

KAYISI DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ



**T.C.
SANAYİ VE TEKNOLOJİ
BAKANLIĞI**





KAYISI DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ

HAZIRLAYANLAR:

YUSUF KAPLAN

ADEM AÇIKALIN

MUSTAFA HAKAN ZOBU

KOORDİNATÖR:

MUHAMMED FATİH ÇAN

OCAK 2022



Bu rapor Fırat Kalkınma Ajansı'nın 2021 çalışma programında yer alan Araştırma, Analiz ve Programlama Çalışmaları kapsamında hazırlanmıştır. Bu raporun her hakkı saklı olup, Fırat Kalkınma Ajansı'na aittir. Hiçbir bölüm ve paragrafı kısmen veya tamamen ya da özet halinde herhangi bir şekilde çoğaltılamaz, dağıtılamaz. Normal iktibaslarda, kaynak gösterilmesi zorunludur. Bu raporda yer alan bilgi, yorum ve tahminler yatırım danışmanlığı kapsamında değildir. Bu raporda yer alan yer alan yorum ve tahminler, saha çalışmaları ve diğer veri kaynakları ile açık piyasa bilgilerinden yola çıkılarak raporu hazırlayan kişilerin görüşlerine dayanmaktadır. Bu nedenle, sadece burada yer alan bilgilere dayanılarak tercihlerde bulunulması veya yatırım kararı verilmesi, beklentilere uygun sonuçlar doğurmayabilir.

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	3
TABLO LİSTESİ.....	5
ŞEKİLLER LİSTESİ	6
KISALTMALAR.....	7
YÖNETİCİ ÖZETİ	8
ARKA PLAN.....	10
1. Sektör Profili.....	12
1.1 Sektöre Genel Bakış	12
1.2 Alt Sektör Tanımları.....	16
1.3 Ürün Grupları	18
1.4 Üretim Süreçleri	19
2. Küresel Üretim ve Ticaret.....	21
3. Ülkelerin İç Pazar Büyüklüğü.....	26
4. Sanayi Eğilimleri ve Gelişmeler	28
SEKTÖRÜN TÜRKİYE ve BÖLGEDEKİ DURUMU	29
1. Üretim	29
2. Dış Ticaret.....	33
3. İstihdam.....	33
4. Sektörel Değer Zinciri Analizi.....	35
4.1. Ürün Segmentasyonu.....	35
4.2. Pazar Eğilim Analizi.....	36
4.3. Ürün Yaşam Döngüsü Analizi.....	38
4.4. Kaynak/Yetkinlik Bazlı GZFT Analizi	41
4.5. Beş Güç Analizi.....	43
4.6. Değer Zinciri Haritası.....	48
4.7. Rekabetçi Konum Analizi	56
4.8. PESTLE Analizi	57
YÜKSELTME PLANI.....	59

1. Sektörü Çevreleyen İş Ortamını İyileştirmeye Yönelik Yükseltme Önerileri.....	62
2. İşletmeler Düzeyinde Yükseltme Önerileri	68
Değer Zinciri Analizi Raporuna Genel Bakış	72
KAYNAKÇA.....	74
EKLER.....	75

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: INC'ye Göre Kuruyemiş ve Kuru Meyve Ürünleri	14
Tablo 2: Alt Sektör Tanımları.....	16
Tablo 3: Kayısı Meyvesinin Girdi Olarak Kullanılabileceği Sanayi Ürünleri	18
Tablo 4: Yenilen Meyve ve Sert Kabuklu Meyveler Dış Ticaret Göstergeleri, 2020	22
Tablo 5: En Fazla Kuru Kayısı İthal Eden Ülkeler (bin \$)	23
Tablo 6: Yıllık Artış Oranına Göre İthalatı En Fazla Artan Ülkeler (bin \$).....	23
Tablo 7: En Fazla Kuru Kayısı İhraç Eden Ülkeler (bin \$)	24
Tablo 8: Yıllık Artış Oranına Göre İhracatı En Fazla Artan Ülkeler (bin \$).....	24
Tablo 9: Türkiye'nin Kuru Kayısı İhracatında Ülkelerin Payları (Bin \$)	25
Tablo 10: Ülkelerin Kuru Kayısı İç Tüketimleri, 2015-2019 (Ton).....	26
Tablo 11: Ülkelerin Kuru Kayısı İç Pazar Büyüklükleri, 2015-2019 (Milyon ABD Doları).....	27
Tablo 12: Yaş Kayısı Üretim Rakamları	29
Tablo 13: Kurulu Kuru Kayısı İşleme Kapasiteleri, 26.01.2022	32
Tablo 14: Kuru Meyve ve Mamulleri ihracat Rakamları.....	33
Tablo 15: Kayısı ile ilgili hizmet sektörü verileri, 2019	34
Tablo 16: Yıllık Artış Oranına Göre İthalatı En Fazla Artan Ülkeler (bin \$).....	37
Tablo 17: Yıllık Artış Oranına Göre İhracatı En Fazla Artan Ülkeler (bin \$).....	37
Tablo 18: GZFT Kapsamında PESTLE Analizi Sonuçları.....	41
Tablo 19: GZFT Kapsamında Yetkinlik Analizi, İşletmelerin Yönetim Kabiliyetleri.....	42
Tablo 20: GZFT Analizi Kapsamında Fonksiyon Kaynak Analizi	42
Tablo 21: Pareto, 1. Aşama – Bahçe İşletmeciliği.....	50
Tablo 22: Pareto, 2. Aşama – Kurutma.....	52
Tablo 23: Pareto, 3. Aşama – İşletme	53
Tablo 24: Kuru Kayısı Katma Değer Tablosu, 2021	54
Tablo 25: GZFT Kapsamında PESTLE Analizi Sonuçları.....	59
Tablo 26: GZFT Kapsamında Yetkinlik Analizi, İşletmelerin Yönetim Kabiliyetleri.....	60
Tablo 27: GZFT Analizi Kapsamında Fonksiyon Kaynak Analizi	60

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Yiyecek İçecek Ürün Grupları.....	13
Şekil 2: Çerezler Grubundaki Alt Ürün Grupları.....	14
Şekil 3: Kuru Meyve Ticaret Akışı, 2019	15
Şekil 4: Kuru Kayısının Piyasaya Sunuluş Şekilleri.....	18
Şekil 5: Bahçede Kayısı Üretim Süreçleri	19
Şekil 6: İşletmede Kuru Kayısının İşlenme Süreçleri.....	20
Şekil 7: Yaş Kayısı Bitkisel Üretim Verileri	21
Şekil 8: Dünya Kuru Kayısı İthalatı, 2001-2020	22
Şekil 9: Çiftçi Kayıt Sistemine (ÇKS) Kayıtlı Tarım Alanları Büyüklükleri	30
Şekil 10: Kurutulan ve Taze Olarak Piyasaya Sürülen Malatya Kayısısı Miktarı Tahmini	31
Şekil 11: Kuru Kayısı İşleme Tesislerinin Bulunduğu İller.....	31
Şekil 12: Yenilen Meyveler ve Sert Kabuklu Meyvelerin Türkiye İhracatındaki Payları, 2011-2019.....	36
Şekil 13: Ürün Yaşam Döngüsü Grafiği.....	38
Şekil 14: Türkiye Kuru Kayısı İhracatı (Milyon \$), 1990-2020	39
Şekil 15: Geleneksel Tatlarda Alternatif Ürünler	40
Şekil 16: Rakiplerin Rekabet Gücüne Etkisi	44
Şekil 17: Yeni Rakiplerin Yarattığı Tehdit.....	45
Şekil 18: İkame Malların Yarattığı Tehdit.....	46
Şekil 19: Alıcıların Yarattığı Tehdit	46
Şekil 20: Tedarikçilerin Yarattığı Tehdit	47
Şekil 21: Kuru Kayısı Sektörünün Değer Zinciri Haritası ve Ekosistemi	49
Şekil 22: Kuru Kayısı Sektörü Rekabetçi Konum Analizi	56

KISALTMALAR

BRC	: British Retail Consortium, İngiliz Perakende Konsorsiyumu
COMTRADE	: The United Nations Commodity Trade Statistics Database, Birleşmiş Milletler Emtia Ticareti İstatistikleri Veri tabanı
EUROSTAT	: Statistical Office of European Union, Avrupa Birliği İstatistik Ofisi
FAO	: Food and Agriculture Organization of the United Nations, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Organizasyonu
FDA	: U.S. Food and Drug Administration, Amerika Birleşik Devletleri Gıda ve İlaç İdaresi
FKA	: Fırat Kalkınma Ajansı
INC	: International Nuts and Dried Fruit Council, Uluslararası Kuruyemiş ve Kuru Meyve Konseyi
ITC	: International Trade Centre, Uluslararası Ticaret Merkezi
NACE	: Statistical classification of economic activities in the European Community, Avrupa Topluluğu'ndaki Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiksel Sınıflandırması
PRODCOM	: An annual survey for the collection and dissemination of statistics on the production of industrial (mainly manufactured) goods, Endüstriyel malların üretimine ilişkin istatistiklerin toplanması ve dağıtılması için yıllık bir anket
T.C.M.B.	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TİM	: Türkiye İhracatçılar Meclisi
T.O.B.B.	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TRADEMAP	: Trade Statistics of International Business Development, Uluslararası İş Geliştirme İçin Ticaret İstatistikleri
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜKSİAD	: Tüm Kuruyemiş Sanayici ve İşadamları Derneği



YÖNETİCİ ÖZETİ

Kayısı ve Kayısı Ürünleri Sektörü Değer Zinciri Analizi raporu, Malatya ve kısmen Elazığ (Özellikle Baskil İlçesi) illerimizin en önemli tarımsal ürünü olan kayısının gelecek yıllarda katma değerli bir ürün seviyesine taşıyacak olan öncelik ve tedbirler ile 2022-2024 yıllarını kapsayan 3 yıllık dönem için faaliyet önerileri ortaya koyan bir rapor olarak, hem özel sektör hem de kamu kurum ve kuruluşlarının katılımıyla hazırlanmıştır.

Fırat Kalkınma Ajansı 2021 yılı Çalışma Programı kapsamında Kayısı sektörü için Değer Zinciri Analizi (DZA) çalışması yapılmıştır. Çalışmayla, kayısı sektöründen hammadde temininden satış sonrası hizmete kadar tüm değer faaliyetlerinin ve faaliyetler arasındaki ilişkilerin ortaya konulması, her bir faaliyet için sorunların analiz edilmesi ve yereldeki katma değeri arttırmak için gerekli stratejilerin belirlenmesi gibi konular özelinde hem özel sektör hem de kamu kesiminden paydaşlar ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Kayısının yetişmesinden pazarlanmasına ve ihraç edilmesine kadar tüm süreçleri yakinen bilen ve takip eden her bir paydaş ile 90-120 dakika süren görüşmeler gerçekleştirilmiş, görüşme notları Ajans uzmanları çevrimiçi veri giriş sistemine işlenmiş ve derlenmiştir. Paydaşlarla görüşmeler sonucu elde edilen bilgiler yanında gerek sektörel raporlar gerekse değer zinciri hakkındaki ulusal ve uluslararası kaynaklar incelenmiştir. Son aşama olarak paydaşların katılımı ile bir çalıştay gerçekleştirilmiş, sorun ve çözüm önerileri detaylı şekilde tartışılmıştır.

Ülkemizin sınır ve liman bölgelerinden uzak, iç kesimlerinde yer almanın dezavantajlarını yaşayan Malatya ve Elazığ illerimizin, ulusal ve uluslararası düzeyde rekabetçi olduğu alanların güçlendirilmesi ve kayısı yetiştiriciliği yapan ilçelerdeki gelir ve yaşam kalitesinin yükseltilerek ekonomik gelişmenin hızlandırılması amacıyla üç yıllık bir eylem planı niteliğinde bir yükseltme planı hazırlanmıştır.

Ajansımızın koordinatörlüğünde uygulanması beklenen eylem planları sonrasında kayısı sektörünün yetiştiriciliği, pazarlanması ve ihraç edilmesi süreçlerinin her birine ve dolayısı ile üreticilerimize katkı sağlamak bu çalışmanın en büyük sonuçlarından olması temenni edilmektedir.

Kuru Kayısı Değer Zinciri Analizi ve Yükseltme Planı çalışmasının en önemli çıktılarından birisinin Malatya Ticaret Borsası'nda kuru kayısı için kotasyon işlemlerinin gerçekleştirilebilmesi amacıyla gerekli alt yapının kurulumu ve kurumsal kapasitesinin



artırılması gereksinimi olmuştur. Bu sayede tarımsal üretimin yanında ticaret ve borsacılık kültürünün de gelişmesi beklenmektedir. Borsanın bu konudaki ihtiyacının karşılanması ile kuru kayısının fiyat istikrarının sağlanması, ticaretinin daha geniş ve ulusal boyutta yapılması, lisanslı depoların aktif kullanımı ile ürünlerin daha hijyenik koşullarda saklanması, üreticinin daha çok gelir elde etmesi gibi sonuçların elde edilmesi de beklenmektedir. Aktif kullanılacak kayısı işlem salonlarında düzenli olarak alım satım yapılması öngörülmektedir. İşlem salonlarında borsa üyesi olan alıcı ve satıcılar ya da bu kesimlerin temsilcisi olan borsa üyesi ajan ve simsarlar aracılığı ile işlemler gerçekleştirilecektir. Bu minvalde başta bölgemize olmak üzere, tüm Türkiye'ye hizmet etmek üzere bir "Kayısı Emtia Borsası" tüzel kişiliğinin bölgemize kazandırılmasının kayısı sektörünün geliştirilmesine önemli katkılar sağlayacağı değerlendirilmektedir.¹

¹ Fırat Kalkınma Ajansı Emtia Borsası Bilgi Notu, 2022

ARKA PLAN



Ajansımız, 2021 yılı içerisinde ‘TRB1 Bölgesi Kayısı ve Kayısı Ürünleri, Süt ve Süt Ürünleri Sektörü ve Mermer Sektörü Değer Zinciri Analizi’ başlığı altında yer alan çalışmalar kapsamında, bölgemizde üretilen/yetilen ve bölge ekonomisini ciddi oranda etkileyen ürünleri yapılacak yükseltme planları ve değer zinciri çalışmaları ile gündemine almayı planlamıştır.

Bölgemizin gerek iç gerekse de dış pazarlarda rekabet fırsatı sunan bu ürünlere yönelik olarak 3 yıllık “Sonuç Odaklı Programlar” uygulama süresince Değer Zinciri Analizleri yapılmasının uygun olacağı değerlendirilmiştir. İlgili sektörlerde hammadde temininden satış sonrası hizmete kadar tüm değer faaliyetlerinin ve faaliyetler arasındaki ilişkilerin ortaya konulması, her bir faaliyet için sorunların analiz edilmesi ve değer oluşturmak için gerekli stratejilerin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Coğrafi işaret almış ürünlerden olan Malatya Kayısı, yetiştiği coğrafya ekonomilerinin gelişmesi, yöresel üreticilerin yerel kaynakları daha iyi değerlendirmesi, yerel istihdamın artırılması ve hayat şartlarının gelişmesi, bölgelerin marka kimliğinin desteklenmesi ve bilinirliğinin artmasıyla bu ekonomik iyileşmenin sürekliliğini sağlamak anlamında önemli avantajlar taşımaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin kendi değer zinciri içerisinde üretici/çiftçi



açısından sağladığı katkılar; coğrafi işaretli ürün yetiştiren bireysel üretici/çiftçilerin, diğer bölgelerdeki üretici/çiftçilerden farklı olduğunun bilinmesi, ürünün ayırt edici (tadı, aroması, lezzeti, vitamin/mineral değeri vs) özelliği ve yıllar boyunca taşıdığı karakteristik özelliği ile diğer benzer ürüne göre avantaj sağlaması, tanınırlığı ve bilinirliğinden dolayı, yurt içi ve yurt dışı pazarlara satış potansiyelini artırması, bireysel üretici/çiftçilerin gelirlerinde artış sağlama ve yeni iş fırsatlarını ortaya çıkararak tarımsal faaliyetlerin sürdürülebilir ve kalıcı olmasına öncülük etmesi olarak sıralanabilir.

Kayısı, Malatya ilinin üretim, dış ticaret ve istihdam açısından en önemli ürünüdür. 2019 yılı FAO verilerine göre Dünya taze kayısı üretiminin %20'si Türkiye'de üretilmekte, 2020 yılı TÜİK verilerine göre de Türkiye taze kayısı üretiminin %42,24'ü ise Malatya'da üretilmektedir. Malatya Kayısı, ilin ve çevresinin sahip olduğu mikro iklim özellikleri sebebiyle sahip olduğu tat ve özellikleri ile kurutulmaya en uygun üründür. Malatya Ticaret ve Sanayi Odası kuru kayısı için 26.02.2002 tarihinde Türkiye'de ve 07.07.2017 tarihinde Avrupa'da coğrafi işaret almış ve böylece kendi pazarını koruma ve büyüme anlamında önemli bir adım atmıştır.

Dünya'da üretilen kayısının önemli bir bölümü yaş kayısı olarak tüketilmesine rağmen Malatya'nın özellikle kuru kayısındaki üretim ve ihracatı, kuru kayısı ticaretinde başat il olmasına sağlamıştır. Kuru kayısı ihracatında Türkiye, dünyada açık ara öncü ülke durumundadır. ITC verilerine göre, kuru kayısı ihracatı dolar bazında dünyada yıllık ortalama %2,7 ve ülkemizde %3,1'lik azalmasına rağmen, Türkiye dünya kuru kayısı ihracatının halen %71,4'ünü yapmaktadır. Malatya'da üretilen kayısının kurutulmaya elverişli olması, yaş kayısının raf ömrünün uzatılabilmesi için soğuk zincir gerektirmesi sebebiyle ilin üretim ve ihracatı kuru kayısı üzerine kurulmuştur.

Türkiye, gerek yakınlık gerekse aranan nitelik ve kalite standartlarını sağlaması bakımından Avrupa kıtası kuru kayısı ithalatının önemli bir kısmını karşılamaktadır. En büyük pazar olan Avrupa'da son yıllarda tedarik edilen ülkeler bakımından çeşitliliğe gidilmiş ve üretim ve ihracat bakımından Türkiye'ye rakip olmaya potansiyeline sahip ülkeler artmaktadır. Pazar gücünün korunması, ülkemizde ve ilimizde bulunan katma değer artırılması açısından bu değer zinciri çalışması ve devamındaki yükseltme planlarının önemli olduğu düşünülmekte; sektörle ilişkili özel, sivil toplum ve kamu kurumlarının işbirliği içinde ortak çalışmalar yapmalarının önemli olduğu değerlendirilmektedir.



1. SEKTÖR PROFİLİ

Bu bölümde kuru kayısı üretimi hakkında ayrıntılı bilgiler sunulmaktadır. Sektör ve alt sektör tanımları, ürün grupları, üretim süreçleri, sektörün diğer sektörler ile ilişkileri ve Malatya'daki tarım ve sanayinin yapısı hakkında bilgiler içermektedir.

1.1 Sektöre Genel Bakış

Bir çerez türü olan kuruyemişler, çeşitli bitkilerin meyve veya tohumlarının kurutularak ve işlenerek yenilir hale getirilmiş halleridir. Botanik biliminde kuru yemiş tek tohumlu (seyrek olarak iki), olgunlaştığında ovaryum duvarının çok sert (taşimsı veya ahşapsı) ve tohumun ovaryum duvarına bağlı veya kaynaşmış olduğu basit bir kuru meyve olarak tanımlanmaktadır. Kuru yemişlerin çoğu alt durumlu ovaryum pistilleridir ve olgunlaştıklarında kabukları kendiliğinden açılmaz. İnsanoğlunun dünya sahnesine çıktığı ilk dönemlerden bu yana, diğer bir deyişle yaklaşık 800 bin yıldır kuruyemiş tüketilmektedir. İlk insanların buzul çağı döneminde kuruyemiş kabuklarını ayırma amaçlı araçlar geliştirdiğine dair arkeolojik bulgular vardır.

Kuruyemişler, yiyecek içecek ürünleri arasında unlu mamuller, şekerlemeler ve diğer çerezlerin bulunduğu ürün grubunun altında yer almaktadır. Ana ürün grupları bazında yapılmış olan bir sınıflandırma aşağıdaki şekilde gösterilmiştir².

² TÜKSİAD Eğitim ve Danışmalık İhtiyaç Analizi Raporu, 2013



Şekil 1: Yiyecek İçecek Ürün Grupları

YİYECEK VE İÇECEKLER				
İçecekler	Unlu Mamüller, Şekerlemeler, Çerezler	Süt Ürünleri, Yumurta ve Bal	Etler ve Deniz Mahsülleri	Etler ve Deniz Mahsülleri
- Alkollü İçecekler - Kahveler - İçme Suları - Alkolsüz İçecekler - Çaylar	- Unlu Mamüller - Şekerlemeler - Çerezler	- Süt Ürünleri - Yumurta ve yumurta ürünleri - Ballar	- Etler ve Kümes Hayvanları - Deniz Mahsülleri	- Etler ve Kümes Hayvanları - Deniz Mahsülleri
Meyve ve Sebzeler	Fasulyeler ve Tahıllar	Çeşni ve Baharatlar	Gıda Katkı Maddeleri	
- Meyveler - Sebzeler	- Fasulye Ürünleri - Tahıllar	- Püreler - Tuzlar - Soslar - Deniz mahsüllerinden çeşniler - Çeşni amaçlı yağlar - Baharatlar - Şekerler - Sirkeler	- Dekoratif süslü katkı maddeleri - Kakao içeren katkı maddeleri - Gliyailler - Pastacılık Karışımları - Nişastalar - Sütle yapılmayan Kremler - Kabartma Tozları	

Kaynak: TÜKSİAD Eğitim ve Danışmalık İhtiyaç Analizi Raporu, 2013

Kuru kayısı, çerezler ürün grubunun alt ürün grubu olan kuru meyve ve sebzeler ürün grubunda yer almaktadır. Çerezler grubundaki ürünlerden örnekler aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.

Şekil 2: Çerezler Grubundaki Alt Ürün Grupları



Kaynak: TÜKSİAD Eğitim ve Danışmanlık İhtiyaç Analizi Raporu, 2013

Uluslararası Kuruyemiş ve Kuru Meyve Konseyi'nin (INC) temel aldığı 16 Kuruyemiş ve Kuru Meyve ürünü aşağıda gösterilmiştir. Bu çalışmanın kapsamındaki ürün ise genel tanımı itibariyle kuru meyve olan kuru kayısıdır.

Tablo 1: INC'ye Göre Kuruyemiş ve Kuru Meyve Ürünleri

A- Kuruyemişler	B- Kuru Meyveler
Badem	Hurma
Brezilya Fındığı	Kuru Kayısı
Kaju	Kuru Kızılcık
Fındık	Kuru İncir
Avustralya Fındığı	Kuru Üzüm
Pecan Cevizi	Kuru Erik



Uluslararası Kuruyemiş ve Kuru Meyve Konseyi'nin (INC) tarafından yayınlanan aşağıdaki şekilde kuru meyve ürünlerinin dünya ticaretindeki konumunu gösterilmektedir. Türkiye'den 2019 yılında ihraç edilen kuru kayısının 35.500 tonu AB, İngiltere ve EFTA ülkelerine, 13.900 tonu Rusya'ya, 11.500 tonu ABD'ye, 6.100 tonu Ukrayna'ya ve 4.900 tonunun Avustralya'ya ihraç edildiği görülmektedir.

[illegible]

15



1.2 Alt Sektör Tanımları

Kuruyemiş sektörünü ve alt sektörlerini tasnif etmeye yönelik farklı sınıflandırma yöntemleri mevcuttur. NACE ve PRODCOM sınıflandırmalarında ilgili sektörler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 2: Alt Sektör Tanımları

SINIFLANDIRMA	KURUYEMİŞ SEKTÖRÜ FAALİYET TANIMLARI	
NACE Rev.2, 2021	10.39.05	Dondurulmuş veya kurutulmuş meyve ve sebzelerin imalatı (kuru kayısı, kuru üzüm, kuru bamy, kuru biber vb.)
	10.39.06	Leblebi imalatı ile kavrulmuş çekirdek, yerfıstığı vb. üretimi (sert kabuklular hariç)
	46.31.01	Fındık, Antep Fıstığı, yer fıstığı ve ceviz toptan ticareti (kavrulmuş olanlar hariç)
	46.31.02	Taze incir ve üzüm toptan ticareti
	46.31.03	Narenciye toptan ticareti
	46.31.04	Diğer taze meyve sebze toptan ticareti (patates dâhil)
	46.31.05	Zeytin (işlenmiş) toptan ticareti
	46.31.06	Kültür mantarı toptan ticareti
	46.31.08	Kuru bakliyat ürünleri toptan ticareti (fasulye, mercimek, nohut, vb.)
	46.31.09	Kavrulmuş veya işlenmiş kuru yemiş toptan ticareti (leblebi, kavrulmuş fındık, fıstık, çekirdek vb.)
	46.31.10	Kuru üzüm toptan ticareti
	46.31.11	Kuru incir toptan ticareti
	46.31.12	Kuru kayısı toptan ticareti
	46.31.90	Diğer işlenmiş veya korunmuş sebze ve meyve toptan ticareti (reçel, pekmez, pestil, salamura veya turşusu yapılmış olanlar dâhil) (fındık, incir, üzüm, narenciye, zeytin, kültür mantarı ve kuru yemiş hariç)
	46.31.01	Fındık, antep fıstığı, yer fıstığı ve ceviz toptan ticareti (kavrulmuş olanlar hariç)
	46.31.02	Taze incir ve üzüm toptan ticareti
	47.21.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kuru yemiş perakende ticareti
PRODCOM, 2017-2018	10.39	Başka yerde sınıflandırılmamış meyve ve sebzelerin işlenmesi ve saklanması
	10.39.23	Sert kabuklu yemişler ve yerfıstığı (kavrulmuş, tuzlanmış veya başka şekilde hazırlanmış)
	10.39.23.30.00	Yer fıstığı, hazırlanmış veya korunmuş (yer fıstığı ezmesi dâhil) (sirke veya asetik asitle hazırlananlar, dondurulmuş olanlar ve diğer püre ve ezmeler hariç)
	10.39.23.90	Sert kabuklu yemişler (yer fıstığı hariç) ve diğer tohumlar ve karışımları, hazırlanmış veya korunmuş (sirke veya asetik asitle hazırlananlar, dondurulmuş olanlar, püre ve ezmeler, şekerle korunmuş olanlar hariç)
	10.39.23.90.01	Kavrulmuş kabuklu fındık



SINIFLANDIRMA	KURUYEMIŞ SEKTÖRÜ FAALİYET TANIMLARI
	10.39.23.90.02 Kabuksuz işlenmiş fındık - beyazlatılmamış
	10.39.23.90.03 Kabuksuz işlenmiş fındık - beyazlatılmış (dilimlenmiş, kıyılmış ve kavrulmuş olanlar dâhil)
	10.39.23.90.04 Kavrulmuş badem ve Antep fıstığı
	10.39.23.90.05 B.y.s. işlenmiş veya saklanmış sert kabuklu yemişler (ceviz, leblebi, sert kabuklu tropikal meyveler vb.) ile diğer tohumlar ve karışımları (sirke veya asetik asitle hazırlananlar, dondurulmuş olanlar, püre ve ezemeler, şekerle korunmuş olanlar hariç)
	10.39.24 Meyve ve sert kabuklu yemişler (geçici olarak korunmuş, hemen tüketime hazır olmayan)
	10.39.25 Yerfıstığı ve sert kabuklu meyveler, kabuğu soyulmuş
	10.39.29 Diğer hazırlanmış, kurutulmuş veya korunmuş meyveler ve sert kabuklu yemişler
	10.39.29.10.00 Kuru üzümler
	10.39.29.20.01 Kayısı - kurutulmuş
	10.39.29.20.02 Zerdali - kurutulmuş
	10.39.29.20.03 Erik - kurutulmuş
	10.39.29.20.04 Elma - kurutulmuş
	10.39.29.20.05 Şeftali (nektarınlar dâhil) - kurutulmuş
	10.39.29.20.06 Armut - kurutulmuş
	10.39.29.20.07 Dut - kurutulmuş
	10.39.29.20.08 Ayva - kurutulmuş
	10.39.29.20.09 Diğer meyveler (muz, hurma, incir, ananas, avokado, guava, mango, MANGOSTEEN, turuncgiller, üzüm, fındık ve ceviz hariç) - kurutulmuş
	10.39.29.20.10 Meyve karışımları - kurutulmuş
	10.39.29.20.11 İncir - kurutulmuş
	10.39.29.20.99 Diğer sert kabuklu tropikal meyve karışımları - kurutulmuş

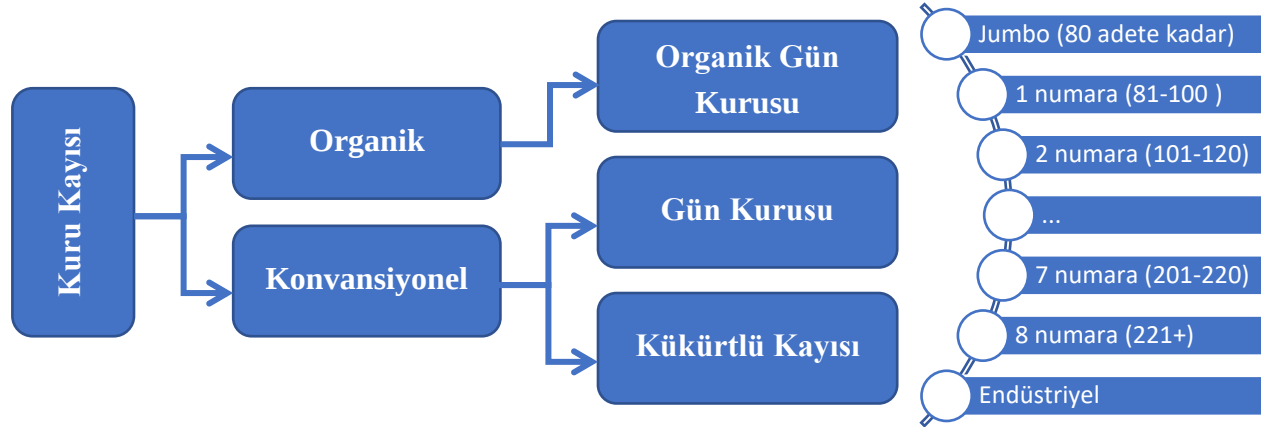
Kayısı, endüstriyel kullanım için çok farklı şekillerde değerlendirme imkânlarına sahip bir ürün olmakla birlikte, Malatya’da üretilen kayısı özelinde belirtecek olursak, pazarın %91’i kuru kayısı üretilmesi üzerine kurulmuştur.

Kayısı, tarımsal nitelikte bir üründür. Ulusal ve uluslararası sınıflandırmada resmi bir alt sınıflandırma bulunmamakla birlikte, yerelde kayısı, yetiştirme şekline göre organik ve konvansiyonel, kurutma yöntemine göre ise gün kurusu ve kükürtlü olarak ayrılmaktadır. Ticaret Bakanlığı’nın lisanslı depolarda uyguladığı sınıflandırmada kuru kayısı, ebatlarına göre 0-8 arasında numaralandırılmaktadır. Piyasa da bu sınıflandırmayı kullanmaktadır. Jumbo olarak bilinen 0 numaralı kayısının kilogramında 80 adede kadar kuru kayısı bulunurken, 8 numara



kayısının kilogramda 221 ve üzerinde adet bulunmaktadır. Kusurlu veya elek altı olan kayısılar ise çoğunlukla kesme olarak işlenmekte ve endüstriyel amaçlı kullanım için piyasaya sunulmaktadır.

Şekil 4: Kuru Kayısının Piyasaya Sunuluş Şekilleri



1.3 Ürün Grupları

Bu raporda ele alınan ürün **10.39.29.20.01** kodu ile tanımlanan **kuru kayısı** olmakla birlikte, kayısı çekirdeğinden elde edilebilecekler hariç olmak üzere, kayısının girdi olarak kullanılabileceği sanayi ürünlerden başlıcaları aşağıda tanımlanmaktadır.

Tablo 3: Kayısı Meyvesinin Girdi Olarak Kullanılabileceği Sanayi Ürünleri

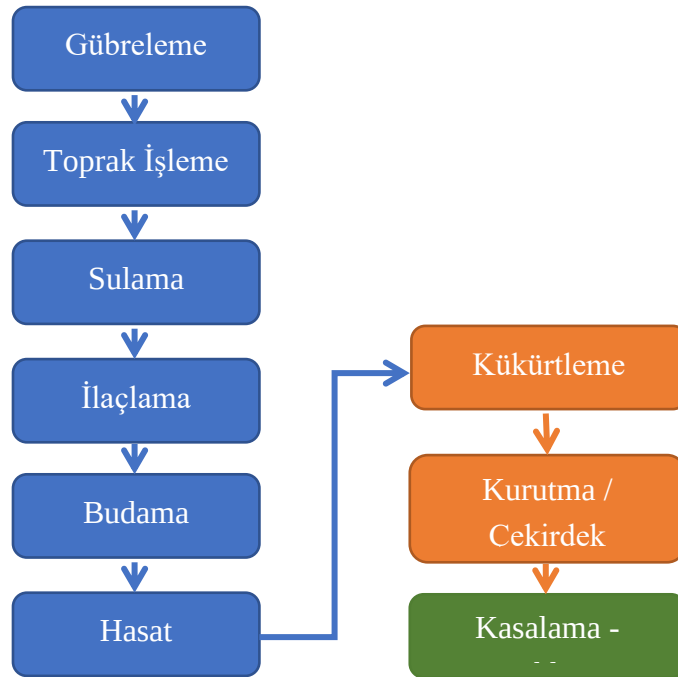
Ürün Kodu	Sanayi Ürünü Adı
10.32.19.20.01	Kayısı suyu - konsantre olmayan
10.39.21.00.00	Meyve ve sert kabuklu yemişler, dondurulmuş (pişirilmemiş veya buharda ya da suda haşlanarak pişirilmiş)
10.39.22.90.01	Reçel, marmelat, meyve jölesi ve pekmez (turunçgillerden yapılanlar ile homojenize müstahzarlar hariç)
10.39.29.20.01	Kayısı - kurutulmuş
10.51.52.45.00	Tatlandırılmış sıvı yoğurt veya ekşitilmiş süt (tatlandırılmış veya meyve, sert kabuklu yemişler veya kakao ilave edilmiş kesilmiş süt, krema, yoğurt ve diğer mayalı ürünler)
10.82.22.35.00	Çikolata (tahıl, meyve veya sert kabuklu yemiş ilaveli kalıp, dilim veya bar halinde olanlar) (doldurulmuş olanlar ve çikolatalı bisküviler hariç)
11.07.19.30.04	Gazoz (meyveli), tatlandırılmış



1.4 Üretim Süreçleri

Kayısı üretimi iki aşamalı olarak yapılmaktadır. Bitkisel üretim, hasat ve kuru kayısı için kurutma süreçleri içeren ilk aşama genellikle çiftçilerin bahçelerinde yapılmaktadır. Yaygın olarak çiftçiler kayısı ebatlarına göre herhangi bir sınıflandırma yapmamaktadır.

Şekil 5: Bahçede Kayısı Üretim Süreçleri

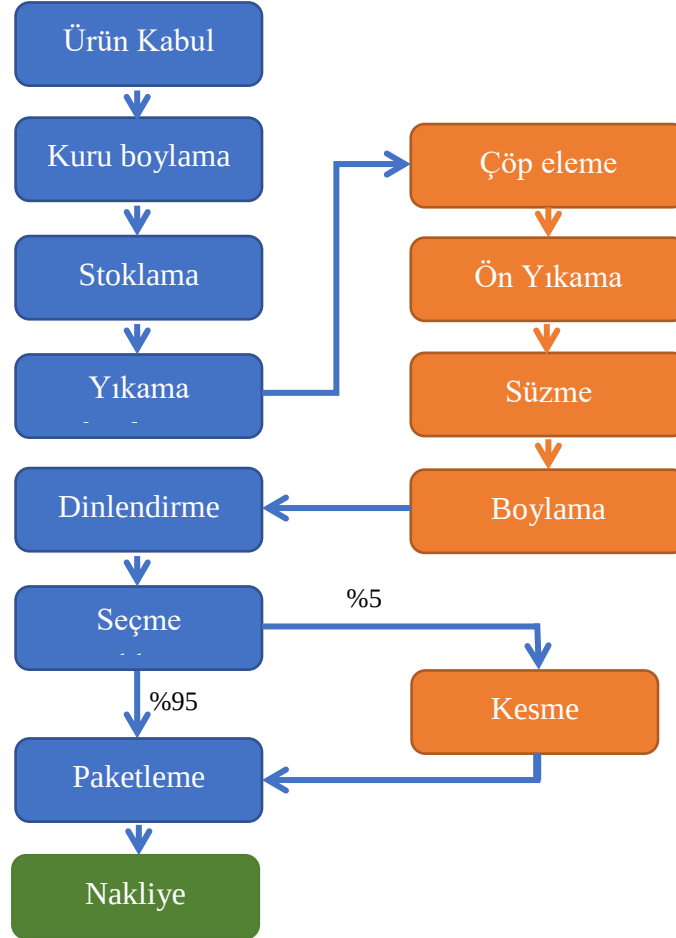


Kurutulan kayısılar, işleme tesislerine genellikle çuvallarla ve bazen kasalarla nakledilmektedir.

İşletmede kuru boylamaya tabi tutulduktan sonra gün kurusu veya kükürtlü kayısılar için ayrı ayrı belirlenen depolama koşullarında saklanmaktadır. Sipariş alındıktan sonra yıkama, dinlendirme, seçme ve paketleme süreçlerinden geçerek gönderime hazır hale gelmekte ve üretim süreci tamamlanmaktadır.

İşletmede gerçekleşen süreçler aşağıdaki şekilde özetlenmiştir. Burada verilen süreçler, ürün takip zincirini kısmen kurabilmiş, ürün sınıflandırmasını ulusal ve uluslararası gıda güvenliği sertifikalarına sahip işletmeler tarafından uygulanmakta olan süreçlerdir.

Şekil 6: İşletmede Kuru Kayısının İşlenme Süreçleri



Çiftçiden alınan kuru kayısılar işletmelerde kükürt içeriği, nem oranı gibi kriterler bakımından numune testinden geçerek sözleşme koşullarına uygunluğu onaylanır. Kabul aşamasından geçen ürünler kuru boylamaya tabi tutularak büyüklüklerine göre ayrı kasalarda stoklamaya alınır. Stoklanan ürünler sipariş şartlarına ve takvimine göre sırası geldikçe alınır, yıkama sonrasında ıslak boylama ve dinlendirme işleminden sonra seçme ve paketleme aşamalarına ulaşır. Seçme ayıklamada yaralı, kusurlu ve kesik ürünler ayrıştırılarak, 2. ve 3. kalite olarak ayrılır. İkinci ve üçüncü kalite olarak da değerlendirilemeyecek durumdaki ürünler kesme kayısı olarak gıda sanayiinde girdi olarak kullanılmaktadır.

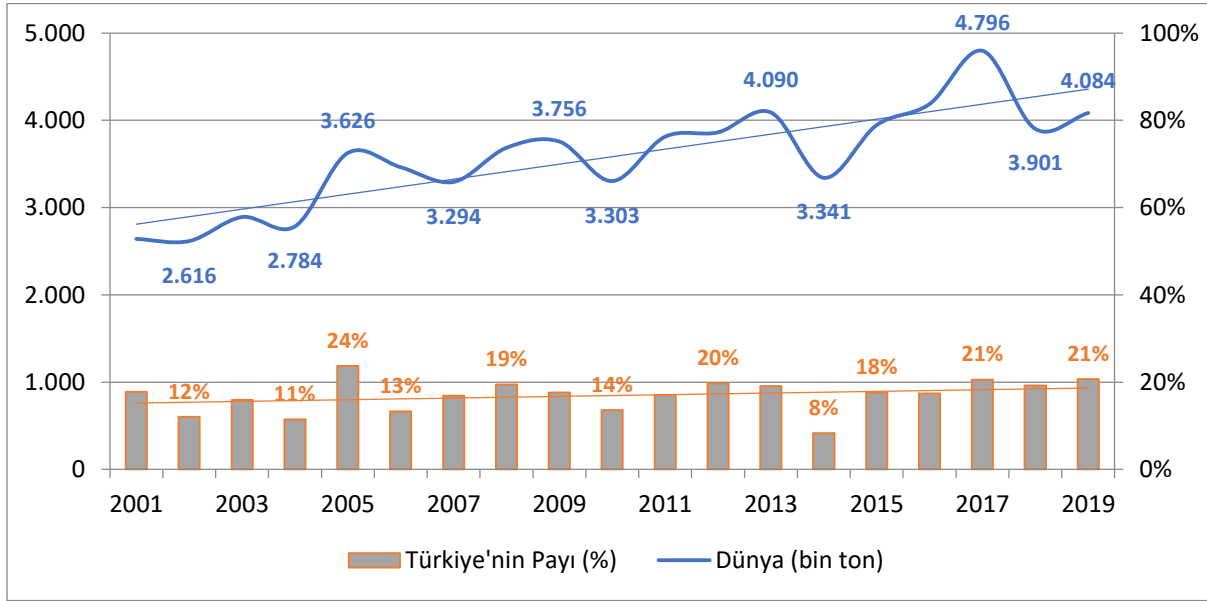
Kesme olarak ayrılan kayısının oranı kabul edilen ürünün kalitesine göre değişmekle birlikte, sanayicilerle yapılan görüşmelerde bu oranın ortalama olarak %5 civarında olduğu tespit edilmiştir.



2. KÜRESEL ÜRETİM VE TİCARET

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) verilerine göre küresel kayısı üretimi 2001 yılından bu zamana kadar artış eğilimi göstermektedir. 2005 yılı öncesinde üretimi yıllık 3 milyon ton altında olan kayısı, 2005 yılı ile birlikte 3,6 milyon ton miktarını görmüş ve 2015 yılından bu yana da 4 milyon ton üzerinde seyretmektedir.

Şekil 7: Yaş Kayısı Bitkisel Üretim Verileri



Kaynak: Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)

Türkiye’de de yaş kayısı üretimi küresel kayısı üretimine benzer şekilde artmaktadır. 2007 yılına kadar ortalama 500 bin ton civarında seyreden kayısı üretimi, artış eğilimini devam ettirerek 2015-2019 döneminde ortalama 800 bin ton civarına yükselmiştir.

GTIP sınıflandırmasına göre 2020 yılında yaş ve kuru kayısının Türkiye ve Dünya tarafından ithalat ve ihracat rakamları ile Türkiye’ye ait bazı ihracat göstergeleri aşağıdaki tabloda verilmiştir. Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler grubunda %4 civarında olan küresel ihracat içindeki payı, yaş kayısıda %12 ve kuru kayısıda %72 seviyesindedir.

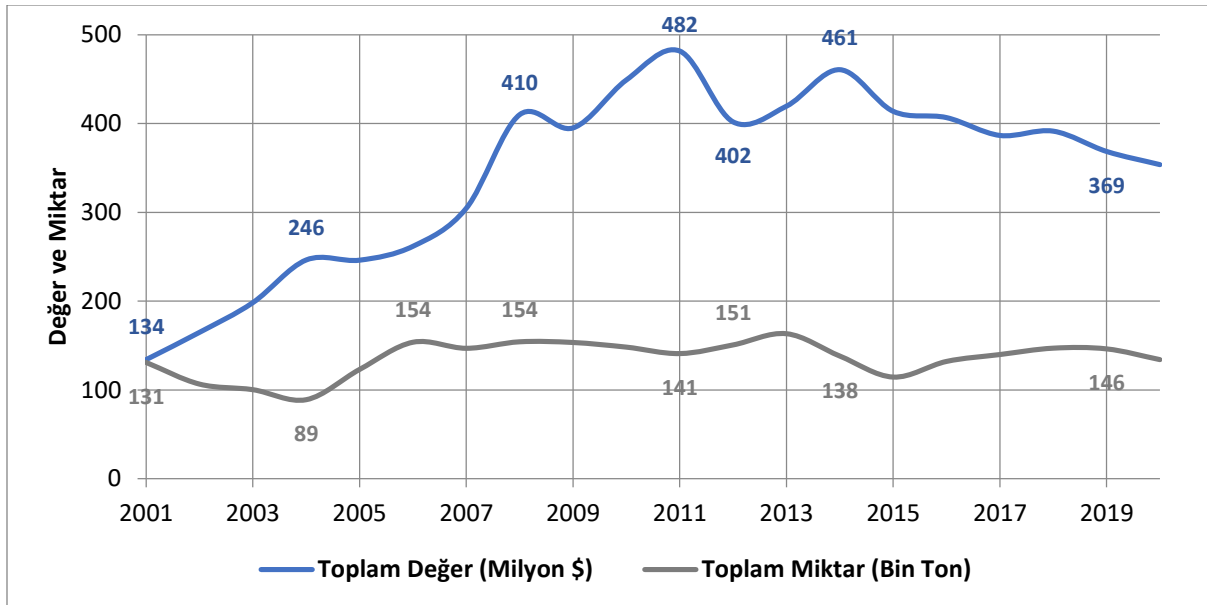
Tablo 4: Yenilen Meyve ve Sert Kabuklu Meyveler Dış Ticaret Göstergeleri, 2020

TÜRKİYE							DÜNYA	
	İhracat x 1.000 ABD \$	İthalat x 1.000 ABD \$	Dış Ticaret Hacmi x 1.000 ABD \$	Dış Ticaret Dengesi x 1.000 ABD \$	Küresel İhracat İçindeki Payı	İhracat Sıralama Sı	İhracat x 1.000 ABD \$	İthalat x 1.000 ABD \$
08 Yenilen Meyveler ve Sert Kabuklu Meyveler	4.830	904	5.734	3.926	4%	8	131.617	139.775
0809 Kayısı, kiraz, şeftali, erik ve çakal eriği (taze)	463	1	464	463	6%	5	7.156	7.939
080910 Yaş Kayısı	56	0	56	56	12%	2	448	462
0813 Kurutulmuş Meyveler (08.01 - 08.06 pozisyonundakiler hariç)	300	18	318	282	12%	1	2.418	2.258
081310 Kuru Kayısı	260	6	267	254	72%	1	360	365

Kaynak: Trademap verilerinden hesaplanmıştır.

Kuru kayısı için küresel ithalat tutarı, 2001 yılı itibariyle 134 Milyon Dolar olan seviyesinden 2007 yılında 300 Milyon Dolara, 2008 yılında da 400 Milyon Dolara yükselmiş, 2015 yılına kadar da 400 Milyon Dolar üzerinde seyretmiştir. Küresel kuru kayısı ithalatı, hacim olarak 2016-2020 döneminde 350-400 Milyon Dolar seviyesinde seyrini devam ettirmektedir. Kuru kayısı ithalatının, miktar olarak karşılığı ise 90-155 bin ton aralığında bulunmaktadır. Birim fiyat bakımından 1,0 ile 3,5 dolar/kg aralığında kalite, yıl ve ithalatçı ülke itibariyle oldukça değişken bir değer çizgisi izlemektedir.

Şekil 8: Dünya Kuru Kayısı İthalatı, 2001-2020



Kaynak: www.trademap.org



Kuru kayısı 187 ülke tarafından ithal edilmekle birlikte, en çok ithalat yapan ülkeler incelendiğinde ilk 10 ülke kuru kayısı ithalatının %57'sinden fazlasını gerçekleştirmektedir. ABD, Almanya, Fransa, İngiltere ve Rusya'yı kapsayan ilk 5 ülke ise toplam kayısı ithalatının %42'sini gerçekleştirmektedir.

Tablo 5: En Fazla Kuru Kayısı İthal Eden Ülkeler (bin \$)

İthalatçı Ülkeler	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (%)	2020 payı
Dünya	413.786	406.633	386.536	391.361	365.183	360.343	-2,86	100,0%
1 ABD	51.259	57.364	50.069	44.955	38.885	44.952	-3,35	12,5%
2 Almanya	32.423	31.445	27.691	25.601	25.288	31.969	-2,65	8,9%
3 Fransa	33.822	32.494	27.830	28.369	27.513	29.503	-1,00	8,2%
4 İngiltere	40.379	39.922	32.575	29.710	23.189	25.810	-5,38	7,2%
5 Rusya	12.766	12.280	16.381	19.212	20.300	18.005	-8,50	5,0%
6 Brezilya	14.058	12.276	11.960	14.169	12.890	14.414	-1,43	4,0%
7 Avustralya	21.300	14.488	13.656	13.988	11.040	14.332	-3,62	4,0%
8 Hollanda	14.231	13.149	12.279	12.770	11.693	13.340	-1,70	3,7%
9 Belarus	2.287	6.273	5.238	11.967	15.175	12.195	20,05	3,4%
10 Hindistan	14.017	8.203	24.829	28.240	17.302	11.177	4,54	3,1%

Kaynak: www.trademap.org

Dünya ortalamasının üzerinde ithalat yapan ülkeler arasında yıllık ithalat miktarları artan ülkeler incelendiğinde, Irak'ın kuru kayısı ithal etmeye başladıkları görünmekte Azerbaycan, Belarus ve Çin'de kuru kayısı pazarının çok hızlı geliştiği görülmektedir. Türkiye en fazla ithalat yapan ülkeler arasında yer almakla birlikte, net ihracatçı bir ülkedir.

Tablo 6: Yıllık Artış Oranına Göre İthalatı En Fazla Artan Ülkeler (bin \$)

İthalatçı Ülkeler	2011	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (%)
1 Irak		246	2.923	4.072	5.717	6.374	7.948	4.746	N/A
2 Belarus	1.961	3.490	2.287	6.273	5.238	11.967	15.175	12.195	20,1%
3 Çin	816	870	1.436	1.686	2.963	5.427	7.572	4.789	19,4%
4 Cezayir	2.635	3.400	6.071	5.510	5.946	5.338	7.489	6.040	8,7%
5 Hindistan	7.171	12.675	14.017	8.203	24.829	28.240	17.302	11.177	4,5%
6 Türkiye	5.490	14.724	4.828	4.931	2.593	3.267	7.849	6.406	1,6%
7 Polonya	8.053	10.627	9.999	10.342	9.176	9.497	7.559	8.941	1,1%

Kaynak: www.trademap.org



Son 10 yıl veriler incelendiğinde Türkiye, Dünya kuru kayısı ihracatının ortalama olarak %71'ini tek başına gerçekleştirmektedir. Son yıllarda Özbekistan ve Afganistan ülkeleri kuru kayısı ihracatında üst sıralarda yer almış, sırasıyla Dünya ihracatının %4,6'sı ve %4,2'sini karşılayarak ikinci ve üçüncü en büyük ihracatçı konumuna yükselmişlerdir. Kırgızistan ve Güney Afrika hariç olmak üzere diğer ihracat yapan ülkeler net ithalatçı konumdadır.

Tablo 7: En Fazla Kuru Kayısı İhraç Eden Ülkeler (bin \$)

İhracatçılar	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (%)	2020 payı
Dünya	399.920	375.232	348.663	334.361	356.342	365.054	-2,4%	100,0%
1 Türkiye	302.689	289.106	266.928	253.377	256.129	260.331	-3,2%	71,3%
2 Özbekistan			10.494	7.387	11.232	16.798	N/A%	4,6%
3 Afganistan					15.464	15.580	N/A%	4,3%
4 Almanya	11.186	9.283	8.042	6.112	7.693	9.175	-2,8%	2,5%
5 Fransa	10.062	8.717	8.448	7.647	7.981	6.872	-4,1%	1,9%
6 Hollanda	6.517	5.512	5.190	5.893	8.030	6.103	-1,4%	1,7%
7 Kırgızistan	331	1.206	2.482	2.578	4.483	5.830	49,9%	1,6%
8 ABD	7.829	8.023	8.711	4.877	6.496	5.547	-2,9%	1,5%
9 Güney Afrika	5.636	5.456	6.795	9.088	5.009	5.375	1,7%	1,5%
10 İspanya	4.096	4.374	3.252	7.378	3.307	4.785	17,0%	1,3%

Kaynak: www.trademap.org

1 milyon dolar üzerinde ihracat yapan ülkeler arasında yıllık ihracat miktarları artan ülkeler incelendiğinde, Özbekistan, Afganistan, Tacikistan, Belarus ve Kırgızistan'ın kuru kayısı ihracatını yıldan yıla hızlı şekilde artırdıkları görülmektedir. Belarus, İspanya, Polonya ve Kanada ülkeleri ihracatını en fazla artıran ülkeler arasında yer almakla birlikte, net ithalatçı konumundadırlar.

Tablo 8: Yıllık Artış Oranına Göre İhracatı En Fazla Artan Ülkeler (bin \$)

İhracatçılar	2011	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (%)
1 Özbekistan					10.494	7.387	11.232	16.798	N/A
2 Afganistan							15.464	15.580	N/A
3 Tacikistan		11.842	4.617	4.626	3.729	2.842	3.268	4.628	N/A
4 Belarus	12	349	173	1.350	1.684	2.701	3.317	3.175	75%
5 Kırgızistan	102	1.156	331	1.206	2.482	2.578	4.483	5.830	50%
6 İspanya	992	4.565	4.096	4.374	3.252	7.378	3.307	4.785	17%



7	Polonya	224	633	718	401	377	752	1.083	1.035	17%
8	Kanada	839	622	508	752	1.265	1.474	1.331	1.048	2%
9	Güney Afrika	4.552	5.463	5.636	5.456	6.795	9.088	5.009	5.375	2%

Kaynak: www.trademap.org

Türkiye'nin en fazla kuru kayısı ihraç ettiği ülkelerdeki ihracat hacmine bakıldığında 2014 yılından itibaren tüm pazarlarda daralma yaşandığı görülmektedir. Miktar ve oran olarak en büyük daralma Rusya ile yaşanmıştır. Rusya'nın ardından İngiltere, Avusturya, Almanya ve ABD ülkeleri ile yapılan ihracat hacminde %3 ile 5 arasında yıllık daralma olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Türkiye'nin Kuru Kayısı İhracatında Ülkelerin Payları (Bin \$)

Ülkeler	2011	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Yıllık Bil. Büyüm e Oranı (%)	Ülkelerin Payları (2020)
Dünya	360.90 7	344.80 5	302.68 9	289.10 6	266.92 8	253.37 7	256.12 9	260.33 1	-3,2%	100,0%
1 ABD	55.502	50.474	50.964	44.148	43.021	33.300	32.630	41.454	-2,9%	15,9%
2 Almanya	36.497	42.148	21.959	24.046	20.796	19.731	21.783	26.373	-3,2%	10,1%
3 Fransa	29.456	36.793	28.968	29.035	24.690	24.296	24.709	24.762	-1,7%	9,5%
4 İngiltere	27.348	25.636	25.154	22.110	16.795	14.813	16.134	16.440	-5,0%	6,3%
5 Brezilya	16.253	21.813	10.893	12.891	11.331	14.169	12.129	14.938	-0,8%	5,7%
6 Avusturya	20.608	18.668	18.991	13.841	14.083	13.068	11.656	13.301	-4,3%	5,1%
7 Hollanda	12.025	15.555	10.379	10.011	8.278	8.669	8.828	10.433	-1,4%	4,0%
8 Rusya	38.797	17.200	12.029	10.000	11.877	11.378	12.941	9.010	-13,6%	3,5%
9 Polonya	6.340	8.315	7.603	9.230	6.977	7.027	5.910	6.964	0,9%	2,7%
10 Kanada	7.673	7.841	5.903	5.016	5.933	7.120	6.096	6.692	-1,4%	2,6%

Kaynak: www.trademap.org



3. ÜLKELERİN İÇ PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ

Uluslararası Kuruyemiş ve Kuru Meyve Konseyi (INC), ülkelerin tahmini kuru kayısı tüketimlerini her yıl yayınlamaktadır. Ancak INC, Türkiye'ye ait tüketim istatistiğine yer vermemektedir.

Bu sebeple INC tarafından yayınlanan kuru kayısı üretim verileri ile Uluslararası Ticaret Merkezi (trademap) tarafından yayınlanan dış ticaret verileri kullanılarak Türkiye'ye ait iç pazar büyüklüğü hesaplanmaya çalışılmıştır. Bu hesaplama yapılırken veri bulunamadığından dönem içi stok değişimi hesaplanamamıştır. Kuru kayısının stoklamaya uygun bir ürün olması sebebiyle yıllar içinde iç tüketim hesaplaması çok değişkenlik göstermekte, ancak ortalama tüketim alınarak değerlendirme yapılmasının doğru olacağı düşünülmektedir.

İç Pazar büyüklüklerinin hesaplanmasında kullanılan formül aşağıdaki şekildedir:

$$\text{Pazar Büyüklüğü} = (\text{Üretim} + \text{İthalat}) - \text{İhracat} - \text{Yıl Sonu Stoklardaki Net Artış}^3$$

Matematiksel olarak sembolize edecek olursak:

$$MV_t = (P_t + Im_t) - Ex_t$$

MV_t : t zamanındaki pazar büyüklüğü

P_t : t zamanındaki üretim

Im_t : t zamanındaki ithalat

Ex_t : t zamanındaki ihracat

Tablo 10: Ülkelerin Kuru Kayısı İç Tüketimleri, 2015-2019 (Ton)

		2015	2016	2017	2018	2019	Ortalama	Yıllık Bileşik Değişim Oranı (%)
1	Türkiye	20.050	25.368	47.957	5.081	2.453	20.182	-34%
2	İran	13.881	14.583	31.562	29.600	26.594	23.244	14%
3	Rusya	5.800	7.516	10.169	11.200	13.298	9.597	18%
4	Çin	3.734	6.017	9.253	10.016	12.942	8.392	28%
5	ABD	11.182	10.993	14.455	12.461	12.141	12.246	2%
6	Almanya	4.177	6.007	6.149	7.842	7.686	6.372	13%

³ Yılsonu stokları ihmal edilerek hesaplanmıştır.



7	Fransa	4.469	6.500	6.840	7.195	7.298	6.460	10%
8	İngiltere	5.264	6.253	6.205	6.491	6.661	6.175	5%
9	Ukrayna	1.092	2.756	3.804	4.479	5.681	3.562	39%
10	Avustralya	4.268	4.328	5.321	5.301	4.798	4.803	2%
11	Brezilya	2.250	3.647	4.207	4.648	4.165	3.783	13%
12	Dünya	147.846	159.900	220.510	188.400	180.250	179.381	4%

Kaynak: INC; Türkiye'ye ait rakamlar INC ve trademap verileri kullanılarak hesaplanmıştır.

Ülkelerin iç tüketimleri dikkate alındığında, ithalat verilerinden oldukça farklı şekilde, ithalat hscmi bakımından düşük miktarlara sahip olan İran, Çin ve Ukrayna ülkelerinin aslında önemli tüketim pazarları olduğu dikkate çarpmaktadır.

Yukarıdaki tablodan yola çıkarak piyasa büyüklüğünün parasal karşılığını hesaplayabilmek için, Türkiye için Malatya Ticaret Borsası'nda işlem gören ürünlerin ortalama fiyatlarını, diğer ülkelerin ise trademap tarafından yayınlanan ortalama birim ithalat fiyatları alınmış ve aşağıdaki tablo oluşturulmuştur. Türk Lirası verilerinin dövizle dönüştürülmesi amacıyla TC. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (SBB)'nın yıllık ortalama döviz kuru verileri kullanılmıştır.

Tablo 11: Ülkelerin Kuru Kayısı İç Pazar Büyüklükleri, 2015-2019 (Milyon ABD Doları)

	Ülkeler	2015	2016	2017	2018	2019	Ortalama	Yıllık Bileşik Değişim Oranı (%)
1	Türkiye	82,6	77,6	108,4	11,4	5,2	57,1	-42%
2	İran	9,6	10,1	21,8	20,4	18,4	16,0	14%
3	Rusya	11,8	14,3	19,7	20,0	20,1	17,2	11%
4	Çin	4,2	7,9	12,8	11,7	14,5	10,2	28%
5	ABD	48,8	47,2	49,4	40,1	37,7	44,6	-5%
6	Almanya	24,8	27,9	23,6	27,6	26,6	26,1	1%
7	Fransa	25,9	28,0	23,7	23,5	23,1	24,8	-2%
8	İngiltere	29,3	27,8	23,0	18,5	20,3	23,8	-7%
9	Ukrayna	2,7	4,9	5,2	4,6	5,1	4,5	13%
10	Avustralya	22,8	17,8	17,2	16,0	13,6	17,5	-10%
11	Brezilya	12,5	13,6	11,7	14,6	12,1	12,9	-1%
12	Dünya	534,5	492,3	609,5	501,5	455,1	518,6	-3%

Kaynak: Malatya Ticaret Borsası, trademap ve SBB verileri kullanılarak hesaplanmıştır.



4. SANAYİ EĞİLİMLERİ VE GELİŞMELER

Dünya Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından 2021 yılı ilk çeyreğinde yayınlanan rapora göre 2011 yılından bu yana kuru kayısı dünya ticareti parasal olarak %3.5 azalırken, taze kayısı %0.5 artış eğilimi göstermektedir. Ayrıca taze kayısı ticaret hacminin, kuru kayısı ticaret hacminden fazla olduğu ortaya çıkmaktadır. Kayısı sektöründe ortaya çıkan bu durumu parasal değil miktarsal olarak incelediğimizde ise kuru kayısı talebinin yıllık %1.2 azalırken, yaş kayısı talebinin ise yıllık %5.7 arttığını görüyoruz. Bu durum ise taze kayısının dünya piyasasında yıldan yıla daha fazla talep gördüğüne ve tüketim eğilimin taze kayısı lehine olduğunu göstermektedir.

Türkiye'nin dünya kuru kayısı ticaretinde ve kayısı üretiminde halen lider olduğu Dünya Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) rakamlarına göre bilinmektedir. Dünya kayısı üretiminde 4. sırada olan Tacikistan, İspanya'nın önünde olmasına rağmen oldukça düşük bir seviyede ihracat yapmaktadır. Benzer şekilde Özbekistan hem kuru hem de taze kayısı üretiminde oldukça iyi seviyelerde olmasına rağmen ihracat potansiyelinin farkında olmayan ülkelerden biri olarak yer almaktadır.

Dünya kayısı ticaretinde; Rusya, Almanya ve Irak, en büyük kayısı ithalatçısı ülkeler olarak bulunmasına rağmen en hızlı büyüyen ithalatçı ülkeler ise Irak, Pakistan ve Almanya'dır.

INC (International Nut and Dried Fruit) tarafından Kasım 2021 döneminde yayınlanan rapora göre; 2021/2022 döneminde sert kabuklu yemiş ve kuruyemiş tüketimi bir önceki yıla göre %8'lik bir daralmaya gideceği tahmin edilmiştir. Ancak 2011/2012 döneminden itibaren değerlendirmeye alındığında COVID-19 etkisine rağmen sert kabuklu yemiş sektörü %54'lük bir büyüme göstermiştir. Yine aynı raporda kuru kayısıya olan talebin 2021/2022 döneminde yaklaşık olarak %2'lik bir daralmaya gideceği tahmin edilmiştir.



SEKTÖRÜN TÜRKİYE VE BÖLGEDEKİ DURUMU

Bu bölümde sektörün, Türkiye ve bölgedeki üretim, dış ticaret, istihdam ve ciro verileri mukayeseli olarak karşılaştırılmış ve ortaya konulmuştur.

1. ÜRETİM

Tarım ve Orman İl Müdürlüğünün verilerine göre, 2016-2021 döneminde ortalama 704 bin dekar büyüklüğünde alan kayısı üretimi için kullanılmıştır. Malatya Ticaret Borsası'nın aynı dönem rekolte tahminlerine göre yıllık yaklaşık 516 bin ton yaş kayısı üretilmektedir. Bu veriler ışığında kayısı üretiminde ortalama verimin yaklaşık 732 kg/dekar olduğu tahmin edilmektedir.

Yaş kayısı üretiminde illerin son 10 yıldaki payları incelendiğinde, Malatya'nın payının %63'lerden %42'lere kadar düştüğü görülmektedir. Mersin, Kahramanmaraş, Iğdır ve Hatay illerinin kayısı üretimini hızlı bir şekilde sürekli artırdıkları ve Malatya'nın payından önemli bir kısmını aldıkları görülmektedir.

Tablo 12: Yaş Kayısı Üretim Rakamları

	İller	2011	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Yıllık Ort. Büyüme Oranı (%)	İllerin Payı (2020)
1	Malatya	409.646	336.000	380.551	672.670	401.363	391.801	352.050	-1,5%	42,2%
2	Mersin	52.486	107.922	104.310	86.918	89.300	140.301	170.468	12,5%	20,5%
3	K.Maraş	14.678	80.444	33.169	25.689	29.778	65.454	65.477	16,1%	7,9%
4	Elazığ	33.991	18.417	58.876	53.157	51.775	56.184	50.786	4,1%	6,1%
5	Iğdır	12.063	37.544	31.329	31.416	36.194	39.658	40.207	12,8%	4,8%
6	Hatay	7.615	6.707	5.962	7.612	32.766	31.593	35.941	16,8%	4,3%
7	Antalya	18.725	20.869	21.217	17.919	14.201	16.188	16.564	-1,2%	2,0%
8	Isparta	14.258	4.127	14.543	12.567	9.122	10.062	13.413	-0,6%	1,6%
9	Bingöl	449	288	255	206	330	362	404	-1,1%	0,0%
10	Tunceli	224	216	153	106	123	136	142	-4,5%	0,0%
11	Diğer İller	85.865	67.466	79.635	76.740	85.048	94.867	87.946	0,2%	10,6%

Kaynak: TÜİK

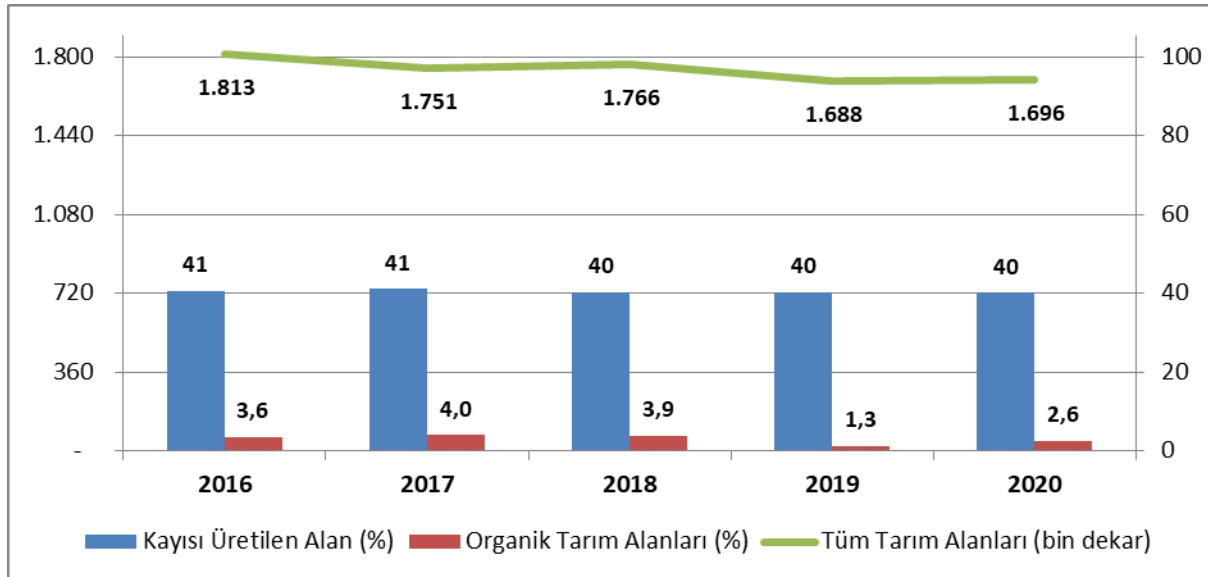
TRB1 Bölgesi illerinden Elazığ (özellikle Baskil ilçesi) ilinde önemli miktarda kayısı üretimi gerçekleşirken Bingöl ve Tunceli illerinde üretimin çok az olduğu görülmektedir.



Malatya kayısısı, Haziran ayı başından Temmuz ortalarına kadar ilin çeşitli bölgelerinde farklı zamanlarda olgunlaşmakta, olgunlaşan kayısıların iki hafta gibi bir süre içinde toplanması gerekmektedir. Malatya İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nden temin edilen bilgilere göre Malatya ilinde 2016-2021 yıllarında ortalama 33.490 olarak Çiftçi Kayıt Sistemi'ne (ÇKS) kayıtlı olup, bunların %79'u, yani 26.367 çiftçimiz kayısı üretmektedir. Aynı dönemde tarımsal üretim yapılan ortalama 1.728 bin dekar arazinin ise %41'inde, yani 704 bin dekarında kayısı üretimi yapılmaktadır.

Organik tarım desteğinden destek alan çiftçi sayısı ise yıllık değişim göstermekle birlikte 2016-2020 yıllarında ortalama 888 çiftçi 53.751 dekar arazide yaptıkları üretim için destek almışlardır. Bu veriler ışığında organik tarım yapılan alanın toplam tarım alanına oranı %3,1 olduğu, organik üretim yapan çiftçilerin tüm çiftçilere oranının %2,7 olduğu anlaşılmaktadır. Ancak kayısı özelinde organik tarım verilerine ulaşamamıştır.

Şekil 9: Çiftçi Kayıt Sistemine (ÇKS) Kayıtlı Tarım Alanları Büyüklükleri

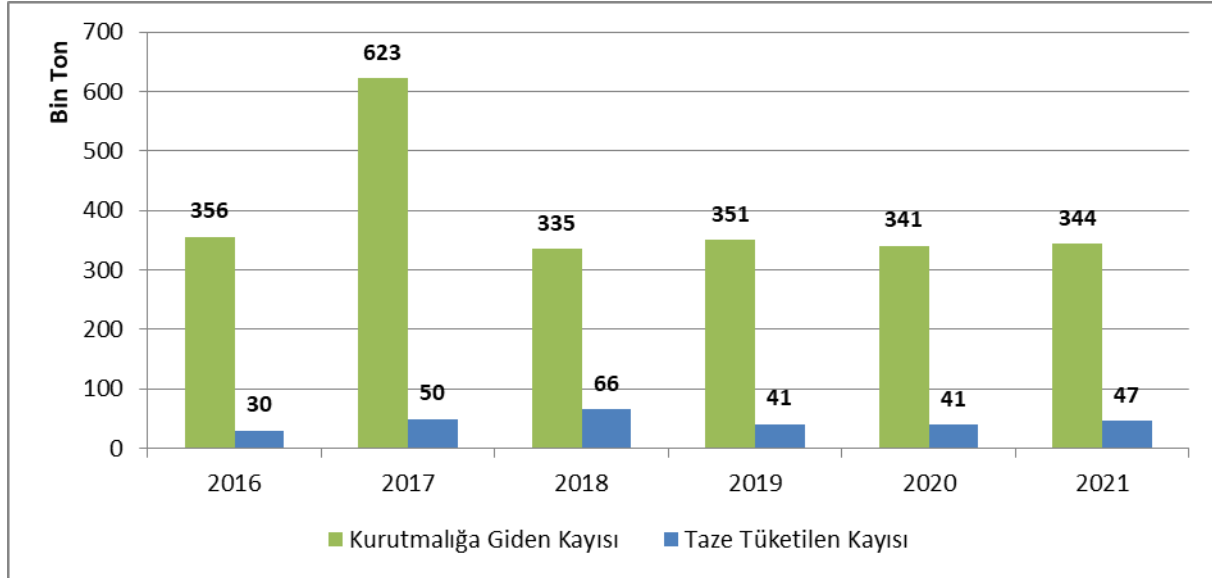


Kaynak: Malatya Tarım ve Ormanlık İl Müdürlüğü (Ekim 2021)

Sahadan alınan veriler ile Kayısı Araştırma Enstitüsü, Malatya Ticaret Borsası ve Elazığ Tarım ve Orman İl Müdürlüğü'nden alınan veriler çerçevesinde ortalama olarak her 1.000 kg yaş kayısıdan, kurutma işlemleri sonrasında 240 kg kuru kayısı, 84 kg çekirdek kabuğu ve 36 kg çekirdek içi elde edildiği anlaşılmaktadır.

Malatya Ticaret Borsası tarafından yayınlanan yıllık rekolte tahminlerinden taze ve kurutulmuş olarak piyasaya sunulan kayısı miktarları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Şekil 10: Kurutulan ve Taze Olarak Piyasaya Sürülen Malatya Kayısı Miktarı Tahmini



Kaynak: Malatya Ticaret Borsası rekolte tahminlerinden oluşturulmuştur.

2016-2021 yıllık rekolte tahminleri dikkate alındığında yıllık üretilen ortalama 515.600 ton kayısının, 470.000 tonunun (%91) kurutmalığa ayrıldığı, 45.600 tonun (%9) her yıl taze tüketim için piyasaya sunulduğu, kurutmalık kayısılarından söz konusu dönem için yıllık ortalama 114 bin ton kuru kayısı üretildiği hesaplanmaktadır.

Şekil 11: Kuru Kayısı İşleme Tesislerinin Bulunduğu İller



Kaynak: TOBB Sanayi Bilgi Sistemi



Kuru kayısı imalatında doğrudan bir veri olmamakla birlikte, TOBB tarafından yayınlanan kapasite bilgileri kullanıldığında Türkiye’deki kuru kayısı işleme kapasitesinin yaklaşık %67’sinin Malatya ilinde olduğu görülecektir. Kuru kayısı için önemli diğer iki üretici il İzmir (%18) ve Aydın (%13) illeridir.

Tablo 13: Kurulu Kuru Kayısı İşleme Kapasiteleri, 26.01.2022

	MALATYA						TÜRKİYE		
	Üretici Sayısı	Personel Sayısı	Üretim Kapasitesi (lt / kg)	Birim	Çalışan Oranı	Kapasite Oranı	Üretici Sayısı	Personel Sayısı	Üretim Kapasitesi (Lt/kg)
10.32.19.20.01 Kayısı suyu - konsantre olmayan	0	0	0	Litre	0,0%	0,0%	12	1.374	27.525.270
10.39.21.00.00 Meyve ve sert kabuklu yemişler, dondurulmuş (pişirilmemiş veya buharda ya da suda haşlanarak pişirilmiş)	1	42	*	kilogram	0,5%	*	84	8.865	373.040.318
10.39.24.30.00 Diğer meyve ve sert kabuklu yemişler, geçici olarak kükürt dioksit gazıyla, tuzlu suda, kükürtlü suda veya diğer koruyucu solüsyonlarla korunmuş, fakat hemen tüketime hazır olmayanlar	2	83	*	kilogram	5,5%	*	17	1.522	67.769.800
10.39.25.20.01 Kayısı - kurutulmuş	81	1.963	281.302.200	kilogram	18,0%	67,5%	159	10.918	416.658.855
10.39.25.50.00 Başka yerde sınıflandırılmamış meyveler, hazır veya korunmuş (müslî hariç)	5	108	25.638.000	kilogram	4,7%	18,5%	47	2.310	138.869.349

Kaynak: TOBB Sanayi Bilgi Sistemi verilerinden derlenmiştir.

Tabloda dikkate çarpan en önemli hususlardan biri, kuru kayısı yıllık üretim miktarı 100-120 bin ton civarında iken işletme kapasitesinin bu miktarın 4 katı olduğudur. Bu durum, yıl boyu düzenli ve verimli çalışan işletmeler yerine büyük oranda sezonluk iş yapan işletme yapılarının oluşmasına sebep olmuştur. Piyasa bakımından ise işletmelerin, hem çiftçi hem toptancı tarafında sürekli rekabet baskısı altında faaliyetlerine devam etmek durumunda kaldıklarını göstermektedir.



2. DIŞ TİCARET

Aşağıdaki tabloda, kayısının içinde olduğu sektörel sınıflandırma olan Kuru Meyve ve Mamulleri sınıfında Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından yayınlanan ihracat rakamları yer almaktadır.

Tablo 14: Kuru Meyve ve Mamulleri ihracat Rakamları

	İller	2011	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Yıllık Bil. Büyüme Oranı (%)	İllerin Payı (2020)
1	İzmir	478.940	471.555	440.059	427.375	431.417	443.886	447.440	-0,7%	32,0%
2	Manisa	265.853	240.177	247.177	234.532	296.603	309.988	257.287	-0,3%	18,4%
3	İstanbul	138.272	148.043	127.436	165.666	158.942	162.525	168.206	2,0%	12,0%
4	Malatya	216.639	163.852	167.509	151.413	153.055	149.920	151.420	-3,5%	10,8%
5	Aydın	92.848	112.179	107.050	112.706	124.949	127.603	141.136	4,3%	10,1%
6	Gaziantep	65.629	105.867	113.049	81.966	120.088	119.610	126.971	6,8%	9,1%
7	Mersin	14.528	11.876	13.419	16.288	22.011	26.901	27.722	6,7%	2,0%
8	Bingöl	0	0	0	22	89	13	91	N/A	0,0%
9	Tunceli	0	0	0	0	0	6	8	N/A	0,0%
10	Elazığ	0	0	0	0	2	0	2	N/A	0,0%
11	Diğer İller	98.118	87.179	82.958	89.768	81.724	75.979	79.291	-2,1%	5,7%

Kaynak: TİM

Tabloya göre kuru meyve ve mamulleri ihracat rakamlarında Malatya; İzmir, Manisa ve İstanbul'un ardından gelmekte ve toplam kuru meyve ve mamulleri ihracatının %11'ini gerçekleştirmektedir. Bu tabloda kuru meyvelerin hepsi ayrı ayrı gösterilmediğinden kayısı ihracat rakamları konusunda net bir değerlendirme yapılamamaktadır. Ayrıca değer zinciri analizi çalışması esnasında yapılan firma görüşmelerinde kayısı ihracatı yapan firmaların önemli bir kısmının İzmir limanını kullandığı, bazen de Mersin limanının kullanıldığı anlaşılmıştır.

3. İSTİHDAM

Üretim bölümünde bahsi geçtiği üzere, Malatya ilinde kayısı üretimi yapan çiftçi sayısı 26.367 kişidir. Tablo 13'te verilen TOBB imalat sanayi verileri bakımından imalatçı çalışan sayısı 2.196 kişi olduğu görülmektedir. Aşağıda ise hizmet sektörü bakımından bir hesaplama olarak Sanayi Sicil Bilgi Sistemi verileri dikkate alındığında işyeri ve çalışan sayılarına ilişkin bilgiler özet olarak yer almaktadır.



Tablo 15: Kayısı ile ilgili hizmet sektörü verileri, 2019

		MALATYA					TRB1		TÜRKİYE	
		İşyeri Sayısı	Çalışan Sayısı	Çalışan Oranı (% TRB1)	Çalışan Oranı (% TR)	Çalışan Yıllık Artış Oranı	İşyeri Sayısı	Çalışan Sayısı	İşyeri Sayısı	Çalışan Sayısı
NACE-46.17	Gıda, içecek ve Tütün Satışı ile İlgili Aracılar	48	294	64%	0,8%	-5%	79	458	7.684	36.471
NACE-46.31	Sebze ve Meyvelerin Toptan Ticareti	108	163	55%	0,6%	1%	147	299	6.586	26.656
NACE-47.21	Belirli Bir Mala Tahsis Edilmiş Mağazalardaki Meyve ve Sebze Perakende Ticareti	81	217	67%	1,6%	20%	126	326	6.589	13.546
TOPLAM		237	674	185%	3,0%	15,0%	352	1.083	20.859	76.673

Kaynak: Sanayi Sicil Bilgi Sistemi

Malatya ili nüfus bakımından TRB1 bölgesinin %45,6'sını ve Türkiye'nin %0,96'sını barındırmaktadır. Yukarıdaki tabloda yer alan sektörler bakımından işyeri sayıları ve istihdam verilerine bakıldığında Malatya ili, TRB1 bölgesinin yaklaşık %65'ini ve Türkiye'nin %0,9'unu oluşturmaktadır. İşyerlerinde ortalama istihdam sayısı il düzeyinde 2,8 iken; TRB1 Bölgesinde 3,1 kişi, Türkiye ortalaması 3,7'ye ulaşmaktadır.

Bu veriler, belirtilen sektörler bakımından ilimizdeki girişimciliğin bölgemiz ortalamasının üzerinde ve Türkiye ortalamasına yakın olduğunu gösterirken, işletme büyüklüğü bakımından ise her iki ortalamanın altında kaldığını göstermektedir.



4. SEKTÖREL DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ

Bu bölümde Malatya'daki kuru kayısı sektörünün ve sektörü çevreleyen eko-sistemin mevcut durumunu daha iyi yorumlayabilmek adına sekiz farklı analiz gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda sektör haritalama çalışması gerçekleştirilmemiş, il ve sektör kapsamı politika kararı ile belirlenmiştir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen analizler ve elde edilen bulgular takip edilen bölümde gösterilmiştir.

4.1. Ürün Segmentasyonu

Yaygın olarak bilindiği üzere sektörel seviyede değer zinciri analizi, bir sektörün nihai ürünlerine değer katan faaliyetlerin, kaynakların ve çevrenin tanımlanması ve sonra da maliyetleri düşürmek veya farklılaştırmayı artırmak üzere bu faaliyetlerin, kaynakların ve çevrenin incelenmesine yönelik bir süreçtir. Hemen hemen her türlü analiz ürünlerden başlar ve sektörlerin tedarik ve teslimat faaliyetlerine doğru genişler. Bölge için en önde gelen sektör veya sektörler belirlendikten (bu çalışma örneğinde olduğu gibi) seçildikten sonra, aşağıda sıralananları gerçekleştirebilmek için,

- Değer üreten operasyonlar ve faaliyetler ile bunların zincir boyunca yaratılan toplam değerdeki nispi paylarının belirlenmesi,
- Rakip zincirlerle kıyaslamak üzere değeri yaratılan bileşenlerin (göstergeler) tanımlanması,
- İncelenen değer zincirine ilişkin yükseltme olanaklarının belirlenmesi gerekmektedir.

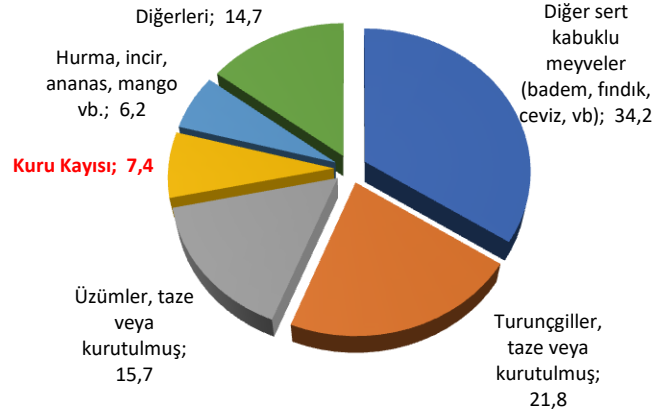
Aslında diğer bir deyişle “bir sektörün rekabet gücü ve dinamikleri hakkında iç görüler ve zımni bilgiler elde etmek” ancak o sektörün en önemli ürünlerinin incelenmesi ile sağlanabilmektedir. Bu nedenle, araştırma sürecinin ikinci adımı sektörün en önemli ürünlerinin seçilmesi oluşturmaktadır. Bu aşamada, metodolojik olarak genel olarak sektörel satışların %50'sinden fazlasını temsil eden 2 ve ya 3 ürün seçilmektedir.

$$\text{Ürünün sektör ihracatındaki payı} = \frac{\text{Ürün İhracatı}}{\text{Ürün Grubunun İhracatı}}$$

2011-2019 döneminde yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler sektörü ürünlerinin ihracattaki pazar payları aşağıdaki şekildedir:



Şekil 12: Yenilen Meyveler ve Sert Kabuklu Meyvelerin Türkiye İhracatındaki Payları, 2011-2019



Kaynak: trademap.org

Kuru kayısı, belirlenen sektörün ihracatı içindeki payı %7,4'tür. Tarımsal üretim, tarım sektörü istihdamı ve gıda ürünleri ihracatı açısından Malatya ilinde kuru kayısının oldukça baskın olduğu bu raporun çeşitli kısımlarında gösterilmiştir. Bahsi geçen bu nedenden ötürü değer zinciri analizi için seçilen ürün kuru kayısı olmuştur.

4.2. Pazar Eğilim Analizi

Pazar eğilimi analizi, geçmiş ve cari pazar davranışlarının, pazarın ve alıcıların baskın modellerinin analizidir. Bir sektör için eğilim analizi yapmanın önemli bir unsuru; pazarın senaryosu, alıcıların tercihleri ve küresel makroekonomik ortama ilişkin iç görülerin elde edilmesidir. Pazar eğilimi analizi, bölgesel ve küresel pazarların ürün, fiyat, hacim ve pazar payı performansının değerlendirmeye tâbi tutulması ve öngörülmesiyle gerçekleştirilir. Pazar eğilimi analizi, seçilmiş sektör için yükseltilmiş bir strateji formülasyonu geliştirilmesinde önem arz eden eğilimleri belirler.

Pazar eğilimi analizi kapsamında aşağıdaki hesaplamalar gerçekleştirilmiştir:

$$\text{Ürün Satış Eğilimi}_{\text{Türkiye, ihracat}} = \left(\frac{\text{Türkiye'deki firmaların ihracatları}_{t-1}}{\text{Türkiye'deki firmaların ihracatları}_{t-10}} \right)^{1/10} - 1$$

$$\text{Ürün Satış Eğilimi}_{\text{Türkiye, ihracat}} = -3,1\%$$



$$\text{Ürün Satış Eğilimi}_{\text{Dünya,ihracat}} = \left(\frac{\text{Dünya ihracat}_{t-1}}{\text{Dünya ihracat}_{t-10}} \right)^{1/10} - 1$$

$$\text{Ürün Satış Eğilimi}_{\text{Dünya,ihracat}} = -2,5\%$$

Dünya ortalamasının üzerinde ithalat yapan ülkeler arasında yıllık ithalat miktarları artan ülkeler incelendiğinde, Irak'ın kuru kayısı ithal etmeye başladıkları görünmekte Pakistan, Azerbaycan, Belarus ve Çin'de kuru kayısı pazarının çok hızlı geliştiği görülmektedir. Türkiye en fazla ithalat yapan ülkeler arasında yer almakla birlikte, net ihracatçı bir ülkedir.

Tablo 16: Yıllık Artış Oranına Göre İthalatı En Fazla Artan Ülkeler (bin \$)

İthalatçı Ülkeler	2011	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (%)
1 Irak		246	2.923	4.072	5.717	6.374	7.948	4.746	N/A
2 Belarus	1.961	3.490	2.287	6.273	5.238	11.967	15.175	12.195	20,1%
3 Çin	816	870	1.436	1.686	2.963	5.427	7.572	4.789	19,4%
4 Cezayir	2.635	3.400	6.071	5.510	5.946	5.338	7.489	6.040	8,7%
5 Hindistan	7.171	12.675	14.017	8.203	24.829	28.240	17.302	11.177	4,5%
6 Türkiye	5.490	14.724	4.828	4.931	2.593	3.267	7.849	6.406	1,6%
7 Polonya	8.053	10.627	9.999	10.342	9.176	9.497	7.559	8.941	1,1%

Kaynak: www.trademap.org

1 milyon dolar üzerinde ihracat yapan ülkeler arasında yıllık ihracat miktarları artan ülkeler incelendiğinde, Özbekistan, Afganistan, Tacikistan, Belarus ve Kırgızistan'ın kuru kayısı ihracatına hızlı şekilde başladıkları görülmektedir. Belarus, İspanya, Polonya ve Kanada ülkeleri ihracatını en fazla artıran ülkeler arasında yer almakla birlikte, net ithalatçı konumundadırlar.

Tablo 17: Yıllık Artış Oranına Göre İhracatı En Fazla Artan Ülkeler (bin \$)

İhracatçılar	2011	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Yıllık Bileşik Büyüme Oranı (%)
1 Özbekistan					10.494	7.387	11.232	16.798	N/A
2 Afganistan							15.464	15.580	N/A
3 Tacikistan		11.842	4.617	4.626	3.729	2.842	3.268	4.628	N/A



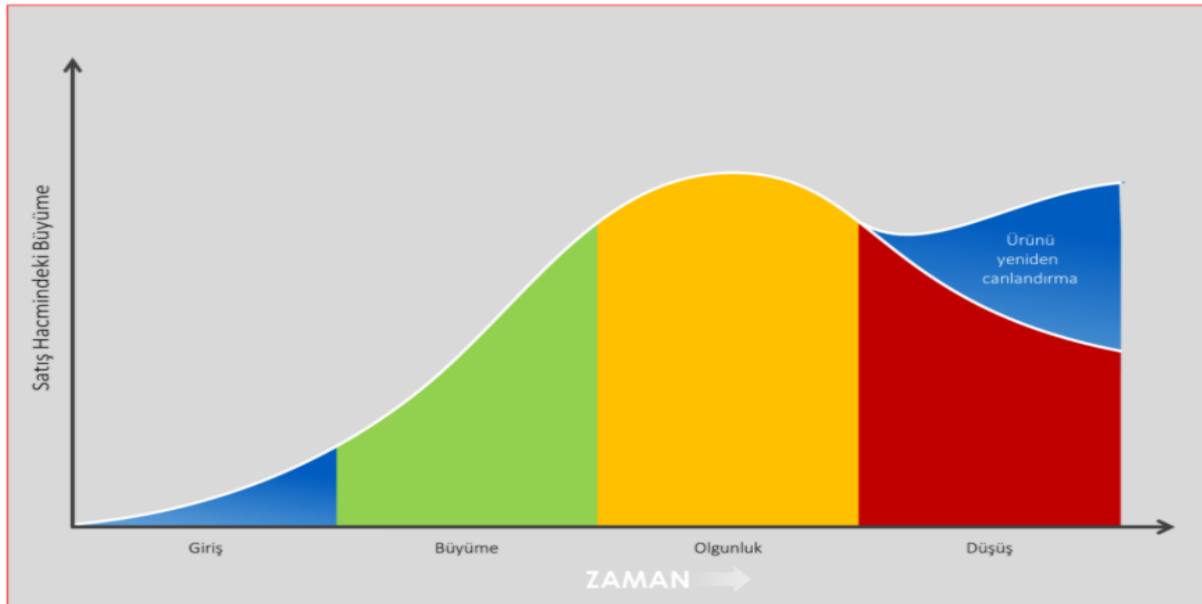
4	Belarus	12	349	173	1.350	1.684	2.701	3.317	3.175	75%
5	Kırgızistan	102	1.156	331	1.206	2.482	2.578	4.483	5.830	50%
6	İspanya	992	4.565	4.096	4.374	3.252	7.378	3.307	4.785	17%
7	Polonya	224	633	718	401	377	752	1.083	1.035	17%
8	Kanada	839	622	508	752	1.265	1.474	1.331	1.048	2%
9	Güney Afrika	4.552	5.463	5.636	5.456	6.795	9.088	5.009	5.375	2%

Kaynak: www.trademap.org

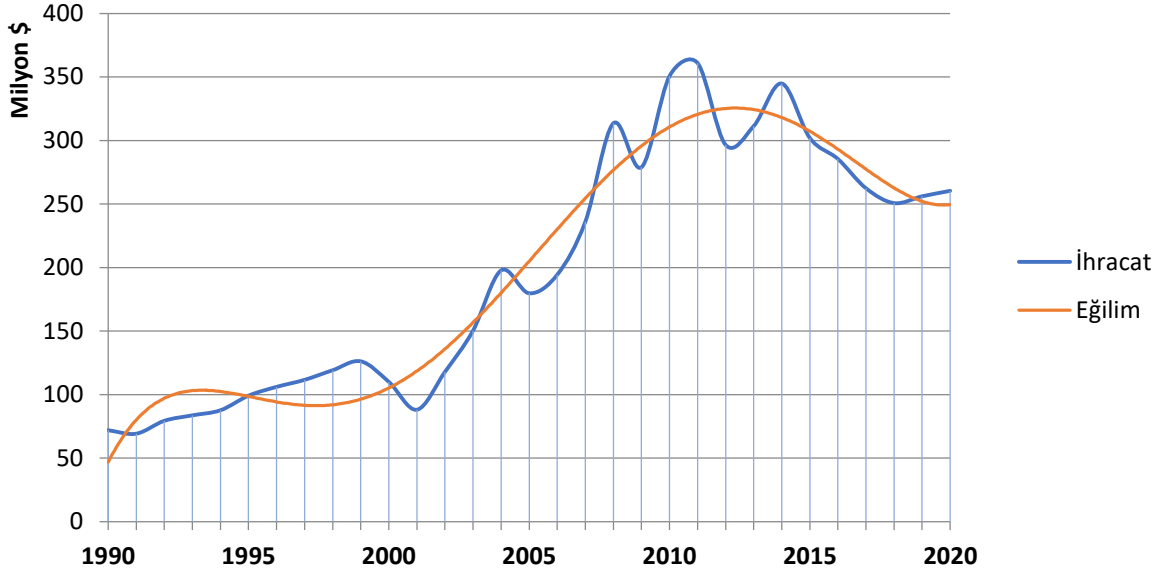
4.3. Ürün Yaşam Döngüsü Analizi

Bir pazardaki bütün ürünler pazara giriş, büyüme, olgunlaşma ve düşüş şeklindeki aşamalardan geçer. Bu sürece ürün yaşam döngüsü denir. Söz konusu aşamaların uzunluğu ürüne ilişkin pazarlama kararlarına bağlıdır. Bir ürünün yaşam döngüsünü anlamak pek çok nedenden ötürü sektör için önem taşır. En önemli nedenlerden biri, ürün yaşam döngüsünü anlamanın nakit akışının yönetilmesine yardımcı olmasıdır. Yaşam döngüsünün izlenmesi, nakit akış yönetimine ek olarak, ürünlerin piyasada yenilenme zamanının belirlenmesine de yardımcı olur.

Şekil 13: Ürün Yaşam Döngüsü Grafiği



Şekil 14: Türkiye Kuru Kayısı İhracatı (Milyon \$), 1990-2020



Kaynak: COMTRADE

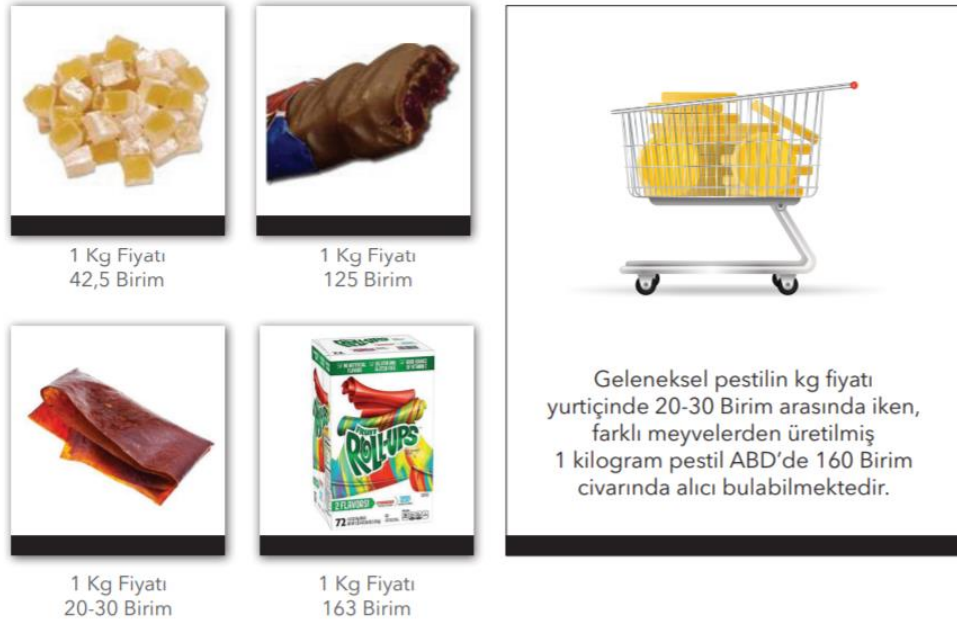
Kuru kayısı, ürün yaşam döngüsü evrelerinden olgunluk evresinin sonu ile düşüş aşamasının başı aralığında sıkışmış gözükmektedir. Ürünün bulunduğu evre yeniden canlandırma için yeni işlev kazandırma veya farklı özellikle donatılma ihtiyaçlarını ortaya koymaktadır. Bilindiği üzere, düşüş aşamasına gelmiş bir ürünü tekrar giriş aşamasına döndürmek ve yeniden canlandırmak oldukça zor ve önemli çabalar gerektirmektedir.

Televizyon, yeniden canlandırma konusunda bir örnek verilmesi gerektiğinde en iyi örneklerdendir. Siyah Beyaz TV satışları olgunluğa erişip düşme aşamasına geldiğinde renkli TV, o olgunluk aşamasına geldiğinde ise LCD ekran TV piyasaya sürülerek ürünün tekrar giriş aşamasına dönmesi sağlanmış ve her seferinde satışları tekrar artırılmıştır. Ancak belirtilmesi gereken en önemli husus bazı ürünlerin olgunluk evresinin son aşamasına gelse de düşüşe geçmediği ve sürekli burada kalabildiğidir. Ürünlerin sürekli olgunluk aşamasında kalabilmelerinin ön koşulu ikame malların bulunmamasıdır. Diğer bir deyişle TV eğer ikamesi olmayan bir ürün olsaydı, çok daha uzun bir süre olgunluk aşamasında kalabilecekken, sinema, internet teknolojilerinin gelişimi, video kullanımı ile başlayan dijital medya gibi ikame ürünler TV'nin düşüş aşamasına geçişini tetiklemiş, üreticilerin inovasyon çabaları ile ürün tekrar giriş aşamasına dönerek yaşam evresinde döngüyü tamamlamıştır.

Malatya için kritik öneme sahip olan kuru kayısının ikame mallardan ve değişen tüketim alışkanlıklarından dolayı olgunluk aşamasında çok daha uzun süre bekleme olasılığı bulunmaktadır. Ancak kuru kayısının, tekrar yüksek miktarlarda ve yeni pazarlara satılabilmesi için ürün geliştirme ve inovasyon çabaları ile ürün yaşam döngüsünde en başa döndürmek için yeniden canlandırma çalışmaları yapmak gerekmektedir.

Bu konuda yapılabilecek çalışmalara ışık tutması için geleneksel Türk ürünleri açısından birkaç örnek ile konuya değinmenin yararlı olacağı düşünülmektedir⁴. Aşağıda yer alan Türk Lokumu, Haziran-2018’de gösterildiği gibi, Nestle firması Türk lokumunu çikolata ile kaplayıp 60 gr’lık paketlerde Kanada’da kilogramı 125 TL (Haz.2018) denk gelecek bir fiyatla pazarlarken, aynı ülkede Türkiye’den gönderilen en kaliteli Türk lokumu 1 Kilogramı yaklaşık 42,5 TL seviyesinde fiyatla alıcı bulabilmektedir. Benzer bir örnek üzüm pestili için de verilebilir. Haziran-2018’de gösterildiği gibi geleneksel üzüm pestilinin kilogram fiyatı 20-30 TL arasında alıcı bulurken, farklı meyvelerden üretilmiş pestillerden oluşan 1 kilogram pestil ABD’de benzin istasyonlarında 163 TL civarında alıcı bulabilmektedir.

Şekil 15: Geleneksel Tatlarda Alternatif Ürünler



⁴ Bu bölümde verilen örnekler Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğünün “Mekânsal Değer Zinciri Analizi İçin Araç Kiti Ve Uygulama Kılavuzu, 2020” rehberinden alınmıştır.

4.4. Kaynak/Yetkinlik Bazlı GZFT Analizi

Sektörü etkileyen iç ve dış dinamikleri daha iyi anlayabilmek, sektörün güçlü, zayıf yanları ile fırsat ve tehditleri ortaya koyabilmek için 11 Ocak 2022 tarihinde Malatya'daki kuru kayısı üreticileri, kamu ve sivil toplum kuruluşlarından temsilcilerin katılımı ile bir yapılandırılmış GZFT analizi çalıştayı gerçekleştirilmiştir.



GZFT Çalıştayı kapsamında bir yetkinlik kaynak analizi ve bir dış çevre (PESTLE) analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar aşağıda tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 18: GZFT Kapsamında PESTLE Analizi Sonuçları

	OLUMLU	OLUMSUZ
Politik Faktörler	- Bazı pazarlar ile olan yakın ilişkilerin olumlu etkisi - Coğrafi işaret tescili olması	- Ülkeler arası artan gerilimlerin, dış ticaret üzerine baskı yaratması
Ekonomik Faktörler	- Tekel konunun sürdürülmesi - Bir ticaret borsasının kurulu olması - Lisanslı deponun bulunması	- İklim koşulları uygun olan bazı kuzey yarım küre ülkelerinin (Özbekistan, Belarus vb.) kuru kayısı yetiştirmeye başlaması ve üretimlerini artırması - Kayısı üreticilerinin uygun koşullarda ürün depolama imkânlarının yetersizliği - Borsada serbest fiyat oluşumunun yapılamaması
Sosyal Faktörler	- Jenerasyonlar arası devredilen ürün yetiştirme ve işletme kültürü	- Nitelikli işgücünü cezbetmekten uzak sosyal yaşam olanakları - Sektör içi dayanışma, bilgi alışverişi ve iş birliği eksikliği - Kayısı toplama işinde çalışan mevsimlik işçilerin insana yakışır iş ortamına erişim güçlüğü çekmesi



Teknolojik Faktörler	- Kayısı Araştırma Enstitüsü'nün varlığı ve ürün geliştirme konusundaki çalışmaları - İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ve Kayısı Araştırma Enstitüsü'nün bölge halkını ve girişimcilerini bilgilendirme konusundaki faaliyetleri	- Üründe kalite ve standardizasyon eksikliği - Sanayicilerin ürün çeşitlendirme ve farklılaştırılmasına gitmemesi
Yasal Faktörler	- Türkiye'nin gelişmiş pazarlarla imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmaları - İhracat Destekleri	- Gıda üretimi ve denetimi konularındaki yasal çerçevenin yeterince uygulanmaması
Çevresel Faktörler	- Malatya ve çevresindeki mikro iklimsel şartların kuru kayısıya uygunluğu	- Yerleşim alanlarının ve sanayi bölgelerinin hızlı büyümesi - İklim değişikliği, kuralık

Tablo 19: GZFT Kapsamında Yetkinlik Analizi, İşletmelerin Yönetim Kabiliyetleri

- Yenilikçilik kültürünün olmaması - İşletme stratejilerinin birbirine benzer ve kolay taklit edilir olması - Yetersiz kurumsallaşma ve insan kaynakları yönetimi - Yetersiz yetki delegasyonu - Dış ticaret pazarlamasını ihmal eden sadece fiyat pazarlığına dayalı satış odaklı yönetim anlayışı - Finansal araçlara erişimde zorluk, maliyet ve yönetim muhasebesi kabiliyetinin olmayışı

Tablo 20: GZFT Analizi Kapsamında Fonksiyon Kaynak Analizi

	Üretim	Pazarlama
İnsan Kaynağı	- Personel devir hızının yüksek olması	- Kalifiye personel ihtiyacı
Makine-Ekipman /Teknoloji	- Ürün kalitesine yönelik akredite test ve analiz laboratuvar altyapısının olmaması - Üretim süreçlerinin (çekirdek çıkarma, kükürtleme, seçme-ayıklama vb.) mekanizasyonunda eksiklikler - Üretim tesislerinin eski teknoloji olması	- Dağıtım kanallarında soğuk zincir uygulamalarının yetersizliği - Müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), ürün stok takibi vb. yazılımların sektör çapında yaygın kullanılmaması
Mali Kaynak	- Finansal kaynaklara erişimde yaşanan zorluklar	- Firmaların devlet destekleri hakkında yeterince bilgi sahibi olmaması - İhracatta kullanılan ödeme yöntemleri hakkında yeterli bilginin olmaması



İlişkiler Ağı	- Ziraî ilaç kalıntı denetimlerinin yetersizliği - Çiftçi örgütlerinin piyasa fiyat oluşumunda yetersiz katılımı	- Yeni pazarlara yönelik pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği - İç ve dış pazarlarda müşteriye erişim ve pazarlamanın nasıl yapılacağının yeterince bilinmemesi
Bilgi-Deneyim	- Sektörde lisanslı depoculuk konusunda yeterli bilgi bulunmaması - Üretim proseslerinin yalın, izlenebilir ve verimli olmaması - Üretimde kullanılacak yeni süreçlerin (NFT depolama vb.) geliştirilmesindeki eksikler - Kayısı çeşitlerinin üretim ve ihracat istatistiklerinin doğru biçimde tutulamaması - Kayısı bahçesi sahip ve çalışanlarına yönelik yoğun ve sürekli eğitim verilmemesi	- Hedef yurtdışı pazarlar hakkında pazar bilgisinin yetersizliği - Firmaların pazarlama kabiliyetlerinin zayıf olması - Kayısının alternatif ürünleri ile ilgili talep hakkında yetersiz bilginin olması

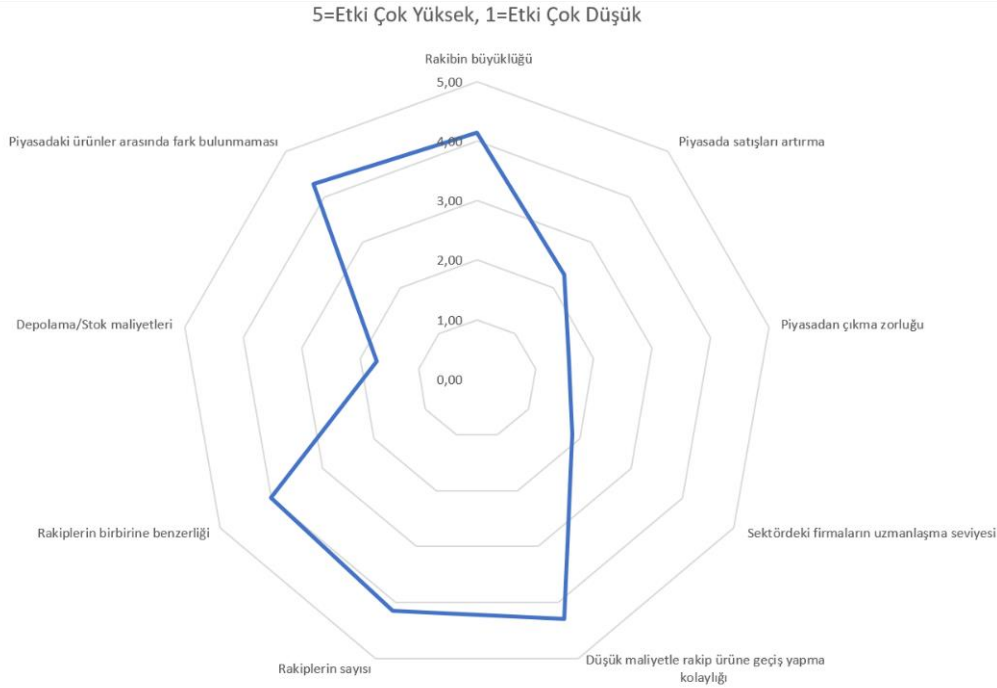
Gerçekleştirilen GZFT Analizi sonucu elde edilen bulgular yükseltme planı uygulanacak alanların belirlenmesinde kullanılmak üzere raporlanmıştır.

4.5. Beş Güç Analizi

Bir sektördeki rekabet seviyesini incelemeye yönelik bir çerçeve olan Porter'ın beş güç analizi, iş stratejisi geliştirmeye yardımcı olur. Rekabetin yoğunluğunu ve dolayısıyla da sektörün çekiciliğini belirleyen beş güç analizi, bir sektöre yeni girenlerden gelen tehditler, sanayideki mevcut firmaların rekabeti, sanayinin dışından ikame tehdidi ve alıcıların ve satıcıların sahip olduğu gücü belirleyerek rekabete etki eden beş gücü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Beş güç analizi, bir sektörün stratejik etkinliğini saptamak ve belli ürün ve pazar segmentlerinde rekabet etmenin uzun ve kısa dönemli sonuçlarını belirlemek üzere yürütülür. Bu analizin yardımıyla, bir sektörün seçili ürün / pazar segmentleri itibarıyla çekiciliğine ve rekabetin önündeki engellere ilişkin net bir tablo elde edilir.

Sektöre yönelik beş güç analizi sonuçları aşağıda gösterilmektedir.

Şekil 16: Rakiplerin Rekabet Gücüne Etkisi



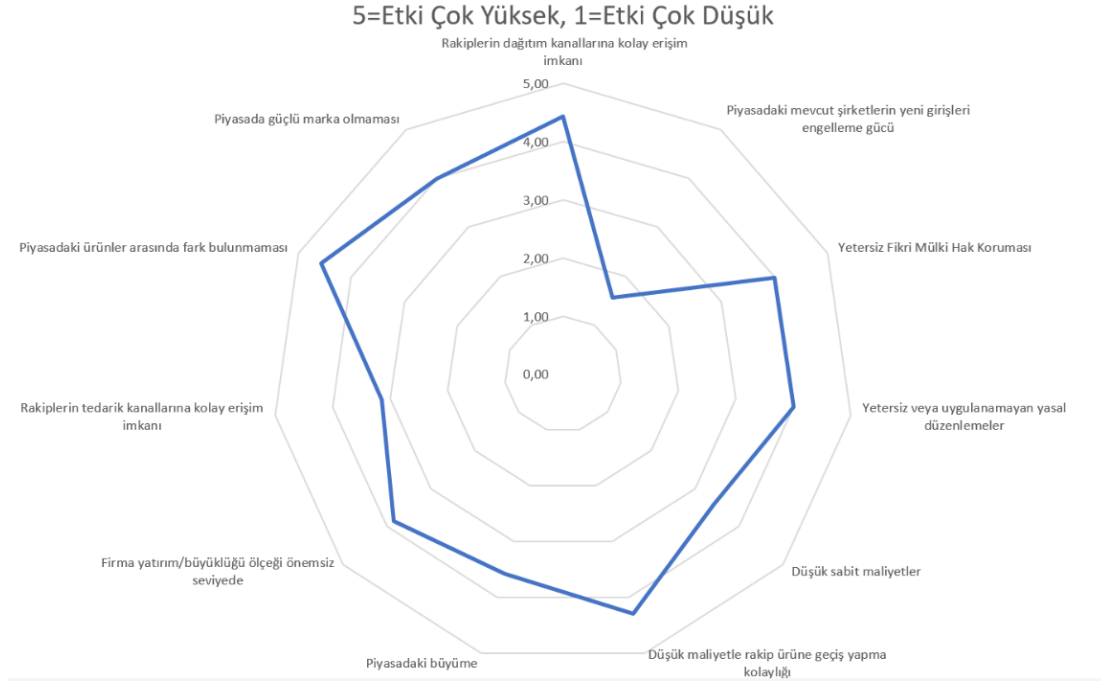
Rakipler ve rekabet koşullarının sektördeki işletmelerin rekabet gücü üzerindeki etkileri yukarıdaki grafikte gösterilmiştir. Rakiplerin işletmenin rekabet gücünü zorladığı sektör spesifik alanlar,

- Piyasadaki ürünler arasında fark bulunmaması,
- Düşük maliyetle rakibin ürününe geçiş yapma kolaylığı,
- Rakibin büyüklüğü,
- Rakiplerin sayısı ve
- Rakiplerin birbirine benzerliği olarak tespit edilmiştir.

Yukarıda belirtilen beş sorun alanı da ürün yönetimi, inovasyon yetersizliği ve ölçek ekonomisine ulaşamama konularındaki yetersizlikten kaynaklanmaktadır.



Şekil 17: Yeni Rakiplerin Yaratdığı Tehdit

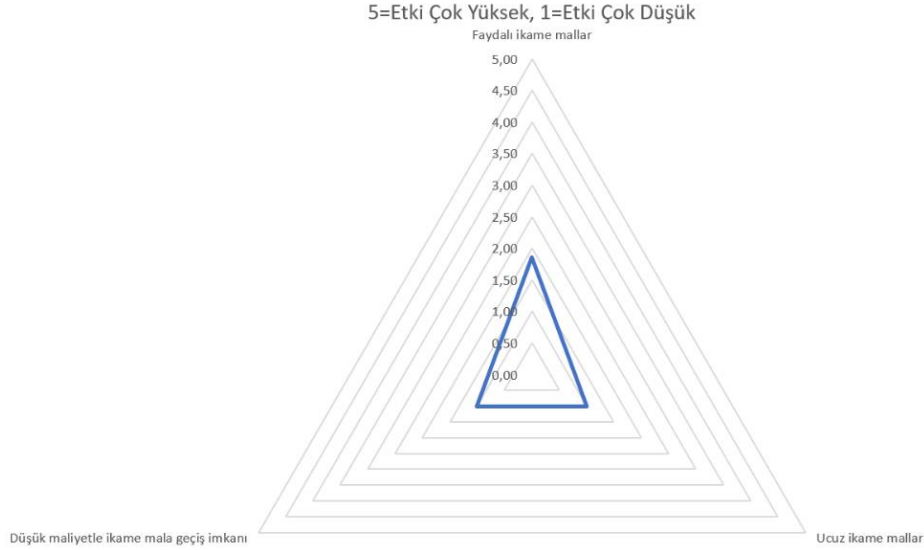


Piyasaya yeni giren rakiplerin sektördeki işletmelerin rekabet gücü üzerindeki etkileri yukarıdaki şekilde gösterilmiştir. Piyasaya yeni giren rakiplerin işletmelere yarattıkları ilk 3 tehdit,

- Piyasada ürünler arasında fark bulunmaması,
- Rakiplerin dağıtım kanallarına kolay erişim imkânı ve
- Düşük maliyetle rakibin ürününe geçiş yapma kolaylığı olarak gösterilmektedir.

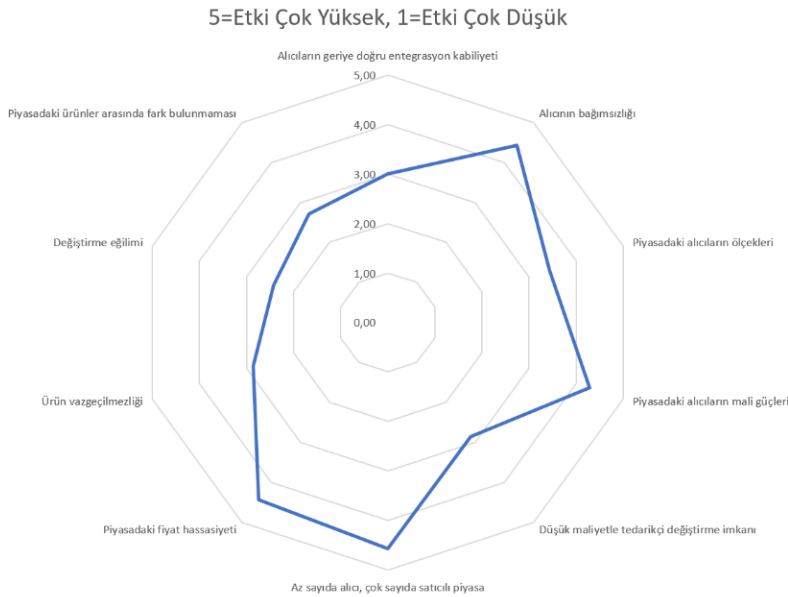


Şekil 18: İkame Malların Yarattığı Tehdit



İkame malların sektördeki işletmeler üzerine yarattığı tehditler yukarıdaki şekilde gösterilmiştir. Saha çalışmasında özel sektör temsilcileri tarafından yapılan değerlendirmeler, Malatya ve civarındaki bölgenin mikro klima özelliği sayesinde dünya piyasasında kabul gören Malatya kuru kayısılarına tehdit oluşturabilecek ikamesi bulunmadığı yönündedir.

Şekil 19: Alıcıların Yarattığı Tehdit



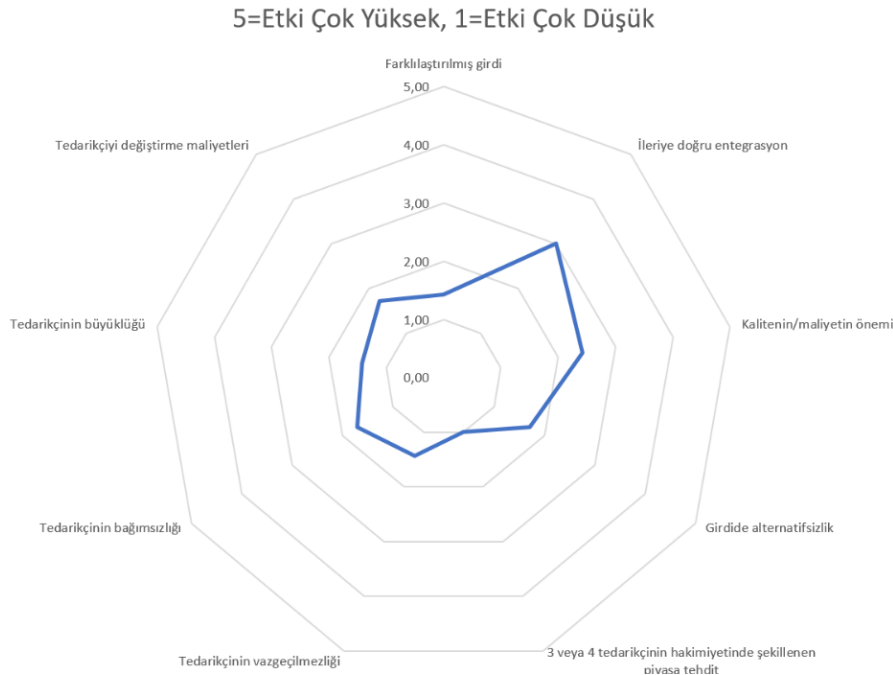


Alıcılar ve alıcılar ile ilişkilerin sektörde faaliyet gösteren işletmelerin rekabet gücü üzerinde yarattığı tehdit yukarıdaki şekilde gösterilmiştir. Bu tehditler;

- Az sayıda alıcı, çok sayıda satıcı piyasa,
- Piyasadaki fiyat hassasiyeti,
- Alıcıların bağımsızlığı ve
- Alıcıların mali güçleri olarak ortaya çıkmıştır.

Söz konusu tehditler, üründe farklılaşamamaktan ve ölçek ekonomisine ulaşamamaktan kaynaklanan sıfır toplamli oyun sonucunda alıcıların üreticiler üzerine baskı kurmalarından kaynaklanmaktadır.

Şekil 20: Tedarikçilerin Yarattığı Tehdit



Tedarikçiler ve tedarikçiler ile ilişkilerin sektörde faaliyet gösteren işletmelerin rekabet gücü üzerinde yarattığı tehdit yukarıdaki şekilde gösterilmiştir. Söz konusu tehditler arasında en önemlisi ihmal edilebilecek düzeyde olsa da;

- İleriye doğru entegrasyonun işletme rekabetçiliği üzerine etkili olduğu şekildedir.



4.6. Değer Zinciri Haritası

Değer zinciri analizi kavramı satış ve satış sonrası faaliyetler olmak üzere pazarlamayla ilgili faaliyetler ve hammaddenin girişinden bitmiş ürünün nihai olarak çıkışı da dâhil olmak üzere ürün ve hizmetlerin fiziksel akışı olmak üzere iki ana faaliyet grubuna odaklanmaktadır. Söz konusu faaliyetlerin kalitesini, miktarını, zamanını ve maliyetini etkileyen beş kaynak bulunmaktadır. Bu kaynaklar; mali kaynaklar, altyapı, ilişkiler ağı, know-how ve teknoloji ve insan kaynakları olarak sıralanmaktadır.

Bu çalışma kapsamında iki aşamalı bir değer zinciri haritalama faaliyeti gerçekleştirilmiştir.

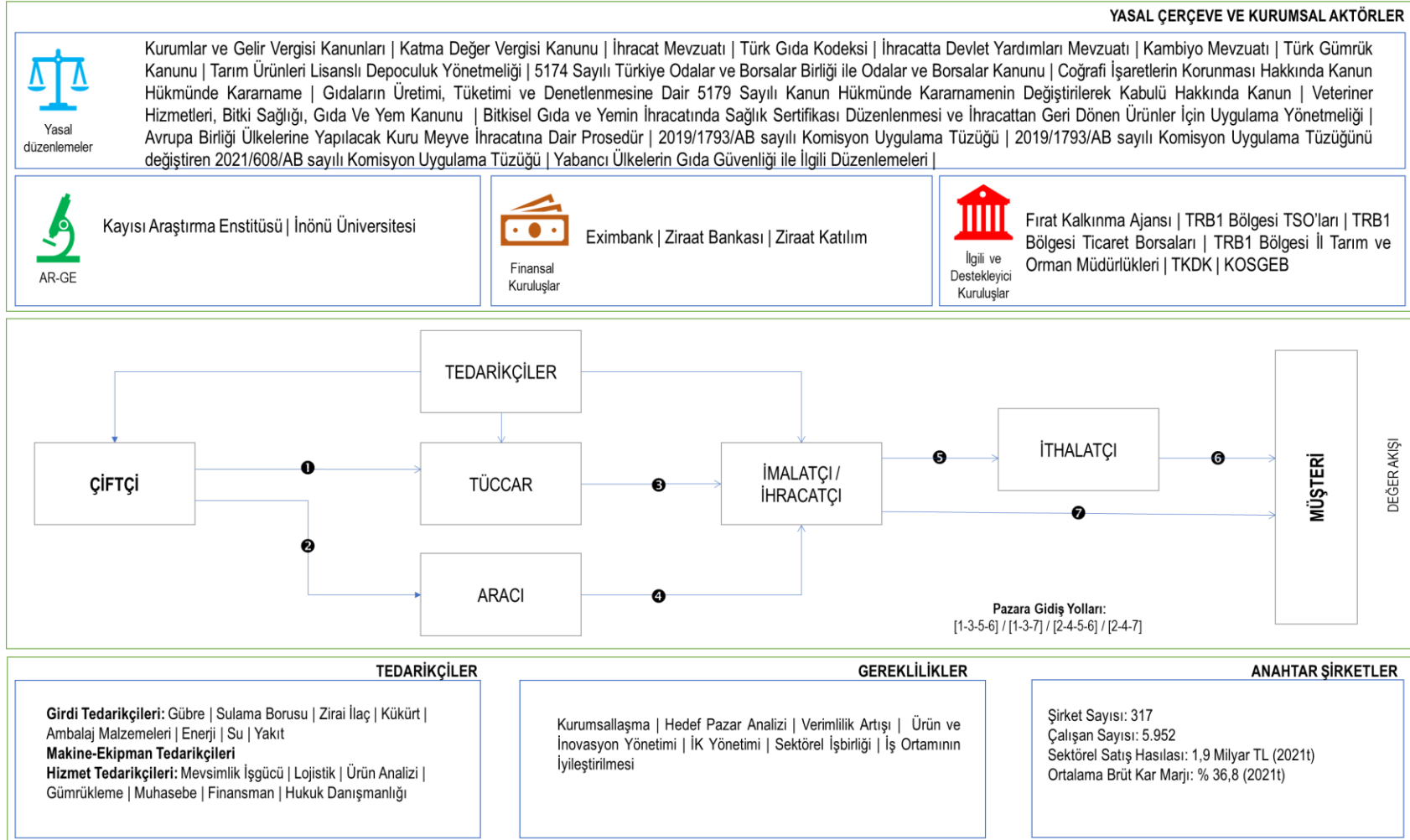
- Mevcut değer zincirinin, ilgili tüm oyuncuların ve faaliyetlerin listelendiği, anlık bir değerlendirmesi yapılmış ve başlıca verimlilik sorunları vurgulanmıştır.
- Bu bilgi dikkate alınarak bir değer zinciri yükseltme önerisi geliştirilmiş ve takip eden bölümde gösterilmiştir.

Değer Zinciri Haritalama aracı kapsamında

- Bir değer zinciri haritası,
- Seçilen ürün bazında Pareto dağılım tabloları ve
- Değeri oluşturan unsurlar bazında yaratılan katma değer boyut ve menşeyini ortaya koymayı amaçlayan katma değer tablosu üretilmiştir.



Şekil 21: Kuru Kayısı Sektörünün Değer Zinciri Haritası ve Ekosistemi





Kuru kayısının pazarlara akışı sırasında oluşan değerleri, değer yaratan unsurları ve değerlerin boyutlarını daha sağlıklı bir biçimde ortaya koyabilmek ve değer zinciri haritasını daha da anlaşılır kılabilmek için sektör ürünü için Pareto analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın yapıldığı 2021 yılının Ağustos-Aralık dönemi içerisinde, kuru kayısı fiyatları döviz kuru ve piyasaya arzda yaşanan sorunlar sebebiyle büyük fiyat artışlarına uğradığı için, çalışmada çiftçinin ürününü elden çıkardığı Temmuz ayı fiyatları dikkate alınarak hesaplamalar yapılmaya çalışılmıştır. Ürün, işleme sürecinin sona erdiği andan itibaren bir emtia gibi değerlendirilebileceğinden, üretim dönemi sonrasında alım satım sebebiyle oluşan yüksek kar ve zararların çalışmaya etki etmemesi hedeflenmiştir.

Takip eden tablo ve şekillerde, 1.000 kg yaş kayısı işlenmesi sonucunda elde edilen 240 kg kuru kayısı için değeri oluşturan unsurlar ve yarattıkları değer analiz edilmiş, aynı zamanda yaratılan değer ne kadarlık bir kısmının bölgesel, ne kadarının ulusal olduğu ortaya konulmuştur. Bu analiz 3 aşamada gerçekleştirilmiş, ilk aşamada bahçe işletmeciliği bakımından oluşan değer analiz edilmiş, ikinci aşamada kurutma işlemi ile ortaya çıkan değer ortaya konmuştur. Kurutma işlemi genellikle çiftçinin bahçesinde yapılmakta, bu bakımdan bu değer de çiftçide kalmaktadır. Ancak bazı durumlarda çiftçi kayısıyı ağaç üstünde teslim etmekte, bu durumda bu aşamada oluşan kar araçlara kalmaktadır. Bu süreç sonunda elde edilen kuru kayısılar sınıflandırılmamış olduğu için doğrudan müşteriye satılmamaktadır. Yerelde veya yurtiçinde bir imalatçı tarafından yıkama, seçme, eleme, kalite kontrol, kolileme işlemlerine tabi tutulmaktadır.

Tablo 21: Pareto, 1. Aşama – Bahçe İşletmeciliği

Değer Zinciri Unsuru	Tür 1	Kaynak	Birim	Birim Değer	TOPLAM	Kümülatif Birim Değer	Birim Değer Dağılımı	Satış hacmi, 2021 (Kg)	Sektörel Katma Değer (TL)	Kümülatif Sektörel Katma Değer
Arazi Kirası	Arazi	Bölgesel	TL	1,25	300,00	1,25	3,13%	82.560.000	103.200.000	103.200.000
Gübreleme	Gübre	Ulusal	TL	1,21	290,00	2,46	3,02%	82.560.000	99.760.000	202.960.000



Gübreleme	İşçilik	Bölgesel	TL	0,83	200,00	3,29	2,08%	82.560.000	68.800.000	271.760.000
Toprak İşleme sürme	Ekipman Kirası	Bölgesel	TL	0,17	40,00	3,46	0,42%	82.560.000	13.760.000	285.520.000
Toprak İşleme sürme	İşçilik	Bölgesel	TL	0,17	40,00	3,63	0,42%	82.560.000	13.760.000	299.280.000
Toprak İşleme kültüvator	Ekipman Kirası	Bölgesel	TL	0,08	20,00	3,71	0,21%	82.560.000	6.880.000	306.160.000
Toprak İşleme kültüvator	İşçilik	Bölgesel	TL	0,13	30,00	3,83	0,31%	82.560.000	10.320.000	316.480.000
Çapa ve hat açma	Ekipman Kirası	Bölgesel	TL	0,08	20,00	3,92	0,21%	82.560.000	6.880.000	323.360.000
Çapa ve hat açma	İşçilik	Bölgesel	TL	0,13	30,00	4,04	0,31%	82.560.000	10.320.000	333.680.000
Ot alma	Ekipman Kirası	Bölgesel	TL	0,08	20,00	4,13	0,21%	82.560.000	6.880.000	340.560.000
Ot alma	İşçilik	Bölgesel	TL	0,42	100,00	4,54	1,04%	82.560.000	34.400.000	374.960.000
Sulama	Elektrik	Ulusal	TL	0,38	90,00	4,92	0,94%	82.560.000	30.960.000	405.920.000
Sulama	İşçilik	Bölgesel	TL	1,00	240,00	5,92	2,50%	82.560.000	82.560.000	488.480.000
İlaçlama + Alet Kiralama	İlaç + Ekipman Kirası	Ulusal	TL	1,79	430,00	7,71	4,48%	82.560.000	147.920.000	636.400.000
İlaçlama + Alet Kiralama	İşçilik	Bölgesel	TL	0,79	190,00	8,50	1,98%	82.560.000	65.360.000	701.760.000
Budama	Yakıt	Ulusal	TL	0,17	40,00	8,67	0,42%	82.560.000	13.760.000	715.520.000
Budama	İşçilik	Bölgesel	TL	0,83	200,00	9,50	2,08%	82.560.000	68.800.000	784.320.000
Çiftçi Karı (Kurutmalık Yaş Kayısı)		Bölgesel	TL	5,08	1.220,00	14,58	12,71%	82.560.000	419.680.000	1.204.000.000
Kurutmalık Yaş Kayısı (Ortalama)		Bölgesel	TL	14,58	3.500,00		36,46%	82.560.000	1.204.000.000	



Maliyetlerin doğru hesaplanabilmesi bakımından, alternatif maliyetler ile yatırım maliyetlerinin dikkate alınması gerektiğinden, arazinin ve ekipmanların kiralama, işçiliklerin de hizmet alımı ile yapıldığı varsayılmıştır. Bu aşamadaki işçiliklerin önemli bir kısmı bölgesel olarak tedarik edilebilmektedir.

Tablo 22: Pareto, 2. Aşama – Kurutma

Değer Zinciri Unsuru	Tür 1	Kaynak	Birim	Birim Değer	TOPLAM	Kümülatif Birim Değer	Birim Değer Dağılımı	Satış hacmi, 2021 (Kg)	Sektörel Katma Değer (TL)	Kümülatif Sektörel Katma Değer
Hammadde (1ton yaş->240 kg kuru)	Yaş Kayısı	Bölgesel	TL	14,58	3.500,00	14,58	36,46%	82.560.000	1.204.000.000	1.204.000.000
Hasat (Silkeleme)	Araç Kirası	Bölgesel	TL	0,92	220,00	15,50	2,29%	82.560.000	75.680.000	1.279.680.000
Kükürtleme	Kükürt	Ulusal	TL	0,50	120,00	16,00	1,25%	82.560.000	41.280.000	1.320.960.000
Hasat ve Sonrası İçin Malzemeler	Naylon,Çuval	Bölgesel	TL	1,04	250,00	17,04	2,60%	82.560.000	86.000.000	1.406.960.000
Nakliye	Hizmet	Ulusal	TL	0,33	80,00	17,38	0,83%	82.560.000	27.520.000	1.434.480.000
Hasat, Kükürtleme, Ambalaj, Nakliye	İşçilik	Ulusal	TL	3,13	750,00	20,50	7,81%	82.560.000	258.000.000	1.692.480.000
Hasat, Kükürtleme, Ambalaj, Nakliye	İşçilik	Bölgesel	TL	1,04	250,00	21,54	2,60%	82.560.000	86.000.000	1.778.480.000
Yönetim Giderleri (%1)	Gider	Bölgesel	TL	0,21	50,00	21,75	0,52%	82.560.000	17.200.000	1.795.680.000
Beklenmeyen Giderler (%5)	Gider	Ulusal	TL	1,04	250,00	22,79	2,60%	82.560.000	86.000.000	1.881.680.000
Sermaye Maliyeti (%5)	Gider	Ulusal	TL	1,04	250,00	23,83	2,60%	82.560.000	86.000.000	1.967.680.000
Kuru Kayısı Satış Karı		Bölgesel	TL	4,17	1.000,00	28,00	10,42%	82.560.000	344.000.000	2.311.680.000
Kuru Kayısı Toptan Fiyatı			TL	28,00	6.720,00		70,00%	82.560.000	2.311.680.000	

Kurutma aşamasında tüm işçilik işleri tek kalem olarak hizmet alımı şeklinde gerçekleştirilmektedir. Malatya'nın çeşitli bölgelerinde kayısının olgunlaşma zamanlarına dikkate alınarak 1,5 ay içinde tüm hasat ve kurutma işlemleri bitmektedir. Bu emek yoğun süreçlerde oluşan işgücü talebinin karşılanabilmesi, büyük oranda bölge dışından mevsimlik işçiler aracılığıyla sağlanabilmektedir.



Tablo 23: Pareto, 3. Aşama – İşletme

Değer Zinciri Unsuru	Tür 1	Kaynak	Birim	Birim Değer	TOPLAM	Kümülatif Birim Değer	Birim Değer Dağılımı	Satış hacmi, 2021 (Kg)	Sektörel Katma Değer (TL)	Kümülatif Sektörel Katma Değer
Hammadde	Kuru Kayısı	Bölgesel	TL	28,00	6.720,00	28,00	70,00%	82.560.000	2.311.680.000	2.311.680.000
İşletme Kirası	Hizmet	Bölgesel	TL	0,44	105,60	28,44	1,10%	82.560.000	36.326.400	2.348.006.400
İşletme Kirası	Hizmet	Ulusal	TL	0,44	105,60	28,88	1,10%	82.560.000	36.326.400	2.384.332.800
Modernizasyon	Mal Alımı	Ulusal	TL	0,07	16,80	28,95	0,18%	82.560.000	5.779.200	2.390.112.000
Operasyon	İşçilik	Bölgesel	TL	0,87	209,04	29,82	2,18%	82.560.000	71.909.760	2.462.021.760
Operasyon	İşçilik	Ulusal	TL	0,43	102,96	30,25	1,07%	82.560.000	35.418.240	2.497.440.000
Ambalaj	Malzeme	Ulusal	TL	0,56	134,40	30,81	1,40%	82.560.000	46.233.600	2.543.673.600
Diğer Ambalaj	Malzeme	Ulusal	TL	0,05	12,00	30,86	0,13%	82.560.000	4.128.000	2.547.801.600
Genel Giderler	Hizmet	Ulusal	TL	0,12	28,80	30,98	0,30%	82.560.000	9.907.200	2.557.708.800
Limana Nakliye	Hizmet	Ulusal	TL	1,00	240,00	31,98	2,50%	82.560.000	82.560.000	2.640.268.800
Gümrük Masrafları	Hizmet	Ulusal	TL	0,02	4,80	32,00	0,05%	82.560.000	1.651.200	2.641.920.000
Yönetim Giderleri	Gider	Bölgesel	TL	0,08	19,20	32,08	0,20%	82.560.000	6.604.800	2.648.524.800
Yönetim Giderleri	Gider	Ulusal	TL	0,04	9,60	32,12	0,10%	82.560.000	3.302.400	2.651.827.200
Finansal Giderler (%5)	Hizmet	Ulusal	TL	1,40	336,00	33,52	3,50%	82.560.000	115.584.000	2.767.411.200
Müstahsil ve Komisyon Giderleri	Hizmet	Ulusal	TL	0,98	235,20	34,50	2,45%	82.560.000	80.908.800	2.848.320.000
İşletme Karı		Bölgesel	TL	3,69	884,40	38,19	9,21%	82.560.000	304.233.600	3.152.553.600
İşletme Karı		Ulusal	TL	1,82	435,60	40,00	4,54%	82.560.000	149.846.400	3.302.400.000
Kuru Kayısı İhracatçı Fiyatı			TL	40,00	9.600,00		100,00%	82.560.000	3.302.400.000	



Yukarıdaki tabloda model alınan işletme için aşağıdaki varsayımlar dikkate alınmıştır:

- 1- Yıl boyu %100 kapasitede tek vardiya çalışan, günlük 20 ton, yıllık 6.000 ton imalat kapasitesine sahiptir.
- 2- 120 işçinin aylık 5.000 TL maaşları, yemek, yol ve servis maliyetleri eklenmiştir.
- 3- Ambalaj maliyeti olarak yaygın olarak kullanılan 12.5 kg'lık koli maliyeti dikkate alınmıştır.
- 4- İzmir limanına ulaşım 1,2 TL/kg, Mersin limanına erişim 0,8 TL/kg olarak varsayılmıştır.
- 5- Genel giderler kapsamında Elektrik aylık 12.000 TL (0,024 TL/kg), 1 kg kayısı için 0,005 m3 su kullanıldığı (0,03 TL/kg), diğer maliyetlerin ise 0,07 TL/kg olduğu varsayılmıştır. (Toplam 0,124 TL/kg)
- 6- İşçilik bedelleri, TOBB Sanayi Bilgi Sistemi'nde belirlenen imalat kapasiteleri (Malatya %67, Diğer İller %33) dikkate alınarak, kuru kayısının üçte ikisinin Malatya'da işlendiği varsayılarak bölgesel ve ulusal olarak ayrı ayrı hesaplanmıştır.
- 7- Makinelerin yeniliğini koruması için 10 yılda bir 2021 yılı Temmuz ayı fiyatları ile yaklaşık 4 milyon TL ilave yatırım yapılacağı öngörülmüştür.

Tablo 24: Kuru Kayısı Katma Değer Tablosu, 2021

	SEKTÖREL KATMA DEĞER (TL)	BİRİM DEĞER (TL/KG)	PAY (%)
BÖLGESEL TOPLAM	2.020.463.360	24,47	61,2%
BAHÇECİLİK FAALİYETLERİ	911.600.000	11,04	27,6%
İşçilikler	354.320.000	4,29	10,7%
Arazi Kirası	103.200.000	1,25	3,1%
Tarımsal Alet Kiralamaları	34.400.000	0,42	1,0%
Çiftçi Karı	419.680.000	5,08	12,7%
KURUTMA FAALİYETLERİ	608.880.000	7,38	18,4%
İşçilikler	86.000.000	1,04	2,6%
Araç Kiralama (Silkeleme)	75.680.000	0,92	2,3%
Naylon, Kasa	86.000.000	1,04	2,6%
Yönetim Giderleri	17.200.000	0,21	0,5%
Kuru Kayısı Satış Karı	344.000.000	4,17	10,4%
İŞLETME FAALİYETLERİ	499.983.360	6,06	15,1%



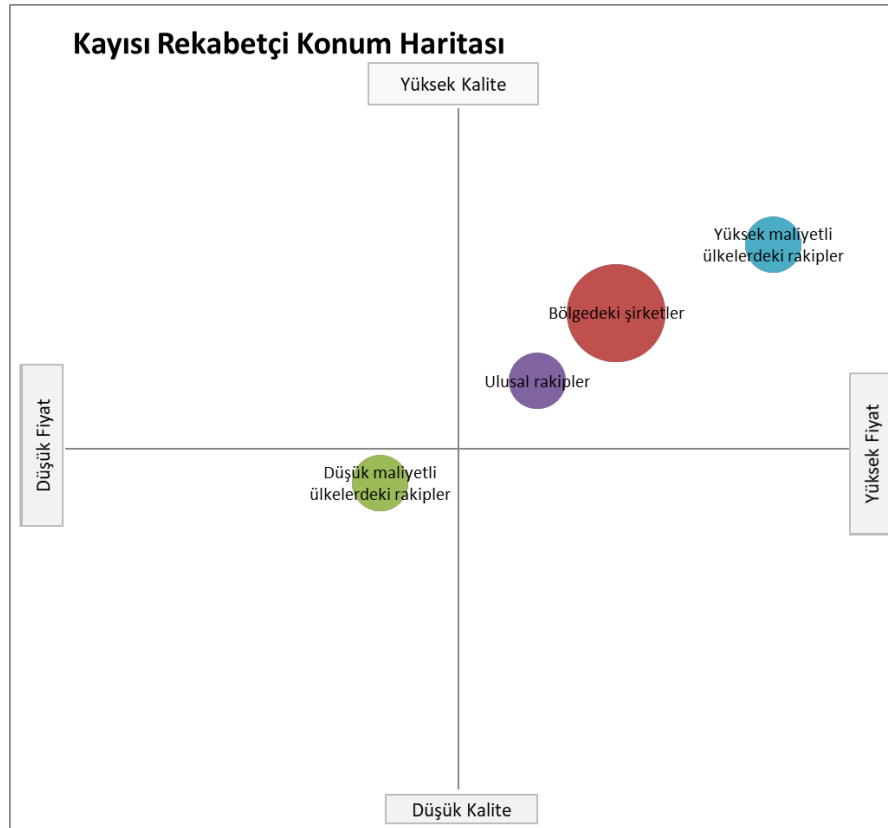
	İşçilikler	71.909.760	0,87	2,2%
	İşyeri Kirası	36.326.400	0,44	1,1%
	Yönetim Giderleri	6.604.800	0,08	0,2%
	Müstahsil ve komisyon giderleri	80.908.800	0,98	2,5%
	İşletme Karı	304.233.600	3,69	9,2%
ULUSAL	ULUSAL TOPLAM	1.281.936.640	15,53	38,8%
	BAHÇECİLİK FAALİYETLERİ	292.400.000	3,54	8,9%
	Gübre	99.760.000	1,21	3,0%
	Sulama	30.960.000	0,38	0,9%
	Tarımsal Alet Kiralamaları	147.920.000	1,79	4,5%
	Yakıt	13.760.000	0,17	0,4%
	KURUTMA FAALİYETLERİ	498.800.000	6,04	15,1%
	İşçilikler	258.000.000	3,13	7,8%
	Kükürt	41.280.000	0,50	1,3%
	Nakliye	27.520.000	0,33	0,8%
	Beklenmeyen Giderler	86.000.000	1,04	2,6%
	Sermaye Maliyeti	86.000.000	1,04	2,6%
	İŞLETME FAALİYETLERİ	490.736.640	5,94	14,9%
	İşçilikler	35.418.240	0,43	1,1%
	İşyeri Kirası	36.326.400	0,44	1,1%
	Modernizasyon	5.779.200	0,07	0,2%
	Ambalaj	50.361.600	0,61	1,5%
	Genel Giderler	9.907.200	0,12	0,3%
	Limana Nakliye	82.560.000	1,00	2,5%
	Gümrük Masrafları	1.651.200	0,02	0,1%
	Yönetim Giderleri	3.302.400	0,04	0,1%
	Finansal Giderler (%5)	115.584.000	1,40	3,5%
	İşletme Karı	149.846.400	1,82	4,5%
	GENEL TOPLAM	3.302.400.000	40,00	100,0%



4.7. Rekabetçi Konum Analizi

Rekabetçi konum analizi, bu aracın ürünün konumunun kompleks olma, çeşitlilik ve katma değer itibarıyla belirlenmesine yardımcı olan kısımdır. Maliyet karşılaştırma bileşeni geliştirilebilir belli başlı alanların önceliklendirilmesine ve yapılandırılmasına ve aynı zamanda ölçülebilir ve ulaşılabilir hedefler belirlenmesine yardımcı olur. Mevcut değer zincirinin, ilgili tüm oyuncular ve faaliyetlerin listelendiği, anlık bir değerlendirmesi yapılır ve başlıca verimlilik sorunları vurgulanır.

Şekil 22: Kuru Kayısı Sektörü Rekabetçi Konum Analizi





4.8. PESTLE Analizi

İngilizcedeki Politik, Ekonomik, Sosyal, Teknolojik, Yasal ve Çevresel kelimelerinin baş harflerinden oluşturulmuş bir kısaltma olan PESTLE analizinin amacı, sektörün kendi kontrolü dışındaki etmenlerin değer yaratma sürecine olan etkilerini sorgulamak, politika yapıcı mercilere yükseltme olanaklarını işaret etmektir. PESTLE sektörün faaliyet gösterdiği ortama yönelik kuş bakışı bir görünümünü ortaya koymanın yanı sıra yükseltme planı aşamasında sektörün yapması gerekenlerin yanı sıra yerel ve/veya ulusal yönetimin iyileştirmesi gereken hususlara dikkat çekilmesini sağlamaktadır. Araştırma kapsamında GZFT analizi sürecinde bir PESTLE analizi gerçekleştirilmiş olup, araştırmanın süre kısıtlarından ötürü kıyaslamaya (rekabet halinde bulunan bir başka bölge ile karşılaştırma) imkân veren bir PESTLE gerçekleştirilememiştir.

Aşağıda kayısı değer zinciri analizi kapsamında gerçekleştirilen PESTLE analizinin sonuçları gösterilmektedir.

	OLUMLU	OLUMSUZ
Politik Faktörler	- Bazı pazarlar ile olan yakın ilişkilerin olumlu etkisi - Coğrafi işaret tescili olması	- Ülkeler arası artan gerilimlerin, dış ticaret üzerine baskı yaratması
Ekonomik Faktörler	- Tekel konunun sürdürülmesi - Bir ticaret borsasının kurulu olması - Lisanslı deponun bulunması	- İklim koşulları uygun olan bazı kuzey yarım küre ülkelerinin (Özbekistan, Belarus vb.) kuru kayısı yetiştirmeye başlaması ve üretimlerini artırması - Kayısı üreticilerinin uygun koşullarda ürün depolama imkânlarının yetersizliği - Borsada serbest fiyat oluşumunun yapılamaması
Sosyal Faktörler	- Jenerasyonlar arası devredilen ürün yetiştirme ve işletme kültürü	- Nitelikli işgücünü cezbetmekten uzak sosyal yaşam olanakları - Sektör içi dayanışma, bilgi alışverişi ve iş birliği eksikliği - Kayısı toplama işinde çalışan mevsimlik işçilerin insana yakışır iş ortamına erişim güçlüğü çekmesi
Teknolojik Faktörler	- Kayısı Araştırma Enstitüsü'nün varlığı ve ürün geliştirme konusundaki çalışmaları	- Üründe kalite ve standardizasyon eksikliği - Sanayicilerin ürün çeşitlendirme ve farklılaştırılmasına gitmemesi



	- İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ve Kayısı Araştırma Enstitüsü'nün bölge halkını ve girişimcilerini bilgilendirme konusundaki faaliyetleri	
Yasal Faktörler	- Türkiye'nin gelişmiş pazarlarla imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmaları - İhracat Destekleri	- Gıda üretimi ve denetimi konularındaki yasal çerçevenin yeterince uygulanmaması
Çevresel Faktörler	- Malatya ve çevresindeki mikro iklimsel şartların kuru kayısıya uygunluğu	- Yerleşim alanlarının ve sanayi bölgelerinin hızlı büyümesi - İklim değişikliği, kuralık



YÜKSELTME PLANI

Bu bölümde, TRB1'deki kuru kayısı sektörüne dair Beş Güç analizinde ve PESTLE analizinde belirtilen olumsuz koşulların iyileştirilmesi ve sektör yapısının mevcut durumdan bir üst seviyeye yükseltilmesi için sorun alanları ortaya konulmuş, bu sorun alanlarından yola çıkarak bir yükseltme planı geliştirilmiştir.

Yükseltme planı geliştirme sürecinde sektör firmalarına gerçekleştirilen çalışma ziyaretlerinde ve sektörel GZFT'yi ortaya koymak için paydaşlarla gerçekleştirilen çalıştayda elde edilen bulgular ile uzman görüşleri harmanlanmış ve toplam 2 ana bölüm ve alt bileşenlerden oluşan bir yükseltme planı geliştirilmiştir. Geliştirilmiş olan yükseltme planının ana bölümleri

- İşletme düzeyinde yükseltme gereksinimi ve
- Dış ortamın iyileştirilme gereksinimi olarak ortaya konulmuştur.

Yükseltme planında yer alan;

- İşletme düzeyindeki sorunlar, sektör işletmelerinin
 - Yönetim,
 - Pazarlama ve
 - Üretim kabiliyetlerindeki gelişme gereksinimine odaklanırken,
- Dış ortamın iyileştirme gereksinimi ise işletmeleri çevreleyen dış ortamdaki
 - Politik
 - Ekonomik
 - Sosyal
 - Teknolojik
 - Yasal ve Çevresel faktörlerin iyileştirme gereksinimine odaklanmıştır.

Aşağıda her bir bileşen için ortaya konulmuş olan sorunlar gösterilmektedir.

Tablo 25: GZFT Kapsamında PESTLE Analizi Sonuçları

	SORUNLAR
Politik Faktörler	- Ülkeler arası artan gerilimlerin, dış ticaret üzerine baskı yaratması
Ekonomik	- İklim koşulları uygun olan bazı kuzey yarım küre ülkelerinin (Özbekistan, Belarus vb.)



Faktörler	- kuru kayısı yetiştirmeye başlaması ve üretimlerini artırması - Kayısı üreticilerinin uygun koşullarda ürün depolama imkânlarının yetersizliği - Borsada serbest fiyat oluşumunun yapılamaması
Sosyal Faktörler	- Nitelikli işgücünü cezbetmekten uzak sosyal yaşam olanakları - Sektör içi dayanışma, bilgi alışverişi ve iş birliği eksikliği - Kayısı toplama işinde çalışan mevsimlik işçilerin insana yakışır iş ortamına erişim güçlüğü çekmesi
Teknolojik Faktörler	- Üründe kalite ve standardizasyon eksikliği - Sanayicilerin ürün çeşitlendirme ve farklılaştırılmasına gitmemesi
Yasal Faktörler	- Gıda üretimi ve denetimi konularındaki yasal çerçevenin yeterince uygulanmaması
Çevresel Faktörler	- Yerleşim alanlarının ve sanayi bölgelerinin hızlı büyümesi - İklim değişikliği, kuralık

Tablo 26: GZFT Kapsamında Yetkinlik Analizi, İşletmelerin Yönetim Kabiliyetleri

- Yenilikçilik kültürünün olmaması - İşletme stratejilerinin birbirine benzer ve kolay taklit edilir olması - Yetersiz kurumsallaşma ve insan kaynakları yönetimi - Yetersiz yetki delegasyonu - Dış ticaret pazarlamasını ihmal eden sadece fiyat pazarlığına dayalı satış odaklı yönetim anlayışı - Finansal araçlara erişimde zorluk, maliyet ve yönetim muhasebesi kabiliyetinin olmayışı

Tablo 27: GZFT Analizi Kapsamında Fonksiyon Kaynak Analizi

	Üretim	Pazarlama
İnsan Kaynağı	- Personel devir hızının yüksek olması	- Kalifiye personel ihtiyacı
Makine-Ekipman /Teknoloji	- Ürün kalitesine yönelik akredite test ve analiz laboratuvar altyapısının olmaması - Üretim süreçlerinin (çekirdek çıkarma, kükürtleme, seçme-ayıklama vb.) mekanizasyonunda eksiklikler - Üretim tesislerinin eski teknoloji olması	- Dağıtım kanallarında soğuk zincir uygulamalarının yetersizliği - Müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), ürün stok takibi vb. yazılımların sektör çapında yaygın kullanılmaması
Mali Kaynak	- Finansal kaynaklara erişimde yaşanan zorluklar	- Firmaların devlet destekleri hakkında yeterince bilgi sahibi olmaması



		- İhracatta kullanılan ödeme yöntemleri hakkında yeterli bilginin olmaması
İlişkiler Ağı	- Ziraî ilaç kalıntı denetimlerinin yetersizliği - Çiftçi örgütlerinin piyasa fiyat oluşumunda yetersiz katılımı	- Yeni pazarlara yönelik pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği - İç ve dış pazarlarda müşteriye erişim ve pazarlamanın nasıl yapılacağının yeterince bilinmemesi
Bilgi-Deneyim	- Sektörde lisanslı depoculuk konusunda yeterli bilgi bulunmaması - Üretim proseslerinin yalın, izlenebilir ve verimli olmaması - Üretimde kullanılacak yeni süreçlerin (NFT depolama vb.) geliştirilmesindeki eksikler - Kayısı çeşitlerinin üretim ve ihracat istatistiklerinin doğru biçimde tutulamaması - Kayısı bahçesi sahip ve çalışanlarına yönelik yoğun ve sürekli eğitim verilmemesi	- Hedef yurtdışı pazarlar hakkında pazar bilgisinin yetersizliği - Pazarlama kabiliyetlerinin geliştirilmesi için pazarlama eğitim ve mentorluk programı - Kayısının alternatif ürünleri ile ilgili talep hakkında yetersiz bilginin olması

Yukarıda yer alan tablolarda belirlenen sorun alanlarına ilişkin geliştirilmiş bir yükseltme planı aşağıda yer almakla beraber, tüm bu sorunlara ilişkin politika önerilerine geçmeden önce bölgedeki sektörün gelişimi ve politika önerilerinin koordinasyonu için Malatya merkezli bir sektörel iletişim platformuna ihtiyaç olduğunun altını çizmeye gerek vardır. Bu sebeple Ticaret Borsası veya Fırat Kalkınma Ajansı koordinasyonunda 6 ayda bir sektör paydaşlarının katılımları ile değerlendirmelerin yapılabileceği istişare toplantıları yapılmalıdır.

TRB1 Bölgesi Kuru Kayısı Sektörünün gelişimi ile ilgili girişimleri koordine etmek için bir sivil toplum inisiyatifinin cesaretlendirilmesi bu kapsamda yapılması gereken ilk faaliyet gibi gözükmektedir. Bu kurumsal yapının Fırat Kalkınma Ajansı tarafından tetiklenmesi ve kapsayıcı bir yapıda kurgulanması bu bölümde belirtilen tüm faaliyetlerin sürdürülebilirliği içinde büyük önem taşımaktadır. Söz konusu inisiyatif, faaliyetler hakkında sektörü bilgilendirmenin yanı sıra sektörel iş birliğinin geliştirilmesine destek olacaktır.



1. SEKTÖRÜ ÇEVRELEYEN İŞ ORTAMINI İYİLEŞTİRMEYE YÖNELİK YÜKSELTME ÖNERİLERİ

Tablo 25: Sektörü çevreleyen iş ortamında gözlenen sorunların olası nedenleri ve gidermek için önerilen eylemler bu bölümde sunulmuştur.

Sorun	Ülkeler arası artan gerilimlerin dış ticaret üzerine baskı yaratması
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebepler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir. Bunlar; - Suriye ve Irak gibi komşu ülkelerde yaşanan İç karışıklıklardan kaynaklanan çatışmalardan dolayı pazarların cazibesinin azalması - Ülkeler arasında gözlenen kısa süreli politik gerilimler (Örneğin, Suudi Arabistan'ın ülkemizden yapılan ithalata ilave engeller getirmesi) ve - Ülkelerin arasında gözlenen karşılıklı çıkar çatışmaları (Örneğin, ABD ile Çin arasında yaşanan ticaret savaşları gibi)

Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

- Sektörel önceliklerin belirlenmesine yönelik faaliyetler;

Bu faaliyet kapsamında sektörün hedefinde yer alan ve politik gerilim yaşanan ülkelerin tespit edilmesi, bu ülkelerdeki sorunun olası sebeplerinin ortaya konulması hedeflenmektedir. Bu amaçla üniversitelerimizin uluslararası ticaret ile ilgilenen bölümlerinden teknik destek kapsamında hizmet alınması planlanmaktadır. Ülkelerin listelenmesi ve listelenen ülkeler ile yaşanan problemlerin gruplanması, daha sonra bu kapsamda gerçekleştirilecek olan ve aşağıda ayrıntılandırılmış faaliyetlerin doğru planlaması için kritik öneme sahiptir.

İşletmelerin kayısı sektörünü ilgilendiren ilgili pazarlardaki faaliyetleri sırasında karşılaşacakları tarife içi ve tarife dışı ticari engelleri raporlayacakları bir mekanizmanın oluşturulması da gerekmektedir. İlk etapta Fırat Kalkınma Ajansı'nın üstlenebileceği bu görev kapsamında mevcut engellerin kaydedilmesi ve T.C. Ticaret Bakanlığı ve DEİK gibi kurumların gündemlerine dâhil edilerek sektörü tehdit eden engellere ilişkin girişimlerde bulunulmasına yönelik sürekli bir mekanizma kurgulanmalıdır. İdeal olarak bu faaliyetin gelecekte Malatya Ticaret Borsası tarafından yürütülerek sürdürülebilirliğinin sağlanması hedeflenmelidir.



- Kurumsal ticari ilişkilerin kurulması, korunması ve güçlendirilmesi;

Bu amaç ile öncelikle listelenen ülkelerde bulunan Ticaret ve Sanayi Odaları, sektörel mesleki dernekler, iş dünyası temsilcileri ile TRB1 Bölgesinde bulunan Ticaret ve Sanayi Odalarının, mesleki derneklerin ve iş dünyası temsilcilerinin kalıcı bağlar kurması için ikili iş görüşmeleri ve kayıyı tanıttıcı kampanyaların teşvik edilmesi gerekmektedir.

- Tüketici ve Satın almacılar ile ilişkilerin kurulması, korunması ve geliştirilmesine yönelik faaliyetler;

Bu amaçla ilgili ülkelerden başta Malatya olmak üzere TRB1 Bölgesine sektörle ilgili kanaat önderleri, sektöre yönelik yayın yapan kurumlardan gazeteciler ve basın mensupları (mesleki teknik yayınlar vb), tüketici derneklerinin yöneticileri ve potansiyel müşterilerin karar vericilerini kapsayan alım heyetleri düzenlenmelidir. Sektörün kabiliyetlerinin yanı sıra bölge kültürünün de tanıtılacağı bu etkinlikler sorun yaşanan bölgelerdeki karar vericiler nezdinde Malatya'nın pozitif ayrışmasına destek olacaktır.

Sorun	İklim koşulları uygun olan bazı kuzey yarım küre ülkelerinin (Özbekistan, Belarus vb.) kuru kayısı yetiştirmeye başlaması ve üretimlerini artırması
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebepler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir. Bunlar; - Kayısının karlılığı ve yüksek fiyatlı bir ürün oluşu - Ürüne olan talebin artması

Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

Malatya kayısı üreticilerinin rakip ülkelerin verimlilik, kullanılan teknoloji, mahsul kaliteleri, üretim maliyetleri, ürün rekolteletlerini düzenli takip edecekleri bir istihbarat sistemine sahip olmaları önem arz etmektedir. Bu kapsamda Malatya Ticaret Borsası'nın sektör özelinde rakip ülkelere ait sezonluk bülten hazırlaması planlanmaktadır. Bu bültenlerin Ajansımızın Teknik Destek Programı kapsamında desteklenmesi öngörülmektedir.



Sorun	Kayısı üreticilerinin uygun koşullarda ürün depolama imkânlarının yetersizliği
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebepler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir. Bunlar; Kayısının raf ömrünün uzatılmasının sağlayacağı faydanın üreticiler tarafından bilinmemesi Üreticilerin yeterli yatırım sermayesinin olmaması

Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

Kayısı, iç pazarda gün kurusu ve dış pazarlarda kükürtlü olarak alıcı bulmaktadır. Kayısı kurutulduktan sonra üreticiler ürünün raf ömrünü uzatmak amacıyla kükürt miktarını artırmakta ve bu da bazı ülkeler tarafından belirlenen standartlara uygun düşmemektedir. Çiftçilerin kükürt oranını artırmadan raf ömrünü artırabilmeleri amacıyla depolama şartlarını iyileştirmeleri, soğuk zincir sistemlerinin kayısının değerine sağlayacağı faydalar konularında bilinçlendirme çalışmalarının yapılması uygun olacaktır. Bu kapsamda Malatya İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün Ajansımız Teknik Destek Programı kapsamında desteklenmesi öngörülmektedir.

Ayrıca örnek olabilecek nitelikte ve yaygınlaşma potansiyeli olan seçilmiş çiftçilerin başvurusuna uygun bir Mali Destek Programı ile bir çiftçinin ihtiyacını karşılayacak küçük ebatlarda soğuk hava deposu yapımlarının desteklenmesi önerilmektedir.

Sorun	Borsada serbest fiyat oluşumunun yapılamaması
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebepler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir. Bunlar; Malatya Ticaret Borsası'nın teknik kapasitesinin yetersiz olması Başta alıcılar olmak üzere, kuru kayısı ticareti ile ilgili olan tarafların borsa piyasasına hazır olmamaları

Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

İzmir Ticaret Borsası tarafından aktif olarak işletilen Üzüm İşlem Salonu ve Pamuk İşlem Salonlarında gerçekleştirilen seanslar yerinde ziyaret edilerek yakinen müşahade edilecektir. Malatya Kayısı İşlem Salonunun mevcut durumu tespit edilerek oluşturulacak ihtiyaç analizi sonrasında gerekli düzenlemelerin yapılması sağlanacaktır. İzmir Ticaret Borsası'ndan teknik destek alınarak Malatya Ticaret Borsası'nda seans açılışları yapılacak ve borsanın işlerlik kazanmasına katkı sağlanacaktır.



Bu kapsamda Malatya Ticaret Borsası ile Ajans işbirliği içinde yukarıdaki faaliyetleri kapsayan bir GÜDÜMLÜ Proje Desteği yürütülecektir.

Sorun	Nitelikli işgücünü cezbetmekten uzak sosyal yaşam olanakları
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebep aşağıdaki gibi tespit edilmiştir: İstanbul, Ankara ve İzmir gibi illerde yaşayan bilgi ve deneyimli personelin alıştıkları yaşam tarzını karşılayamayan sosyal ortam

Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

Fırat Kalkınma Ajansı'nın, kayıyı kapsayacak şekilde sektör ayırımı olmaksızın batı illerinde yaşayan nitelikli personelin Malatya öncelikli olmak üzere TRB1 Bölgesine yerleşmek için beklentilerini tespit etmeye yönelik bir araştırma yürütmesi planlanmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan yola çıkarak belediye, valilik ve ilgili kurumlar ile bölgemizde sosyal yaşamı iyileştirecek girişimlerde bulunması yararlı olacaktır.

Sorun	Sektör içi dayanışma, bilgi alışverişi ve iş birliği eksikliği
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebep aşağıdaki gibi tespit edilmiştir: Farklılaşmamış ve benzer işletmeler-ürünler nedeniyle oluşan fiyat rekabetinden dolayı piyasada güven ortamının oluşmaması

Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

Rekabet öncesi işbirliklerinin geliştirilmesi amacıyla, tarife dışı engellerin araştırılması, nitelikli işgücünün bölgeye çekilmesine yönelik araştırmalar, rakip ülkelere yönelik istihbarat çalışmaları gibi faaliyetler bu konunun çözümüne katkı sağlayacaktır.

Bu plan kapsamındaki faaliyet tablosundaki F1, F2, F3, F4, F5, F12 ve F13 numaralı faaliyetler bu sorunun giderilmesi amacına hizmet edecektir.

Sorun	Kayı toplama işinde çalışan mevsimlik işçilerin insana yakışır iş ortamına erişim güçlüğü çekmesi
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebep aşağıdaki gibi tespit edilmiştir: Bahçe sahiplerinin mevsimlik işçilerin ihtiyaçlarına yönelik çalışma maliyetlerine (barınma/içme suyu temini/elektrik vs) katlanmak istememesi



Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

Malatya ilinde ve çevresinde mevsimlik işçilerin çalışma koşullarının iyileştirilerek barınma yeri ile ilgili sorunların çözülmesi önem arz etmektedir. Mevsimlik işçilerin temel barınma ihtiyaçlarına yönelik örnek bir çalışma ortamı sunulması adına Avrupa Birliğinin Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı olan IPA kapsamında “İnsana yakışır iş ortamının sağlanması” konulu bir projenin hazırlanıp yürütülmesi amaçlanmaktadır. Projenin, Fırat Kalkınma Ajansı ile İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ortaklığında yürütülmesi planlanmaktadır.

Sorun	Üründe kalite ve standardizasyon eksikliği
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebepler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir. Bunlar; - Depolamanın yetersizliği - Üretimde standardizasyonun olmaması - Eski ve verimsiz teknoloji kullanımının yaygın oluşu - Mekanizasyon eksikliği ve emek yoğun üretim yöntemi

Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

Bu faaliyet kapsamında kayısı üretiminde kalite ve standardizasyon eksikliği problemini gidermek amacıyla, üreticilerin bu eksiklik sebebiyle kaybettikleri verimlilik ve gelir kaybını göstermek adına tespit edilecek 10 adet işletmeye operasyonel verimlilik ve gıda kodeksine uygunluk konularında danışmanlık hizmeti alınacaktır. Bu çalışma sonucunda yapılan analiz ve tespitler firmalara özel olarak raporlaştırılacak ve iyileştirme önerilerinde bulunulacaktır. Hizmet, Fırat Kalkınma Ajansı tarafından alınarak ilimizin çeşitli bölgelerinde yer alan, proje sonuçlarının başkaları tarafından da örnek alınabileceği firmalara yönelik olarak verilecektir.

Sorun	Sanayicilerin ürün çeşitlendirme ve farklılaştırılmasına gitmemesi
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebepler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir. Bunlar; - Yetersiz pazar ve tüketici davranışı bilgisi - Ürün çeşitlendirme konusunda Kayısı Araştırma Enstitüsünün yaptığı çalışmaların sanayiciler tarafından bilinmemesi - İşletmelerin emtia tedarikçisi konumunda olması sebebiyle dağıtıcı kanalında tüketiciden uzakta yer almaları

Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.



Kayısı işletmeci ve ihracatçı firmaların sektörel istişare toplantılarında Kayısı Araştırma Enstitüsü tarafından yapılan ürün geliştirme çalışmaları hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanacaktır. Ayrıca kayısıdan üretilebilecek yeni ürünler için pazar araştırmaları yapılarak kayısı yağı, glutensiz gıda ürünleri, kayısı kahvesi gibi kayısıdan elde edilebilecek ürünler arasından 3 tanesinin seçilerek global ve ulusal pazar büyüklüklerinin tespit edilmesi sağlanacaktır. Elde edilen sonuçlar bir sonraki istişare toplantılarında paylaşılacak suretiyle üreticilerin ürün çeşitlendirme ve farklılaştırması faaliyetleri desteklenecektir.

Sorun	Gıda üretimi ve denetimi konularındaki yasal çerçevenin yeterince uygulanmaması
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebepler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir. Bunlar; - Denetim yetersizliği

Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

TSE'nin yayınlamış olduğu TS485 Kuru Kayısı standartlarına uygun ürünlerin piyasada satılabilmesi için gözetim ve denetim faaliyetlerinin artırılması için Ticaret Bakanlığı'nın Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü ile Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü nezdinde Ajansın girişimlerde bulunması planlanmaktadır.

Ayrıca tüketicilerin sağlıklı ve doğru ürün tüketmesi için bilinçlendirilmesi amacıyla kamu spotlarının hazırlanması ve yayınlanması amacıyla kurumlar nezdinde girişimlerde bulunulacaktır.

Sorun	Yerleşim alanlarının ve sanayi bölgelerinin hızlı büyümesi
Olası Sebep	Bu alandaki olası sebepler aşağıdaki gibi gruplandırılabilir. Bunlar; - Çarpık şehirleşme - Plansız sanayileşme

Bu soruna ilişkin politika önerisi aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

Valilik Makamı, İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, İl Sanayi ve Teknoloji Müdürlüğü, Organize Sanayi Bölgeleri Müdürlükleri ile Belediye İmar ve Planlama Müdürlükleri arasında kayısının üretildiği tarımsal üretim alanlarının korunması konusunda planlama çalışmalarında kolaylaştırıcılık ve yönlendiricilik amacıyla Ajans girişimlerde bulunacaktır.



2. İŞLETMELER DÜZEYİNDE YÜKSELTME ÖNERİLERİ

Tablo 26: İşletme düzeyindeki sorunlar, yönetim kabiliyetine ilişkin sorunlar ve Tablo 27: İşletme düzeyindeki sorunlar, pazarlama ve üretim kabiliyetine ilişkin sorunlarda listelenmiş olan sektörde yer alan işletmelerin

1. Yönetim

2. Pazarlama ve

3. Üretim alanlarındaki yükseltme gereksinimlerini gidermeye yönelik yükseltme plan tasarısı takip eden bölümde sunulmuştur.

Yönetim Yetkinliklerine İlişkin Yükseltme Planı:

Sektörde işletmelerin yönetim açısından aşağıdaki sorunlarının olduğu gözlemlenmiştir:

- Yenilikçilik kültürünün olmaması
- İşletme stratejilerinin birbirine benzer ve kolay taklit edilir olması
- Yetersiz kurumsallaşma ve etkin olmayan insan kaynakları yönetimi
- Yetersiz yetki delegasyonu
- Dış ticaret pazarlamasını ihmal eden sadece fiyat pazarlığına dayalı satış odaklı yönetim anlayışı
- Finansal araçlara erişimde zorluk, maliyet ve yönetim muhasebesi kabiliyetinin olmayışı

Yukarıdaki sorunların giderilmesi amacıyla ihracatçı şirketler başta olmak üzere sektördeki işletmelere yönelik olarak eğitim ve danışmanlık programı düzenlenmesi tavsiye edilmektedir. Bu programın bileşenleri aşağıda gösterilmektedir:

1- Eğitim;

- a. Stratejik Yönetim ve Modern Yönetim Teknikleri
- b. Ürün Yönetimi
- c. Finansçı Olmayanlar İçin Finansman Yönetimi
- d. Çatışma Yönetimi ve Müzakere Teknikleri

2- Danışmanlık

- a. Maliyet Muhasebesi ve Yönetim Muhasebesi Sisteminin Kurulması



Pazarlama Yetkinliklerine İlişkin Yükseltme Planı:

Sektörde işletmelerin pazarlama açısından aşağıdaki sorunlarının olduğu gözlemlenmiştir:

- Kalifiye personel ihtiyacı
- Müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), ürün stok takibi vb. yazılımların sektör çapında yaygın kullanılmaması
- Firmaların devlet destekleri hakkında yeterince bilgi sahibi olmaması
- İhracatta kullanılan ödeme yöntemleri (mal mukabili, vesaik mukabili, akreditifli ödeme vs.) hakkında yeterli bilginin olmaması
- Yeni pazarlara yönelik pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği
- İç ve dış pazarlarda müşteriye erişim ve pazarlamanın nasıl yapılacağına yeterince bilinmemesi
- Hedef yurtdışı pazarlar hakkında pazar bilgisinin yetersizliği
- Kayısının alternatif ürünleri ile ilgili talep hakkında yetersiz bilginin olması

Yukarıdaki sorunların giderilmesi amacıyla ihracatçı şirketler başta olmak üzere sektördeki işletmelere yönelik olarak eğitim ve danışmanlık programı düzenlenmesi tavsiye edilmektedir. Bu programın bileşenleri aşağıda gösterilmektedir:

1- Eğitim;

- a. Teslim ve Ödeme Şekilleri Eğitimi
- b. Yurtdışı Hedef Pazar Araştırması Eğitimi
- c. Devlet Destekleri ve Eximbank Eğitimleri

2- Danışmanlık

- a. Kayısı Sektörüne Yönelik İhracat Akademisi Programı
- b. Pazarlama kabiliyetlerinin geliştirilmesi için pazarlama eğitim ve mentorlük programı

3- Ticaret Heyetleri (Faaliyet F4 kapsamında yapılacaktır)

- a. İkili İş Görüşmeleri
- b. Alım Heyetleri



Üretim Yetkinliklerine İlişkin Yükseltme Planı:

Sektörde işletmelerin pazarlama açısından aşağıdaki sorunlarının olduğu gözlemlenmiştir:

- Personel devir hızının yüksek olması
- Ürün kalitesine yönelik akredite olmuş test ve analiz laboratuvar altyapısının olmaması
- Üretim süreçlerinin (çekirdek çıkarma, kükürtleme, seçme-ayıklama vb.) mekanizasyonunda eksiklikler
- Üretim tesislerinin eski teknoloji olması
- Finansal kaynaklara erişimde yaşanan zorluklar
- Zirai ilaç kalıntı denetimlerinin yetersizliği
- Çiftçi örgütlerinin piyasa fiyat oluşumunda yetersiz katılımı
- Sektörde lisanslı depoculuk konusunda yeterli bilgi bulunmaması
- Üretim süreçlerinin yalın, izlenebilir ve verimli olmaması
- Üretimde kullanılacak yeni süreçlerin (NFT depolama vb.) geliştirilmesindeki eksikler
- Kayısı çeşitlerinin (organik gün kurusu, natürel gün kurusu, kükürtlü) üretim ve ihracat istatistiklerinin ayırt edilebilir ve doğru biçimde tutulmaması
- Kayısı bahçesi sahipleri ve çalışanlarına yönelik yoğun ve sürekli eğitim verilememesi

Yukarıdaki sorunların giderilmesi amacıyla ihracatçı şirketler başta olmak üzere sektördeki işletmelere yönelik olarak eğitim ve danışmanlık programı düzenlenmesi tavsiye edilmektedir. Bu programın bileşenleri aşağıda gösterilmektedir:

- 1- Eğitim ve Bilgilendirme;
 - a. Lisanslı Depoculuk Konusunda Üreticilerin Bilgilendirilmesi
 - b. Kayısı bahçesi sahip ve çalışanlarına yönelik eğitim programı
- 2- Danışmanlık (*Faaliyet F11 kapsamında yapılacaktır*)
 - a. İşletme Bazında Verimlilik Analizi
 - b. Sektöre Yönelik Laboratuvar İhtiyaç Analizi
- 3- Koordinasyon Faaliyetleri (*Faaliyet F14 kapsamında yapılacaktır*)
 - a. Zirai İlaç Kontrol Denetimleri



4- Güdümlü Proje Desteği (*Faaliyet F8 kapsamında yapılacaktır*)

- a. Ticaret Borsasının Teknik Kapasitesinin Artırılması ve Borsa Seans Faaliyetlerinin Başlatılması



DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ RAPORUNA GENEL BAKIŞ

Fırat Kalkınma Ajansı'nın 2021 yılında yürüttüğü 3 değer zinciri çalışmasından birisi olan bu çalışmanın ilk bölümünde, Malatya ili ve çevresinin en önemli tarımsal ürünü olan kuru kayısının sektör profilinin incelenmesi ile başlamaktadır. Sektörün Uluslararası Kuruyemiş ve Kuru Meyve Konseyi tarafından esas alınan sınıflandırmasının yanında NACE, GTIP ve PRODCOM sınıflandırmasına değinilmiş, kurutma yöntemine göre ve sonrasında Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı tarafından büyüklük esas alınarak yapılan sınıflandırması açıklanmıştır.

İlk bölümünün devamında bitkisel üretim ve fabrika işçiliği için üretim süreçleri aktarılmış, akabinde global düzeyde yaş kayısı üretimi ve kuru kayısı ithalatı ve ihracatı ile ilgili veriler ile Türkiye'nin ve seçili ülkelerin bu ticaretteki konumu incelenmiş, ülkelerin iç pazar büyüklüğüne ilişkin hesaplamalar yapılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ülkemizdeki üretimin illere ve yıllara göre dağılımı, ÇKS verilerine göre üretim alanı büyüklükleri, yıllara göre kurutulan ve yaş tüketilen kayısının rekolte tahminleri ve kuru kayısı işletmelerinin illere dağılımı incelenmiştir.

Türkiye Kuru Meyve ve Mamulleri sektörünün ihracat rakamları illere ve yıllara göre incelenmiş, sektörün ilimizdeki istihdama katkıları incelenmiştir. Devamında ürün segmentasyonu yapılarak ürünün sektör ve dış ticaret bakımından konumu hesaplanmış, pazar eğilimi analizi ve yaşam döngüsü analizi yapılmıştır.

Veri temini ve analizini içeren bu ilk aşamadan sonra Malatya ilinde üretim ve ihracat yapan 10 firma ile birlikte Malatya Ticaret Borsası ve Meyvecilik Araştırma Enstitüsü ile birebir görüşmeler ve odak grup toplantıları yapılmıştır. Bu görüşme ve toplantılar sonucunda GZFT, Beş Güç Analizi, Rekabetçi Konum ve PESTLE analizleri yapılmış, Kuru Kayısı Değer Zinciri Haritası ve Ekosistemi ortaya konmuştur. Firmalarla birebir görüşmelerde üretimin her süreci ve üretimde kullanılan her girdi için maliyetler çıkarılmış, çiftçi ve üretici karları hesaplanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın üçüncü ve son aşamasında bir yükseltme planı sunularak kuru kayısından elde edilen katma değer artırılması ve katma değer bölgede kalan payının artırılması için önerilerde bulunulmuştur.



Çalışma döneminde elde edilen verilerde ve firma ziyaretlerinde;

- Yaşam Döngüsü Analizine göre kuru kayısının olgunluk evresinin sonu ile düşüş aşamasının başı aralığında sıkışmış olduğu, yeniden canlandırma için farklı özelliklerle donatılma ihtiyacı olduğu
- Üretimde teknolojik gereksinim ve yatırım maliyetinin düşük olması sebebiyle çok satıcılı bir piyasa oluştuğu, bu durumun yüksek rekabete ve fiyat istikrarsızlığına yol açtığı, sanayicilerin ürün çeşitlendirme ve farklılaştırma yoluna gitmediği,
- Üretim aşamalarında yetersiz mekanizasyon ve yüksek emek gücünün maliyetleri yükselttiği, bu sebeple üretim tekniklerini geliştirecek çalışmalar yapılması gerektiği,
- Pazarlama açısından yeterli kalifiye personel bulunmaması,
- Yeni pazarlara yönelik pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği gibi sorunlar ön plana çıkmıştır.

Bu çalışma ile yapılan yükseltme önerilerde;

- Kayısı ile ilgili aktörlerin rekabet dışı konularda bir araya gelecekleri ortamların sağlanması, tanıtım, pazar araştırması, rakip ülkelere yönelik araştırmalar, alım heyetlerine katılım gibi ortak hareket edilebilecek alanlarda işbirliğinin geliştirilmesi,
- Lisanslı depoculuk ile sahip olunacak avantajların üreticilerle paylaşılması
- Fiyat istikrarı bakımından Ticaret Borsası'nda fiyat oluşumunun sağlanması
- Pazarlama ve ürün farklılaştırma konularında nitelikli personelin bölgeye çekilmesi
- Üretimde mekanizasyonu artıracak çalışmaların desteklenmesi
- Operasyonel verimlilik için danışmanlık hizmetlerinin sağlanması
- Çiftçilerin ve firmaların üretim ve pazarlama yetkinliklerinin iyileştirilmesi çalışmalarının yapılması önerilmektedir.



KAYNAKÇA

Kayseri Elektrikli Ev Aletleri Sektörü Değer Zinciri Analizi, Sektör Stratejisi ve Yükseltme Planı Raporu

Değer Zinciri Analizi: Metodoloji, Araç Kiti ve Uygulama Kılavuzu

TÜKSIAD Eğitim ve Danışmalık İhtiyaç Analizi Raporu

www.trademap.org

www.tuik.gov.tr

www.nutfruit.org

www.tmo.gov.tr

www.east-fruit.com

www.tuksiad.org

www.fao.org/faostat

comtrade.un.org

www.malatyatb.org.tr

www.tarimorman.gov.tr

www.tridge.com

www.sanayi.tobb.org.tr

www.tim.org.tr



EKLER

EK.1 FAALİYET PLANI

EK. 1 FAALİYET PLANI	2022			2023				2024				Birim Maliyet (2022 Ocak Fiyatlarıyla)	Bütçe	Sorumlu	Kullanılacak Araç
	2. Çeyrek	3. Çeyrek	4. Çeyrek	1. Çeyrek	2. Çeyrek	3. Çeyrek	4. Çeyrek	1. Çeyrek	2. Çeyrek	3. Çeyrek	4. Çeyrek				
F 1 Sektörel İstişare Toplantıları												2.500	12.500	MTB / FKA	Hizmet Alımı
F 2 Tarife Dışı Engeller Araştırması												50.000	150.000	FKA/İnönü Üniversitesi	Teknik Destek
F 3 Tarife Dışı Engellerin Bertarafına Yönelik Faaliyetler												200.000	400.000	FKA/MTSO	Hizmet Alımı
F 4 Alım Heyetlerinin Ağırlanması												200.000	400.000	FKA	Hizmet Alımı
F 5 Kayısı Sektöründe Rakip Ülkeler Bülteni												50.000	150.000	FKA/MTB	Teknik Destek
F 6 Kayısının Depolanması Hakkında Üreticilerin Bilgilendirilmesi												15.000	45.000	FKA-Tarım İl Müdürlüğü	Teknik Destek
F 7 Üreticilere Soğuk Hava Deposu Sağlamaya Yönelik MDP												2.000.000	2.000.000	FKA/DAP	Mali Destek
F 8 Ticaret Borsasının Teknik Kapasitesinin Artırılması ve Borsa Seans Faaliyetlerinin Başlatılması												5.000.000	5.000.000	FKA	Güdümlü Proje Desteği
F 9 İstanbul, Ankara ve İzmir gibi illerde yaşayan nitelikli personele yönelik işgücü sosyal yaşam araştırması yapılması												500.000	500.000	FKA/YİKOP	Hizmet Alımı
F 10 İnsana yakışır iş ortamının sağlanmasına yönelik hibe projesinin yürütülmesi												30.000.000	30.000.000	FKA-Tarım İl Müdürlüğü	IPA Projesi
F 11 Değer zincirinde yer alan belirlenecek 10 işletme için işletme verimliliği analizi raporlarının hazırlanması												200.000	200.000	FKA	Hizmet Alımı
F 12 Kayısı Araştırma Enstitüsünün yaptığı yeni ürünlerin üreticilere tanıtımının yapılması (F1 kapsamında)												-	-	FKA/Kayısı Araştırma Enstitüsü	-
F 13 Yeni ürünler için pazar araştırması yapılması												50.000	150.000	FKA	Hizmet Alımı
F 14 TS485 standartlarına uygun ürünlerin piyasada satılabilmesi için gözetim ve denetim faaliyetlerinin artırılması için Ticaret Bakanlığı nezdinde ajansın girişimlerde bulunması												-	-	FKA	-
F 15 Tüketicilerin gıda sağlığı ve güvenliği konusunda bilinçlendirilmesi amacıyla kamu spotları hazırlanması												-	-	FKA	-
F 16 Kayısının üretildiği tarımsal üretim alanlarının korunmasına yönelik kolaylaştırıcılık ve yönlendiricilik												-	-	FKA	-



EK. 1 FAALİYET PLANI	2022			2023				2024				Birim Maliyet (2022 Ocak Fiyatlarıyla)	Bütçe	Sorumlu	Kullanılacak Araç
	2. Çeyrek	3. Çeyrek	4. Çeyrek	1. Çeyrek	2. Çeyrek	3. Çeyrek	4. Çeyrek	1. Çeyrek	2. Çeyrek	3. Çeyrek	4. Çeyrek				
F 17 Yönetmelik Yetkinliklere İlişkin Eğitim Programı												20.000	20.000	FKA	Hizmet Alımı
F 18 Yönetmelik Yetkinliklere İlişkin Danışmanlık Programı												80.000	80.000	FKA	Hizmet Alımı
F 19 Pazarlama Yetkinliklere İlişkin Eğitim Programı												20.000	20.000	FKA	Hizmet Alımı
F 20 Pazarlama Yetkinliklere İlişkin Danışmanlık Programı												80.000	80.000	FKA	Hizmet Alımı
F 21 Üretim Yetkinliklerine İlişkin Eğitim Programı												20.000	20.000	FKA	Hizmet Alımı
F 22 Üretim Yetkinliklerine İlişkin Danışmanlık Programı												80.000	80.000	FKA	Hizmet Alımı



EK.2: KAYISI ARAŞTIRMA ENSTİTÜSÜNÜN ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRME ÇALIŞMALARI

Malatya’da en önemli tarım ürünü olan kayısı uzun yıllardır sadece tarım ürünü olarak ticarete yerine almaktadır. Sadece tarım ürünü değil olarak tüketilmeyen pastacılık, bisküvi ve çikolata gibi sektörlerde sanayi ürünü olarak yerine alan fındık ya da üzüm gibi, kayısı ürününde sanayi ürünü olma çalışmaları son dönemlerde başta Kayısı Araştırma Enstitüsü olmak üzere birkaç özel firma tarafından da devam etmektedir. Aşağıda bu çalışmalardan bazıları hakkında kısa bilgiler açıklanmıştır.

- **Kayısı Çekirdeği Sütü Üretimi ve Elde Edilen Yeni Ürünün Özelliklerinin Araştırılması Çalışması**

Kayısı çekirdeği üzerine yapılan bazı çalışmalar sonrasında kayısı çekirdeği sütü elde edilmiştir. Kayısı çekirdeği sütü, hem sağlıklı bireyler hem de laktoz intoleransı olan hastalar için üretilecek olup, bu ürün tüketiciler için yeni tatlar oluşturup ürün çeşitliliğini artırmakla birlikte ilimiz ve ülkemizin ihraç edebileceği katma değeri yüksek bir ürün haline gelecek ve yeni bir vegan içecek üretilmiş olacaktır. Laktoz intoleransa sahip kişiler için hali hazırda kısıtlı olan ürün çeşitliliği artırılacaktır. Elde edilecek ürün, başka ürünlerin hammaddesi olarak kullanılarak farklı ürünlerin (vegan dondurma, vegan katkı maddeleri, vs) üretilmesine olanak sağlanabilecektir. Ayrıca kayısı çekirdeği sütü üretim aşamasında ortaya çıkacak süzüntü kurutularak elde edilecek kayısı çekirdeği tozu; ekmek, pasta vb. gıda katkı maddesi olarak kullanılabilir.

- **Kayısı Çekirdeğinden Kahve Üretimi ve Elde Edilen Kahvenin Özelliklerinin Araştırılması Çalışması**

Malatya’da en fazla yetiştiriciliği yapılan Hacıhaliloğlu kayısı çeşidinin çekirdekleri, kahve üretimi için bazı çalışmalarda kullanılmaktadır. Kayısı çekirdeği kahvesi tamamen kayısı çekirdeği kullanılarak üretilen bir üründür. Kendine has tadı ve kokusu olan yumuşak içimli bir içecektir. Kayısı çekirdeği kahvesi üretimi gün kurusu kayısı çekirdekleri kullanılarak iki şekilde yapılmaktadır. Birincisi macun şeklindedir. Çekirdekler kavurma fırınında istenilen sıcaklık ve sürede kavrulur. Daha sonra ezme makinasından geçirilir. Elde edilen macun inceltme makinasından geçirilerek ince kıvamlı bir ürün elde edilmiştir. İkincisinde ise, Instant kayısı çekirdeği kahveleri dondurarak kurutucu ve püskürtmeli kurutucu kullanılarak üretilmiştir.



- **Kuru Kayısı, Kayısı Pekmezi ve Kayısı Çekirdeği Kullanılarak Ekmek Üstü Sürülebilir Nitelikte Ürün Elde Etme Olanaklarının Araştırılması Çalışması**

Kayısının hem meyvesinin hem de çekirdeğinin besleyici değeri dikkate alınarak ikisinin bir arada tüketimini sağlamak için, bu çalışmada kayısı püresi, kayısı pekmezi ve kayısı çekirdeği ezmesi kullanılarak yeni bir ürün geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada kükürtlü kuru kayısı, gün kurusu kayısı püreleri ve kayısı pekmezi farklı oranlarda kavrulmamış ve kavrulmuş kayısı çekirdeği ezmesi ile karıştırılarak, ekmek üstü sürülebilir kıvamda yirmi iki farklı ürün geliştirilmiştir. Elde edilen ürünlerde duyu test yapılarak en yüksek puanı alan beş ürün seçilmiş, seçilen ürünlerde renk, suda çözünen kuru madde, nem, kül, toplam yağ, şeker, protein, HMF, amigdalin, peroksit sayısı, kükürtdioksit, su aktivitesi, mikrobiyolojik analizler yapılmış, enerji değeri hesaplanmış, istatistiksel değerlendirme yapılmıştır. Ürünlerde depolama çalışmaları yapılmıştır.

- **Dut Tip ve Hasat Yöntemlerinin, Dut Pekmezi, Dut Kuru ve Dut Suyu Tozu Kalite Parametrelerine Etkileri çalışması**

Bu çalışma ile; Kayısı Araştırma Enstitüsü'nde bulunan Dut Genetik Kaynaklarında kurutmalık ve sıralık özelliği ile öne çıkan bazı dut çeşitlerinden farklı yöntemlerle hasat edilen meyvelerden elde edilen ürünlerin kalite özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. 16 adet dut çeşidinden güneş kolektöründe kurutularak dut kuru, püskürtmeli kurutucu ile kurutularak, dut suyu tozu ve dut pekmezi elde edilmiştir. Ürünlerin kalite özellikleri belirlenmiştir.

- **Glutensiz Bisküvi Üretiminde Kayısı Çekirdeği ve Dut Kullanımı**

Son yıllarda dünyada çok hızlı bir şekilde artış gösteren çölyak hastalığının (ÇH) olumsuz etkileri yadsınamaz boyutlara ulaşmıştır. Sağlık ve yaşam standartlarını etkileyen bu hastalıkla ilgili farkındalık ve yapılan çalışmalar her geçen gün artmaktadır. ÇH tüm dünyada en sık görülen kronik ve otoimmün bir hastalık olması nedeniyle, küresel bir sağlık sorunu olarak ele alınmaktadır.

Bu çalışmada bölgesel olarak yetiştiriciliği yapılan ve değerlendirilmesi amaçlanan kayısı çekirdeği, doğrudan öğütülerek un haline getirilmiştir. Aynı şekilde dutlarda kurutulduktan sonra öğütülerek un haline getirilmektedir. Belli oranlar da su ile yumurta akı tozu karıştırılarak karışım sıvısı elde edilir. Hazırlanan un karışımı ile sıvı yumurta tozu karıştırıldıktan sonra hamur elde edilir ve şekillendirilerek fırınlanmıştır.





Niyazi Mahallesi Buhara Caddesi No:195 Kat:1 (Malatya TSO Hizmet Binası 1. Kat) Battalgazi / MALATYA
Tel.: 444 53 52 / +90 422 212 87 98 - 99 - Faks: +90 422 212 87 97

E-Posta: info@fka.gov.tr | www.fka.gov.tr

ISBN

Kalkınma Ajansı Yayınları Bedelsizdir, Satılamaz