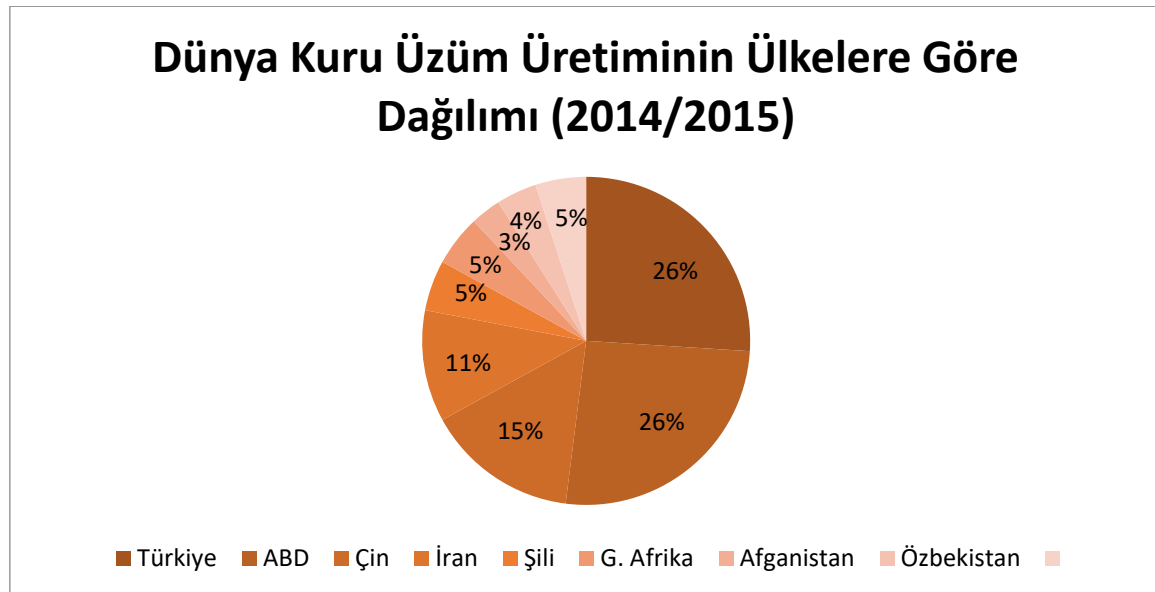
Şekil 2: Kuru Üzüm Üretim Akış Şeması



Genelde kuru üzümler doğrudan ihraç edilmekte olup son dönemde gıda sanayinde hammadde olarak da tüketilmektedir.

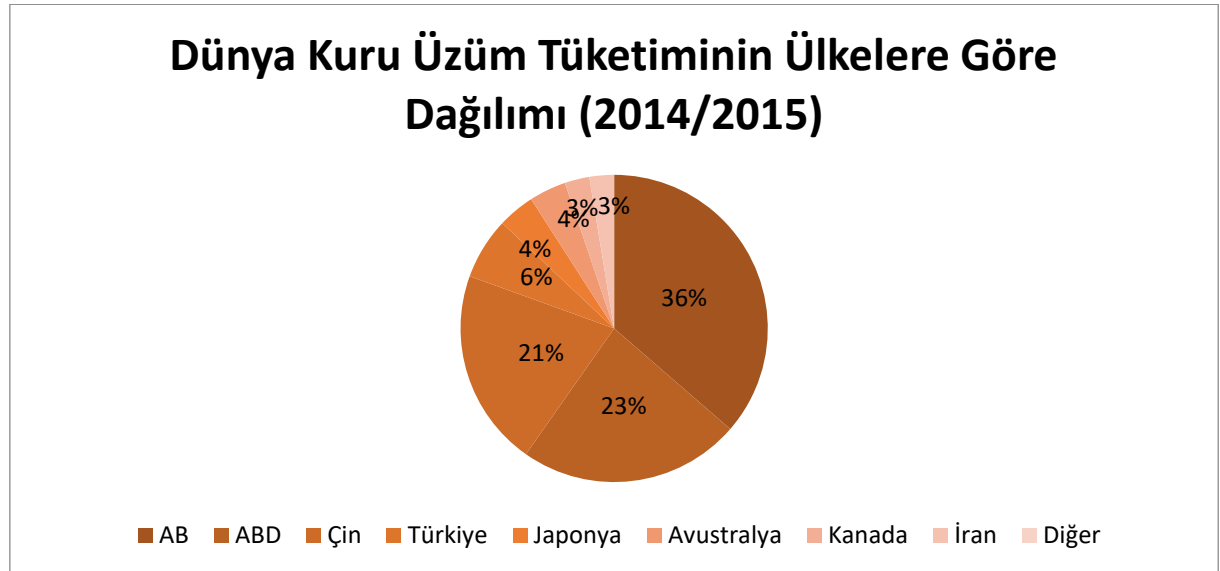
Son dönemlerde yapılan çalışmalara göre; ağırlığına bağlı olarak kuru üzüm ortalama %65 oranında fruktoz ve glukoz şekeri içermektedir. Ayrıca, kuru üzümde %3 protein ve % 3,5 diyet lifi bulunmaktadır.

Grafik 6: Dünya Kuru Üzüm Üretiminin Ülkelere Göre Dağılımı



USDA verilerine göre; dünya kuru üzüm üretimi 2000/2001 üretim sezonunda 1 milyon 96 bin ton iken, 2014/2015 üretim sezonunda yaklaşık %11 artarak 1 milyon 217 bin tona ulaşmıştır. 2014/2015 üretim sezonunda kuru üzüm üretiminin %26,3'ünü gerçekleştiren Türkiye 320 bin ton ile ilk sırada yer alırken, %25,6'sını gerçekleştiren ABD ise 311 bin ton ile ikinci sırada yer almaktadır. Bu iki ülke dünya kuru üzüm üretiminin %52'sini gerçekleştirmektedir. Sofralık üzüm üretimi ile dünya birincisi olan Çin ise üretimin %14,8'ini gerçekleştirerek 180 bin ton ile üçüncü sırada yer almaktadır. Kuru üzüm üretiminde ABD ile yarış halinde olan Türkiye'de 2009/2010 ve 2013/2014 üretim sezonlarında, Çin'de 2010/2011 ve 2011/2012 üretim sezonlarında ve İran'da ise 2008/2009 üretim sezonlarında önemli ölçüde düşüş olduğu görülmektedir. Kuru üzüm üretiminde iklim değişikliklerine bağlı olarak büyük artışlar ya da önemli ölçüde düşüşler görülebilmektedir.

Grafik 7: Dünya Kuru Üzüm Tüketiminin Ülkelere Göre Dağılımı



Kaynak: USDA, 2015

USDA verilerine göre; dünya kuru üzüm tüketimi 2000/2001 sezonunda 941 bin ton iken 2014/2015 sezonunda yaklaşık 0,2 kat artarak 1 milyon 171 bin tona ulaşmıştır. 2014/2015 sezonunda dünya kuru üzüm tüketiminin %28,4'ünü gerçekleştiren AB, 333 bin ton tüketim ile ilk sırada yer alırken %18'ini gerçekleştiren ABD, 211 bin ton ile ikinci sırada yer almaktadır. Sofralık üzüm üretimi ile dünya birincisi olan Çin, tüketimin %16'sını gerçekleştirerek 187 bin ton ile üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye'nin ise %4,7 tüketimle dünya dördüncüsü konumunda olduğu görülmektedir.

Dünya üretim ve tüketim verileri incelendiğinde toplam kuru üzüm üretiminin yaklaşık 2/3'ünün üretici ülkelerin iç piyasasında tüketildiği görülmektedir. Mevcut üretimin 1/3'ü ise

ihracata konu olmaktadır. Buradan yola çıkarak kuru üzümün ticari değerin de yüksek olduğu görülmektedir.

- **Salamura Asma Yapağı**

Üzüm tanelerinin çok çeşitli kullanım alanlarının yanında, Türkiye’de asmanın yapraklarından da yararlanılmaktadır. Üretimi ve ihracatı giderek artış gösteren yemeklik asma yapağı ürünü, Türkiye’nin hemen hemen her yöresinde üretilen, bilinen ve yaprak sarma yemeğinin ana malzemesi olarak bilinen geleneksel bir gıda ürünüdür.

Taze asma yapağı uzun süre dayanmadığından, diğer zamanlarda da sarma yapağı ihtiyacının karşılanabilmesi için taze asma yapağı değişik yöntemlerle işlenerek dayanıklı hale getirilmektedir. Aşağıdaki şekilde taze asma yapağının nasıl salamura haline aldığını belirten süreç yer almaktadır.

Şekil 3: Salamura Asma Yapağı Üretim Akış Şeması



Taze asma yapağının bir takım ön işlemlerden (yıkama, ayıklama, haşlama, soğutma) sonra teneke kutu, cam kavanoz veya uygun özellikteki kaplara doldurulması, kapların hava almayacak şekilde (hermetik) kapatılması ve ısıtma işlemi uygulanması suretiyle yaprakların dayanıklı hale getirilmesidir. Uygulanacak ısıtma işleminin sıcaklık ve süresi ürünün asitlik düzeyi ve pH değeri ile doğrudan ilişkilidir. Genel olarak ürün pH’sı 4,5’in altında kaldığı için pastörizasyon (75-90 °C’de 5-20 dakika) işlemiyle istenilen steriliteye ulaşılmakta ve asma yaprakları dayanıklı hale getirilmektedir.

Yemeklik olarak kullanılan asma yapraklarında çeşit seçimi çok önemlidir. Şekil, kalınlık, tüylülük, dilimlilik gibi özellikleri bakımından asma çeşitlerinin yaprakları farklı özellikler gösterir. Bu nedenle her çeşidin yaprakları sarma yapımında kullanılmamaktadır. Yaprakların ince, az tüylü ve mümkün olduğunca dilimsiz bütün şekilli olması istenirken, kalın, tüylü ve fazla dilimli yapraklar tüketiciler tarafından beğenilmemektedir.

Diğer taraftan çeşit seçimi kadar yapağın hasat edileceği zaman da önemlidir. Vejetasyon başlangıcında yapılan yaprak alma omcaların (bağ kütüğü) zayıflamasına, geç dönemde yapıldığında ise yemeklik kalitesinin düşük olmasına neden olmaktadır. Bazı araştırmacılar, yaptıkları çalışmalarda yaprak hasadının, yapraklar tam büyüklüklerinin 1/3’ü ile 2/3’ünü aldıkları dönemde yapılmasının uygun olacağını belirtmişlerdir. Bugün ülkemizde salamura

asma yaprağı üretiminde en fazla tercih edilen ve bu konuda ön plana çıkan çeşitler; Ege Bölgesi'nde Sultani Çekirdeksiz, Tokat Yöresi'nde Narince ve Trakya Yöresi'nde Yapıncak çeşididir.

- **Pekmez**

Üzüm pekmezi; üzüm şirasının asitliğini azaltmadan elde edilen koyu kıvamlı bir gıda mamulüdür. Pekmez, kalori değerinin yüksek olması ile birlikte mineral maddeler bakımından da oldukça zengin bir ürün olarak kabul edilmektedir.

Tablo 7: Üzüm Pekmezinde Bulunan Fiziksel, Kimyasal ve Mineral İçerikler

Üzüm Pekmezinde Bulunan Fiziksel, Kimyasal ve Mineral İçerikler	
Bileşim Ögesi	
Suda çözünür kuru madde (%)	74.32
Toplam kuru madde (%)	77.12
pH	5.26
Titrasyon asitliği (%)	0.74
HMF (mg/kg)	2.11
Toplam şeker (%)	64.13
Glikoz (%)	32.38
Fruktoz (%) 31.75	31.75
Sakkaroz (%)	0
Protein(%) (F=6.25)	0
Toplam kül (%)	1,5
Mineral Maddeler (mg/100g)	
Fosfor (P)	78
Demir (Fe)	1.45
Bakır (Cu)	0.39
Çinko (Zn)	0.12
Potasyum (K)	929
Sodyum (Na)	33
Magnezyum (Mg)	73
Kalsiyum (Ca)	132

Türkiye’de üretilen üzüm pekmezleri çok çeşitli olup pekmez renk, kıvam ve tat baz alınarak birbirinden farklı ürünler olarak değerlendirilmektedir. Tat durumuna göre tatlı pekmez (pH 5.00-6.00) ve ekşi pekmez (pH 3.50-5.00) olmak üzere iki sınıfa; içerdiği hidroksimetil furfural (HMF) miktarına göre birinci sınıf (max. 25 pmm) ve ikinci sınıf (max. 50 pmm) olmak üzere iki sınıfa ve katılaştırılmış olup olmadığına göre katı pekmez ve sıvı pekmez olmak üzere iki tipe ayrılmaktadır.

Diğer yandan pekmez; üretildiği yörelere göre de sınıflandırılabilir. Örnek verilecek olursa Zile’de Zile pekmezi, Gaziantep’te Ağda, Kırşehir’de Çalma, Kahramanmaraş’ta Masara olarak farklı pekmez türleri ile karşılaşmak mümkündür.

Üzüm pekmezi, Türkiye'nin her bölgesinde üzüm yetişmesine paralel olarak hemen hemen her bölgede üretimi yapılan bir üründür. Özellikle kırsal bölgelerde daha yaygın olarak üretimi yapılmaktadır. Pekmezin üretim süreci; üzümün sırasıyla aşağıdaki uygulamalardan geçirilerek pekmez haline getirilmesiyle gerçekleştirilmektedir.

Şekil 4: Pekmez Üretim Akış Şeması



Üzüm pekmezi yapılırken taze ve kuru üzüm şirasının asitliğini azaltmadan tanen, jelatin ya da uygun enzimlerle durultulmaktadır. Ardından üretim tekniğine uygun olarak vakum altında veya açıkta koyulaştırılmaktadır. Elde edilen koyu kıvamlı veya bal, çöven, süt, süttozu, yumurta akı gibi maddeler ilave edilerek tüketilebilir bir gıda mamulü haline getirilmektedir.

Geleneksel yöntemlerle yapılan üretimde, sadece taze üzüm kullanılmakta ve koyulaştırma işleminin açık kazanlarda yapılması şeker kaynaklı sorunlara neden olmaktadır. Modern yöntemlerle üretimde ise hem taze hem kuru üzümün kullanılabilmesinin yanı sıra separasyon işlemlerinin makineler ile yapılması sayesinde şeker kaynaklı sorunlar yaşanmamaktadır.

- **Pestil**

Üzüm pestili; üzümün özsuyna nişasta ve un gibi katkı maddeleri katılarak koyulaştırılan ardından da levha halinde kurutulmaya bırakılarak elde edilen geleneksel bir gıda ürünü olarak tanımlanmaktadır. Pestilin içeriğinde bulunan üzüm ve nişasta bileşiminin demir, fosfat, potasyum ve magnezyum bakımından zengin bir karbonhidrat olduğu bilinmektedir.

Pestilin üretim süreci; üzümün sırasıyla aşağıdaki uygulamalardan geçirilerek pestil haline getirilmesiyle gerçekleştirilmektedir.

Şekil 5: Pestil Üretim Akış Şeması



Pestil batıda yaygın olarak bilinmeyen ve Türkiye'de üretilen, genellikle kış aylarında tüketmek için hazırlanan gıda ürünüdür. Enerji, vitamin ve mineral değeri yüksek olan pestil geleneksel bir gıda olarak tanımlanmaktadır.

- **Konserve**

Konserve; besinleri, besin değerlerini kaybetmeden saklamak için geliştirilmiş bir yöntemdir. İlk aşamada uygun olgunlukta hasat edilmiş meyve ve sebzeler tekniğine uygun olarak temizlenip ayıklanmakta ve haşlanmaktadır. Son yıllarda konserve yiyeceklere olan ilginin de artmasıyla birlikte taze olarak tüketilen ya da farklı şekillerde değerlendirilen meyve ve sebzelerin konserve olarak değerlendirildiği durumlar çoğalmaktadır. Tüm meyvelerde olduğu gibi üzüm de artık konserve şeklinde işlenerek değerlendirilmektedir. Konservelenen üzüm çoğunlukla fırın ve pastacılık başta olmak üzere unlu mamüller sektöründe kullanılmaktadır.

Üretim metodu olarak öncelikle üzümler temizlenmekte ve tanelerine ayrıldıktan sonra kavanozlara doldurulmaktadır. Şişeleme aşamasında genellikle cam kavanoz tercih edilmekle birlikte ekonomik açıdan daha uygun maliyette olan teneke kavanozlar da yaygın olarak kullanılmaktadır. Şişelenen üzümlere şeker, su ve sitrik asitten oluşan dolgu sıvı ilave edilerek kavanozun tepe boşluğuna buhar verilmektedir. Ardından 85°C’de yaklaşık 30 dakika pastörize edilmektedir.

- **Reçel**

Reçel; “Bir veya birkaç çeşit meyvenin püresinin veya pulpunun veya bunların karışımının, su ve şekerlerle uygun bir jel kıvamına getirilmiş karışım” olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte reçelin önemli bir gıda sanayi ürünü olarak görülmesi nedeniyle “ekstra geleneksel reçel”, “ekstra reçel” ve “geleneksel reçel” olarak farklı gruplandırmalar yapılmıştır. Ekstra geleneksel reçel; su ile bütün veya parçalı meyvelerin veya bitkilerin kök, yaprak, çiçek gibi yenilebilen kısımlarının şeker ilave edilerek veya edilmeden belirli kıvama getirilmiş, geleneksel reçele oranla daha fazla meyve veya bitki parçası içeren karışım için kullanılmaktadır. Ekstra reçel; bir veya birkaç çeşit meyvenin konsantre edilmemiş pulpunun, su ve şekerlerle uygun bir jel kıvamına getirilmiş, reçele oranla daha fazla meyve pulpu içeren karışımı ifade etmektedir. Geleneksel reçel; su ile bütün veya parçalı meyvelerin veya bitkilerin kök, yaprak, çiçek gibi yenilebilen kısımlarının şeker ilave edilerek veya edilmeden belirli kıvama getirilmiş karışımıdır.

Tüketiminin yaygın olması nedeniyle dünyada ve Türkiye’de birçok meyve ve sebzenin reçeli yapılmaktadır. Üzüm reçeli ise yaygın olarak tüketilen bir üründür.

Şekil 6: Reçel Üretim Akış Şeması



Reçel üretimi iki farklı şekilde yapılabilir. İlk olarak reçeli yapılacak meyve ve sebzeler şekerde bir süre bekletilmekte daha sonra kaynatılmaktadır. Alternatif bir üretim şekli de reçel yapılacak meyve ve sebzelerin reçel şurubu ile beraber kaynatılarak hazırlanmasıdır. Kaynama işleminin ardından tüketime hazır hale gelen reçel, hava almayacak şekilde paketlenerek satışa sunulmaktadır.

Endüstriyel reçel üretiminde son yıllarda yeni gıda işleme teknolojileri uygulanmaya başlanmış olup, pastörize dolum veya diğer ismi ile sıcak dolum olarak adlandırılan yöntemler sayesinde uzun raf ömrü, doğal bir tat ve görünüm, aroma bakımından zengin reçel üretimi mümkün hale gelmiştir.

- **Jöle**

Reçel, Jöle, Marmelat ve Tatlandırılmış Kestane Püresi Tebliği'ne göre; jöle, bir veya birkaç çeşit meyvenin sulu ekstraktlarının veya suyunun veya bunların karışımının şekerlerle uygun jel kıvamına getirilmiş karışımı ifade etmektedir. Ekstra jöle kavramı ise, bir veya birkaç çeşit meyvenin sulu ekstraktlarının veya suyunun veya bunların karışımının şekerlerle uygun jel kıvamına getirilmiş, jöleye oranla daha fazla meyve sulu ekstraktları veya meyve suyu veya bunların karışımını içeren karışımı olarak ifade edilmektedir.

Jöle; pektin ilave edilerek yapılan jöleler ve pektin eklemeden yapılan jöleler olmak üzere iki temel şekilde üretilmektedir. Pektin ilave edilmeden yapılan jöleler daha az şeker ihtiva etmekte ve yüksek meyve tadı vermektedir. Bu sebeple, jöle yapımında pektin oranı yüksek meyvelerin tercih edilmesi önemlidir. Özellikle üzüm başta olmak üzere elma, erik, ayva, limon gibi meyveler yüksek pektin içeriklerinden dolayı jöle üretiminde tercih edilir görülmektedir.

Jölenin üretim aşamaları reçel üretim aşamaları ile benzerlik göstermekle birlikte iyi bir jöle oluşumunda etkili olan faktörlerden biri de reçel üretiminden farklı olarak ortamın pH derecesi olup pH derecesi 3,5'in altına düştüğünde jöle sulanmaktadır. En iyi jöle 2,8–3,2 arasında elde edilebilmektedir çünkü pektin ağı en iyi bu dereceler arasında esnekleşebilmektedir. Buna ek olarak jölenin en iyi şekilde oluşması için şeker konsantrasyonunun %65 dolaylarında bulunması gerekmektedir.

- **Marmelat**

Marmelat kavram olarak turunçgiller başta olmak üzere farklı meyvelerden elde edilen pulp, püre, meyve suyu, sulu ekstraktların ve meyve kabuklarının tek başına ya da karıştırılarak su ve şekerlerle uygun jel kıvamına getirilmiş gıda maddesidir. Bazı kültürlerde yoğun olarak tüketilen bir gıda olmasına rağmen reçel ve jöle ürünleri ile benzerlik göstermektedir.

Marmelatlar; “geleneksel marmelat” ve “jöle-marmelat” olarak iki ayrı başlıkta sınıflandırılmaktadır. Geleneksel marmelat; meyve pulpu, püre, meyve suyu ve sulu ekstraktlarının veya bitkilerin kök, yaprak, çiçek gibi yenilebilen kısımlarının gerektiğinde şeker ve su ilave edilerek sürülme kıvamına getirilmiş bir karışımdır. Jöle-marmelat ise isteğe bağlı olarak çok ince dilimlenmiş az miktarda meyve kabukları dışında suda çözünmeyen madde içermeyen bir üründür.

- **Lokum**

Lokum; su, şeker, nişasta ve sitrik asit ile birlikte gerektiğinde çeşni maddeleri, kuru veya kurutulmuş meyveler ve benzeri maddelerin ilavesiyle tekniğine uygun olarak hazırlanan geleneksel bir Türk tatlısı olarak bilinmektedir.

Şekil 7: Lokum Üretim Akış Şeması



Lokum; elâstik bir dokuya sahip olmakla birlikte üretim aşamasında verildiği şekli korumaktadır, bu da lokuma özgü bir durum olarak değerlendirilmektedir. Günümüzde; sade, fındıklı, Antep fıstıklı, cevizli, bademli, Hindistan cevizli, portakallı, gül yapraklı, çilekli, limonlu lokumların yanı sıra kaymaklı, naneli, vanilyalı ve zencefilli lokumlar olarak pek çok çeşit lokum üretimi yapılmaktadır.

4.2.1.1.2. Yöresel Ürünler

Üzümden elde edilen ikincil ürünler olan ve yukarıda sıralanan ürünlerin dışında son yıllarda gıda sanayindeki gelişmelere paralel olarak üzüm; geleneksel metotlarla üretilen ve yöresel ürün olarak tanımlanan orcik, köfter, sucuk, köme, bulama ve ezme vb. gibi farklı şekillerde de değerlendirilmektedir. Özellikle son yıllarda geleneksel ürünlerin tüketimin popülerlik kazanmasıyla bu ürünlerin üretimi de artmaktadır.

- **Orcik**

Orcik; üzümünden yapılan diğer yöresel yiyeceklerden sucuk ve köme ile benzerlik taşımaktadır. Genellikle Kahramanmaraş, Gümüşhane, Elazığ, Artvin ve çevre illerinde üzüm şırası ve ceviz ile yapılan bir tatlı olarak bilinen orcik yöresel yiyecekler arasında sanayi ürünü olmaya elverişli bir ürün olarak göze çarpmaktadır.

İpe dizilmiş cevizin bir veya daha fazla kez kaynamakta olan şıraya batırılıp çekilmesinden sonra asılıp kurutulması ile elde edilmektedir. Şıraya batırma miktarına göre kalınlığı değişmekte olup ipe ceviz yerine yeşil fıstık, badem, fındık vb. ürünler de dizilerek ürün

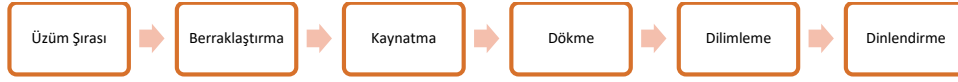
çeşitliliği yaratılmaktadır. Orciğin rengi, siyaha yakın olan pekmez kahverengisidir ve ürünlerin birbirine yapışmaması için dışına nişasta da sürülmektedir. Orcik geleneksel bir ürün olarak görülürken son yıllarda üretildiği yörelere özgü bir yiyecek olarak büyükşehirlerdeki pazarlara da sürülmektedir. Fabrikalarda pekmez yerine glikoz veya sakkaroz bazlı şıralar kullanılarak yapılan türleri de bol miktarda üretilmektedir. Ancak bu sanayi ürünleri doğal olanlar kadar talep görmemektedir.

Diğer yandan fabrikada üretilen orcik için farklı bir yol izlenirse de daha sistematik bir süreç bulunmaktadır. İpe dizilmiş olan cevizler, gruplar halinde herleye daldırılmakta daha sonra herleli cevizler orcik çubuğuna ayrı ayrı dizilmektedir. Herle yarı akışkan bir madde olduğundan daldırmadan sonra cevizlerden herle akmaya devam etmektedir. Bu nedenle çubuğa dizilen herleli cevizler belli bir süre daldırma kazanının tekne bölümünde bekletilmekte herle akışkanlığını yitirdikten sonra kromdan yapılmış yaklaşık 1 metre boyundaki çubuğa dizilen herleli cevizler, tekerlekli orcik tezgâhına yerleştirilmektedir. Orcik tezgâhına yeterli sayıda herleli ceviz yerleştirildikten sonra kurutulmak üzere sera veya özel ısıtma sistemine sahip odalara nakledilir. Kurutmada sıcaklık, nem ve havalandırma çok önemlidir. Bunun için kurutma odasının iyi bir ısıtma ve havalandırma sistemine sahip olması gerekir. Kurutmanın yapıldığı sera veya odaların tavanlarında nem birikintisine imkân verilmemelidir. Aksi takdirde tavanda yoğunlaşan su buharı ürünlerin üzerine düşmesi halinde küflenme ve bozulmaları hızlandırmaktadır. Kurutma odasının ısısı 40-65 °C arasında olmalı ve hava akımının hızı odanın büyüklüğüne göre ayarlanmalıdır. Birinci kurutma genellikle 48 saat kadar sürmekte ve bu süre bazen yeterli görülmemektedir. Yatırım maliyeti yüksek olan seralarda yapılan kurutma, oda şartlarındaki kurutmadan çok daha ekonomiktir. Birinci kurutma sonunda orcik büküldüğünde kırılma sesi çıkarak bölünüyorsa kurutma yeterlidir. Kurutmanın iyi yapılmaması halinde orciğin içindeki cevizlerde erken küflenme sorunu ortaya çıkabilir. Diğer daldırma ve kurutma süreçleri ise 10-24 saat arında değişmektedir. Fabrikanın teknoloji kullanımına bağlı olarak orcik üretiminin toplam süresi 4 ile 6 gün arasında değişmektedir.

- **Köfter**

Köfter; genellikle kış aylarında tüketilen ve besin değeri yüksek olan yöresel bir ürün olarak bilinmektedir. Pekmez toprağı ile asitliği giderilen üzüm şırasına un ya da nişasta ilave edilerek ateşte pişirilen ardından da kurutulup dilimlenerek yüzeyi şekerlendirilen geleneksel bir tatlıdır. Köfterin diğer üzüm ürünleri gibi modern anlamda üretimi yapılmamakla birlikte daha çok kırsal alanlarda geleneksel metotlarla üretilmektedir.

Şekil 8: Köfter Üretim Akış Şeması



Yukarıda üretim akışı verilen köfter; ezme ve sıkma işlemlerinden sonra elde edilen şıra, pekmez toprağı ile 5 ile 10 dakika arasında kaynatılarak kestirilmektedir. Ardından süzülerek berraklaştırılmaktadır. Berraklaştırma işlemi uygulanan şıra bir kazanda kaynatılırken akabinde başka bir kazanda ılık şıra içinde irmik ve un çözündürülmektedir. 10 litre şıraya yaklaşık 1 kilogram irmik ve un katılmakta ve bu karışım 20 dakika boyunca düzenli aralıklar ile karıştırılmaktadır. Elde edilen köfter tepsilere dökülerek minimum 12 saat dinlenmeye alınmaktadır. Ardından dilimlenmekte ve dilimlenen köfterler kurutulmaya bırakılmaktadır.

- **Ezme/Bulama**

Ezme ve bulama; bir çeşit pekmezli besin olarak adlandırılmakla birlikte, tahta kutularda donmuş olarak satışa sunulmaktadır. Çoğunlukla kahvaltılık bir besin olarak tüketilen ezme/bulama, üzüm şırasının kaynatılması ile elde edilen koyu bir pekmez çeşidi olarak değerlendirilebilir.

- **Gencer Macunu**

Nazilli Yöresi ve çevresinde Kurban Bayramı ve Ramazan Bayramı'nın son günü büyük kazanlar içinde yapıp satılmakta, içeriğinde üzüm suyu ve şeker bulunan beyaz ve akışkan bir macun olmakla birlikte yöreye özgülüğünü korumaktadır.

- **Köme**

İçeriğinde; bal, şeker, üzüm şırası, süt, un, çeşidine göre ceviz, fındık, Antep fıstığı, yer fıstığı, badem bulunan ve pestilin içerik olarak geliştirilmesi ile ortaya çıkmış bir yiyecektir. Geleneksel metotlarla köme yapımının ilk aşamasında cevizler ipe dizilmekte ve akabinde herle hazırlanmaktadır. Köme yapımında dört kez daldırma ve kurutma işlemi uygulanmaktadır. Her daldırma ve kurutma işleminin arasında sıcaklığa ve neme bağlı olarak minimum 2 gün bekleme süresi olduğu düşünüldüğünde geleneksel metotlarla üretim yaklaşık olarak 10 gün sürmektedir. Daldırma ve kurutma işlemlerinin ardından paketleme işlemi uygulanmakta ve ürün piyasaya arz için hazır hale gelmektedir.

- **Dilme**

Özellikle Gaziantep Yöresi'nde üzümlerin ezilip suyunun çıkartılması, büyük kazanlarda kaynatılması ve belli başlı aromaların karıştırılmasıyla yapılan bir tatlı türüdür. Dilme, en az 5-6 defa filtrelenerek topraktan temizlenen üzüm suyu sayesinde temizliğini ve doğallığını yıllarca korumaktadır.

- **Bastık/Muska/Sarma**

Pestilin arasına ceviz, badem, fındık, fıstık ezmesi gibi ürünlerden herhangi biri veya birkaçı konularak belirli şekillerde katlanması ile elde edilen ürünlerdir. Bastık dikdörtgen; muska üçgen; sarma ise silindir şekli verilerek piyasa sürülmektedir. Bu ürünler farklı isimler ile adlandırılrsa da muhteviyatlarında benzer hammaddeler kullanılmakta ve üretim akışları paralel ilerlemektedir.

- **Sucuk**

Sucuk; üzüm şirasının un ve nişasta katılıp kaynatılmasıyla hazırlanan, pestilden daha kıvamlı olacak şekilde koyulaştırılan pelteye, ipe dizilmiş ceviz, badem, fıstık ve fındık gibi kuru yemişlerin birkaç kez batırılmasıyla ve kurutulmasıyla elde edilen ürün olarak tanımlanmaktadır. Sucuk üretiminde genellikle ceviz tercih edilmekle birlikte ürün yöreye göre farklı adlandırılabilir. Sucuk

- **Günbalı**

Pekmez benzeri bir ürün olan günbalı; halk arasında gün veya çubuk balı olarak adlandırılan ve hammaddesi üzüm olan yöresel bir yiyecektir. Günbalı, pekmezden ince nüanslar ile ayrılmasına rağmen pekmeze kıyasla besin değeri daha yüksek bir ürün olarak görülmektedir. Kestirme işlemine dek pekmez ile aynı üretim akışı izlenerek kestirme işleminden sonra elde edilen berrak şıra, kazanlarda düşük ısıda pekmeze göre daha kısa sürede konsantre edilmektedir. Konsantre edilme aşamasının kısa sürmesi ve rengin çok değişmemesi ürünün adına uygun olarak gün rengine sahip olmasını sağlamaktadır. Son olarak geniş yüzeyli ve derinliği az kaplara alınarak üzerleri tülbent ile kapatılmakta ve güneş altında koyulaştırılmaktadır.

4.2.1.2. İçecekler

Üzümden elde edilen içecekler ele alındığında bu ürün grubunu “alkollü içecekler” ve “alkolsüz içecekler” olarak iki üst sınıflandırmada incelemek gerekmektedir. Bu bağlamda da ilk olarak alkollü içecekler sınıfında dünya genelinde yaygın olarak üretimi yapılan alkollü içeceklerden şarap, düşük alkollü kabarcıklı içkiler, rakı (suma), kanyak ve likör ele alınırken; alkolsüz içecekler sınıfında hem dünya genelinde yaygın olarak üretimi yapılan hem de yöresel ürün olarak değerlendirilen içeceklerden üzüm suyu, üzüm suyu konsantresi, şıra, hoşaf, komposto, hardaliye ve Koruk suyu/şerbeti ele alınmaktadır.

4.2.1.2.1. Alkolsüz İçecekler

Üzümün hemen hemen dünyanın tüm bölgelerinde yetiştirilebilir bir bitki olması suyunun da çeşitli şekillerde değerlendirilmesine fırsat tanımıştır. Öyle ki üzümünden üretilen alkolsüz içeceklerin dünya genelinde kabul görmüş ya da yöresel olarak üretimi yapılan pek çok çeşidi bulunmaktadır. Bu başlık altında hem dünya genelinde yaygın olarak üretimi yapılan içeceklerden üzüm suyu ve üzüm suyu konsantresi gibi kabul görmüş içecekler hem de yöresel ürün olarak değerlendirilen içeceklerden şıra, hoşaf, komposto, hardaliye ve Koruk suyu/şerbeti ele alınmaktadır.

• Üzüm Suyu

Üzümün uzun bir geçmişi olmasına paralel olarak üzüm suyunun üretimi de çok eskilere dayanmaktadır. Kısa süreli tüketim amacıyla geleneksel ve az miktarda olmak üzere evlerde üretimi yapılmaktayken günümüzde üzümün sağlık üzerine olumlu etkilerinin ön plana çıkmasıyla modern metotlarla ve fazla miktarda üretimi yapılmaktadır. Üzüm suyunun üretim süreci; üzümün sırasıyla aşağıdaki uygulamalardan geçirilerek üzüm suyu haline getirilmesiyle gerçekleştirilmektedir.

Şekil 9: Üzüm Suyu Üretim Akış Şeması



Üzüm suyu geçmişten bu güne üretilen bir içecek olmasına rağmen günümüzde diğer meyve sularına kıyasla üretimi daha düşük seviyelerdedir. Bu durumun temel nedeni ise diğer meyve sularının daha çok tercih edilmesi ve üzüm kaynaklı diğer ürünlerin (şarap, kuru üzüm, pekmez vb.) fazla miktarlarda üretilmesi olarak görülmektedir.

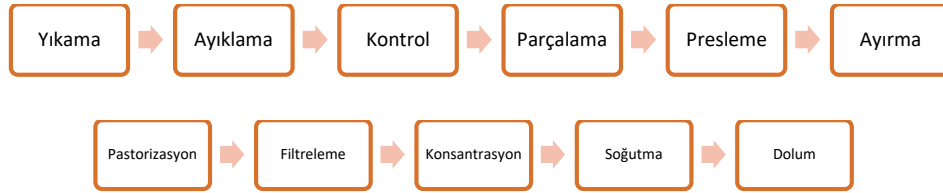
Öyle ki Türkiye’de üretilen meyveler içinde üzüm ilk sıralarda yer alırken üzüm suyunun meyve suyu sanayi içindeki payı %2 olarak belirtilmektedir (*MEYED/Meyve Suyu Endüstrisi Derneği, 2014*). Bununla birlikte üzümün Türkiye’nin tarım kültüründe önemli bir yeri olmasına ve oldukça yoğun bir üzüm üretimi olmasına rağmen üzüm suyu tüketimi de düşüktür. Bu bağlamda üzüm suyu üretiminin tüketime bağlı olarak düşük olduğu çıkarımı yapılabilir.

Diğer yandan üzüm suyunun diğer meyve sularına oranla daha fazla şeker içermesi de üzüm suyu tüketimini sınırlamaktadır. Ancak bu olumsuz etkenin tolere edilmesi için üzüm suyunun şeker yerine diğer meyve sularına karıştırılması yöntemi uygulanabilir. Veyahut üzüm suyundaki şeker/asit oranında düzenleme yapılarak içeriğine karbondioksit takviye edilerek üzüm suyunun tercih edilebilirliği artırılabilir.

- **Üzüm Suyu Konsantresi**

Üzüm suyu konsantresi; sağlam, olgun, taze ve temiz siyah üzümlerden yıkama, seçme, ayıklama, öğütme ve presleme işlemleri sonucunda elde edilen üzüm suyunun durultma, filtrasyon ve evaporasyon (yoğunlaştırma, suyun uçurulması) işlemlerine tabi tutularak istenilen konsantrasyona getirilmesi ile elde edilen son ürün olarak tanımlanmaktadır. Üzüm suyu konsantresi karakteristik doğal siyah üzüm tadındadır ve yabancı herhangi bir tat ve koku içermemektedir. Üretimi yapılan üzüm suyu konsantresi, üretim tesisinin teknik olanakları ve müşteri talebine bağlı olarak aseptik veya soğuk dolum yolu ile çeşitli hacimlerde metal veya plastik varil, polikarbonat bidon veya gıda tankerlerine aktararak uygun koşullarda depolanmaktadır.

Şekil 10: Üzüm Suyu Konsantresi Üretim Akış Şeması



Üzüm suyu konsantresinin üretiminde özellikle sermaye yoğun teknolojiler ön plana çıkmaktadır. Yani modern, sağlıklı ve otomatik olan modern teknolojiler üretimde tercih sebebi olarak görülmektedir. Türkiye Meyve Suyu Endüstrisi'nin 2014 yılı verilerine göre; vişne, kayısı, şeftali, elma, portakal ve nardan sonra en çok tercih edilen meyve suyu olduğu görülmektedir. Buradan yola çıkılarak üzüm suyu konsantresinin pazar potansiyelinin de oldukça geniş olduğu söylenebilir.

- **Şıra**

Şıra, üzüm suyunun kaynatılmasından elde edilen geleneksel bir Türk içeceği olarak tanımlanmaktadır. Bağcılık yönünden zengin bir ülke olarak kabul edilen Türkiye'de özellikle Osmanlı döneminde teşvik edilen ve günümüze kadar da geliştirilerek gelen şıra, özellikle üzümün hasat mevsimi olan Eylül ve Ekim aylarında yapılmakta ve tüketilmektedir. Şıra, salt manasıyla mayalanmış taze üzüm suyudur ki olgunlaşmış üzümden farklı metotlarla şıra elde edilebilmektedir. Geleneksel metotlar ile üretilen ve taze olarak tüketilen şıra, çeşitli elementleri içerdiği için önemli bir besin maddesi olarak kabul görmektedir. Taze üzüm şirasında ortalama, % 70-80 su, % 12-25 şeker, % 0,12-0,15 pektinler, % 0,02-0,04 tanen, % 0,9-1,5 organik asitler (tartarik, elma asidi), % 0,12-0,5 azotlu maddeler, % 0,3-0,5 kül, enzimler ve B1 vitamini bulunmaktadır. Ayrıca şırada az miktarda anorganik (litrede 0,1-0,3 mg) ve çok miktarda organik asitler bulunmaktadır.

Şıra genel olarak dökülgen üzümünden yapılmaktadır. Şıra yapılırken önce üzümün çürük kısımları alınmakta ve yıkanarak demir süzeklerde süzülmemektedir. Suyu süzülen üzüm daha sonra üzüm teknelerine yerleştirilerek üzerine şıra toprağı denilen ak toprak serpilmemektedir. Daha sonra üzümün tepeleme işlemine geçilerek dikkatlice ve sistematik bir şekilde ayak ile üzümler tepelenmemektedir. Tepeleme işleminde ezilen üzümlerin suyu, teknenin musluğu altında bulunan kaba dökülmektedir. Dökülme esnasında alta süzek konularak üzüm suyu süzülerek kaplara alınmakta ve bu kaplardaki üzüm suyu kazanlara aktararak ve kuvvetli ateşte kaynatılmaktadır. Bu işlem önem arz etmemektedir çünkü şıranın durulduğunda şeffaf olmasını sağlayan nokta tam olarak bu aşamadır. Son olarak kaynamış topraklı şerbet kalaylı bakır kaplara aktararak toprağın dibe çökmesi sağlanmamaktadır.

Şıranın bozulmadan saklanması için pastörize edilmesi gerektiğinden şıra havasız fıçılarda bekletildiğinde, gaz habbeleri ve köpük meydana gelerek mayalanmakta ve şaraba dönüşmemektedir. Bu durumdaki şırada şeker azalır, ispiro çoğaldığı için, tadı şekerliyken, keskin ve yakıcı olmaktadır. Şıra kaynatılıp içine pekmez toprağı konursa da pekmez haline gelmemektedir. Bu noktada şarap ve pekmez gibi üzümünden elde edilen temel içeceklerin ve yiyeceklerin özünde şıranın olduğu söylenebilir.

- **Hoşaf/Komposto**

Hoşaf; kuru meyvelerle yapılan bir tür şerbet olarak tanımlanmakla birlikte şerbetin taneli ve daha şekerli olan türü olarak görülmektedir. Ana malzemesi; şeker, su ve kuru üzüm olan hoşaf yapımında kuru üzümün yerine taze üzüm tercih edilirse ortaya çıkan ürün komposto olarak adlandırılmaktadır.

Hoşaf ve komposto için çekirdeksiz olan sultani çeşidi en çok tercih edilen üzüm çeşidi olarak bilinmemektedir. Üretimi yapılacak üzüm; saplarından ayrıldıktan sonra çürük ve ezik ürünlerden ayrılması için ayıklama işlemine alınmamaktadır. Ardından ayıklama ve seçme işlemleri uygulandıktan sonra ise kararmayı engellemek amacı ile ürünler suda bekletilerek yıkama işlemi uygulanmamaktadır. Büyük bir tencereye hoşaf veya komposto için su koyulmakta ve içeriğine şeker eklenmemektedir. Şekerin suda homojen hale gelmesiyle de kuru veya taze üzümler karışıma eklenmemektedir. Kaynatma işlemi suyun içindeki üzümler hafif çatlayana kadar devam etmemektedir. Ürün çeşitliliğine bağlı olarak tarçın ya da karanfil eklemesi yapılarak üretim süreci sonlandırılmaktadır.

- **Hardaliye**

Kırklareli ve çevresinde olgunlaşmış yaş üzümünden yapılan alkolsüz bir içecek türü olarak bilinen hardaliye; üzüm suyuna ilave edilen hardal tohumu ile laktik asitin fermente edilmesi sonucu elde edilmektedir.

Hardaliye yapımında ilk olarak üzümler saplarından ayrılmakta ve taneler zedelenmeden yıkanmaktadır. Yıkanan üzümler meşe bir fiçinin tabanına yerleştirilip üzerine bir kat taze vişne yaprağı ve parçalanmış siyah hardal tohumu döşenmektedir. Hardal üzüm sırasının şarap ya da sirkeye dönüşmesini engellemektedir. Bu aşamadan sonra belirli periyotlarda fiçinin altındaki musluklardan sıra alınıp yeniden fiçinin üzerine dökülerek bir devinim sağlanmaktadır. Bu işlem sırasında da laktik asit fermantasyonu gerçekleşmektedir. Yaklaşık 20 günlük sürecin sonunda ise hardaliye süzülerek tortusundan ayrılmakta ve içecek haline gelmektedir.

Yapımında papazkarası cinsi olgunlaşmış yaş üzüm, vişne ve ayva yaprağı, kırılmış siyah hardal tohumu kullanılmaktadır. Kendine özgü bir tadı ve kokusu bulunan hardaliyenin bu özelliklere sahip olmasının nedeni de renkli ve aromalı üzüm çeşitlerinin kullanılmasındandır. Fermente bir içecek olmasına rağmen içine konulan hardal tohumları alkol oluşumunu engellediğinden bu şekilde damıtılmadan alkolsüz bir üzüm içkisi olarak tüketilmektedir.

- **Koruk Suyu/Ekşisi/Şerbeti**

Olgunlaşmamış üzümleri ezip suyunu çıkartarak elde edilen oldukça ekşi, asitli bir içecektir. Ortaçağ Avrupası'nda, özellikle de Batı Avrupa'da en yaygın içeceklerden biri olan koruk suyu, o dönemde eski Fransızcadaki biçimi ile “vertjus” olarak anılmıştır. Çoğu zaman tadını değiştirmek için içine limon ve çeşitli baharatlar atılmakta ve yemeklerde tat verici olarak kullanılmaktadır. Koruk suyu; Türkiye’de özellikle Ege Bölgesi’nde bağcılık ile uğraşan aileler tarafından butik olarak üretilmektedir ve genellikle salatalarda ve yemeklerde sos olarak kullanılmaktadır. Koruk suyu salt sos olarak kullanılmakla birlikte kaynatılarak “Koruk Ekşisi” adı verilen konsantre bir ürün de üretilmektedir. Koruk ekşisi, Türkiye’de nar ekşisi olarak bilinen sosa yakın bir ürün olarak görülmektedir. Ayrıca Koruk suyuna şeker ve su ilave edilerek “Koruk Şerbeti” adı verilen içecek de yapılmaktadır.

Koruk suyu üzerinden üretimi yapılan bu üç farklı ürün de butik olarak üretilmektedir ancak yöresel ürün olarak değerlendirilip bu ürünlerin ticarileştirilmesi söz konusu olabilir.

4.2.1.2.2. Alkollü İçecekler

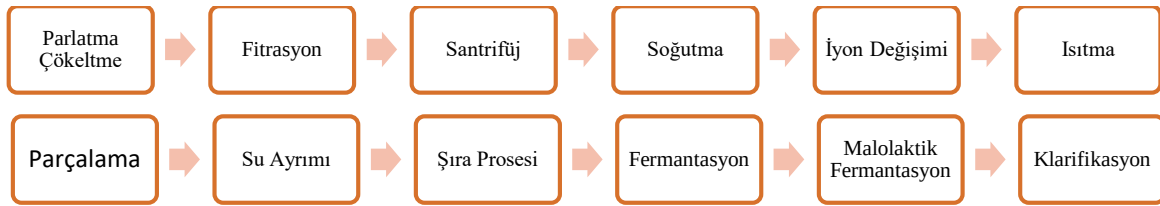
Fermente edilmiş ya da damıtılmış alkollü içeceklerin içeriğinde bitkiler çoğunlukla da meyveler tercih edilmektedir. Arpa, çavdar, mısır, buğday, pirinç, patates, şeker kamışı, elma,

armut, erik ile birlikte; armut ve elma dışındaki meyveler grubunda yer alan üzüm alkollü içecek üretiminde öne çıkan bitkilerdir. Üzüm ve alkollü içecek ilişkisi ele alındığında ilk akla gelen ürün şarap olsa da üzümünden elde edilen alkollü içkilerin sayısı oldukça fazladır. Rakı, kanyak, likör başta olmak üzere düşük alkollü kabarcıklı içkiler sınıfında yer alan üzüm gazozu, Chicha, Asti-Spumante, üzüm birası, %3-5 derece alkollü içecekler, şarap kokteylleri de üzümünden elde edilen alkollü içecekler sınıfında yer almaktadır. Alkollü içecekler, etanol içeren içecekler olup bira, şarap ve likörler; dünyada yaygın olarak tüketilen türlerdendir. Buradan yola çıkılarak bira, şarap ve likör içeriğinde hammadde olarak kullanılan üzümün alkollü içecek piyasasında önemli bir yeri olduğu bilinmektedir.

- **Şarap**

Şarap; taze üzümün etil alkol ile fermente edilmesi ile elde edilen ve ortalama %10-13 alkol içeren bir içecek olarak tanımlanmaktadır. Üzüm suyunun mayalanarak şeker ile birleşmesi ve aşamalı olarak şekeri tüketerek alkole dönüşmesinden oluşmaktadır. Mayalanma işlemi tamamlandığında üzüm suyu şaraba dönüşmektedir.

Şekil 11: Şarap Üretim Akış Şeması



Şaraplar görünüm itibariyle kırmızı, beyaz ve pembe olmak üzere üç gruba ayrılırken; şeker içeriğine göre ise yine sek, yarı tatlı ve tatlı olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. İlk olarak renk bazlı gruplandırma ele alınacak olursa üzüm çeşidinin rengi bu gruplandırmanın temelini oluşturmaktadır. Diğer yandan şeker içeriği baz alınan gruplandırmada ise şarap yapımında kullanılan alkol oranı gruplandırmanın özünü oluşturmaktadır.

Şarap, üzümün hammadde olarak kullanıldığı ürünler arasında katma değeri en yüksek olan ürün olarak değerlendirilmektedir. Dünyada toplam 7 milyon 647 bin 743 hektar alanda bağcılık yapılmakta ve yıllık yaklaşık 65-66 milyon ton üzümün büyük çoğunluğu şarap üretiminde kullanılmaktadır. Türkiye'de ise 530 bin hektar bağ alanından elde edilen yaklaşık 110 bin tonluk üzüm, şarap üretiminde kullanılmaktadır. Buna ek olarak Türkiye'de 22 adet yerli ve 12 adet yabancı kökenli şaraplık üzüm çeşidi yetiştirilmektedir.

Tablo 8: Türkiye’de Şaraplık Üzüm Üretimi Yapılan Bölgeler ve Yetiştirilen Üzüm Çeşitleri

Türkiye’de Şaraplık Üzüm Üretimi Yapılan Bölgeler ve Yetiştirilen Üzüm Çeşitleri			
Bölge	İl	Kırmızı Şaraplık Üzüm Çeşitleri	Beyaz Şaraplık Üzüm Çeşitleri
Ege Bölgesi	Denizli, İzmir, Manisa, Çanakkale	Boğazkere, Öküzgözü, Kalecik Karası, Cabernet Sauvignon, Merlot, Sirah	Bornova Misketi, Chardonnay, Sauvignon Blanc, Sultaniye
Marmara Bölgesi	Tekirdağ, Edirne	Papazkarası, Adakarası, Cabernet Sauvignon, Merlot, Sirah, Cinsaut, Gamay	Semillon, Chardonnay, Sauvignon Blanc, Riesling
Akdeniz Bölgesi	Antalya (Elmalı)	Boğazkere, Kalecik Karası, Cabernet Sauvignon, Acıkara, Malbec	Sauvignon Blanc, Chardonnay
Güneydoğu Bölgesi	Diyarbakır	Boğazkere	
Orta ve Doğu Anadolu Bölgesi	Tokat, Elazığ, Amasya	Boğazkere, Öküzgözü, Merzifon Karası, Cabernet Sauvignon, Merlot, Sirah	Narince
Kuzey Anadolu Bölgesi	Ankara (Kalecik)	Kalecik Karası	
Güney Anadolu Bölgesi	Nevşehir		Emir

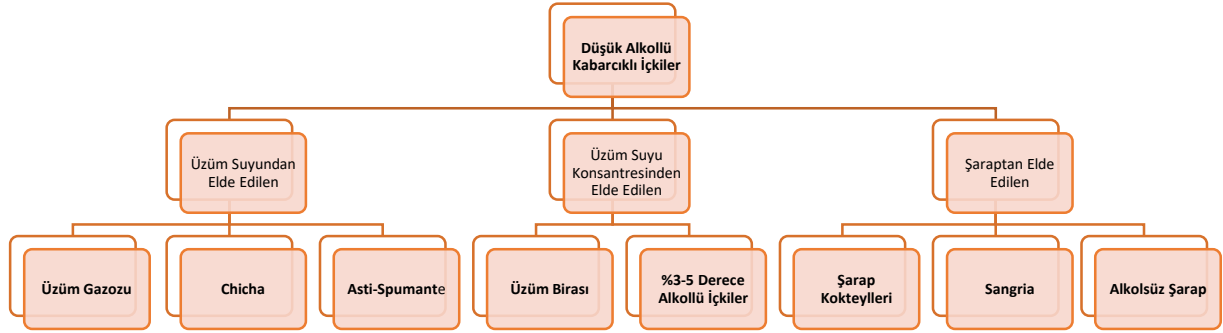
Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı TAPGM, “Bağcılık Vizyon 2023 Eylem Planı, 2013.

2016 yılı itibariyle dünyada üretilen üzümün yaklaşık %70’i şarap olarak değerlendirilirken; Türkiye’de bu genellemeye aykırı olarak üretilen üzümün sadece %2,7’si şarap olarak değerlendirilmektedir. Bu durumun sebebi; bağcılık ve şarap sektöründe öne çıkan Fransa, İtalya ve İspanya gibi ülkelerin dünya şarap piyasasını kontrol eder durumda olması ve Türkiye’nin henüz dış rekabete hazır bir şarap üretimi olmaması olarak kabul edilmektedir.

- **Düşük Alkollü Kabarcıklı İçkiler**

Alkol oranı şaraba göre daha düşük olan, meyve tadı ve aroması belirgin olarak hissedilen, genellikle de karbondioksit içeren düşük alkollü kabarcıklı içkilerdir. Bu tür düşük alkollü ve gazlı içecekler genel olarak ilgi görmekte, ancak şeker içeriklerinin yüksek olması bazı tüketicilerce olumsuz karşılanmaktadır. Bu nedenle; bu tür içkilerin üretiminde şeker miktarının azaltılması önemli bir işlem olarak ortaya çıkmaktadır. Üzümden elde edilen düşük alkollü içkileri kullanılan hammaddeye göre üç grup altında toplamak mümkündür.

Şekil 12: Düşük Alkollü Kabarcıklı İçkiler Sınıflandırması



Öncelikle üzümler ezilerek sıkma sonucu elde edilen şıra ile kendi halinde ayrılan şıra karıştırılmaktadır. Daha sonra karışım santrifüj ve filtreden geçirilerek berraklaştırılmaktadır. Berrak haldeki şıra ısı değiştiriciden geçirilerek soğutulmakta ve kısmen dondurulmaktadır.

Schnapps (Almanya), Sangria (İspanya), Chicha (Güney Amerika) ve Asti-Spumante (İtalya) en çok bilinenleri olmakla birlikte dünyanın hemen hemen her ülkesinde benzer özelliklerde düşük alkollü kabarcıklı içkilerin üretimi yapılmaktadır.

• Rakı (Suma)

Türkiye’de üzümünden elde edilen en yüksek alkollü içki olarak bilinen rakı; coğrafi işaret belgesine sahip ve dünyadaki benzeri ürünlerden farklı olduğu için son yıllarda ihracatı oldukça artan bir ürün olarak görülmektedir. 2003 yılına dek devlet tekeline olan üretim; aynı yıl çıkan özelleştirme yasasıyla hatırı sayılır derecede artmıştır. Öyle ki yeni üreticilerin pazara dâhil olması, üretimdeki rekabeti arttırmış ardından da ürün çeşitliğini olumlu yönde etkilemiştir.

Genellikle Ege Bölgesi’nde yoğunlaşan işletmelerde en çok talep gören üzüm çeşitleri; sultani, dimrit, razakı, Tarsus beyazı, yapıncak ve horozkarası olarak bilinmektedir. Rakı üretiminde hem yaş hem kuru üzüm kullanılabildiği için işletmeler hammaddeyi sadece hasat döneminde değil yılın farklı dönemlerinde de temin edebilmektedir.

Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu, 2014 yılında Türkiye’de üretilen rakı miktarını 44,6 milyon litre olarak belirlemiştir. 1 litre suma elde etmek için, 12 kg taze üzüm ya da 3 kg kuru üzüm kullanıldığı düşünülürse; 2014 yılında Türkiye’de üretilen üzüm miktarının yaklaşık olarak %4’ü, yani 190.000 tonu rakı üretiminde kullanılmıştır.

• Kanyak

Dünyadaki bağcı ülkelerde elde edilen bir diğer önemli alkollü içecek kanyak olarak bilinmektedir. Fransa’ya özgü olarak kabul edilen bu alkollü içkinin, dünyanın diğer

bölgelerinde de benzeri ürünler üretilmektedir. Örneğin; Türkiye'nin Çanakkale Tekel Kanyak Fabrikası'nda üretilen Tekel Konyağı da gerçek kanyak olarak değerdendirilmemektedir.

- **Likör**

Likör; alkol, su, meyve özü, esans ve şeker karışımıyla yapılmakta ve mayalanma sürecine bırakılmamaktadır. Üzüm de likör yapımında tercih edilen bir aroma olarak kabul edilmektedir.

4.2.1.3. Ek Gıda Maddeleri

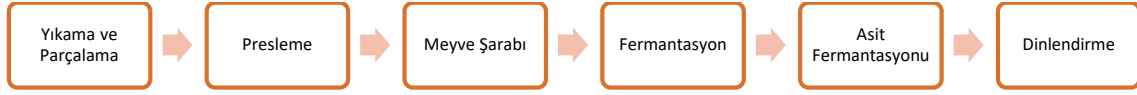
Üzümün doğrudan bir gıda maddesi haline getirilerek kullanılmasının yanı sıra gıda maddelerine ek tamamlayıcı olarak kullanıldığı durumlar da oldukça yaygındır. Üzümden elde edilen ek gıda maddelerinde genellikle su, posa ve çekirdekten elde edilen ikincil ürünler ile karşılaşmaktadır. Buradan yola çıkarak ek gıda maddeleri başlığı altında sirke, gıda renklendiricisi, çekirdek ekstratı (fenolik ekstrat/tanen), çekirdek yağı ve tartarik asit ele alınmaktadır.

- **Sirke**

Sirke, yemeklerde ve salatalarda tatlandırıcı olarak veya salamura işleminde koruyucu olarak kullanılan ekşi bir meyve suyu olarak tanımlanmaktadır. Sirke yapımında kullanılan meyveler genellikle yoğun asitli meyvelerden seçilmektedir. Sirke yapımında yaygın olarak kullanılan meyveler içinde ise üzüm ve elma öne çıkmaktadır. Türk Gıda Kodeksi'nin tanımına göre; üzüm sirkesi; *“yaş ve kuru üzümünden, üzüm şırası konsantresinden veya asetik asit miktarı izin verilen uçar asit seviyesini aşmış şaraplardan elde edilen sirke”*dir. Anlaşılağı üzere üzüm sirkesi üzüm ve üzümden üretilen her türlü üründen elde edilebilmektedir.

Sirkeye işlenecek üzümün öncelikle şarabı yapılmakta ve bunun içinde üzümler yıkanıp ayıklandıktan sonra taneleri ezilerek mayşe (şıralı cibre) haline getirilmektedir. Ardından mayşe preslenip elde edilen üzüm şırası alkol fermantasyonuna alınmaktadır. Bu aşamada üzümdeki renk ve aroma maddelerinin şıraya geçmesi sağlanmaktadır. Sirke fermantasyonuna başlamadan önce ise ortamdaki şekerin tamamının alkole dönmesi sağlanmaktadır. Buna ek olarak sirke bakterileri için zehir olduğundan sirke yapılacak şaraba kükürtdioksit eklenmektedir. Sirke fermantasyonunun tamamlanmasıyla taze sirke tat ve aromasının iyileşmesi amacıyla üç ya da altı ay aralığında dinlenmeye bırakılmaktadır. Dinlendirme işleminin sonucunda sirke filtrelenerek cam ya da plastik şişelere tam dolu olacak şekilde doldurulup şişelenmektedir.

Şekil 13: Sirke Üretim Akış Şeması



Türkiye’de sirke kullanımı, dünya geneline kıyasla yaygın değildir ancak sirke dünya ticaretinde önemi artan bir ürün olarak görülmektedir. Özellikle Kuzey İtalya’da Modena ve Reggio Emilia şehirlerinde üretilen ve kaliteli bir sirke olarak bilinen “balzamik” öne çıkan sirke çeşitlerindendir. Balzamik; sirkenin ticari değerinin ne denli yüksek olduğunu da kanıtlamaktadır. Öyle ki balzamik “Aseto Balsamico Tradizionale” 2009 yılında AB tarafından tescil edilmiş ve coğrafi söylemi ile korunmuş gıda listesine alınmıştır. Dünyanın farklı ülkelerinde de aranan bir ürün haline gelmiştir. İtalya’nın balzamik sirke üretiminden önemli ölçüde gelir elde etmesi ve sirke üretiminde bir marka haline gelmesi sirke sektörünün gelişmeye açık bir sektör olduğunu göstermektedir.

- **Gıda renklendiricisi**

Çilekğiller, üzüm, erik, nar, kırmızılahana gibi birçok meyve ve sebzenin pembeden mora kadar değişen renklerini veren maddeler; antosiyanin grubu pigmentlerdir. Bu pigmentler; vişne gibi meyvelerde hem meyve etinde ve hem de meyve kabuğunda bulunduğu halde, siyah üzüm çeşitlerinde yalnızca meyve kabuğunda bulunurlar. Kırmızı renk maddesi üretiminde, üzüm işleme sanayinin artışı olarak kabul edilen posa ya da bilinen adıyla cibre kullanılmaktadır. Cibredeki renk maddeleri uygun bir çözügen ile ekstrakte edildikten sonra elde edilen ekstrat vakum altında konsantre edilmekte ve toz halde renk maddesi üretilmektedir. Ekstraksiyon aşamasında asitlendirilmiş etanol veya metanol kullanılmaktadır.

- **Çekirdek ekstratı (Fenolik Ekstrat/Tanen)**

Üzüm çekirdeğinden elde edilen tanen miktarı; kırmızı üzüm posasında %4 ile %6 arasında değişmekteyken beyaz üzüm posasında %1 ile %2 arasında değişmektedir. Salkımın tüm kısımlarında tanen eldesi bulunmasına rağmen çekirdekten tanen elde etmek daha ekonomik görülmektedir. Çekirdek, salkım ağırlığının ortalama %3,5’ini oluşturmaktadır. Çöp, kabuk ve çekirdek ise toplam olarak üzüm ağırlığının %13’ünü oluşturmaktadır. Üzüm işlendikten sonra ortaya çıkan posa artığının %5’inin tanen olduğu düşünülürse posanın tanen üretiminde kullanılması oldukça önem arz etmektedir. Tanen; mürekkep yapımında, boyacılıkta, bağırsak büzücü maddeler elde edilmesinde, eczacılıkta ve derileri yumuşatmak için deri sanayiinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Diğer yandan tanenin çok güçlü bir antioksidan olduğu ve kronik kalp hastalıklarına iyi geldiği, bazı kanser türlerine karşı direnç sağladığı ve yaşlanmayı

geciktirdiği kabul edilmektedir. Bu bağlamda da günümüzde doğal sağlık ürünlerinin pazarlandığı işletmelerde tanen bulabilmek mümkündür.

- **Çekirdek yağı**

Üzüm çekirdeği yağı, üzüm işleme sanayi yan ürünü olan cibredeki çekirdeklerden elde edilmektedir. Fransa, İtalya ve İspanya gibi bağcılık sektörü ile ön plana çıkmış ülkelerde üzüm çekirdeği yağı, yaygın olarak üretilmekte ve sofralık bitkisel sıvı yağ olarak tüketilmektedir.

Üzüm çekirdeğinden elde edilen yağ miktarı üzüm çeşidine bağlı olarak %10 ile %20 arasında değişmektedir. Üzüm çekirdeği yağı elde etmek için ilk olarak cibre kurutulmaktadır. Ardından elekler vasıtasıyla cibrenin içindeki çekirdekler ayrılmaktadır. Çekirdeklerin tamamen ayrıştırılmasıyla ekstraksiyon işlemiyle çekirdekten yağ alınmaktadır. Çekirdek yağı; çekirdekler preslenerek veyahut çekirdekler öğütölüp çözgenler yardımıyla ekstrakte edilerek elde edilmektedir. Daha sonra ise ortaya çıkan çözgen-yağ bileşiminden çözgen uzaklaştırılmakta ve salt olarak yağ elde edilmektedir.

Her ne kadar Türkiye’de sofralık bitkisel sıvı yağ olarak kabul edilmiş olmasa da üzüm çekirdeği yağı, yenilebilir bir yağ olarak üretilmektedir. Türkiye’de sadece küçük kapasiteli birkaç işletme tarafından üretimi yapılan üzüm çekirdeği yağı, özellikle kolesterol sorunu olan bireylerin kullanması için tavsiye edilmektedir.

- **Tartarik asit**

Taze üzümün sanayide işleme girmesinin ardından arta kalan posa; içerdđi tartaratlar ile gıda sanayi açısından değerli bir hammadde olarak kabul edilmektedir. Buna karşın üzüm posası ekonomik olarak değerlendirilmeyerek çoğunlukla yem ve gübre olarak kullanılmaktadır. Günümüzde özellikle İtalya, Fransa, İspanya ve Almanya başta olmak üzere Avrupa ülkeleri üzüm posasını çeşitli şekillerde değerlendirerek posanın gıda sektörü için ne denli önem arz ettiğini göstermektedir. Türkiye’de ise bu konuda yapılan çalışmalar araştırmanın ya da model üretimin ötesine geçememektedir. Üzüm çekirdeğinden elde edilen tartarik asit, kırmızı üzüm posasında %4 ile %11 arasında değişmektedir. Şarap sanayi artıklarından olan posa, şarap taşı ve maya tortusu; tartaratların ve tartarik asitin üretiminde kullanılabilir.

Tartarik asit; gıda, ilaç, tekstil, deri ve kâğıt sanayinde değerlendirilebilmektedir. Posadan üretimde, sıcak su ve seyreltik asit ekstraksiyondan yararlanılarak kalsiyum karbonat ve kalsiyum klorür ilave edilmektedir. Böylelikle tartarik asit tuzları, kalsiyum tartarat halinde çöktürölmektedir. Ardından tartarat sülfürik asitle tartarik aside dönüştürölmekte ve vakum altında kurutularak kristal hale getirilmektedir.

4.2.2. Potansiyel Barındıran ve Ticari Değeri Bulunan Ürünler

Potansiyel barındıran ve ticari değeri bulunan ürünler ise üzüm suyundan elde edilen ürünler, üzüm posasından elde edilen ürünler ve üzüm çekirdeğinden elde edilen ürünler olmak üzere üç alt başlıkta incelenmektedir.

4.2.2.1. Üzüm Suyundan Elde Edilen Ürünler

Üzüm, dünyada meyve suyu olarak işlenen meyveler arasında önemli bir potansiyele sahip olmakla birlikte son yıllarda oldukça fazla talep görmektedir. Üzüm suyu, içerdiği vitamin ve minerallerden dolayı ekonomik açıdan önem arz etmektedir.

Hâlihazırda üzüm suyunun şarap ve diğer alkolsüz içeceklerin hammaddesi olarak kullanılması dışında pek fazla çalışma yapılmamıştır. Şarap endüstrisi, dünyada hayli gelişmiş olup mevcut üzüm üretiminin büyük bir oranını hammadde olarak kullanmaktadır. Diğer yandan üzüm suyu konsantresi ve diğer alkolsüz içeceklerin üretimi de göz önünde bulundurulduğunda; üzüm suyu, neredeyse sadece alkollü ve alkolsüz içeceklerin üretiminde hammadde olarak değerlendirilmektedir.

Günümüzde doğal üzümün sağlığa olumlu etkilerinin gündeme gelmesiyle birlikte üzümün çekirdeğine ve posasına olduğu kadar suyuna da ilgi artmıştır. Bu bağlamda da üzüm suyunun farklı sektörlerde katkı maddesi olarak değerlendirilmesi ekonomi ve çevre açısından son derece önemli görülmektedir. Öyle ki üzüm suyu içerdiği vitaminler ve mineraller baz alındığında; ilaç, kimya ve kozmetik sektörlerinde katkı maddesi olarak kullanılabilir.

- **Kozmetik Ürünleri (Şampuan, Sabun (Katı/Sıvı), Duş Jeli, Krem, Parfüm, Yağ, Tonik, Peeling, Anti-Aging Kozmetik Ürünleri)**

Son yıllarda kozmetik sektöründeki gelişmeler neticesinde meyve özlerinin kozmetik ürünlerin içeriğinde kullanılması ile birlikte özellikle meyveler; şampuan, sabun (katı/sıvı), duş jeli, krem, parfüm, yağ (cilt onarıcı) ,tonik, peeling, anti-aging (krem, maske vb.) ürünlerin içeriğinde onarıcı olarak kullanılmaktadır. Kozmetik sektöründeki bu gelişmeler, üzümün de değerlendirilme yollarını arttırmaktadır. Öyle ki üzüm, kozmetik sektöründe bir güzellik iksiri olarak görülmekle birlikte cilt onarıcılarının ve zayıflama rejimlerinin ana ürünü olarak kabul edilmektedir.

Üzümün içeriğinde bulunan amino asitler, B vitaminleri (B1, B2), mineraller, potasyum, magnezyum ve demir bağışıklık sistemini kuvvetlendirmektedir. İçerdiği doğal fruktoz sayesinde ise vücudun harcadığı enerjinin kısa sürede depolanmasını sağlamaktadır.

Bünyesindeki magnezyum bireyin enerjisini ve iş verimliliğini arttırırken, bünyesindeki asitler de mideye zarar vermeden böbrek ve karaciğerin çalışmalarını hızlandırmaktadır.

Bunlara ek olarak yağların erimesine de yardımcı olan üzüm, vücudu virüslere karşı dirençli hale getirmektedir. Özellikle üzümün suyu bahsedilen kozmetik ürünlerinin içeriğinde esans ya da meyve özü olarak kullanılmakta ve her geçen gün kozmetik piyasasında bu ürünlere talep artmaktadır.

4.2.2.2. Üzüm Posasından Elde Edilen Ürünler

Şarap ya da doğrudan üzümün suyundan üretilen ürünler yapılırken üzümün çöp ve saplarının ayrıldığı kısmı oluşturan bir yan ürün olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak, hayvancılık sektöründe yem olarak kullanılmakta ve günlük dilde sıkılıp suyu alınan üzüm yani “cibre” olarak adlandırılmaktadır. Üzüm posası, geçmişte değerlendirilebilir bir sanayi atığı olarak görülüp sadece hayvancılık sektöründe yem olarak kullanılsa da günümüzde yapılan araştırma çalışmalarının neticesinde içerdiği antioksidan maddeler nedeniyle farklı kullanım alanları ortaya çıkmaktadır.

Gereğince değerlendirilemeyen tarımsal sanayi yan ürünü olan üzüm posası, şarap ve pekmez yapılırken üzümün çöp ve sapları ile birlikte ezilip sıkılması sonucu elde edilmektedir. Sadece Türkiye’de yılda ortalama 4 milyon ton yaş üzüm üretilmekte ve üretilen üzümlerin yaklaşık %30’u pekmez, pestil, üzüm suyu ve şaraplık olarak değerlendirilmektedir. İşlenen üzümlerin %25’i ise posa olarak elde edilmektedir. İşlenen ürünlerin yan sanayi ürünü olarak ortaya çıkan üzüm posasının üretim miktarı da azımsanmayacak boyutta görülmektedir. Elde edilen posadan yeterince yararlanılamaması sonucu, üretim noktalarında önemli miktarlardaki birikim nedeniyle söz konusu posalar çevre kirliliğine de neden olabilmektedir. Besleme değeri açısından taze üzüm posasının yaklaşık %15-20 düzeyinde kolay çözünebilir glukoz, fruktoz, sukroz vb. ile birlikte fermente olabilir karbonhidrat içermesi silolama açısından önemli görülmektedir. Üzüm posasının besin maddeleri bileşimindeki birtakım farklılıklar görülmekte ve bu farklılıkların temel nedenleri olarak üzüm çeşidi, üzümün sap ve çekirdek içerip içermemesi ile üretim esnasında uygulanan teknoloji farklılıkları gösterilmektedir. Ayrıca posanın yüksek düzeyde tanen içermesi nedeniyle, eklendiği ürünlerin yapısındaki azot kaybını önlediği ve bu yolla besinlerde özellikle hayvan yemlerinde protein kaybını azalttığı bilinmektedir.

Günümüzde özellikle tarım ve hayvancılık sektöründe yemlerin besin değerini yükseltmek amaçlı kullanılan üzüm posası; ilave edildiğinde besinlerin pH, asetik asit, butirik asit ve

amonyak azotu konsantrasyonlarını düşürmekte ve laktik asit ve propiyonik asit düzeylerini artırmaktadır.

Üzüm posası laktik asit bakteri fermentasyonu için gerekli kolay fermente edilebilir karbonhidrat sağlaması ve yüksek tanen içeriği ile fermentasyon sırasında ortamdaki proteinlerin amonyağa dönüşmesini engelleyerek katıldığı besinlerin pH düzeylerinin düşmesine neden olmaktadır. Sonuç olarak, üzüm posasının halihazırda tarım ve hayvancılık sektöründe bu denli önemli bir şekilde kullanılıyor olması üzüm posasının geliştirilebilir bir ara ürün olduğunu göstermektedir.

- **Nispi Yem Katkı Maddesi**

Hayvanların beslenmesi için alternatif yem kaynakları oluşturmak, tarım ve hayvancılık sektöründe önemli bir sorun olarak görülmektedir ki dünyanın pek çok yerinde hayvanların beslenmesinde kaliteli kaba yem problemi yaşanmaktadır. Şarap sektörü atığı olarak görülen üzüm cibesinin alternatif yem kaynağı olma potansiyeli oldukça yüksektir.

Şarap fabrikalarında şarap için gerekli olan üzümün suyu alındıktan sonra geriye kalan %15-25'lik kısmı üzüm cibri olup, posanın %50 kadarı kabuk, %25'i çekirdek ve geri kalan %25'i de üzüm çöplerinden oluşmaktadır. Üretimden geriye kalan cibre, posa, kabuk ve üzüm çöpleri sanayi atığı olarak görülmektedir. Ancak cibrenin önemli bir yem katkı maddesi olarak değerlendirilmesiyle hem sanayi atıklarının geri dönüşümü sağlanmakta hem de çevre kirliliği önlenmektedir. Bu bağlamda hayvan yemi olarak kullanılması hayvansal ürünler üzerinde olumlu etkiler sağlayabilecektir.

- **Gübre**

Tıpkı cibrenin nispi yem olarak kullanılması gibi; bu atıkların gübre olarak tarlalara geri dönüşümü, yakıt amaçlı peletler yapılması, fide üretimi ve topraksız tarım uygulamalarında (torf, perlit ya da kaya yününe alternatif olarak) kullanılabilirliği sayesinde ekonomiye kazandırılmalarına yönelik faaliyetler de bulunmaktadır.

- **Fonksiyonel Gıda Üretiminde Katkı Maddesi**

Üzüm posalarının içerdikleri bazı fenolik bileşiklerin (sitrik asit, tartarat, malat vb.), fonksiyonel gıdaların muhafazasına önemli etkileri olduğu yapılan araştırmalar sonucu kanıtlanmıştır. Fonksiyonel gıdalar; vücudun temel besin öğelerine olan ihtiyacı karşılamının ötesinde insan fizyolojisi ve metabolik fonksiyonları üzerinde ilave faydalar sağlamaktadır. Böylelikle hastalıklardan korunmada ve daha sağlıklı bir yaşama ulaşmada etkinlik gösteren gıdalar olarak görülmektedir. Fonksiyonel gıdalar, hiçbir işlem görmemiş doğal bir besin

maddesi olabileceği gibi fonksiyonel bir besin ögesi ile zenginleştirilmiş veya genetik mühendislik yöntemleri ile değişikliğe uğratılmış bir besin de olabilmektedir.

Bu doğrultuda Süleyman Demirel Üniversitesi'nin bir AR-GE projesi kapsamında, üzüm posasının fonksiyonel ekmek üretiminde katkı maddesi olarak kullanılması sonucu ekmeğin muhafaza edilebilirliğinin arttığı sonucuna varmıştır. Henüz araştırma aşamasında olsa da üzüm posasının değerlendirme yöntemleri arasına fonksiyonel gıda üretiminde katkı maddesi olarak kullanılması da dâhil edilebilir.

4.2.2.3. Üzüm Çekirdeğinden Elde Edilen Ürünler

Üzümün çekirdeği; tıbbi amaçlı kullanılmakla birlikte kimyasal yapısında bulunan flavonoidler, tanenler, stilbenler, meyve asitleri ve fenilalakrilik asit türevleri yarattığı antioksidan etki ile birçok hastalığın tedavisinde kullanılmaktadır. Buna ek olarak ilaç, kimya ve kozmetik sektörlerinde üretilen ürünlerin içeriğinde kullanılmaktadır. Üzüm çekirdeği, ekstre haline getirilerek bahsi geçen sektörlerde üretilen ürünlerin içeriğinde kullanılmak üzere bir ara ürün olarak satışa sunulmaktadır.

Üzüm çekirdeğinin biyolojik etkileri ele alındığında; antiaterosklerotik, antikarsinojenik/antitümöral, antioksidan ve iskemi-vasküler açıdan olumlu etkileri olduğu görülmektedir. Antiaterosklerotik etki baz alındığında; söz konusu etki, yapılan pek çok hayvan deneyi ile tespit edilmiş ve doza bağımlı olarak üzüm çekirdeğinin kolesterol seviyesini düşürdüğü tespit edilmiştir. Antikarsinojenik ve antitümöral etkisi hususunda ise üzüm çekirdeğinin strese karşı koruyucu rol oynadığı bilinmektedir. İçeriğinde bulunan antioksidan özelliğinden dolayı da antitümöral etkiye sahip olduğu ileri sürülmektedir. Bu etkinin tümör hücrelerinin üzerinde oldukça kuvvetli bir etki gösterdiği ve tümör hücrelerinin büyümesini engellediği bilinmektedir. Antioksidan etkisi konusunda ise üzüm çekirdeğinin içeriğinde bulunan antioksidan özelliğin C ve E vitaminlerinin antioksidan özelliğinden daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Öyle ki üzüm çekirdeği, en bilinen antioksidan vitaminler olan C vitamininden 20 kat ve E vitamininden ise 50 kat daha fazla antioksidan içermektedir. Bu nedenle üzüm çekirdeği, ilaçların ve kimyasal maddelerin zararlı etkilerine karşı koruyucu olarak kullanılmaktadır. Son olarak iskemi ve vasküler etki ile ilgili olarak üzüm çekirdeği ekstresinin, kardiovasküler hastalıkların bir göstergesi olan oksitlenmiş LDL seviyesini önemli ölçüde azalttığı tespit edilerek üzüm çekirdeği ekstresinin kardiovasküler hastalıklardan korunma amacıyla kullanılabileceği belirtilmektedir.

Üzüm çekirdeğinin insan sağlığı üzerindeki biyolojik etkileri klinik kullanım alanları daha geniştir. Diğer yandan üzüm çekirdeğinin doku yapısını güçlendirme ve geliştirme etkisi olduğu için özellikle şampuan ve krem gibi kozmetik ürünlerin içeriğinde de kullanılmaktadır.

Yüksek dozda antioksidan içeren üzüm çekirdeğinin ilaç olarak kullanıldığı hastalıkların başında; Alzheimer, Parkinson, MS, ALS, romatizma hastalıkları ve kanser gelmektedir. Buna ek olarak üzüm çekirdeği çeşitli kremlerin içeriğinde ise kronik cilt hastalıklarının tedavisi için kullanılmaktadır.

- **Toz İlaç**

Üzüm çekirdeği, çok etkili bir antioksidan olup insan sağlığı açısından büyük önem taşımaktadır. Günümüzde sigara, uyuşturucu ve bağımlılık odaklı hastalıkların risklerine karşı bağımlı bireylere üzüm çekirdeği tüketimi önerilmektedir. Son zamanlarda özellikle sigara içen ve uyuşturucu kullanan insanların, üzümü çekirdeklerini çiğneyerek tüketmesinin veya üzüm çekirdeğini gıda takviyesi olarak tüketmesinin bağımlılığı sonlandırma sürecinde önem arz ettiği savı gündeme gelmiştir. Bu bağlamda da doğal gıda ürünlerinin üretimini ve satışını yapan markaların, doğrudan üzüm çekirdeğini ya da işlenmiş şekilde toz halini piyasaya sürdüğü bilinmektedir.

- **Etlik Piliçlerin Beslenmesinde Katkı Maddesi**

Etlik piliç yetiştiriciliğinde, ekonomik ve sağlıklı ürün elde edilmesi ve bu ürünlerin uzun raf ömrüne sahip olması çok önemlidir. Piliç etinin işlenmesi sırasında meydana gelen en önemli sorunlardan biri olan lipid oksidasyonu, etin renginin, tadının ve besin değerinin kaybına, ayrıca raf ömrünün azalmasına yol açmaktadır (*Erkan: 2013*). Etlik piliçlerin rasyonlarına üzüm çekirdeği yağının, ekstraktının ve posasının katılmasının performans, oksidatif stabilite ve bazı kan parametreleri üzerine olan etkilerinin incelendiği çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; 2010 yılında Brenes ve Ark tarafından gerçekleştirilen araştırmada üzüm çekirdeği ekstraktının canlı ağırlık, canlı ağırlık artışı, yemden yararlanma oranı, karaciğer ağırlığı ve karın yağı ağırlığını önemli düzeyde etkilemediği, yem ve dışkıdaki antioksidan aktiviteyi ise önemli derecede artırdığı sonucuna varılmıştır.

Diğer yandan yapılan bazı çalışmalarda üzüm çekirdeği ekstraktının antioksidan etkisi sayesinde pişmiş sığır etinde (*Ahn ve Ark: 2002*) ve dondurulmuş hindi etinde (*Lau ve King: 2003*) oksidatif stabiliteyi artırdığı belirlenmiştir. Dana etinden köfte yapımında kurutulmuş üzüm cibresi (*Kyialbek: 2008*) ve sosis yapımında üzüm çekirdeği unu ve yağının (*Özvural ve Halil: 2008*) kullanılmasının bu gıdaların raf ömrünü olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.

- **İlaç Katkısı (Tansiyon/Kalp/Ağrı Kesici)**

Son yıllarda yapılan araştırmalar sonucunda; üzümün içindeki fenolik bileşiklerin düşük yoğunluklu lipoprotein oksidasyonunu engellediği belirlenmiştir. Kanser ve kalp hastalıkları sebebiyle vücutta bulunan serbest radikaller, somatik hücrelere ve bağışıklık sistemine zarar vermekte ve lipoprotein oksidasyonunu ortaya çıkarmaktadır. Üzümün içinde barındırdığı antioksidanlar da bu serbest radikallerin etkilerini nötralize eden; kanser, kalp hastalıkları ve erken yaşlanmaya neden olabilecek zincir reaksiyonlarını engelleyen moleküller olarak kanser başta olmak üzere kalp ve tansiyon gibi rahatsızlıkların tedavisi için önerilen ilaçların içinde kullanılmaktadır.

5. ELAZIĞ ÜZÜM SEKTÖRÜ MEVCUT DURUM ANALİZİ

“Elazığ Üzüm Sektörü Mevcut Durum Analizi” bölümü “Elazığ Ekonomisine Genel Bakış”, “Elazığ’da Üzüm Sektörü” ve “Elazığ Üzüm Sektörü Analizi” olmak üzere üç temel başlıkta incelenmektedir.

5.1. Elazığ Ekonomisine Genel Bakış

“Elazığ Ekonomisine Genel Bakış” adlı başlık altında öncelikle Elazığ ekonomisinin temel bileşenleri tanımlanmaktadır. Bu noktada amaç Elazığ ekonomisini şekillendiren bileşenleri değerlendirerek ilin ekonomisini doğru değerlendirmektir. Ardından Elazığ’ın sanayi ve ticaret yapısı incelenerek ildeki sanayi ve ticaret faaliyetlerinin kapsamı açıklanmaktadır. Son olarak Elazığ ekonomisinde öne çıkan sektörler belirtilerek tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinde etkili olan alt sektörler ve öne çıkan ürünler üzerinden değerlendirmeler yapılmaktadır.

Elazığ ekonomisi temel anlamda tarım, sanayi ve ticaret bileşenlerinden oluşmaktadır. İlk bakışta tarım, sanayi ve ticaret faaliyetlerinin birbiri ile etkileşim halinde olduğu bir ekonomik yapı göze çarpmaktadır. Öyle ki tarım faaliyetleri, yer altı ve enerji kaynakları ilin sanayi ve ticaret faaliyetlerinin de odağını belirlemektedir. Elazığ ekonomisinde ilk sırada yer alan tarım sektörünü; gıda, maden-taş ve toprak, demir ve demir dışı metal, mobilya ve orman ürünleri, plastik ile genel imalat sektörleri takip etmektedir. Bitkisel ürün çeşitliliği, maden rezervleri ve enerji kaynakları (Keban Barajı); Elazığ’ı bölgedeki diğer şehirlerinden farklı kılarak ekonomik faaliyetlerin çeşitlenmesini sağlamaktadır.

Elazığ; Doğu Anadolu illeri içinde sanayisi gelişmiş bir il olarak değerlendirilirken Türkiye genelinde sanayi sektörü gelişmiş bir il olarak görülmemektedir. Bu durumun nedeni ise Türkiye genelinde büyük sanayi yatırımcılarının ülkenin batı kesimlerini tercih etmesi ve buna bağlı olarak Doğu Anadolu Bölgesi’nin sanayisinin az gelişmiş olmasıdır ki Türkiye’deki sanayi işletmelerinin sadece % 2’si Doğu Anadolu Bölgesi’nde yer almaktadır.

Elazığ’da bulunan sanayi işletmelerinin %32’si mikro ölçekli, %55’i küçük ölçekli, %10’u orta ölçekli, %2’si büyük ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Elazığ Organize Sanayi Bölgesi’nde 108 işletme, faaliyetlerini devam ettirmektedir. OSB dışında bulunan ve kapasite raporu Elazığ TSO tarafından verilen işletmelerle birlikte imalatçı firma sayısı yaklaşık 350’dir. Bu işletmelerin tamamı KOBİ niteliğindedir ve yaklaşık 17.000 kişiye doğrudan istihdam sağlamaktadır (*Elazığ İktisadi Rapor: 2015*). Diğer yandan 2015 TÜİK verilerine göre; Elazığ’ın nüfusu 574.304’tir. Kayıtlı işletmelerde çalışan personel sayısının yaklaşık 17.000

olduğu göz önünde bulundurulursa Elazığ nüfusunun %3'üne yakınının sanayi sektöründe çalıştığı söylenebilir.

Elazığ ekonomisinin tarımdan sonra öne çıkan ikinci sektörü sanayi olup sanayi sektörü içinde gıda, maden-taş ve toprak, demir ve demir dışı metal, mobilya ve orman ürünleri, plastik ile genel imalat sektörleri öne çıkmaktadır. 81 İl Sanayi Durum Raporu'nda yer alan verilere göre; Elazığ ekonomisinde %25'lik orana sahip olan sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sektörel dağılımı aşağıdaki gibidir.

- %18 Gıda Ürünleri İmalatı
- %17 Diğer Madencilik ve Taş Ocakçılığı
- %16 Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı
- %7 Kauçuk ve Plastik Ürünlerin İmalatı
- %6 Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı (Makine ve Teçhizatı Hariç)
- %5 Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipman İmalatı
- %5 Mobilya İmalatı
- %4 Metal Cevherler Madenciliği
- %4 Kimyasalların ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı
- %3 Ana Metal Sanayi
- %3 Elektrikli Teçhizat İmalatı
- %2 İçecek İmalatı
- %2 Ağaç ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç)
- %1 Madenciliği Destekleyici Hizmet Faaliyetleri
- %1 Tekstil Ürünleri İmalatı
- %1 Bilgisayarların elektronik ve optik ürünlerin imalatı
- %1 Motorlu Kara Taşıtları, Trey (Römork) ve Yarı Trey (Yarı Römork) İmalatı
- %1 Diğer İmalatlar
- %1 Makine ve Ekipmanların Kurulumu ve Onarımı
- %1 Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İmalatı
- %1 Elektrik, Gaz, Buhar ve Havalandırma Sistemi Üretim ve Dağıtım

Elazığ'ın ticareti ise; ekonominin %10'unu oluşturan ticari faaliyetler temel alınarak gıda, üzüm mamulleri, çimento, yem, orman ürünleri, genel imalat ürünleri ile madencilik ürünlerine dayalı bir yapı sergilemektedir. Temel gıda maddelerinin bazıları ile dayanıklı tüketim mallarının

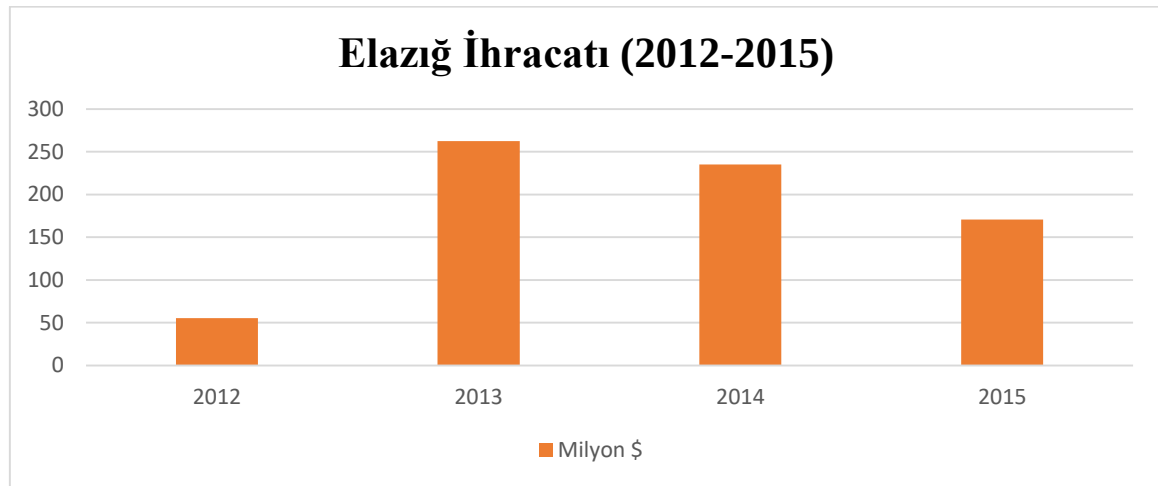
hemen hemen tamamı diğer illerden temin edilirken; imalat sanayi işletmelerinde üretilen ürünlerin %28'i Elazığ'a, %60'ı yurt içine ve %12'si yurt dışına gönderilmektedir.

Mevcut durumda tarım ve sanayi sektörlerinin gelişmesi ile birlikte tarımsal üretimdeki verimlilik ve ürün çeşitliliği ticari hayatı olumlu yönde etkilemektedir. Buradan yola çıkarak tarımsal ürünlerin çeşitliliği, sanayi sektöründe gıda ürünleri imalatının öne çıkmasına ve ticaretin de çoğunlukla gıda ürünleri üzerine kurulmasına katkıda bulunmaktadır.

Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası (ETSO), yaklaşık 20 alanda faaliyet gösteren ve 14 meslek gurubundan oluşan üye yapısıyla, ilin ekonomik gelişmesinde önemli bir paya sahiptir. ETSO'nun yanı sıra Elazığ Ticaret Borsası ve Esnaf Odaları Birliği başta olmak üzere pek çok oda ve dernek ilin sanayi ve ticaret hayatında önemli rol oynamaktadır. Elazığ'daki ticaret faaliyetlerinin merkezinde yer alan kurumlardan Elazığ Ticaret Borsası'nda; hububat, hububat mamulleri, gıda maddeleri, yağlı tohumlar, hayvani yağlar, küçük-büyükbaş canlı hayvan ve bunların etleri ile derileri, kuru ve yaş meyveler, meyve çekirdekleri ve geleneksel gıda maddeleri işlem görmektedir.

Elazığ'ın dış ticaret faaliyetlerine gelindiğinde ise; özellikle krom ve mermer olmak üzere plastik, mobilya, çimento, şarap, tekstil, orman ürünleri, çelik eşya, döküm ve deri gibi sektörlerde ihracat gerçekleştirildiği görülmektedir.

Grafik 8: 2012-2015 Yılları Arasında Elazığ'ın İhracat Değerleri

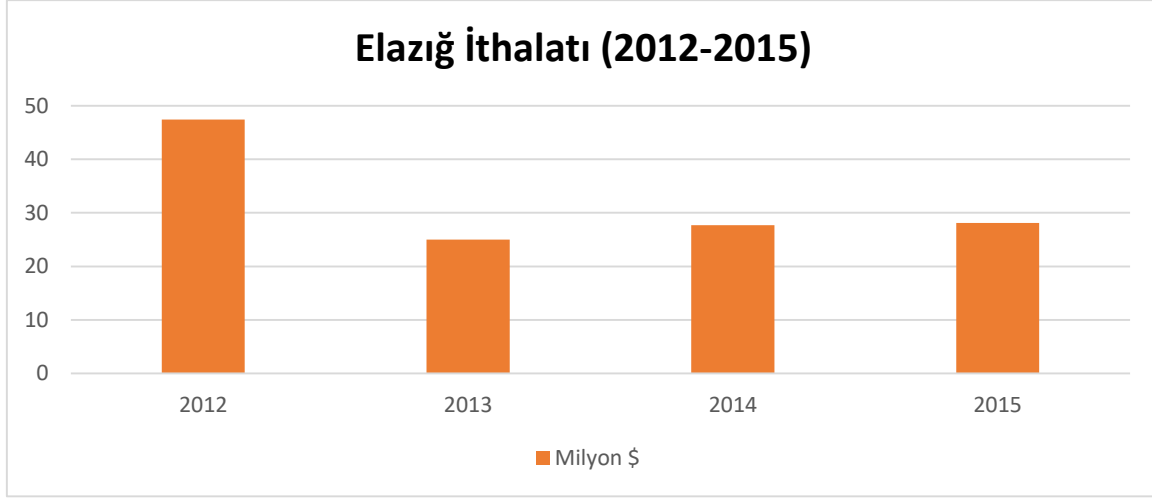


TİM, 2016

Yukarıdaki grafiğe göre; Elazığ 2012 yılında 55,2 Milyon \$ değerinde ihracat gerçekleştirirken 2013 yılında büyük bir sıçrama göstererek 262,6 Milyon \$ değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. 2013 yılındaki büyük sıçramadan sonra ise 2014 ve 2015 yıllarında ihracat değerlerinde düşüş

yaşanmıştır. 2014 ve 2015 yılları arasındaki düşüş, Türkiye ihracatı ile paralellik göstermektedir.

Grafik 9: 2012-2015 Yılları Arasında Elazığ’ın İthalat Değerleri



TİM, 2016

İhracat değerleri de göz önünde bulundurularak 2012 yılında Elazığ’ın 4 yıllık dönem içinde en fazla ithalat gerçekleştirdiği yıl olarak değerlendirilmektedir. 2012 yılında Elazığ’ın en düşük ihracat ve en yüksek ithalat değerlerine sahip olduğu bilgisi üzerinden 2012 yılında Elazığ’daki üretim değerlerinin düşük olduğu çıkarımı yapılabilir. Diğer yandan 2013, 2014 ve 2015 yılları ithalat değerleri birbirine yakın olmakla beraber az da olsa artışlar gözlenmektedir.

Elazığ’ın ihracat ve ithalat verileri karşılaştırıldığında 2012 yılı hariç her yılda dış ticaret fazlası olduğu görülmektedir.

5.2.Elazığ’da Üzüm Sektörü

“Elazığ’da Üzüm Sektörü” başlığı altında öncelikle ildeki bağcılık faaliyetleri ve üzüm üretimi değerlendirilmektedir ki üzüm sektörünü değerlendirmeden sektörün çıkış noktası olan bağcılığı çözümlmek ve sektörün hammadde olan üzümün üretim değerlerini belirlemek diğer bölümleri daha anlaşılır kılacaktır. Bu bağlamda üzüm üretim değerleri “şaraplık” ve “sofralık” sınıflandırması yapılarak gerçekleştirilmektedir. Bu durumun sebebi ise; “Üzüm Sektörü Yatırım Ortamı Analizi” çalışmasının şarap dışı ikincil ürünler ile ilgili olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer yandan üzüm sektörünün Elazığ ekonomisindeki yeri incelenerek sektörün kapsamı ve diğer sektörlerle ilişkisi gözler önüne serilmektedir.

5.2.1. Elazığ'daki Bağcılık Faaliyetleri ve Üzüm Üretimi

Elazığ; bahçe bitkileri yetiştiriciliği bakımından çok ürünli bir yapıya sahip olup bu üretim yelpazesi içinde üzüm (Öküzgözü, Boğazkere, Köhnü, Ağın Beyazı, Şilfoni ve Kırmızı) ekonomik açıdan en önemli tarımsal ürün olarak görülmektedir. Elazığ'da hem sofralık hem de şaraplık üzüm üretimi yapılmaktadır. Şaraplık üzümler işlenirken sofralık üzümler nadiren işlenmekte, çoğunlukla da doğrudan tüketilmektedir.

Elazığ'da yetiştirilen üzüm çeşitleri aşağıdaki gibidir.

- **Öküzgözü**

Elazığ'da yetiştiriciliği yapılan Öküzgözü; Elazığ adına patentli bir üzüm çeşididir. Elazığ öküzgözü üzümünün tescillenmesi için Elazığ Tarım İl Müdürlüğü ile Elazığ Merkez İlçe Üzüm Üreticileri Birliği Türk Patent Enstitüsü'ne başvuruda bulunmuş ve Türk Patent Enstitüsü tarafından Öküzgözü çeşidi "coğrafi işaret" olarak tescillenmiştir.

Öküzgözü, diğer çeşitler içinde en fazla üretim alanına sahip çeşit olarak öne çıkmaktadır. İri taneli ve siyah olan Öküzgözü, hem sofralık hem de şaraplık olarak değerlendirilebilmektedir. Salkım ağırlığı ortalama 350-550 gr. iken 2 ya da 3 çekirdekli olan tane ağırlığı ise ortalama 5-6 gr. olmaktadır. Çoğunlukla Elazığ'ın Kuzova Bölgesi'nde üretimi yapılan Öküzgözü'nün hasadı iklim şartlarına da bağlı olarak 15 Eylül -15 Ekim döneminde gerçekleştirilmektedir.

- **Boğazkere**

Mor ve siyah renkteki taneleri kalın kabuklu ve yuvarlak olup ortalama 2 ya da 3 çekirdekli bir çeşittir. İklim şartlarına da bağlı olarak Ekim ayında olgunlaşan Boğazkere çeşidi, Elazığ'ın Kuzova Bölgesi'nde yetiştirilmektedir. Boğazkere çeşidi tanenli ve buruk bir tada sahip olduğu için tek başına değerlendirilmektense çoğunlukla diğer çeşitler ile birlikte değerlendirilmektedir. Elazığ'da yetiştirilen Boğazkere çeşidinden; Öküzgözü ile paçal (değişik çeşitleri karıştırarak farklı aromalar elde etmek) yapılarak kaliteli şarap elde edilmektedir.

- **Köhnü**

Elazığ'da Kuzova Bölgesi'nde yetiştiriciliği yapılan Köhnü; Öküzgözü üzüm çeşidinin bir alt çeşidi olarak görülmektedir ki yapı ve özellikler bakımından Öküzgözü ile çok büyük benzerlikler göstermektedir.

- **Ağın Beyazı**

Çoğunlukla Elazığ'ın Ağın ilçesinde ve Malatya'nın Arapgir ilçesinde üretimi yapılan Ağın Beyazı üzüm çeşidi; yerel üretici tarafından benimsenmiş ve bölgeye adapte edilmiş bir çeşit olarak görülmektedir. Elazığ'a özgü bir sofralık üzüm çeşidi olan Ağın Beyazı'nın taneleri 2 ya da 3 çekirdekli olmaktadır. Salkım ağırlığı ise 1,5 ve 2,5 kg arasında değişmektedir ancak salkım ağırlığı 4,5 kg ağırlığına da ulaşabilmektedir. Ayrıca orta irilikte ve sarı renkte olup kısa ve eliptik bir görüntüye sahiptir.

Eylül ve Kasım ayları arasında hasadı gerçekleştirilen Ağın Beyazı'nın tane kabuğu diğer üzüm çeşitlerine kıyasla oldukça kalın olduğu için depolama koşullarına dayanıklı bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, depolama ve sevkiyat süreçlerinde diğer üzüm çeşitlerine göre daha az zarar görmektedir.

- **Şilfoni**

İnce kabuklu ve çok sulu bir yapıya sahip olan Şilfoni çeşidi; Ağustos ve Eylül aylarında olgunlaşmaktadır. Tanelerinin hassas yapısı nedeniyle sevkiyat ve depolama süreçlerinde çok fazla zarar gören Şilfoni, genellikle iç piyasada tüketilmektedir. Bununla birlikte Elazığ'daki üretim alanları da oldukça kısıtlıdır.

- **Kırmızı**

Geç olgunlaşan Kırmızı çeşidi dalında uzun süre kalabilmektedir. Soğuğa karşı da dayanıklı olan bu çeşidin raf ömrü de uzundur. Bununla birlikte Elazığ'daki üretim alanları da oldukça kısıtlıdır.

Elazığ'daki üretim alanlarının il sınırları içindeki dağılımı incelendiğinde, bağ alanları “Hoş Bölgesi” ve Kuzova Bölgesi” olarak iki temel bölgeye ayrılabilir. Hoş Bölgesi; Hoş, Kıraç, Sedeftepe, Yurtbaşı, Akmezra ve çevre köyleri kapsamakta olup bu bölgede genellikle sofralık üzüm çeşitlerinin üretimi yapılmaktadır. Ağın Beyazı ana üretim materyali olup Şilfoni, Kırmızı ve Öküzgözü üretimi de sınırlı olarak yapılmaktadır. Diğer yandan Kuzova Bölgesi; Koruk, Muratcık, Dambüyük, Pirinççi, Balıbey ve çevre köyleri kapsamakta olup bu bölgede genellikle şaraplık üzüm çeşitlerinin üretimi yapılmaktadır. Öküzgözü, Boğazkere ve Köhnü ana üretim materyali olup; Şilfoni ve Kırmızı üzüm üretimi de sınırlı olarak yapılmaktadır.

Üzüm çeşitleri ve üretimin yoğunlaştığı bölgeler incelendiğinde; Hoş Bölgesi sofralık üzüm üretiminin, Kuzova Bölgesi de şaraplık üzüm üretiminin merkezi olarak kabul edilmektedir.

Hoş Bölgesi'nde; sofralık üzüm çeşitlerinden Ağın Beyazı, Şilfoni ve Kırmızı öne çıkarken Kuzova Bölgesi'nde; şaraplık üzüm çeşitlerinden Öküzgözü, Boğazkere ve Köhnü öne çıkmaktadır.

Elazığ'daki sofralık üzüm üretiminin 2011-2015 yılları arasındaki alan ve üretim miktarı verileri incelendiğinde; bağ alanlarının 5 yıllık süreç içinde stabile yakın olduğu ancak üretim miktarının azaldığı görülmektedir. Öyle ki 2011 yılında 51.409 ton olan sofralık üzüm üretimi 2015 yılında 34.858 tona düşerek %33 oranında azalmıştır. 5 yıllık süreç içinde bağ alanları stabil iken sofralık üzüm üretimindeki üretim miktarının %33 azalması doğrudan iklim koşulları ve verimlilik ile ilişkilendirilebilir. Bunlara ek olarak bağıcılıktan elde edilen gelirlerin çeşitli çiftçilik faaliyetlerine kıyasla daha düşük olması, kar marjlarının düşüklüğü ve pazarlama sorunları üretim miktarının azalması ve tüm bunların sonucunda da bağıcılığa gösterilen ilginin azalması bu düşüşe etki eden parametreler arasında gösterilebilir.

Tablo 9: Elazığ Sofralık Üzüm Üretim Değerleri

İlçe Adı	2011		2012		2013		2014		2015	
	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)
Merkez	20.600	21.712	20.700	21.818	20.870	21.789	20.900	21.820	20.950	16.279
Ağın	350	350	350	385	353	372	353	247	353	261
Alacakaya	8.500	6.545	8.500	6.545	8.500	6.327	8.500	6.000	8.600	4.462
Arıcak	12.000	9.600	12.000	9.600	12.000	9.861	12.000	5.460	12.000	4.040
Baskil	2.265	2.492	2.265	2.492	2.270	2.194	2.270	2.194	2.270	1.624
Karakoçan	294	238	294	279	294	247	294	247	294	183
Keban	800	960	800	960	800	928	1.300	1.560	1.300	1.154
Kovancılar	3.470	2.950	3.500	2.975	3.471	2.876	3.471	2.873	3.471	2.126
Maden	4.900	2.450	4.900	2.450	4.900	2.368	5.000	2.415	5.000	1.787
Palu	2.920	1.752	2.920	1.752	2.920	1.694	2.920	1.694	2.920	1.254
TOPLAM	59.049	51.409	59.179	51.616	59.328	50.937	59.958	46.791	60.108	34.858

TÜİK, 2015

Yukarıdaki tabloda yer alan bilgiler üzerinden bağıcılığa az da olsa yatırımın arttığı söylenebilir ki mevcut bağ alanlarının artması bu durumun göstergesi olarak görülebilir. Üretim miktarındaki azalma ise iklim koşulları ile ilişkilendirilebilir olup sofralık üzüm üretiminde birim alandan alınan verimin düşük olduğu sonucuna da varılabilir.

Elazığ'daki şaraplık üzüm üretiminin 2011-2015 yılları arasındaki alan ve üretim miktarı verileri incelendiğinde ise; 5 yıllık süreç içinde hem bağ alanlarında hem de üretim miktarında göze çarpan bir değişikliğin yaşanmadığı görülmektedir.

Tablo 10: Elazığ Şaraplık Üzüm Üretim Değerleri

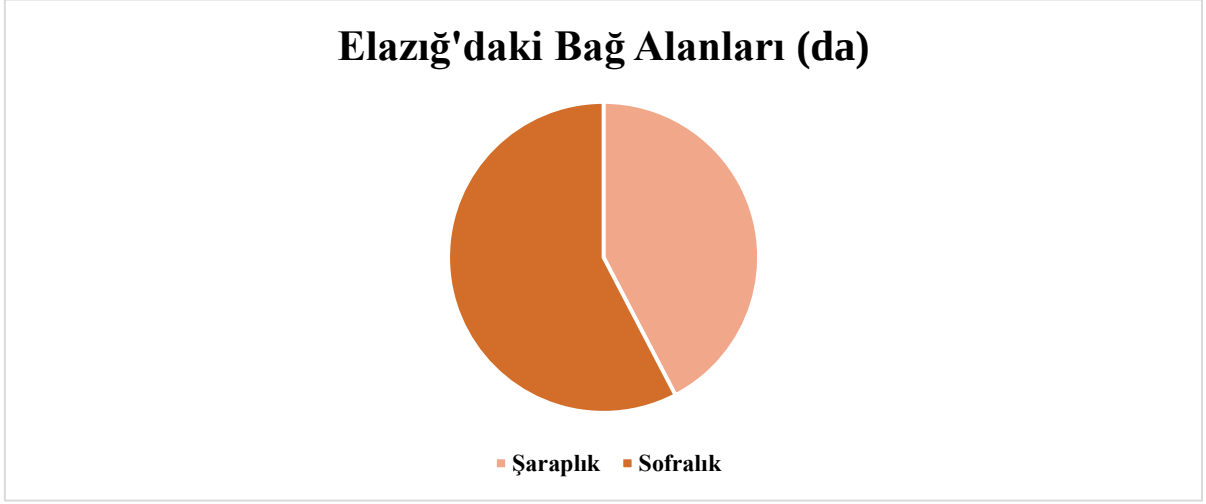
İlçe Adı	2011		2012		2013		2014		2015	
	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)
Merkez	37.100	33.242	37.150	33.769	37.364	34.116	37.400	35.604	37.480	37.100
Ağın	300	330	300	360	300	346	300	150	300	300
Alacakaya	35	14	35	14	35	13	35	10	45	13
Baskil	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Karakoçan	113	90	113	107	113	94	113	94	113	94
Keban	500	600	500	600	500	591	600	720	600	720
Kovancılar	760	608	730	584	730	561	730	584	730	584
Maden	2.900	1.798	2.900	1.798	2.900	1.728	3.000	1.785	3.000	1.728
Palu	450	3	450	3	450	3	450	27	450	27
Sivrice	1.400	1.120	1.400	1.120	1.400	1.076	1.400	1.076	1.400	1.076
TOPLAM	43.558	37.805	43.578	38.355	43.792	38.528	44.028	40.050	44.120	41.644

TÜİK, 2015

Şaraplık üzüm üretiminde son 5 yıllık süreç içinde bağ alanları toplamda 562 da artarken üretim miktarı da toplamda 3.839 ton artmıştır. Bu noktada 5 yıl içinde şaraplık üzüm üretimine yapılan yatırımın oldukça minimal olduğu söylenebilir.

Şaraplık ve sofralık üzüm üretiminin 2015 yılı üretim verileri ele alındığında; Elazığ'daki üzüm bağlarının 104.228 da üzüm üretiminin ise 76.502 ton olduğu görülmektedir.

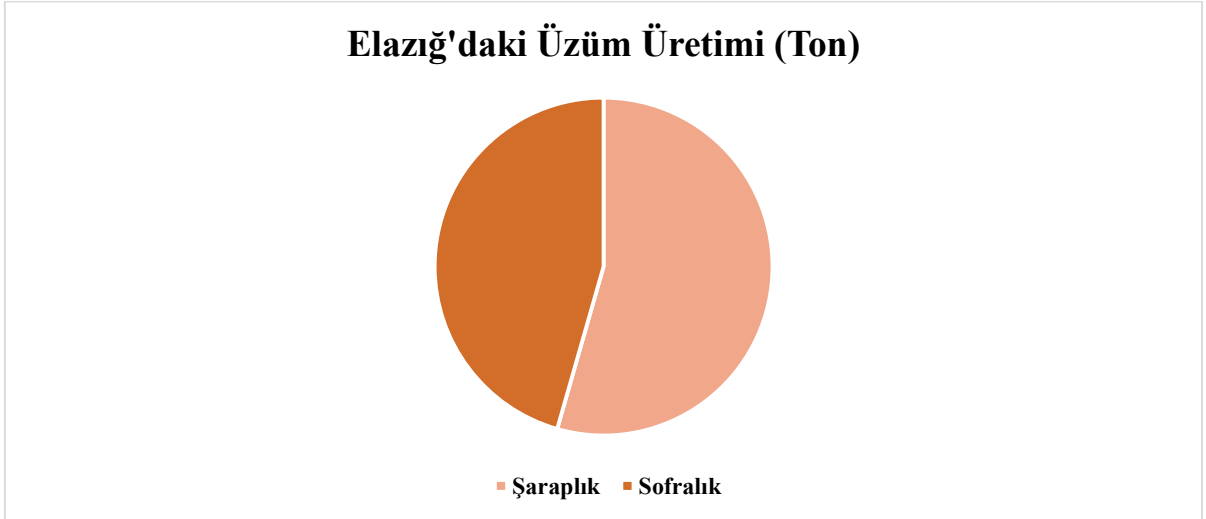
Grafik 10: Elazığ'daki Bağ Alanlarının Şaraplık ve Sofralık Üzüm Olarak Dağılımı



Yukarıdaki grafiğe göre; Elâzığ'daki 104.228 da olan toplam bağ alanının %42,34'ünde şaraplık, %57,66'sında ise sofralık üzüm üretilmektedir. Buradan yola çıkarak Elazığ'daki bağ alanlarında çoğunlukla sofralık üzüm çeşitlerinin üretiminin tercih edildiği sonucuna varılabilir.

Diğer yandan 76.502 ton olan toplam üzüm üretiminin içinde şaraplık ve sofralık çeşitlerin oranı incelendiğinde toplam üretimin %54,43'ünün (41.644 ton) şaraplık çeşitlerden ve %45,57'sinin (34.858 ton) sofralık çeşitlerden oluştuğu görülmektedir.

Grafik 11: Elazığ'daki Üzüm Üretiminin Şaraplık ve Sofralık Üzüm Olarak Dağılımı



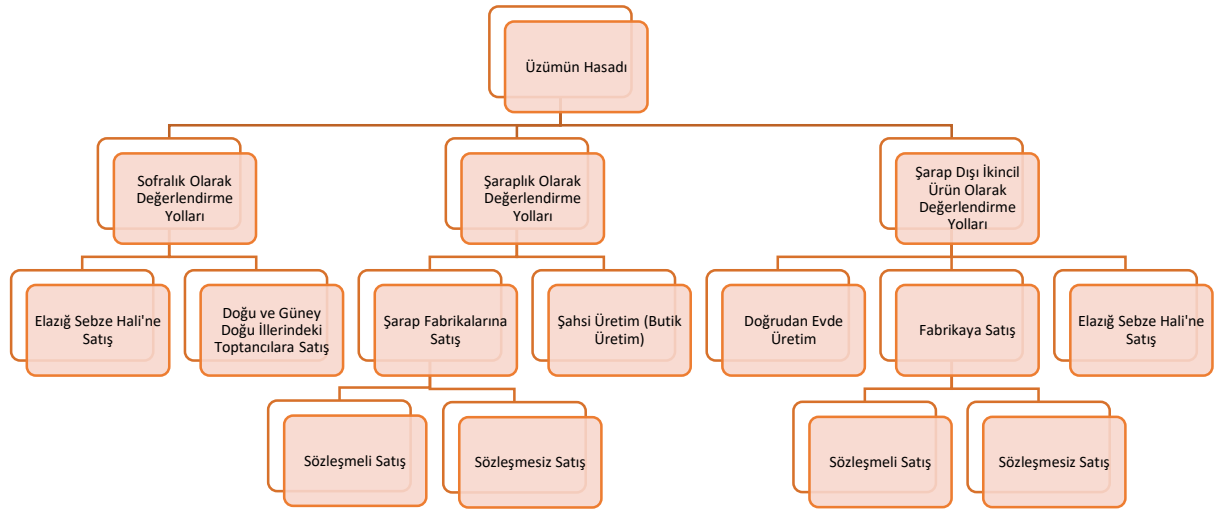
Yukarıdaki grafik incelendiğinde 2015 yılında şaraplık üzüm çeşitlerinin üretiminin sofralık çeşitlere kıyasla daha çok üretildiği görülmektedir. Sonuç olarak; bağ alanı bazında sofralık çeşitlerin, üretim değeri bazında ise şaraplık çeşitlerin daha fazla olduğu görülmektedir.

5.2.2. Üzüm Sektörünün Elazığ Ekonomisindeki Yeri

Elazığ'da üzüm üretimi bir önceki başlıkta belirtildiği gibi, Hoş Bölgesi'nde ve Kuzova Bölgesi'nde gerçekleştirilmektedir. Bu iki temel alanda konuşlanan bağlar dışında üzüm üretimi yapılan alanlar daha küçük alanlarda il geneline yayılmış bir durumdadır. Ancak Hoş Bölgesi ve Kuzova Bölgesi dışındaki üretim alanlarında yetiştiricilik, daha çok küçük aile işletmesi şeklindedir.

Üzüm üretiminde hal böyleyken ürün anlamında bir değerlendirme yapıldığında; sofralık yaş tüketim, şarap ve şarap dışı ikincil ürün olarak 3 farklı şekilde üzümün değerlendirilmesi söz konusudur. Ürün arzının iç piyasada tüketilebilecek miktarın üzerinde olması nedeni ile Doğu ve Güneydoğu illeri pazar olarak önem kazanmaktadır. Ancak bu bölgelerde oluşabilecek problemler nedeni ile aksama eğilimindeki ulaşım yüzünden bazı yıllarda satış problemleri yaşanmaktadır.

Şekil 14: Elazığ'da Üzümün Değerlendirilme Yolları



İlk olarak sofralık üzüm; Elazığ ile birlikte Doğu ve Güneydoğu illerine pazarlanmaktadır. Pazarlama üreticinin kendisinin götürüp illerdeki sebze hallerinde satışı şeklinde olabildiği gibi, illerdeki toptancıların gelip yerinden satın alması şeklinde de gerçekleşebilmektedir.

İkinci değerlendirme şekli olan şarabın içeriğinde Öküzgözü, Boğazkere ve Köhnü çeşitleri kullanıldığı için Elazığ'daki şaraplık üretim bu çeşitler üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Kuzova Bölgesi'nde şaraplık-şıralık üretim yapıldığından, Türkiye'de faaliyet gösteren şarap markaları tarafından toptan olarak alınmakta ve fabrikalara sevk edilmektedir. Bazı durumlarda da şarap markaları üreticiler ile anlaşarak kendi kontrollerinde üretim yaptırmaktadır. Bu durumda üretici de her sene sadece bir şarap markası için üretim gerçekleştirmektedir. Ancak ürün arzının iç sanayi piyasasında işlenebilecek miktarın üzerinde olması nedeni ile büyük çaplı işleme kapasitesine sahip firmaların satın alma politikalarına mecbur kalındığı bilinmektedir. Sonuç olarak, Elazığ'da büyük şarap markalarının tekelinde olan bir şaraplık üzüm üretimi olduğu sonucuna varılabilir.

Şarap dışı ikincil üretimde ise; Ağın Beyazı, Şilfoni, Kırmızı ve Öküzgözü üzüm türleri değerlendirilmektedir. Üzüm; orcik, pekmez, pestil vb. işlenmiş ürün haline getirilerek yerel piyasada satılabilmektedir. Elazığ'da orcik, pekmez, pestil vb. ürünlerin üretimini gerçekleştiren 12 işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerden 3'ü Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı, 9'u ise Elazığ Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği'ne kayıtlı olarak faaliyet göstermektedir.

5.3. Elazığ Üzüm Sektörü Analizi

“Elazığ Üzüm Sektörü Yatırım Ortamı Analizi” projesi kapsamında Elazığ'da faaliyet gösteren 270 üzüm üreticisine uygulanan anket çalışması ve projeye katılım gösteren 3 işletmeye uygulanan derinlemesine anket çalışması sonucunda Elazığ üzüm sektörü ile ilgili veriler elde edilmiştir. Ankete katılım gösteren üreticiler Elazığ İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü'nün veri tabanına kayıtlı üreticilerken, işletmeler Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası'na ve Elazığ Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği'ne kayıtlı işletmelerdir. “Elazığ Üzüm Sektörü Yatırım Ortamı Analizi” projesi üzümün şarap dışı ikincil ürün olarak değerlendirilmesini araştırmak adına geliştirildiği için anket yapılan üzüm üreticilerinin %25'i şaraplık üzüm üreticilerinden ve %75'i sofralık üzüm üreticilerinden oluşmaktadır. “Elazığ Üzüm Sektörü Analizi” başlığı altında anket çalışması kapsamında elde edilen veriler üzerinden ilk olarak üretici analizi ardından da işletme analizi yapılacaktır. Son olarak da “Elazığ Üzüm Sektöründeki Sorunlar, İhtiyaçlar ve Öneriler” başlığı altında her iki anketin de sonuçları değerlendirilmektedir.

5.3.1. Üretici Analizi

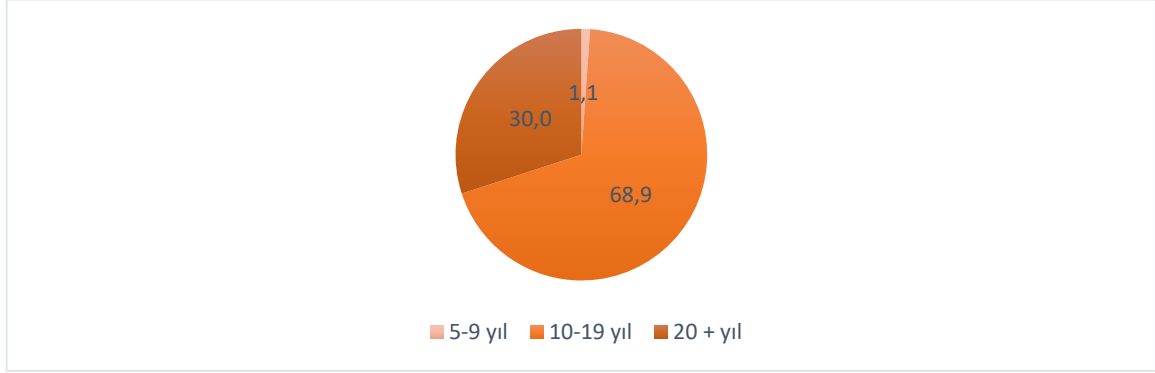
Anket çalışması kapsamında toplam 270 üzüm üreticisi ile görüşülmüştür. Bunlardan 87'si şaraplık, 183'ü ise sofralık üzüm üretiminde bulunan üreticilerdir.

Tablo 11: Üretici Analizi İçerik Özeti

Üretici Analizi İçerik Özeti		
Üreticilerin Bağcılık Faaliyetlerinin İçinde Bulunma Süresi		
5-9 Yıl	10-19 Yıl	20 Yıl Üstü
%51,10	%68,90	%30
Üreticilerin Bağcılık Alanında Faaliyet Gösterme Sebepleri		
Aile Geleneği	Yeni Yatırım	
%96,70	%3,30	
Bağ Alanlarının Büyüklüğü		
5.000-9.999 m²	10.000 m²üstü	
%6,70	%93,30	
Üretici ve Alıcı Arasındaki Sözleşme Durumu		
Var	Yok	
%1,10	%98,90	
Üretici ve Alıcı Arasındaki Lojistik Süreci Sorumluluğu		
Alıcı Taraf	Satıcı Taraf (Ben)	Her İkisi de
%9,60	%5,20	%85,20
Bağcılık Sektörü İle İlgili Yatırım Yapma İsteği		
Evet	Hayır	
66,30%	33,70%	
Yatırım İsteklerinin Kapsamı		
Yeni Yatırım	Kapasite Artırımı	
%94,40	%5,60	
Yeni Yatırım Düşüncesinin İçeriği		
Yeni Üzüm Çeşidi	Yeni Ürün	
%0,60	%99,40	

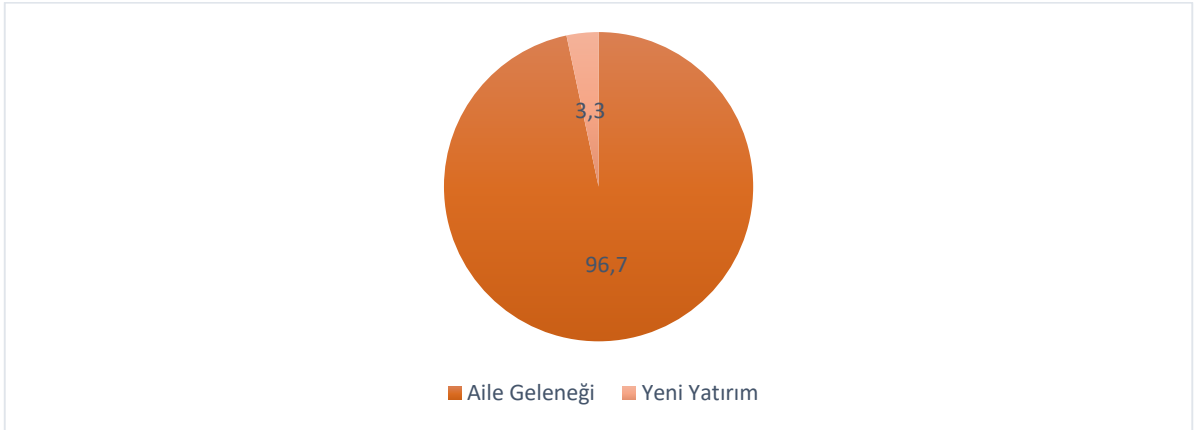
Yukarıdaki tabloda 270 üzüm üreticisi ile yapılan anketin içerik özeti yer almaktadır. Çalışmanın devamında her bir sonuç detaylı olarak incelenmekte ve yorumlanmaktadır.

Grafik 12: Üreticilerin Bağcılık Faaliyetlerinin İçinde Bulunma Süresi



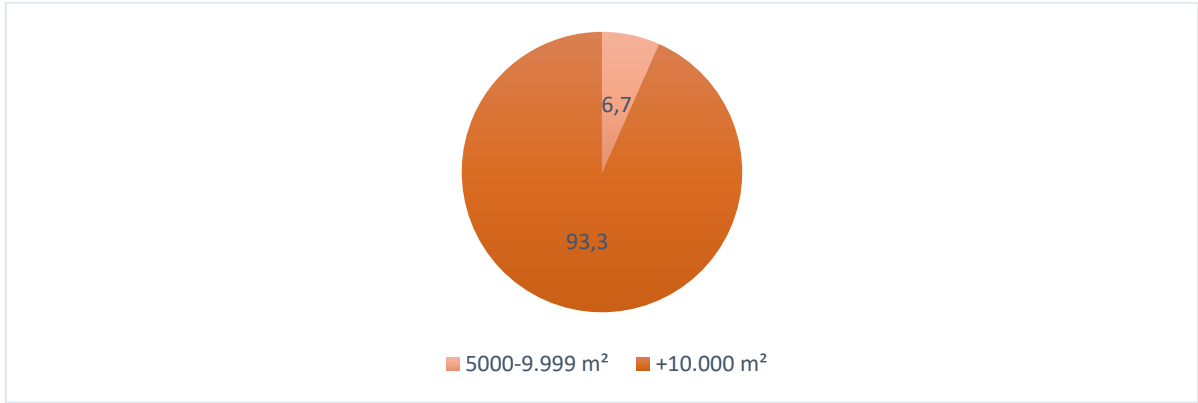
Katılımcıların %68,9 gibi büyük bir çoğunluğu 10-19 yıl arası bir zaman süresince bağcılık faaliyetlerinde bulunduğunu belirtmiştir. %30'u ise 20 yıldan fazla bir süredir bu faaliyetlerde bulunduğunu belirtmiştir. 5-9 yıl aralığında faaliyet gösterenlerin ise %1,1 gibi düşük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu bilgilerden yola çıkarak; bağcılığın Elazığ'da oldukça köklü bir geçmişi olduğu söylenebilir.

Grafik 13: Üreticilerin Bağcılık Alanında Faaliyet Gösterme Sebepleri



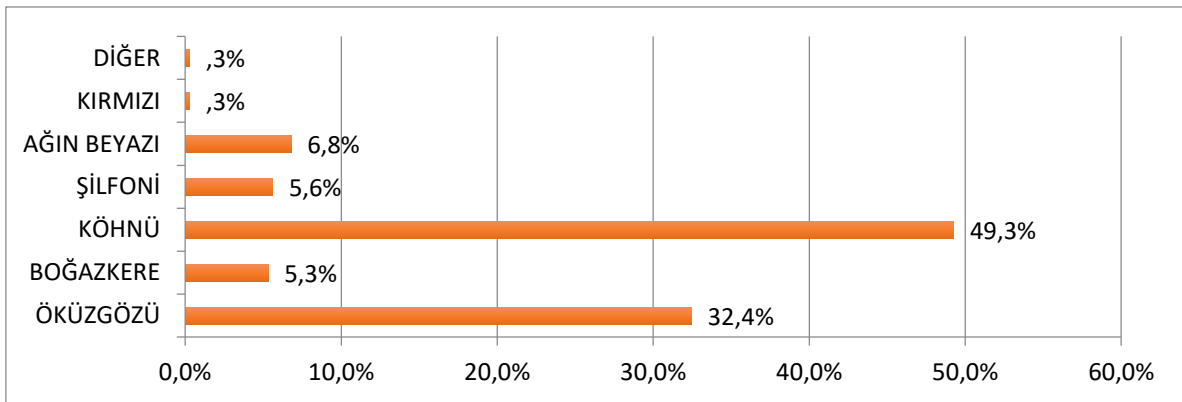
Katılımcılara yöneltilen ikinci soru “Bağcılık alanında faaliyet göstermeye nasıl başladınız?” olmuş ve katılımcıların %96,7’si bu soruya aile geleneği yanıtını vermiştir. Katılımcıların %3,3’ü ise bağcılık alanında faaliyet sebebini yeni yatırım olarak tanımlamıştır. Bu doğrultuda bağcılık sektörünün Elâzığ’da çoğunlukla aile geleneği olarak devam ettiğinden söz etmek mümkündür. Dolayısıyla bir önceki grafiğin de desteklediği şekilde Elazığ’da uzun yıllardır aile geleneği olarak bağcılık yapıldığı sonucuna ulaşılabilir.

Grafik 14: Elazığ'daki Mevcut Bağ Alanlarının Büyüklüğü



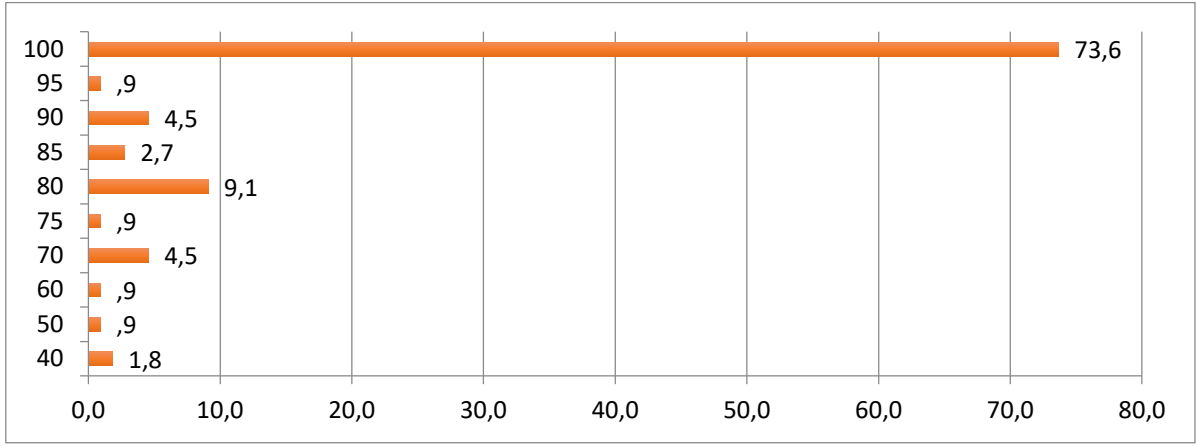
Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru ise mevcut bağ alanlarının büyüklüğü olmuştur. Bu soruyu yanıtlayan katılımcıların %93,3'ü sahip olduğu bağ alanının 10.000 m²'den fazla olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %6,7'sinin sahip olduğu bağ alanı ise; 5.000 m² ile 9.999 m² arasındadır. Sonuç olarak Elazığ'daki bağ alanlarının genel itibarı ile 10.000 metrekareden fazla olduğu görülmektedir. Buradan bağcılıkla ilgili mevcut üretim alanlarının geniş olduğu sonucuna varılabilir.

Grafik 15: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Üzüm Çeşitleri



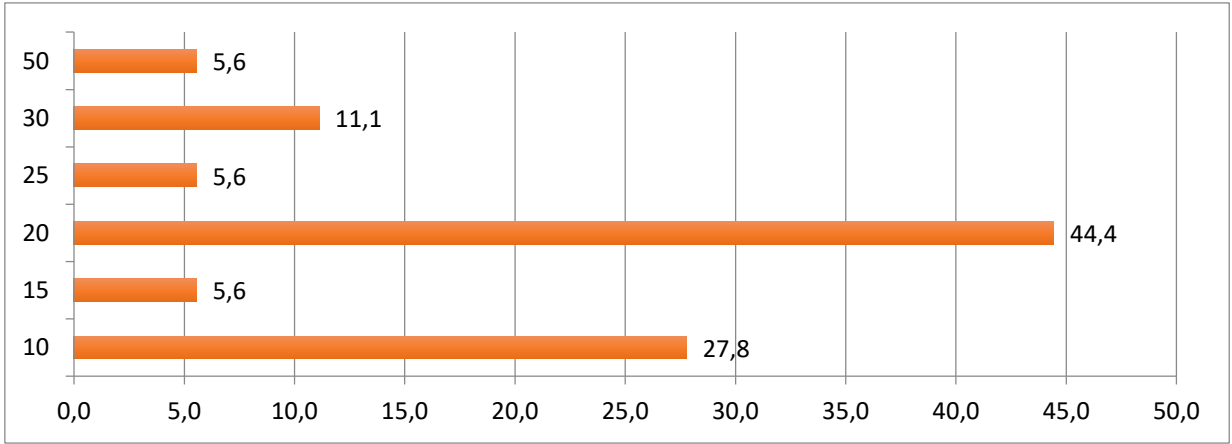
En fazla yetiştirilen üzüm çeşidi olarak %49,3'luk oranla Köhnü dikkat çekmektedir. Köhnü çeşidini %32,4 ile Öküzgözü çeşidi takip etmektedir. Katılımcıların %6,8'i Ağın Beyazı; %5,6'sı Şilfoni; %5,3'ü Boğazkere; %3'ü Kırmızı ve %3'ü de diğer cevabını vermiştir. Köhnü ve Öküzgözü'nün toplam oranının %81,7; diğer üzüm çeşitlerinin de %18,3 oranında üretildiği görülmektedir. Bu noktada Elazığ bağcılık sektöründe Köhnü ve Öküzgözü çeşitlerinin üretimine yoğunlaşıldığı sonucuna varılabilir.

Grafik 16: Öküzgözü Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri



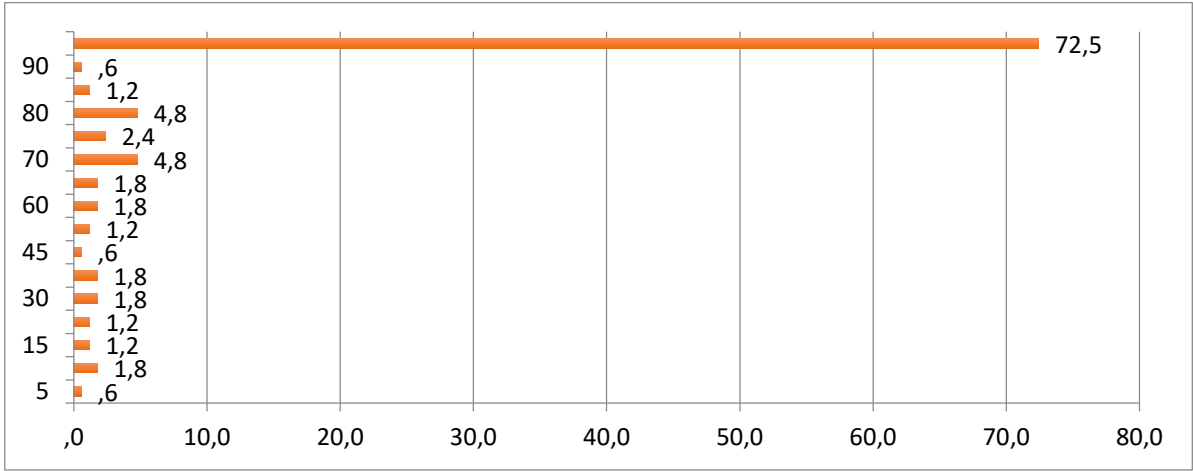
Bağında yetiştirdiği üzüm çeşitlerini belirten üreticilere bağ alanının % kaçında bu çeşitleri yetiştirdiği sorulmuştur. Öküzgözü yetiştirenlerin %73,6'sı bu soruya %100 cevabını vermiştir. Öküzgözü çeşidini yetiştiren üreticilerin bağlarının çok büyük bir bölümünü bu üzüm çeşidine ayırdığı görülmektedir. Denilebilir ki Öküzgözü yetiştiren üreticilerin büyük çoğunluğu diğer üzüm çeşitlerinin üretimini tercih etmemektedir.

Grafik 17: Boğazkere Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri



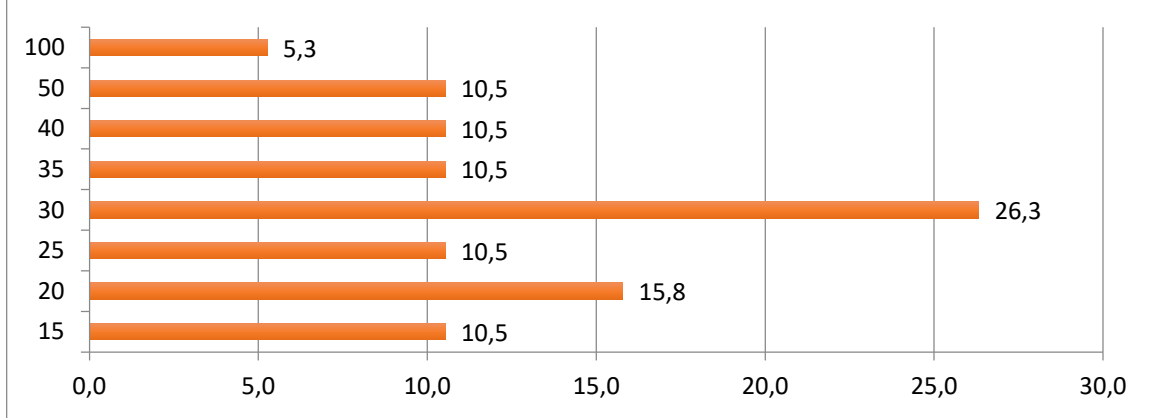
Bağında yetiştirdiği üzüm çeşitleri arasında Boğazkere'nin de olduğunu belirten üreticilerin %44,4'ü bağ alanının %20'sinde Boğazkere yetiştirdiği cevabını vermiştir. Katılımcıların %27,8'i ise bağ alanının %10'unda Boğazkere yetiştirdiğini ifade etmiştir. Grafik incelendiğinde; Boğazkere'nin üreticilerin sahip olduğu bağ alanının en fazla %50'sinde yetiştirildiği ve bağ alanının geri kalan %50'sinde farklı bir üzüm çeşidi yetiştirildiği sonucuna varılabilir. Boğazkere çeşidini yetiştiren üreticilerin diğer üzüm çeşitlerinden de en az birini yetiştirdiği söylenebilir. Buradan hareketle de Boğazkere'nin bağların belli bölümlerinde ikincil çeşit olarak yetiştirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Grafik 18: Köhnü Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri



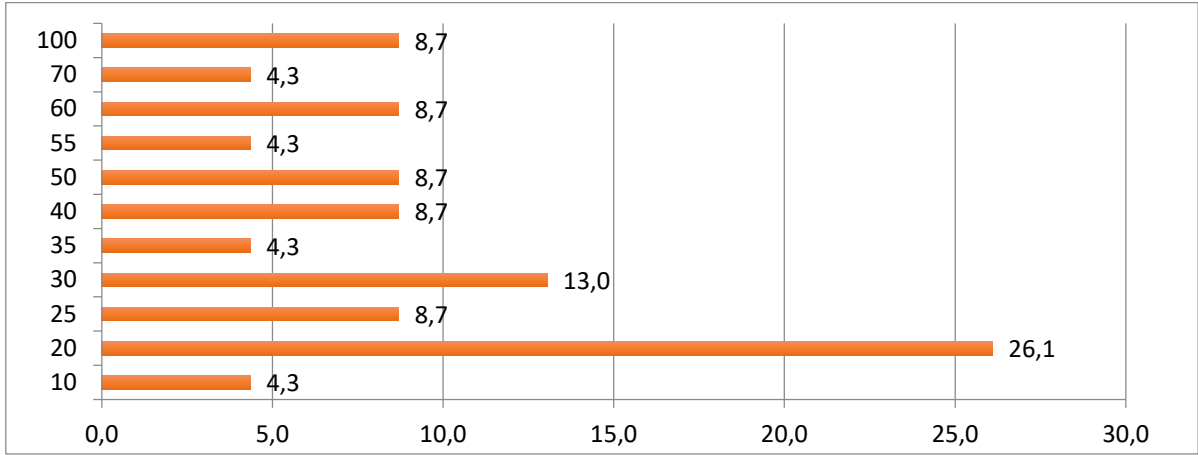
Bağında yetiştirdiği üzüm çeşitleri arasında Köhnü'nün de olduğunu belirten üreticilerin %72,5'i bağlarının %95'inde Köhnü yetiştirdiğini belirtmiştir. Köhnü çeşidini yetiştiren üreticilerin bağlarının çok büyük bir bölümünü bu üzüm çeşidine ayırdığı görülmektedir. Tıpkı Öküzgözü'nde olduğu gibi, Köhnü yetiştiren üreticilerin büyük çoğunluğu diğer üzüm çeşitlerinin üretimini tercih etmemektedir.

Grafik 19: Şilfoni Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri



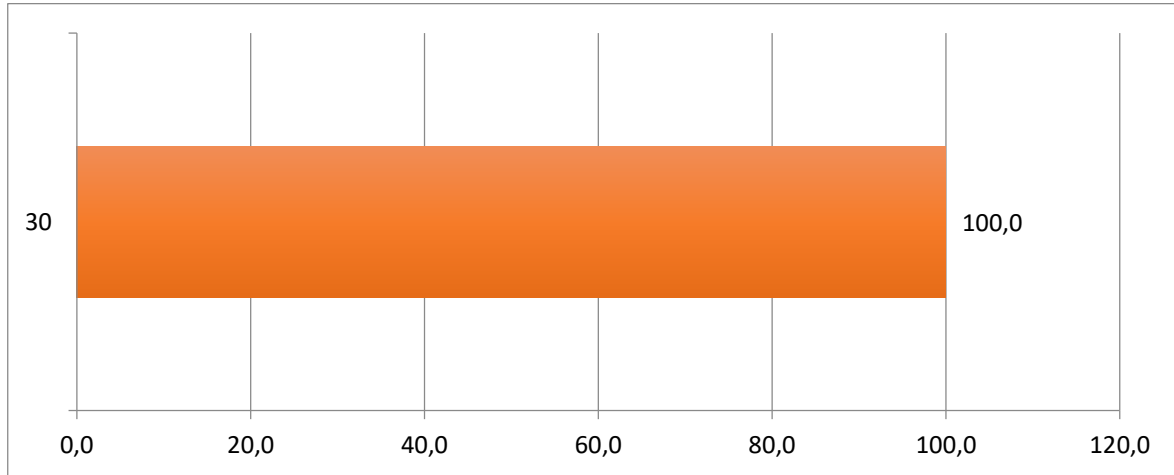
Bağında Şilfoni çeşidi yetiştirenlerin %26,3'ü toplam bağ alanındaki Şilfoni üretiminin kapladığı alana %30 cevabını verirken, %15,8'i %20 cevabını vermiştir. Mevcut bağ alanının %15, %25, %35, %40 ve %50'sinde Şilfoni yetiştirenlerin oranının ise %10,5 olduğu görülmektedir. Bu noktada Şilfoni çeşidini yetiştiren üreticilerin diğer üzüm çeşitlerinden de en az birini daha yetiştirdiği ve Şilfoni'nin diğer üzüm çeşitlerine göre daha küçük bir alanda yetiştirildiği sonucuna varılabilir. Buradan hareketle Şilfoni'nin bağların belli bölümlerinde ikincil olarak yetiştirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Grafik 20: Ağın Beyazı Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri



Bağında yetiştirdiği üzüm çeşitleri arasında Ağın Beyazı'nın da olduğunu belirten üreticilere bağ alanının % kaçında Ağın Beyazı yetiştirdiği sorulmuş ve katılımcıların %26,1'i %20 cevabını verirken katılımcıların %13,0'ı %30 cevabını vermiştir. Geriye kalan katılımcılar ise tıpkı Şilfoni de olduğu gibi belli bir odak çerçevesinde cevap vermemiş olup çoğunluk %30, %25, %40, %50 oranlarında yoğunlaşmıştır. Bu noktada Şilfoni'de olduğu gibi Ağın Beyazı çeşidini yetiştiren üreticilerin diğer üzüm çeşitlerinden de en az birini yetiştirdiği ve Ağın Beyazı'nın diğer üzüm çeşidine göre daha küçük bir alanda yetiştirildiği sonucuna varılabilir. Buradan hareketle Ağın Beyazı'nın bağların belli bölümlerinde ikincil olarak yetiştirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

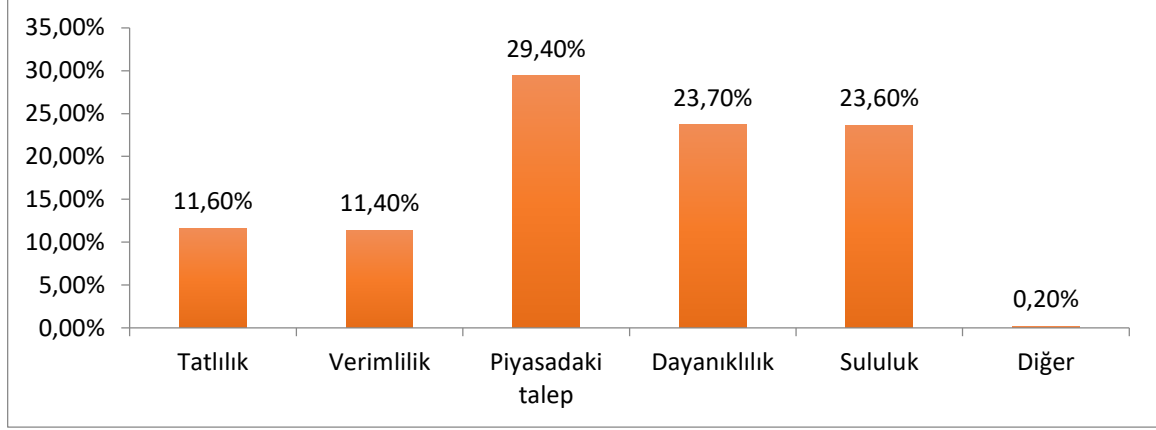
Grafik 21: Kırmızı Çeşidinin Toplam Bağ Alanı İçindeki Yeri



Bağında yetiştirdiği üzüm çeşitleri arasında Kırmızı'nın da olduğunu belirten üreticilerin %100'ü bağlarının %30'unda Kırmızı çeşidini yetiştirdiğini ifade etmiştir. Bu bilgiden hareketle Kırmızı çeşidinin üretimini gerçekleştiren üreticilerin bağlarının %70'inde farklı bir

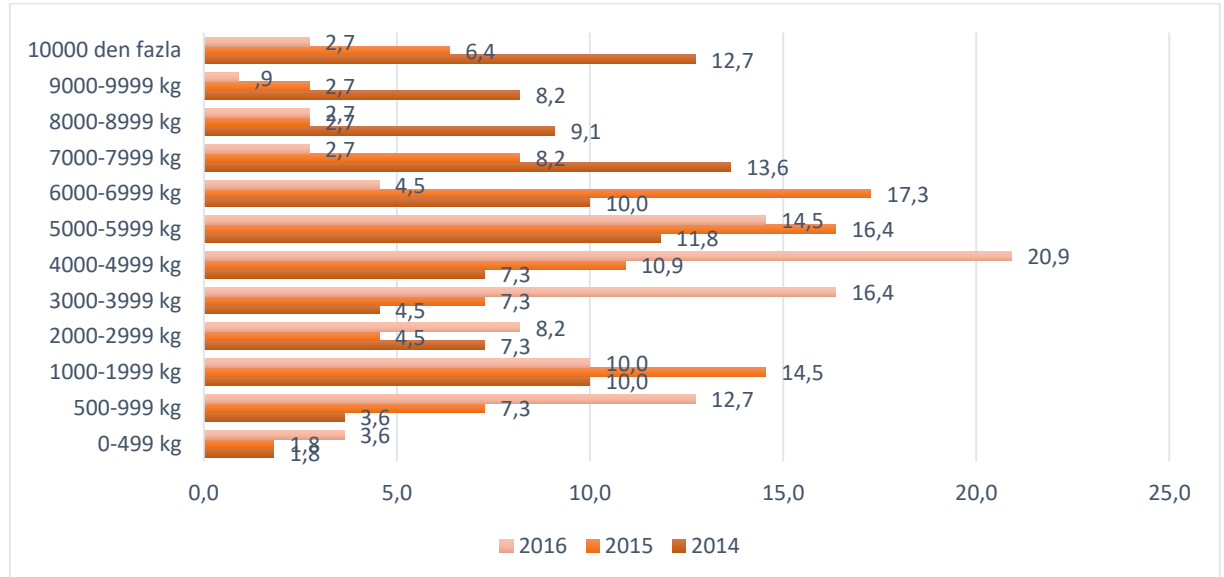
üzüm çeşidini yetiştirdiği ve Kırmızı çeşidinin mevcut bağlarda ikincil çeşit olarak yetiştirildiği söylenebilir.

Grafik 22: Yetiştirilen Üzüm Çeşidinin Belirlenme Kriterleri



Yetiştirilen üzüm çeşidi seçilirken önemsenen kriterler sorulduğunda en fazla verilen cevap %29,40'lık oran ile piyasadaki talep olmuştur. En fazla tekrarlanan diğer kriterler ise sırasıyla %23,70'lik oran ile dayanıklılık ve %23,60'lık oran ile sululuk olmuştur. Bu verilerden hareketle üreticilerin seçim kriterlerinin başında tüketici talepleri gelmekte, tüketici taleplerinden sonra da üzümün dayanıklılığı ve sululuğu önemsenmektedir.

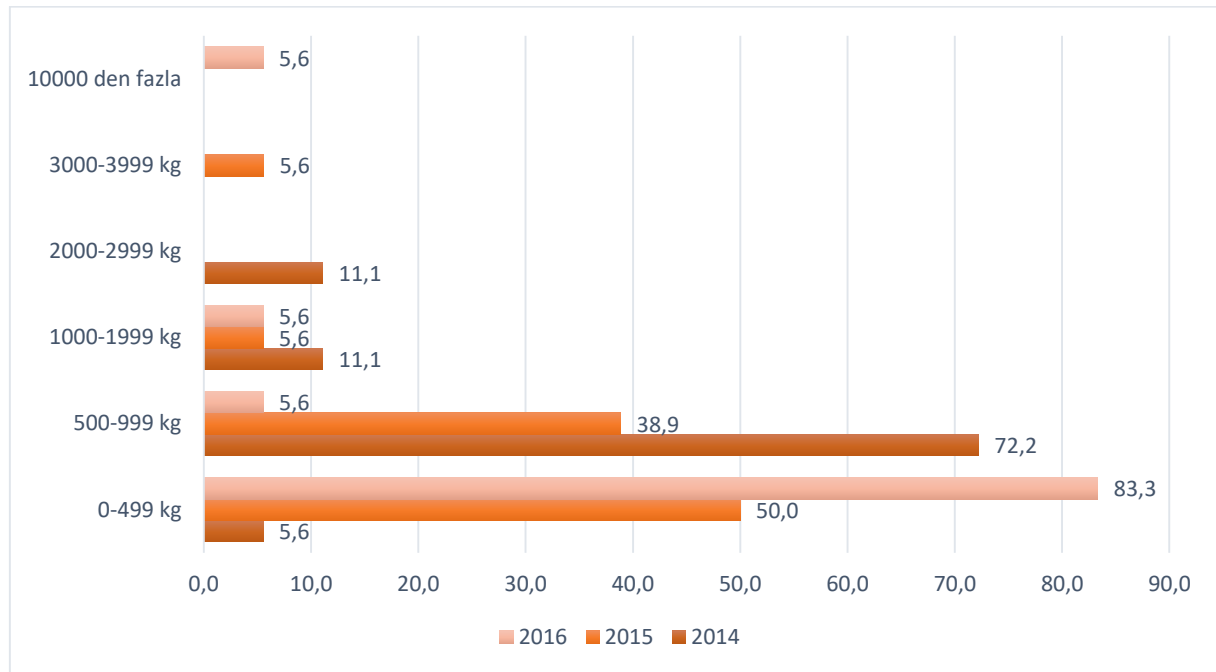
Grafik 23: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Öküzgözü Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri



Öküzgözü çeşidinin son üç yıllık üretim değerleri incelendiğinde; 2014 yılında üreticilerin %13,6'sının 7.000-7.999 kg aralığında, %9,1'inin 8.000-8.999 kg aralığında, %8,2'sinin 9.000-9.999 kg aralığında ve %12,7'sinin ise 10.000 kg'dan fazla üretim gerçekleştirdiği

görülmektedir. Yani 2014 yılında Öküzgözü yetiştiren üreticilerin %43,6'sı 7.000 kg'nin üzerinde üretim gerçekleştirmiştir. 2015 yılına gelindiğinde; 7.000 kg'ın üzerinde üretim gerçekleştiren üreticilerin oranı %20'dir. 2016 yılında ise; 7.000 kg'ın üzerinde üretim gerçekleştiren üreticilerin oranı %9'dur. 2014-2016 yılları arasında 10.000 kg'ın üzerinde üretim gerçekleştiren üretici sayısı azalma göstermiştir. 2014 yılında 0-4.999 kg aralığında Öküzgözü yetiştiren üreticilerin oranı %39, 2015 yılında %46,3 ve 2016 yılında %71,8'dir. 2014-2016 yılları arasında 0-4.999 kg aralığında üretim gerçekleştiren üretici sayısı artış göstermiştir. Bu bilgilerden yola çıkarak 2014 yılından 2016 yılına dek Öküzgözü çeşidinin verimliliğinde düşüş yaşandığı söylenebilir.

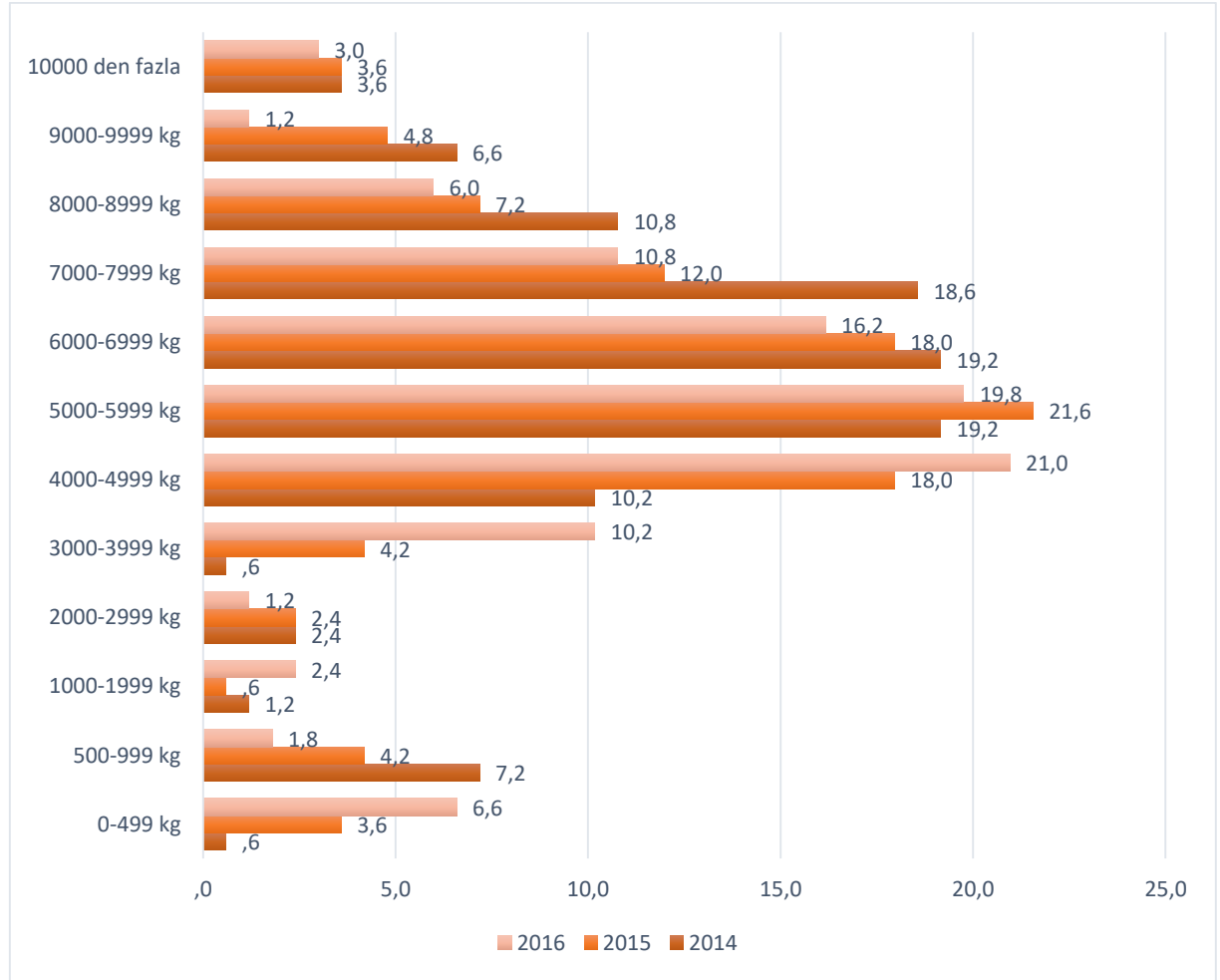
Grafik 24: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Boğazkere Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri



Boğazkere çeşidinin son üç yıllık üretim değerleri incelendiğinde; 2014 yılında üreticilerin %72,2'si 500-999 kg aralığında, %5,6'sı 0-499 kg aralığında üretim gerçekleştirmiştir. Yani 2014 yılında üreticilerin %77,8 gibi büyük bir çoğunluğu 0-999 kg aralığında üretim gerçekleştirmiştir. Buna ek olarak, 2014 yılında hiçbir üretici 2.999 kg'dan fazla üretim gerçekleştirememiştir. 2015 yılında ise üreticilerin %50'si 0-499 kg aralığında, %38,9'u ise 500-999 kg aralığında üretim gerçekleştirmiştir. Yani 2015 yılında üreticilerin %88,9 gibi büyük bir çoğunluğu 0-999 kg aralığında üretim gerçekleştirmiştir. Buna ek olarak, 2015 yılında hiçbir üretici 3.999 kg'dan fazla üretim gerçekleştirememiştir. 2016 yılına gelindiğinde ise; üreticilerin %83,3'ü 0-499 kg aralığında ve %5,6'sı 500-999 kg aralığında üretim gerçekleştirmiştir. Yani 2016 yılında üreticilerin %88,9 gibi büyük bir çoğunluğu 0-999 kg

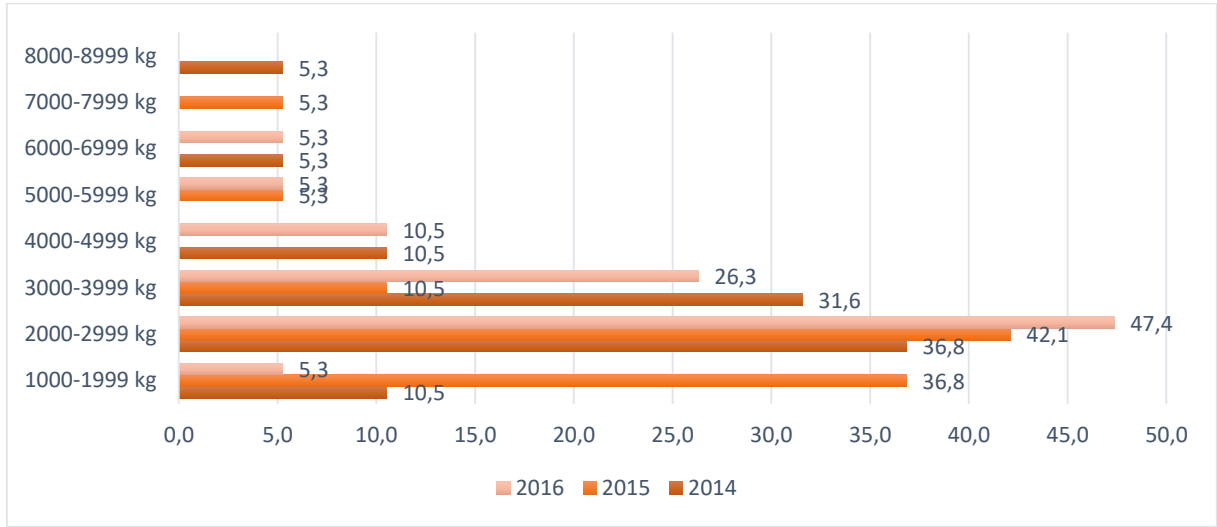
aralığında üretim gerçekleştirmiştir. Buna ek olarak, 2016'da hiçbir üretici 1.999-10.000 kg aralığında üretim gerçekleştirememiştir. Sonuç olarak, Boğazkere çeşidini yetiştiren üreticilerin büyük bir çoğunluğu son üç yıl içinde 1 tonun altında üretim gerçekleştirmektedir. Zaten yukarıdaki tablolarda Boğazkere yetiştirenler, bu çeşidi toplam bağ alanının küçük bir kısmında yetiştirdiğini belirtmiştir. Dolayısıyla Boğazkere üretim değerlerinin düşük olması da bundan kaynaklanmaktadır.

Grafik 25: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Köhnü Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri



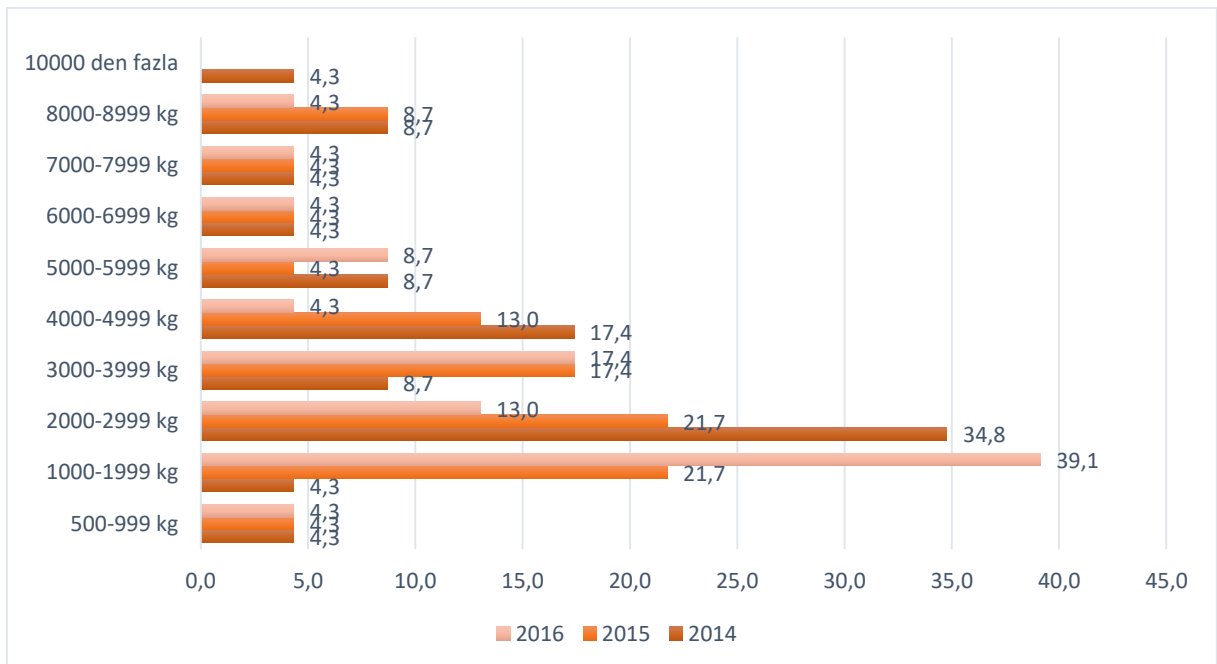
Köhnü çeşidinin son üç yıllık üretim değerleri incelendiğinde; 2014, 2015 ve 2016 yıllarının hepsinde gerçekleştirilen üretimin çoğunlukla 4000-7.999 kg aralığında olduğu görülmektedir. Öyle ki 2014 yılında üreticilerin %67,2'si, 2015 yılında %69,6'sı ve 2016 yılında %67,8'i 4000-7.999 kg aralığında üretim gerçekleştirmiştir. Bu bilgiden hareketle Köhnü çeşidinin son üç yıl içindeki üretim değerlerinde keskin bir düşüş ya da artış olmadığı söylenebilir. Bunun sonucunda da Köhnü çeşidinin verimliliğinde bir stabilitenin olduğu ve yıldan yıla verimlilikte büyük değişiklikler yaşanmadığı yorumu yapılabilir.

Grafik 26: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Şilfoni Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri



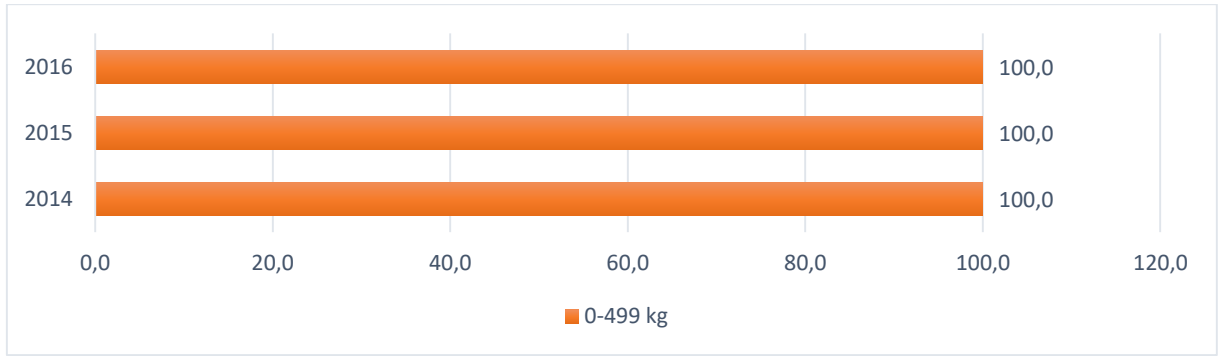
Şilfoni çeşidinin son üç yıllık üretim değerleri incelendiğinde; 2014, 2015 ve 2016 yıllarının hepsinde gerçekleştirilen üretimin çoğunlukla 1.000-3.999 kg aralığında olduğu görülmektedir. 1.000-3.999 kg aralığında üretim gerçekleştiren üreticilerin oranının 2014 yılında %78,9, 2015 yılında %89,4 ve son olarak 2016 yılında %79 olduğu görülmektedir. Diğer yandan 3.999 kg'ın üzerinde üretim gerçekleştiren üreticilerin oranının oldukça az olduğu da görülmektedir. Bu noktada Şilfoni çeşidinin son üç yıl içindeki üretim değerlerinde büyük bir değişiklik yaşanmadığı, aksine üretimde stabilitenin sağlandığı yargısına varılabilir.

Grafik 27: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Ağın Beyazı Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri



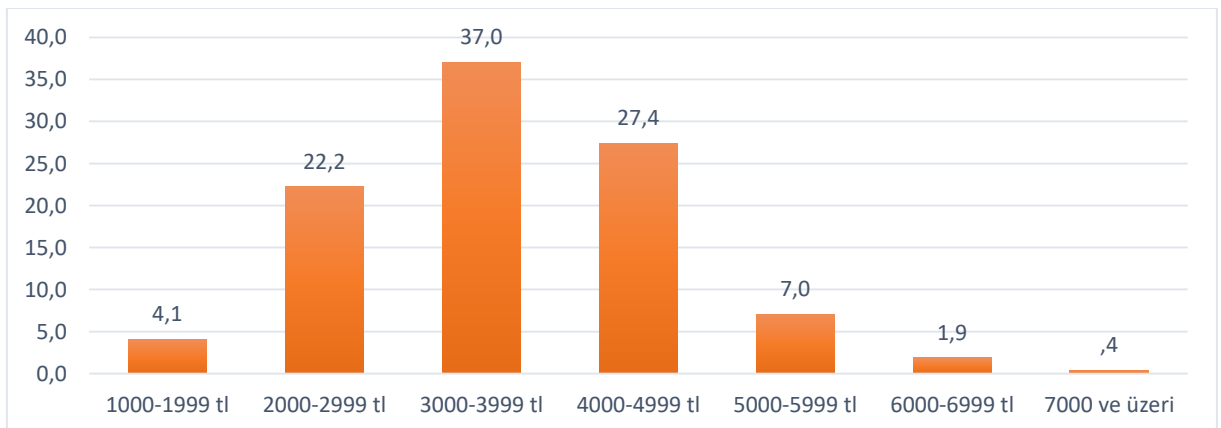
Ağın Beyazı çeşidinin son üç yıllık üretim değerleri incelendiğinde; diğer çeşitlerdeki gibi belirli bir kilogram aralığında yığılma olmadığı görülmektedir. Öyle ki 2014, 2015 ve 2016 yıllarının üretim değerlerinde çok fazla değişim olmadığı görülmektedir. Bu durumun en iyi örneği; 500-999 kg, 6.000-6.999 kg ve 7.000-7.999 kg aralıklarında her üç yılda da aynı üretim değerinin olması yıllar içinde üretimin hep aynı kaldığının göstergesi olarak sunulabilir. Bu bilgiden hareketle Ağın Beyazı çeşidinin son üç yıl içindeki üretim değerlerinde büyük bir değişiklik yaşanmadığı aksine üretimde stabilitenin sağlandığı yargısına varılabilir.

Grafik 28: Mevcut Bağlarda Yetiştirilen Kırmızı Çeşidinin Son 3 Yıl İçindeki Üretim Değerleri



Kırmızı çeşidinin son üç yıllık üretim değerleri incelendiğinde; Kırmızı çeşidini yetiştiren üreticilerin %100'ü 2014, 2015 ve 2016 yıllarının hepsinde 0-499 kg arası üretim gerçekleştirmiştir. Bağında yetiştirdiği üzüm çeşitleri arasında Kırmızı'nın da olduğunu belirten üreticilere bağ alanının % kaçında Kırmızı çeşidini yetiştirdiği sorulduğunda katılımcıların %100'ünün bağlarının %30'unda Kırmızı çeşidini yetiştirdiği bilgisi hatırlanırsa zaten Kırmızı çeşidinin diğer çeşitlere kıyasla daha az yetiştirildiği anlaşılmaktadır. Yani bu durum üretimdeki stabiliteden ziyade Kırmızı çeşidinin diğer çeşitlere kıyasla daha az yetiştirildiği ve üretim miktarının az olduğu bilgisiyle açıklanabilir.

Grafik 29: Bağcılık Faaliyetlerinin Yıllık Toplam Maliyeti



Üreticilere 1 yıl içinde bağcılık faaliyetleri kapsamındaki tüm harcamalarının toplam maliyeti sorulduğunda; katılımcıların %37,0'ının 3.000-3.999 TL aralığında; %27,4'ünün 4.000-4.999 TL aralığında; %22,2'sinin ise 2.000-2.999 TL olarak cevap verdiği görülmektedir. Katılımcıların büyük bir kısmı bağcılık faaliyetlerinin toplam maliyetinin yıllık 2.000-4.999 TL aralığında olduğunu belirtmiştir. Diğer yandan maliyetlerin bağ alanının büyüklüğü ile doğrudan ilgili olduğu düşünülürse ortalama bir maliyet belirlemek yanlış olacaktır.

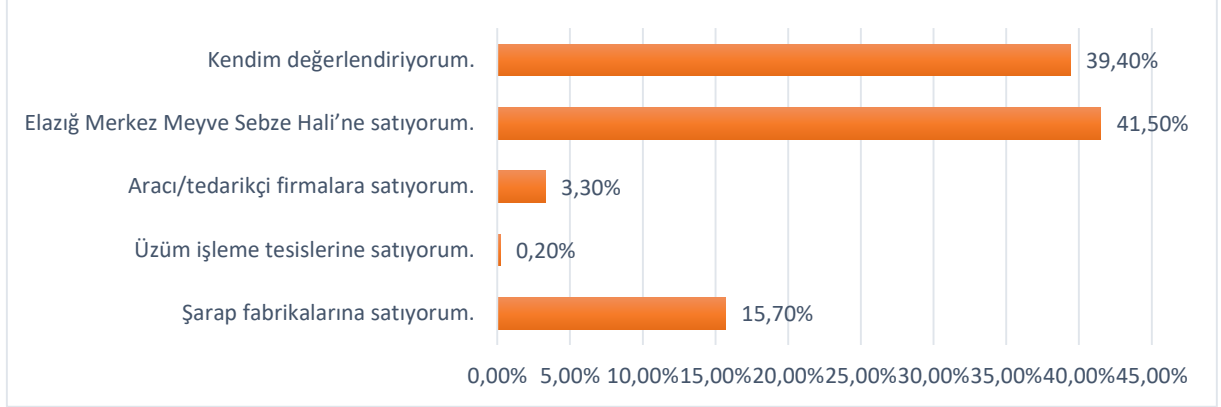
Tablo 12: Üzüm Çeşitlerinin 2016 Üretim Sezonu (Eylül-Ekim-Kasım) İçindeki Birim Fiyatları

Ay	Üzüm Çeşidi	Değişim	%	Ay	Üzüm Çeşidi	Değişim	%	Ay	Üzüm Çeşidi	Değişim	%
EYLÜL AYI	Öküzgözü	Arttı	15,5 %	EKİM AYI	Öküzgözü	Arttı	1,8 %	KASIM AYI	Öküzgözü	Arttı	1,8 %
		Azaldı	84,5 %			Azaldı	84,5 %			Azaldı	42,7 %
		Aynı Kaldı	,0%			Aynı Kaldı	13,6 %			Aynı Kaldı	55,5 %
	Boğazkere	Arttı	5,6%		Boğazkere	Arttı	,0%		Boğazkere	Arttı	,0%
		Azaldı	94,4 %			Azaldı	83,3 %			Azaldı	33,3 %
		Aynı Kaldı	,0%			Aynı Kaldı	16,7 %			Aynı Kaldı	66,7 %
	Köhnü	Arttı	,0%		Köhnü	Arttı	,0%		Köhnü	Arttı	,0%
		Azaldı	100,0 %			Azaldı	99,4 %			Azaldı	62,3 %
		Aynı Kaldı	,0%			Aynı Kaldı	,6%			Aynı Kaldı	37,7 %
	Şilfoni	Arttı	,0%		Şilfoni	Arttı	,0%		Şilfoni	Arttı	,0%
		Azaldı	100,0 %			Azaldı	100,0 %			Azaldı	52,6 %
		Aynı Kaldı	,0%			Aynı Kaldı	,0%			Aynı Kaldı	47,4 %
	Ağın Beyazı	Arttı	,0%		Ağın Beyazı	Arttı	,0%		Ağın Beyazı	Arttı	,0%
		Azaldı	100,0 %			Azaldı	100,0 %			Azaldı	69,6 %
		Aynı Kaldı	,0%			Aynı Kaldı	,0%			Aynı Kaldı	30,4 %
	Kırmızı	Arttı	,0%		Kırmızı	Arttı	,0%		Kırmızı	Arttı	,0%
		Azaldı	100,0 %			Azaldı	,0%			Azaldı	,0%
		Aynı Kaldı	,0%			Aynı Kaldı	100,0 %			Aynı Kaldı	100,0 %
	Diğer	Arttı	,0%		Diğer	Arttı	,0%		Diğer	Arttı	,0%
		Azaldı	100,0 %			Azaldı	100,0 %			Azaldı	,0%
		Aynı Kaldı	,0%			Aynı Kaldı	,0%			Aynı Kaldı	100,0 %

Katılımcılara ürettikleri üzüm çeşitlerinin 2016 üretim sezonu (Eylül – Ekim – Kasım) içindeki birim fiyatlarında bir önceki aya göre nasıl bir değişim yaşandığı sorulmuştur. Katılımcılar genel itibariyle Eylül ayı fiyatlarının Ağustos ayından, Ekim ayı fiyatlarının da Eylül ayından düşük olduğunu belirtmişlerdir. Diğer yandan katılımcılar Kasım ayı fiyatlarının Ekim ayına

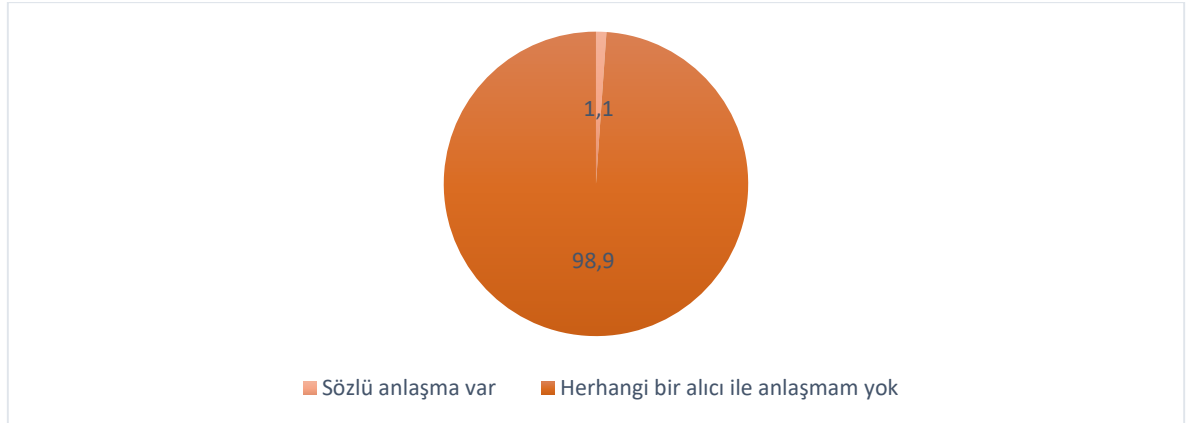
kıyasla değişmediğini, aynı kaldığını söylemektedir. Bu durumun Elazığ'da üzüm hasatının çoğunlukla Eylül-Ekim aylarında gerçekleşmesinden kaynaklandığı düşünülebilir. Öyle ki hasatın gerçekleştirildiği Eylül-Ekim aylarında piyasada çok fazla üzüm bulunması fiyatların düşmesine sebep olarak gösterilebilir.

Grafik 30: Hasat Edilen Üzümlerin Değerlendirilme Şekilleri



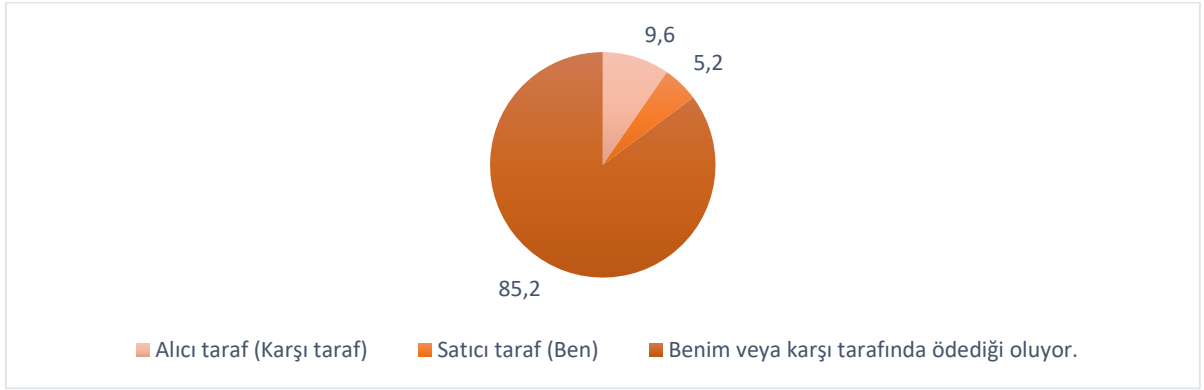
Grafik incelendiğinde; üreticilerin %41,50 gibi büyük bir kısmının hasat ettiği üzümü Elazığ Merkez Meyve Sebze Hali'ne sattığı ve %39,40'ının da kendinin değerlendirdiği sonucuna varılmaktadır. Buna ek olarak, üreticilerin %15,70'i hasat ettiği üzümü şarap fabrikalarına satmaktadır.

Grafik 31: Üretici ve Alıcı Arasındaki Sözleşme Durumu



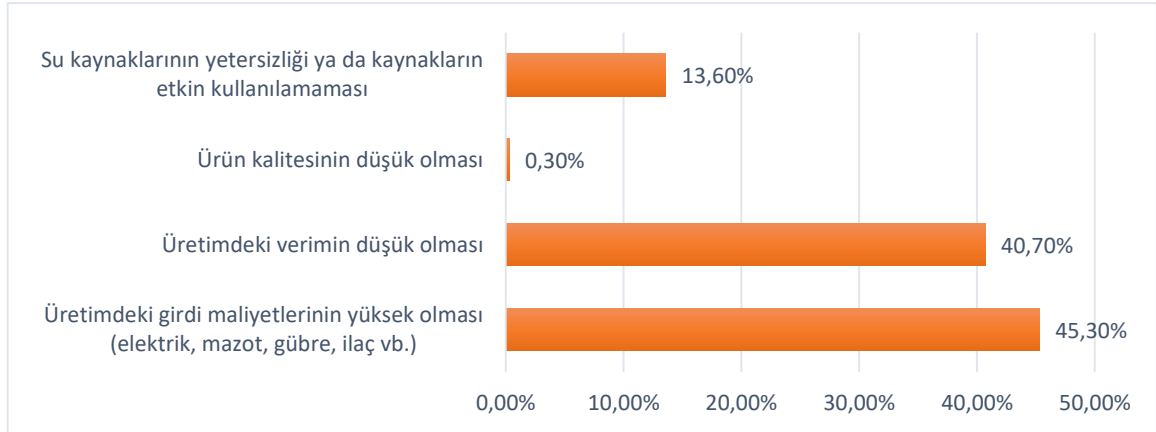
Grafikteki verilere bakıldığında; %1,1 gibi çok küçük bir üretici grubunun alıcılarla sözlü anlaşması bulunduğu, buna karşın %98,9 gibi büyük bir çoğunluğun da herhangi bir alıcı ile anlaşmasının olmadığı görülmektedir. Bu bilgidен hareketle üreticilerin neredeyse tamamına yakınının mevcuttaki alıcısı ile arasında sözleşme bulunmadığı ya da her sezon ürününü farklı alıcılara sattığı kanısına ulaşılabilir.

Grafik 32: Üzümün Lojistik Sürecinin Üretici ve Alıcı Arasındaki Durumu



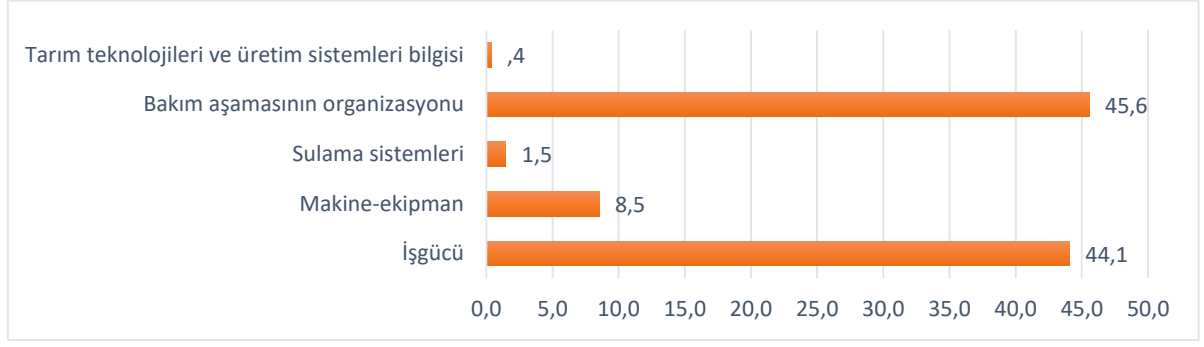
Grafikte yer alan veriler incelendiğinde; üreticilerin %85,2'si bazen kendinin bazense alıcının lojistik sürecini üstlendiğini ifade etmiştir. Bir önceki grafikten çıkarılan %98,9 gibi büyük bir çoğunluğun da herhangi bir alıcı ile anlaşmasının olmadığı sonucu da bu bilgilere eklendiğinde lojistik sürecinin sorumluluğunu üstlenen tarafın sürekli değişmesi üretici ile alıcı arasında herhangi bir sözleşme olmamasından kaynaklanıyor olabilir.

Grafik 33: Üreticilerin Üretim Sürecinde Karşılaştığı Sorunlar



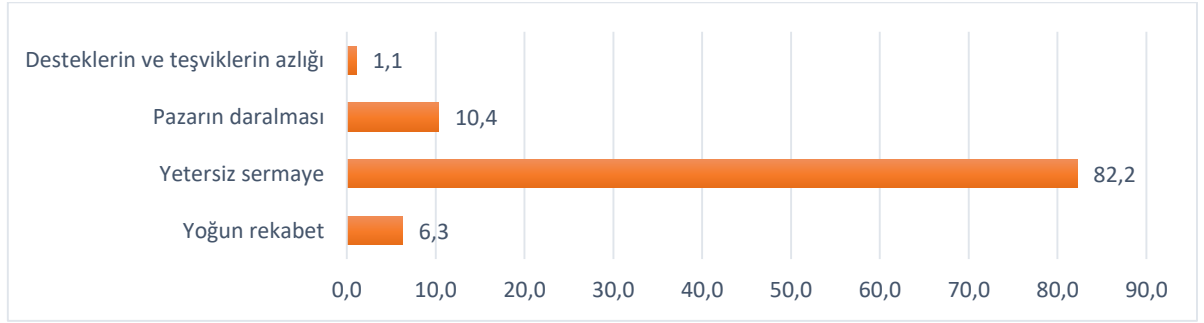
Üreticilerin %45,30'u üretim sürecindeki en önemli sorun olarak üretimdeki girdi maliyetlerinin (elektrik, mazot, gübre, ilaç vb.) yüksekliğini gösterirken, %40,70'i ise en önemli sorunun üretimdeki verimin düşüklüğü olduğunu belirtmiştir. Su kaynaklarının yetersizliği ya da kaynakların etkin kullanılamaması da katılımcıların %13,60'ı tarafından sorun olarak görülse de girdi maliyetleri ve verim düşüklüğü kadar önem arz etmediği düşünülmektedir.

Grafik 34: Üreticilerin Üretim Sürecindeki İhtiyaçları



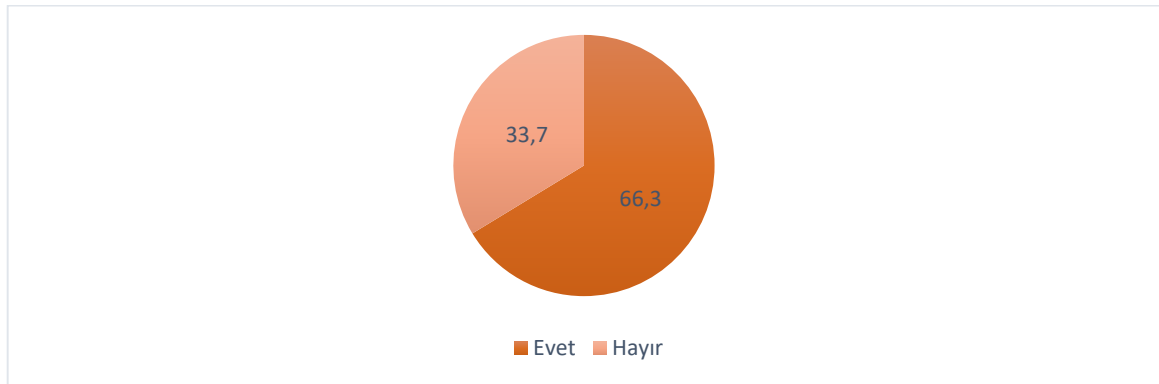
Üreticilerin %45,6'sı en önemli ihtiyacının bakım aşamasının organizasyonu olduğunu söylerken %44,1'i de işgücü olduğunu dile getirmiştir.

Grafik 35: Üreticilerin Pazarlama Sürecindeki İhtiyaçları



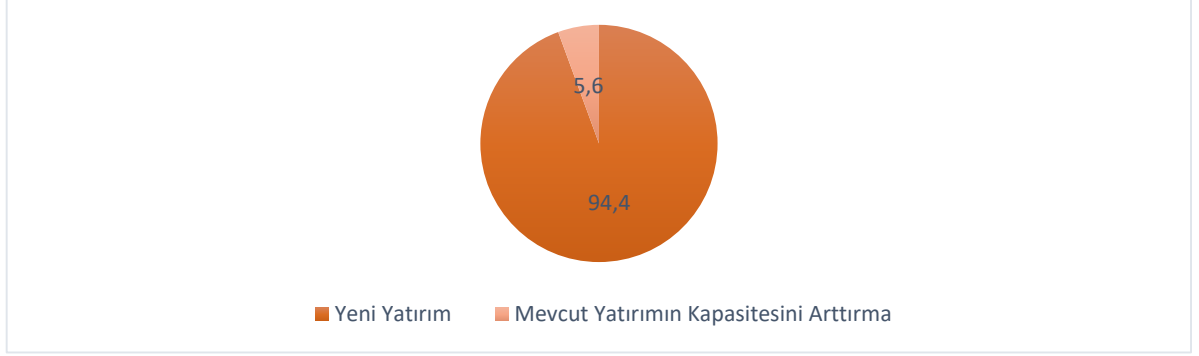
Üreticilerin %82,2 gibi büyük bir çoğunluğu pazarlama sürecindeki en önemli sorununun yetersiz sermaye olduğunu söylemiştir. Yoğun rekabet, pazarın daralması ve devlet desteklerinin/teşviklerinin az olmasının yetersiz sermaye kadar önemli görülmediği söylenebilir.

Grafik 36: Üreticilerin Bağcılık Sektörü İle İlgili Yatırım Yapma İsteği



Üreticilerin 1/3'ü yatırım yapmayı düşünmezken 2/3'ü yatırım gerçekleştirmek istediğini dile getirmiştir. Buradan yola çıkarak üreticilerin çoğunluğunun sektöre yatırım yapmaya istekli olduğu fikrine ulaşılabilir.

Grafik 37: Üreticilerin Bağcılık Sektörü İle İlgili Yatırım Yapma İsteklerinin Kapsamı



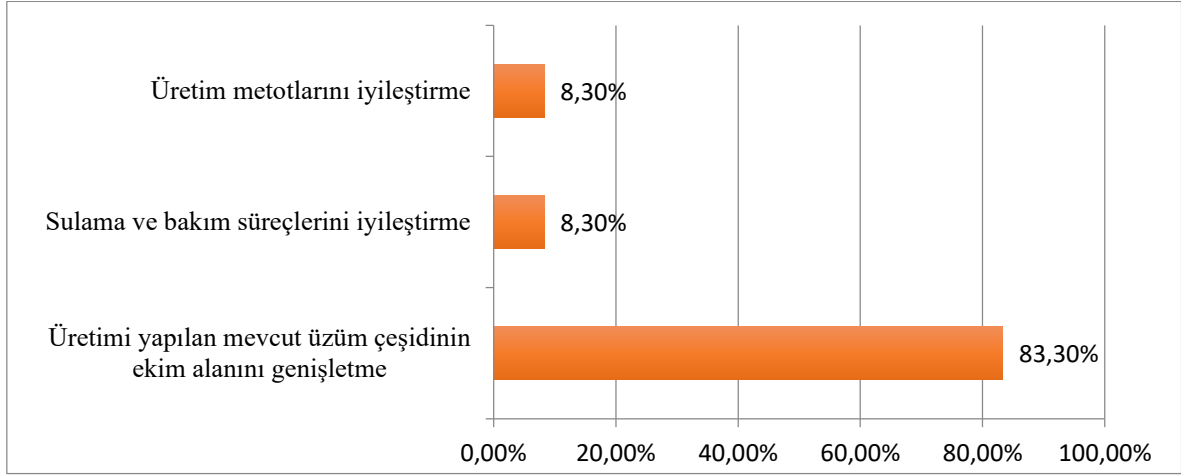
Bir önceki soruda yatırım gerçekleştirmek istediğini dile getiren üreticilere hangi konuda yatırım yapmak istedikleri sorulmuş ve yatırım yapmak isteyenlerin %94,4'ü mevcut yatırımının kapasitesini arttırmaktansa yeni bir yatırım gerçekleştirmek istediğini belirtmiştir.

Grafik 38: Bağcılık Sektöründe Yeni Yatırım Gerçekleştirmek İsteyen Üreticilerin Yatırımlarının İçeriği



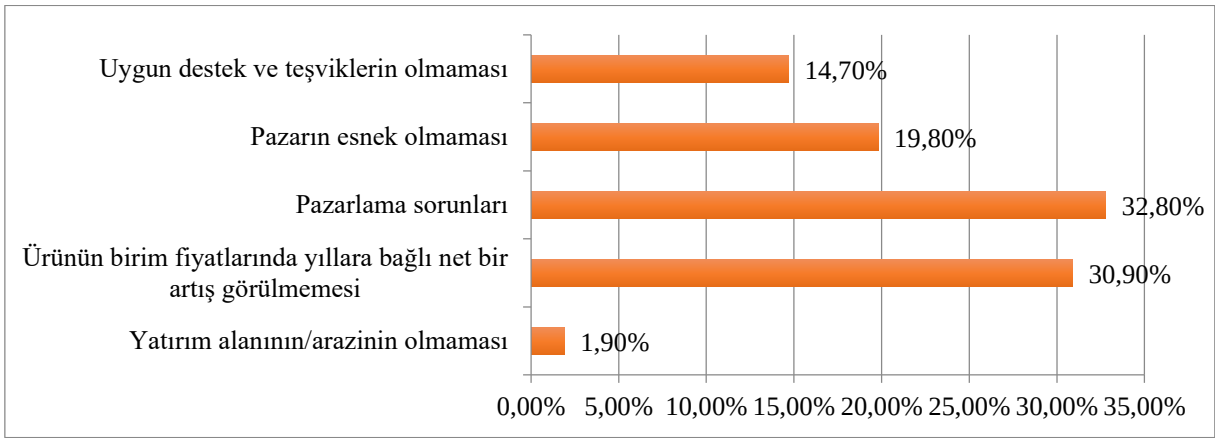
Önceki iki soruda ilk olarak sektöre yatırım yapmak isteyen üreticiler ardından da “yeni” yatırım gerçekleştirmek isteyen üreticiler belirlenmiştir. Bu üreticilere de gerçekleştirmek istedikleri yeni yatırımın içeriği sorulmuştur. %99,4'ü yatırımın yeni ürün geliştirme ile ilgili olacağını ifade etmiştir.

Grafik 39: Bağcılık Sektöründe Kapasitesini Arttırmak İsteyen Üreticilerin Yatırımlarının İçeriği



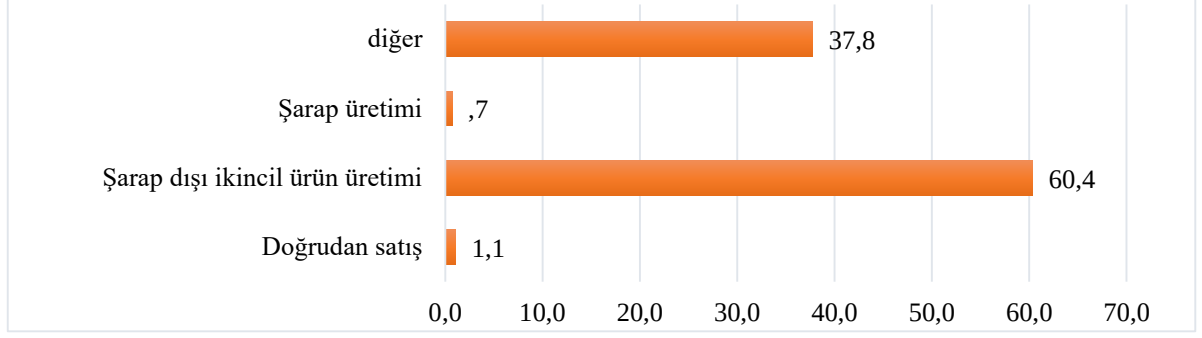
Bağcılık sektörüne yatırım yapmak isteyen ve bu yatırımın kapasite arttırmak üzerine olacağını söyleyen üreticilerin %83,30'unun yatırımının, üretimi yapılan mevcut üzüm çeşidinin ekim alanını genişletmek olacağı görülmektedir.

Grafik 40: Bağcılık Sektörüne Yatırım Yapmak İstemeyen Üreticilerin Önündeki Engeller



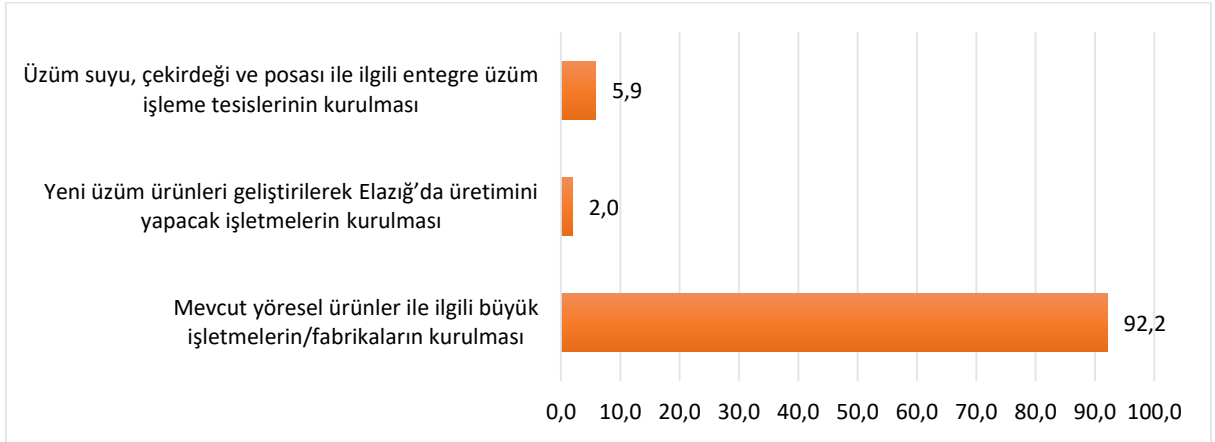
Yatırım yapmak isteyip istemediği sorulduğunda üreticilerin 1/3'ü yatırım yapmayı düşünmediğini ifade etmiş ve bu üreticilere de yatırım yapmak için önlerindeki engellerin neler olduğu sorulmuştur. Üreticilerin %32,80'i en büyük engelin pazarlama sorunları olduğunu söylerken %30,90'ı ürünün (üzümün) birim fiyatlarında yıllara bağlı net bir artış görülmemesini neden olarak göstermiştir. Bunların yanı sıra pazarın esnek olmaması (%19,80) ve uygun desteklerin/teşviklerin olmaması (%14,70) da üreticilerin bir kısmı tarafından yatırım yapmama nedeni olarak gösterilmiştir. Üreticilerin en büyük engel olarak yetersiz sermayeyi göstermesi; üzümü işlemek ve katma değerli ürün yaratmak için sermayeye ihtiyaç duydukları şeklinde yorumlanabilir.

Grafik 41: Mevcutta Üretimi Yapılan Üzümün Değerlendirilmesi İle İlgili Üretici Önerileri



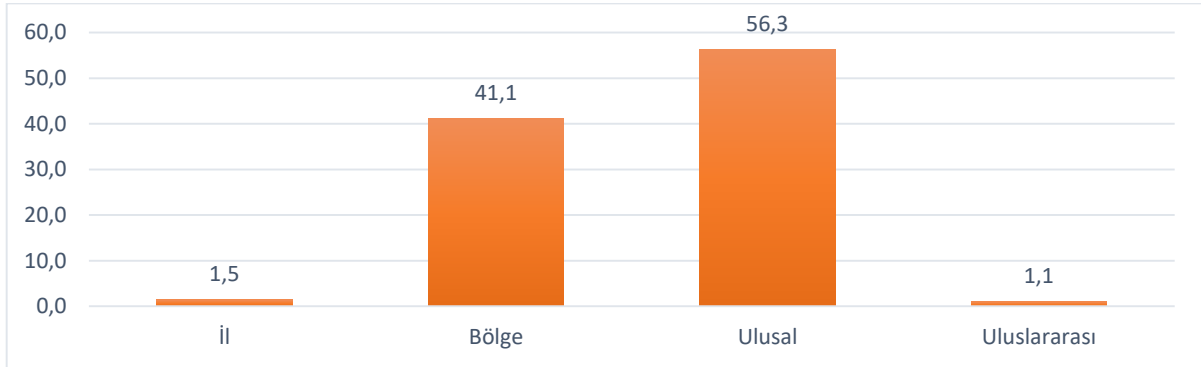
Elazığ'da üretilen üzümün nasıl değerlendirilmesi gerektiği konusunda fikri sorulan üreticilerin %60,4'ü üzümün şarap dışı ikincil ürün olarak değerlendirilmesini önermiştir. Şarap üretimi ve doğrudan satış (yaş üzüm) olarak değerlendirilmesini öneren üretici sayısı yok denecek kadar azken, %37,6'sı da diğer olarak değerlendirilmesini önermiştir. Diğer adı altında sunulan alternatifler orcik, pestil, pekmez vb. ürünler olup diğer cevabını verenlerin büyük çoğunluğunun yöresel ürünler ile ilgili işletmelerin kurulmasını önerdiği düşünülebilir.

Grafik 42: Mevcutta Üretimi Yapılan Üzümün Şarap Dışında Değerlendirilmesi İle İlgili Üretici Önerileri



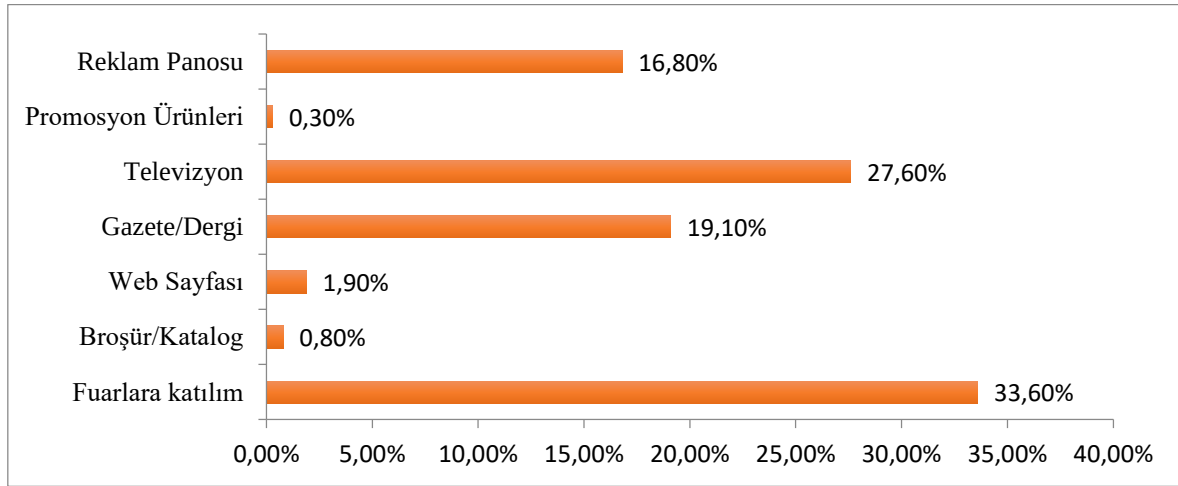
Bir önceki soruda üzümün şarap dışı ikincil ürün (sirke, üzüm suyu ve üzüm suyu konsantresi vb.) olarak değerlendirilmesini öneren %60,4 ve diğer (orcik, pestil, pekmez vb.) olarak değerlendirilmesini öneren %37,8 oranındaki üreticilere üzümün şarap dışında nasıl değerlendirilebileceği sorulmuştur. Üreticilerin %92,2'sinden mevcut yöresel ürünler ile ilgili büyük işletmelerin kurulması önerisi alınmıştır. Bu bilgiden hareketle; üzümün şarap dışı ikincil ürün olarak değerlendirilmesi gerektiğini düşünen üreticilerin, ikincil ürün olarak en çok yöresel ürünlerin üretimini tercih ettiği söylenebilir.

Grafik 43: Elazığ Üzüm Sektörü İçin Yapılacak Yatırımların Hedef Pazar Önceliği Hakkında Üretici Önerileri



Üreticilere Elazığ üzüm sektörüne yapılacak yatırımların hedef pazarının ne düzeyde olması gerektiği sorulmuş ve üreticilerin %56,3'ünden hedef pazarın ulusal düzeyde olması gerektiği önerisi alınmıştır. Üreticilerin %41,1'i yatırımların bölge düzeyinde olmasını önermiştir. Uluslararası pazar cevabını verenlerin oranı ise %1,1 gibi çok düşük bir düzeyde kalmıştır. Bunun nedeni bölge halkının dış ticaret hakkında yeteri düzeyde bilgi sahibi olmaması ve/veya dış ticaret imkânlarına sahip olmaması olarak gösterilebilir.

Grafik 44: “Elazığ Üzümü”nün Kitlelere Duyurulması ve Markalaşması İçin Üretici Önerileri



“Elazığ Üzümü” olarak bir marka yaratılabilmesi için neler yapılması gerektiği ile ilgili üreticilere fikirleri sorulmuş ve %33,6'sından fuarlara katılım gösterilmesi önerisi alınmıştır. Buna ek olarak, televizyon (%27,60) ve reklam panosu (%16,80) da önemli görülen tanıtım araçları arasında yer almıştır.

Tablo 13: Üretim Sürecindeki Sorunlar ve Pazarlama Sürecindeki İhtiyaçlar İlişkisi

Pazarlama sürecindeki en büyük ihtiyacınız nedir?							
Üretim sürecinde karşılaştığınız sorunlar nelerdir?	Ekonomik koşulların ağırlığı	Yoğun rekabet	Yetersiz sermaye	Pazarın daralması	Teknolojinin takip edilememesi	Desteklerin/teşviklerin azlığı	Diğer
Üretimdeki girdi maliyetlerinin yüksek olması (elektrik, mazot, gübre, ilaç vb.)	0%	100,0%	99,5%	100,0%	0%	100,0%	0%
Üretimdeki verimin düşük olması	0%	35,3%	94,1%	89,3%	0%	66,7%	,0%
Ürün kalitesinin düşük olması	0%	0%	0%	3,6%	0%	33,3%	,0%
Su kaynaklarının yetersizliği ya da kaynakların etkin kullanılamaması	0%	64,7%	27,0%	28,6%	0%	66,7%	,0%
Finansman ve destekleme eksikliği	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Diğer	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Hiçbir sorun yaşamıyorum.	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Anket kapsamında üreticilerin belirttiği üretim ve pazarlama sürecine ilişkin ihtiyaçlar ilişkilendirildiğinde; üretimdeki girdi maliyetinin yüksek olması durumunun pazarlama sürecindeki ihtiyaçları tetiklediği görülmektedir. Yoğun rekabet, yetersiz sermaye, pazarın daralması, desteklerin ve teşviklerin azlığının da üretim maliyetleriyle doğrudan etkileşim halinde olduğu söylenebilir. Aynı zamanda üretimdeki verim düşüklüğü ve su kaynaklarının azlığı da pazarlama sürecini olumsuz etkilemektedir. Ancak finansman ve destekleme eksikliğinin pazarlama sürecini olumsuz etkilediği düşünülmemektedir.

Tablo 14: Üretim Sürecindeki İhtiyaçlar ve Pazarlama Sürecindeki Sorunlar İlişkisi

Pazarlama sürecindeki en büyük sorun nedir?							
Üretim sürecindeki en büyük ihtiyacınız nedir?	Ekonomik koşulların ağırlığı	Yoğun rekabet	Yetersiz sermaye	Pazarın daralması	Teknolojinin yeterli düzeyde takip edilememesi	Desteklerin ve teşviklerin azlığı	Diğer
İşgücü	0%	11,8%	47,7%	39,3%	0%	0%	0%
Makine-Ekipman	0%	47,1%	5,4%	7,1%	0%	33,3%	0%
Sulama sistemleri	0%	5,9%	,9%	3,6%	0%	0%	0%
Bakım aşamasının organizasyonu	0%	35,3%	45,9%	50,0%	0%	33,3%	0%
Tarım teknolojileri ve üretim sistemleri bilgisi	0%	0%	0%	0%	0%	33,3%	0%
Diğer	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Toplam	0	100	100	100	0	100	0

Anket kapsamında, üreticilerin üretim sürecine ilişkin ihtiyaçları ve pazarlama sürecine ilişkin sorunları ilişkilendirilmiştir. İşgücü, makine-ekipman, sulama sistemleri ve bakım aşamasının organizasyonu üretim sürecindeki ihtiyaçlar olup pazarlama sürecindeki bazı sorunların ortaya çıkmasında etki sahibi olabilmektedir. Üreticilerden alınan cevaplara göre üretim sürecindeki ihtiyaçların etki ettiği pazarlama sorunları arasında; yoğun rekabet, yetersiz sermaye, pazarın daralması ve desteklerin/teşviklerin azlığı yer almaktadır. Diğer yandan üretim sürecindeki tarım teknolojileri ve üretim sistemleri bilgisine duyulan ihtiyacının pazarlama sürecindeki desteklerin/teşviklerin azlığı ile ilgili sorunlar dışındaki sorunlar ile ilişkili olmadığı görülmektedir.

5.3.2. İşletme Analizi

Elazığ'da faaliyet gösteren 3 üzüm işletmesi ile derinlemesine anket görüşmeleri yapılmış ve çalışma kapsamında işletmelerin mevcut durumu ortaya konulmuştur. Çalışma kapsamında işletmelere kurumsal yapı, üretim, satış-pazarlama ve ihracat alanlarında sorular yöneltilmiştir.

İşletmelerin kurumsal yapısı incelendiğinde; sırasıyla 2007, 2014 ve 2016 yıllarında kurulmuş olup Elazığ'a özgü yöresel ürünlerin imalatını ve satışını gerçekleştirdikleri görülmektedir. İşletmelerden 1'i Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası'na, 2'si ise Elazığ Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği'ne kayıtlıdır. İşletmelerden 1'inin herhangi bir kalite belgesi bulunmazken, 2 işletmenin çeşitli ISO belgeleri bulunmaktadır.

Tablo 15: İşletmelerin Kurumsal Profilleri

İşletme	Kuruluş Tarihi	Kayıtlı Olduğu Oda	Sahip Olduğu Kalite Belgeleri
Birinci İşletme	2007	Elazığ TSO	ISO
İkinci İşletme	2014	Elazığ ESOB	---
Üçüncü İşletme	2016	Elazığ ESOB	ISO

Bu bilgilerden hareketle, üç işletmenin de yeni olması sebebiyle Elazığ'da yöresel ürün imalatının son 10 yıl içinde daha çok önem kazandığı söylenebilir. Buna ek olarak, işletmelerin kalite belgesi edinme isteğinin de işletmelerin yatırımlarını sağlamlaştırma yöneliminde olduğunu gösterdiği düşünülebilir. Diğer yandan işletmelerin çalışan sayısı ise ortalama 12 olup personeller idari işler, imalat ve satış-pazarlama departmanlarında çalışmaktadır. Üç işletmede de toplam personelin 2/3'ünün imalat departmanında çalıştığı bilinmektedir. Bu noktada işletmelerde vasıflı personel sayısının ve departmanlaşmanın az olduğu kanısına varılabilir.

İşletmelerin üretim anlamında değerlendirilmesi; üretim alanı, ürün kataloğu, hammadde temini, üretim metotları ve üretim kapasitesi olarak alt başlıklar halinde irdelenmiştir.

Üretim alanı söz konusu olduğunda 3 işletmenin de hem açık hem kapalı alana sahip olduğu belirlenmiştir. İşletmelerden 2'sinin sahip olduğu açık ve kapalı alan toplamının 6000 m²'nin üstünde olduğu, 1'inin ise sahip olduğu açık ve kapalı alan toplamının 6000 m²'nin altında olduğu görülmüştür. Ardından üretim alanının yeterli olup olmadığı sorulduğunda 6000 m²'nin üstünde alana sahip 2 işletme yeterli olduğunu, 6000 m²'nin altında bir alana sahip 1 işletme ise yetersiz olduğunu belirtmiştir.

Buradan hareketle yöresel ürünlerin imalatını gerçekleştiren işletmelerin açık ve kapalı olmak üzere iki bölümü olduğu ve daha fazla alana ihtiyaç duyduğu söylenebilir.

Ürün kataloğu bakımından incelendiğinde ise; imal ettikleri ürünler ve bu ürünler içinde üzüm hammaddesi ile üretilenler sorulduğunda ilk işletme 60 ürün arasından sadece 4 ürünün üzümünden üretildiğini belirtmiştir. İkinci işletme 6 üründen 2'sinin üzümünden elde edildiğini ifade ederken, üçüncü işletme 10 ürün içinden 8'inin hammaddesinin üzüm olduğunu söylemiştir.

Bu noktada; ilk işletmenin ürün odağında üzüm dışında ürünlerin bulunduğu, ikinci ve üçüncü işletmeninse üzüm üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Ürün kataloğu ile ilgili yöneltilen bir diğer soru ise; ürünlerin yöresel ve Elazığ'a özgü olup olmadığıdır. İşletmelerin her biri bu soruda, tüm ürünlerin yöresel ve Elazığ'a özgü olduğunu belirtmiştir. Buradan yola çıkarak da işletmelerin sadece üzüme değil tüm yöresel ürünler üzerine yoğunlaştığı düşünülebilir. Diğer yandan üzüm ürünlerinin gelişmeye açık yönleri sorulmuş ve işletmelerden birbirine benzer şekilde "üzüm"ün hammadde olarak bünyesine her katkıyı kabul edebildiği ve ürün çeşitlendirmeye uygun olduğu yanıtı alınmıştır. Ürün çeşitliliği yaratmak isteyen işletmeler için üzümün değerli bir ürün olarak görüldüğü düşünülebilir. Öyle ki bu sorunun ardından yeni ürün geliştirmek isteyip istemedikleri sorulan işletmelerin her biri yeni bir üzüm ürünü üretmek istediğini belirtmiştir.

Hammadde teminine gelindiğinde; 2 işletme doğrudan Harput, Koruk ve Hoşköy'den temin ettiğini 1 işletme ise Elazığ Merkez Sebze-Meyve Hali'nden temin ettiğini belirtmiştir. Buna ek olarak, 2 işletmenin hammadde (üzüm) aldığı üreticilerle arasında sözleşme bulunmayıp hammadde temini farklı üreticilerden yapılmaktadır. 1 işletme ise; hammadde aldığı üretici ile arsında bir sözleşme bulunduğunu yani sabit olduğunu belirtmiştir. Hammadde seçimindeki

kriterler arasında sululuk ve tatlılık öne çıkarken; işletmeler tarafından tercih edilen üzüm çeşitleri Öküzgözü, Şilfoni ve Köhnü olmuştur. Hammaddenin Ağustos, Eylül, Ekim ve Kasım aylarında temin edildiği fiyatının ise 0,75 TL ile 1,5 TL arasında değiştiği ifade edilmiştir.

Çalışma kapsamında görüşülen 3 işletme de Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın standartlarına göre üretim yapmakta olup üretim metotları konusunda, yöresel ürünlerin üretiminde tam otomatik bir sistemin olamayacağını dile getirmişlerdir. Bu bilgilerden yola çıkarak yöresel ürünlerin üretim sürecinin mevcut teknolojiler düşünüldüğünde, tamamen mekanik hale getirilemeyeceği sonucuna varılabilir.

Üretim kapasitesine gelindiğinde ise; işletmelerin 3'ü de üretim kapasitesi baz alındığında Elazığ'daki ilk 7 işletme arasında yer almaktadır. İşletmelere üretim kapasitelerini yeterli bulup bulmadıkları ve 2017 hedefleri sorulduğunda; işletmelerin her biri kapasitesini arttırmak ve 2017 yılında tam kapasite üretim yapmak istediklerini ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, işletmelerin üretim kapasitesini arttırmak için yatırım gerçekleştirmek istediği sonucuna varılabilir.

Satış-pazarlama değerlendirmesi; işletmelerin satış-pazarlama yöntemleri, tanıtım araçları ve pazar öncelikleri üzerinden gerçekleştirilmiştir.

İlk olarak satış-pazarlama yöntemleri ele alındığında, 2 işletme zincir marketlerle anlaşması olduğunu belirtmiştir. Diğer 1 işletmenin de 1'i fabrika satış mağazası olmakla birlikte Elazığ'da 5 adet satış mağazası bulunmaktadır. Ayrıca bu işletme çeşitli illerdeki tedarikçilere talep doğrultusunda satış yapmaktadır.

Tanıtım araçlarına gelindiğinde ise klasikleşmiş tanıtım araçlarının tercih edildiği görülmektedir ki işletmelere satış-pazarlama kabiliyetlerini yeterli bulup bulmadıkları sorulduğunda, hepsi yetersiz olduğunu belirtmiştir. İşletmeler pazar öncelikleri arasında Elazığ ve çevre iller başta olmak üzere Türkiye'nin yer aldığını belirtmişlerdir. İşletmelerin satış-pazarlama yetkinliklerinin düşük olması pazar öncelikleri ile ilişkilendirilebilir. Bu noktada da işletmelerin satış-pazarlama yöntem ve araçlarının bölgesel kaldığı söylenebilir.

Son olarak, 3 işletme de ihracat gerçekleştirmemekte ancak ihracat konusunda olumlu düşünmektedir. İhracat gerçekleştirememeye sebepleri arasında ise, ilk olarak destek ve teşviklerin az olması öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, ihracat pazarları ve uygulamaları ile

ilgili bilgi eksikliği de sebep olarak gösterilmektedir. Buradan yola çıkarak işletmelerin ihracat gerçekleştirememesi nedenlerinin tamamen işletme yetkinliği ile ilgili olduğu söylenebilir.

5.3.3. Sorunlar, İhtiyaçlar ve Öneriler

5.3.3.1. Üreticilerin ve İşletmelerin Sorunları

270 üzüm üreticisi ile gerçekleştirilen anket ve 3 üzüm işletmesi ile gerçekleştirilen derinlemesine anket sonucunda hem üreticilerin hem de işletmelerin sorunları ve ihtiyaçları ile birlikte önerileri de alınmıştır. Bu bağlamda hem üreticilerin hem de işletmelerin gözünden üzüm sektöründeki sorunlar, ihtiyaçlar ve öneriler ortaya çıkarılmıştır.

İlk olarak sorunlar ele alındığında, bazılarının birbirine paralel olduğu bazı sorunların ise ticari pozisyonuna göre farklı olduğu görülmektedir. Üreticiler ve işletmeler ticari anlamda alıcı ve satıcı taraf oldukları için bazı noktalarda farklı sorunların ortaya çıkması olağan görülmektedir.

Üreticilerin ve işletmelerin sorunları incelendiğinde; üzümün verimsiz ve kalitesiz olması hem üreticiler hem de işletmelerin ortak sorunudur. Verimsizlik ve kalitesizlik üreticinin malının fiyatını düşürürken, işletmenin de üzümde elde ettiği ürünün kalitesini düşürmektedir. Bu durum da sadece üreticiyi ve işletmeyi değil, sektörü zora sokmaktadır. Diğer yandan üreticiler birim fiyatların düşmesini sorun olarak kabul ederken işletmeler de birim fiyatların artmasını sorun addetmektedir. Bu noktada hem üreticinin hem de işletmenin karını gözetecek bir fiyatlandırma politikası uygulanması, Elâzığ üzüm sektöründe faaliyet gösteren üreticilerin ve işletmelerin fiyat sorununa çözüm olarak görülebilir. Bunlara ek olarak üreticilerin girdi maliyetlerinin yüksek olması gibi bir sorunu da bulunmaktadır. Üretim sürecinde elektrik, mazot, gübre vb. alanlarda yapılan harcamaların toplam maliyeti; üreticiler için sorun arz etmektedir. Bu sorun dolaylı olarak üzümün birim fiyatlarının düşük olmasıyla da ilişkilendirilebilir. Çünkü üretim sürecindeki giderlerin yüksek, satış fiyatlarının ise düşük olması; üreticinin net karının da az olmasına sebep olmaktadır. Bu durumda da girdi maliyetlerinin düşmesi ya da satış fiyatının artması üreticinin karlılığının artması için çözüm olabilir ki mevcut durumda üzüm yetiştirmek üretici açısından karlı olarak görülmektedir.

Hammadde kalite kontrol işlemlerinin ürünün fabrikaya girişinden önce yapılamaması ise işletmeler için büyük bir sorundur. Hammadde ürünün kalitesini etkileyen en önemli unsur olduğundan işletmeler üzümün fabrikaya girmeden önce kontrol edilememesini sorun olarak görmektedir. Çünkü üzüm ancak üreticiden ödemesi yapıp alındıktan ve fabrikaya girdikten sonra kontrol edilebilmektedir. Hammaddenin beklenen kalitede olmaması durumunda da tüm

Üretim süreci aksamaktadır. Bu noktada tpı Şarap markalarının yaptı gibi işletmeler de her sezon ürün satın alma garantisi vererek üreticilerle anlaŐabilir ve o bağda işletme için üzüm üretilir. Bunun sonucunda da işletmeler üzümün geçirdiği tüm süreçleri takip edebilir ve hammadde kalite kontrol sorununu ortadan kaldırabilir.

5.3.3.2. Üreticilerin ve işletmelerin İhtiyaçları

İlk olarak üretici ihtiyaçları incelendiğinde ihtiyaçların hepsinin üretim süreci ile ilgili olduğu görülmektedir. Bakım aşamasının oldukça uzun olduğu ve hassasiyet gerektirdiği düşünülürse organizasyon planının üreticiler tarafından ihtiyaç olarak görülmesi gayet doğaldır. Bakım aşamasının organizasyonu ile birlikte üretim sürecinde karŐılaŐılan maliyet sorunları nedeniyle işgücü ve makine-ekipman ihtiyaı da ortaya çıkmaktadır.

işletmelerin ihtiyaçları ele alındında ise; ürün kalitesini arttırmak amacıyla hammadde için kalite kontrol sürecinin geliştirilmesi önemli bir ihtiyaç olarak görülmektedir. işletme analizinde üzümün üretim sürecine alınmadan önce tam anlamıyla bir kalite kontrol sürecinden geçmediği bu durumun da ürün kalitesini dŐrdėi sonucuna varılmıştır. Bu nedenle işletmeler açısından hammadde için kalite kontrol sürecinin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Diğer bir ihtiyaç da kurumsallın geliştirilmesi ve satıŐ-pazarlama ve ihracat alanlarında departmanlaşmanın oluşturulmasıdır. işletme analizinde işletmelerin çalışan sayısının ortalama 12 olduğu ve personellerin idari işler, imalat ve satıŐ-pazarlama departmanlarında çalıştığı belirtilmiştir.  işletmede de toplam personelin 2/3nn imalat departmanında çalıştığı ve işletmelerde vasıflı personel sayısının ve departmanlaşmanın az olduğu durumu değerlendirilerek kurumsallık ve departmanlaŐma ihtiyaının var olduğu sonucuna varılmıştır. Buna ek olarak işletmelerin bu  departman üzerinden faaliyetlerini yürütmesi ve satıŐ pazarlama alanında kendilerini yetkin bulmamaları, ihtiyaç tespitinin doğru yapıldıını göstermektedir.

iŐlemeler için önemli ihtiyaçlardan biri de ihracat konusunda bilgi sahibi olmaktır ki işletmeler ihracat gerçekleŐtirmeyi düŐünmesine rağmen ihracat gerçekleŐtirememektedir. işletmeler ihracat hususunda bilgi sahibi olmadıı için ihracata giriŐmekten çekinmekte ve risk almak istememektedirler. Bu durumda ihracat bilgisi ihtiyaını doğurmaktadır. Tpı ihracat bilgisi gibi işletmelerin önemli eksiklerinden dolayısıyla ihtiyaçlarından biri de devlet desteklerinden ve teŐviklerinden haberdar olmaktır. işletmeler Elazığda zm sektörünün geliŐeceėini ve yatırımların artacağını düşünmektedir. Bu nedenle de sektöre yatırım yapmak istemektedirler. Ancak işletmeler bölgede üzüm sektörüne yönelik desteklerden ve teŐviklerden haberdar

olamadığı için yatırımlarını bekletmek durumunda kalmaktadır. Sonuç olarak hem ihracat hem de devlet destekleri ve teşvikleri bilgisinin eksik olması nedeniyle işletmeler ihtiyaçlarını gidermekte ve gelişim göstermekte zorlanmaktadır.

5.3.3.3. Üreticilerin ve İşletmelerin Önerileri

Üreticilerin önerileri incelendiğinde kendi sorunları ve ihtiyaçları çerçevesinde değil Elazığ üzüm sektörü genelinde şekillendiği görülmektedir. Öyle ki üreticilerin önerileri arasında işletmeler, işletmelerin önerileri arasında da üreticiler ile ilgili maddeler yer almaktadır.

İlk olarak üreticiler, şarap dışı ikincil ürün üretiminin yaygınlaştırılmasını önermektedir. Üretici anketinin sonuçlarında da bu yargıyı destekleyen veriler yer almaktadır ki anket sonucunda Elazığ'da üretilen üzümün değerlendirme şekilleri konusunda üreticilerin %60,4'ü üzümün şarap dışı ikincil ürün olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Üreticilerin ikinci önerisi ise yöresel ürünlerin (orcik, pestil, pekmez vb.) üretimi ile ilgili büyük işletmelerin kurulması olmuştur. Bu öneri şarap dışı ikincil ürün üretiminin yaygınlaştırılması ile bağdaştırılabilir.

Elazığ Üzümü'nün ve yöresel ürünlerin fuarlarda tanıtılması, hem üreticilerin hem de işletmelerin önerisidir. Üreticiler ve işletmeler oldukça kaliteli olan üzüm çeşitlerinin ve yöresel ürünlerin ulusal ve uluslararası alanda tanıtılarak sektörün canlanacağını ve Elazığ'daki üzüm sektörü yatırımlarının artacağını düşünmektedir.

İşletmelerin bir önerisi de Elazığ İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü öncülüğünde uygun görülen alanlarda fide desteği ile bağcılığın yaygınlaştırılmasıdır. Bu önerinin sebebi, işletmelerin hammadde ihtiyaçlarının karşılanması ile bağdaştırılabilir. Bu noktada işletmelerin sektörün gelişimi için öncelikle üreticilerin desteklenmesi gerektiğini düşündüğü sonucuna varılabilir. İşletme analizinde satış-pazarlama ile ilgili yöntemlerin ve araçların yetersiz olduğu düşüncesiyle satış-pazarlama konusunda işletmelere destek sağlayacak kooperatif ve birliklerin kurulması da önerilmiştir. İşletmelerin bölgesel değil de ulusal ve uluslararası baz da çalışmalar yürütebilmesi tüm işletmeler için stratejiler geliştirecek ve satış-pazarlama alanında yetkinliklerini arttıracak böyle bir kooperatifin veya birliğin kurulması işletmelerin satış-pazarlama kabiliyetlerini geliştirmek için önemli görülmektedir.

6. HEDEF PAZAR ANALİZİ

6.1. Elazığ Üzüm Sektörü İhraç Ürünleri

Hedef pazar analizi çalışması kapsamında üzüm sektöründe hâlihazırda ihracatı gerçekleştirilen 5 ürün için hedef pazar matrisi ile hedef pazar ülkeler belirlenmiştir. Hedef pazar analizinde en doğru pazarın belirlenmesi için ülke sayısı geniş tutularak ithalat rakamları en büyük 50 ülke incelenmiştir. Bu ülkelerin mevcut ithalat hacimleri, ülkelerin Türkiye ile olan ticaret hacimleri, dünyanın en büyük ithalatçılarının tercih ettiği ülkeler, ithalat trendi yükselişte olan ülkeleri ve son yılların yükselen dinamik pazarı olan Afrika kıtası ülkesi olması gibi parametreleri incelenmiştir. Bu parametreler sırasıyla şunlardır:

- Yakınlık
- Sınır Komşumuz Olması
- Mevcut İthalat Hacmi (\$)(2013+2014+2015)
- İthalat Artış Oranı
- Türkiye'nin İhraç Ettiği Ülkelerden Birisi Olması
- Ortalama Gümrük Vergisi ve Korumacı Önlem
- Nüfus Artış Hızı
- 14-25 Yaş Nüfusun Oranı
- GSMH Artış Oranı
- Şehirleşme Hızı
- Birim Tonaj Değeri (\$)
- İthalat Yaptığı Ülkelere Olan Ortalama Uzaklık ile Ülkenin Türkiye'ye Olan Uzaklığının Karşılaştırılması
- İthalatın Yapıldığı Ülkelerin Çeşitliliği

Tablo 16 Hedef Pazar Analizi Kapsamında İncelenen 5 Ürün ve Hedef Pazarları

Ürün	Hedef Pazar Ülke 1	Hedef Pazar Ülke 2	Hedef Pazar Ülke 3	Hedef Pazar Ülke 4	Hedef Pazar Ülke 5
Yaş Üzüm	Suudi Arabistan	Almanya	İsveç	Çin	İngiltere
Kuru Üzüm	Cezayir	İsveç	Almanya	Danimarka	Çin
Pekmez	Suudi Arabistan	Çin	Mısır	Almanya	İsrail
Üzüm Suyu	Suudi Arabistan	İsrail	Polonya	Mısır	Güney Kore
Sirke	Suudi Arabistan	İsrail	Malezya	Avusturalya	Kuveyt

Hedef pazar analizi çalışmasında ülkelerin yukarıdaki parametrelerle ilgili verileri ile bir matris oluşturulmuştur. Aşağıdaki tabloda söz konusu çalışma için seçilen ürünler ve bu ürünler için yapılan hedef pazar analizi çalışması sonucunda ortaya çıkan ilk 5 hedef pazar ülke yer almaktadır.

6.1.1. Yaş Üzüm

6.1.1.1. GTİP Kodunun Belirlenmesi

Yaş Üzüm, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın resmi internet sayfasında yayınlanmış olan 2016 yılı GTİP tablosuna göre "0806 - Üzümler (taze veya kurutulmuş)" sınıfında yer almaktadır.

6.1.1.2. Dünya İthalatı

2015 yılında yaş üzümün dünya geneli toplam ithalat değeri 9.934.332.000\$'dır. 2015 yılında en fazla yaş üzüm ithalatı gerçekleştiren ülke ise ABD olup ithalat değeri 1.572.624.000\$ ve toplam ithalat içindeki payı %15,8'dir. ABD'yi %9,0 ile İngiltere takip ederken üçüncü sırada yer alan Almanya'nın pazar payı %8,5'tir. Aşağıdaki tabloda yaş üzümün toplam ithalatı ile birlikte ithalatta öne çıkan ilk 20 ülkenin son 5 yıl içindeki ithalat değerleri ve pazar payları verilmektedir.

Tablo 17: Yaş Üzüm Dünya İthalatı(x1.000\$)

Dünya İthalatı (x1.000\$)						
	2011	2012	2013	2014	2015	PAY (%)
DÜNYA TOPLAMI	9.469.479	9.707.548	10.394.851	10.697.558	9.934.332	100,0%
ABD	1.234.658	1.238.085	1.401.278	1.377.050	1.572.624	15,8%
İngiltere	932.843	917.473	947.112	1.021.087	894.326	9,0%
Almanya	883.487	818.104	897.061	908.084	843.116	8,5%
Hollanda	967.218	922.126	1.017.032	1.084.453	747.518	7,5%
Çin	359.105	425.205	552.703	641.106	637.007	6,4%
Kanada	483.028	495.457	512.292	500.026	496.368	5,0%
Hong Kong	323.704	378.334	412.758	462.668	447.352	4,5%
Rusya	598.674	607.390	576.934	451.372	313.146	3,2%
Fransa	302.658	295.713	298.538	293.921	263.291	2,7%
Güney Kore	124.867	150.756	188.313	201.928	213.505	2,1%
Polonya	213.049	185.905	220.224	198.704	168.795	1,7%
Meksika	140.833	154.100	164.991	170.209	161.230	1,6%
Japonya	134.237	157.141	157.240	140.022	150.874	1,5%
Tayland	75.365	109.270	117.454	122.166	145.686	1,5%
Endonezya	117.775	126.866	105.193	154.776	144.296	1,5%
Belçika	152.582	150.201	176.367	159.495	141.299	1,4%
BAE	0	105.823	130.540	136.030	103.412	1,0%

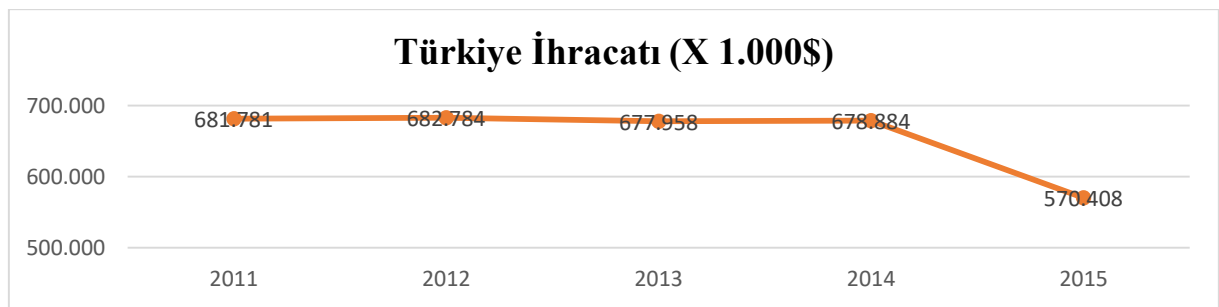
İspanya	114.463	101.049	105.524	127.479	100.332	1,0%
İtalya	110.965	95.661	100.367	101.744	98.604	1,0%
Kazakistan	78.764	113.242	40.957	109.227	96.139	1,0%

Yukarıdaki tablo incelendiğinde dünya yaş üzüm ithalatında öne çıkan ilk 10 ülkenin pazar payları toplamalarının %64,7 olduğu görülmektedir. ABD'nin 2015 yılındaki pazar payının %15,8 olduğu düşünülürse öne çıkan ilk 10 ülkenin pazar payları toplamalarının yaklaşık olarak %25'inin ABD'ye ait olduğu görülmektedir. Buna ek olarak 2015 yılında dünya yaş üzüm ithalatının 2014'e kıyasla azaldığı ve ilk 10 ülke içinde yer alan ülkelere 8'inin bu duruma paralel olarak ithalatının azaldığı görülmektedir. İlk 10 içinde yer alan ülkelere ABD ve Güney Kore'nin ise; 2014'ten 2015'e ithalatında artış gerçekleşmiştir. Son 5 yıllık süreç içindeki ithalat değerleri ele alındığında 20 ülke arasında sadece Güney Kore ve Tayland'ın ithalatının düzenli olarak arttığı görülmektedir. Bu verilerden hareketle dünya yaş üzüm ithalatında en büyük pazarın ABD olduğu söylenebilir. Ayrıca ilk 20 ülke arasında 7 Avrupa ve 6 Uzakdoğu ülkesinin bulunması Avrupa ve Uzakdoğu'nun da yaş üzüm için önemli pazarlar olduğunu göstermektedir.

6.1.1.3. Türkiye İhracatı

2016 yılının 3. çeyreği geride bırakıldığında 355.896.000\$ ihracat değerine sahip olan Türkiye yaş üzüm ihracatı 2011 yılından 2012 yılına gerçekleşen artış dışında son 5 yıldır düzenli olarak azalmaktadır.

Grafik 45 Türkiye Yaş Üzüm İhracatı (x1.000\$)



Yukarıdaki grafikte Türkiye'nin yaş üzüm ihracatının son 5 yıl içindeki seyri verilmiştir. Türkiye'nin yaş üzüm ihracatında 2011'den 2012'ye artış gözlenirken 2013'ten 2015'e ise azalış gözlenmektedir. 2011 yılındaki 681.781.000\$ olan ihracat değeri yıllar içindeki dalgalanmalar neticesinde 111.373.000\$ azalarak 2015 yılında 570.408.000\$ olmuştur.

Tablo 18: Türkiye'nin Ülkelere Göre Yaş Üzüm İhracatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)

Türkiye İhracatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)										
	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%
DÜNYA	681.781		682.784		677.958		678.884		570.408	
İngiltere	142.637	21%	153.359	22%	143.236	21%	130.872	19%	128.763	23%
Rusya	108.048	16%	113.019	17%	124.266	18%	136.837	20%	101.001	18%
Almanya	109.516	16%	106.565	16%	98.996	15%	85.126	13%	67.250	12%
Hollanda	58.472	9%	58.399	9%	54.788	8%	56.567	8%	52.279	9%
İtalya	39.125	6%	35.941	5%	37.219	5%	34.950	5%	32.771	6%
Fransa	34.115	5%	31.924	5%	33.797	5%	32.494	5%	29.852	5%
Avusturalya	30.391	4%	24.306	4%	23.797	4%	20.840	3%	21.873	4%
Belçika	24.787	4%	29.523	4%	27.633	4%	25.567	4%	18.149	3%
Kanada	13.764	2%	15.089	2%	14.928	2%	12.769	2%	12.748	2%
İrlanda	9.146	1%	9.315	1%	7.755	1%	6.878	1%	10.376	2%
İspanya	9.405	1%	9.105	1%	9.242	1%	12.629	2%	10.010	2%
Polonya	4.095	1%	5.261	1%	5.610	1%	12.945	2%	7.971	1%
Yeni Zelanda	8.292	1%	9.205	1%	6.096	1%	7.244	1%	7.261	1%
S. Arabistan	6.366	1%	3.962	1%	3.674	1%	3.862	1%	6.357	1%
Avusturya	4.530	1%	4.711	1%	6.154	1%	4.967	1%	6.174	1%
Beyaz Rusya	5.196	1%	4.899	1%	8.052	1%	9.937	1%	5.519	1%
İsviçre	4.651	1%	4.150	1%	5.377	1%	4.774	1%	5.268	1%
Ukrayna	12.305	2%	16.040	2%	14.496	2%	13.627	2%	5.200	1%
Japonya	3.000	0%	3.473	1%	3.847	1%	4.551	1%	4.165	1%
İsveç	1.705	0%	1.175	0%	2.483	0%	3.388	0%	4.037	1%

Türkiye'nin yaş üzüm ihracatında ilk sırada %23'lük pazar payı ve 128.763.000\$ ihracat değeriyle İngiltere, ikinci sırada %18'lik pazar payı ve 101.001.000\$ ihracat değeriyle Rusya ve üçüncü sırada ise %12'lik pazar payı ve 67.250.000\$ ihracat değeriyle Almanya yer almaktadır. Türkiye 2015 yılında yaş üzüm ihracatının %53'ünü bu üç ülkeye gerçekleştirmiştir. Son 5 yıl içinde ilk üç içinde yer alan ülkeler değişmezken pazar paylarının toplamı da hiçbir dönemde %50'nin altına düşmemiştir.

Bunlara ek olarak tabloya göre son 5 yıl içinde Türkiye yaş üzüm ihracatında ilk 10 içinde yer alan ülkeler neredeyse hiç değişmemiştir. 5 yıllık süreç içinde göze çarpan değişimlerden en önemlisi ise; İrlanda'nın 2015'e kadar %1 olan payının 2015 yılında %2'ye yükselmesi ve Ukrayna'nın 2015'e kadar %2 olan payının da 2015 yılında %1'e düşmesi ve bu durumun sonucunda da 10. sırada yer alan Ukrayna'nın yerini İrlanda'nın almasıdır. 2015 yılında Ukrayna'nın ihracatının yaklaşık olarak %60 oranında düşmesi ve İrlanda'nın ihracatının da yaklaşık olarak %40 oranında artması gayet stabil görünen pazarlarda da keskin değişimler yaşanabileceğinin göstergesi olarak kabul edilebilir.

6.1.1.4.0İhracatçı Ülkeler

Dünya yaş üzüm ihracatı ve rakip ülkelerin pazar ağırlıkları analiz edildiğinde pazardaki en önemli aktörün 1.486.108\$ ihracat ile Şili olduğu görülmektedir. ABD toplamda 6.823.607\$ ihracat değeri ile 2. sırada yer almıştır. Çin ise 2011 yılında 264.340\$ olan ihracat değerini 2015 yılında 828.437\$ seviyesine taşıyarak ihracattaki ağırlığını arttırmıştır.

Tablo 19: Yaş Üzüm İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (x1.000\$)

İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (x1.000\$)						
Ülke	2011	2012	2013	2014	2015	TOPLAM
Şili	1.630.123	1.632.449	1.793.993	1.690.159	1.486.108	8.232.832
ABD	1.308.769	1.358.858	1.470.770	1.438.796	1.246.414	6.823.607
Çin	264.340	336.036	351.951	433.168	828.437	2.213.932
İtalya	811.918	774.814	818.648	760.220	719.670	3.885.270
Peru	287.623	366.455	442.940	643.207	690.813	2.431.038
Güney Afrika	470.761	500.474	519.269	580.669	655.314	2.726.487
Türkiye	681.781	682.784	677.958	678.884	570.408	3.291.815
Hollanda	702.549	683.400	816.647	806.854	552.135	3.561.585
Hong Kong	230.895	262.505	282.342	322.528	345.270	1.443.540
İspanya	317.659	273.867	318.086	347.491	334.250	1.591.353
Mısır	210.413	225.185	183.730	245.504	243.036	1.107.868
Avusturalya	87.338	112.580	206.231	224.474	207.418	838.041
Yunanistan	254.708	197.758	231.898	237.869	181.457	1.103.690
Meksika	142.438	161.467	152.011	154.752	161.179	771.847
Hindistan	89.699	184.625	235.878	246.627	149.702	906.531
Özbekistan	179.593	166.994	52.825	123.744	135.696	658.852
İran	291.465	198.923	224.870	170.557	126.577	1.012.392
Almanya	122.191	107.856	119.645	102.123	89.723	541.538
Afganistan	64.009	41.691	43.488	88.393	86.686	324.267
Brezilya	135.792	121.898	103.000	66.835	72.349	499.874

6.1.1.5.Hedef Pazar Analizi

6.1.1.5.1. Hedef Pazar Matrisinin Oluşturulması

Hedef pazar matrisinin belirlenmesinde yakınlık, sınır komşumuz olması, Karadeniz’e kıyısının olması, mevcut ithalat hacmi (\$),yaş üzüm ithalat artış miktarı, değişim trendleri, Türkiye’nin yaş üzüm ihraç ettiği ülkelerden biri olması, birim tonaj değeri parametreleri kullanılmıştır. Hedef pazar matrisi kullanılarak yapılan puanlama sonrasında en yüksek puanı alan ülkeler Türkiye açısından yaş üzüm ihracatı için potansiyel taşımaktadır. Hedef pazar olmaya en uygun 50 ülkenin puan sıralaması şu şekildedir:

Tablo 20: Yaş Üzüm İhracatında Hedef Pazar Ülke Sıralaması

Sıra	Ülke	Puan	Sıra	Ülke	Puan	Sıra	Ülke	Puan	Sıra	Ülke	Puan	Sıra	Ülke	Puan
1	S.Arabistan	821	11	Polonya	674	21	Norveç	625	31	İrlanda	558	41	Litvanya	459
2	Almanya	811	12	BAE	673	22	Belçika	623	32	Filipinler	553	42	Tayvan	453
3	İsveç	774	13	Avusturya	669	23	Romanya	618	33	Avusturalya	549	43	Meksika	445
4	Çin	769	14	ABD	667	24	Cezayir	615	34	Vietnam	548	44	Brezilya	391
5	İngiltere	758	15	Malezya	651	25	Fransa	602	35	Tayland	540	45	Portekiz	373
6	Hollanda	755	16	Kanada	650	26	İsviçre	591	36	Rusya	526	46	Kazakistan	365
7	İtalya	718	17	Japonya	650	27	Singapur	589	37	Ukrayna	490	47	Kolombiya	276
8	Çek Cumhuriyeti	689	18	Danimarka	640	28	Slovakya	584	38	Pakistan	481	48	Venezüella	252
9	Hong Kong	685	19	İspanya	636	29	Hindistan	582	39	Beyaz Rusya	473	49	Peru	236
10	Güney Kore	684	20	Endonezya	631	30	Finlandiya	560	40	Yeni Zelanda	463	50	Ekvator	150

- Hedef Pazar Ülke 1: Suudi Arabistan**

Suudi Arabistan Krallığı, Arap Yarımadası'nda bulunan en büyük ülke olmakla birlikte Türkiye'ye olan uzaklığı 1916 km'dir. Suudi Arabistan 2011 yılında 48.274.000\$ olan ithalat değerini, yıllar içinde düzenli artış göstererek 2015 yılında 85.193.000\$ seviyelerine yükseltmiştir. Coğrafi yakınlığı ve yaş üzüm ithalat değerleri göz önüne alındığında Suudi Arabistan, Türkiye için önemli bir hedef pazar potansiyeli oluşturmaktadır.

2015 yılı Suudi Arabistan'ın yaş üzüm ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde en yüksek payı 12.653.000\$ ithalat değeri ve %15'lik pazar payı ile Güney Afrika almaktadır. 2. sırada ise %12'lik pazar payı ve 10.531.000\$ ithalat hacmiyle Hindistan bulunmaktadır. Şili ise Suudi Arabistan yaş üzüm sektörü pazarından aldığı %11 oranındaki pay ile 3. sıradadır.

Tablo 21: 2011-2015 Yılları Arasında Suudi Arabistan Yaş Üzüm İthalatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (x1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
Güney Afrika	9.429	20%	9.641	16%	11.070	16%	9.526	14%	12.653	15%
Hindistan	6.283	13%	14.528	24%	13.983	20%	10.608	15%	10.531	12%
Şili	7.310	15%	8.694	14%	10.653	15%	5.488	8%	9.051	11%

Mısır	1.886	4%	3.128	5%	4.157	6%	10.121	14%	8.846	10%
İran	6.708	14%	6.827	11%	6.724	10%	9.623	14%	8.809	10%

Suudi Arabistan pazarında en çok etkili olan iki ülke Güney Afrika ve Hindistan'dır. Yaş üzüm sektörü pazarındaki ülke payları dengelerinin sürekli değişim halinde olduğu Suudi Arabistan'daki diğer yaş üzüm ihracatçısı ülkeler Şili, Mısır ve İran'dır.

- **Hedef Pazar Ülke 2: Almanya**

Orta Avrupa'da bir ülke olan Almanya'nın kuzeyinde Kuzey Denizi, Danimarka ve Baltık Denizi; doğusunda Polonya ve Çek Cumhuriyeti; güneyinde Avusturya ve İsviçre ve batısında Fransa, Lüksemburg, Belçika ve Hollanda bulunmaktadır. Almanya'nın Türkiye'ye olan uzaklığı 2355 km'dir. Almanya 908.084.000\$ ithalat değeri ile en yüksek ithalatını 2014 yılında gerçekleştirmiştir. Bu rakam 2015'te düşüş gösterse de Almanya'nın genel ithalat eğilimine bakıldığında düzenlilik eğiliminde olduğu görülmektedir.

Almanya yaş üzüm ithalatında ülke payları incelendiğinde %29 pay ile İtalya'nın 1. sırada yer aldığı görülmektedir. 2. sırada %16'lık pazar payı ve 131.803.000\$ ithalat değeri ile Güney Afrika yer almaktadır. Türkiye ise %10 Pazar payı ve 85.668.000\$ ithalat değeriyle Almanya yaş üzüm pazarında 3. sırada yer almaktadır.

Tablo 22: 2011-2015 Yılları Arasında Almanya Yaş Üzüm İthalatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
İtalya	213.060	24%	229.953	28%	263.972	29%	240.870	27%	244.803	29%
Güney Afrika	82.968	9%	62.559	8%	73.246	8%	94.624	10%	131.803	16%
Türkiye	135.174	15%	123.483	15%	119.179	13%	104.470	12%	85.668	10%
İspanya	63.360	7%	67.696	8%	76.172	8%	87.039	10%	71.805	9%
Şili	96.417	11%	70.786	9%	61.073	7%	53.388	6%	51.580	6%

Almanya yaş üzüm ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde; Almanya yaş üzüm pazarında 244.803.000\$ ithalat değeri ve %29 pazar payı ile en etkin aktör olarak İtalya görülmektedir. 2. sırada 131.803.000\$ ithalat değeri ve %16 pazar payı ile Güney Afrika yer

almaktadır. Türkiye 2014 yılında %12 olan pazar payını, 2015 yılında %10'a düşürmüştür; ancak Almanya yaş üzüm pazarındaki mevcut ağırlığını koruma eğilimindedir.

- **Hedef Pazar Ülke 3: İsveç**

İsveç, Kuzey Avrupa'daki İskandinav Yarımadası'nda yer alan bir ülkedir. Ülkenin sınır komşuları batı ve kuzeyden Norveç, doğudan ise Finlandiya'dır. En fazla ithalatını 2013'te 100.426.000\$ değerinde gerçekleştiren İsveç'in, bu dönemden sonra ithalat hacminde düşüş görülmüştür ve 2015 yılında 89.029.000\$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir.

2015 yılı İsveç yaş üzüm ithalatı ve ülke payları incelendiğinde en yüksek payı %21 pazar payı ve 18.366.000\$ ithalat değeri ile Hollanda'nın aldığı görülmektedir. 2. sırada %15 pazar payı ve 13.773.000\$ ithalat değeri ile Danimarka yer almaktadır. İspanya ise aldığı %10'luk pay ile 3. sıradadır.

Tablo 23: 2011-2015 Yılları Arasında İsveç Yaş Üzüm İthalatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$) ve Ülke Payları (%)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
Hollanda	25.734	26%	23.561	24%	21.419	21%	21.174	22%	18.366	21%
Danimarka	17.656	18%	16.346	16%	14.465	14%	11.214	12%	13.773	15%
İspanya	4.749	5%	6.349	6%	10.659	11%	8.407	9%	8.965	10%
İtalya	7.882	8%	6.133	6%	6.124	6%	6.683	7%	5.765	6%
Güney Afrika	52	0%	95	0%	118	0%	1.154	1%	5.678	6%

İsveç yaş üzüm sektör pazarı ihracatçı ülke payları incelendiğinde; pazardaki en etkin aktörün %21 pazar payı ile Hollanda olduğu görülmektedir. Pazarda 2. sırada yer alan Danimarka 2014'te %12 olan pazar payını, 2015 yılında %15'e yükseltmiş ve İsveç pazarındaki ağırlığını arttırmıştır. İspanya, İtalya ve Güney Afrika da bölgedeki yaş üzüm sektörü ihracatçısı diğer ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 4: Çin**

Çin dünyanın en kalabalık ülkesi ve en büyük ekonomilerinden biridir. Türkiye'ye olan uzaklığı 5950 km'dir. 2011 yılında 359.105.000\$ olan ithalat değerini, 2015 yılında 637.007.000\$ seviyesine yükselten Çin; yaş üzüm sektörü için önemli hedef pazar potansiyeli oluşturan bir ülke konumundadır.

Çin'in yaş üzüm ithalatı değerlendirildiğinde en fazla ithalatını 2014 yılında 229.588.000\$ ithalat değeri ile Şili'den yapmış olduğu görülmektedir. Çin'e yaş üzüm ürününde en çok ihracat gerçekleştiren ülke %36 pazar payı ile Şili'dir. 2. sırada ise %33'lük pazar payı ve 210.615.000\$ ithalat değeri ile Peru yer almaktadır.

Tablo 24: 2011-2015 Yılları Arasında Çin Yaş Üzüm İthalatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
Şili	188.480	52%	193.819	46%	232.286	42%	229.588	36%	229.147	36%
Peru	42.637	12%	64.926	15%	98.339	18%	202.161	32%	210.615	33%
ABD	83.607	23%	82.277	19%	119.951	22%	110.065	17%	60.144	9%
Avustralya	1.313	0%	4.813	1%	17.130	3%	24.310	4%	48.555	8%
Güney Afrika	1.533	0%	37.460	9%	29.879	5%	27.202	4%	34.123	5%

Çin'in yaş üzüm ithal ettiği ülke payları incelendiğinde; Çin yaş üzüm sektörü pazarındaki iki önemli aktörün %36 ile Şili ve %33 ile Peru olduğu görülmektedir. ABD, Avustralya ve Güney Afrika bölgedeki diğer ihracatçı ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 5: İngiltere**

İngiltere, Birleşik Krallığı'nı meydana getiren dört ülkeden en büyüğü ve merkezi olan ülke olmakla birlikte Avrupa'nın batısında, Büyük Britanya Adası'nda bulunur. İngiltere'nin Türkiye'ye olan uzaklığı 3382 km'dir. İngiltere 1.021.087.000\$ ithalat değeri ile en yüksek ithalatını 2014 yılında gerçekleştirmiştir. 2015 yılına kadar düzenli ithalat değerleri ile dikkat çeken İngiltere, yaş üzüm sektörü için önemli hedef pazar potansiyeli oluşturmaktadır.

İngiltere'nin yaş üzüm ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde; 1. sırada %17 pazar payı ve 150.627.000\$ ithalat değeri ile Güney Afrika'nın yer aldığı görülmektedir. İspanya pazardan aldığı %12'lik pay ile 2. sırada, Şili ise %10 pay ile 3. sıradadır.

Tablo 25: 2011-2015 Yılları Arasında İngiltere Yaş Üzüm İthalatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
Güney Afrika	123.051	13%	119.526	13%	144.169	15%	176.763	17%	150.627	17%
İspanya	111.061	12%	99.084	11%	84.953	9%	90.806	9%	108.866	12%
Şili	135.844	15%	106.981	12%	105.399	11%	97.191	10%	86.022	10%
Mısır	62.910	7%	68.275	7%	49.967	5%	50.784	5%	54.459	6%
Peru	15.903	2%	30.994	3%	37.321	4%	56.995	6%	51.205	6%

İngiltere'nin yaş üzüm ihracatçısı ülke payları incelendiğinde; İngiltere pazarında iki önemli etkin aktör olarak Güney Afrika ve İspanya ülkeleri görülmektedir. Özellikle İspanya'nın 2014'te %9 olan pazar payını, 2015 yılında %12'ye yükseltmesi dikkat çekmektedir. Şili, Mısır ve Peru İngiltere yaş üzüm sektör pazarındaki diğer ihracatçı ülkelerdir.

6.1.2. Kuru Üzüm

6.1.2.1. GTİP Kodunun Belirlenmesi

Yaş Üzüm, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın resmi internet sayfasında yayınlanmış olan 2016 yılı GTİP tablosuna göre "0806 - Üzümler (taze veya kurutulmuş)" sınıfında yer almaktadır.

6.1.2.2. Dünya İthalatı

2015 yılında kuru üzümün dünya genelindeki toplam ithalat değeri 1.660.176.000\$'dır. Kuru üzüm en çok ithal eden ülkelerin başında 221.394.000\$ ithalat değeri ile İngiltere gelmektedir. İngiltere dünya kuru üzüm ithalatında %13,3'lük bir paya sahiptir. İngiltere'nin ardından %9,8'lik oran ile Almanya ve %7'lik oran ile de Hollanda gelmektedir. Aşağıdaki tabloda kuru üzüm dünya ithalatında öne çıkan ilk 20 ülkenin yıllara göre ithalat miktarları ve pazar payları verilmiştir.

Tablo 26: Kuru Üzüm Dünya İthalatı (x 1.000\$)

DÜNYA İthalatı (x1.000\$)						
	2011	2012	2013	2014	2015	PAY (%)
DÜNYA TOPLAMI	1.845.586	1.855.589	1.904.049	1.858.650	1.660.176	100,0%
İngiltere	291.199	285.688	283.015	275.968	221.394	13,3%
Almanya	203.623	188.372	197.841	181.877	163.313	9,8%
Hollanda	139.686	139.126	145.733	138.653	115.766	7,0%
Japonya	90.285	94.167	95.580	87.815	93.452	5,6%
Kanada	72.278	74.263	72.442	72.627	62.402	3,8%

Fransa	63.764	62.916	65.625	62.728	57.004	3,4%
Hindistan	8.275	13.677	31.946	43.797	53.189	3,2%
Çin	34.943	41.525	38.066	37.909	50.951	3,1%
ABD	33.814	34.217	36.567	28.002	45.519	2,7%
İtalya	52.144	46.834	53.468	47.806	44.216	2,7%
Brezilya	51.647	56.697	57.015	53.062	40.604	2,4%
Belçika	43.062	45.871	55.964	49.430	39.816	2,4%
Avusturalya	67.539	57.645	51.220	52.114	35.453	2,1%
İspanya	25.342	30.752	35.802	37.776	33.179	2,0%
Rusya	63.941	77.720	72.207	48.687	31.916	1,9%
Meksika	32.453	28.545	31.319	34.830	30.341	1,8%
Kazakistan	9.108	19.427	4.742	17.269	28.266	1,7%
Polonya	31.604	27.444	32.529	33.280	25.930	1,6%
Cezayir	5.530	17.960	15.817	20.179	24.792	1,5%
Danimarka	23.472	25.201	25.749	26.449	24.164	1,5%

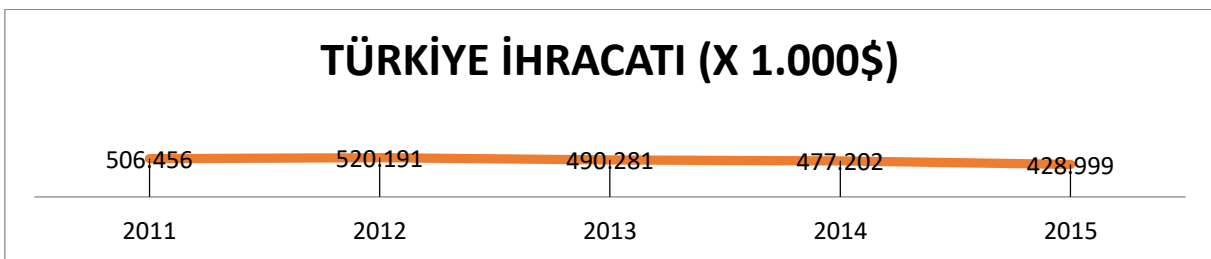
Dünya ithalatında ilk 6 ülkeyi İngiltere, Almanya, Kanada, Çin, Japonya ve İngiltere oluşturmaktadır. Dünya ithalatında en fazla paya sahip olan İngiltere, en fazla ithalatını 2011 yılında yapmıştır. Bu veriler ışığında kuru üzüm sektöründe İngiltere'nin en büyük pazar olduğu anlaşılmaktadır.

6.1.2.3. Türkiye İhracatı

Türkiye 2015 yılında kuru üzüm sektöründe 428.999.000\$ ihracat gerçekleştirmiştir. Türkiye en fazla değişim oranını %10,1 ile 2015 yılında yaşamıştır.

Aşağıdaki kuru üzüm Türkiye ihracatı grafiği incelendiğinde; 2012 yılından 2015 yılına kadar doğrusal bir düşüş eğilimi olduğu görülmektedir. Türkiye en fazla kuru üzüm ihracatını 2012 yılında 520.191.000\$ değeriyle yapmıştır.

Grafik 46: Kuru Üzüm Türkiye İhracatı (x 1.000\$)



Türkiye'nin kuru üzüm ihracatı ve ülke payları tablosu incelendiğinde; 2015 yılında en önemli payı %30 pazar payı ve 127.192.000\$ ihracat değeri ile İngiltere'nin aldığı görülmektedir. İngiltere'nin ardından %13'lük pazar payı ile Almanya ve %12'lik pazar payı ile Hollanda gelmektedir.

Tablo 27: Türkiye'nin Kuru Üzüm İhracatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)

Türkiye İhracatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)										
	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%
DÜNYA	506.456		520.191		490.281		477.202		428.999	
İngiltere	141.401	28%	151.948	29%	141.495	29%	128.775	27%	127.192	30%
Almanya	92.253	18%	93.368	18%	86.182	18%	73.076	15%	57.766	13%
Hollanda	57.568	11%	57.158	11%	53.360	11%	54.574	11%	50.639	12%
İtalya	39.107	8%	35.941	7%	37.209	8%	34.707	7%	32.771	8%
Fransa	33.961	7%	31.752	6%	33.486	7%	32.191	7%	29.557	7%
Avusturalya	30.391	6%	24.306	5%	23.797	5%	20.840	4%	21.873	5%
Belçika	24.386	5%	29.054	6%	27.056	6%	25.322	5%	17.970	4%
Kanada	13.764	3%	15.089	3%	14.928	3%	12.769	3%	12.748	3%
İrlanda	9.146	2%	9.315	2%	7.755	2%	6.878	1%	10.376	2%
İspanya	9.405	2%	9.105	2%	9.242	2%	12.629	3%	10.010	2%
Yeni Zelanda	8.292	2%	9.205	2%	6.096	1%	7.244	2%	7.261	2%
İsviçre	4.632	1%	4.120	1%	5.303	1%	4.663	1%	5.198	1%
Japonya	3.000	1%	3.473	1%	3.847	1%	4.551	1%	4.165	1%
İsveç	1.566	0%	1.083	0%	2.280	0%	3.203	1%	3.985	1%
Avusturya	3.312	1%	3.501	1%	5.115	1%	3.911	1%	3.525	1%
Rusya	6.569	1%	6.668	1%	6.655	1%	8.522	2%	3.442	1%
Polonya	2.068	0%	3.532	1%	4.114	1%	8.445	2%	3.002	1%
Çek Cumhuriyeti	277	0%	806	0%	1.777	0%	3.457	1%	2.770	1%
Yunanistan	3.734	1%	2.852	1%	1.175	0%	2.472	1%	2.032	0%
Slovenya	364	0%	361	0%	184	0%	271	0%	1.826	0%

Türkiye'nin kuru üzüm ihracatındaki ülke paylarında 2011-2015 yılları arasında dalgalanmalar olduğu görülmektedir. Bahsi geçen dalgalanmaların da %1 ile %3 oranlarında gerçekleştiği görülmektedir.

6.1.2.4.İhracatçı Ülkeler

Dünya kuru üzüm ihracatı ve rakip ülkelerin pazar ağırlıkları analiz edildiğinde pazardaki en önemli aktörün 428.999\$ ihracat değeri ile Türkiye olduğu görülmektedir. ABD 335.490\$ ile 2. sırada yer alırken, Şili 133.366\$ ihracat değeri ile 3. sırada yer almaktadır.

Tablo 28: Kuru Üzüm İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (x1.000\$)

İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (x1.000\$)						
Ülke	2011	2012	2013	2014	2015	TOPLAM
Türkiye	506.456	520.191	490.281	477.202	428.999	2.423.129
ABD	402.162	384.156	386.997	409.722	335.490	1.918.527

Şili	168.100	176.562	189.069	176.548	133.366	843.645
İran	277.487	187.810	213.686	166.756	120.636	966.375
Güney Afrika	40.362	67.212	78.231	82.655	86.568	355.028
Afganistan	59.712	40.004	36.965	80.604	80.248	297.533
Özbekistan	31.470	39.648	24.169	37.317	69.413	202.017
Çin	102.067	73.901	83.390	74.344	56.891	390.593
Arjantin	61.896	63.300	65.458	38.129	47.899	276.682
Yunanistan	94.063	76.334	58.807	55.310	39.757	324.271
Almanya	35.692	32.270	32.985	30.558	28.582	160.087
Hollanda	31.435	36.371	39.227	33.396	27.428	167.857
Hindistan	12.019	53.338	42.352	22.896	26.505	157.110
Belçika	25.025	26.217	28.320	23.174	18.289	121.025
Avusturalya	2.683	5.223	8.601	8.175	12.735	37.417
İngiltere	12.174	9.495	11.799	10.200	9.610	53.278
Letonya	2.327	3.238	4.371	4.164	6.315	20.415
Fransa	9.340	8.835	8.270	5.925	5.672	38.042
Avusturya	5.028	4.741	5.711	6.386	5.352	27.218
S.Arabistan	977	4.562	5.552	5.170	5.171	21.432

6.1.2.5. Hedef Pazar Analizi

6.1.2.5.1. Hedef Pazar Matrisinin Oluşturulması

Hedef Pazar matrisinin belirlenmesinde yakınlık, sınır komşumuz olması, Karadeniz’e kıyısının olması, mevcut ithalat hacmi (\$), kuru üzüm ithalat artış miktarı, değişim trendleri, Türkiye’nin kuru üzüm ihraç ettiği ülkelerden birisi olması, birim tonaj değeri parametreleri kullanılmıştır. Hedef pazar matrisi kullanılarak yapılan puanlama sonrasında en yüksek puanı alan ülkeler Türkiye açısından kuru üzüm ihracatı için potansiyel taşımaktadır. Hedef pazar olmaya uygun 50 ülkenin puan sıralaması şu şekildedir:

Tablo 29: Kuru Üzüm İhracatında Hedef Pazar Ülke Sıralaması

SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN
1	Cezayir	769	1	İngiltere	666	2	ABD	625	3	Slovakya	572	4	Litvanya	510
2	İsveç	733	1	Hollanda	665	2	BAE	617	3	Avusturalya	562	4	Dominik Cumhuriyeti	498
3	Almanya	729	1	Tayvan	665	2	Belçika	615	3	İsrail	554	4	Letonya	477
4	Danimarka	724	1	S.Arabistan	664	2	Tayland	609	3	Filipinler	553	4	Brezilya	387
5	Çin	723	1	Norveç	664	2	Hong Kong	607	3	Singapur	552	4	Beyaz Rusya	369
6	İtalya	700	1	Mısır	655	2	Güney Kore	602	3	Kazakistan	533	4	Portekiz	351
7	Fransa	689	1	Malezya	654	2	Finlandiya	591	3	Yeni Zelanda	516	4	Meksika	319
8	Japonya	685	1	İrlanda	642	2	Çek Cumhuriyeti	590	3	Vietnam	515	4	Venezüella	316

9	Hindistan	678	19	İspanya	640	29	Avusturya	588	39	Rusya	514	49	Peru	305
10	Polonya	670	20	İsviçre	639	30	Kanada	579	40	Ukrayna	511	50	Kolombiya	278

- **Hedef Pazar Ülke 1: Cezayir**

Cezayir, Kuzey Afrika’da yer alan, Afrika’nın yüzölçümü olarak en büyük ülkesidir. Kuzeydoğuda Tunus, doğuda Libya, güneydoğuda Nijer ile komşu olan Cezayir’in Türkiye’ye uzaklığı 3319 km’dir. 2011 yılında 5.530.000\$ olan ithalatını düzenli olarak arttırarak 2015 yılında 24.792.000\$ seviyelerine getirmiştir. Bu haliyle Cezayir, Türkiye için önemli hedef pazarlar arasına girmiştir.

Cezayir kuru üzüm ithalatında ülke payları incelendiğinde 1. sırayı %64 pay ile Güney Afrika almaktadır. Güney Afrika 2011’de %19 olan pazar payını yıllar içinde düzenli olarak arttırarak 2015 yılında 15.763.000\$ ithalat değeri ile %64’e çıkarmıştır. Bu bağlamda Güney Afrika’nın Cezayir kuru üzüm sektörü ithalatını büyük oranda domine ettiği söylenebilir. İran ise %29’luk pay ile 2. sırada yer almaktadır. 3. sırada %4’lük pazar payı ile Türkiye yer almaktadır.

Tablo 30: 2011-2015 Aralığında Cezayir Kuru Üzüm İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (x1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
Güney Afrika	1.047	19%	7.293	41%	7.091	45%	10.418	52%	15.763	64%
İran	2.456	44%	3.230	18%	5.769	36%	5.032	25%	7.148	29%
Türkiye	454	8%	4.579	25%	2.092	13%	2.386	12%	1.027	4%
Şili	477	9%	351	2%	89	1%	1.566	8%	370	1%
Hindistan	81	1%	1.295	7%	333	2%	418	2%	136	1%

Cezayir kuru üzüm sektörü ihracatçı ülke payları incelendiğinde; Cezayir pazarındaki en aktif aktörün Güney Afrika olduğu görülmektedir. 2. sırada son dönemde pazardaki payını da arttırarak %29'lara yükselten İran yer almaktadır. Türkiye, Şili ve Hindistan, bölgede daha az paya sahip kuru üzüm ihracatçısı diğer ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 2: İsveç**

İskandinav Yarımadası’nda yer alan, Norveç ve Finlandiya ile sınır komşusu olan İsveç; kuru üzüm ithalatında öne çıkan ülkelerdendir. Kuru üzüm ithalat değerlerinde kısmi dalgalanmalar görülen İsveç, 2015 yılında 24.0665.000\$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir.

İsveç'in kuru üzüm ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde; 14.312.000\$ ithalat hacmi ve %59 oranında pazar payı ile ABD ilk sırada yer almaktadır. 2012 yılında kısmi bir düşüş göstermesine rağmen Türkiye 4.307.000\$ ithalat hacmi ve %18'lik pazar payı ile 2. sırada bulunarak ülke ithalatındaki ağırlığını korumaktadır.

Tablo 31: 2011-2015 Aralığında İsveç Kuru Üzüm İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
ABD	18.135	79%	23.564	83%	19.838	75%	18.746	70%	14.312	59%
Türkiye	2.059	9%	1.506	5%	3.095	12%	3.878	14%	4.307	18%
Güney Afrika	604	3%	185	1%	383	1%	1.748	7%	2.795	12%
Almanya	713	3%	526	2%	808	3%	692	3%	842	3%
Şili	152	1%	254	1%	495	2%	456	2%	412	2%

İsveç'in kuru üzüm ihracatçısı ülke payları incelendiğinde; sektörün bölgede %59 pazar payına sahip ABD tarafından domine edildiği görülmektedir. 2014'te %14 olan payını 2015 yılında %18'e çıkartan Türkiye de bölgedeki 2. ihracatçı ülkedir. Güney Afrika, Almanya ve Şili bölgedeki diğer kuru üzüm ihracatçısı ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 3: Almanya**

Orta Avrupa'daki önemli ülkeler arasında yer alan Almanya; Polonya, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, İsviçre, Fransa, Lüksemburg, Belçika ve Hollanda ile sınır komşusu olup coğrafi anlamda kritik bir konuma sahiptir. Kuru üzüm ithalatı söz konusu olduğunda ise; Almanya 2015 yılında 163.313.000\$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir.

Almanya'nın kuru üzüm ithalatında yer alan ülke payları incelediğinde Türkiye 72.944.000\$ ithalat değeri ve %45 pazar payı ile 1. sırada yer almaktadır. 2011'de %59 olan pazar payını yıllar içinde düşüren Türkiye, %45 pay ile pazardaki ağırlığını koruma yolundadır. Güney Afrika, 2011 yılında %2 olan payını düzenli bir şekilde arttırarak 2015 yılında %15 oranına taşımıştır. Bölgede yıllar içindeki pazar paylarının değişim oranlarına bakıldığında Türkiye'nin kaybettiği payı Güney Afrika'nın aldığı görülmektedir.

Tablo 32: 2011-2015 Aralığında Almanya Kuru Üzüm İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
Türkiye	120.707	59%	111.140	59%	103.908	53%	85.819	47%	72.944	45%
Güney Afrika	3.121	2%	7.920	4%	10.327	5%	10.118	6%	24.982	15%
ABD	32.708	16%	29.664	16%	34.222	17%	39.745	22%	22.407	14%
İran	6.351	3%	6.790	4%	9.440	5%	7.780	4%	8.102	5%
Çin	13.124	6%	7.145	4%	8.167	4%	6.428	4%	6.424	4%

Almanya'nın kuru üzüm ihracatçısı ülke payları incelendiğinde; Almanya kuru üzüm pazarında en etkin aktörün Türkiye olduğu görülmektedir. 2014 yılına kadar pazarda etkin olan ABD, 2015 yılında payından Güney Afrika'ya kaptırmış, böylelikle bölgedeki pazar payları hemen hemen eşit seviyelere ulaşmıştır. Bölgedeki diğer kuru üzüm ihracatçısı ülkeler daha ufak Pazar payları ile İran ve Çin'dir.

- **Hedef Pazar Ülke 4: Danimarka**

Danimarka, Kuzey Avrupa'da, İskandinavya Yarımadası'nda bulunmaktadır. Danimarka kuru üzüm ithalat değerlerinde 2011 yılından bu yana kısmi dalgalanmalar görülmektedir. Danimarka 2015 yılında 24.164.000\$ değerinde kuru üzüm ithalatı gerçekleştirmiştir.

Danimarka'nın ithalatında yer alan ülke payları incelendiğinde 8.596.000\$ ithalat değeri ve %36'lık pay ile ABD'nin 1. sırada yer aldığı görülmektedir. Son yıllarda pazardaki payı azalan Şili 2015 yılında 14'lük pazar payı ile 2. sırada yer almaktadır. 2011 yılında 1.750.000\$ ithalat değerini 2015 yılında 2.897.000\$ seviyelerine taşıyan Almanya ise 3. sıradadır.

Tablo 33: 2011-2015 Aralığında Danimarka Kuru Üzüm İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
ABD	13.886	59%	10.013	40%	9.415	37%	11.430	43%	8.596	36%
Şili	3.683	16%	4.886	19%	5.222	20%	4.500	17%	3.483	14%
Almanya	1.750	7%	1.358	5%	1.424	6%	1.593	6%	2.897	12%
İsveç	533	2%	4.073	16%	4.500	17%	3.858	15%	2.714	11%
Güney Afrika	135	1%	752	3%	1.011	4%	1.109	4%	2.324	10%

Danimarka'nın kuru üzüm ihracatçısı ülke payları incelendiğinde; Danimarka kuru üzüm pazarındaki iki önemli aktörün 2015 yılında pazar paylarının azalmasına rağmen ABD ve Şili olduğu görülmektedir. 3. sırada olan Almanya ise 2014 yılında %6 olan pazar payını, 2015 yılında %12'ye çıkarması ile dikkat çekmektedir. İsveç ve Güney Afrika da bölgedeki diğer kuru üzüm ihracatçısı ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 5: Çin**

Uzakdoğu'nun en büyük ülkelerinden biri olan Çin, coğrafi konumu itibariyle de Uzakdoğu'nun merkezinde yer almaktadır. Rusya, Moğolistan, Vietnam, Laos, Birmanya, Hindistan, Bhutan, Nepal, Pakistan, Afganistan, Tacikistan, Kırgızistan ve Kazakistan ile sınır komşusu olan Çin sahip olduğu 1.376.049,000 kişilik nüfus ve 20.853,00 milyar \$ GSYH ile dünyanın en kalabalık ülkesi ve en büyük ekonomilerinden biridir. Çin, 2011 yılında 34.943.000\$ olan ithalat hacmini 2015 yılında 50.951.000\$ seviyelerine çıkarması ile de kuru üzüm sektörü hedef pazar potansiyeli gösteren önemli ülkelerdendir.

Çin'in kuru üzüm ithalatında yer alan ülke payları incelendiğinde; ABD'nin 26.105.000\$ ithalat hacmi ve %51 pazar payı ile 1. sırada yer aldığı görülmektedir. 2011 yılında 4.440.000\$ ithalat hacminden 2015 yılında 19.428.000\$ hacme ulaşan Özbekistan 2. sırada yer almış ve pazardan %38 pay almıştır. ABD tek başına Özbekistan, Tayvan, Şili ve Türkiye'nin aldığı Pazar payından daha fazla pay almaktadır. Bu bağlamda Çin'in kuru üzüm ithalatının Çin tarafından domine edildiğini söyleyebiliriz.

Tablo 34: 2011-2015 Aralığında Çin Kuru Üzüm İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
ABD	27.782	80%	29.232	70%	25.760	68%	23.468	62%	26.105	51%
Özbekistan	4.440	13%	6.987	17%	6.042	16%	8.573	23%	19.428	38%
Tayvan	395	1%	805	2%	2.181	6%	1.464	4%	1.865	4%
Şili	91	0%	507	1%	913	2%	1.298	3%	1.395	3%
Türkiye	1.346	4%	1.848	4%	1.401	4%	1.909	5%	1.150	2%

Çin'in kuru üzüm ihracatçısı ülke payları grafiği incelendiğinde; ABD'nin bölgedeki en etkin aktör olduğu görülmektedir. ABD 2014'te %62 olan pazar payını 2015'te %51'e düşürmüş, Özbekistan ise 2014'te %23 olan pazar payını 2015 yılında %38'e çıkarmıştır. Değişen pazar payı dengeleri ile ABD ve Özbekistan bölgede iki önemli kuru üzüm ihracatçısı konumunda bulunmaktadır. Tayvan, Şili ve Türkiye bölgedeki diğer kuru üzüm ihracatçısı ülkelerdir.

6.1.3. Pekmez

6.1.3.1. GTİP Kodunun Belirlenmesi

Pekmez, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın resmi internet sayfasında yayınlanmış olan 2016 yılı GTİP tablosuna göre "2007 - Reçeller, jöleler, marmelatlar, meyve veya sert kabuklu meyve püresi, meyve veya sert kabuklu meyve pastları" sınıfında yer almaktadır.

6.1.3.2. Dünya İthalatı

2015 yılında pekmezin dünya genelindeki toplam ithalat değeri 2.618.993.000\$'dır. Pekmezi en çok ithal eden ülkelerin başında 258.696.000\$ ithalat değeri ve %9,9'luk payı ile Almanya gelmektedir. Almanya'yı %9,8'lik oranı ile ABD izlemektedir. Bu bağlamda pekmez dünya ithalatında Almanya ve ABD'nin öne çıktığı görülmektedir. Aşağıdaki tabloda pekmezin dünya ithalatındaki toplam miktarı ve ithalatla öne çıkan ilk 20 ülkenin yıllara göre ithalat miktarları ve pazar payları verilmiştir.

Tablo 35: Pekmez Dünya İthalatı (x 1.000\$)

DÜNYA İthalatı (x1.000\$)						
	2011	2012	2013	2014	2015	PAY (%)
DÜNYA TOPLAMI	2.310.653	2.391.367	2.739.170	2.830.836	2.618.993	100,0%
Almanya	210.067	218.950	253.574	269.859	258.696	9,9%
ABD	206.926	215.645	230.483	249.557	256.679	9,8%
Fransa	205.650	210.592	235.310	229.655	199.213	7,6%
İngiltere	149.287	163.223	182.490	176.031	181.140	6,9%

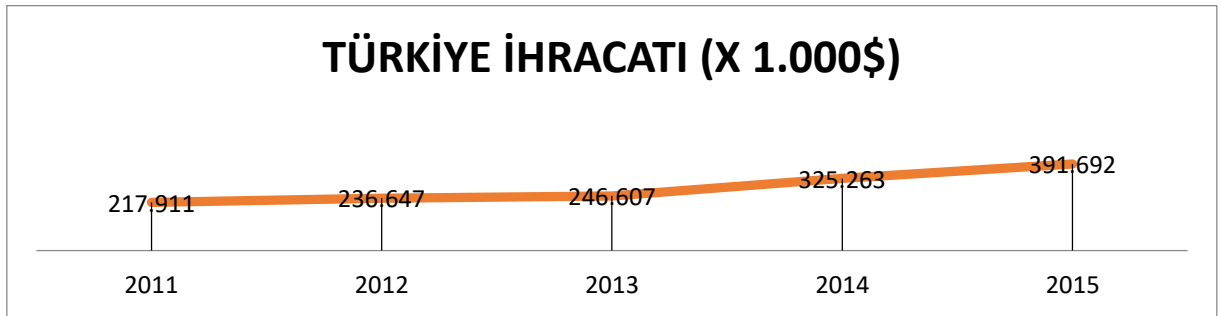
Hollanda	78.670	86.146	127.258	143.858	141.882	5,4%
Rusya	118.388	135.739	166.639	173.584	123.009	4,7%
Kanada	60.451	69.223	68.982	93.848	99.256	3,8%
İtalya	77.395	81.838	95.951	92.699	84.071	3,2%
Belçika	59.874	69.393	92.588	86.399	75.839	2,9%
İspanya	48.934	43.238	49.752	53.610	61.524	2,3%
İsveç	43.014	47.597	54.518	63.077	56.219	2,1%
Çin	16.647	17.959	28.418	38.969	54.979	2,1%
Avusturya	30.547	31.070	34.785	47.877	45.501	1,7%
Avusturalya	60.071	57.248	56.646	56.325	43.346	1,7%
Japonya	58.563	56.270	51.919	46.078	40.896	1,6%
İrlanda	29.930	31.746	35.313	37.493	37.985	1,5%
İsviçre	37.022	36.975	43.450	40.316	36.308	1,4%
BAE	0	31.138	32.811	45.773	32.298	1,2%
S.Arabistan	18.881	34.779	59.964	24.720	24.399	0,9%
Hong Kong	18.901	21.106	25.087	26.997	23.894	0,9%

Dünya ithalatında ilk 6 ülkeyi Almanya, ABD, Fransa, İngiltere, Hollanda ve Rusya oluşturmaktadır. Dünya pekmez ithalatında en fazla paya sahip olan Almanya en fazla ithalatını 2014 yılında yapmıştır. Bu veriler ışığında pekmez sektöründe Almanya ve ABD'nin en büyük hedef pazarlar olduğu anlaşılmaktadır.

6.1.3.3. Türkiye İhracatı

Türkiye'nin 2015 yılı pekmez ihracatı 391.692.000\$ olarak gerçekleşmiştir. Pekmez ihracatı son 5 yıl verileri göz önüne alındığında düzenli olarak artış gösterdiği görülmektedir.

Grafik 47: Türkiye Pekmez İhracatı (x 1.000\$)



Türkiye pekmez ihracatı grafiği incelendiğinde sürekli bir yükseliş tablosu çizdiği görülmektedir. Türkiye'nin 2011 yılında 217.911.000\$ olan pekmez ihracatı, 2015 yılında 391.692.000\$ seviyelerine ulaşmıştır.

Türkiye'nin pekmez ihracatında 2015 yılında en önemli payı %39 pazar payı ve 152.290.000\$ ihracat değeri ile Almanya almaktadır. 2011 yılında Belçika'ya 26.840.000\$ olan ihracatımız

ise 5 yıl içinde artarak 50.950.000\$ seviyelerine yükselmiştir. Pekmez ihraç ettiğimiz ülkeler içinde 3. sırada yer alan Avusturya da son yıllardaki ülkemiz ihracat pazarındaki payını arttırma eğilimindedir.

Tablo 36: Türkiye'nin Ülkelere Göre Pekmez İhracatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

Türkiye İhracatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)										
	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%
DÜNYA	217.911		236.647		246.607		325.263		391.692	
Almanya	78.655	36%	89.544	38%	89.352	36%	124.563	38%	152.290	39%
Belçika	26.840	12%	23.655	10%	19.577	8%	35.448	11%	50.950	13%
Avusturya	14.835	7%	17.418	7%	20.933	8%	25.660	8%	32.324	8%
Fransa	19.020	9%	18.301	8%	19.889	8%	22.787	7%	24.749	6%
İtalya	9.166	4%	8.257	3%	6.208	3%	13.292	4%	18.423	5%
İspanya	5.055	2%	4.313	2%	6.291	3%	9.424	3%	14.047	4%
Hollanda	6.542	3%	5.240	2%	5.802	2%	9.361	3%	12.945	3%
S.Arabistan	4.843	2%	5.123	2%	7.200	3%	7.975	2%	9.678	2%
Irak	5.900	3%	8.260	3%	10.152	4%	11.186	3%	8.145	2%
Yunanistan	904	0%	1.095	0%	1.791	1%	4.859	1%	5.344	1%
Mısır	2.128	1%	2.392	1%	3.721	2%	4.414	1%	5.073	1%
ABD	1.722	1%	3.273	1%	3.268	1%	2.839	1%	5.043	1%
Hırvatistan	286	0%	408	0%	749	0%	1.314	0%	3.661	1%
Ukrayna	9.537	4%	9.747	4%	9.191	4%	6.968	2%	3.638	1%
Bulgaristan	867	0%	1.832	1%	1.936	1%	2.581	1%	2.901	1%
İsrail	1.475	1%	2.291	1%	1.818	1%	3.297	1%	2.899	1%
#YOK	3.708	2%	8.333	4%	5.254	2%	3.366	1%	2.430	1%
Norveç	2.059	1%	1.747	1%	1.514	1%	1.791	1%	2.379	1%
BAE	1.664	1%	1.421	1%	1.618	1%	1.628	1%	2.287	1%
Çek Cumhuriyeti	554	0%	642	0%	688	0%	1.259	0%	2.191	1%

Avusturya'nın son yıllardaki ülkemiz ihracat pazarındaki payını arttırma eğilimi haricinde Türkiye'nin pekmez ihracatındaki ülke paylarında 2011-2015 yılları arasında dalgalanmalar olduğu görülmektedir. Bahsi geçen dalgalanmaların da %1 ile %3 oranlarında gerçekleştiği görülmektedir.

6.1.3.4.İhracatçı Ülkeler

Dünya pekmez ihracatı ve rakip ülkelerin Pazar ağırlıkları analiz edildiğinde pazardaki en önemli aktör 2015 yılına kadar Fransa olmuştur. Ancak 2015 yılında pazardaki ağırlığını arttıran Türkiye 391.692\$ ile 1. sıraya yerleşmiştir. İtalya ise 232.632\$ ihracat değeri ile 3. sırada yer almıştır.

Tablo 37: Pekmez İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (\$)

İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (\$)						
Ülke	2011	2012	2013	2014	2015	TOPLAM
Türkiye	217.911	236.647	246.607	325.263	391.692	1.418.120
Fransa	342.021	325.655	373.315	374.447	338.141	1.753.579
İtalya	162.513	183.183	231.044	263.690	232.632	1.073.062
Almanya	209.364	237.465	250.002	243.382	204.184	1.144.397
Belçika	188.288	189.605	234.636	213.272	165.798	991.599
İspanya	81.203	91.203	143.813	166.603	155.865	638.687
Hindistan	76.099	82.109	113.632	114.051	132.732	518.623
Şili	159.776	181.499	176.215	190.261	129.655	837.406
Hollanda	76.932	82.126	111.009	122.686	125.185	517.938
ABD	67.055	79.324	81.455	103.959	121.709	453.502
Çin	93.142	98.381	97.333	94.389	83.735	466.980
Avusturya	44.073	42.887	48.798	58.547	67.777	262.082
Danimarka	69.082	65.822	71.810	73.574	62.913	343.201
Polonya	63.123	63.630	64.685	69.865	57.446	318.749
Yunanistan	52.423	86.558	61.858	77.972	56.145	334.956
Ekvator	42.274	41.832	47.790	50.356	51.287	233.539
Meksika	37.938	33.558	37.789	42.256	47.518	199.059
İngiltere	55.018	53.623	52.040	49.001	44.138	253.820
Kanada	48.993	47.492	44.505	48.547	41.262	230.799
Kosta Rika	38.731	72.405	72.001	52.348	39.942	275.427

6.1.3.5. Hedef Pazar Analizi

6.1.3.5.1. Hedef Pazar Matrisinin Oluşturulması

Hedef pazar matrisinin belirlenmesinde yakınlık, sınır komşumuz olması, Karadeniz’e kıyısının olması, mevcut ithalat hacmi (\$), pekmez ithalat artış miktarı, değişim trendleri, Türkiye’nin pekmez ihraç ettiği ülkelerden birisi olması, birim tonaj değeri parametreleri kullanılmıştır. Hedef pazar matrisi kullanılarak yapılan puanlama sonrasında en yüksek puanı alan ülkeler Türkiye açısından pekmez ihracatı için potansiyel taşımaktadır. Hedef pazar olmaya uygun 50 ülkenin puan sıralaması şu şekildedir:

Tablo 38: Pekmez İhracatında Hedef Pazar Ülke Sıralaması

SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN
1	S.Arabistan	845	1	Polonya	730	2	Fransa	620	3	İrlanda	539	4	Finlandiya	416
2	Çin	818	2	Avusturya	729	2	İsviçre	619	3	Ukrayna	517	4	Yeni Zelanda	412
3	Mısır	812	3	ABD	727	3	Kanada	603	3	Japonya	506	4	Şili	395

4	Almanya	79 7	1 4	Kuveyt	72 7	2 4	Güney Kore	60 0	3 4	Endonezya	50 1	4 4	Brezilya	34 4
5	İsrail	78 8	1 5	İtalya	71 0	2 5	Litvanya	58 4	3 5	Dominik Cumhuriyeti	49 5	4 5	Portekiz	34 1
6	Yunanistan	76 9	1 6	Malezya	69 4	2 6	Çek Cumhuriyeti	58 2	3 6	Avusturalya	47 2	4 6	Kolombiya	31 8
7	Hollanda	76 5	1 7	İsveç	65 3	2 7	Hong Kong	57 7	3 7	Norveç	46 9	4 7	El Salvador	31 0
8	İspanya	76 4	1 8	Belçika	64 0	2 8	Romanya	56 5	3 8	Kazakistan	46 8	4 8	Guatemala	26 2
9	İran	73 9	1 9	BAE	64 0	2 9	Slovakya	55 0	3 9	Danimarka	43 7	4 9	Venezüella	25 7
10	İngiltere	73 0	2 0	Singapur	63 6	3 0	Rusya	53 9	4 0	Meksika	42 5	5 0	Güney Afrika	23 5

• Hedef Pazar Ülke 1: Suudi Arabistan

Arap Yarımadası'nın en büyük ülkesi olan Suudi Arabistan; Ürdün, Irak, Kuveyt, Katar, Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri, Umman ve Yemen ile sınır komşusu olup coğrafi anlamda Arap Yarımadası'nın merkezinde yer almaktadır. Son 5 yılda pekmez ithalatında dalgalanmalar görülen Suudi Arabistan en büyük ithalatını 2013 yılında 59.964.000\$ ile gerçekleştirmiştir. 2015 yılında 24.399.000\$ değerinde ithalat gerçekleştirdiği ve ülkemize olan coğrafi yakınlığı dikkate alındığında Suudi Arabistan, pekmez sektörü için önemli hedef pazar potansiyeli taşımaktadır.

2015 yılı Suudi Arabistan'ın pekmez ithalatı ve ülke payları incelendiğinde %17 pazar payı ve 4.034.000\$ ithalat hacmiyle Türkiye'nin 1. sırada olduğu görülmektedir. Mısır %13 pazar payı ve 3.129.000\$ ithalat hacmiyle 2. sıradadır.

Tablo 39: 2011-2015 Aralığında Suudi Arabistan Pekmez İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (x1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
Türkiye	1.039	6%	2.143	6%	4.456	7%	4.150	17%	4.034	17%
Mısır	1.957	10%	2.269	7%	3.506	6%	2.602	11%	3.129	13%
Belçika	1.606	9%	1.294	4%	1.903	3%	1.724	7%	2.299	9%
Lübnan	1.561	8%	1.733	5%	2.087	3%	2.231	9%	2.161	9%
İtalya	304	2%	667	2%	1.358	2%	809	3%	1.679	7%

Sudi Arabistan'ın pekmez ihracatçısı ülke payları incelendiğinde; Suudi Arabistan pekmez pazarında iki önemli aktörün Türkiye ve Mısır olduğu görülmektedir. Belçika, Lübnan ve İtalya bölgedeki diğer pekmez ihracatçısı ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 2: Çin**

9.596.961 km² yüzölçümü ile Uzakdoğu'nun en büyük, dünyanın ise dördüncü büyük ülkesi olan Çin; 1.376.049.000 nüfusuyla da dünyanın en kalabalık ülkesidir. Buradan hareketle dünya nüfusunun neredeyse 1/6'sının Çin'de yaşadığı söylenebilir. 2011'de 16.647.000\$ olan ithalat hacmini 2015 yılında 54.979.000\$ seviyelerine düzenli olarak arttırarak ulaşan Çin, Türkiye için önemli hedef pazar potansiyeli taşımaktadır.

2015 yılı Çin pekmez ithalatı ve ülke payları incelendiğinde en yüksek payı %20 pazar payı ve 10.903.000\$ ithalat hacmiyle Fransa'nın aldığı görülmektedir. 2. sırada %17 pazar payı ve 9.101.000\$ ithalat değeriyle Hindistan yer almaktadır. ABD ise %14 oranındaki pay ile 3. sırada bulunmaktadır.

Tablo 40: 2011-2015 Aralığında Çin Pekmez İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
Fransa	3.747	23%	4.238	24%	7.309	26%	9.866	25%	10.903	20%
Hindistan	2.238	13%	2.435	14%	4.209	15%	7.964	20%	9.101	17%
ABD	2.085	13%	1.938	11%	2.340	8%	2.920	7%	7.859	14%
Almanya	1.246	7%	1.691	9%	2.429	9%	2.696	7%	4.499	8%
Malezya	312	2%	688	4%	1.085	4%	1.407	4%	3.920	7%

Çin'in pekmez sektör pazarındaki ihracatçı ülke payları incelendiğinde; Fransa ve Hindistan'ın pazardaki iki önemli aktör oldukları görülmektedir. 3. sırada yer alan ABD'nin 2014'te %7 olan payını, 2015 yılında %14'e çıkartarak pazarda ağırlığını arttırdığı da dikkat çekmektedir. Bölgedeki diğer pekmez ihracatçısı ülkeler, birbirlerine yakın payları ile Almanya ve Malezya'dır.

- **Hedef Pazar Ülke 3: Mısır**

Mısır, Kuzey Afrika'nın en fazla nüfusa sahip ülkesidir. Akdeniz ve Kızıldeniz'e kıyısı olan Mısır'ın batısında Libya, güneyinde ise Sudan yer almaktadır. 2011'de 10.811.000\$ olan ithalat hacmini 2015'te 15.603.000\$'a çıkaran Mısır pekmez sektöründe önemli hedef pazarlar arasında bulunmaktadır.

2015 yılı Mısır pekmez ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde 6.086.000\$ ithalat hacmi ve %39 pazar payı ile Türkiye 1. sırada yer almaktadır. Suriye ise 3.488.000\$ ithalat hacmi ve %22 pazar payı ile 2. sırada bulunmaktadır.

Tablo 41: 2011-2015 Aralığında Mısır Pekmez İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
Türkiye	1.948	18%	2.297	17%	3.712	24%	4.505	37%	6.086	39%
Suriye	5.548	51%	7.893	57%	8.216	52%	1.491	12%	3.488	22%
Fas	882	8%	713	5%	1.058	7%	939	8%	936	6%
Libya	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	580	4%
Hollanda	212	2%	440	3%	568	4%	525	4%	565	4%

Mısır'ın pekmez ihracatçısı ülke payları incelendiğinde; sektör pazarındaki en etkili ülkenin Türkiye olduğu görülmektedir. Pazardaki diğer önemli aktör son dönemde payını %22'ye çıkarmış olan Suriye'dir. Fas, Libya ve Hollanda da bölge pazarındaki diğer pekmez ihracatçısı ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 4: Almanya**

Almanya 357.021 km²'lik yüzölçümü ve 81.799.600 nüfusu ile Avrupa'nın önemli ülkeleri arasında görülmektedir ki Almanya günümüzde Avrupa Birliği'nin en büyük nüfusa sahip ülkesi konumundadır. Bunun yanı sıra Almanya, Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra, dünyanın en çok göç alan ikinci ülkesi olarak bilinmektedir. Almanya 2011 yılındaki 210.067.000\$ olan ihracat hacmini 2015 yılında 258.696.000\$ seviyelerine getiren Almanya, pekmez sektörü için potansiyel bir hedef pazar alanı durumundadır.

2015 yılı Almanya pekmez ithalatı ve ülke payları incelendiğinde en yüksek payı %18 ile Belçika'nın aldığı görülmektedir. 2. sırada 40.319.000\$ ithalat hacmi ve pazardan aldığı %16 pay ile Avusturya bulunmaktadır. İtalya ise %14 oranındaki payı ile 3. sırada yer almaktadır.

Tablo 42: 2011-2015 Aralığında Almanya Pekmez İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
Belçika	28.183	13%	36.673	17%	43.273	17%	52.829	20%	45.532	18%
Avusturya	25.960	12%	29.532	13%	34.785	14%	39.596	15%	40.319	16%
İtalya	25.709	12%	26.319	12%	31.321	12%	40.635	15%	36.505	14%
Fransa	28.802	14%	27.060	12%	30.539	12%	30.647	11%	30.583	12%
Türkiye	5.484	3%	10.585	5%	17.063	7%	18.207	7%	18.163	7%

Almanya pekmez sektörü pazarındaki ihracatçı ülke paylarına bakıldığında Belçika, Avusturya ve İtalya'nın etkin konumda oldukları görülmektedir. Pazar paylarının yıllar ve ülkeler arasındaki dağılımına bakıldığında düzenli bir grafik çizen bölgedeki diğer pekmez ihracatçısı ülkeler Fransa ve Türkiye'dir.

- **Hedef Pazar Ülke 5: İsrail**

İsrail, Ortadoğu'da yer almaktadır ve Türkiye'ye olan mesafesi 881 km'dir. İsrail'in 2011 ve 2015 yılları arasındaki pekmez ithalatı düzenlilik gösteren İsrail 2015 yılında 16.373.000\$ pekmez ithal etmiştir. İsrail; coğrafi yakınlığı ve pekmez ürününe talebi doğrultusunda değerlendirildiğinde, ürün için önemli hedef pazar bölgelerinden birisidir.

İsrail pekmez ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde; 2015 yılında 3.129.000\$ ithalat hacmi ve %19 pazar payı ile Fransa 1. sıradadır. Almanya ise 2.202.000\$ ithalat hacmi ve %13 pay ile 2. sırada yer almaktadır. 3. sırada %9'luk payı ile Polonya bulunmaktadır.

Tablo 43: 2011-2015 Aralığında İsrail Pekmez İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
Fransa	3.003	18%	2.652	18%	3.410	21%	4.099	23%	3.129	19%
Almanya	3.417	20%	3.064	21%	3.417	21%	2.819	16%	2.202	13%
Polonya	1.798	11%	1.812	12%	1.369	9%	1.303	7%	1.411	9%
Çek Cumhuriyeti	269	2%	726	5%	1.293	8%	1.691	10%	1.336	8%
Türkiye	581	3%	676	5%	1.007	6%	1.493	9%	1.116	7%

İsrail pekmez sektörü ihracatçı ülke payları grafiği incelendiğinde; Fransa ve Almanya'nın pazardaki iki önemli aktör oldukları görülmektedir. Polonya, Çek Cumhuriyeti ve Türkiye de bölgedeki diğer önemli pekmez ihracatçısı ülkelerdir.

6.1.4. Sirke

6.1.4.1. GTİP Kodunun Belirlenmesi

Sirke, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın resmi internet sayfasında yayınlanmış olan 2016 yılı GTİP tablosuna göre "2209 - Sirkeler ve asetik asitten elde edilen sirke yerine geçen maddeler" sınıfında yer almaktadır.

6.1.4.2. Dünya İthalatı

Sirke sektöründe 2015 yılında dünya genelindeki toplam ithalat değeri 625.647.000\$'dır. Sirkeyi en çok ithal eden ülkelerin başında 126.524.000\$ ithalat değeri ve %20,2'lik pay ile ABD gelmektedir. ABD'nin ardından %11,5 oranında payı ile Almanya, %6,4 payı ile Fransa yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda sirke ürününün dünya ithalatındaki toplam miktarı ve ithalatta öne çıkan ilk 20 ülkenin yıllara göre ithalat miktarları ve pazar payları verilmiştir.

Tablo 44: Sirke Dünya İthalatı (x 1.000\$)

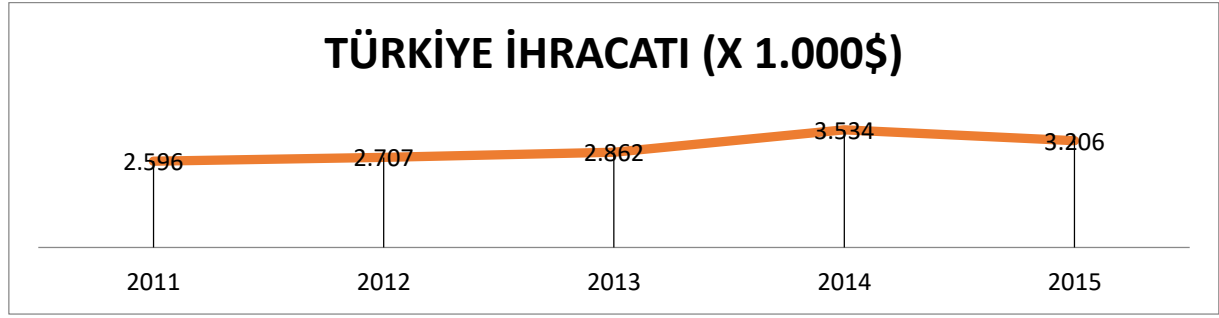
DÜNYA İthalatı (x1.000\$)						
	2011	2012	2013	2014	2015	PAY (%)
DÜNYA TOPLAMI	550.994	579.325	660.112	690.003	625.647	100,0%
ABD	109.135	117.247	128.502	136.028	126.524	20,2%
Almanya	67.547	68.664	83.126	82.059	71.960	11,5%
Fransa	35.400	37.322	40.973	44.647	40.303	6,4%
Kanada	30.320	33.712	38.908	39.302	38.515	6,2%
İngiltere	29.314	31.637	42.493	40.413	35.058	5,6%
İtalya	20.793	25.265	22.809	20.762	18.763	3,0%
İsviçre	20.383	18.955	20.712	21.884	18.539	3,0%
Avusturya	16.447	18.287	20.548	21.953	17.828	2,8%
Avustralya	14.623	15.997	17.009	18.517	17.188	2,7%
İspanya	14.712	14.242	18.194	18.266	16.608	2,7%
Hollanda	13.951	11.894	14.818	14.998	13.737	2,2%
Çin	4.462	5.066	7.039	9.501	10.989	1,8%
Belçika	11.682	12.018	14.793	13.239	10.883	1,7%
Japonya	9.441	10.220	10.214	11.029	9.750	1,6%
Hong Kong	7.010	8.030	8.871	10.605	9.450	1,5%
İsveç	7.997	7.849	9.767	10.501	8.031	1,3%
Singapur	5.421	5.711	6.178	6.640	7.162	1,1%
Rusya	9.019	10.957	12.515	12.519	6.538	1,0%
Malezya	2.832	3.191	4.659	5.194	6.352	1,0%
S.Arabistan	2.225	2.653	3.734	4.312	6.091	1,0%

Dünya sirke ithalatında ilk 6 ülkeyi ABD, Almanya, Fransa, Kanada, İngiltere ve İtalya oluşturmaktadır. Dünya sirke ithalatında en fazla paya sahip olan ABD en fazla ithalatını 2014 yılında gerçekleştirmiştir. Bu veriler ışığında, sirke sektöründe ABD'nin en büyük pazar olduğu anlaşılmaktadır.

6.1.4.3. Türkiye İhracatı

Türkiye'nin sirke ihracat değerleri 2015 yılına kadar düzenli olarak artarken, 2015 yılında %9,3'lük bir düşüş yaşanmış ve 3.206.000\$ ihracat değeri elde edilmiştir.

Grafik 48: Türkiye Sirke İhracatı (x 1.000\$)



Türkiye sirke ihracatı grafiği incelendiğinde; Türkiye'nin en fazla ihracatı 2014 yılında 3.534.000\$ ihracat değeri ile gerçekleştirdiği görülmektedir. 2015 yılındaki kırılma haricinde Türkiye sirke ihracat grafiği artış eğilimi göstermektedir.

Türkiye'nin sirke ihracatında 2015'te en önemli payı 585.000\$ ihracat değeri ve %18'lik pazar payı ile Irak almaktadır. Türkiye'nin sirke ihracatında diğer önemli payı alan ülkeler %12 oranıyla Suudi Arabistan, %11'lik payıyla da Almanya'dır.

Tablo 45: Türkiye'nin Ülkelere Göre Sirke İhracatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

Türkiye İhracatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)										
	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%
DÜNYA	2.596		2.707		2.862		3.534		3.206	
Irak	554	21%	611	23%	785	27%	603	17%	585	18%
S.Arabistan	295	11%	264	10%	279	10%	415	12%	397	12%
Almanya	299	12%	286	11%	300	10%	516	15%	347	11%
Free Zones	16	1%	33	1%	16	1%	278	8%	305	10%
ABD	275	11%	320	12%	272	10%	330	9%	300	9%
Malezya	58	2%	144	5%	143	5%	228	6%	262	8%
Azerbaycan	219	8%	184	7%	179	6%	241	7%	219	7%
Suriye	0	0%	0	0%	2	0%	14	0%	110	3%
Gürcistan	64	2%	50	2%	108	4%	112	3%	79	2%
İngiltere	38	1%	35	1%	44	2%	77	2%	63	2%
Mısır	37	1%	20	1%	53	2%	60	2%	57	2%
Cezayir	60	2%	2	0%	46	2%	127	4%	36	1%
Avusturalya	30	1%	41	2%	58	2%	45	1%	35	1%
İsrail	16	1%	0	0%	18	1%	16	0%	33	1%
Hollanda	23	1%	20	1%	31	1%	24	1%	33	1%
Libya	24	1%	104	4%	34	1%	16	0%	30	1%
Fransa	16	1%	12	0%	25	1%	27	1%	29	1%
Türkmenistan	33	1%	38	1%	18	1%	48	1%	27	1%
Belçika	43	2%	26	1%	30	1%	32	1%	26	1%
İsveç	7	0%	12	0%	15	1%	38	1%	19	1%

Irak, S.Arabistan, Almanya, Free Zones ve ABD'nin Türkiye sirke ithalatındaki paylarının 2015 yılı toplamı %60'tır. Bu bilgidten hareketle Türkiye'nin sirke ihracatının yarısından fazlasını ilk beşte yer alan ülkelere gerçekleştirdiği yargısına ulaşılabilir.

6.1.4.4.İhracatçı Ülkeler

Dünya sirke ihracatı ve rakip ülkelerin pazar ağırlıkları analiz edildiğinde pazardaki en önemli aktörün 271.710\$ ihracat ile İtalya olduğu görülmektedir. ABD 2011 yılında 18.962\$ olan ihracat değerini 2015 yılında 38.250\$ seviyesine çıkartarak ihracattaki ağırlığını arttırmış ve 2. sırada yer almıştır. İspanya ise toplamda 165.971\$ ihracat değeri ile 3. sırada bulunmaktadır. Türkiye, ihracatçı ülkeler arasında 3.206\$ ihracat değeri ile 20. sırada yer almaktadır.

Tablo 46: Sirke İhracatçısı Ülkeler ve İhracat Miktarları (x1.000\$)

İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (x1.000\$)						
Ülke	2011	2012	2013	2014	2015	TOPLAM
İtalya	294.955	288.683	315.520	321.823	271.710	1.492.691
ABD	18.962	22.069	27.860	31.787	38.250	138.928
İspanya	30.719	32.335	34.488	35.308	33.121	165.971
Almanya	29.489	30.110	31.834	34.401	31.321	157.155
Fransa	25.978	25.893	31.318	33.428	29.087	145.704
Japonya	17.694	18.541	16.874	18.702	16.727	88.538
Çin	10.585	11.959	13.510	15.439	14.712	66.205
İngiltere	11.365	11.013	10.988	12.479	14.351	60.196
Hollanda	4.856	5.206	6.655	8.497	12.233	37.447
Yunanistan	14.185	16.731	18.478	14.914	12.083	76.391
Avusturya	6.989	7.366	8.497	8.805	7.052	38.709
Güney Kore	4.267	9.279	5.954	5.435	6.622	31.557
Tayvan	5.587	6.014	6.368	6.389	6.602	30.960
Çek Cumhuriyeti	4.313	4.782	5.306	6.743	6.483	27.627
Belçika	4.230	4.212	4.842	5.904	5.711	24.899
Hong Kong	4.441	4.698	4.970	5.191	5.073	24.373
Portekiz	4.403	6.377	8.565	6.813	4.922	31.080
Kanada	1.036	3.221	4.301	4.476	4.909	17.943
Slovakya	1.358	2.467	2.915	4.463	3.250	14.453
Türkiye	2.596	2.707	2.862	3.534	3.206	14.905

6.1.4.5. Hedef Pazar Analizi

6.1.4.5.1. Hedef Pazar Matrisinin Oluşturulması

Hedef pazar matrisinin belirlenmesinde yakınlık, sınır komşumuz olması, Karadeniz'e kıyısının olması, mevcut ithalat hacmi (\$), sirke ithalat artış miktarı, değişim trendleri, Türkiye'nin sirke ihraç ettiği ülkelere birisi olması, birim tonaj değeri parametreleri kullanılmıştır. Hedef pazar matrisi kullanılarak yapılan puanlama sonrasında en yüksek puanı alan ülkeler Türkiye

açısından sirke ihracatı için potansiyel taşımaktadır. Hedef pazar olmaya uygun 50 ülkenin puan sıralaması şu şekildedir:

Tablo 47: Sirke İhracatında Hedef Pazar Ülke Sıralaması

SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN
1	S.Arabistan	836	11	Çin	679	21	Tayvan	606	31	Romanya	523	41	Çek Cumhuriyeti	428
2	İsrail	818	12	Almanya	675	22	İsviçre	603	32	İrlanda	522	42	Angola	410
3	Malezya	782	13	İsveç	675	23	BAE	576	33	Hong Kong	521	43	Meksika	407
4	Avusturya	752	14	Fransa	672	24	Hindistan	576	34	Filipinler	511	44	Finlandiya	390
5	Kuveyt	724	15	İngiltere	660	25	Kanada	569	35	Senegal	483	45	Güney Afrika	381
6	Singapur	720	16	Yunanistan	641	26	İtalya	567	36	Japonya	482	46	Fas	369
7	Norveç	712	17	Polonya	625	27	İspanya	549	37	Güney Kore	468	47	Vietnam	343
8	Hollanda	708	18	Belçika	618	28	Yeni Zelanda	541	38	Hırvatistan	449	48	Slovenya	321
9	ABD	706	19	Avusturya	608	29	Danimarka	530	39	Lüksemburg	449	49	Brezilya	313
10	Katar	691	20	Tayland	607	30	Macaristan	529	40	Rusya	432	50	Portekiz	285

- Hedef Pazar Ülke 1: Suudi Arabistan**

Suudi Arabistan, Orta Doğu'daki bütün körfez ülkelerinde olduğu gibi ekonomik açıdan her geçen gün gelişmektedir. Türkiye'ye 1916 km uzaklıkta olan Suudi Arabistan'ın kuru üzüm hariç diğer tüm üzüm ihraç ürünlerinin birinci hedef pazarı olduğu görülmektedir. Suudi Arabistan 2011 yılında 2.225.000\$ olan ithalat hacmini düzenli olarak arttırarak 2015 yılında 6.091.000\$ ithalat hacmine ulaşmıştır. Suudi Arabistan'ın coğrafi olarak Türkiye'ye yakın olması ve sirke ithalat değerlerinin yükselişi dikkate alındığında sirke ürünü için önemli hedef pazar bölgeleri arasında yer almaktadır.

Suudi Arabistan sirke ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde; ABD %50 pazar payı ve 3.041.000\$ ithalat hacmi ile 1. sırada yer almaktadır. İngiltere %15 ile 2. sırada, Filipinler ise %13 pay ile Suudi Arabistan sirke sektörü ithalatında 3. sıradadır. ABD'nin bölgedeki sirke sektörü ithalatından aldığı pay itibariyle bölgenin sirke sektörü pazarını domine ettiği görülmektedir.

Tablo 48: 2011-2015 Aralığında Suudi Arabistan Sirke İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (x1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
ABD	760	34%	1.245	47%	1.731	46%	1.927	45%	3.041	50%

İngiltere	0	0%	0	0%	0	0%	312	7%	917	15%
Filipinler	692	31%	394	15%	1.101	29%	436	10%	778	13%
Türkiye	228	10%	232	9%	191	5%	419	10%	405	7%
İtalya	248	11%	277	10%	198	5%	410	10%	315	5%

Suudi Arabistan'ın sirke ihracatçısı ülke payları incelendiğinde; sirke sektörü pazarında en önemli aktörün ABD olduğu görülmektedir. 2015 yılında pazarda arttırdıkları ağırlıkları ile İngiltere ve Filipinler de pazardaki diğer önemli iki aktördür. Türkiye ve İtalya ise 2015 yılında düşüş gösteren payları ile bölgedeki diğer önemli sirke ihracatçısı ülkelerdendir.

- **Hedef Pazar Ülke 2: İsrail**

İsrail; Orta Doğu'da, Asya ve Afrika kıtalarının kesiştiği yerde bulunmaktadır. Coğrafi olarak, Orta Doğu'nun önemli ülkelerinden biri olan İsrail; Türkiye'ye de 881 km uzaklıktadır. Ekonomi ve teknoloji söz konusu olduğunda da İsrail'in Orta Doğu'da önemli bir konumda olduğu bilinmektedir. İsrail'in sirke ithalatının son 5 yılına bakıldığında, yıllar içinde dalgalanmalar gösterse de genel olarak sabit değerlerde ilerlediği görülmektedir. İsrail 2015 yılında 1.948.000\$ değerinde sirke ithalatı gerçekleştirmiştir. İsrail'in coğrafi yakınlığı da göz önüne alındığında Türkiye için önemli bir hedef pazar durumundadır.

İsrail sirke ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde; 859.000\$ ihracat hacmi ve %44 pazar payı ile İtalya'nın lider durumda olduğu görülmektedir. İtalya'yı %14 pazar payı ile ABD ve %12 pay ile Almanya izlemektedir.

Tablo 49: 2011-2015 Aralığında İsrail Sirke İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
İtalya	788	41%	1.066	51%	999	53%	1.068	52%	859	44%
ABD	318	16%	191	9%	297	16%	242	12%	282	14%
Almanya	44	2%	125	6%	140	7%	105	5%	226	12%
Çin	82	4%	95	5%	86	5%	85	4%	137	7%
İspanya	283	15%	26	1%	21	1%	151	7%	96	5%

İsrail'in sirke ihracatçısı ülke payları incelendiğinde; sirke sektöründeki en önemli aktörün İtalya olduğu görülmektedir. ABD ve Almanya da son dönemde arttırdıkları ağırlıkları ile pazarda dikkat çeken diğer sirke ihracatçısı ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 3: Malezya**

Malezya, Güneydoğu Asya’da yer alan, doğu ve batı olarak iki kara parçasına ayrılmış, 13 eyaletten oluşan federe bir ülkedir. Malezya 2011’de 2.832.000\$ olan ithalat hacmini 2015 yılında 6.532.000\$ seviyelerine çıkartmıştır.

Malezya sirke ithalatında ülke paylarına bakıldığında 1.613.000\$ ithalat hacmi ve %25 pazar payı ile ABD’nin 1. sırada yer aldığı görülmektedir. Çin 1.259.000\$ değer ve %20 pay ile Malezya’ya en fazla sirke ihracatı gerçekleştiren 2. ülkedir. Tayvan ve Japonya da Malezya sirke pazarından %16 pay alarak ülke ticaretinde yerlerini almışlardır.

Tablo 50: 2011-2015 Aralığında Malezya Sirke İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
ABD	686	24%	550	17%	892	19%	1.244	24%	1.613	25%
Çin	627	22%	627	20%	855	18%	921	18%	1.259	20%
Tayvan	782	28%	821	26%	862	19%	854	16%	1.041	16%
Japonya	148	5%	407	13%	950	20%	1.008	19%	1.037	16%
Türkiye	17	1%	56	2%	68	1%	139	3%	279	4%

Malezya sirke sektörü pazarında en etkin aktörün ABD olduğu görülmektedir. Ayrıca Çin, Tayvan ve Japonya’nın ülke pazarındaki diğer önemli sirke ihracatçısı ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 4: Avustralya**

Avustralya, güney yarım kürede yer alan bir ada ülkesidir. Hint Okyanusu ile Büyük Okyanus arasında uzanmaktadır. 2011’de 14.623.000\$ olan ithalat hacmini yıllar içinde düzenli olarak arttıran Avustralya 2015 yılında 17.188.000\$ ithalat hacmine ulaşmıştır.

Avustralya’ya sirke ürününde en çok ihracat gerçekleştiren ülke İtalya’dır. İtalya 8.543.000\$ ithalat hacmi ve %50 oranı ile ülke pazarında yer edinmiştir. ABD ve Çin, Avustralya sirke sektöründe %12 ve %10’luk pazar payları ile etkin olan diğer ülkelerdir.

Tablo 51: 2011-2015 Aralığında Avustralya Sirke İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
İtalya	8.927	61%	9.716	61%	9.944	58%	10.687	58%	8.543	50%
ABD	493	3%	427	3%	1.063	6%	1.615	9%	2.144	12%
Çin	1.006	7%	1.397	9%	1.613	9%	1.608	9%	1.758	10%
Japonya	1.660	11%	1.811	11%	1.374	8%	1.581	9%	1.479	9%
Yeni Zelanda	406	3%	543	3%	717	4%	950	5%	1.291	8%

Avustralya'ya sirke ihracatı yapan ülke paylarına bakıldığında ülke pazarındaki en önemli aktörün İtalya olduğu görülmektedir. ABD, Çin ve Japonya da İtalya kadar etkin olmasalar da ülkenin sirke sektörü pazarında söz sahibi diğer ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 5: Kuveyt**

Kuveyt, Arabistan Yarımadası'nın kuzeydoğusunda, Basra Körfezi kıyısında yer almaktadır. Kuzeyde Irak, güneyde ise Suudi Arabistan ile komşudur. 2011-2015 yılları aralığında ithalat hacminde genel bir düzen ve artış görülen Kuveyt, 2015 yılında 2.619.000\$ değerinde ithalat gerçekleştirmiştir.

Kuveyt sirke sektörü pazarında 526.000\$ ihracatı ve %20 pazar payı ile en etkili olan ülke ABD'dir. %15 pazar payı ile Suudi Arabistan ve %14 Pazar payı ile İtalya, Kuveyt sirke sektörü pazarında söz sahibi diğer ülkelerdir. Birleşik Arap Emirlikleri de 2011 yılında 184.000\$ olan ihracatını, 2015 yılında 324.000\$ seviyelerine çıkartarak Kuveyt sirke sektörü pazarında etkili olmaya başlamıştır.

Tablo 52: 2011-2015 Aralığında Kuveyt Sirke İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
ABD	365	18%	452	22%	581	26%	663	24%	526	20%
S.Arabistan	407	20%	397	19%	449	20%	456	16%	392	15%
İtalya	248	12%	226	11%	243	11%	325	12%	370	14%
BAE	184	9%	226	11%	353	16%	324	12%	324	12%
Lübnan	150	7%	334	16%	168	7%	319	11%	321	12%

Kuveyt sirke sektörü pazarında 2015 yılında azalan payına rağmen %20 Pazar payı ile ABD'nin en etkin ihracatçı olduğu görülmektedir. Pazardaki diğer etkin ihracatçı ülkeler Suudi Arabistan, İtalya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Lübnan'dır.

6.1.5. Üzüm Suyu

6.1.5.1. GTİP Kodunun Belirlenmesi

Üzüm suyu, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın resmi internet sayfasında yayınlanmış olan 2016 yılı GTİP tablosuna göre "2009 - Üzüm suyu (üzüm şırası dâhil)" sınıfında yer almaktadır.

6.1.5.2. Dünya İthalatı

2015 yılında üzüm suyu ithalatını 1.901.670.000\$ değer ve %12,7 pazar payı ile gerçekleştiren ABD, dünya üzüm suyu ithalatında lider durumdadır. ABD'nin ardından %9,2'lik pay ile Hollanda ve %9,1'lik pay ile Almanya sektör ithalatında etkin ülkelerdir. Üzüm suyu dünya ithalatında öne çıkan ilk 20 ülkenin yıllara göre ithalat rakamları ve ithalattaki payları aşağıdaki tabloda ayrıntıları ile verilmiştir.

Tablo 53: Üzüm Suyu Dünya İthalatı (x 1.000\$)

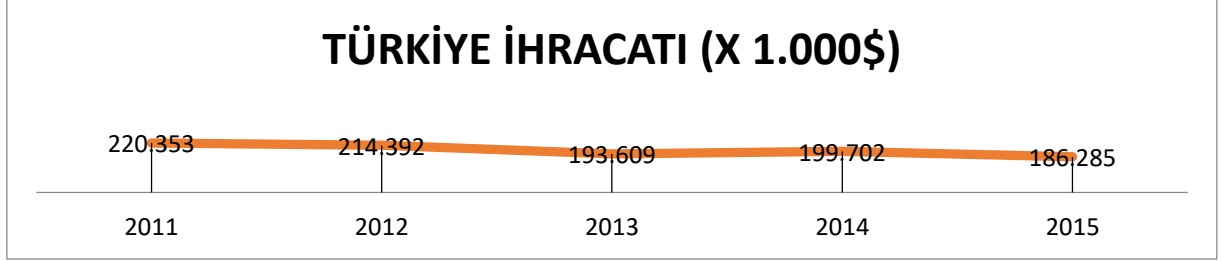
DÜNYA İthalatı (x1.000\$)						
	2011	2012	2013	2014	2015	PAY (%)
DÜNYA TOPLAMI	17.370.738	17.161.951	17.206.296	16.887.340	15.010.092	100,0%
ABD	2.099.906	2.047.005	1.937.234	1.988.845	1.901.670	12,7%
Hollanda	1.556.259	1.545.167	1.555.525	1.584.182	1.383.508	9,2%
Almanya	1.917.478	1.800.125	1.631.422	1.548.708	1.363.636	9,1%
Belçika	1.000.950	908.768	1.233.724	1.433.386	1.155.102	7,7%
Fransa	1.350.689	1.303.689	1.306.287	1.224.593	1.053.271	7,0%
İngiltere	1.259.414	1.098.361	1.116.516	1.030.274	921.323	6,1%
Kanada	739.045	758.379	720.305	696.927	666.982	4,4%
Japonya	882.725	938.194	883.121	759.113	654.335	4,4%
S.Arabistan	276.689	261.827	307.532	341.450	336.657	2,2%
Avusturya	360.762	410.797	372.254	335.086	284.557	1,9%
Rusya	441.099	505.743	458.636	410.774	269.660	1,8%
İspanya	299.401	275.740	294.205	316.113	262.676	1,7%
İtalya	320.725	301.178	294.128	294.593	253.985	1,7%
Çin	228.627	217.949	229.471	251.511	208.644	1,4%
Polonya	235.867	222.870	240.485	208.577	200.220	1,3%
Avusturalya	218.117	204.316	170.584	173.052	167.842	1,1%
Güney Kore	176.744	202.924	190.701	152.858	155.607	1,0%
İsveç	184.412	187.946	201.444	187.201	153.439	1,0%
İrlanda	219.233	183.301	189.636	179.675	149.288	1,0%
Danimarka	166.229	161.884	189.972	178.384	140.240	0,9%

6.1.5.3. Türkiye İhracatı

Türkiye'nin 2015 yılında üzüm suyu sektöründe gerçekleştirdiği toplam ihracat değeri 186.285.000\$ değerindedir. 2016 yılı ilk 9 ayının verilerine göre 294.272.000\$ değerinde

ihracat yapılmıştır. 2016 yılı ilk 9 aylık verileri ile bile üzüm suyu sektöründe en yüksek ihracat rakamlarına ulaşılan dönem olmuştur.

Grafik 49: Türkiye Üzüm Suyu İhracatı (x 1.000\$)



Türkiye üzüm suyu ihracatı grafiği incelendiğinde 2013 ve 2015 yıllarında düşüşler yaşandığı görülmektedir. Ancak 2016 yılı itibariyle Türkiye üzüm suyu ihracat grafiği artış eğilimi gösteren bir grafik çizmektedir.

Türkiye'nin üzüm suyu ihracatından 2015 yılında en önemli payı 39.663.000\$ ihracat değeri ve %21 pazar payı ile ABD'nin aldığı görülmektedir. Dünya üzüm suyu ithalatında 2. sırada olan Hollanda, Türkiye üzüm suyu ihracatında da %17 pazar payı ile 2. sırada yer almaktadır.

Tablo 54: Türkiye'nin Ülkelere Göre Üzüm Suyu İhracatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

Türkiye İhracatı (x1.000\$) ve Ülke Payları (%)										
	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%	2015	%
DÜNYA	220.353		214.392		193.609		199.702		186.285	
ABD	15.899	7%	12.717	6%	8.405	4%	24.149	12%	39.663	21%
Hollanda	35.066	16%	39.866	19%	31.889	16%	29.866	15%	30.766	17%
Free Zones	28.806	13%	30.752	14%	31.575	16%	34.180	17%	26.922	14%
İtalya	8.546	4%	12.566	6%	15.861	8%	15.687	8%	12.279	7%
Almanya	42.331	19%	34.355	16%	23.513	12%	17.848	9%	11.418	6%
Avusturya	7.852	4%	6.772	3%	7.626	4%	5.532	3%	7.276	4%
İngiltere	17.220	8%	13.397	6%	13.722	7%	14.604	7%	7.096	4%
Irak	2.309	1%	2.274	1%	2.279	1%	1.974	1%	6.865	4%
İspanya	2.997	1%	3.352	2%	4.863	3%	7.735	4%	5.516	3%
Fransa	6.440	3%	5.040	2%	4.345	2%	6.721	3%	4.553	2%
Japonya	696	0%	2.246	1%	2.705	1%	4.508	2%	4.318	2%
Kanada	881	0%	928	0%	350	0%	786	0%	1.993	1%
Güney Kore	1.351	1%	2.872	1%	479	0%	2.367	1%	1.913	1%
Polonya	3.781	2%	7.701	4%	5.498	3%	1.560	1%	1.865	1%
Rusya	4.269	2%	2.633	1%	6.114	3%	2.825	1%	1.715	1%
Yunanistan	1.184	1%	425	0%	385	0%	1.406	1%	1.454	1%
İsrail	2.270	1%	3.994	2%	2.128	1%	1.431	1%	1.033	1%
Çek Cumhuriyeti	962	0%	2.319	1%	1.627	1%	652	0%	930	0%

Cezayir	496	0%	422	0%	592	0%	1.494	1%	924	0%
Hong Kong	431	0%	608	0%	640	0%	599	0%	919	0%

Türkiye'nin üzüm suyu ihracatında ilk üç içinde yer alan ABD, Hollanda ve Free Zones'un 2015 yılı paylarının toplamı %52'dir. Buradan yola çıkarak Türkiye'nin üzüm suyu ihracatının yarısından fazlasını ilk üçte yer alan ülkelere gerçekleştirdiği söylenebilir.

6.1.5.4.İhracatçı Ülkeler

Dünya üzüm suyu ihracatçısı ülkeler ve ihracat miktarları tablosu incelendiğinde 2.050.442\$ ihracat değeri ile Brezilya'nın üzüm suyu sektöründe önemli bir aktör olarak yer aldığı görülmüştür. Hollanda toplam 7.422.075\$ ihracat değeri ile dünya üzüm suyu ihracatçıları arasında 2. sırada yer almaktadır. 3. sırada yer alan ABD de 2015 yılında 1.077.055\$ ihracat geliri elde etmiştir.

Tablo 55: Üzüm Suyu İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (\$)

İhracatçı Ülkeler ve İhracat Miktarları (\$)						
Ülke	2011	2012	2013	2014	2015	TOPLAM
Brezilya	2.566.395	2.451.338	2.460.180	2.168.269	2.050.442	11.696.624
Hollanda	1.583.468	1.450.535	1.496.897	1.556.723	1.334.452	7.422.075
ABD	1.306.569	1.255.045	1.227.790	1.147.288	1.077.055	6.013.747
Belçika	1.340.253	1.256.158	1.155.664	1.052.707	945.940	5.750.722
Almanya	999.908	953.351	993.538	954.238	791.216	4.692.251
Çin	1.225.986	1.305.169	1.042.456	775.087	695.902	5.044.600
İspanya	851.971	846.992	887.246	814.433	658.236	4.058.878
Tayland	442.663	427.478	465.455	527.355	619.603	2.482.554
Polonya	641.290	711.570	783.951	653.554	532.441	3.322.806
İtalya	723.717	713.246	683.611	633.423	494.982	3.248.979
Vietnam	18.734	16.617	17.842	38.153	488.274	579.620
Meksika	431.237	310.931	457.546	469.647	469.755	2.139.116
S.Arabistan	286.699	334.620	393.300	436.860	445.677	1.897.156
Arjantin	535.802	490.651	439.413	322.712	364.170	2.152.748
Güney Afrika	314.337	310.062	313.196	329.624	271.029	1.538.248
Avusturya	406.463	361.492	401.686	347.063	269.134	1.785.838
Fransa	253.157	236.630	241.319	249.890	201.123	1.182.119
Şili	229.762	250.345	239.930	238.971	196.809	1.155.817
Kosta Rika	135.919	130.486	171.951	157.565	189.713	785.634
Türkiye	220.353	214.392	193.609	199.702	186.285	1.014.341

6.1.5.5. Hedef Pazar Analizi

6.1.5.5.1. Hedef Pazar Matrisinin Oluşturulması

Hedef pazar matrisinin belirlenmesinde yakınlık, sınır komşumuz olması, Karadeniz'e kıyısının olması, mevcut ithalat hacmi (\$), üzüm suyu ithalat artış miktarı, değişim trendleri, Türkiye'nin üzüm suyu ihraç ettiği ülkelere birisi olması, birim tonaj değeri parametreleri kullanılmıştır. Hedef pazar matrisi kullanılarak yapılan puanlama sonrasında en yüksek puanı alan ülkeler

Türkiye açısından üzüm suyu ihracatı için potansiyel taşımaktadır. Hedef pazar olmaya uygun 50 ülkenin puan sıralaması şu şekildedir:

Tablo 56: Potansiyel 50 Hedef Ülke Puan Sıralaması

SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN	SIRA	ÜLKE	PUAN
1	S.Arabistan	87	1	ABD	68	2	İtalya	58	3	Bahreyn	52	4	Tayvan	47
2	İsrail	81	1	İspanya	65	2	Fransa	57	3	Güney Afrika	51	4	Dominik Cumhuriyeti	45
3	Polonya	75	1	Yunanistan	64	2	Rusya	56	3	Umman	51	4	Norveç	45
4	Mısır	74	1	Avusturya	63	2	İsveç	55	3	BAE	51	4	Finlandiya	42
5	Güney Kore	72	1	Çin	63	2	Ukrayna	55	3	Meksika	49	4	Kazakistan	39
6	Hong Kong	71	1	Çek Cumhuriyeti	63	2	Tayland	55	3	Danimarka	49	4	Yeni Zelanda	38
7	Malezya	71	1	Japonya	62	2	Libya	54	3	Şili	48	4	Portekiz	37
8	Kuveyt	69	1	İsviçre	61	2	İrlanda	53	3	Singapur	48	4	Panama	35
9	Almanya	68	1	Kanada	58	2	Avusturalya	53	3	Cezayir	48	4	Yemen	31
10	Hollanda	68	2	İngiltere	58	3	Belçika	53	4	Macaristan	47	5	Beyaz Rusya	31

- Hedef Pazar Ülke 1: Suudi Arabistan**

Suudi Arabistan, özellikle gıda sektörü için Orta Doğu'nun önemli pazarlarından biri olarak görülmektedir. Suudi Arabistan hükümeti; tarım ve gıda ürünleri alanında dışsatıma bağımlılığı azaltmak için, tarım üretimini desteklemektedir. Ancak iklim şartları nedeniyle tarım belirli ölçüde geliştirilebilmekte ve tarım ve gıda ürünleri çoğunlukla ithal edilmektedir.

Suudi Arabistan 2011 yılında 276.689.000\$ olan ithalat değerini yıllar içinde düzenli olarak arttırarak 2015 yılında 336.657.000\$ ithalat değerine ulaşmıştır. Bu durum itibariyle Suudi Arabistan, Türkiye için önemli bir hedef pazar potansiyeli oluşturmaktadır.

Suudi Arabistan üzüm suyu ithalatındaki ülke payları incelendiğinde 61.234.000\$ ithalat değeri ve %18 Pazar payı ile Hindistan 1. Sırada yer almaktadır. %15 pay ile Hollanda ve %10 pay ile Brezilya, Suudi Arabistan üzüm suyu ithalat pazarında önemli diğer ülkelerdir.

Tablo 57: 2011-2015 Aralığında Suudi Arabistan Üzüm Suyu İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (x1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
Hindistan	58.445	21%	28.182	11%	51.271	17%	61.584	18%	61.234	18%
Hollanda	39.453	14%	38.939	15%	41.430	13%	45.608	13%	49.062	15%
Brezilya	14.945	5%	20.557	8%	17.835	6%	25.745	8%	32.126	10%
ABD	19.238	7%	22.819	9%	25.842	8%	33.873	10%	23.724	7%
Kuveyt	18.198	7%	23.944	9%	23.297	8%	23.965	7%	22.627	7%

Suudi Arabistan'ın üzüm suyu sektöründe ihracatçı ülke payları incelendiğinde Hindistan'ın düzenli bir şekilde pazardaki ağırlığını koruyan en etkili aktör olduğu görülmektedir. Hollanda ve Brezilya da son dönemlerde arttırdıkları pazar payları ile Suudi Arabistan üzüm suyu sektör pazarında etkin diğer ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 2: İsrail**

İsrail, Ortadoğu'da yer alan bir ülke olmakla birlikte, Türkiye'ye olan uzaklığı 881 km'dir. İsrail, en yüksek ithalatını 2011 yılında 119.689.000\$ ile yapmıştır. Yıllar içinde ithalat hacmini düşüren İsrail, günümüzde yine de üzüm suyu için önemli hedef Pazar potansiyeli taşımaktadır. İsrail 2015 yılında üzüm suyu sektöründe 59.955.000\$ ithalat değeri oluşturmuştur.

İsrail'in üzüm suyu ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde ABD'nin 12.653.000\$ ithalat değeri ve %21 pazar payı ile lider durumda olduğu görülmektedir. ABD dışında pazardaki diğer pay alan ülkeler %9 ile Çin ve %8 pay ile Güney Afrika'dır. ABD tek başına Çin ve Güney Afrika'nın pazardan aldığı paydan daha fazla pay almaktadır.

Tablo 58: 2011-2015 Aralığında İsrail Üzüm Suyu İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
ABD	17.092	14%	7.009	9%	10.540	15%	6.661	11%	12.653	21%
Çin	10.216	9%	6.449	9%	6.086	9%	6.946	12%	5.553	9%
Güney Afrika	8.992	8%	6.071	8%	7.927	11%	5.568	9%	5.044	8%
Brezilya	18.387	15%	14.767	20%	6.466	9%	7.004	12%	4.563	8%
İspanya	3.769	3%	4.931	7%	720	1%	3.499	6%	3.042	5%

İsrail üzüm suyu sektöründe ihracatçı ülke payları incelendiğinde ABD'nin 2014'te %11 olan payını 2015 yılında %21'e çıkartması dikkat çekmektedir. Bu anlamda İsrail üzüm suyu sektörü pazarının en iddialı aktörü ABD'dir. Çin, Güney Afrika ve Brezilya ülke üzüm suyu pazarında aktif diğer ihracatçı ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 3: Polonya**

Orta Avrupa'da bulunan Polonya'nın komşuları; batıda Almanya, güneybatıda Çek Cumhuriyeti, güneyde Slovakya, kuzeydoğuda Rusya ve Litvanya, doğuda Belarus, güneydoğuda Ukrayna ve kuzeyde Baltık Denizi'dir. Türkiye'ye uzaklığı 1913 km olan Polonya, 2015 yılında 200.220.000\$ değerinde ithalat yapmıştır. Bu bağlamda Polonya gerek ülkemize yakın olması gerek gerçekleştirdiği ithalat hacmi ile Türkiye için önemli hedef pazarlar arasında yer almaktadır.

Polonya'nın üzüm suyu ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde 49.809.000\$ ithalat değeri ve 1/4 pazar payı ile Brezilya'nın 1. sırada yer aldığı görülmektedir. Polonya üzüm suyu sektör pazarında diğer önemli aktörler olarak Ukrayna %14, Almanya %11 pay almaktadırlar. Bu haliyle Ukrayna ve Almanya'nın toplam payı, Brezilya'nın tek başına üstlendiği paya eşittir.

Tablo 59: 2011-2015 Aralığında Polonya Üzüm Suyu İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
Brezilya	58.773	25%	44.099	20%	46.487	19%	52.274	25%	49.809	25%
Ukrayna	755	0%	22.773	10%	31.638	13%	21.500	10%	27.211	14%
Almanya	19.384	8%	17.818	8%	15.325	6%	21.777	10%	21.458	11%
Macaristan	7.202	3%	9.476	4%	26.289	11%	17.445	8%	20.046	10%
Hollanda	14.528	6%	16.440	7%	11.572	5%	18.854	9%	13.805	7%

Polonya üzüm suyu sektör pazarındaki ihracatçı ülke payları incelendiğinde Brezilya'nın düzenli bir şekilde pazardaki ağırlığını %25 pay ile koruduğu görülmektedir. Ukrayna, Almanya, Macaristan ve Hollanda ülkenin üzüm suyu sektörü pazarındaki diğer önemli ihracatçı ülkelerdir.

- **Hedef Pazar Ülke 4: Mısır**

Kuzey Afrika'nın nüfus bakımından en büyük ülkesi olan Mısır; Akdeniz ve Kızıldeniz'e kıyısı olması ve Süveyş Kanalı'nın sınırları içinde yer alması sebebiyle deniz ticaretinde önemli bir konuma sahiptir. Ayrıca Libya, Sudan, Filistin ve İsrail ile komşu olması sebebiyle Orta Doğu'da da önemli bir konumdadır. 2011'de 71.611.000\$ olan ithalat değerini, 2012-2013 yıllarında dalgalanmalar göstermesine rağmen 2015 yılında 96.947.000\$ seviyelerine çıkartmıştır.

Mısır'ın üzüm suyu sektöründeki ithalatı ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde %52 gibi yüksek bir oranla Birleşik Arap Emirlikleri'nin pazarda lider olduğu görülmektedir. 2. sırada yer alan Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri'nin yarısı kadar pazar payına sahiptir. Birleşik Arap Emirlikleri 2015 yılında 50.266.000\$ değerinde ithalat hacmini yakalamıştır.

Tablo 60: 2011-2015 Aralığında Mısır Üzüm Suyu İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011 %	2012	2012 %	2013	2013 %	2014	2014 %	2015	2015 %
BAE	49.800	70%	39.692	57%	30.756	56%	47.816	57%	50.266	52%
S.Arabistan	11.797	16%	15.753	23%	13.765	25%	19.795	24%	25.504	26%
İspanya	1.736	2%	4.870	7%	4.711	9%	5.808	7%	8.460	9%
Almanya	852	1%	1.490	2%	1.752	3%	3.095	4%	2.532	3%
Avusturya	716	1%	382	1%	404	1%	950	1%	2.486	3%

Mısır'ın üzüm suyu sektör pazarındaki ihracatçı ülke payları incelendiğinde; pazardan yarıdan fazla pay alan Birleşik Arap Emirliği'nin mısır üzüm suyu sektör pazarını domine ettiği görülmektedir. Suudi Arabistan da Birleşik Arap Emirlikleri kadar olmasa da 4'te 1'lik pazar payı ile mısır üzüm suyu sektöründe aktif olan diğer ihracatçı ülkedir.

- **Hedef Pazar Ülke 5: Güney Kore**

Doğu Asya'da yer alan ülkenin komşuları; batıda Çin, doğuda Japonya ve kuzeyde Kuzey Kore'dir. Başkenti Seul'dur. 2011-2015 yılları aralığında üzüm suyu ithalatında dalgalanmalar gösteren Güney Kore, 2015 yılında 155.607.000\$ değerinde ithalat hacmi ile üzüm suyu sektörü için önemli hedef pazarlar arasında bulunmaktadır.

Güney Kore üzüm suyu sektör pazarındaki ithalat ve ithalattaki ülke payları incelendiğinde; ABD'nin 59.356.000\$ ithalat değeri ve %38 pazar payı ile pazardaki lider ülke olduğu

görülmektedir. Şili de 23.093.000\$ ithalat değeri ve %15’lik pazar payı ile Güney Kore üzüm suyu sektör pazarında 2. sırada yer almaktadır.

Tablo 61: 2011-2015 Aralığında Güney Kore Üzüm Suyu İthalatı (x 1.000\$) ve Ülke Payları (%)

İthalat (X 1.000\$)										
	2011	2011%	2012	2012%	2013	2013%	2014	2014%	2015	2015%
ABD	50.301	28%	77.185	38%	90.638	48%	55.480	36%	59.356	38%
Şili	23.783	13%	25.759	13%	30.162	16%	26.122	17%	23.093	15%
Tayvan	8.110	5%	10.045	5%	10.575	6%	10.863	7%	10.489	7%
Çin	7.460	4%	11.718	6%	10.837	6%	9.235	6%	9.683	6%
Almanya	3.619	2%	2.910	1%	5.204	3%	5.742	4%	7.052	5%

Güney Kore üzüm suyu sektöründe ihracatçı ülke payları incelendiğinde; ABD’nin son dönemde %38’e yükselttiği pazar payı ile en etkin ülke olduğu görülmektedir. Şili, Tayvan, Çin ve Almanya da Güney Kore üzüm suyu sektör pazarından pay alan diğer ihracatçı ülkelerdir.

7. YATIRIM ORTAMI ANALİZİ

“Elazığ Üzüm Sektörü Yatırım Ortamı Analizi” kapsamında ana hatlarıyla Elazığ’da yetiştirilen üzümün kullanım alanlarına göre alternatif ikincil ürünler ve potansiyel yatırım alanları analiz edilmiştir. Her bir ürün için hazırlanan fizibilitelerde amaç; potansiyel yatırımcıların ihtiyaç duyacağı bilgileri oluşturmaktır.

Elazığ’daki kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, üzüm sektöründe faaliyet gösteren üreticilerin ve işletmelerin katılımı ile gerçekleştirilen toplantının sonuçları dikkate alınarak yatırım ortamı irdelenmiştir. Elazığ başta olmak üzere bölgede üzüm sektöründe faaliyet gösteren ya da sektöre yatırım yapmak isteyen işletmelere ve yatırımcılara sektörde üretimi yapılabilecek alternatif ikincil ürünler ve potansiyel yatırım alanları hakkında öneriler sunulmuştur. Öneriler sunulurken dünya üzüm sektöründe üretilen ikincil ürünlerin Elazığ’da üretilebilirliği, Elazığ’da üretilebilir ürünler için uygun işletme ve tesis alanları ile potansiyel yatırım alanlarının hammadde, işgücü ve uygulama metodu göz önünde bulundurularak yatırımcıların yatırım yapmaya uygunluğu dikkate alınmıştır.

Elazığ’da yetiştirilen üzümün kullanım alanlarına göre alternatif ikincil ürünler ve potansiyel yatırım alanları analiz edilmiştir. Bu bağlamda 1 bağ tesisi, 11 mevcut ürün ve 1 atık değerlendirme kapsamında potansiyel ürün olmak üzere toplamda 13 yatırım fizibilitesi hazırlanmıştır.

7.1. Mevcutta Üretimi Yapılan Ürünlerin Yatırım Ortamı Analizi

İlk olarak Elazığ üzüm sektörüne yapılacak yatırımların hammadde ihtiyacını karşılamak adına bir bağ kurulum fizibilitesi hazırlanmış ardından da üzüm sektöründe mevcut durumda üretilen ürünler arasından Elazığ’da üretilebilir 11 ürünün fizibilitesi hazırlanmıştır. Bu başlık altında sırasıyla aşağıdaki fizibilite çalışmaları yer almaktadır.

- Üzüm Bağı Tesisi
- Kuru Üzüm Üretim Tesisi
- Üzüm Sirkesi Üretim Tesisi
- Üzüm Pekmezi Üretim Tesisi
- Üzüm Suyu Konsantresi Üretim Tesisi
- Üzüm Çekirdeği Yağı Üretim Tesisi
- Reçel, Jöle ve Marmelat Üretim Tesisi
- Salamura Asma Yaprığı Üretim Tesisi
- Yöresel Yiyecekler Üretim Tesisi
- Geleneksel İçecekler Üretim Tesisi

- Üzüm İşleme Tesisi
- Tartarik Asit, Tanen ve Gıda Renklendiricisi Üretim Tesisi

Yukarıda adı geçen fizibiliteler belirli bir fizibilite formatı üzerinden hazırlanmış olup fizibilitelerde yer alan başlıklar aşağıdaki gibidir:

- Değer Zincir Modeli
- Üretim Süreci ve Gerekli Ekipmanlar
- Yatırım Maliyeti
- Planlanan Kapasite
- Arsa – İnşaat – Altyapı Maliyeti
- Etüt Proje Maliyeti
- Tesis Kurulum Maliyeti
- İşletme Maliyeti
- Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları
- Personel/İşçilik Maliyeti
- Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları
- Sabit Yatırım Tutarı
- Pazar Analizi
- Rakip Analizi
- Pazarlama Modeli

7.1.1. Üzüm Bağı Tesisi

- Çalışma Özeti

Yatırım Bilgileri	Birim	Açıklama
Yatırım Konusu	-	Bağ Tesisi kurulumu
Üretilcek Ürün/Hizmet	-	Üzüm
NACE Kodu	-	10.32.02 Üzüm
GTİP No	-	200961,200969 Üzüm
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	-	-
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Ton/Yıl	750
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	4
Toplam Yatırım Tutarı	TL	3.206.931

- **Değer Zincir Modeli**

Bu çalışmada 500 dönümlük bir bağ tesisi kurulması planlanmaktadır ve tesisin 3. yılından itibaren ürün elde edilmesi beklenmektedir.

- **Yatırım Maliyeti**

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2016 yılı birim fiyatı esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri de birim maliyet içinde yer almaktadır.

- **Planlanan Kapasite**

Tesis kuruluşunun 3. yılından itibaren tesisten yıllık 1,5 ton/dekar ürün elde edilmesi beklenilmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Bağ Alanı	500.000	-	-
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			845.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Bu hesaplama göre etüt proje giderinin bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Çeşitli bağ malzemeleri	10 set	1.000	10.000
2	Forklift	1	40.000	40.000
3	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
4	Taşıt	2	90.000	180.000
	Toplam			278.000

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri makine-ekipman ve tefrişat bilgileri tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür. Elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ'nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarifesi olan (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi'nin su (fabrika) tarifesi olan (Ocak 2017) 5,56 TL/m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için yıllık 2.760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

- **İşletme Maliyeti**

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde	-	-	-
2.5	Elektrik (Enerji) (Sanayi Tek Zamanlı Tarife)	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti	-	-	-
3.1	Genel Müdür (Ziraat Mühendisi)	6.000	6.000	72.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.8	Şoför	1.777,50	1.777,50	21.330
3.9	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri	-	-	-
4.1	Bina İnşaat	704,16	704,16	8.450
4.2	Bağ	37.579,16	37.579,16	450.950
4.3	Taşıt Araçları	2.000	2.000	2.400
4.4	Genel İdari Giderler	-	-	-
5	Amortismanlar	-	-	-
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	708,33	708,33	8.500
5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	1408,33	1408,33	16.900
5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	34.516,6	34.516,6	414.200
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri	-	-	-
6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme	-	-	-
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler	-	-	-
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi	2.362,755	2.362,755	28.353,06
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	500	500	6.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)	-	125.914,4	151.097,3
10	Nakit İhtiyacı	-	138.505,86	1.662.070,36

- **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı da dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür (Ziraat Mühendisi)	6.000	1	72.000
2	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
4	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
5	Toplam	9.977,5	4	141.060TL

- Telli Terbiye Sisteminde 1 Dekar Bağ Tesisin Maliyeti**

Kurulumu yapılan bağ tesisinden 3. yıldan itibaren ürün elde edilmesi beklenmektedir. İlk 2 yılın giderleri sabit gider olarak hesaplanmıştır. Daimi işçi yerine de dönemsel işçi tercih edilmiştir.

- İşçilik Kiralama Giderleri**

Gider	Birim	Adet	Birim Fiyat	I. Yıl	II. Yıl	III. Yıl	Toplam
Arazi Temizliği ve Derin Sürüm	TL/da	1	75.0	75.0	-	-	75.0
Gübreleme	EİG	1	50.0	25.0	-	15.0	40.0
II. Sürüm	TL/da	1	25.0	25.0	-	-	25.0
III. Sürüm (tırmık)	TL/da	15.0	15.0	-	-	-	15.0
Fidan Yeri İşaretleme	EİG	¼	50.0	12.5	-	-	12.5
Fidan Dikim Budaması	KİG	½	-	20.0	-	-	20.0
Fidan Çukuru Açma	EİG	1	50.0	50.0	-	-	50.0
Fidan, Herak Dik. Sulama ve Kümbet Yap.	EİG+KİG	1+1	-	90.0	-	-	90.0
Ara Sürüm	TL/da	1	-	40.0	40.0	40.0	120.0
Çapalama, Boğaz açma vb.	KİG	5	-	60.0	40.0	40.0	140.0
İlaçlama	TL/da	-	-	25.0	35.0	50.0	110.0
Yeşil Budama-Sürgün Bağlama	KİG	2	40.0	20.0	40.0	40.0	100.0
Hasat, Kasalama ve Nakliye	-	-	-	-	-	60.0	60.0
Güz Sürümü	TL/da	50.0	-	-	50.0	50.0	100.0
Kış Sürümü ve Çubuk İndirme	EİG	1	-	25.0	25.0	80.0	130.0
Direk Dikimi (60 Adet)	EİG	2	50.0	-	100.0	-	100.0
Tel Germe	EİG	1	50.0	-	50.0	-	50.0
Toplam	-	-	-	482.5	380.0	375.0	1237.5

- Malzeme Giderleri

Gider	Birim	Miktar	Birim Fiyat	I. Yıl	II. Yıl	III. Yıl	Toplam
Aşılı Asma Fidanı (1.5 m*2.5m)	Adet	266	3.25	864.5	42.25	-	906.8
Galvaniz Direk (2'şer m.)	Adet	60	12.5	750.0	-	-	750.0
Sabitlenme Çıpası Takımı (20'lik Akraj Takımı)	Adet	12	17.7	212.4	-	-	212.4
Galvanizli Tel	Kg	60	3.0	180.0	-	-	180.0
Çiftlik Gübresi	Ton	3	50.0	150.0	-	-	150.0
Kimyevi Gübre				70.0	-	51.7	121.7
Herek	Adet	266	0.3	79.8	-		79.8
İlaç	-	-	-	36.0	62.0	99.2	197.2
Ambalaj Malzemesi	-	-	-	-	-	35.0	35.0
Toplam	-	-	-	2342.7	104.3	185.9	2632.9

- Diğer Giderler

	I. Yıl	II. Yıl	III. Yıl	Toplam
Yönetim Giderleri (%3)	84.8	14.5	16.8	116.1
Beklenmeyen Giderler (%3)	84.8	14.5	16.8	116.1
Arazi Kirası	70.0	70.0	70.0	210.0
Toplam	239.6	99.0	103.7	442.2

- Tesis Dönemi Giderler Toplamı

	I. Yıl	II. Yıl	III. Yıl	Toplam
1.11.1 + 1.11.2 + 1.11.3	3064.8	583	664.6	4312.4

- Bir Dekar Bağın Yıllık Bakım Gideri

- İşçilik Ve Kiralama Giderleri

Güz Sürümü	TL/da	50.0	50.0
Kış Budaması ve Çubuk İndirme	EİG	1.5	80.0
Ara Sürüm (4 defa)	TL/da	-	25.0
Gübreleme (2 defa)	TL/da	-	15.0
Çapalama (2 defa)	KİG	1	40.0
Yeşil Budama (3 defa)	KİG	1.5	60.0
İlaçlama (6 defa)	TL/da	-	60.0
Hasat ve Kasalama	KİG	1.5	60.0
Nakliye	-	1	30.0
Toplam	-	-	495.0

- Malzeme Giderleri

Gider	Birim	Tutar (TL)
İlaç	Da	99.2
Kimyevi Gübre	Da	49.3
Ambalaj Malzemesi	Da	35.0
Toplam	-	183.5

- **Diğer Giderler**

Gider	Birim	Tutar(TL)
Yönetim Giderleri (%3)	Da	99.2
Beklenmeyen Giderler (%3)	Da	49.3
Arazi Kirası	TL/da	35.0
Amortisman (E.Ö. 40 Yıl)	-	112.6
Toplam	-	223.6
Genel Toplam		901.9 (TL)

- **Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları**

Genel giderler maliyeti; işletme maliyet tablosunda yer alan giderler toplamının (hammadde ve personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün 3. yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. Personel maliyeti; tabloda yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün 3. yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. Toplam birim maliyet ise; hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. Yıllık toplam maliyet; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Üzüm (ton)	0	1.044	188,08	1232,08	924.060	1500	21,75%	267,92

- **Sabit Yatırım Tutarı**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri "Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri" tablosundan alınmıştır. Demirbaş Giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	42.250	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa kiralama yöntemi uygulanacaktır.
Bina Yapımı	845.000	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	2.071.000	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	62.157	Makine ve ekipman giderlerinin % 3'üdür.
Montaj Giderleri	0	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	30.254,07	Diğer kalemlerin toplamının % 1'idir.
Beklenmeyen Giderler	151.270,35	Diğer kalemlerin toplamının % 5'idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	3.206.931	Tüm kalemlerin toplamıdır.

• Pazar Analizi

Türkiye, sahip olduğu ekolojik yapı ve üretim alanı itibariyle yaş meyve üretiminde dünyanın önde gelen ülkelerinden biri konumundadır. Aynı zamanda Türkiye, bağ alanı ve üzüm üretiminde dünyanın önemli ülkeleri arasında yer almaktadır. Buna ek olarak iklim koşullarının ve yetiştirme şartlarının uygunluğu nedeniyle bağcılık ülke genelinde birçok üreticinin geçim kaynağını oluşturmaktadır. 2012 yılı verilerine göre; Türkiye bağ alanlarında dünya genelinde 5. sırada, üzüm üretiminde ise 6. sırada yer almaktadır. Bu veriden hareketle Türkiye'nin bağcılık pazarında önemli bir yere sahip olduğu kanısına varılabilir. Bağcılık pazarında öne çıkan ülkelerden olan Türkiye, üzüm üretiminin yaklaşık olarak %5'lik kısmını ihraç edebilmektedir. Ülkenin dış pazara konu üzüm çeşitleri ise sınırlı sayıdadır. Bu durum dünya üzüm üretiminde söz sahibi ülkelere göre Türkiye'nin üzüm ihracatından istenilen düzeyde gelir elde edemediğini ortaya koymaktadır.

• Rakip Analizi

Türkiye bağcılığında en fazla üretim alanına sahip bölge %35'lik pay ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'dir. Ülke genelinde bağ alanı açısından en büyük payı ise %29 ile Manisa ili almaktadır.

• Pazarlama Modeli

Türkiye'nin dış ticaretinde kuru üzüme oldukça fazla önem verilirken yaş üzüm ürünlerine aynı önem gösterilmemektedir. Bu durumun sebebi pazarlanabilir dayanıklı üzüm çeşitlerinin yetiştirilmemesi olarak gösterilebilir. Avrupa'daki üzüm pazar potansiyelinin yetiştirilen çeşitlerin uygun olmamasından dolayı değerlendirilemediği düşünülmektedir. Türkiye'nin önemli üzüm üreticisi ülkeler arasında yer almasına rağmen ürünün iç ve dış pazarlamasında aynı başarıyı gösteremediği görülmektedir. Bazı bilimsel çalışmalar; Türkiye'nin ciddi dış

pazar potansiyeli olan bazı üzüm çeşitlerinin dış pazara sunulması yerine iç pazarda tüketildiğini ve bu durumun da bağcılık sektöründe maddi kayıplara yol açtığını ortaya koymuştur. Aynı araştırmalarda Türkiye'nin hangi üzüm çeşitlerini hangi pazara, ne zaman ve hangi miktarlarda pazarlayacağına ilişkin ayrıntılı bir pazarlama stratejisinin olmadığı da vurgulanmıştır. Üzümün en başta Ege Bölgesi üreticileri olmak üzere Türkiye'nin önemli geçim kaynaklarından biri olduğu, daha çok kuru üzüm ve sofralık üzümlerin ihraç edildiği ve kuru üzümün yaş üzüme oranla daha fazla gelir sağladığı bilinmektedir(Nazlı:2007). Yapılan çalışmalarda üretilen üzümlerin işlenmesi ve ürün çeşitliliğinin artırılması halinde, ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlayabileceği sonucuna varılmıştır.

7.1.2. Kuru Üzüm Üretim Tesisi

- Çalışma Özeti

Yatırım Bilgileri	Birim	Açıklama
Yatırım Konusu	-	Kuru Üzüm Üretim Tesisi
Üretilen Ürün/Hizmet	-	Kuru Üzüm
NACE Kodu	-	103905- Dondurulmuş veya kurutulmuş meyve ve sebzelerin imalatı (kuru kayısı, kuru üzüm, kuru bamy, kuru biber vb.)
GTİP No	-	0806.20 Kuru Üzüm
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	300.000
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	12
Toplam Yatırım Tutarı	TL	2.608.426,8

- Değer Zincir Modeli

Bir protein ve karbonhidrat kaynağı olan kuru üzüm; içeriğindeki demir, fosfat, kalsiyum ve diğer mineral maddeler ile A, B1, B2, B6, C vitaminlerinden dolayı, dünyada gittikçe artan oranlarda talep görmektedir. Dünya kuru üzüm ihracatında ilk sırada yer alan Türkiye, 2014 yılında 1 milyar 48 milyon TL karşılığında, yaklaşık 225 bin 268 ton kuru üzüm ihracatı gerçekleştirmiştir ki bu miktar son 5 yılın en yüksek ihracatıdır. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 3 ton/gün olarak planlanmaktadır. Kuru üzümün birim maliyeti 77,08TL/kg ve %89,95 net kar öngörülmektedir.

- **Üretim Süreci ve Gerekli Ekipmanlar**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Yaş üzüm seçme bandı	1
2	Yaş üzüm serme tavaşı	100
3	Taşıma arabası	6
4	Kurutma odası 200x200x400 cm	1
5	Kurutma ünitesi	1
6	Forklift	1
7	Jeneratör 400 KWA	1
8	Taşıt	2

- **Yatırım Maliyeti**

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri birim maliyet içindedir.

- **Planlanan Kapasite**

Tesisin kurulum kapasitesi 3 ton/gün olarak planlanmaktadır ve günlük ortalama 4 kg yaş üzümünden 1 kg kuru üzüm elde edilecektir. Yıllık kapasite kullanım oranı %65 olarak düşünülmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Yaş üzüm seçme bandı	1	15.000	15.000
2	Yaş üzüm serme tavaşı	100	150	15.000
3	Taşıma arabası	6	3.000	18.000
4	Kurutma odası 200x200x400 cm	1	15.000	15.000
5	Kurutma ünitesi	1	20.000	20.000
6	Forklift	1	40.000	40.000
7	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
8	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam				351.000

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri makine-ekipman ve tefrişat bilgileri tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür. Elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ'nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife, (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi'nin su (fabrika) tarifesi (Ocak 2017) olan 5,56 TL/m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için yıllık 2.760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

- **Hammadde Ve Diğer Girdi Miktarları**

Diğer Yardımcı Malzemeler maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddeler toplamının %10'u olarak varsayılmış ve toplama dâhil edilmiş ve ambalaj giderleri bu kapsamda dikkate alınmıştır.

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar	Yıllık Maliyeti
1	Üzüm	3,60TL/KG	300.000	1.080.000
	Toplam			1.080.000

- İşletme Maliyeti

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde (Üzüm)	3,6	213.525	1.080.000
2.1	Ambalaj Şişe* Hammaddeye Dâhil Edildi.	-	-	-
2.2	Ambalaj Kutu* Hammaddeye Dâhil Edildi.	-	-	-
2.3	Yardımcı Malzeme 1* Hammaddeye Dâhil Edildi.	-	-	-
2.4	Yardımcı Malzeme 2* Hammaddeye Dâhil Edildi.	-	-	-
2.5	Elektrik (Enerji) (Sanayi Tek Zamanlı Tarife)	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti			
3.1	Genel Müdür	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter Ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış Ve Pazarlama Sorumlusu (1 Kişi)	3.000	3.000	36.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Usta	2.200	2.200	26.400
3.6	İşçi (4)	1.777,50	7.110	85.320
3.7	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri (Sabit Yatırım Tutarın %2 İs Alınmıştır)	4.356,74	4.356,74	52.280,90
4.1	Bina İnşaat *4. Maddeye Dâhil Edildi.	-	-	-
4.2	Makine Teçhizat *4. Maddeye Dâhil Edildi.	-	-	-
4.3	Taşıt Araçları *4. Maddeye Dâhil Edildi.	-	-	-
4.4	Genel İdari Giderler 4. Maddeye Dâhil Edildi.	-	-	-
5	Amortismanlar	-	-	-
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83
5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700
5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	2.850,00	2.850,00	34.200
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri	-	-	-

6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme	-	-	-
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler	-	-	-
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi		4.271	51.252
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)	-	25.350,44	304.205,33
10	Nakit İhtiyacı	-	278.854,88	3.346.258,63

- **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	1	36.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Usta	2.200	2	52.800
6	İşçi	1.777,50	4	85.320
7	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			21	256.260

- **Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları**

Hammadde maliyeti; “Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları” tablosundan alınmıştır. “Genel Giderler Maliyeti”; “İşletme Maliyeti” tablosunda yer alan giderler toplamının (hammadde ve personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Personel Maliyeti”; tabloda yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Toplam Birim Maliyet” ise;

hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. “Yıllık Toplam Maliyet”; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Kuru üzüm (1kg)	3,6	0,28	0,85	4,74	1.421.670	7,75	%63,54	3,01

• Sabit Yatırım Tutarı

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5’i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	351.000	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	10.530	Makine ve ekipman giderlerinin % 3’üdür.
Montaj Giderleri	10.000	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	24.607,8	Diğer kalemlerin toplamının % 1’idir.
Beklenmeyen Giderler	123.039	Diğer kalemlerin toplamının % 5’idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	2.608.426,8	Tüm kalemlerin toplamıdır.

• Pazar Analizi

Kuru üzüm hasadı, kuzey yarım küre ülkelerinde Ağustos-Eylül aylarında, güney yarım küre ülkelerinde ise Mart-Nisan aylarında yapılmaktadır. USDA verilerine göre dünya kuru üzüm üretimi 2000/2001 üretim sezonunda 1 milyon 96 bin ton iken, 2014/2015 üretim sezonunda yaklaşık %11 artarak 1 milyon 217 bin tona ulaşmıştır. 2014/2015 üretim sezonunda kuru üzüm

üretiminin %26,3'ünü gerçekleştiren Türkiye 320 bin ton ile ilk sırada yer alırken, %25,6'sını gerçekleştiren ABD ise 311 bin ton ile ikinci sırada yer almaktadır. Kuru üzüm üretiminde, ABD ile yarış halinde olan Türkiye'de 2009/2010 ve 2013/2014 üretim sezonlarında, Çin'de 2010/2011 ve 2011/2012 üretim sezonlarında ve İran'da ise 2008/2009 üretim sezonlarında önemli ölçüde düşüş olduğu görülmektedir. Kuru üzüm üretiminde iklim değişikliklerine bağlı olarak büyük artışlar ya da önemli ölçüde düşüşler görülebilmektedir. Dünya kuru üzüm ihracatında ilk sırada yer alan Türkiye, 2014 yılında 1 milyar 48 milyon TL karşılığında, yaklaşık 225 bin 268 ton kuru üzüm ihracatı gerçekleştirmiştir. Bu miktar son 5 yılın en yüksek ihracatıdır. Dünya ticaretinin yaklaşık yarısına sahip olan kuru üzüm yıllık 300-500 milyon Dolar döviz geliri getirmektedir (GTB, 2015). Bu nedenle kuru üzüm Türkiye için en önemli ihraç ürünleri arasında yer almaktadır. Türkiye kuru üzüm ihracatının %75-80'ini AB ülkelerine yapmaktadır. Bu ülkeler içerisinde de İngiltere, Almanya ve Hollanda en çok ihracatın yapıldığı ülkelerdir. İran düşük üretim maliyetlerinden dolayı dış pazarda rekabet ettiğimiz bir ülkedir. Türkiye kuru üzüm ihracat durumu 2000-2014 dönemi itibariyle incelendiğinde, yıllık ortalama %0,8'lik artış olduğu ve 2000 yılında 201 bin 744 ton olan kuru üzüm ihracatının 2014 yılında 225 bin 268 tona yükseldiği görülmektedir.

- **Rakip Analizi**

Türkiye'de kuru üzüm üreticisi olarak büyük ve orta ölçekli yaklaşık 39 firma bulunmaktadır. 2015 ithalat oranı 695 ton iken yine aynı yıla ait ihracat oranı 225 bin 268 tondur. Bu veriler doğrultusunda yıllık üretimin 921 ton civarında olabileceği öngörülmektedir.

- **Pazarlama Modeli**

Daha önce de bahsedildiği gibi bir protein ve karbonhidrat kaynağı olan kuru üzüm, içeriğindeki demir, fosfat, kalsiyum ve diğer mineral maddeler ile A, B1, B2, B6, C vitaminlerinden dolayı, dünyada gittikçe artan oranlarda talep görmektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerde, sağlıklı gıda tüketimi konusundaki bilincin yüksek olması beslenme alışkanlıklarında bu tip ürünlerin daha fazla yer almasına sebep olmaktadır. Bu açıdan, kuru üzüm, gelecek yıllarda, dünya organik gıda pazarından daha büyük paylar alabilecek bir üründür. Üretilen kuru üzümün tamamının reklam ve pazarlama şirketleri aracılığı ile yurt dışına satılması düşünülmektedir.

7.1.3. Üzüm Sirkesi Üretim Tesisi

- **Çalışma Özeti**

Yatırım Bilgileri	Birim	Açıklama
Yatırım Konusu	-	Üzüm Sirkesi Üretim Tesisi
Üretilecek Ürün/Hizmet	-	Üzüm Sirkesi
NACE Kodu	-	108402-Sirke imalatı
GTİP No	-	2209.00 Sirke
Yatırım Yeri	-	Elazığ

Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	600.000
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	21
Toplam Yatırım Tutarı	TL	2.690.470,80

- **Değer Zincir Modeli**

Sindirim sistemini güçlendiren, vücuttaki lekeleri ve ölü deri döküntülerini temizleyen, su ile karıştırıp içildiğinde boğaz yollarını açan, öksürüğe ve boğaz ağrılarına iyi gelen, ateşi düşüren, vücuttaki yağ hücrelerinin yakılmasını hızlandırdığı savunulan sirkenin hammaddesinin yüzde 70'ini üzüm, yüzde 25'ini de elma oluşturuyor. Geri kalan yüzde 5'ini ise nar, hurma, limon, vişne, pirinç, şarap, şampanya gibi özel tatlardan oluşmaktadır. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 3 ton/gün olarak planlanmaktadır. Birim maliyeti (kg sirke) 3,5 TL ve %56,95 net kar öngörülmektedir.

- **Üretim Süreci Ve Gerekli Ekipmanlar**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Yıkama ve seçme bandı	1	9	Kapak kapatma makinesi	1
2	Sıkma presi	1	10	Otoklav	1
3	Çökeltme tankı	1	11	Etiket yapıştırma makinesi	1
4	Filtrasyon 40x40 plakalı	1	12	Paketleme makinası	1
5	Kizelgur filtre	1	13	Forklift	1
6	Filtre tankı 5 ton	1	14	Jeneratör 400 KWA	1
7	Asasatör	1	15	Taşıt	2
8	Dolum makinesi	1	-	-	-

- **Yatırım Maliyeti**

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri birim maliyet içindedir.

- **Planlanan Kapasite**

Tesisin kurulum kapasitesi 3 ton/gün olarak planlanmaktadır. Yıllık kapasite kullanım oranı %65 olarak düşünülmektedir. 5 kg üzümünden 3 kg sirke elde edilmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası Ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Yıkama ve seçme bandı	1	10.000	10.000
2	Sıkma Presi	1	20.000	20.000
3	Çökeltme tankı	1	10.000	10.000
4	Filtrasyon 40x40 plakalı	1	9.000	9.000
5	Kizelgur filtre	1	14.000	14.000
6	Filtre tankı 5 ton	1	7.000	7.000
7	Asasatör	1	20.000	20.000
8	Dolum makinesi	1	8.000	8.000
9	Kapak kapatma makinesi	1	13.000	13.000
10	Otoklav	1	15.000	15.000
11	Etiket yapıştırma makinesi	1	14.000	14.000
12	Paketleme makinası	1	13.000	13.000
13	Forklift	1	40.000	40.000
14	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
15	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam				421.000

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür. Elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ'nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife, (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255 TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi'nin su (fabrika) tarifesi, (Ocak 2017) olan 5,56 TL/m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için yıllık 2.760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

- **Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları**

Diğer Yardımcı Malzemeler maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddelerin toplamının %10'u olarak varsayılmış ve toplama dâhil edilmiş ve ambalaj giderleri bu kapsamda dikkate alınmıştır. 5 kg üzümünden 3 kg üzüm sirkesi üretilebileceği öngörülmüştür.

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar	Yıllık Maliyeti
1	Üzüm	1,5TL/KG	2.807.692,31	900.000 TL
Toplam				900.000 TL

- **İşletme Maliyeti**

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde (Üzüm)	1,5	600.000	900.000
2.1	Ambalaj Şişe* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.2	Ambalaj Kutu* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.3	Yardımcı Malzeme 1* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.4	Yardımcı Malzeme 2* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.5	Elektrik (Enerji) (Sanayi Tek Zamanlı Tarife)	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti			
3.1	Genel Müdür	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter Ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış Ve Pazarlama Sorumlusu (2 Kişi)	3.000	6.000	72.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Mühendis	4.500	4.500	54.000
3.6	Usta	2.200	2.200	26.400
3.7	İşçi (5)	1.777,50	8.887,5	106.650
3.8	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri (Sabit Yatırım Tutarın %2 İs Alınmıştır)	4.484,12	4.484,12	53.809,42
4.1	Bina İnşaat * 4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.2	Makine Teçhizat*4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.3	Taşıt Araçları*4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.4	Genel İdari Giderler4. Maddeye Dâhil Edildi.			
5	Amortismanlar			
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83

5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700
5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	4.016,67	4.016,67	48.200
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri			
6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme			
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler			
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi		7.549,45	90.593,43
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)		25.305,8	303.670,43
10	Nakit İhtiyacı		278.364,17	3.340.740,43

- **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	2	72.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Mühendis	4.500	1	54.000
6	Usta	2.200	2	52.800
7	İşçi	1.777,50	5	106.650
8	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			15	452.510

- **Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları**

Hammadde maliyeti “Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları” tablosundan alınmıştır. Genel giderler maliyeti; “İşletme Maliyeti” tablosunda yer alan giderler toplamının (hammadde ve

personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Personel Maliyeti” tabloda yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. Toplam birim maliyeti ise; hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. “Yıllık Toplam Maliyet”; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Sirke	1,5	0,12	0,75	2,37	1.423.685	3,5	%47,5	1,12

- Sabit Yatırım Tutarı**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5’i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m²) esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250,00	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000,00	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	421.000,00	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	12.630,00	Makine ve ekipman giderlerinin % 3’üdür.
Montaj Giderleri	15.300,00	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000,00	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	25.381,80	Diğer kalemlerin toplamının % 1’idir.
Beklenmeyen Giderler	126.909,00	Diğer kalemlerin toplamının % 5’idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	2.690.470,80	Tüm kalemlerin toplamıdır.

- **Pazar Analizi**

Türkiye’de üzüm sirkesi üretimi çoğunlukla Diyarbakır ve Tokat’ta gerçekleştirilmektedir. Diyarbakır ve ilçelerinde yaygın olarak üretilen yöresel üzüm çeşidi olan “Şire (Mazrumi)” ince kabuklu, oldukça tatlı ve bol sıralı olması özelliği ile sevilerek tüketilen bir üzüm çeşididir. Bu üzüm çeşidi bölgede çoğunlukla sofralık, kurutmalık, şaraplık, pekmez, pestil, sucuk, köfter, muska, tarhana, sirke vb. gıdaların üretiminde kullanılmaktadır. Tokat ve ilçelerinde bulunan üzüm işletmelerin %88,36’sının üzümlerinden farklı ürünler elde ettikleri tespit edilmiştir. Üzümden elde edilen ürünlerin; %59,28 ile pekmez, %22,75 ile tarhana, %17,36 ile sirke, %12,57 ile köme olduğu belirtilmiştir. 2014 yılında sirke üretimi faaliyetine başlayan Malatya ilinde toplam 9.419\$’lık ihracat gerçekleştirilmiştir. Tarım Satış Kooperatif Birliklerinin işletme ve bağlı ortaklıkları verilerine (2013) göre, Tarih Üzüm Birliği Sirke Pekmez İşletmesi’nin bağlı olduğu ortaklık grupları, TARİŞ Sigorta A.Ş., TARİŞ Ayma İç ve Dış Ticaret A.Ş. ve TARİŞ Yem Hayvancılık Sanayi Ticaret A.Ş. olarak sıralanmaktadır.

- **Rakip Analizi**

Üzüm ve üzümden elde edilen ürünler arasında yer alan üzüm sirkesi Türkiye’de büyük ve orta ölçekli yaklaşık 72 işletme tarafından temin edilmektedir.

- **Pazarlama Modeli**

Sirke üretiminde alkol elde edilebilen ve nişasta içeren maddeler hammadde olarak kullanılabilir. Sirke Türkiye’de daha çok üzümden yapılır. Bununla birlikte Amerika’da elma sirkesi Kanada’da malt sirkesi kullanımı yaygındır. Dünyada sirke yapımında kullanılan ham maddeler şunlardır: Şarap, taze ve kuru üzüm, yaş ve kuru meyveler, malt, şeker şurupları, bal, çeşitli hububat, yabancı ot tohumlarının tatlı usareleri ve meyveleri vb.

Sirke üretimine yönelik elverişli üzümlerin tespit edilmesi ve üzüm suyuna işlenmesi bölgede bağıcılığın ve buna bağlı sanayinin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Bu açıdan bölgedeki çok sayıdaki uygun üzüm çeşitlerinden üzüm suyu üretme şansı bulunmaktadır. Ayrıca yaş üzümlerin sirkeye işlenmesi ile de bölgeye ekonomik katkı sağlanabilir. Halihazırda sirke üretiminin yüzde 15’i çeşitli Avrupa ülkelerinin yanı sıra Irak, Suriye, Kıbrıs ve Arap ülkelerine ihraç edilmektedir. Türkiye; 40 milyon Dolarlık sirke pazarının yüzde 27’sine sahip olup 2008 yılında 1 milyon 500 bin Dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. Üretilen sirkenin reklam ve pazarlama firmaları aracılığı ile yurt dışına satılması düşünülmektedir.

7.1.4. Üzüm Pekmezi Üretim Tesisi

- Çalışma Özeti

Yatırım Bilgileri	Birim	Açıklama
Yatırım Konusu	-	Üzüm Pekmezi Üretim Tesisi
Üretilcek Ürün/Hizmet	-	Üzüm Pekmezi
NACE Kodu	-	10.39.03-Pekmez imalatı
GTİP No	-	2007.99.39.00 Pekmez
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	400.000
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	16
Toplam Yatırım Tutarı	TL	2.838.955,6

- Değer Zincir Modeli

Türkiye’de yetiştirilen üzümlerin yaklaşık %18’inin (657.000 ton) pekmeze işlendiği tahmin edilmektedir. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 843kg/gün olarak planlanmaktadır. Birim maliyeti (kg pekmez) 8,433TL ve %12,6 net kar öngörülmektedir.

- Üretim Süreci Ve Gerekli Ekipmanlar

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Taşıyıcı Helezon Havuzlu	1	11	Sıkma presi	1
2	Üzüm Ezme Makinası	1	12	Filtre 60 x60 cm pres filtre	1
3	Çökeltme Tankı 5ton	2	13	Dolum makinesi	1
4	Plakalı Bez Filtre	1	14	Kapak kapatma makinesi	1
5	Filtre Tankı 5 ton	2	15	Otoklav	1
6	Ön Isıtma Tankı 5 ton	1	16	Etiket yapıştırma makinesi	1
7	Koyulaştırma Evaporötörü	1	17	Paketleme	1
8	Stok Tankı 5 ton	2	18	Forklift	1
9	Yıkama ve seçme bandı	1	19	Jeneratör 400 Kwa	1
10	Borulu pastörizasyon	1	20	Taşıt	2

- Yatırım Maliyeti

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri birim maliyet içinde tutulmaktadır.

- Planlanan Kapasite

Tesisin kurulum kapasitesi 843kg/gün olarak planlanmaktadır. Yıllık kapasite kullanım oranı ise %65 olarak düşünülmektedir.

- **Arsa – İnşaat – Altyapı Maliyeti**

	Alan (M ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası Ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Taşıyıcı Helezon Havuzlu	1	15.000	15.000
2	Üzüm Ezme Makinası	1	15.000	15.000
3	Çökeltme Tankı 5ton	2	15.000	30.000
4	Plakalı Bez Filtre	1	15.000	15.000
5	Filtre Tankı 5 ton	2	7.000	14.000
6	Ön Isıtma Tankı 5 ton	1	9.000	9.000
7	Koyulaştırma Evaporötörü	1	55.000	55.000
8	Stok Tankı 5 ton	2	7.000	14.000
9	Yıkama ve seçme bandı	1	10.000	10.000
10	Borulu pastörizasyon	1	15.000	15.000
11	Sıkma presi	1	20.000	20.000
12	Filtre 60 x60 cm pres filtre	1	15.000	15.000
13	Dolum makinesi	1	7.000	7.000
14	Kapak kapatma makinesi	1	12.000	12.000
15	Otoklav	1	15.000	15.000
16	Etiket yapıştırma makinesi	1	15.000	15.000
17	Paketleme	1	13.000	13.000
18	Forklift	1	40.000	40.000
19	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
20	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam				557.000

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin ise makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır.

Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür. Elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ'nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255 TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için de Elazığ Belediyesi'nin su (fabrika) tarifesini, (Ocak 2017) olan 5,56 TL/m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için yıllık 2.760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

- **Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları**

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar	Yıllık Maliyeti
1	Üzüm	5,40TL/KG	400.000	2.160.000
	Toplam			2.160.000

Diğer yardımcı malzemeler maliyeti, her bir ürün içindeki hammaddeler toplamının %10'u olarak varsayılmış ve toplama dâhil edilmiştir. Ambalaj giderleri de bu kapsamda dikkate alınmıştır.

- **İşletme Maliyeti**

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde (Üzüm)	5,40	90.000	2.160.000
2.1	Ambalaj Şişe *Hammaddeye Dâhil Edildi			
2.2	Ambalaj Kutu *Hammaddeye Dâhil Edildi			
2.3	Yardımcı Malzeme 1 *Hammaddeye Dâhil Edildi			
2.4	Yardımcı Malzeme 2 *Hammaddeye Dâhil Edildi			
2.5	Elektrik (Enerji) (Sanayi Tek Zamanlı Tarife)	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti			
3.1	Genel Müdür	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter Ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış Ve Pazarlama Sorumlusu (2 Kişi)	3.000	6.000	72.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Mühendis	4.500	4.500	54.000
3.6	Teknik Müdür	4.000	4.000	48.000
3.7	Usta	2.200	2.200	26.400
3.8	İşçi (5)	1.777,50	8.887,5	106.650
3.9	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri (Sabit Yatırım Tutarın %2'si Alınmıştır.)	4.731,59	4.731,59	56.779,11
4.1	Bina İnşaat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			

4.2	Makine Teçhizat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.3	Taşıt Araçları *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.4	Genel İdari Giderler *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
5	Amortismanlar			
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83
5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700
5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	6.283,33	6.283,33	75.400
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri			
6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme			
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler			
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi		8.341,83	100.102
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)		17.310,91	207.731
10	Nakit İhtiyacı		190.420,07	2.285.041

- **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	2	72.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Mühendis	4.500	1	54.000
6	Teknik Müdür	4.000	1	48.000
7	Usta	2.200	2	52.800
8	İşçi	1.777,50	5	106.650
9	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			16	500.510TL

• Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları

Hammadde maliyeti “Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları” tablosundan alınmıştır. Genel giderler maliyeti; “İşletme Maliyeti” tablosunda yer alan giderler toplamının (hammadde ve personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Personel Maliyeti” tabloda yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. Toplam birim maliyet ise; hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. Son olarak “Yıllık Toplam Maliyet” de ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Pekmez	5,40	0,27	1,25	6,92	2.767.110	9.5	%37,33	2,58

• Sabit Yatırım Tutarı

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5’i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyat ortalaması olarak 567,14 TL/ m² esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	557.000	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	16.710	Makine ve ekipman giderlerinin % 3'üdür.
Montaj Giderleri	15.300	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	26.782,6	Diğer kalemlerin toplamının % 1'idir.
Beklenmeyen Giderler	133.913	Diğer kalemlerin toplamının % 5'idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	2.838.955,6	Tüm kalemlerin toplamıdır.

- **Pazar Analizi**

Türkiye’de 50 bin ton civarında pekmez üretimi olduğu tahmin edilmektedir. Bu üretimin yüzde 80’ini üzüm pekmezi oluşturmaktadır. Bu miktarın yarısı yurtdışına satılmaktadır. Hem Türkiye’de hem de yurt dışında pekmeze olan talep her yıl artmaktadır.

- **Rakip Analizi**

Üzüm pekmezinin en çok üretildiği merkezler olarak Manisa, Denizli, Elazığ, Gaziantep, Tokat, Amasya, Malatya, Mardin, Diyarbakır ve Hatay öne çıkmaktadır.

- **Pazarlama Modeli**

Üretilen pekmezin hem yurtiçi hem de yurtdışına satılması düşünülmektedir. Türkiye’de üretilen pekmeze yurtdışından özellikle Rusya Federasyonu, Azerbaycan, Gürcistan, Irak ve Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere yüksek talep olduğu bilinmektedir. Pazarlama ve reklam şirketlerin aracılığı ile üretilen pekmezin %80’inin yurtdışına satılması öngörülmektedir.

7.1.5. Üzüm Suyu Konsantresi Üretim Tesis

- **Çalışma Özeti**

YATIRIM BİLGİLERİ	BİRİM	AÇIKLAMA
Yatırım Konusu	-	Üzüm Suyu Konsantresi Üretim Tesis
Üretilen Ürün/Hizmet	-	Üzüm Suyu Konsantresi
NACE Kodu	-	10.32.02 – Konsantre meyve ve sebze suyu imalatı
GTİP No	-	200961,200969 Üzüm Suyu Konsantresi
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	400.000

İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	21
Toplam Yatırım Tutarı	TL	6.349.633,2

- **Değer Zincir Modeli**

Yaş meyve ve sebzeden mevsimi dışında yararlanabilmenin en önemli yollarından biri de konsantre üretiminin kullanılmasıdır. Türk Gıda Kodeksi 'ne göre sadece meyve oranı %100 olan içecekler “meyve suyu” kategorisine girmektedir. Meyve oranı %99-25 olanlara “meyve nektarı”, %24-10 olanlar “meyveli içecek” %9-0 olanlar “aromalı içecek” ve %0 olanlar ise “toz içecek” olarak sınıflandırılmaktadır. Yaklaşık 400 bin ton konsantre üretimi yapılan Türkiye’de 2 bin ton üzüm suyu konsantresi çok düşük bir rakam olarak kalmakta ve bu nedenle de üzüm suyu konsantresi üretimine ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 1.685 kg/gün olarak planlanmaktadır. Birim maliyeti (üzüm konsantresi) 7,22 TL/kg ve %52,3 net kar öngörülmektedir.

- **Üretim Süreci ve Gerekli Ekipmanlar**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Değirmen	1	10	Vakum Tambur Filtre	1
2	Üzüm Ezme Makinası	1	11	Taşınma Elavatörü	1
3	Üzüm Suyu Seperatörü	2	12	Konsantre Tankı (80 Ton)	1
4	Ultrafiltrasyon	1	13	Posa Helezon Silosu	1
5	Koyulaştırma Evaporötörü	2	14	Buhar Kazanı	1
6	Türbidiometri	1	15	Forklift	1
7	Analiz Cihazı	1	16	Jeneratör 400 KWA	1
8	Meyve Boşatma Lifti	1	17	Taşıt	2
9	Kompresör	1			

- **Yatırım Maliyeti**

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri birim maliyet içindedir.

- **Planlanan Kapasite**

Tesisin kurulum kapasitesi 1.685kg/gün olarak planlanmaktadır. Yıllık kapasite kullanım oranı %65 olarak düşünülmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası Ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Değirmen	1	130.400	130.400
2	Üzüm Ezme Makinası	1	646.500	646.500
3	Üzüm Suyu Seperatörü	1	111.500	111.500
4	Ultrafiltrasyon	1	863.000	863.000
5	Koyulaştırma Evaporötörü	1	1.140.000	1.140.000
6	Türbidiometri	1	10.600	10.600
7	Analiz Cihazı	1	40.750	40.750
8	Meyve Boşatma Lifti	1	1.630	1.630
9	Kompresör	1	29.320	29.320
10	Vakum Tambur Filtre	1	132.000	132.000
11	Taşınma Elavatörü	1	4.500	4.500
12	Konsantre Tankı (80 Ton)	1	35.800	35.800
13	Posa Helezon Silosu	1	8.500	8.500
14	Buhar Kazanı	1	350.000	350.000
15	Forklift	1	40.000	40.000
16	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
17	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam				3.772.500

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ'nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife, (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi'nin su (fabrika) tarifesi, (Ocak 2017) olan

5,56 TL/m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için yıllık 2760,00 TL gider olabileceğini öngörmüştür.

- **Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları**

Diğer Yardımcı Malzemeler maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddelerin toplamının %10'u olarak varsayılmış ve toplama dâhil edilmiş ve ambalaj giderleri bu kapsamda dikkate alınmıştır.

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar	Yıllık Maliyeti
1	Üzüm	5,40TL/KG	400.000	2.160.000
Toplam				2.160.000

- **İşletme Maliyeti**

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde (Üzüm)	5,40	400.000	2.160.000
2.1	Ambalaj Şişe* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.2	Ambalaj Kutu* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.3	Yardımcı Malzeme 1* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.4	Yardımcı Malzeme 2* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.5	Elektrik (Enerji) (Sanayi Tek Zamanlı Tarife	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti			
3.1	Genel Müdür	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu (2 Kişi)	3.000	6.000	72.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Mühendis	4.500	4.500	54.000
3.6	Teknik Müdür	4.000	4.000	48.000
3.7	Usta	2.200	2.200	26.400
3.8	İşçi (10)	1.777,50	17.775,00	213.300
3.9	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri (Sabit Yatırım Tutarın %2 İs Alınmıştır	10.582,73	10.582,73	126.992,77
4.1	Bina İnşaat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.2	Makine Teçhizat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.3	Taşıt Araçları*4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.4	Genel İdari Giderler4. Maddeye Dâhil Edildi.			
5	Amortismanlar			
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83
5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700

5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	59.875,00	59.875,00	718.500
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri			
6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme			
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler			
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi	10.129,45	10.129,45	121.523,43
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)		24.404,5	292.854,28
10	Nakit İhtiyacı		268.449,75	3.221.397,08

- **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	2	72.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Mühendis	4.500	1	54.000
6	Teknik Müdür	4.000	1	48.000
7	Usta	2.200	2	52.800
8	İşçi	1.777,50	10	213.300
9	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			21	607.160

- **Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları**

Hammadde maliyeti “Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları” tablosundan alınmıştır. “Genel Giderler Maliyeti”; “İşletme Maliyeti” tablosunda yer alan giderler toplamının hammadde ve personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle

elde edilmiştir. “Personel Maliyeti” tabloda yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Toplam Birim Maliyeti ise; hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. “Yıllık Toplam Maliyet”; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadd e Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Karlılık Oranı	Birim Ürün Karlılık Tutarı
Üzüm Suyu Konsantresi (1kg)	5,4	0,31	1,52	7,23	2.891.160	11	52,19%	3,77

- **Sabit Yatırım Tutarı**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5’i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	3.772.500	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	113.170	Makine ve ekipman giderlerinin % 3’üdür.
Montaj Giderleri	15.300	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	59.902,2	Diğer kalemlerin toplamının % 1’idir.
Beklenmeyen Giderler	299.511	Diğer kalemlerin toplamının % 5’idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	6.349.633,2	Tüm kalemlerin toplamıdır.

- **Pazar Analizi**

Türkiye, sahip olduğu ekolojik yapı ve üretim alanı itibarıyla yaş meyve üretiminde dünyanın önde gelen ülkelerinden olduğu için Türk meyve suyu sektörü için de önemli avantajlar barındırmaktadır. Türkiye'nin meyve suyu ihracatı 1970 yılında 6 ton gibi sembolik bir miktarla başlamış ve 2010 yılı ihracatı ise 174 milyonDolar olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılında ise meyve suyu ihracatı bir önceki yıla kıyasla değer bazında %26,7'lik artış kaydetmiş ve 221 milyon Dolar seviyesine ulaşmıştır. Üzüm suyu için 2011 yılında 1.449 ton ve 1.040.000,00 Dolarlık ihracat yapılmıştır. Euromonitor verilerine göre, dünya meyve ve sebze suyu sektörünün pazar büyüklüğü 2006 ile 2011 yılları arasında toplamda %22,4 oranında artış göstererek 62 milyar litreye ulaşmış durumdadır. Aynı dönemde yıllık ortalama artış oranı ise %4 olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılı itibarıyla Asya-Pasifik bölgesi küresel pazardan aldığı %34'lik pay ile lider konumdadır. Bahse konu bölgenin 2006 – 2011 yılları arasındaki büyüme performansına bakıldığında, sektör büyüklüğünün mutlak olarak 8 milyar litrelik artış kaydettiği, söz konusu dönemde (yıllık olarak ortalama %10,2, birikimli olarak ise %62,8 oranlarının da işaret ettiği gibi) çok yüksek bir büyüme temposu yakaladığı görülmektedir.

- **Rakip Analizi**

Türkiye'de üzüm suyu konsantresi üreten büyük ve orta ölçekli yaklaşık 30 firma bulunmaktadır. Yıllık üretim 2500 ton civarındadır.

- **Pazarlama Modeli**

Türkiye'de kişi başı yıllık 11 litre meyve suyu tüketilmektedir. Bu oran Avrupa ülkeleri için 25 litre Amerika kıtası için 30 litre ve Asya Pasifik ülkeleri için 32 litredir. Türkiye'de meyve suyu pazarında talep vişne, elma, portakal şeftali, ve kayısı gibi meyveler üzerinde yoğunlaşmış olup diğer meyve ve sebze sularına talep yok gibi görünmektedir. Görüldüğü üzere üzüm suyu konsantresi üretimi Türkiye'de çok düşüktür.Fakat dünyadaki yüksek talep (özellikle Asya Pasifik ülkeleri) göz önüne alındığında üretilen üzüm suyu konsantresinin tamamının reklam ve pazarlama şirketleri aracılığı ile yurt dışına satılması düşünülmektedir.

7.1.6. Üzüm Çekirdeği Yağı Üretim Tesisi

- **Çalışma Özeti**

YATIRIM BİLGİLERİ	BİRİM	AÇIKLAMA
Yatırım Konusu	-	Üzüm Çekirdeği Yağı Üretim Tesisi
Üretilecek Ürün/Hizmet	-	Üzüm Çekirdek Yağı
NACE Kodu	-	104102-çekirdek yağı
GTİP No	-	1207.29.00.00.00 Üzüm Çekirdek Yağı
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12

İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	30.000
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	21
Toplam Yatırım Tutarı	TL	2.698.113,40

- **Değer Zincir Modeli**

Bağıcılık dünyada en yaygın tarımsal üretim faaliyetlerinden biridir. 2004 yılı istatistiklerine göre Türkiye 565.000 ha bağ alanı ile dünya da 4.sırada, 3.650.000 ton yaş üzüm üretimiyle de 5. sırada yer almaktadır. Türkiye’de oldukça geniş üretim alanı bulunan üzüm, Avrupa’da olduğu kadar büyük oranlarda şarap üretiminde değerlendirilmeyip pekmez üretiminde önemli rol oynamaktadır. Yine de şarap üretiminden arta kalan çekirdek miktarını 577 ton, pekmez üretiminden arta kalanı da 15.000 ton olarak kabul ettiğimizde, toplam 15.777 ton çekirdek elde edilebileceği düşünülmektedir. Çekirdek yağ verimini ortalama %10 kabul edecek olursak yaklaşık olarak yılda 1557 ton üzüm çekirdeği yağı elde edilebilir. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 126,44kg/gün kozmetik sanayi ve alternatif tıp uygulamalarında oldukça sık kullanılan üzüm çekirdeği yağı elde edilmesi düşünülmektedir. Birim maliyeti (kg) 24,98 TL ve %100,1 net kar öngörülmektedir.

- **Üretim Süreci Ve Gerekli Ekipmanlar**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Çekirdek eleme ve temizleme makinası	1	7	Kapak kapatma makinesi	1
2	Çekirdek silosu	1	8	Etiket yapıştırma makinesi	1
3	Ekstra yağ çıkarma makinesi	1	9	Paketleme makinası	1
4	Stok tankı 5 ton	1	10	Forklift	1
5	Küspe havuzu	1	11	Jeneratör 400 Kwa	1
6	Dolum makinesi	1	12	Taşıt	2

- **Yatırım Maliyeti**

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri birim maliyet içindedir.

- **Planlanan Kapasite**

Tesisin kurulum kapasitesi 126,44kg/gün olarak planlanmaktadır. Yıllık kapasite kullanım oranı %65 olarak düşünülmektedir. 1 kg çekirdekten 0,085 kg yağ elde edilmesi düşünülmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

Maliyet Kalemi	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası Ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Çekirdek eleme ve temizleme makinası	1	15.000	15.000
2	Çekirdek silosu	1	5.000	5.000
3	Ekstra yağ çıkarma makinesi	1	80.000	80.000
4	Stok tankı 5 ton	1	7.000	7.000
5	Küspe havuzu	1	5.000	5.000
8	Dolum makinesi	1	8.000	8.000
9	Kapak kapatma makinesi	1	13.000	13.000
11	Etiket yapıştırma makinesi	1	14.000	14.000
12	Paketleme makinası	1	13.000	13.000
13	Forklift	1	40.000	40.000
14	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
15	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam				428.000

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür Elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ'nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife, (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi'nin su (fabrika) tarifesi, (Ocak 2017) olan

5,56 TL/m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için yıllık 2760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

- **Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları**

“Diğer Yardımcı Malzemeler” maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddelerin toplamının %10’u olarak varsayılmış ve toplama dahil edilmiş ve ambalaj giderleri bu kapsamda dikkate alınmıştır. 100 kg çekirdekten 8,5 kg çekirdek yağı üretilebileceği öngörülmüştür.

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar/kg	Yıllık Maliyeti
1	Üzüm Çekirdeği	23,53TL/KG	30.000	705.822 TL
Toplam		705.822		

- **İşletme Maliyeti**

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde (Üzüm)	23,53	58.823,53	705.822
2.1	Ambalaj Şişe* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.2	Ambalaj Kutu* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.3	Yardımcı Malzeme 1* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.4	Yardımcı Malzeme 2* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.5	Elektrik (Enerji) (Sanayi Tek Zamanlı Tarife)	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti			
3.1	Genel Müdür	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter Ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış Ve Pazarlama Sorumlusu (2 Kişi)	3.000	6.000	72.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Teknik Müdür (Gıda Mühendisi)	4.000	4.000	48.000
3.6	Usta	2.200	2.200	26.400
3.7	İşçi (5)	1.777,50	8.887,5	106.650
3.8	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri (Sabit Yatırım Tutarın %2 İs Alınmıştır)	4.496,86	4.496,86	53.962,27

4.1	Bina İnşaat * 4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.2	Makine Teçhizat*4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.3	Taşıt Araçları*4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.4	Genel İdari Giderler4. Maddeye Dâhil Edildi.			
5	Amortismanlar			
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83
5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700
5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	4.133,33	4.133,33	49.600
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri			
6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme			
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler			
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi	6.724,17	6.724,17	80.690
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)	9.980,6	9.980,6	119.768
10	Nakit İhtiyacı		109.787,3	131.744,8

- **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	2	72.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Teknik Müdür	4.000	1	48.000
6	Usta	2.200	2	52.800
7	İşçi	1.777,50	5	106.650
8	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			15	403.450

- **Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları**

Hammadde maliyeti “Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları” tablosundan alınmıştır. Genel giderler maliyeti; “İşletme Maliyeti” tablosunda yer alan giderler toplamının (hammadde ve personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Personel Maliyeti” tablo yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Toplam Birim Maliyeti”ise; hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. “Yıllık Toplam Maliyet”; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Çekirdek Yağı	23,53	0,11	13,45	37,09	1.112.572	60	61,79%	22,91

- **Sabit Yatırım Tutarı**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5’i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250,00	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000,00	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	428.000,00	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	12.840,00	Makine ve ekipman giderlerinin % 3'üdür.
Montaj Giderleri	15.300,00	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000,00	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	25.453,9	Diğer kalemlerin toplamının % 1'idir.
Beklenmeyen Giderler	127.269,50	Diğer kalemlerin toplamının % 5'idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	2.698.113,40	Tüm kalemlerin toplamıdır.

• Pazar Analizi

Üzüm çekirdeği salkımın %3-4 ünü oluşturmaktadır ve yapısına oranla yüksek miktarda sabit yağ içermektedir. İklim koşullarına, üzüm çeşidine ve olgunluğuna bağlı olmak üzere yapısında, %5-20 oranları arasında sabit yağ taşımaktadır. Ortalama olarak yağ içeriği ise %12 ile %13 arasındadır. Üzüm çekirdeği yağı, başta linoleik ve oleik asit gibi doymamış yağ asitlerince zengindir be bileşimindeki doymuş yağ asitleri ender olarak % 15'i aşmaktadır. Yani yüksek oranda doymamışlık özelliğindedir. Üzüm çekirdeği yağında %64 oranında bulunan omega 6 ve omega 3 gibi yağ asitleri damar iç çeperlerini koruyucudur ve dolaylı yoldan kılcal damarlar dolaşım sisteminin sağlıklı işleyişini sağlayarak, kalp ritmini de düzenlemeye yardımcıdır. Yine yapısında doğal olarak bulunan E vitamininin güçlü antioksidan etkisi sayesinde kötü kolesterol (LDL-oksidasyonu) azaltılabilir.

• Rakip Analizi

Türkiye'de üzüm çekirdeği yağı üretimi son yıllara kadar baharatçılar tarafından tezgâh altlarında yapılmaktaydı. Son yıllarda sanayileşme sürecine giren üzüm çekirdeği yağı üreten birkaç firmayı Tüzün Yağ Yem Gıda San. Ltd. Şti (Mersin), ve S.N.S. Gıda Kozmetik San. Ltd. Şti (Tokat) ve Kardelen Yağ San. (Ankara) şeklinde sıralayabiliriz.

• Pazarlama Modeli

Türkiye'deki üzüm, 2016 yılı verilerine göre, 4.250.000 ton toplam üzüm üretiminin yaklaşık olarak %63'ü (2.677 bin ton) çekirdekli, %27'si (1.570 bin ton) çekirdeksiz üzümünden oluşmaktadır. Buna rağmen çekirdekli üzüm ihracatı yok denecek kadar azdır. Üzüm ihracatı bile bu kadar azken üzüm yağı ihracatından bahsetmek mümkün görülmemektedir. Üretilen üzüm çekirdeği yağı reklam ve pazarlama firmaları aracılığı ile hem yurt içine hem de yurt dışına satılması düşünülmektedir.

7.1.7. Reçel, Jöle ve Marmelat Üretim Tesis

- Çalışma Özeti

Yatırım Bilgileri	Birim	Açıklama
Yatırım Konusu	-	Reçel, Marmelat ve Jöle Üretim Tesis
Üretilcek Ürün/Hizmet	-	Reçel, Marmelat ve Jöle
NACE Kodu	-	103903-Reçel Jöle ve Marmelat imalatı
GTİP No	-	20.07 Reçel, Marmelat, Jöle
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	400.000
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	21
Toplam Yatırım Tutarı	TL	2.688.287,20

- Değer Zincir Modeli

Üzümün; gıda sanayinde sakaroz ile birlikte kullanılmasıyla sinerjistik etki ile kaliteyi geliştirici avantajlar sağlamaktadır. Genel olarak glikoz şuruplarının dünyadaki pazarında şekerleme sektörü önemli bir yer tutmaktadır. Diğer önemli kullanım alanları reçel ve marmelatlardır. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 3 ton/gün olarak planlanmaktadır. Birim maliyeti (kg reçel, jöle marmelat) 7,35TL ve %90,4 net kar öngörülmektedir.

- Üretim Süreci ve Gerekli Ekipmanlar

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Yıkama ve seçme bandı	1	9	Kapak kapatma makinesi	1
2	Sıkma presi	1	10	Otoklav	1
3	Çökeltme tankı	1	11	Etiket yapıştırma makinesi	1
4	Filtrasyon 40x40 plakalı	1	12	Paketleme makinası	1
5	Kizelgur filtre	1	13	Forklift	1
6	Filtre tankı 5 ton	1	14	Jeneratör 400 KWA	1
7	Asasatör	1	15	Taşıt	2
8	Dolum makinesi	1			

- Yatırım Maliyeti

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri birim maliyet içindedir.

- Planlanan Kapasite

Tesisin kurulum kapasitesi 3 ton/gün olarak planlanmaktadır. Yıllık kapasite kullanım oranı %65 olarak düşünülmektedir. 5 kg üzümünden 2 kg reçel marmelat ve jöle elde edilmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası Ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Yıkama ve seçme bandı	1	10.000	10.000
2	Sıkma presi	1	20.000	20.000
3	Çökeltme tankı	1	10.000	10.000
4	Filtrasyon 40x40 plakalı	1	9.000	9.000
5	Kestirme Kazanı 500 LT	1	10.000	10.000
6	Filtre tankı 5 ton	1	7.000	7.000
7	Vakumlu Pişirme Kazanı 1500 kg	1	22.000	22.000
8	Dolum makinesi	1	8.000	8.000
9	Kapak kapatma makinesi	1	13.000	13.000
10	Otoklav	1	15.000	15.000
11	Etiket yapıştırma makinesi	1	14.000	14.000
12	Paketleme makinası	1	13.000	13.000
13	Forklift	1	40.000	40.000
14	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
15	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam				419.000

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ’nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife, (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi’nin su (fabrika) tarifes, (Ocak 2017) olan 5,56 TL/ m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için Yıllık 2760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

- **Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları**

1kg reçel elde edebilmek için reçeli yapılacak ürüne yaklaşık 1 kg şeker katılmaktadır. 1 kg şeker fiyatı ortalama 4 TL olarak hesaplanmıştır. Diğer yardımcı Malzemeler maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddelerin toplamının %20'si olarak varsayılmış ve toplama dâhil edilmiş ve ambalaj giderleri bu kapsamda dikkate alınmıştır. Ortalama olarak 5 kg üzümünden 2 kg reçel, marmelat ve jöle üretilebileceği öngörülmüştür.

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar	Yıllık Maliyeti
1	Üzüm ve şeker	6,40 TL/KG	400.000	2.560.000 TL
Toplam				2.560.000

- **İşletme Maliyeti**

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde (Üzüm)	6,40	400.000	2.560.000
2.1	Ambalaj Şişe* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.2	Ambalaj Kutu* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.3	Yardımcı Malzeme 1* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.4	Yardımcı Malzeme 2* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.5	Elektrik (Enerji) (Sanayi Tek Zamanlı Tarife	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti			
3.1	Genel Müdür	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter Ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış Ve Pazarlama Sorumlusu (2 Kişi)	3.000	6.000	72.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Mühendis	4.500	4.500	54.000
3.6	Teknik Müdür	4.000	4.000	48.000
3.7	Usta	2.200	2.200	26.400
3.8	İşçi (10)	1.777,50	17.775,00	213.300
3.9	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri (Sabit Yatırım Tutarın %2 İs Alınmıştır	4.480,48	4.480,48	53.765,74
4.1	Bina İnşaat * 4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.2	Makine Teçhizat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.3	Taşıt Araçları *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.4	Genel İdari Giderler *4. Maddeye Dâhil Edildi.			

5	Amortismanlar			
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83
5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700
5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	3.983,33	3.983,33	47.800
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri			
6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme			
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler			
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi	10.129,45	10.129,45	121.523,43
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)	43.754,30	43.754,30	525.051,57
10	Nakit İhtiyacı		481.297,28	5.775.567,32

• **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	2	72.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Mühendis	4.500	1	54.000
6	Teknik Müdür	4.000	1	48.000
7	Usta	2.200	2	52.800
8	İşçi	1.777,50	10	213.300
9	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			21	607.160

• **Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları**

Hammadde maliyeti “Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları” tablosundan alınmıştır. Genel Giderler Maliyeti”; “İşletme Maliyeti” tablosunda yer alan giderler toplamının (hammadde ve

personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Personel Maliyeti” tabloda yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Toplam Birim Maliyet” ise; hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. “Yıllık Toplam Maliyet”; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadd e Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Reçel Jöle Marmelat (1kg)	6,4	0,18	1,52	7,35	2.940.000	10	36,05%	2,65

• **Sabit Yatırım Tutarı**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5’i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250,00	Bina İnşaatının Projelendirme (Keşif, Metraj, Plan, Harita Ve Çizim) Ve Zemin Etüt Maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-Arsa Alımı Yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000,00	Tesis Yapım Maliyetidir.
Makine-Ekipman Ve Tefrişatlar	419.000,00	Makine, Ekipman, Tefrişat Ve Donanımların Kdv Hariç Tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	12.570,00	Makine Ve Ekipman Giderlerinin % 3’üdür.
Montaj Giderleri	15.300,00	Makinelerin Montaj Giderleridir.
Kuruluş İşlemleri Ve Harç Masrafları	5.000,00	Limited Şirket İçin Öngörülmüştür.
Genel Giderler	25.361,20	Diğer Kalemlerin Toplamının % 1’idir.
Beklenmeyen Giderler	126.806,00	Diğer Kalemlerin Toplamının % 5’idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	2.688.287,20	Tüm Kalemlerin Toplamıdır.

- **Pazar Analizi**

Üzümün; gıda sanayinde sakaroz ile birlikte kullanılmasıyla sinerjistik etki ile kaliteyi geliştirici avantajlar sağlamaktadır. Genel olarak glikoz şuruplarının dünyadaki pazarında şekerleme sektörü önemli bir yer tutmaktadır. Diğer önemli kullanım alanları reçel ve marmelatlardır. Maraş'ta yaş üzüm pekmezle karıştırılarak "üzüm reçeli" yapılmaktadır. . Gaziantep'te şıra, üzüm suyu, nişasta ve diğer maddelerin karışımı ile yapılan tatlılar, pestil, sucuk, muska, dilme ve tarhanadır. Rize'de özellikle son yıllarda üzüm gibi meyveler üretimine karşı yönelim giderek artmaktadır. Ancak hasat ile tüketim arasındaki sürenin çok kısa olduğu bu türlerde, pazar bağlantılarının önceden yapılması ve işleme sanayinin (reçel, marmelat, meyve suyu vb.) geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu tür gelişmeler çevre illerdeki üretimlerin değerlendirilmesini de sağlayabilecektir.

- **Rakip Analizi**

Son yıllarda reçel şekerli mamuller sanayiinin önemli ürünlerinden biri konumuna gelip, Türk gıda imalatı sanayiinde yerini kuvvetlendirme çabası içindedir. Bilindiği gibi reçel, çeşitli sanayi kuruluşları tarafından gerek modern fabrika ortamlarında, gerekse küçük imalathanelerde üretilmektedir. Bunun yanında, ticari amaçla üretilen reçelin dışında, evlerde üretilen reçel miktarı da ciddi bir rakam oluşturur. Tespit edilen reçel üreticisi firma sayısı 105'tir. En önemli olanları Bursa Pazar, Seğmen Kardeşler, Gülsan Şekerleme, Okyay Gıda ve Konya Şeker'dir. Ancak tespit edilemeyen küçük firmalarla birlikte firma sayısının daha fazla olduğu bilinmektedir, Türkiye'de yaklaşık 50.000 ton reçel üretimi mevcuttur. Markalı, fabrika düzeyindeki tesislerde üretilen reçelin bu rakamdaki payı %40 civarındadır. Geri kalan miktar ise genelde açık kazan tabir edilen yöntem ile ufak imalathanelerde üretilir.

- **Pazarlama Modeli**

Günümüzde reçel ve marmelat modern tesislerde uygun teknoloji ve hijyenik şartlarda üretilbildiği gibi, tüm bunlardan yoksun olan küçük imalathanelerde ve geleneksel olarak evlerde de üretilmektedir.

Son zamanlarda büyük şehirlerde nüfusun büyük bir kısmı, pekmezin yerine sakkaroz içeriği çok fazla olan reçel, marmelat ve çeşitli jöleler tüketilir hale gelmiştir. Bu ürünün üretim tekniğinin geliştirilmesi ve geliştirilmiş olanların yaygınlaştırılması yerinde olacaktır. Böylelikle hem yurt içinden hem de yurt dışından yüksek talep alan bu ürünler kolaylıkla pazarlanabilecektir.

7.1.8. Salamura Asma Yapağı Üretim Tesisi

- Çalışma Özeti

Yatırım Bilgileri	Birim	Açıklama
Yatırım Konusu	-	Asma Yapağı Üretim Tesisi
Üretilcek Ürün/Hizmet	-	Asma Yapağı
NACE Kodu	-	10.39.04-Salamura Asma Yapağı imalatı
GTİP No	-	2007.99 Salamura Asma Yapağı
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	200.000
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	14
Toplam Yatırım Tutarı	TL	2.572.556,40

- Değer Zincir Modeli

Türkiye’de salamura asma yapağı üretimi ve tüketimi son yıllarda sürekli olarak artmaktadır. Özellikle son yıllarda Batı ülkelerinde salamuralık asma yapağına olan talep hazır gıda sektöründeki gelişmeler nedeniyle artmaktadır. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 843kg/gün olarak planlanmaktadır. Birim maliyeti (kg asma yapağı) 4,545 TL ve %32 net kar öngörülmektedir.

- Üretim Süreci Ve Gerekli Ekipmanlar

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Yaprak Toprak Kırma Makinesi	1
2	Yıkama ve seçme bandı	1
3	Paketleme makinası	1
4	Etiket yapıştırma makinesi	1
5	Forklift	1
6	Jeneratör 400 KWA	1
7	Taşıt	2

- Yatırım Maliyeti

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m esas alınmış olup Elektrik-Tesisat bedelleri birim maliyet içindedir.

- Planlanan Kapasite

Tesisin kurulum kapasitesi 843kg/gün olarak planlanmaktadır. Yıllık kapasite kullanım oranı %65 olarak düşünülmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası Ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Yıkama ve seçme bandı	1	10.000	10.000
2	Yaprak kırma Makinesi	1	8.000	8.000
3	Etiket yapıştırma makinesi	1	14.000	14.000
4	Paketleme makinası	1	13.000	13.000
5	Forklift	1	40.000	40.000
6	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
7	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam				313.000

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ'nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife, (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi'nin su (fabrika) tarifesı, (Ocak 2017) olan 5,56 TL/ m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için Yıllık 2760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

- **Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları**

Diğer Yardımcı Malzemeler maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddelerin toplamının %10'u olarak varsayılmış ve toplama dahil edilmiş ve ambalaj giderleri bu kapsamda dikkate alınmıştır. Asma yaprağında verimlilik %70 dir.

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar	Yıllık Maliyeti
1	Asma Yapağı	2,14TL/KG	200.000 kg	428.571 TL
Toplam				428.571

• İşletme Maliyeti

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	HAMMADDE Asma yaprağı	2,14	35.714,25	428.571
2.1	AMBALAJ ŞİŞE* hammaddeye dâhil edildi.			
2.2	AMBALAJ KUTU * hammaddeye dâhil edildi			
2.3	YARDIMCI MALZEME1 * hammaddeye dâhil edildi			
2.4	YARDIMCI MALZEME 2 * hammaddeye dâhil edildi			
2.5	ELEKTRİK (ENERJİ) (SANAYİ TEK ZAMANLI TARİFE)	0,255	1.020	12.240
2.6	SU	5,56	5.560	66.720
27	YAKIT	250	230	2.760
3	PESONEL/İŞÇİLİK MALİYETİ			
3.1	GENEL MÜDÜR	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu (1 kişi)	3.000	3.000	36.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Teknik Müdür (Mühendis)	4,000	4.000	48.000
3.6	Usta	2.200	2.200	26.400
3.7	İşçi (5)	1.777,50	8.887,5	106.650
3.8	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım giderleri (Sabit yatırım tutarın %2 is alınmıştır)	4.287,59	4.287,59	51.451,13
4.1	Bina İnşaat * 4. Maddeye dâhil edildi.			
4.2	Makine Teçhizat*4. Maddeye dâhil edildi.			
4.3	Taşıt Araçları*4. Maddeye dâhil edildi.			
4.4	Genel İdari Giderler4. Maddeye dâhil edildi.			
5	AMORTİSMANLAR			
5.1	Etüt Proje (5 yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83
5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700
5.3	Makine Teçhizat (5 yıllık) %20	2.216,67	2.216,67	26.600
5.4	Taşıt Araçları (5 yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri			

6.1	Hammadde üzüm (yardımcı ve sarf malzeme dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı malzeme			
6.3	Nihai ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler			
7.1	Makine teçhizat sigortası	120	120	1.440
7.2	Bina (deprem yangın) sigortası	100	100	1.200
7.3	Taşıt sigortası	200	200	4.800
7.4	SGK primi		6.849,41	82.193,43
7.5	Yıllık emlak vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık taşıt vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer vergiler	1.000	1.000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer giderler (1-8. Madde giderlerinin %10 u kadar alınmıştır.)		7.379,85	88.558,3
10	Nakit ihtiyacı		81.178,44	974.141,3

- **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	1	36.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Teknik Müdür	4.000	1	48.000
6	Usta	2.200	2	52.800
7	İşçi	1.777,50	5	106.650
8	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			14	410.510

- **Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları**

Hammadde maliyeti; hammadde ve diğer girdi miktarları tablosundan alınmıştır. Genel giderler maliyeti; İşletme Maliyet tablosunda yer alan giderler toplamının (hammadde ve personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. Personel maliyeti tabloda yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. Toplam birim maliyet ise;

hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. Yıllık toplam maliyet; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Asma Yapağı (1kg)	2,14	0,36	2,05	4.55	910.081	7	53,83%	2,45

- Sabit Yatırım Tutarı**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m²) esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri makine-ekipman ve tefrişat bilgileri tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250,00	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000,00	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	313.000	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	9.390,00	Makine ve ekipman giderlerinin % 3'üdür.
Montaj Giderleri	15.300,00	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000,00	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	24.269,40	Diğer kalemlerin toplamının % 1'idir.
Beklenmeyen Giderler	121.347,00	Diğer kalemlerin toplamının % 5'idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	2.572.556,40	Tüm kalemlerin toplamıdır.

- Pazar Analizi**

Türkiye'de salamura asma yapağı üretimi ve tüketimi son yıllarda sürekli olarak artmaktadır. Özellikle son yıllarda Batı ülkelerinde salamuralık asma yaprağına olan talep hazır gıda sektöründeki gelişmeler nedeniyle artmaktadır. Tokat ili genelinde 12.000 ton civarında salamuralık yaprak üretildiği, ilde 13 adet bağ yapağı işleme tesisinin bulunduğu

bilinmektedir. Türkiye’den ihraç edilen (60.000 ton) ve iç piyasada tüketilen salamuralık yaprağın önemli bir kısmı Tokat bölgesinde üretilmektedir. Yörede dekardan 600-700 kg asma yaprağı toplanan bağlar olmakla birlikte, yapılan bir çalışmada üreticilerin % 91,5’ i bağlardan salamuralık asma yaprağı topladığı ve bir dekardan ortalama 333,75 kg asma yaprağı topladığı da bildirilmektedir. Salamuralık yaprak üretimi yapılan bağların büyük bir kısmında hem üzüm hem de yaprak değerlendirilebilmektedir. Tokat yaprağı olarak bilinen asma yaprağının yaklaşık yüzde 90’ının Erbaa ilçesinde üretilmektedir. İlk kez 2011 yılında Avustralya’ya 20 ton ihraç edilen asma yaprağı 2016 yılı itibariyle Almanya, Hollanda, Fransa ve Belçika’ya ihraç edilmektedir. Erbaa İlçe Tarım Müdürlüğü 2007 kayıtlarına göre, ortalama 250-400 kg olarak hasat edilen yapraklar Almanya’ya ihraç edilmiştir. Sarmalık yaprak üretimi, Ege Bölgesi için önemli bir ek gelir kaynağıdır. Manisa yöresinde ise yaklaşık yılda 15000 ton civarında salamuralık yaprak hasat edilmektedir. Bunların yanı sıra, Trakya’da özellikle Tekirdağ ilinde yetiştirilen Yapıncak üzüm çeşidinin yaprakları da yaygın olarak bu amaçla değerlendirilmektedir. Son zamanlarda Mersin, Denizli gibi illerde de bağ alanlarında salamuralık yapraktan yararlanmaktadır. 2013 yılında 1 milyon 264 bin 73 kilogram salamuralık asma yaprağı ihracatı yapılmıştır.

Rakip Analizi

2014 verilerine göre Türkiye’de yaklaşık 30’u Ege Bölgesinde, 15’i Tokat ilinde olmak üzere kayıtlı 45 adet salamuralık yaprak işletmesi mevcuttur. Bu işletmelerde işlenen yaprağın mali değeri ise tahmini 40.000.000 TL’dir. Bağcılıkla uğraşan çiftçilerin gelir düzeyinin artırılması, mevcut veya kurulacak yeni işleme tesislerinin oluşturacağı istihdam ve katma değer düşünüldüğünde, bu ürünün üzerinde daha fazla ve titizlikle çalışmayı gerektirmektedir.

• Pazarlama Modeli

Asma yaprağı dolma, cevizli bat, pide iç harcı yapımı yanında ekstraktı da geleneksel tıpta kullanılmaktadır. Yine asmanın koruk meyvesi, taze sülük ve filizleri de son zamanlarda ticari olarak turşu yapımında kullanılmakta ve piyasada satılmaktadır. Ayrıca Türkiye’de asma yaprağı, geleneksel olarak önemli bir tüketim potansiyeline sahiptir.

Türkiye’nin asma yaprağı ihracatı 13,5 milyon Dolar, yaprak sarma ihracatı ise 35 milyon Dolardır. İhraç edilen salamuralık yaprak ve sarma yapraklarının büyük bölümü ise üzümün başkenti olarak kabul edilen Manisa’dan temin edilmektedir. Manisa’da toplanan asma yaprağının yüzde 95’lik bölümünü ise Alaşehir ilçesi karşılamaktadır. Burada toplanan yapraklar başta Almanya ve Yunanistan olmak üzere Fransa, İsviçre, Hollanda, Danimarka, Belçika, Kuveyt, Lübnan ve diğer AB ve Arap ülkelerine ihraç edilmektedir.

Asma yapraklarının yemeklik olarak kullanımı başta Türkiye olmak üzere bazı Akdeniz ülkelerinde de mutfak kültürü içerisinde yer alan bir uygulamadır. Taze asma yaprakları, doğrudan pazara sunulabildiği gibi yaygın olarak salamuraya işlenerek veya konservesi yapılarak pazarlanmaktadır. Özellikle salamura asma yaprağı, son yıllarda hazır tüketim pazarında aranan ve ihraç ürünü olarak da dış pazarda sıkça talep gören bir ürün haline gelmiştir.

Yurt içi ve yurt dışında salamuralık asma yaprağına olan talebin her geçen gün artması, birim alandan getirisinin yüksek olması, aile işletmeciliğine uygun bir üretim dalı olması, üzüm yetiştiriciliğine göre bakım ve masrafının düşük olması, bağcılık için ekolojinin çok uygun olmadığı bölgelerde yaprak üretimin mümkün olması “salamuralık asma yaprak üretim” ine yönelik bağcılığın yeni bir üretim modeli olarak karşımıza çıkarmaktadır. Bu yönüyle değerlendirildiğinde ihtiyaç duyulan talebin karşılanması yönünde, kurulacak olan tesisimizde gerekli Ar-Ge çalışmaları yapılarak ayrıca çeşitli pazarlama stratejileri ve tutundurma faaliyetleri ile etkin satış gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.

7.1.9. Yöresel Yiyecekler Üretim Tesisi

- Çalışma Özeti

Yatırım Bilgileri	Birim	Açıklama
Yatırım Konusu	-	Yöresel Yiyecekler (Orcik, Köfter, Ezme, Bulama, Gencer Macunu, Köme, Dilme, Bastık, Sucuk, Muska, Sarma, Günbalı vb.) Üretim Tesisi
Üretilecek Ürün/Hizmet	-	Yöresel Yiyecekler (Orcik, Köfter, Ezme, Bulama, Gencer Macunu, Köme, Dilme, Bastık, Sucuk, Muska, Sarma, Günbalı vb.)
NACE Kodu	-	10.39-Yöresel Yiyecekler imalatı
GTİP No	-	2007.99 Yöresel Yiyecekler
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	200.000
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	21
Toplam Yatırım Tutarı	TL	2.675.731,50

- Değer Zincir Modeli

Üzümden üretilen yöresel yiyeceklerin sağlık açısından faydaları değerlendirildiğinde; bu ürünler içerdikleri besin kaynakları bakımından önemli gıda maddeleri olarak görülmektedir.

Örneğin; 100 gr. pestil 332 Kcal enerji verirken, 139 mg. fosfor, 1260 mg potasyum ve 33 mg. sodyuma sahiptir. Sodyum bakımından fakir potasyum bakımından zengin olması kalp- damar hastalıklarının önlenmesi açısından önemini artırmaktadır. Yöresel yiyeceklerin besin içeriği, üretim aşamasında kullanılan bal, süt, dut, ceviz veya fındığın kalitesiyle yakından ilgilidir. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 843kg/gün olarak planlanmaktadır. Birim maliyeti (kg) 17,7TL ve %19,2 net kar öngörülmektedir.

- **Üretim Süreci Ve Gerekli Ekipmanlar**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Pres makinesi	1	11	Su Tankı	1
2	Kaynatma Kazanı	1	12	Yıkama Makinesi	1
3	Karıştırıcı Kazan	1	13	Pestil Serim Tezgâhı	1
4	Mikser	1	14	Ambalaj Tezgâhı	1
5	Pestil Izgarası	1	15	Etiket yapıştırma makinesi	1
6	Pestil Tezgâhı	1	16	Paketleme makinası	1
7	Köme Tezgâhı	1	17	Forklift	1
8	Köme Çubuğu	1	18	Jeneratör 400 Kwa	1
9	Köme Daldırma Kazanı	1	19	Taşıt	2
10	Sanayi Tipi Ocak	2			

- **Yatırım Maliyeti**

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri birim maliyet içindedir.

- **Planlanan Kapasite**

Tesisin kurulum kapasitesi 843kg/gün olarak planlanmaktadır. Yıllık kapasite kullanımı %65 olarak düşünülmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası Ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Pres makinesi	1	15.000	15.000
2	Kaynatma Kazanı	1	8.000	8.000
3	Karıştırıcı Kazan	1	7.000	7.000
4	Mikser	1	9.000	9.000
5	Pestil Izgarası	1	7.000	7.000
6	Pestil Tezgâhı	1	8.000	8.000
7	Köme Tezgâhı	1	8.000	8.000
8	Köme Çubuğu	500	20	6000
9	Köme Daldırma Kazanı	1	8.000	8.000
10	Su Tankı	1	4.500	4.500
11	Yıkama Makinesi	1	8.000	8.000
12	Pestil Serim Tezgâhı	1	10.000	10.000
13	Ambalaj Tezgâhı	1	5.000	5.000
14	Sanayi Tipi Ocak	2	4.500	9.000
15	Etiket yapıştırma makinesi	1	14.000	14.000
16	Paketleme makinası	1	13.000	13.000
17	Forklift	1	40.000	40.000
18	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
19	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam				407.500

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ’nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife, (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi’nin su (fabrika) tarifesi, (Ocak 2017) olan 5,56 TL/ m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için Yıllık 2760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları

Diğer yardımcı malzemeler maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddelerin toplamının %10’u olarak varsayılmış ve toplama dâhil edilmiş ve ambalaj giderleri bu kapsamda dikkate alınmıştır. 200.000 kg/yıl yöresel yiyecek elde etmek için 285.714 kg üzüm gerekmektedir.

1kg Yöresel Yiyecek İçin Ortalama Kullanılan Malzeme İçin;		
Miktar	Birim Fiyatı	Toplam Fiyatı
0,25 kg sıra	1,00 TL	0,25 TL
0,25 kg bal	12,00 TL	3,00 TL
0,3 kg un	1,00 TL	0,30 TL

0,2 kg ceviz	30,00 TL	6,00 TL
0,1 kg süt	1,50 TL	0,15 TL
0,1 kg şeker	2,00 TL	0,20 TL
0,2 kg fındık	30,00 TL	6,00 TL
Toplam		15,90 TL

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar	Yıllık Maliyeti
1	Yöresel Yiyecekler	15,9 TL/KG	200.000	3.180.000 TL
Toplam		3.180.0		

• İşletme Maliyeti

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde Şıra	15,9	265.000	3.180.000
2.1	Ambalaj Şişe* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.2	Ambalaj Kutu* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.3	Yardımcı Malzeme 1* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.4	Yardımcı Malzeme 2* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.5	Elektrik (Enerji) (sanayi Tek Zamanlı Tarife	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti			
3.1	Genel Müdür	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter Ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış Ve Pazarlama Sorumlusu (2 Kişi)	3.000	6.000	72.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Mühendis	4.500	4.500	54.000
3.6	Teknik Müdür	4.000	4.000	48.000
3.7	Usta	2.200	2.200	26.400
3.8	İşçi (10)	1.777,50	17.775,00	213.300
3.9	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri (Sabit Yatırım Tutarın %2 İs Alınmıştır.	4.459,55	4.459,55	53.514,63
4.1	Bina İnşaat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.2	Makine Teçhizat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.3	Taşıt Araçları *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.4	Genel İdari Giderler4. Maddeye Dâhil Edildi.			
5	Amortismanlar			
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83
5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700
5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	3.791,67	3.791,67	45.500
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000

6	Nakliyat Giderleri			
6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme			
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler			
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi	10.129,45	10.129,45	121.523,43
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)		32.292,16	387.506,46
10	Nakit İhtiyacı		355.214,2	4.262571,06

- **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	2	72.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Mühendis	4.500	1	54.000
6	Teknik Müdür	4.000	1	48.000
7	Usta	2.200	2	52.800
8	İşçi	1.777,50	10	213.300
9	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			21	607.160

- **Birim Maliyetler Ve Karlılık Oranları**

Hammadde maliyeti “Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları” tablosundan alınmıştır. Genel giderler maliyeti; İşletme Maliyet tablosunda yer alan giderler toplamının (hammadde ve personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Personel Maliyeti” tabloda yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Toplam Birim Maliyet” ise; hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir.

“Yıllık Toplam Maliyet”; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Yöresel Yiyecek	15,9	0,2	3,04	19,14	3.827.160	22	14,97%	2,86

- **Sabit Yatırım Tutarı**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5’i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250,00	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000,00	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	407.500,00	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	12.225,00	Makine ve ekipman giderlerinin % 3’üdür.
Montaj Giderleri	15.300,00	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000,00	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	25.242,75	Diğer kalemlerin toplamının % 1’idir.
Beklenmeyen Giderler	126.213,75	Diğer kalemlerin toplamının % 5’idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	2.675.731,50	Tüm kalemlerin toplamıdır.

- **Pazar Analizi**

Üzümden yapılan yöresel yiyecekler (Orcik, Köfter, Ezme, Bulama, Gencer Macunu, Köme, Dilme, Bastık, Sucuk, Muska, Sarma, Günbalı vb.) Türkiye’de yerel bazda üretilen ve genellikle kışlık yenmek için hazırlanan, enerji, vitamin ve mineral değeri yüksek olan beslenmede oldukça önemli geleneksel gıdalar olarak görülmektedir. Bu bağlamda; enerjisi yüksek, besleyici değeri olmayan ve dengesiz beslenmeye yol açan hazır ürünler (şekerlemeler, şekerli içecekler, cipsler, bisküviler vb.) yerine tercih edilmesi de önerilmektedir.

Türkiye’de üzümden elde edilen yöresel yiyeceklerin üretimi çoğunlukla Gümüşhane, Bayburt, Malatya’da ve Tokat’ta gerçekleştirilmektedir. Diyarbakır ve ilçelerinde yaygın olarak üretilen yöresel üzüm çeşidi “Şire (Sin. Mazrumi)” ince kabuklu, oldukça tatlı ve bol şıralı olması özelliği ile sevilerek tüketilen bir üzüm çeşididir. Bu üzüm çeşidi bölgede çoğunlukla sofralık, kurutmalık, şaraplık, pekmez, pestil, sucuk, köfter, muska, tarhana, sirke vb. gıdaların üretiminde kullanılmaktadır. Tokat ve ilçelerinde bulunan üzüm işletmelerin %88,36’sının üzümlerinden farklı ürünler elde ettikleri tespit edilmiştir.

- **Rakip Analizi**

Türkiye’de yöresel yiyecek üretimi yapan ve çoğunlukla da Malatya, Tokat ve Gümüşhane illerinde bulunan sayıları 30-40 olan küçük ölçekli firma bulunmaktadır. Yıllık toplam üretimin ise yaklaşık olarak 3.000 ton olduğu düşünülmektedir.

- **Pazarlama Modeli**

Yöresel yiyeceklerin hammaddeleri ele aldığında; üzüm, elma, kayısı, erik gibi meyveler öne çıkmaktadır. Yöresel yiyeceklerde kuru madde % 85’in üzerine çıkmaktadır. Kuru maddenin önemli kısmını ise şekerler oluşturmaktadır bu nedenle de bu yiyecekler iyi bir enerji kaynağı olmaktadır. Enerji değeri yüksek olan bu yiyecekler özellikle çocuklar, sporcular, askeri birlikler ve ağır işte çalışanların diyetlerinde yer almaktadır. Ayrıca; üretilen yöresel yiyeceklerin reklam ve pazarlama şirketleri aracılığı ile hem yurt içine hem de yurt dışına satılması öngörülmektedir.

7.1.10. Geleneksel İçecekler Üretim Tesisi

- **Çalışma Özeti**

Yatırım Bilgileri	Birim	Açıklama
Yatırım Konusu	-	Geleneksel İçecekler (Şıra, Gazoz, Hoşaf, Komposto, Hardaliye, Koruk suyu/ekşisi, Koruk şerbeti vb.) Üretim Tesisi
Üretilen Ürün/Hizmet	-	Geleneksel İçecekler (Şıra, Gazoz, Hoşaf, Komposto, Hardaliye, Koruk suyu/ekşisi, Koruk şerbeti vb.)
NACE Kodu	-	10.32.02 – Konsantre meyve ve sebze suyu imalatı
GTIP No	-	200961 Uzüm Şerbeti
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	600.000
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	21
Toplam Yatırım Tutarı	TL	2.752.703,40

- **Değer Zincir Modeli**

Yaş meyve ve sebzelerin mevsimi dışında yararlanabilmenin en önemli yollarından biri de konsantre meyve suyu üretiminde kullanılmasıdır. Yaklaşık 400 bin ton konsantre meyve suyu üretimi yapılan Türkiye’de 2 bin ton üzüm suyu konsantresi çok düşük bir rakam olarak kalmakta ve bu nedenle de üzüm suyu konsantresi (Şıra, Gazoz, Hoşaf, Komposto, Hardaliye, Koruk suyu/ekşisi ve Koruk şerbeti) üretimine ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 3 ton/gün olarak planlanmaktadır. Birim maliyeti 2,38 TL/kg ve %89 net kar öngörülmektedir.

- **Üretim Süreci Ve Gerekli Ekipmanlar**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Değirmen	1	10	Vakum Tambur Filtre	1
2	Üzüm Ezme Makinası	1	11	Taşınma Elavatörü	1
3	Üzüm Suyu Seperatörü	2	12	Konsantre Tankı (80 Ton)	1
4	Ultrafiltrasyon	1	13	Posa Helezon Silosu	1
5	Koyulaştırma Evaporötörü	2	14	Buhar Kazanı	1
6	Türbidiometri	1	15	Forklift	1
7	Analiz Cihazı	1	16	Jeneratör 400 Kwa	1
8	Meyve Boşatma Lifti	1	17	Taşıt	2
9	Kompresör	1			

- **Yatırım Maliyeti**

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri birim maliyet içindedir.

- **Planlanan Kapasite**

Tesisin kurulum kapasitesi 3 ton/gün olarak planlanmaktadır. Yıllık kapasite kullanım oranı %65 olarak düşünülmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası Ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5’i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Üzüm yıkama ve seçme bandı	1	13.000	13.000
2	Sap ayıklama ve ezme makinası	1	12.000	12.000
3	Borulu pastörizatör	1	20.000	20.000
4	Sıkma presi	1	20.000	20.000
5	Çökeltme tankı 5 ton	1	12.000	12.000
6	Filtrasyon 40x40 cm	1	9.000	9.000
7	Vakum pişirme cihazı	1	55.000	55.000
8	Stok tankı 5 ton	2	7.000	7.000
9	Dolum makinesi	1	8.000	8.000
10	Kapak kapatma makinesi	1	13.000	13.000
11	Otoklav	1	15.000	15.000
12	Etiket yapıştırma makinası	1	14.000	14.000
13	Paketleme makinası	1	12.000	12.000
14	Forklift	1	40.000	40.000
15	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
16	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam		478.000		

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000,00 TL olarak öngörülmüştür elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ’nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife, (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255 TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi’nin su (fabrika) tarifesini, (Ocak 2017) olan 5,56 TL/ m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için Yıllık 2760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

- **Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları**

Diğer Yardımcı Malzemeler maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddelerin toplamının %10’u olarak varsayılmış ve toplama dâhil edilmiş ve ambalaj giderleri bu kapsamda dikkate alınmıştır. 3 kg üzümünden 2 kg şıra elde edilmektedir.

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar	Yıllık Maliyeti
1	Üzüm	1,35 TL/KG	600.000	810.000 TL
Toplam				810.000

• İşletme Maliyeti

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde (Üzüm)	1,35	80.071,88	810.000
2.1	Ambalaj Şişe* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.2	Ambalaj Kutu* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.3	Yardımcı Malzeme 1* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.4	Yardımcı Malzeme 2* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.5	Elektrik (Enerji) (Sanayi Tek Zamanlı Tarife	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti			
3.1	Genel Müdür	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter Ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış Ve Pazarlama Sorumlusu (2 Kişi)	3.000	6.000	72.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Mühendis	4.500	4.500	54.000
3.6	Teknik Müdür	4.000	4.000	48.000
3.7	Usta	2.200	2.200	26.400
3.8	İşçi (10)	1.777,50	17.775,00	213.300
3.9	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri (Sabit Yatırım Tutarın %2 İs Alınmıştır	4.587,84	4.587,84	55.054,07
4.1	Bina İnşaat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.2	Makine Teçhizat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.3	Taşıt Araçları *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.4	Genel İdari Giderler *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
5	Amortismanlar			
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83
5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700
5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	4.966,67	4.966,67	59.600
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri			
6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme			
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler			
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi	10.129,45	10.129,45	121.523,43
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800

7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)	13.812,22	13.812,22	165.746,66
10	Nakit İhtiyacı		151.934,44	1.823.213,22

• **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	2	72.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Mühendis	4.500	1	54.000
6	Teknik Müdür	4.000	1	48.000
7	Usta	2.200	2	52.800
8	İşçi	1.777,50	10	213.300
9	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			21	607.160

• **Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları**

Hammadde maliyeti “Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları” tablosundan alınmıştır. Genel giderler maliyeti; “İşletme Maliyeti” tablosunda yer alan giderler toplamının ürünün (hammadde ve personel giderleri hariç olmak üzere) ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Personel Maliyeti” tabloda yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Toplam Birim Maliyet”; hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. “Yıllık Toplam Maliyet”; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Üzüm Suyu	1,35	0,21	1,01	2,58	1.544.275	4,5	74,73%	1,92

- **Sabit Yatırım Tutarı**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri "Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri" tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250,00	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000,00	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	478.000,00	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	14.340,00	Makine ve ekipman giderlerinin % 3'üdür.
Montaj Giderleri	15.300,00	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000,00	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	25.968,90	Diğer kalemlerin toplamının % 1'idir.
Beklenmeyen Giderler	129.844,50	Diğer kalemlerin toplamının % 5'idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	2.752.703,40	Tüm kalemlerin toplamıdır.

- **Pazar Analizi**

Geleneksel içecekler; Anadolu'nun yakından tanıdığı geçmişi çok eskiye uzanan ürünlerdir. Hem lezzetli hem besleyici özellikleri bulunan bu içecekler; Şıra, Gazoz, Hoşaf, Komposto, Hardaliye, Koruk suyu/ekşisi, Koruk şerbeti vb. olarak görülmektedir. Özellikle son yıllarda bu içeceklerin vitamin deposu olduğu, iştah açtığı, harareti kestiği, kuvvet verdiği, tansiyonu dengelediği, dolaşım ve bağışıklık sistemlerini düzenlediği düşünülmektedir. Bu içecekler, hoş tadı ve aroması nedeniyle tüketilebileceği gibi, ayrıca sağlığa olan faydaları nedeniyle destekleyici besin olarak da pazarlanabilir.

- **Rakip Analizi**

Türkiye'de; üzüm şerbeti üreticisi büyük ve orta ölçekli yaklaşık 20-30 firma bulunmaktadır. Yıllık üretimi 1000 ton civarında bulunmaktadır. En çok Kırklareli ile Tokat'ta üretim yapılmaktadır.

Kırklareli İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü'nden alınan bilgilere göre, Kırklareli ilinde üretici kayıt belgesine sahip 2 adet hardaliye üreticisi bulunmaktadır. Bu üreticiler;

- Kırklareli Üzüm Üreticileri Tarımsal Bağcılık Dış Ticaret A.Ş. (65.000 Litre/Yıl – TR39K 000634)
- Ellez Bağcılık Tarım Ürünleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (30.000 Litre/Yıl – TR39K-001206) olarak kayıtlıdır.

Kırklareli Üzüm Üreticileri Tarımsal Bağcılık Dış Ticaret AŞ'ye ve Ellez Bağcılık Tarım Ürünleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.'ye kendi markalarıyla fason üretim yaptırmaktadırlar.

Kırklareli'nde hardaliye ürünü satışı yapan ve kendi markasına sahip başka işletmeler de bulunmaktadır. Bu işletmeler,

Kendi markasıyla hardaliye satışı yapan diğer işletmeler ise;

- Nişikli Turizm A.Ş. 7000 Litre / Yıl
- Karlıbağ Hardaliye Ltd. Şti. 60.000 Litre / Yıl
- Kutbay Benni 30.000 Litre

Kırklareli ilinde faaliyet gösteren üç hardaliye üretim tesisinin toplam kurulu kapasitesi 167 ton/yıl olduğu bilinmektedir.

Pazarlama Modeli

Şıra ve hardaliye gibi ürünler için pazar potansiyeli değerlendirildiğinde meyve suyu içecek sektöründen başlayıp, helal gıda sektörü, sağlık ek gıda ürünleri ve gastronomi gibi sektörlerinde değerlendirme potansiyeli olduğu görülmektedir.

Örneğin; hardaliyenin %100 üzüm suyundan üretildiğini dikkate aldığımızda, Türkiye genelinde %100 meyve sularının tüketiminin % 6 oranında olduğunu görebiliriz. Bu bağlamda ürünün yerel piyasada tüketimi %100 meyve sularının tüketimine yönelik alışkanlıkların gelişmesiyle büyümesi beklenmektedir.

7.1.11. Üzüm İşleme Tesis

• Çalışma Özeti

Yatırım Bilgileri	Birim	Açıklama
Yatırım Konusu	-	Üzüm İşleme Tesis
Üretilen Ürün/Hizmet	-	Üzüm Posası, Üzüm Çekirdeği ve Üzüm Suyu
NACE Kodu	-	11.02.02 – Üzüm suyu, posası ve çekirdeği imalatı
GTİP No	-	20096 Üzüm
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	711.750

İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	21
Toplam Yatırım Tutarı	TL	2.647.890,60

- **Değer Zincir Modeli**

Bağcılık dünyada en yaygın tarımsal üretim faaliyetlerinden biridir ve yapılan çalışmada üretilen üzümlerin, işlenerek ve ürün çeşitliliğinin artırılarak pazarlanması halinde, ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlanabileceği sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 3 ton/gün olarak planlanmaktadır. Birim maliyeti (kg) 2,15 TL ve %39,5 net kar öngörülmektedir.

- **Üretim Süreci Ve Gerekli Ekipmanlar**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Yıkama ve seçme bandı	1	8	Kapak kapatma makinesi	1
2	Sıkma presi	1	9	Etiket yapıştırma makinesi	1
3	Çökeltme tankı	1	10	Paketleme makinası	1
4	Filtrasyon 40x40 plakalı	1	11	Forklift	1
5	Filtre tankı 5 ton	1	12	Jeneratör 400 KWA	1
6	Dolum makinesi	1	13	Taşıt	2
7	Çekirdek eleme makinesi	1			

- **Yatırım Maliyeti**

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri birim maliyet içindedir.

Planlanan Kapasite

Tesisin kurulum kapasitesi 3 ton/gün olarak planlanmaktadır. Yıllık kapasite kullanım oranı %65 olarak düşünülmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası Ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Yıkama ve seçme bandı	1	10.000	10.000
2	Sıkma presi	1	20.000	20.000
3	Çökeltme tankı	1	10.000	10.000
4	Filtrasyon 40x40 plakalı	1	9.000	9.000
5	Çekirdek eleme makinesi	1	10.000	10.000
6	Filtre tankı 5 ton	1	7.000	7.000
7	Dolum makinesi	1	8.000	8.000
8	Kapak kapatma makinesi	1	13.000	13.000
9	Etiket yapıştırma makinesi	1	14.000	14.000
10	Paketleme makinası	1	13.000	13.000
11	Forklift	1	40.000	40.000
12	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
13	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam				382.000

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ’nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife, (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi’nin su (fabrika) tarifesini, (Ocak 2017) olan 5,56 TL/m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için Yıllık 2760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

- **Hammadde Ve Diğer Girdi Miktarları**

Diğer yardımcı malzemeler maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddelerin toplamının %10’u olarak varsayılmış ve toplama dâhil edilmiş ve ambalaj giderleri bu kapsamda dikkate alınmıştır. 10 kg üzümünden 7,5 kg posa, çekirdek ve su elde edilir. Elde edilen bu ürünlerin %50’si su, %25’i çekirdek ve %25’i de posadır.

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar	Yıllık Maliyeti
1	Üzüm	1,20TL/KG	711.750	854.100 TL
Toplam				854.100

• İşletme Maliyeti

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde (Üzüm)	1,20	71.175,00	854.100
2.1	Ambalaj Şişe* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.2	Ambalaj Kutu* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.3	Yardımcı Malzeme 1* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.4	Yardımcı Malzeme 2* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.5	Elektrik (Enerji) (Sanayi Tek Zamanlı Tarife)	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti			
3.1	Genel Müdür	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter Ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış Ve Pazarlama Sorumlusu (2 Kişi)	3.000	6.000	72.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Mühendis	4.500	4.500	54.000
3.6	Teknik Müdür	4.000	4.000	48.000
3.7	Usta	2.200	2.200	26.400
3.8	İşçi (10)	1.777,50	17.775,00	213.300
3.9	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri (Sabit Yatırım Tutarın %2 İs Alınmıştır)	4.413,15	4.413,15	52.957,81
4.1	Bina İnşaat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.2	Makine Teçhizat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.3	Taşıt Araçları *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.4	Genel İdari Giderler4. Maddeye Dâhil Edildi.			
5	Amortismanlar			
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83
5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700
5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	3.366,67	3.366,67	40.400
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri			
6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme			
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler			
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi	10.129,45	10.129,45	121.523,43
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000

8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)	12.905,07	12.905,07	154.860,78
10	Nakit İhtiyacı		141.955,72	1.703.468,59

- **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	2	72.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Mühendis	4.500	1	54.000
6	Teknik Müdür	4.000	1	48.000
7	Usta	2.200	2	52.800
8	İşçi	1.777,50	10	213.300
9	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			21	607.160

- **Birim Maliyetler ve Karlılık Oranları**

Hammadde maliyeti “Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları” tablosundan alınmıştır. “Genel Giderler Maliyeti”; “İşletme Maliyeti” tablosunda yer alan giderler toplamının (hammadde ve personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Personel Maliyeti” tabloda yer alan yıllık personel giderleri toplamının ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Toplam Birim Maliyet” ise; hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. “Yıllık Toplam Maliyet”; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Posa, Çekirdek ve Üzüm suyu (1kg)	1,2	0,1	0,85	2,15	1.532.435	3,0	39,34%	0,85

- **Sabit Yatırım Tutarı**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5’i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve

maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250,00	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000,00	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	382.000,00	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	11.460,00	Makine ve ekipman giderlerinin % 3'üdür.
Montaj Giderleri	15.300,00	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000,00	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	24.980,10	Diğer kalemlerin toplamının % 1'idir.
Beklenmeyen Giderler	124.900,50	Diğer kalemlerin toplamının % 5'idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	2.647.890,60	Tüm kalemlerin toplamıdır.

• Pazar Analizi

Devamlı cibre işleyen pilot tesislerde yapılan çalışmalarda şeker ve tartarik asitin ekstraksiyonundan sonra sıvı kısmın ayrılmasını izleyen aşamada, tortu kısmı kurutulur ve hasar görmemiş sağlam çekirdekler yağ üretimi için ayrılırlar. Geriye kalan cibre küspesi hayvan yemi olarak kullanılabilir. Yapılan bir hesaba göre 1 ton cibreden yaklaşık 183 kg hayvan yemi, 153 kg. yağ çıkarılacak çekirdek elde edilmektedir. Tartarik asit ve Tartaratlar: 2006 da yaptığı çalışmada 1 ton üzüm cibresinden üretilebilecek kalsiyum tartarat miktarı 50-75 kg olarak bulunmuştur. Tartarik asit sentetik yolla veya fermantasyon yolu ile elde edilebiliyorsa da, bu ürün şarap endüstrisi artıklarından elde olunan tabii ürünle rekabet edememektedir. Üzüm sırasındaki sabit asiditenin mevsim başında %25-40'ını teşkil eden tartarik asit, olgunlaşma süreci sonunda % 45-81'e kadar yükselmektedir. Kırmızı sofr şarabı cibresindeki tartarik asit miktarı % 11,1-16,1 iken, beyaz sofr şarabında bu miktar daha düşer ve % 4,2-11,1 olur. Çünkü kırmızı şarap imali sırasında cibre fermantasyonu esnasında sıradaki tartaratların bir kısmı daha cibre üzerinde toplanmaktadır. Ancak kırmızı sofr şarabı yapımından arta kalan cibre miktarı (156 kg./ton), beyazlardan (177kg/ ton) daha az olmaktadır.

Rakip Analizi

Elimizde kesin veri olmamakla birlikte 100 bin ton üzüm suyu, çekirdeği ve posası üretilmektedir.

- **Pazarlama Modeli**

Üzüm çekirdeğinde flavonoidlerden kateşin, epikateşin, prosiyanidinler ve antosiyaninler; fenolik asitlerden gallik asit bulunur. Ayrıca önemli bir resveratrol kaynağıdır. Dolayısıyla üzüm çekirdeğinin önemi son yıllarda artmıştır.

100 kg üzüm işlendiğinde yaklaşık olarak 20-25 kg atık ve artık açığa çıkmaktadır. Yüz binlerce ton şarap üretimi olduğu düşünüldüğünde atık miktarının çok yüksek olduğu görülmektedir. Üzüm cibresinin kompostu toprak iyileştirici, organik gübre veya toprak kaynaklı mikroorganizmaların kontrolü için kullanılabilir. Ayrıca Cibreden etil alkol, potasyum tartarat ve tartarik asit elde edilebilmektedir. Böylelikle yıllık ortalama 25 bin ton üzüm çekirdeği ekonomiye kazandırılabilir.

Türkiye’de cibre, hayvan yemi ve gübre olarak değerlendirilmektedir. Hayvan yemi olarak kullanılacak cibre taze olmalıdır. Sirkeleşip, küflenmiş cibre hayvanlara zararlıdır. Kırmızı şarap cibresinde, şeker düşük olmasına karşın, alkol ve tartarik asit miktarı beyaz şarap cibresinden daha yüksek olduğundan hayvan yemi olarak yeğlenmez. Cibrenin besin değeri az olup, samaninkine yakındır. Şarap Fabrikaları üzümün suyu sıkıldıktan sonra kalan cibreyi(%50 kabuk, %25 çekirdek, %25 Üzüm çöpü) hayvan yemi olarak satmaya çalışmakta, satamadıkları takdirde de çöpe atmaktadırlar. Bu da çevre kirliliği ve koku yaratmaktadır. Cibrenin Hayvan yemi olarak kullanım seviyesi diğer yemlere göre çok düşüktür ve tarlada ahır gübresi yerine kullanımı da Türkiye’de yaygın değildir.

Öğütülmüş Cibre sürdürülebilir ortam olduğundan hem ona rakip olacak hem de fiyatı yerli üretim nedeniyle daha ucuz olacaktır. Bu da Türkiye ekonomisi ve yetiştirici için büyük yarar sağlayacaktır. Öğütülmüş Cibre ticari üretime girebilirse kök ortamı maliyetinde büyük bir azalma sağlayacaktır. 1m 3 cibre 12TL, torf 350 TL, copça peat 250 TL, Perlit 125 TL, zeolit 150 TL ve kayayünü de 500 TL civarındadır. Buna göre cibrenin fiyatının 29 katı torfun, 21 katı coco peat’in, 10 katı perlitin, 12 katı zeolitin ve 42 katıda kayayünün fiyatıdır. Bu durumda Türkiye’ye özgü, en ucuz ve en kolay bulunabilen, çevre kirliliği yaratmadan sürdürülebilir bir ortam, Cibrenin kök ortamı olarak geliştirilmesiyle sağlanacaktır.

7.1.12. Tartarik Asit, Tanen Ve Gıda Renklendiricisi Üretim Tesis

- Çalışma Özeti

Yatırım Bilgileri	Birim	Açıklama
Yatırım Konusu	-	Cibrenin (posa) değerlendirildiği ara ürünler (Tartarik asit, Tanen ve Gıda renklendiricisi) Üretim Tesis
Üretilen Ürün/Hizmet	-	Tartarik asit, Tanen ve Gıda renklendiricisi
NACE Kodu	-	2411.4 Tartarik asit, Tanen ve Gıda renklendiricisi
GTİP No	-	2918.12 Tartarik asit, Tanen ve Gıda renklendiricisi
Yatırım Yeri	-	Elazığ
Yatırım Süresi	Ay	12
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Kapasite Kullanım Oranı	%	%65
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle Tesis Kapasitesi	Kg/Yıl	88.968
İlk Faaliyet Yılı İtibariyle İstihdam Kapasitesi	Kişi	21
Toplam Yatırım Tutarı	TL	2.660.992,20

- Değer Zincir Modeli

Yapılan çalışmada üretilen üzümlerin, işlenerek ve ürün çeşitliliğinin artırılarak pazarlanması halinde, ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlanabileceği sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada kurulacak tesisin kapasitesi 10 ton/gün üzüm işleterek tartarik asit, tanen ve renklendirici üretimi planlamaktadır. Birim maliyeti (kg) 26,6TL ve %87,9 net kar öngörülmektedir.

- Üretim Süreci ve Gerekli Ekipmanlar

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet
1	Yıkama ve seçme bandı	1	8	Kapak kapatma makinesi	1
2	Sıkma presi	1	9	Etiket yapıştırma makinesi	1
3	Çökeltme tankı	1	10	Paketleme makinası	1
4	Filtrasyon 40x40 plakalı	1	11	Forklift	1
5	Asit süzme makinesi	1	12	Jeneratör 400 KWA	1
6	Filtre tankı 5 ton	1	13	Taşıt	2
7	Dolum makinesi	1	14	Çeşitli laboratuvar malzemeleri	1

- Yatırım Maliyeti

Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmış olup elektrik-tesisat bedelleri birim maliyet içindedir.

- **Planlanan Kapasite**

Tesisin kurulum kapasitesi 10 ton/gün üzüm işletecek şekilde planlanmaktadır. Yıllık kapasite kullanım oranı %65 olarak düşünülmektedir.

- **Arsa-İnşaat-Altyapı Maliyeti**

	Alan (m ²)	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)
Arsa	9500		
Ana Fabrika Binası	1500	630	945.000
Yardımcı Bina	500	390	195.000
Depolar	500	390	195.000
Yönetim Binası Ve Sosyal Tesisler	1000	650	650.000
Toplam			1.985.000

- **Etüt Proje Maliyeti**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5'i düzeyinde olacağı varsayılmıştır.

- **Tesis Kurulum Maliyeti**

Sıra No	Makine Ekipman Adı	Adet	Birim Fiyat (TL)	Tutar (TL)*
1	Yıkama ve seçme bandı	1	10.000	10.000
2	Sıkma Presi	1	20.000	20.000
3	Çökeltme tankı	1	10.000	10.000
4	Filtrasyon 40x40 plakalı	1	9.000	9.000
5	Asit süzme makinesi	1	12.000	12.000
6	Filtre tankı 5 ton	1	7.000	7.000
7	Çeşitli laboratuvar malzemeleri	1	10.000	10.000
8	Dolum makinesi	1	8.000	8.000
9	Kapak kapatma makinesi	1	13.000	13.000
10	Etiket yapıştırma makinesi	1	14.000	14.000
11	Paketleme makinası	1	13.000	13.000
12	Forklift	1	40.000	40.000
13	Jeneratör 400 KWA	1	48.000	48.000
14	Taşıt	2	90.000	180.000
Toplam				394.000

*KDV dâhil değildir.

- **İşletme Maliyeti**

Tesis için işletme maliyeti aylık ve yıllık olarak hesaplanmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3'ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1'i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür. Elektrik değeri için Fırat Elektrik Dağıtım AŞ'nin sanayi işyerleri için uygulanan tek zamanlı tarife, (Aralık 2016) yıllık 4000 kWh birim fiyatı 0,255TL olarak hesaplanmıştır. Su giderleri için Elazığ Belediyesi'nin su (fabrika) tarifesi, (Ocak 2017) olan

5,56 TL/m³ ve aylık 1000 m³ tüketim üzerinden hesaplanmıştır. Yakıt için yıllık 2760,00 TL gider olabileceğini öngörülmüştür.

- **Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları**

Diğer yardımcı malzemeler maliyeti, her bir ürün içerisindeki hammaddelerin toplamının %10'u olarak varsayılmış ve toplama dâhil edilmiş ve ambalaj giderleri bu kapsamda dikkate alınmıştır. 1 ton üzümünden 37,5 kg tartarik asit üretilebileceği öngörülmüştür.

No	Ürün	Birim Fiyat	Miktar	Yıllık Maliyeti
1	Üzüm	24 TL/KG	88.968	2.135.232 TL
Toplam				2.135.232

- **İşletme Maliyeti**

Sıra No	Maliyet Kalemi	Birim Fiyatı (TL)	Aylık Maliyet (TL)	Yıllık Maliyet (TL)
1	Hammadde (Üzüm)	24	177.937,50	2.135.232
2.1	Ambalaj Şişe* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.2	Ambalaj Kutu* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.3	Yardımcı Malzeme 1* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.4	Yardımcı Malzeme 2* Hammaddeye Dâhil Edildi.			
2.5	Elektrik (Enerji) (Sanayi Tek Zamanlı Tarife)	0,255	1.020	12.240
2.6	Su	5,56	5.560	66.720
27	Yakıt	250	230	2.760
3	Personel/İşçilik Maliyeti			
3.1	Genel Müdür	6.000	6.000	72.000
3.2	Sekreter Ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.3	Satış Ve Pazarlama Sorumlusu (2 Kişi)	3.000	6.000	72.000
3.4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	2.200	26.400
3.5	Mühendis	4.500	4.500	54.000
3.6	Teknik Müdür	4.000	4.000	48.000
3.7	Usta	2.200	2.200	26.400
3.8	İşçi (10)	1.777,50	17.775,00	213.300
3.9	Bekçi	1.777,50	1.777,50	21.330
4	Bakım Onarım Giderleri (Sabit Yatırım Tutarın %2 İs Alınmıştır.	4.434,99	4.434,99	53.219,84
4.1	Bina İnşaat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.2	Makine Teçhizat *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.3	Taşıt Araçları *4. Maddeye Dâhil Edildi.			
4.4	Genel İdari Giderler4. Maddeye Dâhil Edildi.			
5	Amortismanlar			
5.1	Etüt Proje (5 Yıllık) %20	1.654,17	1.654,17	8.270,83

5.2	Bina İnşaat (50 Yıllık) %2	3.308,33	3.308,33	39.700
5.3	Makine Teçhizat (5 Yıllık) %20	3.566,67	3.566,67	42.800
5.4	Taşıt Araçları (5 Yıllık) %20	3.000	3.000	36.000
6	Nakliyat Giderleri			
6.1	Hammadde Üzüm (Yardımcı Ve Sarf Malzeme Dâhil)	2.000	2.000	24.000
6.2	Sarf/Yardımcı Malzeme			
6.3	Nihai Ürün	1.000	1.000	12.000
7	Diğer Sabit Giderler			
7.1	Makine Teçhizat Sigortası	120	120	1440
7.2	Bina (Deprem Yangın) Sigortası	100	100	1200
7.3	Taşıt Sigortası	200	200	4800
7.4	SGK Primi	10.129,45	10.129,45	121.523,43
7.5	Yıllık Emlak Vergisi	1.200	1.200	4.800
7.6	Yıllık Taşıt Vergisi	120	120	1.200
7.7	Diğer Vergiler	1000	1000	12.000
8	Reklam Gideri (Pazarlama Satış Giderleri)	5.000	5.000	60.000
9	Diğer Giderler (1-8. Madde Giderlerinin %10 U Kadar Alınmıştır.)	23.583,50	23.583,50	283.001,98
10	Nakit İhtiyacı		259.418,49	3.113.021,83

• **Personel/İşçilik Maliyeti**

Yönetim ve üretimde üst kademede çalışacak personelin maaşı Elazığ ilindeki piyasa koşulları ve yapılacak işin niteliği dikkate alınarak belirlenmiştir. Asgari ücret (1.777,50 TL) belirlenirken 2017 yılı tutarı baz alınmış ve 2020 yılına kadar her yıl %10 artış olacağı varsayılmıştır. Brüt ücretlere işveren payı dâhildir.

No	Pozisyon	Aylık Brüt Ücretler	Personel Sayısı	Yıllık Brüt Ücretler
1	Genel Müdür	6.000	1	72.000
2	Sekreter ve İdari İşler Sorumlusu	2.200	1	26.400
3	Satış ve Pazarlama Sorumlusu	3.000	2	72.000
4	Ön Muhasebe Sorumlusu	2.200	1	26.400
5	Mühendis	4.500	1	54.000
6	Teknik Müdür	4.000	1	48.000
7	Usta	2.200	2	52.800
8	İşçi	1.777,50	10	213.300
9	Bekçi-Şoför	1.777,50	2	42.660
Toplam			21	607.160

• **Birim Maliyetler Ve Karlılık Oranları**

Hammadde maliyeti “Hammadde ve Diğer Girdi Miktarları” tablosundan alınmıştır. “Genel Giderler Maliyeti”; “İşletme Maliyeti” tablosunda yer alan giderler toplamının (hammadde ve personel giderleri hariç olmak üzere) ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Personel Maliyeti” tablosunda yer alan yıllık personel giderleri toplamının

ürünün ilk yıldaki toplam üretim miktarına bölünmesiyle elde edilmiştir. “Toplam Birim Maliyet”; hammadde maliyeti, genel giderler maliyeti ve personel maliyetinin toplamı ile elde edilmiştir. “Yıllık Toplam Maliyet”; ürünün toplam birim maliyeti ile ilk yıldaki toplam üretim miktarının çarpımı ile elde edilmiştir.

Üretim Türleri	Hammadde Maliyeti	Genel Giderler Maliyeti	Personel Maliyeti	Toplam Birim Maliyet	Yıllık Toplam Maliyet	Birim Satış Fiyatı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Oranı	Birim Ürün Başına Düşen Karlılık Tutarı
Tartarik asit (1kg)	24	0,38	6,82	31,20	2.776.200	40	28,19%	8,80

- **Sabit Yatırım Tutarı**

Etüt proje gideri tutarı hesaplanırken bina inşaat giderleri tutarının %5’i düzeyinde olacağı varsayılmıştır. Yatırımcının işyerini inşa edebileceği bir araziye sahip olduğu varsayılmış ve maliyet belirtilmemiştir. Bina inşaat giderleri hesaplanırken Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın 2016 yılı birim fiyatı ortalaması olarak 567,14 TL/m² esas alınmıştır. Makine-ekipman ve tefrişat giderleri “Makine-Ekipman ve Tefrişat Bilgileri” tablosundan alınmıştır. Demirbaş giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %3’ü düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Montaj giderlerinin makine-ekipman ve tefrişat giderlerinin %1’i düzeyinde bir maliyeti olacağı varsayılmıştır. Kuruluş işlemleri ve harç masrafları limited şirketler için 5.000 TL olarak öngörülmüştür.

Yatırım Kalemleri	Tutar	Giderle İlgili Açıklama
Etüt Proje Giderleri	99.250,00	Bina inşaatının projelendirme (Keşif, metraj, plan, harita ve çizim) ve zemin etüt maliyetidir.
Arazi Alım Giderleri	0,00	Arazi-arsa alımı yapılmayacaktır
Bina Yapımı	1.985.000,00	Tesis yapım maliyetidir.
Makine-Ekipman ve Tefrişatlar	394.000,00	Makine, ekipman, tefrişat ve donanımların KDV hariç tutarlarıdır.
Demirbaş Giderleri	11.820,00	Makine ve ekipman giderlerinin % 3’üdür.
Montaj Giderleri	15.300,00	Makinelerin montaj giderleridir.
Kuruluş İşlemleri ve Harç Masrafları	5.000,00	Limited Şirket için öngörülmüştür.
Genel Giderler	25.103,70	Diğer kalemlerin toplamının % 1’idir.
Beklenmeyen Giderler	125.518,50	Diğer kalemlerin toplamının % 5’idir.
Sabit Yatırım Alt Toplamı	2.660.992,20	Tüm yatırımların toplamıdır.

- **Pazar Analizi**

Devamlı cibre işleyen pilot tesislerde yapılan çalışmalarda şeker ve tartarik asitin ekstraksiyonundan sonra sıvı kısmın ayrılmasını izleyen aşamada, tortu kısmı kurutulur ve hasar görmemiş sağlam çekirdekler yağ üretimi için ayrılmaktadır. Geriye kalan cibre küspesi hayvan yemi olarak kullanılmaktadır. Yapılan bir hesaba göre 1 ton cibreden yaklaşık 183 kg hayvan yemi, 153 kg. yağ çıkarılacak çekirdek elde edilmektedir. Tartarik asit sentetik yolla veya fermantasyon yolu ile elde edilebiliyorsa da, bu ürün şarap endüstrisi artıklarından elde olunan

tabii ürünle rekabet edememektedir. Üzüm şirasındaki sabit asiditenin mevsim başında %25-40'ını teşkil eden tartarik asit, olgunlaşma süreci sonunda % 45-81'e kadar yükselmektedir. Kırmızı sofr şarabı cibresindeki tartarik asit miktarı % 11,1-16,1 iken, beyaz sofr şarabında bu miktar daha düşer ve % 4,2-11,1 olur. Çünkü kırmızı şarap imali sırasında cibre fermantasyonu esnasında şıradaki tartaratların bir kısmı daha cibre üzerinde toplanmaktadır. Ancak kırmızı sofr şarabı yapımından arta kalan cibre miktarı (156 kg./ton), beyazlardan (177kg/ ton) daha az olmaktadır.

- **Rakip Analizi**

Elimizde kesin veri olmamakla birlikte tartarik asit gıda renklendirici üretimi için yıllık 100 bin ton üzüm işlenmektedir.

- **Pazarlama Modeli**

Üzüm çekirdeğinde flavonoidlerden kateşin, epikateşin, prosiyanidinler ve antosiyaninler; fenolik asitlerden gallik asit bulunur. Ayrıca önemli bir resveratrol kaynağıdır. Dolayısıyla üzüm çekirdeğinin önemi son yıllarda artmıştır. 100 kg üzüm işlendiğinde yaklaşık olarak 20-25 kg atık ve artık açığa çıkmaktadır. Yüz binlerce ton şarap üretimi olduğu düşünüldüğünde atık miktarının çok yüksek olduğu görülmektedir. Üzüm cibresinin kompostu toprak iyileştirici, organik gübre veya toprak kaynaklı mikroorganizmaların kontrolü için kullanılabilir. Ayrıca cibreden etil alkol, potasyum tartarat ve tartarik asit elde edilebilmektedir. Böylelikle yıllık ortalama 25 bin ton üzüm çekirdeği ekonomiye kazandırılabilir. Türkiye'de cibre, hayvan yemi ve gübre olarak değerlendirilmektedir. Hayvan yemi olarak kullanılacak cibre taze olmalıdır. Sirkeleşip, küflenmiş cibre hayvanlara zararlıdır. Kırmızı şarap cibresinde, şeker düşük olmasına karşın, alkol ve tartarik asit miktarı beyaz şarap cibresinden daha yüksek olduğundan hayvan yemi olarak yeğlenmez. Cibrenin besin değeri az olup, samaninkine yakındır. Şarap fabrikaları üzümün suyu sıkıldıktan sonra kalan cibreyi(%50 kabuk, %25 çekirdek, %25 üzüm çöpü) hayvan yemi olarak satmaya çalışmakta, satamadıkları takdirde de çöpe atmaktadırlar. Bu da çevre kirliliği ve koku yaratmaktadır. Cibrenin hayvan yemi olarak kullanım seviyesi diğer yemlere göre çok düşüktür ve tarlada ahır gübresi yerine kullanımı da Türkiye'de yaygın değildir. Öğütölmüş cibre sürdürülebilir ortam olduğundan hem ona rakip olacak hem de fiyatı yerli üretim nedeniyle daha ucuz olacaktır. Bu da Türkiye ekonomisi ve yetiştirici için büyük yarar sağlayacaktır. Öğütölmüş cibre ticari üretime girebilirse kök ortamı maliyetinde büyük bir azalma sağlayacaktır. 1m 3 cibre 12TL, torf 350 TL, coco peat 250 TL, perlit 125 TL, zeolit 150 TL ve kayayünü de 500 TL civarındadır. Buna göre cibrenin fiyatının 29 katı torfun, 21 katı coco peat'in, 10 katı perlitin, 12 katı zeolit ve 42 katıda kayayünün

fiyatıdır. Bu durumda Türkiye'ye özgü, en ucuz ve en kolay bulunabilen, çevre kirliliği yaratmadan sürdürülebilir bir ortam, cibrenin kök ortamı olarak geliştirilmesiyle sağlanacaktır.

7.2. Potansiyel Barındıran Ve Ticari Değeri Bulunan Ürünlerin Yatırım Ortamı Analizi

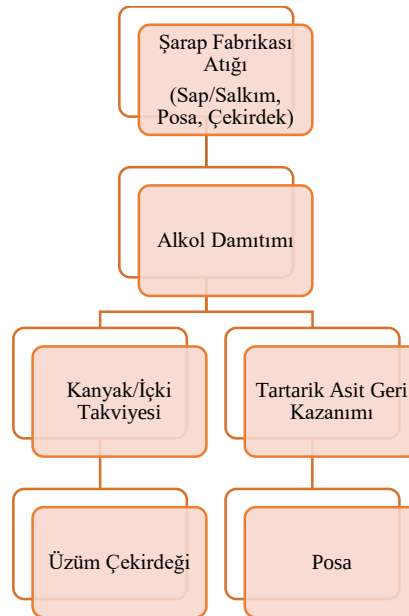
Daha önceki bölümlerde de aktarıldığı gibi üzüm sektöründe hâlihazırda üretimi yaygın olarak yapılan ürünlerin yanı sıra ticari açıdan potansiyel barındıran ürünler de bulunmaktadır. Bu ürünler; üzümün posası, çekirdeği ve suyu doğrudan değerlendirilerek elde edilebilmekle beraber üzüm sektörünün -özellikle şarap sektörü- sanayi atıkları değerlendirilerek de üretilmektedir.

Bu bağlamda; 11 üzüm sektörü ürünü ve 1 bağ tesisi için hazırlanan yatırım fizibilitelerine ek olarak potansiyel barındıran ürünler için de yatırım ortamı analizi gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda da ele ilk olarak bahsi geçen ürünlerin sınıflandırması ile üretim şemaları verilmekte, katma değer analizi yapılmakta ve ticarileştirilme sorunsalları değerlendirilmektedir. Son olarak yurt dışından bir iyi uygulama örneği ile yatırım analizi desteklenmektedir.

7.3.1. Potansiyel Ürünler ve Üretim Şemaları

İlk olarak her bir potansiyel ürün için hammadde üzerinden bir sınıflandırma yapmak üretim şemaları daha anlaşılır kılacaktır.

Şekil 15 Potansiyel Ürün Üretiminde Kullanılan Hammaddelerin Üretim Şeması



Yukarıdaki şekilden de anlaşılacağı üzere potansiyel ürün başlığı altında ele alınan ürünler çoğunlukla şarap imalatı olmak üzere üzüm sektörünün sanayi atıkları değerlendirilerek üretilmektedir. Bu bağlamda potansiyel ürünlerin hammaddesi olarak görülen üzüm sektörü

sanayi atıklarının bu ürünlerin hammaddesi haline gelene kadar geçirdiği süreç şarap imalatı üzerinden gösterilmektedir.

İlk aşamada “çekirdek” ve “posa” üzüm ürünleri fabrikalarından (çoğunlukla şarap fabrikaları) alınarak çeşitli ürünlere işlenmektedir. Bu noktada ilk sınıflandırma çekirdek ve posa üzerinden 2 başlık altında yapılmaktadır. Bunlara ek olarak çekirdek ve posanın değerlendirildiği üretim prosesinde ürün elde edilirken aynı zamanda bir sanayi atığı olarak “pres küspesi” ortaya çıkmaktadır. Pres küspesi de değerlendirilerek yeni bir ürün elde edilebilmektedir.

Sonuç olarak potansiyel ürünler; çekirdek, posa ve pres küspesinden elde edilen ürünler olarak 3 ayrı başlık altında sınıflandırılmaktadır.

İlk olarak üzüm çekirdeği yağından sofralık yağ başta olmak üzere; kozmetik/spa ürünleri, deri/vinil/ahşap koruyucu, biodizel vb. çeşitli ürünler elde edilebilmektedir.

Üzüm çekirdeğinin hammadde olarak değerlendirilmesi ile elde edilebilecek ürünler aşağıdaki şekilde görülmektedir.

Şekil 16 Üzüm Çekirdeğinden Elde Edilen Ürünler

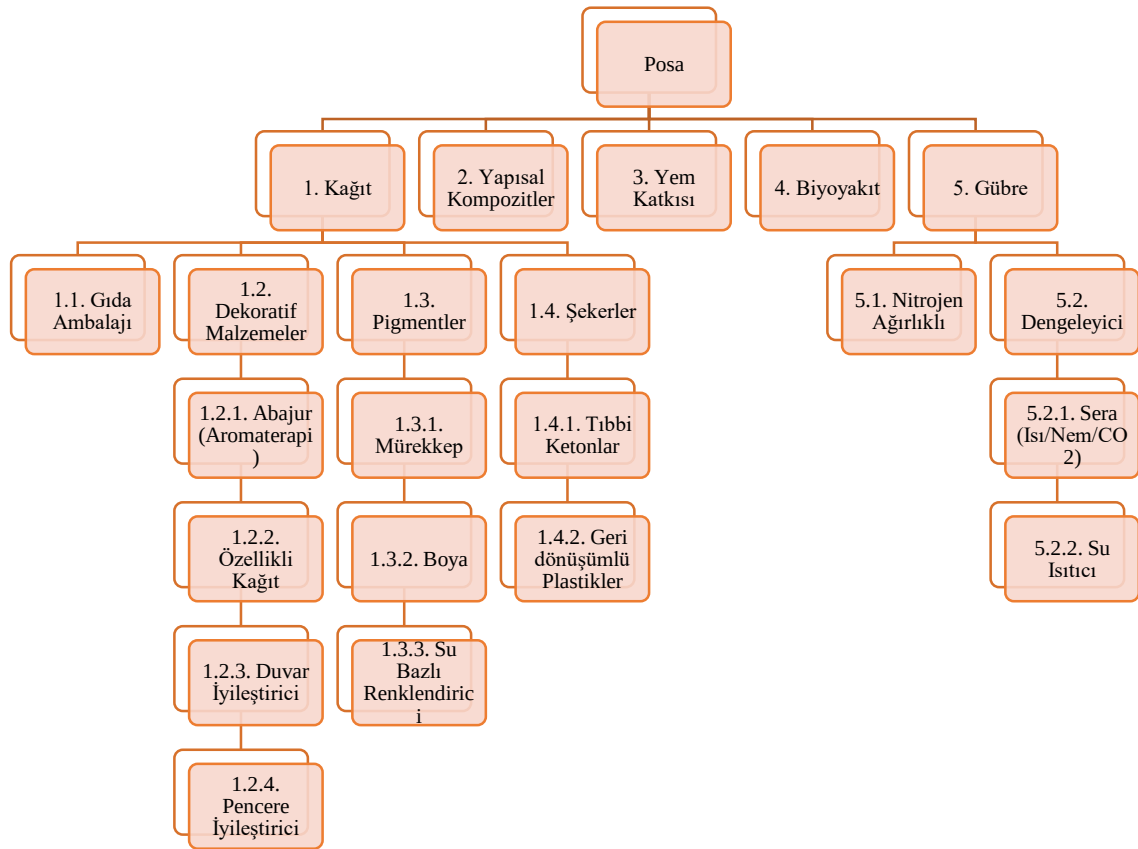


Üzüm çekirdeğinin yağı çıkarıldıktan sonra geriye kalan pres küspesi de farklı ürünlerin üretimi için değerlendirilebilmektedir.

Diğer yandan şarap ya da doğrudan üzümün suyundan üretilen ürünler yapılırken üzümün çöp ve saplarının ayrıldığı kısmı oluşturan bir yan ürün olarak tanımlanan üzüm posasından da çok farklı ürünler elde edilebilmektedir. Geçmişte değerlendirilebilir bir sanayi atığı olarak görülüp sadece hayvancılık sektöründe yem olarak kullanılsa da günümüzde yapılan araştırma çalışmalarının neticesinde içerdiği antioksidan maddeler nedeniyle farklı kullanım alanları ortaya çıkmaktadır.

Elde edilen posadan yeterince yararlanılamaması sonucu, üretim noktalarında önemli miktarlardaki birikim nedeniyle söz konusu posalar çevre kirliliğine de neden olabilmektedir. Bu nedenle üzüm posasının yeni ürünlere işlenmesi sadece ürün geliştirme konusunda değil çevre kirliliğini önleme konusunda da büyük önem arz etmektedir.

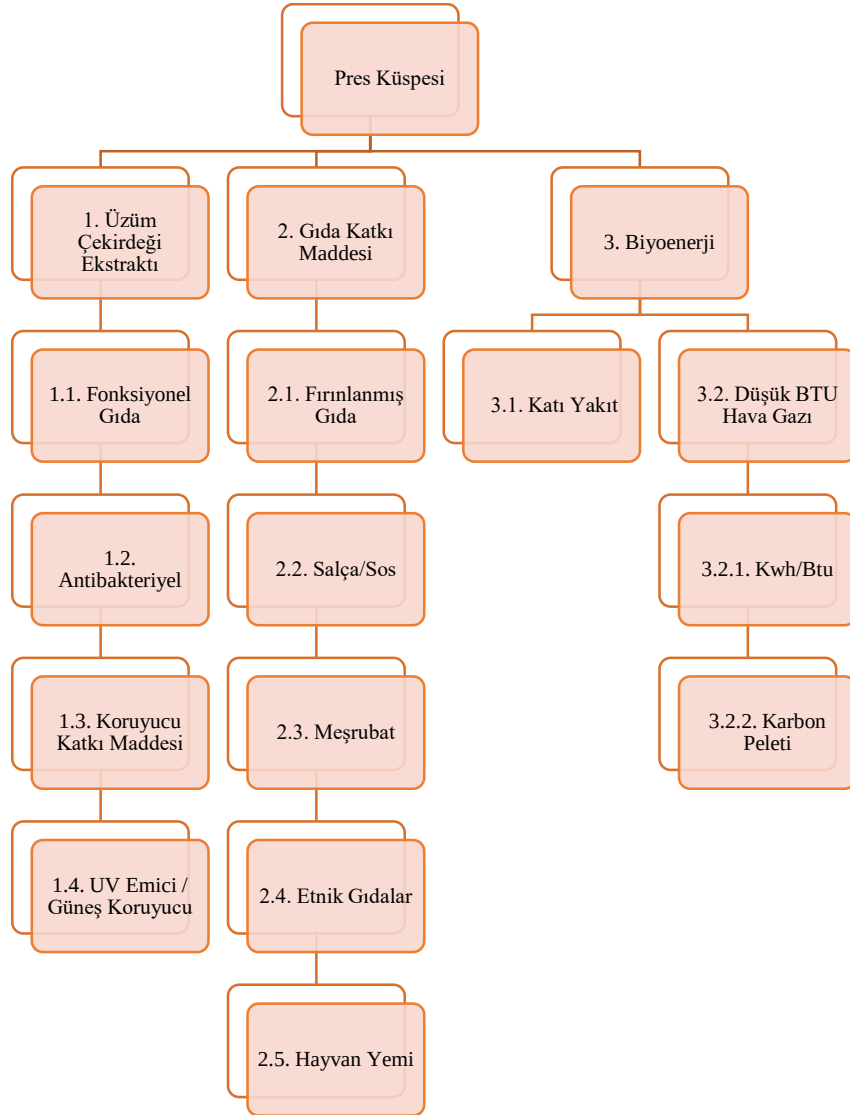
Şekil 17 Üzüm Posasından Elde Edilen Ürünler



Yukarıdaki şekil incelendiğinde üzüm posasından üretilen ürünlerde posanın çoğunlukla “ilave ürün” yani katkı maddesi olduğu görülmektedir. Üzüm posasının bu şekilde değerlendirilme sebebi ise; ilave edildiğinde besinlerin pH, asetik asit, butirik asit ve amonyak azotu konsantrasyonlarını düşürmesi ve laktik asit ve propiyonik asit düzeylerini arttırması olarak görülebilir.

Son olarak da çekirdek ve posadan çeşitli ürünler üretildikten sonra açığa çıkan pres küspesi değerlendirilmektedir. Özü çıkarılan üzüm çekirdeklerinin ve posaların arta kalan kısmı olan pres küspesi ilk bakışta değerli bir hayvan yemi, yakacak ve gübre olarak görülmektedir. Bu düşünceye sahip olmadaki en önemli etken de üzüm küspesinin protein bakımından oldukça zengin olmasıdır.

Şekil 18 Pres Küspesinden Elde Edilen Ürünler



Ancak yukarıdaki şekil incelendiğinden pres küspesinden çok farklı ürünler elde edildiği görülmektedir. Öyle ki 3 temel başlıkta (üzüm çekirdeği ekstraktı, gıda katkı maddesi ve biyoenerji) sıralanan 11 farklı ürün bulunmaktadır.

7.3.2. Potansiyel Ürünlerin Katma Değer Analizi

Üzüm sektöründe son dönemde gıda sektörünün tamamında olduğu gibi katma değeri etkileyen 3 önemli unsur bulunmaktadır.

- Hammadde Tercihi (Kaliteli Üzüm Çeşitlerinin Yarattığı Katma Değer)

- Arge ve İnovasyon (Yeni ve Yenilikçi Ürünlerin Yarattığı Katma Değer)
- Bilinçli Tüketici Tercihleri (Organik Ve Geri Dönüşümlü Ürünlerin Yarattığı Katma Değer)

İlk olarak üzüm sektöründe işlenen her ürün için katma değer oluşturan ilk etken hammadde olarak alınan üzüm çeşidinin kalitesidir. Arge ve inovasyon çalışmaları da üzüm sektörünün mevcut yarattığı katma değerini geliştirmesini sağlamaktadır. Bu gelişmeler ile üzüm sektöründe işlenen ürünler ve uygulanan üretim teknikleri katma değer artışını tetiklemektedir. Diğer yandan geri dönüşümlü ya da organik ikincil ürün üretiminde uygulanan yöntem ve tekniklerin ise genel geçer üretim tekniklerinden farklı olması ve bu ürünlerin değerinin yüksek olması sebeplerinden ötürü üzüm sektörünün üreteceği katma değeri etkileyebilmektedir.

Tablo 62 Üzüm ve Üzüm Ürünlerinin Ortalama Birim Fiyatları

Ürün	Miktar	Ortalama Fiyat
Yaş Üzüm	1 KG	1,75 TL
Organik Yaş Üzüm	1 KG	70,50 TL
Kuru Üzüm	1 KG	4,50 TL
Organik Kuru Üzüm	1 KG	24,00 TL
Sirke	1 LT	4,00 TL
Üzüm Suyu	1 LT	5,00 TL
Üzüm Pekmezi	1 LT	15,00 TL
Organik Üzüm Pekmezi	1 LT	25,00 TL
Üzüm Pestili	1 KG	25,00 TL
Organik Üzüm Pestili	1 KG	40,00 TL
Üzüm Çekirdeği Tozu	1 KG	80,00 TL
Üzüm Şurubu	1 LT	97,50 TL
Üzüm Çekirdeği Ekstresi	1 Kg	110,00 TL
Üzüm Çekirdeği Unu	1 KG	135,00 TL
Üzüm Çekirdeği Yağı	1 LT	275,00 TL

Yukarıda bahsedilen katma değer unsurlarının önemi tabloda da oldukça net bir şekilde fark edilmektedir. Öyle ki tabloda en düşük fiyata sahip olan yaş üzümün birim fiyatı 1,75 TL iken tabloda en yüksek fiyata sahip üzüm çekirdeği yağının fiyatı 275,00 TL'dir. İki ürünün de hammaddesinin üzüm olduğu düşünülürse üzüm sektöründe katma değer ne denli önem arz ettiği görülmektedir.

7.3.3. Potansiyel Ürünlerin Ticarileşme Sorunsalı

Bir önceki bölümde üzüm ve üzüm ürünlerin sahip olduğu katma değere dikkat çekilmiştir. Üzüm sektörü her ne kadar büyük bir potansiyele sahip olsa da bahsedilen potansiyel ürünler için tam anlamıyla ticarileşme sağlanamamaktadır.

Potansiyel Ürünlerin Ticarileştirilme Avantajları

- Yaşam standartlarının yükselmesi

- Daha sağlıklı kırsal ekonomilerin oluşması
- Çevre bilincinin gelişmesi
- Geri dönüşüm için hammadde tedarikinin sürdürülebilir kılınması
- Daha çeşitli enerji kaynaklarının ortaya çıkması

Potansiyel Ürünlerin Ticarileştirilme Zorlukları

- Tüketici bilincinin yeterince oluşmamış olması
- Alternatif ürünlerin piyasada değerlendirilmesi için ham
- Fikri mülkiyet yönetimindeki belirsizlikler/sorunlar
- Teknik yetersizlikler
- İhracat piyasasındaki sorunlar
- Üretim altyapısının gelişmemiş olması
- Finansman yetersizliği

Görüldüğü gibi potansiyel ürünler büyük bir ticarileştirilme potansiyeline sahiptir aynı zamanda da ticarileştirilme sürecinde pek çok sorun bulunmaktadır. Sonuç olarak oldukça yeni olan ve hem ilgi gören hem de sistemi tam oturmamış bir alan olduğu için üzüm sektöründe potansiyel ürünlerin üretimi çok yaygınlaşmamaktadır. Öte yandan az da olsa dünyada iyi uygulama örnekleri de bulunmaktadır.

7.3.4. Üzüm Sektörü Potansiyel Ürün Üretiminde İyi Uygulama Örneği: AprèsVin

AprèsVin; kelime anlamı olarak “şaraptan sonra” anlamına gelmektedir. Üzüm sektörü sanayi atıklarının değerlendirilmesinde iyi uygulama örneği olarak incelenen AprèsVin işletmesi ise, küçük bir aile şirketi olup, üzümünden daha fazla fayda sağlamak amacıyla ABD’nin Washington eyaletindeki Yakima Vadisi’nde kurulmuştur.

AprèsVin, üzüm sektörü sanayi atıklarını değerlendirerek sağlıklı ve besin değeri yüksek ürünler üreten ve bu ürünlerin ticari üretimine öncülük eden ABD'deki ilk işletmedir. AprèsVin’in Yakima Vadisi’nde kurulmasındaki en önemli etken ise; bölgede bulunan üzüm bağları ve şarap fabrikalarıdır. İşletme; bölgedeki şarap fabrikalarından alınan sanayi atıklarını -posa, sap/salkım ve çekirdek- işleminden geçirerek üzüm çekirdeğinden çeşitli ürünler elde etmekte ve bu ürünlerin satışını gerçekleştirmektedir.

- Hammadde Temini
- Üretim Metotları
- Ürün Kataloğu
- Satış Kanalları
- Biyoyakıt Üretim Çalışmaları

AprèsVin işletmesi; iyi uygulama örneği olarak ele alınırken işletmenin üretim ve satış süreçlerini anlamlandırmak adına sırasıyla yukarıdaki başlıklar üzerinden bilgi verilmektedir.

7.3.5. Hammadde Temini

AprèsVin işletmesinin bulunduğu Yakima Vadisi'ni Washington eyaletindeki birçok üzüm bağına ve şaraphaneye (fabrika/imalathane) yakın konumdadır. Washington eyaletindeki şarap üreticilerinin üretimde tercih ettiği üzüm çeşitleri; Caco, Himrod, Campbell Early, Interlaken Seedless, Riesling, Chardonnay, Catavba, Miabell, Concord, Niagara, Delaware, Romulus, Fredonia, Cabernet Sauvignon, Merlot, Schuyler, Golden Misket, Seneca, Van Buren ve Worden gibi aroma bakımından karakteristik çeşitlerdir.

Washington üzüm bağlarının ve şaraphanelerin konuşlandığı lokasyonlara göre 70 farklı bölgeye ayrılmaktadır. Bu 70 farklı bölgede ise büyüklü küçüklü toplamda 290 şaraphane faaliyet göstermektedir.

AprèsVin işletmesinin bulunduğu Yakima Bölgesi'nde ise toplamda 19 şaraphane yer almaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi AprèsVin'in Yakima Vadisi'nde kurulmasındaki en önemli etken bölgede bulunan üzüm bağları ve şarap fabrikaları olduğundan Washington'da faaliyet gösteren her bir şaraphane AprèsVin'in potansiyel hammadde temin noktalarıdır. AprèsVin'in kullandığı hammaddeler; Doğu Washington'daki şarap imalathanelerinin şarap mahzenlerinden AprèsVin tarafından toplanmaktadır.

7.3.6. Üretim Metotları

Bölgedeki şarap üreticileri ABD'nin en karakteristik üzümlerini (*Caco, Himrod, Campbell Early, Interlaken Seedless, Riesling, Chardonnay, Catavba, Miabell, Concord, Niagara, Delaware, Romulus, Fredonia, Cabernet Sauvignon, Merlot, Schuyler, Golden Misket, Seneca, Van Buren ve Worden*) kullanarak kaliteli üretim gerçekleştiren üreticilerdir. Bu üreticiler; üstün kalitede şarapları üretmek için süreç içinde olağanüstü bir özen göstermektedir. Dolayısıyla sanayi atığı olarak ortaya çıkan sap/salkım, posa ve çekirdek de hem karakteristiği hem de üretim metodu sayesinde oldukça kaliteli olmaktadır.

Hammadde teminini bu üreticilerin sanayi atıklarından sağlayan AprèsVin de hammaddenin kalitesine uygun şekilde hammaddenin doğallığını ve besleyiciliğini korumak adına çeşitli önlemler alınmaktadır.

Üzüm çekirdeği yağı ve unu üretim sürecinde hammaddenin lojistik sürecinden başlayarak önlemler alınmaktadır. Hammadde toplanırken sap/salkım, posa ve çekirdek ayrı ayrı tasnif edilmekte ayrıca her bir hammadde de üzüm çeşidine göre yine alt tasnife alınmaktadır. Örneğin; üzüm çekirdeği posa ve sap/salkımdan ayrı bir yerde depolanırken aynı zamanda Golden Misket çeşidinin çekirdeği ile Van Buren çeşidinin çekirdeği de ayrı ayrı

depolanmaktadır. Bunun sebebi ise; 27 çeşit üzüm çekirdeği yağında ve 8 çeşit üzüm çekirdeği ununda kullanılan hammaddelerin her birinin farklı aromaya sahip olmasıdır. Bunun yanı sıra ayrı ayrı kurutulmuş ve soğuk preslenmiş durumda bulunan üzüm çekirdeklerinden; ekstra özel, besin değeri yüksek, sağlıklı ve çeşitli üzüm çekirdeği yağları/unları üretilmektedir.

Tıpkı şarap çeşitleri gibi, beyaz üzüm çeşitlerinden (*Riesling* ve *Chardonnay*) preslenmiş yağlar/unlar ile kırmızı üzüm çeşitlerinden (*Cabernet Sauvignon* ve *Merlot*) preslenmiş yağlar/unlar arasında çok belirgin lezzet farklılıkları bulunmaktadır.

- **Üzüm Çekirdeği Yağı Üretimi**

Büyük elekler vasıtasıyla suyu alınan üzümlerin büyük kalıntıları (posa, sap/salkım, çekirdek hepsi birlikte) ayrılmaktadır. Ortalama birkaç saat süren eleme/ayırma işleminden sonra posa, sap/salkım, çekirdek ayrıştırılarak kurutmaya hazır hale getirilmektedir. Üzüm suyunun çoğunluğu çekirdekten ayrıştırıldığı için posa kolay bir şekilde deriden sıyrılmaktadır. İşleme alınmadan önce ürünler kurutulmaktadır. Temizlemedeki/ayırıştırmadaki bu çok aşamalı süreç; kuru ürünlerin %99,9 çekirdek olmasını sağlamaktadır.

Huninin içine konulan çekirdeklere soğuk presleme yapılmakta ve pres küspesi ibrikten sıkılırken üzüm çekirdeği yağı ibriğin alt kısmında bulunan varillerde biriktirilmektedir. Yağın elde edilmesi ile şişeleme aşamasına geçilmektedir ki şişeleme yoğun olarak insan emeği gerektirmektedir. Şişelemede dolgu gereci kullanılırken gereç personeller tarafından yönlendirilmektedir. Son olarak mantar, etiket ve ısı büzüşmeli kapsül eklenerek şişeleme işlemi tamamlanmakta ve ürün satışa hazır hale getirilmektedir.

Üzüm çekirdeği yağları mutfakta çok yönlü bir kullanıma sahiptir. Tıpkı sızma zeytinyağı gibi oda sıcaklığında muhafaza edilmektedir. Yüksek duman noktasında da (485 derece F) *Après Vin*'in üzüm çekirdeği yağları, yanmamaktadır. Bu nedenle hem fabrikadaki hem de satış noktalarındaki bekleme sürecinde sorun yaşanmamaktadır.

- **Üzüm Çekirdeği Unu Üretimi**

Büyük elekler vasıtasıyla suyu alınan üzümlerin büyük kalıntıları (posa, sap/salkım, çekirdek hepsi birlikte) ayrılmaktadır. Ortalama birkaç saat süren eleme/ayırma işleminden sonra posa, sap/salkım, çekirdek ayrıştırılarak kurutmaya hazır hale getirilmektedir. İşleme alınmadan önce ürünler kurutulmaktadır. Sonrasında da anti oksidan açısından zengin ve glütensiz üzüm çekirdeği unu üretmek üzere üzüm çekirdekleri öğütülmektedir. Çekirdeğin katı kısımları (pres küspesi); frezlemeden sonra toplanmaktadır. Ardından bir un değirmeninde ince öğütme tekniği kullanılarak mevcut pres küspesi pişirilerek son derece besleyici bir un haline getirilmektedir.

Yağ ve un üretiminden geriye kalan pres küspesi (yağ bırakıldıktan sonra ortaya çıkan sıkıştırılmış katı durumdaki küspe) daha sonra fırınlanmış katkı maddeleri (yem) olarak kullanılabilir.

- **Ürün Kataloğu**

İşletmede üretilen ürünler üzüm çekirdeği yağları ve glütensiz üzüm çekirdeği unları olmak üzere 2 ana başlık altında ele alınabilir.

- **Üzüm Çekirdeği Yağı (27 Çeşit)**

1 gram zeytinyağı, kanola yağı ve üzüm çekirdeği yağı besin değeri bazında kıyaslandığında; üzüm çekirdeği yağının hem çoklu doymamış yağlar hem de E vitamini açısından diğer yağlardan daha zengin olduğu görülmektedir. Çoklu doymamış yağlar, antioksidanlar ve diğer fotokimyasal maddeleri içeriğinde barındıran üzüm çekirdeği yağı oldukça zengin bir sağlık kaynağı olarak görülmektedir.

Vücudun ihtiyaç duyduğu esansiyel yağ asitleri arasındaki linolenik (LNA) ve linoleik (LA) asitler-omega 3 ve 6 üzüm çekirdeği yağında bulunmaktadır. Bu yağlar, zararlı LDL kolesterolü düşürürken hücresel işlev ve canlılık için önemli besin maddeleri sağlamaktadır. Ayrıca, araştırmalar üzüm çekirdeği yağının yaşlanmayı önlediğini ve çeşitli rahatsızlıkları olumlu yönde etkilediğini ortaya çıkarmıştır.

Bu denli faydalı ve sağlıklı özelliklere sahip üzüm çekirdeği yağı, beslenme değerlerini arttırırken doymuş yağ tüketimini en aza indirmeye öncelik veren bir yapıya sahiptir. Bu nedenle sadece damak tadına değil aynı zamanda sağlık bilincine sahip olan tüketiciler için daha da çekici hale gelmektedir.

- **Üzüm Çekirdeği Unu (8 Çeşit)**

100 gr. kıvılcık, yaban mersini, ahududu ve üzüm çekirdeği ununun besin değerleri ele alındığında; üzüm çekirdeği ununun özellikle antioksidan içeriği bakımından diğer meyve tohumlarının unlarından daha etkin olduğu görülmektedir. En kaliteli üzüm çekirdeği unları ise Riesling, Chardonnay, Cabernet Sauvignon ve Merlot çeşitlerinin çeşitlerinden elde edilmektedir.

Üzüm çekirdeği unu tek başına gıdalarda kullanılmaktansa ekmek, makarna ve çeşitli hamur işlerine eklenerek gıdaların besin değerlerinin arttırılması için belirli oranda bu gıdaların içeriğine katılmaktadır. Ağırlıklı olarak %5 ile %10 oranında veya kuru bileşen içerikleri başına 1-2 çorba kaşığı eklenen üzüm çekirdeği unu; standart katkı maddeleri ile hazırlanan ekmek ve diğer pişmiş unlu gıdaların antioksidan içeriklerini 3.000 ile 5.000 kat oranında artırmaktadır.

Bu alanda artan çalışmalar; üzüm çekirdeğinden elde edilen un türevlerinin tüketiminin genel sağlık standartlarını arttırdığını göstermektedir. Bu nedenle besin değeri oldukça yüksek olan üzüm çekirdeğı unu tüketiciler tarafından tercih edilmektedir.

7.3.7. Satış Kanalları

AprèsVin’de üretilen ürünler ABD’nin 15 eyaletinde ve 31 şehrinde perakende satış noktası bulunmaktadır.

Tablo 63 AprèsVin’in ABD’de Perakende Satış Noktası Bulunan Eyaletler

No	Eyalet
1	Washington
2	Alaska
3	Arizona
4	Colorado
5	Florida
6	Idaho
7	Louisiana
8	Maryland
9	New York
10	North Carolina
11	Oregon
12	Pennsylvania
13	South Carolina
14	Texas
15	Virginia

ABD’nin 50 eyaleti ve AprèsVin’in 15 eyalette satış noktası olduğu düşünülürse yaklaşık olarak ABD’nin %30’nda satış noktası bulunmaktadır.

Tablo 64 AprèsVin’in ABD’de Perakende Satış Noktası Bulunan şehirler ve Satış Noktası Sayısı

Eyalet ve Satış Noktası Sayısı	şehir ve Satış Noktası Sayısı
Washington (33)	• Bellevue (1) • Cle Elum (1) • Ellensburg (2) • Olympia (2) • Pasco (1) • Paterson (1) • Prosser (6) • Richland (3) • Ritzville (1) • Snoqualmie (1) • Seattle (2) • Spokane (2) • Sunnyside (1) • West Richland (1) • Woodinville (3) • Yakima (4)

	• Zillah (1)
Alaska (1)	• Anchorage (1)
Arizona (1)	• Chandler (1)
Colorado (1)	• Broomfield (1)
Florida (2)	• Palm Beach Gardens (1) • Sarasota (1)
Idaho (1)	• Sandpoit (1)
Louisiana (1)	• Covington (1)
Maryland (1)	• Frederick (1)
New York (1)	• Millbrook (1)
North Carolina (1)	• Asheville (1)
Oregon (1)	• Happy Valley (1)
Pennsylvania (1)	• Bethel Park (1)
South Carolina (1)	• Greenville (1)
Texas (4)	• Allen (1) • Houston (1) • Plano (1) • The Woodlands (1)
Virginia (2)	• Charlottesville (1) • Richmond (1)

7.3.8. Biyoyakıt Üretim Çalışmaları

AprèsVin işletmesinin faaliyet gösterdiği Washington eyaletinde; “Temiz Enerji ve Çevre Projesi” olarak adlandırılan ve fizibilitesi hazırlanarak tanıtım lansmanı yapılan bir proje hayata geçirilmektedir. Proje; bölgedeki şarap sanayi atıklarının değerlendirilmesi yoluyla biyoyakıt üretmeyi amaçlamaktadır.

Washington eyaletinden alınan finansman desteği ile hayata geçirilen proje için bölgede faaliyet gösteren aşağıdaki kurum ve kuruluşlar görev almaktadır.

- Yakima Chief (Pelet Fabrikası Sahipleri)
- Mid-Valley Milling (Pelet Değirmeni Sahipleri/Operatörleri)
- Seattle Biodizel (Ham Gliserin Üretimi işletmesi)
- WSU Kimya Mühendisliği

Üretim ise aşağıdaki gibi gerçekleştirilmektedir.

- Yakima Chief adlı pelet fabrikasından yakıt harmanlama için yan ürünlerin/peletlerin getirilmesi
- Mid-Valley Milling adlı pelet değirmeni işletmesinden harmanlama tankının getirilmesi ve harmanlanan hammaddelerin tanklara doldurulması
- Seattle Biodiesel adlı işletmeden gliserin getirilmesi ve harmanlanan karışıma eklenmesi
- Meyve (üzüm) atıklarının, ahşabın ve gliserinin harmanlanması

- Pelet değirmenine harmanlanmış yem karışımının koyulması
- Karışımın gazlaştırmaya hazır peletler haline getirilmesi

Üretimi amaçlanan biyoyakıt ürün üzüm peleti; üzüm artıklarının kurutulup, öğütülerek talaş haline getirildikten sonra yüksek basınçla sıkıştırılmasıyla elde edilen 6-8 mm çapındaki yakıt topaklarıdır. Üzüm peleti yaklaşık %7-12 arasında nem içermektedir. Nem oranı az olduğu için kalorisi yakacak oduna göre daha yüksektir.

7.3.9. Sonuç

AprèsVin işletmesi; üzüm sektöründeki yeni uygulamalar açısından iyi bir örnek olarak gösterilmektedir. AprèsVin'in örnek olmasında önemli etkenler de bulunmaktadır ki işletmenin ABD'nin en büyük üzüm bağları ve şaraphaneleri ile aynı lokasyonda yer alması üretiminin daha sistemli hale gelmesini sağlamaktadır. Dünyada henüz tam olarak yaygınlaşmamış ürünlerin üretimini yapan AprèsVin; aynı zamanda üzüm sektörünün büyük pazarlarından olan ABD'de yaygın bir satış ağına dolayısıyla tüketici talebine sahiptir. Sonuç olarak AprèsVin potansiyel ürünlerin yatırımı için hem üretimde hem de pazarlamada iyi bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.

8. STRATEJİLER

Rapor kapsamında öncelikle dünya, Türkiye ve Elazığ ölçeğinde üzüm sektörü ayrı ayrı analiz edilmiştir. Ardından mevcut durum analizi ve yatırım ortamı analizi çalışmaları yapılmış ve elde edilen veriler doğrultusunda Elazığ üzüm sektörünün gelişimi için yapılması gereken çalışmalar belirlenmiştir. Bu çalışmaların nasıl gerçekleştirileceği ile ilgili çeşitli stratejiler oluşturulmuştur. Raporun bu bölümünde oluşturulan stratejiler ve bunlarla ilgili atılması gereken aksiyon adımları detaylı olarak ele alınmıştır.

Stratejiler üç ana başlık altında ele alınmaktadır.

- Bağıcılığın Geliştirilmesi ve Üzüm Üretiminin Arttırılmasına Yönelik Stratejiler
- Mevcut ve Potansiyel Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler
- Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejileri

Yukarıda verilen her bir başlık altında öncelikle stratejiler belirlenmekte sonrasında ise aksiyon adımları oluşturulmaktadır. Stratejiler; belirlenen hedeflere yönelik genel birer planlama iken aksiyon adımları doğrudan stratejinin nasıl hayata geçirileceğini yansıtmaktadır.

8.1. Bağıcılığın Geliştirilmesi ve Üzüm Üretiminin Arttırılmasına Yönelik Stratejiler

“Bağıcılığın Geliştirilmesi ve Üzüm Üretiminin Arttırılmasına Yönelik Stratejiler” başlığı altında üzüm sektörünün hammadde kaynağı olan bağların korunması, bağıcılığın geliştirilmesi ve etki alanının genişletilmesi ile ilgili stratejiler yer almaktadır.

Bu başlık altında 5 strateji ve 17 aksiyon adımı ele alınmaktadır.

Tablo 65 Bağıcılığın Geliştirilmesi ve Üzüm Üretiminin Arttırılmasına Yönelik Stratejiler ve Aksiyon Adımları

No	Strateji	Aksiyon Adımı
1	Elazığ bağcılık sektörüne dair güncel verilerin oluşturulması ve sektörün planlanması	• Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği ve Elazığ Ziraat Odası'nın sahip olduğu ürün çeşitliliği, üretim miktarı ve üretim alanı ile ilgili verilerin bir araya getirilerek güncellenmesi • Ortaya çıkan güncel veriler ile bir bağcılık veri tabanının oluşturulması • Ürün, üretim miktarı ve alan bazlı haritaların hazırlanması ve Elazığ bağcılığının bölgelere ayrılması • Çiftçi Kayıt Sistemi'ne kayıtlı çiftçiler için yıllık üretim projeksiyonlarının oluşturulması ve her yıl çiftçilerin bir önceki yıla göre ne kadar ilerleme kaydettiğini görmek için gelişim grafiği hazırlanması • 2018-2028 yılları arasında uygulanmak üzere Elazığ bağcılık sektörü için bir master plan hazırlanması

2	Üretici örgütlenmelerinin geliştirilmesi	• Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği'nin satış ve lojistik süreçlerindeki etkisinin güçlendirilmesi ve birliğin daha aktif hale getirilmesi • Üzüm Üreticileri Birliği'nde üreticilere bir anket uygulanması ve ihtiyaç duyulan alanda "Öküzgözü Üreticileri Birliği" ya da "Sofralık Üzüm Üreticileri Birliği" gibi alt yapılanmaların oluşturulması • Büyük ulusal işletmelerle işbirliği projelerinin geliştirilmesi ve bu işletmelerle üzüm üreticileri arasında uzun vadeli tedarik sözleşmelerinin imzalanması
3	Üzüm üreticilerinin bilinçlendirilmesi	• Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği ve Elazığ Ziraat Odası'nın bir araya gelerek bir eğitim takvimi oluşturması ve görev dağılımı yapması • "Verimlik", "Ürün Kalitesi", "İlaç-Gübre Kullanımı", "Hasat Uygulamaları", "İyi Tarım", "Organik Tarım" gibi sertifikalı eğitimlerin verilmesi • Eğitimlere katılan üreticilerin gelişiminin sürekli olarak takip edilmesi için bir "İnceleme Ekibi"nin kurulması • Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü'nde bulunan Bitkisel Üretim ve Bitki Sağlığı biriminin içinde bir "Üzüm Üretimi Danışma Merkezi" kurulması
4	Elazığ'daki üzüm çeşitleri ve üretimle ilgili bilimsel araştırmaların gerçekleştirilmesi	• Fırat Üniversitesi Tarım ve Hayvancılık Araştırma Merkezi Müdürlüğü ve Fırat Üniversitesi Bitkisel ve Hayvansal Üretim Bölümü tarafından; - Elazığ'daki üzüm çeşitleri ve bu çeşitlerin değerlendirilmesi ile ilgili araştırmalar yapması - Bölgenin ekolojik koşullarına uygun yeni üzüm çeşitlerinin neler olduğunun araştırılması - Her yıl uygulamalı olarak toprak ve ürün incelemesi yapılması, bunun sonucunda da bir değişim/gelişim grafiği hazırlanması
5	Profesyonel anlamda üretim yapan büyük bağların kurulması	• Elazığ'da alan ve üretim miktarı bakımından öne çıkan üreticilerin belirlenmesi ve bir toplantı düzenlenerek bu üreticiler arasından da yatırım yapmak isteyenlerin belirlenmesi • Büyük arazilerde profesyonel bir işletme mantığıyla bağların kurulması için bu üreticilere yönelik olarak yatırım teşviklerinin/desteklerinin ve potansiyel alıcıların belirlendiği bir sistem oluşturulması

Strateji 1: Elazığ bağcılık sektörüne dair güncel verilerin oluşturulması ve sektörün planlanması

- Aksiyon Adımı 1: Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği ve Elazığ Ziraat Odası'nın sahip olduğu verilerin bir araya getirilerek ürün çeşitliliği, üretim miktarı ve üretim alanı konusunda güncel verilerin oluşturulması
- Aksiyon Adımı 2: Ortaya çıkan güncel veriler ile bir bağcılık veri tabanının oluşturulması
- Aksiyon Adımı 3: Ürün, üretim miktarı ve alan bazlı haritaların hazırlanması ve Elazığ bağcılığın bölgelere ayrılması

- Aksiyon Adımı 4: Çiftçi Kayıt Sistemi'ne kayıtlı çiftçiler için yıllık üretim projeksiyonlarının oluşturulması ve her yıl çiftçilerin bir önceki yıla göre ne kadar ilerleme kaydettiğini görmek için gelişim grafiği hazırlanması
- Aksiyon Adımı 5: 2018-2028 yılları arasında uygulanmak üzere Elazığ bağcılık sektörü için bir master plan hazırlanması

İlk olarak, Elazığ üzüm sektörünün mevcut durumunu ortaya koyacak ve ilerlemesine yardımcı olacak bilgi kaynaklarına ve verilere sahip olan kurumların başında; Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği ve Elazığ Ziraat Odası gelmektedir. Bu üç kurumun sahip olduğu veriler kendi görevleri, sorumlulukları ve çalışma alanları kapsamında şekillendiğinden her bir kurumun elinde bütünüyle tüm sektörün mevcut durumunu ortaya koyacak bir veri bulunmamaktadır. Bu kurumların sahip olduğu veriler Elazığ'da üzüm ve üzüm ürünleri sanayisinin gelişmesinde lokomotif görevi görebilir. Bununla ilgili olarak Elazığ'da üzüm sektörüne yapılacak yatırımları şekillendirmek için öncelikle güncel ve bütünlüklü bir veri tabanı oluşturmak yerinde olacaktır.

Veri tabanının oluşturulmasında aşağıdaki gibi bir süreç izlenmesi yerinde olacaktır.

- Kurumların bir araya gelmesi ve görev paylaşımı yapması
- Her kurumun mevcuttaki verilerini güncellemesi
- Verilerin bir araya getirilerek ortak bir veri tabanı oluşturulması

Yukarıdaki gibi bir yöntem uygulandığında hem kurumlar kendi görev ve sorumlulukları dâhilinde ellerindeki verileri güncellemiş olacak hem de belirli konularda -örneğin; Elazığ'da toplam üzüm ekilen bağ alanı- her kurum aynı veri üzerinden çalışmalarını sürdürebilecektir. Böylelikle veri ikilikleri çözüme ulaştırılacaktır

Çalışmaların gidişatına yön verecek veri tabanının oluşturulmasının ardından üzüm çeşidi, üretim miktarı ve üretim alanı baz alınarak Elazığ üç farklı şekilde bölgelere ayrılacaktır. Bu haritalandırma çalışmasıyla hangi üzüm çeşidinin Elazığ'ın hangi bölgesinde, kaç ton ve ne büyüklükteki bir arazide yetiştirildiği ortaya çıkarılmalıdır. Bu uygulamanın bölge bazlı yapılmasıyla birlikte Çiftçi Kayıt Sistemi'ne kayıtlı çiftçiler için yıllık üretim projeksiyonları oluşturularak her yıl çiftçilerin bir önceki yıla göre ne kadar ilerleme kaydettiğini görmek için gelişim grafiği hazırlanmalıdır.

Tüm bu çalışmalar; mevcut durumu ortaya koyacağından bağcılık faaliyetlerinin sistemli bir şekilde ilerlemesi için de bir planlamanın yapılması uygun olacaktır. Bu noktada da 2018-2028 yılları arasında uygulanmak üzere Elazığ bağcılık sektörü için bir master plan hazırlanabilir.

Mevcut durumda Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü tarafından 2005 yılında hazırlanmış bir tarım master planı bulunmaktadır. Plan ile tarımsal kaynakların belirlenmesi, kısıtların ortaya konulması, tarımsal kaynak ve potansiyelin değerlendirilerek tarımda verimliliğin ve çiftçi gelirlerinin arttırılması, ürün arzında sürekliliğin sağlanması; tarımın çevre, sanayi, turizm gibi diğer sektörlerle ilişkilerinin belirlenmesi, doğal kaynakların ve çevrenin korunması hedeflenmektedir. (*Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, 2005*).

Bitkisel üretim özelinde master plandaki hedefler

- Yöreye uygun sertifikalı tohumluk ve fide/fidan kullanımı
- Bilinçli girdi kullanımı
- Sulanabilir alanların sulamaya açılması ve drenaj problemi olan alanların rehabilite edilmesi
- Nadas alanlarının daraltılması
- Tarıma elverişli olup kullanılmayan arazilerin değerlendirilmesi
- Arazi parçalanmasının engellenmesi
- Sözleşmeli üretimin yaygınlaştırılması
- Örgütlenmenin teşvik edilmesi
- Sektörle ilgili sanayinin desteklenmesi (*Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, 2005*).

Mevcuttaki bu çalışmada; Elazığ'daki tüm tarım faaliyetleri içermekte ve aynı zamanda bağcılık faaliyetleri için de önermeler sunmaktadır. Diğer yandan bağcılık konusunda spesifik önermelerin olmaması da yeni bir çalışma yapılmasını gerektirmektedir. Sonuç olarak Elazığ bağcılık sektörü için bir master plan hazırlanması doğru olacaktır.

Strateji 2: Üretici örgütlenmelerinin geliştirilmesi

- Aksiyon Adımı 1: Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği'nin satış ve lojistik süreçlerindeki etkisinin güçlendirilmesi ve birliğin daha aktif hale getirilmesi
- Aksiyon Adımı 2: Üzüm Üreticileri Birliği'nde üreticilere bir anket uygulanması ve ihtiyaç duyulan alanda “Öküzgözü Üreticileri Birliği” ya da “Sofralık Üzüm Üreticileri Birliği” gibi alt yapılanmaların oluşturulması
- Aksiyon Adımı 3: Büyük ulusal işletmelerle işbirliği projelerinin geliştirilmesi ve bu işletmelerle üzüm üreticileri arasında uzun vadeli tedarik sözleşmelerinin imzalanması

Üretici birliklerinin üyelerine destek sağladığı en kilit nokta satış-pazarlama sürecinin üretici için en karlı şekilde organize edilmesidir. Üretici birlikleri; ilk olarak piyasa araştırması yaparak üyelerinin ürünlerine pazar bulmak, ürünlerin pazara arzını düzenlemek ile sorumludur. Bu noktada üretici birliklerinin ürünlerin satış fiyatının belirlenmesinde önemli ölçüde etkin olduğu bilinmektedir. Bu nedenle bir ilde gelişmiş bir sektörde faaliyet gösteren bir üretici birliğinin olmaması ya da aktif rol almaması üreticiler için birçok açıdan olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Diğer yandan üretici birliği aktif olduğunda ise; sektörde güç birliği sağlanarak maliyetleri düşüren önlemlerin alınması mümkündür. Buna ek olarak taban fiyat belirlenerek satış fiyatlarının yükselmesi de sağlanabilir. Bu bağlamda Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği'nin varlığı, Elazığ'daki üzüm üreticilerinin bu iki ihtiyacını tam olarak karşılayamamaktadır. Birliğin bu iki önemli fonksiyonun devre dışı kalması doğrudan üretici kazancının düşmesine neden olmaktadır.

Elazığ'da bu iki fonksiyon üzerinde daha etkin bir üretici birliğinin önündeki en büyük engel, şarap fabrikalarının özellikle üzüm alış fiyatları üzerindeki baskısıdır. Buna ek olarak özellikle hasat döneminde üzüm üreticilerinin girdi maliyetlerini karşılamak ve borçlarını ödemek için ürününü bir an önce satma ihtiyacı içinde olmaları rekabet güçlerini oldukça azaltmakta ve alıcı karşısında edilgen bir konuma sürüklenmelerine yol açmaktadır. Üretici birliklerinin olmaması ve kayısı piyasasına gerektiğinde müdahale ederek fiyat istikrarını sağlayacak ve haksız rekabeti önleyecek düzenleyici bir kuruluşun bulunmaması üreticiyi edilgen kılmaktadır. Bu olumsuz ortamın ortadan kaldırılması için öncelikle Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği'nin satış ve lojistik süreçlerindeki etkisinin güçlendirilmesi ve birliğin daha aktif hale getirilmesi gerekmektedir.

Elazığ'da üretici örgütlenmelerinin bir diğer eksiği ise alt yapılanmaların yeterince gelişmiş olmamasıdır. Bu eksikliği gidermek amacıyla Üzüm Üreticileri Birliği'ne üye olan üreticilere bir anket uygulanması ve ihtiyaç duyulan alanda “Öküzgözü Üreticileri Birliği” ya da “Sofralık Üzüm Üreticileri Birliği” gibi alt yapılanmaların oluşturulması üreticilerin sorunlarının spesifik olarak ele alınmasına olanak sağlayacaktır. Üretici örgütlerinin üyelerine destek verme konusunda eksik kaldığı noktalardan bir diğeri de ürünlerin satış garantisinin sağlanamaması ve üreticilerin hasadının satışını gerçekleştiremediği durumda zarar etmesidir. Bu eksikliği gidermek için de büyük ulusal işletmelerle işbirliği projelerinin geliştirilmesi ve bu işletmelerle üzüm üreticileri arasında uzun vadeli tedarik sözleşmelerinin imzalanması sağlanabilir. Sonuç olarak bu aksiyon adımları sayesinde Elazığ üzüm sektöründeki üretici örgütlenmelerinin geliştirilmesi sağlanacaktır.

Strateji 3: Üzüm üreticilerinin bilinçlendirilmesi

- Aksiyon Adımı 1: Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği ve Elazığ Ziraat Odası'nın bir araya gelerek bir eğitim takvimi oluşturması ve görev dağılımı yapması
- Aksiyon Adımı 2: “Verimlik”, “Ürün Kalitesi”, “İlaç-Gübre Kullanımı”, “Hasat Uygulamaları”, “İyi Tarım”, “Organik Tarım” gibi sertifikalı eğitimlerin verilmesi
- Aksiyon Adımı 3: Eğitimlere katılan üreticilerin gelişiminin sürekli olarak takip edilmesi için bir “İnceleme Ekibi”nin kurulması
- Aksiyon Adımı 4: Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü’de bulunan Bitkisel Üretim ve Bitki Sağlığı biriminin içinde bir “Üzüm Üretimi Danışma Merkezi” kurulması

Üzüm yetiştiriciliğinde ilaç-gübre kullanımı ve hasat teknikleri başta olmak üzere ürünün verimliliğini ve kalitesini doğrudan etkileyen uygulamalar çok sağlıklı yapılmamaktadır. Öyle ki toprak analizi yaptırarak ihtiyaca göre ilaç-gübre kullanan üretici sayısı yok denecek kadar azdır. İlaç-gübre kullanımının ve doğru hasat tekniklerinin önemi konusunda büyük bir bilgi eksikliği bulunmaktadır. Bu durumun sebebi olarak Elazığ’daki bağcılık faaliyetlerinin aile geleneği olarak yürütülmesi ve bu tür uygulamaların da tecrübe yoluyla oluşmasından kaynaklanmaktadır. Bu noktada da ildeki ilgili kurumlar tarafından yapılacak bilinçlendirme ve yaygınlaştırma çalışmaları büyük önem arz etmektedir.

İlk etapta konu ile birebir ilgili olan kurumlardan Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği ve Elazığ Ziraat Odası’nın bir araya gelerek bir eğitim takvimi oluşturması ve görev dağılımı yapması atılacak adımların daha planlı ilerlemesini sağlayacaktır. Bu kurumların bir program hazırlaması ile birlikte üzüm üreticilerine verilecek eğitimler belirlenmelidir. Tüm üreticilerin ihtiyaç duyduğu ve aşağıda belirtilen sorunları çözümüne yönelik eğitimlerin verilmesi yerinde olacaktır.

- İlaç-gübre kullanımı: Aşırı ve amaca uygun olmayan ilaç kullanımı oldukça yaygındır. İlaçların hasattan ne kadar önce kullanılacağı konusunda da bilgi eksikliği bulunmaktadır. Yasaklanan ilaçlar çiftçiler tarafından bilinmediğinden yasaklamadan uzun zaman sonra bile bu ilaçların kullanımına tanık olunmaktadır. Buradan yola çıkılarak konu ile ilgili bir eğitim programı oluşturulabilir.
- Sertifikalı Fidan Kullanımı: Sertifikalı fidanların satışı yeterli düzeyde değildir ve halen çok sayıda sertifikasız fidan satılmaktadır.

- Sulama Sistemleri: Suyun ölçülü ve kontrollü kullanılmasını zorunlu kılmaktadır. Bu da suyun naklinin ve sulamanın kapalı sistemlerle yapılmasıyla mümkündür. Bu anlamda damla sulama ve yağmurlama sulama gibi sistemlerin teşvik edilmesi gerekmektedir.
- Verimlilik ve Kalite: Asma ve dekar başına alınan verim yeterli olmanın çok gerisindedir. Bu anlamda bir taraftan üreticiler bilinçlendirilebilir ve verimi yüksek bağ kurulumu çalışmaları da gerçekleştirilebilir.

Diğer yandan; fidan seçimi ve dikimi, budama ve şekillendirme, hasat, kükürt uygulama ve kurutma gibi birçok uygulamada ciddi eksiklikler ve yanlış uygulamalar mevcuttur. Tüm bunların standardının sağlanması için üzüm üreticilerine çeşitli eğitimler verilebilir. Bu noktada; “Verimlik”, “Ürün Kalitesi”, “İlaç-Gübre Kullanımı”, “Hasat Uygulamaları”, “İyi Tarım”, “Organik Tarım” gibi eğitim başlıkları oluşturulması yerinde olacaktır.

Eğitilere katılan üreticilerin gelişiminin sürekli olarak takip edilmesi için bir “İnceleme Ekibi”nin kurulması ile Elazığ’daki üzüm bağı bulunan tüm köyler belli bir sistematik dâhilinde ziyaret edilerek sorunlar tespit edilmeli ve daha sonra iyi bir planlamayla bu sorunlara yönelik çözümler geliştirilmelidir. İnceleme ekibinin belirli periyotlarda gerçekleştireceği bu izleme ziyaretleri üreticilerin tüm sorunlarının ivedilikle çözüme ulaştırılmasına yetmeyeceğinden bir de Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü’de bulunan Bitkisel Üretim ve Bitki Sağlığı biriminin içinde bir “Üzüm Üretimi Danışma Merkezi” kurulması gerekmektedir. Bu şekilde yılın her döneminde üreticilerin yardım alabileceği bir birim oluşturulmuş olacaktır.

Strateji 4: Elazığ’daki üzüm çeşitleri ve üretimle ilgili bilimsel araştırmaların gerçekleştirilmesi

Fırat Üniversitesi Tarım ve Hayvancılık Araştırma Merkezi Müdürlüğü ve Fırat Üniversitesi Bitkisel ve Hayvansal Üretim Bölümü tarafından;

- Aksiyon Adımı 1: Elazığ’daki üzüm çeşitleri ve bu çeşitlerin değerlendirilmesi ile ilgili araştırmalar yapılması
- Aksiyon Adımı 2: Bölgenin ekolojik koşullarına uygun yeni üzüm çeşitlerinin neler olduğunun araştırılması
- Aksiyon Adımı 3: Her yıl uygulamalı olarak toprak ve ürün incelemesi yapılması, bunun sonucunda da bir değişim/gelişim grafiği hazırlanması

Günümüzde bağcılık ve üzüm sektörü ile ilgili pek çok bilgiyi; kitap, araştırma raporu, makale gibi basılı yayınlar ile birlikte doğrudan internet teknolojilerini kullanarak da edinmek mümkündür. Ancak gerek basılı yayınlar gerekse internet üzerinden erişilen bilgiler genel geçer bilgiler olup spesifik olarak bir yörenin bağcılık kültürünü ya da o yöreye özgü üzüm çeşidinin üretimini ele alan çalışmalar bulmak oldukça zordur. Elazığ üzüm sektörü ile ilgili de doğrudan bilgi edinilebilecek kaynak sayısı yok denecek kadar azdır.

Elazığ bağcılığının sahip olduğu potansiyel dikkate alınarak, verim ve kalitenin artırılması başta olmak üzere bağcılık ile ilgili her türlü türlü bilginin, ortaya çıkarılması, sınıflandırılması, kullanılması, dağıtımı ve depolanmasına olanak tanıyacak bilimsel temelli yeni araştırma çalışmalarının hazırlanması ve bu çalışmaların hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bu ekseninde hazırlanan bilimsel araştırmalar hem Elazığ bağcılığındaki yayın –yazılı, basılı akademik araştırmalar- eksikliğini gidermek hem de pratikte uygulanabilir araştırmaların –toprak analizi, yeni üzüm çeşidi geliştirme vb.- yaygınlaşmasını sağlayacaktır. Örneğin; bağcılık için uygun ekolojilerin belirlenmesinden, bu ekolojilerde yetiştirilecek üzüm çeşitlerinin seçimine ve bu çeşitlerin olgunluk zamanlarının tespitinden hastalık ve zararlı risklerine kadar çok sayıda bilgiyi pratikte uygulanabilir araştırmalar ile edinmek mümkün görünmektedir.

Elazığ'da bu ekseninde çalışmaların yapılmasında görev alabilecek birimlerin başında da Fırat Üniversitesi Tarım ve Hayvancılık Araştırma Merkezi Müdürlüğü ve Fırat Üniversitesi Bitkisel ve Hayvansal Üretim Bölümü gelmektedir. Bu birimler tarafından gerçekleştirilmesi ön görülen çalışmalardan ilki Elazığ'daki üzüm çeşitleri ve bu çeşitlerin değerlendirilmesi ile ilgili diğer çalışmaların temelini oluşturacak akademik araştırmaların yapılmasıdır. Bu birimler tarafından gerçekleştirilecek diğer tüm çalışmalardan verim alınabilmesi adına ilk olarak Elazığ'da hangi üzüm çeşidinin hangi ekolojik şartlarda ne ölçüde verim alınarak yetiştirildiği ve elde edilen ürünün nasıl değerlendirildiği öğrenilmelidir. Sonrasında ele alınacak uygulamalı çalışmaların kapsamı da bu şekilde belirlenmiş olacaktır. Bu araştırmalar neticesinde bölgenin ekolojik koşullarına uygun yeni üzüm çeşitlerinin neler olduğunun araştırılması da gerekmektedir. Çünkü mevcut çeşitlerin üretimi ile ilgili geleneksel yollarla edinilmiş bilgiler var olduğundan üretim bilimsel çerçeveye oturtulmasa da sürdürülebilmektedir. Ancak yeni çeşitlerin Elazığ bağcılık sektörüne entegre edilmesi için ön çalışma olarak bu tür araştırmaların yapılması yatırımların etkin kılınması için elzemdir. Mevcut ve yeni üzüm çeşitleri için çalışmaların tamamlanması ile birlikte her yıl uygulamalı olarak toprak ve ürün incelemesi yapılması sürecin izlenmesini ve olası yanlış uygulamaların önlenmesini sağlayacaktır. Bu izlemelerin sonucunda da bir değişim/gelişim grafiği hazırlanması sağlanabilir. Bahsedilen grafikler her üretim

sezonunun sonunda önceki yıllar ile kıyaslanabilir ve bir değişim/gelişim göstergesi oluşturulabilir. Bu sayede süreç kontrol altında tutulabilir.

Bu çalışmalar bağcılık faaliyetlerinin gelişmesini sağlarken aynı zamanda bağcılık sektörü ile ilgili akademisyen, öğrenci ve üreticiler ile diğer ilgililere, fidan temininden, bağ yerinin seçimine, budamadan, sulama ve gübrelemeye, ilaçlamadan muhafaza ve pazarlamaya kadar tüm konularda bilgi sunacaktır.

Strateji 5: Profesyonel anlamda üretim yapan büyük bağların kurulması

- Aksiyon Adımı 1: Elazığ'da alan ve üretim miktarı bakımından öne çıkan üreticilerin belirlenmesi ve bir toplantı düzenlenerek bu üreticiler arasından yatırım yapmak isteyenlerin belirlenmesi
- Aksiyon Adımı 2: Büyük arazilerde profesyonel bir işletme mantığıyla bağların kurulması için bu üreticilere yönelik olarak yatırım teşviklerinin/desteklerinin ve potansiyel alıcıların belirlendiği bir sistem oluşturulması

TRB1 Bölgesi'nin önemli bir bölümü bağcılığın yapılmasına elverişli bir bölge olmasına rağmen bölgede yetiştiriciliği yapılan üzüm çeşit sayısının fazlalığı ve değerlendirme ile ilgili yeterli yatırımların yapılmamış olması ürünün değerlendirilmesinde bazen tıkanmalara neden olmaktadır. Yalnızca Elazığ ilinde 12-13 çeşit üzüm yetiştiriciliği vardır. Bağ alanlarının küçük parçalar halinde olması ve çeşit standardizasyonunun bulunmaması bağcılığın ekonomik olarak verimliliğini sınırlandırmaktadır.

Elazığ'daki üzüm üretiminin yeterince karlı olmamasının en önemli sebeplerinden biri de bağcılık faaliyetlerinin aile geleneği olarak küçük ve profesyonel olarak işletilmeyen bağlarda gerçekleştirilmesidir. Elazığ üzüm sektörünün hammadde kaynağı olan bu bağların da birer işletme olarak değerlendirilmesi ve profesyonel bağ işletmelerinin kurulması için çalışmalar yürütülmelidir.

Dünyada bağcılık ile öne çıkmış ülkelerde bağ alanları ortalama 100 ile 200 dekar arasında değişmektedir. Ancak Elâzığ'daki üzüm bağlarının büyük bir kısmı bu ortalama değerden çok daha küçük alanlarda üretim yapmaktadır. Bu nedenle büyük arazilerde profesyonel bir işletme mantığıyla kurulacak üzüm bağlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Profesyonel işletme mantığıyla büyük alanlarda yapılacak bağcılık; yeterli mekanizasyonu, kalifiye işçileri ve bunların sürekli istihdamını sağlayacak ve dolayısıyla ürün kalitesini artırıp birim başına üretim maliyetlerini azaltacağından kar marjını artıracaktır. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak Elazığ'da alan ve

üretim miktarı bakımından öne çıkan üreticilerin belirlenmesi ve bir toplantı düzenlenerek bu üreticiler arasından da yatırım yapmak isteyenlerin belirlenmesi doğru olacaktır.

Diğer yandan bağcılığın gelişmesinde devlet destekleri önemli rol oynamaktadır. Kaliteli ve sertifikalı girdi kullanımı, verim artışı için girdi desteği sağlanması, basınçlı sulama sistemlerine geçiş ve yatırım teşvikleri TRB1 Bölgesi'nde yatırımların artmasına önemli katkılarda bulunmaktadır. Bu desteklerin yerinde ve amacına uygun olarak kullanımında yerel bürokrasinin etkililiği ile üreticilerin ve işletmecilerin sahipliliği önemlidir. Bu nedenle de büyük arazilerde profesyonel bir işletme mantığıyla bağların kurulması için bu üreticilere yönelik olarak yatırım teşviklerinin/desteklerinin ve potansiyel alıcıların belirlendiği bir sistem oluşturulması yatırımcıların devlet desteğinden haberdar olmasını ve desteğe erişmesini kolaylaştıracaktır.

8.2. Mevcut ve Potansiyel Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler

“Mevcut ve Potansiyel Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler” başlığı altında Elazığ üzüm sektöründeki mevcut yatırımların iyileştirilmesi ve potansiyel yatırımların hayata geçirilmesi ile ilgili stratejiler yer almaktadır.

Bu başlık altında 5 strateji ve 15 aksiyon adımı yer almaktadır.

Tablo 66 Mevcut ve Potansiyel Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler ve Aksiyon Adımları

No	Strateji	Aksiyon Adımı
1	Yöresel ürünlerin üretiminin geliştirilmesi ve üretimde standardizasyon un sağlanması	• “Orcik”, “pekmez” ve “pestil” gibi Elazığ’a özgü yöresel ürünlerin hammadde, üretim ve paketlenme hususlarında kalite normlarının belirlenmesi • Belirlenen kalite standartlarına göre Elazığ TSO’ya bağlı Kalite Yönetim Temsilciliği tarafından kalite yönetim sisteminin kurulması ve işletmelerin denetim altında tutulması • Kaliteli hammadde için üreticiler ve işletmeler arasında sözleşmeli üretim modelinin oluşturulması • Modern metotlarla üretim yapan büyük işletmelerde kalite kontrol ve standardizasyon birimlerinin oluşturulmasının sağlanması • Geleneksel metotlar ile üretim yapan küçük ve rekabet gücü zayıf işletmelerden ürün standardı olan butik markalar çıkarılması
2	Mevcutta üretimi yapılan ürünlere ek olarak yeni ürünlerin geliştirilmesi ve bu ürünlerin üretiminin	• Elazığ üzüm sektöründeki mevcut işletmelerin ürün çeşitliliğinin artırılması • Rapor kapsamında fizibilitesi hazırlanan 11 ürünün/ürün grubunun (geleneksel içecekler, yöresel yiyecekler, pekmez, kuru üzüm, üzüm çekirdeği yağı, üzüm suyu konsantresi, sirke, marmelat/reçel, salamura asma yaprağı, üzüm işleme tesisi, posanın değerlendirildiği ara ürünler) ve 1 bağ tesisinin Elazığ’da yatırıma dönüştürülmesi için 5 yıllık ayrıntılı yatırım planının hazırlanması

	gerçekleştirilmesi	
3	Sağlıksız depolama uygulamalarının yok edilmesi ve soğuk depolamanın yaygınlaştırılması	• Soğuk depolama sisteminin nasıl oturtulması gerektiği, kaç depoya ihtiyaç duyulduğu, ne kadar tonajlı bir depo kurulacağı ile ilgili bir fizibilitenin hazırlanması • Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü ve Elazığ TKDK İl Koordinatörlüğü'nün soğuk hava depolarının kurulması için Elazığ'daki üreticilerin ve kooperatiflerin katıldığı bir toplantı düzenlenmesi ve yatırımcıların belirlenmesi • Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın düşük faizli kredi ve hibe destekleri kapsamında proje hazırlayacak üreticilere ve kooperatiflere süreç içinde destek sağlanması
4	Üzüm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bir arada hareket edebilmesi için büyük çaplı yatırımların yapılması	• İşletmelerin etkileşim halinde üretim yapabileceği bir "Üzüm Ürünleri Küçük Sanayi Sitesi" kurulması • İşletmelerin pazarlama sorunlarını çözmek adına her bir işletmenin satış alanına sahip olacağı ortak pazarların/çarşıların kurulması • Tüm işletmelerin ürünlerini satışa sunabileceği "Elazığ Üzüm Pazarı" adlı bir e-ticaret sitesinin kurulması
5	Üzüm sektörünün sanayi atıklarının değerlendirilmesi	• Üzüm sektöründeki işletmelerin ve üzüm atıklarına ihtiyaç duyan işletmelerin bir araya getirilmesi ve ticari ilişkilerin atık değerlendirme konusunda organize edilerek gerekli protokollerin imzalanması • Üzüm sektörünün sanayi atıkları olan salkım, çekirdek ve posadan "üzüm posası tozu, çekirdek ekstratı, yem, ahır gübresi vb." üretilen işletmelerin kurulması

Strateji 1: Yöresel ürünlerin üretiminin geliştirilmesi ve üretimde standardizasyonun sağlanması

- Aksiyon Adımı 1: "Orcik", "pekmez" ve "pestil" gibi Elazığ'a özgü yöresel ürünlerin hammadde, üretim ve paketleme hususlarında kalite normlarının belirlenmesi
- Aksiyon Adımı 2: Belirlenen kalite standartlarına göre Elazığ TSO'ya bağlı Kalite Yönetim Temsilciliği tarafından kalite yönetim sisteminin kurulması ve işletmelerin denetim altında tutulması
- Aksiyon Adımı 3: Kaliteli hammadde için üreticiler ve işletmeler arasında sözleşmeli üretim modelinin oluşturulması
- Aksiyon Adımı 4: Modern metotlarla üretim yapan büyük işletmelerde kalite kontrol ve standardizasyon birimlerinin oluşturulmasının sağlanması
- Aksiyon Adımı 5: Geleneksel metotlar ile üretim yapan küçük ve rekabet gücü zayıf işletmelerden ürün standardı olan butik markalar çıkarılması

Elazığ'da üzüm ve üzüm ürünleri sanayisi ile ilgili olarak 3 temel üretim alanı vardır. Birincisi; üzüm tahıl üreticileri, ikincisi üzümü sirke, pekmez, pestil, reçel, meyve suyu, köfter, ezme vd. biçiminde işleyen işletmeler, üçüncüsü ise şarap üreticileridir. Dolayısıyla Elazığ üzüm sektöründe üzümün üç temel işleme standardı bulunmaktadır. İlki sofralık kullanımdır ki bu aşamada işleme ve paketlenme gibi durumlar söz konusu değildir. İkinci kullanım ise şarap olup genellikle üretimdeki kalite normları üretilen ürüne özgü olarak şarap markaları tarafından belirlenmekte ve uygulanmaktadır. Üçüncü kullanım ise yöresel ürünler olup halihazırda sadece üretimi yapan işletmeler tarafından belirlenen ve işletmeye özgü olan kalite normları bulunmaktadır. Ancak “orcik”, “pekmez” ve “pestil” gibi Elazığ’a özgü yöresel ürünlerin hammadde, üretim ve paketlenme hususlarında kalite normlarının belirlenmesi için aciliyetle bir çalışma yapılması gerekmektedir. Bu kalite normları belirlenirken, işletmelerin fikri alınmalı ve pratikte mümkün olan standartlar oluşturulmalıdır. Belirlenen kalite standartlarına göre Elazığ TSO’ya bağlı Kalite Yönetim Temsilciliği tarafından kalite yönetim sisteminin kurulması ve işletmelerin denetim altında tutulması da çalışmayı daha sistemli ve denetlenebilir kılacaktır.

Kalite standartlarının oluşturulması ve uygulamaların denetim altına alınması sadece hammaddenin işletmeye girdikten sonraki aşamalarını ele aldığından üretimin her anlamda belirli bir standart çerçevesinde gerçekleştirilmesi için hammaddenin de kalite standartlarına uygun yetiştirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle kaliteli hammadde için üreticiler ve işletmeler arasında sözleşmeli üretim modelinin oluşturulması sürecin tamamıyla belirli bir sistemde ilerlemesini sağlayacaktır. Ancak Elazığ'da sözleşmeli üretim yok denecek kadar azdır. Az sayıdaki şarap fabrikası-üretici sözleşmesi dışında sözleşmeye dayalı üretim yapılmamaktadır. Bu durum, aslında tüm tarafların aleyhine sonuçlanmaktadır. Öyle ki sözleşmesiz üretimin sonucu olarak üreticinin zaman zaman hasat ettiği üzümü satamamasının yanı sıra işletmelerinde hammaddenin kalitesi ve verimliliği ile ilgili garantisi bulunmamaktadır. Bu yüzden kaliteli hammadde temini sektörün geleceği açısından gereklilik göstermektedir.

İlgili kurumlar tarafından standartlarının belirlenmesi ve hammaddenin yapılacak sözleşmeler ile işletmenin kontrolünde üretilmesi ile birlikte modern metotlarla üretim yapan büyük işletmelerde kalite kontrol ve standardizasyon birimlerinin oluşturulmasının sağlanması tam olarak sürecin tamamlanmasını sağlayacaktır. Diğer yandan geleneksel metotlar ile üretim yapan küçük ve rekabet gücü zayıf işletmelerden ürün standardı olan butik markalar çıkarılması da önem arz etmektedir. Bu noktada atılması gereken ilk adım bu işletmelerin fiziki altyapılarının iyileştirilmesi olacaktır. Bu bağlamda işletmelerin, üretim altyapılarının gıda

güvenliğini garanti etmek üzere desteklenerek geliştirilmesi gerekmektedir. Bunun yanında üzüm ürünlerinin üretim aşamalarında kontrol ve sertifikasyon işlemlerinin etkin, hızlı ve doğru yapılabileceği laboratuvar – araştırma merkezlerinin kurulması da gerekmektedir.

Strateji 2: Mevcutta üretimi yapılan ürünlere ek olarak yeni ürünlerin geliştirilmesi ve bu ürünlerin üretiminin gerçekleştirilmesi

- Aksiyon Adımı 1: Elazığ üzüm sektöründeki mevcut işletmelerin ürün çeşitliliğinin artırılması
- Aksiyon Adımı 2: Rapor kapsamında fizibilitesi hazırlanan 11 ürünün/ürün grubunun (geleneksel içecekler, yöresel yiyecekler, pekmez, kuru üzüm, üzüm çekirdeği yağı, üzüm suyu konsantresi, sirke, marmelat/reçel, salamura asma yaprağı, üzüm işleme tesisi, posanın değerlendirildiği ara ürünler) ve 1 bağ tesisinin Elazığ'da yatırıma dönüştürülmesi için 5 yıllık ayrıntılı yatırım planının hazırlanması

Elazığ üzüm sektörü içinde üretimi yapılan ürünlerin başında; orcik, pekmez ve pestil gelmektedir. Üzüm sektörü denildiğinde de ilde akla gelen ürünler maalesef bu üç ürünle sınırlı kalmaktadır. Mevcutta üretimi yapılan ürünlere ek olarak yeni ürünlerin geliştirilmesi ve bu ürünlerin üretiminin gerçekleştirilmesi Elazığ üzüm sektörünün gelişmesi için atılması gereken ilk adımlardan biridir. Bunun için de üzüm sektöründeki mevcut işletmelerin ürün çeşitliliğinin artırılması sağlanmalıdır. Çünkü bol türev ürünlü katma değeri yüksek mamuller üretilmediği için Elazığ üzüm sektörü hem ulusal hem de uluslararası pazarların talebini karşılayabilecek yeterliliğe erişememektedir. Öyle ki satışlar ağırlıklı olarak sofralık üzüm olarak ve belirli firmalara bağımlı olarak yapılmakta, işlenmiş mamul madde olarak –örneğin; orcik, pestil, pekmez, üzüm suyu vb.- tüm piyasaya açılmamaktadır.

Rapor kapsamında fizibilitesi hazırlanan 11 ürünün/ürün grubunun (geleneksel içecekler, yöresel yiyecekler, pekmez, kuru üzüm, üzüm çekirdeği yağı, üzüm suyu konsantresi, sirke, marmelat/reçel, salamura asma yaprağı, üzüm işleme tesisi, posanın değerlendirildiği ara ürünler) ve 1 bağ tesisinin Elazığ'da yatırıma dönüştürülmesi için 5 yıllık ayrıntılı yatırım planının hazırlanması türev ürünlerin üretilmesi için süreci hızlandıracaktır.

Hâlihazırda satılan sofralık üzüm ve üretilen yöresel ürünler dışında, üzümün işlendiği ve tüketicinin daha fazla tercih ettiği ürünler, üzüm suyu, minimal işlenmiş üzüm (meyve salatası şeklinde), konserve üzüm, marmelat gibi katma değerli ürünlerin üretimi teşvik edilmelidir. Bu tip işlenmiş ürünlerin üretimi Elazığ üzüm sektörü pazarının genişlemesini sağlayacaktır.

Sonuç olarak Elazığ'daki işletmelerin katma değeri yüksek işlenmiş ürünlere yönelmeleri sağlanmalı ve üzümünden üretilen ürünlerin çeşitliliğinin artırılması çalışmalarına hız verilmelidir.

Strateji 3: Sağlıksız depolama uygulamalarının yok edilmesi ve soğuk depolamanın yaygınlaştırılması

- Aksiyon Adımı 1: Soğuk depolama sisteminin nasıl oturtulması gerektiği, kaç depoya ihtiyaç duyulduğu, ne kadar tonajlı bir depo kurulacağı ile ilgili bir fizibilitenin hazırlanması
- Aksiyon Adımı 2: Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü ve Elazığ TKDK İl Koordinatörlüğü'nün soğuk hava depolarının kurulması için Elazığ'daki üreticilerin ve kooperatiflerin katıldığı bir toplantı düzenlemesi ve yatırımcıların belirlenmesi
- Aksiyon Adımı 3: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın düşük faizli kredi ve hibe destekleri kapsamında proje hazırlayacak üreticilere ve kooperatiflere süreç içinde destek sağlanması

Lisanslı depoculuk yatırımlarının, depolama ömrü ve standardizasyona uygun yapısıyla üzüm için oldukça faydalı olacağı düşünülmektedir. Lisanslı depolar; 10 Şubat 2005 tarihinde kabul edilen 5300 sayılı “Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Kanunu” ve ilgili yönetmeliklerde belirlenen esaslara göre kurulmakta ve işletilmektedirler. İhtiyaç duyulan ürün ve ürün grupları için yönetmelikler hazırlama noktasında ise; Gümrük ve Ticaret Bakanlığı yetkili bulunmaktadır. Lisanslı depo kurmak ve işletme hakkı alabilmek için en az 1 milyon TL sermayeli anonim şirket olarak, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'ndan kuruluş ve faaliyet izni alınması da gerekmektedir. Bunun yanında firmalar, depolayabilecekleri ürünlerin rayiç değerinin yüzde 15'i kadar bakanlığa teminat vermelidir. Öte yandan ürün ihtisas borsaları veya ticaret borsaları altında çalıştırılacak lisanslı depolar; teslim edilen ürünleri işletmelerine kabul etmek, gerekiyorsa depolamaya uygun hale getirmek, kalite ve miktarını belirlemek, sigortalamak ve uygun şartlarda depolamak; işletmelerine kabul ettikleri ürünün karşılığı olarak, sahibine borsada alınıp satılabilecek ve rehin konularak banka kredisi alınabilecek bir ürün senedi temin etmek ve istek halinde sahibine ürünü zaman geçirmeden teslim etmek görevlerini yürütmekle yükümlüdürler. (*Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Kanunu: 2005*)

Ayrıca, yatırım teşvik sistemi aracılığıyla da lisanslı depoculuk yatırımları desteklenmektedir. Yatırımlarda devlet destekleri kapsamında en büyük avantajlara sahip olan 4. bölgede yer alan Bingöl, Elazığ, Malatya ve Tunceli illerinde (TRB1 Bölgesi), lisanslı depoculuk yatırımları,

teşvik sisteminden en üst seviyede faydalanabilmektedir. TRB1 Bölgesinde hububat ve baklagillerin yanı sıra, bölge ekonomisinde çok büyük yere sahip olan kayısı ve üzüm gibi meyvelere yönelik lisanslı depoların kurulması büyük yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Lisanslı depoculuğa yapılacak yatırımlar için yukarıdaki durumlar teşvik edici iken aynı zamanda yatırımcılar tarafından çekinceler de bulunmaktadır. Lisanslı depoculuğun ilk yatırım maliyetinin yüksek olması ve kâr oranlarının düşük öngörülmesi de bu alana yapılacak yatırımlara ilişkin çekinceler olarak görülmektedir. Bu nedenle, kar amacı gütmeyen kurum ve kuruluşların lisanslı depoculuk alanında atılacak adımlara öncülük etmeleri kritik önem taşımaktadır. Teknik olarak lisanslı depoculuğun sağlıklı biçimde uygulanabilmesi için, Elazığ'da depoculuğu yapılacak üzüme yönelik ihtisas borsalarının profesyonelleşmeleri önemli bir etki yaratacaktır. Lisanslı depoculuk ile ilgili yatırımlar; bölgedeki ticaret borsalarının, üretici örgütlerinin ve diğer paydaşların bu alanda atacakları ortak adımlarla gerçekleştirilmelidir.

Bu nedenle atılacak olan ilk adım soğuk depolama sisteminin nasıl planlanması gerektiği, kaç depoya ihtiyaç duyulduğu, ne kadar tonajlı bir depo kurulacağı ile ilgili bir fizibilitenin hazırlanması olacaktır. İhtiyaç analizinin yapılmasının ardından Elazığ Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü ve Elazığ TKDK İl Koordinatörlüğü'nün soğuk hava depolarının kurulması için Elazığ'daki üreticilerin ve kooperatiflerin katıldığı bir toplantı düzenlenmesi ve yatırımcıların belirlenmesi ile hem yatırım hem de yatırımcı hazır hale getirilecektir. Son olarak lisanslı depoculuk yatırımları oldukça yüksek bütçeli yatırımlar olduğundan yatırımlar gerçekleştirilirken devlet desteklerinde maksimum düzeyde faydalanmak adına Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın düşük faizli kredi ve hibe destekleri kapsamında proje hazırlayacak üreticilere ve kooperatiflere süreç içinde destek sağlanmalıdır.

Strateji 4: Üzüm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bir arada hareket edebilmesi için büyük çaplı yatırımların yapılması

- Aksiyon Adımı 1: İşletmelerin etkileşim halinde üretim yapabileceği bir “Üzüm Ürünleri Küçük Sanayi Sitesi” kurulması
- Aksiyon Adımı 2: İşletmelerin pazarlama sorunları çözmek adına her bir işletmenin satış alanına sahip olacağı ortak pazarların/çarşıların kurulması
- Aksiyon Adımı 3: Tüm işletmelerin ürünlerini satışa sunabileceği “Elazığ Üzüm Pazarı” adlı bir e-ticaret sitesinin kurulması

Elazığ'daki üzüm ve üzüm ürünleri üreten işletmelerin çoğunluğu KOBİ nitelikli işletmeler olup işletmelerin %90'ına yakını il veya bölgesel ölçekte üretimde bulunmaktadır. Sadece şarapçılık firmalarından bazıları ulusal ölçekte üretimde bulunmaktadır. Diğer üzüm işleyen işletmelerin önemli bir çoğunluğunun uluslararası standartlara uygun üretim yapamaması sektörün gelişmesini engellemektedir. Bu durumun sebebi olarak işletmelerin kurumsal yapısı, markalaşma sorunları ve rekabetçilik düzeyleri gibi durumlar gösterilebilir.

İlk olarak işletmelerin yapısından kaynaklanan ve gerek kurumsallaşmanın tamamlanamamasından gerekse nitelikli işgücüne olan ilgisizlikten dolayı işletmeleri profesyonellerin yönetmemesi sebebiyle işletmelerin sektörde etkin olamadığı söylenebilir. Buna ek olarak Elazığ'da üzüm ve üzüm ürünleri sanayisi açısından önemli sorunlardan birisi markalaşmadır. Markalaşma, pazarlama, tanıtım gibi faaliyetlere önem verilmemesi ile işletmelerin gelişimini engellemektedir. Rekabet düzeyi konusunda ise; Elazığ'da şarapçılık dışındaki işletmelerin çoğunluğu KOBİ niteliğinde olup, il veya bölgesel düzeyde çalışmaktadır. Kaliteli üzüm ve üzüm ürünleri üretimi konusunda bölgede bu alandaki işletmeler daha kaliteli ve fazla miktarda üretimde bulunabilmelidir. Bu durum rekabet açısından avantajlar oluşturabilecektir. Elazığ'ın konum olarak gerek hammaddelerin gerekse taleplerin kesiştiği bir noktada olduğunu söylemek zordur. Bu durum da gerek hammadde temininde gerekse pazara ulaşım adına dezavantaj oluşturmaktadır. Buna karşılık son yıllarda Elazığ'da bölge dışına hitap eden işletme sayısının arttığını da söylemek mümkündür.

Bütün bu olumsuz etkinlerin temelinde işletmelerin bir arada hareket edememesi yatmaktadır ki ancak hem fiziksel hem de yönetsel anlamda bu işletmelerin bir araya gelmesi ile sektörün gelişimi hızlandırılabilir. Sonuç olarak Elazığ'da üzüm ve üzüm ürünleri sanayisinin en önemli dezavantajlardan biri işletmelerin dağınık ve birbirinden kopuk olmasıdır. Kümeleme yaklaşımı ile işletmelerin, konu ile ilgili paydaşların bir araya gelmesi ve ilin kimliği altında üretimde, pazarlamada bulunması katma değer dönüşümünü daha da artırması mümkün görülmektedir.

Bunun içinde işletmelerin etkileşim halinde üretim yapabileceği bir “Üzüm Ürünleri Küçük Sanayi Sitesi” kurulması için adımlar atılmalıdır. İmalatın gerçekleştirileceği küçük sanayi sitesinin üretim aşamasında işletmelerin bir arada olmasını sağlamasına ek olarak işletmelerin pazarlama sorunları çözmek adına her bir işletmenin satış alanına sahip olacağı ortak pazarların/çarşıların kurulması ile de işletmeler pazarlama sürecinde de etkileşim halinde olacaktır. Her iki ortak alan işletmelerin Elazığ'daki faaliyetlerini kolaylaştıracaktır. Ancak tüm işletmelerin ürünlerini satışa sunabileceği “Elazığ Üzüm Pazarı” adlı bir e-ticaret sitesinin

kurulması ile işletmeler ulusal ve uluslararası bir yapıya ulaşmak için de birlikte hareket etmiş olacaktır.

Strateji 5: Üzüm sektörünün sanayi atıklarının değerlendirilmesi

- Aksiyon Adımı 1: Üzüm sektöründeki işletmelerin ve üzüm atıklarına ihtiyaç duyan işletmelerin bir araya getirilmesi ve ticari ilişkilerin atık değerlendirme konusunda organize edilerek gerekli protokollerin imzalanması
- Aksiyon Adımı 2: Üzüm sektörünün sanayi atıkları olan salkım, çekirdek ve posadan “üzüm posası tozu, çekirdek ekstratı, yem, ahır gübresi vb.” üretilecek işletmelerin kurulması

Üzüm posası tozu, çekirdek ekstratı, yem, ahır gübresi vb. ürünler; üzümün posası, çekirdeği ve suyu doğrudan değerlendirilerek elde edilebilmekle beraber üzüm sektörünün -özellikle şarap sektörü- sanayi atıkları değerlendirilerek de üretilebilmektedir. Üzüm sanayi atıklarının konsantrasyonları ele alındığından atık olarak adlandırılan her bir ürünün aslında yeni bir ürün için hammadde olabileceği görülmektedir.

Elazığ üzüm sektöründe faaliyet gösteren firmalar genellikle yöresel ürünlerin üretimini gerçekleştirdiği için üzümü sıra olarak değerlendirmektedir. Dolayısıyla üzümün sapı, posası ve çekirdeği atık haline gelmektedir. Yukarıda bahsi geçen ürünlerin her birinin bu atıklar kullanılarak üretilebileceği düşünülürse hem üzümü hem de üzüm sanayinin atıklarını değerlendirerek Elazığ üzüm sektörü geliştirilebilir. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak üzüm sektöründeki işletmelerin ve üzüm atıklarına ihtiyaç duyan işletmelerin bir araya getirilmesi ve ticari ilişkilerin atık değerlendirme konusunda organize edilerek gerekli protokollerin imzalanması sağlanmalıdır. İlgili işletmelerin bir araya getirilmesi ile posa atığına sahip işletme ve posadan gübre üretin işletme gibi atık-hammadde ilişkisi üzerinden bir tasnif yapılması ve protokollerin bu doğrultuda imzalanması doğru olacaktır.

Mevcut durumda atığa sahip olan işletmelerin yoğunlukta, atığı değerlendiren işletmelerin azınlıkta olduğu düşünülürse üzüm sektörünün sanayi atıkları olan salkım, çekirdek ve posadan “üzüm posası tozu, çekirdek ekstratı, yem, ahır gübresi vb.” üretilecek işletmelerin kurulması da sağlanmalıdır. Böylece atık değerlendirme hususunda arz-talep dengesi sağlanmış olacaktır.

8.3. Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejileri

“Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejileri” başlığı altında Elazığ’a özgü üzüm çeşitlerinin ve başta yöresel ürünler olmak üzere üzüm ürünlerinin ulusal ve uluslararası alanda tanınır hale gelmesini sağlamak adına geliştirilen stratejiler yer almaktadır.

Bu başlık altında 4 strateji ve 16 aksiyon adımı yer almaktadır.

Tablo 67 Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejileri ve Aksiyon Adımları

No	Strateji	Aksiyon Adımı
1	Üzüm ve üzüm ürünleri konusunda Elazığ’a ilgi çekmek için ulusal ve uluslararası alanlarda “Elazığ Üzümü”nün tanıtılması	• Üzüm sektöründe düzenlenen konferansların, farkındalığı artırma etkinliklerinin, festivallerin ve fuarların takip edilerek Elazığ Üzümü’nün tanıtımının yapılması • “Elazığ Üzümü” ve “Elazığ Orciği” markaları ile ulusal ve uluslararası fuarlara katılımın sağlanması • Elazığ Belediyesi tarafından 2018 yılında ulusal bir üzüm festivalinin organize edilmesi ve ilerleyen yıllarda festivalin uluslararası boyuta taşınması • Elazığ’a özgü üzüm ve üzüm ürünleri tablosu yaptırılması ve başta İstanbul olmak üzere çeşitli büyükşehirlerde manav, pazar ve marketlere asılması • Büyükşehirlerdeki AVM’lerde “Elazığ Üzümü Tanıtım Günleri” düzenlenmesi ve ürün tadımlarının yapıldığı standların kurulması
2	Televizyon, basın-yayın ve sosyal medya kampanyalarının düzenlenmesi	• Ulusal televizyon kanallarında yayınlanan seyahat ve yemek programlarında Elazığ’a bir bölüm ayrılmasının sağlanması • Elazığ üzümünün hikâyesinin anlatıldığı bir belgeselin hazırlanması • Bölgesel ve ulusal gazeteler ile görüşmeler gerçekleştirilerek Elazığ Üzümü hakkında çıkan haberlerin artırılması • Elazığ Üzümü’nün tanıtımı için aktif bir şekilde kullanılacak sosyal medya platformlarının oluşturulması • Elazığ Üzümü’nün tanıtımına yönelik ürünlerin (tanıtım filmi, broşür, reklam vb.) sosyal medya mecralarında yayınlanmasının sağlanması
3	Üreticiler ve İşletmeler başta olmak üzere halkın Elazığ üzümünün değeri ile ilgili bilinç kazanmasının sağlanması	• Markalaşma konusunda işletmelere ve üreticilere ayrı ayrı eğitimlerin verilmesi • Elazığ üzümünün hikayesi ile benzer şekilde başarı öyküleri bulunan kişilerin Elazığ’a davet edilmesi ve bu kapsamda çeşitli etkinliklerin düzenlenmesi • Yöresel ürünlerde çevre dostu, gelenekseli hatırlatan uygun ambalajların kullanılması için Elazığ’da bir tasarım yarışmasının düzenlenmesi
4	Sektörel dış ticaret konusunda ortak katılımın sağlanacağı bir modelinin oluşturulması	• İlgili kurumların ve işletmelerin bir araya gelmesiyle bir UR-GE projesinin hazırlanması • Üzüm işletmelerinin ihracat konusundaki ihtiyaçlarına ve sorunlarına cevap verecek bir çatı organizasyonun kurulması • Dış ticaret birimi bulunmayan işletmelere bir “İhracat Danışmanı” hizmeti verilmesi

Strateji 1: Üzüm ve üzüm ürünleri konusunda Elazığ'a ilgi çekmek için ulusal ve uluslararası alanlarda “Elazığ Üzümü”nün tanıtılması

- Aksiyon Adımı 1: Üzüm sektöründe düzenlenen konferansların, farkındalığı artırma etkinliklerinin, festivallerin ve fuarların takip edilerek Elazığ Üzümü'nün tanıtımının yapılması
- Aksiyon Adımı 2: “Elazığ Üzümü” ve “Elazığ Orciği” markaları ile ulusal ve uluslararası fuarlara katılımın sağlanması
- Aksiyon Adımı 3: Elazığ Belediyesi tarafından 2018 yılında ulusal bir üzüm festivalinin organize edilmesi ve ilerleyen yıllarda festivalin uluslararası boyuta taşınması
- Aksiyon Adımı 4: Elazığ'a özgü üzüm ve üzüm ürünleri tablosu yaptırılması ve başta İstanbul olmak üzere çeşitli büyükşehirlerde manav, pazar ve marketlere asılması
- Aksiyon Adımı 5: Büyükşehirlerdeki AVM'lerde “Elazığ Üzümü Tanıtım Günleri” düzenlenmesi ve ürün tadımlarının yapıldığı stantların kurulması

Her sektörde olduğu gibi üzüm sektöründe de oldukça yoğun bir rekabet yaşanmaktadır ki artık yaşanan rekabet pazara kaliteli ürün arz etmekle çözülememektedir. Günümüzde rekabet edebilir olmanın en önemli koşullarından biri pazarlama ve tanıtım yetkinliğidir. Öyle ki doğru pazarlama ve tanıtım stratejileri doğrultusunda tüketicinin ürüne gösterdiği talep hatırı sayılır ölçüde artmaktadır. Katma değeri yüksek bir ürüne sahip olmak artık bir önem arz etmemekte ve ürüne imaj kazandırmak daha fazla önemsenmektedir.

Bu amaç doğrultusunda iki farklı şekilde pazarlama ve tanıtım süreci izlemek mümkündür. “Aksiyon Adımı 1” ve “Aksiyon Adımı 2” ele alınarak ulusal ve uluslararası alanda mevcutta gerçekleştirilen etkinliklere dâhil olarak pazarlama ve tanıtım çalışmaları yapılabilir. Öyle ki ulusal ve uluslararası platformlarda ürün için tanıtım yapmak en etkili tanıtım ve pazarlama yollarından biri olarak görülmektedir. Bunun içindir ki yapılacak ilk çalışma üzüm sektöründe düzenlenen konferansların, farkındalığı artırma etkinliklerinin, festivallerin ve fuarların takip edilmesi olacaktır. Ardından da bu organizasyonlara katılım sağlanarak Elazığ Üzümü'nün tanıtımı yapılabilir. Elazığ'ın ve markalaşma potansiyeli barındıran üzüm (Öküzgözü, Boğazkere, Şilfoni, Köhnü vb.) orcik, pekmez, ve pestil gibi Elazığ'a özgü üzüm çeşitlerinin ve yöresel ürünlerin, ulusal ve uluslararası organizasyonlarda yeterince tanıtımının yapılmadığı ve bu nedenle de hedef kitlede tüketiciye ulaşılamadığı görülmektedir. Buradan yola çıkarak ulusal ve uluslararası ölçekte etkinliklerin takip edilmesi, hazırlık süreçlerinin tamamlanarak etkinliklere katılım gösterilmesi gerekmektedir. Bu tür etkinliklerde tanıtım faaliyetleri

yürütmek için yapılması gereken bazı ön araştırma ve uygulama çalışmalarının tamamlanması gerekmektedir ki etkinliğe katılım için; bütçe tahsis edilmesi, prosedürlerin yerine getirilmesi ve organizasyon planının yapılması gerekmektedir. Etkinlikler; üzüm, üzüm sektörü, yöresel ürünler gibi temalarda düzenlenen etkinlikler olabilir ki bu etkinliklerde etkileşim yaratılarak ticaret bağlantıları da kurulabilir.

Diğer yandan “Aksiyon Adımı 3”, “Aksiyon Adımı 4” ve “Aksiyon Adımı 5” ele alınarak ulusal alanda pazarlama ve tanıtım planlaması yapılarak çalışmalar yürütülebilir. Bunun için ilk olarak Elazığ Belediyesi tarafından 2018 yılında ulusal bir üzüm festivalinin organize edilmesi ve ilerleyen yıllarda festivalin uluslararası boyuta taşınması sağlanabilir. Böylece ilk aşamada katılımcı olup bir bütünün içinde tüketiciye tanıtılan Elazığ üzümü bir kendi evinde tanıtılmış olacaktır. Bunun yanı sıra Elazığ’a özgü üzüm ve üzüm ürünleri tablosu yaptırılması ve başta İstanbul olmak üzere çeşitli büyükşehirlerde manav, pazar ve marketlere asılması ile de tüketiciye ulaşılabilir. Yöresel ürünlerin tüketicisinin çoğunlukla büyük şehirlerde yaşadığı düşünülürse büyükşehirlerdeki AVM'lerde “Elazığ Üzümü Tanıtım Günleri” düzenlenmesi ve ürün tadımlarının yapıldığı stantların kurulması da tüketici kazanmak için etkili olacaktır.

Strateji 2: Televizyon, basın-yayın ve sosyal medya kampanyalarının düzenlenmesi

- Aksiyon Adımı 1: Ulusal televizyon kanallarında yayınlanan seyahat ve yemek programlarında Elazığ’a bir bölüm ayrılmasının sağlanması
- Aksiyon Adımı 2: Elazığ üzümünün hikâyesinin anlatıldığı bir belgeselin hazırlanması
- Aksiyon Adımı 3: Bölgesel ve ulusal gazeteler ile görüşmeler gerçekleştirilerek Elazığ Üzümü hakkında çıkan haberlerin arttırılması
- Aksiyon Adımı 4: Elazığ Üzümü’nün tanıtımı için aktif bir şekilde kullanılacak sosyal medya platformlarının oluşturulması
- Aksiyon Adımı 5: Elazığ Üzümü’nün tanıtımına yönelik ürünlerin (tanıtım filmi, broşür, reklam vb.) sosyal medya mecralarında yayınlanmasının sağlanması

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte iletişim araçlarından yararlanma şekli ve reklam yöntemleri de değişmiştir. Günümüzde hemen hemen her kurum ve kuruluş yeni medya teknolojilerinden televizyon, medya ve özellikle sosyal medyadan maksimum düzeyde faydalanan kampanyalar düzenlemektedir. Son dönemde sosyal medya kullanımının artması ile beraber kurum ve kuruluşlar iletişim faaliyetlerini bu yöne kaydırmakta, dijital pazarlama, online PR, viral iletişim uygulamaları, web sitesi hizmetleri bu doğrultuda gelişmeye başlamaktadır. Televizyon, medya ve sosyal medya mecralarında yaratılan kurum imajları ve tanıtım ve

pazarlama faaliyetleri klasik tanıtım materyallerinden daha çabuk sonuç vermektedir ki bu mecraların sağladığı interaktif ortam bir etkileşim imkânı sunmaktadır.

Elazığ üzüm sektörü bütünüyle ele alındığında; söz konusu üzüm ise “Öküzgözü” gibi coğrafi işarete sahip kaliteli ve yöreye özgü bir üzüm türünün mevcut olduğu ve “Orcik” gibi tüketici kitlesi bulunan ve yine yöreye özgü olan önemli ürünlerin bulunduğu görülmektedir. Ancak bu ürünlerin bir bütün halinde yeterince tanıtılamaması ve pazarlanamaması sektörün tüketiciye ulaşma konusunda tıkanmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle tüketiciye ulaşmanın önemli bileşenlerinden biri olan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin artırılması gerekmektedir.

Öyle ki televizyon, medya ve sosyal medya mecralarında Elazığ üzümü ve üzüm ürünlerine ait bilgi, belge ve özellikle görsel materyallerin az sayıda ve niteliksiz olması tanıtım ve pazarlama faaliyetleri için sorun teşkil etmektedir. Bu nedenle Elazığ üzümü ve üzüm ürünlerinin hem ulusal hem de uluslararası düzeyde tanıtımının yapılması için öncelikle televizyon, medya ve sosyal medya mecralarında kaynak niteliğinde materyallerin oluşturulması hedeflenmelidir. Bu hedef doğrultusunda ise; son dönemde revaçta olan reklam modelleri ve tüketici algısı göz önünde bulundurularak gerekli reklam çalışmaları yürütülmelidir. Örneğin; seyahat ve yemek programlarında Elazığ’a bir bölüm ayrılarak Elazığ’ın bağıcılık kültürü, üzüm çeşitleri, üzümünden üretilen ürünler tanıtılabilir. Ayrıca Elazığ üzüm sektörü ile ilgili bir doküman oluşturulabilir ki hâlihazırda Elazığ üzüm sektörü için envanter niteliği taşıyan bir tanıtım dokümanı hazırlanmamıştır. Bunun yanı sıra tüm ürünlerin tanıtılacağı bir kısa film çekilebilir ve böylece Elazığ üzüm sektörü ile ilgili nesnel bir çalışma oluşturulabilir. Tabii ki bu tanıtım faaliyetleri Elazığ üzüm sektörünün tanıtılması için yeterli olmayacaktır. Bu nedenle önemli olan süreklilik arz eden iletişim mecralarında “Elazığ Üzümü” imajını yaratmak ve bu imajı korumaktır. Bu nedenle bölgesel ve ulusal gazeteler ve dergiler ile iletişime geçilerek Elazığ üzüm sektörü hakkında çıkan haberlerin çoğaltılması sağlanmalıdır. En önemlisi artık her bireyin kendi reklamını yaptığı ve kendi haberini verdiği sosyal medya platformlarında aktif bir şekilde kullanılmak kaydıyla hesaplar oluşturulmasıdır ki bu hesapların oluşturulmasıyla tanıtım ve pazarlama faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan materyaller hedef kitleye ulaştırılabilir.

Strateji 3: Üreticiler ve İşletmeler başta olmak üzere halkın Elazığ üzümünün değeri ile ilgili bilinç kazanmasının sağlanması

- Aksiyon Adımı 1: Markalaşma konusunda işletmelere ve üreticilere ayrı ayrı eğitimlerin verilmesi

- Aksiyon Adımı 2: Elazığ üzümünün hikâyesi ile benzer şekilde başarı öyküleri bulunan kişilerin Elazığ'a davet edilmesi ve bu kapsamda çeşitli etkinliklerin düzenlenmesi
- Aksiyon Adımı 3: Yöresel ürünlerde çevre dostu, gelenekseli hatırlatan uygun ambalajların kullanılması için Elazığ'da bir tasarım yarışmasının düzenlenmesi

Markalaşma konusunda Elazığ üzüm sektöründe büyük bir eksiklik söz konusudur. Bugün üzüm ve üzüm ürünleri denildiğinde ne ulusal ne de uluslararası alanda akla ilk gelen Elazığ üzümü değildir. Doğal olarak üzümün Elazığ ile özdeşleştirilememesindeki en önemli etkenlerden biri de Elazığ üzüm sektöründe markalaşma sürecini tamamlamış bir işletmenin bulunmamasıdır. Elazığ üzüm sektöründeki markalaşma sorununu çözmek adına atılması gereken ilk adım üreticiler ve işletmeler başta olmak üzere Elazığ halkına marka ve markalaşma olgularının ne denli önem arz ettiği aktarılmalıdır. Bu algının halkın zihninde yer etmesi için de çeşitli bilinçlendirme ve yaygınlaştırma çalışmalarının yapılması gerekmektedir.

Bu kapsamda ilk olarak markalaşma konusunda işletmelere ve üreticilere ayrı ayrı eğitimlerin verilmesi sağlanabilir. Eğitimlerin üreticilere ve işletmelere ayrı ayrı verilmesi düşüncesi bağıcılık ve üzüm işleme faaliyetlerinde farklı markalaşma odaklarının bulunmasından kaynaklanmaktadır. Böylece ilgili kişilerin işletmelerin markalaşma hususunda bilgi sahibi olmaları sağlanacaktır. Bu eğitimler üreticilerin ve işletmelerin sadece teknik açıdan bilgi sahibi olmasını sağlayacaktır ve bu teknik bilgilerin kesinlikle uygulamalı olarak desteklenmesi gerekmektedir. Bunun için de Elazığ üzümünün hikâyesi ile benzer şekilde başarı öyküleri bulunan kişilerin Elazığ'a davet edilmesi ve bu kapsamda çeşitli etkinliklerin düzenlenmesi sağlanabilir. Bu uygulamadaki maksat Elazığ üzümünün markalaşma sürecinin birçok ürün için de aynı olduğunu ve başarı ile sonuçlanabildiğini görmektir ki bu uygulama üreticilerin ve işletmelerin motivasyonunu olumlu yönde etkileyecek ya da olumsuz düşünceleri silecektir. Son olarak yöresel ürünlerde çevre dostu, gelenekseli hatırlatan uygun ambalajların kullanılması için Elazığ'da bir tasarım yarışmasının düzenlenmesi sağlanarak halk da sürece sadece tanık olmakla kalmayacak sürece dâhil olacaktır. Bu organizasyon ile Elazığ halkı markalaşma sürecine dâhil edilirken aynı zamanda da yöresel ürünler için küçük ve albenisi yüksek paketler tasarlanmış ve katma değerli ürünlerle satış yapmak için bir adım daha atılmış olunacaktır.

Strateji 4: Sektörel dış ticaret konusunda ortak katılımın sağlanacağı bir modelinin oluşturulması

- Aksiyon Adımı 1: İlgili kurumların ve işletmelerin bir araya gelmesiyle bir UR-GE projesinin hazırlanması

- Aksiyon Adımı 2: Üzüm işletmelerinin ihracat konusundaki ihtiyaçlarına ve sorunlarına cevap verecek bir çatı organizasyonun kurulması
- Aksiyon Adımı 3: Dış ticaret birimi bulunmayan işletmelere bir “İhracat Danışmanı” hizmeti verilmesi

Sektörel dış ticaret konusunda ortak katılımın sağlanacağı bir modelin oluşturulması ile Elazığ üzüm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, ihracata yönelik olarak bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmaları, dış ticarete uzmanlaşmaları ve bu şekilde daha etkin faaliyet göstermeleri amaçlanmaktadır. Bu model ile nihai olarak amaçlanan ise Elazığ üzüm sektörünün ölçeğinin büyütülmesi ve rekabet gücünün artırılmasıdır.

Sektörel dış ticaret konusunda ortak katılımın sağlanacağı bir model hayata geçirilebilirse bu model uygulama ile birlikte işletmelerin ihracat alanında pek çok avantaja sahip olmaları ve dış ticaret desteklerinden daha kolay faydalanmaları mümkün olacaktır. Böyle bir yapılanmanın ortaya çıkarılması için de ilk etapta ilgili kurumların ve işletmelerin bir araya gelmesiyle bir UR-GE projesi hazırlanmalıdır. Ardından da üzüm işletmelerinin ihracat konusundaki ihtiyaçlarına ve sorunlarına cevap verecek bir çatı organizasyonun kurulması ile süreç tamamlanmalıdır.

İhracata yönelik bu çatı organizasyonun işler hale getirilmesi ile işletmelerin bireysel olarak ihracat yaptıklarında karşılaştıkları zorlukları aşabilmeleri ve bireysel pazarlama etkinliklerine göre daha güçlü pazarlama imkânları edinebilmeleri mümkün olacaktır. Diğer yandan dış ticaret birimi bulunmayan işletmelere bir “İhracat Danışmanı” hizmeti verilmesi sağlanarak danışmanlık hizmeti veren profesyonel personeller vasıtasıyla, ihracat işlemlerinin, gümrükleme, nakliye, sigorta gibi faaliyetlerin daha etkin olarak gerçekleştirilmesi sağlanacaktır.

Tüm bu destekler ve avantajlar ile kuruluş şartları göz önüne alındığında, Elazığ’da üzüm ihracatına yönelik bir çatı organizasyonun kurulması ve ihracatçı işletmelerin organize olması, güç birliğinin ve uluslararası ticarete rekabet gücünün sağlanmasında etkili olacaktır. Bununla birlikte ihracatla ilgili diğer hizmetlerin temininde de Elazığ ve Elazığ üzümü için uluslararası alanda pek çok ticari fırsat doğuracaktır.

8.4. Aksiyon Adımlarının Önceliklendirilmesi

8.4.1. Yöntem

Aksiyon adımlarının öncelik sırasını belirlemek adına “zaman” ve “önem” olmak üzere iki faktör belirlenmiştir. Her iki faktördeki üçer adet öge sayısı bulunmaktadır. Zaman faktörü için; kısa, orta ve uzun ögeleri kullanılırken önem faktörü için 1. derece, 2. derece ve 3. derece ögeleri kullanılmıştır. Bu kapsamda hazırlanan diyagrama da “aksiyon adımı önceliklendirme matrisi” adı verilmiştir.

Belirlenen aksiyon adımlarının önceliklendirilmesi adına 24.02.2017 tarihinde Elazığ’da ilgili kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ile birlikte işletmeler ve üreticilerin de katılımı ile bir toplantı düzenlenmiştir.

- Bağıcılığın Geliştirilmesi ve Üzüm Üretimine Arttırılmasına Yönelik Stratejiler
- Mevcut ve Potansiyel Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler
- Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejileri

Katılımcılar ile yukarıdaki üç ana başlık kapsamında üç ayrı aksiyon adımı önceliklendirme çalışması gerçekleştirilmiştir. Her bir başlıkta katılımcılara belirlenen aksiyon adımları okunmuş ve kendilerinden aksiyon adımlarını zaman ve önem bazında önceliklendirmeleri istenmiştir.

8.4.2. Sonuç

Katılımcıların çalışmayı tamamlaması ile formlar bir araya getirilerek strateji başlıklarında aksiyon adımı olarak tasniflenmiş ve önceliklendirilen aksiyon adımları belirlenmiştir. Bu tasnifleme işlemi sonucunda da üç strateji başlığı için önceliklendirme tabloları oluşturulmuştur.

Tablo 68 Bağıcılığın Geliştirilmesi ve Üzüm Üretiminin Arttırılmasına Yönelik Stratejilerin Aksiyon Adımı Öncelikleri

	Uzun	Orta	Kısa
1. Derece		Strateji 1: A3 ve A5	Strateji 1: A1 ve A2 Strateji 3: A2 Strateji 4: A1 Strateji 5: A1
2. Derece		Strateji 2: A2 ve A3 Strateji 4: A2	Strateji 1: A4 Strateji 2: A1 Strateji 4: A2
3. Derece	Strateji 3: A3	Strateji 3: A4 Strateji 4: A3	Strateji 3: A1

Bağıcılık stratejilerindeki aksiyon adımlarının önceliklendirilmesinde katılımcıların 7 aksiyon adımının 1. derecede; 6 aksiyon adımının 2. derecede; 4 aksiyon adımının da 3. derecede önemli bulunduğu görülmektedir. Diğer yandan aksiyon adımlarının çoğunluğunun kısa ve orta vadede hayata geçirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Tablo 69Mevcut ve Potansiyel Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejilerin Aksiyon Adımı Öncelikleri

	Uzun	Orta	Kısa
1. Derece	Strateji 1: A4 ve A5	Strateji 1: A2 Strateji 4: A1	Strateji 1: A1 ve A3 Strateji 3: A1
2. Derece	Strateji 5: A2	Strateji 2: A1 ve A2 Strateji 3: A2	Strateji 3: A3 Strateji 4: A2 ve A3
3. Derece		Strateji 5: A1	

Yatırım stratejilerindeki aksiyon adımlarının önceliklendirilmesinde katılımcıların 7 aksiyon adımının 1. derecede; 7 aksiyon adımının 2. derecede; 1 aksiyon adımının da 3. derecede önemli bulunduğu görülmektedir. Diğer yandan aksiyon adımlarının çoğunluğunun kısa ve orta vadede hayata geçirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Tablo 70 Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejilerinin Aksiyon Adımı Öncelikleri

	Uzun	Orta	Kısa
1. Derece		Strateji 1: A3, A4 ve A5 Strateji 4: A2	Strateji 1: A1 ve A2 Strateji 2: A1, A4 ve A5 Strateji 4: A1
2. Derece		Strateji 2: A2 Strateji 3: A1, A2 ve A3 Strateji 4: A3	
3. Derece			Strateji 2: A3

Yatırım stratejilerindeki aksiyon adımlarının önceliklendirilmesinde katılımcıların 10 aksiyon adımının 1. derecede; 5 aksiyon adımının 2. derecede; 1 aksiyon adımının da 3. derecede önemli bulunduğu görülmektedir. Diğer yandan aksiyon adımlarının çoğunluğunun orta vadede hayata geçirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

9. SONUÇ

Kaynağı oldukça eskilere dayanan üzüm bitkisi günümüzde; çekirdeğinden suyuna, suyundan posasına, posasından salkımına her bileşeni değerli bulunan ve gıda, kimya, kozmetik ve tekstil sektörlerinde ürün değeri her geçen gün artan bir ürün olarak görülmektedir. Üzüm; salt bir meyve olarak algılanmamakta aksine birçok farklı sektörde hammadde olarak kullanılan bir endüstri ürünü olarak görülmektedir. Üzümün kullanım alanlarının bu denli çeşitli olması tüketiminin de artmasına neden olmaktadır ki tüm bunların sonucunda üzüm sektörü gün geçtikçe büyümektedir.

Türkiye'nin üzüm üretimindeki potansiyelinin değerlendirilmesi ve üzüm üretiminin yoğun olduğu bölgelerde üzüm sektörünün geliştirilmesi, yatırım ortamlarının iyileştirilmesi ve özellikle yeni yatırım alanlarının yaratılması yönünde çalışmalar da son yıllarda ivme kazanmıştır. Bu bağlamda Türkiye'de üzüm üretiminde hem üretim miktarı hem de üretim kalitesi bakımından öne çıkan illerden biri de Elazığ'dır. Öküzgözü, Boğazkere, Köhnü, Şilfoni ve Kırmızı olmak üzere Elazığ'a özgü üzüm çeşitlerinin bölge için önemli bir yatırım potansiyeli taşıdığı ve şarap dışı kullanım alanlarının ne denli yaygın olduğu fikrinden yola çıkarak hazırlanan "Elazığ Üzüm Sektörü Raporu" ile Elazığ'daki üzüm sektörünün tüm bileşenleri irdelenerek üzüm sektörünün yatırım ortamı analizi yapılmıştır.

"Elazığ Üzüm Sektörü Raporu"nda; ilk olarak "Bağcılığın Tarihsel Gelişimi ve Dünyadaki Yayılım Alanları", "Dünyada Bağcılık ve Üzüm Sektörü" ve "Türkiye'de Bağcılık ve Üzüm Sektörü" bölümleri için ulusal ve uluslararası literatür kaynakları taranmış ve raporda yer alan diğer bölümlerin anlaşılabilir kılınması için güncel veriler derlenmiştir. Ardından "Bağcılık ve Üzüm Sektöründeki Ürün Grupları" adlı bölümde üzüm sektöründe yer alan ürün grupları belirlenerek her bir ürün grubu ile ilgili detaylı bilgilere yer verilmiştir. Yukarıdaki ilk dört bölüm mevcut literatür kaynaklarının analiz edilmesi ile oluşturulmuş ve genel bir giriş mahiyetinde değerlendirilmiştir. Elazığ üzüm sektörü ile ilgili mevcut verilerin analiz edilerek Elazığ üzüm sektörüne dair çıkarımlar yapılan ve önermelere yer verilen bölümler ise; "Elazığ Üzüm Sektörü'nün Mevcut Durum Analizi" "Elazığ Üzüm Sektörü Yatırım Ortamı Analizi", "Hedef Pazar Araştırması" ve "Stratejiler" adlı bölümlerdir. "Elazığ Üzüm Sektörünün Mevcut Durum Analizi" bölümünde; Elazığ üzüm sektörünün daha gerçekçi bir yaklaşımla değerlendirilebilmesi ve 270 üretici ve 3 işletme anketi üzerinden geleceğe yönelik sağlam adımlar atabilmesi için veri oluşturulmuştur. "Elazığ Üzüm Sektörü Yatırım Ortamı Analizi" kapsamında; 1 adet bağ tesisi kurulumu, 11 adet mevcut ürün ve atık değerlendirme odağında 1 adet potansiyel ürün fizibilitesi hazırlanmıştır. "Hedef Pazar Araştırması"nın "üzüm", "kuru

üzüm”, “yaş üzüm”, “pekmez”, “üzüm suyu” ve “sirke” olmak üzere altı ürün temel alınarak beş hedef pazar ülke detaylı olarak incelenmiş, ardından da ikincil hedef pazar ülkeler belirlenmiştir.

Son bölümde “Stratejiler” başlığı altında; “Mevcut Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler”, “Yeni Yatırım Alanlarına Yönelik Stratejiler” ve “Satış-Pazarlama, Tanıtım ve PR Stratejileri” olmak üzere üç ayrı başlığa ayrılmıştır. Böylece Elazığ üzüm sektöründe üretim, yatırım, pazarlama ve ihracat alanında gerçekleştirilecek tüm yatırımlar için stratejiler geliştirilmiştir. Bu üç başlık altında öncelikle stratejiler belirlenmiş sonrasında ise aksiyon adımları oluşturulmuştur. Stratejiler; belirlenen hedeflere yönelik genel birer planlama olarak görülmüş ve stratejilerin daha kolay hayata geçirilmesi için aksiyon adımları oluşturulmuştur. Belirlenen stratejilerin nasıl hayata geçirileceğini yansıtan aksiyon adımları ise; Elazığ’da ilgili kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ile birlikte işletmeler ve üreticilerin görüşüne sunulmuştur. Böylece çalışmaya aksiyon adımlarının önem sırası ve uygulanma zamanı da eklenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın Elâzığ üzüm sektörü için tam anlamıyla bir yol haritası olacağı söylenebilir.

Sonuç olarak tüm bu çalışmalar sonucu bir bütün olarak ortaya çıkan “Elazığ Üzüm Sektörü Raporu” ile Elazığ’daki üzüm sektörünün gelişimini tetikleyecek unsurlar bir araya getirilmiştir. Üzüm sektöründe üretimden pazarlamaya; pazarlamadan ihracata her anlamda yatırımları doğru yönlendirecek bir kaynak oluşturulmuştur. Bu kaynak sayesinde Elazığ üzüm sektörüne gerek Elazığ’dan gerekse de ülke genelinden yapılacak yatırımların artması beklenmektedir. Özellikle üzümün şarap dışı kullanım alanlarında yatırımların artmasını hedefleyen bu çalışma sayesinde üzümün katma değeri yüksek ürünlerde değerlendirilmesi sağlanacak ve böylece ilin sanayi anlamında gelişmesinin yanı sıra coğrafi işareti alınan Elazığ üzümünün ve ilin tanıtımına ciddi anlamda katkı sağlanacaktır.

10. KAYNAKÇA

1. Uysal, H. 2015a. "Önemli Bazı Tarımsal Ürünlerin Gelecek Eğilimlerinin Belirlenmesi Sofralık Üzüm, 2011/2015" T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü Manisa Bağcılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Manisa.
2. Uysal, H. 2015b. "Önemli Bazı Tarımsal Ürünlerin Gelecek Eğilimlerinin Belirlenmesi Kuru Üzüm, 2011/2015" T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü Manisa Bağcılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Manisa.
3. Anonim, 2015. Manisa Bağcılık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Sofralık Üzüm Yetiştirmeye Yönelik Kültürel Uygulamalar, Ateş, F, Karabat, S.
4. GTB, 2015. "2014 Yılı Çekirdeksiz Kuru Üzüm Raporu" T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, Şubat 2015.
5. Duran, M. 2003. Üzüm Etüdü. Dış Ticaret Araştırma Servisi Mart, 2003.
6. Selçuk Üniversitesi Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi-A 27 (Türkiye 8. Bağcılık ve Teknolojileri Sempozyumu Özel Sayısı): (2015).
7. Boyacı, M. 1998. Tarımsal Bilgi ve Teknoloji Akışı (Enformasyon) Sisteminin Yapısal Özellikleri, Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma: Manisa İl Örneği, Doktora Tezi, EÜZF Tarım Ekonomisi Bölümü, Bornova, İzmir.
8. Yoshikawa, T.F. 1996, Growers Prefer Personal Delivery of UC Information, California Agriculture, 50(3): 20-25.
9. Erşacan, Z. Özerin, G. 1989. Tarih Tarım Satış Kooperatiflerinin Bulunduğu Yöredeki Üreticilerin Bazı Sosyal ve Ekonomik Özellikleri ile Bu Kooperatiflerle Olan İlişkileri Üzerine Bir Araştırma. Proje No: AR-GE 015, Tarih Araştırma Geliştirme Müdürlüğü, Bornova.
10. Ağaoğlu, Y. Çelik, H. 1986. Bağcılık Potansiyelinin Geliştirilmesi. Güneydoğu Anadolu Projesi Tarımsal Kalkınma Sempozyumu, Bildiriler: 211-229. Ankara.
11. Ağaoğlu, Y. S. 1999. Bilimsel ve Uygulamalı Bağcılık (Asma Biyolojisi). Kavaklıdere Eğitim Yayınları No: 1. Ankara.
12. Ergenoğlu, F. Tangolar, S. 2000. Bağcılık İçin Pratik Bilgiler. TÜBİTAK, Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu. TARP, Türkiye Tarımsal Araştırma Projesi Yayınları. Adana.
13. Çelik, H. Ark. 1998. Genel Bağcılık. Sunfıdan A.Ş. Mesleki Kitaplar Serisi 1. Manisa.
14. Dalsar, F. 1947. Üzüm ve Şarabın Tarihi. Ankara.
15. Erkal, S. Ergun, M. E. 1983. Nevşehir İli Ürgüp İlçesi Bağ İşletmelerinde Üzüm Üretimi, Değerlendirilmesi, Maliyeti ve Sorunlarına İlişkin Bir Çalışma. Atatürk Bahçe Kültürleri Araştırma Enstitüsü. Yalova.
16. Oraman, M. N. 1965. Yeni Bağcılık. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları: 253, Ders Kitabı: 89. Ankara.
17. Aktaş, E. 2002. Bağcılığın Türkiye Ekonomisindeki Yeri. Dünya Gıda Dergisi, Sayı: 2002-07: 119-129, İstanbul.
18. Anonim, 2013. 8 Nisan 2013 tarih ve 28612 sayılı Resmi Gazete (2013 Yılında Yapılacak Tarımsal Desteklemelere İlişkin Karar, Bakanlar Kurulu Karar Sayısı: 2013/4463).
19. Bahar, E. Korkutal, İ. Kök, D. 2006. Türkiye Bağcılığının Son Yıllardaki Gelişiminde Görülen Başlıca Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. Trakya Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi, 2006 7 (1) 65-69.
20. Çelik, H. Kunter, B. Söylemezoğlu, G. Ergül, A. Çelik, H. Karataş, H. Özdemir, G. Atak, A. 2010. Bağcılığın Geliştirilmesi Yöntemleri Ve Üretim Hedefleri. VII. Teknik Kongre, 11-15 Ocak 2010, Ankara.
21. Delice, N.Y. 2003. Türkiye Sofralık Üzüm İç Ve Dış Pazarlarında Marmara Bölgesi Çeşitlerinin Yeri Ve Pazarlama Sorunları. Tarım Ekonomisi Dergisi, 8: 1-14.
22. Durgut, M.R. Arın, S. 2005. Trakya Yöresi Bağcılığının Mekanizasyon Düzeyi Ve Sorunları. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 2(3): 287-297.
23. Kiracı, M.A. Hurma, H. Cankurt, M. Özer, C. 2013. Türkiye'de Üzüm Üretiminin Son 50 Yıllık Değişimi Ve 2023 Yılı Üretim-İhracat Tahminleri. Türkiye 8. Bağcılık ve Teknolojileri Sempozyumu, 23-25 Eylül, Konya.
24. Nazlı, C. 2007. Üzüm. GTHB, TEAE – Bakış, Sayı:9, Nüsha:11. S.1. Ankara.

25. Tosun, M. 2005. Şarap Sektörü Araştırması. Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Araştırma Müdürlüğü, SA-05-04-15, Ankara.
26. QUO VADIS: Sosyal Bilimler – Artvin Çoruh Üniversitesi Hopa Uluslararası Sosyal Bilimler Konferansı “İktisat, Siyaset Ve Toplum Üçgeninde Küreselleşmenin Yerel Dinamikleri”, Yücel N. Kasmalieva, A. Bir şehir: Elazığ, Bir Sektör: Bağcılık, Bir Ürün: Öküzgözü Üzüümü, Bir Marka: Elazığ Şarabı. Hopa/Artvin, 15-17. Ekim:2014.
27. Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası, İktisadi Araştırmalar Vakfı ve T.C. Elazığ Valiliği. Elazığ İlinin Ekonomik Gelişmesi. Elazığ: 2009.
28. Elazığ Ticaret Borsası, Faaliyet Raporu. Elazığ: 2014.
29. Elazığ Ticaret Borsası, 2014-2017 Stratejik Plan. Elazığ: 2014.
30. Elazığ TSO Basın ve Halkla İlişkiler Servisi, Yeni Teşvik Yasasında fırsatlar Şehri Elazığ Yatırımcı El Kitabı. Yayın No: 2009/2. Elazığ: 2009.
31. Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası, Üzüm Suyu Konsantresi Üretim Tesisi Fizibilite Raporu. Elazığ: 2011.

WEB TABANLI KAYNAKLAR

1. FAO, Food And Agriculture Organization Of The United Nations Statistics Division (www.fao.org)
2. GTB, T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (www.gtb.gov.tr)
3. TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu (www.tuik.gov.tr)
4. MTB, Manisa Ticaret Borsası (www.manisatb.org.tr)
5. USDA, United States Department of Agriculture Foreign Agriculture Service (www.usda.gov)
6. TARIŞ, Tarış Üzüm Birliği. (www.taris.com.tr)
7. Elazığ İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü. (elazig.tarim.gov.tr)
8. Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası. (www.elazigtso.org.tr)
9. Elazığ Belediyesi. (www.elazig.bel.tr)
10. Elazığ Ticaret Borsası. (www.elazigtb.org.tr)
11. ApresVin. (apresvin.com)