

ULUSLARARASI TİCARET VE GIDA GÜVENLİĞİ AÇISINDAN TÜRKİYE'DE YERFISTIĞI SEKTÖRÜNÜN İNCELENMESİ

Oğuz PARLAKAY¹ Tuna ALEMDAR²

Özet

Bu çalışmada Türkiye'de yerfıstığı sektöründe; üretim, pazarlama, dış ticaret, gıda güvenliği ve karşılaşılan sorunlar incelenmiştir. Dünyanın birçok ülkesinde yerfıstığı yağ üretimi amacıyla yetiştirilirken, Türkiye'de yetiştirilen yerfıstığı çerez olarak tüketilmektedir. Mevcut durumda Türkiye'nin dünya yerfıstığı üretim, dış ticaret, özellikle de ihracatındaki payı oldukça düşüktür.

Dünyanın önde gelen çerezlerinden biri olma potansiyeli, hızlı kentleşme ve artan gelirler nedeniyle yerfıstığı parlak bir geleceği olan bir üründür. Türkiye bu durumdan yararlanabilir. Ancak, işlenmiş ürünlerin ulusal ekonomiye daha büyük bir katkı yapması beklenmektedir. Türkiye gıda kalite standartlarını başlıca ithalatçı ülkelerin standartlarıyla uyumlu hale getirmelidir.

Anahtar Kelimeler: Yerfıstığı, Sektör Analizi, Gıda Güvenliği, Pazarlama Kanalları

ANALYSIS OF GROUNDNUT SECTOR WITH RESPECT TO FOOD SAFETY AND INTERNATIONAL TRADE

Abstract

This study analyzes production, marketing, international trade, food safety and related problems in Turkish groundnut sector. While groundnut is produced mainly for oil extraction in many countries in the world, it is typically consumed as snack food in Turkey. Share of Turkey in world production, international trade, particularly in exports of groundnuts is very low at present.

Groundnut is a crop having a bright future as a result of its potential of becoming the most popular snack, rapid urbanization and rising incomes. Turkey can benefit from this situation. However, it is expected that

¹ Arş.Gör. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, oparlakay@cu.edu.tr

² Yrd.Doç.Dr. Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, talemdar@cu.edu.tr

processed products will have a greater contribution to national economy. Turkish food quality standards should be harmonized with those of major importer countries, particularly EU.

Keywords: Groundnuts, Sector analysis, Food safety, marketing channels.

1. Giriş

Türkiye'nin Güney ve Güney-batı kıyı bölgelerinde ticari anlamda tarımı yapılmakta olan yerfıstığı, gerek verim potansiyeli gerekse pazarlama kolaylıkları nedeniyle bölge için en avantajlı alternatif bitkilerden birisidir. Yağ, protein, karbonhidratlar, vitaminler ve madensel maddeler açısından oldukça zengin bir bileşime sahip olan yerfıstığı tohumları, çerez olarak tüketildiği gibi fıstık ezmesi, yağ ve sabun elde edilmesinde, pastacılık sanayinde kullanılmakta; baklagil olması nedeniyle de yüksek protein içeren sapsarı kıymetli bir hayvan yemi olarak değerlendirilmektedir. Yerfıstığı bitkisinin çok yönlü değerlendirilebilme özelliği, ürün satış fiyatlarına da yansımakta ve yetiştirildiği yörelerde alternatif tarla bitkilerine göre daha yüksek fiyatlarla alıcı bulmaktadır (Arioğlu ve ark. 2000). AB pazarında çevresel, sosyal, insan sağlığı ve gıda güvenliği ile ilgili konular gittikçe daha fazla önem kazanmakta ve ticaretin gündemine oturmaktadır. Dolayısıyla çevreye duyarlı sosyal konularda hassasiyet gösteren, sağlıklı ve güvenli gıdalar ürettiğini belgeleyen firmalar tüketiciler tarafından tercih edilmektedir (İGEME 2008).

Yerfıstığı gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde, ihracat için üretilen parlak bir geleceğe sahip geleneksel ürünlerden biridir. Gelecekte; çay, kahve gibi küresel Pazar ürünlerinin gelişiminin yavaş olacağı, yerfıstığının hızla dünyanın önde gelen çerezi haline geleceği tahmin edilmektedir. Doğu Avrupa gibi geçiş aşamasındaki ekonomilerde yerfıstığına talep hızla artmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin çoğu bu pazarları hedefleyerek ihracatını tesis etmeye çalışmaktadır. Fakat gelişen dünyada orta sınıf tüketici sayısının artmasıyla büyük bir Pazar oluşması ve bu Pazarın uzun vadede büyümesinin hızla devam etmesi beklenmektedir (Schilling ve Gibbons 2002).

Yerfıstığı üretimi için gerekli potansiyele sahip olan Türkiye, üretim ve dış ticarete olması gereken yerde değildir. Yani başında sınırlı üretim miktarı ile artan iç talebi karşılamaya çalışan AB gibi bir pazar bulunmaktadır. Bu pazarın değerlendirilmesi ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayacaktır. Aynı zamanda gıda güvenliğine yönelik denetimleri ile gerekli standartları yükselterek, insan sağlığı da korunmuş olunacaktır.

Böylece ülke sosyal, çevresel ve ekonomik açıdan hak ettiği yeri alacaktır. Dünyada küreselleşme ile birlikte dış pazar ihtiyaçlarına göre üretimin önemi artmıştır. Gelişmiş ülkelerde, gıdaların standartlara uygunluğu ve sağlık riskleri dikkate alınmaktadır. Bu sebeple üretici ülkeler pazarda yer bulabilmek ve rekabet gücünü artırabilmek için standartlar ölçüsünde üretim yapmalıdır. Dünyanın birçok ülkesinde önemli miktarda yerfıstığı üretimi yapılmaktadır. Toplam üretim içinde Türkiye'nin payı çok düşüktür. Türkiye çok çeşitli yağ bitkisinin yetiştirilmesine elverişli ekolojije sahip olduğu halde bitkisel yağ açığı devam etmekte ve yağ ihtiyacı her yıl giderek artan miktarda, milyonlarca dolar döviz ödenerek, ithalatla karşılanmaktadır. Türkiye'de yerfıstığı sektöründeki mevcut durumun belirlenmesi amaçlanan bu çalışma ile yerfıstığı sektörünün gelişimi, ülkedeki önemli üretim merkezleri ve payları, ürünün kullanım alanları, iç ve dış pazar yapısı, önemli pazarlama kanalları ile üretim ve pazarlamada karşılaşılan sorunlar ve güçlükler belirlenerek yerfıstığının ülke ekonomisine katkıları ortaya konulmuştur. Ayrıca gıda güvenliği bakımından ülkedeki uygulamalar ele alınıp, gerekli standartların uygulaması incelenmiştir.

2. Materyal ve Yöntem

Bu çalışmanın materyalini FAO, TÜİK ve İGEME gibi ulusal ve uluslararası ilgili kurum ve kuruluşlardan elde edilen ikincil veriler ile konu ile daha önce hazırlanmış tez, makale, rapor gibi çalışmalardan derlenerek işlenmiş veriler oluşturmaktadır. Çalışmada yüzde hesaplamalar ve indekslerden faydalanılmıştır.

3. Araştırma Bulguları

3.1. Yerfıstığı Sektöründe Genel Durum

Türkiye'de Yerfıstığı ekim alanı 1980 yılından bu yana artış göstermiştir. 1980 yılında 19.000 ha iken yaklaşık %58 oranında artarak 2006 yılında 30.000 hektar alanda üretim gerçekleşmiştir. İncelenen dönemde ekim alanı yarıdan fazla artmış olsa da dünya ekim alanı içerisinde önemsenmeyecek kadar az yer tutmaktadır (Çizelge 1).

Çizelge 1. Dünya'da ve Türkiye'de Yerfıstığı Ekim Alanlarındaki Gelişim (1000 ha)

Ülkeler	1980	1981 1985	1986 1990	1991 1995	1996 2000	2001 2005	2006	İndeks
Çin	2.390	2.614	3.067	3.401	4.131	4.899	4.722	197,6
Hindistan	6.801	7.295	7.875	8.106	7.102	6.308	5.800	85,3
Endonezya	506	499	606	671	655	686	707	139,5
Nijerya	563	598	721	1.326	2.197	1.976	2.224	395,0
Senegal	1.075	950	851	860	855	756	594	55,3
Sudan	894	713	535	705	1.368	1.193	935	104,6
Türkiye	19	23	24	29	31	28	30	157,9
ABD	566	578	661	689	569	570	499	88,1
AB 27	12	11	13	14	12	11	11	91,7
Dünya	18.365	18.600	19.743	21.312	22.854	23.158	22.232	121,1

Kaynak: www.fao.org İndeks: 1980=100

1980-2004 yılları arası Türkiye'de yerfıstığı üretim miktarı, artış eğilimi göstermiştir. Ancak ekim alanında olduğu gibi üretim miktarın da da Türkiye'nin aldığı pay çok azdır. 1980 yılında 41.000 ton olan üretim miktarı, yaklaşık 1 kat daha artarak 2004 yılında 80.000 ton olarak gerçekleşmiştir. İncelenen yıllarda (1980-2004) dünya yerfıstığı üretiminde de önemli artışlar olmuştur. Nitekim 1980 yılında 16,9 milyon ton olan dünya yerfıstığı üretimi 1,2 kat artarak 2004 yılında yaklaşık 36,3 milyon ton'a yükselmiştir. 2004 yılı değerleriyle dünya yerfıstığı üretimi içerisinde ilk sırayı %39,7 ile Çin alırken onu sırasıyla, Hindistan (%18,6), Nijerya (%8,9), ABD (%5,4) ve Endonezya (%4,0) izlemektedir. Çin ve Hindistan dünya üretiminin yarısından fazlasını karşılamaktadır. Türkiye'nin (%0,22) dünya üretimine katkısı çok düşüktür.

Çizelge 2. Dünya'da Yerfıstığı Üretim Miktarındaki Gelişim (1000 ton)

Ülkeler	1980	1981 1985	1986- 1990	1991- 1995	1996 2000	2001- 2003	2004	İndeks
Çin	3.686	4.715	5.976	8.202	11.828	14.289	14.413	391
Hindistan	5.005	6.230	7.400	7.826	7.347	6.483	6.774	135
Endonezya	837	856	1.066	1.145	1.235	1.294	1.469	176
Nijerya	471	549	956	1.403	2.628	2.858	3.250	690
Senegal	523	706	815	680	769	530	603	115
Sudan	712	452	348	488	938	1016	790	111
Türkiye	41	53	61	67	81	82	80	195
ABD	1.045	1.746	1.713	1.843	1.656	1.775	1.945	186
AB 27	25	23	23	19	14	10	10	42
Dünya	16.921	19.768	23.072	26.481	32.429	35.103	36.337	215

Kaynak: www.fao.org

İndeks: 1980=100

Türkiye’de yerfıstığı tarımı Akdeniz ve Ege bölgesinde yapılmaktadır. Toplam ekim alanının %89’u bu bölgede işlenip, toplam üretim miktarının yine %89’u bu bölgedeki üretimden elde edilmektedir. Osmaniye ve Adana illeri birlikte, toplam ekim alanının yaklaşık %68’ine sahip iken, toplam üretim miktarının yaklaşık %76’sı bu illerde gerçekleşmiştir (Çizelge 3).

Çizelge 3. Türkiye’de Yerfıstığı Ekim Alanı, Üretim Miktarı ve Verimin Illere Göre Dağılımı

İller	Ekim Alanı (ha)	%	Verim (kg/ha)	Üretim Miktarı (ton)	%
Osmaniye	10.108	38,9	3.272	33.073	41,3
Adana	7.452	28,7	3.679	27.415	34,3
Mersin	3.821	14,7	1.822	6.963	8,7
Aydın	1.735	6,7	3.137	5.442	6,8
Antalya	1.153	4,4	2.626	3.028	3,8
Muğla	1.096	4,2	2.854	3.128	3,9
K.Maraş	342	1,3	520	178	0,2
Hatay	133	0,5	2.609	347	0,4
Diğer*	160	0,6		426	0,5
Türkiye	26.000	100,0		80.000	100,0

Kaynak: TÜİK, 2004 *Balıkesir, Çanakkale, Manisa, Karaman, Isparta, Burdur, Erzurum, Ş Urfa

Kültürü yapılan yerfıstığı çeşitleri, Pazar tiplerine göre Valencia, Spanish, Virginia ve Runner olmak üzere dört grup altında toplanmaktadır. Ayrıca, içerdikleri yağ oranlarına göre de; yağlık (yağ oranı %45-60) ve çerezlik (yağ oranı %35) olarak da tasnif edilmektedir. Bugün ülkemizde üretimi yapılan çeşitler Virginia grubundan olup, Çom ve NC-7 çeşitleridir. Türkiye’de üreticiler tohumlarını kendi ürünlerinden seçerek ayırdıkları için henüz standartlara uygun yerfıstığı tohumluğu üretilmemektedir (Gül ve ark. 2001). Üretilen yerfıstığı, Dünya’da çerezlik, yağlık ve kahvaltılık olarak tüketilirken, Türkiye’de yalnızca çerezlik olarak tüketilmektedir. Yağ sanayine yönelme; küçük aile işletmeciliğinden büyük ticari işletmeciliğe geçilmesi ve makineli tarıma geçilmesi halinde, üretim giderlerindeki azalma ve verimin artmasına bağlı olarak maliyetin düşmesinden sonra gerçekleşebilecektir (Anonim 2000).

3.2. Dünyada Yerfıstığı Ticaretinin Durumu

Dünya'da yerfıstığı tüketimi önemli ölçüde iç piyasada gerçekleşir, dünya üretiminin sadece %5'i uluslararası pazarda satılmaktadır (Diop ve ark. 2005). Yerfıstığının üç ana ürününün dış ticareti yapılmaktadır. Bunlar iç fıstık, fıstık yağı ve fıstık ezmesidir. 2005 yılında; 1,4 milyon ton ticaret hacmi ile en fazla ticareti yapılan ürün iç fıstıktır. Yerfıstığı yağı ticareti 219.000 ton olarak gerçekleşmiştir. Çin %33'lük payı ile en büyük iç fıstık ihracatçısıdır, onu %11'lik pay ile ABD izlemektedir (FAO 2008). Senegal dünyanın en önemli fıstık yağı üreticisi olup, diğer yağ bitkilerinden üretilen yağlar Pazar payını daraltmaktadır. Avrupa Birliği dünya yerfıstığı pazarının %43'lük payına sahip olmasıyla dünyanın en büyük ithalatçısı durumundadır.

Uluslararası piyasada iç fıstık ve fıstık yağı fiyatlarının oluşmasında Rotterdam önemli rol oynamaktadır. Fıstık yağı piyasasında fiyat oluşumunda Senegal'in etkisi büyüktür (Diop ve ark. 2005).

3.3. Yerfıstığı Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Türkiye 1980'li yıllarda yerfıstığı ihraç eden bir ülke konumunda iken günümüzde ithal eder duruma gelmiştir. 1987 yılında başlayan dışalım 2005 yılına kadar çok küçük değişimler göstermiştir, ancak 2005 yılında önceki yıla göre kabuklu yerfıstığı dışalım miktarı 17 kat, kabuksuz yerfıstığı dışalımını ise 5,6 kat artmıştır. Türkiye'nin dünya ticaretinde özellikle dışarıda payı çok azdır. Türkiye'nin kabuksuz yerfıstığı ihracatı 2005 yılında 80 ton iken, kabuklu yerfıstığı ihracatı 30 tondur. 2005 yılında Türkiye'nin kabuksuz dışarıda Irak %60,2 oranındaki payla ilk sırayı almıştır. Bu ülkeyi sırasıyla K.K.T.C., Almanya, Romanya takip etmiştir. Aynı yıl kabuklu yerfıstığı dışarıda Romanya'ya (%52,9) yapılmıştır. Onu K.K.T.C. (%23,5), Türkmenistan (%17,7), Almanya (%2,9) ve Lübnan (%2,9) takip etmiştir (FAO 2008). Türkiye'de yerfıstığı ithalatı 1987 yılında başlamıştır. 1987-2005 döneminde ithalatta dalgalanmalar olmakla beraber genel olarak bir artış görülmektedir. Özellikle 1993, 1998 ve 2005 yıllarında bir önceki yıla göre büyük artışlar vardır. 2005 yılında kabuksuz fıstık ithalatı 23.860 ton iken, kabuklu fıstık ithalatı 7.010 ton olarak gerçekleşmiştir.

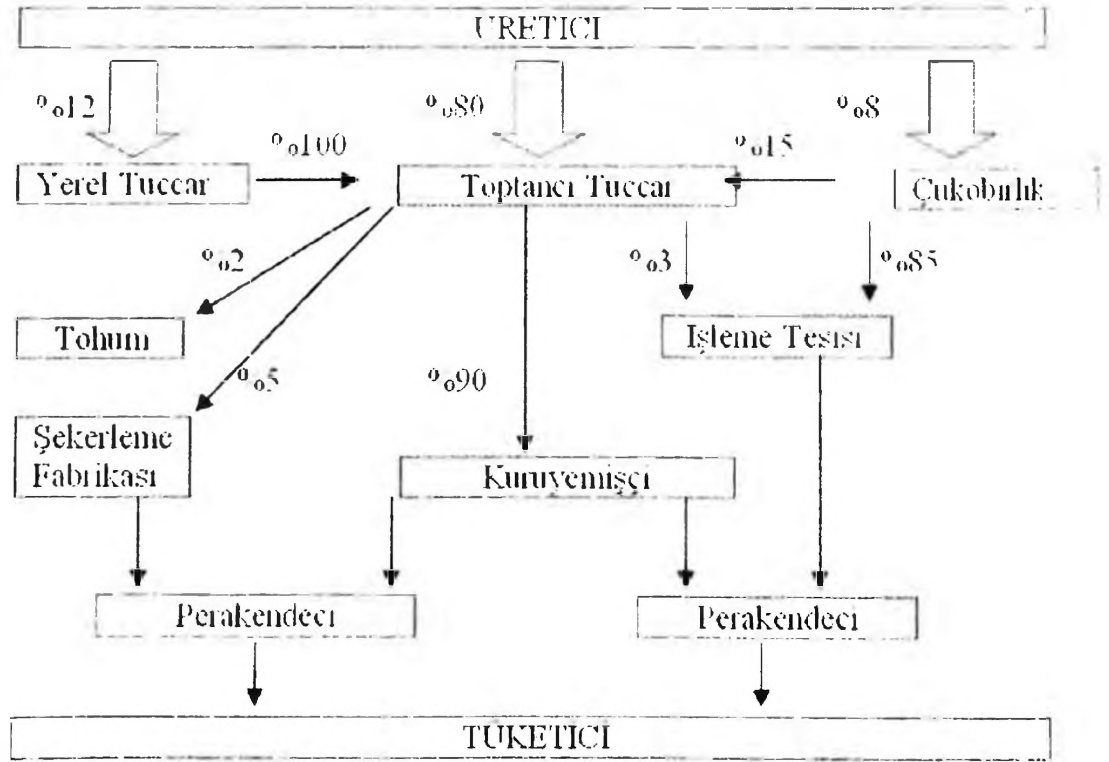
3.4. Maliyet

2006 yılında Tarım Bakanlığının yaptığı bir maliyet hesabında 1 kg yerfıstığının 0,58 YTL'ye mal olduğu belirlenmiştir. Dekara toplam maliyetin 231 YTL olarak gerçekleştiği ve masraflar içerisinde en önemli

payı (%30,3) tarla kirasının aldığı onu hasat-harman (%15,7) ve tohum bedeli (10,8) takip etmiştir (Anonim 2006).

3.5. Yerfıstığı Dağıtım Kanalları

Türkiye’de toplam yer fıstığı üretim miktarının yarısından fazlasının üretildiği üretilen yerfıstığının yaklaşık %90’ı piyasaya sürülmektedir. Türkiye’de üretilen yerfıstığı tüccarlar (yerel ve toptancı) ve kooperatif (Çukobirlik) tarafından alınmaktadır. Üretilen ürünün büyük bir kısmını satın alan tüccarlar kabuklarını kırarak iç fıstık haline getirirler. Yerel tüccarlar fıstığı bir süre depoladıktan sonra uygun fiyat bulunca toptancı tüccarlara satarlar. Toptancı tüccarların satışları çok büyük oranda Türkiye’nin tüm yörelerindeki toptancı ve perakendeci kuruyemişçilere yapılmaktadır. Diğer satış yerleri, çikolata-şekerleme fabrikaları, Osmaniye’de bulunan fıstık işleme tesisidir. Ayrıca küçük bir miktar tohumluk olarak tüketicilere satılmaktadır. Yapılan araştırmada pazarlama kanalları Şekil 1’deki gibi özetlenmiştir (Emeksiz 1993).



Şekil 1. Yer fıstığı Pazarlama Kanalları

Yerfıstığı pazarlamasının çeşitli aşamalarında yer alan araçlar; Tüccarlar, Çukobirlik, fıstık işleme tesisi, çikolata-şekerleme fabrikaları, kuruyemişçiler ve perakendecilerdir.

3.6. Pazarlama Hizmetleri

Yerfıstığı üretildikten sonra depolanması ve pazara sunulması aşamalarında kolaylık sağlaması bakımından; kurutma, kabuktan ayırma ve kavurma-tuzlama gibi pazara hazırlama işlemleri yapılır. Üretilen yerfıstığı kabuklu olarak bez çuvallarda satılır. Tüccar, kabuk ayırma işleminden sonra kabuksuz yerfıstığını çuvallarda tüketim merkezlerine gönderir. Türk Standartları Enstitüsü kabuklu veya kabuksuz fıstıkların bulunduğu çuvallar için bir standart (TS-310) getirmiştir. Buna göre ambalajlar "taşımaya, muhafaza ve pazarlama süresince ürünü iyi bir durumda tutacak, sağlığa ve ürüne zarar vermeyecek nitelikte, temiz, yeni, kuru kokusuz malzemeden yapılmış torba ve çuvallardır" şeklinde belirtilmektedir (TSE 1987). Yerfıstığı yağlı tohumlu bitkiler sınıfında yer aldığı için depolama şartları için alınan önlemlere daha fazla uyulması gerekir. Özellikle aflatoksine maruz kalarak insan sağlığını tehdit edebilir. Yerfıstığının depolanmasında kalite ve miktar kayıplarının en az olacağı depo koşulları TSE'nin yerfıstığı standardında açıklanmıştır. Buna göre, depo; rutubetsiz, havadar ve serin olmalıdır. Çuvallar hava dolaşımını sağlamak için yerden en az 7 cm. yükseklikteki ızgaralar üzerinde, en çok üst üste 8 kat halinde istiflenmelidir. Hava dolaşımını kolaylaştırmak için çuval grupları, depo duvarlarından ve birbirinden en az 60 cm uzaklıkta olmalıdır. Depodaki geçit alanı, döşeme alanının yaklaşık %30'u kadar olmalıdır (TSE 1987). Bu standartlara uyulmadığından ürün kayıpları meydana gelmektedir. Yerfıstıkları kabuklarından ayrıldıktan sonra iriliklerine göre elekten geçirilerek sınıflama yapılmaktadır. TSE'nin yerfıstığı standardında yerfıstıkları yetiştirildikleri ekolojik şartlara göre tiplere (Anamur, Antalya, Osmaniye, Silifke) ve iriliklerine, özelliklerine (rutubet, yabancı madde oranı vb.) ve 100 gramdaki dane sayısına göre sınıflara (Ekstra, 1. sınıf, 2. sınıf, 3. sınıf) ayrılmaktadır.

3.7. Üretim ve Pazarlamada Karşılaşılan Sorunlar

Üretimle ilgili çok fazla sorun bulunmamaktadır. Girdi fiyatlarının yüksek olması, hasatta ürün kaybı ve kurutma problemi gibi sorunlar yaşanmaktadır.

Yerfıstığında ekim, harman ve hasat teknolojilerinin yeterince gelişmemesi üretim maliyetlerinin yüksek olmasına neden olmaktadır. Bundan dolayı çerezlik üretimden yağlık üretime geçiş maliyetli olmaktadır.

Pazarlama konusunda ürün fiyatının düşük olduğu ve işletmelerin borçlu olmasından dolayı ürünü hemen satmak zorunda kalmaları gibi sorunlar mevcuttur. Yerfıstığı zorunlu bir gıda maddesi olmadığından nüfus artışı ile orantılı olarak yurtiçi talep artmamaktadır. Dolayısıyla ürünün üretimini sınırlayan en önemli faktör fiyattır. Fiyatlar yükseldikçe ekim alanları ve üretim artmakta, fiyatlar düşüncü de ekim alanı ve üretim miktarı azalmaktadır. Yerfıstığı fiyatlarının iç piyasada olduğu kadar dış piyasada da üreticileri memnun edecek bir şekilde organize edilmesi gerekmektedir.

Yetiştirilen yerfıstığının taban fiyatı belirlenmemekte ve çiftçi hasat zamanı tek alıcı olan tüccara bağlı olmaktadır. Üretici, tüccarın verdiği fiyatı beğenmemesi durumunda dahi, ya depolama imkânı varsa depolama yapmak durumunda ya da mecburen tüccarın verdiği fiyatı kabul etmektedir. Bu nedenle, üreticilerin zor zamanlarında yanında olması gereken yerfiskobirlikler yeniden çalışmalarına devam etmelidir. Bu birlik çiftçinin ürettiği ürünü değerinde alarak hem yerfıstığı üreticisinin gelişmesine hem de yerfıstığı ticareti yapan işletmelere destek olması bakımından çok yönlü bir katkı sağlayacaktır (Işık 2003).

Aflatoksin sorunu pazarlanmasında önemli kayıplara neden olmaktadır. Aflatoksin özellikle yerfıstığı ve diğer yağlı tohumların uygun olmayan depolama ve taşınma dönemlerinde taneler üzerinde büyüyen *Aspargillus flavus* mantarı tarafından üretilen bir zehirdir. Bu zehirle bulaşık ürünlerin yenmesi durumunda insan ve hayvanlar için tehlikeli olduğu saptanmıştır. Hasadı takiben kurutma tesislerinde kabuklu haldeki yerfıstığı %10 nem içeriğine gelinceye kadar kurutulmalıdır. Hasat edilmiş yerfıstığı ürünü %60 ve daha aşağısındaki nisbi nem düzeylerine ve 150C gibi düşük sıcaklığa sahip depolarda tutulmalıdır. İç yerfıstığında güvenli nem içeriği %7'dir. Tarım Bakanlığı her ay dönüşümlü olarak aflatoksin takibi amacıyla yerfıstığı İşletmelerinden numune alarak analiz yapmaktadır. Aflatoksin için tolerans seviyesi ürünler ve tüketimleri esasından ülkeler arasında değişmektedir. Örneğin, bu seviye ABD'de 20 ppb olurken Avrupa ülkelerinde bu daha düşüktür (Gül ve ark. 2001). AB ülkeleri için B1 değeri 2 ppb, toplam aflatoksin değeri 4 ppb, Türkiye'de ise yurt içi piyasa için B1 değeri 5 toplam aflatoksin değeri 10 ppb'dir (Anonim 2007).

AB Komisyonununun EC 466/2002 sayılı kararnameşi gıdalarda müsaade edilen maksimum kirletici seviyesini belirlemiştir. Sert kabuklu meyvelerde

resmi aflatoksin tayini ve analiz örnekleme metotlarına ilişkin spesifik yasal düzenleme 98/53/EC sayılı direktif çerçevesinde uygulanmaktadır. Türkiye'den fındık, yerfıstığı ve antepfıstığı gibi ürünlerin Avrupa Birliğine yapılacak ihracatlarında aflatoksin riski nedeniyle Sağlık sertifikası ve numune alma ve analiz sonuçları raporunu beraber taşımak zorunluluğu vardır. Bu dokümanlar tamamlanmadığı ve Tarım ve Köyişleri İl Müdürlükleri İlgili Kontrol Şube Müdürünce İmzalanmadığı ve doğrulanmadığı takdirde ihracat geliştirilememektedir.

AB ülkeleri için Aflatoksin B1 değeri 2-4 ppb, toplam Aflatoksin değeri 4 ppb'den aşağı olduğunda evraklar düzenlenerek ihracatına izin verilmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Türkiye'de yerfıstığı çerezlik amaçlı üretilmektedir. Dünyada yerfıstığı üretimi daha çok yağ elde etmek için yapılmaktadır. Bu nedenle, toplam üretimde ve uluslar arası ticarete Türkiye'nin payı düşüktür. Yağlık üretime geçiş için öncelikle küçük aile tipi işletmecilikten; büyük, makineli işletmecilik şekline geçilerek maliyetlerin düşürülmesi gerekir. Düşen maliyetlerle birlikte dış piyasa da rekabet gücü yakalanarak Pazar olanakları değerlendirilebilir.

Kurulacak konu bazlı kuruluşlarla ve üreticilere rehberlik edecek üretici organizasyonlarıyla iç ve dış piyasa takip edilebilir. Piyasanın istediği çeşitlerin tohumlukları üretilip geliştirilerek, yerfıstığında standart oluşturulabilir. Bu şekilde hemen yanı başımızdaki, dünyada üretilen toplam yerfıstığının yaklaşık yarısını ithal eden AB pazarı değerlendirebilir.

Üreticiye ucuz girdi sağlayıp, ürününe değerinde pazar bulacak; üretim teknikleri, yenilikler konusunda haberdar edip bilgilendirerek ürününü istediği zaman satması için depolama ve danışmanlık hizmeti sunacak bir üretici örgütünün olması gereklidir.

Fiyat oluşum safhasında, tek alıcıya fırsat verecek bir durumun oluşmaması için yerfiskobirliklerin piyasadaki destekleme alımları yaparak üreticiyi korumalıdır.

Sonuç olarak, Dünyanın önde gelen çerezlerinden biri olma potansiyeli, hızlı kentleşme ve artan gelirler nedeniyle yerfıstığı parlak bir geleceği olan bir üründür. Türkiye bu durumdan yararlanabilir. Ancak, işlenmiş ürünlerin ulusal ekonomiye daha büyük bir katkı yapması beklenmektedir. Türkiye gıda kalite standartlarını başlıca ithalatçı ülkelerin standartlarıyla uyumlu hale getirmelidir.

Türkiye’de yerfıstığı üretimi için gerekli potansiyel bulunmaktadır. Ancak sektör haline gelebilmesi için gerekli altyapı hizmetlerinin eksiksiz sunulması gerekir. Girdi temini, özellikle nitelikli tohumluk tedariği sağlayacak, üretim planlaması yapacak, ürünü alıp üretici için depolama imkânı sağlayacak, hatta ürünü işleyip değer katacak, böylece sektörü hem iç hem dış piyasada kuvvetlendirecek, gerekirse Pazar bulup pazarlama araştırması yapacak bir kuruluş veya üretici organizasyonuna ihtiyaç vardır.

KAYNAKLAR

- Anonim, 2000. “Yerfıstığı Ekonomik Raporu”. Çukobirlik Genel Müdürlüğü, Adana.
- Anonim, 2006. “Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Osmaniye İl Müdürlüğü Kayıtları”. Osmaniye
- Anonim, 2007. “Ordu İl Fındık İhracatı ve Aflatoksin, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Ordu İl Müdürlüğü Kayıtları, Osmaniye
- Arioğlu, H., Çalışkan, M.E., Çalışkan, S., 2000. “Doğu Akdeniz Bölgesi Koşullarına Uygun Yer Fıstığı Çeşitlerinin Geliştirilmesi Üzerine Araştırmalar”. M.K.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 5 (1-2): 7-28, Hatay.
- Diop, N., Beghin, J.C., Sewadeh, M., 2005. “Groundnut Policies, Global Trade Dynamics, and The Impact of Trade Liberalization”. Global Agricultural Trade and Developing Countries, Ed. M. Ataman Aksoy, and C. Beghin. The World Bank, Washington D.C.
- Emeksiz, 1993. “Adana İlinde Yerfıstığı Pazarlama Organizasyonu ve Etkinliğinin Değerlendirilmesi”, Ç.Ü. Z.F. Dergisi.
- Emeksiz, 1994. “Adana İlinde Yerfıstığı Üretilen İşletmelerin Üretimle İlgili Bazı Yapısal Özellikleri”. Ç.Ü.Z.F. Dergisi, 9, (2):17-32.
- FAO, 2008. www.fao.org. (Erişim: Nisan 2008).
- Gül, A., Arıoğlu, H., Tülüçü, K., Biçici, M., Özgür, F., Fenercioğlu, H. 2001. “Osmaniye’nin Simgesi: Yerfıstığı Ekonomisi, Üretim Tekniği, Hastalık ve Zararlıları, Gıda Sanayi Açısından Önemi”. I. Osmaniye Fıstık Festivali Etkinlikleri, Osmaniye Gazeteciler Cemiyeti Kültür Yayını, Sayı: I, Osmaniye.
- Işık, H., 2003. “Türkiye’de Yerfıstığı Üretim Ekonomisi”. Yüksek Lisans Tezi, Ç.Ü. F.B.E., Tarım Ekonomisi ABD, Adana.
- İGEME, 2008. “Yerinde Pazar Araştırmaları, Avrupa Birliği”. İGEME yayınları, Ankara.
- Schilling, R., Gibbons, R., 2002. “Groundnut”. The Tropical Agriculturalist Series, Ed. Rene Coste, Macmillan Education Ltd., London
- TÜİK, 2004. Tarımsal Yapı (Üretim, Fiyat, Değer). TC Başbakanlık TÜİK yayınları, Ankara.
- TSE, 1987. Türk Standartları, TS 310 Yerfıstığı, Ankara