

**T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TÜRKİYE'DE SEBZE TOHUMU DIŞ TİCARETİNE YÖNELİK  
İZLENEN POLİTİKALARIN ETKİLERİNİN SWOT VE SOR ANALİZİ İLE  
İNCELENMESİ: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ**

**Oya SAV**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ  
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

**2014**

**T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TÜRKİYE'DE SEBZE TOHUMU DIŞ TİCARETİNE YÖNELİK  
İZLENEN POLİTİKALARIN ETKİLERİNİN SWOT VE SOR ANALİZİ İLE  
İNCELENMESİ: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ**

**Oya SAV**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ  
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

**2014**

**T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TÜRKİYE'DE SEBZE TOHUMU DIŞ TİCARETİNE YÖNELİK  
İZLENEN POLİTİKALARIN ETKİLERİNİN SWOT VE SOR ANALİZİ İLE  
İNCELENMESİ: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ**

**Oya SAV**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ  
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

**2014**

Bu tez 25.12.2014 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Cengiz SAYIN

Prof. Dr. Osman KARKACIER

Yrd. Doç. Dr. M. Nisa MENCET YELBOĞA



## ÖZET

### TÜRKİYE’DE SEBZE TOHUMU DIŞ TİCARETİNE YÖNELİK İZLENEN POLİTİKALARIN ETKİLERİNİN SWOT VE SOR ANALİZİ İLE İNCELENMESİ: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ

Oya SAV

**Yüksek lisans Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı**

**Danışman: Prof. Dr. Cengiz SAYIN**

**Aralık 2014, 82 Sayfa**

Bu çalışma ile sebze tohumculuk sektörünün Türkiye ekonomisi ve dış ticaretindeki yeri ve önemi vurgulanmış, ithalatçı ve ihracatçı firmaların sorunları ve beklentileri Antalya ili esas alınarak belirlenmeye çalışılmıştır. Türkiye’de sebze tohumu dış ticaretine yönelik izlenen politikaların etkilerinin değerlendirilmesi için Antalya ilindeki 45 adet sebze tohum firmasına sebze tohumu ihracatları ve ithalatları, uygulanan politikalar gibi konularda yüz yüze anket uygulanmış, veriler SPSS paket programına girilmiş, elde edilen sonuçlar SWOT ve SOR Analizi ile değerlendirilmiştir. SWOT Analizi, bir olgunun güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditleri analiz eden bir stratejik planlama metodudur. SOR analizi, SWOT analizinin çıktılarını kullanarak stratejiler geliştirme süreci olarak tanımlanmaktadır. Antalya’da tohumluk ithalatçısı ve ihracatçısı konumunda yerleşik bulunan işletmelerin sayısının fazla olmaması sebebiyle, anket tam sayım metodu ile tüm ana kitleye yönlendirilmiştir. Yapılan anketler ve gerçekleştirilen görüşmelerle ulaşılan sonuçlar doğrultusunda uygun çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Tohum, SWOT, SOR, İhracat, İthalat

**JÜRİ:** Prof. Dr. Cengiz SAYIN

Prof. Dr. Osman KARKACIER

Yrd. Doç. Dr. M. Nisa MENCET YELBOĞA

## **ABSTRACT**

### **ASSESSMENT FOR THE EFFECTS OF VEGETABLE SEED FOREIGN TRADE POLICIES FOLLOWED IN TURKEY THROUGH SWOT AND SOR ANALYSIS: IN THE PROVINCE OF ANTALYA**

**Oya SAV**

**MSc. Thesis in Agricultural Economics**

**Supervisor: Prof. Dr. Cengiz SAYIN**

**December 2014, 82 Pages**

In this study, the importance of vegetable seed sector in the economy and foreign trade of Turkey have been emphasized along with the problems and expectations of vegetable seed importer and exporter companies in the province of Antalya. In an attempt to assess the effects of foreign trade policies followed in Turkey, 45 vegetable seed companies in the province of Antalya have been surveyed in terms exportation and importation and the data obtained from face to face interviews entered into SPSS have been evaluated via SWOT and SOR Analysis. SWOT Analysis is a strategic planning method discussing strengths, weakness, opportunities and threats of the phenomenon while SOR Analysis is defined as a strategic improvement process using the outputs of SWOT Analysis. Due to the fact that the vegetable seed exporter and imported companies are few in numbers in the province of Antalya, complete count method have been used and the survey have been directed to whole population. As a result of surveys and interviews carried out, several recommendations have been developed for future studies.

**KEYWORDS:** Seed, SWOT, SOR, Export, Import

**COMMITTEE:** Prof. Dr. Cengiz SAYIN (Supervisor)

Prof. Dr. Osman KARKACIER

Assoc. Prof. Dr. M. Nisa MENCET YELBOĞA

## ÖNSÖZ

Antalya, sahip olduğu iklim yapısı nedeniyle tarımsal üretim faaliyetlerinin yıl boyu sürdürüldüğü, tarım sektöründe kalite ve çeşitliğı yakalamış sebzeçilik ve seracılık merkezi olup tohumluk gibi üretim alanlarında Türkiye’de lider durumda bir ildir. Bu çalışmada Türkiye’de 1982 sonrasında uygulanmaya başlayan ve özel sektör katılımına ağırlık veren tohumluk dış ticaret politikalarının etkileri; Antalya İlinde faaliyette bulunan sebze tohumluğu üreticisi, ihracatçısı ve ithalatçısı firmalar açısından yüz yüze anket aracılığıyla ile değerlendirilmiştir. Bunun yanısıra, araştırma bölgesindeki firmaların tohumluk üretimi, ar-ge, ihracat ve ithalat gibi faaliyetleri bir bütün olarak irdelenmiştir.

Tohumculuk dış ticareti konusunda bana çalışma olanağı veren danışmanım Sayın Prof. Dr. Cengiz SAYIN’a, anket çalışmasına zaman ayırarak soruları büyük bir sabırla yanıtlayan, görüşme yaptığım Antalya İli sebze tohumu ihracatçısı ve ithalatçısı firmalara, Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneğı Genel Sekreteri Dr. Müfit ENGİZ’e teşekkürler ederim.

Tez yazım sürecince yanımda olan değerli arkadaşlarım Gıda Mühendisi Gülay ATEŞ’e ve Ekonomist Mine GENÇ’e, verilerin derlenmesinde katkısı olan Ziraat Mühendisi Bölümü öğrencisi Semih KAHRAMAN’a, anketlerin değerlendirilmesi sürecinde yardımcı olan doktora öğrencisi Yahya ASTETE’ye ve Ars. Gör. Asaf ÖZALP’e teşekkürü bir borç bilirim. Çalışmalarım süresince bana manevi destek olan değerli annem Emekli Öğretmen Necmiye MIRCIOĞLU’na, babam Emekli Öğretmen Mehmet Ali MIRCIOĞLU’na, gösterdiği anlayış ve engin bilgi birikimi ile yönlendirmelerinden dolayı sevgili eşim Ziraat Mühendisi Lütfü SAV’a için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ .....	iii
İÇİNDEKİLER .....	iv
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ .....	vi
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	vii
ÇİZELGELER DİZİNİ .....	viii
1. GİRİŞ.....	1
2. KURUMSAL BİLGİLER VE KAYNAK TARAMALARI.....	5
2.1. Ticari Sebze Tohumluğunun Tarihçesi.....	5
2.2. Kaynak Taramaları .....	6
3. MATERYAL ve METOT.....	11
3.1. Materyal.....	11
3.2. Metot.....	11
3.2.1. Verilen Toplanması Sırasında Uygulanan Metot.....	11
3.2.2. Verilen Analizi Sırasında Uygulanan Metot.....	12
4. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	15
4.1. Genel Bulgular .....	15
4.1.1. Dünya Tohumculuk Sektöründeki Gelişmeler .....	15
4.1.2. Türkiye’deki Tohumculuk Sektöründeki Gelişmeler .....	19
4.1.2.1. Tohum Sanayici ve Üreticileri Alt Birliği ve Tohumculuğun Gelişmesindeki Rolü .....	22
4.1.2.2. Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği ve Tohumculuğun Gelişmesindeki Rolü.....	23
4.1.3. Türkiye’de Tohum Üretimi ve Dış Ticaretindeki Gelişmeler .....	24
4.1.4. Türkiye’de Tohumculukla İlgili Yasal Yapı.....	33
4.1.4.1. 5553 Sayılı Tohumculuk Kanunu Hakkında .....	34
4.1.4.2. 5042 Sayılı Yeni Bitki Çeşitlerine Ait Islahçı Haklarının Korunmasına İlişkin Kanunu hakkında .....	36
4.1.4.3. 5997 Sayılı Biyogüvenlik Kanunu hakkında .....	39
4.1.4.4. Tohumluk İhracatı Uygulama Genelgesi hakkında .....	41



4.1.4.5. Tohumluk İthalatı Uygulama Genelgesi hakkında .....	41
4.2. Alan Bulguları .....	43
4.2.1. Yerleşim Alanı İle İlgili Genel Bilgiler .....	43
4.2.2. Firmalar İle İlgili Genel Bilgiler .....	47
4.2.3. Firmaların Üretimleri İle İlgili Genel Bilgiler .....	49
4.2.4. Firmaların Tohumluk Üretimleri Hakkındaki Düşünceleri .....	50
4.2.5. Firmaların Ar-Ge Faaliyetleri Hakkındaki Düşünceleri .....	51
4.2.6. Firmaların İhracat Faaliyetleri Hakkındaki Düşünceleri .....	52
4.2.7. Firmaların Tohum İhracat Politikası Hakkındaki Düşünceleri .....	61
4.2.8. Tohum İhracat Fiyatlarının Oluşumunda Etkili Olan Unsurlar .....	63
4.2.9. Tohum İthalatı İle İlgili Genel Bilgiler .....	63
4.2.10. Firmaların Tohum İthalat Politikası Hakkındaki Düşünceleri .....	67
4.2.11. Antalya İlindeki Sebze Tohumluk Firmalarının Swot ve Sor Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi .....	68
5. SONUÇ ve ÖNERİLER .....	73
5.1. Sonuç .....	73
5.2. Öneriler .....	76
6. KAYNAKÇA .....	78

## ÖZGEÇMİŞ

## SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

### Simgeler

Da	Dekar
Kg	Kilogram
\$	Dolar

### Kısaltmalar

AOSCA	ABD-Kanada Resmi Tohumluk Sertifikasyon Ajansları Birliği
AİB	Antalya İhracatçılar Birliği
BİSAB	Bitki İslahçıları Alt Birliği
BÜGEM	Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü
CPVO	AB Topluluk Bitki Çeşitleri Ofisi
GTHB	Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı
IMF	Uluslararası Para Fonu
IBRD	Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası
ISF	Uluslararası Tohum Federasyonu
ISTA	Uluslararası Tohum Test Birliği
ESA	Avrupa Tohumculuk Derneği
EESNET	Doğu Avrupa Tohumculuk Ağı
ESTA	Avrupa Tohumluk Kontrol Birliği
FAO	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
FİDEBİRLİK	Fide Üreticileri Alt Birliği
FÜAB	Fidan Üreticileri Alt Birliği
GATT	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
KORGEM	Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
PVPO	Bitki Çeşitlerini Koruma Ofisi
SOR	Stratejik Eğilim
SÜSBİR	Süs Bitkileri Üreticileri Alt Birliği
SWOT	Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler
TAPGM	Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü
TAGEM	Tarım Araştırmalar Genel Müdürlüğü
TEDGEM	Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü
TİGEM	Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
TODAB	Tohum Dağıtıcıları Alt Birliği
TRIPS	Ticari Fikri Mülkiyet Hakları örgütü
TSÜAB	Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği
TTSMM	Tohumluk Tescil ve Sertifikasyon Merkezi Müdürlüğü
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRKTED	Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği
TÜRKTÖB	Türkiye Tohumcular Birliği
TYAB	Tohum Yetiştiricileri Alt Birliği
UPOV	Yeni Bitki Çeşitlerinin Korunması Uluslararası Birliği
WIPO	Dünya Fikri Mülkiyet Hakları Organizasyonu

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 4.1. Dünya tohumluk pazar büyüklükleri.....	18
Şekil 4.2. Başlıca ülkelerin tohum ithalatı.....	18
Şekil 4.3. Başlıca ülkelerin tohum ihracatı.....	19

## ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 3.1. SWOT matrisi .....	14
Çizelge 3.2. SOR matrisi özeti .....	14
Çizelge 4.1. Dünyadaki 10 büyük tohum firmasının satışı ve pazar payı .....	17
Çizelge 4.2. Bitki türlerine göre faaliyet gösteren işletme sayısı .....	21
Çizelge 4.3. TSÜAB üyesi firmaların bölgelere göre dağılımı .....	23
Çizelge 4.4. Türkiye tohumluk üretim miktarları.....	25
Çizelge 4.5. Çeşitli türlerde özel sektör ve kamu üretim payları .....	26
Çizelge 4.6. Türkiye’de tohum endüstrisinin yapısı.....	26
Çizelge 4.7. Başlıca türlerde özel sektör ve kamu üretim payları .....	27
Çizelge 4.8. Türkiye’nin tohumluk ihracat miktarı .....	28
Çizelge 4.9. Türkiye’nin tohumluk ihracat değerleri .....	29
Çizelge 4.10. Türkiye’nin tohumluk ithalat miktarı .....	30
Çizelge 4.11. Türkiye’nin tohumluk ithalat değeri .....	31
Çizelge 4.12. Türkiye’nin tohum ithalatı ve ihracatı.....	32
Çizelge 4.13. Önemli sebze tohum türlerine göre Türkiye’nin ithalatı.....	32
Çizelge 4.14. Önemli sebze tohum türlerine göre Türkiye’nin ihracatı .....	33
Çizelge 4.15. Türkiye’de tescilli çeşitler .....	35
Çizelge 4.16. Antalya ili tarım alanlarının dağılımı .....	44
Çizelge 4.17. Antalya ili tarım üretim değerleri.....	44
Çizelge 4.18. Antalya ilinin ilçelere göre nüfusu .....	45
Çizelge 4.19. Antalya İli tarım alanlarının kullanım amaçlarına göre dağılımı .....	46
Çizelge 4.20. Türkiye sebze ve meyve üretiminde Antalya’nın yeri .....	47
Çizelge 4.21. Firmaların hukuki yapılarına göre dağılımı .....	47
Çizelge 4.22. Firmaların kuruluş yılına göre dağılımı .....	47
Çizelge 4.23. Firmaların faaliyet alanlarına göre dağılımı.....	48
Çizelge 4.24. Firmaların son beş yıllık ciro ortalamalarına göre dağılımı.....	48
Çizelge 4.25. Firmaların bölümlerinin çalışan sayısına göre dağılımı .....	48
Çizelge 4.26. Firmaların çalışanlarının eğitim durumlarına göre dağılımı .....	49
Çizelge 4.27. Firmaların kendi üretim olan sebze tohumlarına göre dağılımı .....	49
Çizelge 4.28. Firmaların üretim arazisi seçimlerine göre dağılımı .....	49
Çizelge 4.29. Firmaların üretim arazisi yerlerine göre dağılımı .....	50

Çizelge 4.30. Firmaların üretim faaliyetlerinde gördükleri eksikler .....	50
Çizelge 4.31. Firmaların tohumluk üretimi hakkındaki düşünceleri .....	51
Çizelge 4.32. Firmaların araştırma-geliştirme hakkındaki düşünceleri.....	51
Çizelge 4.33. Firmaların geçen yıl kayıt ettirdikleri ve sertifikasyon sürecini tamamladıkları çeşit sayısına göre dağılımı .....	52
Çizelge 4.34. Firmaların ıslah faaliyetlerinde gördükleri eksiklik .....	52
Çizelge 4.35. Firmaların ihracatını gerçekleştirdikleri sebze tohumlarına göre dağılımı .....	53
Çizelge 4.36. Firmaların 2013 yılı sebze tohumu ihracat değerleri.....	53
Çizelge 4.37. Firmaların ihraç ettikleri tohumların tedarik yerine dağılımları .....	53
Çizelge 4.38. Firmaların ihraç ettikleri tohumların elde edilme şekline göre dağılım. .....	54
Çizelge 4.39. Firmaların ihraç ettikleri tohumların tedarik şekline göre dağılımı .....	54
Çizelge 4.40. Firmaların ihraç ettikleri tohumların tescil şekline göre dağılım.....	54
Çizelge 4.41. Firmaların sebze tohumu ve fide ihracatına dağılımı.....	55
Çizelge 4.42. Firmaların yurtiçi ve yurtdışı satışları içinde yurtdışı satışlarının dağılımı.....	55
Çizelge 4.43. Firmaların uyguladıkları ihracat fiyat stratejisi .....	55
Çizelge 4.44. Firmaların ihracat faaliyetlerinin en yoğun olduğu yerlerin dağılımı ...	56
Çizelge 4.45. Firmaların ihracata yönelme nedenlerinin önem derecelerine göre dağılımı.....	56
Çizelge 4.46. Firmaların ihracatta kullandığı teslim şekillerine göre dağılımı .....	56
Çizelge 4.47. Firmaların ihracatta kullandığı taşıma şekillerine göre dağılımı .....	57
Çizelge 4.48. Firmaların ihracatta kullandığı ödeme şekillerine göre dağılımı .....	57
Çizelge 4.49. Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde müşteri bulma yöntemlerinin dağılımı.....	58
Çizelge 4.50. Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde ürünlerini satın alan grupların dağılımı.....	58
Çizelge 4.51. Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde izledikleri stratejilerin dağılımı. .....	58
Çizelge 4.52. Firmaların ihracat yaptıkları ülkedeki müşterilerini ziyaret etme sıklığı .....	59
Çizelge 4.53. Firmaların iletişimde tercih ettikleri kanalların dağılımı .....	59

Çizelge 4.54. Firmaların ihracatta rakip olarak gördükleri ülkeler.. .....	59
Çizelge 4.55. Firmaların ihracatta rakiplerine göre üstün oldukları yönlerin dağılımı. .....	60
Çizelge 4.56. Firmaların ihracatta rakiplerine göre zayıf oldukları yönlerin dağılımı.. .....	60
Çizelge 4.57. Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde en sık karşılaştıkları sorunların dağılımı.....	61
Çizelge 4.58. Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde gerçekleştirdikleri tanıtım çalışmalarının dağılımı .....	61
Çizelge 4.59. Firmaların ihracat politikası hakkındaki düşünceleri .....	62
Çizelge 4.60. Firmaların ihracat sürecinde devletten beklentileri.....	62
Çizelge 4.61. Firmaların ihracat fiyatlarının oluşumu hakkındaki düşünceleri .....	63
Çizelge 4.62. Firmaların ithalatını gerçekleştirdikleri sebze tohumlarına göre dağılımı .....	63
Çizelge 4.63. Firmaların 2013 yılı tohum ithalat değerlerine göre dağılımı.....	64
Çizelge 4.64. Firmaların sebze tohumu ve fide ithalatının dağılımı .....	64
Çizelge 4.65. Firmaların ithalat faaliyetlerinin en yoğun olduğu yerlerin dağılımı....	64
Çizelge 4.66. Firmaların ithalata yönelme nedenlerinin önem derecelerine göre dağılımı.....	65
Çizelge 4.67. Firmaların ithalatta kullandığı teslim şekillerine göre dağılımı .....	65
Çizelge 4.68. Firmaların ithalatta kullandığı taşıma şekillerine göre dağılımı .....	65
Çizelge 4.69. Firmaların ithalatta kullandığı ödeme şekillerine göre dağılımı .....	66
Çizelge 4.70. Firmaların ithalat yaptıkları ülkelerde yeni satıcıları bulma yöntemlerinin dağılımı .....	66
Çizelge 4.71. Firmaların ithalat yaptıkları ülkedeki satıcıları ziyaret etme sıklığı .....	67
Çizelge 4.72. Firmaların ithalat yaptıkları ülkelerde en sık karşılaştıkları sorunların dağılımı.....	67
Çizelge 4.73. Firmaların ithalat politikası hakkındaki düşüncelerinin dağılımı .....	68
Çizelge 4.74. Antalya İlindeki Sebze Tohumluk Firmalarının SWOT Analizi .....	69
Çizelge 4.75. Antalya İlindeki Sebze Tohumluk Firmalarının SOR Analizi .....	71

## 1. GİRİŞ

Tarım sektörü, Türkiye'nin ekonomik gelişimine pek çok yönden katkı sağlamaktadır. Sektör; ülke nüfusunun beslenmesi için zorunlu gıda maddelerini üretmekte, ülke nüfusunun dörtte birini istihdam etmekte, sanayi sektörüne girdi sağlamakta, sanayi ürünleri için talep oluşturmakta, tarım ürünleri ihracıyla döviz girdisi sağlamakta ve ulusal gelirin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Türkiye'de tarım sektörü; nüfusun gıda maddeleri gereksinimini karşılaması, tarıma dayalı sanayinin hammadde kaynağını oluşturması, önemli bir oranda istihdam sağlaması, dışa bağımlılığı önlemesi ve ödemeler dengesi üzerinde önemli etkilerinin olması nedeniyle, ekonomideki stratejik rolünü ve işlevini korumaya devam etmektedir. Ekonomik açıdan Türkiye'de tarımsal milli gelir 2002'de 23,7 milyar dolar iken 2013 yılında 61 milyar dolara ulaşmıştır (Anonim 2014a).

Tarımda, bitkisel üretimin temel ve en önemli girdisi olan tohumluk, bitki çoğaltımı için kullanılan tohum, yumru, fide, fidan, çelik gibi generatif ve vejetatif özelliğe sahip her türlü bitki kısmı olarak tanımlanmaktadır. Tarımda bitkisel üretim; toprak, su, gübre, pestisit, tarım makineleri, tohumluk gibi girdiler kullanılarak yapılmaktadır. Diğer tarımsal girdilerin hepsine bir alternatif üretilebilirken tohumluğun ise alternatifi yoktur. Tüm şartlar uygun seviyede tutulsa dahi eldeki mevcut tohumluğun genetik değeri kadar ürün alınabilmektedir. Yeryüzünde tarımın başlangıcı, insanoğlunun tohumdaki yaratıcı özelliği keşfettiği binlerce yıl öncesine dayanmaktadır. Tohum değiş-tokuşunun, tarım tarihi kadar eski bir geçmişi olmasına karşın ticari amaçlı tohumluk alışverişinin geçmişi hayli yenidir ve son birkaç yüzyılı kapsamaktadır. Oysaki günümüzde tohum sadece tarımsal bir girdi değil aynı zamanda ar-ge çalışmaları sonucu elde edilen, ülkelerin tarım sektörleri için stratejik öneme sahip önemli bir ekonomik değerdir (Anonim 2013a).

Türkiye'de ve dünyada artan nüfusa karşı ekim alanları daralmaktadır. Artan gıda talebini karşılamak için ekim alanlarını artırmak çok olası olmadığından, üretimi artırmak adına tarımsal girdilerin en uygun şekilde bir araya getirilerek üretilmesi birim alandan elde edilecek verimi yükseltmektedir. Bu kombinasyon içerisinde tarımsal üretimin en önemli girdisi olan tohumluk da üretimde kalite ve verimliliğin artırılmasında en önemli girdidir (Besler ve Kandemir 1999). Buna göre genetik potansiyeli yüksek, kaliteli, ıslah edilmiş tohumlukların kullanımı; verimliliği artırırken üretim riskini azaltmakta, maliyeti düşürmekte ve sonuçta pazar değeri yüksek ürün elde edilmesi ile yurtiçi satış ve ihracat faaliyetleri kapsamında üreticinin gelirini arttırmaktadır. İyi tohumluk verimli tarımsal faaliyet, kaliteli ürün demektir ve ülkelerin tarım sektörleri için temel bir girdidir. Bu yüzden tohumluk konusu önemini hiçbir zaman kaybetmemiştir ve günümüzde stratejik önemini sürdürmektedir.

Türkiye'de nüfusun beslenmesi, üreticilerin gelirinin artırılması, ihracat ve istihdam olanaklarının daha da geliştirilmesi için bitkisel üretimin artırılması gerekmektedir. Türkiye birçok sebzenin anavatanı olması ve sebze üretiminin hemen hemen tüm bölgelerinde gerçekleştirilmesi nedeniyle önemli bir sebze üreticisi ülke konumundadır. Bitkisel üretim anlamında Türkiye'de örtüaltı yetiştiriciliğinde Akdeniz bölgesi, açık yetiştiricilikte ise Ege ve Marmara Bölgeleri büyük öneme sahiptir. Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) verilerine göre, Türkiye 2012 yılı itibarıyla 1.106.133.865

tonluk dünya sebze üretiminden %2,5 (27.818.918 ton) pay alarak dördüncü sıradadır. Trademap verilerine göre ise Türkiye, 2012 yılında 611 milyon dolarlık ihracat hacmiyle dünya yaş sebze ihracatında %1,9'luk payı ile on ikinci sırada yer alırken Türkiye'nin yaş sebze ithalatı ise ihracatla kıyaslanmayacak ölçüde düşük bir seviyede bulunmaktadır.

Bu çalışmanın yürütüldüğü Antalya ili, sebze üretimi ve tohumculuk açısından çok önemli bir yere sahiptir. Antalya, sahip olduğu iklim yapısı nedeniyle tarımsal üretim faaliyetlerinin yıl boyu sürdürüldüğü, tarım sektöründe kalite ve çeşitliği yakalamış sebzeçilik ve seracılık merkezi olup tohumluk gibi üretim alanlarında lider durumda bir ildir. Antalya ilinin Antalya Valiliği İl Tarım Müdürlüğü 2011 yılı verilerine göre, Türkiye'de üretilen 25.327.769 ton sebzenin 3.889.984 tonu Antalya'dan (%15,8) elde edilmektedir. Sebze bazında Türkiye genelinde domatesin %20'si, hıyarın %30'u, patlıcanın %19'u, biberin %13'ü Antalya'da üretilmektedir. Sebze tohumluğu ihracatında ise 2013 yılı itibariyle Türkiye'nin 12.404.236 USD sebze tohumluk ihracatının % 66'sını Antalya (8.260.671 USD) tek başına gerçekleştirmiştir.

Antalya ili toplam sebze üretim alanı 2010 yılı verileriyle 43.994 hektar olup bu değer % 49'u örtüaltı ve %51'i açıkta sebze üretim alanıdır. Antalya'da 37 sebze türü yetiştirilirken bu ürünler içerisinde Akdeniz Bölgesi ve Antalya'nın ihracat ürünleri içerisinde domates, biber, hıyar ve patlıcan ilk sıralarda yer almaktadır. TÜİK, 2011 yılı verilerine göre Türkiye'nin örtüaltı sebze üretiminin %53'ü Antalya'da gerçekleşmiştir. Türkiye'de yaklaşık 5044 dekar alanda yapılan topraksız tarımın 2667 dekarı Antalya ilinde gerçekleşmektedir. İhracat açısından ise 2013 yılı itibariyle Türkiye yaş meyve sebze ihracatının %23'ünü 533 milyon\$ ile Antalya oluşturmaktadır. Ürün bazında ise Türkiye'den ihracatı yapılan domatesin %41'i, biberin %63'ü, hıyarın %43'ü Antalya'da yetişmektedir (Anonim 2014a).

Sebzelerin tür zenginliği yönünden çok fazla çeşitlilik göstermesi, sebze tohumculuğunun yoğun teknik bilgi, deneyim gerektirmesi, gelişmiş bir endüstri dalı olarak yüksek kar oranları ile özel sektörün aktif olduğu bir alan olması, kendine özgü mevzuat ve kuralları nedeniyle sebze tohumculuğu tarım sektörü içerisinde en dinamik ve gelişmeye açık alanlardan birisidir. Türkiye'de 1980 öncesinde tohumluk ihracatı ve ithalatı çok düşük seviyede bulunurken 1982 sonrası çıkarılan yasalar ile tohumculuk faaliyetlerinin üzerindeki sınırlamalar kaldırıldıktan sonra tohumculuk endüstrisi hızlı bir büyüme göstermiştir.

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2013 verilerine göre Türkiye'nin 2002 yılındaki tohumluk ithalatı değeri 55,3 milyon USD iken 2013 yılında 194,3 milyon USD'ye ulaşmıştır. Türkiye'nin tohumluk ihracatı ise 2002 yılında 17,3 milyon USD iken 2013 yılında 126 milyon USD'ye yükselmiştir. Türkiye'nin tohumluk ithalat değerinin en önemli kalemini 2013 yılı itibariyle % 59 ile sebze tohumu oluştururken, bunu % 8 ile hibrit mısır, % 8 ile yem bitkileri, % 6 ile çim ve çayır otu, % 4 ile patates izlemekte ve kalan % 15'ini ise diğer çeşitler oluşturmaktadır. Diğer yandan Türkiye'nin tohumluk ihracat değerinin en önemli kalemini % 45 ile ayçiçeği tohumu oluştururken, bunu % 32 ile hibrit mısır, % 10 ile sebze bitkileri, % 3 ile pamuk, % 2 ile buğday izlemekte ve kalan % 8'ni ise diğer çeşitler oluşturmaktadır.



Türkiye’de tohum endüstrisinde 552 adet özel tohum şirketi, 25 adet tohumculuk alanında çiftçi örgütü, 26 adet tarımsal araştırma enstitüsü ve TİGEM (Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü) olmak üzere toplamda 602 kuruluş mevcuttur. Türkiye’de tohumculuk firmalarının 371’i kışlık hububat ve çeltik, 128’i sebze, 114’ü çayır mera ve yem bitkileri, 94’ü patates, 45’i mısır, 36’sı ayçiçeği, 26’sı bakliyat, 10’u pamuk ve 7’si şekerpancarı üretiminde faaliyet göstermektedir (Anonim 2014a). Antalya İl Gıda Tarım Hayvancılık İl Müdürlüğü 2013 verilerine göre Türkiye’de sebze tohumculuğu alanında faaliyet gösteren 561 adet firmanın 57’si Antalya’da bulunmaktadır. Fidecilikte ise Türkiye’de bulunan 85 adet firmanın 58 tanesi (%68) Antalya ilinde faaliyet göstermektedir.

Bu araştırmanın temel amacı; Türkiye’de 1982 sonrasında uygulanmaya başlayan ve özel sektör katılımına ağırlık veren tohumluk dış ticaret politikalarının etkilerinin Antalya İlinde faaliyette bulunan sebze tohumluğu, üreticisi, ihracatçısı ve ithalatçısı firmalar açısından yüz yüze anket aracılığıyla SWOT (güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar, tehditler) ve SOR (Stratejik Eğilim) Analizleri ile değerlendirilmesidir. Antalya ili tohumluk dış ticaretinin durumunun, dış ticareti etkileyen faktörlerin saptanması, dış ticaretin yapısının ortaya konulması, sektörün güçlü ve zayıf yönlerinin ve mevcut tohumluk dış ticaret politikası araçlarının etkinliğinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bunun yanında tohumluk firmalarının genel özellikleri, ar-ge ve üretim yapıları ile ihraç ve ithal edilen tohumlar, dış ticaret yapılan ülkeler, dış ticarete hangi teslim, ödeme ve nakliye şeklinin kullanıldığı, firmaların tohumlukları pazarlarken ne tür bilgilere ihtiyaç duydukları, ihracat ve ithalat fiyatlarının nasıl belirlendiği incelenmiştir.

Bu araştırma, Türkiye’de uygulanan tohumluk dış ticaret politikası ile ilgili gelişmeleri çeşitli açılardan değerlendirmesinin yanında araştırma bölgesindeki firmaların tohumluk üretimi, ar-ge, ihracat ve ithalat gibi faaliyetlerini bir bütün olarak incelenmesi ve sorunların belirlenmesi açısından önem taşımaktadır. Diğer açıdan araştırma sonucunda firmaların tohumluk dış ticaretine ilişkin önemli özellikleri ortaya konulabileceğinden araştırma dış ticaret politikasına yönelik plan ve programlara ışık tutulabilecek, sunulan beklenti ve çözüm önerileri ile çalışmanın etkinlik kazanmasına olanak sağlayabilecektir.

Bugüne kadar yapılan diğer çalışmalar konuyu üretim açısından ya da makro düzeyde irdelerken tohumluk dış ticaret politikalarının, sebze tohumluğu ihracatına ve ithalatına yansımalarının Antalya İli örneğinde sebze tohumculuğu sektöründe faaliyet gösteren firmalar bazında analiz edildiği bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Aynı zamanda bu araştırmanın bölgede konu ile ilgili yapılacak diğer araştırmalara da bir alt yapı oluşturabileceği söylenebilir. İzlenen tohumluk politikalarının Antalya İli örneğinde sebze tohumculuğu sektöründe faaliyet gösteren firmaların dış ticaret faaliyetlerinin orijinal verilere dayanarak incelenecek olması, SWOT ve SOR Analizi ile mevcut yapının iyileştirilmesine yönelik önlemlerin yerinde saptanması, araştırmanın özgünlüğünü ve gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Yapılan tez çalışmasının teorik kısmında incelenen Türkiye’deki tohumculuk faaliyetleri ile ilgili mevzuat ve dış ticaret konularına ilişkin literatürdeki yayınlara değinilmiştir. Konuya ilişkin yayımlar, Türkiye’deki üniversite kütüphanelerinden, yurt

içi ve yurt dışı çeşitli yayınlardan ve internetten elde edilmiştir. Elde edilen yayınlardan, kitaplardan, tezlerden ve makalelerden yararlanılarak çalışmanın teorik kısmı oluşturulmuştur.

Teorik kısmından sonra, Antalya ilinde bulunan üretim, ihracat ve ithalat yapan tohumluk firmalarına yönelik ankete dayalı bir araştırma bölümü oluşturulmuştur. Bu bölümde anket verilerinin özümlemesi sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda dış ticaret politikalarının etkilerinin Antalya İlinde faaliyette bulunan sebze tohumluğu üreticisi, ihracatçısı ve ithalatçısı firmalar açısından belirlenmesi amaçlanmıştır.

## 2. KURAMSAL TEMELLER VE KAYNAK TARAMALARI

### 2.1. Ticari Sebze Tohumluğunun Tarihçesi

İnsanoğlunun yerleşik hayata geçişi ile beraber tarımın keşfi tohumluk değişimi ile başlarken ticari amaçlı tohumluk alışverişinin geçmişi son birkaç yüzyıla dayanmaktadır. Üreticiler yüzyıllardır üründen ayrılan tohumlukları kullanılırken bu uygulama ABD ve bazı AB ülkelerinde 19. yüzyıldan itibaren çoğu ürünlerde giderek azalmış ve tohumluk ticari nitelikli bir özellik kazanmaya başlamıştır. 20.yy'ın ilk çeyreğinden sonra gelişmiş ülkelerde tohumculuk kuruluşları yaygınlaşmış ve 1970'lerden sonra ar-ge konusunda önemli yatırımlar yapılmaya başlanmıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerde verim ve kalite yönüyle öne çıkan yeni bitki çeşitleri geliştirilmiştir (Anonim 2013a).

19.yy'da temelleri atılan genetik bilimi, sistematik bitki ıslahının ve çeşit geliştirme faaliyetlerinin önünü açmıştır. Bilimsel ve teknolojik gelişmeler tohumculuğunun gelişmesinde önemli ve belirleyici olmuştur. 20.yy başında uygulamaya konulan hibrit (melez) teknolojisi ile gelişmiş ülkelerde özel sektör girişimciliğine dayalı tohumculuk kuruluşları yaygınlaşmış ve de özellikle son çeyreğinde pek çok ülke ve ürün grubunda kamu, tohumluk üretim ve dağıtım sistemlerinden çekilerek yerini özel kuruluşlara bırakmıştır.

20.yy sonunda ise modern biyo-teknoloji ve DNA teknolojileri ile tohumculuk yeni ve çok güçlü bir ivme kazanmıştır. Tohumluk ticaretinin gelişmesine paralel olarak tohumculuk sektörünün ve tohumluk ticaretinin denetim altında tutulmasına olan ihtiyaç en başından itibaren kendisini hissettirmiş ve 19. yy sonuna doğru ilk ulusal tohumluk laboratuvarları ve beraberlerinde kalite güvence sistemleri görülmeye başlamıştır. Zaman içerisinde başta ıslahçı hakları ve uluslararası tohumluk üretim ve sertifikalandırma sistemleri gibi bir dizi yeni kurum ve organizasyonlar ortaya çıkarak uluslararası çeşit ve tohumluk ticaretini hızlandırmıştır. Günümüzde tohumluk endüstrisi artan nüfusun gıda güvenliğinin sağlanması ve modern tarım teknikleri uygulanabilmesi açılarından tartışılmaz ve vazgeçilmez bir yenilik ve verimlilik kaynağı haline gelmiştir (Anonim 2009).

Ülkelerin tohumu; stratejik ve ulusal bir konu olarak ele almaları, tohumculuk endüstrisinin uluslararası organizasyon yapısındaki yetersizlikler, ar-ge olanakları, nakliye, pazarlama sorunları nedeniyle tohumluk ticareti 1970'lere kadar dünya ticaretinde az oranda yer almıştır. Küreselleşme ile beraber Batılı ülkelerin tohum üretim, araştırma ve pazarlama faaliyetlerini diğer ülkelere genişletmeleri sonucunda 1970'lerden sonra tohumculuk sektörünü geliştirme politikaları uygulanmaya başlamış ve bunun sonucunda 21.yy ile beraber tüm dünyada kaliteli tohumluk üretimi ve ticaretinde büyük artışlar yaşanmıştır. Uluslararası Tohum Birliği'ne (ISF) göre 1970'li yıllarda 1 milyar USD olan tohumluk ticareti 2012 yılı itibariyle 10,5 milyar USD'ye ulaşmıştır. Bu artış devam etmekte olup uluslararası tohum ticaretinin en önemli aktörleri Avrupa Birliği ülkeleri ve ABD olarak sıralanmaktadır.

## 2.2. Kaynak Taramaları

Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında sebze tohumculuğunun, Türkiye için yeni bir alan olması nedeniyle bu konuda kapsamlı araştırmalar ve çalışmalar bulunmamaktadır. Diğer yandan mevcut çalışmalar sebze tohumculuğunun tarihsel gelişim süreci ve yasal düzenlemeler üzerinde odaklanmaktadır. Sonuç olarak Türkiye’de sebze tohumculuğunun üretim, pazarlama ve ticaretine yönelik birkaç çalışma dışında yeterince çalışma yoktur.

Tuncer (1990), Türkiye’de tohumculuğun tarihsel gelişimini irdelerken özel sektör tohum firmalarının sorunlarına ve beklentilerine çalışmada yer vermiştir. Tohumluk sektöründe üretimden pazarlamaya kadar kontrol gerektiren etkin bir sistemin kurulmasının önemini belirtirken özel sektöre yatırım anlamında devlet desteklerinin artırılması gerektiğinin altını çizmiştir.

Abay (1991), Türk Tarımında Uygulanan Tohumluk Politikası ve Sonuçlarının Manisa Yöresi Üreticileri Yönünden İncelenmesi adlı doktora tezinde Türkiye’de uygulanan tohumluk politikasını çeşitli dönemler halinde irdeleyip tohumluk üretim, tedarik, dağıtım, kredi, yayım ve organizasyon gibi konuları bütünlük içinde ele almıştır. Uygulanan politikaların Manisa yöresi tohumluk tedariki ve dağıtımını ile bazı işletmelerin tohumluk kullanımına ilişkin sonuçları analiz etmiştir.

Cromwell vd (1992), The Seed Sector in Developing Countries: A Framework For Performance Analysis adlı makalede gelişmekte olan ülkelerde tohumluk sektörünü tartışmıştır. Bu kapsamda tohum ıslahını, üretimini, işlenmesini, depolanmasını, dağıtımını, tohumluk yasalarını, fiyat politikalarını, tarımsal hizmetleri, makro-ekonomik politikaları, tohumluk sektörünün yapısını, sektörün görevlerini ve dinamiklerini incelemiştir.

Mumby (1994), Seed Marketing adlı kitapta tohum pazarlamasını, kamunun tohumluk politikasını, tohumluk talebinin tahmin edilmesini, tohumluk talebini oluşturan faktörleri, tohumluk arzını, tohumluk ürün portföyünü, tohumluk yaşam döngüsünü, paketlemeyi, etiketlemeyi irdelemiştir. Diğer yandan çalışmada tohum fiyatlandırma politikalarını, tohumluk maliyetini, distribütör karlarını, tohumluk dağıtımının yönetilmesini, reklamın önemini, promosyonu, demonstrasyonu, pazarlama planlarını, stratejik planlamayı araştırmıştır.

Devarrewaere (1995), Bangladeş’te yürüttüğü araştırmada 14 ülkenin sebze tohum sektörünü makro açıdan inceleyerek sebze üretiminin gelişimini kısıtlayan engelleri, hibrit teknolojisini ve sebze tohum endüstrisinin mevcut durumunu ortaya koymuştur.

Le Buanec (1996), Globalization of The Seed Industry: Current Situation and Evolution adlı makalede sahip oldukları ticari tohumluk pazarları açısından dünyadaki 16 ülkenin toplam ticari tohumluk pazarının üçte ikisini oluşturduğunu belirtmiştir. Global olarak mısır, sebze, çiçek, ot ve pancar tohumluklarının ticarete en çok konu olan tohumluklar olduğunu ifade ederken devlet düzenlemeleriyle, ulusal listelerle,

genetiği değiştirilmiş organizma düzenlemeleri ve fikri mülkiyet haklarının korunması kapsamında gelecekte tohumluk ticaretinin kısıtlanabileceğini ileri sürmüştür.

Kızılaslan (1996), Türkiye’de Uygulanan Bitkisel Tohumluk Politikasının Tokat İli Üreticileri Üzerinde Etkileri adlı doktora tezinde bitkisel tohumluk politikalarının etkilerini Tokat ili üreticileri açısından ele almıştır. Türkiye’de 1982 sonrasında uygulanmaya başlayan özel sektörün ağırlıklı olarak katılımına dayalı tohumluk politikasını çeşitli yönlerden değerlendirmiştir. Tohumluk politikasındaki uygulamaların üretici bazında ortaya koyduğu çeşitli etkileri dikkate alarak tarım potansiyeli yüksek Tokat ilinde bazı bitkisel ürünlerde tohumluk kullanımına ilişkin incelemeler yapmıştır.

Morris (1998), The Development of Seed Industry Under Globalization adlı çalışmada iç piyasa reformlarının, ticari liberalleşmenin, özelleştirmenin, uluslararası boyutta ise Dünya Ticaret Örgütü anlaşmalarının gelişmekte olan ülkelerin tarım sektöründeki etkilerini tartışmıştır. Genel olarak çalışmaların tarımsal ürünlere odaklandığını ancak küreselleşmenin potansiyel etkilerinin tarımsal girdi olarak en başta çeşit üretimde kullanılan tohumlukları kapsadığını aktarmıştır. Pek çok ülkede yaşanan liberalleşme ile beraber tohumluk endüstrisindeki kısıtlamaların ortadan kalktığını, ıslah faaliyetlerine devam etmesine rağmen kamu sektörünün, tohumluk üretiminden ve dağıtımından çekilmeye başlamasıyla tohumluk endüstrine artan oranlarda özel sektör firmalarının girdiğinin altını çizmiştir.

Sürmeli (1999), Türkiye’de sebze tohumculuğunun önemi, gelişim süreci üzerinde dururken yüksek verimli ve kaliteli sebze üretiminin ancak ıslah edilmiş çeşitlerin sertifikalı kullanımı ile gerçekleşebileceğini öne sürmüştür.

Almekinders (2000), The Importance of Informal Seed Sector and Its Relation With The Legislative Framework adlı makalede resmi ve gayri resmi olarak ifade edilen çiftçilerin tohum üretimi, seçimi ve değişimi faaliyetleri ile tohumluğun zayıf ve güçlü yanlarını tohumculuk sektörü gelişimi açısından ele almıştır. Gelişmekte olan ülkelere tohumculuğun gayri resmi kısmını oluşturan çiftçilerin, tohumlukların ana kaynağını oluşturduğunu, bu açıdan tohum arzını geliştirmek için hem resmi hem de gayri resmi tohumluk sektörlerine bir bütün olarak değinilmesi gerektiğini tartışmıştır.

Turner (2001), The Role Of National Seed Policies in Re-Structuring The Seed Sector in CEEC, CIS And Other Countries in Transition adlı makalede dünya gıda üretiminin çoğunda kullanılan tohumun, ana girdi olarak genetik potansiyel açısından büyük önem taşıdığını vurgulamıştır. Araştırma kurumlarında elde edilen yeni tohum çeşitlerinin üretimde kullanıma girmesiyle tohumun, tarım sektöründe taşıyıcılık görevi gördüğünü, tohumun üretimde temel girdi olmasının yanı sıra politika uygulamaları açısından ürünlere, ülkelere ve bölgelere göre has özellikleri olduğuna değinmiştir.

Turi (2001), Role of Private Companies in The Seed Production and Distribution Systems in CEEC, CIS And Other Countries in Transition: Hungarian Experience adlı makalede Macaristan’daki tohumculuk sektöründe yaşanan özelleştirme sürecini tartışmıştır. Tohumculuk sektöründeki özelleştirmenin tohumluk üretiminden, ticari geleneklerden, tarım ve gıda sektöründeki özelleştirmeden, tarımsal ihracattaki eğilimlerden ve genel olarak ülkede gerçekleşen liberalleşme hareketinden etkilendiğini

iddia etmiştir. Ülkedeki tohumluk üretiminin ve ticaretinin, sahip olunan ekolojik potansiyelden, toprak koşullarından, iklimden, ucuz işgücünden ve lojistik avantajdan olumlu yönde etkilendiğini belirlemiştir.

Fulton vd (2001), *Agricultural Biotechnology and Industry Structure* adlı çalışmada tohumluk endüstrisinde son yıllarda büyük yapısal değişimlerin görüldüğü ve değişimin özellikle sektörde yaşanan biyoteknolojik gelişmelerden kaynaklandığını vurgulamıştır. Ar-ge maliyetlerine, ölçek ekonomilerine ve fikri mülkiyet haklara bağlı olarak şirket birleşmelerinin ve ortaklıkların meydana geldiğini, büyük firmaların tohumluk fiyatını belirlerken ürünün yarattığı katma değerden ve rekabetten etkilendiğini ifade etmiştir.

Tripp (2001), *Seed Provision & Agricultural Development: The Institutions of Rural Change* adlı kitapta tohumluk ticaret tarihi, tohum ıslahı, geleneksel çiftçilik sistemlerinde tohumluk yönetiminin güçlü ve zayıf yanları, endüstrilemiş ve gelişmekte olan ülkelerde kamu ve özel sektörün rolleri tartışılmıştır. Asya, Afrika ve Latin Amerika'daki gelişmekte olan ülkelerdeki tohumluk endüstrisine yapılan müdahaleleri tartışmış ve bu müdahalelerin birçoğunun neden başarısız olduğunu incelenmiştir. Tohumculuk sektörünün gelişiminin kamu ve özel sektör sorumluluğunda olduğu, kamudaki tarımsal araştırmaların yönlendirilmesi ve etkin düzenlemelerin geliştirilmesi gerektiği dile getirilmiştir.

Akgün ve Kaya (2003), yaptıkları çalışmada kaliteli tohumluk kullanılarak kendine döllen bitkilerde %20-30, yabancı döllen bitkilerde ise %100 aşkın verim artışı gerçekleştiğini belirtmişlerdir. Buna ek olarak Türkiye'de tohumculuk sektörünün tarihsel gelişimini, tohumculuğun mevcut durumunu, tohumluk üretimini, ithalatı, ihracatı, çeşit tescilini, özel ve kamu kuruluşlarının üretimdeki paylarını tartışmışlardır.

Karahan (2003), Türkiye'de çeşit geliştirme ve tohumculuğun durumu, çeşit geliştirmede kamu kuruluşları ile özel sektör işbirliği konularına odaklanmıştır. Çalışmada çeşit geliştirme ve tohumculuk alanında Türkiye'de karşılaşılan mevcut sorunlara ve çözüm önerilerine yer vermiştir.

Kesbiç ve Ürüt, (2004) *Rekabet Gücü ve Global Rekabette Türkiye'nin Yeri* adlı çalışmada katma değer artırılması için işlenmiş tarım ürünlerinin üretim ve pazarlanmasına değinerek dünya piyasalarından daha fazla pay alabilmek amacıyla ürünlerin kalite ve standartlar açısından geliştirilmesi gerektiğini dile getirmiştir.

Cornejo (2004), *The Seed Industry in U.S. Agriculture: An Exploration of Data and Information on Crop Seed Markets, Regulation, Industry Structure, and Research and Development* adlı makalede geçen 70 yıllık sürede tohumluklarda gerçekleştirilen biyolojik inovasyon ile ABD'de hibrit tohumların gelişimini incelemiştir. 1960'lı yıllarla Yeşil Devrim ile beraber yüksek verimli çeşitlerin kabul edilmesi sonucu tohum endüstrisinin geliştiğini, küçük tohum işletmelerinin ıslah, üretim, pazarlama bölümlerini kapsayacak şekilde büyük işletmelere dönüştüğünü, şirket birleşmelerinin bunu takip ettiğini ve özel şirket araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin büyük hız kazandığını tartışmıştır.

Sarıgedik (2005), Turkey Planting Seeds Annual 2005 adlı çalışmada 1980 sonrası yaşanan özelleştirme faaliyetlerine ve devletin destekleyici fonksiyonuna rağmen Türkiye’de yerli tohum üretiminin yerel talebi karşılamada yetersiz olduğunu, pek çok yeni düzenleme ve kanundan sonra sektörün gelişeceğini tartışmıştır. Tohumluk üretim, dağıtım miktarları, ithalat ve ihracat verileri ile tohumluklara uygulanan vergileri değerlendirmiştir.

Nagaraj vd (2006), Economic Impacts Of Globalization On Indian Seed Sector and Food security adlı makalede globalleşme ve ekonomik liberasyon sürecinin Hindistan’da tarım sektöründe pek çok fırsatın doğmasına yol açtığını, özellikle kaliteli tohum dağıtımında büyümeye neden olduğunu tartışmıştır. Liberalleşme ile beraber yabancı yatırımların ülkeye girişinde artış olduğunu ve tohumculuk sektöründe özel sektör katılımının ve yabancı ortaklıklarının yaşandığını ifade etmiştir.

Sharma (2008), Marketing of Seeds adlı makalede tohumluk pazarlamasının; çeşit koruma, tohumluk üreticileri, distribütörler ve çiftçiler olmak üzere çok farklı aktörleri içinde barındırdığını ele almıştır. Geliştirilen uygun kalitede tohumluk çeşitlerin yeterli miktarda ve doğru zamanda sağlanması gerektiğine değinmiştir. Bunun yanında istikrarlı bir tohumluk endüstrisi için katı ve etkin bir sertifikalandırma sisteminin, talebi tahmin için güvenilir pazarlama sisteminin, tohumluk üretim alanlarına yakın tohumluk işleme tesislerinin kurulmasının, distribütörlerle beraber uygun depolama koşullarının, dokümantasyon sürecinin ve bayilerin etkin kayıt sisteminin olması gerektiğini ileri sürmüştür.

Then vd (2009), The Future of Seeds And Food Under The Growing Threat of Patents and Market Concentration adlı makalede mevcut tohumluk piyasasını, geleneksel bitki ıslahındaki patentleri, Avrupa’da patent sürecini, Avrupa Birliği patent yasası başlıkları altında ele almıştır. Çok uluslu firmaların tohumluk genetik kaynaklarını elde etmesiyle geleneksel ıslah için en önemli kaynakları kontrol ettiklerini ve bu sayede dünyadaki gıda zincirini yönettiklerini, tohumlukların ve patent hakkının geniş çerçevede dünya gıda fiyatları ve gıda temini üzerinde etkili olduğunu ifade etmiştir.

Keatunge (2009), Vegetables and Small Private-Sector Interests adlı çalışmada gelişmekte olan ülkelerdeki gelir düzeyi düşük çiftçilerin ve küçük ölçekli işletmelerin verimli ürün satışı ile gelirlerini artırmaları için yüksek kalitede tohumluğa ulaşmalarının kolaylaştırılması gerektiğini vurgulamıştır. Niş pazarlara ürün arz etmede küçük yerel firmaların, çok uluslu firmalara göre karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu ancak kamu sektöründen araştırma desteğine ihtiyaç duyduklarının altını çizmiştir.

Howard (2009), Visualizing Consolidation in the Global Seed Industry adlı makalede son 40 yılda uluslararası firmaların tarım sektörüne girmesiyle ticari tohumculuk endüstrisinde satın alma ve birleşmelerle çok büyük konsolidasyonların yaşandığını vurgulamıştır. Özellikle, endüstrinin yapısını ortaya koymak için 1996-2008 yılları arasında tohumculuk endüstrisinde mülkiyet değişimlerinin boyutunu daha net tartışmak için grafiksel gösterimlerle konuyu ele almıştır.

Csörgö (2011), European Seed Association and Current Topics in The European Seed Sector adlı çalışmada Avrupa Tohumculuk Derneği'nin AB üyesi olan ülkelerden 30 adet ulusal tohum derneği ile AB üyesi olmayan ülkelerden dernekleri kapsadığını ifade etmiştir. Yine bu derneğin tohumluk üzerine araştırma, ıslah, üretim ve pazarlama alanında faaliyet gösteren tohumluk endüstrisini temsil ettiğini dile getirmiştir. Derneğin amacının fikri mülkiyet haklarının korunması; tohumluk endüstrisindeki düzenlemelerin adil yönetimi; tüketicisiyle, çiftçisiyle, üreticisiyle, endüstrinin bütünüyle memnun edilmesi olduğunu vurgulamıştır.

Budak (2013), Tohumda Tekelleşme ve Türkiye Üzerinde Etkisi adlı yüksek lisans tezinde patent hakları ve gen teknolojisi uygulamaları sonucunda üreticilerin birkaç uluslararası şirkete bağımlı hale geldiğini belirtirken tekelleşme sürecinin Türkiye'nin tarımsal yapısına etkisini, üretici ve tüketici için yarattığı sonuçları irdelemiştir. Türkiye'de 1980'den önce devlet egemen tohumculuk sektörünün 1980'den sonra neo-liberal politikalar çerçevesinde dışa açıldığını, uluslararası sermaye hareketleri önündeki kurumsal engellerin kaldırıldığını ve şirket tarımcılığının önünün açıldığını ifade etmiştir.

Saraçoğlu (2014), Türkiye'de Tohumculuk Sektörünün Firma ve Üretici Düzeyinde Değerlendirilmesi: Trakya Örneği adlı yüksek lisans tezinde Türkiye'de tohumculuk sektörünün genel yapısını, firmaların pazarlama stratejilerini ve üreticilerin tohumluk satın alma davranışlarını ele almıştır. Bu kapsamda 52 adet tohumculuk firması, Trakya'da faaliyette bulunan ve örnekleme yöntemi ile belirlenen 680 adet üretici ile yüzyüze görüşmeler yoluyla elde edilen orijinal verileri kullanarak tohumculuk sektörünün genel yapısını SWOT analizi ile değerlendirmiştir.



### **3. MATERYAL VE METOT**

#### **3.1. Materyal**

Araştırmanın ana materyalini Antalya ilinde faaliyet gösteren özel sektör sebze tohumluğu üreticisi, ihracatçısı, ithalatçısı firmalardan yüz yüze anket yoluyla elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, daha önce yapılan çalışmalar ve araştırmalarla doğrudan ve dolaylı olarak ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde kaynaklardan sağlanan ikincil verilerden yararlanılmıştır.

Araştırma kapsamında bulunan Antalya ilindeki tohumluk firmalarına ait veriler için Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği (TSÜAB), Antalya İhracatçılar Birliği (AİB), Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Antalya İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü kayıtlarından; üretim, ihracat, ithalata ait veriler için ise Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Ekonomi Bakanlığı, Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği (TÜRKTED), Uluslararası Tohum Birliği (ISF) olmak üzere çeşitli kaynaklardan yararlanılmıştır.

Araştırma için gerekli veriler, yüz yüze (kişisel görüşme) anket yöntemiyle toplanmıştır. Yüz yüze anket yöntemi çok soru sorulmasına olanak tanınması, yanıtlanma oranının yüksek olması, uygulanması sırasında yanıtlayan kişinin anlayamadığı soruları sorarak daha doğru ve tutarlı bilgiler elde edilmesini sağlaması ve diğer yöntemlere göre daha esnek olması yönünden tercih edilmiştir.

Verilerin toplanmasında kullanılan anket formu dokuz bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde firma ile ilgili genel bilgilerin belirlenmesine yönelik ifadeler, ikinci ve üçüncü bölümde üretimi ile ilgili bilgilere, dördüncü bölümde ar-ge faaliyetlerine yer verilmiştir. Anketin beşinci ve altıncı bölümlerinde ihracatla ilgili ifadeler, yedinci bölümde ihracat fiyatlarının oluşumunda etkili olan unsurlar, sekizinci ve dokuzunda bölümlerde ise ithalat ile ilgili yargılar ele alınmıştır.

#### **3.2. Metot**

##### **3.2.1. Verilerin Toplanması Sırasında Uygulanan Metot**

Verilerin toplanması aşamasında ilk adım olarak konu ile ilgili daha önce yapılmış olan ve ulaşılabilen araştırmalar incelemeye alınarak konuyu daha iyi kavramak, sorunları belirlemek amacıyla hangi verilerin gerektiği, bu verilerin elde edilmesi ve analizinde hangi yöntemlerin uygulamasının doğru olacağı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bölgesel olarak il bazında tohumculuk firmaları kapsamında tohumluk dış ticaret politikalarının etkilerinin incelenmesi ile ilgili araştırmaların mevcut olmaması anket yoluyla veri toplanmasını gerekli hale getirmiştir. Bu nedenle araştırmanın başında belli bir araştırma alanı seçilmesi zorunluluğu doğmuş ve bu yaklaşımla Antalya ili seçilmiştir. Zira Antalya ili, tarımsal faaliyetlerin dört mevsim boyunca gerçekleştirildiği, tarım sektöründe sebzeçilik ve seracılık merkezi olup tohumluk gibi üretim alanlarında lider durumda olan bir ildir.

Buna göre araştırmanın ana kitlesini Antalya ilinde bulunan sebze tohumu üreticisi, ithalatçısı ve ihracatçısı firmalar oluşturmuştur. Araştırma alanında bulunan sebze tohumluğu üreticisi, ihracatçısı, ithalatçısı firmalara anket uygulamasında “Tam Sayım Yöntemi” kullanılmıştır. Buna göre Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği'nin 2014 yılı kayıtlarına göre bu firmaların sayısı 57 olarak saptanmıştır. Ancak bazı firmaların ankete katılmak istememesi nedeniyle 45 firma ile görüşme yapılmıştır.

Ankete uygulanacak üretici, ihracatçı ve ithalatçı tohumluk firmaları belirlendikten sonra araştırma konusu ve firmaların özellikleri dikkate alınarak uygulanacak anket formları hazırlanmıştır. Soru formlarında firma hakkında genel bilgilerden, üretim, ar-ge, ihracat, ithalat faaliyetlerine kadar gerekli tüm konularda yeterince bilgi verici sorulara yer verilmiştir. Anketlerin hazırlanmasında daha önce yapılmış çalışmalarda kullanılan soru formlarından ve dış ticaret anketlerinden yararlanılmıştır. Hazırlanan anket formlarının uygulanabilirliğini test etmek ve olası aksayacak yönleri de önceden düzeltebilmek için ihracatçı, ithalatçı ve üretici firmalarla ön görüşmeler yapılmıştır. Yapılan kontrol anketinden sonra anket formlarında gerekli düzeltmeler yapılmış ve anket formlarına son şekli verilmiştir. Araştırma; kapalı uçlu, açık uçlu ve önceden kodlanmış sorularla oluşturulmuş bir anketin uygulanması ile gerçekleştirilmiştir.

### **3.2.2. Verilerin analizi sırasında uygulanan metot**

Araştırmanın farklı aşamalarından elde edilen verilerin analizinde toplanan verilerin niteliğine göre uygulanan analiz yöntemleri de farklı olmuştur. İkincil veriler olarak alınan veri kaynaklarındaki veriler de Microsoft Excel Paket ve SPSS programında anlamlı veriler şekline getirilmiştir ve oluşturulan çizelgelerden, yüzde oranlar, ortalamalar gibi istatistiksel analizlerden yorum ve çıkarımlar yapılmıştır. Birincil veriler olan anket formları ise Microsoft Excel ve SPSS paket programına uygun veri tabanı hazırlandıktan sonra kontrollü bir şekilde bilgisayara aktarılarak değerlendirilmiştir. Yapılan anket sonucunda elde edilen veriler; firmaların genel özelliklerini, ihracat, ithalat, üretim değerlerini ve bilgilerini ortaya koyacak şekilde işlemler ortalaması olarak değer ve oran hesaplamaları ile ortaya çıkarılmıştır.

Bununla beraber araştırmanın tohumluk dış ticaret politikasını firmalara etkileri açısından analiz etmeyi hedeflemesi nedeniyle ortaya konulan amaçlar ile varılan sonuçların değerlendirilmesi amacıyla verilen analizinde SWOT ve SOR Analizi kullanılmıştır. Ankete katılan firmaların sorunlarını ortaya koyan soruların analizleri yapılmış ve çözüm önerileri sunulmuştur. Yapılan analizler sonucunda ülkenin sahip olduğu yüksek tarım potansiyeli, iklim, coğrafi zenginlik, dinamik insan gücü, verimlilik ve ürün kalitesindeki olumlu gelişmeler sektörün güçlü yanları olarak belirlenmiştir.

#### **a) SWOT Analizi**

SWOT Analizi incelenen kuruluşun, tekniğin, sürecin veya durumun güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koyarak dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditleri belirlemede kullanılan bir tekniktir. SWOT kelimesi, İngilizce “Strength” (güçlü yönler),

“Weakness” (zayıf yönler), “Opportunity” (fırsatlar), “Threat” (Tehdit ve Tehlikeler) kelimelerinin baş harflerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur. Organizasyonda önce “iç durum analizi” yapılarak organizasyonun güçlü ve zayıf yönleri ortaya konulur. Daha sonra da “dış durum analizi” yapılarak organizasyonun rakip firmalar karşısındaki durumu, pazardaki fırsatlar ve tehditler belirlenmeye çalışılır. Organizasyonlarda SWOT Analizi yapılmasının başlıca iki yararı bulunmaktadır. İlk olarak, SWOT Analizi yapılarak organizasyonun mevcut durumu belirlenir. Bu çerçevede güçlü ve zayıf yönler ile organizasyonun karşı karşıya bulunduğu fırsatlar ve tehdit unsurları ortaya konulmaya çalışılır. Bu anlamda SWOT bir “mevcut durum” analizidir. SWOT aynı zamanda organizasyonun gelecekteki durumunun ne olacağını belirlemeye ve tahmin etmeye yarayan bir analiz tekniğidir. Bu ikinci anlamda SWOT bir “gelecek durum” analizidir (Aktan 1999).

SWOT Analizi’nde iç durum analizinin; organizasyonun ya da sektörün sahip olduğu kaynakları ve riskleri belirlemesi için yapılması gereklidir. İç analizin amacı, organizasyonun sahip olduğu güçlü ve zayıf yönlerin, fırsat ve tehditlerin neler olduğunu belirlemektir. Organizasyonda kendi içinde durum analizi yapılırken geçmiş performansın değerlendirilmesinin yanı sıra, organizasyonun güçlü ve zayıf yönleri ortaya konulur. Temel amaç, organizasyonun mevcut performansı ve sorunlarını da dikkate alarak potansiyellerini belirlemektir. Buna göre belirlenen güçlü yönler organizasyonun gelecekte yöneleceği hedeflere ışık tutacak, zayıf yönler ise organizasyonun alacağı tedbirlere baz oluşturacaktır. Organizasyon içi değerlendirme mevcut durumun, organizasyonun güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi ile sorun ve fırsatlara karşı cevap verebilme gücünün ortaya konmasını ifade eder. SWOT Analizi’nde dış durum analizi organizasyonun içinde bulunduğu çevreyi tanımaya yöneliktir. Dış durum analizi, çevre ve ilişkide bulunulması muhtemel olan faktörler hakkında doğru ve tutarlı bilgi toplama işlemlerini de kapsamaktadır. Dış durum analizi yapılırken çevresel faktörlerin organizasyon için ne gibi fırsatlar ve tehditler ortaya koyduğu incelenir. Dış durum analizinde, dünyadaki genel eğilimler, organizasyonun faaliyet gösterdiği ortamdaki değişimler, kalkınma planları, hükümet programları ve diğer organizasyon ve kesimlerin durumu ve özellikle organizasyonun hizmet ettiği hedef kitlenin beklentileri dikkate alınır. Fırsat, herhangi bir faaliyet için elverişli zaman ve diğer şartların oluşması anlamına gelmektedir. Çevresel gelişmelerin fırsat olarak değerlendirilebilmesi için, bugünkü durumdan farklı bir alternatif olması, bugünkünden daha çekici olması ve kuruluşun ortaya çıkan yeni durumu değerlendirecek yeteneğinin olması gerekir. Tehdit, kuruluşun amaçlarını gerçekleştirmesini zorlaştıran veya imkansız hale getiren yeni bir durumu anlatır. Başarıya engel olacak veya zarar verecek her şey bir tehdittir (Çoban ve Karakaya 2010).

## **b) SOR Analizi**

SOR Analizi, SWOT Analizi’nin çıktılarını kullanarak stratejiler geliştirme süreci olarak tanımlanmaktadır (Rajasekaran 2009). SOR ifadesi, İngilizce Strategic Orientation (Stratejik Yönelim) kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Bu açıdan SOR Analizi’nin ilk aşaması, üzerine stratejiler geliştirilecek olan organizasyonun SWOT Analizi’nin yapılmasıdır (Çizelge 3.1). Strateji geliştirme, güçlü yanlara ve fırsatlara öncelik tanınarak zayıflıkları ve tehditleri engelleyebilmek amacıyla türetilir. Buna göre her bir fırsat ve tehdit için tehditleri azaltmak ve olanakları daha büyük

fırsatlara dönüştürmek için stratejiler türetilir. Stratejik Yönelim Matrisi ile her bir çözüm önerisi için hangi güçlü yönün kullanılıp hangi zayıf alanın azaltılacağı belirlenir. Her fırsat ve tehdit için somut hedefler ortaya koyulur ve seçilen fırsat ve tehditlerin hangi güçlü yan ya da hangi zayıflıkla ilgili oldukları belirlenir. Ardından en güçlü yön ve zayıflıkla kesişen stratejik opsiyon seçilerek sürecinin sonuna gelinir (Çizelge 3.2). Dünyada üretim, yönetim ve performans değerlendirmelerinin birçoğu SOR Analizi ile ortaya konulmaktadır (Vermeire ve Gellynck 2009). Anket sürecinde firmalar ile yapılan görüşmeler sonucunda sektördeki tehdit, fırsat unsurları ile güçlü ve zayıf yönler belirlenmiştir. En önemsiz 0 ve en önemlisi 3 olacak şekilde ankete katılan firmalardan SWOT Analizi'nde yer alan maddeleri puanlamaları istenmiştir, bunun sonunda SOR Matrisi oluşturulmuş ve toplamda en yüksek puan alan fırsat ve tehditler etrafında stratejiler geliştirilmiştir.

Çizelge 3.1. SWOT matrisi

Güçlü Yanlar	Fırsatlar
Organizasyonun güçlü özellikleri belirtilir.	Organizasyonun dış çevresindeki fırsatlar gösterilir.
Zayıf Yanlar	Tehditler
Organizasyonun zayıf özellikleri sıralanır.	Organizasyonun dış çevresindeki tehditler ifade edilir.

Çizelge 3.2. SOR matris özeti

Skor	Ne anlatıyor?	Ne yapılabilir?
Toplam skor [Her bir G (Güçlü), Z (Zayıf), F (Fırsat), T (Tehdit) için] hesaplanır	Farklı G, Z, F, T ne kadar önemli?	Dışsal faktörlerden maksimum şekilde yararlanmak için en önemli fırsat ve tehdit etrafında 2 veya 3 adet strateji geliştirilir.
Her bir kombinasyon için skor hesaplanır	G veya Z'lerin F veya T'leri karşılması nasıl olacak?	En yüksek skorları sağlayan kombinasyonlar için stratejik amaçlar geliştirilir.
Her bir 4'lük için toplam skor	Genel görüşler neler?	Yüksek G-F: Atak, Şans yüksek Yüksek G-T: Defans yap, tehditleri karşılayabilecek gücümüz var. Yüksek Z-F: Fırsatlardan yararlanmak için zayıflıklar üzerine çalışılır. Yüksek Z-T: Tehditler ağır, çözüm üretmek zor.

Kaynak: Vermeire ve Gellynck 2009.

## 4. ARAŞTIRMA BULGULARI

### 4.1. Genel Bulgular

#### 4.1.1. Dünyada Tohumculuk Sektöründeki Gelişmeler

Sanayi Devrimi ile beraber Batılı ülkelerin üretim fazlası ürünlerini satma ihtiyacı sonucunda dış ticaret kavramı ortaya çıkmıştır. 1929 Büyük Buhran ve II. Dünya Savaşı ile birlikte dünya ekonomisinde yaşanan daralma, ülkelerin korumacı politikalar uygulamasına neden olmuştur. Bu iki gelişme sonucunda uluslararası alanda mali ve ticari işbirliğinin kalıcı olarak tesis edilmesi amacıyla çeşitli uluslararası örgütler kurulmuştur. 1944 yılında düzenlenen Bretton Woods Konferansı ile savaş sonrası dünya serbest ticaret sistemini oluşturmak hedeflenmiş ve 1947'de IMF (Uluslararası Para Fonu) ve 1948'de IBRD (Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası) ve GATT (Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması) kurulmuştur. GATT, 1948'den 1994 yılına kadar sanayi mallarında uluslararası ticareti büyük ölçüde serbestleştirmiştir. Görüşmeler çerçevesinde 1986 yılında Uruguay Turu'nda diğerlerinden farklı olarak tarifeler konusunun dışında tarım GATT çerçevesine dâhil edilmiştir.

Dünyada tohumculuk faaliyetlerinin, geleneksel üretimden uluslararası bir sektör haline dönüşmesi de sanayileşme hareketleri ile paralellik göstermektedir. Tohumun bitkisel üretimde en önemli girdi olduğunu kavrayan gelişmiş ülkeler, tohum üzerinde gerçekleştirdikleri ıslah, araştırma, geliştirme çalışmaları sonucu tohum sanayinin bugünkü şeklini almasını sağlayarak önemli bir yol kat etmişlerdir. Tohumculuk endüstrisindeki önemli gelişmeler 1970'li yıllardan itibaren yaşanmaya başlamış ve 1980'den günümüze üzerinde durulan uluslararası bir konu haline gelmiştir. Günümüzde dünyadaki en büyük tohum üreticisi ve ihracatçısı ülkeler ise Avrupa Birliği ülkeleri ve ABD'dir (Anonim 2014d).

Tarımsal ürünlerin ve tohumlukların ülkelerin dış ticaretinde önemli bir yer sahibi olması dış ticaret politikalarının ve kural koyucu kurumların şekillenmesine etki etmiştir. Araştırma boyutunda ilk tohumluk laboratuvarları 1869'da Almanya'da, 1871'de Danimarka ve 1876'da ise ABD'de kurulmuştur. Tohumculukta ileri ülkelerde tohumculukla ilgili araştırmalar kamu destekli olarak araştırma enstitüleri veya üniversitelerde başlatılmış, bulunan genetik materyaller özel sektöre aktarılarak firmalar gelişmiş ve firmalar kendi araştırma sistemlerini kurmuşlardır. Kontrol ve sertifikasyon kapsamında 1906 yılında Almanya'da ESTA (Avrupa Tohumluk Kontrol Birliği), 1908 yılında A.B.D ve Kanada tarafından Resmi Tohumluk Sertifikasyon Ajansları Birliği (AOSCA), 1924 yılında ise Uluslararası Tohum Test Birliği (ISTA) ve Uluslararası Tohum Federasyonu FIS (ISF) kurulmuştur. OECD Tohum Sertifikasyon Sistemi 1958'de oluşturulurken, Uluslararası Yeni Bitki Çeşitlerinin Koruma Birliği (UPOV) ise 1961'de kurulmuştur. Bu gün ISTA, OECD, FAO, UPOV, ISF tohumluk sektöründe söz sahibi olan uluslararası kuruluşlardır. Bu kuruluşların görevleri kısaca şu şekildedir:

ISTA (International Seed Testing Assosiation) : Uluslararası Tohumluk Kontrol Birliği, 1924 yılında tohum analizi ve çeşit safiyeti ve değerlendirme konularında özdeşlik ve metot birliği sağlamak için kurulmuştur. ISTA; tohumlarda numune, analiz, akredite laboratuvar için tüm dünyada kabul edilen kuralları oluşturmaktadır ve uluslararası tohum analiz sertifikaları verirken tohumculuk alanında eğitimler düzenlemektedir. 1924 yılında kurulan bu birlik 76 ülkede 207 üye laboratuvara sahiptir (ISTA, 2014).

OECD (Oecd Schemes For Certification) : II. Dünya Savaşı'ndan sonra ortak bir yardım ve kalkınma kuruluşu oluşturma fikrinden doğan Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü(OECD), 1948 yılında kurulmuştur ve 58 üyeye sahiptir. 200 türde ve 49.000 çeşit tohumda kalite garantisini veren sertifika sistemi ile teknik engellerin kaldırılmasını sağlayan bu kurum uluslararası ticareti kolaylaştırma olanağı tanımaktadır. Bu amaçla çayır mera, yem bitkilerini, çeltiği, hububatı, mısırı, yağlı tohumları, şeker pancarını, sebze tohumlarını ve orman ağaçlarının soy çoğaltımında kullanılan materyallerini sertifikasyon sistemine dahil etmiştir (OECD 2014).

FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü): 1945'te kurulan FAO, Birleşmiş Milletler uzmanlık kuruluşlarından biri olarak dünyadaki gıda ve tarımla ilgili çalışmaları organize edip geliştirerek gıda güvenliğini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu kuruluş doğrudan tohumculuk sektörüyle ilgili olmamasına rağmen, bugün uluslararası ticarete aranan temel belgelerden birisi olan Bitki Sağlık Sertifikası'nın 1951 tarihli Uluslararası Bitki Sağliğı Anlaşması ile zorunlu hale getirilmesini sağlamıştır. Bu anlaşma ile ilk defa anlaşmaya taraf ülkelerin birbirlerinden satın aldıkları bitkilere (tohum dahil) eşlik eden ve satıcı ülke tarafından düzenlenen bitki sağliğ sertifikalarına göre ülkelere girişine izin vermeleri kabul edilmiştir (Acar 2008).

UPOV (International Union For The Protection Of New Varieties of Plants): Merkezi İsviçre'nin Cenevre şehir olan bu birlik, 1961 yılında Paris'te imzalanan uluslararası yeni bitki çeşitleri anlaşması sonucunda kurulmuştur. Yeni bitki çeşitlerinin yaygınlaşmasını sağlamak ve bu çeşitlerin ıslahçı haklarını korumak hedefini taşıyan bu anlaşmada 1977, 1978 ve 1991 yıllarında olmak üzere üç defa değişiklik yapılmıştır. UPOV sözleşmesinin amacı bitki ıslahçıların uluslararası alanda kendi çeşitleri üzerinde sahip oldukları fikri ve sınai mülkiyet haklarıdır. UPOV'a üyelik, bitki ıslahçılarına diğer üye ülkelerde kendi çeşitlerini koruma gücü verirken, üreticilere de koruma altına alınmış yabancı çeşitlere daha iyi bir erişim olanağı sağlamaktadır (UPOV 2014).

ISF (International Seed Federation) : Uluslararası Tohum Federasyonu, 1924 yılında kurulmuştur. ISF düzenlediği toplantı ve çalışma grupları ile dünya tohum sanayine hizmet etmektedir. Uluslararası ticarete koyduğu "ISF Kuralları" ile bilinen bu kuruluş, şirketler arasında ortaya çıkacak sorunların çözümünde arabuluculuk, uzlaşma ve hakemlik görevi üstlenmektedir. Dernek, birlik ve şirketlerin üye olduğu ISF; çiftçi, yetiştirici, sanayici ve tüketicinin çıkarlarını dikkate alarak tohum ticaretinin daha serbest olarak yapılmasına katkı sağlayacak çalışmalar yapılmasını amaçlamaktadır (ISF 2014).

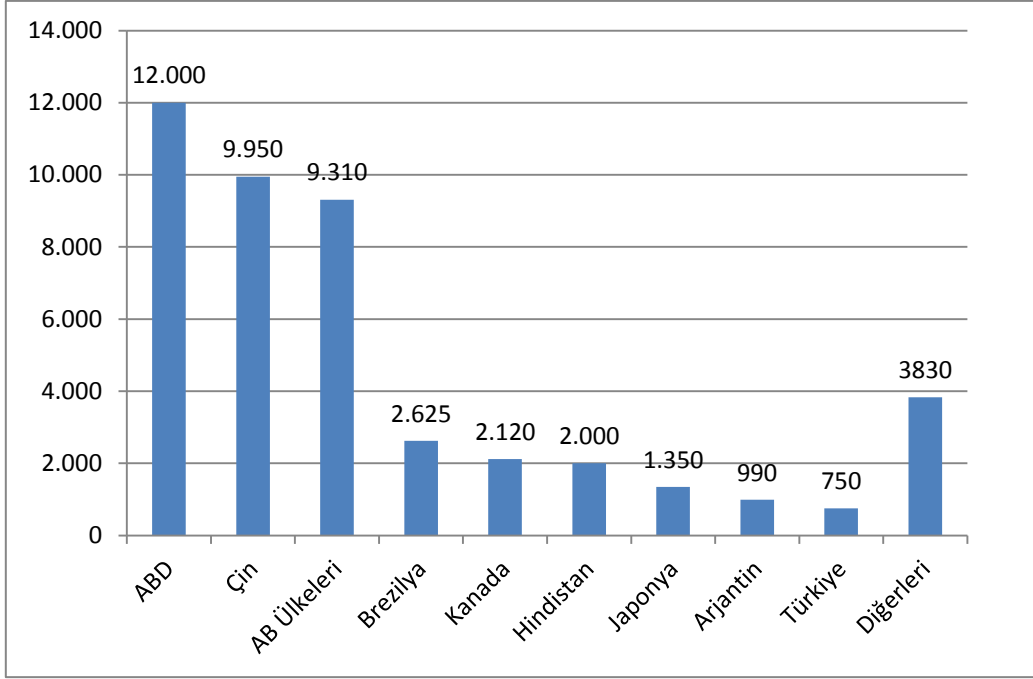
Tohumculuğu geliştirme kapsamında 1980’lerden itibaren tüm dünyada Ulusal Tohum Programları uygulanmaya başlamış ve liberalleşme politikaları sonucunda hükümetlerin ekonomiye doğrudan müdahalelerini azaltmaları ile dünya pazarından pay almak amacıyla pek çok tohum firması faaliyete geçmiştir. Tohumluk üretimindeki teknolojik ilerlemeler, dünya ticaretinde yaşanan değişimler ve küreselleşme eğilimleri, uluslararası tohumluk ticaretinin artmasına ve bu doğrultuda pek çok ülkenin tohumculuk endüstrilerinin büyüüp gelişmesine olanak sağlamıştır. En çok tohumluk üreten ve ihracat yapan ülkeler, Batı Avrupa ve Kuzey Amerika’da yer almaktadır. En çok tohumluk dış ticareti yapan ülkelerin başında ABD, Fransa, Hollanda, Almanya, Belçika, Danimarka, Japonya, Avustralya, Arjantin gibi ülkeler gelmektedir. Bu ülkelerin hepsinde tohumculuk endüstrisinin temelinde özel sektör kuruluşları rol oynamaktadır. Bu kuruluşların bir kısmını küçük ve orta büyüklükte aile şirketleri oluşturmakla birlikte son 15-20 yıllık süre zarfında yaşanan şirket birleşmeleri ve başka sektörlerde de faaliyet gösteren çokuluslu şirketlerin tohumculuk sektörüyle bütünleşme eğilimleri, bu sektörde çok uluslu bir yapılanmanın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sonuçta dünyada tohumculuk sektörü üçlü bir yapı haline dönüşmüştür ve üç büyük tohum firması dünyadaki toplam ticari tohumluk pazarının %53’ünden fazlasına sahiptir (ETC Group 2011). Buna ek olarak dünyadaki 10 büyük tohum firması, toplam tohum pazarının %64’ünü kontrol etmektedir (Çizelge 4.1).

Çizelge 4.1. Dünyadaki 10 büyük tohum firmasının satışı ve pazar payı

No	Firmalar	Tohum Satışı (USD Milyon)	Pazar Payı
1	Monsanto (ABD)	7297	27
2	Dupont (Pioneer)( ABD)	4641	17
3	Syngenta (İsviçre)	2564	9
4	Groupe Limagrain (Fransa)	1252	5
5	LandO’Lakes/Windfield Solutions (ABD)	1100	4
6	KWS AG (Almanya)	997	4
7	Bayer CropScience (Almanya)	700	3
8	Dow AgroScience (ABD)	635	2
9	Sakata (Japonya)	491	2
10	DLF-Trifolium A/S (Danimarka)	385	1
	Toplam	20.062	64

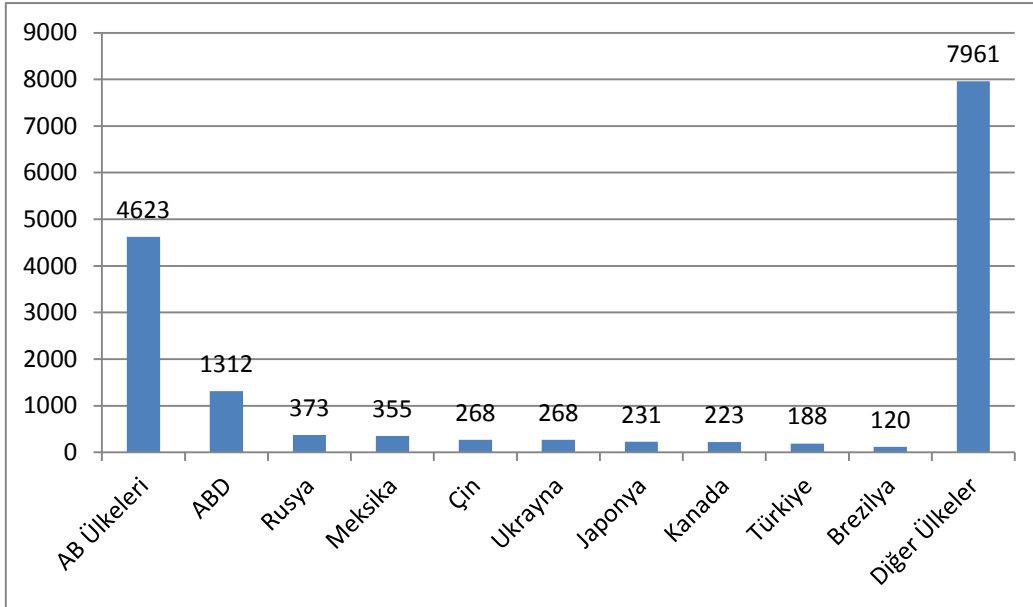
Kaynak: ETC Group 2011.

Uluslararası Tohum Federasyonu (ISF) verilerine göre 1970 yılında 10 milyar USD olan dünya tohumluk ticari değeri, 2012 yılı itibariyle 45 milyar USD’a ulaşmıştır. Dünya tohumluk pazarının %27’sini ABD, %22’sini Çin, %21’ni AB ülkeleri, %6’sını Brezilya, %5’ini Kanada, %4’ünü Hindistan, %3’ünü Japonya, %1,7’sini Türkiye ve %9’unu ise diğer ülkeler oluşturmaktadır (Şekil 4.1).



Şekil 4.1. Dünya tohumluk pazar büyüklükleri (Milyon USD)

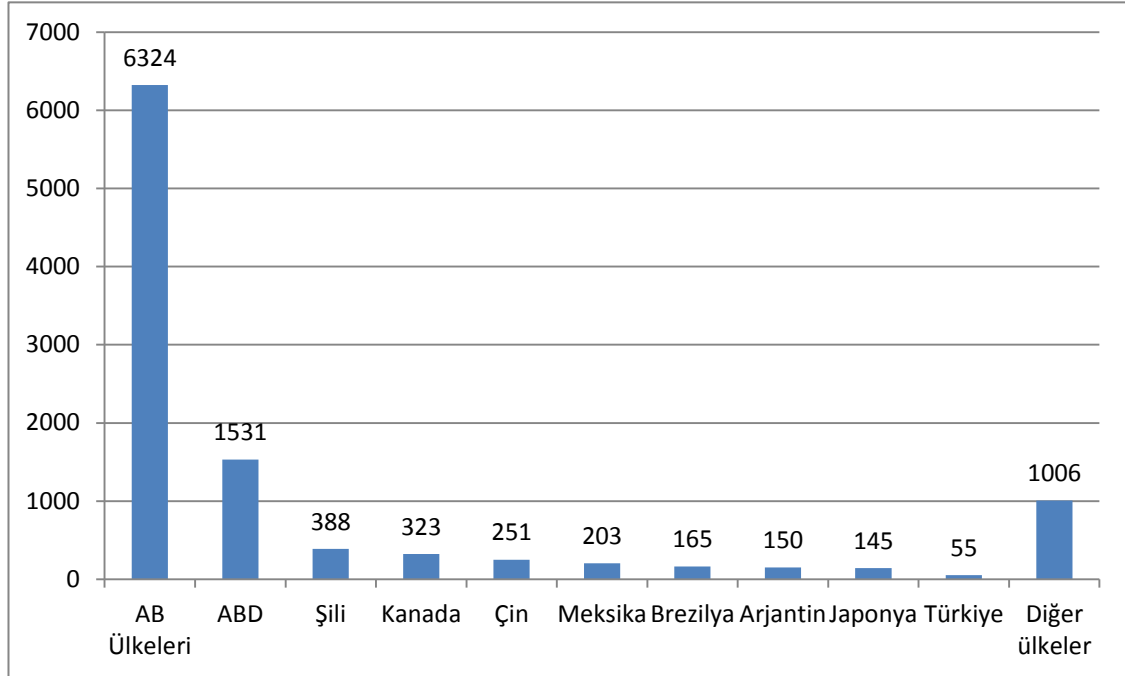
Uluslararası tohum ticareti 1970'li yıllarda 1 milyar USD iken 1980'li yılların ortasından itibaren hızla artmaya başlamış ve 2012 yılında ise 10,5 milyar USD'ye ulaşmıştır. Dünyadaki 9,7 milyar USD tohum ithalatında %13 payı ile AB ülkeleri öne çıkmaktadır (Şekil 4.2).



Şekil 4.2. Başlıca ülkelerin tohum ithalatı, 2012 (Milyon USD)



Uluslararası Tohum Federasyonu (ISF) verilerine göre tüm dünyada 2012 yılında yapılan 10,5 milyar USD tohum ihracatının %60'ını AB ülkeleri oluştururken %14'ünü ABD gerçekleştirmektedir. ( Şekil 4.3).



Şekil 4.3. Başlıca ülkelerin tohum ihracatı, 2012 (Milyon USD)

#### 4.1.2. Türkiye'deki Tohumculuk Sektöründeki Gelişmeler

Cumhuriyet ile birlikte Türkiye'de tohum ıslah çalışmaları ve kaliteli tohumluk üretimi 1926 yılında tohum ıslah istasyonlarının kurulması ile başlamıştır. Sonraki yıllarda araştırma kuruluşlarında ülke şartlarına uygun çeşitler geliştirilmiş ve özellikle hububat tohumluğu üretiminde Devlet Üretim Çiftlikleri ile çiftçinin kaliteli tohum kullanması sağlanmıştır. Fakat 1950 yılına kadar bu çalışmalar sınırlı kalmıştır. 1950 yılından sonra ise tohumluk üretim çalışmalarına hem daha çok tür dâhil edilmiş hem de üretilen tohumluk miktarı artırılmıştır. 1963 yılında Tohumlukların Kontrol ve Sertifikasyonu Hakkındaki Kanun'un yürürlüğe girmesi beraber çeşit tescili, tohumluk test ve sertifikasyonu ile kalite kontrolü konusunda Bakanlık ilk kez görevler üstlenmiş ve tohumluk üretimi konusunda ise daha etkin bir rol oynamaya başlamıştır. 1980'li yıllarda tohumculuk sektörü politikalarında önemli değişiklikler olmuştur ve kamu esaslı tohumculuk sisteminden özel girişimciliği temel alan bir tohumluk endüstrisi yapısına geçilmiştir (Elçi 2000).

1980'den önce Türkiye'de üreticiler tarafından kullanılan çoğu türde mahsulden tohumluk kullanımı yaygın olup hibrit tohumluk kullanımı çok fazla bilinmemekteydi. Kamu tarafından hemen hemen bedelsiz dağıtılan ticari tohumlukların genetik kaliteleri genelde çok düşük iken tohum ticaret hacmi yok denecek kadar azdı. 1982 yılında tohum fiyatlarının serbest bırakılması, 1984 yılında "Tohumluk İthalatının Serbest Bırakılması" ve 1985 yılında çıkarılan "Tohumluk Teşvik Kararnamesi" ve bunları izleyen uygun politikaların yürürlüğe girmesiyle kamu esaslı tohumluk sektöründen özel girişim esaslı tohumluk sektörüne geçilerek özel sektör girişimciliğinin önu açılmıştır. Ekonominin serbestleşmesi ve tohumculuk dış ticaretindeki kısıtlamaların kaldırılması sonucunda yerli veya yabancı pek çok tohumculuk firması ya doğrudan ya da ortaklık yoluyla sektöre girmiştir. Sonuçta özel tohumculuk firmaların sayısı, kapasitesi ve faaliyetleri kısa sürede hızla artarak ulusal tohumculuk endüstrisi özel sektör ağırlıklı hale gelmiştir (Anonim 2013a). Buna göre 1980 yılında 2 adet olan firma sayısı 2014 yılında 552 firmaya ulaşmıştır.

Yaşanan gelişmeler sonucunda sektörün işleyişine yönelik hukuksal yapıyı oluşturmak ve tohumluk ticaretini düzenlemek için 2004 yılında 5042 sayılı Yeni Bitki Çeşitlerine Ait İslahçı Haklarının Korunmasına İlişkin Kanun ve 2006 yılında 5488 sayılı Tarım Kanunu ve 5553 sayılı Tohumculuk Kanunu, 2010 yılında ise 5977 sayılı Biyogüvenlik Kanunu yürürlüğe girmiştir. Bu sayede tohumluk üretimi, sertifikasyonu ve ticaretiyle ilgili düzenlemeler gerçekleşmiştir. İslahçı Haklarının Korunması Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile bu alanda önemli gelişmeler yaşanmıştır ve koruma altına alınan çeşitler içerisinde en büyük payı tarla bitkileri ürün grubu almıştır.

Tohumculuk hizmetleri, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'na bağlı kuruluşlar tarafından farklı yetki alanları çerçevesinde yürütülmekte ve kontrol edilmektedir. Buna göre tohumculuk politikalarının oluşturulması, ülkesel üretim, tedarik ve dağıtım programlarının yapılması, tescil ve üretim izinleri, tohumculuk danışma ve ihtisas komisyonları gibi konular Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü'nün (BÜGEM) sorumluluğu altındadır. Hastalık, zararlı kontrolleri ve analizleri Koruma Kontrol Genel Müdürlüğü (KORGEM), çeşit geliştirme ve araştırma faaliyetleri Tarımsal Araştırma ve Politikalar Genel Müdürlüğü (TAPGM), hayvansal ve tarımsal üretimler de Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM) tarafından gerçekleştirilmektedir.

Özel sektör yapılanmasında ise sektörün ilk sivil örgütü olarak Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği (TÜRKTED) ile 2006 yılında çıkan 5553 sayılı Tohumculuk Kanunu ile kurulan ve sektörün kamu kuruluşu statüsü özelliğine sahip olan Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği (TSÜAB) çalışmalarını sürdürmektedir. Her TÜRKTED üyesi firma, aynı zamanda TSÜAB üyesidir. Kanun gereği faaliyet konularına göre firmalar 5553 sayılı kanunla kurulmuş olan alt birliklere üye olmak zorundadırlar. Tohumculuk faaliyetinde bulunanların ekonomik ve sosyal haklarının korunmasını sağlamak ve mevzuatla verilen görevleri yerine getirmek amacıyla tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde mesleki bir kuruluş olan TÜRKTÖB (Türkiye Tohumcular Birliği) 2006 yılında Tohumculuk Kanunu ile yürürlüğe girmiştir. TÜRKTÖB bünyesinde 7 tane alt birlik bulunmaktadır. Bunlar, Bitki İslahçıları Alt Birliği (BİSAB), Fidan Üreticileri Alt Birliği (FÜAB), Süs Bitkileri Üreticileri Alt Birliği (SÜSBİR), Tohum Dağıtıcıları Alt Birliği (TODAB), Tohum

Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği (TSÜAB), Tohum Yetiştiricileri Alt Birliği (TYAB) ve Fide Üreticileri Alt Birliği'dir (FİDEBİRLİK). Alt birliklerin amaçları tohumculuk sektörünün geliştirilmesi ile sektörde faaliyet gösterenler arasında mesleki dayanışmayı sağlamak ve mevzuatla verilen görevleri yerine getirmektir (TÜRKTÖB 2014). Türkiye'de tohumculuk sektöründe en çok sayıda serin iklim tahılları (220 adet) ile sebze tohumculuğu (117 adet) alanında faaliyet gösteren firma varken en az sayıda şekerpancarında olmak üzere toplamda 610 faaliyet gösteren firma vardır (Çizelge 4.2).

Çizelge 4.2. Bitki türlerine göre faaliyet gösteren işletme sayısı

Bitki Türleri	Firma Sayısı
Serin İklim Tahılları	220
Sebzeler	117
Çayır ve Mera Bitkileri	87
Mısır	56
Patates	34
Ayçiçeği	32
Çeltik	27
Çim Bitkileri	25
Pamuk	10
Şekerpancarı	2
Toplam	610

Kaynak: Türktob 2014.

Türkiye'de 610 tohumculuk şirketi faaliyetini sürdürmekte olup bunlar arasında sermaye yapısı, istihdam durumu, üretim ve işleme kapasitesi, çeşit geliştirme ve ürün yelpazesi bakımından oldukça farklılık gösteren özel şirketler arasında az sayıda doğrudan yabancı yatırım ve yerli-yabancı ortaklıkları bulunmaktadır (Aygün 2012). Özel şirketlerin çok büyük bir kısmı (% 95'ten fazlası) ise yerli sermayelidir ve çoğunluğu üretim, ithalat, ihracat ve pazarlama yapmaktadır. Buna karşılık, 130'dan fazla şirket ise ayrıca araştırma, çeşit ve ürün geliştirme faaliyetleri yürütmektedir. Tohumculuk şirketlerinin hemen hemen tamamı tohumluk pazarlamasını bayilikler kanalıyla yaparken bazıları ise ayrıca kendi pazarlama ve satış ağlarına sahiptir. Halen 130 civarında tohumculuk firması araştırmacı kuruluş statüsüne sahiptir. Bu firmaların önemli bir kısmı küçük veya büyük çaplı ıslah programları yürütmektedir. Özel sektör kuruluşları daha çok hibrit sebze ıslahı ile tarla ve endüstri bitkileri üzerinde odaklanırken, kamu kuruluşları ise açık tozlanan sebze çeşitleri ile kışlık tahıllar, çeltik ve yemlik ve yemeklik baklagiller üzerinde yoğunlaşmaktadır (Anonim 2013a).

Türkiye çok uzun zamandan beri uluslararası tohumculuk organizasyonları ile etkileşim içerisinde. Bu doğrultuda Türkiye 1963 yılında ISTA (Uluslararası Tohum Test Birliği), 1968 yılında ise tarla bitkileri ve yem bitkileri kategorilerinde olmak üzere OECD (Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatı) sertifikasyon sistemine, 2007 yılında da UPOV'a (Uluslararası Yeni Bitki Çeşitleri Islahçı Hakları Kuruluşu) üye olmuştur.

#### 4.1.2.1. Tohum Sanayici ve Üreticileri Alt Birliği ve Tohumculuğun Gelişmesindeki Rolü

Tohum Sanayici ve Üreticileri Alt Birliği (TSÜAB), tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde bir meslek kuruluşudur. 5553 Sayılı Tohumculuk Kanunu'nun 16. Maddesi uyarınca kurulmuş ve 2008 yılında faaliyete geçmiştir. TSÜAB'ın temel amacı Türkiye tohumculuk sanayisini temsil etmek, üyelerinin hak ve çıkarlarını korumak ve Türkiye tohumculuk sektörünü geliştirmektir. Türkiye'de faaliyet gösteren tüm tohumluk sanayicisi ve üreticisi şirketlerin TSÜAB'a üye olmaları yasal bir zorunluluktur. Mayıs 2013 tarihi itibarıyla, kayıtlara göre 581 şirket TSÜAB'a üyedir. TSÜAB, kurumsal yapısı itibarıyla Türkiye tohumculuk sektöründe çok önemli bir konuma sahiptir. TSÜAB görevlerini yerine getirirken ve faaliyetlerini uygularken yasalarla belirlenmiş usul ve esaslara uygun olarak hareket etmektedir. Bu bakımdan, hem kendi iç denetim organı hem de yasalar gereği Bakanlık müfettişleri tarafından düzenli olarak denetlenmektedir. Ayrıca, TSÜAB'ın bir misyonu, vizyonu ve üyelerince kabul gören etik kuralları vardır. TSÜAB üyeleri, bitki ıslahı ve çeşit geliştirme, verim ve adaptasyon denemelerinin yürütülmesi, üstün ve uyumlu çeşitlerin tescil veya kaydının yaptırılması, sertifikalı tohumlukların çoğaltımı, işlenmesi, ambalajlanması, yurt içi ve yurt dışı pazarlarda tanıtılması, dağıtımı ve satışa sunulması ve aynı zamanda anaç ve sertifikalı tohumlukların ithalatı gibi konularda faaliyet göstermektedir. TSÜAB, ulusal tohumculuk politikalarının oluşturulması ve uygulanması, tohumculuk sektörünü düzenleyen ulusal mevzuatın bilimsel esaslara dayandırılması, bunun uluslararası mevzuat ve düzenlemeler ile uyumlaştırılması ve tohumculuk sektörünü ilgilendiren idari karar ve uygulamaların kolaylaştırıcı ve özendirici olmasını teşvik etmektedir. TSÜAB'ın temel görevlerinden birisi ise üyelerini her türlü platformda temsil etmek, onların hak ve menfaatlerini savunmaktır (Anonim 2014c).

TSÜAB'ın hedefleri arasında özel girişim ve yatırımların desteklenmesi, yurtiçi çeşit geliştirme, tohumluk üretim, pazarlama faaliyetlerinin yaygınlaştırılması; çeşit tescil, kayıt, salım ve tohumluk dış ticareti işlemlerinin hızlandırılması; üye şirketlerin etik kurallara uyması, adil bir rekabet ortamının yaratılması yer almaktadır. Bunlara ek olarak ıslahçı haklarının korunması, çiftçilere yeni bitki çeşitleri ve yeni tohumluk teknolojileri sunulması, yurt içi ar-ge faaliyetlerinin özendirilmesi, insan kaynaklarının geliştirilmesi, uluslararası tohumculuk endüstrisi ile teknik ve ticari işbirliğinin artırılması, kalite odaklı bir tohumluk tedarik sisteminin yaygınlaştırılması yer almaktadır.

TSÜAB'a üye firmaların %33,4'ü İç Anadolu Bölgesi'nde, %26,9'u ise Marmara Bölgesi'nde yer almaktadır (Çizelge 4.3). Diğer yandan TSÜAB üyesi firmaların büyük bölümü hububat alanında faaliyet göstermektedir.

Çizelge 4.3. TSÜAB üyesi firmaların bölgelere göre dağılımı, 2013

Coğrafi Bölge	Adet	Oran %
İç Anadolu	194	33,4
Marmara	156	26,9
Akdeniz	85	14,7
Güneydoğu Anadolu	53	9,1
Ege	48	8,2
Doğu Anadolu	24	4,1
Karadeniz	21	3,6
TOPLAM	581	100,0

Kaynak: TSÜAB 2013.

#### 4.1.2.2. Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği ve Tohumculuğun Gelişmesindeki Rolü

Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği (TÜRKTED), Türkiye tohumculuk endüstrisini güçlendirmeye ve geliştirmeye odaklanmış, kar amacı gütmeyen, bir meslek örgütüdür. 1985 yılında özel tohumculuk şirketlerinin yöneticileri konumunda olan dokuz öncü üyenin girişimi sonucunda, TÜRKTED İstanbul’da kurularak çalışmalarına başlamıştır. Dernek Temmuz 1991’den itibaren faaliyetlerini Ankara’da sürdürmektedir. Bitki ıslahı-çeşit geliştirme, yeni bitki çeşitlerinin adaptasyonu ve kayıt altına alınması, kaynak ve sertifikalı tohumlukların çoğaltımı, işlenmesi, ambalajlanması, yurt içi ve yurt dışında pazarlanması aşamalarında faaliyet gösteren 58 firma TÜRKTED üyesidir. Bu üyelerin toplam cirosu Türkiye’deki özel sektör tohumluk üretim ve tedarikinin yaklaşık % 70-80’ini temsil etmektedir. TÜRKTED; Uluslararası Tohumculuk Federasyonu (ISF), Avrupa Tohumculuk Derneği (ESA), Doğu Avrupa Tohumculuk Ağı (EESNET) ve Karadeniz Biyoteknoloji Derneği gibi uluslararası kuruluşlara üyedir (Anonim 2014b).

TÜRKTED misyonunu “Tohumculuk alanında Türkiye’nin bölgesel lider bir ülke olması için, teknoloji ve sistem geliştiren, diğer ülkelerle rekabet edebilen ve bölgesinde model oluşturabilecek şekilde ülke tohumculuğunun geliştirilmesine katkıda bulunmak ve Türk tohumculuğunu uluslararası alanda temsil etmek” şeklinde tanımlamaktadır. Vizyonunu ise; “Ulusal ve uluslararası alanda gıda güvenliği ve sürdürülebilir tarım temelinde dünya tohumculuk endüstrisi ile bütünleşmiş etkin ve uluslararası alanda rekabetçi bir tohumculuk endüstrisi oluşturulması” şeklinde ifade etmektedir.

TÜRKTED’in amaçları: Türkiye tohumculuk endüstrisinin hak ve menfaatlerini savunmak, üye şirketler arasında profesyonel ve etik kurallara dayalı ilişkilerin geliştirilmesi için çaba göstermek, tohumculuk endüstrisinin ilerlemesi ve uluslararası standartlara erişmesini sağlama yolunda yasal ve düzenleyici çerçevenin tesis edilmesi için yetkililer ve tüm ilgililer ile işbirliği yapmaktır. TÜRKTED’in diğer görevleri arasında tohumculuk endüstrisi ile ilgili veri ve istatistikler toplamak, güncel bilgileri üye şirketlere duyurmak, uluslararası tohumculuk kuruluşlarına üye olmak, faaliyetlerine katılmak, sertifikalı ve kaliteli tohumlukların üretim, ticaret ve kullanımını

özendirmek bulunmaktadır. Tüm bu çalışmalar kapsamında TÜRKTED, başta 5553 sayılı Tohumculuk Kanunu olmak üzere birçok ilgili mevzuatın hazırlanmasına katkıda bulunmuştur. Bunlara ek olarak, TÜRKTED Ocak 2011'den bu yana üç ayda bir yayımlanan Tohum isimli bir dergi çıkarmakta ve web sitesinde yayımladığı aylık e-bültenlerle sektöre hizmet etmektedir (Anonim 2014b).

#### 4.1.3. Türkiye'de tohum üretimi ve dış ticaretindeki gelişmeler

Sermaye, üretim, toplam ciro, ar-ge faaliyetleri ve teknoloji geliştirme kapasitesi açılarından Türkiye tohumculuk endüstrisi, gelişmiş ülkelerinin tohumculuk endüstrilerine göre oldukça küçük boyuttadır. Yine araştırma kuruluşları tarafından geliştirilen çeşit sayısı, tescilli yapılan bitki türü sayısı, tüm türlerde üretilen yıllık toplam sertifikalı tohumluk miktarı bakımından tohumculukta öncü ülkelerin pek çoğuna göre oldukça geri durumdadır. Bununla beraber Türkiye, iç pazar tohumluk talebi, tohumluk üretimi ve dış satımı bakımından yüksek potansiyele sahip bir ülke olarak kabul edilebilir. Tohumculuk sektörünün gelişmesini tamamlaması, Türkiye'de özellikle tohumluk üretim sistemini destekleyecek etkili bir araştırma ve geliştirme kapasitesi vücuda getirilmesi durumunda, ülkenin sahip olduğu ekolojik ve diğer üstünlüklerin ihraç amaçlı kaliteli tohumlukların üretilmesi ve pazarlanmasında teşvik edici rol oynayacağı beklenmektedir (Anonim 2001).

Türkiye tohumluk pazarı esas olarak sebzeler, serin iklim tahılları ve yem bitkileri ile endüstri bitkileri arasında paylaşılmış durumdadır. Buna karşılık, yıldan yıla hızlı bir artış gösteren hibrit sebze tohumlukları bu pazarın en büyük kısmını oluşturmaktadır. Türkiye'de tohum üretimi kamu kapsamında Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM), çiftçi örgütleri, tarımsal araştırma enstitülülere ile özel sektör kuruluşları tarafından yapılmaktadır. Türkiye'de tohumluk endüstrisinde 26 adet Tarımsal Araştırma Enstitüsü ile 552 adet özel tohumluk firması faaliyet göstermektedir (Çizelge 4.6). Üretilen tohumların pazarlama ve dağıtım sisteminde ise kamu ve özel sektöre dayalı ikili bir yapılanma söz konusudur. Kamu kuruluşları tarafından üretilen tarla ve yem bitkileri dağıtıcı kamu kuruluşları tarafından gerçekleştirilirken özel sektör kuruluşları kendi ürettikleri veya ithal ettikleri sebze, çim bitkileri ve ticari amaçlı bazı tarla bitkileri tohumlukların dağıtımını sağlamak üzere tüketici isteklerine göre kendi satış ve pazarlama ağlarını bayilik çerçevesinde kurmuşlardır (Aygün 2014).

Türkiye'de 1980'li yıllara kadar tohumluk fiyatları uzun yıllar devlet tarafından belirlenmiş ve piyasaya arz edilmiştir. 1983 yılından itibaren ise rekabete dayalı bir endüstrinin kurulması adına tohumluk fiyatlarının hem özel hem de kamu kuruluşları tarafından serbest piyasa kurallarına uygun olarak belirlenmesi esası getirilmiştir.

Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü (BUGEM) verilerine göre Türkiye'de 2013 yılında üretilen tohumluk miktarı 743.193kg olup bu miktarın %56'sını buğday, %20'sini patates, %10'nu arpa, %5'ni mısır ve %9'nu diğer tohumlar oluşturmaktadır. Diğer yandan 2008 yılında 290.468kg olan toplam tohum üretim miktarı %256 artarak 2013 yılında 743.193kg'ye ulaşmıştır (Çizelge 4.4).

Çizelge 4.4. Türkiye tohumluk üretim miktarları (Kg)

Türler	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Buğday	158.452	227.852	315.676	410.766	327.924	421.588
Arpa	20.180	36.144	34.416	48.401	43.162	79.189
Mısır	34.097	28.921	35.234	31.338	32.796	38.576
Çeltik	3.410	5.025	5.521	8.649	8.627	7.629
Ayçiçeği	8.727	9.298	11.854	14.137	14.732	18.756
Soya	1.274	1.169	1.982	2.274	2.248	3.699
Yerfıstığı	50	30	70	114	147	171
Ş. Pancarı	947	1.005	466	1.479	1.166	896
Patates	45.651	58.877	70.654	96.295	185.485	150.908
Pamuk	10.985	10.811	15.679	16.911	23.074	10.260
Nohut	127	459	253	309	1.239	1.603
K. Fasulye	3	3	-	-	62	54
Mercimek	380	38	107	589	894	2.078
Kanola	72	148	107	63	12	91
Sebze	2.087	2.758	2.500	2.213	2.115	1.576
Susam	-	-	1	14	0	3
Yonca	517	864	349	473	670	610
Korunga	698	22	56	200	2	12
Fiğ	2.024	1.057	858	876	876	385
Sorgum	-	263	180	6	12	24
Sudan otu	-	-	0	0	1	11
Sorgumxs.otu	5	-	-	220	120	120
Aspir	-	248	397	269	250	750
Yem Şalgamı	-	1	-	14	12	55
Yemlik Pancar	8	18	26	33	44	8
Çim-Çayır	454	50	56	3	208	106
Diğerleri	-	-	1.523	1.686	1.024	4.035
TOPLAM	290.148	385.061	497.964	637.330	646.905	743.193

Kaynak: BUGEM 2013.

Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü (BUGEM) verilerine göre Türkiye’de tohumluk üretiminde özel sektörün payı 2008 yılı itibariyle buğdayda %56, arpada %46 iken 2013 yılında buğdayda %58, arpada ise %72’ye çıkmıştır. Son beş yıllık dönem içerisinde özel sektör, mısır ve ayçiçeğinde %100 olan üretim payını korumuştur (Çizelge 4.5)

Çizelge 4.5. Çeşitli türlerde özel sektör ve kamu üretim payları

Yıl	Sektör	Buğday	Arpa	Mısır	Ayçiçeği
2008	Kamu	69.886	10.823	-	-
	Özel	88.566	9.356	34.097	8.727
	Özel Sektör Payı	%56	%46	%100	%100
2009	Kamu	125.275	18.468	5	-
	Özel	102.577	17.676	28.916	9.298
	Özel Sektör Payı	%45	%49	%100	%100
2010	Kamu	163.109	17.698	222	0
	Özel	152.567	16.717	35.012	11.853
	Özel Sektör Payı	%48	%49	%99	%100
2011	Kamu	185.974	20.714	19	0
	Özel	224.792	27.687	31.319	14.137
	Özel Sektör Payı	%55	%57	%100	%100
2012	Kamu	137.728	11.608	151	0
	Özel	190.196	31.554	32.645	14.732
	Özel Sektör Payı	%58	%73	%100	%100
2013	Kamu	175.360	22.557	173	0
	Özel	246.228	56.632	38.403	18.756
	Özel Sektör Payı	%58	%72	%100	%100

Kaynak: BUGEM 2013.

Çizelge 4.6. Türkiye’de tohum endüstrisinin yapısı

Firma/Kuruluşlar	Üretim Desenleri	Adet
Kamu Kuruluşu( TIGEM)	Kışlık Buğday, Yem Bitkisi	1
Tohumculuk Alanındaki Çiftçi Örgütleri	Kışlık Buğday, Pamuk, Patates	25
Tarımsal Araştırma Enstitüleri	Kışlık Buğday, Sebze Tohum	26
Özel Tohum Şirketleri	Tüm tohum çeşitleri	552
Toplam		602

Kaynak: Aygün 2014.

Türkiye’de tohumculuk politikasının temelini, ihtiyaç duyulan her türlü nitelikli tohumlukların, öncelikle özel sektör tarafından olmak üzere tercihen yurtiçi üretimlerle karşılanması oluşturmaktadır. Yurtiçi üretimlerin ihtiyaca cevap veremediği durumlarda ise yine öncelikli olarak özel sektör tarafından gerçekleştirilmek üzere ithalat yoluyla tedarik yapılmaktadır. 1980’den itibaren günümüze kadar gerçekleştirilen düzenlemelerin üretim, tedarik ve ihracat alanlarında olduğu kadar tohumluk dağıtımı konusunda da olumlu gelişmelere yol açtığını söylemek mümkündür.

Türkiye’de tohumluk üretiminde özel sektörün payı 2008 yılı itibariyle patates ve sebzede %100, pamukta %99, yem bitkilerinde %22 iken 2013 yılında sebzede %89’a düşmüş, yem bitkilerinde %71’e ve pamukta ise %100’e çıkmıştır. Son beş yıllık dönem içerisinde özel sektör, patatesten %100 olan üretim payını korumuştur (Çizelge 4.7).



Çizelge 4.7. Başlıca türlerde özel sektör ve kamu üretim payları

Yıl	Sektör	Patates	Pamuk	Sebze	Yem Bitkileri
2008	Kamu	-	79	5	2.549
	Özel	45.651	10.907	2.082	712
	Özel Sektör Payı	%100	%99	%100	%22
2009	Kamu	-	-	4	918
	Özel	58.877	10.811	2.754	1.302
	Özel Sektör Payı	%100	%100	%100	%59
2010	Kamu	-	104	7	1.007
	Özel	70.654	15.574	2.493	502
	Özel Sektör Payı	%100	%99	%100	%33
2011	Kamu	0	20	3	846
	Özel	96.295	16.890	2.211	983
	Özel Sektör Payı	%100	%100	%100	%54
2012	Kamu	8	170	125	850
	Özel	185.478	22.904	1.990	1.095
	Özel Sektör Payı	%100	%99	%94	%56
2013	Kamu	39	48	169	520
	Özel	150.870	10.213	1.407	1.294
	Özel Sektör Payı	%100	%100	%89	%71

Kaynak: BUGEM 2014.

Türkiye’de 1980 öncesinde son derece sınırlı bir tohumluk dış ticareti söz konusu iken toplam birkaç milyon dolarlık bir büyüklüğe sahip olan tohumluk ithalatı ise büyük ölçüde kamu kuruluşları tarafından yapılmaktaydı (Anonim 2013a). Günümüzde ise Türkiye, yoğun olarak sebze tohumlukları ithalatı yapmakta buna karşılık ihracatının yaklaşık % 80’ini ise tarla bitkileri tohumlukları oluşturmaktadır. Buna göre Türkiye’de tohumculuk sektörü, gerek miktar gerekse parasal değer olarak son 30 senede önemli bir mesafe kat etmiştir. Tohumculuk endüstrisi ile politikaların bütüncül ve yapıcı bir yaklaşımla uygulanması durumunda, tohumluk ihracatının daha yüksek seviyelere çıkması mümkündür.

TÜİK verilerine göre Türkiye’nin 2008 yılında toplam tohum ihracatı 26.245 ton iken bu miktar %26 artarak 2013 yılında 33.320 tona ulaşmıştır. Miktar bazında 2013 yılında Türkiye’nin ihracatının %49’nu buğday, arpa, hibrit mısır ve çeltik tohumlarını içeren tarla bitkileri grubu, %42’sini ise pamuk, hibrit ayçiçeği, kanola, soya, yer fıstığı, patates, şekerpancarı tohumlarını kapsayan endüstri bitkileri oluşturmaktadır. Sebze tohumları ihracatı 2013 yılı itibarıyla 120 ton olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’nin 2013 yılı ihracatında 13.186 ton ile hibrit mısır ve 10.292 ton ile hibrit ayçiçeği öne çıkmaktadır (Çizelge 4.8).

Çizelge 4.8. Türkiye'nin tohumluk ihracat miktarı

Tohum Türleri	Tohum İhracat Miktarı (Ton)					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tarla Bitkileri						
Buğday	5.333	1.567	4.825	3.444	9.768	3.049
Arpa	-	-	86	350	48	60
H. Mısır	9.602	10.921	8.874	9.428	9.628	13.186
Çeltik	10	10	10	10	11	12
TOPLAM	14.925	12.498	13.795	13.232	19.454	16.307
Endüstri Bitkileri						
Pamuk	3.197	2.622	3.123	4.552	4.113	1.459
H. Ayçiçeği	5.466	4.719	8.017	10.810	11.646	10.292
Kanola			0	22	0	8
Soya	10	40	0	2	15	28
Yer Fıstığı	2	0	0	0	0	14
Patates	0	0	156	173	149	2.200
Ş. Pancarı	10	2	92	84	6	85
TOPLAM	8.685	7.383	11.388	15.643	15.931	14.086
Toplam Yem Bitkileri	456	481	1.357	281	393	483
Çim&Çayırotu Tohumluğu Toplam	317	174	144	165	250	158
Hibrit Sebze	4	9	2.093	319	240	120
Standart sebze	945	669				
Toplam Sebze Bitkileri	949	678	2.093	319	240	120
Diğerleri	893	602	809	914	1.170	2.165
Genel Toplam	26.245	21.816	29.586	30.554	37.439	33.320

Kaynak: TÜİK 2014.

TÜİK verilerine göre Türkiye'nin 2008 yılında toplam tohum ihracatı 71 milyon\$ iken bu değer %56 artarak 2013 yılında 126 milyon\$'a ulaşmıştır. Dolar bazında 2013 yılında Türkiye'nin ihracatının %50'sini ise pamuk, hibrit ayçiçeği, kanola, soya, yer fıstığı, patates, şekerpancarı tohumlarını kapsayan endüstri bitkileri, %34'ünü buğday, arpa, hibrit mısır ve çeltik tohumlarını içeren tarla bitkileri grubu oluşturmaktadır. 13 milyon\$ ile hibrit ve standart sebze tohumları ihracatı ise toplam ihracatın %10'na karşılık gelmektedir. Türkiye'nin 2013 yılı ihracatının %31'ni hibrit mısır ve %45'ni hibrit ayçiçeği oluşturmaktadır (Çizelge 4.9).

Çizelge 4.9. Türkiye'nin tohumluk ihracat değerleri

Tohum Türleri	Tohumluk İhracat Değeri (Milyon \$)					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Tarla Bitkileri</b>						
Buğday	3.514	578	3.452	1.832	6.773	2.369
Arpa			50	128	25	37
H. Mısır	23.617	27.595	25.371	25.745	29.184	40.974
Çeltik	15	15	17	18	15	19
<b>TOPLAM</b>	<b>27.146</b>	<b>28.188</b>	<b>28.890</b>	<b>27.723</b>	<b>35.997</b>	<b>43.399</b>
<b>Endüstri Bitkileri</b>						
Pamuk	5.900	5.507	6.944	9.006	8.024	3.959
H. Ayçiçeği	26.650	22.553	38.403	50.944	59.569	57.149
Kanola			0	25	0	66
Soya	18	73	0	6	27	62
Yer Fıstığı	3	0	0	0	0	44
Patates			11	146	67	1.523
Ş. Pancarı	342	240	652	965	334	1.131
<b>TOPLAM</b>	<b>32.913</b>	<b>28.373</b>	<b>46.009</b>	<b>61.091</b>	<b>68.021</b>	<b>63.933</b>
Toplam Yem Bitkileri	989	1.476	1.691	1.163	1.191	1.673
Çim- Çayırotu Tohum. Toplam	635	1.094	651	758	1.160	784
Hibrit Sebze	3.080	4.094	16.173	16.202	12.279	13.259
Standart Sebze	5.950	7.326				
Toplam Sebze Bitkileri	9.030	11.420	16.173	16.202	12.279	13.259
Diğerleri	388	215	1.373	2.010	2.148	3.025
<b>Genel Toplam</b>	<b>71.101</b>	<b>70.766</b>	<b>94.789</b>	<b>108.948</b>	<b>120.796</b>	<b>126.073</b>

Kaynak: TÜİK 2013.

TÜİK verilerine göre Türkiye'nin 2008 yılında toplam tohum ithalatı 43.578 ton iken bu miktar 2013 yılında 36.056 tona düşmüştür. Miktar bazında 2013 yılında Türkiye'nin ithalatının %24'ünü pamuk, hibrit ayçiçeği, kanola, soya, yer fıstığı, patates, şekerpancarı tohumlarını kapsayan endüstri bitkileri, %7'sini buğday, arpa, hibrit mısır ve çeltik tohumlarını içeren tarla bitkileri grubu bitkileri oluşturmaktadır. Sebze tohumları ithalatı 2013 yılı itibarıyla 499 ton olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin 2013 yılı tohum ithalatından %22 pay alan patates 8041 ton ile öne çıkmaktadır (Çizelge 4.10).

Çizelge 4.10. Türkiye'nin tohumluk ithalat miktarı

Tohum Türleri	Tohumluk İthalat Miktar (Ton)					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Tarla Bitkileri</b>						
Buğday	789	719	3.434	1.269	612	892
Arpa	423	123	58	133	93	131
H. Mısır	4.538	4.018	3.164	2.462	2.667	1.559
Çeltik			17	109	1	20
<b>TOPLAM</b>	<b>5.750</b>	<b>4.860</b>	<b>6.673</b>	<b>3.973</b>	<b>3.372</b>	<b>2.602</b>
<b>Endüstri Bitkileri</b>						
Pamuk	212	257	147	148	60	20
H. Ayçiçeği	340	529	387	196	157	186
Kanola	137	22	81	88	152	103
Soya	0	3	0	10	0	5
Yer Fıstığı	0	0	0	0	0	0
Patates	12.845	9.590	22.025	20.788	18.997	8.041
Ş. Pancarı	602	754	895	314	159	277
<b>TOPLAM</b>	<b>14.136</b>	<b>11.155</b>	<b>23.535</b>	<b>21.544</b>	<b>19.526</b>	<b>8.633</b>
Toplam Yem Bitkileri	1.420	1.345	1.105	2.147	2.763	4.121
Çim&Çayırotu Tohum Total	4.185	3.216	3.522	4.373	3.848	4.974
Hibrit Sebze	345	310	3.185	1.056	1.223	499
Standart Sebze	1.582	2.163				
Toplam Sebze Bitkileri	1.927	2.474	3.185	1.056	1.223	499
Diğerleri	16.160	7.193	2.591	3.661	2.429	15.226
<b>Genel Toplam</b>	<b>43.578</b>	<b>30.243</b>	<b>40.610</b>	<b>36.754</b>	<b>33.160</b>	<b>36.056</b>

Kaynak: TÜİK 2014.

TÜİK verilerine göre Türkiye'nin 2008 yılında toplam tohum ithalatı 170 milyon\$ iken bu değer %14 artarak 2013 yılında 194 milyon\$'a ulaşmıştır. Dolar bazında 2013 yılında Türkiye'nin ithalatının %59'unu hibrit ve standart sebze tohumları oluşturmaktadır. 2013 yılında Türkiye'nin ithalat değerinin %12'si ise pamuk, hibrit ayçiçeği, kanola, soya, yer fıstığı, patates, şekerpancarı tohumlarını kapsayan endüstri bitkileridir (Çizelge 4.11).

Çizelge 4.11. Türkiye'nin tohumluk ithalat değeri

Ürünler	Türkiye'nin Tohumluk İthalat Değeri (000 \$)					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Tarla Bitkileri</b>						
Buğday	547	528	1.348	1.226	726	1.134
Arpa	185	90	51	152	114	200
H. Mısır	18.401	16.499	14.145	15.285	18.165	16.226
Çeltik			22	111	1	31
<b>TOPLAM</b>	<b>19.133</b>	<b>17.117</b>	<b>15.566</b>	<b>16.673</b>	<b>19.006</b>	<b>17.590</b>
<b>Endüstri Bitkileri</b>						
Pamuk	573	923	487	824	190	94
H. Ayçiçeği	4.069	3.717	4.465	3.815	5.299	7.183
Kanola	1.267	161	612	839	1.109	814
Soya		97	0	30	2	20
Yer Fıstığı			1	0	0	0
Patates	13.650	7.870	16.331	18.794	14.822	7.124
Ş. Pancarı	14.635	16.937	18.383	6.020	5.146	8.691
<b>TOPLAM</b>	<b>34.194</b>	<b>29.705</b>	<b>40.279</b>	<b>30.322</b>	<b>26.568</b>	<b>23.927</b>
<b>Toplam Yem Bitkileri</b>	<b>4.229</b>	<b>2.810</b>	<b>2.826</b>	<b>6.518</b>	<b>9.880</b>	<b>15.135</b>
Çim-Çayırotu Tohum.Toplam	11.616	7.191	5.844	8.722	8.464	11.688
Hibrit Sebze	78.000	75.341	107.298	108.558	128.217	114.993
Standart sebze	18.000	22.656				
<b>Toplam Sebze Bitkileri</b>	<b>96.000</b>	<b>97.998</b>	<b>107.298</b>	<b>108.558</b>	<b>128.217</b>	<b>114.993</b>
Diğerleri	5.626	3.545	4.978	7.228	5.513	10.952
<b>Genel Toplam</b>	<b>170.798</b>	<b>158.366</b>	<b>176.792</b>	<b>178.121</b>	<b>197.649</b>	<b>194.286</b>

Kaynak: TÜİK 2014.

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı verilerine göre Türkiye'nin 2002 yılında toplam tohum ithalatı 19.227 ton iken %87 artarak bu miktar 2013 yılında 36.056 tona ulaşmıştır. Tohum ihracatı ise 2002 yılında 8122 ton iken bu miktar %410 artarak 33.320 ton olmuştur. İhracatın ithalatı karşılama oranı 2002 yılında %31 iken bu oran 2013 yılında %64'e ulaşmıştır (Çizelge 4.12).

Çizelge 4.12. Türkiye'nin tohum ithalatı ve ihracatı

Yıl	Üretim(Ton)	İthalat		İhracat	
		Miktar(ton)	Değer(bin\$)	Miktar(ton)	Değer(bin\$)
2002	145.227	19.227	55.292	8.112	17.320
2003	184.247	16.161	71.249	16.095	21.451
2004	349.332	19.838	79.238	15.658	35.147
2005	332.190	23.801	89.597	13.814	26.981
2006	370.748	32.654	105.608	23.941	47.093
2007	325.013	34.374	130.581	21.335	49.886
2008	290.148	43.578	170.798	26.245	71.101
2009	385.061	30.267	158.363	21.816	70.766
2010	497.964	40.610	176.792	29.586	94.789
2011	637.330	36.754	178.121	30.554	108.948
2012	646.905	33.160	197.649	37.439	120.796
2013	743.193	36.056	194.286	33.320	126.073

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2014.

Türkiye'nin ithalatına değer olarak en çok konu olan sebze tohumları %50 payı ile domates, %11 payı ile kabak, %10 payı ile hıyar ve %7 payı ile biber tohumudur. Buna göre 2013 yılında 2.394.383kg olan kabak tohumu ithalatının %43,89'u Ukrayna'dan, toplam 9635kg domates tohumu ithalatının %22'si İsrail'den, toplam 16.842kg hıyar tohumu ithalatının %18'i Hollanda'dan, toplam 1029kg biber tohumu ithalatının %39,40'ı ise Tayland'tan gerçekleştirilmiştir (Çizelge 4.13).

Çizelge 4.13. Önemli sebze tohum türlerine göre Türkiye'nin ithalatı

Tohum Türü/Miktar/Değer	Ülke	Oran (%)
Kabak Tohumu İthalat miktarı: 2.394.383kg İthalat Değeri: 13.908.250\$	Ukrayna	43.89
	Çin	22.09
	Bulgaristan	10.39
	Hindistan	6.26
Domates Tohumu İthalat miktarı: 9635 kg İthalat Değeri: 59.076.820\$	İsrail	22.04
	Peru	18.65
	Fransa	15.08
	Çin	9.43
Hıyar Tohumu İthalat miktarı: 16.842 kg İthalat Değeri: 11.705.508\$	Hollanda	18.01
	Çin	12.42
	Şili	11.98
	Tanzanya	10.29
Biber Tohumu İthalat miktarı: 1029kg İthalat Değeri: 8.923.951\$	Tayland	39.40
	Çin	35.40
	İsrail	12.12
	Vietnam	4.55

Kaynak: TÜİK 2014.

TÜİK verilerine göre Türkiye'nin ihracatına değer olarak en çok konu olan sebze tohumları %22 payı ile domates, %21 payı ile hıyar, %17 payı ile kabak, %12 payı ile patlıcan, %9 payı ile biber tohumudur. Türkiye'nin 2013 yılında soğan, kabak, domates, biber ve patlıcan tohumu ihracatında önde gelen ülke Hollanda olurken hıyar tohumu ihracatı ise Pakistan'a yapılmaktadır. Kabak tohumu ihracatının %36,41'i, domates tohumu ihracatının %39,44'ü, soğan tohumu ihracatının %25,43'ü biber tohumu ihracatının %66,85'i, patlıcan tohumu ihracatının %91,92'si Hollanda'ya yapılırken hıyar tohumu ihracatının %36,93'ü Pakistan'a yapılmaktadır. (Çizelge 4.14).

Çizelge 4.14. Önemli sebze tohum türlerine göre Türkiye'nin ihracatı

Tohum Türü	Ülke	Oran (%)
Kabak Tohumu İhracat Değeri:2.212.792\$ İhracat Miktarı: 364.545kg	Hollanda	36.41
	Irak	27.20
	Almanya	9.09
	Kuzey Kıbrıs Türk Cum.	4.80
Domates Tohumu İhracat Değeri:2.729.334\$ İhracat Miktarı: 581kg	Hollanda	39.44
	Fransa	12.90
	Azerbaycan	6.47
	Suudi Arabistan	5.68
Hıyar Tohumu İhracat Değeri:2.661.168\$ İhracat Miktarı: 4314kg	Pakistan	36.93
	Hollanda	19.44
	Hindistan	7.39
	Kuzey Kıbrıs Türk Cum.	4.45
Soğan Tohumu İhracat Değeri: 1.709.545\$ İhracat Miktarı: 47.070kg	Hollanda	25.43
	Libya	18.23
	Ukrayna	10.78
	Kazakistan	8.66%
Biber Tohumu İhracat Değeri: 1.100.631\$ İhracat Miktarı: 1593kg	Hollanda	66.85%
	Kuzey Kıbrıs Türk Cum.	6.60%
	Cezayir	6.46%
	Tunus	3.27%
Patlıcan Tohumu İhracat Değeri: 1.542.899\$ İhracat Miktarı: 452kg	Hollanda	91.92%
	Fransa	5.33%
	Kuzey Kıbrıs Türk Cum.	1.00%
	Fas	0.80%

Kaynak: TÜİK 2014.

#### 4.1.4. Türkiye'de tohumculukla ilgili yasal yapı

Türkiye'de tohumculukla ilgili birimler, sorumluluklarına göre Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı altında farklı müdürlükler bünyesine dağıtılmıştır. Bitkisel Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü'nün (BÜGEM) görevleri arasında tohumculuk üretim politikasının oluşturulması, ülkesel üretim, tedarik ve dağıtım programlarının yapılması, tescil ve sertifikasyon işlemleri bulunmaktadır. Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü'nce (TAGEM) bitki islahı ve muhafazası faaliyetlerini, Gıda Kontrol Genel Müdürlüğü zirai karantina uygulamaları ile bitki sağlığı işlemlerini, Teşkilatlanma ve

Destekleme Genel Müdürlüğü (TEDGEM) çeşit tanıtımını, deneme ve demonstrasyonları gerçekleştirmektedir. Tohumluk ve fidan üretimleri ve dağıtımını ise Tarımsal İşletmeler Genel Müdürlüğü (TİGEM) sorumluluğu altında yapılmaktadır ve kendine döllen bitkilerin tohumluk üretimlerinde büyük paya sahiptir.

#### 4.1.4.1. 5553 Sayılı Tohumculuk Kanunu hakkında

Bu kanunun amacı; bitkisel üretimde verim ve kaliteyi artırmak, tohumluklara kalite güvencesi sağlamak, tohumluk üretim ve ticareti ile ilgili düzenlemeleri yapmak ve tohumculuk sektörünün yeniden yapılandırılması için gerekli olan düzenlemeleri gerçekleştirmektir. Bunun için tarla bitkileri, bağ-bahçe bitkileri, orman bitki türleri ve diğer bitki türleri çoğaltım materyaline ait çeşitlerin ve genetik kaynakların kayıt altına alınması, tohumlukların üretimi, sertifikasyonu, ticareti, piyasa denetimi ve kurumsal yapılanmalar ile ilgili düzenlemeleri bu kanun kapsamında yapılmaktadır. Toplam 43 maddeden oluşan bu kanunun 24 maddesi Türk Tohumcular Birliği ve 7 adet Alt Birlikleri ile ilgilidir ve bu birlikler 2008 yılında kurularak faaliyetlerine başlamışlardır. Bu Alt Birlikler: Bitki İslahçıları Alt Birliği (BİSAB), Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği (TSÜAB), Fide Üreticileri Alt Birliği (FİDEBİRLİK), Fidan Üreticileri Alt Birliği (FİAB), Tohum Yetiştiricileri Alt Birliği (TYAB), Tohum Dağıtıcıları Alt Birliği (TODAB), Süs Bitkileri Üreticileri Alt Birliği (SÜSBİR)'dir. Alt Birlikler tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşlarıdır. Bu birliklerin kuruluş ve çalışma esasları Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı onayından geçen tüzüklerde yazılıdır. Buna göre aynı konuda faaliyet gösteren birden fazla Alt Birlik kurulamaz. Tohumculukla meşgul gerçek ve tüzel kişiler faaliyet konularına göre birden fazla Alt Birlik'e üye olabilirler ancak birden fazla yönetim kurulunda görev alamazlar. Alt Birliklerin faaliyet konuları ile ilgili çalışma merkezleri Bakanlıkça tespit edilir. Tohumculukla ilgili faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişiler, faaliyet konuları ile ilgili Alt Birlik'e üye olmak zorundadır. Alt Birlik'in organları; Genel Kurul, Yönetim Kurulu, Denetim Kurulu ve Disiplin Kurulu'ndan oluşmaktadır. TÜRKTOB'un bu kurallara ek Hakem Kurulu da bulunmaktadır.

Alt Birliklerin gelirleri şunlardır:

- a. Giriş aidatı ve yıllık aidat
- b. Üyelerin tohumculukla ilgili ürün, mal ve hizmet satışlarından binde üç oranında kesilecek komisyon
- c. Yatırım, ortaklık ve işletme gelirleri laboratuvar ve benzeri tesis gelirleri
- d. Fuar, organizasyon, reklam, tanıtım ve yayıncılık gelirleri
- e. İsim hakkı, logo, tohumluk etiketi, sözleşme ücretleri, hakemlik, arabulucuk, danışmanlık, eğitim ve toplantı gelirleri
- f. Taşınır ve taşınmaz mallardan elde edilen gelirler
- g. Alt birlik yetkisinde bulunan işlemlerle ilgili izin, yetki belgesi ve tasdik ücretleri

Bu kanun ile getirilen yenilikler şu şekilde özetlenebilir: Genetik kaynakların tesciline imkan verilmiştir. Tohumculuk ile ilgili cezai müeyyideler getirilmiştir. En büyük yenilik tohumculuk ile ilgili Alt Birliklerin ve bunların üst kuruluşu olan Türkiye Tohumculuk Birliği'nin kurulması ve bunlara üyeliğin mecburi hale getirilmesidir.



Kanunda kamuoyunda sık sık gündeme getirilen transgenik çeşitler ile ilgili bir hüküm getirilmemiş ve bu konu Biyogüvenlik Kanunu'na bırakılmıştır. Bu kanun ile tohumluklara kalite güvencesi getirilmesi, tohumlukların uluslararası normlarda kayıt, tescil ve sertifikasyonun yapılması, tohumluk üretim ve ticareti ile ilgili düzenlemelerin gerçekleştirilmesi ile tohumculuk sektörünün yapılandırılması ve geliştirilmesi amaçlanmıştır. Tohumculuk Kanunu'nda yer alan tohumluk faaliyetleri aşağıda yer almaktadır:

#### a) Tohumlukların Kaydı, Üretimi, Sertifikasyonu

Bitki çeşitlerinin tescili, üretim izni ve standart tohumluk çeşit kaydı ile genetik kaynakların kütüğe kaydedilmesi Bakanlık tarafından yapılmaktadır. İslah edilmiş çeşitler farklılık, yeknesaklık ve durulmuşluk ve/veya biyolojik, teknolojik özellikleri ile tarımsal değerleri belirlenmek suretiyle; genetik kaynaklar ise morfolojik ve/veya moleküler karakterizasyonu yapılarak kayıt altına alınmaktadır. İhracat amacıyla ithal edilip üretilen bitkisel ürün veya tohumluklarda kayıt altına alınma şartı aranmamaktadır.

Bakanlık tarafından, bitkisel ve tarımsal özellikleri belirlenerek sadece kayıt altına alınan çeşitlere ait tohumlukların üretimine izin verilmektedir. Tescil edilen veya üretim izni verilen çeşitlerden, tohumluk sınıflarına göre yetiştirilen ve üretilen tohumluklar, sertifikasyon işlemine tâbi tutulmaktadır. Tarla ve laboratuvar kontrolleri yapılarak tohumluk standartlarına uygun olarak sertifikalandırılan tohumluklar, usulüne göre ambalajlanarak etiketlenmektedir. Tohumluk Tescil Sertifikasyon Müdürlüğü verilerine göre tarla bitkilerinde 2013 yılı itibarıyla Türkiye'de tescil edilen tohum çeşidi sayısı 2254 iken sebze türlerinde ise bu sayı 3343'tür (Çizelge 4.15).

Çizelge 4.15. Türkiye'de tescilli çeşitler

	Özel Sektör	Kamu	Üniversite	Toplam
Tarla Bitkileri	1376	789	89	2254
Sebze Türleri	3343	212	10	3566

Kaynak: Tohumluk Tescil Sertifikasyon Müdürlüğü 2013.

5042 sayılı Sayılı Yeni Bitki Çeşitlerine Ait İslahçı Haklarının Korunmasına İlişkin Kanun kapsamında yapılan İslahçı Hakkı tescili ile 5553 Sayılı Tohumculuk Kanunu kapsamında yapılan Bitki Çeşit Kaydı (tescil ve standart tohumluk kaydı) birbirinden farklıdır. Çünkü bitki çeşit kaydı hak sahipliği doğurmadığı için mevcut düzenlemeler çerçevesinde koruma altına alınmamış bir çeşidi, kaynak materyalini bulmak koşulu ile isteyen herkes dilediği miktarda üretebilmekte ya da satabilmektedir. Bir çeşidin tüm haklarının korunması bir diğer deyişle hak sahipliği ise 5042 sayılı Kanun çerçevesinde çeşide ait tüm hakları sahibine vermektedir.

#### b) Tohumlukların Ticareti ve Piyasa Denetimi

Yurt içinde sadece kayıt altına alınmış çeşitlere ait tohumlukların ticaretine izin verilmektedir. Bu tohumluklar, Bakanlık tarafından belirlenmiş niteliklere ve standartlara uygun, sertifikalı veya kütüğe kaydedilmek üzere kabul edilmiş veya

standart tohumluk olarak ambalajlı ve etiketli olarak ticarete arz edilmektedir. Tohumlukların ithal edilmesi ve ihracı Bakanlığın iznine tâbidir. İthal edilecek tohumluklarda yurt içi standartlara uygun olma şartı aranmaktadır. Tohumluk ithalatı ve ihracatına ilişkin usul ve esaslar, ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak Bakanlıkça belirlenmektedir. Tohumlukları yetiştiren, işleyen ve satışa hazırlayan, dağıtan ve satan gerçek veya tüzel kişiler, Bakanlık tarafından yetkilendirilmekte ve denetlenmektedir. Ticarete arz edilen tohumlukların standartlara uygunluğu ile etiket ve ambalaj bilgilerinin doğruluğu da Bakanlıkça denetlenmektedir.

#### c) Ceza Hükümleri

Bakanlıktan yetki almadan tohumluk yetiştiren, işleyen, satışa hazırlayan, dağıtan veya satan kişi veya kuruluşlara, Onbin Yeni Türk Lirası idarî para cezası verilmektedir. Fiilin tekrarı halinde para cezası iki kat olarak uygulanmaktadır. Bu tohumluklara Bakanlık tarafından el konulmakta ve bu tohumlukların müsadere sine sulh ceza mahkemesince karar verilmektedir. Müsadere edilen tohumlukların imha edilmesine karar verildiği takdirde, imha işlemi masrafları bu fiilleri işleyenlere ait olmak üzere, Bakanlık tarafından gerçekleştirilmektedir.

Bakanlıkça gerekli izni verilmeyen ve kontrolleri yapılmayan tohumlukları, ithal ve ihraç edenler ile ithal ve ihraç işlemlerinde gerçeğe aykırı bilgi ve belge verenler veya belgeler üzerinde tahrifat yaptıkları tespit edilenlere, Yirmibeşbin Yeni Türk Lirası idarî para cezası verilmektedir. Fiili tekrar edenler beş yıl süreyle faaliyetten men edilmektedir.

Bakanlıkça belirlenen tohumluk özel üretim alanları sınırları içerisinde kurallara uymadan tohumluk veya bitkisel ürün yetiştiren kişilere Üçbin Yeni Türk Lirası idarî para cezası verilmektedir. Bu ekilişler, masrafları üretimi yapanlara ait olmak üzere, Bakanlıkça söktürülmekte ve gerektiğinde imha edilmektedir.

5553 sayılı bu kanun ve sektörün ihtiyacı olan diğer kanunların yürürlüğe girmesi ile birlikte özel sektörün canlanması, ithalatçı eğilimden ihracatçı bir yapıya doğru dönüşümü hedeflenmiştir. Bu gelişmeler doğrultusunda sektörde teknolojik olanaklar artmış, yeni çeşitler geliştirilmiş, işleme ve pazarlama unsurları da ön plana çıkmıştır. Sektör, tüm dünyadaki yoğun rekabetçi yapı içerisinde varlığını devam ettirebilmek, uluslararası tanınırlık ve pazarlanabilirlik sağlamak amacıyla uluslararası kural ve sistemlerle bütünleşmeyi hedeflemektedir.

#### **4.1.4.2. 5042 Sayılı Yeni Bitki Çeşitlerine Ait İslahçı Haklarının Korunmasına İlişkin Kanun Hakkında**

İslah edilen bitkilerde, ıslahçısının bir hakka sahip olması gerektiği fikri 19. yüzyılda öne sürülmeye başlamıştır. Ancak o yıllarda ABD’de, üniversite ve kamu araştırma kuruluşları kamu kapsamında görev yaptıklarından geliştirdikleri çeşitlerden herhangi bir gelir beklentisi içinde değillerdi. Özel sektörün bitki ıslahına yönelmesi ile yeni çeşitler geliştirmeye başlaması sonucunda 1930’da “Bitki Patent Yasası” çıkartılmıştı. 1952’ye geldiğinde ise tohumlu bitki çeşitleri için “Bitki Çeşitlerini Koruma Yasası” çıkartılmıştır. Günümüzde ise ıslahçı hakları uluslararası düzeyde kuruluşlar tarafından izlenmektedir. Söz konusu örgütlerin başında şu kuruluşlar öne

çıkılmaktadır: UPOV: Yeni Bitki Çeşitlerinin Korunması Uluslararası Birliği (International Union for the Protection of New Varieties of Plants); WIPO: Dünya Fikri Mülkiyet Hakları Organizasyonu (The World Intellectual Property Organization); TRIPS: Ticari Fikri Mülkiyet Hakları örgütü (Trade Related Intellectual Property Right); CPVO: AB Topluluk Bitki Çeşitleri Ofisi (Community Plant Variety Office) ve PVPO: Bitki Çeşitlerini Koruma Ofisi (The Plant Variety Protection Office).

Türkiye’de ise 2004 yılında 5042 Sayılı “Yeni Bitki Çeşitlerine Ait İslahçı Haklarının Korunmasına İlişkin Kanun” ve 17 Mart 2007 tarihli Resmi Gazete’de yayınlanan 5601 sayılı kanunla UPOV sözleşmesi de TBMM tarafından kabul edilmiştir. Yasanın temel amacı; bitki çeşitlerinin geliştirilmesini özendirmek, yeni çeşitlerin ve ıslahçı haklarının korunmasını sağlamaktır. Diğer hedefler ise bitki ıslahçılarının çeşit geliştirmesini özendirmek, yurt içinde ıslah edilen ve geliştirilen yeni çeşitlerin Türkiye’de ve UPOV sözleşmesine taraf ülkelerde korunması, tohumluk üretim ve ticaretinin olumlu etkilenmesi, rekabetçi ıslah ve yeni çeşit geliştirme çalışmalarını destekleyerek tohumculuğun uluslararası pazarlarda rekabet şansının artırılması olarak yer almaktadır. Bu kanun kapsamında 2004 yılında başlayan başvurular 2013 yıl ilk 6 ayı itibariyle 748 adet olup bunlar içerisinde 410 tanesinin işlemleri tamamlanmış olup koruma altına alınmıştır. Başvuru sayılarına göre bitki gruplarının oranları içerisinde tarla bitkileri % 47’lik bir oranla en yüksek dilimi oluşturmaktadır, meyvede oran %28, sebze ise oran % 15, süs bitkilerinde ise %10’dur.

Başvuruların türlere göre sınıflandırmasına bakıldığında ülkemiz tarımında geleneksel yeri ve ıslah faaliyetlerinin yoğunluğuna orantılı olarak buğday en fazla başvuru yapılan tür iken bunu patates izlemektedir. 2012 yılında buğday ve patatesten sonra en fazla başvuru nektarin ve karanfil türlerinde yapılmıştır. Sebze grubundan domates, meyve grubundan da nektarin, kayısı ve çilek başvuru sayısına göre ilk on tür listesinde kendi gruplarını temsil eden türler olarak görülmektedir. Türkiye’de özel sektör ıslah programları hibrit türlere yoğunlaşmış bulunmaktadır. Hibrit türlerde faaliyet özel sektör araştırma kuruluşları, hibrit tohumun teknik özelliğinden dolayı korunması sebebiyle çeşitlerini koruma altına aldırma işlemine başvurmamaktadır. Bitki ıslahçı hakları kapsamında elde edilen lisans ücretleri özellikle kamu kesiminde ıslahçı olarak görev yapan kişilerin ıslah motivasyonlarının artırılmasında çok ciddi etki yapmaktadır. Bu nedenle kamu araştırma enstitülerinin başvurularının ilerleyen dönemde daha da artacağını öngörmek mümkündür (Anonim 2012b).

Bu kanun ile yurtdışında geliştirilen bir çeşidin izinsiz olarak ekimi-dikimi engellenebilecek, diğer bir ifade ile ıslahçı hakkı ödemeleri garanti altına alınabilecektir. Bu sayede yüksek performanslı yabancı bir çeşit Türkiye’de de ekilebilecektir. Diğer taraftan yerli bitki ıslahçıları da geliştirdikleri yeni çeşidin sağladığı artı değerden yurt içinde ve yurtdışında ferdi (resmi araştırma kurumlarında ıslah yapanlar) ve kurumsal olarak yararlanabilecektir. Bu uygulamalar sayesinde ıslahçılar geliştirdikleri çeşitlerin gelirleri ile yeni çeşitlerin ıslahı için kaynak elde etmekte, yetiştiriciler ise bu sayede hastalıklara daha dayanıklı, daha kaliteli daha güvenli ve daha verimli yeni aday çeşitlere kavuşabilecektir. Bitki çeşitlerinin korunması sistemiyle, bu özelliklerin geliştirilmesi teşvik edilmekte ve çeşitleri geliştiren ıslahçıların hakları da bu sistemle korunmaktadır. Aynı zamanda ıslahçı hakkı tahsili, küçük çiftçi istisnası, koruma

süreleri gibi detaylar bu yasa ve ilgili yönetmeliklerinde yer almaktadırlar (Açıkgöz 2013). Bitki çeşit haklarının kullanılmasının kamu yararı açısından kısıtlamalara tabi olması; bu durumun tarımsal üretimin korunmasını da kapsamaması; özel şartlar altında çiftçilerin kendi üretiminden tohumluk amacıyla ayıracağı miktarı kullanması için bir izin verilmesini gerektirmesi ve bununla ilgili “çiftçi istisnası”nın esasları ve hangi bitki türleri için uygulanacağı yasada belirlenmiştir.

Yeni, farklı, yeknesak ve durulmuş olduğu tespit edilen bitki çeşitleri, bu kanunda belirtilen diğer şartların yerine getirilmesi kaydıyla, ıslahçı hakkı verilerek korunmaktadır. Bu kanun ile sağlanan korumadan, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları veya Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde ikametgâhı olan veya iş merkezi bulunan gerçek veya tüzel kişiler veya UPOV Sözleşmesi hükümleri dahilinde başvuru hakkına sahip kişiler yararlanmaktadır. Türkiye’de ıslahçı hakkı tescil süreci; başvurunun incelenmesi, başvurusu kabul edilen çeşitlerin Bitki Çeşit Bülteni’nde ilanı, teknik inceleme işlemleri, tescil edilecek çeşitlerin ilanı ve tescil belgesinin düzenlenmesi olarak 5 ana konudan meydana gelmektedir.

#### a) Yeni Çeşit, Yeknasak, Durulmuşluk ve İsimlendirme

Kullanılan çoğaltım metoduna bağlı olan muhtemel değişiklikler dışında, ilgili özellikler bakımından bir örneklik gösteren çeşit, yeknesak kabul edilmektedir. Başvuru hakkı tarihinde, herkesçe bilinen çeşitlerden açıkça ayırt edilebilen çeşit, farklı sayılmaktadır. Yenilik, ıslahçı hakkı başvuru tarihinden önce sebze, tarla ve süs bitkilerinde yurt içinde 1 yıl, yurt dışında 4 yıl, ağaç ve asmalarda altı yıl öncesine kadar satışa veya kamuya sunulmamış olması anlamına gelmektedir.

Bir çeşide herhangi bir ülkede başvuru sonucunda ıslahçı hakkı verilmesi veya çeşidin katalogda yer alması halinde, çeşidin başvuru tarihinden itibaren herkesçe bilindiği kabul edilmektedir. Herkesçe bilinme, çeşidin kullanılmaya başlanması veya meslekî bir kuruluşun çeşitler kataloğunda yer alması gibi durumlara bakılarak da tespit edilebilmektedir.

Birbirini izleyen çoğaltımlar sırasında veya belirli çoğaltım dönemleri sonunda ilgili özellikleri değişmeksizin aynı kalan çeşit, durulmuş kabul edilmektedir. İsim, çeşidin tanınmasını sağlamak kaydıyla anlamlı veya anlamsız bir kelime veya kelime grubundan, kelime ve rakamlardan veya harf ve rakamlardan oluşabilmektedir. Çeşit için, Türkiye’de veya UPOV(Yeni Bitki Çeşitlerini Koruma Uluslararası Birliği) Sözleşmesine taraf bir ülkede bir isim tescil edilmiş ve kullanılmakta ise ıslahçı hakkı başvuruları bu isimle yapılmaktadır. Bir çeşidin Türkiye’de veya UPOV Sözleşmesine taraf bir ülkede kullanılmakta olan isminin aynısı veya karışıklığa yol açacak kadar benzeri, aynı veya yakın türdeki bir diğer çeşit için kullanılamaz. Bu hüküm UPOV Sözleşmesine taraf ülkede tescil edilmiş isimler için de uygulanmaktadır.

#### b) Hak Sahipliği ve Hakkın Sona Ermesi

Bir çeşidin ıslahçı hakkı, ıslahçıya ve onun hukukî haleflerine aittir. Islahçının birden çok olması halinde, taraflar arasında aksine bir anlaşma yoksa, ıslahçılar, müşterek mülkiyet hükümleri çerçevesinde hak sahibidir. Aralarındaki özel sözleşmeden veya işin mahiyetinden aksi anlaşılmadıkça, çalışanların işlerini görürken

ıslah ettikleri veya buldukları ve geliştirdikleri çeşitlerin sahibi, bunların işverenidir. Islahçı hakkı, korunan çeşit ile ilgili olarak, hak sahibine üretme veya çoğaltma, satma, ihraç veya ithal etme ve depolama yetkisini vermektedir.

Bu kanunun verdiği koruma hakkından yararlanmak için çeşit sahibi, yazılı olarak Bakanlığa başvurur. Islahçı hakkı tescilini talep edenin başvuru dilekçesinde çeşidin botanik sınıflandırmadaki Türkçe ve Latince ismi, çeşit için önerilen isim, çeşidin teknik özellikleri, çeşitle ilgili daha önce ticarî bir işlem yapılmışsa, buna ait bilgi ve belgeler, çeşidin coğrafi orijini yer almaktadır. Çeşidin teknik incelemeye alınmasının uygun görülmesinden sonra çeşidin, belirtilen botanik sınıfa ait, farklı, yeknesak ve durulmuş olduğunun incelemesi Bakanlığın gözetimi altında yapılır. Bakanlık, inceleme sonucunda, korumadan yararlanacak başvuru sahibinin kanunda belirlenen gerekli işlemleri yerine getirdiğini tespit ederse, ıslahçı hakkını kütüğe kaydederek hak sahibine Islahçı Hakkı Belgesi verir. Korunan çeşitle ilgili ıslahçı hakkının tescili, tescil tarihinden itibaren otuz gün içinde bültende ilân edilmektedir. Koruma süresi ıslahçı hakkının tescilinden itibaren yirmibeş yıldır. Bu süre ağaçlar, asmalar ve patates için otuz yıldır.

Hak sahibi, hakkın yürürlükte olduğu sürece, korunan çeşidin veya yerine göre kalıtsal kısımlarının genetik yapılarının devamından sorumludur. Bakanlık, koruma süresince, çeşidin veya yerine göre kalıtsal kısımlarının genetik yapılarının devam edip etmediğini araştırmaktadır. Hak sahibi, korunan çeşidin genetik yapısının devam edip etmediğinin Bakanlık veya Bakanlığın belirlediği bir kuruluş tarafından araştırılması için bilgi, belge ve materyal sağlamakla yükümlüdür. Çeşidin yeknesaklık ve durulmuşluk özelliklerini kaybettiği tespit edildiği takdirde, ıslahçı hakkı, Bakanlık tarafından re'sen iptal edilmektedir. Bir çeşit ile ilgili olarak, bu kanun uyarınca yapılan başvuru veya tescilden doğan hak, bir başkasına devredilebilir veya miras yoluyla intikal edebilir.

Koruma süresinin sona ermesi, hak sahibinin hakkından vazgeçmesi nedeniyle ıslahçı hakkı kendiliğinden sona ermektedir. Hakkın sona ermesi halinde hak konusu çeşit, sona erme nedeninin gerçekleştiği tarihten itibaren umumun malı sayılmaktadır. Bu husus, bültende yayımlanmaktadır. Hak sahibi, ıslahçı hakkından vazgeçebilir, bu durumda vazgeçmenin yazılı olarak Bakanlığa bildirilmesi gerekmektedir.

Hak sahibinin izni olmaksızın, korunan çeşidi üreten, satan, dağıtan veya başka şekilde piyasaya süren veya bu amaçlar için ihraç ve ithal eden veya ticarî amaçla elinde bulunduran veya kullanan kişi, hukuka aykırılığı gidermek ve sebep olduğu zararı tazmin etmekle yükümlüdür.

#### **4.1.4.3. 5977 Sayılı Biyo-güvenlik Kanunu hakkında**

5977 Sayılı Biyo-güvenlik Kanunu, 18 Mart 2010 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak kabul edilmiştir. Bu kanunun amacı; modern biyo-teknoloji kullanılarak elde edilen genetik yapısı değiştirilmiş organizmalar ve ürünlerinden kaynaklanabilecek riskleri engellemek, insan, hayvan ve bitki sağlığı ile çevrenin ve biyolojik çeşitliliğin korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla biyo-güvenlik sisteminin kurulması ve uygulanması, bu faaliyetlerin denetlenmesi, düzenlenmesi ve izlenmesi ile ilgili usul ve esasları belirlemektir.

Bu kanun; genetik yapısı değiştirilmiş organizmalar(GDO) ve ürünleri ile ilgili olarak araştırma, geliştirme, işleme, piyasaya sürme, izleme, kullanma, ithalat, ihracat, nakil, taşıma, saklama, paketlenme, etiketleme, depolama ve benzeri faaliyetlere dair hükümleri kapsamaktadır. Bu kanunda bahsi geçen hükümler aşağıda yer almaktadır:

a) Başvuru, değerlendirme ve karar verme

Her bir GDO ve ürününün ilk ithalatı için gen sahibi veya ithalatçı, yurt içinde geliştirilen GDO ve ürünü için ise gerçek ve tüzel kişiler tarafından Bakanlığa başvuru yapılmaktadır. Başvurularda, başvurunun içeriğine ilişkin bilgiler ile GDO ve ürününün ne amaçla kullanılacağına belirtilmesi zorunludur. Alınan başvurular Bakanlık tarafından Biyogüvenlik Kurulu'na iletilmektedir. Kurul doksan gün içerisinde başvurunun kabul edilip edilmediğini bildirmekte ve diğer değerlendirmelerini Bakanlığa göndermektedir. Bakanlık on beş gün içerisinde başvuru sahibine bildirimde bulunmaktadır.

GDO ve ürünlerinin; insan, hayvan ve bitki sağlığı ile çevre ve biyolojik çeşitliliği tehdit etmesi, üretici ve tüketicinin tercih hakkının ortadan kaldırılması, çevrenin ekolojik dengesinin ve ekosistemin bozulmasına neden olması, başvuru sahibinin biyo-güvenliğin sağlanmasına yönelik tedbirleri uygulamak için yeterli teknik donanımına sahip olmadığına anlaşıldığı durumlarda bu başvurular reddedilir.

Yapılan başvurularda her bir başvuru için ayrı risk değerlendirmesi yapılmaktadır. Risk değerlendirmesinde laboratuvar, sera ve tarla testlerini içeren alan denemeleri ile gıda analizleri, toksisite ve alerji testleri yanında gerekli görülen diğer testlerin sonuçlarının başvuru sahibi tarafından verilmesi zorunludur.

GDO ve ürünlerinin piyasaya sürülmesinden sonra, kararda verilen koşullara uyulup uyulmadığı, insan, hayvan, bitki sağlığı ile çevre ve biyolojik çeşitlilik üzerinde herhangi bir beklenmeyen etkisinin olup olmadığı Bakanlık tarafından kontrol edilmekte ve denetlenmektedir. Bu amaçla yapılacak analiz işlemleri, Bakanlık tarafından belirlenen laboratuvarlar tarafından gerçekleştirilmektedir. İthalatçı, kontrol ve denetim işlemleriyle ilgili olarak talep edilen hususları yerine getirmekle yükümlüdür.

b) Ceza Hükümleri

GDO ve ürünlerini kanuna aykırı olarak ithal eden, üreten veya çevreye serbest bırakan kişi, beş yıldan on iki yıla kadar hapis ve on bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılmaktadır. İthal edilen veya işlenen GDO'ları veya GDO ve ürünlerini, ithal izninde belirlenen amaç dışında kullanan, satan veya devreden ya da ticari amaçla satın alan, kabul eden, nakleden veya bulunduran kişi, dört yıldan dokuz yıla kadar hapis ve yedi bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılmaktadır.

Yine ithal edilen veya işlenen GDO'lardan elde edilen ürünleri, ithal izninde belirlenen amaç ve alan dışında kullanan, satan veya devreden ya da ticari amaçla satın alan, kabul eden, nakleden veya bulunduran kişi, üç yıldan yedi yıla kadar hapis ve beş bin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılmaktadır.

#### **4.1.4.4. Tohumluk İhracatı Uygulama Genelgesi ( 2014/4) hakkında**

Bu genelge Türkiye’de üretilen tohumlukların ihracı ile ithal edilerek çoğaltımı yapılan, işlenen ve tekrar ihraç edilmek istenen tohumlukları kapsamaktadır. Bu Genelge 03.06.2011 tarih ve 639 sayılı “Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname”, 31.10.2006 tarih ve 5553 sayılı “Tohumculuk Kanunu”, 11.06.2010 tarih ve 5996 sayılı “Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu”, 18.03.2010 tarih ve 5977 sayılı “Biyogüvenlik Kanunu”, 15.01.2004 tarih ve 5042 sayılı “Yeni Bitki Çeşitlerine Ait İslahçı Haklarının Korunmasına İlişkin Kanun ve bu kanunlara istinaden çıkarılan ikincil mevzuat ile “CITES (Nesli Tehlike Altında Olan Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin Uluslararası Ticaretine İlişkin Sözleşme)”, 19.07.2012 tarih ve 28358 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Doğal Çiçek Soğanlarının Üretimi, Doğadan Toplanması ve İhracatına İlişkin Yönetmelik”, 06.06.2006 tarih ve 26190 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “İhracat Yönetmeliği” ile 17.05.2011 tarih ve 27937 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “İhracı Yasak ve Ön İzne Bağlı Mallara İlişkin Tebliğde (İhracat 96/31) Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Tebliğ No:2011/8)” hükümlerine dayanılarak hazırlanmıştır.

Kanunun 6. ve 7. Maddelerinde ise tohumluk ihraç izni verecek kuruluşlar ile tohumluk ihraç etmeye yetkili kuruluşlar hakkında şu ifadelere yer verilmiştir: Tohumluk ihraç izni vermeye İl Müdürlükleri yetkilidir. İhracata yönelik ithal edilen tohumlukların ihraç edilmesine ilişkin işlemler BÜGEM tarafından yürütülür. Vergi numarası olan ve bu genelge kapsamında belirtilen evrakları eksiksiz olarak temin eden kişi ve kuruluşlar ile kamu kurum ve kuruluşlarına tohumluk ihracat izni verilebilir.

Madde 8’de tohumluk ihracatında istenecek aşağıdaki belgelere yer verilmiştir.

- a) Tohumluk İhracat Başvuru Dilekçesi ihracat talebinde bulunan kişi veya kuruluş tarafından doldurulur. Dilekçede, ihracatın yapılacağı ülke ve kuruluş, ihraç edilecek tohumluğun türü, çeşidi, birim fiyatı ve toplam parasal değeri ve ihraç edilecek gümrük kapısı belirtilir.
- b) Tohumluk İhracat Formu kişi veya kuruluş tarafından 4 nüsha olarak doldurulur.
- c) İhraç edilecek tohumluk daha önce yurtdışından ithal edilmiş ise ithalat ön izin yazısı ve gümrük giriş beyannamesi ibraz edilir.
- d) Tohumluk üretim amacıyla ithal edilerek yurt dışına ihraç edilecek ebeveyn tohumluklarda, ithalat ön izni alınması aşamasında ibraz edilen sertifikanın ihracat sırasında da sunulması zorunludur.
- e) İstenmesi halinde tohumluk sertifikası ibraz edilir.

#### **4.1.4.5. Tohumluk İthalatı Uygulama Genelgesi (2014/1) hakkında**

Bu Genelge, yurt içi üretimle temin edilemeyen tarla bitkileri ve sebze türlerine ait tohumlukların ithalatını kapsamaktadır. Bu Genelge 03.06.2011 tarih ve 639 sayılı Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, 31.10.2006 tarih ve 5553 sayılı Tohumculuk Kanunu, 11.06.2010 tarih ve 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu, 18.03.2010 tarih ve 5977 sayılı Biyo-güvenlik Kanunu, 15.01.2004 tarih ve 5042 sayılı Yeni Bitki Çeşitlerine Ait İslahçı Haklarının Korunmasına İlişkin Kanun ve

bu kanunlara istinaden çıkarılan ikincil mevzuat ile 31.12.2013 tarih ve 28868 sayılı Resmi Gazete (1.Mükerrer)'de yayımlanan Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının Kontrolüne Tabi Ürünlerin İthalat Denetimi Tebliği (Ürün Güvenliği ve Denetimi: (2014/5) hükümlerine dayanılarak hazırlanmıştır.

Genelgenin 5. Maddesinde ithalat başvuruları ve ithalat ön izinlerinin verilmesi hakkında şu bilgiler yer almaktadır: İhracata yönelik ithalat, tütün tohumluğu ithalatı, Gen Bankalarına yapılacak ithalat, Kamu Tarımsal Araştırma Kuruluşları, Üniversiteler ile CIMMYT, ICARDA gibi uluslararası kuruluşlara ait ithalat işlemleri BÜGEM tarafından yürütülür. Diğer ithalat işlemleri, ithalatın gerçekleştirileceği giriş gümrük kapısının bulunduğu Yetki Devredilen Bakanlık İl Müdürlüğü tarafından yürütülür.

Genelgenin 6. Maddesinde tohumluk ithal etmeye yetkili kuruluşlar ifade edilmiştir.

- a) Yetkilendirilmiş Tohumculuk Kuruluşları,
- b) Kamu Tarımsal Araştırma Kuruluşları, Sertifikasyon Kuruluşları ve Üniversiteler. Bu kuruluşlar sadece araştırma geliştirme, test, deneme veya demonstrasyon amaçlı ve gen bankasına materyal temini için tohumluk ithalatı yapabilirler.
- c) İhracata yönelik bitkisel ürün elde etmek amacıyla, kendi faaliyet alanı içerisinde tarımsal sanayiye dayalı üretim için sözleşmeli çiftçilerine ithalat yoluyla tohumluk temin eden kuruluşlar,
- d) Bitki Islahçı Hakları başvurusunda bulunan kuruluşlar veya bu kuruluşların Türkiye'deki temsilcileri. Bu kuruluşlar sadece deneme amaçlı tohumluk ithalatı yapabilirler.

Genelgenin 7. Maddesinde ithal edilecek tohumluklarda aranacak şartlar aşağıdaki gibi belirtilmiştir.

- a) Ticari veya tohumluk üretimi amacıyla ithal edilecek tohumlukların ait oldukları çeşitlerin Tohumculuk Kanunu ve ilgili mevzuatına göre Türkiye'de kayıt altına alınmış çeşitlerden olması gerekir.
- b) Hibrit tohumluklar hariç, üretim/çoğaltım amacıyla ithal edilecek tohumlukların en az orijinal/temel sınıfta olması gerekir.
- c) Yurt içinde sertifikalandırılarak kullanılmak üzere orijinal ve üzeri kademelerde tohumluğu ithal edilen çeşitler ile sertifikalı tohumluk üretiminde kullanılacak ebeveynler ve bunlardan elde edilecek hibritlerin de Türkiye'de kayıtlı olması gerekmektedir.
- d) İthal edilecek tohumluklar ilaçlı ise; kullanılan ilaç, tohumun üretildiği ülkede ruhsatlı ve aynı zamanda Türkiye'de de herhangi bir kültür bitkisinde ruhsatlı bitki koruma ürünü ile ilaçlanmış olmalıdır.
- e) Genetik yapısı değiştirilmiş organizma içeren (GDO) tohumlukların ithalatı yasaktır. Bu konu ile ilgili iş ve işlemler Biyogüvenlik Kanunu çerçevesinde değerlendirilir

Genelgenin 11. Maddesinde tohumluk ithalatında istenecek belgeler sıralanmıştır:

- a) Müracaat Dilekçesi
- b) Kontrol Belgesi:



- c) Faturanın/Proforma faturanın aslı veya ithalatçı firma tarafından onaylanmış sureti (3 (üç) nüsha) ve Türkçe tercümesi, ihracatçı firmaya ait iletişim bilgileri.
- d) Tohumluğun genetik yapısı değiştirilmiş organizma (GDO) olmadığına dair belge
- e) Tohumluk Sertifikası

## 4.2. Alan Bulguları

### 4.2.1. Yerleşim alanı ile ilgili genel bilgiler

Antalya ili, Türkiye'nin güneybatısında, Akdeniz kıyısında 29° 20' - 32° 35' doğu boylamları ile 36° 07' - 37° 2' kuzey enlemleri arasında yer almaktadır. Yüzölçümü 20.874 km<sup>2</sup> olup Türkiye yüzölçümünün %2,6'sını kaplamaktadır. Akdeniz Bölgesi'nin batısında bulunan Antalya ili, bölge yüzölçümünün ise % 17,6'sını oluşturmaktadır. Antalya, güneyinde Akdeniz ve kuzeyinde denize paralel uzanan Toroslar ile çevrili olup doğusunda Mersin, Konya ve Karaman, kuzeyinde Isparta ve Burdur, batısında Muğla illeri ile komşudur. İl arazisinin ortalama olarak %77,8'i dağlık, %10,2'si ova, %12'si ise engebeli bir yapıya sahiptir. Sahil kesimi ilçeleri; Muratpaşa, Konyaaltı, Kepez, Döşemealtı, Aksu, Gazipaşa, Alanya, Manavgat, Serik, Kemer, Kumluca, Finike, Demre ve Kaş'tır. Bu ilçe merkezlerinin denizden yüksekliği 5-44 m arasındadır. Yayla kesimi ilçeleri ise; Korkuteli, Elmalı, Gündoğmuş, Akseki ve İbradı'dır. 2013 yılı verilerine göre Antalya nüfusu 2.158.265 olup şehir nüfusunun toplam nüfus içindeki oranı %71 iken köy nüfusunun toplam nüfus içindeki oranı %29'dur. Antalya, Türkiye nüfusunun %2,7'sini Batı Akdeniz Bölgesinin ise, %75'ini oluşturmaktadır. Antalya'nın sahil ve yayla kesimi arasında iklim ve bitki örtüsü bakımından önemli bir farklılık göze çarpar. Sahil kesimi muz ve narenciye gibi tropik ve subtropik iklim bitkilerinin yetiştirilmesine ve örtüaltı üretim yapılmasına uygundur. Antalya ili iklimi, genelde yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlı olarak ifade edilen Akdeniz İklimi içerisinde değerlendirilmektedir. İklimsel verilere bakıldığında sahil kesiminde tipik Akdeniz İklimi, yüksek bölgelerde tipik karasal iklim hüküm sürmektedir. Ortalama sıcaklık 18,1°C, ortalama nispi nem % 60,6'dır. Bitki örtüsü; ormanlar, çayır-meralar, makiler, otsu bitkilerden oluşmaktadır (Anonim 2012a).

Antalya'nın toplam 2.087.426 hektarlık yüzölçümünün %19,85'i tarım alanı, %7,34'ü çayır-mera ve %72,81'i tarım dışı alandan oluşmaktadır. Antalya'da 368.327ha tarım alanının %56,5'i tarla arazisi, %19'u meyve-bağ arazisi, %13'ü sebze bahçesi, %11,4'ü ise nadas olarak kullanılmaktadır (Çizelge 4.16).

Çizelge 4.16. Antalya ili tarım alanlarının dağılımı

Kullanım Şekli	Alan (ha)	Tarım Alanları İçindeki Oran(%)
Tarla Arazisi	208.234	56,5
Meyve-Bağ Arazisi	70.154	19
Sebze Bahçeleri	47.160	13
Nadas	42.259	11,4
Süs Bitkileri Arazisi	520	0,1
Toplam	368.327	100

Kaynak: TÜİK 2012.

Antalya ili, 2011 TÜİK verilerine göre 220.471 dekar olan örtüaltı varlığı ile 599.612 dekarlık Türkiye'deki toplam örtüaltı varlığının %37'sine sahiptir. Türkiye'nin örtüaltı sebze üretiminin %53'ü Antalya'da gerçekleştirmiştir ve Antalya ili tarımsal üretiminin %88'i bitkisel üretimden kaynaklanmaktadır (Çizelge 4.17).

Çizelge 4.17. Antalya ili tarım üretim değerleri

Ürün Grubu	Üretim Değeri (TL)	İl Toplam Üretim Değerindeki Payı (%)
Bitkisel Üretim	7.717.584	88
Canlı Hayvan	624.775.730	7,1
Hayvansal Ürünler	431.616.130	4,9
Toplam	8.773.975.630	100

Kaynak: TÜİK 2010.

Antalya İl Gıda Tarım Hayvancılık İl Müdürlüğü 2013 verilerine göre Türkiye'de sebze tohumculuğu alanında faaliyet gösteren 561 adet firmanın 57'si Antalya'da bulunmaktadır. Fidecilikte ise Türkiye'de bulunan 85 adet firmanın 58 tanesi (% 68) Antalya ilinde faaliyet göstermektedir. ISF'in 2009 yılındaki Tohum Kongresi ile 2013 yılında 30. Uluslararası ISTA Tohum Kongresi'nin Antalya'da gerçekleşmesi, Antalya'nın tohumculuk alanında dünyadaki yeri ve önemini göstermektedir.

TÜİK 2011 yılı verilerine göre Antalya ilinde 431.348 kişi ile Muratpaşa ve 419.997 kişili ile Kepez ilçeleri en kalabalık nüfuslu ilçeler olurken en az nüfuslu ilçeler ise Gündoğmuş ve İbradi olarak yer almaktadır (Çizelge 4.18).

Çizelge 4.18. Antalya ilinin ilçelere göre nüfusu

İlçe Adı	Nüfus	Oran
Aksu	65.303	3,2%
Döşemealtı	44.272	2,2%
Kepez	419.997	20,6%
Konyaaltı	127.084	6,2%
Muratpaşa	431.348	21,1%
Akseki	14.358	0,7%
Alanya	259.787	12,7%
Demre	25.384	1,2%
Elmalı	37.901	1,9%
Finike	46.256	2,3%
Gazipaşa	48.184	2,4%
Gündoğmuş	8.451	0,4%
İbradı	3.076	0,2%
Kaş	53.588	2,6%
Kemer	38.302	1,9%
Korkuteli	51.051	2,5%
Kumluca	65.923	3,2%
Manavgat	193.738	9,5%
Serik	109.479	5,4%
Toplam	2.043.482	100,0%

Kaynak: TÜİK 2011.

Antalya Tarım İl Müdürlüğü verilerine göre Antalya ilinde 2009 yılı itibariyle toplam ekili-dikili alan miktarı 4.143.256da olup ekili tarla arazileri payı %56'dır. Bunun %14'ü Süs Bitkileri ve Meyvelik, %6'sı Açık Tarla Sebze, %5'i Örtüaltı ve %9'u ise Nadas alanıdır. Diğer yandan tarım arazisi olup kullanılmayan alan ise %10'luk bir paya sahiptir (Çizelge 4.19).

Çizelge 4.19. Antalya İli tarım alanlarının kullanım amaçlarına göre dağılımı

İlçe Adı	Toplam (da)	Tarla Alanı(da)			Açık Tarla Sebze (da)	Örtüaltı (da)	Süs Bitki& Meyvelik(da)
		Ekilen	Nadas	Kullanılmayan Arazi			
<b>İl toplamı</b>	<b>4.143.256</b>	<b>2.312.294</b>	<b>376.057</b>	<b>410.961</b>	<b>232.043</b>	<b>206.619</b>	<b>605.191</b>
Akseki	114.060	54.292	9.611	42.395	314	4	7444
Alanya	261.290	132.810	22.550	21.987	17.055	21.000	45.888
Elmalı	593.350	420.593	8.000	9.536	56.020	3.000	96.201
Finike	71.010	10.525	4.750	6.375	400	10.180	38780
Gazipaşa	165.150	69.000	11.247	11.200	9.050	25.500	39.153
Gündoğmuş	105.915	45.095	52.859	1.553	1.807	0	4.601
İbradi	13.630	9.113	740	2.026	17	0	1.734
Demre	53.500	16.850	12.585	0	50	13.560	10.455
Kaş	225.360	50.721	1.692	113.958	1.960	15.902	41.094
Kemer	29.680	3.700	7.652	9.182	14	197	38.935
Korkuteli	1.014.650	878.435	15.956	23.000	12.140	309	84.810
Kumluca	170.000	36.271	47.080	1.500	2.405	37.060	45.684
Manavgat	423.360	231.300	55.642	56.072	29.545	7.872	42.929
Serik	453.360	139.075	110.648	80.468	56.958	24.700	41.511
Aksu	181.459	106.170	1.324	0	25.332	24.210	24.423
Döşemealtı	113.684	65.467	10.000	11.857	4.695	0	21.665
Kepez	89.897	34.615	121	500	10.028	15.375	29.258
Konyaaltı	57.612	7.706	3.600	19.293	3.812	3.083	20.118
Muratpaşa	6.289	556	0	59	441	4.667	566

Kaynak: Antalya Tarım İl Müdürlüğü 2009.

TÜİK 2011 yılı verilerine göre Antalya ilinde tarımın ihracattaki payı %53 olarak belirlenmiştir. Türkiye yaş meyve sebze ihracatının %10'unu 460 milyon \$ ile Antalya oluşturmaktadır. Türkiye'de ihracatı yapılan domatesin %41'i, biberin %63'ü, hıyarın %43'ü Antalya'da yetişmektedir. Türkiye genelinde 2010-2011 ihracat verilerine göre yaş meyve, sebze ve narenciyede ihracat yapılan ilk beş ülke; Rusya, Irak, Almanya, Ukrayna ve Bulgaristan'dır. Antalya'dan yapılan ihracatta, İşlenmiş Meyve ve Sebze, İngiltere, Hollanda ve Almanya başta olmak üzere AB ülkeleri ile Amerika Birleşik Devletleri'ne; Süt Ürünlerinde ise başta Irak olmak üzere Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerine 2011 yılında toplam 26.434.661 dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.

TÜİK verilerine göre 2011 yılı itibariyle Türkiye'de üretilen sebzenin %15,3'ü, meyvenin %4,15'i, turunçgillerin %16,04'i ile Türkiye'deki toplam üretiminin %11,65'i Antalya ilinde gerçekleştirilmektedir (Çizelge 4.20).

Çizelge 4.20. Türkiye'nin sebze ve meyve üretiminde Antalya'nın yeri

	Ürün Grubu ve Üretim Miktarı (Ton)			Toplam Üretim (Ton)
	Sebze	Meyve	Turunçgiller	
Türkiye	25.327.769	14.610.851	3.613.766	43.552.386
Antalya	3.889.984	605.852	579.652	5.075.488
Antalya'nın Payı	%15,3	%4,15	%16,04	%11,65

Kaynak: TÜİK 2011.

Antalya ili; tarımsal üretim için uygun ekolojik koşulları, endemik türlerinin fazlalığı, su ürünleri üretimi için zengin doğal kaynakları, yüksek teknolojiyi kullanma imkanları, turizm konaklama olanakları, yüksek ihracat imkanları, sertifikalı üretim sistemi, ulusal ve uluslararası ulaşımın kolaylığı, polikültür tarımı, bilinçli üreticileri ile önemini ortaya koymaktadır (Anonim 2013b).

#### 4.2.2. Firmalar ile ilgi genel bilgiler

##### a) Hukuki yapı

Gerçekleştirilen anketler kapsamında hukuki yapılarına göre firmaların 14 adedinin (%31,1) şahıs işletmesi, 31 adedinin (%68,9) ortaklık olduğu belirlenmiştir (Çizelge 4.21).

Çizelge 4.21. Firmaların hukuki yapılarına göre dağılımı

Firma Türü	Firma Sayısı	Oran %
Şahıs işletmesi	14	31,1
Ortaklık	31	68,9
Toplam	45	100

##### b) Kuruluş yılı

Firmaların kuruluş yıllarına göre dağılımda 1980-1990 yılları arasında kurulan firma sayısı 8 adet (% 17,8), 1991-2000 yılları arasında 15 adet (% 33,3), 2001-2010 yılları arasında 17 adet (% 37,8), 2011 ve sonrası ise 5 (% 11,1) adettir (Çizelge 4.22).

Çizelge 4.22. Firmaların kuruluş yıllarına göre dağılımı

Kuruluş	Firma Sayısı	Oran %
1980-1990	8	17,8
1991-2000	15	33,3
2001-2010	17	37,8
2011 ve sonrası	5	11,1
Toplam	45	100

### c) Faaliyet alanları

Faaliyet yapılarına göre firmaların 20 adedinin (%45) ithalatçı, 15 adedinin (%33) ihracatçı, 5 adedinin (%11) hem ihracatçı hem ithalatçı, 5 adedinin (% 11) sadece üretici olduğu saptanmıştır (Çizelge 4.23).

Çizelge 4.23. Firmaların faaliyet alanlarına göre dağılımı

Firmaların Faaliyet Alanları	Firma Sayısı	Oran %
Sadece ithalatçı	20	45
Sadece ihracatçı	15	33
Hem İthalatçı hem İhracatçı	5	11
Sadece üretici	5	11
Toplam	45	100

### d) Son beş yıllık ciro

Firmaların son beş yıllık ciroları göz önüne alındığında göre firmaların 14 adedinin (%31,1) cirosunun 1.000.000\$'den çok olduğu belirlenmiştir. 11 adedinin (%24,4) cirosunun 101.000-250.000\$ arasında, 11 adedinin (%24,4) cirosunun 251.000-500.000 arasında, 9 adedinin (%20) cirosunun 501.000-999.999\$ arasında cirosunun olduğu saptanmıştır (Çizelge 4.24).

Çizelge 4.24. Firmaların son beş yıllık ciro ortalamalarına göre dağılımı

Firmaların Yıllık Ortalama Ciro(Son Beş Yıllık)	Firma Sayısı	Oran %
101.000-250.000\$	11	24,4
251.000-500.000\$	11	24,4
501.000-999.999\$	9	20,0
1.000.000\$'den çok	14	31,1
Toplam	45	100,0

### e) İşgücü durumu

Firmaların %44'nün 50 ve üzeri sayıda çalışana sahip olduğu saptanmıştır. Firmaların, bölümlerinde çalıştırdıkları en fazla eleman sayısına göre dağılımda 19 adet firma (% 42) en fazla üretim bölümünde çalışanı olduğunu ifade ederken bunu 15 adet ile (%33) pazarlama bölümü takip etmektedir (Çizelge 4.25).

Çizelge 4.25. Firmaların bölümlerinin çalışan sayısına göre dağılımı

Birimler	Üretim		Pazarlama		Ar-Ge		Diğer Bölümler		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	19	42	15	33	8	18	3	7	45	100

#### f) Çalışanların eğitim durumu

Firmaların çalışanların eğitim durumlarına göre en fazla eleman sayısının yer aldığı dağılımda 22 adet firmanın (%49) en fazla üniversite mezunu çalışanı olduğunu belirlerken bunu 14 adet (%31) ile lise mezunu takip etmektedir (Çizelge 4.26).

Çizelge 4.26. Firmaların çalışanlarının eğitim durumlarına göre dağılımı

Birimler	Ortaokul		Lise		Üniversite- Önlisans		Lisansüstü		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	4	9	14	31	22	49	5	11	45	100

#### 4.2.3. Firmaların üretimleri ile ilgili genel bilgiler

##### a) Tohum çeşidi

Üretim faaliyeti olan firmaların 33 adedinin (%73) domates, biber ve hıyar tohumu türlerinde üretim yaptıkları belirlerken geri kalan 12 adedi (%27) ise patlıcan, karpuz, kavun, marul, lahana, ıspanak ve diğer türlerde üretim yapmaktadır (Çizelge 4.27).

Çizelge 4.27. Firmaların kendi üretimi olan sebze tohumlarına göre dağılımı

Türler	Domates-Biber-Hıyar		Diğer türler		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	33	73	12	27	45	100

##### b) Üretim arazisi seçimi

Firmaların 16 adedi üretimlerinin %80'den fazlasını sözleşmeli arazide gerçekleştirirken, firmaların 20 adedi üretimlerinin %80'den fazlasını kendi arazisinde yapmaktadır (Çizelge 4.28).

Çizelge 4.28. Firmaların üretim arazisi seçimlerine göre dağılımı

Arazi Seçimi Dağılımı	Adet	Oran %
Üretimlerinin %80'den fazlasını sözleşmeli arazide yapan firmalar	16	36
Üretimlerinin %80'den fazlasını kendi arazilerinde üretim	20	44
Üretimlerinin %80'den azını sözleşmeli veya kendi arazisinde yapanlar	9	20
Toplam	45	100

##### c) Üretim arazisi dağılımı

Üretim yapan firmaların 23 adedi serada, 7 adedi ise açık sahada üretim tercih etmektedir. Açık sahada 50 dekar ve üzerinde üretim yapan firmaların oranı %62,2 iken serada 50 dekar ve üzerinde üretim yapanların oranı ise %4,4'tür (Çizelge 4.29).

Çizelge 4.29. Firmaların üretim arazilerinin dağılımı

Üretim Türü	Adet	Oran %
50da ve üzerinde serada üretim yapanlar	2	4,4
50da ve üzerinde açık sahada üretim yapanlar	28	62,2
50da altında serada ve açık sahada üretim yapanlar	15	33,4
Toplam	45	100,0

#### d) Üretimde görülen eksiklikler

Üretim ile ilgili olarak firmaların 5 adedi (%11) üretimde plansızlık, 5 adedi (%11) üretimde denetim yapılamaması, 5 adedi (%11) ise üretim bölgesinde sürekli bir ziraat mühendisinin bulunmaması konusunda firmalarında eksiklik yaşadıklarını dile getirmişlerdir (Çizelge 4.30).

Çizelge 4.30. Firmaların üretim faaliyetlerinde gördükleri eksiklikler

Firma Türü	Adet	Oran %
a) Plansızlık	5	11
b) Denetim yapılmaması	5	11
c) Üretim bölgesinde sürekli bir ziraat mühendisinin bulunmaması	5	11
d) Yanıt vermeyen firmalar	5	11
e) Finansal yetersizlik	4	9
f) Çalışan sayısı eksikliği	4	9
g) Parçalı üretim arazileri	4	9
h) İzolasyon mesafeleri	4	9
i) İnisiyatifli tohum üreticileri	4	9
j) Çok fazla çeşidin üretilmesi ve odaklanma sorunu yaşanması	3	7
k) Üretim arazisi alanı yetersizliği	2	4
Toplam	45	45

#### 4.2.4. Firmaların tohumluk üretimleri hakkındaki düşünceleri

Firmaların tohumluk üretimde karşılaştıkları çeşitli konulara verdikleri önem düzeyini belirlemeye yönelik yedi adet soru yöneltilmiştir. Üretim yapan firmalardan 34 adet firma işgücü, enerji gibi girdi fiyatlarının düzeyinin üretimde çok önemli bir konu olduğunu belirtirken bankalar arasında sadece Ziraat Bankası'nın tarım için düşük faizli kredi vermesini çok önemli bulanların sayısı ise 11'dir (Çizelge 4.31).



Çizelge 4.31. Firmaların tohumluk üretimi hakkındaki düşünceleri

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
a) Ürettiğiniz tohumların miktar bazında yurtiçi talebi karşılama durumu	3	1	0	0	26	15	45
b) Tohumluk üretim alanlarınızın yeterliliği	3	0	0	2	19	21	45
c) İşgücü, enerji gibi girdi fiyatları düzeyi	3	0	0	3	5	34	45
d) Sebze tohumlarına üretim desteği verilmemesi	3	1	0	10	17	14	45
e) Ziraat Bankası'nın tarımda düşük faizli kredileri	3	4	8	9	10	11	45
f) Üretim için kamu arazilerinin kiralanması seçeneği	3	0	10	5	10	17	45
g) Üretim arazisi kira bedelleri	3	0	0	5	23	14	45

Ölçek: 0: Yanıt vermeyenler 1:Hiç önemli değil 2:Önemli değil.3:Fark etmez 4:Önemli 5: Çok önemli

#### 4.2.5. Firmaların ar-ge faaliyetleri hakkındaki düşünceleri

##### a) Firmaların ar-ge hakkındaki düşünceleri

Ankete katılan firmaların 29 adedinin (%64) sebze tohumluğu alanında araştırma-geliştirme faaliyetinde bulunduğu belirlenmiştir. Çalışma kapsamında firmaların araştırma-geliştirme faaliyetlerinde karşılaştıkları konulara verdikleri önem düzeyini belirlemeye yönelik firmalara sekiz adet soru yöneltilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları en çok kendi çeşitlerini çıkarmak için tohum ıslah programına sahip olmayı önemsemektedir (22). Bu seçeneği ise firmalarındaki kalifiye ar-ge çalışan sayısı (20) ve devletin ar-ge projeleri ile ıslah çalışmalarını desteklemesi (19) takip etmektedir (Çizelge 4.32).

Çizelge 4.32. Firmaların araştırma-geliştirme hakkındaki düşünceleri

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
a) Kendi çeşitlerimizi çıkarmak için tohum ıslah programımızın olması	16	0	0	0	7	22	45
b) Araştırmacı Kuruluş izni verilen tohum firmalarında istihdam edilmesi gereken araştırmacı sayısı	16	0	0	6	13	10	45
c) Araştırmacı Kuruluş olan firmalara vergi avantajı sağlanmaması	16	0	0	4	9	16	45
d) Islah programları ile kamu ve özel sektörün işbirliği durumu	16	0	1	6	10	12	45
e) Firmanızdaki kalifiye ar-ge çalışan sayısı	16	0	0	1	8	20	45
f) Devletin ar-ge projeleri ile ıslah çalışmalarını desteklemesi	16	0	0	4	6	19	45
g) Devlet tarafından sağlanan ar-ge projeleri destek miktarının yeterliliği	16	1	3	3	10	12	45
h) Tohumculuk şirketlerinin sanayi kuruluşu olarak kabul edilmemesi	16	3	2	10	5	9	45

Ölçek: 0: Ar-ge yapmayanlar 1:Hiç önemli değil 2:Önemli değil.3:Fark etmez 4:Önemli 5: Çok önemli

## b) Sertifikasyon süreci tamamlanan çeşitler

Araştırma ve geliştirme faaliyetinde bulunan 29 adet firmadan geçen yıl üretim kaydı ve sertifikasyonu yaptıranlar şu şekilde saptanmıştır. Firmaların 25 adedinin (%55,6) 1 ile 5 çeşidi, 3 adedinin (%6,7) 6 ile 10 çeşidi, 1 adedinin (% 2,2) ise 11 ile 15 çeşidi kayıt ettirip sertifikasyon sürecini tamamladığı belirlenmiştir (Çizelge 4.33).

Çizelge 4.33. Firmaların geçen yıl kayıt ettirdikleri ve sertifikasyon sürecini tamamladıkları çeşit sayısına göre dağılımı

Çeşit Sayısı	1-5 çeşit		6-10 çeşit		11-15 çeşit	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	25	55,6	3	6,7	1	2,2

## c) İslahta görülen eksiklikler

Tohum ıslahı ile ilgili olarak firmaların 8 adedi (%18) ıslah yapmak için gereken altyapı konusunda finansman sıkıntısı yaşadıklarını dile getirirken 8 adedi (%18) kalifiye işçi sayısının yetersizliği konusunda firmalarında eksiklik görmektedir. Firmaların 6 adedi (%13) ise ıslah faaliyetlerinin uzun zaman alması konusunda eksiklik yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Firmaların 18 adedi ise gizlilik politikaları kapsamında ıslah faaliyetlerinde gördükleri eksiklik sorusuna yanıt vermeyi tercih etmemişlerdir (Çizelge 4.34).

Çizelge 4.34. Firmaların ıslah faaliyetlerinde gördükleri eksiklik

Islah Faaliyetlerinde Firmaların Gördüğü Eksiklikler	Adet	Oran %
a) Finansman sıkıntısı	8	18
b) Kalifiye işçi sayısının yetersizliği	8	18
c) Uzun zaman alması	6	13
d) Çalışan sayısı eksikliği	3	7
e) Ar-Ge yapılan çeşit sayısının çok olması ve odaklanamama	2	4
f) Yanıt vermeyen firmalar	18	40
Toplam	45	100

## 4.2.6. Firmaların ihracat faaliyetleri hakkındaki düşünceleri

Ankete katılan 45 adet firmanın 20 adedinin (%44,4) ihracat faaliyetinde bulunduğu belirlenmiştir.

### a) Sebze tohum ihracat dağılımı

İhracat faaliyetinde bulunan 20 adet firmanın 13 adedi (%29) domates ve biber tohumu ihraç ederken geri kalan 7 adedi (%16) ise patlıcan, karpuz, kavun, marul, lahanaya, ıspanak ve diğer türlerde ihracat yapmaktadır (Çizelge 4.35).

Çizelge 4.35. Firmaların ihracatını gerçekleştirdikleri sebze tohumlarına göre dağılımı

Türler	Domates-Biber		Diğer türler		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	13	29	7	16	45	100

### b) Sebze tohumu ihracat değerleri

Firmaların 2013 yılındaki sebze tohum ihracat tutarları göz önüne alındığında firmaların 6 adedinin (%13,3) 500.000\$'den çok ihracat yaptığı belirlenmiştir. Firmaların 6 adedinin (%13,3) ihracatının 51.000-150.000\$ arasında olduğu saptanmıştır (Çizelge 4.36).

Çizelge 4.36. Firmaların 2013 yılı Sebze Tohumu İhracat Değerleri

Firmaların 2013 yılındaki Sebze Tohumu İhracat Tutarları	Firma Sayısı	Oran %
50.000\$'den az	3	6,7
51.000-150.000\$	6	13,3
151.000-250.000\$	1	2,2
251.000-500.000\$	4	8,9
500.000\$'den çok	6	13,3
İhracat yapmayan firmalar	25	55,6
Toplam	45	100,0

### c) İhraç edilen tohumların tedarik yeri

Firmaların 11 adedi ihraç ettikleri tohumların %50'den fazlasını kendi üretimlerinden karşılarken firmaların 5 adedi ihraç ettikleri tohumların %50'den fazlasını sözleşmeli üretimden elde etmektedir (Çizelge 4.37).

Çizelge 4.37. Firmaların ihraç ettikleri tohumların tedarik yerine göre dağılımları

Firmalar	Adet	Oran %
İhraç ettikleri tohumların %50'den fazlasını kendi üretimlerinden karşılayanlar	11	24
İhraç ettikleri tohumların %50'den fazlasını sözleşmeli üretimlerinden karşılayanlar	5	11
İhraç ettikleri tohumları diğer yerlerden karşılayanlar	4	9
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

#### d) İhraç tohumlarının elde edilme şekli

Firmaların 12 adedinin ihraç ettikleri tohumların %50'den fazlası kendi kaynaklarından geliştirdikleri hibritler iken firmaların 8 adedinin ihraç ettikleri tohumların %50'den fazlası jenerik ürünlerden oluşmaktadır (Çizelge 4.38).

Çizelge 4.38. Firmaların ihraç ettikleri tohumların elde edilme şekline göre dağılım

Firmalar	Adet	Oran %
İhraç ettikleri tohumların %50'den fazlası kendi kaynaklarından geliştirdikleri hibritler olanlar	12	26
İhraç ettikleri tohumların %50'den fazlası jenerik ürün olanlar	8	18
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

#### e) İhraç tohumlarının tedarik şekli

Firmaların 17 adedi (%37) yurtiçinde veya yurtdışında çok yıllık planlarla ürettikleri tohumları ihraç ettiklerini, 3 adedi (%7) ise yurtdışından satın alıp kendi markaları altında tohumları ihraç ettiklerini ifade etmişlerdir (Çizelge 4.39).

Çizelge 4.39. Firmaların ihraç ettikleri tohumların tedarik şekline göre dağılımı

Firmalar	Adet	%
Çok yıllık planlarla tohum üreten firmalar	17	37
Yurtdışından alıp kendi markaları altında tohumları satın alan firmalar	3	7
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

#### f) İhraç tohumlarının tescil durumu

Firmaların 8 adedi (%18) ihraç ettikleri ürünlerin hedef ülkede tescil ve kayıt işlemlerini gerçekleştirdiklerini ifade ederken 12 adedi (%26) ise ihraç ettikleri tohumları hedef ülkede tescil etmediklerini ifade etmişlerdir (Çizelge 4.40).

Çizelge 4.40 Firmaların ihraç ettikleri tohumların tescil durumuna göre dağılım

Firmalar	Adet	%
İhraç ettikleri tohumları hedef ülkede tescil edip kayıt eden firmalar	8	18
İhraç ettikleri tohumların hedef ülkede tescil işlemlerini yapmayanlar	12	26
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

### g) Tohum ve fide ihracatı dağılımı

Firmaların 16 adedinin ihraç ettikleri tohumların %50'den fazlası sebze tohumu iken firmaların 4 adedinin ihraç ürünlerinin %50'den fazlasını sebze fidesinden oluşturmaktadır (Çizelge 4.41).

Çizelge 4.41. Firmaların sebze tohumu ve fide ihracatının dağılımı

Firmalar	Adet	Oran %
İhraç ettikleri tohumların %50'den fazlası sebze tohumu olanlar	16	36
İhraç ettikleri tohumların %50'den fazlası sebze fidesi olanlar	4	8
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

### h) Toplam satış içinde ihracatın oranı

İhracat yapan 20 firma içerisinde firmaların toplam yurtiçi ve yurtdışı satışlarına göre yurtdışı satışlarının oran dağılımı incelendiğinde firmaların 7 adedinin (%15) toplam satışlarında sebze tohum ihracat payının %1-10 arasında, firmaların 6 adedinin (%13) toplam satışlarında sebze tohum ihracat payının ise %11-20 olduğu belirlenmiştir (Çizelge 4.42).

Çizelge 4.42. Firmaların yurtiçi ve yurtdışı satışları içinde yurtdışı satışlarının dağılımı

İhracat Oranı	%1-10		%11-20		%21-30		%30 ve üzeri	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	7	15	6	13	5	11	2	4

### i) İhracat fiyat stratejisi

Firmaların 15 adedi (%33) yurtiçi fiyattan düşük fiyat stratejisi, 5 adedi (%11) ise yurtdışı fiyattan yüksek fiyat stratejisi uyguladıklarını ifade etmişlerdir. (Çizelge 4.43).

Çizelge 4.43. Firmaların uyguladıkları ihracat fiyat stratejisi

Firmalar	Adet	Oran %
Yurtiçi fiyattan düşük fiyat stratejisi uygulayan firmalar	15	33
Yurtiçi fiyattan yüksek fiyat stratejisi uygulayan firmalar	5	11
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

## j) İhracat yapılan ülkeler

Firmaların ihracat faaliyetlerinin yoğun olduğu yerlere göre dağılımlarında firmaların 7 adedi ihracatının %20'den fazlasını Avrupa'ya yaparken yalnızca 3 adet firma ihracatının %20'den fazlasını Kuzey Afrika'daki ülkelere yapmaktadır (Çizelge 4.44).

Çizelge 4.44. Firmaların ihracat faaliyetlerinin en yoğun olduğu yerlerin dağılımı

Firmalar	Adet	Oran %
İhracatının %20'den fazlasını Avrupa'ya yapan firmalar	7	15
İhracatının %20'den fazlasını Rusya'ya yapan firmalar	5	11
İhracatının %20'den fazlasını Orta Doğu'ya yapan firmalar	5	11
İhracatının %20'den fazlasını Kuzey Afrika'ya yapan firmalar	3	7
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

## k) İhracata yönelme sebepleri

Çalışma kapsamında firmaların ihracata yönelme sebepleri arasında yer alan beş nedene verdikleri önem düzeyini belirlemeye yönelik firmalara soru yöneltilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmalarının ihracat yapma sebepleri arasında en çok önemsedikleri durum dış pazardan gelen taleptir (14). Bu seçeneği ise dış pazarın karlılığı (7) ve yerel pazarın doymuş olması (6) izlemektedir (Çizelge 4.45).

Çizelge 4.45. Firmaların ihracata yönelme nedenlerinin önem derecelerine göre dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
Yerel pazarın doymuş olması	25	6	4	3	1	6	45
Maliyetleri düşürme	25	4	8	5	2	1	45
Dış pazardan gelen talep	25	14	1	4	1	0	45
Dış pazarın karlılığı	25	7	1	5	7	0	45
Tüketici gözünde prestij ve itibar sağlama	25	1	5	4	4	5	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:En çok 5:En az

## l) İhracatta teslim şekilleri

Firmaların 17 adedi (%38) ihracatta teslim şekli olarak CIF'i tercih ederken 3 adet firma (%6) FOB'u kullanmaktadır (Çizelge 4.46).

Çizelge 4.46. Firmaların ihracatta kullandığı teslim şekillerine göre dağılımı

Teslim Şekilleri	FOB		CIF		İhracat yapmayanlar		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	3	6	17	38	25	56	45	100

### m) İhracatta taşıma şekilleri

Firmaların ihracat faaliyetlerini hangi taşıma şekli ile gerçekleştirdiklerini gösteren dağılımda firmaların 9 adedi ihracatının %50'den fazlasını karayolu gerçekleştirirken 6 adet firma ihracatının %50'den fazlasını denizyolu ile yapmaktadır (Çizelge 4.47).

Çizelge 4.47. Firmaların ihracatta kullandığı taşıma şekillerine göre dağılımı

Firmalar	Adet	Oran %
İhracatının %50'den fazlasını karayolu ile yapanlar	9	20
İhracatının %50'den fazlasını denizyolu ile yapanlar	6	13
İhracatının %50'den fazlasını havayolu ile yapanlar	5	11
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

### n) İhracatta ödeme şekilleri

Firmaların ihracat faaliyetlerinde hangi ödeme şeklini kullandıklarını gösteren dağılımda firmaların 8 adedi ihracatının %50'den fazlasında peşin ödeme tercih ederken sadece 3 adet firma ihracatının %50'den fazlasını akreditif ile yapmaktadır (Çizelge 4.48).

Çizelge 4.48. Firmaların ihracatta kullandığı ödeme şekillerine göre dağılımı

Firmalar	Adet	Oran %
İhracatının %50'den fazlasını peşin yapanlar ile yapanlar	8	18
İhracatının %50'den fazlasını mal mukabili ile yapanlar	5	11
İhracatının %50'den fazlasını vesaik mukabili ile yapanlar	4	9
İhracatının %50'den fazlasını akreditif ile yapanlar	3	6
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

### o) İhracatta müşteri bulma yöntemleri

Çalışma kapsamında firmalardan ihracat yaptıkları ülkelerde müşteri bulma yöntemleri üzerine beş adet yöntem içinde en çok kullandıkları yöntemden en aza sıralama yapmaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları, ihracat yaptıkları ülkede müşterileri en çok müşteriden gelen talep (11) ve katıldıkları fuarlar (7) kanalı ile bulmaktadır (Çizelge 4.49).

Çizelge 4.49. Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde müşteri bulma yöntemlerinin dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
Ticaret odası ilanı	25	1	1	2	1	15	45
Fuarlar	25	7	10	1	2	0	45
İnternet	25	0	2	8	9	1	45
Müşteriden gelen talep	25	11	2	3	3	1	45
Eski müşteriler aracılığı ile	25	1	6	7	4	2	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:En çok 5:En az

#### p) İhracat yapılan ülkede tohumları satın alanlar

Firmalardan ihracat yaptıkları ülkelerde ürünlerini kimlerin satın aldıkları üzerine beş adet seçenek içinde en çok satın alan gruptan en az satın alana doğru sıralama yapmaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmalarının, ihracat yaptıkları ülkede tohumlarını en çok acenta/distribütörden (9) satın almaktadır, bunu ikinci sırada ithalatçı firma (8) izlemektedir( Çizelge 4.50).

Çizelge 4.50. Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde ürünlerini satın alan grupların dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
Doğrudan tüketici	25	0	0	4	0	14	45
Perakendeci	25	0	4	1	15	0	45
Toptancı	25	3	0	12	2	3	45
Acenta/Distribütör	25	9	10	0	0	1	45
İthalatçı firma	25	8	6	3	3	0	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:En çok 5:En az

#### r) İhracat yapılan ülkelerde izlenen stratejiler

Firmalardan ihracat yaptıkları ülkelerde izledikleri ürün stratejisi üzerine beş adet strateji içinde en çok izledikleri stratejiden en az izledikleri stratejiye sıralama yapmaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmalarının, ihracat yaptıkları ülkede en çok izledikleri strateji, marka yaratmaktır (11). Bu stratejiyi ürünün özelliklerini öne çıkartmak (9) izlemektedir ( Çizelge 4.51).

Çizelge 4.51. Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde izledikleri stratejilerin dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
Ürünün özelliklerini öne çıkarmak	25	9	7	1	3	0	45
Adaptasyon	25	0	3	6	8	3	45
Ürünü farklılaştırmak	25	0	4	10	5	1	45
Ambalaj değişikliği	25	0	0	2	2	16	45
Marka yaratmak	25	11	6	1	2	0	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:En çok 5:En az



### s) İhracat yapılan ülkeleri ziyaret sıklığı

Firmaların 16 adedi (%36) yılda birkaç kez, 3 adedi (%6) ise iki yılda bir ihracat yaptıkları ülkedeki müşterilerini ziyaret ettiklerini ifade etmişlerdir (Çizelge 4.52).

Çizelge 4.52. Firmaların ihracat yaptıkları ülkedeki müşterilerini ziyaret etme sıklığı

Ziyaret Sıklığı	Adet	Oran %
Yılda birkaç kere	16	36
İki yılda bir	3	6
Nadiren	1	2
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

### t) Müşterileri ile iletişimde tercih edilen iletişim kanalları

Firmaların 9 adedi ihracatta iletişimin %50'den fazlasını mail ile yaparken firmaların 6 adedi iletişimin %50'den fazlasını telefon ile yapmaktadır (Çizelge 4.53).

Çizelge 4.53. Firmaların iletişimde tercih ettikleri kanalların dağılımı

Firmalar	Adet	Oran %
İhracatta iletişimin %50'den fazlasını mail ile yapanlar	9	20
İhracatta iletişimin %50'den fazlasını telefon ile yapanlar	6	14
İhracatta iletişimin %50'den fazlasını telekonferans ile yapanlar	3	6
İhracatta iletişimin %50'den fazlasını yüz yüze yapanlar	2	4
İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

### u) İhracatta rakip olarak görülen ülkeler

Firmalardan ihracatta karşılaştıkları en önemli rakiplerini en önemliden en az önemliye doğru sıralamaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları, ülkeler arasında en çok ABD'yi kendilerine rakip olarak görmektedir (9). Bu ülkeyi Hollanda (8), İtalya (7), ve Fransa (6) izlemektedir (Çizelge 4.54).

Çizelge 4.54. Firmaların ihracatta rakip olarak gördükleri ülkeler

Rakip Ülkeler	0	1	2	3	4	5	Toplam
Fransa	25	6	4	2	7	1	45
Çin	25	5	1	8	2	4	45
Tayvan	25	3	2	5	4	6	45
Hollanda	25	8	6	3	2	1	45
İtalya	25	7	3	4	5	1	45
Şili	25	2	3	7	5	3	45
A.B.D	25	9	5	4	1	1	45
İsrail	25	5	5	3	4	3	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:En çok 5:En az

## ü) Firmaların ihracatta rakiplerine göre üstün oldukları yönler

Firmalardan ihracatta rakiplerine göre üstün oldukları yönleri en önemliden en az önemliye doğru sıralamaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları, ihracatta en çok coğrafi yakınlığı üstün yönleri olarak görmektedir (12). Bu üstünlüğü fiyat uygunluğu (7), kaliteli çeşitler (5) izlemektedir (Çizelge 4.55).

Çizelge 4.55. Firmaların ihracatta rakiplerine göre üstün oldukları yönlerin dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
Coğrafi yakınlığı	25	12	3	3	2	0	45
Fiyat uygunluğu	25	7	2	4	6	1	45
Kaliteli çeşitler	25	5	3	5	6	1	45
Marka yaratılması	25	4	2	4	7	3	45
Tanıtım	25	1	0	2	3	14	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:En çok 5:En az

## v) Firmaların ihracatta rakiplerine göre zayıf oldukları yönler

Firmalardan ihracatta rakiplerine göre zayıf oldukları yönleri en önemliden en az önemliye doğru sıralamaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları, en çok yüksek maliyetleri zayıf yön olarak görmektedir (8). Bunu fiyat yetersiz ıslah (7) ve tanıtım eksikliği (6) izlemektedir (Çizelge 4.56).

Çizelge 4.56. Firmaların ihracatta rakiplerine göre zayıf oldukları yönlerin dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
Yüksek maliyetler	25	8	3	3	1	5	45
Yetersiz ıslah	25	7	3	4	4	2	45
Tanıtım eksikliği	25	6	5	5	4	0	45
Yetersiz çeşitler	25	3	7	1	3	6	45
Marka yaratılmaması	25	1	2	7	6	4	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:En çok 5:En az

## y) Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde karşılaştıkları sorunlar

Firmalardan ihracat yaptıkları ülkelerde en sık karşılaştıkları sorunları en önemliden en az önemliye doğru sıralamaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları, ihracatta en çok tarife dışı engeller (11) konusunu sorun olarak görmektedir. Firmalara göre ihracatta bu sorunu döviz kuru (8) izlemektedir (Çizelge 4.57).

Çizelge 4.57. Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde en sık karşılaştıkları sorunların dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
Yüksek gümrük tarifesi	25	3	1	9	4	3	45
Tarife dışı engeller	25	11	4	3	1	1	45
Döviz kuru	25	8	3	3	6	0	45
Doğal afet, politik riskler	25	4	3	3	5	5	45
Ürün standartları, etiket, paketleme koşulları	25	6	9	2	2	1	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:En çok 5:En az

#### z) Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerdeki tanıtım çalışmaları

Firmalardan ihracat yaptıkları ülkelerde gerçekleştirdikleri tanıtım çalışmalarını en önemliden en az önemliye doğru sıralamaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları, en çok fuarlara katılım yolu ile ürünlerini tanıtmaktadır (13). Bunu şirket web siteleri (6) ve sektörel özel web sayfalarında yer alma (4) izlemektedir (Çizelge 4.58).

Çizelge 4.58. Firmaların ihracat yaptıkları ülkelerde gerçekleştirdikleri tanıtım çalışmalarının dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
a) Dergi ve gazete reklamı	25	2	3	2	10	3	45
b) Billboard	25	1	2	3	4	10	45
c) Fuarlara katılım	25	13	3	3	0	1	45
d) Şirket web sayfası	25	6	9	3	2	0	45
e) Sektörel özel web sayfaları	25	4	2	7	2	5	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:En çok 5:En az

#### 4.2.7. Firmaların tohum ihracat politikası hakkındaki düşünceleri

Firmaların tohum ihracat politikası hakkında çeşitli konulara verdikleri önem düzeyini belirlemeye yönelik firmalara onüç adet soru yöneltilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları en çok ihracat aşamasında hastalıklarla ilgili testler için istenen tohumluk miktarının yüksekliğini (17) sorun olarak ifade etmektedir. Bu seçeneği ise karantina laboratuvarında yapılan analiz sonuçlarının zamanında çıkıp çıkmaması (16), OECD ve ISTA sertifikasyon süresi (15), ihracat aşamasında bazı hastalıklarla ilgili istenen testlerin gerekliliği (15) ve kayıtdışı tohum ticareti (15) izlemektedir (Çizelge 4.59).

### a) Firmaların ihracat politikası hakkındaki düşünceleri

Çizelge 4.59. Firmaların ihracat politikası hakkındaki düşünceleri

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
a) Tohum ihracatımızın çeşit bazında yurtdışı talebi karşılama durumu	25	0	0	1	5	14	45
b) İhracat aşamasında bazı hastalıklarla ilgili istenen testlerin gerekliliği	25	0	0	1	4	15	45
c) İhracat aşamasında hastalıklarla ilgili testler için istenen tohumluk miktarı	25	0	0	1	2	17	45
d) Karantina laboratuvarında yapılan analiz sonuçlarının zamanında çıkıp çıkmaması	25	0	0	1	3	16	45
e) OECD ve ISTA sertifikasyon süresi	25	1	2	1	1	15	45
f) ISTA analiz sonuçlarının gerçek sonuçlarla örtüşme durumu	25	0	2	1	3	14	45
g) Bitki pasaportu uygulaması	25	0	2	7	1	10	45
h) Karantina laboratuvarında çalışanların bilgi seviyesi ve yetkinlikleri	25	0	1	1	7	11	45
i) Analiz yapan ve hastalık tespit eden laboratuvarların sayısı ve yetkinlikleri	25	2	2	2	1	13	45
j) Tohumluk İhracatı Uygulama Genelgesi'nin İngilizcesinin olmaması	25	1	1	12	3	3	45
k) Ülkeler arası hastalık dayanım terminolojisi farklılıkları	25	1	1	2	10	6	45
l) Tohumluk ihracatı ön izin belge bedeli döner sermaye ücretleri	25	0	2	8	2	8	45
m) Kayıtdışı tohum ticareti	25	0	0	1	4	15	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:Hiç önemli değil 2:Önemli değil.3:Fark etmez 4:Önemli 5: Çok önemli

### b) Firmaların ihracat sürecinde devletten beklentileri

Tohum ihracatı ile ilgili olarak 5 adet firma (%12) devletten beklentileri içerisinde ihracatta desteklerin artırılmasını dile getirilirken 4 firma (%9) da bürokrasinin azaltılmasını talep etmektedir. Buna ek olarak mevzuatın sadeleştirilmesi 3 firma (%7) tarafından ifade edilmiştir (Çizelge 4.60).

Çizelge 4.60. Firmaların ihracat sürecinde devletten beklentileri

Beklentiler	Adet	Oran %
a) Desteklerin artırılması	5	12
b) Bürokrasinin azaltılması	4	9
c) Mevzuatın sadeleştirilmesi	3	7
d) İhracat işlemleri için yeter sayıda laboratuvar olması	2	4
e) Sağlık sertifikaları için alınan numune miktarlarının azaltılması	2	4
f) Eximbank kredilerinin daha uygun hale getirilmesi	2	4
g) Sertifikasyon sürecinin kısaltılması	1	2
h) İhracata yönelik tohum ithalatında vergi muafiyeti sağlanması	1	2
i) İhracat yapmayan firmalar	25	56
Toplam	45	100

#### 4.2.8. Tohum ihracat fiyatlarının oluşumunda etkili olan unsurlar

Firmaların tohum ihracat fiyatlarının oluşumu hakkında çeşitli konulara verdikleri önem düzeyini belirlemeye yönelik firmalara on adet soru yöneltilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları ihracat fiyatlarının oluşumunda en çok firma maliyetlerini (14) önemsemektedir. Bu seçeneği ise döviz kuru (13), ürünün kalitesi ve imajı (13) ile ithalatçının tohuma olan talebi (13) izlemektedir (Çizelge 4.61).

Çizelge 4.61. Firmaların tohum ihracat fiyatlarının oluşumu hakkındaki düşünceleri

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
a) Firma maliyetleri	25	0	0	0	6	14	45
b) Pazarlama masrafları	25	0	0	6	3	11	45
c) Rakip ülke fiyatları	25	0	0	0	12	8	45
d) Yerli diğer ihracatçıların fiyatları	25	0	0	0	16	4	45
e) İthalatçının tohuma olan talebi	25	0	1	1	5	13	45
f) Türkiye'nin tohum dış ticaret politikası	25	0	3	2	5	10	45
g) İthalatçı ülkedeki ithalat politikası	25	0	0	2	7	11	45
h) Ürünün kalitesi, imajı	25	0	0	0	7	13	45
i) Nakliye masrafları	25	0	0	2	6	12	45
j) Döviz kuru	25	0	0	1	6	13	45

Ölçek: 0: İhracat yapmayanlar 1:Hiç önemli değil 2:Önemli değil.3:Fark etmez 4:Önemli 5: Çok önemli

#### 4.2.9. Tohum ithalatı ile ilgili genel bilgiler

##### a) Firmaların ithalat ettikleri sebze tohumları

Ankete katılan firmaların 25 adedinin (%56) ithalat faaliyetinde bulunduğu belirlenmiştir. Üretim faaliyeti olan firmaların 18 adedi (%40) domates ve biber tohumu türlerinde ithalat yaparken geri kalan 7 adedi (%15) ise patlıcan, karpuz, kavun, marul, lahana, ıspanak ve diğer türlerde ithalat gerçekleştirmektedir (Çizelge 4.62).

Çizelge 4.62. Firmaların ithalatını gerçekleştirdikleri sebze tohumlarına göre dağılımı

Türler	Domates-Biber		Diğer türler		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	18	40	7	15	45	100

##### b) Firmaların 2013 yılında gerçekleştirdikleri tohum ithalat tutarları

Firmaların geçen yıl gerçekleştirdikleri tohum ithalat tutarı göz önüne alındığında firmaların 2 adedinin (%4) 50.000\$'den az ve 10 firmanın (%22) ise 51.000-150.000\$ arasında ithalat yaptığı belirlenmiştir. Buna ek olarak 6 firmanın

(%13) geçen yıl 151.000-250.000\$ arasında ithalat gerçekleştirdiği saptanmıştır (Çizelge 4.63).

Çizelge 4.63. Firmaların 2013 yılı tohum ithalat değerlerine göre dağılımı

Firmalar	Adet	Oran %
50.000\$'den az ithalat yapanlar	2	4
51.000-150.000\$ ithalat yapanlar	10	22
151.000-250.000\$ ithalat yapanlar	6	13
251.000-500.000\$ ithalat yapanlar	3	7
500.000\$'den çok ithalat yapanlar	4	10
İthalat yapmayanlar	20	44
Toplam	45	100

#### c) Firmaların sebze tohumu ve fide ithalatının dağılımı

Firmaların 23 adedi ithalatlarının %50'den fazlasını sebze tohumu olarak ithal ederken ithalatlarının %50'den fazlasını sebze fidesi olarak ithal eden firma sayısı 2'dir (Çizelge 4.64).

Çizelge 4.64. Firmaların sebze tohumu ve fide ithalatının dağılımı

Firmalar	Adet	Oran %
İthalatlarının %50'den fazlasını sebze tohumu olarak ithal edenler	23	52
İthalatlarının %50'den fazlasını sebze fidesi olarak ithal edenler	2	4
İthalat yapmayan firmalar	20	44
Toplam	45	100

#### d) Firmaların ithalat faaliyetlerinin en yoğun olduğu yerlerin dağılımı

Firmaların ithalat faaliyetlerinin yoğun olduğu yerlere göre dağılımlarında firmaların 10 adedi ithalatlarının %20'den fazlasını Avrupa'dan yaparken 7 adet firma ithalatlarının %20'den fazlasını ABD'den yapmaktadır (Çizelge 4.65).

Çizelge 4.65. Firmaların ithalat faaliyetlerinin en yoğun olduğu yerlerin dağılımı

Firmalar	Adet	Oran %
İthalatlarının %20'den fazlasını Avrupa'dan yapan firmalar	10	22
İthalatlarının %20'den fazlasını ABD'den yapan firmalar	7	16
İthalatlarının %20'den fazlasını Çin'den yapan firmalar	4	9
İthalatlarının %20'den fazlasını Şili'den yapan firmalar	3	7
İthalatlarının %20'den fazlasını Rusya'dan yapan firmalar	1	2
İthalat yapmayan firmalar	20	44
Toplam	45	100

### e) Firmaların ithalata yönelme sebepleri

Çalışma kapsamında firmaların ithalata yönelme sebepleri arasında yer alan beş adet nedene verdikleri önem düzeyini belirlemeye yönelik firmalara soru yöneltilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmalarının ithalat yapma sebepleri arasında en çok çeşit farklılığı (9) gelmektedir. Bu seçeneği ise ar-ge ve ıslah amaçlı ithalat (8) ve yerli üretimin yetersizliği (7) izlemektedir (Çizelge 4.66).

Çizelge 4.66. Firmaların ithalata yönelme nedenlerinin önem derecelerine göre dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
a) Yerli üretimin yetersizliği	20	1	6	5	6	7	45
b) Çeşit farklılığı	20	6	4	5	1	9	45
c) Ar-ge ve ıslah amaçlı ithalat	20	4	5	3	5	8	45
d) Yurtiçi tüketim	20	3	5	10	4	2	45
e) İhracat için sertifikalı tohum üretmek için ebeveyn tohumluk ithalatı	20	5	1	4	9	6	45

Ölçek:0: İthalat yapmayan firmalar 1:Hiç önemli değil 2:Önemli değil.3:Fark etmez 4:Önemli 5: Çok önemli

### f) Firmaların ithalatta kullandığı teslim şekillerine göre dağılımı

İthalat yapan 25 firmanın 14 adedi (%31) ithalata teslim şekli olarak FOB'u tercih ederken 9 adet firma (%20) CIF'yi, 2 adet firma (%4) CF'yi kullanmaktadır (Çizelge 4.67).

Çizelge 4.67. Firmaların ithalatta kullandığı teslim şekillerine göre dağılımı

Teslim Şekilleri	FOB		CIF		CF		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	14	31	9	20	2	4	45	100

### g) Firmaların ithalatta kullandığı taşıma şekillerine göre dağılımı

Firmaların ithalat faaliyetlerinin hangi taşıma şekli ile gerçekleştirdiklerini gösteren dağılımda firmaların 11 adedi ithalatının %50'den fazlasını karayolu ile gerçekleştirirken 8 adet firma ithalatının %50'den fazlasını denizyolu ile yapmaktadır (Çizelge 4.68).

Çizelge 4.68. Firmaların ithalatta kullandığı taşıma şekillerine göre dağılımı

Firmalar	Adet	Oran %
İthalatının %50'den fazlasını denizyolu ile yapanlar	11	25
İthalatının %50'den fazlasını karayolu ile yapanlar	8	18
İthalatının %50'den fazlasını havayolu ile yapanlar	6	13
İthalat yapmayan firmalar	20	44
Toplam	45	100

## h) Firmaların ithalatta kullandığı ödeme şekillerine göre dağılımı

Firmaların ithalat faaliyetlerinde hangi ödeme şeklini kullandıklarını gösteren dağılımda firmaların 12 adedi ithalatının %50'den fazlasında peşin ödeme tercih ederken 7 adet firma ithalatının %50'den fazlasını vesaik mukabili ile yapmaktadır (Çizelge 4.69).

Çizelge 4.69. Firmaların ithalatta kullandığı ödeme şekillerine göre dağılımı

Firmalar	Adet	Oran %
İthalatının %50'den fazlasını peşin yapanlar ile yapanlar	12	27
İthalatının %50'den fazlasını vesaik mukabili ile yapanlar	7	16
İthalatının %50'den fazlasını mal mukabili ile yapanlar	4	9
İthalatının %50'den fazlasını akreditif ile yapanlar	2	4
İthalat yapmayan firmalar	20	44
Toplam	45	100

## i) Firmaların ithalat yaptıkları ülkelerde yeni satıcıları bulma yöntemlerinin dağılımı

Çalışma kapsamında firmaların ithalat yaptıkları ülkelerde müşteri bulma yöntemleri üzerine beş adet yöntem içinde en çok kullandıkları yöntemden en az kullandıkları yönteme doğru sıralama yapmaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları, ithalat yaptıkları ülkede satıcıları en çok katıldıkları fuarlar kanalı ile bulmaktadır (15). Bu yöntemi satıcıdan gelen talep (14), eski satıcılar aracılığı ile (12) ve internet (10) izlemektedir (Çizelge 4.70).

Çizelge 4.70. Firmaların ithalat yaptıkları ülkelerde yeni satıcıları bulma yöntemlerinin dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
Ticaret odası ilanı	20	4	3	3	6	9	45
Fuarlar	20	1	1	3	5	15	45
İnternet	20	0	3	6	6	10	45
Satıcılardan gelen talep	20	1	1	3	6	14	45
Eski satıcılar aracılığı ile	20	2	2	5	4	12	45

Ölçek: 0: İthalat yapmayan firmalar 1:Hiç önemli değil 2:Önemli değil.3:Fark etmez  
4:Önemli 5: Çok önemli

## j) Firmaların ithalat yaptıkları ülkedeki satıcıları ziyaret etme sıklığı

Firmaların 15 adedi (%34) yılda birkaç kez, 8 adedi (%17) ise iki yılda bir ithalat yaptıkları ülkedeki satıcıları ziyaret ettiklerini ifade etmişlerdir (Çizelge 4.71).



Çizelge 4.71. Firmaların ithalat yaptıkları ülkedeki satıcıları ziyaret etme sıklığı

Ziyaret Sıklığı	Adet	Oran %
Yılda birkaç kere	15	34
İki yılda bir	8	17
Nadiren	2	4
İthalat yapamayan firmalar	20	44
Toplam	45	100

#### k) Firmaların ithalat yaptıkları ülkelerde en sık karşılaştıkları sorunlar

Firmalardan ithalat yaptıkları ülkelerde en sık karşılaştıkları sorunları en önemliden en az önemliye doğru sıralamaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk firmaları, en çok tarife dışı engeller (14) ve yüksek gümrük tarifesi (14) konularını sorun olarak görmektedir. Bunları döviz kuru(11) ve ürün standartları; etiket, paketleme koşulları (9) izlemektedir (Çizelge 4.72).

Çizelge 4.72. Firmaların ithalat yaptıkları ülkelerde en sık karşılaştıkları sorunların dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
Yüksek gümrük tarifesi	20	0	1	2	10	12	45
Tarife dışı engeller	20	1	1	3	6	14	45
Döviz kuru	20	1	3	4	6	11	45
Doğal afet, politik riskler	20	1	1	5	10	8	45
Ürün standartları, paketleme koşulları	20	4	3	3	6	9	45

Ölçek: 0: İthalat yapmayan firmalar 1:Hiç önemli değil 2:Önemli değil.3:Fark etmez  
4:Önemli 5: Çok önemli

#### 4.2.10. Firmaların tohum ithalatı politikası hakkındaki düşünceleri

Firmaların tohum ithalat politikası hakkında çeşitli konulara verdikleri önem düzeyini belirlemeye yönelik firmalara onyedici adet soru yöneltilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sebze tohumculuk en çok ithalatta bazı sebze tohumlarına uygulanan yüksek gümrük vergilerini (14) önemsemektedir. Bu seçeneği ithalat aşamasında bazı hastalıklarla ilgili istenen testlerin analiz süresinin uzunluğu (14); ithalat aşamasında hastalıklarla ilgili testler için istenen tohumluk miktarı (13); deneme, demonstrasyon için ithal edilen tohumlardan alınan numune miktarı (13); deneme, demonstrasyon için ithal edilen tohumluk ithalat miktar limitleri (13) izlemektedir. Karantina laboratuvarında yapılan analiz sonuçlarının zamanında çıkıp çıkmaması (12); ebeveyn tohum ithalatında ISTA sertifikası talep edilmesi (11); Tarım İl Müdürlükleri arasında ithalat ön izin başvurularında standart olmayan uygulamalar yaşanması (11) ve kayıtdışı tohum ticareti (11) tohum firmaları tarafından ithalat sürecinde önemli bulunan konular arasında yer almaktadır (Çizelge 4.73).

Çizelge 4.73. Firmaların ithalat politikası hakkındaki düşüncelerinin dağılımı

Konular	0	1	2	3	4	5	Toplam
a) İthalatta bazı sebze tohumlarına uygulanan yüksek gümrük vergileri	20	0	0	0	11	14	45
b) İSTA'nın tohum ticaretini düzenleyen kurallarının bilinme durumu	20	0	0	4	14	7	45
c) İthalat aşamasında bazı hastalıklarla ilgili istenen testler	20	0	0	2	15	8	45
d) İthalat aşamasında hastalıklarla ilgili testler için istenen tohumluk miktarı	20	0	0	0	12	13	45
e) Deneme, demonstrasyon için ithal edilen tohumlardan alınan numune miktarı	20	0	0	0	12	13	45
f) Deneme, demonstrasyon için ithal edilen tohumluk ithalat miktar limitleri	20	0	0	0	12	13	45
g) Karantina laboratuvarında yapılan analiz sonuçlarının zamanında çıkıp çıkmaması	20	0	0	0	13	12	45
h) İthalat aşamasında bazı hastalıklarla ilgili istenen testlerin analiz süresinin uzunluğu	20	0	0	0	11	14	45
i) Karantina laboratuvarında çalışanların bilgi seviyesi ve yetkinlikleri	20	0	0	2	15	8	45
j) Analiz yapan ve hastalık tespit eden laboratuvarların sayısı	20	0	0	3	15	7	45
k) Tohumluk İthalatı Uygulama Genelgesi'nin İngilizcesinin olmaması	20	6	10	3	2	4	45
l) Ülkeler arası hastalık dayanım terminolojisi farklılıkları	20	5	5	6	4	5	45
m) Ebeveyn tohum ithalatında İSTA sertifikası talep edilmesi	20	0	3	3	8	11	45
n) Tohumluk ithalatı ön izin belge bedeli döner sermaye ücretleri	20	0	5	5	6	9	45
o) Gümrük kapılarında inspektörlerin olmamasından sağlık sertifikalarının onayının gecikmesi ve tırların bekletilmesi	20	0	5	4	7	9	45
p) Tarım İl Müdürlükleri arasında ithalat ön izin başvurularında standart olmayan uygulamalar yaşanması	20	0	3	3	8	11	45
r) Kayıtdışı tohum ticareti	20	0	3	4	7	11	45

Ölçek: 0: İthalat yapmayan firmalar 1:Hiç önemli değil 2:Önemli değil.3:Fark etmez 4:Önemli 5: Çok önemli

#### 4.2.11. Antalya ilindeki sebze tohumluk firmalarının SWOT ve SOR analizi yöntemiyle değerlendirilmesi

Gerçekleştirilen anketler sonucunda Antalya ilindeki faaliyet gösteren sebze tohumculuk sektörünün güçlü ve zayıf yönleri ile tehdit ve fırsatlar belirlenmiştir (Çizelge 4.74). Görüşülen 45 firmanın değerlendirmeleri sonucu en güçlü, en zayıf alanlar ile tehdit ve fırsatlar ortaya konmuştur. Buna 15 firma en güçlü yön olarak Antalya'daki küçük ölçekli firmaların köklü gelişmiş ülke firmalarına göre değişen

şartlara daha hızla uyum sağlamasını ifade ederken 18 firma ise en zayıf yön olarak firmaların ar-ge alanına yeterince finansal kaynak ayırmamasını dile getirmişlerdir.

Çizelge 4.74. Antalya İlindeki Sebze Tohumluk Firmalarının SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
<ul style="list-style-type: none"> <li>• G1. Antalya'daki küçük ölçekli firmaların köklü gelişmiş ülke firmalarına göre değişen şartlara daha hızla uyum sağlaması (15 firma)</li> <li>• G2. Antalya'nın elverişli iklimi nedeniyle tarımsal üretimin yıl boyu sürdürülmesi (12 firma)</li> <li>• G3. Antalya'nın tohumluk üretimi ile lider bir il olarak sebzeçilik-seracılık merkezi olması (8 firma)</li> <li>• G4. Tüketici ülkelerin varlığı nedeni ile artan dış ticaret sonucunda sürekli gelişen yurt içi tohumluk pazarı (6 firma)</li> <li>• G5. Deneyimli tohumculuk firmalarının, dünya kuruluşları ve firmalar ile yakın ilişkili dinamik yapısı (4 firma)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Z1. Firmaların ar-ge alanına yeterince finansal kaynak ayırmaması (18 firma)</li> <li>• Z2. Gelişmiş ülke firmalarına göre ar-ge alanında yeterli deneyimin olmaması (15 firma)</li> <li>• Z3. Firmaların sermaye birikiminin yetersiz ve firma ölçeklerinin küçük olması (7 firma)</li> <li>• Z4. Üretimin çok sayıda parçalı arazide gerçekleşmesi (3 firma)</li> <li>• Z5. Özel sektörün kamu ve üniversiteler ile ortak ar-ge projeleri yapma geleneğinin olmaması (2 firma)</li> </ul>
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"> <li>• F1. Sektörün dinamizmi ve tohumculuk alanında artan yatırımlar (18 firma)</li> <li>• F2. Teşvik, hibe, kredi ve diğer desteklerde artışlar (10 firma)</li> <li>• F3. Nüfus artışı ile gıda talebi sonucunda tohum dış ticaretinin daha önemli hale gelmesi (9 firma)</li> <li>• F4. Ulusal ve uluslararası örgütlerle işbirliği olanaklarının artması (5 firma)</li> <li>• F5. Tohumluk politikalarında yapılan düzenlemeler (3 firma)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• T1. Türkiye'de tohum firmalarının çok sayıda olması nedeniyle yoğun rekabet (14 firma)</li> <li>• T2. Yüksek girdi maliyeti (12 firma)</li> <li>• T3. Lojistik maliyetinin yüksekliği (8 firma)</li> <li>• T4. Tohumculuk şirketlerinin sanayi kuruluşu olarak kabul edilmemesi (6 firma)</li> <li>• T5. Tohumculuk sektöründeki yetkili kamu kurumlarının çeşitliliği (5 firma)</li> </ul>

Firmalardan 18 tanesi fırsat olarak sektörün dinamizmi ve tohumculuk alanında artan yatırımları belirtirken 14 firma ise tehdit olarak Türkiye’de tohum firmalarının çok sayıda olması nedeniyle yaşanan yoğun rekabeti ifade etmişlerdir. Yapılan anketler sonucu firmaların işaret ettikleri güçlü, zayıf yönler ile fırsat ve tehditler tabloda gösterilmiştir (Çizelge 4.74).

SWOT Analizi başlıklar itibarıyla belirlendikten sonra burada ortaya çıkan sonuçlara dayanarak stratejiler geliştirilebilir. Stratejiler geliştirilirken aşağıdaki dört temel soruya cevap aranır:

- Güçlü yanlar kullanılarak fırsatlardan nasıl faydalanılabilir?
- Güçlü yanlar kullanılarak tehditler nasıl bertaraf edilebilir?
- Fırsatlardan yararlanmak için zayıflıklar nasıl giderilebilir?
- Tehditleri yok etmek için zayıflıklar nasıl giderilebilir?

En önemsiz 0 ve en önemlisi 3 olacak şekilde ankete katılan firmalardan SWOT Analizi’nde yer alan maddeleri puanlamaları istenmiştir, bunun sonunda SOR Matrisi oluşturulmuştur (Çizelge 4.75).

Çizelge 4.75. Antalya İlindeki Sebze Tohumluk Firmalarının SOR Analizi

Puanlama		Fırsatlar					Tehditler					Toplam
		F1	F2	F3	F4	F5	T1	T2	T3	T4	T5	
<b>Güçlü Yönler</b>	<b>G1</b>	7	<b>14</b>	<b>28</b>	14	12	8	9	1	2	12	112
	<b>G2</b>	10	11	<b>17</b>	11	17	<b>20</b>	7	3	7	3	106
	<b>G3</b>	7	<b>17</b>	16	11	20	8	6	2	5	9	96
	<b>G4</b>	5	<b>15</b>	11	8	16	8	6	7	6	6	82
	<b>G5</b>	21	11	5	9	3	<b>13</b>	13	7	11	11	103
<b>Zayıf Yönler</b>	<b>Z1</b>	8	<b>11</b>	6	19	4	10	11	12	19	6	113
	<b>Z2</b>	7	5	8	7	4	<b>14</b>	10	12	10	20	90
	<b>Z3</b>	7	6	<b>14</b>	7	6	9	8	13	4	15	85
	<b>Z4</b>	19	8	3	6	10	12	19	10	11	13	108
	<b>Z5</b>	13	14	5	17	14	11	13	13	17	13	143
<b>Puanlama</b>		104	<b>112</b>	<b>113</b>	109	106	<b>113</b>	102	80	92	108	1040

Gerçekleştirilen puanlama sonucunda toplamda en yüksek puanı oluşturan iki fırsat olan F2. Teşvik, hibe, kredi ve diğer desteklerde artışlar ile F3. Nüfus artışı ile gıda talebi sonucunda bitkisel üretimin daha önemli hale gelmesi etrafında iki strateji geliştirilmiştir. Bir diğer strateji ise en yüksek puanlı tehdit olan T1. Türkiye’de tohum firmalarının çok sayıda olması nedeniyle yaşanan yoğun rekabet için ortaya konmuştur.

**Stratejik Hedef 1:** Antalya’daki küçük ölçekli firmaların köklü gelişmiş ülke firmalarına göre değişen şartlara daha hızla uyum sağlaması (G1:28) güçlü yönü Antalya’nın elverişli iklimi nedeniyle tarımsal üretimin yıl boyu sürdürülmesi (G2:17) avantajı kullanılarak özel sektörün kamu ve üniversiteler ile ortak ar-ge projeleri gerçekleştirilmesi ile yeni tohum çeşitlerinin geliştirilmesinin sağlanması (Z3:14) nüfus artışı ile gıda talebi sonucunda tohum dış ticaretinin daha önemli hale gelmesi fırsatının (F3:113) değerlendirilmesidir.

**Stratejik Hedef 2:** Antalya’nın tohumluk üretiminde lider bir il olarak sebzeçilik-seracılık merkezi olması (G3:17), tüketici ülkelerin varlığı nedeni ile artan dış ticaret sonucunda sürekli gelişen yurt içi tohumluk pazarı (G4: 15) güçlü yönleri kullanılarak firmaların sermaye birikiminin yetersiz ve firma ölçeklerinin küçük olması sorununun (Z5:14) sektöre verilen teşvik, hibe, kredi ve diğer destek artış fırsatları ile (F2:112) giderilmesidir.

**Stratejik Hedef 3:** Antalya'nın elverişli iklimi nedeniyle tarımsal üretimin yıl boyu sürdürülmesi (G2:20) güçlü yönü ile firmaların dünya kuruluşları ve firmalar ile yakın ilişkili dinamik yapısı (G5:13) kullanılarak gelişmiş ülke firmalarına göre Türkiye'de firmaların ar- ge alanında yeterli deneyimin olmaması ( Z2:14) durumunun Türkiye'de tohum firmalarının çok sayıda olması nedeniyle yoğun rekabetin sektöre etkisinin azaltılmasıdır (T1:113).

## 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

### 5.1. Sonuç

Tohumluk, tarımsal üretimin temel girdilerinin başında gelmekte olup kaliteli tohum kullanımı, verimi ve üretimi artırmasının yanı sıra daha dayanıklı, daha az maliyetli ve rekabet gücü yüksek ürünlerin elde edilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de sebze sektörünün temelini oluşturan tohumculuk sektörü izlenen politikalar ile son 30 yılda önemli ölçüde değişim yaratmış, bir yandan tohumluk üretimi artarken diğer yandan da ithalat ve ihracat faaliyetleri büyük bir gelişim göstermiştir.

Bu araştırmada Antalya ili tohumculuk sektörünün genel durumu, dış ticaretin yapısının ortaya konulması, sektörün güçlü ve zayıf yönlerinin ve mevcut tohumluk dış ticaret politikası araçlarının etkinliğini değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Antalya ilinde faaliyet gösteren ve ankete katılan 45 adet tohumluk firmasının genel özellikleri, ar-ge ve üretim yapıları ile dış ticaret faaliyetlerine ilişkin belirlenen başlıca bulgular aşağıda sıralanmıştır:

#### a) Firmaların genel özelliklerine ait bulgular

- Ankete katılan sebze tohumculuk firmalarının %68,9’nun ortak işletme olduğu belirlenirken, firmaların %71,1’nin 1991 sonrası kurulduğu tespit edilmiştir.
- Görüşülen firmaların %45’nin ithalatçı, %33’nün ihracatçı, %11’nin hem ihracatçı hem ithalatçı, %11’nin ise sadece üretici olduğu belirlenmiştir.
- Firmaların son beş yıllık ciroları göz önüne alındığında firmaların %31,1’nin cirosunun 1.000.000\$’den çok olduğu saptanmıştır.
- Firmaların %44’nün 50 ve üzeri sayıda çalışana sahip olduğu ve en fazla eleman çalıştırılan bölümün üretim bölümü olduğu bulunmuştur.
- Firmaların %49’unun çalışanlarının üniversite ve ön lisans mezunu olduğu hesaplanmıştır.

#### b) Üretimle ilgili bulgular

- Firmaların %44’ünün üretimlerinin %80’den fazlasını kendi arazisinde gerçekleştirdiği ve %56’sının serada üretimi tercih ettiği ortaya çıkmıştır.
- Üretim yapan firmaların %80’i işgücü, enerji gibi girdi fiyat düzeyinin, üretimde en öne çıkan konu olduğunu ifade etmişlerdir.
- Firmaların %55,6’sı 2013 yılında 1 ile 5 arasında çeşidi kayıt ettirip sertifikasyon sürecini tamamladıklarını dile getirmişlerdir.

#### c) İhracat ile ilgili bulgular

- Görüşülen firmaların %29’u domates ve biber tohumu %16’sı ise patlıcan, karpuz, kavun, marul, lahana, ıspanak ve diğer türlerde ihracat yapmaktadır.
- Firmaların %13,3’ünün ihracat tutarının 2013 yılında 500.000\$’den çok olduğu belirlenmiştir.

- Firmaların %24'ü ihrac ettikleri tohumların %50'den fazlasını kendi üretimlerinden karşılarken firmaların %11'i ihrac ettikleri tohumların %50'den fazlasını sözleşmeli üretimden elde etmektedir.
- Firmaların %37'si yurtiçinde veya yurtdışında çok yıllık planlarla ürettikleri tohumları ihrac ettiklerini, % 7'si ise yurtdışından satın alıp kendi markaları altında tohumları ihrac ettiklerini ifade etmişlerdir.
- Firmaların %36'sının ihrac ettikleri tohumların %50'den fazlası sebze tohumu iken firmaların %8'nin ihrac ürünlerinin %50'den fazlasını sebze fidesinden oluşmaktadır.
- Firmaların %33'ünün ihracatta yurtiçi fiyattan düşük fiyat stratejisi, %11'i ise yurtdışı fiyattan yüksek fiyat stratejisi uyguladıklarını ifade etmişlerdir.
- Firmaların %15'i ihracatlarının %20'den fazlasını Avrupa'ya firmaların %7'si ihracatlarının %20'den fazlasını Kuzey Afrika'daki ülkelere yapmaktadır.
- Sebze tohumculuk firmalarının ihracat yapma nedenleri arasında en öne çıkan durum dış pazardan gelen taleptir. Bu nedeni dış pazarın karlılığı ve yerel pazarın doymuş olması izlemektedir.
- Firmaların %38'i ihracatta teslim şekli olarak CIF'i tercih ederken, %6'sı FOB'u kullanmaktadır.
- Firmaların %20'si ihracatının %50'den fazlasını karayolu ile gerçekleştirirken firmaların %13'ü ihracatının %50'den fazlasını denizyolu ile yapmaktadır.
- Firmaların %18'i ihracatının %50'den fazlasında peşin ödeme tercih ederken firmaların %6'sı ihracatının %50'den fazlasını akreditif ile yapmaktadır.
- Firmalar, ihracat yaptıkları ülkede müşterileri en çok müşteriden gelen talep ve katıldıkları fuarlar kanalı ile bulduklarını ve ihracat yaptıkları ülkede tohumlarını en çok acenta/distribütör satın aldığını ifade etmişlerdir.
- Ankete katılan sebze tohumculuk firmalarının, ihracat yaptıkları ülkede en çok izledikleri strateji, marka yaratmaktır. Bu stratejiyi ürünün özelliklerini öne çıkartmak izlemektedir.
- Firmaların %36'sı yılda birkaç kez, %6'ı ise iki yılda bir ihracat yaptıkları ülkedeki müşterilerini ziyaret ettiklerini ifade etmişlerdir.
- Firmaların %20'si ihracatta iletişimin %50'den fazlasını mail ile yaparken firmaların %14'ü iletişimin %50'den fazlasını telefon ile gerçekleştirmektedir.
- Firmalar, ülkeler arasında en çok ABD'yi kendilerine rakip olarak görmektedir. Bu rakip ülkeyi Hollanda, İtalya ve Fransa izlemektedir.
- Firmalar, ihracatta en çok coğrafi yakınlığı rakip ülkelere göre üstün yön olarak görmektedir. Bu üstünlüğü fiyat uygunluğu, kaliteli çeşitler izlemektedir.
- Firmalar, ihracatta en çok yüksek maliyetleri zayıf yön olarak görmektedir. Bunu yetersiz ıslah ve tanıtım eksikliği izlemektedir.
- Firmalar, ihracatta en çok tarife dışı engeller konusunu sorun olarak görmektedir, bu sorunu döviz kuru izlemektedir.
- Firmalar, ihracatta en çok fuarlara katılım yolu ile ürünlerini tanıtmaktadır. Bu tanıtımı, şirket web siteleri ve sektörel özel web sayfalarında yer alma izlemektedir.
- Tohum ihrac eden firmalar, ihracat aşamasında hastalıklarla ilgili testler için istenen tohumluk miktarının fazlalığını sorun olarak ifade etmektedir. Firmalara göre bu sorunu karantina laboratuvarında yapılan analiz sonuçlarının zamanında çıkıp çıkmaması, OECD ve ISTA sertifikasyon süresi, ihracat aşamasında bazı



hastalıklarla ilgili istenen testlerin gerekliliği ve kayıtdışı tohum ticareti izlemektedir.

- Firmalar, ihracat fiyatlarının oluşumunda en çok firma maliyetlerini dikkate aldıklarını dile getirmişlerdir. Bu seçeneği ise döviz kuru, ürünün kalitesi ve imajı ile ithalatçının tohuma olan talebi izlemektedir.

#### **d) İthalat ile ilgili bulgular**

- Firmaların 2013 yılında gerçekleştirdikleri tohum ithalat tutarı göz önüne alındığında göre firmaların %22'sinin 51.000-150.000\$ arasında ithalat yaptığı belirlenmiştir.
- Firmaların %52'sinin ithalatının %50'den fazlasını sebze tohumu oluştururken ithalatının %50'den fazlası sebze fidesi olan firma oranı ise %4'tür.
- Firmaların ithalat faaliyetlerinin yoğun olduğu yerlere göre dağılımlarında firmaların %22'si ithalatlarının %20'den fazlasını Avrupa'dan yaparken %16'sı ithalatlarının %20'den fazlasını ABD'den gerçekleştirmektedir.
- Sebze tohumculuk firmalarının ithalat yapma nedenleri arasında öne çıkan konu çeşit farklılığıdır. Bu seçeneği ise ar-ge ve ıslah amaçlı ithalat ve yerli üretimin yetersizliği izlemektedir.
- İthalat yapan firmaların %31'i ithalatta teslim şekli olarak FOB'u tercih ederken %20'si CIF'i, %4'ü ise CF'yi kullanmaktadır.
- Firmaların %25'i ithalatının %50'den fazlasını karayolu ile gerçekleştirirken firmaların %18'i ithalatının %50'den fazlasını denizyolu ile yapmaktadır.
- Firmaların %27'si ithalatının %50'den fazlasında peşin ödeme tercih ederken firmaların %16'sı ithalatının %50'den fazlasını vesaik mukabili ile yapmaktadır.
- Firmalar, ithalat yaptıkları ülkede satıcıları en çok katıldıkları fuarlar kanalı ile bulmaktadır. Bu yöntemi satıcıdan gelen talep, eski satıcılar aracılığı kanalı ile oluşan talep ve internet izlemektedir.
- Firmaların %34'ü yılda birkaç kez, %17'si ise iki yılda bir ithalat yaptıkları ülkedeki satıcıları ziyaret ettiklerini ifade etmişlerdir.
- İthalatta, firmalar en çok tarife dışı engeller ve yüksek gümrük tarifesi konularını sorun olarak görmektedir. Firmalara göre, bu sorunları döviz kuru ve ürün standartları; etiket, paketleme koşulları izlemektedir.
- Firmalar, ithalatta en çok bazı sebze tohumlarına uygulanan yüksek gümrük vergilerini önemli bulduklarını dile getirmişlerdir. Bu seçeneği ithalat aşamasında bazı hastalıklarla ilgili istenen testlerin analiz süresinin uzunluğu; ithalat aşamasında hastalıklarla ilgili testler için istenen tohumluk miktarı; deneme, demonstrasyon için ithal edilen tohumlardan alınan numune miktarı; deneme, demonstrasyon için ithal edilen tohumluk ithalat miktar limitleri izlemektedir. Karantina laboratuvarında yapılan analiz sonuçlarının zamanında çıkıp çıkmaması; ebeveyn tohum ithalatında ISTA sertifikası talep edilmesi; Tarım İl Müdürlükleri arasında ithalat ön izin başvurularında standart olmayan uygulamalar yaşanması ve kayıtdışı tohum ticareti izlemektedir.

Bu çalışma ile tohumculuk sektörüne ilişkin belirlenen başlıca sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

- Gelişmiş ülkelerin 150 yıllık bir tohumculuk deneyimi olmasına karşın Türkiye’de sektörün 30 yıllık bir geçmişse sahip olması
- Tohumculuk firmalarının sermaye birikiminin yetersiz olması
- Girdi maliyetlerinin artış eğiliminde olması ve dışa bağımlı olunması
- Firmaların küçük ölçekli bir yapıda olması bu nedenle ar-ge programlarına yeterli finansal kaynak ayrılmaması
- Tarımsal üretimde ülkesel planlama eksikliğinin olması
- Üretici organizasyonlarının etkin ve güçlü olmaması
- Özel sektörün kamu ve üniversiteler ile ortak ar-ge projeleri yapma geleneğinin olmaması
- Tarım ürünlerinde piyasa düzenleme yetersizliği
- Tohum sektörünü ilgilendiren konularda yetki dağılımı

## 5.2. Öneriler

Türkiye’de üretim, ıslah ve pazarlama anlamında bir bütün olarak tohumculuğun ilerlemesi için sektörde faaliyet gösteren tüm aktörlerin memnun edilmesi gerekmektedir. Sektörün kısa vadeli hedefler, küçük ölçekli işletmeler ve al-sat mantığından kurtularak güçlü ve sağlıklı bir yapıya kavuşması için teknoloji, ar-ge, sürdürülebilir üretim ve rekabet gücü ekseninde hareket etmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, tohumculuk konusunda bütün bu değerlendirmeler ışığında ortaya konulan sorunların çözümlenebilmesi için aşağıdaki öneriler getirilmiştir:

- Türkiye, tohumculuğu piyasa koşullarına göre yönlendirmek ve verimliliğini artırabilmek adına dünya tohumculuğundaki teknolojik ve ekonomik gelişmeleri yakından izlemeli ve buna uygun stratejiler geliştirmelidir.
- Kısa ve orta vadede izlenecek politikalarla tohumculuğun teşvik edilmesi, sübvansiyonların verilmesi için tüm kolaylıklar sağlanmalıdır.
- Tarla bitkilerinde olduğu gibi sebze tohum üretimi devlet tarafından belirli oranlarda destek kapsamına alınmalıdır.
- Kamu sektörü ve özel sektörün mevcut ar-ge kaynakları, sektörün talepleri doğrultusunda etkin bir biçimde kullanılmalıdır.
- Sağlanan ar-ge destekleri hibe oranları ve proje destek miktarları yükseltilmeli, proje başvuruları kolaylaştırılmalı, proje süreleri uzatılmalı ve proje kapsamında yapılan harcamalar vergiden muaf tutulmalıdır.
- Pazarın talep ettiği yerli çeşitler geliştirilip bu çeşitleri fuarlar ile uluslararası pazarlarda tanıtmaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- Hedef pazarların belirlenmesi ve bu pazarlara yönelik gerekli pazar araştırmalarının önceden ve titizlikle yapılması gerekmektedir.
- 5553 sayılı kanunda, tüm genelge ve yönergelerde yorumları ortadan kaldıracak şekilde netlik ve açıklık ile Bakanlığın tüm birimleri arasında uygulamada yeknesaklık sağlanmalı, anlayış farklılıkları ortadan kaldırılmalıdır.
- Maliyetleri artıran ithalat ve ihracatta gümrük vergileri azaltılmalı, dış ticarete süreci uzatan ISTA sistemi yerine AB ülkelerinde olduğu gibi Türkiye’de de NAL sistemine geçiş yapılmalıdır.

- Sebze tohumu ihracatında ve ithalatında ihracatında gecikmelere neden olan resmi işlem aşamalarının ve sürelerinin azaltılması için gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.
- İhracat yapılan farklı ülkelerin tohumlukta aradığı özellikleri temin konusunda Bakanlığın ilgili birimleri ihracat yapan kişi veya kuruluşa her türlü teknik desteği sağlamalıdır.
- Bakanlık, üniversiteler ve özel sektör işbirliği ile biyoteknoloji ve hastalık teşhisine yönelik patoloji laboratuvarları kurulmalıdır.
- Sektörün ihtiyaç duyduğu eğitilmiş insan kaynağının yaratılmasına yönelik ziraat mühendisi yetiştirmek üzere üniversitelerde tohumculuk bölümleri açılmalıdır.
- Avrupa Birliği ile tohumculuk konusunda kısa, orta ve uzun vadede uyum sağlanmalı, sektörün uluslararası kuruluşlar ile ilişkilerinde ve tohumculuk sistemlerdeki üyeliğinde daha aktif oyuncu olması sağlanmalıdır.
- Tohum ticaretinde etkili bir kontrol ve denetim sistemi oluşturularak kayıt dışı kaçak tohum satışına neden olan kişi ve kuruluşlarla mücadele edecek sistem hayata geçirilmelidir.

Sonuç olarak dünyada tohumculuk sektörünün giderek artan stratejik önemi çerçevesinde sektörün güçlü ve avantajlı yönleri kullanılarak zayıf yönler giderilmeli, Türkiye’de uluslararası rekabete açık, yasal düzenlemeler ile yeterli ve güçlü bir yapının mevcut olduğu, çeşitli ıslah alt yapılarının ve tohum üretim sistemlerinin modernize edildiği tohumculuk sektörünün desteklenmesi gerekmektedir.

## 6. KAYNAKLAR

- ABAY, C. F. 1991. Türk Tarımında Uygulanan Tohumculuk Politikası ve Sonuçlarının Manisa Yöresi Üreticileri Yönünden Değerlendirilmesi. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- ACAR, Ş. 2008. Avrupa Birliği ve Türkiye’de Tohumculuk Sektörünün Yapılanması. AB Uzmanlık Tezi. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- AÇIKGÖZ, N. 2005. Hızla Değişen Gıda Tüketimi Karşısında Yeni Tohumculuk Stratejilerimiz Ne Olmalı? Türkiye II. Tohumculuk Kongresi, Bildiriler ve Posterler Kitabı, s 22-30, Adana.
- AÇIKGÖZ, N. 2013. Dünyada Bazı “İslahçı Hakları” (Royalite) Davaları file online. <http://nacikgoz.wordpress.com/2013/03/25/tohumculukta-islahci-haklari/> [Son erişim tarihi: 30.08.2014]
- AKTAN, C. 1999. 2000’li Yıllarda Yeni Yönetim Teknikleri (2) Stratejik Yönetim. TÜGİAD Yayını, İstanbul.
- ALMEKINDERS, C. 2000. The importance of informal seed sector and its relation with the legislative framework. GTZ-Eschborn, The Pennsylvania State University, USA.
- ANONİM, 2014a. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü, Ankara.
- ANONİM, 2014b. Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği online (www.turkted.org.tr) [Son erişim tarihi: 15.07.2014]
- ANONİM, 2014c. www.tsuab.org.tr [Son erişim tarihi: 11.06.2014]
- ANONİM, 2014d. www.tigem.gov.tr [Son erişim tarihi: 14.05.2014]
- ANONİM, 2013a. Tarımsal İşletmeleri Genel Müdürlüğü. Tohumculuk Sektör Raporu, Ankara.
- ANONİM, 2013b. Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü Strateji Geliştirme Başkanlığı. Tarımsal Yatırımcı Danışma Ofisi. Antalya İli Tarımsal Yatırım Rehberi.
- ANONİM, 2012a. Antalya Valiliği İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü. Antalya İli Tarım Stratejik Planı 2012-2016, s 47-68.
- ANONİM, 2012b. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü. Bitki İslahçı Hakları Raporu, Ankara.

- ANONİM, 2009. Türkiye Tohum Sektörü Raporu, Antalya.
- ANONİM, 2001. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Bitkisel Üretim ÖİK Tohumculuk Alt Komisyon Raporu, Ankara.
- AYGÖREN, E. 2011. Türkiye’de Tohumculuk Sektörü. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü. Tepge Bakış Dergisi, 10: ISSN: 1303–8346.
- AYGÜN, İ.Ö. 2012. Türkiye Tohumculuk Sanayisinin Gelişimi ve Hedefleri. (<http://www.usf.org.tr/TR/dosya/1-312/h/ilhamiozcanaygun.pdf>). [Son erişim tarihi: 18.11.2012]
- BALKAYA, A.2012. Türkiye Sebze Tohumculuk Sektörünün Güçlü ve Zayıf Yönleri ile Gelecekte Yapılması Gerekenler. Türktob Dergisi, 3: 6-10.
- BURER, S., JONES, C.P., LOWE, J.T.2006. Coordinating the supply chain in the agricultural seed industry. European Journal of Operational Research, Iowa City.
- CROMWELL, E., HANSEN,E., TURNER, M. 1992. The Seed Sector in Developing Countries: A Framework For Performance Analysis. Overseas Development Institute, ISBN 0 85003 183 4, 53-71.
- CSÖRGÖ, S. 2011. European Seed Association and Current Topics in the European Seed Sector. ESA European Seed Association, Belgium.
- ÇELİK, N. 2000. Tarımda Girdi Kullanımı ve Verimliliğe Etkileri. Uzmanlık Tezi. Devlet Planlama Teşkilatı İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Tarım Dairesi, Ankara.
- ÇOBAN, B ve KARAKAYA E. Y.2010. Geleceği Planlamada Stratejik Yönetim ve Swot Analizi: Kavramsal Yaklaşımlar. E-Journal of New World Sciences Academy, Volume: 5, Number: 4 Article Number:3C0052 ISSN:1306-3111.
- DELLAL, İ ve GİRAY, F. H. 2002. Tohumculuk. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü. Bakış Dergisi.1:1, ISSN 1303-8346, Türkiye.
- EKONOMİ BAKANLIĞI. 2013. Tohumculuk Sektör Raporu, Türkiye.
- GERAY, U. 2007. Tohumculuk Kanunu’nun Olası Sonuçları. Orman Mühendisliği Dergisi, Yıl:44, 1-2-3: 19-21.
- GUJARATI, D.N.1995. Basic Econometrics, Mc Graw-Hill Inc, USA.
- FAO. 2014. [www.fao.org](http://www.fao.org) [Son erişim tarihi: 05.02.2014]
- FULTON, M. ve GIANNAKAS, K.2001. Agricultural Biotechnology and Industry Structure. AgBioForum, Vol 4, No 2, Article 8, 137-15.

- HOWARD, H.P.2009. Visualizing Consolidation in the Global Seed Industry: 1996–2008. Sustainability, ISSN 2071-1050, USA.
- ISF. 2014. <http://www.worldseed.org/isf/home.html> [Son erişim tarihi: 05.05.2014]
- ISTA. 2014. <http://www.seedtest.org/en/home.html> [Son erişim tarihi: 05.06.2014]
- JORGE, F.C. 2004. The Seed Industry In U.S. Agriculture: An Exploration of Data and Information On Crop Seed Markets, Regulation, Industry Structure and Research and Development, Agriculture Information Bulletin Number 786.
- KEATUNGE, J.D.H, HUGHES, J, TENKOUANO, A. Abdou, HAMILTON, K. EASDOWN, W.J.MONGİ, H.O. 2009. Vegetables and Small Private-Sector Interests. Conference conducted by the Crawford Fund for International Agricultural Research, Parliament House, October 27-28, 2009, Canberra, Australia.
- KESBİÇ C. Y, ÜRÜT S. 2004. Rekabet Gücü ve Global Rekabette Türkiye'nin Yeri. Finans Politik&Ekonomik Yorumlar Dergisi, 483: 56-59.
- KIZILASLAN, H. 1996. Türkiye'de Uygulanan Bitkisel Tohumluk Politikasının Tokat İli Üreticileri Üzerindeki Etkileri. Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.
- KUTAY, A. 1997. The Private Seed Sector in Turkey. Alternative Strategies For Smallholder Seed Supply: Proceedings of an International Conference on Options for Strengthening National and Regional Seed Systems in Africa and West Asia, 10-14 Mar 1997, pp. 49-53, Harare, Zimbabwe.
- KÜÇÜKYILMAZLAR, A. 2004. Tohumculuk. İstanbul Ticaret Odası Sektör Araştırması, İstanbul.
- LE BUANCE, B.1996. Globalization of the Seed Industry: Current Situation and Evolution. Seed Science and Technology, ISSN 0251-0952, 24 (2): 409-417.
- MORRIS, M.L. 1998. The Development of Seed Industry Under Globalization. CIMMYT. Meksika.
- MUMBY, G. 1994. Seed Marketing. FAO, ISBN 92-5-103598-9.
- NAGARAJ, N., CHANDRAKANTH S M.G., GANESH S., PRATHIMA R.H. 2006. Economic Impacts of Globalization on Indian Seed Sector and Food Security. Journal of Global Economy, 2(2).
- ÖZALP, R. ÇELİK, İ. YILMAZ, M. TEPE, A. 2011. Sebze Tohumculuğunda Son Yıllarda Görülen Değişimler. Türkiye IV. Tohumculuk Kongresi, ss. 212-221, Samsun.

- ÖZALP, R. 2005. Ülkemizde Sebze Tohumculuğunun Genel Değerlendirmesi. Türkiye II. Tohumculuk Kongresi, Bildiriler ve Posterler Kitabı, ss. 36-43, Adana.
- ÖZDAMAR, K. 1999. Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi 2 (Çok Değişkenli Analizler). Kaan Kitabevi Yayınları, Eskisehir, 502s.
- PINDYCK, R., RUBINFELD, D., 1991. Econometric Models and Economic Forecasts, Mc Graw-Hill, Inc, New York, USA.
- PREMJIT, S.2008. Marketing of Seeds. Global Media, p 283, Delhi.
- ROSENBERG, L. 2011. Situation In The Czech Seed Sector In The Relation To The Changes After The Accession To The European Union. Seed Science Journal, 28 (3-4).
- RAJASEKARAN, N. 2009. "Non-Governmental Development Organizations in India: A SWOT Analysis", The Icfai University Journal of Managerial Economics, 7(2:50-69).
- SAHİNÖZ, A. 1993. Ortak Tarım ve Dış Ticaret Politikası, Ankara Üniversitesi, AT Araştırma ve Uygulama Merkezi, Yayın No:12, Ankara.
- SARIGEDİK, U. 2005. Turkey Planting Seeds Annual. USDA Foreign Agricultural Service, Gain Report, TU5045, Ankara.
- SAYIN, C. MENCET, N. TAŞCIOĞLU, Y. 2010. Bölgesel Kalkınmada Etkisi Olan Unsurların Katılımcı GZFT Analizi ile Belirlenmesi: Antalya ili Döşemealtı İlçesi Örneği. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 23(31-39).
- ŞENTÜRK, T. 2013. Türkiye’de Tohum Sektörünün Sorunları ve Çözüm Önerileri. Tarım Türk Dergisi, 44(4-12)
- TATLIDİL, H. 1996. Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz. Akademi Matbaası, 424s.
- THEN, C ve TIPPE, R. 2009. The Future of Seeds and Food Under The Growing Threat Of Patents And Market Concentration. MISEREOR,7-11p.
- TRIPP, R. 2001. Seed Provision & Agricultural Development: The Institutions of Rural Change, 0-85255-420-6:182.
- TURI, J. 2001. Role of Private Companies In The Seed Production And Distribution Systems In CEEC, CIS and Other Countries In Transition: Hungarian Experience. FAO Seed and Plant Genetic Resources Service, p 239.
- TURNER, M. 2001. The Role of National Seed Policies In Re-Structuring The Seed Sector In CEEC, CIS And Other Countries In Transition, FAO Seed And Plant Genetic Resources Service, p 227.

- TÜRKİYE ZİRAAT ODALARI BİRLİĞİ. 2013.Tohumluk İhracatı ve İthalatı. Çiftçi ve Köy Dünyası Dergisi, 5: (50-51).
- UPOV, 2014. <http://www.upov.int/portal/index.html.en> [Son erişim tarihi: 16.07.2014]
- ÜSTÜN, A. 2013. Ülkemizdeki Yerli ve Yabancı Sermayeli Tohumculuk Şirketlerinin Çeşitli Yönlerden Kıyaslanması. Türktob Dergisi, 5:32-34.
- YILMAZ, K. 2013. Tohumculukta Sınai Mülkiyet Hakları ve Tohum Ticaretine Etkileri. II. Uluslararası Tohumculuk Çalıştayı, Antalya.
- YILMAZ, K. 2013. Türkiye Tohum Endüstrisi Darboğazlar ve Fırsatlar. Türktob Dergisi, 1:28-32.



## ÖZGEÇMİŞ

Oya SAV, 1981 yılında Bursa'da doğdu. İlk, orta, lise öğrenimini Bursa'da tamamladı. 1999 yılında girdiği Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi İngilizce İktisat Bölümü'nden 2003 yılında mezun oldu. Tekstil ürünleri ithalatı yapan Interland firmasının dış ticaret bölümünde 2003-2005 yılları arasında çalıştı. Sebze, tarla, endüstri ve yem bitkileri tohumlarının araştırılması, üretimi, yurtiçi ve yurtdışı pazarlaması konularında faaliyet gösteren MayAgro Tohumculuk A.Ş firmasında 2005-2011 yılları arasında Dış Ticaret Sorumlusu olarak görev yaptı. Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü'nde ve Uzaktan Eğitim Merkezi'nde 2011-2013 Eylül arasında memur olarak çalıştı. 2013 Eylül ayında Araştırma Görevlisi olarak atandığı Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü'nde çalışmaya devam etmektedir.