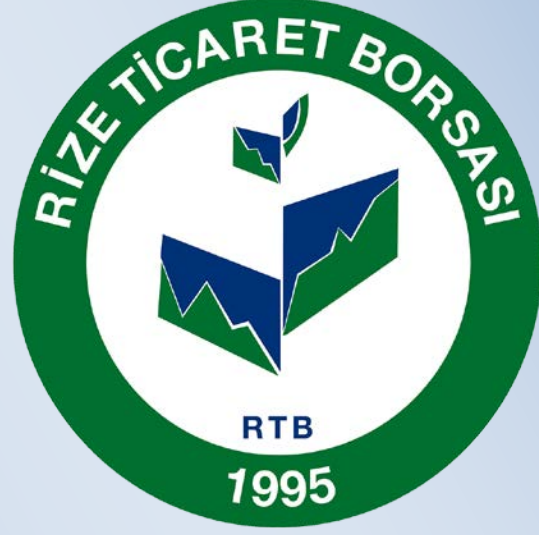


Nisan

2015



KİVİ RAPORU

Rize Ticaret Borsası

Rize



NEDİR?

Kivi, ülkemizdeki tarımsal istatistik verilerine 1994 yılından beri girmektedir. Bu haliyle geleneksel tarım ürünlerimiz yanında yeni bir ürün olarak görülmektedir. Aradan geçen yıllarda, üretim alanı ve üretim hacmindeki hızlı artışa bağlı olarak önemli bir ekonomik noktaya gelmiştir. Anavatanı “Çin” olan kivinin dünyada ticari amaçlı yetiştirip tanıtımını yapan “Yeni Zelanda”dır.

Kivi, 1900 yılında ilk defa Çin’in Yangtze vadisinde yaşayan yabancılar tarafından keşfedilmiştir. Bu bölgede doğal olarak yetişmektedir. Bir başka ifadeyle; kivi, Çin’in ilgili bölgesinin doğal bitki örtüsüne ait bitkilerinden biridir. 1910 yılında Yeni Zelanda’nın kuzey adaları ve California’da yetiştiriciliğine başlanmıştır. 1930’larda Y. Zelandalılar bu kültürü geliştirmişler, fakat California’da bu konu üzerine fazla bir ilerleme kaydedilememiştir. 1945 yılında Y. Zelanda’nın kuzey adalarında 2. Dünya Savaşından sonra geniş ölçüde kivi üretimi yapılmaya başlanmıştır. 1960’lara kadar Y.Zelanda bu konuda tekel olmuştur. Fakat bu tarihten sonra California’da geniş ölçüde kivi üretimi yapılmaya başlanmıştır. 1980’lerde Şili, Avustralya gibi ülkeler de kivi üretip pazarlamaya başlamışlardır.

Çin’de kivinin doğal yetiştiği alan sahilden takriben 300 metre yükseklikten başlayıp, 1.400 metre rakıma kadar yayılım göstermektedir. Bu ekolojilerde yıllık yağış 1.200-1.800 mm ve havadaki nem oranı ise %70-80 arasında değişmektedir.

Kivi, sarılarak büyüyen, sarmaşık özellikli bir bitkidir. Sarmaşık özellikli olmasına karşılık, bunun için özel organları (sülükleri) yoktur. Bu türe ait bitkiler iki evciklidir. Uniform bir yapı gösterdiklerinden türlerin ayırımı güçtür. Türlerin ayırımı çiçek rengi, yaprak büyüklüğü, şekli, tüylülüğü ile meyvedeki benzer özelliğe göre yapılır. Tür üzerinde çalışmalar bütün üretici ülkelerde yoğun olarak sürdürülmektedir. Meyveleri ise; dışı kahverengi, içi yeşil ve kabuğu ince tüylerle kaplıdır. Meyvenin, vitamin ve mineral bakımından zengin olmasının yanında kalori değeri de düşüktür. (Ortalama 1 kg kivinin kalori değeri 30-35’tir)

Kivinin ekonomik kültüre alınması 60-65 yıl gibi kısa sayılabilecek bir süreyi kapsamaktadır.

Dünyadaki kivi üretimine bakıldığında, İtalya, Yeni Zelanda ve Çin başı çekmektedir. Bu sıralamada Türkiye de hızla yukarılara tırmanmaktadır. FAO’nun 2011 yılı kivi üretim verilerine göre Türkiye 8.sıradadır.

Ülkemizde kivi üretimi 1988 yılında başlatılan adaptasyon deneme çalışmaları sonucunda; Karadeniz, Marmara ve Ege Bölgelerinde rahatlıkla kivi yetiştiriciliğinin yapılabileceği ortaya konmuştur. Bu bölgeler arasında Doğu Karadeniz Bölgesi’nin, bitkinin ekolojik istekleri bakımından diğer bölgelerden daha uygun olduğu görülmüştür. Bu sebepten dolayı, Karadeniz Bölgesinde kivi yetiştiriciliğinin daha ekonomik olarak yapılabileceği ortaya konmuştur. Doğu Karadeniz Bölgesinde yıllık yağış ortalaması 1000 mm civarında olup, bu oran doğuya gidildikçe 2.400 mm’ye kadar ulaşmaktadır. Bu yağış rejimi ile de Karadeniz Bölgesi ekolojik anlamda oldukça uygundur.

ÜRETİM ALANI VE MİKTARI

FAO'nun 2011 yılı verilerine göre dünyada kivi üretimi 92.144 hektar alanda 1.438.923 ton olarak gerçekleşmiş olup; Türkiye, 21.410 hektar ile yaklaşık dünyanın %25 üretim alanına sahip olmasına rağmen, 29.321 ton ile dünya üretiminden yaklaşık %2 oranında pay alarak dünya sıralamasında 8. dir.

Ülkeler bazında yıllar itibariyle kivi üretim miktarları;

ÜLKELER	2005 TON	2006 TON	2007 TON	2008 TON	2009 TON	2010 TON	2011 TON
İTALYA	415.052	434.650	416.997	473.955	447.608	415.877	431.558
YENİ ZELANDA	318.000	329.384	365.000	385.000	390.000	378.508	364.958
ŞİLİ	150.000	170.000	185.000	185.607	227.000	229.000	237.104
FRANSA	76.635	76.062	70.156	65.670	76.171	70.719	73.395
YUNANİSTAN	70.100	87.200	70.100	84.300	104.000	116.310	140.400
JAPONYA	36.400	32.500	32.800	38.400	35.000	26.500	27.185
ABD	33.747	21.228	22.226	20.865	23.224	29.665	38.102
İRAN	30.000	25.306	27.187	29.540	29.465	31.778	31.576
PORTEKİZ	11.293	12.000	17.521	15.506	26.927	23.903	23.473
İSPANYA	10.931	18.463	14.036	17.709	18.800	25.676	23.327
KORE	10.693	10.366	11.298	11.084	11.802	10.410	10.062
TURKİYE	8.000	10.962	15.242	19.530	23.689	26.554	29.321
İSRAİL	4.665	5.524	3.703	4.241	4.099	3.996	4.079
AVUSTRALYA	4.222	5.625	5.350	5.000	4.478	4.300	2.996
İSVİÇRE	374	321	313	206	548	213	431
KIRGIZİSTAN	300	400	400	400	400	400	400
SLOVENYA	238	144	173	150	252	321	261
KIBRIS	155	150	158	151	150	123	151
KANADA	150	80	80	50	51	60	68
BULGARİSTAN	40	40	100		106	36	133

Kaynak: FAO

Ülkeler bazında, 2011 yılında dünya kivi üretim alanları aşağıda verilmiştir.

ÜLKELER	ALAN (Ha)
İTALYA	24.930
YENİ ZELANDA	13.066
ŞİLİ	10.920
FRANSA	4.008
YUNANİSTAN	6.700
JAPONYA	2.271
ABD	1.700
İRAN	2.816
PORTEKİZ	1.591
İSPANYA	1.210
KORE	811
TÜRKİYE	21.410
İSRAİL	416
AVUSTRALYA	190
DİĞER	105

Kaynak: FAO

Ülkeler bazında üretim alanları incelendiğinde en fazla alanın İtalya'da olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise 21.410 ha ile Türkiye yer almaktadır. Bu tabloyu doğru olarak yorumlamak için verimliliğe bakmak gerekmektedir. İtalya'da dekar başına 1.730 kg kivi üretilirken Türkiye'de 137 kg üretilmektedir ki, bu yönüyle ele alındığında ciddi bir sorun yaşamakta olduğumuz görülmektedir.

Dünya kivi üretim miktarının kıtalar bazında dağılımı da şu şekildedir,

KITA	2003 TON	2004 TON	2005 TON	2006 TON	2007 TON	2008 TON	2009 TON	2010 TON	2011 TON
AMERİKA ÜLKELERİ	146.872	169.382	183.897	191.308	207.306	206.522	250.275	258.725	275.274
AFRİKA ÜLKELERİ	21	27	26	29	27	31	29	31	33
ASYA ÜLKELERİ	84.330	83.745	90.213	85.208	90.788	103.346	104.605	99.761	102.684
AVRUPA ÜLKELERİ	455.783	585.949	584.663	628.880	589.396	657.496	674.412	653.055	692.978
OKYANUSYA ÜLKELERİ	240.930	312.023	322.222	335.009	370.350	390.000	394.478	382.808	367.954

Kaynak: FAO

Görüldüğü üzere Avrupa ülkeleri kivi üretim miktarı bakımından diğer ülkelerden açık ara öndedir. Fazla miktarda olan bu üretim, tüketimle de doğru orantılıdır. Avrupalılar ürettikleri kadar da tüketmektedirler.

Kıtalar bazında üretim alanlarının büyüklüğü aşağıdaki gibidir.

KITA	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	Ha	Ha	Ha	Ha	Ha	Ha	Ha	Ha	Ha
AMERİKA ÜLKELERİ	9.529	10.834	8.433	8.325	10.406	10.404	12.504	12.626	12.624
AFRİKA ÜLKELERİ	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ASYA ÜLKELERİ	11.397	10.562	14.127	17.228	21.215	24.305	26.389	28.415	27.773
AVRUPA ÜLKELERİ	30.157	31.939	32.762	32.707	33.337	34.058	37.294	38.004	38.487
OKYANUSYA ÜLKELERİ	10.788	11.109	11.694	11.808	13.497	13.435	13.528	13.030	13.256

Kaynak:FAO

Üretim alanları yönünden de 38.487 hektarla Avrupa ülkeleri ilk sırada yer almaktadır. 2011 yılı FAO verileri baz alınarak yapılan üretim miktarının, üretim alanlarına oranlanmasıyla elde edilecek verimlilik hesabına göre de ; Okyanusya ülkeleri, Asya ülkelerinin yaklaşık %50 üretim alanına sahip olmasına rağmen, 13.256 hektar üretim alanıyla dekar başına 2.776 kg ile dünya üretiminden yaklaşık %25 oranında pay alarak en verimli ülkeler olarak dikkat çekmektedir. Sırasıyla verimlilik miktarlarına göre dekar başına 2.180 kg ve 1.800 kg ile Amerika ve Avrupa ülkeleri Okyanusya ülkelerini izlemektedir. Bu sıralamada aşağıdaki tabloda da açıkça görüldüğü üzere, Asya ülkeleri Avrupa ülkelerinden sonra en fazla üretim alanına sahip olmasına rağmen dekar başına 369 kg ile dünya üretiminden yaklaşık sadece %2 oranında pay alarak ülkeler arasında üretimin verimliliği açısından son sırada yer almaktadır.

Aşağıdaki tablodan da açıkça anlaşılacağı üzere; Okyanusya, Amerika ve Avrupa ülkelerinin üretim verimlilikleri dünya ortalaması olan 1.562 kg'dan yüksektir. Türkiye ise sadece 137 kg ile dünya üretimden yaklaşık %2 oranında pay alarak dünya ortalamasının çok altındadır. Bu sonuç göstermektedir ki; Okyanusya, Amerika ve Avrupa ülkeleri kivi yetiştiriciliğini yüksek verimlilik esasına göre yapmaktadırlar.

KITA	2011
	Kg/Dekar
AMERİKA ÜLKELERİ	2.180
AFRİKA ÜLKELERİ	825
ASYA ÜLKELERİ	369
AVRUPA ÜLKELERİ	1.800
OKYANUSYA ÜLKELERİ	2.776
TÜRKİYE	137
DÜNYA	1.562

Kaynak: FAO

Dünya ölçeğinde kivi üretim miktarı ve üretim alanları da şu şekildedir.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
DÜNYA KİVİ ÜRETİMİ(TON)	927.939	1.151.126	1.181.021	1.240.434	1.257.867	1.357.395	1.423.800	1.394.380	1.438.923
DÜNYA KİVİ ÜRETİM ALANI(Ha)	61.875	64.448	67.020	70.072	78.459	82.206	89.719	92.079	92.144

Kaynak: TÜİK

EKONOMİK BOYUTU

Kivi, üretildiği tüm ülkeler baz alındığında, FAO verilerine göre 1,2 milyar dolarlık işlem hacmine sahip bir üründür.

Kivinin, üretilen ülkeler bazında milli ekonomilere katkısı da şu şekildedir.

ÜLKE	DEĞER (1.000 \$)
İTALYA	352.017
YENİ ZELANDA	297.692
ŞİLİ	193.403
FRANSA	59.867
YUNANİSTAN	114.523
JAPONYA	22.174
ABD	31.079
İRAN	25.756
PORTEKİZ	19.146
İSPANYA	19.027
KORE	8.207
TURKİYE	23.843
İSRAİL	3.327
AVUSTRALYA	2.443
İSVİÇRE	351
KIRGIZİSTAN	326
SLOVENYA	212
KIBRIS	123
KANADA	55
BULGARİSTAN	108

Kaynak: FAO

Kivi'nin İnsan Sağlığı Üzerindeki Olumlu Etkileri

- Gebelikte tüketildiğinde bebeğin gelişimi için son derece iyidir.
- Potasyum yönünden oldukça zengindir.
- 1 adet kivide 1 kg narenciyede bulunan "C" vitamini vardır.
- Sindirimi kolaylaştırıp, kabızlığı önler.
- Cilt sağlığına iyi gelir. Cildin yumuşamasını sağlayıp kırışıklıklara karşı cildi korur.
- Barındırdığı bazı maddeler kansere neden olan faktörleri önlediği için hekimlikte de kullanılır.
- Kan hücrelerinin yapımını ve çoğalmasını sağlar, bağışıklık sistemini düzenler.
- Tıbbi ilaçlarla birlikte alındığında astım ve öksürük tedavisinde kullanılır.

Kivi İçin En Uygun İklim ve Toprak Şartları

Kivi, kışları ılık, yazları sıcak ve nemli iklim bölgelerini sever. Dünyada kivi üretimi yapan ülkelerin sıcaklık ortalamalarının 12-16 derece olduğu saptanmıştır.

Kış mevsimlerinde yaşanacak don olayları kivi için en tehlikeli iklimsel olaydır. Sıcaklık değerlerinin 0 derecenin altına düşmesi durumunda 2 saat gibi kısa bir zamanda sürgünler kavrularak ölür.

Oldukça kırılğan olan kivi sürgünleri için bir diğer tehlikeli hava olayı da rüzgârdır. Kivi yetiştiriciliği yapılacak yerin, doğal ve yapay rüzgâr kıranlarla korunması gerekir. Rüzgâra açık yörelerde kivi yetiştiriciliği yapılmamalıdır.

Kivi bol su isteyen, topraktan 800-1.400 mm su tüketen bir bitkidir. Bu yönüyle kivi yetiştirilecek yörenin yağış rejimi verimlilik üzerinde oldukça etkili ve belirleyici bir faktördür. Konu yağış rejimi yönüyle ele alındığında Türkiye'de Doğu Karadeniz Bölgesi'nin kivi yetiştiriciliği için en uygun ekolojik ortam olduğu rahatlıkla söylenebilir. Yağış rejiminin uygunluğunun yanında, kivi yetiştirilecek alanların yakınında bol miktarda ve kaliteli su bulunmalıdır.

Bol su ile beslenen kivi için derin ve geçirgen toprak şarttır. Suyu fazla tutan killi topraklar, kivi köklerinin havasız kalmasına ve nihayetinde bitki ölümüne neden olur.

Kivi'nin İlk Verim Ve Hasat Zamanı

Dikim zamanına da bağılı olmak üzere 3 yaşındaki bir fidan ilk meyvelerini vermeye başlayıp,4-5 yaşında ticari amaçlı olarak verim alınabilen kivi 7-8 yaşında tam verim çağına ulaşır.

Olgunlaşan kivi meyvesinin dış görünümünde çok değişiklik olmaz, kahverengi tüylü dış yüzey aynı kalırken meyve sertliği de fazla değişmez, hafif yumuşama olur.

Hasat, Ekim ayı sonu ile Kasım ayı ortalarında yapılır. Hasat esnasında meyve sapının dipten kopartılmasına dikkat edilmelidir aksi taktirde saplar diğer meyvelere de zarar verir. Gerek hasat sırasında gerekse diğer safhalarda meyvenin hasar almamasına dikkat edilmelidir.

Hasat edilen meyveler hemen yenilebilir özellikte değildir. Yenebilecek aşamaya gelmesi için polietilen torba içersinde 15 gün bekletilir. Uygulamada bir diğer olgunlaştırma tekniği de, kivilerin uygun ortamda, içersine kâfi miktarda elma bırakılmasıdır.

Bir kivi meyvesinin kaliteli sayılabılmesinin en basit metodu ağırlığının 100 gramın altına düşmemesidir. İyi bir kivi en az 100 gram olmalıdır.

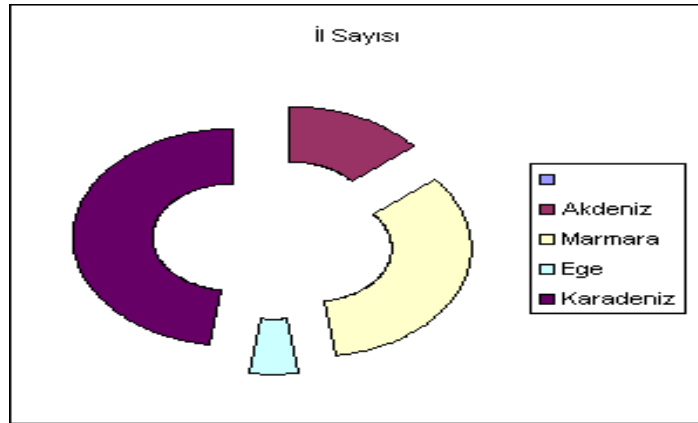
Türkiye’de Kivi Yetiştiriciliği

Türkiye diğer Akdeniz ülkelerinden daha geç kivi yetiştiriciliğine başlamış olduğundan bu ülkelerin üretim potansiyellerine ulaşamamıştır. Ancak Türkiye’de kivi yetiştiriciliğine ilgi her geçen zaman daha da artmaktadır.

1986 yılında yapılan adaptasyon çalışmaları neticesinde Türkiye’de Karadeniz, Marmara ve Ege bölgelerinin kivi yetiştiriciliği için uygun ekolojik yapıya sahip oldukları saptanmıştır.

Türkiye’ de Kivi üretimi 21 ilde yapılmaktadır. Kivi üretimi yapılan illerin bölgelere göre dağılımı;

Bölgeler	İl Sayısı
Akdeniz	3
Marmara	7
Ege	1
Karadeniz	10



Karadeniz Bölgesi'nde Artvin, Ordu, Giresun, Kocaeli, Trabzon ve Rize illerinde kivi üretilmektedir. Türkiye'de en çok kivi Yalova'da yetiştirilmektedir.

2012 yılı itibariyle il bazında kivi üretim miktarı aşağıdaki gibidir.

İBBS3 adı	Toplu meyveliklerin alanı (dekar)	Üretim (ton)	Ağaç başına ortalama verim (kg)	Meyve veren yaşta ağaç sayısı	Meyve vermeyen yaşta ağaç sayısı	Toplam ağaç sayısı
İstanbul	45	40	28	1.410	850	2.260
Tekirdağ	9	22	25	870	130	1.000
Kırklareli	0	-	0	45	40	85
Balıkesir	46	51	35	1.459	2.640	4.099
Çanakkale	10	23	27	855	650	1.505
İzmir	2	11	58	190	0	190
Muğla	40	62	28	2.210	225	2.435
Bursa	997	935	22	42.470	35.868	78.338
Kocaeli	469	1.012	52	19.295	4.085	23.380
Sakarya	254	128	13	9.519	2.400	11.919
Düzce	39	44	30	1.455	395	1.850
Yalova	5.057	13.107	49	265.350	131.600	396.950
Antalya	155	194	36	5.350	3.850	9.200
Isparta	5	-	0	20	165	185
Adana	104	101	16	6.250	1.000	7.250
Mersin	303	215	20	10.940	3.914	14.854
Hatay	3	6	30	200	0	200
Zonguldak	310	117	18	6.370	13.640	20.010
Bartın	207	54	16	3.390	2.533	5.923
Kastamonu	199	194	33	5.892	7.175	13.067
Sinop	53	11	16	700	4.410	5.110
Samsun	1.515	2.729	47	58.460	24.277	82.737
Trabzon	1.639	2.181	38	57.275	30.049	87.324
Ordu	2.645	6.707	53	125.619	26.444	152.063
Giresun	2.075	2.527	37	68.562	27.524	96.086
Rize	3.443	6.011	41	146.455	26.565	173.020
Artvin	776	765	51	15.000	41.680	56.680

Kaynak: TÜİK

2012 yılı itibariyle Ordu'da 2.645 dekar alanda 6.707 ton kivi üretilmiştir. Burada dikkat çeken ve dikkati çekmemiz gereken nokta şudur; Ordu'da dekar başına verimlilik 2.500 kg civarındadır. İlimiz bu verimlilik ortalamasıyla Türkiye, Dünya ve hatta en büyük kivi üreticisi olan İtalya'nın verimlilik ortalamasından bile yüksektir. Uzman görüşleri; kivi bahçelerine gerekli ve tekniğine uygun bakım yapıp özen gösterilmiş olsa, dekar başına verimlilik 5.000 kg'a kadar yükselebilir olduğu yönündedir. Yaklaşık 2.000 üretici tarafından üretim yapılmaktadır. Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere; kivi üretiminde kısa zamanda çok büyük gelişme sağlanmıştır. Son 5-6 yılın verileri incelendiğinde kivi, gerek dikili alan bakımında gerekse üretim miktarı bakımından 2-3 katına çıkmıştır. Kivi üretiminde ağaç başına ortalama verim de her yıl artmakta olup 2012 yılında 53 kg'a ulaşmıştır. Bugün Ordu ili, Türkiye kivi üretiminin yaklaşık %20 sini karşılar durumdadır. Henüz meyve vermeyen ağaçlar da dikkate alındığında önümüzdeki yıllarda Ordu'nun kivi üretiminde daha da önemli bir yere geleceği yorumu yapılabilir.

Yıl	Toplu meyveliklerin alanı (dekar)	Üretim (ton)	Ağaç başına ortalama verim (kg)	Meyve veren yaşta ağaç sayısı	Meyve vermeyen yaşta ağaç sayısı	Toplam ağaç sayısı
2012	2.645	6.707	53	125.619	26.444	152.063
2011	2.436	5.951	53	111.961	37.075	149.036
2010	2.191	6.242	56	110.804	35.310	146.114
2009	2.033	4.048	42	96.427	37.410	133.837
2008	1.828	3.002	35	86.761	32.560	119.321
2007	1.707	1.964	26	75.865	25.719	101.584
2006	2.862	1.368	23	58.858	45.462	104.320
2005	2.020	1.396	21	65.040	45.700	110.740
2004	1.960	672	14	49.050	60.750	109.800
2003	1.700	1.113	27	40.734	56.861	97.595
2002	690	261	20	13.341	24.802	38.143
2001	1.460	282	23	12.403	21.697	34.100
2000	580	91	16	5.700	24.238	29.938

Kaynak: TÜİK

Yıllar itibariyle Türkiye kivi üretim miktarı, toplam kivi ağacı sayısı ve Ordu'nun Türkiye üretimindeki payı aşağıdaki gibidir.

Yıllar	Türkiye'deki Toplam Kivi Ağacı Sayısı (Adet)	Türkiye'nin Üretim Miktarı (ton)	Ordu'nun Üretim Miktarı (ton)	Ordu'nun Türkiye Üretim Payı(%)
1996	20.000	85	3	3,5
1997	44.000	190	4	2,1
1998	80.000	700	17	2,4
1999	116.000	840	26	3,1
2000	160.000	1.400	91	6,5
2001	225.000	2.350	282	12
2002	315.000	2.500	261	10,4
2003	485.000	5.500	1.113	20,2
2004	505.000	4.000	672	16,8
2005	570.000	8.000	1.396	17,5
2006	709.000	10.962	1.368	12,5
2007	875.000	15.242	1.964	12,9
2008	981.000	19.530	3.002	15,4
2009	962.000	23.689	4.048	17,1
2010	980.000	26.554	6.242	23,5
2011	1.039.000	29.231	5.951	20,3
2012	1.247.000	37.247	6.707	18

Kaynak:TÜİK

2012 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye'de 1.247.000 kivi ağacı bulunmaktadır. Bu ağaçlardan da toplam 37.247 ton ürün elde edilmektedir. FAO'nun verilerine göre 2011 yılı itibariyle Türkiye'de kivi dikili alan 21.410 hektar olarak ölçülmüştür.

Bu üretim hacmine rağmen, Türkiye kivi ithal etmekte olup kividenden elde edilen ihracat rakamları çok düşüktür.

Yıllar itibariyle Türkiye kivi ithalat ve ihracat değerleri

Yıllar	İthalat (ton)	İthalat (1000\$)	İhracat (ton)	İhracat (1000\$)
2000	1.453	829	18	13
2001	2.451	901	45	59
2002	3.022	945	12	10
2003	3.743	1.048	114	70
2004	7.064	2.086	57	98
2005	10.945	3.277	6	11
2006	10.836	3.767	4	2
2007	9.166	3.126	9	4
2008	6.537	1.936	51	56
2009	10.517	3.276	18	10
2010	7.308	2.353	61	63

Kaynak: FAO

Türkiye en çok İran'dan kivi ithal etmekte olup, bunu Şili, Yeni Zelanda, Yunanistan ve İtalya izlemektedir. Dünyada en çok kivi ithal eden ülke Çin olup, bu ülkeye giren kivilerin %80'i Yeni Zelanda tarafından temin edilmektedir. Yeni Zelanda Çin pazarında tekeldir.

Türkiye'de kivi üretimi yoğunlukla Karadeniz Bölgesinde yapılmaktadır. Bunda Karadeniz Bölgesi'nin yağış rejimi ve toprak yapısı ile klasik Karadeniz İklimi'nin etkisi büyüktür.

Karadeniz Bölgesi'nin, özellikle Doğu Karadeniz Bölgesi'nin, tarımsal üretim modeli fındık ve çay gibi tek üründen oluşmaktadır. Fındık 550-600 bin hektar alanda, çay ise 750-800 bin hektar alanda üretilmektedir. Bölgenin coğrafik yapısı bu ürünlerin üretimini adeta zorunlu kılmaktadır. Dik yamaçlarda, sıg toprak tabakasını tutacak ve aynı zamanda geçim haddini idame ettirecek verimi sağlayan tek bitki fındık ve çaydır. Fındık ve çay, bölgenin en karakteristik iki temel ürünüdür. Normal şartlar altında yılda 550-600 bin ton fındık ve 870 –900 bin ton yaş çay üretimi yapılmaktadır.

Fındık ve çay da yaşanan sorunlar, alternatif ya da ek gelir sağlayacak ürün arayışlarını gündeme getirmiştir. Fındık ve çayın sökülerek yerine kivi dikilmesi talebiyse tutarlı ya da sürdürülebilir değildir. Yukarıda da bahsedildiği gibi, bölgenin özellikle coğrafik yapısı fındık ve çay üretimini zorunlu kılmaktadır. O halde, şimdilik alternatif ürün değil, ek ürün arayışı konuya daha anlamlı bir vizyon olacaktır.

Türkiye'de kivi üretimi yapılan alanların %70'i Karadeniz Bölgesi'nde bulunmaktadır. Marmara Bölgesi kivi üretimi yapılan alanların %27'sine, Akdeniz ve Ege Bölgesi ise %3'üne sahiptirler.

Ordu'nun ekonomik yapısını belirleyen ve yönlendiren temel ürün ve üretim ilişkisi fındıktır. Uygulanan teşvikler ve ortaya konulan projeler bir türlü kentin makûs talihini değiştirememiş, bunun sonucunda istihdam alanları daralmış, sanayisi gelişmemiş, katma değer üretme yeteneği yatırımsızlıktan beklentilerin çok altında kalmıştır. Sonuçta Kişi Başına Düşen Milli Gelir Türkiye ortalamasının altında oluşmuş ve işsizlikle beraber yoksullukta artmıştır. Bu tablo bir diğer sorun olan “göç” olgusunu ortaya çıkarmıştır.

Türkiye fındık üretiminin %25-30'u Ordu'dan sağlanmaktadır. Tabir yerindeyse Ordu'da dağ-taş fındıktır. Bu yöreler için fındıktan vazgeçmek ve ya fındığa alternatif ürün yetiştirmek, hem ekolojik, hem coğrafik olarak mümkün değildir. Üzerinde durulması gereken önemli husus, fındığa ek gelir olabilecek, fizibilitesi iyi yapılmış (Üretim şekli, pazarlama imkânları vs.) bir üretim maddesinin saptanmasıdır.

Mevcut gelişmeler ve çalışmalar kivi için fındığa iyi bir ek gelir olabileceğini işaret etmektedir. Kontrollü bir şekilde bu konunun üzerinde durulması hem ilimiz, hem bölgemiz hem de ülkemiz için faydalı olacaktır.

Ordu'da Merkez ve Merkez Köyler ile 14 ilçede yaklaşık 2.608 dekar alanda yıllık 6.700-7.000 ton civarında kivi üretimi yapılmaktadır. Bu verilere göre Ordu, Yalova'dan sonra en çok kivi üretilen kent konumundadır.

Kivi üretimi ağırlıklı olarak; Merkez, Perşembe, Fatsa, Ünye, Ulubey, Gülyalı, İkizce ve Kabadüz ilçelerinde yapılmaktadır.

Türkiye'nin ekolojik yapısının kivi üretimi için uygun oluşu, üreticilerin kiviye sevmesi, üretim miktarı, verimliliği, kivi dikili alanların hızla artması kivi üretimini cazip konuma getirmiştir. Böylece yerel halkın kiviye benimsemesiyle birlikte, Türkiye kivi tüketim miktarı da kivi üretimi ile doğru orantılı olarak yıllar geçtikçe artmaktadır.

Türkiye'de yıllara göre kivi tüketim miktarları

Yıllar	Türkiye'nin Üretim Miktarı (ton) [1]	İthalat (ton) [2]	İhracat (ton) [3]	Türkiye'nin Tüketim Miktarı (ton) [1+2-3]
2000	1.400	1.453	18	2.835
2001	2.350	2.451	45	4.756
2002	2.500	3.022	12	5.510
2003	5.500	3.743	114	9.129
2004	4.000	7.064	57	11.007
2005	8.000	10.945	6	18.939
2006	10.962	10.836	4	21.794
2007	15.242	9.166	9	24.399
2008	19.530	6.537	51	26.016
2009	23.689	10.517	18	34.188
2010	26.554	7.308	61	33.801

Kaynak: FAO

Türkiye'ye 1988 yılında getirilerek yetiştirilmeye başlanan kivi'nin üretim miktarı, yapılan araştırma çalışmalarının uygulamaya aktarılması ile 40 bin ton seviyelerine ulaşmış olmasına rağmen, üretim iç tüketime yetmemekte ve Türkiye önemli miktarlar da kivi ithalatı da yapan bir ülke konumunda bulunmaktadır.

Türkiye'nin kivi tüketimini sağlayacak üretim miktarına ulaşabilmesi ve dünya kivi piyasasında söz sahibi olabilmesi için kivi yetiştiriciliğine uygun ekolojilerde kivi bahçesi kurulması teşvik edilmelidir.

Durum Analizi ve Sorunlar



Ülkemizde Doğu Karadeniz Bölgesinde ticari manada kivi yetiştiriciliği yeni yeni yapılıyor olması birçok sorunu da beraberinde getirmiştir.

Bu sorunları;

- 1- Tekniğine uygun bir şekilde bahçelerin kurulmaması... Bu suretle yeni kurulan kivi bahçelerinin mutlak suretle tekniğine uygun yapılması gerekmektedir. Kivi bahçeleri tesis edilirken uzun vadeli düşünmek gerekmektedir. Tesis aşamasında yapılan hataların sonraki yıllarda telafi edilmesi oldukça güçleşmektedir. Bunun için kivi üreticilerinin uzman ve bilirkişilerle diyalog halinde çalışmaları gerekmektedir.
- 2- FAO'nun 2011 yılı verileri dikkate alındığında Türkiye'de kivi dikili alanların büyüklüğü 21.410 hektar olarak görülmektedir. Aynı dönem için en büyük kivi üreticisi olan İtalya'da kivi dikili alanların büyüklüğü 24.930 hektardır. Türkiye, dünya kivi üretim alanından yaklaşık %25 oranında pay alarak, İtalya'dan sonra ikinci sırada yer almaktadır. İtalya ile Türkiye arasında sadece 3.520 hektarlık fark olmasına rağmen üretim miktarı bakımından bu fark 402.237 ton ile dikkat çekici büyüklüktedir. Bu rakamlar da göstermektedir ki; Türkiye'de birim alandan alınan ürün, yani verimlilik, oldukça düşüktür.

- 3- İlk tesis maliyeti dekar başına 5.000.-TL olarak tespit edilmiş olup; ilk 3 yıl ekonomik anlamda ürün elde edilemeyeceği ve bu süre içinde üretim maliyetlerinin de oluşacağı (direk, tel, sulama vs.) dikkate alınarak, ilk tesis aşamasında ciddi kamusal destekler sağlanması gereklidir. Mevcut destekler yetersiz kalmaktadır.
- 4- 1990'lı yılların başlarında oldukça yüksek fiyatlara tane işi satılan bu ürün şimdilerde üreticinin elinden kilosu 1-1,5.-TL'ye çıkmaktadır ki, bu durumda arz talep noktasında bir dengesizlik hali olduğu sonucuna da varılabilir. **(TUİK verilerine göre 2010 yılında 1 kg kivi için fiyatı 2,39.-TL, 2011 yılında da 2,48.-TL olarak tespit edilmiştir)** Ülkemiz için kiviye bir arz fazlasından bahsetmek için henüz çok erkendir. Arz fazlası dönemlerdekine benzer dramatik fiyat düşüşünün nedeni arzın kontrol edilememesi, pazarlama eksikliği ve talep yapısıdır.
- 5- Türkiye 30 bin ton civarında kivi üretirken yıllık tüketim 50-60 bin ton civarındadır ve bu fark ithalat ile kapatılmaktadır. Buna rağmen özellikle üretici aşamasında piyasa fiyatının düşük olması arzın kontrolü ile alakalı bir konudur ki, bunun başında ürünü uzun süre elde tutacak soğuk hava depoları gibi argümanların bulunmaması gelmektedir. İktisat bilimi, piyasa denge fiyatının arz ve talebin çakıştığı noktada oluştuğunu ifade eder. Denge fiyatlar dışında oluşacak fiyatlar, taraflarda memnuniyetsizlik ortaya çıkartacaktır. Talep çok, arz az olur ise ürünün fiyatı yüksek olacağından talep edenler bu yüksek fiyattan memnun olmayacaktır. Arz çok talep düşük olur ise üretenler elde ettikleri gelirden memnun olmayacaklardır. Bunun yanında arz ve talebin kontrolü de piyasa denge fiyatının oluşmasına etki etmektedir. O halde arz ve talebin eşit şartlarda ifade edildiği bir denge noktası aranması gerekmektedir. Kivi için bu denge noktası meselesine önem verilmedi ve "Fındığa alternatif ürün " anlayışı ile hiçbir dayanağı olmadan üretici motive edildi. Oysa pazarlama teknikleri konusunda mevcut proje olmadığı gibi arzın kontrolü ve talebin yönlendirilmesi gibi projeler de yoktur.
- 6- "İşletmecilik pazarlama ile başlayıp pazarlama ile devam eden bir süreçtir". Ürettiğiniz ürün ne kadar kıymetli olursa olsun, şayet onu satamıyorsanız ve pazar çeşitliliği yaratamıyorsanız, hiçbir kıymete sahip değildir. Kivi, genellikle yaş meyve olarak pazara arz ediliyor. Tüketici de bunu yine yaş meyve olarak tüketiyor. Ürün dalından kopartılıyor ve hiçbir katma değer yüklenmeden satışa sunuluyor. Pazar ise tek; yerel çevre... Bu arada üretim de tüketim eğiliminden daha hızlı bir trendle artıyor... Bu durumun sonucu olarakta ilk zamanlar 10 TL'ler seviyesindeki kivi için fiyatı zaman içinde hızla düşmüştür.
- 7- Önemle üzerinde durulması gereken bir konu da "ürüne katma değer kazandırmak" tır. Artık, sanayi ötesi bir çağdayız. İnsanoğlunun teknolojiyi kullanarak ürüne kazandırdığı katma değer sınırı yoktur. Bir ürünün tercih edilebilir olmasının kriterlerinden biri de; o ürünün sanayi tesislerinde katma değer kazanmış olmasıdır. Dalından kopartılmış kivi için, sadece meyve olarak tüketilmesi rantabl değildir. Ancak, kiviye dayalı sanayi yatırımlarının yoğunlaşması ile ürün çeşitliliğine gidilmesi işin şeklini değiştirecektir. Örneğin; kivi likörü, votkası, kivi tozu, kivi cipsi, kivi kurusu, kivi çayı, kivi kokulu ev

ve oto parfümleri vs. kiviye katma değer kazandıracak bu türden yatırımların olmaması, kivide ve dahi buna benzer ürünlerde zaman içinde birçok sorunun ortaya çıkmasına sebeptir.

- 8- Tanıtım ve reklam da oldukça önemli bir diğer başlıktır. Ülkemiz açısından kivi için yeni sayılabilecek bir ürün olduğuna yukarıda değinilmiştir. Kivi ilk yıllarda oldukça yüksek fiyata satılan ve son derece kıymetli görülen bir üründü. Hatta tane işi satılır ve manav dükkânlarının en korunaklı yerlerinde sergilenirdi. Haliyle kivi için “*lüks tüketim maddesi*” olduğu yönünde bir psikoloji de oluşmuştu. Tane işi satılan bu pahalı meyveyi, orta ve düşük gelir gurubuna sahip insanlar tüketemiyordu. Bu durum yıllarca da böyle devam etti. Aradan geçen zamanda kivi için arzındaki artışa bağlı olarak fiyatı düşmüş olabilir ama insanların da “*kivi için fiyatı 1 TL olsa da alıp tüketsek*” gibi bir psikolojiye sahip olmadığı ortadadır. O halde yapılması gereken şey; kivi için tanıtımını ve reklamını yapmaktır... Avrupa ülkelerinde en çok tüketilen ve en ucuz meyvelerden biri kividir. Avrupalılar çok üretirken, ürettiklerini değerlendirecekleri bir pazar da yaratmayı başarmışlardır. Kiviye dair bir damak zevki ve beslenme alışkanlığı oluşmuştur.
- 9- Tanıtım ve reklam sürecinin marka ile taçlandırılması bir süreçtir. Kivi’de bir marka yaratılmasının vizyonu olmalıdır.
- 10- Pazarlama argümanının en önemli ayağı ulaşım kanallarıdır. Kivi üretilen yerlere sanayi yatırımlarının yapılması ya da kivi için üretildiği yerden, sanayi yatırımlarının yoğun olduğu yerlere hızlı ve ucuz yoldan ulaştırılması, ulaşım kanallarının çeşitliliği ve kalitesi ile ilgilidir. Havayolu, Deniz Yolu, Demiryolu, güvenli Karayolu gibi...
- 11- Tarımda klasik destekleme dönemi artık kapandı (Taban fiyat garantili destekleme alımı). Yeni dönemde” *Tarım Havzaları Üretim Ve Destekleme Modeli*” ile belirlenmiş havzalarda, belirlenmiş ürünler dışında hiçbir tarımsal ürüne destek verilmemektedir. Desteklenen ürünler arasında, yaş sebze ve meyveler, yani kivi, yoktur. O halde kivi üreticisine devlet desteğinin olması gibi bir durum söz konusu olmadığına göre iş başa düşüyor demektir. Yani, üretici örgütlülükleri sağlanmalıdır... Kooperatifçilik öne çıkartılmalıdır ki, ürünün pazarlanması kooperatif tüzel kişiliği altında daha profesyonelce yapılabilir.
- 12- Kivi üreticileri örgütlü değildir. Adında kivi ibaresi geçen birçok dernek, kooperatif, Birlik vs. olsa da üreticiyi bu örgütlülüklerle tabi kılabilecek, bir takım mükellefiyetler yükleyecek ve/veya yazılı taahhütler vererek bu taahhütlerini yerine getirmeleri için zorlayacak yasal alt yapı yoktur. Üretici örgütleri aidat dahi toplayamıyor, tabir yerinde ise “*ayakta zor duruyor*”. Bunun yanında ürün pazarlaması hususunda önceden sipariş alınıp da kontrat ya da teslim sözleşmesi tanzim edilemiyor. Çünkü üretici ürününü üyesi olduğu örgütlülük aracılığı ile satmak yerine bireysel davranmayı tercih etmektedir. Üretici, üyesi bulunduğu örgüte, ürünü teslim edeceğine dair söz vermiş olsa dahi, hasattan sonra ürününü bağlı olduğu örgüt vasıtası ile satmayıp bireysel davranacağı kanaati, üretici örgütü tarafından daha önceden alıcı ile yapacağı sözleşmenin hükümlerini zamanında ve eksiksiz yerine getirilemeyeceği endişesi, bu örgütleri pazarlama teknikleri hususunda çekingen davranmaya itmektir.

- 13- Üretici örgütleri kendi namlarına fatura ya da müstahsil makbuzu gibi belgeler düzenleyerek kivi alım-satımı yapamamaktadırlar. Mevcut yasal alt yapı buna müsaade etmemektedir. Birer aracı kurum durumunda olan bu örgütlülükler, alıcıyı buluyor, malı buluyor ve malın alıcısından belli bir nispette komisyon alabiliyor. Bunun yanında her türden vergi ve sosyal güvenlik primi açısından da mükellefler. Garip bir durum; direkt ticaret yapmaları yasak ama direkt olarak vergi mükellefi olmaları şart... Bunun yanında, kivi ticaretinde aslan payını başkalarına bırakıp da çok cüzi komisyonlara razı olmak gibi bir durum da söz konusudur.
- 14- Kivide yaşanan sorunların temelinde arz fazlasından ziyade ürünün depolanamaması geliyor. Ürünü depolayacak soğuk hava depolarının olmayışı hasattan kısa bir süre sonra ürünün satılmasını zorunlu hale getirmektedir. Alıcılar bunun farkında olup ona göre tavır belirlemektedirler ve ürünün fiyatını satıcı değil alıcı belirlemektedir. Soğuk hava deposunda ortalama 7 ay gibi bir süre ürünün saklanması mümkündür. Üretici, hasattan hemen sonra ürünü satmak zorunda kalmayınca, alıcının tavrı da buna bağlı olarak değişecektir.
- 15- Her ne kadar Kivi Çin’de doğal olarak yetişse de, anavatanı Çin gibi görünse de ekonomik anlamda ortaya çıkışı ve dünyaya yayılma merkezi olması hasebiyle kivi ana vatanı Yeni Zelanda’dır... Yeni Zelanda’da kividin 220 çeşit ürün elde ediliyor ki, bunlar arasında ayakkabı boyası gibi çok uç örnekler de var. Ülkemizde ise kiviye dayalı, katma değer yaratacak, bir sanayi iş kolu mevcut değildir. Kivi’de en büyük alıcı Çin’dir ve Çin’e ihtiyacı olan kivi %80’ini Yeni Zelanda satmaktadır. 2010 yılı verileriyle Yeni Zelanda Çin’e 57,2 milyon dolar tutarında kivi satmıştır. Aynı periyotta Türkiye’nin Çin’e sattığı gıda maddelerinden elde edilen toplam gelir 31,2 milyon dolardır. Görüldüğü üzere; rekabet edilebilirse, Çin gibi muazzam bir pazar vardır.
- 16- Ülkemizde Yalova, Ordu ve Rize sırası ile en çok kivi üretilen illerdir. Yalova ve Rize’de kivi dikilebilecek alanların sınırına ulaşıldı ama Ordu için durum böyle değil. Ordu’da kivi dikilebilecek arazi oldukça fazladır. Bu arazilere kivi dikilir ise Ordu kivi üretiminde de lider il konumuna gelecektir. Şu anda yıllık 6.700 ton kivi üretilmektedir.
- 17- İlimizde kiviye dair bir tacir yapılanması da mevcut değildir. Fındıkta olduğu gibi kivi alıp satan tüccarlar yoktur. Alıcıların tamamı dışarıdan, özellikle de İstanbul’dan, gelmektedir veya üretici bizzat ürününü o alıcıların ayağına götürmektedir.
- 18- Üretici örgütleri arasında da bir koordinasyon ya da işbirliği yoktur. Dağınık ve zayıf örgütlülükler, ayakta kalabilme mücadelesi vermektedirler. Bu dağınıklığın ve zayıf duruşun ortadan kaldırılması adına bir araya gelinip, daha geniş, tek bir çatı altında toplanılması yeni bir açılım olarak gündeme alınabilir.
- 19- Marka ve imaj, çağın gerekliliklerindedir. Bu gün Ordu’da yetiştirilen kivi için “*Ordu Kivisi*” imajı öne çıkartılmaya çalışılmaktadır ki, bu kesinlikle doğru bir vizyondur. “*Ordu Kivisi*” gerek aroması, gerekse Ordu ilinin verimliliği açısından marka olma özelliğine sahiptir. Özelde “*Ordu Kivisi*” genelde ise “*Türk Kivisi*” imajı ve markasıyla, derinliği olan ve rekabet gerektiren piyasalara girilip, daha ciddi kazançlar elde etmenin projeleri üretilmelidir.

Sonuç

Bir ürünü çok miktarda üretiyor olmak kesin bir avantaj sağlamamaktadır. Üretilen ürüne katma değer kazandırdıkça rekabette de üstün gelinebilecektir. Kivi ülkemiz için, özellikle de bölgemiz için yeni bir ürün olmasına rağmen şimdiden maddelerce sorunları oluşmuştur.

Kiviye dair üretim ve yatırım yapılırken mevcut sorunların giderilmesi ve yıllar itibariyle tıpkı fındıkta olduğu gibi, yapısal, yasal ve üretim-tüketim başlıklarından gelen sorunlar birikmemelidir.

Kiviye geleneksel ürünlerimiz olan fındık ve çaya alternatif gözüyle bakma ya da böyle lanse etmek yanıltıcıdır. Fındık ve çay geleneksel ürünlerimiz olmasının yanında dik yamaçlı coğrafyamızda, ince tabaklı olan toprağın erozyonla yok olmasını önleyen birer neferdir de... Fındık ve çay belli rakımlardan sonra olmazsa olmaz ürünlerdir. Kivi ve ekolojik yapıya uygun diğer ürünler ek gelir kalemleri olarak ele alınmalıdır.

Kaynak: Ordu Ticaret Borsası