



Kale Belediyesi

KALE BİBERİ ÜRETİM VE PAZARLAMA KANALLARI MEVCUT DURUM ANALİZİ PROJESİ ARAŞTIRMA RAPORU

03 /12 /2013



“Bu rapor Güney Ege Kalkınma Ajansı’nın desteklediği “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili tek sorumluluk Kale Belediyesi’ne aittir ve Güney Ege Kalkınma Ajansı’nın görüşlerini yansıtmaz.”



“Milli ekonominin temeli tarımdır. Bunun içindir ki tarımda kalkınmaya büyük önem vermekteyiz. Köylere kadar yayılacak programlı ve pratik çalışmalar bu amaca yayılmayı kolaylaştıracaktır.”

K. Atatürk

1 ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ	12
1.1 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	12
1.2 Araştırmanın Yöntemi	12
1.2.1 Veri Toplama Yöntemi.....	12
1.2.2 Analiz Ölçeği.....	13
1.2.3 Verilerin Analiz Yöntemi	13
2 DÜNYADA TARIM.....	14
2.1 Dünyada Farklı Bölgelerde Tarım.....	15
2.2 Tarımda Yaşanan Gelişmeler	17
2.2.1 Kırsal Nüfus	17
2.2.2 Tarım Alanları	19
2.2.3 Tarımda İstihdam ve Katılım Oranları	20
2.2.4 Tarımın Ekonomideki Yeri.....	26
2.2.5 Tarımsal Ticaret	27
2.3 Tarımsal Üretimde Mevcut Durum	31
3 TÜRKİYE’DE TARIM.....	33
3.1 Türkiye’de Tarımın Tarihsel Gelişimi.....	33
3.2 Türkiye’de Tarım Sektörüne Genel Bakış.....	34
3.3 Kırsal Nüfus ve Tarımda İstihdam	37
3.4 Türkiye Tarımsal Ürün Dış Ticareti	40
3.5 Tarım Sektörüne Yapılan Yatırımlar.....	42
3.6 Türkiye’de Tarım Politikaları.....	44
3.7 Tarımsal Üretim Girdileri ve Girdi Destekleri	46
3.8 Tarım İşletmelerinin Amacı ve Yapısı	47
3.9 Türkiye’de Tarım Sektörünün Sorunları	47
4 DENİZLİ’NİN GENEL DURUMU	50
4.1 Denizli İli.....	50
4.2 Denizli’nin Coğrafi Yapısı	51
4.3 Denizli’de Ekonomik Yapı.....	52
4.4 Denizli’de Tarımsal Yapı	53
5 KALE’NİN GENEL DURUMU	55
5.1 Kale İlçesi.....	55
5.2 Kale’de Ekonomik Yapı.....	55

5.3 Kale’de Tarımsal Yapı	57
6 BİBERİN DÜNYA VE TÜRKİYE TARIMINDAKİ YERİ	58
6.1 Biber ve Biber Yetiştiriciliğinin Temel Özellikleri.....	58
6.1.1 Dünya Tarımında Biber.....	59
6.2 Kale Biberi	66
7 ANKET ANALİZ SONUÇLARI.....	67
7.1 Kale Biberi Üretim Geçmişi ve Arazi Büyüklüğü.....	67
7.2 Üreticilerin Mülkiyet Durumu.....	68
7.4 Kale Biberi Tüketim Şekli.....	70
7.5 İyi Tarım Uygulamaları Sertifikası	70
7.6 Organik Biber Üretimi.....	71
7.7 Festival Katılımı	72
7.8 Coğrafi Tescil Belgesi	73
7.9 Depolama Yöntemi Kullanımı	73
7.10 Ürünlerin Müşterileri ve Ürünlerin Müşterilere Ulaştırılması.....	74
7.11 Ürünlerin İhracatı	75
7.12 Üretim ve Pazarlama	76
8 PAYDAŞ GÖRÜŞMELERİ SONUÇLARI.....	79
8.1 Kale Biberi Üretiminde ve Pazarlanmasında Yaşanan Sorunlar	80
8.2 Sorunların Çözümüne Yönelik Görüşler ve Öneriler	80
9 KALE BİBERİ MEVCUT DURUM ANALİZİ: SORUNLAR VE STRATEJİK ÇÖZÜM ÖNERİLERİ.....	84
9.1 Kale Biberi Üretici Anket Sonuçları: Genel Değerlendirme.....	84
9.2 GZFT (Güçlü Yanlar, Zayıf Yanlar, Fırsatlar, Tehditler) Analizi Sonuçları	86
9.3 Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları: Stratejik Çözüm Önerileri	88
9.3.1 Tarımsal Faaliyetlere Yönelik Eğitim	88
9.3.2 Arazi Toplulaştırma Projesinin Geliştirilmesi	91
9.3.3 Finansman Kaynaklarının Oluşturulması	92
9.3.4 Altyapının Geliştirilmesi	93
9.3.5 İşbirliği ve Örgütlenme.....	95
9.3.6 Pazarlama Kanallarının Geliştirilmesi.....	98
9.3.7 Akademik Çalışmaların Yürütülmesi	101

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1. Dünyada Kırsal Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı (%)	17
Tablo 2. OECD Üye Ülkelerinde Kırsal Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı (%).....	18
Tablo 3. OECD Ülkeleri Tarım İstihdam Oranları (%)	21
Tablo 4. Tarımın GSYİH'daki Payı, AB-27 Ülkeleri, 2011	28
Tablo 5. Dünya Tarım Piyasalarında İhracat	30
Tablo 6. Türkiye'de Tarım Alanları (Bin hektar).....	37
Tablo 7. Gıda Maddeleri Dış Ticareti (Milyon dolar).....	42
Tablo 8. Tarım Sektörüne Yönelik Sabit Sermaye Yatırımı	43
Tablo 9. Denizli'ye Ait Bazı Sosyal Veriler	50
Tablo 10. Denizli Ekonomisine Ait İstatistikler (2005-2010).....	53
Tablo 11. İldeki Arazi Dağılımı	53
Tablo 12. Denizli Tarım Alanları Kullanımı.....	54
Tablo 13. İlçe Arazisi Dağılımı	57
Tablo 14. Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye'de Yıllara Göre Sebze Üretim Miktarları (Bin Ton)	61
Tablo 15. Dünya Biber Üretim Sıralaması, 2011 (Ton).....	62
Tablo 16. Yıllara Göre Türkiye'de Biber Üretim Miktarları (Ton)	63
Tablo 17. Türkiye'de Yıllara Göre Biber İhracat ve İthalatı (Ton).....	64
Tablo 18. Kale Biberi Üretim Geçmişi	67
Tablo 19. Kale Biberi Üretimi Yapılan Arazi Büyüklüğü	67
Tablo 20. Arazi Mülkiyet Durumu.....	68
Tablo 21. Kale Biberi Haricinde Biber Üretimi	69
Tablo 22. Biber Tüketim Şekli	70
Tablo 23. İyi Tarım Uygulamaları Sertifikasına Sahip Olma Durumu.....	70
Tablo 24. Organik Biber Üretimi	71
Tablo 25. Festival Katılım.....	72
Tablo 26. Bölgesel Markalaşma Farkındalık Durumu	73
Tablo 27. Depolama Kullanımı	73
Tablo 28. Ürün Müşterileri.....	74
Tablo 29. Ürünlerin Müşteriye Ulaştırılması	75
Tablo 30. İhracat Durumu	75
Tablo 31. Ürünlerin İhraç Edilmeme Nedenleri.....	76
Tablo 32. Üretim ve/veya Pazarlama Eğitimi Sahibi Olma Durumu.....	77
Tablo 33. Mevcut Pazarlama Yöntemleri	77
Tablo 34. Kullanılması Planlanan Pazarlama Yöntemleri	78

GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 1. Dünya’da Kırsal Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı (%)	18
Grafik 2. Dünya ve OECD Üye Ülkeleri Kırsal Nüfus Oranları (%).....	19
Grafik 3. Dünyada Yıllar İtibarıyla Tarımsal Alan Oranları (%).....	20
Grafik 4. Tarımda İstihdam (%).....	20
Grafik 5. OECD Ülkeleri Tarımda İstihdam Oranları (%).....	21
Grafik 6. Tarımdaki İstihdamın Toplam İstihdama Oranı, 2011	22
Grafik 7. Tarımdaki Kadın İstihdamının Toplam Kadın İstihdamına Oranı, 2011 (%).....	24
Grafik 8. Tarımdaki İstihdamın Toplam İstihdama Oranı, Kadın ve Erkek, 2011 (%)	25
Grafik 9. Yıllara Göre Tarımın GYSİH’ya Katkısı, Dünya ve OECD Ülkeleri (%)	26
Grafik 10. Yıllar İtibarıyla Dünyada Tarımsal Hasıla (Trilyon Dolar ve % Değişim)	29
Grafik 11. Dünya Tarım Piyasalarında İhracat	30
Grafik 12. Dünya Tarım Piyasalarındaki Başlıca Ülkelerin Üretim Payları (%).....	32
Grafik 13. Yıllar İtibarıyla Sektörlerin GSYİH Payları	35
Grafik 14. Sektörel Büyüme Hızları	36
Grafik 15. Yıllara Göre Türkiye’de Kırsal Nüfus Oranları.....	38
Grafik 16. Türkiye’de Kırsal Nüfus	38
Grafik 17. Türkiye’de Yıllara Göre Tarımdaki İstihdamın Toplam İstihdama Oranı.....	39
Grafik 18. Yıllara Göre Tarımın Kadın ve Erkek İstihdamındaki Payı, Türkiye.....	40
Grafik 19. Türkiye’de Yıllara Göre Tarımsal Hasıla.....	41
Grafik 20. Türkiye’de Yıllara Göre Tarım Ürünleri Dış Ticareti (Milyar Dolar).....	42
Grafik 21. Yıllara Göre Türkiye’de Biber Üretimi (Ton)	64
Grafik 22. Türkiye’de Yıllara Göre Biber İhracatı (Ton)	65
Grafik 23. Türkiye’de Yıllara Göre Biber İthalatı (Ton)	65
Grafik 24. Arazi Mülkiyet Durumu.....	68
Grafik 25. Kale Biberi Haricinde Üretilen Biberlerin Dağılımı	69
Grafik 26. 2013 Yılında Üretilen Biber Miktarı	69
Grafik 27. Biber Tüketim Şekli Dağılımı.....	70
Grafik 28. İyi Tarım Uygulamaları Sertifikası Dağılımı.....	71
Grafik 29. Organik Biber Üretimi Dağılımı	71
Grafik 30. Festivale Katılım Dağılımı.....	72
Grafik 31. Bölgesel Markalaşma Farkındalık Dağılımı	73
Grafik 32. Depolama Yöntemi Kullanım Dağılımı.....	74
Grafik 33. Ürün Müşterileri Dağılımı	74
Grafik 34. Ürünlerin Müşterilere Ulaşım Dağılımı	75
Grafik 35. Ürünlerin İhraç Edilmeme Nedenleri	76
Grafik 36. Üretim ve/veya Pazarlama Eğitimi	77
Grafik 37. Mevcut Pazarlama Yöntemleri Dağılımı	77
Grafik 38. Kullanılması Planlanan Pazarlama Yöntemleri Dağılımı	78

EKİP ÖZGEÇMİŞLERİ

ADNAN HACİBEBEKOĞLU



1981 yılında Kahramanmaraş'ta doğan Adnan HACİBEBEKOĞLU, Erciyes Üniversitesi İşletme Bölümü mezunudur. 2000-2004 yılları arasında mobilya ve finans sektörlerinde çeşitli görevlerde bulunmuştur. 2004 yılından bu yana ise Türkiye'deki hibe programları, yerel kalkınma ve yatırım alanlarında danışmanlık yapmaktadır. Halen

Türkiye'nin birçok bölgesinde yerel yönetimlere, oda ve borsalara, sivil toplum kuruluşlarına ve KOBİ'lere bu alanlarda eğitim ve danışmanlık hizmeti veren Progem Danışmanlık'ın Genel Müdürlüğü'nü yapmaktadır. Aynı zamanda birçok sivil toplum kuruluşuna üyeliği bulunan HACİBEBEKOĞLU, 2009 yılından bu yana Ekonomik ve Sosyal Gelişim Derneği'nin Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini yürütmektedir. Yerel, ulusal ve uluslararası yayın organlarında çok sayıda makaleleri ve raporları yayınlanan HACİBEBEKOĞLU iyi derecede İngilizce bilmektedir.

MELİHA HACİBEBEKOĞLU



1981 yılında Kayseri'de doğmuştur. 2004 yılında Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun olmuştur. Lisans eğitiminden itibaren Avrupa Birliği hibe programları kapsamındaki projelerde uzman olarak çeşitli görevler almıştır. Özellikle bölgesel kalkınma konusunda saha araştırmaları ve çalışmaları yürütmüştür. Kadın Girişimciler ve Yöneticiler Derneği ile Ekonomik ve Sosyal Gelişim Derneği'nin kurucu üyeleri arasında yer almakta olup,

halen Ekonomik ve Sosyal Gelişim Derneği'nin yönetim kurulunda görev almaktadır. 2007 yılından bu yana Progem Danışmanlık'ta proje uzmanı olarak görev yapmakta olup, Türkiye genelindeki birçok kurum, kuruluş ve firmaya hibe danışmanlığı hizmeti vermekte ve çeşitli araştırma çalışmalarında uzman olarak görev almaktadır. İyi derecede İngilizce ve temel düzeyde Almanca bilmektedir.

GÜLSAH OĞUZ YİĞİTBAŞI



1981 yılında Konya'da doğmuştur. Lisans eğitimini 2003 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nden mezun olarak tamamlamıştır. 2003-2006 yılları arasında Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü Ekonomik ve Sosyal Demografi Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimi almıştır. Lisans ve yüksek lisans eğitimi sürecinde Türkiye genelinde yürütülen çeşitli projelerde Anketör, Veri Giriş Sorumlusu, Veri Giriş Denetmeni, Proje Asistanı, Saha Ekibi

Sorumlusu, Koordinatörlük, Raporlama Sorumlusu vb. görevlerde rol almıştır. 2006 yılından bu yana hibe danışmanlığı ve araştırma çalışmaları sektöründe görev yapmaktadır. 2008 yılından bu yana ise Progem Danışmanlık'ta Proje ve Araştırma Birimi Koordinatörü olarak

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

çalışmaktadır. 2009 yılından kurulan Ekonomik ve Sosyal Gelişim Derneği'nin kurucu üyeleri arasında bulunmakta olup aynı zamanda dernek Genel Sekreterliği görevini yürütmektedir. İyi derecede İngilizce bilmektedir.

SAYGIN EREN



1981 yılında Çanakkale'de doğmuştur. 2007 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi İktisat Bölümü'nden mezun olmuştur. Temel düzey SPK lisansına sahiptir. İnovasyon, IPARD, KOSGEB girişimcilik, TÜBİTAK ARGE projeleri alanında ve araştırma çalışmaları kapsamında aktif olarak sahada çalışmış olan Eren aynı zamanda finans, pazarlama ve organizasyon alanlarında da yetkinliklere sahiptir. Orta derecede İngilizce bilmektedir.

MERVE ÜLVER



1988 yılında Kırklareli'nde doğan Merve Ülver, 2011 yılında Gazi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nden mezun olmuştur. 2009-2010 yılları arasında BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. bünyesindeki Çamaşır Makinesi ve Buzdolabı Fabrikaları'nda üretim stajı yapmış ve stajları esnasında TPM (Toplam Üretken Bakım) Eğitimi, 6 Sigma Eğitimi, Kalite Eğitimi ve İPK (İstatistiksel Proses Kontrol) Eğitimi almıştır. 2011 yılında TUSAŞ-Türk Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş.'de Çizelgeleme üzerine bitirme tezi hazırlamıştır. 2012 yılından itibaren Türkiye genelindeki özel sektör, sivil toplum kuruluşu ve kamu kurumlarının ihtiyaçlarına yönelik olarak proje döngüsü yönetimi ve girişimcilik alanlarında eğitim ve danışmanlık hizmetleri sağlayan Progem Danışmanlık'ta proje uzmanı olarak çalışmaktadır.

A.ONUR KUTLU



1988 yılında Ankara'da doğmuştur. 2011 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nü birincilikle bitirmiştir. Lisans eğitimi süresince İngiltere ve Almanya'da uluslararası yaz okulu programlarına katılmıştır. 2011'de Avrupa Birliği tarafından finanse edilen Jean MonnetBursu'nu almaya hak kazanmıştır. Bu burs ile İngiltere King'sCollegeLondon'daUluslararası Politik İktisat üzerine yüksek lisans eğitimi almıştır. Yüksek lisans eğitimi sonrasında Bilkent Üniversitesi Siyaset Bilimi Bölümü Doktora Programına tam burslu olarak kabul alan Onur KUTLU, 2013 yılı ekim ayından itibaren Progem Danışmanlık'ta proje uzmanı olarak çalışmaktadır. İleri düzeyde İngilizce; temel düzeyde Almanca ve İtalyanca bilmektedir.

GÜL NİHAL SİNGİL

1987 yılında Sivas'ta doğmuştur. 2013 yılında Kırıkkale Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'nden mezun olmuştur. Lisans eğitimi esnasında AB Gençlik Programları çerçevesinde gerçekleştirdiği projede, proje yürütücüsü olarak görev almıştır. Gül Nihal SİNGİL, 2013 yılı Kasım ayından itibaren Progem Danışmanlık'ta proje uzmanı olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Orta düzeyde İngilizce bilmektedir.

ÖNSÖZ



Yalnızca kendi mikro klima bölgesinde verimlilik gösteren “Kale Biberi” bölge için önemlilik arz eden ve bölgenin tarımda rekabet gücünü artırıcı ürünler arasında yer almaktadır. Mevcut durumda ilçede “Kale Biberi” ile ilgili bilgilerin ve verilerin yer aldığı, ürün potansiyelini ortaya koyan herhangi bir çalışmanın olmadığını tespit ettik. Ayrıca Kale Biberinin, Türkiye’deki tescilli 3 biberden biri olmasına rağmen Güney Ege Bölgesi dışındaki yakın illerde dahi tanınmadığını ve gereken değeri alamadığını gördük. Bu kapsamda “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi” projesini hazırlayarak Güney Ege Kalkınma Ajansı’na başvuru yaptık.

Projemiz başarılı bulunarak destek almaya hak kazandı.

Kale Belediyesi tarafından sunulan bu çalışma Güney Ege Kalkınma Ajansı 2013 yılı Doğrudan Faaliyet Desteği kapsamında desteklenen “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” Denizli’nin Kale ilçesi ve çevresinde yetiştirilen Kale Biberinin tanıtım ve markalaşma çalışmalarının hızlandırılarak üründen elde edilen katma değer artırılmasını amaçlıyor.

Projeyle “Kale Biberi”nin üretim alan ve miktarının tespit edilmesi, işgücü imkânlarının belirlenmesi, ürüne yönelik yatırım alanlarının analiz edilmesi, ürünün dış ticaret potansiyelini ön plana çıkaracak çalışmaların yürütülmesi, örgütlenmenin incelenmesi ve tanıtım araçlarının belirlenme çalışmaları, proje kapsamında ürünün pazarlama kanalları şemasının oluşturulması ve pazarlama kanallarında yer alan birimlerin incelenmesi yapıldı. Proje kapsamında “Kale Biberi”ne yönelik önümüzdeki yıllarda gerçekleştirilecek tanıtım ve markalaşma çalışmalarına yol gösterecek bilgi ve veriler elde edilerek sonuç olarak ürüne yönelik yatırımların artması sağlanacak.

Proje kapsamında 100 üretici ile yapılan anketler ve 25 kurum ile yapılan bire bir kurum ziyaretleri sonucunda; yapılan anket ve görüşmelerin ardından Kale Biberi’nin üretim ve pazarlama kanallarındaki güçlü-zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini ortaya koymak amacıyla yerel aktörler ile birlikte GZFT (Güçlü-Zayıf, Fırsat-Tehdit) çalıştayı yapılmıştır. Paydaşlar ile düzenlenen toplantıda ilgili kurumlarda strateji belirlemede kullanılabilecek veriler elde edilmiştir.

Bu proje sayesinde TR32 Bölgesi tarımsal üretiminin rekabet edebilirliğinin gelişmesi için bölgedeki kurum ve kuruluşlarda farkındalık yaratılmıştır. Aynı zamanda coğrafi tescil belgesine sahip olan Kale Biberi’nin üretim ve pazarlama kollarının mevcut analizi proje sayesinde gerçekleştirilmiş ve bu kolların geliştirilmesi için çözüm önerileri oluşturulmuştur. Bunlara ek olarak Kale Biberi için yapılan GZFT analizi bölgeye katma değeri olan ürünün projeksiyonlarına katkı sağlamıştır.

Bu çalışmada Emeęi geçen Progem Eğitim Danışmanlık Şirketi alışanlarına, Güney Ege Kalkınma Ajansı Yönetim Kurulu'na, GEKA Genel Sekreteri Süleyman ALATA ve İzleme ve Değerlendirme Uzmanı Ömer Faruk KİRAZ'a ve Kale Belediyesi Proje Ofisi personelleri Gürkan ÇAKANEL ve Mehmet AKDAĞ'a teşekkür ediyorum.

İsmail YARIMCA

Kale Belediye Başkanı

YÖNETİCİ ÖZETİ

İçinde bulunduğumuz küreselleşme çağının ekonomik kalkınma açısından getirdiği avantajlardan biri, bölgesel ürünlerin küresel pazarlarda yer alabilmesidir. Eski dönemlerde belli bir coğrafya ile sınırlı kalan ticaret, günümüzde modernizasyonunu gerçekleştirerek sınır aşan bir faaliyet haline gelmiştir. Alış verişe konu olan ürünlerin miktar ve alternatiflerinin çok olması nedeniyle fiyatları kadar özellikleri de göz önünde bulundurulmaktadır. Bu kapsamda birçok ülke, pazar payının artması için bölgeye özgü doğal ürünlerin tanıtımına ve markalaşmasına önem vermektedir.

Yaşanan bu gelişmelerle birlikte Türkiye’de de markalaşma çabalarına verilen önem her geçen gün artmaktadır. Bu çerçevede bölgeyle özdeşleşen ve bölge halkı için gelir kaynağı olan yerel ürünlerin üretim ve pazarlama süreçleri önem arz etmektedir. Söz konusu ürünlerin markalaşması sonucu pazar payının artması bölgenin rekabet kapasitesinin artması yanında sosyoekonomik kalkınmasına da önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

Bölgeye özgü ürünlerin pazarlanması açısından Denizli ili ele alındığında, markalaşma yolunda son yıllarda çeşitli gelişmeler olduğu görülmektedir. Bununla birlikte markalaşma potansiyeline sahip yerel ürünlerin halen yeteri kadar değerlendirilememesi, ekonomik kalkınmanın istenilen düzeyde gerçekleşmesini engellemektedir.

Bu çalışma, Denizli’nin Kale ilçesinde yetiştirilen Kale Biberinin markalaşmasına katkı sağlamak amacıyla yapılmış olup, üretim ve pazarlama kanallarına yönelik istatistiki çalışmaları ve çözüm önerilerini içermektedir.

Kale Belediyesi koordinasyonunda yürütülen “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi” çalışmasının bölge için başarılı bir örnek teşkil edeceğine ve gerçekleştirilecek önerilerle birlikte bölgesel kalkınmaya ivme kazandıracak bir etki sağlayacağına inanıyoruz.

Adnan HACİBEBEKOĞLU

Progem Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti.
Genel Müdür

1 ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

1.1 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Ülkeler arasındaki sınırların kalkması ve teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, ticari faaliyetler değişim göstermekte, alışkanlıklar her geçen gün farklılaşmaktadır. Eskiden beri süre gelen yüz yüze ticaret, günümüzde yerini daha çok sanal ortamdaki ticarete bırakmaktadır. Böylelikle ekonomik rekabet sadece ülkeler düzeyinde kalmamakta, bölgeler de ekonomik aktörler olarak boy göstermektedir. Uygulanan güncel yöntemler bölgeye özgü ürünlerin bilinirliğini artırmakta, pazar oluşumunu kolaylaştırmakta ve bölgesel kalkınmaya hız kazandırmaktadır.

Günümüzde üretilen ürünlerden elde edilen gelirin artması ve kalkınmaya katkı sağlaması için söz konusu ürünün hem markalaşması hem de iyi pazarlanması gerekmektedir. Türkiye'nin bölgesel kalkınma öncelikleri arasında, bölgeye özgü ürünlerin markalaşması ve pazarlama kanallarının oluşmasıyla bölgeyi yatırımlar için cazip hale getirmek yer almaktadır. Buna paralel olarak üretim ve pazarlama süreçlerinde de mevcut durum analizi çalışmaları her geçen gün önemini artırmaktadır.

Bu çalışma kapsamındaki mevcut durum analizinin Denizli'nin Kale ilçesi için gerçekleştirilmesi, %77,89'u tarım sektöründe çalışan ilçe halkının sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağlayacaktır. Buradan yola çıkarak Kale Belediyesi, ilçeye özgü bir ürün olan Kale biberinin markalaşmasına yönelik üretim ve pazarlama süreçlerinin mevcut durumunu belirlemek adına bir çalışma kararı almış ve hayata geçirmiştir.

Güney Ege Kalkınma Ajansı'nın 2013 Yılı Doğrudan Faaliyet Desteği Programı çerçevesinde finanse edilen bu çalışmanın temel amacı, Kale biberinin tarımsal yatırım ve tanıtım faaliyetlerinin hızlandırılması için mevcut üretim miktarı ve alanlarının tespit edilmesidir. Çalışma kapsamında bölge halkı ve Kale biberi üreticileri ile gerçekleştirilen görüşme ve anketlerle, Kale biberinin yeteri kadar tanınmamasının nedenleri ortaya konulmuş, GZFT analiziyle de bu sorunların çözümüne yönelik stratejiler geliştirilmiştir.

1.2 Araştırmanın Yöntemi

1.2.1 Veri Toplama Yöntemi

Proje kapsamında literatür araştırması, anket çalışması ve GZFT analizi yöntemi ile veri toplanmıştır. Veri toplama yöntemleri ile ilgili detaylı açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

- Literatür Araştırması: Ürünlerin markalaşma ve pazarlama çalışmalarının dünyada, Türkiye'de ve Denizli ilinde nasıl değerlendirildiğini tespit etmek üzere internet ortamında geniş çaplı bir kaynak taraması yapılmıştır. Konuya ait teorik çalışmalardan, istatistiklerden, bölgesel ve ulusal kalkınma planları dokümanlarından,

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

piyasa analizlerinden, eylem planlarından, çalıştaylardan, doktora tezlerinden, uygulamalı proje ve araştırmalardan yararlanılmıştır. Başlıca başvuru kayıtları Kalkınma Bakanlığı, TÜİK, Kalkınma Ajansları gibi kurum ve kuruluşlar tarafından gerçekleştirilmiş ilgili tüm yayın, rapor ve verilerdir.

- Anket Çalışması: Denizli’de Kale biberinin üretimi ve pazarlanmasıyla ilgili, 100 üretici ile sahada anket çalışması gerçekleştirilmiş ve 25 paydaşla da birebir görüşmeler yapılarak konu hakkındaki bilgi ve görüşleri alınmıştır. Sahada anket çalışmasında yer alacak anketörlerin seçimi aday anketör başvurularının araştırma ekibi tarafından objektif kriterler doğrultusunda değerlendirilmesi ile gerçekleştirilmiştir. Kaliteli veriler elde etmek amacıyla seçilen 5 deneyimli anketöre 1 günlük anket formu uygulama eğitimi verilmiştir.
- GZFT Analizi: Mevcut durumun güçlü ve zayıf yönlerini tespit ederek fırsatları değerlendirmek ve tehditlere karşı önlem almak amacıyla toplanan veriler dahilinde (Üreticilerle yapılan anket sonuçları ve paydaşlarla gerçekleştirilen görüşmeler) Kale biberinin üretim ve pazarlama kanalları için GZFT analizi yapılmıştır.

1.2.2 Analiz Ölçeği

Denizli’de Kale biberi üretimini gerçekleştiren tüm üreticiler ve paydaşlar ana kütle olarak kabul edilmiştir. Uygun istatistiksel yöntemlerle anketler için örnek çapı 100, görüşmeler için örnek çapı 25 olarak tespit edilmiştir. Rastgele seçilen Kale biberi üreticilerine farklı sorular içeren bir anket soru formu uygulanmıştır. Benzer sorular görüşmeler esnasında paydaşlara da yöneltilmiştir. Kale biberi üreticilerine yönelik hazırlanan anket formu kaç yıldır üretim yapıldığı, tarım sertifikalarının varlığı ve bilinirliğini, ürünlerin müşterilerini, ihrac potansiyelini, pazarlama aşamasında ne tür yöntemler kullandıkları ve kullanmayı planladıklarını belirlemek ve tespit etmek amacıyla sorulan sorulardan oluşmaktadır.

1.2.3 Verilerin Analiz Yöntemi

Anket formlarının analizi kısmında SPSS programı kullanılmıştır. Anketler ile elde edilen verilerin elektronik ortama geçirilmesi ve yapılacak analizlere uygun hale dönüştürülmesi için kod planı hazırlanmış ve anket sonuçları SPSS programına girilmiştir. Anket çalışmasının analizi aşamasında verilerin sınıflaması, sıralaması gibi ölçek türleri kullanılmıştır. Analizlerde çapraz tabloların yanında ortalamalardan da yararlanılmıştır.



Kaynak: FAO

2 DÜNYADA TARIM

Dünyada 3 milyar insan kırsal alanda yaşamaktadır. Bu rakam dünya nüfusunun yaklaşık olarak yarısıdır. Kırsal alanda yaşayan bu insanların 2,5 milyarı ise geçimlerini tarımdan sağlamaktadır. Çoğu ekonomilerde özellikle gelişmekte olan ülkelerde tarım ekonomik kalkınmanın lokomotifi konumundadır. Dünyanın tarımsal katma değerinin 4'te 3'ü gelişmekte olan ülkelere sağlanmaktadır. Bu ülkelerin birçoğunda, tarımın GSYİH'ye katkısı %30'ları bulmaktadır. Tarım, aynı zamanda, küresel ekonomik ve finansal kriz dönemlerinde önemli bir sığınak olmaktadır. Bu anlamda diğer sektörlerle karşılaştırıldığında krizin etkisinin azaltılmasında daha etkili olabilmektedir.¹

Bununla birlikte ülkelerin ekonomik anlamda gelişmeleri ve büyümeleri genelde tarımın ekonomideki ve istihdamdaki payının küçülmesi neticesinde gerçekleşmiştir. Dünyada sektörel değişimler incelendiğinde, 18'nci yüzyıldan itibaren tarım sektörünün ekonomide ağırlığını kaybettiğini görülmektedir. Tarımın yerini bu dönemde makineleşme ile birlikte sanayi sektörü almıştır. 20'nci yüzyıldan itibaren ise her iki sektörde gerileme, hizmetler sektöründe ise gelişme göze çarpmaktadır. Ancak dikkat edilmesi gereken husus şudur ki sektörel bazda bu yeniden yapılanma bütün ülkelerde aynı anda ve aynı şekilde gerçekleşmemiştir. Bahsedilen bu dönüşüm genel itibariyle şu anki gelişmiş ülkelerin izlediği yol olmuştur. Örneğin son dönemde elde ettikleri yıllık büyüme oranları ile öne çıkan

¹ FAO Statistical Yearbook 2013 [Dünya Gıda ve Tarım Örgütü 2013 Yılı İstatistikler Basımı], World Food and Agriculture [Dünya Gıda ve Tarım], Rome.

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

gelişmekte olan ülkelerde hala endüstri ekonominin temelini oluşturmaktadır. Ancak ekonomik anlamda geri kalmış bölgelerde tarım mevcut durumda birincil sektördür.

Gelişmiş ülkelerde tarımın istihdamdaki ve GSYİH'deki payı azalmış olsa da elde edilen ilerlemedeki rolü göz önünde bulundurulmalıdır. Tarımın önemini anlamak açısından tarihsel süreçler daha yakından incelendiğinde görülmektedir ki tarımdaki büyüme geniş çapta ekonomik kalkınmayı beraberinde getirmektedir. Örneğin endüstri devriminin ortaya çıktığı Birleşik Krallık'tan diğer gelişmiş ülkelere kadar tarımdaki büyümenin, endüstri ve hizmetler sektöründeki gelişmenin habercisi olduğu görülmüştür.²

Gelişmekte olan ülkelerde tarım gibi birincil aktiviteler hala ekonominin belkemiğini oluşturmaktadır. Bununla birlikte sektör önemli problemlerle karşılaşmaktadır. Örneğin büyük çapta ve uzun dönemli yatırım eksikliği çoğu ülkede var olan bir sorundur. Kırsal alanda altyapı eksik veya zayıftır. Tarımsal üretkenlik durgundur. İşbölümünde genel olarak cinsiyet temelli bölünme yaşanmaktadır. Kadınlar kırsal alandaki ekonomiye önemli katkılarda bulunsalar bile üretim kaynaklarına erkekler kadar erişimleri yoktur. Ailelerin hayatta kalabilmeleri için çocuklarını çalıştırmaları ise kaçınılmaz olmaktadır.³

2.1 Dünyada Farklı Bölgelerde Tarım

Dünya Bankası Tarım ve Kırsal Kalkınma Grubu tarımda yaşanan değişimleri ve problemleri bölgesel farklılıkları gözetererek incelemek ve sorunlara daha etkin çözüm üretebilmek adına 6 bölge belirlemiştir. Bu bölgeler; Sahraaltı Afrika, Doğu Asya, Avrupa ve Orta Asya, Latin Amerika ve Karayipler, Orta Doğu ve Kuzey Afrika ve Güney Asya'dır. Her bölgenin karakteristiği ve tecrübe ettiği sorunlar aşağıda detaylandırılmıştır.

Sahraaltı Afrika'da, kırsal kesim %70 gibi bir oranla çoğunluğu oluşturmaktadır. Yoksulluğun yaygın olduğu bölgede HIV/AIDS gibi salgın hastalıklar, siyasi çatışmalar ve küresel ısınmadan kaynaklanan güçlüklerle mücadele edilmektedir. Ancak yerli halk doğal kaynakların uzun dönemde yararlı bir şekilde kullanımı konusunda bilinçlidir. Altyapıdaki yeni yatırımlar, önceden uzak olan bölgeleri birbirine bağlamıştır. Bölgedeki birincil hedef ise kırsal yoksulluğu azaltmaktır.

Doğu Asya'da kırsal alanda son dönemde önemli teknolojik ve ekonomik dönüşüm yaşanmıştır. Bu değişim gıda güvenliğini iyileştirmiş, yoksulluğu azaltmış ve gelirleri yükseltmiştir. Ancak bazı önemli problemler devam etmektedir. Son dönemde artan, kırsal alandan kente göçe rağmen, Doğu Asya'nın kırsal nüfusu yükselmeye devam etmektedir. Nüfusun büyük bir çoğunluğu geçimini tarımdan, ormancılıktan ve balıkçılıktan sağlamaktadır. Doğu Asya'da istihdam ve gelirlerin büyük bir kesimi kırsal alandan sağlansa da yüksek işsizlik oranları ve yoksulluk gibi problemler varlığını sürdürmektedir. Bu

²A.e.

³A.e.

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

sorunların çözümüne dair, Dünya Bankası'nın Doğu Asya ve Pasifik Bölgesi dört stratejik hedef belirlemiştir. Bu hedefler; kırsal alanda yoksulluğun azaltılması, tarımsal kalkınmanın sağlanması, gıda güvenliğinin geliştirilmesi ve doğal kaynak yönetiminin desteklenmesidir.

Avrupa'da ve Orta Asya'da ise fakir nüfusun yaklaşık yarısı kırsal alanda yaşamaktadır. Bu oran diğer bölgelerle karşılaştırıldığında düşüktür. Nitekim Avrupa ve Orta Asya bu oran ile Dünya Bankası bölgelerinin en düşük yoksulluk düzeyine sahiptir. Bununla birlikte; son on yılda yoksulluk ve eşitsizlik bölgede diğer bölgelerle karşılaştırıldığında daha hızlı artmıştır. Latin Amerika ve Karayipler ise oldukça kentleşmiş bir bölgedir. 569 milyon olan nüfusun %46'sı kırsal alanda yaşamaktadır. 2020 yılı projeksiyonları bu kentleşme trendinin devam edeceğini ve kır nüfusunun düşeceğini göstermektedir. Ancak eşitlik problemleri devam etmektedir ve özellikle toprak dağılımı noktasında ortaya çıkmaktadır.

Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da yoksulluk oranları gelişmekte olan diğer ülkelerle karşılaştırıldığında daha düşük olsa da bölgenin %29'luk nüfusu günde 2 dolardan az bir gelirden yaşamaktadır. Tarımsal kalkınma son dönemde kimi zaman negatif kimi zaman ise düşük olmuştur. Yemen ve Fas'ta kırsal alanda okul çağındaki çocukların sadece yarısı okula gidebilmektedir. Bu oran kentte ise %80-90'dır. Bir diğer problem ise içme suyuna erişimdir; kırsal alanda temiz içme suyuna ulaşım oldukça düşüktür.⁴

Güney Asya bölgesi ise, güçlü ekonomik performansına rağmen dünyanın en geri almış bölgelerinden biridir. Yaklaşık 500 milyon insan ciddi mahremiyet, yiyeceklere yeterli erişim, sağlık, barınma, güvenli su, sanitasyon ve istihdam sorunları yaşamaktadır. Güney Asya'daki yoksulluk ise genel olarak kırdan yaşanan bir sorundur.

Türkiye'nin içerisinde bulunduğu Avrupa ve Orta Asya bölgesi daha detaylı olarak incelendiğinde tarımın öneminin, kırdaki yoksulluğun azaltılması, istihdam, ekonomik kalkınma ve gıda güvenliği konularında ortaya çıktığı görülmektedir. Bölgenin kentleşmiş olduğuna dair algıya rağmen, nüfusun yaklaşık 3'te 1'i ile yarısı hala kırsal alanda yaşamaktadır. Tarımsal üretimin işlenmesi ve ilgili hizmetler Avrupa ve Orta Asya ülkelerinde, özellikle Orta Asya ülkelerinde önemli bir gelir kaynağıdır. Örneğin Orta Asya'daki ülkelere tarımsal üretimin GSYİH'deki oranı %30 olarak tespit edilmektedir. Fakat bilindiği üzere, tarım iklimsel değişimlere karşı oldukça duyarlıdır. Küresel ısınmanın bu anlamda kırdaki fakir halk üzerindeki etkisi büyük olacaktır.⁵

⁴<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTARD/0,,contentMDK:20445375~menuPK:1308541~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:336682,00.html>

⁵<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/ECAEXT/0,,contentMDK:22626153~pagePK:146736~piPK:146830~theSitePK:258599,00.html>

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

2.2 Tarımda Yaşanan Gelişmeler

2.2.1 Kırsal Nüfus

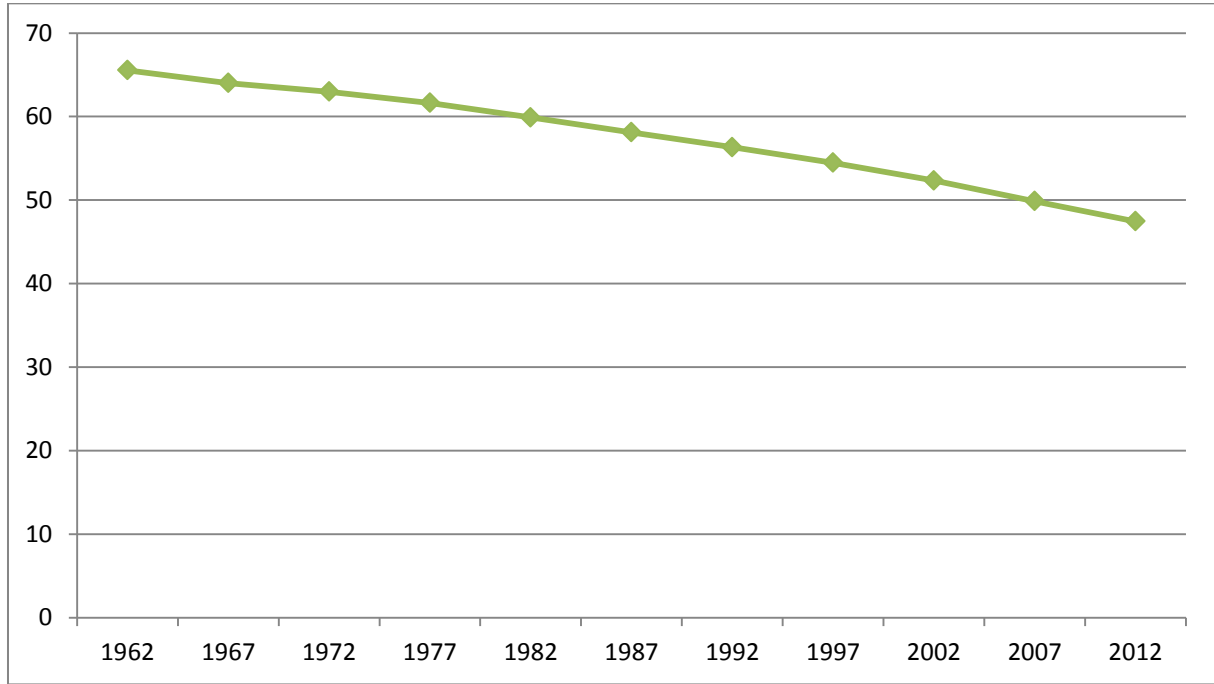
Tablo 1 ve Grafik 1’de 1962 ve 2012 yılları arasında tüm dünyada kırsal nüfusun toplam nüfusa oranı verilmiştir. 5 yıllık dönemleri kapsayan veriler, 1962 yılından itibaren yaşanan sürekli düşüşü göstermektedir. Görüldüğü gibi 2007 yılına kadar dünyada genel olarak kırsal nüfus kentsel nüfustan daha fazladır. 2007 yılından itibaren ise kentsel nüfusun oranı kırsal nüfusu geçmiştir.

1962 yılında %65,53 olan kırsal nüfus oranı on yıllık dönemde %62,97’ye gerilemiştir. 1982’de bu oran %59,89, 1992’de %56,32; 2002’de %52,33 olmuştur. 2012 yılına ait en son göstergeler ise bütün dünyada kırsal nüfusun toplam nüfusa oranının %47,44 olduğunu göstermektedir.

Tablo 1. Dünyada Kırsal Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı (%)

Yıllar	Kırsal Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı
1962	65,53
1967	64,01
1972	62,97
1977	61,62
1982	59,89
1987	58,10
1992	56,32
1997	54,46
2002	52,33
2007	49,87
2012	47,44

Kaynak: Dünya Bankası 2013, Tarım ve Kırsal Kalkınma Veritabanı

Grafik 1. Dünya’da Kırsal Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı (%)

Kaynak: Dünya Bankası 2013, Tarım ve Kırsal Kalkınma Veritabanı

Dünyada yukarıda değinilen tarım ve diğer alanlarda görülen bölgesel farklılıklar göz önüne alındığında kırsal nüfustaki değişimin alt gruplar ile değerlendirilmesinin daha yararlı olacağı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’nin de üyesi olduğu Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) üyelerinin kırsal nüfusta yaşadığı değişim Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. OECD Üye Ülkelerinde Kırsal Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı (%)

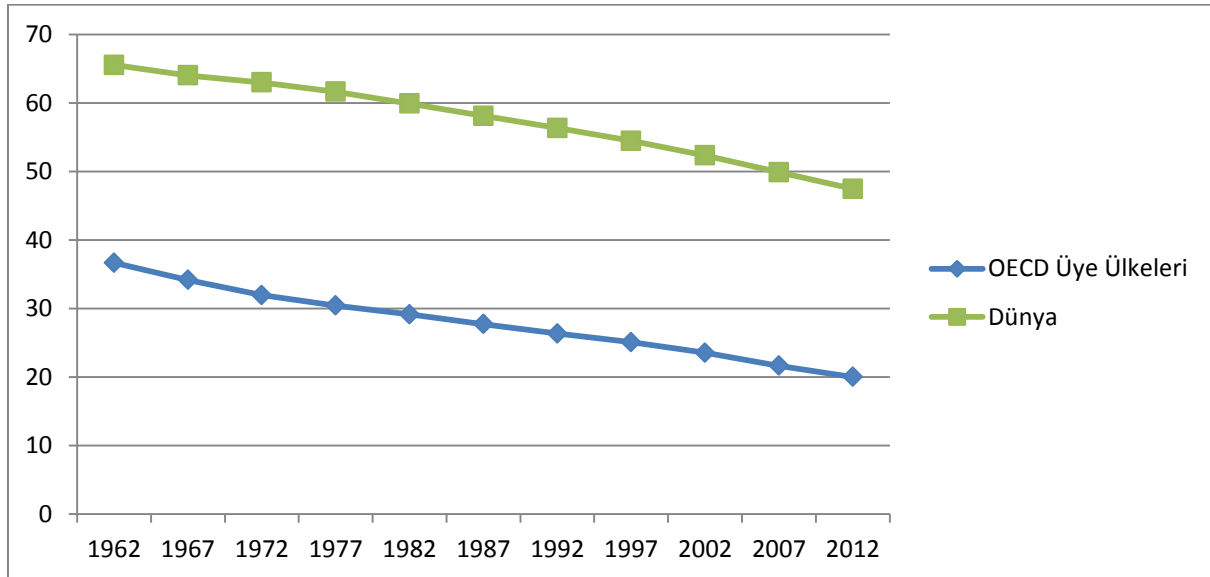
Yıllar	Kırsal Nüfusun Toplam Nüfusa Oranı
1962	36,66
1967	34,15
1972	31,95
1977	30,42
1982	29,13
1987	27,73
1992	26,33
1997	25,06
2002	23,52
2007	21,63
2012	20,01

Kaynak: Dünya Bankası 2013, Tarım ve Kırsal Kalkınma Veritabanı

1962 yılında %36,66 olan kırsal nüfus oranı 1972’de %31,95’e; 1982’de %29,13’e; 1992’de %26,33’e; 2002’de %23,52’ye; 2012’de ise %20,01’e gerilemiştir. 1962’den günümüze 50 yıllık dönemi kapsayan süreçte kırsal nüfus oranı yaklaşık %16 düşmüştür. Burada dikkat edilmesi gereken husus OECD ülkelerinin kırsal nüfus oranları bakımından dünya ortalamasına göre yaşadığı sapmadır. Bunun en büyük sebebi ise üye devletlerin ekonomik gelişmişlik düzeyi ve sektörel farklılıklarıdır.

OECD ülkelerinin dünya ortalaması ile karşılaştırılması ise Grafik 2’de gösterilmektedir. Her iki grupta da 1962 yılından 2012 yılına kadar sürekli bir düşüş yaşanmış ancak aradaki fark neredeyse sabit kalmıştır. 1962 yılında dünyada kırsal nüfus ortalaması %65,53 iken OECD ülkelerinde bu oran %36,66’dır. 2012 yılında ise dünyadaki oran %47,44 iken OECD ülkelerinde %20,01’dir.

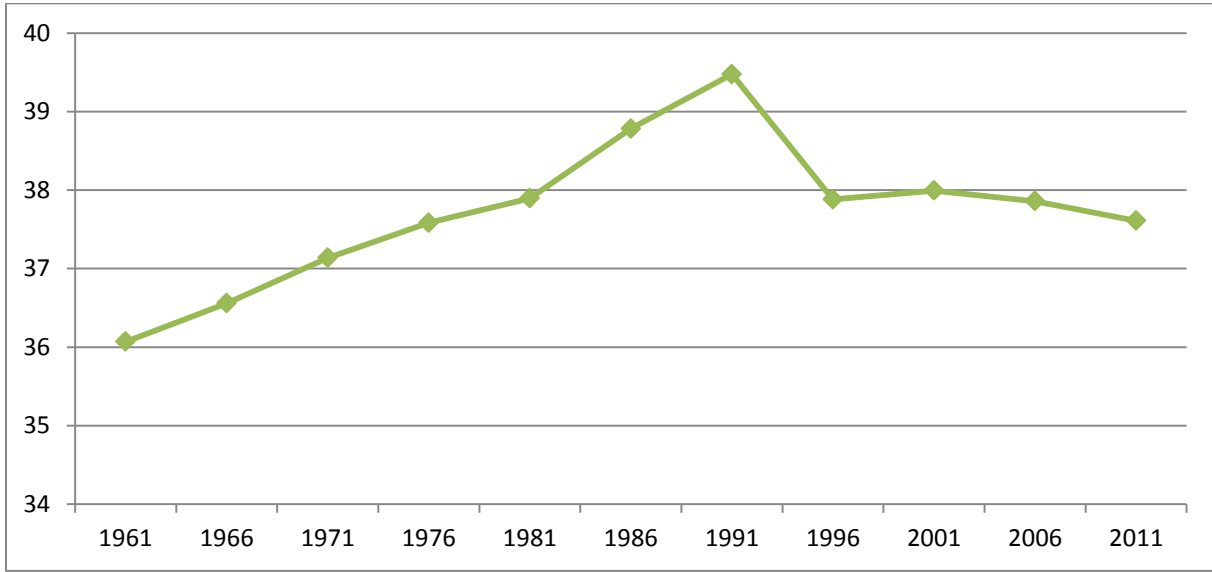
Grafik 2. Dünya ve OECD Üye Ülkeleri Kırsal Nüfus Oranları (%)



Kaynak: Dünya Bankası 2013, Tarım ve Kırsal Kalkınma Veritabanı

2.2.2 Tarım Alanları

Dünya Bankası tarafından yayınlanan Tarım ve Kırsal Kalkınma verilerine göre dünya genelindeki tarım alanları 2011 yılına gelindiğinde 50 yıl öncesine göre artış göstermektedir. Bu verilere göre değerlendirmeye alınan oran, toplam alana tarımsal alanın oranıdır. Burada tarımsal alana ekilebilir, tarıma elverişli veya ekin altında olan alanlar ve otlaklar dâhil edilmektedir.

Grafik 3. Dünyada Yıllar İtibarıyla Tarımsal Alan Oranları (%)

Kaynak: Dünya Bankası 2013, Tarım ve Kırsal Kalkınma Veritabanı

Grafik 3’egöre dünyada 1961 yılında %36,08 olan tarım alanı 1971 yılında %37,3; 1981’de 37,89; 1991’de %39,47; 2001’de %37,99; 2011’de %37,61 olarak belirlenmiştir. Görüldüğü gibi tarımsal alanda sürekli bir azalış veya artıştan bahsetmek mümkün değildir. Tarım alanları yıllar itibariyle belirli dönemlerde artış belirli dönemlerde ise azalış göstermiştir.

2.2.3 Tarımda İstihdam ve Katılım Oranları

Dünyada tarım istihdamı giderek azalmaktadır. 1994 yılında dünya genelinde %40,43 olan tarım istihdamı 2000 yılında %37,93’e; 2005 yılında %35,06’ya; 2010 yılında ise %30,4’e gerilemiştir. 1994 yılından 2010 yılına kadar 16 senelik dönemde yaklaşık %10’luk bir düşüş yaşanmıştır.

Grafik 4. Tarımda İstihdam (%)

Kaynak: Dünya Bankası 2013, İşgücü ve Sosyal Koruma Veritabanı

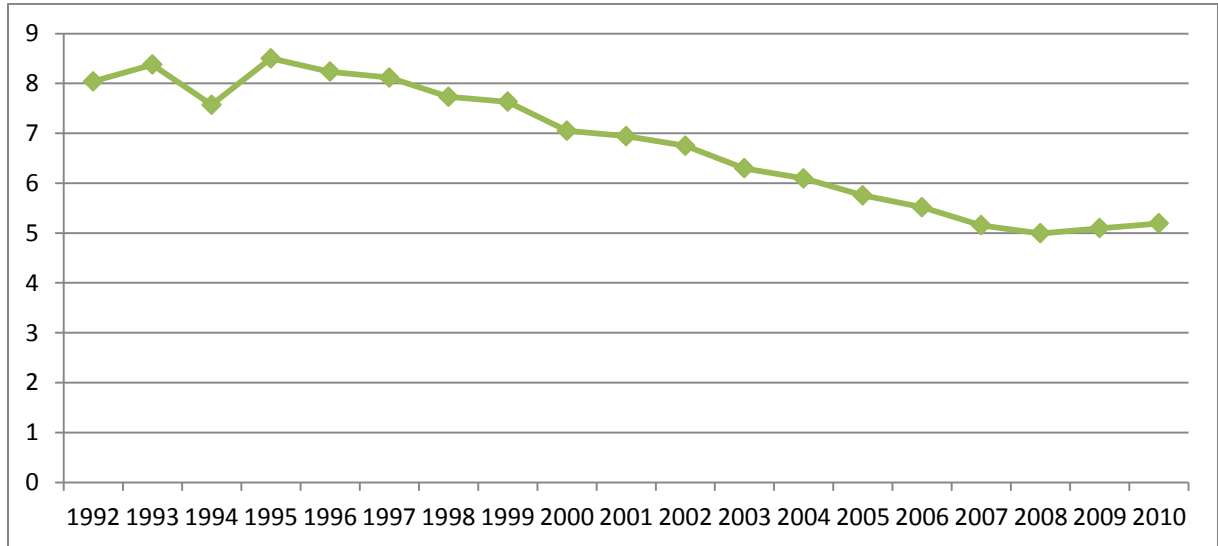
Tablo 3 ve Grafik 5'te OECD ülkelerinin tarım alanındaki istihdam oranları belirtilmektedir. Tarımın ekonomideki payının ve öneminin dünyanın geri kalan bölgelerinden daha az olduğu OECD ülkelerinde 1992 yılında tarımdaki istihdam oranı %8,03'tür. Dünyada 1994 yılına ait verinin tarımdaki istihdamı %40,43 olarak gösterdiği göz önüne alındığında tarımın istihdamdaki payının bu ülkelerde ne kadar az olduğu ortaya çıkmaktadır. 2000 yılında ise OECD ortalaması %7,05'e, 2010 yılında ise %5,19'a gerilemiştir.

Tablo 3. OECD Ülkeleri Tarım İstihdam Oranları (%)

Yıllar	Oran (%)
1992	8,03
2000	7,05
2010	5,19

Kaynak: Dünya Bankası 2013, İşgücü ve Sosyal Koruma Veritabanı

Grafik 5. OECD Ülkeleri Tarımda İstihdam Oranları (%)

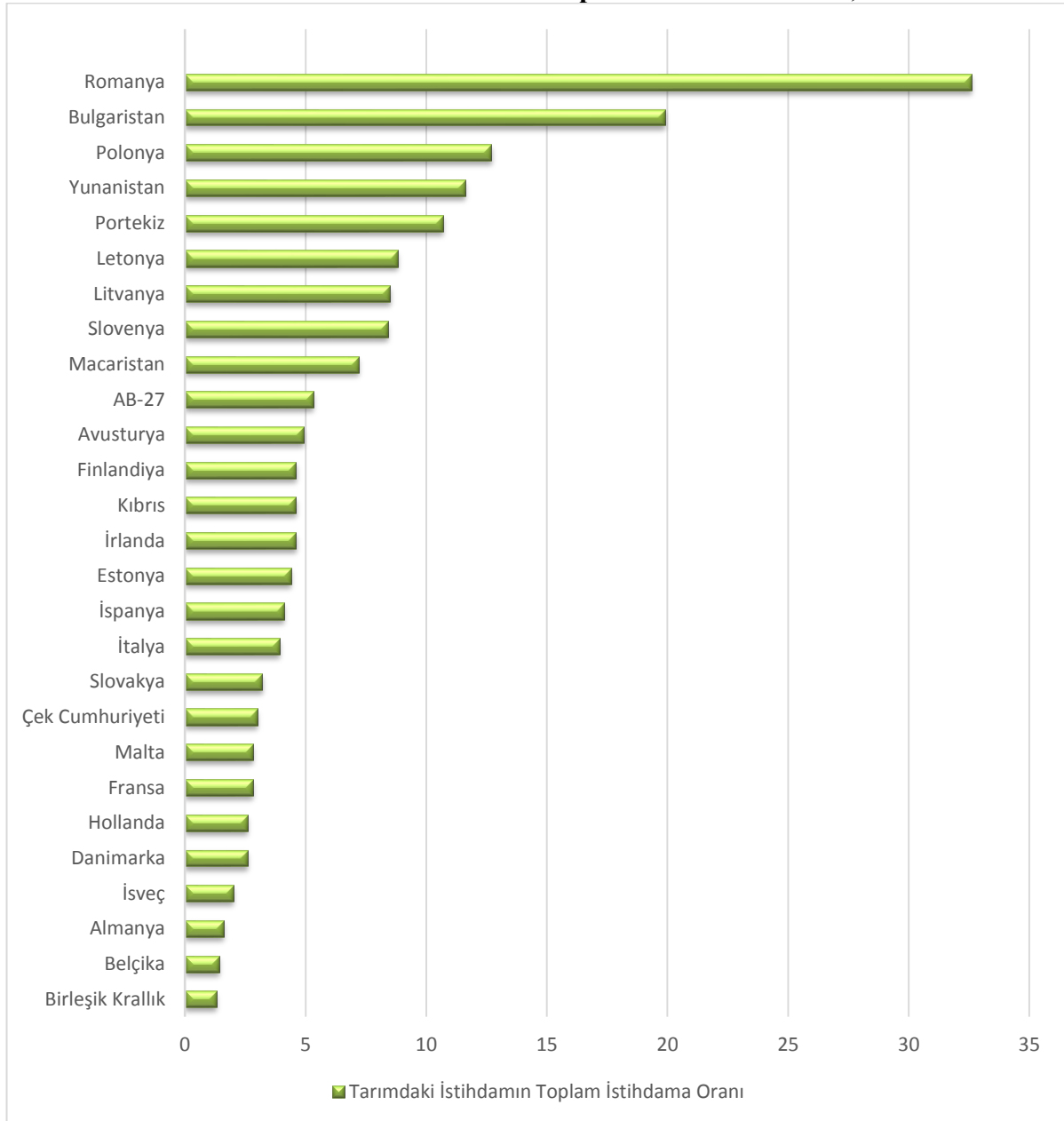


Kaynak: Dünya Bankası 2013, İşgücü ve Sosyal Koruma Veritabanı

Grafik 6'da tarımın istihdamdaki yerini daha detaylı olarak incelemek için Avrupa Birliği ülkelerinde tarımsal istihdamın toplam istihdamdaki payları verilmiştir. Buna göre AB-27 ortalaması %5,3 olarak gözükmemektedir. Bu oran ile Avrupa Birliği ortalaması dünya ortalamasının oldukça altında, OECD ortalaması ile ise aynı seviyededir. Grafiğe göre 2011 yılında tarımın istihdamdaki payının en çok olduğu ülke Romanya'dır. Avrupa Birliği'ne 2007 yılında katılan iki ülke olan Romanya ve Bulgaristan'ın diğer üye devletlerle karşılaştırıldığında oldukça yüksek oranda tarım istihdamına sahip oldukları görülmektedir. Romanya'da bu oran %32,6 iken Bulgaristan'da %19,9'dur. Sıralamada hemen bu iki ülkenin arkasında yer alan Polonya'da ise bu oran %12,7'dir.

Tarımın istihdamdaki payının en düşük olduğu üç ülke olan Almanya, Belçika ve Birleşik Krallık'ta ise oranlar sırasıyla %1,6, %1,4 ve %1,3'tür. Görüldüğü gibi gelişmiş ülkeler statüsünde değerlendirilen ve dünya ortalaması ile karşılaştırıldığında oldukça düşük oranlara sahip Avrupa Birliği'nde üye ülkeler arasında tarımın ekonomideki yeri ve tarımsal istihdam konularında ciddi farklar bulunmaktadır. Sanayisi gelişmiş Almanya ile bankacılık ve hizmet sektöründe ön plana çıkan Birleşik Krallık'ta tarımın ekonomide yeri neredeyse hiç yok iken Doğu Avrupa ülkelerinde tarım halen önemli bir paya sahiptir.

Grafik 6. Tarımdaki İstihdamın Toplam İstihdama Oranı, 2011



Kaynak: EUROSTAT 2013

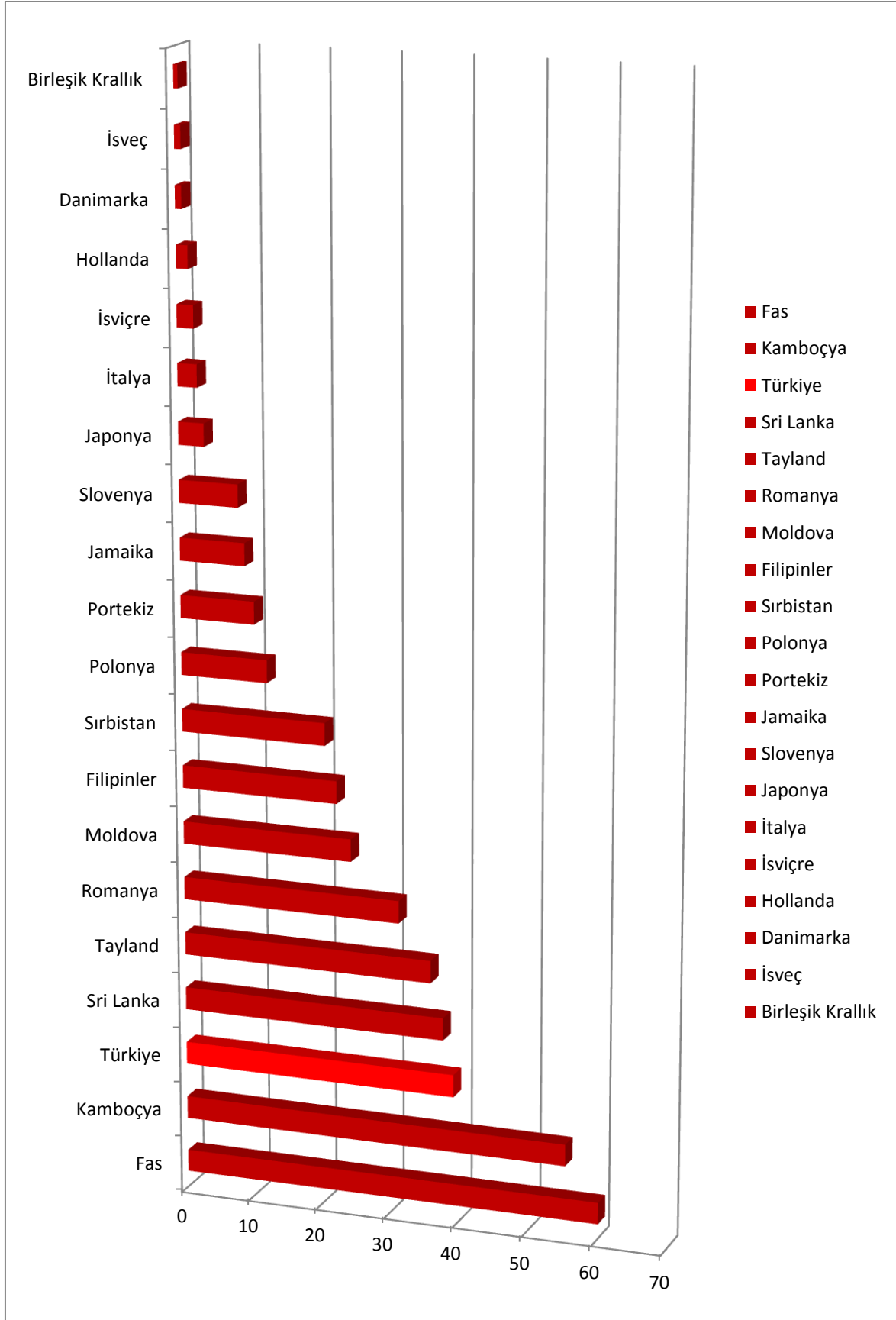
Tarımdaki istihdamı cinsiyet boyutuyla incelemek için Grafik 7 ve Grafik 8 aşağıda verilmiştir. Grafik 7’de dünyanın çeşitli bölgelerinden seçilmiş 20 ülkede kadın istihdamının toplam kadın istihdamına oranı verilmiştir. Grafik hem kadın istihdamında tarımın tuttuğu yer hem de buna paralel olarak tarımın ülkedeki önemi konusunda bilgi vermektedir.

Grafik7’ye göre kadın istihdamının toplam kadın istihdamındaki payı İngiltere’de %0,60 olup Danimarka’da ve İsveç’te %0,89’dur. Bu üç ülke 20 ülke arasında en düşük oranlara sahiplerdir. Dahil edilen ülkeler arasında kadın istihdamının en yüksek paya sahip olduğu ülke Fas’tır. Fas’ta istihdama katılmış olan kadınların %60,2’si tarımda istihdam edilmektedir. Onu %55,40 ile Kamboçya ve %39,29 ile Türkiye takip etmektedir. Genel olarak Hollanda, İsviçre, İtalya gibi ülkelerde tarım kadın istihdamında önemli bir yere sahip değildir. En yüksek paya sahip üç ülkeyi takip eden Sri Lanka, Tayland, Romanya, Moldova gibi ülkelerde ise tarım kadın istihdamında ciddi bir paya sahiptir.

Grafik 8’de ise aynı ülkeler tarımda erkek istihdamının toplam erkek istihdamına oranına göre sıralanmış; aynı zamanda kadın tarım istihdamı paylarıyla karşılaştırılmıştır. Erkek istihdam paylarına göre de Birleşik Krallık en düşük paya sahiptir. Nitekim Birleşik Krallık’ta tarımda istihdam edilen erkekler toplam istihdamın %1,7’sini oluşturmaktadır. Erkek istihdamına göre yapılan sıralamada Fas ve Türkiye’nin sıralamada geride kaldığı görülmektedir. Fas’ta tarımın kadın istihdamındaki payı %60,2 iken erkek istihdamındaki payı %33’tür. Türkiye’de ise tarım istihdam edilen erkeklerin %17,5’ini oluşturmaktadır.

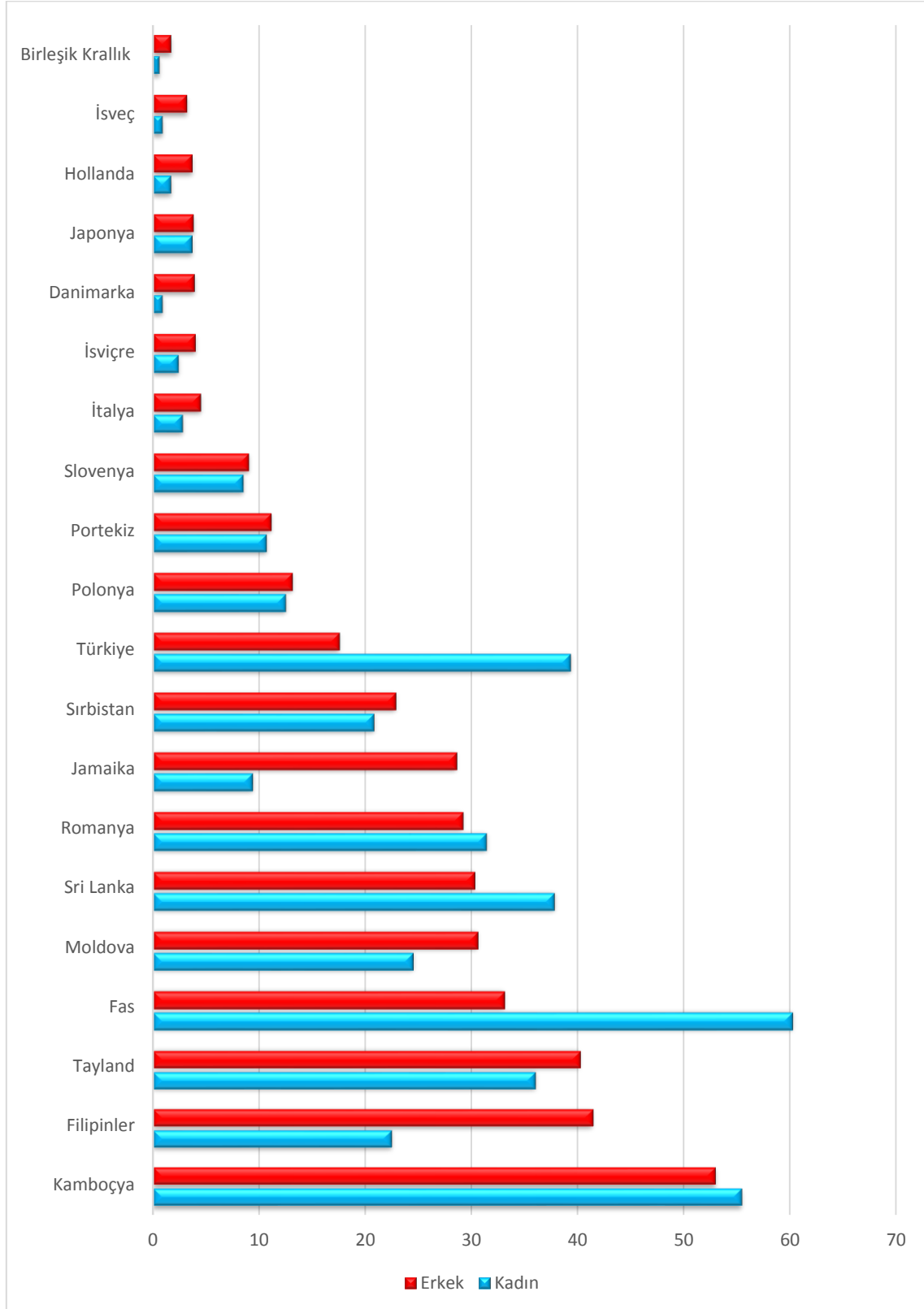
Tarımın kadın ve erkek istihdamındaki payları karşılaştırıldığında bazı ülkelerde kadınlardaki payın daha yüksek olduğu diğer ülkelerde ise erkeklerin payının daha yüksek olduğu görülmektedir. İki oran arasında önemli farkların olduğu dört ülke Türkiye, Fas, Jamaika ve Filipinler’dir. Türkiye ve Fas’ta tarımın kadın istihdamındaki payı daha yüksek iken Filipinler ve Jamaika’da durum tam tersidir.

Grafik 7. Tarımdaki Kadın İstihdamının Toplam Kadın İstihdamına Oranı, 2011 (%)



Kaynak: Dünya Bankası 2013, İşgücü ve Sosyal Koruma Veritabanı

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Grafik 8. Tarımdaki İstihdamın Toplam İstihdama Oranı, Kadın ve Erkek, 2011 (%)

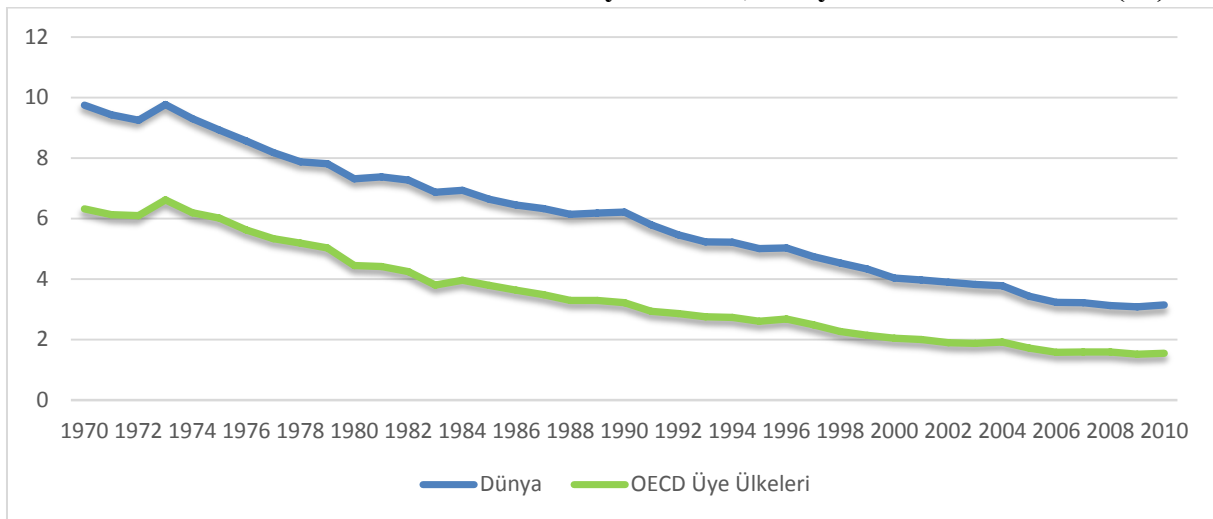
Kaynak: Dünya Bankası 2013, İşgücü ve Sosyal Koruma Veritabanı

2.2.4 Tarımın Ekonomideki Yeri

Yukarıda gelişmemiş ve yeni gelişmekte olan toplumlarda tarımın ekonominin belkemiği konumunda olduğuna değinilmiştir. Ancak gelişmiş ülkeler örneğin OECD üye ülkeleri ele alındığında tarıma hala büyük önem verildiği görülmektedir. OECD'nin 2010 yılında yayınladığı “Tarımsal Politikalar ve Kırsal Kalkınma” başlıklı raporda tarımın ormancılıkla birlikte üye devletlerin ekonomik kalkınmalarında önemli rol oynadığına değinilmiştir.⁶ Raporda tarımın ulusal gelire ve istihdama katkısı düşse de toprak ve su gibi milli kaynakların yönetimi konusunda hala önemli rol oynamaktadır, denilmiştir. 2005 yılında OECD ülkelerinde tarımın GSYİH'ye katkısı sadece %1,7 olmuştur ve istihdamda tarımın payı %5,6'dır ancak tarım toplam toprak kullanımının %37'sini oluşturmuştur.⁷

Tarımın ekonomideki yerini ve yıllara göre değişen konumunu daha iyi anlamak açısından Grafik 9'da dünya ve OECD ülkelerinde tarımın GSYİH'ye katkısı verilmiştir. 1970-2010 yıllarını kapsayan grafik her iki grupta da tarımın ekonomideki payının azaldığını göstermektedir. 1970 yılında tarımın GSYİH'deki payı dünya genelinde %9,74 iken bu oran 2010'da %3,14'e gerilemiştir. OECD ülkelerinde ise bu katkı 1970 yılında %6,31 iken 2010 yılında bu oran %1,54'e gerilemiştir.

Grafik 9. Yıllara Göre Tarımın GSYİH'ye Katkısı, Dünya ve OECD Ülkeleri (%)



Kaynak: Dünya Bankası 2013, Tarım ve Kırsal Kalkınma Veritabanı

⁶ OECD, Agricultural Policies and Rural Development A Synthesis of Recent OECD Work [Tarımsal Politikalar ve Kırsal Kalkınma Son Dönemde Yapılan OECD Çalışmasının Sentezi] 2010.

⁷A.e.

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

2.2.5 Tarımsal Ticaret

Tarım genellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonominin itici gücü konumundadır. Dünya Ticaret Örgütü verilerine göre tarım yaklaşık 50 kadar ülkenin ihracat gelirlerinin 3'te 1'inden fazlasını oluşturmaktadır. Bu ülkelerin yaklaşık 40'ında ihracata dayalı dış ticaret gelirlerinin yarısından fazlası tarım sektöründendir. Ancak artık küresel düzeyde gerçekleştirilen tarım ticareti gelişmekte olan ülkelerdeki çiftçilerin gelirlerini ve karlarını azaltmaktadır. Bu durumun neticesinde, üreticiler yoksulluktan kaçış kapasitelerini kaybetmektedirler. Bununla birlikte OECD ülkeleri hükümetleri tarafından gelişmekte olan ekonomilerdeki çiftçilere sağlanan ödeneklerle onların küresel anlamda tarımsal ticarete katılmaları sağlanmaktadır.⁸

Tarımın dünya ticaretindeki yerine baktığımızda ise küresel düzeydeki tarım ticareti büyüme oranlarının önemli oranda tarımdaki üretimi geçtiği görülmektedir. Genel olarak ticaret ve üretim arasındaki ilişkinin dünya ekonomilerinde artan bağılılığın işareti olduğu kabul edilmektedir. Bu durum tarım için de geçerlidir. Bununla birlikte 1980'lerde bu durumun tam tersi gerçekleşmiştir. Bunun nedeni ise Latin Amerika, Karayipler ve Afrika'da bu dönemde ihracatın ve ithalatın bastırılmış olmasıdır. Tam tersine gelişmiş ülkelerde ise tarımsal ticaretteki büyüme üretimi geçmiştir. Fakat sektördeki dinamizme rağmen tarımsal ürünlerdeki ticaret diğer sektörlerdeki özellikle endüstri sektöründeki ticaretin gerisinde kalmaktadır. Küresel düzeyde, son dönemdeki tarım ihracatı, mal ihracının yaklaşık olarak %10'unu oluşturmaktadır. Bu oranın 1960'larda %25'ler seviyesinde olduğu düşünülürse önemli bir düşüş yaşandığı anlaşılmaktadır.⁹

Avrupa Birliği özelinde tarımdan elde edilen gelirler incelendiğinde, Avrupa Komisyonu 2012 yılı tarım raporunda belirtildiği üzere tarımdaki reel gelirde istikrar göze çarpmaktadır. 2011 yılında %8'lik, 2010 yılında ise %17'lik gelir artışı elde edilmiştir. Genel olarak 2005 yılından bu yana 27 Avrupa Birliği ülkesi değerlendirmeye alındığında reel ücretlerde %28,5'lik bir artış görülmektedir. Aynı zamanda; aynı dönem içerisinde %3'lük faktör geliri elde edilmiş ancak tarımdaki istihdamda %20'lik düşüş yaşanmıştır.¹⁰

Avrupa Birliği'nde tarım sektöründeki ticarete bakıldığında 2012 yılı Avrupa Komisyonu İstatistiki ve Ekonomik Bilgilendirme Tarım Raporu'na göre 14,3 milyar avroluk bir net ticaret artışı görülmektedir. Tarımdaki ithalat %3 oranında ihracat ise %12 oranında artmıştır. Tarım sektöründe, Avrupa Birliği'nin en güçlü ticaret ortağı ise Amerika Birleşik Devletleri'dir. Amerika ile yapılan bu ticaretin hacmi ise 16,5 milyar Avrodur. Avrupa Birliği'nde tarımsal ihracatın 116 milyar Avroyu bulması beklenmektedir. Bu rakam ile 2011 yılına göre %12'lik artış elde edilmiş olunacaktır. İthalatın ise 102 milyar Avroya yükselmesi beklenmektedir. Bu durum 2011 yılıyla karşılaştırıldığında %3'lük bir artış işaret etmektedir.

⁸<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TOPICS/EXTARD/0,,contentMDK:20451181~menuPK:336688~pagePK:148956~piPK:216618~theSitePK:336682,00.html>

⁹http://www.fao.org/docrep/v6800e/V6800E0i.htm#Declining_importance_of_agriculture_in_worldtrade

¹⁰European Commission, Agriculture in the European Union Statistical and Economic Information Report 2012 [Avrupa Komisyonu, Avrupa Birliği'nde Tarım İstatistiki ve Ekonomik Bilgilendirme Raporu 2012] Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Tarımın Avrupa Birliği gayri safi hasılasındaki yerine baktığımızda ise 2011 verilerine göre AB-27 ortalamasının %1,2 olduğunu görülmektedir (Tablo 4). Tarımın istihdamdaki payının en yüksek olduğu Romanya bu sıralamada da öne çıkmaktadır. Romanya’da tarım GSYİH’ye %5,9’luk bir katkı sağlamaktadır. Bu oran ile Romanya, AB-27 ortalamasında bu alanda ilk sırada yer almaktadır. Romanya’dan sonra, Bulgaristan’da bu oran %4,2, İsveç’te %4’tür.

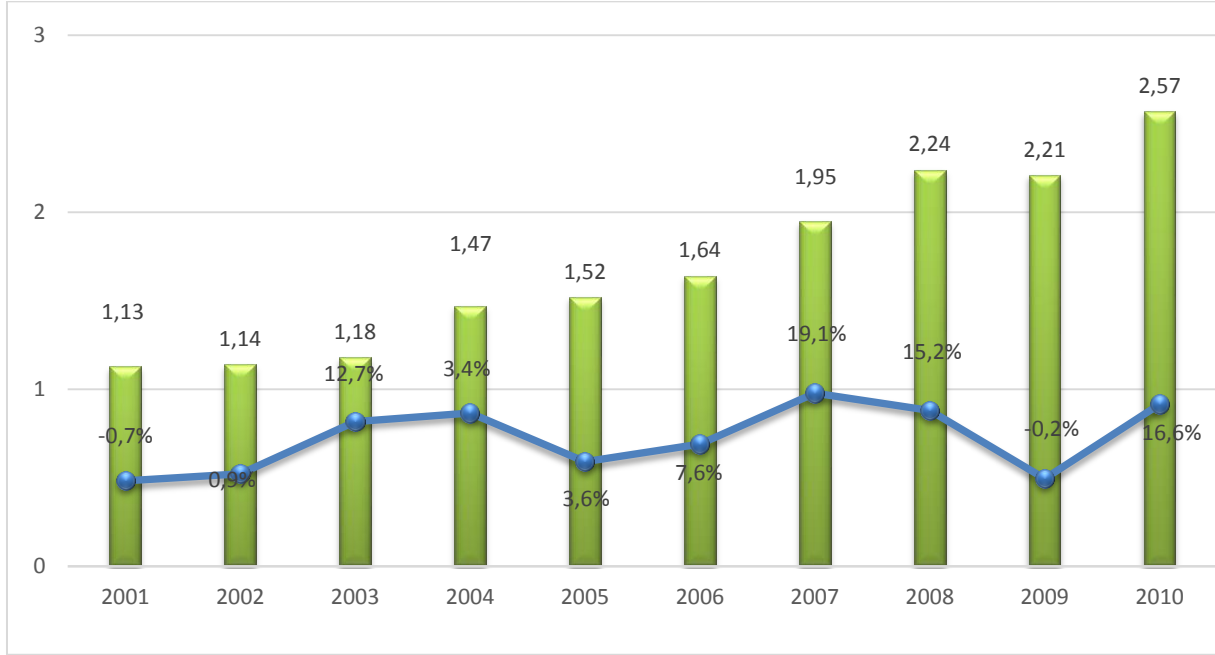
Tablo 4. Tarımın GSYİH’deki Payı, AB-27 Ülkeleri, 2011

Ülkeler	Oran (%)
AB-27	1,2
Almanya	0,6
Avusturya	1
Belçika	0,5
Birleşik Krallık	0,6
Bulgaristan	4,2
Çek Cumhuriyeti	0,9
Danimarka	1,2
Estonya	1,9
Finlandiya	0,8
Fransa	1,4
Hollanda	1,3
İrlanda	1,1
İspanya	2
İsveç	4
İtalya	1,6
Kıbrıs	1,8
Letonya	1,3
Litvanya	2,9
Lüksemburg	0,2
Macaristan	2,9
Malta	0,9
Polonya	2,4
Portekiz	1,3
Romanya	5,9
Slovakya	0,8
Slovenya	1,3
Yunanistan	2,5

Kaynak: Avrupa Komisyonu, Avrupa Birliği’nde Tarım İstatistiki ve Ekonomik Bilgilendirme Raporu 2012

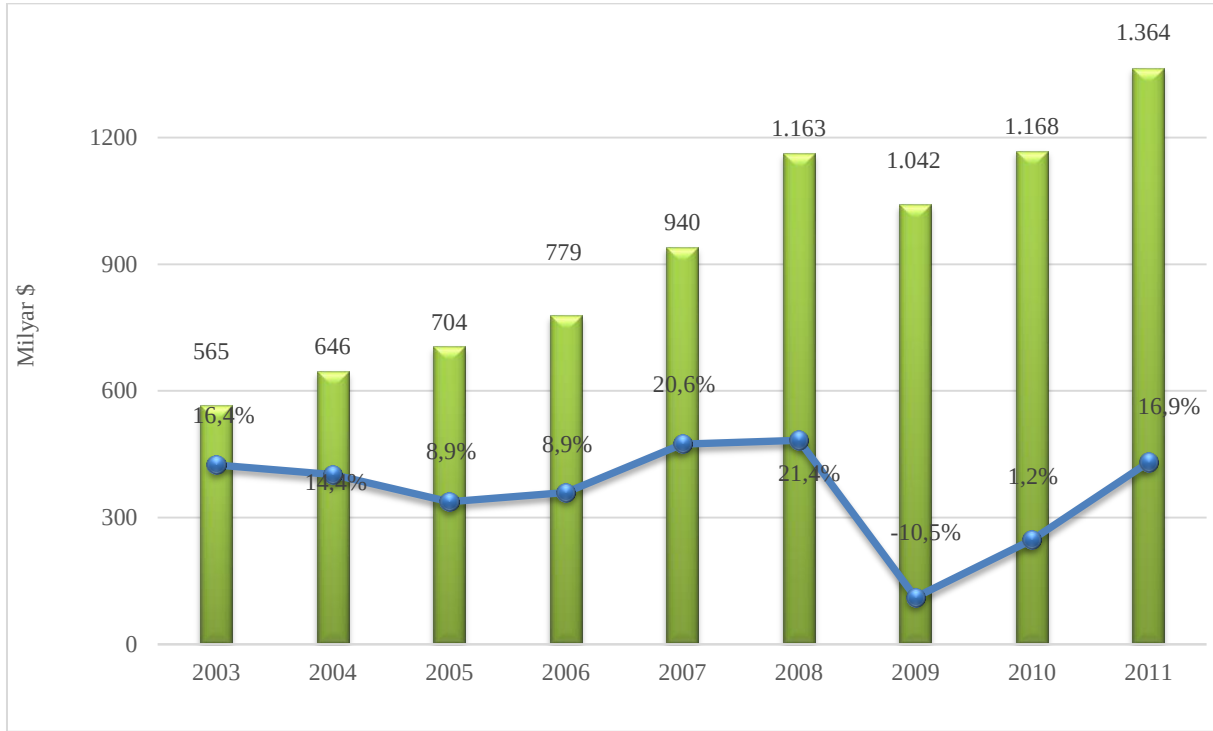
Grafik 10'da ise tüm dünyada 2001-2010 yılları arasındaki tarımsal hasıla ve hasıladaki değişim verilmiştir. Buna göre Dünya Bankası verilerine göre 2001 yılında 1,13 trilyon dolar olan tarımsal hasıla 2010 yılına kadar genellikle artan bir seyir izlemiştir. 2010 yılına gelindiğinde tarımsal hasılanın 2001 yılıyla karşılaştırıldığında 2 katı bir büyüme gerçekleştirdiği görülmektedir.

Grafik 10. Yıllar İtibarıyla Dünyada Tarımsal Hasıla (Trilyon Dolar ve % Değişim)



Kaynak: Dünya Bankası

Grafik 11'de ise dünya tarım piyasalarındaki ihracat rakamları milyar dolar olarak gösterilmiştir. 2003-2011 yıllarını kapsayan grafik 2003 yılında 565 milyar dolar olan tarımsal ihracatın 2011 yılına gelindiğinde 1.364 milyar dolara yükseldiğini göstermektedir. Tarımsal ihracat bu dönemde sadece 2009 yılında düşüş göstermiş onun haricinde farklı oranlarda da olsa artmıştır.

Grafik 11. Dünya Tarım Piyasalarında İhracat

Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi

Tablo 5. Dünya Tarım Piyasalarında İhracat

Ülkeler	2010	2011	Değişim (%)	Pay (%)
ABD	116,1	137,7	18,5	10,1
Hollanda	90,1	102,5	13,7	7,5
Almanya	72,7	84,2	15,7	6,2
Brezilya	62,4	79,6	27,6	5,8
Fransa	64,7	78	20,4	5,7
Türkiye (22.ci)	12	14,4	19,8	1,1
Dünya Toplamı	1.168	1.364	16,9	100

Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi

Tarım piyasalarındaki ihracatta öne çıkan ülkeleri ve Türkiye'nin konumunu incelemek için yukarıda Tablo 5 verilmiştir. 2010 ve 2011 yılları verilerini kapsayan tablo her iki yılda da Amerika Birleşik Devletleri'nin tarımsal ihracatta birinci sırada olduğunu göstermektedir. ABD'yi sırasıyla Hollanda, Almanya, Brezilya ve Fransa takip etmektedir. Birinci sırada yer alan ABD'nin tarım ihracatındaki payı %10,1 iken bu oran dünya sıralamasında 22'nci sırada yer alan Türkiye'de %1,1'dir.

2.3 Tarımsal Üretimde Mevcut Durum

Son dönemde dünyada tarımsal üretimdeki büyüme oranları ve mahsul verimi incelendiğinde bir yavaşlama göze çarpmaktadır. Bu durum gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayacak miktarda gıda üretilmeyeceği korkusuna neden olmaktadır. Tarımsal üretimde yaşanan söz konusu azalmanın sebebi tarımsal alan veya tarımda kullanılacak su sıkıntısından ziyade ürünlere dönük talebin düşmesidir. Bunun en büyük sebebi ise dünya nüfus artış oranlarının 1960’lardan itibaren düşmesi ve çoğu ülkede kişi başına yüksek yiyecek tüketim seviyelerine ulaşılmış olmasıdır. Aynı zamanda yoksullukla mücadele eden yüksek bir paya sahip dünya nüfusu, ihtiyaçlarını etkin talebe dönüştürecek yeterli gelire sahip değildir.¹¹

Sonuç olarak tarımsal üretimde gelecek 30 yıllık dönem projeksiyonları ortaya konulduğunda önemli düşüşler beklenmektedir. Dünya Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarımsal üretime dair projeksiyonları incelediği raporunda dünyada tarımsal üretimin, tarımı geliştirmeye yönelik gerekli ulusal ve uluslararası politikalar uygulandığı takdirde taleple paralel olarak büyüebileceğini ifade etmektedir. Gelecek dönem değerlendirmesinde küresel kıtlık beklenmemekte; ancak ulusal ve yerel düzeyde ciddi problemler bulunmaktadır. Gerekli müdahaleler gerçekleştirilmezse bu seviyelerde sorunların devamı muhtemeldir.¹²

Son dönemde küreselleşmenin dünyada sosyal ve ekonomik hayat üzerindeki etkisi ortadadır. Küreselleşmenin tarım üzerindeki etkisine baktığımızda ise çift yönlü bir durumla karşılaşmaktayız. Nitekim küreselleşme gıda ve tarımda olumlu ve olumsuz yönde değerlendirilebilecek etkiye sahiptir. Örneğin Asya’da yoksulluğun azaltılması hususunda ilerleme kaydedilmesine olanak tanımıştır. Ancak aynı zamanda, çok uluslu gıda firmalarının hâkimiyet alanını genişletmiştir. Bu firmalar çoğu ülkede yerel çiftçilerin gücünü elinden alacak potansiyele ve etkiye sahiptir. Gelişmekte olan ülkeler yasal ve idari çerçeveler ile tehditleri ortadan kaldırmalı ve yeni ortaya çıkan olanaklardan yararlanabilmelidir.¹³

Dünya tarım piyasalarında öne çıkan ülkeler ve üretimdeki paylarının görülmesi için Grafik 12 aşağıda verilmiştir. 2001 ve 2010 yılları karşılaştırmasını da içeren grafik ABD’nin üretim payında önemli bir düşüş olduğunu göstermektedir. ABD’de 2001 yılında %10 olan üretim payı 2010 yılında %6,1’e gerilemiştir. Grafikte yer verilen diğer dört ülke ise üretim paylarında bu dönem içerisinde yükseliş yaşamıştır. 2010 yılına gelindiğinde Çin Halk Cumhuriyeti’nin dünya tarım üretiminde çok önemli bir konumda olduğu görülmektedir. Nitekim her 5 tarımsal üründen biri Çin’de üretilmektedir. Nitekim Çin Halk Cumhuriyeti’nin tarımdaki üretim payı 2010 yılında %23,3 olarak tespit edilmiştir.

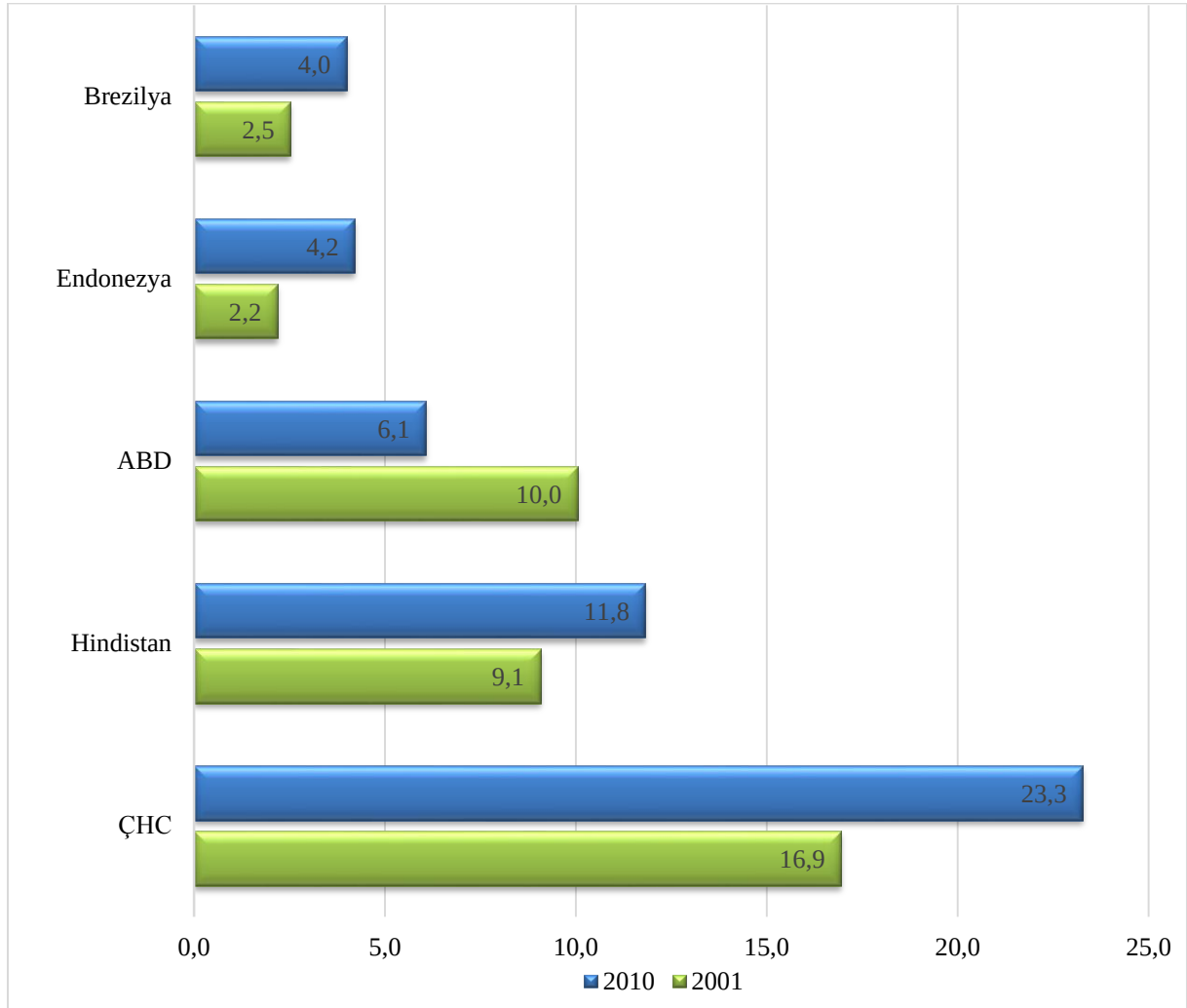
¹¹ FAO, World Agriculture: Towards 2015/2030 Summary Report [Dünya’da Tarım: 2015/2030’a Doğru Özet Raporu] 2002, Rome, sf.1.

¹² A.e.

¹³ A.e.

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Grafik 12. Dünya Tarım Piyasalarındaki Başlıca Ülkelerin Üretim Payları (%)



Kaynak: Dünya Bankası

3 TÜRKİYE'DE TARIM

3.1 Türkiye'de Tarımın Tarihsel Gelişimi

Anadolu'da tarımsal üretimin başlangıcının tarihte var olmuş pek çok medeniyetten daha eski olduğu bilinmektedir. Yaklaşık olarak 8 bin yıl önce tarımın keşfedildiği bilinmekte ve hatta bazı bilim adamları tarafından Dünya'da tarımın ilk keşfedildiği yerin Anadolu olduğu iddia edilmektedir. Anadolu tarih boyunca pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış ve hepsinin yaşamında tarımsal üretimin önemli bir yeri olmuştur.¹⁴ Bu uygarlıklarda tarımsal faaliyetler bölgenin iklim çeşitliliği nedeniyle çok çeşitli alanlarda yoğun bir şekilde yapılmıştır. Bu uygarlıkların en önemlileri içinde Asurlar, Hititler, Selçuklular, Anadolu Selçukluları ve Osmanlılar sayılabilir.¹⁵

M.Ö. 1800-1200 yılları arasında Anadolu'da bulunan Hitit devletinde başlıca geçim kaynağı tarımdı. Her ne kadar ticaret yollarını ele geçirerek genişleme politikaları gütmüş olsalar da verimli arazilerin olduğu topraklara sahip olmak da öncelikli hedeflerindendi. Anadolu'da Hitit döneminden kalma arpadan bira, üzümünden şarap yapıldığını anlatan birçok tablet bulunmuştur. Hititlerin Anadolu'da egemen olduğu dönemde (M.Ö.1650 - 1200 arası) asıl yerleşim alanları olan Çorum ve çevresinin Karaağaç ormanlarıyla kaplı olduğu sanılmaktadır.¹⁶ O dönemde bölgenin bol miktarda yağış alıyor olmasından dolayı tarımsal üretim miktarının yüksek olduğu tahmin edilmektedir. Hititler ürettikleri tarımsal ürünleri başka ülkelerin tüccarlarına satıyorlardı. Böylece tarımsal üretim fazlalığından dolayı bir dış ticarete sahiptiler.

Büyük Selçuklularda tarım yapılan topraklar ikta denen bölümlere ayrılmış ve iktalar hizmet karşılığında belirli süre için ileri gelenlere verilmiştir. Topraklar has, ikta ve haraci olmak üzere üç farklı yöntemle kontrol edilmiştir. Ikta sahipleri devlete ait toprakları işlemiş, bunun karşılığında ise ordu için asker yetiştirmişlerdi. Böylece devlet hem toprakların sürekli işlenmesini sağlamış hem de ordu masraflarını karşılamıştır. Böylece tarımın gelişmesinin de önü açılmıştır.

Anadolu Selçuklularında meyvecilik ve bağcılık ekonomide çok önemli bir yer tutarken buğday, pirinç ve pamuk üretimi çok yaygın idi. Toprak üç bölüme ayrılmıştır. Ikta arazileri devlet adamlarına tahsis edilmiş, vakıf arazileri gelirleri ilim ve sosyal müesseselere aktarılacak şekilde düzenlenmiş ve mülk arazileri de yararlılıkları çeşitli şekillerde görülmüş kişilere verilmiştir. Bütün topraklar devlete ait olup, devlet tarımsal üretimi bu şekilde kontrolü altında tutmuştur.

Osmanlı Devleti'nin ilk dönemlerinde nüfusun %80-90'ının geçiminin tarım aracılığıyla sağladığı tahmin edilmektedir. Osmanlı Devleti'nde de topraklar devlete ait olup ancak tımar

¹⁴<http://www.antimai.org/kitap/tarimkitap.htm>

¹⁵ Türkiye'de Tarım, Prof. Dr. Fahri Yavuz, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

¹⁶<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=103783>

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

sistemi sayesinde halk toprağı kullanmıştır. Devlet hem topraktan faydalanmış hem de vilayetlerdeki güvenliği sağlamıştır. Tarımsal üretim anlamında Osmanlı Dönemi'nde en önemli ürünler tahıllar olmuştur. Tahrir defterleri üzerinde yapılan araştırmalara göre toplam üretimin %90'ını aşan bir oranda tahıl ürünleri üretildiğı saptanmıştır. Buğday ihracatı da ekonomide önemli bir rol tutmuştur. Kenevir, pirinç, tütün, pamuk, kendir üretimi, sebze tarımı, bağcılık ve meyve yetiştiriciliğı Osmanlı Devleti'nde önde gelen tarımsal faaliyetler olmuştur.

Cumhuriyet döneminden itibaren ise sosyo-ekonomik kalkınma neticesinde tarım sektörünün ekonomideki payı giderek azalmaya başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu yıl tarım sektörünün gayri safi milli hâsıla içindeki payı %42,8 iken bu oran 1970'li yıllarda %36, 1980 yılında %25, 1990 yılında %16, 2000 yılında %13,5, 2003 yılında ise %12,6 düzeyine düşmüştür.¹⁷ Eski yüzyıllardan beri yoğun şekilde üretilen bazı tarım ürünlerinin üretimi de hem kültürün bir parçası olması, hem toprak ve iklimin uygunluğu hem de edinilen tecrübe nedeniyle devam etmiştir.

3.2 Türkiye'de Tarım Sektörüne Genel Bakış

Türkiye'de tarım hem ekonomik hem de sosyal açıdan önemli bir sektördür. Türkiye'de nüfusun %37'si kırsal alanda yaşamaktadır¹⁸. Ülke arazisinin %26'sını ormanlar, %16'sını çayır ve mera alanları, %35'ini tarım alanları oluşturmaktadır. Tarım için kullanılan arazi 2010 yılı itibarıyla 24,3 milyon hektar olup, bu alanın yaklaşık %20'sinde sulu tarım, geri kalan %80'inde kuru tarım yapılmaktadır.¹⁹ Tarım sektörü son 8 yılın 7'sinde büyüyerek yarım yüzyılın en istikrarlı dönemini yakalanmış, Türkiye 186 ülkeye 1.536 çeşit tarımsal ürün ihraç eden bir ülke konumuna ulaşmış, 62 milyar dolara ulaşan tarımsal GSYH ile Türkiye dünyada 7'inci sıraya, Avrupa'da 1'inci sıraya yükselmiştir.²⁰

Zengin toprak yapısı, uygun ve çeşitli iklimlerin görülmesi ve tarım faaliyetlerine elverişli toprak yapısı sayesinde hububatlar, baklagiller, meyveler, sebzeler ve hayvancılıktan oluşan geniş bir tarımsal ürün yelpazesine sahiptir. Tarımsal ürünlerin üretimi, işlenmesi ve pazarlanması Türkiye ekonomisinde önemli bir yer tutmakta olup özellikle kırsal kesimlerde yüksek bir tarım istihdam oranı bulunmaktadır. Cumhuriyet döneminden bu yana sosyo-ekonomik kalkınma paralelinde tarımsal faaliyetlerin ekonomideki payında azalma görülmektedir.

Cumhuriyet'in kurulduğu dönemde tarım sektörünün GSMH içindeki payı %42,8 iken 2003 yılında bu oran %12,6 olarak hesaplanmıştır. Ekonomik gelişmişlik düzeyi hizmet sektörünün GSMH'den aldığı payın büyüklüğüyle ilişkilendirilmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak kalkınan ekonomilerde tarım sektörünün ekonomideki payının azalması son derece normaldir.

¹⁷ Çanakkale Tarım Sektörü Tanıtım ve Pazarlama Stratejileri Projesi, Çanakkale Ticaret Borsası

¹⁸ TÜİK, ADNKS, 2012

¹⁹ <http://www.undp.org.tr/enerjEnvirDocs/SNC-Tarim%20ve%20Gida%20Guvencesi.pdf>

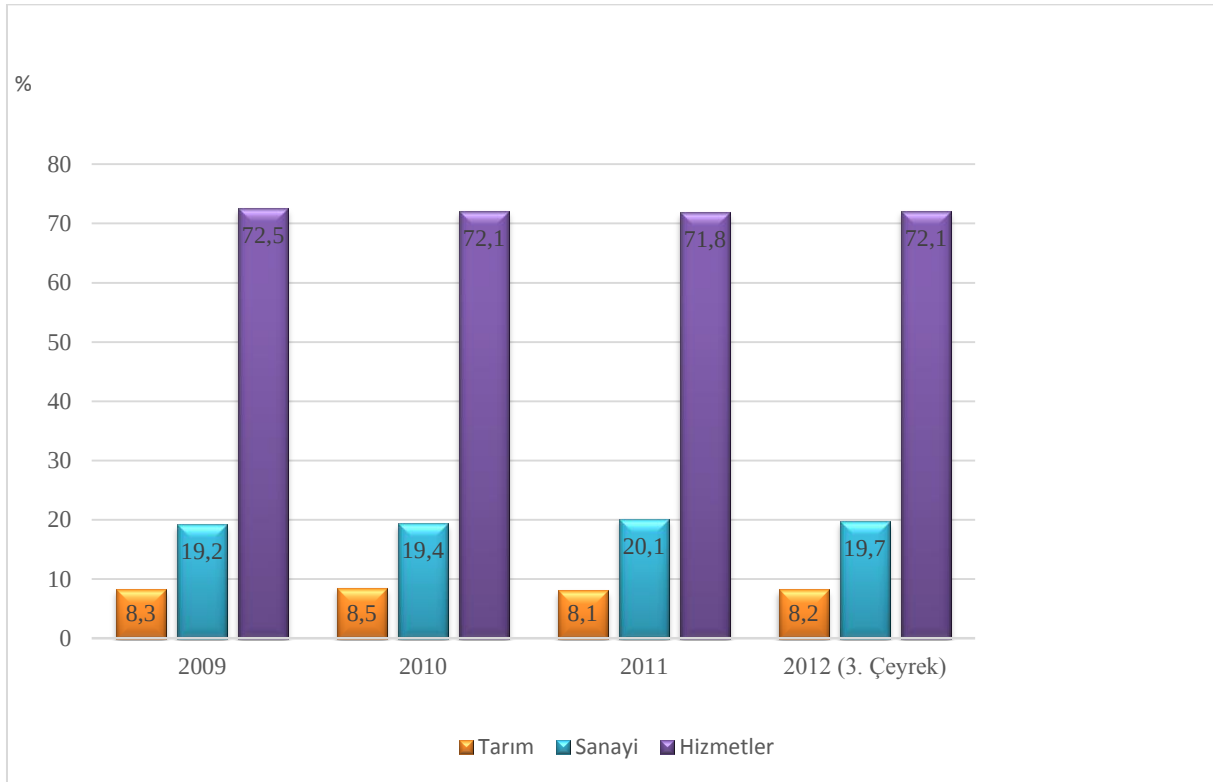
²⁰ Stratejik Plan, 2013-2017, GıdaTarım ve Hayvancılık Bakanlığı

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Tarım sektörünün GMSH'deki payının düşmesiyle tarım sektörünün istihdamdaki payı da gün geçtikçe azalmaktadır.

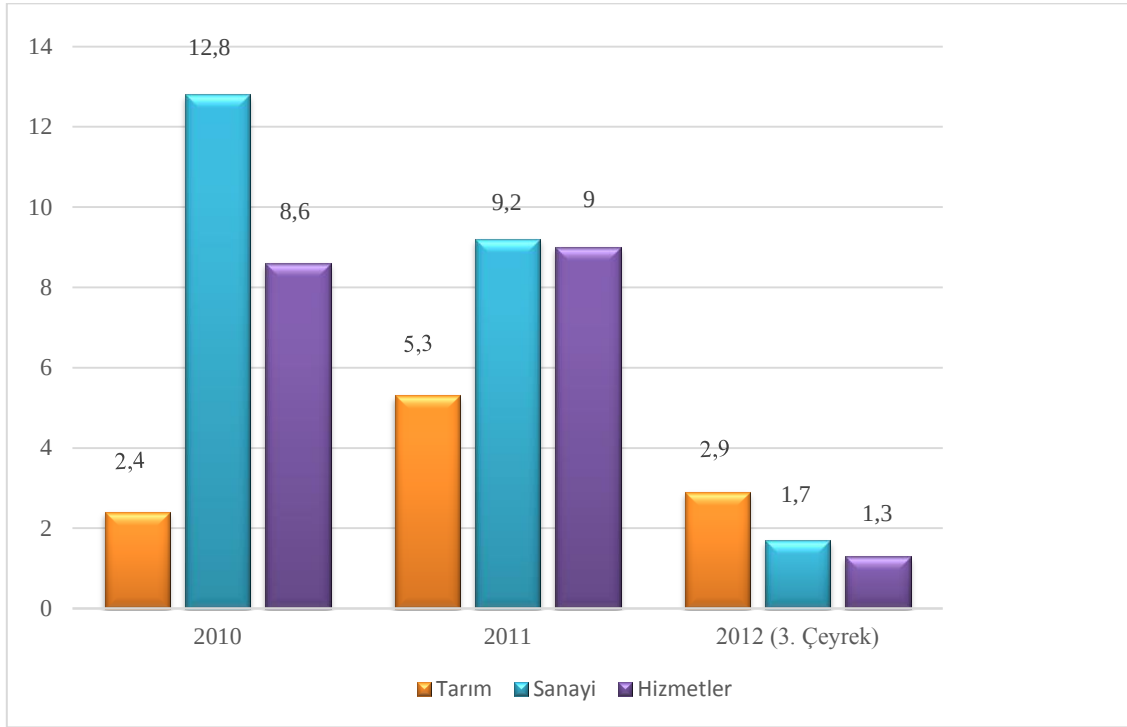
Grafik 13'de tarımla birlikte hizmet ve sanayi sektörlerinin ülke ekonomisi içerisindeki payları verilmiştir. 2009 ve 2012 yılları arasında sektörlerin GSYİH paylarını gösteren grafik hizmetler sektörünün ekonomideki önemini ve ağırlığını ortaya koymaktadır. Nitekim hizmetler sektörünün GSYİH payı %70'lerin üzerindedir. Aynı dönemde tarımın GSYİH payının yaklaşık %8 olduğu görülmektedir.

Grafik 13. Yıllar İtibarıyla Sektörlerin GSYİH Payları



Kaynak: TÜİK

Grafik 14'te sektörel büyüme hızları incelendiğinde ise ekonomik büyümenin yoğun yaşandığı dönem olan 2010'dan 2011'e geçişte üç sektörde de önemli büyüme oranları yakalandığı görülmektedir. 2010 yılında en yüksek sektörel büyüme hızının ise sanayi sektöründe gerçekleştiği görülmektedir. 2010 ve 2011 yıllarında tarımın ekonomideki büyüme hızı ise sırasıyla %2,4 ve %5,3'tür. 2012 yılına gelindiğinde ise üç sektörde de büyümede artış yaşanmış olsa da büyüme hızları 2010 ve 2011 ile karşılaştırıldığında oldukça düşüktür.

Grafik 14. Sektörel Büyüme Hızları

Kaynak: TÜİK

Türkiye'nin arazi yapısı ile buna bağlı olarak değişen iklim özellikleri sayesinde bir takım farklılıklar gösteren coğrafi bölgeler oluşmuştur. Bu bölgelerde oluşan mikro klimalar, o bölgeye özel tarımsal ürünleri üretme olanağı sağlamaktadır. Tarımsal üretime paralel olarak da bu bölgelerde tarımsal sanayinin gelişmesi söz konusu olmuştur. Türkiye genel olarak yazların kurak kışların yağışlı geçtiği Akdeniz ikliminin etkisi altındadır ancak Karadeniz, Akdeniz ve karasal iklim olarak belirgin farklılıklar gösteren iklim çeşitleri de görülmektedir. Tarımsal üretim de bu iklim özellikleri çerçevesinde çeşitlilik göstermektedir. Yağış ve sıcaklık gibi temel iklim özellikleri, topografya ve toprak yapısı dikkate alındığında, her bölge içinde farklı alt bölgeler bulunmakta ve bu özellikler bakımından Türkiye'de 190 farklı tarım havzasının var olduğu bilinmektedir.²¹ 250'den fazla tarımsal ürünün bu havzalarda üretilip pazarlandığı tespit edilmiştir.

İklimsel farklılıkların sonucu olarak üretilen tarımsal ürünlerin Türkiye'deki çeşitliliği analiz edildiğinde, İç Anadolu Bölgesi'nde tahıl üretimi ve küçükbaş hayvancılık, Doğu Anadolu'da büyükbaş hayvancılık ve arıcılık, Akdeniz, Ege kıyılarında pamuk, serin iklim tahılları, örtüaltı yetiştiricilik, turuncgiller, bağcılık, zeytin, Marmara'da ayçiçeği, çeltik, buğday, Karadeniz'de fındık, çay, Güneydoğu Anadolu'da pamuk, mercimek, mısır gibi ürünler ile yem bitkilerinin yetiştirildiği görülmektedir.

²¹<http://www.undp.org.tr/enerjEnvirDocs/SNC-Tarim%20ve%20Gida%20Guvencesi.pdf>

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Tablo 6. Türkiye’de Tarım Alanları (Bin hektar)

Yıl	Toplam Tarım Alanı	Toplam İşlenen Tarım Alanı ve Uzun Ömürlü Bitkilerin Alanı	Toplam İşlenen Tarım Alanı	Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünlerin Alanı		Sebze Bahçeleri Alanı
				Ekilen alan	Nadas	
2008	39.122	24.505	21.555	16.460	4.259	836
2009	38.911	24.294	21.351	16.217	4.323	811
2010	39.011	24.394	21.384	16.333	4.249	802
2011	38.231	23.614	20.523	15.692	4.017	810
2012	38.412	23.795	20.582	15.464	4.286	827
Yıl	Süs Bitkileri Alanı	Toplam Uzun Ömürlü Bitkilerin Alanı	Uzun Ömürlü Bitkiler			Çayır ve Mera Arazisi
			Diğer Meyveler, İçecek ve Baharat Bitkileri Alanı	Bağ Alanı	Zeytin Ağaçlarının Kapladığı Alan	
2008	-	2.950	1.693	483	774	14.617
2009	-	2.943	1.686	479	778	14.617
2010	-	3.010	1.748	478	784	14.617
2011	4	3.091	1.820	473	798	14.617
2012	5	3.213	1.937	462	814	14.617

Kaynak: TÜİK, 2012

2012 yılı itibariyle Türkiye’de toplam ekilen alanın %18’i nadas arazisidir. İşlenen arazinin %65’i tarla arazisi, %8,1’i meyvelik, %3,5’u sebzelik, %1,96’sı bağ, %3,4’ü zeytinlik arazidir.²²

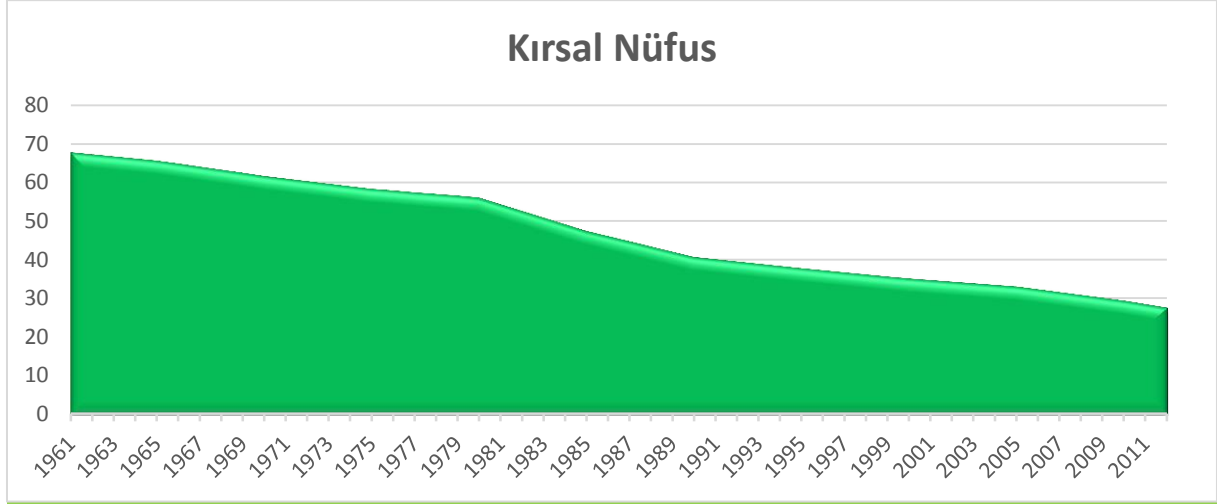
3.3 Kırsal Nüfus ve Tarımda İstihdam

Türkiye’de 1984 yılına kadar kırsal nüfus kentsel nüfustan fazlaydı. Ülkede 1980’lerden itibaren uygulanmaya başlanan liberalleşme politikaları ile kente göç hız kazanmıştır ve kırsal nüfusta sert düşüşler görülmüştür. 1961’de %68 olan kırsal nüfus oranı yıllar itibariyle sürekli azalma göstermiştir. Bu oran 1970’te %61, 1980’de %56, 1990’da %41, 2000’de %35, 2010’da %30 ve 2012’de ise %28 olarak tespit edilmiştir.

²² Türkiye’de İklim Değişikliğinin Tarım ve Gıda Güvencesine Etkileri, 2012, Türkiye’nin Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi’ne İlişkin İkinci Ulusal Bildirimi Hazırlık Faaliyetlerinin Desteklenmesi Projesi

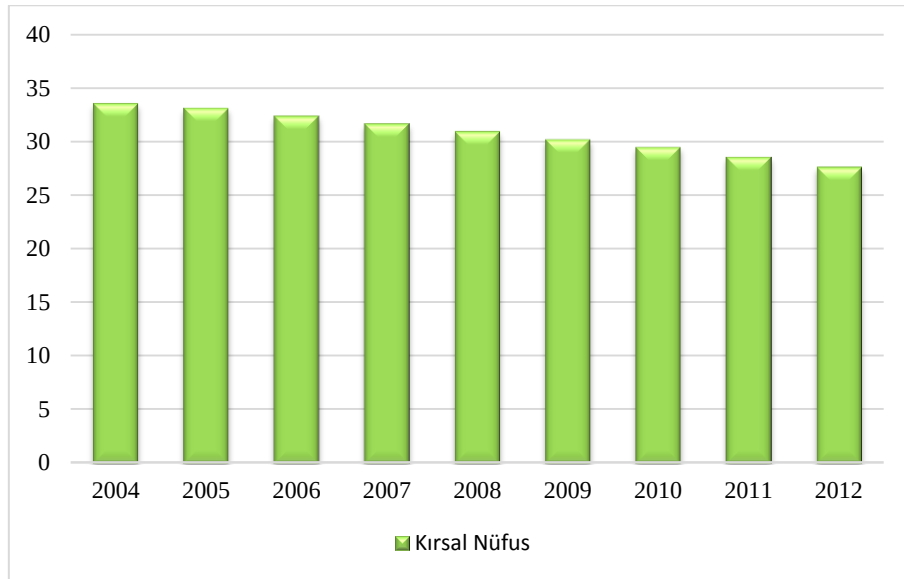
Grafik 15 ve Grafik 16’da kırsal nüfusta yaşanan değişim gösterilmiştir. Görüldüğü gibi 1960’lardan günümüze sürekli bir düşüş yaşanmasına rağmen en yoğun kayıp 1980-1990 yılları arasında gerçekleşmiştir.

Grafik 15. Yıllara Göre Türkiye’de Kırsal Nüfus Oranları



Kaynak: Dünya Bankası 2013, Tarım ve Kırsal Kalkınma Veritabanı

Grafik 16. Türkiye’de Kırsal Nüfus

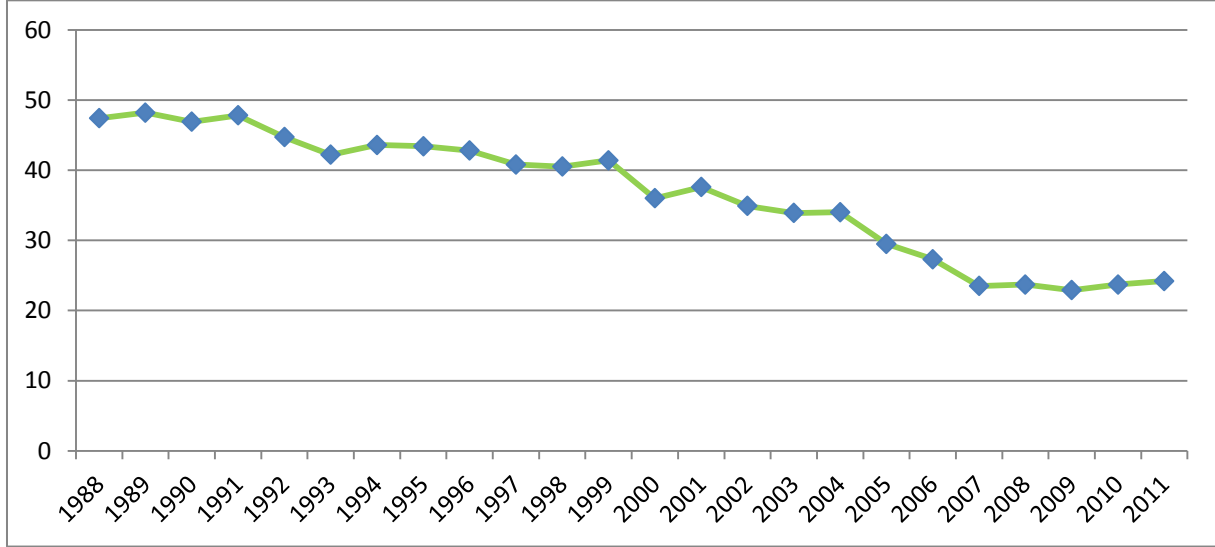


Kaynak: Dünya Bankası 2013, Tarım ve Kırsal Kalkınma Veritabanı

Grafik 16’da tarımdaki istihdamın toplam istihdamdaki payına bakıldığında genel olarak bir düşüş olduğu göze çarpmaktadır. 1990 yılında %46,90 olan tarımın istihdamdaki payı, 2000 yılında %36’ya, 2005 yılında %29,5’e, 2010 yılında ise %23,70’e gerilemiştir. 2011 yılında ise tarımda istihdam edilenlerin oranı toplam istihdamın %24,20’si olarak tespit edilmiştir. OECD ve Avrupa Birliği ülkelerindeki istihdam oranları ile karşılaştırıldığında %24’lük tarım istihdam payı oldukça yüksektir. Her ne kadar yıllar itibariyle önemli düşüşler yaşansa da

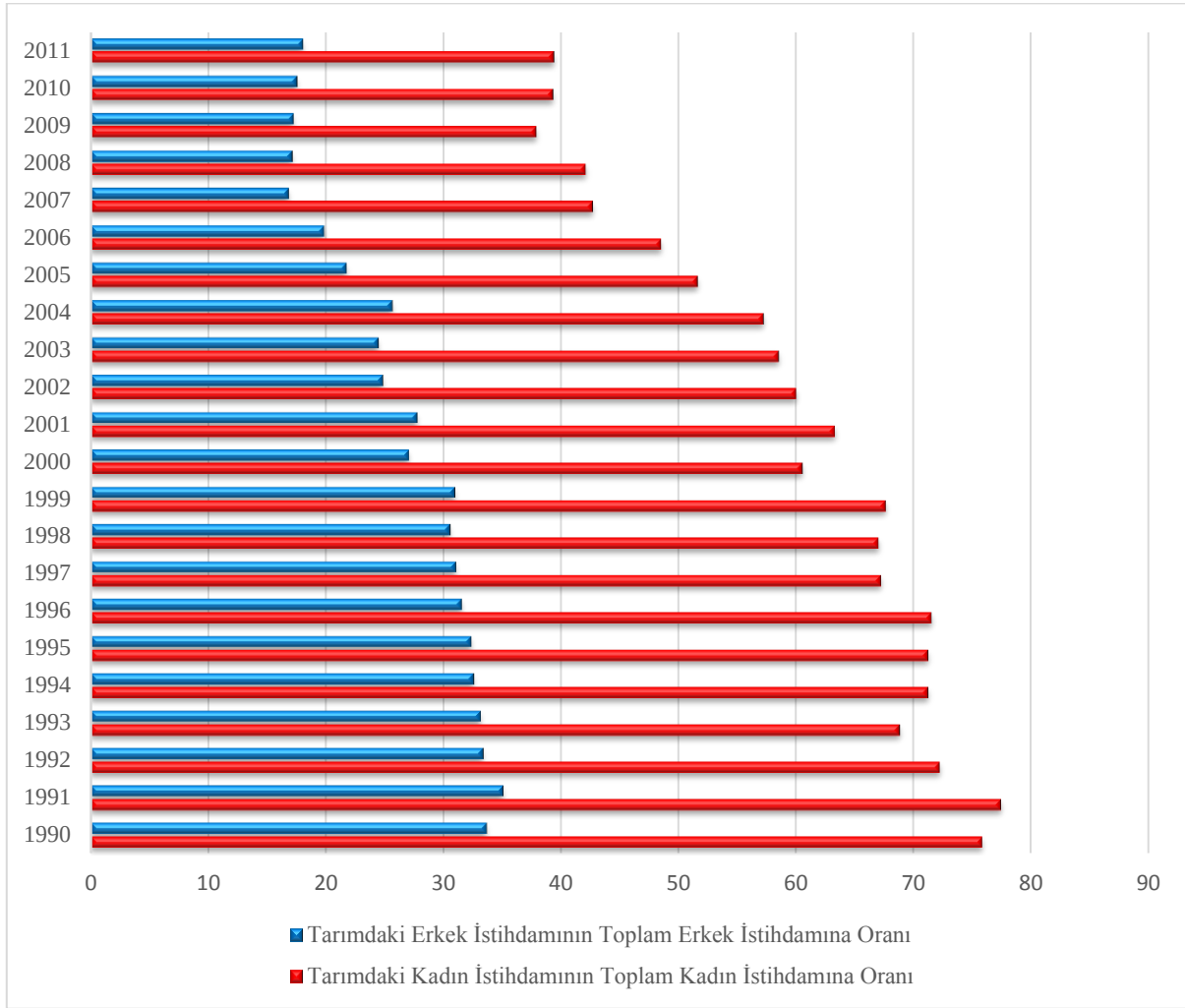
tarım hala Türkiye’de istihdamda ve ekonomide büyük önem arz etmektedir. Nitekim ülkede her 4 çalışandan birisi tarımda istihdam edilmektedir.

Grafik 17.Türkiye’de Yıllara Göre Tarımdaki İstihdamın Toplam İstihdama Oranı



Kaynak: Dünya Bankası 2013, İşgücü ve Sosyal Koruma Veritabanı

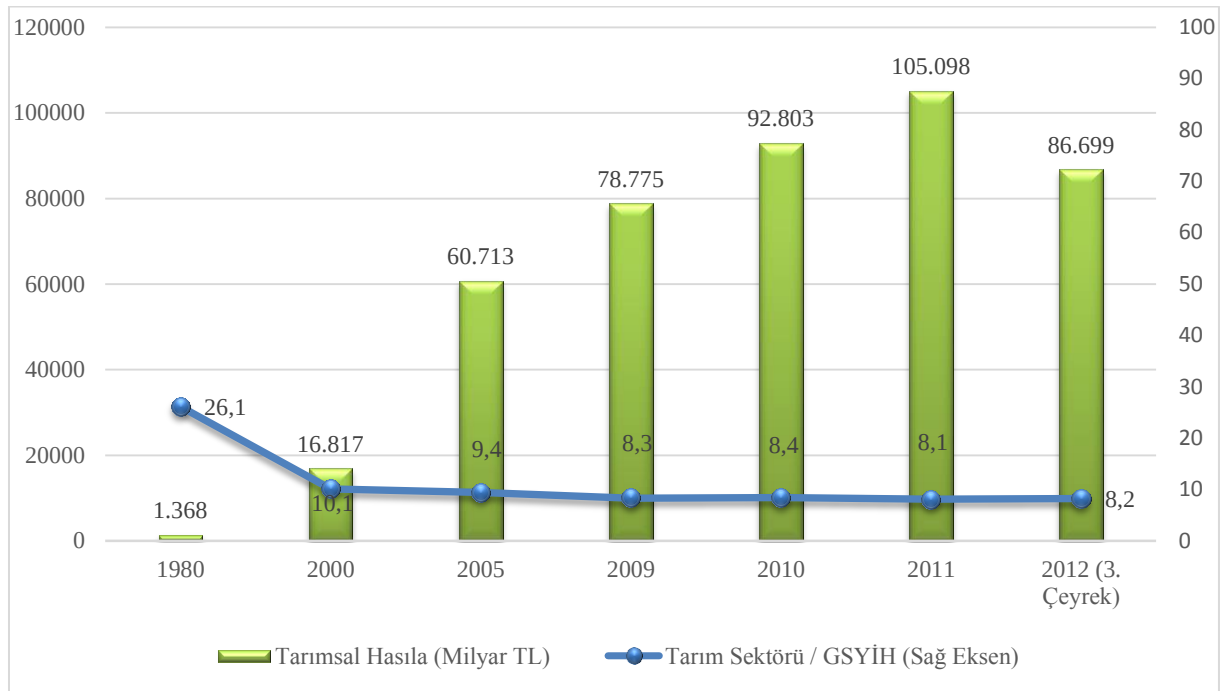
Grafik 17’de ise 1990-2011 yılları arasında tarımın kadın ve erkek istihdamındaki değişen payları verilmiştir. Grafikte öncelikle dikkati çeken husus tarımın kadın istihdamındaki yeridir. Son birkaç yıla kadar tarımın kadın istihdamındaki öncelikli sektör olduğu ve çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Erkek istihdamıyla karşılaştırıldığında yaklaşık iki kat daha fazla bir öneme sahiptir ve tarımda kadın ve erkeğin istihdam oranı yıllar itibariyle neredeyse sabit kalmıştır.

Grafik 18. Yıllara Göre Tarımın Kadın ve Erkek İstihdamındaki Payı, Türkiye

Kaynak: Dünya Bankası 2013, İşgücü ve Sosyal Koruma Veritabanı

3.4 Türkiye Tarımsal Ürün Dış Ticareti

Türkiye’de yıllar itibariyle tarımsal hasılda önemli bir artış gözlenmiştir. 1980 yılında 1.368 milyar TL olan tarımsal hasıla 30 yıllık dönemde 2010 yılına gelindiğinde 92.803 milyar TL’ye yükselmiştir. 2000 yılında 16.817 milyar TL olan tarımsal hasıla 2005 yılında 60.713 milyar TL’ye 2009 yılında ise 78.775 milyar TL’ye yükselmiştir. Grafik 17’de yıllara göre tarımsal hasıla miktarları belirtilmektedir.

Grafik 19.Türkiye'de Yıllara Göre Tarımsal Hasıla

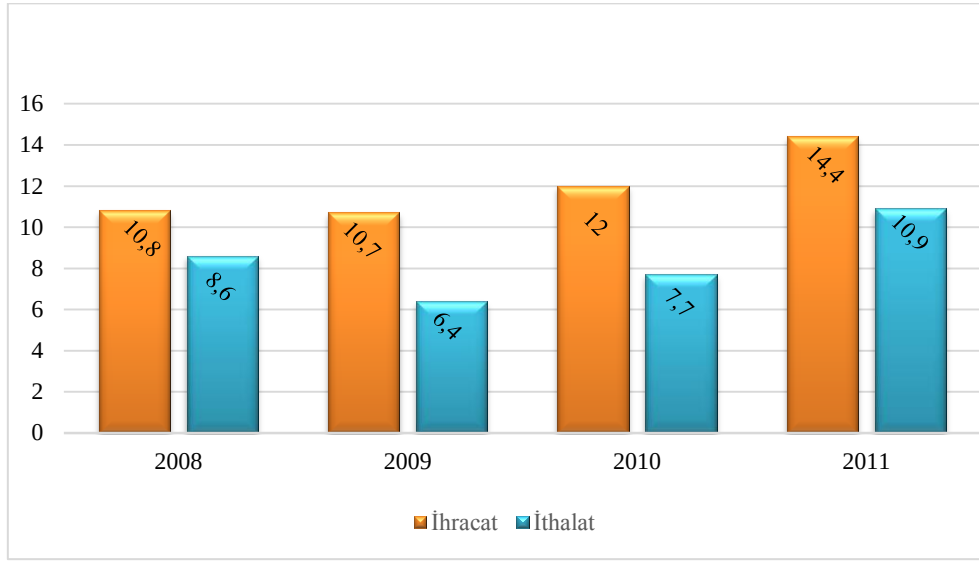
Kaynak: DPT, TÜİK

Türkiye tarımsal ürün dış ticaretinde de başarılı istatistiklere sahiptir. Dünyadaki ticaretin serbestleşmesi, korumacılığın kaldırılması yönündeki hızlı gelişmelere bağlı olarak, Türkiye’de de tarımsal sanayinin dış ticaret hacminde son 15 yılda oldukça önemli bir büyüme gerçekleşmiştir.²³ Günümüzde tarımsal dış ticaret, dış ticaret fazlasıyla Türkiye ekonomisine önemli bir katkı sağlamaktadır. Girdi fiyatlarının düşürülmesiyle yakın gelecekte ihracat rakamlarının arttırılması ve AB ülkeleriyle yarışabilecek kapasiteye gelmesi amaçlanmaktadır. Küresel ekonomik problemlere rağmen Türkiye tarımsal ürün dış ticaretinde olumlu sonuçlar elde etmiş, ihracat kapasitesini hızlı bir şekilde arttırırken ithalat miktarını da düşürmüştür. 2012 yılı itibariyle tarım ürünleri dış ticaretinde ihracatın ithalatı karşılama oranı % 97,8 olarak gerçekleşmiştir.²⁴

Grafik 19’da yıllara göre Türkiye’deki tarım ürünleri dış ticaret miktarları verilmiştir. 2008 yılında 10,8 milyar dolar olan ihracat miktarı 2011’de 14,4 milyar dolara yükselmiştir. 2011 yılına gelindiğinde tarım ürünleri ihracatında ciddi bir artış elde edilse de benzer yükseliş ithalatta da yaşanmıştır. Nitekim 2010 yılında 7,7 milyar dolar olan ithalat, 2011’de 10,9 milyar dolara yükselmiştir. 2009 yılında hem ithalat hem ihracatta düşüş yaşansa da sonraki süreçte her iki alanda da artış görülmüştür.

²³ Türkiye’de Tarım, Editör Prof. Dr. Fahri YAVUZ, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

²⁴ AB ve Dış ilişkiler Genel Müdürlüğü, <http://www.tarim.gov.tr/ABDGM/Sayfalar/IcMenuDetay.aspx?rid=21>
Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Grafik 20. Türkiye’de Yıllara Göre Tarım Ürünleri Dış Ticareti (Milyar Dolar)

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi

Tarım ürünleri ihracatımızın % 94’ünü, ithalatımızın da % 64’ünü oluşturan gıda maddelerinde 2011 yılında ihracatımız 14 milyar 207 milyon dolar olarak gerçekleşmiş olup, 2012 yılında gıda maddeleri ihracatı %5,8 artarak 15 milyar 37 milyon dolara yükselmiştir. Gıda maddelerinde ihracatın ithalatı karşılama oranı % 144,3’tür.²⁵

Tablo 7. Gıda Maddeleri Dış Ticareti (Milyon dolar)

Yıllar	Gıda Maddeleri İhracatı	Gıda Maddeleri İthalatı	Dış Ticaret Dengesi	İhracat Değişim %	İthalat Değişim %
2008	10.705	8.503	2.202	18,9	64,6
2009	10.582	6.108	4.474	-1,1	-28
2010	11.869	7.413	4.456	12,1	21,4
2011	14.207	10.653	3.555	19,7	43,7
2012	15.037	10.419	4.618	5,8	-2,2

Kaynak: Uluslararası Standart Ticaret Sınıflamasına (SITC, Rev.3) göre TÜİK verileri

3.5 Tarım Sektörüne Yapılan Yatırımlar

Türkiye tarım sektörü geçmiş yıllarda yabancı yatırımcının dikkatini yeterince çekememiş olsa da, içinde bulunduğumuz dönemde Orta Doğulu ve diğer yatırımcılardan giderek daha fazla ilgi görmektedir. Son yıllarda tarımsal yatırımlar için sağlanan devlet destekleri de yerli yatırımcıların daha fazla tarım sektörüyle ilgilenmelerini sağlamıştır.

²⁵ AB ve Dış ilişkiler Genel Müdürlüğü, <http://www.tarim.gov.tr/ABDGM/Sayfalar/IcMenuDetay.aspx?rid=21>
 Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Ancak tarım sektöründe yapılan yatırımların geri dönüşünün uzun vadeli olması, Türkiye’de tarım sektörünün önemli derecede risk faktörleri içermesi, tarım sektörünün bileşenleri sebebiyle bir takım belirsizliklere sahip olması ve Türkiye’de tarım piyasalarının dünya tarım piyasalarına uyum zorlukları barındırması tarım sektörüne yapılan doğrudan sermaye yatırımlarının düşük seviyelerde olmasına neden olmaktadır.

Kırsal kalkınma ve tarımda modernizasyon konularına yönelik son yıllarda çok sayıda teşvik ve destek programı gerçekleştirilmiş, tarım sektörüne yönelik yatırımların artması ve sektörün ekonomik potansiyelinin genişletilmesi amaçlanmıştır. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı verilerine göre 2006 yılında başlatılan “Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Projesi” kapsamında 3.155 adet proje tamamlanmış olup bu hibelere verilen toplam miktar 567 milyon TL tutarındadır.²⁶

Dokuzuncu kalkınma döneminde sektörel kamu sabit sermaye yatırımlarında tarım sektörünün payı %3,1 arttırılmıştır. Tarım sektöründe, sulama projeleri stokunun eritilebilmesi için kamu yatırımları artırılacak ve projeler hızlandırılarak önemli bir kısmı tamamlanacaktır. Yatırımların artırılması çalışmaları kapsamında 2007 yılında “Tarımsal Makine ve Ekipman Yatırımlarının Desteklenmesi Projesi” ile 349 milyon TL hibe desteği sağlanmıştır.

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı bünyesinde Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu IPARD programı kapsamında çok sayıda yatırımın gerçekleşmesini ve projenin hayat bulmasını sağlamaktadır.

Türkiye Ziraat Odaları Birliği verilerine göre 2014 yılı için kamu sabit sermaye yatırımlarının %10,4’ü, özel sektör yatırımlarının %3,4’ü, toplam yatırımların %4,9’u tarım sektörüne ayrılacaktır. Bu durumda 7 milyar 845 milyon lirası kamu, 9 milyar 129 milyon lirası özel sektör olmak üzere tarım sektörüne 16 milyar 975 milyon liralık yatırım yapılması öngörülmektedir.

Tablo 8.Tarım Sektörüne Yönelik Sabit Sermaye Yatırımı

	2012			2013			2014		
	Kamu	Özel	Toplam	Kamu	Özel	Toplam	Kamu	Özel	Toplam
Tarım	6.429	8.360	14.789	7.113	8.444	15.557	7.845	9.129	16.975

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı

Türkiye Ziraat Odaları Birliği tarafından tarıma yönelik yapılan sabit sermaye yatırımları miktarının 2023 yılına kadar artarak devam edeceği belirtilmiştir. Yapılacak yatırımların da paralelinde Türkiye’nin 2023 tarım sektörü için 150 milyar dolarlık tarımsal hasıla, 40 milyar dolarlık tarım ve gıda ihracatı hedefinin bulunduğu vurgulanmaktadır.

²⁶ Türkiye Tarım Sektörü Raporu, Plan Bütçe Konuşması, Türkiye’de Tarım

3.6 Türkiye’de Tarım Politikaları

Tarım sektörü, Türkiye’nin AB uyum sürecinde en kapsamlı ele alınması gereken politika alanlarından birisidir. Türkiye’nin tarım politikalarını şekillendiren nihai hedefi Türk tarımının Avrupa Ortak Tarım Politikası’na tam uyumunun sağlanması olsa da öncelikle topluluk sistemine uygun yeterli bir altyapı oluşturmaya yönelik çalışmalar yapılmaktadır. AB’ye uyum ve tarımsal kalkınma amacıyla Türkiye’de şu tarım politikaları uygulanmaktadır:

- Köye dönüş projelerinin desteklenmesi,
- Kırsal ve tarımsal veri tabanı oluşturulması,
- Tarımsal alan ve işletmelerin küçülmesinin önlenmesi,
- Tarımsal işletmelerde fiziksel altyapı yatırımlarının geliştirilmesi,
- Toprak ve su kaynaklarının sürdürülebilir yönetiminin sağlanması,
- Tarımsal sulama ağının yaygınlaştırılması ve etkin su kullanımının sağlanması,
- Pazar ihtiyaçlarına göre üretim planlaması yapılıp üretimin çeşitlendirilmesi,
- Bitkisel, hayvansal ve su ürünlerinin işleme, paketlenme, depolama ve pazarlama yapılarının geliştirilmesi ve istihdam kapasitesinin artırılması,
- İşlemeli tarıma elverişli olmayan alanlarda küçükbaş hayvancılık, arıcılık faaliyetlerinin geliştirilmesi,
- Küçük ve orta ölçekli tarımsal sanayinin desteklenmesi,
- Mesleki eğitim faaliyetlerinin artırılması,
- Detaylı temel toprak etütleri ve arazi envanteri yapılarak entegre arazi kullanım planları hazırlanmasıdır.

Türkiye tarım politikalarını oluştururken diğer ülkeler gibi içteki karar mekanizmalarına başvurmakla birlikte küresel bağlayıcı anlaşmalara bağlı hareket etmek durumundadır. Türkiye’nin tarım politikaları Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü, Uluslararası Para Fonu ve Avrupa Birliği gibi kurum ve kuruluşların belirlediği çerçevede oluşturulmaktadır.²⁷ 2000 yılında Tarım Reformu Uygulama Projesi’nin (ARIP) Türkiye’nin gündemine alınmasıyla tarımsal faaliyetlerin ekonomi üzerindeki yükünü azaltmak ve geliştirilen politikalarla kaliteli ve verimli ürün elde edebilmek adına önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Doğrudan mali destek verilmesi, verilen desteklerin aşamalı olarak geri çekilmesi ve devlete bağlı tarım işletmelerinin özelleştirilmesi aşamaları sayesinde hem tarım sektörünü canlı tutmak hem de sektördeki aktörlerin özel sektöre geçişiyle devlet müdahalelerinin azaltılması amaçlanmıştır. Ancak Tarım Reformu Uygulama Projesi’nin faaliyet aşamasında ortaya çıkan engeller ve uygulama zorlukları nedeniyle 2006-2010 yıllarını kapsayan Tarım Çerçeve Kanunu ve Tarım Stratejisi’nin hazırlanması şart olmuştur. Bu şekilde verimliliği yüksek ve sürdürülebilir bir tarım sektörü için adımlar atılmıştır. Türkiye’nin AB uyum sürecinde tarımsal faaliyetlerin desteklenmesi amacıyla “Ulusal Fon” oluşturulması ve gerekli harcamaların bu fon tarafından

²⁷ Çanakkale Tarım Sektörü Tanıtım ve Pazarlama Stratejileri Projesi, Çanakkale Ticaret Borsası
Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

karşılanarak bütçe üzerindeki yükün azaltılması amaçlanmaktadır. Bu modeldeki destekleme fonu, tarım piyasasına doğrudan müdahale etmek yerine çiftçiye piyasa sağlama garantisi vermekte ve bu yapılanma Türkiye'nin de örnek olarak uyguladığı DGD politikaları çerçevesinde yeniden yapılandırılmaktadır.

Türkiye'de son 50 yılda yapılan tarımsal politikalar analiz edildiğinde 9 adet beş yıllık kalkınma planının politikada belirleyici rol oynadığı görülmektedir. 1963-1967 yıllarını kapsayan birinci kalkınma planında tarım kooperatiflerinin kurulması ve bu kooperatif üyelerine destek verilmesi sağlanmıştır. İkinci kalkınma planında yeni tarımsal örgütlenme modellerinin geliştirilmesi üzerine çalışmalar yapılmıştır. Üçüncü kalkınma planında mevcut tarım politikalarının uygulanmasındaki engelleri aşmaya ve sorunları çözmeye yönelik faaliyetler yürütülmüş ve tarımsal destek fonunun kurulması planlanmıştır. Dördüncü kalkınma planında doğrudan müdahale ve desteklerden çok, mevcut üretimin verimliliğini ve dar ve orta gelirli çiftçinin üretim kalitesini arttırmaya yönelik tarımsal eğitim hizmetleri sağlamaya ve öz kaynakların geliştirilmesi için çalışmalar yapmaya odaklanılmıştır. Beşinci kalkınma planı kapsamında 1984'te Sulama Alanlarındaki Arazi Düzenlenmesine Dair Tarım Reformu Kanunu getirilerek tarımsal üretim hacmini genişletecek yöntemler izlenmiştir. Tarımsal ürünlerin pazarlama faaliyetlerini geliştirmek üzere eylem planı oluşturulmuş ve ürünlerin sigortalanması yöntemi geliştirilmiştir. Altıncı kalkınma planı 90'lı yılların başında uygulanan ve kendinden önce tarımsal uygulamaların sürdürülebilirliğine yönelik çalışmaların yapıldığı çalışmalardan oluşmaktadır. Yedinci kalkınma planında Tarımsal Politikalar ile İlgili Yapısal Değişim Projesi kapsamında, sekizinci eylem planında ise Genel Tarım Politikaları adı altında verimliliğin artırılması nihai amacına hizmet eden incelemeler yapılmış ve politikalar belirlenmiştir. 2007- 2013 yılları arasını kapsayan ve günümüzde uygulanmaya devam eden dokuzuncu kalkınma planı kamu hizmetlerinde kalite ve etkinliğin artırılması, tarım istihdam seviyesinin yukarılara çekilmesi ve bölgesel gelişimin önemi konularına değinmektedir. Bu kalkınma planı daha uzun vadeye odaklanan ve 2023 hedeflerine paralel düzenlenmiş sürdürülebilirliği ve ekonomide istikrarı temel alan hedeflerden meydana gelmektedir.²⁸

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın günümüzde uyguladığı tarımsal politikalar genel olarak tarımsal üretim kaynaklarını koruyarak kaliteli tarım ürünlerine erişilebilirliği ve gıda güvenliğini sağlamak, üretimden tüketime kadar uluslararası standartlara uygun gıda güvenilirliğini sağlamak, çevreye duyarlı ve etkin bitki sağlığı tedbirleri ile kaliteyi koruyarak bitkisel üretimi artırmak, hayvan hastalık ve zararlılarını kontrol etmek ve ortadan kaldırmak, hayvan refahını sağlamak, tarımsal ve sosyal altyapı hizmetlerini geliştirmek, kırsal kalkınma ve refahı sağlayarak kırsal alanların cazibesini artırmak ve hızlı, etkin ve kaliteli hizmet sunmak için kurumsal mükemmeliyeti sağlamak başlıkları altında şekillenmektedir.²⁹

²⁸ Çanakkale Tarım Sektörü Tanıtım ve Pazarlama Stratejileri Projesi, Çanakkale Ticaret Borsası

²⁹ Stratejik Plan, 2013-2017, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

3.7 Tarımsal Üretim Girdileri ve Girdi Destekleri

Sulama suyu, tohum, gübre, ilaçlar, kredi, tarım alet ve makineleri gibi araçlar hammadde ve insan gücünün yanında tarımsal üretimin yapılabilmesi için gereklidir. Tarım kaynaklı ekonomik bunalımların birçoğunda esas neden, girdi fiyatlarının yüksek olmasına rağmen ürün fiyatlarının düşük olmasıdır. Üreticinin kullandığı girdilerden mazot, gübre ve ilaç fiyatları AB ülkeleri ve ABD gibi ülkelerde üreticilerin ödediği fiyattan çok yüksektir. Türkiye hektara verim bakımından dünya ülkeleri arasında en ön sıralarda olmasına rağmen ABD'nin üretim ve ihracat desteklerinin etkisiyle düşmüş olduğu ileri sürülen dünya fiyatları karşısında rekabet etmekte zorlanmaktadır. Tarımsal üretimin devamı ve verimliliği, üreticinin teşviki ve sürekliliği için tarımsal üretim girdileri piyasası önem arz etmektedir.

Türkiye’de tarımsal üretim girdilerinin başında gelen sulama suyu, 1/3’ü ekilebilir alan olan Türkiye toprakları için iklimsel koşullar ve yağış oranları dışında manüel olarak taşınması gereken bir araçtır. Tarımsal arazilerin sulanması yer altı suları, akarsular, baraj suları gibi kaynaklar tarafından karşılanmaktadır. Türkiye’de Devlet Su İşleri (DSİ) Genel Müdürlüğü tarafından yapılan sulama şebekelerinin çok büyük bir bölümü (%95,93) yüzey sulama yöntemlerine göre planlanmış, inşa edilmiş ve yine DSİ tarafından işletilmektedir. Geri kalan %3,38’lik alan yağmurlama ve %1 ise damla yöntemleri ile sulanmaktadır.³⁰ Bitkisel üretimde kullanılan girdiler arasında en önemli yeri tohumluklar tutmaktadır. Tohumlukların üretimi kamu ve serbest piyasa ekonomisine geçiş ile birlikte özel sektör tarafından yürütülen bir rekabet alanıdır.³¹ Özel kuruluşların tohumluk üretimine başlaması ile birlikte yüksek verimli tohumluk yetiştirilmeye başlanmıştır. Tohumluk üretimini koordine eden kamu kuruluşları Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğü ve Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği’dir. Bir diğer önemli tarımsal üretim girdisi gübredir. Doğal gübre üretimi, yeni tekniklerin geliştirilmesi ile yapay gübreleme artış göstermiş, doğal afetler sonucu Türkiye’nin en önemli gübre merkezinin çalışamaz duruma gelmesi gibi nedenlerle sıklıkla kesintiye uğramış ve fiyat dalgalanmasına maruz kalmıştır. 2005 yılı hesaplamalarına göre Türkiye’de gübre kullanım miktarı yaklaşık 2 milyon ton BBM’dir. Bu miktar son yıllarda az çok sabitlenmiş olup ülke ekonomisi ve tarımda ortaya çıkan değişimlere göre dalgalanmalar göstermektedir. Kullanımın %70’ine yakını azot içerikli gübreler oluşturmaktadır. Traktör, pulluk ve kültivatör gibi tarımsal makineler, tarımsal üretime yönelik en pahalı araçlardır. Modern tarım uygulamalarının en önemli aracı olan tarımsal alet ve makineler iş gücü verimine de katkıda bulunmaktadır. Sanayi sektörünün gelişmesi ve tarımın endüstrileşmesi ile genişleyen ekim alanlarına geleneksel yöntem ve aletlerle müdahalede bulunmak zorlaştığından bu araçların kullanımı yaygınlaşmıştır.

³⁰ Türkiye’de Tarım, Editör Prof. Dr. Fahri YAVUZ, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

³¹ Çanakkale Tarım Sektörü Tanıtım ve Pazarlama Stratejileri Projesi, Çanakkale Ticaret Borsası

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

3.8 Tarım İşletmelerinin Amacı ve Yapısı

ARIP'in amaçladığı temel politikalardan bir tanesi de devlete bağlı tarım işletmelerinin özelleştirilmesi yolu ile bu işletmelerin devletin bütçesine yük getirmesinin önlenmesi, tarım ürünlerinin pazarlanma aşamasında devletin müdahalesinin azaltılması olarak belirtilmiştir. Bu bağlamda tarım işletmeleri de giderek serbest piyasaya daha fazla entegre olmaktadır.

Türkiye’de özel mülkiyete dayalı küçük aile işletmelerinin hâkim olduğu bir tarımsal yapı mevcuttur. Zaman içinde işlenen arazilerdeki genişlemeyle birlikte, işletme sayısı da artış göstermiştir. Ortalama işletme arazisi 1960 yılında 55,3 dekar iken, 2001 yılında 61 dekara yükselmiştir. Tarım işletmelerinde geleneksel yöntemler ile faaliyetler sürdürülmekte ve işletme sahibinin eğitim süresi ortalama 5 yıl sürmektedir. Tarım işletmelerinin sermaye yapıları dikkate alındığında, diğer işletmelere oranla daha az sermaye ile etkinliklerini sürdürmektedir. Gelişmiş ülkelerde tarım işletmelerinin toplam sermaye içindeki oranı Türkiye’ye oranla çok daha yüksektir. Tarım işletmelerinin çoğu finansal sıkıntılar dolayısıyla kredi kullanabilecek durumda olmayıp ayrıca yabancı sermaye ile ortaklık kurabilecek mali güce sahip değildir.

Gelişmiş ülkelerde tarım sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde, işletme büyüklüğü artarken işletme sayısında da yükseliş olduğu görülmektedir. Toprak genişliği esas alındığında, Türkiye’deki tarımsal işletmelerin küçük ölçekli işletmeler olduğu sonucuna varılabilir. Türkiye’de tarım işletmelerinin %80’inden fazlası küçük ölçekli işletmelerdir. 1952-1980 yılları arasında tarım arazilerinin parsel sayısı 15,7 milyondan 22,9 milyona yükselmiştir. Aynı dönemde işletmeler %17 oranında genişlerken, parsel sayısı %45,7’lik artış göstermiştir.

3.9 Türkiye’de Tarım Sektörünün Sorunları

Son yıllarda Türkiye ekonomisine büyük katkılar sağlayan tarım sektöründe çözümü gecikmiş ve sektörel büyümeye engel teşkil eden birtakım sorunlar mevcuttur. Türkiye Ziraat Odaları Birliği’nin beyanlarına göre bu sorunların başında arazi parçalanmaları, sulamaya açılmayan büyük arazilerin olması ve tarımsal örgütlenmedeki sorunlar gelmektedir. Sulamaya açılmayan 3,5 milyon hektar arazinin verimliliği önemli derece düşürdüğü görülmektedir. Tarım sektöründeki örgütlenmelerin başarısız olması ve kurulan kooperatiflerin amacına ulaşamaması, müdahale alımı yapılmasının ve üretici ile sanayicinin bir araya getirilmesinin önüne geçmektedir. Bu sorunun aşılarda örgütlerin bir taraftan talebe uygun arzı sağlaması bir taraftan da müdahale kurumu gibi bu ürünleri alıp soğuk hava depolarına atarak talebe göre piyasaya çıkarabilmesi amaçlanmaktadır.³²

Sera-bir tarafından hazırlanan mevcut durum analizine göre tarım sektöründeki başlıca sorunlar şu şekildedir:

³²<http://www.haberler.com/tarim-sektorunun-hedefi-ve-sorunlari-4785772-haberi/>

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

- Modern tarım işletmelerinin kimlik sorunu,
- Tarım sektöründeki yapı ruhsatı sorunu,
- Tarım sektörü istihdam ve sigorta sorunu,
- Tarım sektöründeki ısınma sorunu,
- Modern tarımda yapılacak alanların seçimi ve ölçek sorunu,
- Yerli tohum üretilmesi hususunda karşılaşılan sorunlar,
- İhracatla ilgili sektörel sorunlardır.

Tarım sektörüne ilişkin sorunların bir diğeri de erozyondur. Erozyon sonucunda toprağın verimi düşerken, barajların hizmet süresi de giderek kısalmaktadır. 2004 yılı Kalkınma Bankası araştırma raporlarına göre Türkiye'nin 78 milyon hektarlık yüzölçümünün 62 milyon hektarı (%79'u) erozyona tabi bulunmaktadır.³³

Yine 2004 yılı Kalkınma Bankası verilerine göre Türkiye tarımında tarımsal Ar-Ge'ye ayrılan kaynaklar son derece yetersiz kalmaktadır. Ar-Ge çalışmalarına toplam tarımsal gelirin %0,5'i kaynak olarak ayrılırken, tarımsal aktif nüfus başına ancak 19,8 dolar civarında Ar-Ge harcaması yapılabilmektedir.

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın tarımdaki mevcut durumu ortaya çıkarmak için yaptığı 2013 yılı Tarımsal Altyapı ve Kırsal Kalkınma GZFT analizi sonuçları şu şekildedir:

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
• Arazi toplulaştırma çalışmalarının hızlandırılması, • Arazi kullanım planları ile tarım arazilerinin amacına uygun kullanılmasının sağlanması, • Bölgesel ve kırsal kalkınma proje deneyimleri, • Uzaktan algılama teknolojilerinin etkin olarak kullanılmaya başlanması, • Kırsal kalkınma desteklerinin bütçedeki payının artması, kırsal sanayinin ve tarım dışı istihdamın desteklenebilmesi, • Geleneksel el sanatları konusunda verilen eğitimler, • Örgütlenme konusunda yeterli bilgi birikiminin olmasıdır.	• Kırsal alana özgü envanter bilgilerinin yetersizliği, • Kırsal kalkınma sürecine STK'ların etkin bir şekilde dâhil edilememesi, • Özellikle uluslararası kaynaklarla yürütülen projelerde konu uzmanı bulmadaki güçlükler, • Tarım-sanayi entegrasyonu ve pazarlama faaliyetlerinde etkinlik sorunları, • Kırsal alana hizmet götüren kamu kuruluşları arasındaki koordinasyon yetersizliği, • Karar vericilerin temel alacağı etki analizi çalışmalarının yeterli olmaması, • Uluslararası kaynaklardan yeterince yararlanılamaması, • Kırsal altyapı yetersizlikleri ve mevcut altyapının modernizasyon ihtiyacıdır.

³³http://www.kalkinma.com.tr/data/file/raporlar/ESA/GA/2004-GA/GA-04-07_20_Kalkinma_Surecinde_Tarim_Sektoru_CiltII.pdf

FIRSATLAR • Özel sektörün kırsal alanda yatırım yapma eğiliminin artması ve buna yönelik teşvikler, • Tarım-sanayi entegrasyonunun önemli gelişme göstermesi, • AB ve uluslararası kaynaklı fonlara erişebilirlik, • Kırsal turizme artan ilgi, • Yaygın üretici örgütlenmesi ve STK yapılanması, • Marka olabilecek yöresel ürün çeşitliliği, • Kırsalda haberleşme ve bilişim teknolojilerinin gelişmesi, • Kırsalın yaşanılan alanlar haline getirilmesi ile köyden göçün azalması, • Kırsaldaki tarım dışı potansiyelin değerlendirilme imkânları, • Altyapı yatırımlarına uygun toprak ve su kaynaklarının varlığı, • Kırsal kalkınma projeleri sonucu sosyal huzurun sağlanması, • Bölgesel kalkınma projelerinin varlığıdır.	TEHDİTLER • Kırsal alanlarda, sermaye birikimi eksikliği ve mali kaynak yetersizlikleri, • Tarım sektöründe gizli işsizlik ve kayıt dışılığın yaygınlığı, • Genç ve nitelikli işgücünün kırsal alanlardan göçü, • Geleneksel davranış eğilimleri ve üretim alışkanlıkları, • Küçük ölçekli işletmelerin tarım – sanayi entegrasyonuna katılmalarının güçlüğüdür.
--	--

4 DENİZLİ’NİN GENEL DURUMU

4.1 Denizli İli

Horozları ile ünlü Denizli zengin bir tarih ve kültüre sahiptir. Denizli, Hierapolis ve Laodikeia, Tripolis gibi antik kentleri, kaplıcaları ve dünyada eşi olmayan travertenlere sahip Pamukkale ile önemli turizm merkezidir.³⁴ İl topraklarının %47’si dağlar, %28’si ovalar, %23’ü platolar ve %2’si yaylalardan oluşmaktadır.³⁵ Yüzölçümü 11.692 km², denizden yükseltisi ise 428m’dir.³⁶

Anadolu Yarımadası’nın güneyinde yer alan Denizli’nin bir bölümü Ege, bir bölümü Akdeniz bir bölümü de İç Anadolu Bölgesi’nde yer almaktadır. Denizli’nin kuzeyinde Uşak, doğusunda Afyonkarahisar ve Burdur, güney ve güneybatısında Muğla, batısında Aydın, kuzeybatısında da Manisa illeri bulunmaktadır.³⁷

2012 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine (ADNKS) göre ilin toplam nüfusu 950.557 kişi olup, bunun 473.041’si erkek, 477.516’i kadındır. Merkez ilçe şehir nüfusu 554.424, belde/köy nüfusu 28.927’dir. Merkez ilçe hariç 18 ilçe, 87 belediye ve 360 köyü vardır.³⁸

Son yıllarda Denizli’de MEB sınavlarındaki başarı önemli bir artış göstermektedir ve eğitime yapılan harcamalar arttırılmaktadır. Denizli’de okur yazarlık oranı % 94’tür.³⁹

Tablo 9. Denizli’ye Ait Bazı Sosyal Veriler

Hastane ve Yatak Sayısı (2011)	22 / 2.138
Okul ve Öğretmen Sayısı (2012-2013)	398 / 1.002
Halk kütüphanesi ve Kitap Sayısı (2011)	27 / 298.207
Sinema Salonu ve Koltuk Sayısı (2011)	26 / 3.505
Kapalı ve Açık İnfaz Kurumu Sayısı (2011)	5 / 2

Kaynak: TÜİK 2012, Seçilmiş Göstergelerle Denizli

Denizli üç ayrı bölgede yer aldığından dolayı yüzey şekilleri de büyük çeşitlilik göstermektedir. İlin güney ve doğu kesimleri Torosların batı uzantıları ile engellenmiştir.

Denizli özellikle Pamukkale’de mineralli suların oluşturduğu travertenlerden dolayı ününü antik çağlardan bu yana sıcak ve mineralli (Kalsiyum oksitli) su kaynaklarından almıştır. Ayrıca bölge uzun bir tektonik fay hattı üzerinde yer almaktadır. Bu yüzden de çok sayıda

³⁴ http://www.egtur.com.tr/genel_bilgi/denizli-genel-bilgiler

³⁵ T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Kültür Portalı, <http://kurumsal.kulturturizm.gov.tr/turkiye/denizli/genelbilgiler#content>

³⁶ [http://tr.wikipedia.org/wiki/Denizli_\(il\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Denizli_(il))

³⁷ Kenthaber Kültür Kurulu <http://www.kenthaber.com/eged Denizli/Rehber/genel-bilgi/denizli-genel-bilgi>

³⁸ T.C. Denizli Valiliği

http://www.denizli.gov.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=118&Itemid=70

³⁹ <http://www.geka.org.tr/icerik/3/109/anasayfa.htm>

termal ve su kaynakları bulunmaktadır.⁴⁰ Pamukkale Kaplıcası, Karahayıt Kaplıcaları, Göremezli Çamur Kaplıcası, Çizmeli Kaplıcası, Babacık Kaplıcası, Sarayköy-Tekke Köy Ilıcası, Kavakbaşı, Kızıldere ve Ortaklı Ilıcaları termal kaynak suları üzerine kurulmuş başlıca tesislerdir. Bazı kaynak suları üzerinde de kültür balıkçılığı amacıyla tesisler kurulmuştur.

4.2 Denizli'nin Coğrafi Yapısı

Denizli, Anadolu Yarımadasının güneybatı, Ege Bölgesi'nin doğusunda yer almaktadır. Ege, İç Anadolu ve Akdeniz Bölgeleri arasında bir geçit durumundadır. Denizli ilinin, her üç bölge üzerinde de toprakları vardır. Denizli ili 28° 30' – 29° 30' doğu meridyenleri ile 37° 12' – 38° 12' kuzey paralelleri arasında yer almaktadır.⁴¹

Denizli ili yüzey şekilleri bakımından dalgalıdır. Alçak ve yüksek ovalar, yaylalar ve dağlar birbirini tamamlar. Arazisi denizden yüksektir. Deniz yüzeyine en yakın yer Sarayköy ilçesi olup, 170 metre rakımındadır.⁴² Batı Anadolu'nun ve Denizli'nin en yüksek dağı Honaz 2571 metre yüksekliğe sahiptir. Bu yükselti aynı zamanda Ege Bölgesi'nin en yüksek noktasıdır. Karcı (2308 m.), Akdağ (2449 m.), Bozdağ (2421 m.), Eşeler (2254 m.), Bulkaz (Burkaz) (1990 m.), Elmadağ (1805 m.), Büyük Çökelez (1340 m.) ve Beşparmak (1307 m.) ilin diğer önemli dağlarıdır.⁴³ Ovaları; Çürüksü ve Denizli Ovası, Büyük Menderes ve Sarayköy Ovası, Tavas Ovası, Kaklık Ovası, Harabat Ovası, Acıpayam Ovası, Çivril ve Baklan Ovalarıdır. Denizli ili sınırları içerisinde Acıgöl (Çardak Gölü), Beylerli (Çaltı) Gölü, Karagöl, Süleymaniye Gölü, Işıklı Gölü, Kartal Gölü olmak üzere altı adet doğal göl bulunmaktadır.⁴⁴ En büyük akarsu uzunluğu 529 km olan Ege Bölgesi'nin üç büyük nehrinden biri olan Büyük Menderes'tir. Çürüksü, Dalaman (Gireniz Çayı), Akçay (Bozdağan) Çayı, Yenidere, Gökpınar Çayı, Kufi Çayı, Derbent Çayı, Hamam Çayı ve Bağnaz Çayı ilde yer alan başlıca akarsulardandır.⁴⁵

Ormanlar il alanının %44'ünü kaplamakta olup daha çok güneyde yoğunlaşmıştır. Kızılçam, karaçam, sedir, ardıç, meşe, kestane, çınar, karaağaç, sandal ağacı, kayın, dişbudak ve mersin ağaçları bulunmaktadır.⁴⁶

Denizli ili Ege Bölgesi'nde olmasına rağmen Ege Bölgesi'nin iklimi tamamen görülmemektedir. Kıyı kesimlerinden iç bölgelere geçit yerinde olduğundan az da olsa iç bölgelerin iklimi hissedilir. Ege Bölgesi ikliminden sıcaklık olarak biraz düşük farklılıklar görülebilir. Denizli'de dağlar genel olarak denize doğru dik uzandığından denizden gelen

⁴⁰ <http://www.kenthaber.com/ege/denizli/Rehber/genel-bilgi/denizli-genel-bilgi>

⁴¹ T.C. Denizli Valiliği, Denizli'nin Coğrafi Konumu

⁴² Tanıtım Gönüllüleri Derneği, Denizli Tanıtım Portalı, Denizli Coğrafi Özellikler

⁴³ T.C. Denizli Valiliği, Denizli'nin Coğrafi Konumu

⁴⁴ Güney Ege Kalkınma Ajansı, Denizli İli Coğrafi Yapısı

⁴⁵ T.C. Denizli Valiliği, Denizli'nin Coğrafi Konumu

⁴⁶ <http://www.kenthaber.com/ege/denizli/Rehber/genel-bilgi/denizli-genel-bilgi>

rüzgârlara açık bulunmaktadır. Kışlar ılık ve yağışlı geçmektedir. İlde yıllık sıcaklık uzun dönemli eğilimde aylık ortalamalara göre 5,9 °C ile 27,5 °C arasında değişmektedir.⁴⁷

4.3 Denizli’de Ekonomik Yapı

Denizli ekonomik bakımdan tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin her üçünün de dinamik bir görünüm sergilediği önemli merkezlerden biridir. 2001 yılı itibariyle ilin GSYİH’sinin sektörel dağılımı incelendiğinde %60’lık pay ile birinci sıradaki hizmetler sektörünü sanayi (%22) ve tarım (%18) sektörlerinin izlediği görülmektedir.⁴⁸ Denizli, Türkiye'nin tekstil sanayisinde önemli gelişme göstermiş ilk dört merkezinden birisidir. Denizli'nin tekstil alanında gerçekleştirdiği büyük gelişme yerel girişimcilik ekseninde, başarılı bir örnek olarak gösterilmektedir. Denizli ekonomisinin temelini konfeksiyon, elektrolitik, cam, ham maddecilik ve metal, doğal taş, traverten ve mermer, modern hayvancılık, yem ve sütçülük sanayileri oluşturmaktadır.⁴⁹ Denizli açısından önemli bir diğer ekonomik sektör, sahip olduğu potansiyelin de etkisiyle turizmdir. Denizli ilinin turizm potansiyelindeki gelişmeye bazı temel göstergeler bazında baktığımızda, gerek gelen gerekse konaklayan turist sayısında kriz yılı olan 2009 hariç artış yaşanmış ve kente gelen turist sayısı iki milyonu aşmıştır.⁵⁰

Kalkınma Bakanlığı tarafından 2011 yılında oldukça kapsamlı bir veri setine dayanılarak yayınlanan “İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırmasında” Denizli ili 10.sırada yer almaktadır. Denizli’de 7 adet Organize Sanayi Bölgesi, 1 adet Serbest Bölge ve 1 adet Teknopark bulunmaktadır. OSB’lerin yanı sıra il merkezinde 3 adet, ilçelerde 17 adet olmak üzere toplam 20 adet küçük sanayi sitesi bulunmaktadır.⁵¹

Kentteki yoksulluk oranları açısından bir karşılaştırılma yapıldığında ise Denizli ilinin de içinde bulunduğu TR32 bölgesinde kentsel yoksulluk oranı %16,5 olan Türkiye kentsel kesim yoksulluk oranının altında %12,5 düzeyinde hesaplanmıştır.⁵²

⁴⁷ Denizli Belediyesi 2012-2016 Stratejik Planı

⁴⁸ Güney Ege Kalkınma Ajansı, Denizli İdari ve Sosyo-Ekonomik Yapı

<http://www.geka.org.tr/icerik/3/109/anasayfa.htm>

⁴⁹ Denizli Belediyesi, 2012-2016 Stratejik Planı

⁵⁰ Denizli Belediyesi, 2012-2016 Stratejik Planı

⁵¹ Güney Ege Kalkınma Ajansı, Denizli İdari ve Sosyo-Ekonomik Yapı

<http://www.geka.org.tr/icerik/3/109/anasayfa.htm>

⁵² Denizli Belediyesi, 2012-2016 Stratejik Planı

Tablo 10. Denizli Ekonomisine Ait İstatistikler (2005-2010)

	2005	2010
İllerin Gelişmişlik Sıralaması	12	12
Genel Ekonomi Sıralaması	16	16
Kişi Başı Ekonomi Sıralaması	11	12
İşgücü Sıralaması	22	18
Sosyal Gelişmişlik Sıralaması	16	13
Finansal Gelişmişlik Sıralaması	-	8
İşsizlik Oranı (%)	9,4	11,2
İSO 1000'deki Şirket Sayısı	20	21
Vergi Gelirleri (TL milyon)	530	1.033
İhracat (\$ milyon)	1.415	2.127
İthalat (\$ milyon)	721	1.731

Kaynak: İş Bankası, Türkiye’de İllerin Gelişmişlik Düzeyi Araştırması (2005 ve 2010 Yılları)

4.4 Denizli’de Tarımsal Yapı

Denizli ilindeki arazi yapısı tarım için çok elverişlidir. Başlıca tarım ürünleri buğday, arpa, mısır, nohut, tütün, haşhaş, üzüm ve pancardır. Üzümden sonra, kavun, karpuz, elma, armut, vişne, kiraz, şeftali, badem ve nar bol miktarda yetişmektedir Antepfıstığı üretimi gün geçtikçe artmaktadır. 70.000 zeytin ağacından ortalama 750 ton zeytin elde edilmektedir.⁵³ 2012 yılı Denizli Belediyesi Stratejik Planı’na göre Denizli’de toplam 1.186.800 hektar arazide işlenen tarım alanı %32’dir.

Tablo 11. İldeki Arazi Dağılımı

Denizli İli Genel Arazi Dağılımı		
Arazi Cinsi	Alan (Ha)	%
Tarım Arazisi	376.738	32
Çayır-Mera	22.314	2
Orman-Fundalık	565.788	47
Tarım Dışı	221.960	19
Toplam	1.186.800	100

Kaynak: Denizli Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

Denizli, Türkiye’de tekstile yönelik sanayi sektörü gelişimi ile dikkat çeken illerden birisidir. Buna rağmen ilde Acıpayam ve Çivril Ovaları ile önemli ölçüde tarım potansiyeli de bulunmaktadır. Tekstil sektörünün küreselleşme ile tehdit altında bulunması dikkate alındığında alternatif sanayi potansiyeli ile tarım potansiyelinin eşgüdüm halinde gelişmesinin desteklenmesi kalkınma sürecinde önemli bir güç olacaktır.⁵⁴

⁵³ <http://www.denizli.org/denizli-ekonomi.php>

⁵⁴ T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı, Çevresel Etki Değerlendirmesi ve Planlama Genel Müdürlüğü Aydın-Muğla-Denizli Planlama Bölgesi 1/100.000 Ölçekli Çevre Düzeni Planı, Sayfa:3

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

2013 yılı itibariyle 376.738 hektarlık tarım alanının 161.492 hektarlık bölgesi DSİ, İl Özel İdaresi ve halk tarafından sulanmaktadır. 32.665 hektarlık bir alan da yakın zamanda sulamaya açılacaktır.⁵⁵

Tablo 12. Denizli Tarım Alanları Kullanımı

Tarım Alanları Kullanımı (Ha)									
Ürünler	2002	2006	2007	2008	2009	2010	2011	%	
Tarla Bitkileri	Hububat	173.441	173.175	166.550	169.875	170.586	162.956	154.184	40,9
	Endüstri Bitkileri	89.920	67.018	62.866	62.021	63.587	72.512	76.583	20,3
	Baklagiller	19.797	16.997	18.317	17.008	17.370	17.562	17.715	4,7
	Yem Bitkileri	9.014	30.746	32.261	30.574	26.997	36.486	37.100	9,8
	Nadas ve Diğer Al.	13.185	12.816	18.117	16.877	16.167	17.398	17.730	4,7
	TOPLAM	305.357	300.752	298.111	296.356	294.707	294.594	303.312	80,4
Bağ Alanları	Çekirdekli Üzüm	21.689	24.874	24.849	24.702	23.789	23.592	23.197	6,2
	Çekirdeksiz Üzüm	21.326	20.784	21.129	21.081	21.544	20.985	20.852	5,5
	TOPLAM	43.015	45.658	45.978	45.783	45.333	44.577	44.049	11,7
Sebze Sahaları		17.277	15.004	13.969	13.659	13.784	13.731	13.401	3,6
Zeytin Sahası		1.875	3.082	3.376	3.831	4.002	4.175	4.293	1,1
Meyve Sahası		9.214	12.242	15.304	17.109	18.912	19.661	22.468	5,9
Genel Toplam		376.738	376.738	376.738	376.738	376.738	376.738	376.738	100

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

2011 yılı TÜİK verilerine göre, Denizli genelinde tarım sektöründe 106 bin kişi istihdam edilmektedir. Bu istihdam sayısı ildeki toplam istihdamın %29,3'üne karşılık gelmektedir. 2011'de %22,7 olan Türkiye ortalamasının üzerinde bir istatistiğe sahiptir.

TÜİK verilerine göre 2008 yılında Denizli'nin de içinde bulunduğu TR32 Bölgesi'nde tarım sektörünün gayrisafi hasıladaki payı 4.442.273(Bin TL) ile %14,4 seviyesindedir ve %8,5 olan Türkiye ortalamasının oldukça üzerindedir.

2012 yılı verilerine göre Denizli'de yapılan 2.622.583 bin dolarlık ihracatın 35.346 bin doları tarım ve ormancılık sektöründendir. Yine aynı yıl için Denizli ilinde yapılan 2.262.295bin dolarlık ithalatın da 95.826bin doları tarım ve ormancılık sektöründendir.

⁵⁵Denizli İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü

<http://www.denizlitarim.gov.tr/index.php?dosya=sutun1/sulukurutarimalani>

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

5 KALE’NİN GENEL DURUMU

5.1 Kale İlçesi

Kale, günümüzde "Eski Kale" adıyla anılan dört tarafı sarp, üst yüzeyi düz sayılabilecek kayalıkların üzerinde kurulmuş iken 1959 yılında bugünkü yerleşim alanına taşınmış ve aynı yıl ilçe olmuştur. Eski Kale, antik kaynaklarda Tabae olarak bilinmekle beraber, antik sikkelere ve halen satıh üzerinde görülen kalıntılara göre Tabae kenti, Helenistik, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerini de yaşamış eski ve önemli bir yerleşimdir.⁵⁶

Kale, Ege Bölgesi’nin İç Batı Anadolu bölümünde Denizli iline bağlı Denizli-Muğla karayolu üzerinde, Denizli il merkezine 75 km. Muğla iline ise 80 km. mesafede orta büyüklükte bir Anadolu şehridir.⁵⁷ İlçe Tavas, Beyağaç, Karacasu ilçeleri ve Muğla ili ile çevrilidir. Toplam nüfusu TÜİK 2012 sayımlarına göre 21.333 olup, nüfus kasaba ve köylerde yoğunlaşmıştır. Yüzölçümü 533 km² ve rakım 1.055 metredir.

Kale ilçesinde yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlı geçmektedir. Akdeniz iklimi ile karasal iklimin özellikleri de görülebilmektedir. Yıllık yağış tutarı 654mm. civarındadır. En fazla yağış Ocak ayında, en az yağış ise Temmuz ayında görülmektedir. İlçe Akdeniz iklimi tesirinde daha fazla kaldığından doğal bitki örtüsü maki ve iğne yapraklı ağaçlardan oluşmaktadır. Akçay, Yenidere Çayı ve Küfrekdere Çayı ilçenin başlıca akarsularıdır.

Yüksek Öğretim Kurumu’na bağlı Pamukkale Üniversitesi Kale Meslek Yüksek Okulu, Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı Mustafa Şipar Anadolu Lisesi, Etem Özsoy Çok Programlı Lisesi ve Kale İmam Hatip Lisesi bulunmaktadır. 16 adet ilköğretim okulu, 1 adet mesleki eğitim merkezi ve 1 adet halk eğitim merkezi vardır.⁵⁸

Tabae Ören Yeri içinde bulunan Cevherpaşa Camii, Kale ilçesi için önemli bir tarihi sembol ve değerdir.

5.2 Kale’de Ekonomik Yapı

İlçenin ekonomisi genelde tarım ve hayvancılığa dayanmaktadır. Bunun yanında ormancılık, küçük sanayi ve el sanatları, ticaret ve madencilik de ekonomiye katkı sağlamaktadır. İlçe arazisinin çok büyük kısmı sulanamadığından tarımda genellikle hububat ve tütün üreticiliği yapılmaktadır. Son yıllarda zeytin de yetiştirilmektedir. Habibler, Demirciler, Alanyurt gibi sulu tarım yapılabilen yerlerde domates ve biber üretimi yapılmaktadır. Seracılık henüz yeni gelişim göstermektedir.

⁵⁶ Denizli İl Özel İdaresi, <http://www.dioi.gov.tr/Ilce.aspx?ilce=Kale>

⁵⁷ Kale Belediyesi, Coğrafi Yapı, http://www.kale.bel.tr/31/4/sayfa/Cografya_Yapi.html

⁵⁸ Güney Ege Kalkınma Ajansı, Kale, <http://www.geka.org.tr/icerik/0/176/anasayfa.htm>

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

İlçede Gülbağlık, Çakırbağ, Ortaköy, Demirciler, Alanyurt, Özlüce ve Yenidere köylerinde linyit kömürü çıkarılmaktadır. Mülk sınırları içerisinde 14 maden kömürü havzası bulunmaktadır. Altısı işletme ruhsatlı, sekizi arama ruhsatlı olan bu havzalardaki kömür kalorisi 3.500-6.200 arasında değişmekte olup yıllık toplam üretim kapasiteleri 100.000 ton, üretim ise 75.000 tondur.⁵⁹

İlçede 4 adet Orman Köyleri Kalkındırma Kooperatifi, 2 adet Tarım Kredi Kooperatifi, 1 adet Esnaf ve Sanatkarlar Kooperatifi, 1 adet Küçük Sanayi Sitesi Kooperatifi ve Kaledavaz Dayanışma ve Kalkınma Vakfı adıyla bir vakıf bulunmaktadır.⁶⁰

İlçede Ziraat Bankası ve Halk Bankası bulunmaktadır. Cumartesi günleri halk pazarı kurulmaktadır. Burada üreticiler ürettikleri ürünleri pazarlamaktadırlar. Ayrıca dayanıklı tüketim malları, manifatura ve gıda maddeleri ticareti yapan perakende ve toptan satış merkezleri mevcuttur.

İlçenin coğrafi yapısının engebeli oluşundan dolayı hayvancılık sektörü gelişmemiştir. Hayvansal üretimin tamamına yakını aynı bölgede tüketilmektedir.

İlçede balıkçılık sektörü çok gelişmiş olmamakla birlikte Özlüce köyünde bulunan alabalık yetiştirme tesislerinde yıllık 65.000 adet alabalık üretimi yapılmaktadır. Kale ilçesinde 500 adet yerli, 1500 adet fenni kovan bulunmakta ve yıllık yaklaşık 15.000 kg. bal elde edilmektedir.⁶¹

Ormancılık sektöründe ilçede maden direği, sanayi odunu, kâğıt odunu, yakacak odun ve lif yonga üretimleri yapılmaktadır.

Ulaşım sektöründe, Denizli ilinin kıyı ile iç bölgeleri birbirine bağlayan bir konumda olması ve tatil merkezlerine yakınlığı dolayısıyla yoğun bir şehirlerarası ulaşım trafiğine sahiptir. Özellikle Ege ve Akdeniz bölgelerine yönelik yaygın servis ağıyla hizmet verilmektedir.

Spor sektörüne yönelik finansal nedenlerden dolayı yoğun çalışmalar ve yatırımlar yapılmamakla birlikte ilçede Kale Spor adında bir lisanslı kulüp vardır ve amatör kümede mücadele etmektedir.

Bunların dışında ilçede küçük işletmeler şeklinde demircilik, kaporta oto tamirciliği, tornacılık, mobilyacılık gibi faaliyetler de yürütülmektedir. Kale'de küçük sanayi sitesi yapım çalışmaları devam etmektedir.

⁵⁹ <http://www.kale-denizli.gov.tr/sayfalar/ekonomikyapi.aspx>

⁶⁰ Denizli İl Özel İdaresi, <http://www.dioi.gov.tr/Ilce.aspx?ilce=Kale>

⁶¹ Güney Ege Kalkınma Ajansı, Kale, <http://www.geka.org.tr/icerik/0/176/anasayfa.htm>

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

5.3 Kale’de Tarımsal Yapı

Üretilen tarla ürünlerinin başında tütün, buğday, arpa, nohut, biber ve ceviz gelmektedir. Ayrıca mısır, yulaf, mercimek, patates, domates, kavun, karpuz, salatalık, ıspanak, pırasa, soğan gibi sebzeler yetiştirilmektedir. Meyvelerden ise zeytin, elma, nar, üzüm, içde, armut, ayva, badem, erik, kayısı, kiraz gibi ürünler yetiştirilmektedir.⁶²

Kale ilçesinde üretilen biber çevre il ve ilçeler tarafından tanınmakta ve yaz aylarında biber festivali Kale Belediyesi tarafından her yıl düzenlenmektedir. Biber ilçede 660 dekarlık bir alanda yıllık 600-700 tonluk üretim ile önemli bir yere sahiptir. Biber festivalinde en iyi biber yarışması düzenlenmekte olup kaliteli ürün yetiştiren üreticiler ödüllendirilmektedir.⁶³ İlçede 49.000 dekarlık bir arazide yıllık ortalama 3.900 ton tütün, 26.300 dekarlık bir alanda yaklaşık 6.159 ton buğday, 130 dekarlık bir alanda yıllık 75-100 ton ceviz üretilmektedir.⁶⁴

Kale ilçesindeki arazilerin %21’lik kısmında tarım yapılmaktadır. Bu oran 152.500 dekarlık bir alana karşılık gelmektedir.

Tablo 13. İlçe Arazisi Dağılımı

Arazi Türü	Yüzde	Büyüklik (Dekar)
Orman	72,20	562.400
Tarım arazisi	21	152.500
Kullanılmaz arazi	1,8	13.000

Kaynak: Güney Ege Kalkınma Ajansı

İlçede yaklaşık 3.500 aile çiftçilikle uğraşmaktadır. İlçedeki arazilerin önemli bir kısmının sulama problemi olduğundan üretilen tarımsal ürünlerin çeşitliliği kısıtlı kalmaktadır. Sulu tarım yapılabilen alanlarda ise biber ve domates üretimi yoğunluktadır. Son yıllarda sulama faaliyetlerine yönelik yapılan çalışmalarla bu iki tarımsal ürünün üretim ve pazarlamasında artış görülmektedir. İlçe arazisinin yaklaşık beşte birlik kısmına tekabül eden tarımsal arazilerin 115.000 dekarı tarla ürünlerine, 350 dekarı meyveciliğe, 4.450 dekarı sebzeçiliğe, 1.000 dekarı bağcılığa, 500 dekarı zeytinciliğe ve 4.000 dekarı çeşitli yem bitkilerine ayrılmıştır.

⁶² Güney Ege Kalkınma Ajansı, Kale, <http://www.geka.org.tr/icerik/0/176/anasayfa.htm>

⁶³ T.C. Kale Kaymakamlığı, <http://www.kale-denizli.gov.tr/Sayfalar/ekonomikyapi.aspx>

⁶⁴ Güney Ege Kalkınma Ajansı, Kale, <http://www.geka.org.tr/icerik/0/176/anasayfa.htm>

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

6 BİBERİN DÜNYA VE TÜRKİYE TARIMINDAKİ YERİ

6.1 Biber ve Biber Yetiştiriciliğinin Temel Özellikleri

Dünyanın değişik bölgelerinde yaygın olarak yetiştirilmekte olan biberin uzun sivri, dolma, çarliston, iri kare ve konik olmak üzere çeşitli tipleri bulunmaktadır. Acılık meyvenin “Capsaicine” içeriğine ve bileşimine bağlıdır ve yüksek oranda plasenta kısmında bulunur. Besin değeri bakımından iyi bir sebze türüdür. Özellikle C vitamini açısından oldukça zengindir (103 mg/100 g) (IBPGR, 1983).⁶⁵ Aynı zamanda sinir, mide ve salgı bezlerine iyi gelmektedir. İştah açıcı, sindirimi kolaylaştırıcı ve idrar söktürücü olduğu bilinmektedir. Deniz tutması, adale ağrısı ve romatizma için de kullanılmaktadır. Kan dolaşımı ve kan basıncını düzenlemektedir.⁶⁶

Botanik özelliklerine bakıldığında ise kök olarak başlangıçta kazık kök olup zamanla yan köklerin çıkmasıyla bütünlük kazanmaktadır. Bitki bol görünümlü narin bir saçak köke sahiptir. Zaman zaman da kökler 100 cm. kadar inmektedir. Köklerin yanlara dağılımı 40-60 cm arasında değişmektedir. Soğuk sera topraklarında ise kökler derine inmeyip genelde ilk 10-30 cm.lik kısımda kalmaktadır. Başlangıçta otsu olan gövdesi ise dik olarak büyümekte ve zamanla odunsu bir hal almaktadır. Gövde ve dallar boğum ve boğum aralarından oluşmakta olup, narin ve kırılğan bir yapıya sahiptir. 50-200 cm arasında boyolanabilmektedir. Gövde dallanması bazı çeşitlerde alttan 2-3 boğumdan sonra başlamakta ve çeşidine bağlı olarak 4-10 boğum arasında yan dal geliştirdiği görülmektedir. Uzun, oval, yuvarlak, kenarları düz veya dalgalı, parlak, tüylü gibi değişik tiplerde yaprak görülebilmektedir. Gövde ve meyvelerde antosiyanin maddesi etkisiyle mor renk olabilmektedir. Yaprak renkleri de açık yeşilden koyu yeşile kadar farklı renklerde. Dolmalık çeşitlerin yaprakları daha büyük ve geniş olup, yaprak veya dal koltuklarında bir ya da birden fazla çiçek bulunabilmektedir. Erselik yapıda olup, erkek ve dişi organ aynı çiçek üzerindedir. 5-7 taç yaprak, 5 erkek organ ve 1 dişi organdan oluşmaktadır.⁶⁷

Sıcak ve ılık iklim sebzesi olan biber ılık iklimlerde tek yıllık, sıcak iklimlerde birkaç yıllıktır. Biber yetiştirme periyodunun erken devrelerinde daha fazla sıcaklığa ihtiyaç duymaktadır. Vejetasyon süresince sıcaklığın 15°C olması gerekmekte olup, optimum sıcaklık isteği 18-26 °C’dir. Biber bitkileri 15 °C’nin altında ve 32 °C’nin üzerindeki sıcaklıklarda zarar görmekte ve alınan verim düşmektedir. 35 °C’nin üstündeki sıcaklıklarda bitki büyümesi ve gelişmesi çok yavaşlamaktadır. Yüksek sıcaklık, acı biberlerde acılığı artıran bir faktördür. Gelişme döneminde gündüz sıcaklığı 21-26 °C, gece sıcaklığı 15-17 °C idealdir. Gündüz sıcaklığının 32-35 °C ve gece sıcaklığı 15°C’nin altına düştüğünde bitki büyümesi yavaşlamakta ve

⁶⁵ Eken, M., Farklı Biber Tiplerinde Çinko (Zn) Etkinliğinin Belirlenmesi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2007.

⁶⁶ Batı Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Biberin Türkiye ve Dünya’daki Durumu, <http://batem.gov.tr/urunler/sebzelerimiz/biber/biber.htm>

⁶⁷ http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/bahcecilik/moduller/biber_yetistirciligi.pdf

döllenme aksamaktadır. Donlara karşı çok hassas olup, yetiştirme devrelerinde sıcaklık sıfırın altında -2,-3dereceye düştüğünde tamamen ölmektedir. Bu nedenle yastıklarda yetiştirilen fidelerin açığındaki yerlerine dikimi, ilkbaharda don tehlikesi tamamen kalktığına ve toprak ile hava sıcaklık şartları uygun bir hâl aldığına yapılmalıdır. Düşük sıcaklıklarda gelişip büyümemiş partenokarp, kötü şekilli takoz meyvelerden oluşur.⁶⁸

Biber gerek toprakta gerekse ortamda nemden hoşlanmakta olup, toprakta devamlı %60-70 oranında nem bulunmalıdır. Bitkinin optimal gelişmesi sıcaklık, kısmen ışık yoğunluğu, toprak ve hava nemi gibi çevre faktörlerine bağlıdır. Işığı çok seven biber bitkileri, gün uzunluğuna karşı duyarsızdır. Biber seralarında hava oransal nemi %70-75 civarında tutulmaya çalışılmaktadır. Atmosferdekinem oranıyla biber bitkisinin gelişmesi arasındaki ilişki büyük olduğundan sera oransalneminin biber seralarında istenilen sınırlarda tutulmasına özen gösterilmektedir. Sera oransal nemini artırmak amacıyla bitkilerin üst kısımlarından dikkatsizce yapılan su püskürtme işlemi Botrytis hastalığının başlamasına neden olabilmektedir. Püskürtme işlemi güneşli günlerde günde 1-2 kez kısa süreli yapılmak koşuluyla zararlı olmayabilmektedir.

Biber yetiştiriciliğinde organik maddece zengin, çeşitli besin maddelerini içeren, tınlı, tınlı-kumlu, su tutma kapasitesi iyi, çabuk ısınabilir, derin, geçirgen, iyi drene edilmiş topraklar uygundur. Kumlu-tınlı topraklar ise erkencilik sağlamaktadır. Ağır, killi ve fazla su tutan topraklar ile tamamen kumlu topraklar, biber tarımına uygun değildir. Biber yetiştiriciliğinde, kök sisteminin yüzeysel olmasından dolayı toprak neminin yüksek seviyede olması istense de, yetersiz drenajı olan ağır topraklarda aşırı sudan biber olumsuz etkilenmektedir. Toprak pH'ı ise optimum 5,6- 6,8 olmalıdır. Yüksek pH durumunda P, Fe, Mn, Zn, Cu gibi mikro elementlerin alınabilirliği azalmaktadır. Biber toprak tuzluluğuna oldukça duyarlıdır.

6.1.1 Dünya Tarımında Biber

Biberin anavatanı Orta ve Güney Amerika'dır. Amerika'nın keşfi (1493) sırasında Meksika, Şili ve Peru civarındaki Kızılderililerin biber yetiştirdiği bilinmektedir. Güney Amerika, özellikle Brezilya, çeşitli biber tür ve formların orijin merkezidir.⁶⁹ Biber önce İspanya'dan 1548 yılında İngiltere'ye, daha sonra Orta Avrupa ve diğer Avrupa ülkelerine girmiştir. Balkan ülkelerinden sonra Türkler tarafından Orta ve Kuzey Afrika ülkelerine tanıtılmıştır.⁷⁰

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)'nın en güncel verileri olan 2011 yılı verilerine göre dünyada 56,7 milyon hektar alanda yaş sebze üretimi yapılmıştır. Söz konusu alanda yetiştirilen toplam yaş sebze 1,1 milyar ton olup, domates yaklaşık 159 milyon tonluk üretimi ile dünyada en çok yetiştirilen yaş sebze ürünüdür. Domates ürününü sırasıyla karpuz (104 milyon ton), kuru soğan (85,3 milyon ton), lahana (68,8 milyon ton), hıyar ve kornişon

⁶⁸http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/bahcecilik/moduller/biber_yetistirciligi.pdf

⁶⁹ Batı Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Biberin Türkiye ve Dünya'daki Durumu, <http://batem.gov.tr/urunler/sebzelerimiz/biber/biber.htm>

⁷⁰http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/bahcecilik/moduller/biber_yetistirciligi.pdf

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

(65,3 milyon ton) ürünleri takip etmektedir. 2011 yılı itibarıyla toplam yaş sebze üretiminde 2010 yılına kıyasla % 12,6 oranında artış meydana gelmiştir.⁷¹

Geniş coğrafi yapısının etkisiyle tarımsal üretimin yoğun bir şekilde yapıldığı Çin’de iklim çeşitliliğinden dolayı tüm yaş sebze türlerinin üretimi yapılabilmektedir. FAO verilerine göre dünyada en fazla yaş sebze yetiştiren ülke Çin olup, dünya yaş sebze üretiminden %51,6 oranında pay almaktadır. Çin’in yaş sebze üretimini sırasıyla Hindistan (105,8 milyon ton) ve ABD (34,7 milyon ton) takip etmektedir. Türkiye 27,4 milyon tonluk üretimi ile dünya sıralamasında 4’üncü sırada yer almakta ve küresel yaş sebze üretiminden %2,5 oranında pay almaktadır.⁷²

İhracatta ise dünya yaş sebze ihracatı 2011 yılında 2010 yılına kıyasla %4,9’luk bir artış kaydederek 37,7 milyar dolara ulaşmıştır. Hollanda 6,1 milyar dolarlık ihracatı ile dünya ihracatından %16,3’lük pay almakta, bu ülkeyi İspanya (4,6 milyar dolar), Meksika (4,4 milyar dolar), Çin (3,8 milyar dolar) ve ABD (2,3 milyar dolar) izlemektedir. Trademap verilerine göre Türkiye 678 milyon dolarlık ihracat hacmiyle 2011 yılı itibarıyla dünya yaş meyve ihracatından % 1,8’lik pay almakta ve 12. sırada yer almaktadır.⁷³

Avrupa Birliği ülkelerinin yıllara göre sebze üretim miktarları Tablo 14’te verilmiştir. Türkiye’nin de dahil edildiği tabloda sebze üretim miktarının en çok Türkiye’de gerçekleştirildiği görülmektedir. İstatistiki verilerde ele alınan ölçütlerin etkisiyle farklı veri tabanlarında küçük farklılıklar görülebilmektedir. Ancak 2012 yılında Türkiye’de yaklaşık olarak 28 milyon tonluk sebze üretimi gerçekleşmiştir. Sebze üretiminde Türkiye’yi Fransa, Hollanda ve Romanya takip etmektedir.

Dünya biber üretiminde en yüksek paya sahip ülke Çin Halk Cumhuriyeti’dir. 2011 yılı verilerine göre Çin’de 15.520.000 ton biber üretimi gerçekleştirilmiştir. Biber üretiminde Çin’i 2.131.740 tonluk üretim ile Meksika takip etmektedir. Dünya sıralamasında üçüncü sırada ise Türkiye yer almaktadır. Türkiye 2011 yılında 1.975.269’luk biber üretimi gerçekleştirmiştir.

⁷¹ Kalkınma Bakanlığı, Sektör Raporları, Yaş Meyve ve Sebze Sektörü, 2013.

⁷² A.e.

⁷³ A.e.

Tablo 14. Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye’de Yıllara Göre Sebze Üretim Miktarları (Bin Ton)

Bölge/Zaman	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Almanya	-	3166,2	3386,5	3476,7	3662	3290,7	3686	-
Avusturya	510,7	527,8	548,6	574,3	594,6	606	717,9	625,6
Belçika	-	1486,4	1527,2	1505,1	1577,3	-	-	-
Bir. Krallık	2658,9	2643,7	2502,9	-	-	-	-	-
Bulgaristan	476,7	777,9	489,6	506,9	501,7	504	454,3	381,8
Çek Cum.	-	-	182,4	183,8	142,5	135,9	170,4	171,2
Danimarka	243,8	245,1	-	-	-	269,1	293,2	271,4
Estonya	62,7	33,1	43,4	39,2	-	-	-	-
Finlandiya	-	230,7	244,8	230,1	252	238,3	242,5	220
Fransa	5872	5654,3	6892,8	5638,4	-	6786	6102,9	6212
Güney Kıbrıs	95,1	91,7	88,5	78,9	72,5	71,8	101,3	65,1
Hollanda	4216	4112	4358,5	4579,7	4701	4742	1642	4680
İspanya	13575,3	12403,6	12498,3	8859,9	9941,2	-	-	-
İtalya	14419,7	13554	13550,4	13306,3	11668,3	13972,8	13350,5	-
Letonya	162,8	157,5	142,4	131,1	171,1	69,4	-	-
Litvanya	300,4	174,6	238,7	263,7	287,2	175,3	308,3	289,6
Lüksemburg	1,6	1	1,1	1,1	1,2	1,3	1,3	1,3
Macaristan	1547,4	1779,2	1759,8	1818,1	1614,3	1144,4	-	-
Polonya	-	-	4986,6	4430,4	4809,7	4250,2	4305	-
Romanya	1986,3	2371	1736,9	2092,8	2073,4	1800,4	2709,6	2558,7
Slovenya	87,6	78,8	65,2	78,2	83,9	-	-	-
Yunanistan	3789,3	3640,3	3612	3445	-	-	-	-
Türkiye	26517,2	25886	25726	27259	26784	-	40603	28105

Kaynak: Avrupa Birliği İstatistik Ofisi (EUROSTAT) 2013, Konularına Göre Tablolar, Tarım, Ekin Üretim Miktarları, Sebzeler

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Tablo 15. Dünya Biber Üretim Sıralaması, 2011 (Ton)

Sıralama	Bölge	Üretim
1	Çin	15.520.000
2	Meksika	2.131.740
3	Türkiye	1.975.269
4	Endonezya	1.483.079
5	ABD	991.370
6	İspanya	921.089
7	Mısır	670.434
8	Nijerya	449.594
9	Cezayir	384.267
10	Hollanda	365.000
11	Tunus	268.000
12	Etiyopya	267.645
13	Kore Cumhuriyeti	262.257
14	Romanya	253.505
15	İtalya	229.093
16	İsrail	226.075
17	Ukrayna	185.200
18	Makedonya	153.842
19	Kazakistan	153.000
20	Sırbistan	145.206

Kaynak: Dünya Gıda ve Tarım Örgütü 2013, FAOSTAT, Gıda ve Tarım Ürünleri Üretim

6.1.2 Türkiye Tarımında Biber

2012 yılında sebze ürünleri üretim miktarı bir önceki yıla göre %0,7 oranında artarak 27,8 milyon ton olmuştur. Sebzeler grubunun önemli ürünlerinden domates üretimi %3,1 oranında artarak yaklaşık 11,3 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Biber üretimi ise söz konusu yılda %3,4 nispetinde artış kaydederek 2 milyon tona ulaşmıştır. Hıyar üretiminde kayda değer bir değişiklik gerçekleşmemiş bu üründe 2012 yılı üretim miktarı 1,7 milyon ton olmuştur. Toplam sebze üretiminde önemli bir yer teşkil eden karpuzda ise bir önceki yıla kıyasla %4,1’lik artış kaydedilmiş 2012 yılı karpuz üretim miktarı 4 milyon ton olmuştur. Kavun üretimi 2012 yılında bir önceki yıla göre %2,5 nispetinde yükselerek 1,7 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Kuru soğanda ise %22,1 gibi önemli bir düşüş kaydedilmiş, 2012 yılı kuru soğan üretim miktarı 1,7 milyon ton olmuştur.⁷⁴

Türkiye’de biber, kırmızı toz ve pul biber, turşu, biber salçası, taze ve dondurulmuş olarak çeşitli kullanım alanlarına sahiptir. Ayrıca ilaç yapımında hammadde ve süs bitkisi olarak da kullanılmaktadır. Türkiye’de biber üretiminin artmasının en büyük nedenlerinden birisi modern yetiştiricilik tekniklerinin kullanılmasıdır. Üretim artışına dair bir diğer neden olarak da F1 hibrit çeşitlerinin üretime girmiş olması söylenebilir. Aynı zamanda biberin hem

⁷⁴ Kalkınma Bakanlığı, Sektör Raporları, Yaş Meyve ve Sebze Sektörü, 2013

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

dünyada hem de Türkiye’de üretim alanının artması ve ekonomik olarak önemli bir ürün haline gelmesi mineral beslenme ile de ilgilidir. Türkiye’nin her bölgesinde az veya çok biber yetiştiriciliği yapılmaktadır.⁷⁵

Biber üretiminde ekolojik isteklerin sağlanması, kışın ısıtma yapılması ve yüksek verimli hibrit çeşitler kullanılmasıyla gelir oranı diğer türlere göre daha yüksek olmakta, gelir/maliyet oranı %60'lara çıkabilmektedir. İhracat potansiyeli de oldukça yüksektir. Yurt içi tüketime uygun en fazla üretilen geleneksel biber tipleri sivri, çarliston, dolma ve kapya (Yağlık biber) tipleridir. İhracat amaçlı üretimde bilhassa Avrupa tarafından sarı, beyazımsı macar tipleri ve iri blok dolma biberler tercih edilmektedir.⁷⁶

Türkiye çok önemli miktarlarda biber üretimi gerçekleştirmektedir. Bu sebeple Türkiye’de yetiştirilen tarımsal ürünler arasında biberin önemli bir yeri vardır. Yıllar itibariyle biber üretim miktarlarına bakıldığında zaman zaman azalmalar yaşansa da genel itibariyle bir artıştan söz edilebilmektedir. 2000-2001 döneminde 1.480.000 ton biber üretimi gerçekleşmişken bu miktar 2011-2012 döneminde 1.975.269’a yükselmiştir. Ülkede biber üretiminde 2004 yılına kadar sürekli bir artış yaşanmış, 2004-2005 döneminde bir önceki döneme göre yaklaşık 90.000 tonluk düşük görülmüştür. Bir sonraki dönemde ise tekrar artış elde edilmiştir. 2007 yılında da benzer bir düşüş yaşansa da sonraki yıllarda biber üretimi artarak devam etmiştir.

Tablo 16. Yıllara Göre Türkiye’de Biber Üretim Miktarları (Ton)

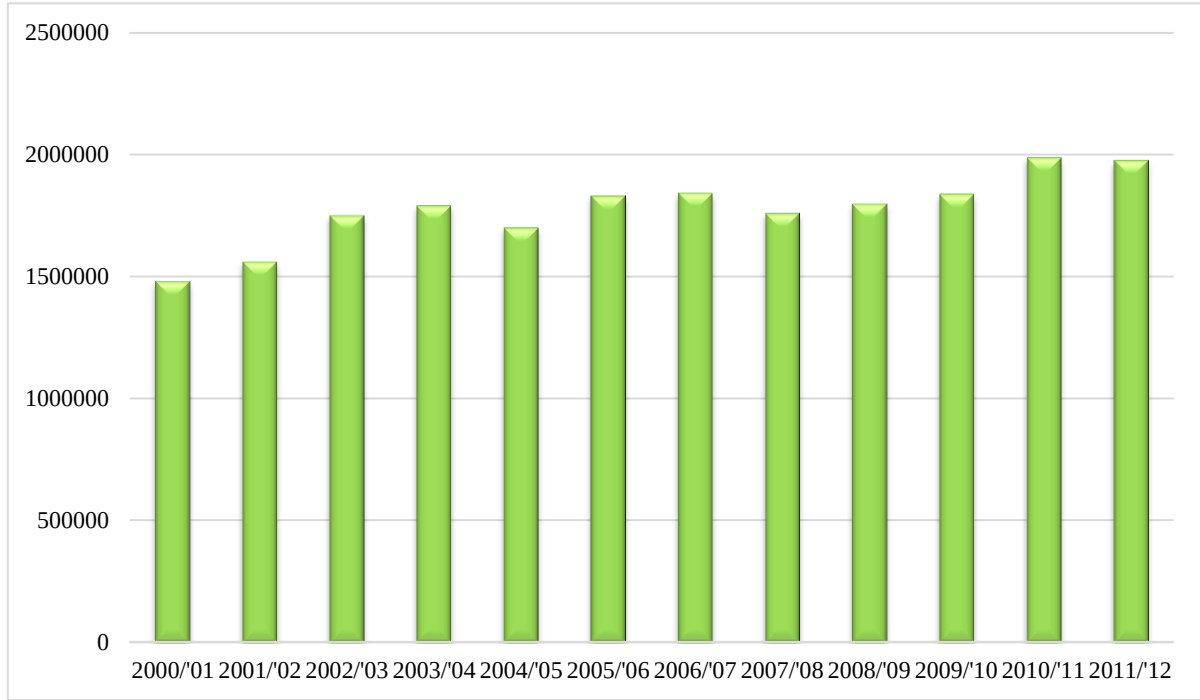
Yıl	Biber Üretim Miktarı
2000/01	1.480.000
2001/02	1.560.000
2002/03	1.750.000
2003/04	1.790.000
2004/05	1.700.000
2005/06	1.829.000
2006/07	1.842.175
2007/08	1.759.224
2008/09	1.796.177
2009/10	1.837.003
2010/11	1.986.700
2011/12	1.975.269

Kaynak: TÜİK

⁷⁵ Eken, M., Farklı Biber Tiplerinde Çinko (Zn) Etkinliğinin Belirlenmesi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2007.

⁷⁶ Batı Akdeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Biberin Türkiye ve Dünya’daki Durumu, <http://batem.gov.tr/urunler/sebzelerimiz/biber/biber.htm>

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Grafik 21. Yıllara Göre Türkiye’de Biber Üretimi (Ton)

Kaynak: TÜİK

Türkiye’de üretilen biberlerin büyük bir çoğunluğu iç pazara dönük tüketim içindir. Örneğin 2011/12 döneminde ülkede 1.975.269 ton biber üretimi gerçekleşmiş, bunun sadece 144.855 tonu ihracat için kullanılmıştır. Türkiye yüksek miktarlarda biber üretse de az da olsa biber ithalatı gerçekleşmektedir. Tablo 17’de biber ihracat ve ithalat miktarları 2000-2012 yılları arasını kapsayacak şekilde verilmiştir. Buna göre 2000/2001 döneminde 115.877 ton biber ihracatı gerçekleşirken aynı dönemde 421 tonluk dışarıdan biber alımı yapılmıştır. Yıllara göre biber ihracat ve ithalat miktarlarına baktığımızda ise sürekli bir artış veya azalıştan söz etmek mümkün değildir. 2000/2001 döneminden 2003/2004 dönemine kadar ihracatta artış yaşanmış ancak 2004/2005 dönemine geçildiğinde düşüş yaşanmıştır. 2008/2009 döneminden itibaren ise biber ihracatında sürekli bir azalma görülmüştür. İhracatta yaşanan sert düşüşler ithalattaki artışı da beraberinde getirmiştir. Son dört yıl içinde ithalat sürekli bir artış göstermese de 2010/2011 döneminden 2011/2012 dönemine geçişte önemli bir artış kaydedilmiştir.

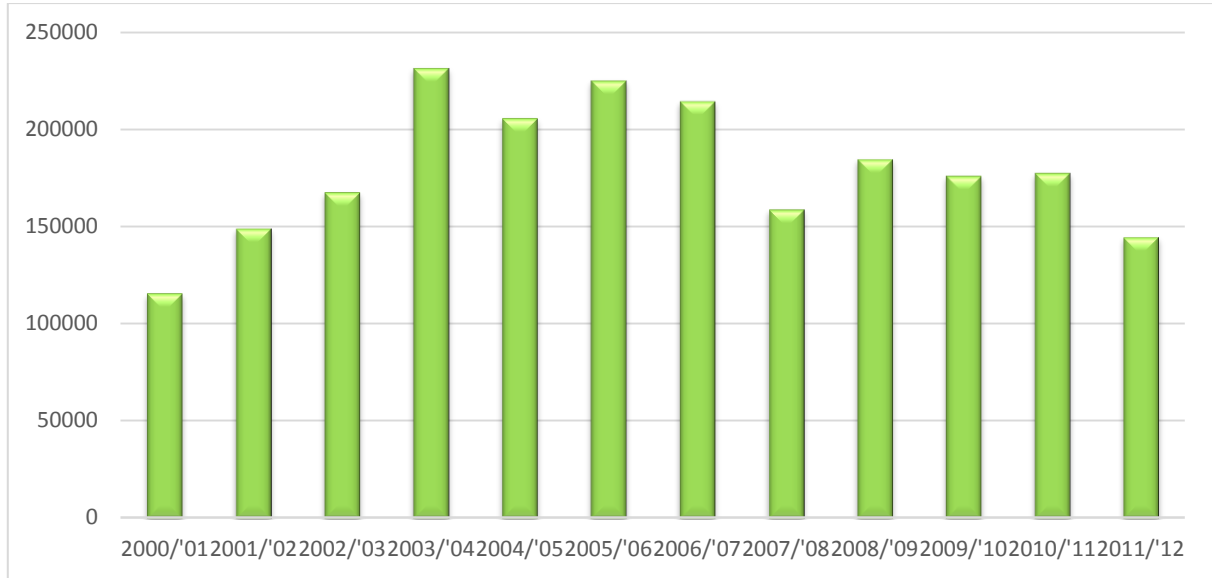
Tablo 17. Türkiye’de Yıllara Göre Biber İhracat ve İthalatı (Ton)

Yıl	Biber İhracatı	Biber İthalatı
2000/01	115.877	421
2001/02	149.272	330
2002/03	167.910	512
2003/04	231.760	1.359
2004/05	206.066	1.286
2005/06	225.429	1.270
2006/07	214.727	965

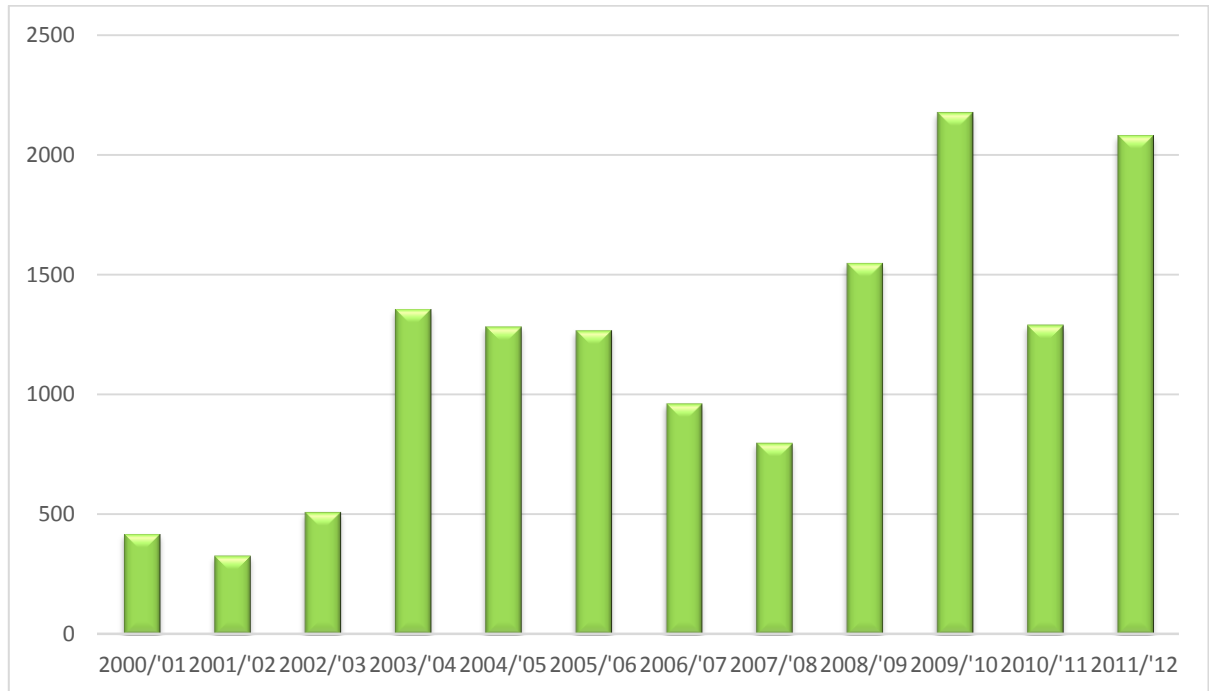
Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

2007/'08	159.000	801
2008/'09	185.010	1.550
2009/'10	176.301	2.178
2010/'11	177.871	1.292
2011/'12	144.855	2.082

Kaynak: TÜİK

Grafik 22. Türkiye’de Yıllara Göre Biber İhracatı (Ton)

Kaynak: TÜİK

Grafik 23. Türkiye’de Yıllara Göre Biber İthalatı (Ton)

Kaynak: TÜİK

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

6.2 Kale Biberi



Kale biberi, Denizli'nin Kale ilçesine ait coğrafi işaret sahibi bir üründür. Kale ilçesinin en önemli gelir kaynaklarından biri olan, görüntüsü ve etli olmasıyla bölgede tercih edilen Kale biberi, özellikle mikro klima özelliği taşıyan Alanyurt, Demirciler, Gökçeören, Habibler ve Özlüce köylerinde yetiştirilmektedir. Biberin bölgeye has olmasının sebebi ise Kale ilçesi dışarısında yetiştirildiğinde aynı verim vermemesidir.⁷⁷ Kale biberi üretimi, ilçede yaklaşık 660 dekarlık alanda yapılmaktadır. Üretim miktarı ise yıllık yaklaşık 600-700 tondur.⁷⁸

Kale biberinin başlıca özellikleri; 3 damarlı olması, yağ oranı açısından kaliteli olması, yuvarlak biber tipli ve kalın etli olmasıdır. Ortalama 125-150 gram aralığında olan Kale biberinin çapı 50-60 milimetreye ulaşırken, boyu da 15-20 santimetre kadardır. Acı ve tatlı çeşitlerinin üretildiği Kale biberinin rekoltesi damlama sulama ile artış göstermeye başlamıştır. Kale biberi yaş ve kuru olarak dört mevsim tüketilebilirken, yapılan kimyasal analiz sonuçlarında kurusunun insana daha fazla enerji verdiği ortaya çıkmıştır.⁷⁹

⁷⁷ <http://www.trakyahabergazetesi.com/turkiyenin-tescilli-biberi>

⁷⁸ <http://www.geka.org.tr/icerik/0/176/anasayfa.htm>

⁷⁹ <http://www.trakyahabergazetesi.com/turkiyenin-tescilli-biberi>

7 ANKET ANALİZ SONUÇLARI

Güney Ege Kalkınma Ajansı 2013 Yılı Doğrudan Faaliyet Desteği Programı kapsamında Kale Belediyesi tarafından geliştirilen “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında 100 adet biber üreticisi ile birebir görüşme yapılmıştır. Bu görüşmeler kapsamında üreticilere biber üretimi, tanıtımı ve pazarlanması konusundaki problemlerini öğrenmek amacıyla bir anket uygulanmıştır. Bu anket sorularının cevapları SPSS (Statistical Package for Social Sciences) programıyla sayısallaştırılarak verilerin güvenli bir şekilde analizi yapılmıştır. Bu analizlere ilişkin tablo ve şekil sonuçları elde edilerek yorumlar gerçekleştirilmiş ve aşağıda sunulmuştur.

7.1 Kale Biberi Üretim Geçmişi ve Arazi Büyüklüğü

Kale ilçesinde biber üreten üreticinin en fazla 40 yıldır faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Tablo 18. Kale Biberi Üretim Geçmişi

	En az üretim yılı	En fazla üretim yılı	Ortalama
Kaç yıldır Kale biberi üretimi yapıyorsunuz?	1	40	18,12

Kale ilçesindeki köylerde Kale biberi tarım arazileri 1 ile 10 dekar arasında değişmektedir. 6 dekara kadar olan dağılım sık görülürken 6 dekardan fazla araziye sahip olan üretici sayısı 3’tür. Kale biberi tarımının gerçekleştiği toplam arazi alanı ise 305 dekadır.

Tablo 19. Kale Biberi Üretimi Yapılan Arazi Büyüklüğü

Arazi büyüklüğü (Dekar)	Yüzde (%)
1	18,80
1.5	1
2	20,80
3	20,80
3.5	3,10
4	12,50
5	13,50
6	6,30
7	1
9	1
10	1
Toplam	100

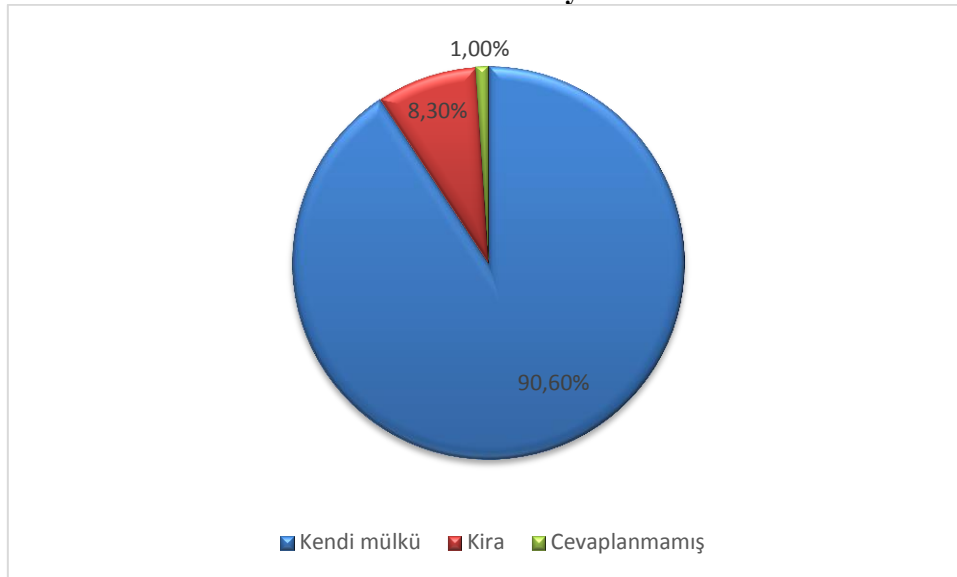
7.2 Üreticilerin Mülkiyet Durumu

Köylerdeki üreticiler genel olarak kendi sahip oldukları arazilerde üretim yapmaktadırlar. Kendi mülküne sahip olan üreticinin oranı %90,60 iken kiraladıkları arazilerde üretim yapan üreticilerin oranı %8,30'dur.

Tablo 20. Arazi Mülkiyet Durumu

Mülkiyet Durumu	Yüzde (%)
Kendi mülkü	90,60
Kira	8,30
Cevaplanmamış	1
Toplam	100

Grafik 24. Arazi Mülkiyet Durumu

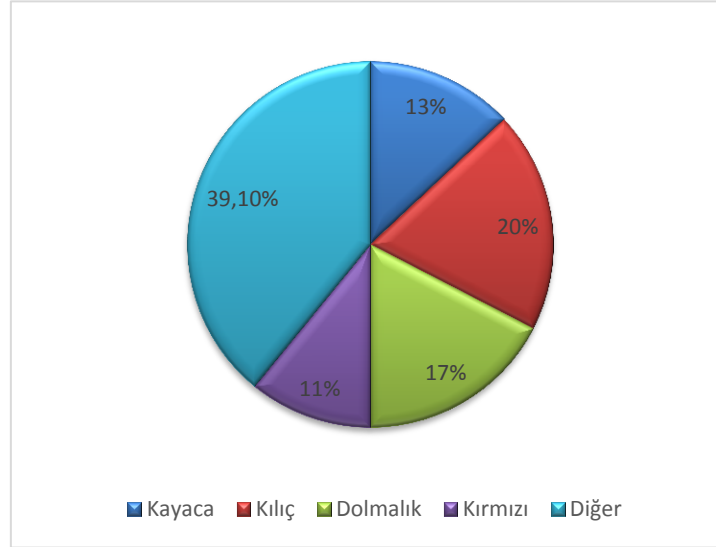


7.3 Kale Biberi ve Diğer Biberlere Dair İncelemeler

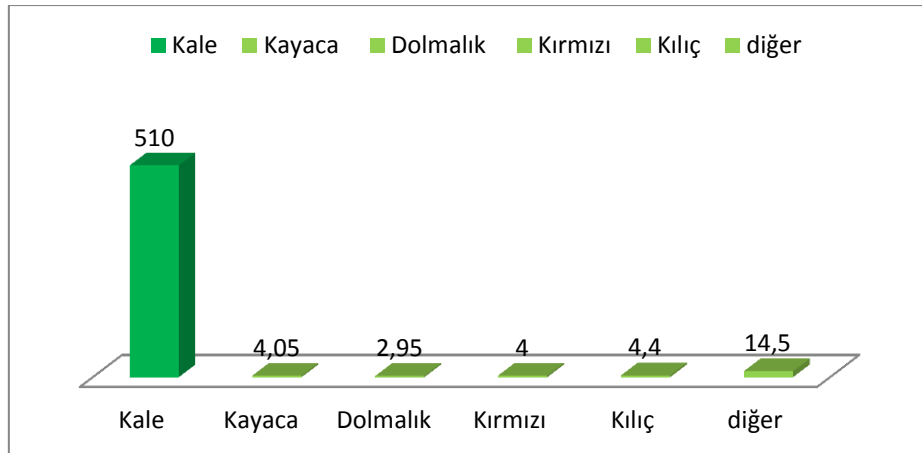
Ankete katılan üreticilerin verdikleri cevaplara göre, bölgede Kale biberinden farklı olarak kayaca, kılıç, dolmalık, kırmızıbiber üretimi de yapıldığı görülmüştür. Bölgede üretim sırasına göre %19,60 kılıç, %17,40 dolmalık, %13 kayaca ve %10,90 oranıyla kırmızıbiber üretilmektedir. Bölgede üretilen diğer biberler arasında fındık, salçalık, kapy, somurta, İzmir sivrisi, yeşili ve sarısı, fini, Bursa, Ortaca, kaba acı biber, tatlı biber, çarliston ve süs biberi bulunmaktadır.

Tablo 21. Kale Biberi Haricinde Biber Üretimi

Biber Adı	Üretici Sayısı	Yüzde (%)
Kayaca	6	13
Kılıç	9	19,60
Dolmalık	8	17,40
Kırmızı	5	10,90
Diğer	18	39,10
Toplam	46	100

Grafik 25. Kale Biberi Haricinde Üretilen Biberlerin Dağılımı

İlçede 2013 yılında üretilen biber miktarına bakıldığında 510 ton ile en çok Kale biberi üretimi yapıldığı görülmüştür. Diğer biberlerin toplam üretimi Kale biberini takip ederken 2013 yılında 4,4 ton kılıç, 4,05 ton kayaca, 4 ton kırmızıbiber ve 2,95 ton dolmalık biber üretilmiştir.

Grafik 26. 2013 Yılında Üretilen Biber Miktarı

7.4 Kale Biberi Tüketim Şekli

İlçede Kale biberi üretimi üç farklı tüketim şekli için gerçekleşmektedir. %60 oran ile taze tüketime yönelik yani sofralık biber üretimi bu tüketim şekillerinin başında gelmektedir. Kale biberi %39,30 oran ile kurutmalık tüketim için üretilmektedir. Anketin yapıldığı kişilerden yalnızca 1 tanesi de Kale biberini gıda sanayisine yönelik üretmektedir.

Tablo 22. Biber Tüketim Şekli

Tüketim Şekli	Kişi sayısı	Yüzde (%)
Taze tüketime yönelik	87	60
Kurutmalık	57	39,30
Gıda sanayiye yönelik	1	0,70

Grafik 27. Biber Tüketim Şekli Dağılımı

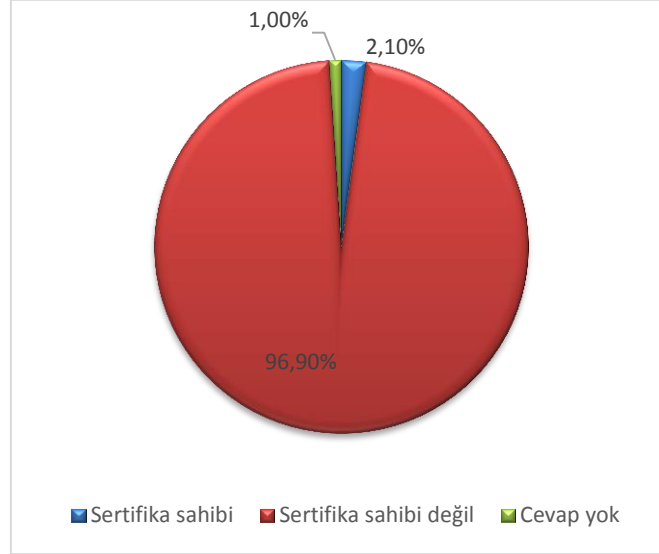


7.5 İyi Tarım Uygulamaları Sertifikası

İlçede Kale biberine yönelik İyi Tarım Uygulamaları Sertifikası sahibi yalnızca 2 üretici yer almaktadır. Katılımcılardan 1 tanesi bu soruyu cevapsız bırakırken 93 katılımcı ise sertifika sahibi olmadığını belirtmiştir.

Tablo 23. İyi Tarım Uygulamaları Sertifikasına Sahip Olma Durumu

Sertifika	Yüzde (%)
Sertifika sahibi	2,10
Sertifika sahibi değil	96,90
Cevap yok	1,00
Toplam	100

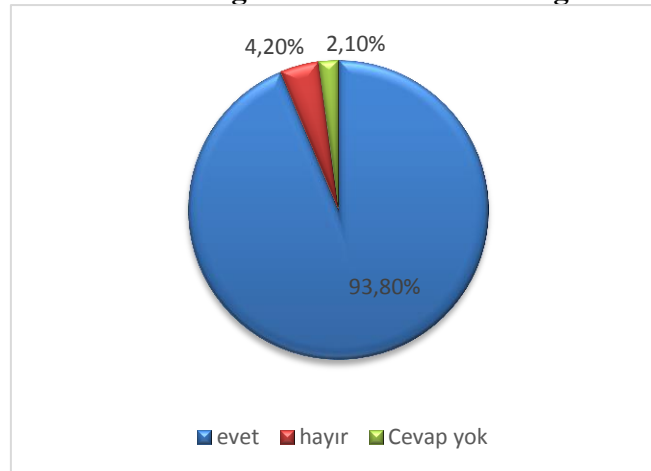
Grafik 28. İyi Tarım Uygulamaları Sertifikası Dağılımı

7.6 Organik Biber Üretimi

Son dönemde yaygınlaşan organik tarım uygulamalarına dair sorulan soruya ise 4 katılımcı hayır cevabını verirken 90 katılımcı evet yanıtını vermiş, 2 katılımcıdan ise yanıt alınamamıştır. %93,80 oranı ile organik tarım yaptığını belirten üreticilerin organik tarıma dair bilgileri değerlendirme dışında kalmıştır.

Tablo 24. Organik Biber Üretimi

Organik Üretim	Yüzde (%)
Evet	93,80
Hayır	4,20
Cevap yok	2,10
Toplam	100

Grafik 29. Organik Biber Üretimi Dağılımı

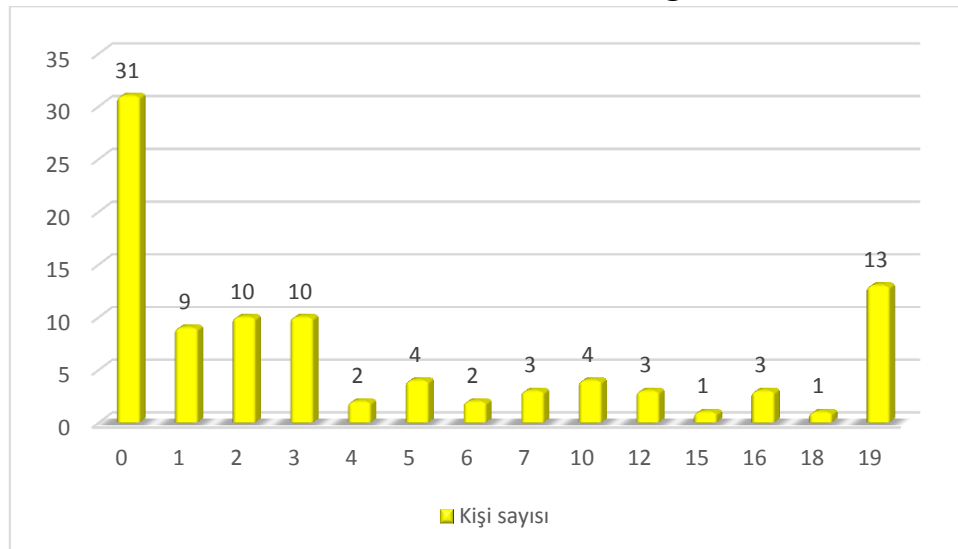
7.7 Festival Katılımı

Kale Belediyesi tarafından 19 yıldır gerçekleştirilen Geleneksel Kale Biberi Festivali'ne üreticilerin festivale yarışmacı olarak katılım sıklıkları sorulduğunda, ankete katılan 31 üreticinin daha önce bu festivale hiç katılmadığı gözlemlenmiştir. Festivale yarışmacı olarak katılım sayısının değişkenlik gösterdiği bu soruda 13 üreticinin festivale başladığından beri katıldığı öğrenilmiştir.

Tablo 25. Festival Katılım

Katılım sayısı	Yüzde (%)
0	32,30
1	9,40
2	10,40
3	10,40
4	2,10
5	4,20
6	2,10
7	3,10
10	4,20
12	3,10
15	1
16	3,10
18	1
19	13,50
Toplam	100

Grafik 30. Festivale Katılım Dağılımı



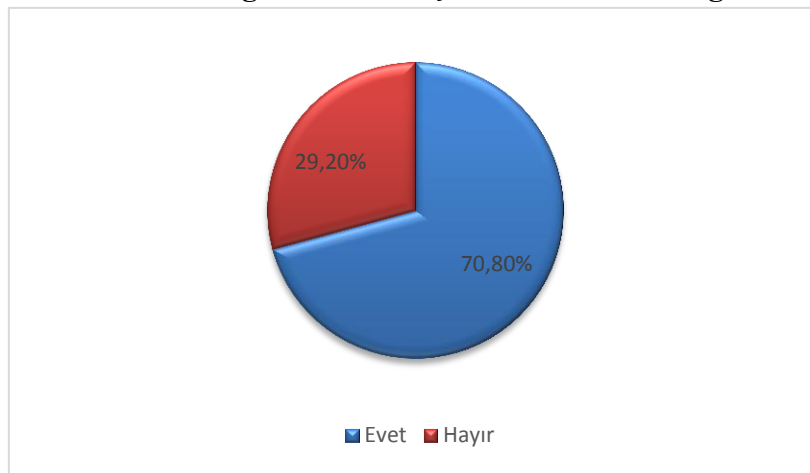
7.8 Coğrafi Tescil Belgesi

Uzun yıllardır Kale ilçesinin köylerinde yetiştirilmekte olan Kale biberi coğrafi tescil belgesine yani bölgesel markalaşmaya sahip bir üründür. Kale biberi yetiştiren üreticilerden %70,80'i ürünün bu özelliğini biliyorken %29,20'si bu özelliği bilmemektedir.

Tablo 26. Bölgesel Markalaşma Farkındalık Durumu

Bölgesel markalaşma	Yüzde(%)
Evet	70,80
Hayır	29,20
Toplam	100

Grafik 31. Bölgesel Markalaşma Farkındalık Dağılımı

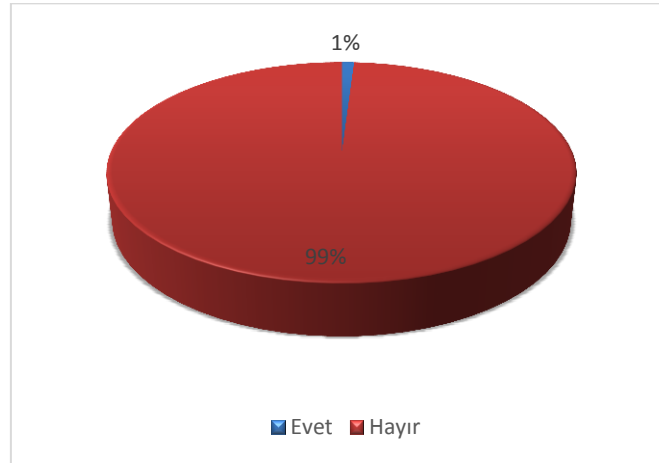


7.9 Depolama Yöntemi Kullanımı

Ankete katılan üreticilere Kale biberini satmadan önce depolama yöntemine başvurup başvurmadıkları sorulduğunda %99 oranında “Hayır” cevabı alınmıştır. Üreticilerden yalnızca 1 tanesi ürünlerini kendi deposunda depoladığını belirtmiştir. Üreticilerden alınan cevaplar doğrultusunda görülmüştür ki üreticiler biberleri depolamayıp çuvalalayarak satmaktadırlar.

Tablo 27. Depolama Kullanımı

Depolama Kullanımı	Yüzde (%)
Evet	1
Hayır	99
Toplam	100

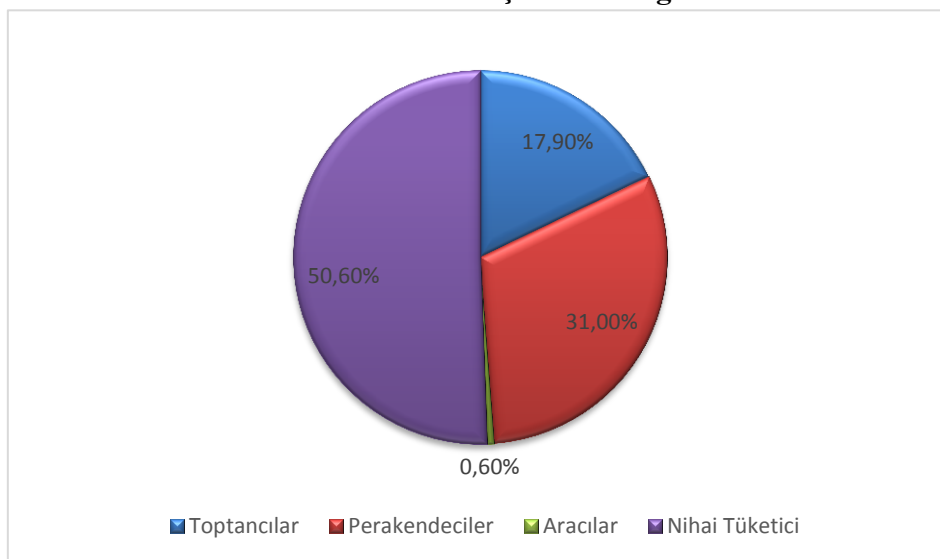
Grafik 32. Depolama Yöntemi Kullanım Dağılımı

7.10 Ürünlerin Müşterileri ve Ürünlerin Müşterilere Ulaştırılması

Ankete katılan üreticilerin ürettikleri biberlerin müşterilerini tespit etmek amacıyla sorulan anket sorusuna alınan cevaplara göre biber müşterilerinin %17,90'ı toptancılar, %31'i perakendeciler, %0,60'ı aracılar ve %50,60'ı nihai tüketicilerden oluşmaktadır.

Tablo 28. Ürün Müşterileri

Ürün müşterileri	Kişi sayısı	Yüzde (%)
Toptancılar	30	17,90
Perakendeciler	52	31
Aracılar	1	0,60
Nihai Tüketici	85	50,60

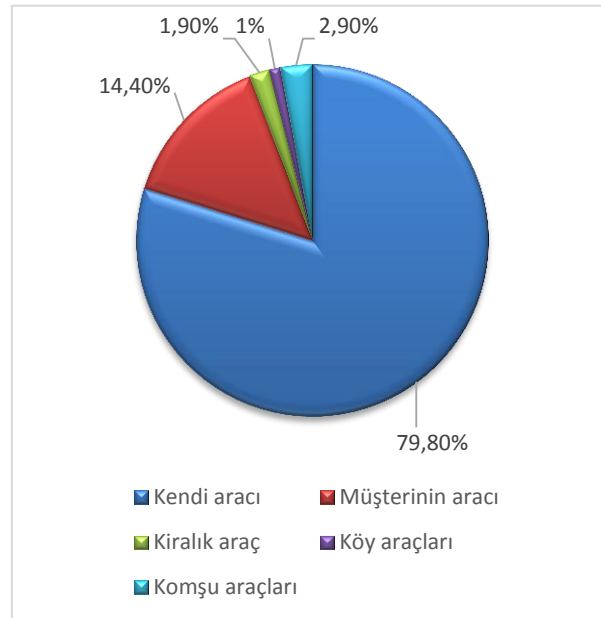
Grafik 33. Ürün Müşterileri Dağılımı

Üreticilerin biberleri müşterilere ulaştırma yöntemleri sorulduğunda üreticilerin %79,80'i kendi aracı, %14,40'ı müşterinin aracı, %2'si kiralık araç, %1'i köy araçları ve %2,90'ı komşu araçları ile ürünleri müşterilere ulaştırdıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 29. Ürünlerin Müşteriye Ulaştırılması

Ürünlerin Ulaştırılma Şekli	Kişi sayısı	Yüzde (%)
Kendi aracı	83	79,80
Müşterinin aracı	15	14,40
Kiralık araç	2	1,90
Köy araçları	1	1
Komşu araçları	3	2,90

Grafik 34. Ürünlerin Müşterilere Ulaşım Dağılımı



7.11 Ürünlerin İhracatı

Ankete katılan üreticilere ürünlerini ihraç edip etmedikleri sorulduğunda bu soruya evet cevabını veren üretici olmamıştır ancak 6 üretici bu soruyu yanıtsız bırakmıştır. Soru ile Kale biberinin doğrudan üretici tarafından ihracatının yapılmadığı sonucuna varılmıştır.

Tablo 30. İhracat Durumu

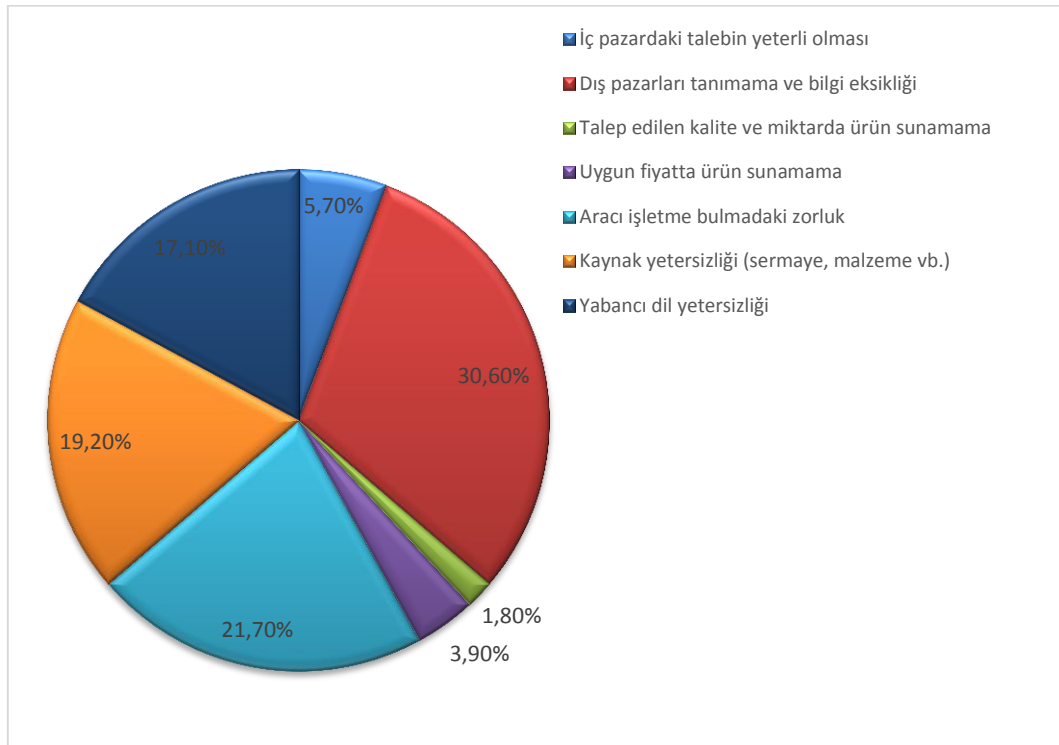
İhracat Yapma Durumu	Kişi sayısı	Yüzde (%)
Hayır	90	93,80
Evet	0	0
Cevapsız	6	6,30

Katılımcılara ürünlerini ihraç etmeme nedenleri sorulduğunda yedi farklı neden içerisinde en çok orana sahip olan %30,60 ile dış pazarları tanımama ve bilgi eksikliği cevabı alınmıştır. Bunu %21,70 aracı işletme bulmadaki zorluk, %19,20 kaynak yetersizliği (Sermaye, malzeme vb.), %17,10 yabancı dil yetersizliği, %5,70 iç pazardaki talebin yeterli olması, %3,90 uygun fiyatta ürün sunamama, %1,80 talep edilen kalite ve miktarda ürün sunamama takip etmiştir.

Tablo 31. Ürünlerin İhraç Edilmeme Nedenleri

Ürünlerin İhraç Edilmeme Nedenleri	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
İç pazardaki talebin yeterli olması	16	5,70
Dış pazarları tanımama ve bilgi eksikliği	86	30,60
Talep edilen kalite ve miktarda ürün sunamama	5	1,80
Uygun fiyatta ürün sunamama	11	3,90
Aracı işletme bulmadaki zorluk	61	21,70
Kaynak yetersizliği (sermaye, malzeme vb.)	54	19,20
Yabancı dil yetersizliği	48	17,10

Grafik 35. Ürünlerin İhraç Edilmeme Nedenleri

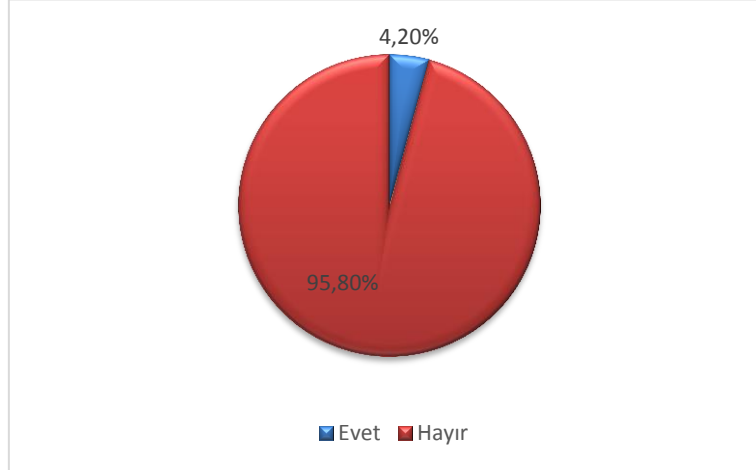


7.12 Üretim ve Pazarlama

Ankete katılan üreticilere üretim ve pazarlamaya dair bir eğitim alıp almadıkları sorulduğunda %95,80'i bir eğitim almadığını belirtirken, eğitim alanların oranı %4,20 olarak görülmüştür.

Tablo 32. Üretim ve/veya Pazarlama Eğitimi Sahibi Olma Durumu

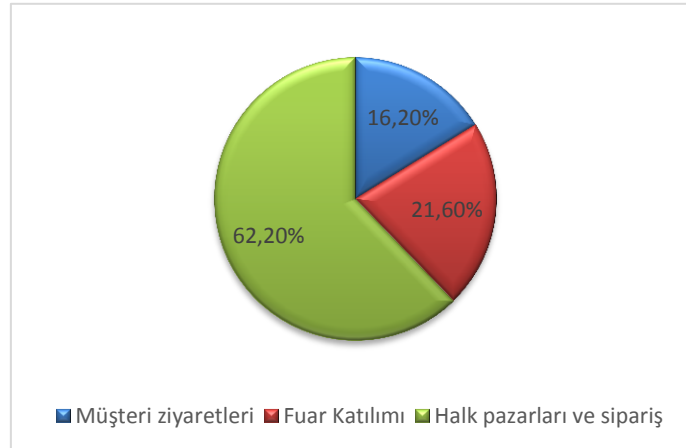
Üretim ve/veya Pazarlama Eğitimi	Yüzde (%)
Evet	4,20
Hayır	95,80
Toplam	100

Grafik 36. Üretim ve/veya Pazarlama Eğitimi

Üreticilerin pazarlama aşamasında kullandıkları yöntemleri öğrenmek adına sorulan soruya üreticilerin %16,20'si müşteri ziyaretleri, %21,60'ı fuar katılımı, %62,20'si halk pazarları ve sipariş yöntemi ile ürünlerini pazarladıklarını belirtmiştir.

Tablo 33. Mevcut Pazarlama Yöntemleri

Pazarlama Yöntemleri	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Müşteri Ziyaretleri	6	16,20
Fuar Katılımı	8	21,60
Halk Pazarları ve Sipariş	23	62,20

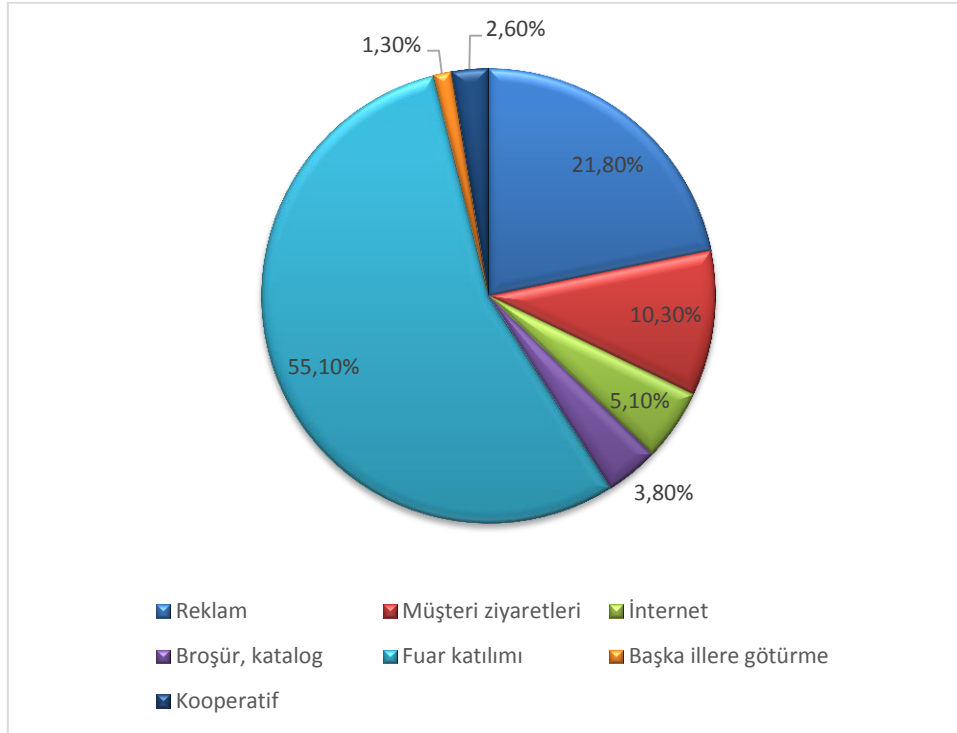
Grafik 37. Mevcut Pazarlama Yöntemleri Dağılımı

Ankete katılan üreticilerin önümüzdeki süreçte ürünlerini pazarlama aşamasında ne gibi yöntemler kullanmayı planladıklarını öğrenmek amacı ile sorulan soruda fuar katılımı %55,10 ile en yüksek orana sahiptir. Bunu %21,80 ile reklam, %10,30 ile müşteri ziyaretleri, %2,60 ile bir kooperatif yardımı ile tanıtım sağlama, %1,30 ile başka illere ürünleri götürerek tanıtım sağlama takip etmiştir.

Tablo 34. Kullanılması Planlanan Pazarlama Yöntemleri

Kullanılması Planlanan Pazarlama Yöntemleri	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Reklam	17	21,80
Müşteri Ziyaretleri	8	10,30
İnternet	4	5,10
Broşür, Katalog	3	3,80
Fuar Katılımı	43	55,10
Başka İllere Götürme	1	1,30
Kooperatif Yardımı	2	2,60

Grafik 38. Kullanılması Planlanan Pazarlama Yöntemleri Dağılımı



8 PAYDAŞ GÖRÜŞMELERİ SONUÇLARI

Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi kapsamında 25 paydaş ziyareti gerçekleştirilmiştir. Kale biberi üretimi ve pazarlanmasına dair sorunların değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilen bu görüşmeler aşağıdaki paydaşlarla gerçekleştirilmiştir:

- Kale Kaymakamı Sn. Adem Can,
- Kale Tarım İlçe Müdürü Sn. Bülent Şatır,
- Kale Meslek Yüksekokulu Müdürü Doç. Dr. Osman Nuri Ağdağ,
- Sabaz Tarım-Sebze işletme sahibi Sn. Muhittin Sabaz,
- Dönmez Tarım Ltd. Şti. işletme sahibi Sn. Halil Dönmez,
- Kale Tarım Kredi Kooperatifi Müdürü Sn. Mehmet Değirmencioğlu,
- Kale Gül Tarım işletme sahibi Ali Gül,
- Yeşilvadi Dinlenme Tesisi'nden Sn. Hasan Çelimli,
- Üstekler Tarım Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.'nden Sn. İsmail Üstek,
- Gökçeören Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Başkanı Sn. Emin Zırgalı,
- Ortatepe Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Başkanı Sn. Halil Saygın,
- Kale Güngören Dinlenme Tesisleri işletme sahibi Sn. Bilal Tıkım,
- Kale Kardelen Dinlenme Tesisi işletme sorumlusu Sn. Muhammet Nazala,
- Kale Ziraat Odası Genel Sekreteri Sn. Ümmühan Kanat Önder
- Kale Sarıkavak Dinlenme Tesisi işletme sahibi Sn. Erol Sarıkavak,
- Kale Soyluer Dinlenme Tesisi işletme sahibi Sn. Murat Soyluer,
- Kale Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifi Yönetim Kurulu Başkanı Sn. İlyas Barçın,
- Kale Genç İş Adamları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Özal Özgül,
- Kale Esnaf ve Sanatkarlar Odası Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Erkan Hayla,
- Alev Tarım işletme sahibi Sn. Alper Molo,
- Yiğit Dinlenme Tesisi işletme sahibi Sn. Hüseyin Karaayvaz,
- Kale biberi satış portalı olan www.kalebiberi.com 'un kurucusu Sn. Ayfer Çakanel,
- Kale Güngören Kuruyemiş Finans Müdürü Sn. Yusuf Kızılkaya,
- Kale Kural Tarım işletme sahibi Halit Kural,
- Kale Gürsoylar Dinlenme Tesisi işletme sahibi Sn. Sadık Gürsoylar

Yerel otoriteler, tarımsal kooperatif başkanları ve işletme sahiplerinden oluşan paydaşlarla yapılan bu görüşmelerde Kale biberinin mevcut durumu üzerine aşağıdaki değerlendirmeler ortaya konulmuştur.

8.1 Kale Biberi Üretiminde ve Pazarlanmasında Yaşanan Sorunlar

- Yerel düzeyde söz sahibi paydaşların işaret ettiği öncelikli konu Kale biberi üreticilerinin yürüttükleri tarım faaliyetleri konusundaki bilinç eksikliğidir. Bu noktada öne çıkan sorun dünyada geliştirilen modern tarım üretim tekniklerini takip edememesi veya benimsemek istememesidir. Üretici kendi alışık olduğu yöntemlerden vazgeçmemekte, uyguladığı yöntemlerin mikro ve makro düzeyde yol açabileceği olumsuz etkiler üzerine düşünmemektedir.
- Aynı zamanda yapılan ziyaretlerde arazinin yapısına dair problemlerden de söz edilmiştir. Türkiye’de tarım arazilerinin miras yoluyla git gide küçülmesi nedeniyle araziler oldukça parçalıdır. Bunun yansıması görüşmelerde söz edildiği üzere Kale biberi tarım alanlarında da görülmektedir. Üretimin gerçekleştirildiği alanlar birbirinden bağımsız, parçalı ve küçüktür. Çok küçük alanlarda dağınık ve ayrı ayrı yetiştirilen biberde optimal verimlilik elde edilememektedir. Ek olarak bu durum kaynakların gereksiz tüketimine yol açmaktadır. Araziler plansız ve kopuk olduğu için araziye ulaşımında daha fazla yakıt tüketilmekte, yüksek masrafta sulama sistemleri geliştirilmektedir. Görüşmelerde sıkça işaret edilen bir diğer nokta ise Kale biberi üretimi alanlarında yaşanan sulama sıkıntısıdır. Nitekim üretim yapılan bazı köylerde su kaynakları yeterli miktarda bulunurken diğer köylerde sulama yetersizliği yaşanmaktadır.
- Paydaşlar ilçenin bir değeri konumunda olan ve yerli halk tarafında sahip çıkılan Kale biberi konusunda üreticiler ile geliştirdikleri iletişim sayesinde üretim kanalları haricinde farklı alanlarda yaşanan sorunlar hakkında da bilgi sahibidirler. Bu noktada değinilen bir diğer husus ise ürünün kalitesi ve ürünün pazarlanmasında yaşanan sorundur. Nitekim ürün yeni dönem tüketici beklentisine hitap edecek şekilde pazarlanmamaktadır. Ürünün pazarlanmasında müşteriler ile bire bir geliştirilen iletişim haricinde öne çıkan başka bir pazarlama tekniği görülmemektedir.
- Ürün ihracatının gerçekleşmemesi ise paydaşlar tarafından üzerinde durulan bir başka sorundur. Ancak görüşmeler neticesinde yapılan değerlendirme ihracatın gerçekleşmemesinin başka alt sorunların sonucu olduğunu göstermektedir. İhracatın gerçekleşmesinin önündeki en büyük engeller ise yeterli üretimin yapılamaması, ihracatın gerçekleştirilmesine olanak tanıyacak aracının olmaması ve ürünlerin pazarlamaya uygun bir işleminden geçmemesidir.

8.2 Sorunların Çözümüne Yönelik Görüşler ve Öneriler

- Genel olarak Alanyurt, Demirciler, Gökçeören, Habibler, Özlüce köylerinde üretilen Kale biberi genel olarak halk pazarlarında ve manavlarda tüketici ile buluşmaktadır. Buna ek olarak perakendeciler de Kale biberinin alıcısı olarak görülmektedirler. Kale

biberi öncelikle Denizli'nin diğer ilçelerinde, yakın çevredeki Aydın, Muğla İzmir gibi illerde ve genele bakıldığında Ankara ve Eskişehir'de de alıcı bulunmaktadır.

- Kale biberine uygun pazar koşullarının, bu kaliteli üretim yolu ile sağlanabileceği ifade edilmiştir. Sadece tarımsal üretim için değil Kale biberi üretimini özel olarak desteklemek amacı ile kurulacak bir kooperatifin ürünün ilk aşamada yakın çevrede, daha sonra ülke genelinde ve yurt dışında tanıtımını sağlayabileceği belirtilmiştir.
- Kale biberi üretiminin yarattığı istihdam değerlendirildiğinde biber üretiminin aile içinde gerçekleştirildiği ve bu alana ait istihdamın aile bireyleri tarafından sağlandığı görülmektedir. Biber üretimi üretici tarafından bir ek gelir olarak görülmektedir. Paydaşlar tarafından verilen bilgilere göre Kale biberinin kurutulması ve paketlemesine yönelik yatırım eksikliği bulunmakta olup bu alanda yapılacak tarımsal yatırımlar sayesinde bölgedeki istihdama katkı sağlanacağı öngörülmektedir.
- Bölgedeki Kale biberi satış miktarını tespit etmek için sorulan sorularda dinlenme tesislerindeki satışın 1 – 8 ton arasında değiştiği belirtilmiştir. Tarım sebze üreticilerinin ise yıllık satış miktarları 30 tona ulaşmaktadır. Biber satışı yapan işletme sahipleri biberi kuru ya da yeşil olarak sattıklarını belirtmişlerdir. Yeşil biberin 1 – 1.5 TL, kuru biberin dizisi 5 – 7 TL arasında satıldığını ifade etmişlerdir.
- Standart kalitede üretilmiş olan Kale biberinin bölge dışında tanıtımının reklam, internet, tanıtım filmi, büyük il pazarları, broşürler, festivaller sayesinde sağlanabileceği paydaşlar tarafından ifade edilmiştir.
- Yapılan görüşmelerde tütün üretiminin Kale biberinin geleceğine yönelik tehdit oluşturduğu tespiti hakimdir. Bunun sebebi ise daha yüksek gelir elde ettiği için üreticinin tütüne yönelmesidir. Ancak yukarıda bahsedildiği üzere üretim maliyetlerinin düşürülmesi, pazarlama yöntemlerinin geliştirilmesi ve ürünün marka haline getirilmesi ile tütünden sağlanan gelirden daha fazla bir kazanç elde edilebilecektir. Söz konusu kazanç hem ilçe hem de üretici için son derece önemlidir. Aynı zamanda ilçeye özgü bir ürün olması sebebiyle ilçenin tanıtımına katkısı yüksektir.
- Kale biberi üretim maliyetinin yüksek olmasının önemli bir sebebi ise kuyu suyu kullanılması ve kuyu suyunun kullanılması için gerekli olan pompa sisteminin elektrik faturalarının yüksek gelmesi. Alternatif sulama sistemlerinin geliştirilmesi ile bu maliyetlerin düşürülmesi gerekmektedir. Fiyat açısından bir diğer sıkıntı ise biberin fiyatının uzun süredir sabit kalmasıdır. Bu üreticinin üretimden uzak kalması tehdidini doğurmaktadır.

- Üreticilerdeki bilinç eksikliğine çözüm olarak eğitim desteği öneri olarak sunulmuştur. Modern tarım yöntemleri, kimyasal ilaç kullanımı, organik üretim, kaynakların verimli kullanımı gibi konularda eğitim sağlanması üreticilerdeki bilinç eksikliği problemine çözüm olabilecektir.
- Kale biberi üretimi belli bir standartta yapılmamaktadır. Buradaki tehdit Kale biberinin özünü kaybetmesidir. Buna çözüm olarak ise görüşmelerde ürünlerin saflaştırılması ve tohum üretiminin belli bir standartta yapılması gerektiği belirtilmiştir.
- Kale biberi pazarlama sürecinde de gelişmiş ve modern imkânlardan yararlanılmamaktadır. Biber yetiştirildikten sonra toplanıp pazarlama için sadece çuvalanmakta ve bu şekilde tüketiciye ulaştırılmaktadır. Burada ürün çeşitliliğinin sağlanması ve tüketiciye taleplerine uygun şekilde ürünlerin sunulması için kurutma ve paketleme işlemlerini gerçekleştirecek işletmelerin ihtiyacı karşılayabileceği düşünülmektedir. Söz konusu bu işletme ile yeni iş sahaları oluşturulacağı için ilçedeki istihdama da katkı sağlayacağı açıktır. Ancak bu işletmelerin ilçeye kazandırılması için yatırımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yatırımların gerçekleşmesi için ise diğer bölgelerdeki yatırımcıların ilçenin potansiyeli ve ihtiyaçları konusunda bilgilendirilmesi ve ilçeye çekilmesi gerekmektedir. Bu anlamda kurulacak kooperatif yatırımcılara ulaşılması ve Kale biberinin değerinin bildirilmesi için aracı olabilecektir.
- Kale biberi üretiminin desteklenmesine yönelik Güney Ege Kalkınma Ajansı, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu gibi kurumların hibeleri aracılığı ile sağlayacağı desteğe de önem atfedilmektedir. Aynı zamanda Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın üreticilerde belirlenen normlara uygun üretimi sağlamaya yönelik verdiği teşvikler de önemlidir.
- Paydaşlar tarafından dile getirilen bir diğer öneri ise Fiskobirlik gibi Kale biberi satışının sağlanabileceği tek bir satış merkezi ve onun bayiliklerinin oluşturulmasıdır. Bu sayede hem Kale biberi alımı kolaylaşacak hem de biberin markalaşmasına katkı sağlanacaktır. Ayrıca Kale biberi genellikle taze ya da kuru tüketim şekline yönelik satıldığı için alıcı kitlesi sınırlıdır. Paketleme, işleme, közleme, turşuluk, salçalık gibi işlemler ile alıcı kitlesi genişletilebilir.
- Kale biberinin tanıtımı yönünde de faaliyetler yürütülmesi gerektiği bahsedilen bir diğer husustur. Bölgeye ait önemli bir değer olan biberin diğer illerde tanınırlığı yoktur. Ürünün kendisini koruması ve üretiminin geliştirilmesi için tanıtımın yaygınlaştırılması şarttır. Bu amaç için internet ve görsel basının kullanılması etkili olacaktır. Tanıtımın önemli bir aracı da fuar ve festivallerdir. Mevcut durumda olumlu yönde etkili olan bu faaliyetlerin artırılması ve özellikle diğer illerde

gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Örneğin bir görüşmede getirilen tanıtım filmi çekilmesi önerisi kısa zamanda yaygın tanıtım sağlanmasına olanak tanıyacaktı.

- Biberin ihracatının sağlanması için ise yapılacak pazar araştırmasının önemine değinilmiştir. Üreticiler dış saha bilgisine ve ihtiyaçlarına dair bilgi sahibi değildirler. Yapılacak olan pazar araştırması ve uygun pazarlama koşullarının belirlenmesi ile dışa açılım kolaylaştırılacaktır.

9 KALE BİBERİ MEVCUT DURUM ANALİZİ: SORUNLAR VE STRATEJİK ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

9.1 Kale Biberi Üretici Anket Sonuçları: Genel Değerlendirme

Kale ilçesinde Kale biberi üretimi yapan üreticilerle yapılan anket çalışması araştırma raporunun önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Anket çalışması ile aşağıdaki konulara ilişkin bilgiler ve sonuçlar elde edilmiştir.

- Kale biberi üretiminde arazi büyüklüğü, üretim miktarı, üretim geçmişi, mülkiyet durumu, ürünlerin müşterilere ulaştırılması gibi konularda veriler elde edilmiş,
- Üreticiler tarafından hangi tüketici gruplarının hedeflendiği belirlenmiş,
- Üretimde ve pazarlamada uygulanan ve uygulanması planlanan yöntemler saptanmış,
- Üretici profilleri çıkarılmış,
- Üreticilerin ileriye dönük planları anlaşılmıştır.

Bu sayede üretim ve pazarlama süreçlerinde karşılaşılan sorunlar birebir üreticilerin tecrübelerine dayanılarak ortaya konulmuştur. Aynı zamanda üreticilerin karşılaştığı sorunların ve çözüm önerilerinin yetkili makamlara ulaştırılması noktasında aracı bir rol üstlenilmiştir. Önceki bölümde detaylı bir şekilde ele alınan analiz sonuçlarında öne çıkan ve dikkat edilmesi gereken hususlar aşağıda sıralanmıştır.

- **İlçede Kale biberi üretimi ortalama 18 yıldır yapılmaktadır.**
Anket sonuçları Kale biberi üretimine dair bölgenin tecrübesini ortaya koymaktadır. Ankete katılan üreticilerin, üretim deneyimleri değişse de 18 yıl gibi yüksek bir ortalama çıkması önemlidir. Üretim anlamında 40 yıllık geçmişe sahip üreticiler de bulunmaktadır.
- **Kale biberi üretimi yapılan araziler parçalıdır.**
Anket sonuçlarına göre Kale biberi üretimi yapılan tarım arazilerinin büyüklüğü 1 ile 10 dekar arasında değişmektedir. 2 ve 3 dekarlık araziler, üretim yapılan arazilerin yaklaşık %40'ını oluşturmaktadır. Arazi büyüklüğünün genelde 6 dekardan az olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar da göstermektedir ki Kale biberi çok küçük tarım alanlarında üretilmektedir.
- **Üreticilerin %90'ı üretim yaptıkları arazinin mülkiyetine sahiptir.**
- **Kale biberi üretimde tercih edilen tek biber çeşidi değildir.**
Kale biberi üreten üreticilerin yaklaşık yarısı, Kale biberi haricinde de biber üretimi gerçekleştirmektedir. Kale biberi haricinde en çok kılıç ve dolmalık biber üretimi gerçekleştirilmektedir. Kayaca ve kırmızıbiber de üretimi gerçekleştirilen diğer çeşitlerdir.

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

- **2013 yılında bölgede 510 ton ile en çok Kale biberi üretilmiştir.**
Ankete katılan üreticiler 2013 yılında toplam 510 ton Kale biberi üretimi gerçekleştirmiştir. Ayrıca 4,4 ton kılıç, 4,05 ton kayaca, 4 ton kırmızı, 2,95 ton da dolmalık biber üretimi yapılmıştır. Veriler dikkate alındığında diğer biber çeşitlerine göre üreticiler tarafından Kale biberine yoğun bir yönelim olduğu görülmektedir.
- **Kale biberi büyük bir çoğunlukla taze tüketime yönelik olarak üretilmektedir.**
Anket sonuçlarına göre Kale biberi üretiminin taze tüketime yönelik, kurutmalık ve gıda sanayine yönelik olmak üzere üç tüketim çeşidine hitap ettiği görülmektedir. Ancak taze tüketime yönelik üretim %60 ile büyük bir çoğunluğu oluşturmaktadır. Gıda sanayisine yönelik üretim yapan sadece bir üretici yer almaktadır.
- **Üreticilerin %96,90'ı iyi tarım uygulamaları sertifikasına sahip değildir.**
- **Üreticilerin %93,80'i organik biber üretimi gerçekleştirmektedir.**
Burada organik üretim ile ifade edilen üretimin doğal yollarla, kimyasal kullanımı olmadan yapılmasıdır. Ankete katılan üreticilerin %93'ü üretimlerini organik olarak gerçekleştirmektedir.
- **Ankete katılan üreticilerin yaklaşık %30'u 19 yıldır düzenlenen Kale Biberi Festivali'ne yarışmacı olarak hiç katılmamıştır.**
Üreticilerin %13,50'si Kale Biberi Festivali'ne her yıl katılmıştır. Bu oran hiç katılmayanlardan sonra en büyük çoğunluğu oluşturmaktadır. Hiç katılmayanlardan sonra ise %10,40 ile 3 kez katılanlar, yine aynı oranla 2 kez katılanlar gelmektedir.
- **Kale biberinin coğrafi tescil belgesine sahip olduğunu, üreticilerin yaklaşık %30'u bilmemektedir.**
Kale biberi üretimi gerçekleştirenler de, çiftçilerin önemli bir kısmı yetiştirdikleri ürüne dair yeterli bilgiye sahip değildir. Ankete katılanların büyük çoğunluğu (%70) Kale biberinin bölgesel markalaşmaya sahip olduğunu bilse de %30'u bu konuda bilgi sahibi değildir.
- **Kale biberinde satıştan önce depolama yöntemi kullanılmamaktadır.**
Üreticilerin büyük bir çoğunluğu ürünlerini çuvallayıp satmakta ve depolama yöntemine başvurmamaktadır. Ankete katılanlar arasında sadece 1 kişi depolama yöntemini kullandığını belirtmiştir.
- **Kale biberinin satışı büyük bir çoğunlukla nihai tüketicilere yönelik yapılmaktadır.**
Nihai tüketiciler satışta %50'lik bir oran ile hedef müşteri grubunu oluştururken bu grubu perakendeciler ve toptancılar takip etmektedir.

- **Üreticiler, Kale biberini müşterilerine kendi araçları ile ulaştırmaktadır.**
Üretilen biberlerin müşterilere hangi yollarla ulaştırıldığına bakıldığında; %79,10'luk bir çoğunluk kendi araçlarını kullanmaktadır. Müşterinin aracı ile ulaşım ise %14,40 ile ikinci sırada yer almaktadır.
- **Kale biberinin ihracatı yapılmamaktadır.**
Ankete katılan üreticilerin hiçbiri ihracat gerçekleştirmemektedir. Bu durumun başlıca nedenleri ise dış pazar konusundaki bilgi eksikliği, aracı işletme bulmadaki sıkıntı, kaynak yetersizliği ve yabancı dil eksikliği olarak göze çarpmaktadır.
- **Üreticilerin büyük bir çoğunluğu üretim ve pazarlama konularında herhangi bir eğitim almamıştır.**
Ankete katılan üreticilerin %95,80'i üretim ve pazarlama konularında herhangi bir eğitim almadıklarını belirtmiştir.
- **Üreticiler, pazarlama sürecinde genellikle halk pazarları ve sipariş yöntemini kullanmaktadır.**
Üreticilerin %62,20'si halk pazarları ve sipariş yöntemini kullanırken, %21,60'ı fuar katılımı gerçekleştirmektedir. %16,20'si ise pazarlama yöntemi olarak müşteri ziyaretlerinde bulunmaktadır.
- **Kullanılması planlanan pazarlama yöntemleri arasında fuar katılımı öne çıkmaktadır.**

Üreticilere önümüzdeki süreçte kullanmayı planladıkları pazarlama yöntemleri sorulduğunda %55,10 ile fuar katılımı ön plana çıkmaktadır. %21,80 ile reklam, %10,30 ile müşteri ziyaretleri diğer planlanan yöntemler arasında görülmektedir.

9.2 GZFT (Güçlü Yanlar, Zayıf Yanlar, Fırsatlar, Tehditler) Analizi Sonuçları

Kale biberi üretim ve pazarlama kanalları mevcut durum analizi tespit ve değerlendirme çalışması için 20 Kasım 2013 tarihinde Kale ilçesinde GZFT analizi yapılmıştır. Toplantıya İlçe Kaymakamı, Belediye Başkanı ve çalışanları, İlçe Tarım Müdürü ve müdürlük çalışanları ve çok sayıda Kale biberi üreticisi katılmıştır. Toplantıda Kale biberi üretimi ve pazarlamasına güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler konuşulmuştur. Konukların yoğun katılımı ve ilgisi ile gerçekleşen analiz çalışmasında çıkan sonuçların detayları aşağıda verilmiştir.

Güçlü Yönler

- Kale biberinin tescilli olması
- Her yıl Kale Biberi Festivali'nin düzenlenmesi
- Biberin ayırt edici tadı ve lezzetinin olması
- Biberin kızartıldığında da doğal şeklini ve tadını koruyor olması
- Ana malzemesi Kale biberi olan "Biber tatarı" isimli yöresel yemeğin olması
- Kendine özel, ayırt edici renginin olması
- Yetiştirildiğinde veriminin yüksek olması ve bu sayede kısıtlı alanlarda da yetiştirilebilmesi
- Kale biberine yönelik yerel yönetimlerin desteği
- Kale ilçesinin kendine özgü toprak yapısı

Zayıf Yönler

- Üretim yöntemleri konusunda eğitim eksikliği
- Kale biberi konusunda da bilgi eksikliği
- İlçe Tarım Müdürlüğü'nün kaynak sıkıntısı
- Kale biberi üreticilerinin kooperatif gibi bir örgütlenmesinin olmaması
- Tanıtım eksikliği (Kale biberinin diğer bölgelerde yeterince bilinmiyor olması)
- Muhtemel talebi karşılayacak üretimin olmaması
- Sulama yetersizliği
- Kale biberinin raf ömrünün kısa olması
- Kale'de soğuk hava deposunun ve kurutma tesisinin olmaması
- Halin olmaması
- Ürün çeşitliliğinin olmaması,
- Alternatif satış yöntemlerinin olmaması

Kale Biberi

Fırsatlar

- Denizli 'nin Büyükşehir olması
- Kale Belediyesi'nin köylerde de iyi iletişim mekanizmaları geliştirmiş olması
- Muğla yolunun genişletilmesi
- GEKA gibi kurumlar aracılığıyla hibe imkanlarının sunulması
- Denizli'nin ihracat yönünden gelişmiş olması, ihracat yapan firma sayısının çok olması
- Bölgede tarım ve gıda fuarlarının düzenleniyor olması

Tehditler

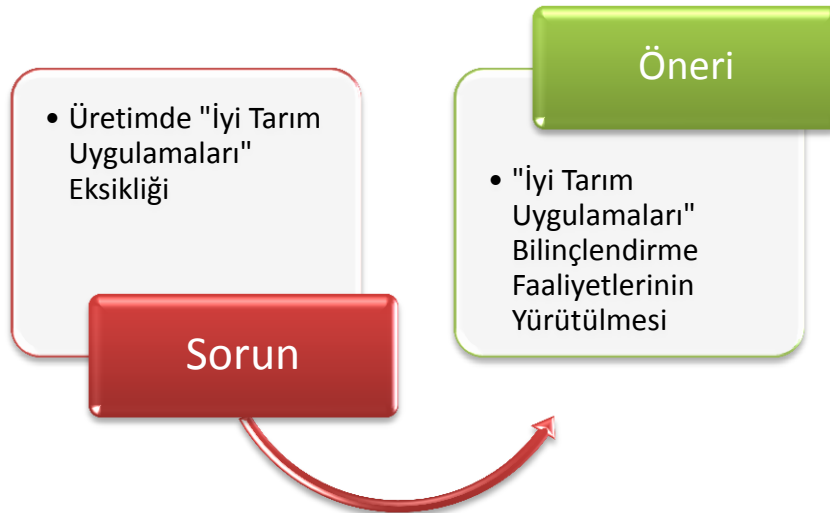
- Köylerin göç vermesi nedeniyle nüfusun yaşlanması ve genç nüfusun azalması
- Tarım ilaçlarının bilinçsizce kullanılması ve gübreleme konusunda bilincin oluşmamış olması
- Biberde alfatoksin oluşumu ihtimali
- Tohum ıslahının yapılmaması
- Fiyattaki belirsizlik,
- Biberin kalibre edilmesi
- Kuraklık
- Başka biberlerin ön plana çıkması (Örn. dolmalık biber)
- Tarım alanlarının her geçen gün daralması

9.3 Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları: Stratejik Çözüm Önerileri

Kale biberinin mevcut durum analizi için yapılan araştırma çalışmasında literatür taraması, Kale biberi üretimi gerçekleştiren üreticiler ile anket çalışması, ilçede bulunan paydaşlara ziyaretler ve üreticilerin ve yerelde düzeydeki temsilcilerin katılımıyla GZFT analiz toplantısı gerçekleştirilmiştir. Öncelikle yapılan literatür taraması ile tarım sektörünün dünya, Türkiye ve bölgede tarihsel süreçte yaşadığı gelişmelere yer verilmiştir. Güncel verilere ulaşılarak yapılan mevcut durum değerlendirmesinde ise dünyada ve Türkiye’de tarımın ekonomik ve sosyal anlamdaki önemi sorgulanmıştır. Yapılan bu incelemeler ile tarımda yaşanan problemler ve ülke genelinde ve dünyada bu sorunlara karşı geliştirilen stratejiler incelenmiştir. Proje kapsamında yürütülen anket çalışması, paydaş ziyaretleri ve GZFT analiz toplantısı ile ise Kale biberine ve bölgeye dair kapsamlı bilgi ve veriler toplanmış, farklı açılardan Kale biberi üretim ve pazarlama kanallarına dair mevcut durum değerlendirmesi yapılmıştır.

9.3.1 Tarımsal Faaliyetlere Yönelik Eğitim

9.3.1.1 İyi Tarım Uygulamalarının Yaygınlaştırılması



Türkiye sahip olduğu iklim, toprak ve su koşulları sayesinde tarımsal üretim konusunda çok önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak modern üretim tekniklerinin üreticiler tarafından bilinmemesi veya benimsenmemesi, üretim süreçleri konusunda yeterince bilinç sahibi olunmaması sebebiyle tarımdaki üretimden tam verimlilik sağlanamamaktadır. Ayrıca bilinçsiz zirai ilaç kullanımı hem ürünlere hem de diğer canlılara zarar vermektedir. Bu konuda başvurulacak yollardan biri de iyi tarım uygulamalarının geliştirilmesidir. İyi tarım uygulamaları Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü tarafından tarımsal üretim sisteminin sosyal açıdan yaşanabilir, ekonomik açıdan karlı ve verimli, insan sağlığını koruyan, hayvan sağlık ve refahı ile çevreye önem veren bir hale getirmek için uygulanması gereken işlemler

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

olarak tanımlanmaktadır. İyi tarım uygulamalarının amacı insan sağlığına ve çevreye zarar vermeyecek üretimin yapılmasıdır.⁸⁰

Türkiye’de iyi tarım uygulamaları konusunda kaydedilen ilerlemeler ile başta meyve-sebze üretimi olmak üzere, tarımsal üretimin tamamı ve ihracat, iç ve dış pazarda rekabet şansını yakalayacaktır. Dış pazara güvenli ürün sunulacak ve daha sağlıklı ve güvenilir ürün tüketimi sağlanacaktır. İyi tarım uygulamaları konusunda gerekli ilerlemenin sağlanması, meslekte çalışan ziraat mühendislerinin ve üreticilerin eğitimleri ve bilgilendirilmeleri ile mümkün olacaktır.⁸¹ Türkiye’de Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, iyi tarım uygulamalarının yaygınlaştırılmasını öncelikli politika alanlarından birisi olarak benimsemiştir. Türkiye’de 2007 yılında 651 üretici toplam 5 bin 360 hektar tarım alanında iyi tarım uygulaması yaparken, 2010 yılına gelindiğinde bu sayı 4 bin 540 üretici ve 78 bin 174 hektar tarım alanına yükselmiştir.⁸²

Kale biberi üreticileri özelinde ise iyi tarım uygulamalarının yeterince yaygın olmadığı görülmektedir. Araştırma kapsamında yapılan ankete katılan üreticilerin %96,90’ı iyi tarım uygulaması sertifikasına sahip değildir. Bu konuda atılması gereken adım ise öncelikli olarak İlçe Tarım Müdürlüğü tarafından üreticilere yönelik iyi tarım uygulamaları farkındalık faaliyetlerinin yürütülmesidir. İyi tarım uygulamalarının önemi, ne şekilde uygulanması gerektiği ve devletin bu konuda sağladığı teşvik ile ilgili bilgilendirmede bulunulmalıdır. İlçe Tarım Müdürlüğü çalışanlarının bire bir üreticileri ziyaret ederek yapacağı bu bilgilendirme faaliyetlerinde el kitapçığı, broşür vs. materyallerin kullanılması yararlı olacaktır.

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın iyi tarım uygulamasını gerçekleştiren üreticiye sağladığı destek üreticiler için teşvik edicidir. Üreticinin iyi tarım uygulamalarına geçişini sağlamanın yanında bu tür uygulamaların yaygınlaştırılması için pazarlamaya dönük bir takım adımların da atılması gerekmektedir. Bu doğrultuda iyi tarım uygulamaları ile üretilmiş ürünler için ayırt edici etiketleme çalışması yapılması ve bu ürünlerin özel olarak satıldığı merkezlerin veya satış noktalarının oluşturulması gerekmektedir. Buna paralel olarak tüketicilerin de hem iyi tarım uygulamaları hem de organik tarım ürünleri konusunda bilinçlendirilip bu ürünleri almaya teşvik edilmesi gerekmektedir.

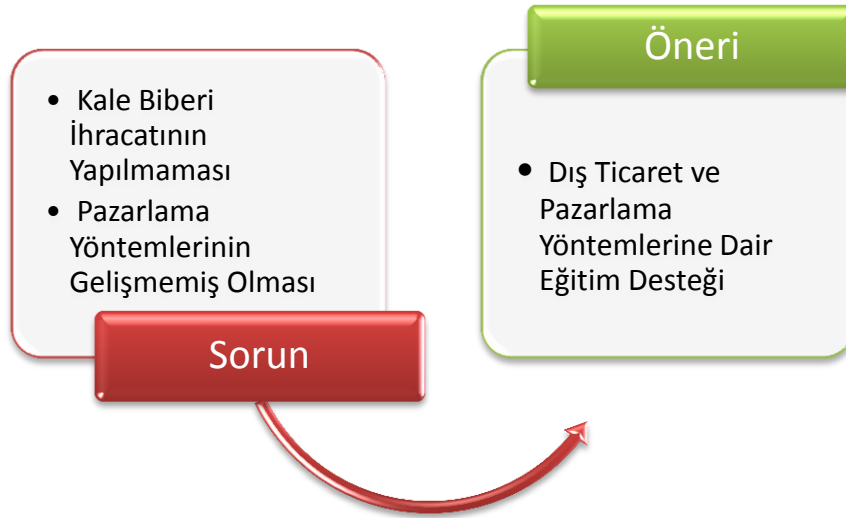
⁸⁰ <http://belgelendirme.ctr.com.tr/iyi-tarim-uygulamalari-nedir.html>

⁸¹ <http://belgelendirme.ctr.com.tr/iyi-tarim-uygulamalari-nedir.html>

⁸² Ekonomi Bakanlığı, Ekonomik ve Sektörel Bülten, Sayı 92.

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

9.3.1.2 Pazarlama ve Dış Ticaret Eğitimi



Anket çalışmaları Kale biberi ihracatının yapılmadığını ve ihracata yönelik üreticilerin yeterli bilgiye ve donanıma sahip olmadığını göstermektedir. Aynı zamanda çiftçilerin kullandıkları pazarlama yöntemleri çok kısıtlıdır. Bu nedenle Kale biberi üretiminin desteklenmesine yönelik ticaret ve pazarlama konusunda eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. Bu hususta öncelikli olarak Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Eğitim Yayım ve Yayınlar Dairesi Başkanlığı'nın internet sitesi olan Tarım TV'nin bölgede üreticiler tarafından takip edilmesi sağlanabilir. Bu internet portalı içerisinde gerek genel tarımsal faaliyetlere gerekse tarımda pazarlamaya dair pek çok eğitim videosu bulunmaktadır. İhracat ve pazarlamaya yönelik eğitimde atılacak bir diğer adım ise seminer düzenlemektir. Kale ilçesinde bulunan Pamukkale Üniversitesi Meslek Yüksekokulu'nun desteğiyle birlikte belli bir sayıdaki üreticiye pazarlamanın temel kuralları, pazarlama stratejisi, ulusal ve uluslararası pazarlar, organik ürünlerin pazarlama kanalları, pazarlamanın ekonomik analizi, markalaşma, tüketici beklentileri gibi konuları içeren eğitim verilebilir.

Yapılacak olan bu bilgilendirme faaliyetleri ile dış pazardaki tüketim alışkanlıkları yerel düzeyde faaliyet gösteren üreticiye aktarılabilir ve üretimin bu doğrultuda şekillenmesi sağlanabilir. Yurt dışındaki tüketim alışkanlıklarını takip edememiş olma, üretim ve paketleme konusunda ülke standartlarını ve beklentilerini bilememe bilinçlendirme faaliyetlerinin gerekliliğine işaret etmektedir. Yapılacak olan eğitimler, bu bilgilerin üreticiye aktarılmasını sağlayacak şekilde düzenlenmelidir.

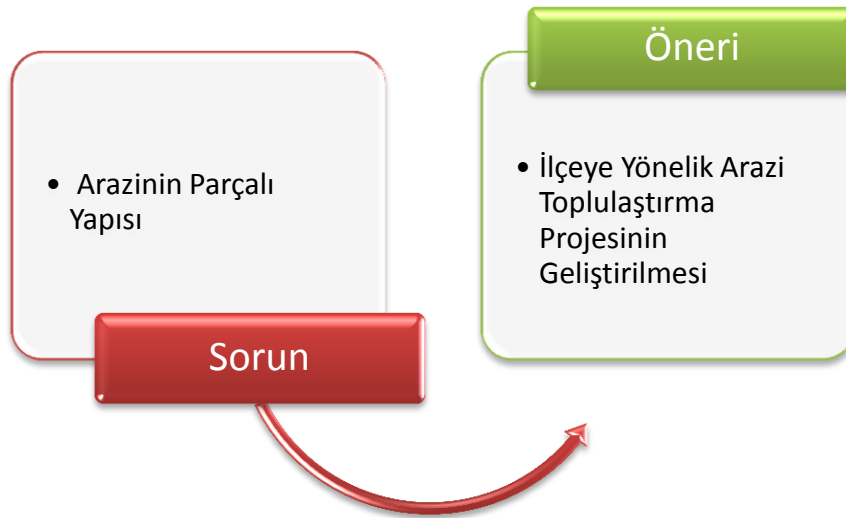
İlçenin küçük olması ve pazarlama ve ihracat tecrübesinin bulunmaması sebebiyle üreticiler belli bir modele bağlı olarak strateji geliştirememektedir. Bu nedenle birkaç çiftçinin bu alanda kaydettiği gelişim diğer üreticiler için model teşkil etmesi açısından önemlidir. İlçede bu sayede tarımsal pazarlamaya ve dışa açılmaya yönelik tecrübe birikimi elde edilecektir. Aynı zamanda sektörde hem pazarlama hem de ticaretle elde edilecek açılımlar yeni iş

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

sahalarının oluşmasını da beraberinde getirecektir. Gelirlerdeki artışa paralel olarak büyüyen tarımsal işletmeler istihdama yöneleceklerdir.

Aynı zamanda ihracatın gerçekleşmemesinin arkasındaki sebepleri incelediğimizde aracı kurumların bulunmamasının öne çıkan faktörlerden biri olduğu görülmektedir. Bu konuda Kale biberi üretimi ve potansiyeline dair ilçe dışında ve diğer illerde yapılacak tanıtım faaliyetleri ile tarımsal dış ticaretle uğraşan aracı işletmelerin bölgeye gelmesi sağlanabilir.

9.3.2 Arazi Topplulaştırma Projesinin Geliştirilmesi



Türkiye’deki tarım işletmelerinin yapısı küçük, parçalı ve dağınıktır. Bu yapı modern tarım işletmeciliğine göre daha az zaman, işgücü ve sermaye kullanımı gerektirecek şekilde yeniden düzenlenmelidir. Ayrıca üretim faktörlerinden en iyi biçimde yararlanarak tarımsal üretimi ve tarım işletmelerinin verimliliğini artırmak ve kırsal kesimdeki nüfusun hayat standartlarını yükseltmek gerekmektedir.⁸³

Türkiye’de tarım işletmelerinin sayıları her geçen gün artmakta ve buna bağlı olarak da işletme büyüklükleri azalmakta iken Avrupa Birliği ülkeleri başta olmak üzere gelişmiş ülkelerde işletme sayılarında azalma, ortalama işletme büyüklüklerinde ise artma görülmektedir. Küçük ve çok parçalı işletme yapısı teknoloji kullanımını güçleştirmekte, emek verimliliğini düşürmekte, sermaye birikimini engellemektedir. Tarımsal işletmeler %32,7 ile en fazla 20-49 dekar işletme büyüklük grubunda yer almaktadır. 1950 yılında 10 hektar olan “Ortalama İşletme Büyüklüğü” azalarak 1980 yılında 6 hektara, 1990 yılında 5,9 hektara düşmüş, 2001 yılında ise 6,1 hektar olarak tespit edilmiştir.⁸⁴

⁸³ Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı,

<http://www.tarim.gov.tr/Sayfalar/IceriklerDetay.aspx?rid=1014&NodeValue=443&KonuId=442&ListName=Icerikler>

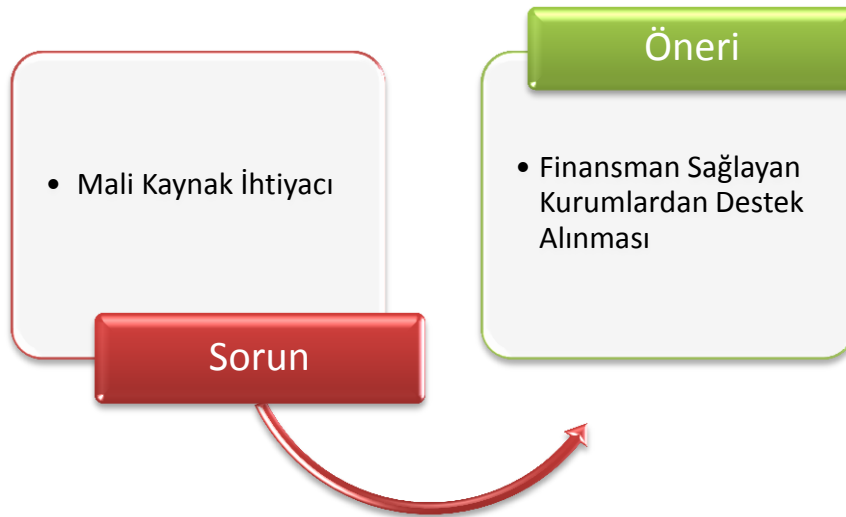
⁸⁴Yoğunlu, A., Arazi Topplulaştırma Faaliyetleri TRB1 Bölgesi (Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli) 2013, Fırat Kalkınma Ajansı.

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Görüldüğü gibi arazinin parçalı yapısı Türkiye’de tarım alanında genel bir problemdir. Bu problemin yansıması Kale’de ve Kale biberi üretiminde de görülmektedir. Bu konuda atılması gereken adım ise arazi toplulaştırma projesinin oluşturulması ve uygulanmasıdır. Söz konusu proje iki şekilde yapılabilir. Birincisi Bakanlar Kurulu kararıyla yapılan zorunlu toplulaştırma; ikincisi ise arazi toplulaştırma tüzüğüne göre vatandaşın isteği üzerine yapılan toplulaştırmadır.⁸⁵ Kale ilçesinde mevcut problemin çözümüne yönelik üreticiler ve yerel yöneticilerin işbirliği ile toplulaştırma projesi için başvuruda bulunulabilir. Yetkili kamu kurumlarının projelendirmesi ile gerçekleşecek toplulaştırma ile Kale biberi üretimi daha büyük arazilerde daha fazla verim elde edilerek, daha az kaynak tüketimi ile gerçekleştirilebilir. Modern tarım tekniklerinin kullanımına imkân verecek toplulaştırma projesi ile üretilen biber daha kaliteli olacaktır.

Söz konusu bu projenin uygulama safhasından önce gerçekleştirilmesi gereken hazırlık aşaması bulunmaktadır. Öncelikle ilçede tarımsal üretim yapan çiftçilere ülkede tarım alanında stratejik hedef olarak belirlenen toplulaştırma projelerinin amacı ve önemi aktarılmalıdır. Bunun için bütün çiftçilere yönelik bilinçlendirme toplantılarının yapılması gerekmektedir. Üreticilerin toplulaştırma projesine desteği alınarak kamu kurumlarına gerekli başvuru gerçekleştirilebilir. Sonrasında kurumlar aracılığı ile gerekli fizibilite ve planlama çalışmaları yürütülecektir.

9.3.3 Finansman Kaynaklarının Oluşturulması



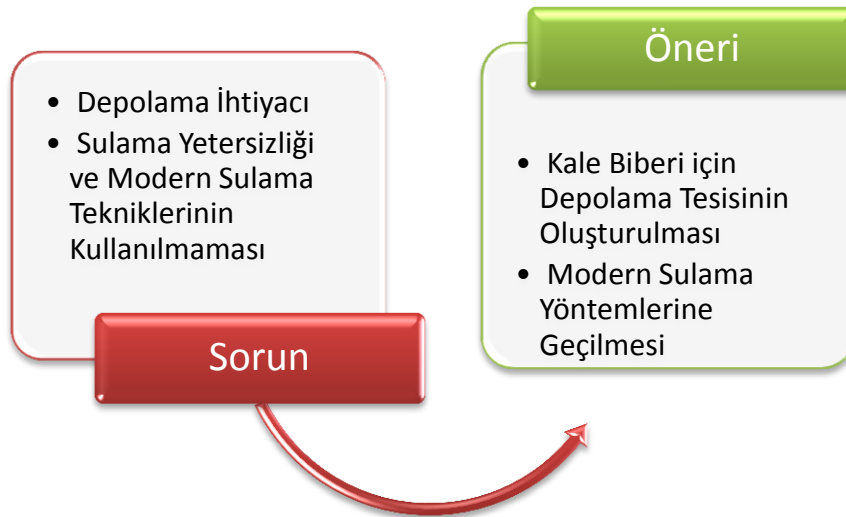
İlçede Kale biberi üretiminin geliştirilmesi, var olan üretimdeki verimliliğin artırılması, mevcut pazarlama ve üretim yöntemlerinde iyileşmeye gidilmesi için finansman kaynakları zaruri araçlardan bir tanesidir. Bu hususta öncelikle yapılması gereken ise Kale biberine yönelik geliştirilecek projeler ile çeşitli kurumlardan finansmanın sağlanmasıdır. Örneğin

⁸⁵ Gencer, S., Arazi Toplulaştırma Çalışmalarının Tapu ve Kadastro Açısından Değerlendirilmesi 2011, http://www.artvinkadastro.gov.tr/userfiles/file/Makale_37.pdf

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), kırsal kalkınma çerçevesinde AB ve ulusal kaynaklardan sağlanan hibeyi hedef kitleye ulaştırarak ulusal kalkınmaya katkı sağlamayı amaçlayan bir kurumdur. Bu amaçla “Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma (IPARD) Programı” kapsamında sağlanan hibenin uygun projelerin belirlenmesi ile ihtiyacı karşılayacak şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. IPARD programının ilk dönemi tamamlanmış olup 2014-2020 dönemi için yeni hibe desteği sağlanacaktır. Bu yeni dönem Kale biberi için bir fırsattır ve bu fırsattan yararlanmaya yönelik projeler geliştirilebilir. Örneğin altyapının geliştirilmesinde, ilçede Kale biberi üretiminde ihtiyaç duyulan depolama tesisinin oluşturulmasında bu programdan yararlanılabilir. Ayrıca bölgesel düzeyde kalkınmanın sağlanması için önemli desteklerde bulunan Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA) hibelerine de başvurulabilir. 2009 yılında Güney Ege bölgesinde sürekli ve dengeli kalkınmayı sağlama vizyonu ile kurulan Ajans bölgenin gelişmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bölgenin kaynaklarının etkin kullanımıyla yerel potansiyelin harekete geçirilmesini amaçlayan Ajans tarım, sanayi gibi farklı alanlarda hibe desteği sağlamaktadır. Bu araştırma raporunun da bir parçası olduğu “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi” projesinin destekçisi de GEKA’dır. Ajans tarafından duyurulan hibe programlarının bölge için kullanılmasına yönelik projelerin geliştirilmesi ile atılması gereken adımlar önündeki mali engeller kaldırılacaktır.

9.3.4 Altyapının Geliştirilmesi



Kale biberi mevcut durum analizi çalışmalarının işaret ettiği öncelikli müdahale alanlarından birisi de altyapıdır. İlçede altyapının geliştirilmesi için yatırımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu anlamda ilçeye yerel yönetim, kamu kurumları ve özel sektör yatırımları hızlandırılmalıdır. Özel sektör yatırımlarının ilçeye kazandırılması için girişimciliğin desteklenmesi gerekmektedir. Girişimcilik için sağlanan teşvik ve desteklerden yararlanılarak ve girişimcilik özendirilerek altyapı hizmetlerinde de gelişim elde edilecektir. İlçede altyapı faaliyetlerine hız verilmesi ile tarımsal üretimde verim ve kalite elde edilecektir. Üretim miktarının artmasına

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

ve yetiştirilen ürünlerin daha kolay bir şekilde pazarlanmasına paralel olarak üreticilerin gelirlerinde artış sağlanacaktır. Üreticilerin gelirleri yerli halka ve genel olarak ilçeye ekonomik anlamda katkı sağlayacaktır. Altyapı noktasında yapılması gerekenler ise aşağıda detaylı bir şekilde sunulmuştur.

9.3.4.1 Depolama

Anket çalışmaları, paydaş ziyaretleri ve GZFT analizi toplantısında işaret edildiği üzere Kale biberi üreticileri herhangi bir depolama yöntemi kullanmamakta, üreticilerin yararlanabileceği mevcut depolama sistemi de bulunmamaktadır. Bu soruna bağlı olarak Kale biberi üretimine hitap edecek lisanslı depoculuk faaliyetlerine bölgede başlanması gerekmektedir. İlçenin soğuk hava deposuna ihtiyaç duyup duymadığı konusunda fizibilite çalışması yapılmalı ve ihtiyaç halinde gerekli soğuk hava deposu oluşturulmalıdır. İlçede oluşturulacak depolama imkânı ile çiftçilerin hasat zamanı satılamayan ürünlerinden yaşadığı maddi kayıp önlenecektir.⁸⁶

Depolama imkânı olmayan üretici ürününü elden çıkarmak için düşük fiyattan satmak zorunda kalmaktadır. Bu durumun çözümü için de depolama yoluna gidilmesi şarttır. Ancak depolama konusunda dikkat edilmesi gereken husus yüksek enerji maliyetlerine neden olmayacak yüksek teknolojiye sahip depolama sistemlerinin kurulmasıdır. Depolama imkânı ile Kale biberi güvenli bir şekilde kalitesi bozulmadan saklanabilecektir. Bu şekilde GZFT analizinde zayıf yön olarak ifade edilen Kale biberinin raf ömrünün kısa olması sorununa da çözüm üretilmiş olacaktır.

9.3.4.2 Sulama

Denizli'deki tarım arazilerinin %45'i sulanmaktadır.⁸⁷ Sulama yapılan arazilerin artırılması ve sulama sistemlerinin geliştirilmesi üretimde verimlilik ve çeşitlilik sağlanması ve kuraklık gibi iklim koşullarının tarımsal üretime etkisinin en aza indirilmesi için kaçınılmazdır. Kale biberi üretimi sürecinde bazı köylerde sulamanın yetersiz olduğu görülmektedir. Bunun için drenaj ve tuzluluk gibi sorunlara yol açmayacak, su kaynaklarının verimli bir şekilde kullanımını sağlayacak modern sulama tekniklerinin kullanılabileceği sulama sistemlerine geçilmelidir.

Sulamada mevcut durumda yaşanan sorunların önüne geçilmesi için bu alanda üreticilere yönelik yapılacak bilinçlendirme faaliyetlerinin önemi ise yüksektir. Bu noktada ilçede üreticiler ile bire bir iletişim halinde olan ve tarımsal faaliyetleri düzenleme ve denetleme görevi bulunan İlçe Tarım Müdürlüğü üreticilere su kaynaklarının kullanımı konusunda bilgilendirmede bulunmalıdır. Nitekim üretimde şebeke suyu kullanılması ve gereğinden fazla su tüketimi üretim maliyetlerini yükseltmektedir. Bu gibi durumlarda alternatif sulama sistemleri öğretilmeli ve yaygınlaştırılmalıdır. Bu sayede mevcut durumda kullanılan su miktarı ile daha fazla arazi sulanacak, tarımsal sulama suyunun israfı önlenecektir. Aynı

⁸⁶ GEKA, TR32 Düzey 2 Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı Mevcut Durum Analizi

⁸⁷ A.e.

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına "Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi" kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

zamanda günümüzde açık sulama sistemlerinden kapalı sulama sistemlerine geçiş teşvik edilmektedir. Bunun başlıca sebebi açık sulama sisteminde yaşanan su kayıplarıdır. Aynı doğrultuda Kale biberi üretimi yapılan tarım arazilerinde de söz konusu geçişin sağlanması önemlidir.

9.3.4.3 Ulaşım ve Turizm

Kale ilçesi Denizli gibi ihracat potansiyeli yüksek bir şehre bağlıdır. Merkeze her ne kadar uzak olsa da Denizli’de iş veya turistik amaçlı bulunan ziyaretçilerin Kale’ye ulaşımı kolaylaştırılmalıdır. Bunun için ise yapılması gereken öncelikle Denizli’den Kale’ye ulaşım bilgilerine erişimin kolaylaştırılmasıdır. İnternet üzerinde verilecek bilgiler ile Denizli’ye gelecek bir ziyaretçinin Kale’yi de ziyaret etmesi teşvik edilmelidir. Aynı zamanda Kale’ye gidişte ve dönüşte kullanılan araçların ve mevcut durumdaki yolların iyileştirilmesi gerekmektedir. Yol güzergâhı üzerinde bulunan Kale’de turist sayısının artırılmasının önemli bir yolu ise tabela ve levha sistemidir. Tabela ve levha yönlendirmeleri ile turistlerin hem Kale’yi tanınması sağlanacak ve hem de ilçeye ulaşım kolaylaştırılacaktır.

İlçenin turizm konusunda en büyük avantajı bulunduğu konumdur. İlçede turist çekmeye yönelik projeler geliştirilirse, artan ziyaretçi sayısı ile ilçenin öne çıkan ürünü Kale biberinin tanınırlığı artacaktır. Bunun için ise öncelikle yapılması gereken turistik değerlerin oluşturulmasıdır.

9.3.5 İşbirliği ve Örgütlenme



9.3.5.1 Kooperatifler

Kale biberi üretimi küçük ölçekli işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Arazinin küçük ve parçalı olmasının doğal sonucu olarak üretim az istihdamla gerçekleştirilmektedir. Kale biberi üretimi yapan çiftçiler arasında ise koordinasyon bulunmamaktadır. Üretimin

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

geliştirilmesi için üreticilerin birbiri ile olan işbirliği kaçınılmazdır. Dolayısıyla Kale biberinde üretim ve pazarlama alanında atılacak adımlardan biri üreticiler arasındaki koordinasyonu geliştirmek bu koordinasyonun kurulmasına aracılık edecek çatı örgütleri oluşturmaktır. Bu noktada kooperatifler ön plana çıkmaktadır.

Tarım kooperatifleri kooperatifçilik ilkeleri çerçevesinde ve dayanışma anlayışı içerisinde, diğer kooperatiflerle iletişim ve işbirliği geliştirerek çiftçinin ihtiyaçlarının karşılanması önceliğinde ekonomik kalkınma için tarımda ilerlemeyi sağlamayı amaç edinmektedir. Kooperatifler birlik oluşturarak güç odağı ve iktisadi faaliyetler için baskı aracı olmaktadır. Bireysel olarak gerçekleştirilemeyenler dayanışma içerisinde yapılabilmektedir. Üreticilerin maddi zararlarının en aza indirilmesi noktasında da kooperatifler etkili olmaktadır. Fiyatın oluşmasında ve üreticinin zararlarının ortadan kaldırılmasında sigorta görevi görmektedir.

İlçede doğrudan Kale biberine yönelik olmasa da diğer farklı tarımsal faaliyetler için kurulmuş kooperatifler bulunmaktadır. Üreticiler bu kooperatiflerden Kale biberine dönük üretimlerini geliştirmek için istifade edebilirler. Aynı zamanda sadece Kale biberine yönelik olarak da kooperatif kurulabilir. Hangi yol seçilirse seçilsin eğer ki çiftçi örgütlenmesi kooperatif aracılığı ile sağlanırsa hem ürün hem de üretici kazançlı çıkacaktır. Kale biberi üretimi yapan çiftçiler sınırlı bir alanda sadece yerel düzeyde faaliyet gösterdikleri ve bu nedenle dış piyasayı iyi tanıma fırsatı yakalayamadıkları için bütün üreticiler adına kolektif bir şekilde hareket edecek ve yönlendirecek organizasyona ihtiyaç vardır.

9.3.5.2 Dernekler

Gelişmiş ekonomilerde ekonomik süreçlerin denetlenmesi ve yürütülmesinde artık üç temel sektör vardır. Bunlar kamu sektörü, kar amaçlı özel sektör ve kar amacı gütmeyen kuruluşlardır.⁸⁸ Kar amacı gütmeyen kuruluşlar içerisinde bulunan dernekler daha fazla üretim ve tüketim faaliyetlerinde söz sahibi olmakta, fiyat istikrarının sağlanması, gelir dağılımında eşitliğin elde edilmesi gibi olumlu etkiler ile ekonomik büyümeye destek olmaktadır. Aynı zamanda dernekler ekonomi dışında demokratik ve şeffaf bir toplum yaratılması noktasında da önemlidir. Makro açıdan sağladığı faydaların haricinde temsil ettikleri gruplara ve üyelerine yönelik kazanımlar da sağlamaktadır. Örneğin işbirliği ve örgütlenme için dernekler büyük önem arz etmektedir. Etki gücünü yükseltmekte, tanıtıma katkı sağlamakta, ihtiyaçların değerlendirilmesine olanak tanımaktadır.

Bu anlamda doğrudan Kale biberi için faaliyet gösterecek bir dernek kurulması gerekmektedir. Böyle bir derneğin kurulması uzun dönemde Kale biberinin markalaşması ve sahip olduğu değeri geliştirip koruması açısından önemlidir. Ayrıca il ve ilçede farklı alanlarda faaliyet gösteren diğer dernekler de Kale biberini sahiplenmeli ve Kale biberine yönelik yürütülecek faaliyetlere destek olmalıdır. Kale biberi sadece biber üreticilerini ve doğrudan üretim ve pazarlama süreçlerinde çalışan kişileri değil bütün bölgeyi

⁸⁸ Şah, Murat, Derneklerin Ülke Ekonomisindeki Yeri ve Önemi 2008, İç İşleri Bakanlığı Denetçilik Tezi.

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

ilgilendirmektedir. Bunun en büyük sebebi ise biberin ilçeye özgü bir ürün olması sebebiyle markalaşma potansiyeli, il ve ilçeye tanıtım alanında yaratacağı katma değerdir.

9.3.5.3 Yerel Değerleri ve Organik Üretimi Koruma Hareketleri

Günümüzde sivil hareketler ve örgütlenmeler toplumsal değişimlerin başını çekmektedir. Doğaya karşı oluşan hassasiyetin ve küreselleşmeye karşı yereli koruma bilincinin gelişmesiyle özellikle gençler arasında ulusal ve uluslararası boyutta yerel değerleri ve doğal ürünleri koruma hareketleri ortaya çıkmıştır.

Avrupa’da küreleşmenin etkisiyle yaygınlaşan “fastfood” akımına karşılık “slowfood” (Yavaş gıda) hareketi vardır. Bu oluşum ile amaç sağlıksız ve tek tip beslenme yerine yerel, doğal ve sağlıklı ürünleri tüketerek uluslararası gıda zincirleri karşısında gücünü yitiren yerli üretici ve satıcıya destek olmaktır. Bu sayede yerel ürünlerin yaşatılması ve hatırlanması amaçlanmaktadır. Türkiye’de bu hareketlerin etkisiyle oluşan ve sosyal medya üzerinden faaliyet gösteren ve üye edinen gruplarla iletişime geçilip Kale biberinin “yavaş gıda” olarak yerli aktivistler tarafından benimsenmesi sağlanabilir. Avrupa Komisyonu tarafından desteklenen “Yavaş gıda” hareketi ile Kale biberi ile yapılan yemekler uluslararası düzeyde tanınmış ve sahiplenilmiş yöresel yemekler haline getirilebilir.

Söz konusu yerel değerler olduğunda sadece ilçeden değil diğer bölgelerden de Kale biberine destek sağlanacaktır. Bu anlamda Kale biberinin yerel değer olarak sunulması ve tanıtılması ve bu şekilde diğer şehirlerdeki sivil toplum kuruluşlarından destek sağlanması gerekmektedir. Aynı zamanda yerel değerlerin korunması için çaba harcayan ve diğer şehirlerde faaliyet gösteren dernekler ile işbirliği yapılabilir. Geliştirilecek işbirliği mekanizmaları ile Kale diğer yerel ürünlere destek verirken başka bölgelerden de Kale’ye destek sağlanabilir.

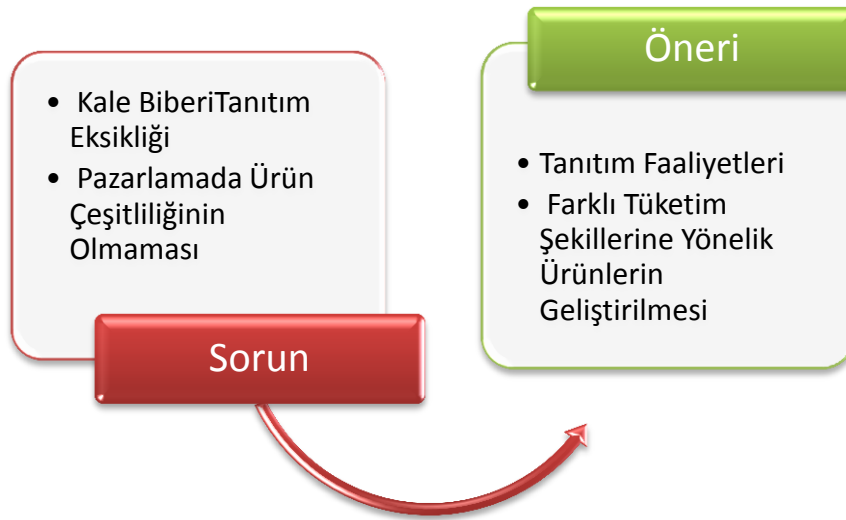
Aynı zamanda ülkede gelecek nesilleri de kapsayan yerel değerlere sahip çıkma bilincinin oluşturulması gerekmektedir. Bu amaçla okullardaki eğitime yerel ürünlerin tanıtımı ve korumasına dair içerik eklenmelidir. Ülke genelinde, Kale biberi gibi ürünlerin tanıtımını da içerecek bilgilendirme faaliyetleri ile hem yerli üretici hem de ürün desteklenecektir. Bu hususta okullarda belirli gün ve haftalar kapsamına yerel ürünleri koruma da dahil edilebilir. Bu sayede hem yerel ürünlere sahip çıkma bilinci küçük yaştan itibaren geliştirilir hem de Kale biberi yerel bir değer olarak sunulabilir.

9.3.5.4 Ortak Hareket Etme Bilincinin Geliştirilmesi

İşbirliği ve örgütlenmenin sağlanması için üreticilerde ortak hareket etme bilincinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bireysel hareket etmek yerine kolektif hareket etmenin sağlayacağı fayda konusunda edinilecek bilinç ile işbirliği konusunda ilerleme elde edilecektir. Bu konuda yapılması gereken, farkındalık ve bilinçlendirme faaliyetlerine ağırlık verip üreticileri örgütlü olmaya teşvik etmektir. Üretici örgütlü olduğu takdirde doğrudan üretici grubuna ulaşma şansı elde edileceği için ülke genelinde tarımda belirlenen hedefler daha hızlı bir şekilde gerçekleştirilecektir.

Bu çalışma, Progem Danışmanlık tarafından Kale Belediyesi adına “Kale Biberi Üretim ve Pazarlama Kanalları Mevcut Durum Analizi Projesi” kapsamında hazırlanmıştır. © 2013

9.3.6 Pazarlama Kanallarının Geliştirilmesi



9.3.6.1 Tanıtım

Kale biberi ilin ve ilçenin kendine has önemli bir değeri olmasına rağmen tanıtımı yeterince yapılamamaktadır. Ürünün coğrafi tescil belgesine sahip olduğunu bilmeyen önemli oranda üretici vardır. İlçe dışında ise Kale biberi çok fazla bilinmemektedir. Bu soruna çözüm olarak yürütülecek tanıtım faaliyetleri ile ürüne yönelik talebin artırılması sağlanabilir. Tanıtım faaliyetleri kapsamında ise Türkiye genelinde yazılı ve görsel medya reklamlarına yer verilmeli, satış ve tanıtımın bir arada yürütüleceği stantlar kurulmalıdır. Aynı zamanda Kale biberinin tanıtımına yönelik internet sitesi oluşturulmalıdır. Bu internet sitesinde Kale biberinin rengi, şekli gibi kendine has özellikleri, bölgeye ait bir değer olduğu ve faydaları anlatılmalı, aynı zamanda alımların ne şekilde gerçekleştirileceği belirtilmelidir. Bu sayede Kale biberine dair doğrudan bilgi alınabilecek bir kaynak oluşturulacaktır.

Kale biberinin önemli bir avantajı ise ilçenin şehirlerarası yol güzergâhı üzerinde bulunmasıdır. Bu nedenle uzun yolculuk yapanların mola yeri konumundadır. İlçeye has bir ürün olarak Kale biberinin turistik amaçlı satışı mola yerlerinde yapılabilir ve yenilikçi bir pazarlama yöntemi olarak mola yeri konumunda olan yerlerde yörük çadırı kurulabilir. Bu yörük çadırları hem yöreye özel yemeklerin yenebileceği restoran hem de Kale biberinin ve diğer ürünlerin satışının yapılacağı bir alan olarak hizmet verebilir.

Diğer illerde tanıtımın gerçekleştirilmesi için ilçede bulunan ve çoğunluğunu diğer şehirlerden gelen öğrencilerin oluşturduğu Meslek Yüksek Okulu'ndan da yararlanılmalıdır. Okulda öğrenim gören öğrencilerin tanıtımda elçi olmalarını sağlamaya yönelik projeler geliştirilmelidir. Bu sayede öğrenciler diğer şehirlerdeki ailelerini ziyaret ettiklerinde doğrudan Kale biberinin tanıtımını gerçekleştirmiş olacaklardır. Bunun yapılabilmesi için ise öğrencilere Kale biberinin bir değer olarak bölge için önemi aktarılmalıdır. Söz konusu

bilgilendirme öğrenciler okula ilk kayıt olduklarında yapılacak oryantasyon programı kapsamına alınmalı, okula dair yapılacak bilgilendirme sunumlarına ilçe ve dolayısıyla Kale biberi de dahil edilmelidir.

Kale biberinin diğer bölgelerde tanınmaması sorununa çözüm olarak kullanılacak en önemli araçlardan birisi ise sosyal medyadır. Sosyal medyada kurulacak grup ve tanıtım sayfası ile Kale biberinin kendine has özellikleri, bölgeye özgü bir ürün olduğu, üreticileri ve ne şekilde kullanılabileceği hakkında bilgi verilebilir ve tanıtım yapılabilir. Kale biberinin ana malzeme olduğu yeni yemekler geliştirilip bu yemeklerin tarifleri bu site üzerinden paylaşılabilir. Aynı zamanda internet ortamında oluşturulacak Kale biberi satış sitelerine bu sayfa üzerinden erişim sağlanabilir.

Sosyal medyaya ek olarak tanıtım için yazılı ve görsel medyada Kale biberinin haber yapılması gerekmektedir. Hem ulusal çapta hem de yerel düzeyde yayın yapan medya ilçede haber yapması için çağrılmalıdır. Bu sayede geniş kitlelere ulaşılarak tanıtım gerçekleştirilecektir.

Kale Belediyesi tarafından 19 yıldır düzenlenen Kale Biberi Festivali, ilçedeki biber üretimine verilen önemin bir göstergesidir. Festival, tanıtım için önemli bir araç olmakla birlikte diğer şehirlerdeki tanıtıma katkı sağlayamamaktadır. Bunun için Kale’de düzenlenen festivale ek olarak başka bölgelerde gezici festivaller şeklinde başka etkinlikler de düzenlenmelidir. Örneğin gezici Kale biberi aracı ile diğer bölgelerdeki festivallere katılım ile hem tanıtım hem de pazarlama aynı anda yapılabilir.

9.3.6.2. Markalaşma

Kale biberinin tanıtımı dolayısıyla pazarlanmasının önemli bir ayağı markalaşmanın sağlanmasıdır. Markalaşma için profesyonel tasarım firmalarından yapılacak hizmet alımı ile Kale biberi maskotu ve logosu oluşturulmalıdır. Maskotun ilçenin yüzü olması hedeflenmeli ve bu amaçla maskot Kale Belediyesi tarafından ilçe halkı ile iletişim aracı olarak kullanılmalıdır. Şehrin maskot sahibi olmasının Avrupa’da ve Türkiye’de çeşitli örnekleri vardır. Almanya’nın başkenti Berlin’de şehrin maskotu ayıdır ve estetik bir şekilde yapılmış, şık görünümlü ayı maskotları şehrin farklı yerlerinde heykel ve şehrin simgesi olarak kullanılmaktadır. Benzer şekilde biber maskotu heykelleri Kale Belediyesi tarafından yaptırılabilir. İletişim aracı olarak ise oluşturulacak logo, belediyenin duyuru panolarında kullanılabilir. Ayrıca turistik alışveriş potansiyelinin yüksek olduğu ilçede biberin farklı hediyelik eşya türlerinde kullanılması hem markalaşmaya hem de biberin tanıtımına katkı sağlayacaktır.

9.3.6.3. Ürün Çeşitliliğinin Sağlanması

Mevcut durumda Kale biberi büyük bir çoğunlukla taze ya da kuru tüketim şekline hitap etmekte ve kısıtlı pazarlama alanına sahip olmaktadır. Bunun aşılabilmesi için ürünün farklı tüketim şekillere göre geliştirilmesi gerekmektedir. Alıcı kitlesini çoğaltmaya yönelik işleme, közleme, turşuluk, salçalık gibi işlemler uygulanabilir. Ürün çeşitliliğinin yanında paketleme de ürünün pazarlanmasında önem teşkil etmektedir. Büyük şehirlerdeki hatta yurt dışındaki alıcı kitlesi göz önünde bulundurularak kaliteli ambalajlamaya gidilmelidir. Günümüzde tüketicilerin tüketim alışkanlıklarının belirlenmesinde ürünün kendisiyle birlikte ne şekilde sunulduğu da satın almada önemlidir. Dolayısıyla satışın artırılması için yenilikçi ve talebe karşılık gelecek paketleme tercih edilmelidir.

9.3.6.4. Yeni Pazar Alanlarının Oluşturulması

Mevcut durumda Kale biberi daha çok ilçedeki halka ve turistik amaçlı alışveriş yapan yolculara hitap etmektedir. Ancak diğer şehirlere yolculuk yaparken Kale biberini satın alan tüketici ürünü beğense bile yaşadığı şehirde ürüne ulaşma şansı olmadığı için tüketimin devamlılığı sağlanamamaktadır. Bunun için ürüne ulaşım imkânı diğer şehirlerde de kolaylaştırılmalıdır. Marketlerde ve pazarlarda tüketici bu ürünlere ulaşacak konumda olmalıdır.

Aynı zamanda farklı şehirlerde düzenlenen il tanıtım fuarlarına katılım önemlidir. Bu fuarlara katılım ile hem tanıtım sağlanacak hem de pazar genişletilecektir. Bununla birlikte internet üzerinden Kale biberi satışının da yaygınlaştırılması gereklidir. Doğrudan market ve pazarlarda ulaşım sağlanamasa da ürünü beğenen tüketici yaygın satış sahalarından biri olan internet üzerinden yapmak istediği alış verişini gerçekleştirebilir.

Fuarlara katılım haricinde Ankara, İstanbul gibi büyük şehirlerde yoğun ilgi gösterilen haftanın belirli bir gününde düzenlenen organik pazarlara katılım sağlanmalıdır. Bu şekilde farklı tüketici gruplarına Kale biberi tanıtılmış ve hem yerel hem doğal ürünlere ilgi gösteren tüketici grubuna ulaşılacaktır. Bu pazarlara üreticiler tarafından doğrudan katılım sağlanamasa da aracılar ile anlaşılıp ürünlerin pazarlanması sağlanabilir.

Bunun haricinde bir diğer önemli pazarlama yöntemi büyük market zincirleri ile yapılacak anlaşmadır. İyi tarım uygulamalarını yaygınlaştırma çalışmaları kapsamında Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile önde gelen market zincirinin ortaklaşa yürüttüğü proje ile market zinciri ürünlerini iyi tarım uygulamasına sahip üreticilerde alarak bu uygulamanın yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bu proje ile bu uygulamayı kullanan üretici sayısında önemli bir artış elde edilmiştir. Benzer başka bir proje de Kale biberini desteklemeye yönelik yürütülebilir.

9.3.7 Akademik Çalışmaların Yürütülmesi

İlçede Kale biberi ve diğer biberlere yönelik Pamukkale Üniversitesi öğretim üyeleri tarafından akademik çalışmalar yürütülmüştür ancak gerek kaynak yetersizliği gerekse yeterli desteğin sağlanamaması sebebiyle çalışmadan verim elde edilememiştir. Fakat Kale'deki tarımsal faaliyetlere ve biber üretimine dair akademik çalışma başlatılmış olması önemlidir. Kale biberine yönelik bilimsel çalışmaların yürütülmesi biberin üretim kalitesini ve verimliliğini yükseltecek, tanıtımına katkı sağlayacaktır. Bu anlamda ilçede akademik çalışma yürütmeleri için Pamukkale ve diğer üniversitelerdeki öğretim üyelerine teşvik sağlanmalıdır.