



T.C.

MEVLANA KALKINMA AJANSI

# KARAMAN ELMA ÜRETİCİLERİNİN İHRACAT SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

TR52-12-TD-01/14

## KARAMAN ELMA ÜRETİCİLERİNİN İHRACAT SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

TEKNİK DESTEK YARARLANICISI

Karaman Ticaret Borsası

YÜKLENİCİ

Konya Teknokent Teknoloji Geliştirme Hizmetleri A.Ş. adına

Hazırlayan

Yrd. Doç. Dr. Ali ERBAŞI

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

# **T.C. KARAMAN TİCARET BORSASI**

## **KARAMAN ELMA ÜRETİCİLERİNİN İHRACAT SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

### **YÜKLENİCİ**

Konya Teknokent Teknoloji Geliştirme Hizmetleri A.Ş. adına

### **Hazırlayan**

Yrd. Doç. Dr. Ali ERBAŞI

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

**Bu rapor, T.C. Mevlana Kalkınma Ajansının desteklediği TR52-12-TD-01/14 referans numaralı “Karaman Elma Üreticilerinin İhracat Sorunları ve Çözüm Önerileri” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili tek sorumluluk Destek Yararlanıcısı Karaman Ticaret Borsası’na / Yüklenici Konya Teknokent Teknoloji Geliştirme Hizmetleri A.Ş.’ye aittir ve T.C. Mevlana Kalkınma Ajansı’nın görüşlerini yansıtmaz.**

## İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ .....	3
GİRİŞ .....	4
ÜST YÖNETİCİ SUNUŞU .....	5
1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ .....	6
1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	6
1.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı .....	7
1.3. Evren ve Örneklem.....	7
1.4. Araştırma Verilerinin Çözümü.....	7
1.5. Araştırmanın Kısıtları.....	8
2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI .....	8
2.1. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler .....	8
2.2. Elma Üreticilerinin İhracat Yap(a)mama Nedenleri .....	13
2.3. İhracat Yapma İsteği ile Bazı Demografik Özellikler Arasındaki Farklılaşma .....	20
3. SONUÇ VE ÖNERİLER .....	20
KAYNAKLAR.....	30
EK-1: UYGULANAN ANKET .....	31

## TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcılara Ait Bazı Demografik Özellikler.....	9
Tablo 2. Katılımcıların Ürettikleri Elma Türleri.....	11
Tablo 3. Yıllık Elma Üretim Hacmi.....	11
Tablo 4. Yıllık Elma Satış Geliri.....	12
Tablo 5. Elma Üretimi İşiyile İlgili Sermaye Dağılımı.....	12
Tablo 6. Elma İle İlgili Devlet Desteklerinden Yararlanmamış Olma Nedenleri.....	13
Tablo 7. Değerlendirme Skalası.....	14
Tablo 8. İhracat Yap(a)mamanın Finansal Nedenleri.....	15
Tablo 9. İhracat Yap(a)mamanın Üretime Yönelik Nedenleri.....	15
Tablo 10. İhracat Yap(a)mamanın Lojistik ve Teknolojik Nedenleri.....	16
Tablo 11. İhracat Yap(a)mamanın Pazarlamaya Yönelik Nedenleri.....	16
Tablo 12. İhracat Yap(a)mamanın Yönetimsel Nedenleri.....	17
Tablo 13. İhracat Yap(a)mamanın Kaliteye Yönelik Nedenleri.....	17
Tablo 14. İhracat Yap(a)mamanın İnsan Kaynaklarına Yönelik Nedenleri.....	18
Tablo 15. İhracat Yap(a)mamanın Hukuksal Nedenleri.....	18
Tablo 16. İhracat Yap(a)mamanın Diğer Nedenleri.....	19
Tablo 17. İhracat Önündeki Engellerin Önem Sırası.....	19
Tablo 18. Elma Üreticilerinin İhracat Yapma İsteği.....	20
Tablo 19. İhracat Yapma İsteği İle Bazı Demografik Özellikler Arasındaki Farklılaşmaya Yönelik Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları.....	20

## GİRİŞ

Karaman, Türkiye'nin elma üretimi konusunda en önde gelen illerinden birisidir. Resmi rakamlar olmamakla birlikte Karaman'da yıllık ortalama 400 bin ton rekolte elma üretimi yapılmakta ve Türkiye'deki elma üretiminde Isparta'dan sonra Karaman gelmektedir. Karaman'da elma üretimine yönelik önceden yapılmış bir araştırmaya rastlanmamış ve bu nedenle istatistiksel verilere ulaşılamamıştır.

Karaman'da resmi bir bulgu olmamakla birlikte yaklaşık 2.500 kişinin elma üretimiyle ilgilendiğine işaret edilmektedir. Elma üreticilerinin bölgede organize olmuş bir birlikleri bulunmaktadır. Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği'ne kaydı yapılmış olan elma üreticisi sayısı Birlik kayıtlarına göre bugün itibariyle 199'dur. Bunun 179 tanesi erkek ve 20 tanesi bayandır.

Karaman bölgesinde üretilen elmanın kalitesi, bölgenin iklimsel ve coğrafik yapısından dolayı son derece yüksektir. Bu durum dikkate alındığında elmanın bölgeye olan ekonomik katma değerinin de yüksek olması beklenmektedir. Ancak sonucun bu çıkarımı doğrulamadığı konusunda yetkililer hemfikirdir. Tüm bu değişkenlerle beraber bölgenin elmayla ilgili ihracat kapasitesi oldukça düşük düzeydedir. Bu nedenle elma üreticileri için ihracatı artırabilecek tedbirlerin alınmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Bu çalışma, Karaman Ticaret Borsası tarafından 2012 Teknik Destek Programı çerçevesinde Mevlana Kalkınma Ajansı'na sunulan ve başarılı bulunan "Karaman Elma Üreticilerinin İhracat Sorunları ve Çözüm Önerileri" projesi kapsamında yapılan araştırmayı ve sonuçlarını içermektedir. Karaman'daki elma üreticilerinin ihracata yönelik sorunlarının tespitini yapmak ve elde edilen bulgular çerçevesinde çeşitli öneriler geliştirmek amacıyla hazırlanan bu araştırma, üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın metodoloji sunulmuş ve ikinci bölümde bulgular aktarılmıştır. Araştırmanın üçüncü ve son bölümünde ise sonuçlara ve elde edilen bulgulara yönelik geliştirilen çeşitli önerilere yer verilmiştir.

## ÜST YÖNETİCİ SUNUŞU

Karaman Ticaret Borsası olarak, bölgede faaliyet gösteren üreticilerin gelişmesine ve böylece bölge ekonomisinin canlanmasına hizmet etmeye yönelik arayışlar içerisindeyiz. Bu arayışların sonucu olarak çeşitli sektörlerle yönelik araştırmalar yapmaktayız. Mevlana Kalkınma Ajansı'na 2012 Teknik Destek Programı çerçevesinde Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği'ne kayıtlı olan elma üreticilerinin ihracat profillerini ortaya çıkarmak ve elma konusunda var olan ciddi potansiyelin kullanılmasına yönelik çözümler geliştirebilmek amacıyla hazırladığımız proje kabul edilmiş ve bu araştırmanın konusunu oluşturmuştur.

Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği üyesi olan elma üreticilerinin ihracat yap(a)mama nedenlerini tespit etmek ve elde edilen bulgular çerçevesinde çeşitli öneriler geliştirmek amacıyla hazırladığımız bu çalışmayla, bölgedeki elma üreticilerine katkı sağlamak amacındayız. Buna yönelik olarak yapılan “Karaman Elma Üreticilerinin İhracat Sorunları ve Çözüm Önerileri” projesini böylelikle tamamlamış bulunmaktayız. Çalışmayı 2012 Teknik Destek Programı çerçevesinde destekleyen Mevlana Kalkınma Ajansı başta olmak üzere yüklenici Konya Teknokent'e, Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği Başkanlığı'na ve çalışmada emeği geçen herkese teşekkür eder, saygılar sunarım.

Ekrem BAŞTUĞ

Karaman Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı

## 1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın bu bölümü beş alt bölüme ayrılmıştır. Bu bölümlerde sırasıyla araştırmanın amacı ve önemi, araştırmada kullanılan veri toplama aracı, evren ve örneklem, araştırma verilerinin çözümü ve araştırmanın kısıtları bilgilerine yer verilmiştir.

### 1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmadaki amaç, Karaman'daki elma üreticilerinin ihracata yönelik sorunlarının tespiti yapmak ve elde edilen bulgular çerçevesinde çeşitli öneriler geliştirmektir. Bu ana amaç çerçevesinde çalışmada,

- Karaman'daki elma üreticilerinin demografik profilini ortaya koymak,
- İhracat yapan elma üreticilerinin bu süreçte karşılaştıkları problemleri tespit etmek ve elde edilen bulgulara göre öneriler geliştirmek,
- İhracat yap(a)mayan elma üreticilerinin ihracat yap(a)mama nedenlerini tespit etmek ve elde edilen bulgulara göre ihracat yapabilmelerine yönelik öneriler geliştirmek,
- Elma üreticilerinin ihracat yapma isteğiyle bazı demografik özellikler arasındaki farklılaşmayı tespit etmek amaçlanmıştır.

Çalışmanın önemini üç ana çatıda toplayabiliriz. Bunlardan ilki, Karaman'da elma üreticilerine yönelik bugüne kadar herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Bu yönüyle çalışmamız ilk olma özelliği taşımaktadır. İkincisi, çalışmanın bölgede elma üretimiyle ilgili çok yönlü araştırma ve üretim altyapısına zemin hazırlaması beklenmektedir. Üçüncüsü ise, geliştirilen öneriler çerçevesinde elma ihracatının artırılması suretiyle bölge ekonomisinde bir canlanmanın çarpan etkisiyle oluşması mümkündür. Ayrıca araştırmadan elde edilen bulguların yalnızca Karaman merkezinde faaliyet gösteren Birlik üyesi elma üreticileri için değil, aynı zamanda bölgedeki tüm elma üreticileri için faydalı olacağı kanaatindeyiz. Çalışma betimleyici tarama modele sahiptir ve bu amaçla bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir.

## **1.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı**

Araştırmanın amacına uygun olarak 3 bölümden ve 146 sorudan oluşan bir anket düzenlenmiştir. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymaya yönelik 17 soru bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümü ihracat yapmış/halen yapmakta olan üreticiler için hazırlanmış 80 soruyu içermektedir. nc bölüm ise, ihracat yap(a)mayan elma üreticileri için hazırlanmış 49 sorudan oluşmaktadır. Anketin ikinci ve üçüncü bölümünde yer alan soruların hazırlanmasında Arslan (2006), nver (2008), Atay (2006), Kılıç (2007), KOSGEB (2004), Torun (2009), Gülümser vd. (2009) ve Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği web sitesindeki sorulardan faydalanılmıştır. Anket sorularına katılımcıların verdikleri cevaplarda 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır. (1) Kesinlikle katılmıyorum (2) Katılmıyorum (3) Kararsızım (4) Katılıyorum (5) Kesinlikle katılıyorum şeklinde ölçeklendirme yapılmıştır.

## **1.3. Evren ve rneklem**

Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan anket formu, Karaman İli Merkez Elma reticileri Birliği’ne kayıtlı elma üreticileri evreninde uygulanmıştır. Birliğin son verilerine göre 199 kişinin kaydı bulunmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın evreni Karaman İli Merkez Elma reticileri Birliği’ne kayıtlı 199 elma üreticisinden oluşmaktadır. Araştırmada rneklem uygulaması yapılmamış, birliğe kayıtlı tüm elma üreticilerine anketler ulaştırılmaya çalışılmıştır. Birlik kayıtlarına uygun olarak adres tespitleri yapılmış; araştırmacı, Karaman Ticaret Borsası alışanları ve Karaman İli Merkez Elma reticileri Birliği Başkanlığı aracılığıyla yüzyüze görüşme yöntemi kullanılarak anketler uygulanmıştır. Ancak ulaşılabilen kişi sayısı yalnızca 83 olmuştur. Dolayısıyla çalışmanın örnekleminin, ulaşılabilen 83 kişiden oluştuğunu söyleyebiliriz. Anket formları yüzyüze görüşme yöntemiyle uygulandığından katılımcılara yardımcı olunmuştur. Bu nedenle değerlendirme dışı bırakılan anket formu bulunmamaktadır.

## **1.4. Araştırma Verilerinin zm**

Araştırmada elde edilen verilerin kodlanması ve çözümlenmesinde SPSS 16.0 paket programı kullanılmış ve hipotezleri sınamak için uygun istatistiksel analizler kullanılmıştır. Anketler uygulanmadan önce çeşitli uzmanların görüşü alınmış, gerekli görülen düzeltmeler, eklemeler ve çıkartmalar yapıldıktan sonra pilot bir gruba uygulanmıştır. Katılımcıların verdikleri



yanıtların tutarlılığı ölçülmüş ve bu süreçte algılamayı kısıtladığı anlaşılan bazı sorular değiştirilmiş, bazı sorular açık uçlu hale dönüştürülmüştür. Araştırmada elde edilen verileri test etmek için temel belirleyici istatistikler (ortalama, frekans, yüzde) ve istatistiksel analiz yöntemlerinden bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır.

### **1.5. Araştırmanın Kısıtları**

Araştırmanın iki önemli kısıtı bulunmaktadır. Bunlardan ilki üreticilerin ihracata yönelik tutumlarını ve genel profili ortaya koyabilmek için kullanılacak soruların bunlarla sınırlı olmamasıdır. Bunların tümüne yer vermek anketin doldurulması açısından mümkün olmayacağı ya da anketin güvenilirliğini düşüreceği için sınırlandırılma yapılmıştır. İkinci kısıt ise, Birliğe kayıtlı 199 üreticiden yalnızca 83 tanesinin uygulamaya dahil edilmesidir. Daha çok sayıda üreticinin katılımıyla, sonuçlar daha anlamlı hale gelebilirdi. Ayrıca farklılaşma testlerinden elde edilen bulgular, örneklem sayısı artırılabilseydi daha farklı sonuçlar verebilirdi. Tüm evrene ulaşmaya çalışılmış, ancak yalnızca 83 üreticiyle yüzyüze gelinebilmiştir. Yine de ulaşılabilen bu sayı, istatistiksel açıdan evreni temsil kabiliyetine sahiptir.

## **2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI**

Araştırmanın bu bölümü üç alt bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde ankete katılan elma üreticilerine ait bazı demografik özelliklere yer verilmiştir. İkinci bölümde elma üreticilerinin ihracat yap(a)mama nedenlerine ve üçüncü bölümde ihracat yapma isteği ile bazı demografik özellikler arasındaki farklılaşma test sonuçlarına yer verilmiştir.

### **2.1. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler**

Araştırmaya katılan üreticilere ait bazı demografik bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1. Katılımcılara Ait Bazı Demografik Özellikler**

Özellik	n=83	Yüzde (%)	Özellik	n=83	Yüzde (%)
<b>Cinsiyet</b>			<b>Yabancı Dil Bilgisi</b>		
Bay	80	96,4	Evet	30	36,1
Bayan	3	3,6	Hayır	53	63,9
<b>Yaşı</b>			<b>Bilinen Yabancı Dil Türü</b>		
18-25	1	1,2	İngilizce	21	25,3
26-30	4	4,8	Fransızca	4	4,8
31-35	8	9,6	Almanca	4	4,8
36-45	21	25,3	Farsça	1	1,2
46-55	30	36,1	Hiçbiri	53	63,9
56-65	16	19,3	<b>Elmayla İlgilenme Yılı</b>		
66 ve üstü	3	3,6	1 yıl	1	1,2
<b>Eğitim Düzeyi</b>			2-3 yıl	4	4,8
İlköğretim	18	21,7	4-7 yıl	16	19,3
Ortaöğretim	46	55,4	8-15 yıl	38	45,8
Lisans	12	14,5	16-24 yıl	22	26,5
Lisansüstü	7	8,4	25 ve üstü yıl	2	2,4
<b>Üretilen Elma Türü Sayısı</b>			<b>İhracatla İlgili Eğitim Alma Durumu</b>		
1	14	16,9	Evet	4	4,8
2	53	63,9	Hayır	79	95,2
3	14	16,9	<b>Elmayla İlgilenme Şekli</b>		
4	2	2,4	İşletme sahibiyim.	2	2,4
			İşletme sahibi değilim.	81	97,6

Tablo 1'deki veriler incelendiğinde, ankete katılanların %96,4'ünün bay ve %3,6'sının bayan olduğu görülmektedir. Birliğe kayıtlı olan üyelerin (199 üyenin) %90'ının (179 üyenin) bay olduğu dikkate alındığında, anket katılımcılarının büyük çoğunluğunun bay olmasının nedeni ortaya çıkmaktadır.

Ankete katılan üyelerin %6'sının genç ve %90,4'ünün orta yaşta olması, bölgedeki elma üretimiyle gençlerin çok ilgilenmediği ve ilgilenme yaşının orta yaş ağırlıklı olduğunu göstermektedir.

Anket katılımcılarının %55,4'ü ortaöğretim, %21,7'si ilköğretim, %14,5'i lisans ve %8,4'ü lisansüstü eğitime sahiptir. Bu durum, ağırlıklı olarak ortaöğretim düzeyinde elma üretimiyle ilgilenildiğini, ancak lisans ve lisansüstü düzeydeki ilginin de (toplamda %22,9) yadsınamaz düzeyde olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların yabancı dil bilgisi sorgulandığında %36,1'inin bir yabancı dil bildiği ve %63,9'unun hiçbir yabancı dil bilmediği görülmektedir. Hangi yabancı dil bilindiğine yönelik araştırma sonuçlarına göre tüm katılımcıların %25,3'ünün İngilizce, %4,8'inin Fransızca, %4,8'inin Almanca ve yalnızca 1 kişinin de (%1,2) Farsça bildiği görülmektedir.

Kaç yıldır elma işiyle ilgili faaliyet gösteriyorsunuz? sorusuna katılımcıların %45,8'i 8-15 yıl, %26,5'i 16-24 yıl, %19,3'ü 4-7 yıl, %4,8'i 2-3 yıl ve yalnızca %2,4'ü 25 ve üstü yıl cevabını vermişlerdir. Buna göre elma üreticilerinin büyük çoğunluğunun orta vadede elma işiyle ilgilendiklerini söyleyebiliriz.

Katılımcıların ihracatla ilgili herhangi bir eğitim alıp almadıkları sorulduğunda yalnızca %4,8'inin böyle bir eğitime katıldığı, geri kalan %95,2'sinin ihracatla ilgili herhangi bir eğitim almadıkları görülmektedir.

Araştırma verilerinden elde edilen bulgular çerçevesinde en ilginç verilerden birisi de katılımcıların yalnızca %2,4'ünün (2 kişinin) elma ile ilgilenme şeklinin bir işletme sahibi olarak gerçekleştiğidir. Başka bir deyişle katılımcıların tümüne yakın bir kısmı elma üretimini işletme kurarak ticarileştirmemiştir. İşletme sahibi 2 üyenin de daimi olarak çalıştırdıkları işçi sayısı 0-9 kişi arasında ve geçici olarak çalıştırdıkları işçi sayısı 10-49 kişi arasındadır. Yine araştırma verilerine göre işletmesi olan 2 üyenin işletme, iktisat, dış ticaret gibi bölümlerden mezun hiçbir çalışanı bulunmamaktadır.

Üretilen elma türü sayısı, her bir elma üreticisinin kaç tür elma ürettiğini göstermektedir. Elde edilen verilere göre üreticilerin %63,9'unun iki tür, %16,9'unun bir tür ve yine %16,9'unun üç tür, yalnızca %2,4'ünün dört tür elma ürettiği görülmektedir. Türlerle göre üretilen elma detayları incelendiğinde Tablo 2'deki verilere ulaşılmıştır. Buna göre üreticilerin %67,5'i golden, %66,3'ü starking, %38,6'sı arjantin, %15,7'si yeşil elma, %13,3'ü granny smith ve yalnızca %3,6'sı gala türü elma üretimi gerçekleştirmektedir.

**Tablo 2. Katılımcıların Ürettikleri Elma Türleri**

Elma Türü	n=83	Yüzde (%)
Golden	56	67,5
Starking	55	66,3
Arjantin	32	38,6
Yeşil Elma	13	15,7
Granny Smith	11	13,3
Gala	3	3,6

Karaman'daki elma üreticilerinden ankete katılan örneklem esas alınarak incelenen yıllık elma üretim hacmi verileri Tablo 3'te gösterilmiştir. Bu verilere göre üreticilerin %13,3'ünün yıllık elma üretim hacmi 40 ton, %12'sinin 60 ton, %10,8'inin 50 ton ve %10,8'inin 80 ton olduğu görülmektedir. Karaman'daki elma üreticilerinin yıllık elma üretim hacmi ortalaması ise 50 tondur.

**Tablo 3. Yıllık Elma Üretim Hacmi**

Üretim Miktarı	n=83	Yüzde (%)	Üretim Miktarı	n=83	Yüzde (%)
10 ton	6	7,2	60 ton	10	12,0
15 ton	6	7,2	65 ton	2	2,4
20 ton	3	3,6	70 ton	1	1,2
25 ton	4	4,8	75 ton	1	1,2
30 ton	5	6,0	80 ton	9	10,8
35 ton	3	3,6	90 ton	2	2,4
40 ton	11	13,3	100 ton	4	4,8
45 ton	3	3,6	150 ton	1	1,2
50 ton	9	10,8	130 ton	1	1,2
55 ton	1	1,2	180 ton	1	1,2

Elma üreticilerinin, ürettikleri elmaların tamamını yurtiçi piyasasına sattıkları bir sonraki soruya verilen cevaplardan görülmektedir. Dolayısıyla üretim yapıp da elinde ürünü kalan bir üyeye rastlanmamıştır.

Elma üreticilerinin elma satışından elde ettikleri yıllık gelir düzeyi sorgulandığında %21,7'sinin 40.000 TL, %20,5'inin 50.000 TL, %16,9'unun 30.000 TL ve %12'sinin 20.000 TL yıllık elma satış geliri elde ettikleri görülmektedir. Üreticilerin yıllık elma satış gelirlerine ilişkin veriler Tablo 4'te gösterilmiştir. Karaman'daki elma üreticilerinin yıllık elma satış geliri ortalaması ise 40.000 TL civarındadır.

**Tablo 4. Yıllık Elma Satış Geliri**

Satış Geliri	n=83	Yüzde (%)	Satış Geliri	n=83	Yüzde (%)
5.000 TL	2	2,4	60.000 TL	5	6,0
10.000 TL	7	8,4	70.000 TL	5	6,0
20.000 TL	10	12,0	80.000 TL	2	2,4
30.000 TL	14	16,9	90.000 TL	1	1,2
40.000 TL	18	21,7	100.000 TL	1	1,2
50.000 TL	17	20,5	110.000 TL	1	1,2

Karaman'da elma işiyle ilgili faaliyet gösteren üyelerin elma üretimi için kullandıkları sermaye verilerine bakıldığında %74,7'sinin 5.001-50.000 TL aralığında sermayeye sahip oldukları görülmektedir. Elma üretimi işiyle ilgili sermaye oranlarına ilişkin veriler Tablo 5'te gösterilmiştir.

**Tablo 5. Elma Üretimi İşiyle İlgili Sermaye Dağılımı**

Sermaye Miktarı	n=83	Yüzde (%)
5.000 TL'den az	17	20,5
5.001-50.000 TL arası	62	74,7
50.001-100.000 TL arası	1	1,2
100.001-500.000 TL arası	3	3,6

Karaman'daki elma üreticilerinden örnekleme dahil edilebilen 83 üyenin hiçbirisinin elmayla ilgili daha önceden devlet desteği almamış olması ilginç bir veridir. Elma üreticilerinin devlet desteklerinden bugüne kadar yararlanmamış olmasının nedeni sorgulandığında %81,9'unun bilgisi olmadığı için yararlanmadığını belirttiği görülmektedir. Katılımcıların elma ile ilgili devlet desteğinden bugüne kadar yararlanmamış olmasının nedenlerine ilişkin bulgular Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6. Elma İle İlgili Devlet Desteklerinden Yararlanmamış Olma Nedenleri**

Yararlanmama Nedeni	n=83	Yüzde (%)
Bilgim yok ya da yetersiz düzeyde.	68	81,9
Gerekli miktar ve nitelikte yardım yapılmıyor.	11	13,3
Bürokratik engel çok fazla.	2	2,4
Yararlanmak istemiyorum ve nedeni yok.	2	2,4

Araştırmanın en ilginç bulgularından birisi de Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği'ne kayıtlı 199 üyeden ulaşılabilen 83 üyesi içinde ihracat yapan olmamasıdır. “İhracat yapıyor musunuz ya da daha önce yaptınız mı?” sorusuna 83 katılımcının tümü hayır cevabını vermiştir. Daha önce aktarıldığı üzere anket üç ana bölümden oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümü ihracat yapan, üçüncü bölümü ise ihracat yapmayan üyeler için hazırlanmıştır. Anket katılımcıları arasında ihracat yapmış/yapmakta olan hiçbir üye olmadığı için ikinci bölümünü dolduran olmamıştır. Bu nedenle çalışmada anketin ikinci bölümüyle ilgili değerlendirme yapılmamış, üçüncü bölümüyle ilgili ihracat yapmamış/yapmamakta olan elma üreticilerinin ihracat yap(a)mama nedenlerine yönelik analizlere geçilmiştir.

## **2.2. Elma Üreticilerinin İhracat Yap(a)mama Nedenleri**

Katılımcıların elma ihracatı yap(a)mama nedenleri dokuz alt başlık altında incelenmiştir. Bunlar,

- Finansal,
- Üretime yönelik,
- Lojistik ve teknolojik,
- Pazarlamaya yönelik,
- Yönetimsel,
- Kaliteye yönelik,
- İnsan kaynaklarına yönelik,
- Hukuksal ve
- Diğer

nedenler olarak ele alınmıştır.

Araştırmanın bu kısmında, anketin üçüncü bölümündeki sorular dokuz alt kriter esas alınarak hazırlandığından yorumlar da bu veriler esas alınarak yapılmıştır. Herhangi bir gerekçenin, ihracat yap(a)mama üzerindeki etki düzeyi tespit edilirken ortanca yöntemi esas alınmıştır. Buna göre araştırmamızda kullanılan 5’li likert ölçeğine göre verilen cevapların ortalamalarına ilişkin değerlendirmeler Tablo 7’de gösterilen skala değerlerine göre yorumlanmıştır.

**Tablo 7. Değerlendirme Skalas**

<b>Değer</b>	<b>Etki Düzeyi</b>
1,00-2,33	Düşük
2,34-3,66	Orta
3,67-5,00	Yüksek

Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin finansal nedenler 8 ifadeyle sorulmuştur. Katılımcıların tüm ifadelerine verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapma değerleri Tablo 8’de gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre tüm finansal nedenlere katılım yüksek düzeydedir.

**Tablo 8. İhracat Yap(a)mamanın Finansal Nedenleri**

<b>İHRACAT YAP(A)MAMA NEDENLERİ FİNANSAL</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>Etki Düzeyi</b>
<b>İhracat yapmıyorum / yapamıyorum. Çünkü,</b>			
Finansman temininde güçlük yaşıyorum.	3,94	0,874	YÜKSEK
İhracat finansmanı için çalışma sermayem yetersiz.	3,86	0,843	YÜKSEK
Yurt dışından tahsilat yapmak zor veya işlemleri çok yavaş.	3,87	0,712	YÜKSEK
Kur oranları elverişsiz ve çok dalgalı.	3,77	0,902	YÜKSEK
İhracat yapmak için bankalara ihtiyacım var ama sundukları hizmetler yetersiz.	3,83	1,022	YÜKSEK
İhracat sonucunda müşteri ödemelerinde çok ciddi risk var.	3,86	0,899	YÜKSEK
İhracata ilişkin ürün bedelinin tahsilatını zor yaparım ya da yapamam.	3,92	0,736	YÜKSEK
İhracat dökümantasyonu çok maliyetli.	3,94	0,771	YÜKSEK

Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin üretime yönelik nedenler 3 ifadeyle sorulmuştur. Katılımcıların tüm ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapma değerleri Tablo 9’da gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre üretime yönelik tüm nedenlere katılım yüksek düzeydedir.

**Tablo 9. İhracat Yap(a)mamanın Üretime Yönelik Nedenleri**

<b>İHRACAT YAP(A)MAMA NEDENLERİ ÜRETİME YÖNELİK</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>Etki Düzeyi</b>
<b>İhracat yapmıyorum / yapamıyorum. Çünkü,</b>			
Talebe cevap verebilecek yeterli miktarda üretim yap(a)mıyorum.	3,90	0,878	YÜKSEK
Sigortalamayla ilgili ciddi sorunlar yaşıyorum.	3,90	0,850	YÜKSEK
Farklı ülkelerde farklı standartlarda ürünler isteniyor.	3,95	0,840	YÜKSEK

Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin lojistik ve teknolojik nedenler 3 ifadeyle sorulmuştur. Katılımcıların tüm ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapma değerleri Tablo 10’da gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre üretime yönelik tüm nedenlere katılım yüksek düzeydedir.



**Tablo 10. İhracat Yap(a)mamanın Lojistik ve Teknolojik Nedenleri**

<b>İHRACAT YAP(A)MAMA NEDENLERİ LOJİSTİK VE TEKNOLOJİK</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>Etki Düzeyi</b>
<b>İhracat yapmıyorum / yapamıyorum. Çünkü,</b>			
Yeterli düzeyde teknolojiyi (bilgisayar gibi) kullanamıyorum.	3,80	0,793	YÜKSEK
Depolama maliyetleri çok yüksek.	3,90	0,655	YÜKSEK
Ulaştırma maliyetleri yüksek ve sorunlu.	3,90	0,709	YÜKSEK

Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin pazarlamaya yönelik nedenleri 8 ifadeyle sorulmuştur. Katılımcıların tüm ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapma değerleri Tablo 11’de gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre üretime yönelik tüm nedenlere katılım yüksek düzeydedir.

**Tablo 11. İhracat Yap(a)mamanın Pazarlamaya Yönelik Nedenleri**

<b>İHRACAT YAP(A)MAMA NEDENLERİ PAZARLAMAYA YÖNELİK</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>Etki Düzeyi</b>
<b>İhracat yapmıyorum / yapamıyorum. Çünkü,</b>			
İç pazardan yeterince tatmin oluyorum.	3,73	1,149	YÜKSEK
İstenilen uygun fiyatta ürün sunamıyorum.	3,80	0,947	YÜKSEK
Markalaşmayla ilgili sorunlarım var.	4,01	0,724	YÜKSEK
Uluslar arası tanıtım yapamıyorum.	4,06	0,669	YÜKSEK
İhracat yapılacak uygun ülke bulmak zor ya da bulamıyorum.	3,99	0,690	YÜKSEK
İhracat pazarlama maliyetleri çok yüksek.	3,88	0,889	YÜKSEK
Uluslar arası pazarlarda reklam şart, ancak maliyetleri çok yüksek.	3,90	0,864	YÜKSEK
Ürünlerin ambalajlanmasında ve etiketlenmesinde problem yaşıyorum.	3,99	0,930	YÜKSEK

Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin yönetimsel nedenler 12 ifadeyle sorulmuştur. Katılımcıların tüm ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapma değerleri Tablo 12’de gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre daha önce ihracatla ilgili kötü deneyimler yaşamış olma durumuna katılım orta düzeyde iken, diğer tüm yönetimsel nedenlere katılım yüksek düzeydedir.

**Tablo 12. İhracat Yap(a)mamanın Yönetimsel Nedenleri**

<b>İHRACAT YAP(A)MAMA NEDENLERİ YÖNETİMSEL</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>Etki Düzeyi</b>
<b>İhracat yapmıyorum / yapamıyorum. Çünkü,</b>			
Aracı bulamıyorum.	3,92	0,886	YÜKSEK
Aracılara ve diğer dış pazar oyuncularına güvenmiyorum.	3,98	0,869	YÜKSEK
Yabancı firmalarla rekabet edemem.	3,90	0,775	YÜKSEK
Yerli firmalarla rekabet zaten çok yoğun.	3,92	0,815	YÜKSEK
Yabancı iş ortamını tam olarak anlamıyorum.	3,90	0,864	YÜKSEK
Dış ticarete kullanabileceğim bir strateji geliştiremedim.	3,84	0,862	YÜKSEK
Daha önce ihracatla ilgili kötü deneyimler yaşadım.	3,46	1,262	ORTA
Motivasyon eksikliği yaşıyorum.	3,75	0,794	YÜKSEK
Yetersiz bilgi vb. nedenlerden dolayı ihracatla ilgili teşviklere ulaşamıyorum.	3,78	0,856	YÜKSEK
Yabancı ülkelerdeki tüketici kültürü çok farklı ve ben anlamıyorum.	4,02	0,883	YÜKSEK
Dış pazarlar hakkında yeterli bilgim yok.	4,47	4,570	YÜKSEK
Girişimcilik ruhuna sahip değilim.	3,80	0,972	YÜKSEK

Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin kaliteye yönelik nedenleri 2 ifadeyle sorulmuştur. Katılımcıların tüm ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapma değerleri Tablo 13'te gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre kaliteye yönelik iki nedene de katılım yüksek düzeydedir.

**Tablo 13. İhracat Yap(a)mamanın Kaliteye Yönelik Nedenleri**

<b>İHRACAT YAP(A)MAMA NEDENLERİ KALİTEYE YÖNELİK</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>Etki Düzeyi</b>
<b>İhracat yapmıyorum / yapamıyorum. Çünkü,</b>			
Kaliteli ve standartlara uygun mal sunamıyorum.	3,86	0,952	YÜKSEK
İstenilen kalite belgesine sahip değilim.	3,87	0,880	YÜKSEK

Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin insan kaynaklarına yönelik nedenleri 3 ifadeyle sorulmuştur. Katılımcıların tüm ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları ve

standart sapma değerleri Tablo 14'te gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre insan kaynaklarına yönelik üç nedene de katılım yüksek düzeydedir.

**Tablo 14. İhracat Yap(a)mamanın İnsan Kaynaklarına Yönelik Nedenleri**

İHRACAT YAP(A)MAMA NEDENLERİ İNSAN KAYNAKLARINA YÖNELİK	Ortalama	Standart Sapma	Etki Düzeyi
İhracat yapmıyorum / yapamıyorum. Çünkü,			
Yabancı dili yeterince bilmiyorum.	3,86	0,813	YÜKSEK
İhracattan anlayan nitelikli elemanım yok.	4,02	0,841	YÜKSEK
İhracatı geliştirmeye yönelik çaba harcayacak mesaim yok.	3,92	0,752	YÜKSEK

Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin hukuksal nedenleri 3 ifadeyle sorulmuştur. Katılımcıların tüm ifadelerine verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapma değerleri Tablo 15'te gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre hukuksal üç nedene de katılım yüksek düzeydedir.

**Tablo 15. İhracat Yap(a)mamanın Hukuksal Nedenleri**

İHRACAT YAP(A)MAMA NEDENLERİ HUKUKSAL	Ortalama	Standart Sapma	Etki Düzeyi
İhracat yapmıyorum / yapamıyorum. Çünkü,			
Mevzuata ilişkin sorunlar ve bürokratik engeller var.	3,88	0,832	YÜKSEK
Gümrük vergileri yüksek ve vergi dışı çok fazla engel var.	3,99	0,773	YÜKSEK
İhracat pazarlarındaki yasal düzenlemeleri bilmiyorum.	4,00	0,911	YÜKSEK

Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin diğer nedenler 4 ifadeyle sorulmuştur. Katılımcıların tüm ifadelerine verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapma değerleri Tablo 16'da gösterilmiştir. Elde edilen bulgulara göre diğer nedenlere katılım yüksek düzeydedir.

**Tablo 16. İhracat Yap(a)mamanın Diğer Nedenleri**

<b>İHRACAT YAP(A)MAMA NEDENLERİ DİĞER</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>Etki Düzeyi</b>
<b>İhracat yapmıyorum / yapamıyorum. Çünkü,</b>			
Ülke ekonomisindeki istikrarsızlık, ihracat şevkimi kırıyor.	3,84	0,848	YÜKSEK
Devlet desteği ve teşvikler yetersiz.	3,92	0,799	YÜKSEK
İhracat yapmayı düşündüğüm ülkeler kota uyguluyor.	3,86	0,939	YÜKSEK
Ülkemizde elma ihracatıyla ilgili planlı bir strateji yok.	3,87	0,793	YÜKSEK

Elma üreticilerinin ihracat yapmalarının önündeki engelleri genel bir değerlendirmeye tabi tutarak önem sırasına koymalarının istendiği soruya verilen cevaplardan elde edilen bulgular Tablo 17’de gösterilmiştir. Buna göre elma üreticileri, kendi bakış açılarıyla ihracat yapmalarının önündeki en büyük engel olarak hukuksal nedenleri görürken, bunu sırasıyla insan kaynağı problemleri, yönetsel problemler ve kalite ile ilgili problemler takip etmektedir. Bu verilerden anlaşıldığı üzere elma üreticileri ihracat yapma sürecinde pazarlama, üretim, lojistik ve teknolojik problemlerle karşılaşmayacaklarını, asıl problemin hukuksal, insan kaynağına dayalı ve yönetsel olduğunu düşünmektedirler.

**Tablo 17. İhracat Önündeki Engellerin Önem Sırası**

<b>Problemler</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>Önem Sırası</b>
Pazarlama problemleri	1,99	1,174	<b>8</b>
Finansal problemler	3,71	1,478	<b>5</b>
Üretim problemleri	3,14	1,491	<b>7</b>
Hukuksal problemler	4,83	,621	<b>1</b>
Yönetim problemleri	4,12	1,141	<b>3</b>
İnsan kaynağı problemleri	4,66	,785	<b>2</b>
Lojistik ve teknolojik problemler	3,52	1,595	<b>6</b>
Kalite ile ilgili problemler	4,02	1,126	<b>4</b>

Araştırmanın belki de en ilginç bulgusu, “İhracat yapmak istiyor musunuz?” sorusuna alınan yanıttır. Katılımcıların %21,7’si bu soruya hayır cevabını vermiş ve ihracat yapmak istemediklerini belirtmişlerdir. Elde edilen bulgular Tablo 18’de gösterilmiştir.

**Tablo 18. Elma Üreticilerinin İhracat Yapma İsteği**

İhracat Yapmak İstiyor musunuz?	n=83	Yüzde (%)
Evet	65	78,3
Hayır	18	21,7

Araştırmanın bundan sonraki kısmında elma üreticilerinin ihracat yapma/yapmama isteğiyle bazı demografik özellikler arasındaki farklılaşma test edilmiştir.

### 2.3. İhracat Yapma İsteği ile Bazı Demografik Özellikler Arasındaki Farklılaşma

Elma üreticilerinin ihracat yapma isteği ile bazı demografik özellikler arasındaki farklılaşmayı test edebilmek amacıyla bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 19’da özetlenmiştir. Buna göre elma üreticilerinin ihracat yapmaya yönelik istek durumu, hiçbir demografik özelliğe göre farklılaşmamaktadır.

**Tablo 19. İhracat Yapma İsteği İle Bazı Demografik Özellikler Arasındaki Farklılaşmaya Yönelik Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları**

Demografik Özellik	t Testi Sonucu	Demografik Özellik	t Testi Sonucu
Eğitim Düzeyi	0,387	Elmayla İlgilenme Şekli	0,457
Cinsiyet	0,623	Elmayla İlgili Faaliyet Süresi	0,230
Yaş	0,960	Elma Üretimiyle İlgili Sermaye	0,333
Yabancı Dil Bilgisi	0,410	Ürettiği Elma Türü	0,250
Yıllık Elma Üretim Hacmi	0,734	Devlet Desteklerinden Yararlanmama Nedeni	0,850
Yıllık Elma Satış Geliri	0,077		

### 3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Karaman, elma üretimi konusunda Türkiye’nin en önde gelen illerinden birisidir. Resmi rakamlar olmamakla birlikte Karaman’da yıllık ortalama 400 bin ton rekolte elma üretimi yapıldığı ve Türkiye’de elma üretiminde Isparta’dan sonra Karaman’ın geldiği vurgulanmaktadır. Karaman bölgesinde başta golden, starking ve arjantin elması olmak üzere yeşil elma, granny smith ve gala türlerinin sıklıkla yetiştirildiği görülmektedir.

Karaman’da elma üreticisi sayısına yönelik resmi bir bulguya ulaşılamamakla birlikte yetkililer yaklaşık 2.500 kişinin elma üretimiyle ilgilendiğine ve elma üretiminin 10.000 dekarlık bir alana yayıldığına işaret etmektedirler. Karaman’da elma üretiminin yoğunluk

olarak bölgenin kuzey ve kuzeybatı kısımlarında yapıldığı görülmektedir. Elma üreticilerinin bölgede organize olmuş bir birlikleri bulunmaktadır. Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği'ne kaydı yapılmış olan elma üreticisi sayısı Birlik kayıtlarına göre bugün itibarıyla 199'dur. Bunun 179 tanesi erkek ve 20 tanesi bayandır.

Karaman bölgesinde üretilen elmanın kalitesi, bölgenin iklimsel ve coğrafik yapısından dolayı son derece yüksektir. Bölgede üretilen elmaların kuru madde oranı ve özgül ağırlığı oldukça fazla ve farklı bir lezzete sahiptir. Bu durum dikkate alındığında elmanın bölgeye olan ekonomik katma değerinin de yüksek olması beklenmektedir. Ancak sonucun bu çıkarımı doğrulamadığı konusunda yetkililer hemfikirdir. Tüm bu değişkenlerle beraber bölgenin ihracat kapasitesi oldukça düşük düzeydedir. Bu nedenle elma üreticileri için ihracatı artıracak tedbirlerin alınmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Hükümetin tüm icra kademeleri, her alandaki ihracatın artırılmasını desteklemekte ve buna yönelik çeşitli arayışlar içerisinde bulunmaktadır. Bu nedenle bölgede elmayla ilgili istenilen destekler ve katkıların sağlanacağı ümit edilmelidir. Bu arayış sürecinin içerisinde elmayla ve Karaman bölgesiyle ilgili dahil olacak çeşitli bölgesel stratejilerin ve eylem planlarının hazırlanmasına ihtiyaç vardır.

Araştırmadan elde edilen tüm bulgular değerlendirildiğinde başta Karaman ili Merkez Elma Üreticileri Birliği yönetimi ve Karaman Ticaret Borsası gibi ilgili kurumların sorumluluğunda olmak üzere bölgede elma ihracatının artırılmasına yönelik aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

#### *Genel Değerlendirme ve Öneriler:*

- Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği, 5200 sayılı kanunla 2008 yılında 98 üye ile kurulmuştur. 2010 yılındaki üye sayısı 120, 2011 yılındaki üye sayısı 160 ve 2012 Eylül ayı itibarıyla üye sayısı 199'dur. Her yıl üye sayısında bir artış gözlemlenmekle birlikte Karaman bölgesinde 2.500 kişinin elma üretimi işiyle ilgilendiği verisine dayalı olarak üye sayısının son derece az olduğu söylenebilir. Bu nedenle Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği yönetimi, hızlı bir şekilde bölgedeki elma üreticilerinin tümüne ulaşmalı ve birliğe üye olmalarını sağlamalıdır. Elma üreticilerinin birliğe üye olmalarını cezbedebilecek reklam, kampanya vb. alternatif çalışmalar türetilmelidir.

- Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği elma üretiminin daha kaliteli ve nitelikli olabilmesi için çeşitli bilgilendirme toplantıları, bitki besleme ve kimyasal mücadele ile ilgili eğitim ve toplantıları düzenli olarak yerine getirmelidir. Ayrıca bugüne kadar yapılmış olan az sayıdaki eğitimin kayıt altına alınmadığı dikkate alındığında bundan sonraki tüm çalışmaların da kayıt altına alınmasına yönelik bir veri tabanı ve bilgi bankası birlik yönetimi nezdinde oluşturulmalıdır.
- Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği'nde örgütlenmenin uygun şekilde yeniden düzenlenmesi ve Birliğin tüm tabanıyla birlikte iş tanımlarının yeniden şekillendirilmesi uygun olabilir. Ayrıca Birliğin bölgedeki etkinliğini artıracak ve tanıtımını yapacak projeler geliştirilmelidir.
- Karaman Ticaret Borsası, bölgede elma piyasasının oluşmasına öncülük edebilir. Bu doğrultuda borsa bünyesinde elma başlığı açılmalı ve diğer ürünlerde yapıldığı gibi elmayla ilgili de üreticilere hizmet verilmelidir.
- Karaman'da özel yatırımcıların elma depolamasıyla ilgilenmesine yönelik alternatif açılımlar ve bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır. Çünkü bölgede yetkililer tarafından 500.000 ton civarında üretimden bahsedilirken depo kapasitesinin yaklaşık hali hazırda 100.000 civarında olduğu belirtilmektedir. Bu nedenle elmanın paketlenmesi ve depolanması konularında özel yatırımcıların cezbedilmesine ihtiyaç vardır. Bu amaçla bölgedeki kamu kurumlarının (özel idare, belediye vb.) elinde bulunan hazine arazileri üzerinde yapılabilecek elma paketleme, depolama tesisleri için indirimli arsa tahsisleri yapılabilir. Yine bölgede bu işle iştigal edecek olan kişiler için belediyenin yerel teşvikler sağlaması mümkündür. Örneğin suyun indirimli verilmesi gibi.
- Bölgede üretilen elmanın dış pazarlara ihracatı konusunda bölgesel stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Ticaret Borsası, tüm meyve ve sebze birlikleri, Ticaret ve Sanayi Odası, üniversite, valilik, belediye, il özel idaresi, bölgedeki sivil toplum kuruluşları ve tüm elmayla doğrudan ya da dolaylı ilgilenen tarafların katılımıyla çeşitli toplantılar yapılmalı, elma konusunda bölgesel bir vizyon geliştirilmeli ve bu anlamda stratejik amaç ve hedefler belirlenmelidir. Bu süreçte bölgedeki herkese çeşitli yükümlülükler düşmektedir.

*Finansal Bulgulara İlişkin Değerlendirme ve Öneriler:*

- Karaman'daki elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına yönelik en önemli gördükleri iki finansal nedenden birisi finansman temininde güçlük yaşıyor olduklarını

düşünceleridir (ortalama 3,94 ve etki düzeyi yüksek). Buna göre bölgede elma üreticilerinin ihracata yönelik hangi yöntemlerle finansman sağlayabileceklerine dair bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır. Örneğin elma üreticilerine yönelik bankalar nezdinde uygun kredi çalışmaları yapılabilir ya da melek sermaye yönteminin bölgeye çekilmesine yönelik alternatif stratejiler geliştirilebilir. Ayrıca bölgedeki üreticilerin kullanabileceği yükleme öncesi ve yükleme sonrası ihracat kredilendirme yöntemlerinin değerlendirilmesi mümkündür.

- Üreticilerin ihracat yap(a)mamalarının önünde engel gördükleri en önemli iki finansal nedenden diğeri ise ihracat dökümantasyonunun çok maliyetli olduğunu düşünceleridir (ortalama 3,94 ve etki düzeyi yüksek). Bölgede elma üreticilerinin ihracat dökümantasyon maliyetlerini minimize edebilecek alternatifler geliştirilebilir.
- Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarının önünde engel gördükleri finansal nedenlerden üçüncüsü ise ihracata ilişkin ürün bedelinin tahsilatını zor yapacağı ya da yapamayacağına yönelik endişe içinde olmasıdır (ortalama 3,92). Verinin etki düzeyi yüksek çıkmıştır. Çapraz sorusunda da etki düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu kapsamda üreticilere ihracata yönelik finansman yöntemlerinden özellikle konsinye ödeme, akreditifli ödeme, factoring ve forfaiting gibi yöntemlerin öğretilmesi gerektiği görülmektedir. *Konsinye satış*; malın alıcının ülkesinde satışı yapıncaya kadar tahsilat yapmama garantisi vermek koşuluyla satışı yapıncaya dek ihracatçının mülkiyetinde kalmasıdır. Ancak bu yöntemde yine de alıcı ve satıcı arasında güven ilişkisine ihtiyaç vardır. *Akreditifli ödeme* ise, birbirleriyle farklı ülkelerde bulunan alıcı ve satıcı arasına muhatap ülkelerdeki bankaların girmesidir. Geri dönülebilir ve geri dönülemez olmak üzere iki şekilde yapılabilir. *Factoring*, alacağın temlik edilmesidir. Factoring’de kişinin alacakları belirli bir iskonto ile faktör olarak isimlendirilen finansal aracı kuruluşa, geri dönülemez veya geri dönülebilir şartlarla devir edilir. *Forfaiting*, vadeli mal ve hizmet ihracından doğan ve belirli bir ödeme planına bağlanmış, genellikle 3 aydan 10 yıla kadar olan alacakların, geri rücu hakkı olmaksızın bu konuda uzmanlaşmış ve forfaiter adı verilen bir banka veya bir finans kurumu tarafından satın alınarak iskonto edilmesidir<sup>1</sup>.
- İhracatın finansal engellerinden birisi de 3,77 ortalama ile yüksek etki düzeyine sahip olan kur oranlarının elverişsiz ve çok dalgalı olduğunun düşünülmesidir. Kur oranlarının özellikle son yıllarda oldukça dalgalı bir seyir izlediği doğrudur. Ancak

---

<sup>1</sup> İhracata yönelik finansman yöntemleri hakkında daha fazla bilgi için bkz. Okka, Osman (2009). Analitik Finansal Yönetim: Teori ve Problemler. Ankara: Nobel Yayınları.



sadece bu gerekçeden dolayı ihracat yapmamak ve ihracatın getirilerinden faydalanmamak doğru bir yaklaşım değildir. Bu nedenle elma üreticilerine özellikle kur risklerini minimize edebilecek finansal yöntemlerin öğretilmesi gerekmektedir. Bölgedeki kamu idareleri veya kamu tüzel kişilikleri, bu konuda eğitimler düzenleyebilir. *Türev ürünler*, ödemelerdeki döviz risklerinde daha sık kullanılmakla birlikte forward, future, opsiyon ve swap işlemlerinden oluşmaktadır. Bu yöntemler kullanılarak hedge işlemi yapılabilir. Türev ürünlerinin kullanımıyla ilgili uygulamaya yönelik eğitimler verilebilir.

- İhracat engelleri konusunda bankaların sorumluluğunu ön plana çıkaran birçok elma üreticisi de bulunmaktadır. Çünkü ihracat yapabilmek için bankalara ihtiyacı olduğunu ama bankaların sundukları hizmetlerin yetersiz olduğunu düşünen üretici sayısı oldukça fazladır. Sorunun ortalama değeri 3,83 ve etki düzeyi yüksek çıkmıştır. Ayrıca ihracat finansmanı için çalışma sermayesinin yetersiz olduğunu düşünen elma üreticisi oranı da oldukça yüksektir (ortalama 3,86 ve etki düzeyi yüksek). Bu doğrultuda bölgede bulunan bankaların ihracatla ilgili hizmetlerini ve elma üreticilerinin çalışma sermayelerine katkı sağlayacak hizmetlerini daha özel anlamda sunacak çalışmalar içerisine girmeleri önerilebilir.

#### *Üretime Yönelik Bulgulara İlişkin Değerlendirme ve Öneriler:*

- Katılımcı elma üreticilerinin talebe cevap verebilecek yeterli miktarda üretim yapamayacağını düşünmesi ihracatın bir üretim engeli olarak karşımıza çıkmaktadır (ortalama 3,90 ve etki düzeyi yüksek). Ancak bölgedeki arazi, elma üretiminin artırılmasına müsait bir nitelik taşımaktadır. Dolayısıyla üreticilerin Elma Üreticileri Birliği aracılığıyla kendi aralarında bir araya gelerek üretim miktarını artıracak politikalar üretmeleri gerekmektedir.
- Üreticilerin önemli bir kısmı ise sigortalamayla ilgili ciddi sorunlar yaşayacağını düşündüğü için ihracat yapmamaktadırlar (ortalama 3,90 ve etki düzeyi yüksek). Ancak günümüzde ürün daha satıcıdan çıkmadan sigortalama sürecinin başladığı birçok hizmet bulunmaktadır. Dolayısıyla çok ciddi maliyetlere katlanmadan özellikle ürünün ilgili ülkeye ulaşımı sürecinde sigortalamayla ilgili problemler ortadan kalkacaktır. Bunun için bölgedeki sigorta şirketlerinin üreticileri bilgilendirmelerinde fayda görülmektedir.
- Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarının önündeki üretime yönelik engellerden bir tanesi de, farklı ülkelerde farklı standartlarda ürünler istenmesidir (ortalama 3,95

ve etki düzeyi yüksek). Ancak bölge üreticilerinin bu anlamda endişelenmeleri çok doğru değildir. Çünkü Karaman bölgesinde üretilen elmalar, yurtdışı standartlarına uygun niteliktedir. Ayrıca paketleme yapılırken standartlara uygun olmadığı tespit edilen ürünler ayrıştırılabilir. Bunun için ciddi bir kalite kontrol eylemi ve ekibine de ihtiyaç yoktur. Üreticilerin tüm ürettikleri elmaların satışını yapıyor olmaları ve ellerinde elma kalmıyor olması, bu bulguyu destekler nitelikte bir veridir.

#### *Lojistik ve Teknolojik Bulgulara İlişkin Değerlendirme ve Öneriler:*

- Karaman'daki elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin lojistik ve teknolojik nedenlerden bir tanesi de yeterli düzeyde teknolojiyi kullanamıyor olmaları olarak tespit edilmiştir (ortalama 3,80 ve etki düzeyi yüksek). Bu anlamda özellikle yurtdışı piyasalarla bağlantı kurmak ve piyasanın takibini yapabilmek için bilgisayar gibi teknolojik araçların kullanımına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu doğrultuda üreticiler için bu gibi piyasa unsurlarının takibini yapabilecek bir birimin Elma Üreticileri Birliği ya da Ticaret Borsası nezdinde kurulması mümkün olabilir. Ayrıca üretilen ürünlerin elektronik ticaret vasıtasıyla alım-satımını yapabilecek imkanlar ve bağlantılar kurulmaya çalışılmasında fayda olabilir.
- Elma üreticilerinin lojistik problem olarak gördükleri unsurlardan birisi de depolama maliyetlerinin çok yüksek olmasıdır (ortalama 3,90 ve etki düzeyi yüksek). Bölgede elma depolamasının yapılabileceği tesislerin kurulabilmesine yönelik yerel teşvik uygulamalarının (bedelsiz ya da indirimli arsa tahsisi gibi) gerçekleştirilmesi mümkündür.
- Üreticilerin karşılaştıkları bir başka lojistik problem ise ürünlerin yurtdışına ulaştırma maliyetlerinin yüksek ve sorunlu olmasıdır (ortalama 3,90 ve etki düzeyi yüksek). Bu kapsamda ürünlerin ihracat fiyatlarının iç pazardaki satış fiyatlarından daha yüksek olacağı ve ulaşım gibi bu tür maliyetleri de içereceğinin bilinmesi gerekir. Ayrıca kimi zamanlarda ihracat anlaşmalarında ulaşım maliyetlerini ve yükümlülüğünü ithalatçı firmanın yüklediği de bilinmelidir. Bu tür anlaşmalar yoluyla bu sorunun da minimize edilmesi sağlanabilir.

#### *Pazarlamaya Yönelik Bulgulara İlişkin Değerlendirme ve Öneriler:*

- Karaman'daki elma üreticilerinin büyük bir kısmı iç pazardan yeterince tatmin oldukları için ihracat yapmadıklarını belirtmişlerdir (ortalama 3,73 ve etki düzeyi yüksek). Bu kapsamda aynı miktardaki ürünlerin ihracatı yoluyla elde edilecek gelirle

iç pazardan elde edilen gelirin mukayese edilmesi doğru olacaktır. Çünkü ihracat işlemleri biraz meşakkatli gibi görünse de genellikle iç pazardan daha tatmin edici bir nitelik taşır.

- Marka olmadan ihracat yapamayacağını düşünen üretici oranı da oldukça yüksektir (ortalama 4,01 ve etki düzeyi yüksek). Ancak birçok ithalatçı firma, fason üretim yoluyla bu tür ürünlerin alım-satımını yaptıkları için üreticilerin ciddi anlamda markalaşmayla ilgili sorun yaşamayacaklarını düşünmekteyiz.
- Elma üreticilerinin pazarlamayla ilgili en önemli gördükleri ihracatın önündeki engel uluslar arası tanıtım yapamıyor olmalarıdır (ortalama 4,06 ve etki düzeyi yüksek). Bu doğrultuda bölgede üretilen elmaların niteliksel özelliklerinin diğer bölgelerde üretilip ihraç edilenlerle mukayese edilmek suretiyle uluslar arası platformda tanıtımlarının yapılmasına yönelik pazarlama çalışmaları yapılabilir. Bu anlamda bölgedeki üniversiteden destek alınması mümkün olabilir. Ayrıca Karaman elması isminin kullanılması suretiyle satışların ve yurtdışı tanıtımın yapılması düşünülmelidir. Bununla birlikte bölgede üretilen elmanın özellikle uluslar arası alanda tanıtımını yapacak sergi, fuar, şenlik, festival gibi etkinliklere Elma Üreticileri Birliği olarak katılımı ve bu tür organizasyonların düzenlenmesi düşünülebilir. Uluslar arası gıda fuarlarında Karaman elmasının tanıtımı, uzun vadede bölgedeki elma üreticilerine anlamlı katkılar sağlayacaktır.
- Elma üreticilerinin ciddi bir kısmı ise ihracat yapılacak uygun ülke bulmanın zor olduğunu ve bulamadığını, ihracat yapamamalarının nedenlerinden birinin de bu olduğunu düşünmektedirler (ortalama 3,99 ve etki düzeyi yüksek). Bireylerin kişisel girişimleriyle en uygun ihracat yapılabilecek ülkeyi bulmaları mümkün olsa da oldukça zor olacaktır. Bu nedenle Elma Üreticileri Birliği nezdinde, özellikle Isparta gibi Türkiye’de önemli düzeyde elma üretimi yapan ve ihraç eden bölgelerdeki deneyimleri araştırmak suretiyle yön gösterici çalışmalar yapılabilir.
- İstenilen uygun fiyatta ürün sunamayacağını ve ihracat yap(a)mamalarının önündeki engellerden birisinin de bu olduğunu düşünen elma üreticisi de hayli fazladır (ortalama 3,80 ve etki düzeyi yüksek). İhracat pazarlarındaki ürün fiyatlarıyla ilgili kapsamlı bir araştırma yapılmak ve üretim maliyetlerinin düşürülmesine yönelik teknik eğitimler verilmek suretiyle elma üreticilerine anlamlı katkılar sağlanabilir. Ayrıca üreticiler, araçlar ve ithalatçı firmalar nezdinde fiyat birliği sağlanması ve bu ilke doğrultusunda ortak hareket edilmesi fayda sağlayabilir.

### *Yönetimsel Bulgulara İlişkin Değerlendirme ve Öneriler:*

- Karaman'daki elma üreticilerinin en çok önemli gördükleri ihracat yap(a)mamalarının yönetimsel nedenlerinden ilki, dış pazarlar hakkında yeterli bilgilerinin olmayışıdır. Bu soruya ilişkin ortalama değer 4,47 ve etki düzeyi yüksektir. Bu bulgu, beklenen ve tahmin edilen bir sonuçtur. Üreticilerin her 10 kişisinden 9'u dış pazarlar hakkında yeterli bilgisi olmadığını düşünmektedir. Bölgedeki kamu kişilikleri, bölgenin ekonomik gelişmesine katkı sağlayabilmek amacıyla dünyadaki elma pazarlarıyla ilgili gerekli araştırmaları yaparak üreticilerin kullanımına sunmalıdır. Bu anlamda önemli bir görev, bölgedeki Ticaret ve Sanayi Odası ve üniversiteye düşmektedir.
- Üreticilerin büyük bir kısmı aracı bulamadığını (ortalama 3,92 ve etki düzeyi yüksek), aracılara ve diğer dış pazar oyuncularına güvenmediğini (ortalama 3,98 ve etki düzeyi yüksek) ve yabancı firmalarla rekabet edemeyeceğini (ortalama 3,90 ve etki düzeyi yüksek) düşünmektedir. Bölgedeki üreticilerin kişisel girişimleriyle aracı bulamamaları son derece doğaldır. Bu doğrultuda ülkedeki diğer üretici birlikleri ve üreticilerle görüşülerek aracılık yapan kurumlar öğrenilebilir ve yol gösterici bir nitelik kazandırılabilir. Bu sayede yabancı firmalarla rekabet işi aracılara yüklenmiş olacaktır. Bunun yanı sıra yurtdışındaki pazarlarda uygun bir aracı bulabilmek için satış temsilcilikleri ayarlamak mümkün olabilir.
- İhracatla ilgili motivasyon eksikliği yaşadığı (ortalama 3,75 ve etki düzeyi yüksek) ve yetersiz bilgi vb. nedenlerden dolayı ihracatla ilgili teşviklere ulaşamadığını (ortalama 3,78 ve etki düzeyi yüksek) düşünen üretici oranı oldukça fazladır. Bu kapsamda ihracatın nasıl yapılacağı ve hangi aşamaların takip edileceği konularında üreticilerin bilgilendirilmeleri, özellikle ihracatla ilgili devlet teşvikleri ve bunlardan nasıl yararlanılacağı gibi konularda eğitimler almaları mümkün olabilir. Böylelikle elma üreticileri ihracat konusunda motive edilmiş olacaktır.

### *Kaliteye Yönelik Bulgulara İlişkin Değerlendirme ve Öneriler:*

- Karaman'daki elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarına ilişkin kaliteye yönelik nedenlerden birisi istenilen kalite belgesine sahip olmamalarıdır (ortalama 3,87 ve etki düzeyi yüksek). Halbuki özellikle bu tür ürünlerde aracılık faaliyeti yerine getiren firmaların ithalat yapacak ülkede istenilen belgeleri karşıladığı bilinmektedir. Dolayısıyla sadece kalite belgesine sahip olunmadığı için ihracat yapılmaması, doğru bir anlayış olmayacaktır.

- Kaliteye yönelik ihracat engellerinden birisi de kaliteli ve standartlara uygun mal sunamama düşüncesidir (ortalama 3,86 ve etki düzeyi yüksek). Bölgede üretilen elmaların kalitesi zaten bilinmektedir. Bu aşamada, belirlenmiş standartlara uygun olmayan üretimlerin uygun hale getirilmesine yönelik teknik arayışlar başlatılmalıdır. Ürünlerin sunumunda ise kalite bilinci üreticilere mutlaka yayılmış olmalıdır. Kısa vadede daha çok kazanç sağlamak için standart dışı ürünlerin gönderilmesi (karıştırılması) son derece yanlış ve etik dışı bir yaklaşım olacaktır. Bunun için kısa vadeli getirilerin uzun vadeli kâra dönüşmediği sürece anlamlı olmadığını izah eden toplam kalite anlayışının üreticilere mutlaka benimsetilmesi gereklidir.

#### *İnsan Kaynaklarına Yönelik Bulgulara İlişkin Değerlendirme ve Öneriler:*

- Karaman'daki elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarının insan kaynaklarına ilişkin nedenleri ihracattan anlayan nitelikli elemanın olmaması (ortalama 4,02 ve etki düzeyi yüksek), üreticilerin yabancı dili yeterince bilmiyor olmaları (ortalama 3,86 ve etki düzeyi yüksek) ve ihracatı geliştirmeye yönelik çaba harcayacak mesailerinin olmamasıdır (ortalama 3,92 ve etki düzeyi yüksek). İnsanların ihracat yapabilmeleri için yabancı dil öğrenmelerini önermek yerine bölgedeki ticaret ve sanayi odası, elma üreticileri birliği gibi kurumların yabancı dil bilen ve ihracattan anlayan, tümüyle mesaisini üreticilere yardım etmeye ayıracak bir eleman istihdam etmek suretiyle elma üreticilerine yön gösterici olmaları önerilebilir.

#### *Hukuksal Bulgulara İlişkin Değerlendirme ve Öneriler:*

- Elma üreticilerinin ihracat yap(a)mamalarının hukuksal nedenleri arasında en yüksek ortalama ihracat pazarlarındaki yasal düzenlemelerin bilinmiyor olması olarak tespit edilmiştir (ortalama 4,00 ve etki düzeyi yüksek). İhracat pazarlarında uygulanan ve sadece ihracat yapanların uymak zorunda oldukları çok fazla miktarda yasal prosedür bulunmamaktadır. Dolayısıyla üreticilerin bu prosedürleri öğrenmeleri çok da zaman alıcı ve maliyetli olmayacaktır. Bölgedeki ticaret ve sanayi odası ile üniversite, ihracat pazarlarındaki yasal düzenlemelere ilişkin eğitimler veya seminerler düzenlemek suretiyle elma üreticilerine katkı sağlayabilir.
- Hukuksal nedenler arasında gümrük vergilerinin yüksek ve vergi dışı çok fazla engelin var olduğunu (ortalama 3,99 ve etki düzeyi yüksek) ve mevzuata ilişkin sorunlar ve bürokratik engellerin olduğunu (ortalama 3,88 ve etki düzeyi yüksek) düşünen çok fazla üretici vardır. Bu kapsamda ihracata yönelik sürekli mevzuat değişikliği

olmaması ve mevzuattaki mevcut sorunlara ve bürokratik engellere ilişkin hükümet ve ihracat pazarı müşterileri nezdinde lobi çalışmaları yapılabilir. Ayrıca ihracata yönelik vergi teşvikleri konusunda elma üreticilerinin bilgilendirilmelerine yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

*Diğer Bulgulara İlişkin Değerlendirme ve Öneriler:*

- Elma üreticilerinin çok önemli bir kesimi devlet desteği ve teşviklerin elma ihracatıyla ilgili yetersiz olduğunu düşünmektedirler (ortalama 3,92 ve etki düzeyi yüksek). Bu anlamda ülkemizdeki üreticiler için hangi tür destek ve teşviklerin var olduğuna yönelik elma üreticileri özelinde bir araştırma yapılarak kullanıma sunulabilir.
- Ayrıca elma üreticilerinin önemli bir kısmı ülkemizde elma ihracatıyla ilgili planlı bir strateji olmamasından şikayetçidirler (ortalama 3,87 ve etki düzeyi yüksek). Bu doğrultuda öncelikle elma üreticilerinin bireysel planlamalarını yaparak kademeli olarak elma üretim hacimlerini ve üretim kalitesini artırmaları ve bu aşamada ihracat pazarları ve finansmanı hakkında bilgiler edinerek doğru stratejiler geliştirmeleri uygun olacaktır.

Elma üreticilerinin ihracat yapma/yapmama isteğiyle hiçbir demografik özellik arasında farklılaşma bulunmadığından bu konuyla ilgili öneriler geliştirmemiz mümkün olmamıştır. Bu araştırmayla elde edilen bulguların ve değerlendirmelerin, yalnızca Karaman İli Merkez Elma Üreticileri Birliği üyelerinin değil, aynı zamanda bölgedeki diğer elma üretici birlikleri ve yaş meyve üretici birlikleri ile bölgedeki tüm çiftçiler ve kamu idareleri için de anlamlı katkıları olacağını düşünmekteyiz.

## **KAYNAKLAR**

Arslan, Ali Rıza (2006). Türkiye'nin Mobilya İhracatındaki Sorunların Belirlenmesi ve Çözüm Önerileri. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Atay, Ceyda (2006). The Sectoral Analysis of the Marble Industry as an Emerging Market: The Aegean Region (Türkiye ve Ege Bölgesinde Mermer Sektörünün Durumu, Ege Bölgesinde Faaliyet Yapan Mermer Firmalarının İhracatlarını Geliştirmesine Yönelik Anket Uygulama Tekniği). Yüksek Lisans Tezi. İzmir: İzmir Ekonomi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Keskin, Gülümser, A. Kadir Koşan ve Y. Ziya Ayık (2009). Bölgesel Gelişme Aracı Olarak KOBİ'ler ve İhracat Sorunları (Erzurum'da Bir Araştırma). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13 (2): 279-290.

Kılıç, Sabiha (2007). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde İhracat Pazarlaması: Çorum Makine İmalat Sanayinde Faaliyet Gösteren KOBİ'lere Yönelik Bir Uygulama. Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KOSGEB (2004). KOSGEB Saha Araştırma Çalışması Ön Değerlendirme Raporu. Ankara: KOSGEB Yayınları.

Okka, Osman (2009). Analitik Finansal Yönetim: Teori ve Problemler. Ankara: Nobel Yayınları.

Torun, Binnur (2009). KOBİ'lerin İhracatında Pazarlama Sorunları ve Kocaeli'de Demir Çelik Sektöründe İmalat Yapan İhracatçı Firmalar Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ünver, İsmail (2008). Konya'da Faaliyet Gösteren Otomotiv Yan Sanayi İşletmelerinin İhracatta Yaşadığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

[www.dkib.org.tr](http://www.dkib.org.tr) (Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği)

## EK-1: UYGULANAN ANKET

### ANKET SORULARI

Üç bölümden oluşan bu anket formu, Karaman Elma Üreticileri Birliği üyelerinin ihracat sorunlarını tespit etmek ve bu sorunların çözümüne yönelik öneriler geliştirmek amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular, Mevlana Kalkınma Ajansı tarafından 2012 Teknik Destek Programı ile desteklenen ve Karaman Ticaret Borsası tarafından yürütülen proje kapsamında hazırlanacak raporda kullanılacaktır. Anketin üzerine sizin ya da işletmenizin kimliğinizi ifade eden herhangi bir bilgi (isim, soyisim, marka vb.) yazmayınız. Soruların cevaplanması hususunda gösterdiğiniz hassasiyetten dolayı teşekkür ederiz.

#### 1. BÖLÜM (DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER)

1. Cinsiyetiniz nedir?

- Bay  Bayan

2. Yaşınız kaç?

- 18-25  26-30  31-35  36-45  46-55  56-65  66 ve üstü

3. Eğitim düzeyiniz nedir?

- Hiç okumadım.  İlköğretim  Ortaöğretim  Lisans  Lisansüstü

4. Yabancı dil biliyor musunuz?

- Evet (Cevabınız evet ise lütfen bildiğiniz yabancı dili ve bilgi düzeyinizi yazınız.).....  
 Hayır

5. Yıllık elma üretim hacminiz?

..... ton

6. Yıllık toplam elma satışınız (iç ve dış piyasa toplamı)?

..... ton

..... TL

7. Elma ile ilgilenme şekliniz?

- İşletme sahibiyim.  Sadece çiftçiyim.

8. İşletmeniz varsa toplam çalışan sayısı kaçtır? (Daimi)

- İşletmem yok.  0-9 kişi  10-49 kişi  50-249 kişi  250 ve üstü kişi

9. İşletmeniz varsa toplam çalışan sayısı kaçtır? (Geçici)

- İşletmem yok.  0-9 kişi  10-49 kişi  50-249 kişi  250 ve üstü kişi

10. İşletmenizde işletme, iktisat, dış ticaret gibi ihracat eğitimini de içeren bölümlerden mezun çalışan sayısı kaçtır?

- İşletmem yok.  0  1-5 kişi  6-10 kişi  11 ve üstü kişi

11. Kaç yıldır elma işiyle ilgili faaliyet gösteriyorsunuz?

- 1 yıl  2-3 yıl  4-7 yıl  8-15 yıl  16-24 yıl  25 yıl ve üstü

12. Elma üretimi işiyle ilgili sermayeniz ne kadar?

- 5.000 TL'den az  5.001-50.000 TL arasında  50.001-100.000 TL arasında  
 100.001-500.000 TL arasında  500.001-1.000.000 TL arasında  1.000.000 TL'den fazla

13. Kaç tür elma üretiyorsunuz (Lütfen isimlerini yazınız.)

.....  
.....

14. İhracat ile ilgili herhangi bir eğitim aldınız mı?

- Evet  Hayır

15. İhracata, üretime ya da yatırıma yönelik elmayla ilgili herhangi bir devlet desteği (teşvik kredisi gibi) aldınız mı?

- Evet (Cevabınız evet ise lütfen türünü ve miktarını yazınız.).....  
 Hayır

16. İhracata yönelik devlet desteklerinden yararlanmama/az yararlanma nedeniniz nedir?

- Bilgim yok ya da yetersiz düzeyde.  Gerekli miktar ve nitelikte yardım yapılmıyor.  
 Bürokratik engel çok fazla.  Yararlanmak istemiyorum ve nedeni yok.  
 Diğer (Lütfen belirtiniz) .....

17. İhracat yaptınız mı ya da yapıyor musunuz?

- Evet (Cevabınız evet ise bu bölümdeki ve 2. bölümdeki soruları tamamlayınız ve 3. bölümü cevaplamayınız.)  
 Hayır (Cevabınız hayır ise bu bölümü ve 2. bölümü geçiniz ve 3. bölümü cevaplamayınız.)



## 2. BÖLÜM (İHRACAT SORUNLARI – İHRACAT YAPANLAR)

**DİKKAT:** Bu bölümü sadece ihracat yapanlar cevaplandıracaktır. Eğer ihracat yapmıyorsanız bu bölümü geçiniz ve 3. bölümü cevaplandırınız.

1. İhracat işlemlerinde yaşadığınız sorunlara katılım düzeyinizi (X) işaretleyiniz?

İHRACAT SORUNLARI	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Hedef pazarlara girişte sorunlar yaşıyorum.					
Tanıtım ve kurumsal kapasiteye ilişkin sorunlar yaşıyorum.					
Müşteri ilişkileri eksikliğimiz var.					
Yeni pazar bulmada sorunlar yaşıyorum.					
Fiyat dezavantajım var.					
Pazarlama araştırması yapamıyorum.					
Doğru hedef ülke seçemiyorum.					
Ürünü tanıtamıyorum.					
Finansman temininde güçlük yaşıyorum.					
Yurt dışından tahsilat yapmak zor ve işlemleri çok yavaş.					
İhracat sonrası müşteri ödemelerinde çok ciddi risk var.					
Yüksek girdi maliyetleri önemli bir sorun.					
Kur oranları elverişsiz ve çok dalgalı.					
Kapasiteyi tam kullanamıyorum.					
Ne kadar üretebilsem o kadar ihraç edebilirim.					
Farklı ülkelerde farklı standartlarda ürünler isteniyor.					
Verimliliğe ilişkin sorunlar yaşıyorum.					
Ulusal mevzuatlarımızdan kaynaklanan sorunlar var.					
Gümrüklerde karşılaştığım sorunlar var.					
Hükümet politikaları, hukuki yapı ve kotalardan kaynaklanan sorunlar var.					
Doğru bilgi ve enformasyon tedarikinde sorunlar yaşıyorum.					
Aracılarla ilgili ciddi sorunlar yaşıyorum.					
Yüksek işgücü maliyetleri önemli bir sorun.					
Yabancı dil bilgisinin azlığı önemli bir sorun.					
Lojistik sorunları yaşıyorum.					
Ulaştırma maliyetleri yüksek ve sorunlu.					
Depolama maliyetleri çok yüksek.					
Teknoloji yeterli düzeyde kullanamamam önemli bir sorun.					
Ürünlerim bir kısmı yurtdışı standartlarına uygun değil.					
Kaliteli ve standartlara uygun mal sunmada çoğunlukla sorun yaşıyorum.					
Kalite belgemin olmaması önemli bir sorun.					
Hedef pazarlarda karşılaştığım teknik ve tarife dışı engeller var.					
Kötü ülke imajımız var.					
Devlet desteği ve teşvikler yetersiz.					
Taklit mallar önemli bir sorun.					
Genel ülke ekonomisi önemli bir sorun.					
İhracat yapılacak ülkenin ekonomik durumu önemli bir sorun.					
Rakipler ve rekabetin şiddeti önemli bir sorun.					
Diğer (Lütfen belirtiniz).....					

2. İhracat sürecinde karşılaştığımız sorunlar açısından genel bir değerlendirme yaparsanız aşağıdaki genel sorunlardan hangileri ön plana çıkmaktadır? (1'den 5'e kadar önem sırasına koyunuz: 1-En önemlisi)

- ( ) Pazarlama problemleri ( ) Hukuksal problemler ( ) Lojistik ve teknolojik problemler  
( ) Finansal problemler ( ) Yönetim problemleri ( ) Kalite ile ilgili problemler  
( ) Üretim problemleri ( ) İnsan kaynağı problemleri ( ) Diğer (Belirtiniz).....

3. Aşağıdaki ihracat yapma nedenlerine katılım düzeyinizi (X) işaretleyiniz?

İHRACAT YAPMA NEDENLERİ	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Yurtiçinde doymuş pazarlar					
Potansiyel ölçek ekonomileri					
Yüksek potansiyel kârlar					
Fazla üretim kapasitesi					
İhracat teşvikleri					
Yurtiçi pazarlara göre az riskli oluşu					
İstikrarlı ihracat satışları					
Ürünlerimin üstün yönleri					
Yabancı pazarlardan gelen düzensiz siparişler					
Güvenilir yabancı bağlantılarımın olması					
Yurtiçi satışlardaki dalgalanmalara güvence oluşu					
Prestij kazanmam					
Pazara yakınlık					
Yeni pazarlara girme arayışım					
Diğer (Lütfen belirtiniz) .....					

4. Aşağıdaki finansal sorunlarla ihracat sürecinde karşılaşma düzeyinizi işaretleyiniz?

FİNANSAL SORUNLAR	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Öz kaynak yetersizliği					
Kredi faizlerinin yüksekliği					
Alacakların tahsil edilememesi					
Döviz kurlarının yüksekliği					
Döviz kurlarının düşüklüğü					
Vergi miktarlarının fazla oluşu					
Teminat mektubu kredisi sorunu					
Maliyetlerin sürekli artması					
Bürokratik işlemlerin çokluğu ve karmaşıklığı					
Yeterli bilginin olmayışı					
Politik istikrarsızlık					
Diğer (Lütfen belirtiniz) .....					

5. İhracatla ilgili finansman desteği veren bankalardan yararlanıyor musunuz?

- ( ) Evet ( ) Hayır

6. Ürün üzerinde Türk Malı olduğunu belirten işaretle ilgili aşağıdakilerden hangisi durumunuza uymaktadır?

- ( ) İşaret kullanmıyorum. ( ) İşaret kullanıyorum, ürünün tercihinde çok etkili.  
( ) İşaret kullanıyorum, ürünün tercihinde etkisi yok. ( ) İşaret kullanıyorum, ürünün tercihinde az etkili.

7. Ürününüzün yurtdışında tanıtımı için hangi pazarlama araçlarını kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçeneğe işaretleyebilirsiniz)

- ( ) Maliyetlere göre fiyat indirimleri ( ) Varrant sağlama  
( ) Numune gönderme ( ) Televizyon reklamı  
( ) Müşteri ile yüzyüze görüşme ( ) Ulusal ve/veya uluslar arası standlar açma  
( ) Broşür ve katalog gönderme ( ) Diğer (Lütfen belirtiniz) .....

8. Ürettiğiniz elmaların kalitesiyle ilgili ne tür bir çalışma yapmaktasınız?

- ( ) Kendi deneyimlerimle kontrol etmekteyim. ( ) Kalite kontrolünü bir firmaya/kuruluşa yaptırmaktayım.  
( ) Herhangi bir kalite kontrol girişimim yok. ( ) Diğer (Lütfen belirtiniz) .....

9. Ürettiğiniz elmanın ne kadarını ihraç ediyorsunuz?

..... ton

..... TL

10. Hangi ülke gruplarına ihracat yapıyorsunuz ve toplam ihracat içindeki payları (%) nedir? (Örneğin ABD %80, Rusya %20 gibi)

.....  
.....

11. İhracatı hangi kanalla yapıyorsunuz?

- ( ) Doğrudan ihracat yapıyorum. ( ) İlgili ülkedeki şubemiz aracılığıyla ( ) Bağımsız acenteler aracılığıyla  
( ) Düzensiz siparişlere bağlı olarak ( ) Diğer (Lütfen belirtiniz).....

12. İhracatta hangi yolu/yolları kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- ( ) Karayolu ( ) Denizyolu ( ) Hava yolu ( ) Demiryolu

13. Hangi yıldan beri ihracat yapıyorsunuz? (Lütfen belirtiniz).....

14. Son üç yılda ihracat yoğunluğunuzdaki değişimi değerlendiriniz?

- ( ) İhracattaki ilk yılımdayım. ( ) Arttı ( ) Azaldı ( ) Değişmedi

15. Ürettiğiniz elmalardan hangi türlerini ihraç ediyorsunuz (Lütfen isimlerini ve ihracat miktarınızı -ton olarak yazınız)

.....  
.....

16. Ürettiğiniz elmaları ihraç edebilmek için pazar araştırması yaptınız mı?

- ( ) Evet ( ) Hayır

17. Ulaşabilseydiniz yabancı bir firmayla stratejik ortaklık yapmak ister miydiniz?

- ( ) Evet ( ) Hayır ( ) Zaten yapıyorum.

18. Dış pazarlarla ilgili bilgiyi nereden ediniyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- ( ) İnternet ( ) Fuarlar  
( ) Dış ticaretle ilgili yerli kuruluşlar (DTM, İGEME, vb.) ( ) Kendi yaptığım pazar araştırmaları  
( ) Dış ticaretle ilgili yabancı kuruluşlar (CPI, UEA, vb.) ( ) Başkaları tarafından yapılmış dış pazar araştırmaları  
( ) Sektöre yönelik yurt içinde yayınlanan yayınlar ( ) Danışman kişi ve kuruluşlar  
( ) Sektöre yönelik yurt dışında yayınlanan yayınlar ( ) Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi  
( ) Karaman Ticaret ve Sanayi Odası ( ) Karaman Ticaret Borsası  
( ) Karaman Elma Üreticileri Birliği Başkanlığı ( ) Diğer (Belirtiniz) .....

19. İhracat yapabilmeniz ya da mevcut ihracat potansiyelinizin artırılabilmesi için aşağıdaki kurumlardan

hangisi/hangilerinin size destek olması gerektiğini düşünüyorsunuz? (Lütfen 1'den 3'e kadar önem sıralaması yapınız: 1-En önemli)

- ( ) Karaman Ticaret ve Sanayi Odası ( ) Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi  
( ) Karaman Elma Üreticileri Birliği Başkanlığı ( ) Karaman Ticaret Borsası  
( ) KOSGEB ( ) İhracatçılar Birliği  
( ) Diğer (Lütfen belirtiniz) .....

20. Ticaret ve Sanayi Odası'nın elma ihracatına katkıları konusundaki düşünceleriniz?

.....  
.....

21. Ticaret Borsası'nın elma ihracatına katkıları konusundaki düşünceleriniz?

.....  
.....

22. Elma Üreticileri Birliği'nin elma ihracatına katkıları konusundaki düşünceleriniz?

.....  
.....

23. Bölgenizdeki üniversitenin elma ihracatına katkıları konusundaki düşünceleriniz?

.....  
.....

24. Bölgedeki diğer kamu idareleri ve STK'ların (Lütfen isimlerini belirtiniz) elma ihracatına katkıları konusundaki düşünceleriniz?

.....  
.....

### 3. BÖLÜM (İHRACAT SORUNLARI – İHRACAT YAPMAYANLAR)

**DİKKAT:** Bu bölümü sadece ihracat yapmayanlar cevaplandıracaktır. Eğer ihracat yapıyorsanız bu bölümü cevaplandırmayınız ve anketi sonlandırınız.

1. Aşağıdaki ihracat yapmama/yapamama nedenlerine katılım düzeyinizi (X) işaretleyiniz?

İHRACAT YAP(A)MAMA NEDENLERİ	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
İhracat yapmıyorum / yapamıyorum. Çünkü,					
İç pazardan yeterince tatmin oluyorum.					
İstenilen uygun fiyatta ürün sunamıyorum.					
Markalaşmayla ilgili sorunlarım var.					
Uluslar arası tanıtım yapamıyorum.					
İhracat yapılacak uygun ülke bulmak zor ya da bulamıyorum.					
İhracat pazarlama maliyetleri çok yüksek.					
Uluslar arası pazarlarda reklam şart, ancak maliyetleri çok yüksek.					
Ürünlerin ambalajlanmasında ve etiketlenmesinde problem yaşıyorum.					
Finansman temininde güçlük yaşıyorum.					
İhracat finansmanı için çalışma sermayem yetersiz.					
Yurt dışından tahsilat yapmak zor veya işlemleri çok yavaş.					
Kur oranları elverişsiz ve çok dalgalı.					
İhracat yapmak için bankalara ihtiyacım var ama sundukları hizmetler yetersiz.					
İhracat sonrası müşteri ödemelerinde çok ciddi risk var.					
İhracata ilişkin ürün bedelinin tahsilatını zor yaparım ya da yapamam.					
İhracat dökümantasyonu çok maliyetli.					
Talebe cevap verebilecek yeterli miktarda üretim yap(a)mıyorum.					
Sigortalamayla ilgili ciddi sorunlar yaşıyorum.					
Farklı ülkelerde farklı standartlarda ürünler isteniyor.					
Mevzuata ilişkin sorunlar ve bürokratik engeller var.					
Gümrük vergileri yüksek ve vergi dışı çok fazla engel var.					
İhracat pazarlarındaki yasal düzenlemeleri bilmiyorum.					
Aracı bulamıyorum.					
Aracılara ve diğer dış pazar oyuncularına güvenmiyorum.					
Yabancı firmalarla rekabet edemem.					
Yerli firmalarla rekabet zaten çok yoğun.					
Yabancı iş ortamını tam olarak anlamıyorum.					
Dış ticarete kullanabileceğim bir strateji geliştiremedim.					
Daha önce ihracatla ilgili kötü deneyimler yaşadım.					
Motivasyon eksikliği yaşıyorum.					
Yetersiz bilgi vb. nedenlerden dolayı ihracatla ilgili teşviklere ulaşamıyorum.					
Yabancı ülkelerdeki tüketici kültürü çok farklı ve ben anlamıyorum.					
Dış pazarlar hakkında yeterli bilgim yok.					
Girişimcilik ruhuna sahip değilim.					
Yabancı dili yeterince bilmiyorum.					
İhracattan anlayan nitelikli elemanım yok.					
İhracatı geliştirmeye yönelik çaba harcayacak mesaim yok.					
Yeterli düzeyde teknolojiyi (bilgisayar gibi) kullanamıyorum.					
Depolama maliyetleri çok yüksek.					
Ulaştırma maliyetleri yüksek ve sorunlu.					
Kaliteli ve standartlara uygun mal sunamıyorum.					
İstenilen kalite belgesine sahip değilim.					
Ülke ekonomisindeki istikrarsızlık, ihracat şevkimi kırıyor.					
Devlet desteği ve teşvikler yetersiz.					
İhracat yapmayı düşündüğüm ülkeler kota uyguluyor.					
Ülkemizde elma ihracatıyla ilgili planlı bir strateji yok.					
Diğer (Lütfen belirtiniz).....					

**2. İhracat yapmamanızın önündeki engeller açısından genel bir değerlendirme yaparsanız aşağıdaki genel problemlerden hangileri ön plana çıkmaktadır? (1'den 4'e kadar önem sırasına koyunuz (1-En önemlisi)**

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Pazarlama problemleri | <input type="checkbox"/> Hukuksal problemler       | <input type="checkbox"/> Lojistik ve teknolojik problemler |
| <input type="checkbox"/> Finansal problemler   | <input type="checkbox"/> Yönetim problemleri       | <input type="checkbox"/> Kalite ile ilgili problemler      |
| <input type="checkbox"/> Üretim problemleri    | <input type="checkbox"/> İnsan kaynağı problemleri | <input type="checkbox"/> Diğer (Belirtiniz).....           |

**3. İhracat yapmak istiyor musunuz?**

- Evet  Hayır