

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/338949700>

# Türkiye'de Muz Üretimi, Pazarlaması ve Dış Ticareti

Conference Paper · March 2018

CITATIONS

0

READS

2,750

4 authors, including:



**Duran Guler**  
Ege University

37 PUBLICATIONS 27 CITATIONS

SEE PROFILE



**Gamze Saner**  
Ege University

65 PUBLICATIONS 130 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Efficiency analysis of olive farms: The case study of Mugla province, Turkey [View project](#)

## Türkiye’de Muz Üretim, Pazarlaması ve Dış Ticareti

**Rabia Savcı<sup>1</sup> Halil İbrahim Sayar<sup>2</sup> Duran Güler<sup>3</sup> Gamze Saner<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Zir.Müh.E.Ü.Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, rabya.savcii@gmail.com

<sup>2</sup> Zir.Müh.E.Ü.Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, erkegadam@gmail.com

<sup>3</sup> Araş.Gör., E.Ü Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, duran.guler@ege.edu.tr

<sup>4</sup> Prof. Dr., E.Ü. Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, gamze.saner@ege.edu.tr

**Özet:** Muzun gıda değerinin yüksek oluşu ve örtü altı yetiştiriciliğinin giderek yaygınlaşması muz, tarımsal geleceği olan karlı bir ürün durumuna getirmiştir. Türkiye’de 2016 yılında 62.245 dekar alanda 305.926 ton muz üretilmiştir. Türkiye’de yıllık muz tüketimi ise yaklaşık 500.000 tondur. Son yıllarda Türkiye’de kişi başına muz tüketimi ise 1.5-2 kg’dan 5 kg’ın üzerine çıkmıştır. Ancak yerli üretim talebi karşılayamamakta, muz ihtiyacı ithalatla karşılanmaktadır. Bu çalışmanın ana amacı Türkiye’de muz sektörü ve pazarlamasındaki gelişmeleri ortaya koymaktır. Buradan hareketle 2000-2016 yılları arasında Türkiye’de muz sektöründeki gelişmeler incelenmiştir. Türkiye’de muz pazarlama yapısıyla iç ve dış ticaretteki gelişmeler ortaya konulmuş, muz üretimi ve pazarlamasında karşılaşılan sorunlar belirlenerek çözüm önerileri getirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Muz, üretim, ithalat, pazarlama yapısı, Türkiye.

## Banana Production, Marketing and Foreign Trade in Turkey

**Abstract:** The banana has a high value of food, and the spreading of greenhouse has made a product that banana having agricultural future. The banana production is amounted to 305.926 tonnes in 62.245 decares by the year of 2016 in Turkey. The annual banana consumption is approximately 500 thousand tons in Turkey. Banana consumption per capita in Turkey in recent years has risen to over 5 kg from 1.5-2 kg. However, the domestic production is not enough for the demand, the banana needs are met with imports. The main aim of this study is to explain the development and marketing in the banana sector in Turkey. For this purpose, developments in the banana sector in Turkey between the years 2000-2016 were examined. Other objectives of the study are to examine the banana marketing structure in Turkey, reveals the inner and outer developments in trade, to identify the problems related to the production and marketing of bananas and to propose solutions.

**Key Words:** Muz, üretim, ithalat, pazarlama yapısı, Türkiye.

### 1. GİRİŞ

Muz tropikal iklim koşullarında yetişen ve 1000 çeşidi bulunan bir bitki türü olup, gerek pişirilerek sebze olarak gerekse de meyve olarak tüketilmektedir. Muzun anavatanı Güneydoğu Asya’dır. Günümüzde dünyanın tropik ve subtropik iklim koşullarına sahip olan birçok bölgesinde ticari amaçla üretilmekte ve dış ticareti yapılmaktadır (Boz, 2016). Muz bitkisi ilk defa 1750 yıllarında Mısır’la bağlantılı zengin bir aile tarafından süs bitkisi olarak, Mısır’dan Alanya’ya getirilmiştir. O yıllarda süs bitkisi olarak yetiştirilen muzun meyve verdiğinin görülmesi üzerine, 1930’lu yıllardan sonra meyvesi için ticari amaçlı yetiştirilmiştir (Mendilcioğlu ve Karaçalı, 1980).

2016 yılında 62.245 dekar alanda 305.926 ton muz üretimi gerçekleşmiştir (TÜİK, 2017). Muz bahçeleri ikliminden dolayı sadece Akdeniz bölgesinin Mersin, Antalya ve Adana illerinde yer almaktadır. Türkiye tarım ülkesi olmasına rağmen muz üretimi iç talebi karşılayamamaktadır. Türkiye’de muz tüketimi ise yaklaşık 500.000 tondur. Türkiye muz talebinin yaklaşık yarısını ithalat yoluyla karşılamakta ve en fazla muz ithalatını da Ekvador’dan yapmaktadır. 2015 yılında ise bu talebin %44,6’sı ithalat yoluyla karşılanmıştır. Bu oranın bu kadar yüksek olmasının nedeni açık alanda muz üretiminin iklimsel faktörlerden etkilenmesidir. Bu durum üreticileri örtü altı muz üretimi yapmaya yöneltmiştir (Kolsarıcı ve ark., 2015). Türkiye muz ithalatçısı bir ülke olarak görülmesine karşın az miktarda da olsa bazı ülkelere muz ihraç etmektedir. Bu ihracat ve ithalattan en büyük payı dört yerli firma(Çekok, For Gıda, Starban ve Tümerdem) almaktadır (Boz, 2016).

Muz çok yıllık bir bitki olup, 20 yıl meyve vermektedir. Muzun gıda değerinin yüksek olması ve son yıllarda örtüaltı yetiştiriciliğinin yaygınlaşması muzun önemli bir ürün yapmıştır. Dünyada muz üretimi açısından önemli ülkeler Hindistan(%26), Çin(%10), Filipinler(%7.7), Brezilya(%6) ve Ekvador(5,9)'dur. Türkiye ise dünya muz üretiminden %0.22 pay almaktadır. İklim olarak 4 derecenin altına sevmeyen muzun, Antalya ve Mersin'de zaman zaman sıcaklıkların bu derecenin altına düşmesi sonucu verimi azalmaktadır. Bu nedenle muz bahçelerinin sera sistemleri ile korunması önerilmektedir. Bu durumu dikkate alan üreticiler, son yıllarda açık alanda yapılan üretimden, örtü altı üretimine geçiş yapmış ve bu şekilde örtü altı muz yetiştiriciliği doğa koşullarına bağımlılığı azaltmıştır. Bu sayede üretim ve kalitede artış sağlanmıştır. Son yıllarda Türkiye'de kişi başına muz tüketimi 1,5-2 kg'dan 5 kg üzerine çıkmıştır. Yine de yerli üretim, tüketimi karşılayamamaktadır. Buradan hareketle çalışmada Türkiye'de 2000-2016 dönemi itibarıyla muz üretimi, dış ticareti ve pazarlamasındaki gelişmeler ortaya konulmuş, muzun üretim, pazarlama ve muhafazasındaki sorunlar üzerine odaklanılmıştır.

## 2. MATERYAL VE YÖNTEM

Uluslararası literatürde muz üretimi ve pazarlamasıyla ilgili çok sayıda çalışmaya rastlamak mümkündür. Türkiye'de ise bu amaçla yapılmış az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmanın ana materyalini 2000-2016 döneminde Türkiye'de muz üretimi pazarlaması ve dış ticaretine yönelik birincil ve ikincil kaynaklı veriler oluşturmaktadır. Bu kapsamda Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü), TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), DTM (Dış Ticaret Müsteşarlığı), İGEME (İhracat Geliştirme Etüt Merkezi), Ege İhracatçıları Birliği, ITC (Uluslararası Ticaret Merkezi) gibi kurum ve kuruluşların tarım ile ilgili hazırlamış olduğu çeşitli istatistiklerden, raporlardan, makale, kitap, bazı internet siteleri, derleme gibi çalışmalardan yararlanılmıştır. Türkiye'de muz üretimi ve pazarlamasına ilişkin verilerin sunulmasında daha anlaşılır ve açıklayıcı olması için indekslerden ve yüzde oranlarından yararlanılmıştır.

## 3. DÜNYADA MUZ ÜRETİMİ VE DIŞ TİCARETİ

### 3.1. Dünyada Muz Üretimi ve Tüketimi

Muz, Güneydoğu Asya'nın tropikal bölgelerinde doğal olarak yetişen bir ağaçsı bitkinin yeşil kabuklu uzun meyvesidir. Tropik ve subtropik bölgelerde yetişen veya yetiştirilen, ağaca benzeyen, 2-3 metre boyunda, mor çiçekler açan, meyveleri lezzetli ve nişastaca zengin otsu bitkilerdendir (Boz, 2016).

Muz bitkisi Musaceae (muzgiller) familyasındandır ve Ensete ve Musa olmak üzere iki cinsine ayrılmaktadır. Bunlardan Ensete cinsi meyve olarak yenmemekte, sebze olarak ve lif bitkisi olarak değerlendirilmektedir. Meyveleri yenen muz türleri ise Musa cinsine dahildirler (Akova, 1997). Bir muz bitkisi, ekonomik ömrü boyunca yalnızca bir kez muz demeti üretmekte ve bu demet 100-400 adet arası muz verebilmektedir. Ekonomik ömrünü tamamlamış bir muz bitkisinin arkasında yeni bir muz bitkisi filizlense de bu muz tohumlarından tekrar muz üretilmemektedir. Bu nedenle muz, tohumu olmayan bir bitki olarak diğer meyvelerden ayrılmaktadır. Bir sonraki muz ağacı ise kök parçalarından büyümekte ve bir muz tarlası ekileceği zaman kök parçaları ya da kendiliğinden gelişmiş muz bitkileri ekilmektedir (FAO, 2017).

Dünyada üretimi yapılan muzun %41'ini 'Cavendish', %14'ünü 'GrosMichel', %21'ini 'Plantain' grupları ve %24'ünü ise pişirilerek yenen muz grubu oluşturmaktadır. Üretilip ticareti yapılan muz 1800-1950 yıllarında büyük ölçüde GrossMichel'dir. GrossMichel türünün bitki hastalıklarına karşı direncinin az olmasından dolayı 1970'li yıllarda Cavendish türü muz ticareti ve üretimine başlanmıştır. Ancak bu türün de bazı bitki hastalıklarına dirençsizliğinden dolayı genetik bilimciler tarafından bu iki türün bir alt türü geliştirilmiştir.

Bugün dünya muz ticaretinin %90'nında Cavendish ve GrossMichel türlerinden geliştirilen alt türler hakimdir (Boz, 2016). Dünyada yıllar itibarıyla üretim alanlarına bakıldığında 2000-2014 yılları arasında muz ekiliş alanının %1,12 oranında artış gösterdiği, üretiminin ise %3,48 oranında artış gösterdiği

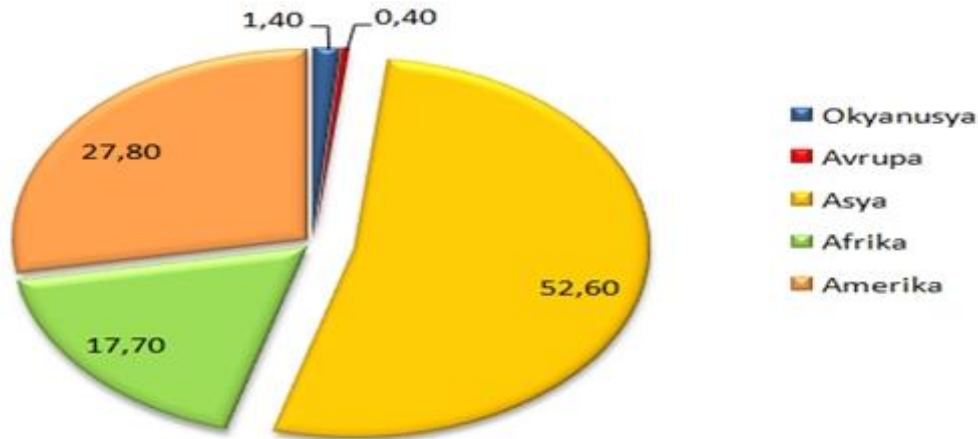
görülmektedir (Çizelge 1). 2015 yılında ise dünya muz üretimi 128.7 milyon tona ulaşmış, muz üretim değeri de 35.9 milyar dolara ulaşmıştır.

Çizelge 1. Dünyada Muz Üretim Alanı ve Üretimi (2000-2014)

Yıllar	Üretim Alanı (dekar)	İndeks	Üretim (Ton)	İndeks
2000	4.558.837	100	68.225.889	100
2005	4.791.586	105	82.871.316	121
2010	5.412.984	119	108.674.756	159
2011	5.527.449	121	109.195.060	160
2012	5.284.461	117	107.796.724	158
2013	5.305.750	116	110.686.900	162
2014	5.393.811	118	114.130.151	167
Ort. Yıllık Değişme(%)	1,12	-	3,48	-

Kaynak: FAO, 2017.

Dünyada Asya, Amerika, Afrika, Okyanusya ve Avrupa kıtalarında muz üretimi yapılmaktadır. Muz üretiminde birinci sırayı %52,6'lık pay ile Asya kıtası alırken, bunu %27,8'lik pay ile Amerika kıtası izlemektedir. Geriye kalan %28'lik payı ise Afrika, Okyanusya ve Avrupa ülkeleri paylaşmaktadır (Şekil 1).



Şekil 1. Dünya Muz Üretim Alanı ve Üretimi (2000-2014)

Kaynak: FAO, 2017.

Dünyada belli başlı muz üreticisi ülkeler incelendiğinde 2014 yılı muz üretiminde %26'lık pay ile Hindistan ilk sırada yer almaktadır. Hindistan'ı sırasıyla % 10'luk pay ile Çin, %8'e yakın pay ile Filipinler izlemektedir. Türkiye bu ülkeler içerisinde %0,22'lik pay ile yer almaktadır (Çizelge 2).

Çizelge 2. Dünyada Belli Başlı Muz Üreticisi Ülkeler, Muz Üretim Alanı, Üretim Miktarı ve Verim Durumu (2014)

Ülkeler	Muz Üretim Alanı(ha)	%	Muz Üretim Miktarı(ton)	%	Verim(kg/ha)
Hindistan	802.570	14,80	29.724.550	26,00	37.036
Çin	392.000	7,20	11.791.900	10,30	30.083
Filipinler	442.751	8,20	8.884.857	7,70	20.067
Brezilya	478.765	8,80	6.953.747	6,00	14.524

Endonezya	134.070	2,40	6.862.568	6,00	51.186
Ekvador	182.158	3,30	6.756.254	5,90	37.090
Guatemala	71.218	1,30	3.552.948	3,10	49.088
<b>Türkiye</b>	<b>5.350</b>	<b>0,09</b>	<b>251.994</b>	<b>0,22</b>	<b>47.101</b>
Diğer Ülkeler	2.884.929	53,40	39.351.333	34,40	13.640
Dünya Toplamı	5.393.811	100,00	114.130.151	100,00	21.159

Kaynak: FAO, 2017.

Dünyada Asya, Amerika, Afrika, Okyanusya ve Avrupa kıtalarında muz üretimi yapılmaktadır. Dünyada muz üretim alanları ve üretimi açısından ileri durumda olan ülkeler Hindistan, Çin, Filipinler, Brezilya, Endonezya ve Ekvador'dur. Yıllar itibariyle tüm dünyada muz üretim alanlarının artmasına bağlı olarak gerek üretim miktarları gerekse verimlilikte artmıştır. 2015 yılında da verim hektara 22.000 kg olarak gerçekleşmiştir (<https://finance.yahoo.com/news/global-banana-market-report-share-174800099.html>).

### 3.2 Dünya Muz Ticareti

Dünya muz ihracatının %80'i Latin Amerika ülkeleri tarafından yapılmaktadır. Ana ihracatçılar ise Ekvador, Kosta Rika, Kolombiya ve Honduras'tır. Muz ticareti ve pazarı, çoğu Amerikan kökenli çok uluslu şirketler tarafından yapılmaktadır (Velazquez ve Barragan, 2016; Boz, 2016). Bu şirketlerin en önemlileri Fyffes, Chiquita, Doleve, FreshDelMonte'dir. Bu dört firma dünya muz ticaretinin %80'ini, Avrupa muz ticaretinin ise %39'unu kontrol altında tutmaktadır.

Dünyada muz dışsattım ve dışalım durumu 2000-2013 dönemi itibariyle Çizelge 3'de verilmiştir. Dışsattım aynı dönemde ortalama %2,44 oranında bir değişim göstererek toplamda 5.761.816 ton artmıştır. Dışalım ise 2000 yılından 2013 yılına kadar yıllık ortalama %2,23 oranında değişim göstererek toplamda 5.228.341 ton artmıştır (Çizelge 3).

Çizelge 3. Dünyada Muz Dışsattım ve Dışalım Miktarları(Ton)

Yıl	Dışsattım Miktarı	İndeks	Dışalım Miktarı	İndeks
2000	14.336.256	100	14.435.901	100
2005	16.329.288	113,9	15.425.998	106,9
2010	17.490.865	122	17.933.961	124,2
2011	18.719.902	130,6	18.720.741	129,7
2012	19.099.109	133,2	18.313.664	126,9
2013	20.098.072	140,2	19.664.242	136,2
<b>Ort. Yıllık Değişme(%)</b>	<b>2,44</b>	<b>-</b>	<b>2,23</b>	<b>-</b>

Kaynak: FAO, 2017.

## 4. TÜRKİYE'DE MUZ ÜRETİMİ VE DIŞ TİCARETİNDEKİ GELİŞMELER

### 4.1. Üretim Alanındaki ve Miktarındaki Gelişmeler

Türkiye'de ağırlıklı olarak Cavendish çeşidi muz üretilmekte, soğuğa dayanıklılığı diğer çeşitlere göre daha iyi bir çeşit olan "Azman" muz çeşidi ile de denemeler yapılmaktadır (Sarıdaş ve ark., 2017). Bunun dışında Alanya'da Grand Naine çeşidine de yer verilmektedir.

Muz bitkisi tropikal iklim koşullarına ihtiyaç duyduğundan Türkiye'de sadece Mersin ve Antalya illerinde gerek açık gerekse örtüaltı alanlarda yetiştirilmektedir. Önceki yıllarda Alanya, Gazipaşa, Anamur ve Bozyazı ilçelerinde muz üretimi yoğun iken, son yıllarda verilen KKYDP (Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programı) ve TKDK(Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu) yatırım destekleri ile Manavgat, Serik, Finike ve Kumluca illerinde ve Hatay'a kadar uzanan sahil bandındaki birçok ilçede örtü

altı muz üretimi olarak yaygınlaşmaya başlamıştır (MATSO, 2017). Hatta Azman çeşidi ile yapılan denemeler sonucu Hatay'ın muz tarımına açılan Hassa ilçesi koşullarında Mersin-Anamur ilçesi koşullarına göre dekar başına daha yüksek verim(10 ton) ve dekar başına 9.800 TL'lik daha yüksek bir muz geliri elde edildiği belirlenmiştir (Sarıdaş ve ark., 2017).

Türkiye'deki muz üretimi, iç tüketimin yaklaşık yarısını karşılamakta ve geri kalan ithalat yoluyla karşılanmaktadır (Emeksiz, 2015). 2000 yılında toplam üretim 17.250 ton iken 2016 yılına kadar %7,84'lük artış göstererek 62.245 tona ulaşmıştır. 2000 yılında 64.000 ton olan üretim miktarı %9,63'lük artış göstererek 2016 yılında 305.926 tona ulaşmıştır. Ortalama verim ise 2000 yılında 3,7 ton iken %1,66'lık bir artışla 4.9 tona ulaşmıştır (Çizelge 4).

Çizelge 4. Türkiye'de Muz Ekim Alanları, Üretim Miktarları ve Ortalama Verim (2000-2016)

Yıllar	Toplam Üretim Alanı (dekar)	İndeks	Üretim (ton)	İndeks	Verim Ton/da
2000	17.250	100	64.000	100	3,71
2005	36.000	209	150.000	234	4,16
2010	44.279	257	210.178	328	4,74
2011	45.074	261	206.501	323	4,58
2012	44.923	260	207.727	325	4,62
2013	46.700	271	215.472	337	4,61
2014	53.497	310	251.994	394	4,71
2015	58.380	338	270.500	423	4,63
2016	62.245	361	305.926	478	4,91
Ort. Yıllık Değişme(%)	7,84	-	9,63	-	1,66

Kaynak: TÜİK, 2016.

#### 4.2. Açık Alan ve Örtü Altındaki Muz Üretim Alanları ve Gelişmeler

Türkiye'de açık alanda muz üretim alanları ve üretim miktarında genel olarak bir artış görülmektedir. 2000 yılında 11.695 dekar olan açık alandaki muz üretim alanı %3,63'lük bir artış göstererek 21.475 dekar olmuştur. Muz üretim miktarı da ekim alanlarının artışına bağlı olarak %3,23'lük bir artış göstermiştir (Çizelge 5).

Örtü altı muz üretim alanı 2000 yılında 6.055 dekar iken %11,87'lik bir artış göstererek 2016 yılında 40.794 dekara ulaşmıştır. Üretim miktarı ise 2000 yılında 35.375 ton iken %12,24'lük bir artış göstererek 2016 yılında 252 tona ulaşmıştır. 2000-2016 yılları arasında örtü altı muz üretiminin açık alana göre daha hızlı büyüdüğü görülmektedir. 2016 yılına bakıldığında açık alandaki muz üretim alanı ve miktarında bir önceki yıllara göre düşüş olduğu görülmektedir. Bunun nedeni de açık alandaki üretimin örtü altına kaymasıdır. 2016 yılı itibarıyla örtü altı üretimi açık alandaki üretimin iki katına çıkmıştır. Dekara verim açık alanda dekara 3 ton iken, örtü altında 6 ton olarak gerçekleşmiştir.

Uysal ve ark., (2016) tarafından yapılan bir çalışmada da 2015-2019 yılları için muz üretimi ile ilgili öngöründe gerek çift üstel düzeltme yöntemine göre ve gerekse subjektif düzeltme yöntemine göre muz üretiminin artacağı öngörülmüştür.

2017 yılı itibarıyla de yaklaşık 68.500 dekar alanda muz üretimi yapılarak, toplam 376.000 tonluk üretimle Türkiye muz ihtiyacının yaklaşık % 79'unun karşılandığı belirlenmiştir. Hatta bu miktar Uysal ve ark., (2016) tarafından yapılan öngörünün de (300.525 ton) üzerinde gerçekleşmiştir. 2017 yılındaki bu yükselişte son dönemlerde Antalya ve Mersin illeri dışındaki illerde de örtü altı muz yetiştiriciliği yatırımlarının artış göstermesinin ve örtü altında muz veriminin daha yüksek gerçekleşmesinin etkisi bulunmaktadır. Bu durumda Türkiye'nin muz üretiminde olumlu gelişmelerin olacağını ortaya koymaktadır.

Çizelge 5. Türkiye'de Açıkta ve Örtü Altı Alanda Muz Üretim Alanları ve Üretim Miktarları (2000-2016)

Yıl	Açık Alan		Örtü Altı	
	Alan(dekar)	Üretim(ton)	Alan(dekar)	Üretim(Ton)
2000	11.695	31.375	6.055	35.375
2005	20.702	49.935	15.504	101.279
2010	19.523	60.945	24.756	149.233
2011	18.211	44.626	26.863	161.875
2012	18.133	46.216	26.790	161.511
2013	18.185	43.466	28.515	172.006
2014	23.735	71.920	29.764	180.088
2015	25.401	70.256	32.979	200.244
2016	21.475	53.921	40.794	252.149
<b>Ort. yıllık değişme (%)</b>	3,63	3,23	11,87	12,24

Kaynak: TÜİK, 2016

### 4.3. Türkiye'de Muz Dışsatım ve Dışalım Durumu

Türkiye'de muz dış ticaretinde sürekli dalgalanmalar görülmektedir. Dışsatım miktarlarına bakıldığında oransal olarak azalma görülmektedir. Muz dışsatım miktarı 2000-2016 yılları arasında yıllık ortalama %3,73 oranında ve dışsatım değeri aynı yıllarda ortalama %3,99 oranında azalış göstermiştir.

Türkiye'nin muz dışalım miktarında 2000-2016 yılları arasında yıllık ortalama %3,11'lik bir artış görülmektedir. Dışalım değeri ise aynı dönem içerisinde yıllık ortalama %4,49'luk artış göstermektedir (Çizelge 6).

Muz ithalatının 2018 ve 2019 yıllarında 217.339 ton dolayında olacağı öngörülmektedir (Uysal ve ark., 2016). Türkiye'nin en fazla muz ithalatı yaptığı ülke 169.971 ton ile Ekvador'dur. Bunu 19.301 ton ile Kosta Rika izlemektedir. Hindistan ise 18 ton ile son sırada yer almaktadır (Çizelge 7).

Çizelge 6. Türkiye'de Muz Dışsatım-Dışalım Miktarı ve Değeri

Yıl	Dışsatım Miktarı (Ton)	Dışsatım Değeri (1000\$)	Dışalım Miktarı (Ton)	Dışalım Değeri (1000\$)
2000	21	22	124.245	49.024
2005	57	132	151.018	61.597
2010	5	16	200.695	95.349
2011	6	15	234.632	110.435
2012	10	39	225.100	110.391
2013	-	-	235.188	115.317
2014	11	10	207.171	102.537
2015	14	40	218.548	108.339
2016	11	11	209.379	103.479
<b>Ort. Yıllık Değişme (%)</b>	-3,73	-3,99	3,11	4,49

Kaynak: FAO, 2017; ITC, 2017.

Çizelge 7. Türkiye'nin Muz Dışalımını Yaptığı Ülkeler, Miktar ve Değerleri (2016)

Ülkeler	Miktar(Ton)	Değer(1000\$)
---------	-------------	---------------

Ekvador	169.971	83.869
Kosta Rika	19.301	9.577
Guatemala	10.280	5.232
Kolombiya	8.130	4.220
İran	824	424
Honduras	821	131
ABD	34	17
Hindistan	18	10

Kaynak: ITC, 2017.

2016 yılında Türkiye'nin toplam muz dış satım miktarı 11 tondur. Bu dış satımın 8 tonu Suriye'ye, 3 tonu ise Gürcistan'a yapılmıştır (ITC, 2017). Türkiye'de 2000-2016 yılları arasında dışsatım fiyatında %0.28 oranında bir azalma söz konusudur. Dışalım fiyatında ise %1.35 oranında bir artış görülmektedir (Çizelge 8).

Çizelge 8. Türkiye'de Muz Dışsatım ve Dışalım Fiyatları (\$)

Yıl	Dışsatım Fiyatı (\$/ton)	Dışalım Fiyatı (\$/ton)
2000	1,05	0,39
2005	2,32	0,41
2010	3,20	0,48
2011	2,50	0,47
2012	3,90	0,49
2013	0,00	0,49
2014	0,91	0,49
2015	2,86	0,50
2016	1,00	0,49
<b>Ort. Yıllık Değişme(%)</b>	<b>-0,28</b>	<b>1,35</b>

Kaynak: FAO, 2017; ITC, 2017.

Türkiye ülke gruplarından ya da serbest ticaret anlaşmasından dolayı bazı ülkelerden herhangi bir ürün (örneğin taze ve kurutulmuş muz) ithal ederse, yerli üreticiyi koruma amaçlı %145,8 oranında gümrük vergisi uygulamaktadır (T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2018).

## 5. TÜRKİYE'DE MUZ PAZARLAMASINDAKİ GELİŞMELER

### 5.1. Türkiye'de Muzun Pazarlama Kanalları

Pazarlama; üretilen ürünlerin belirli aşamalardan geçerek tüketiciye ulaştırılmasıdır. Bu aşamalar işleme, ambalaj, paketleme gibi aşamalardır. Üretici ve tüketici arasındaki ürün ve hizmet akışını içeren tarımsal pazarlamada, günümüzde sadece tüketici gereksinimlerini karşılamak değil, çevre dostu ve tüketicinin içsel yapısının da önemli olduğu anlayış geçerli olmaya başlamıştır. Bunun en büyük nedenlerinden biri tüketici bilincinin hızla gelişmesidir. Bundan dolayı pazara giriş yapanların buna dikkat etmeleri gerekmektedir.

Türkiye'de tarımsal pazarlamada; üretici, toptancı ve perakendeci aşamada ürünleri tüketici ile buluşturan araçlarla ya da aracısız birçok sistem bulunmaktadır.

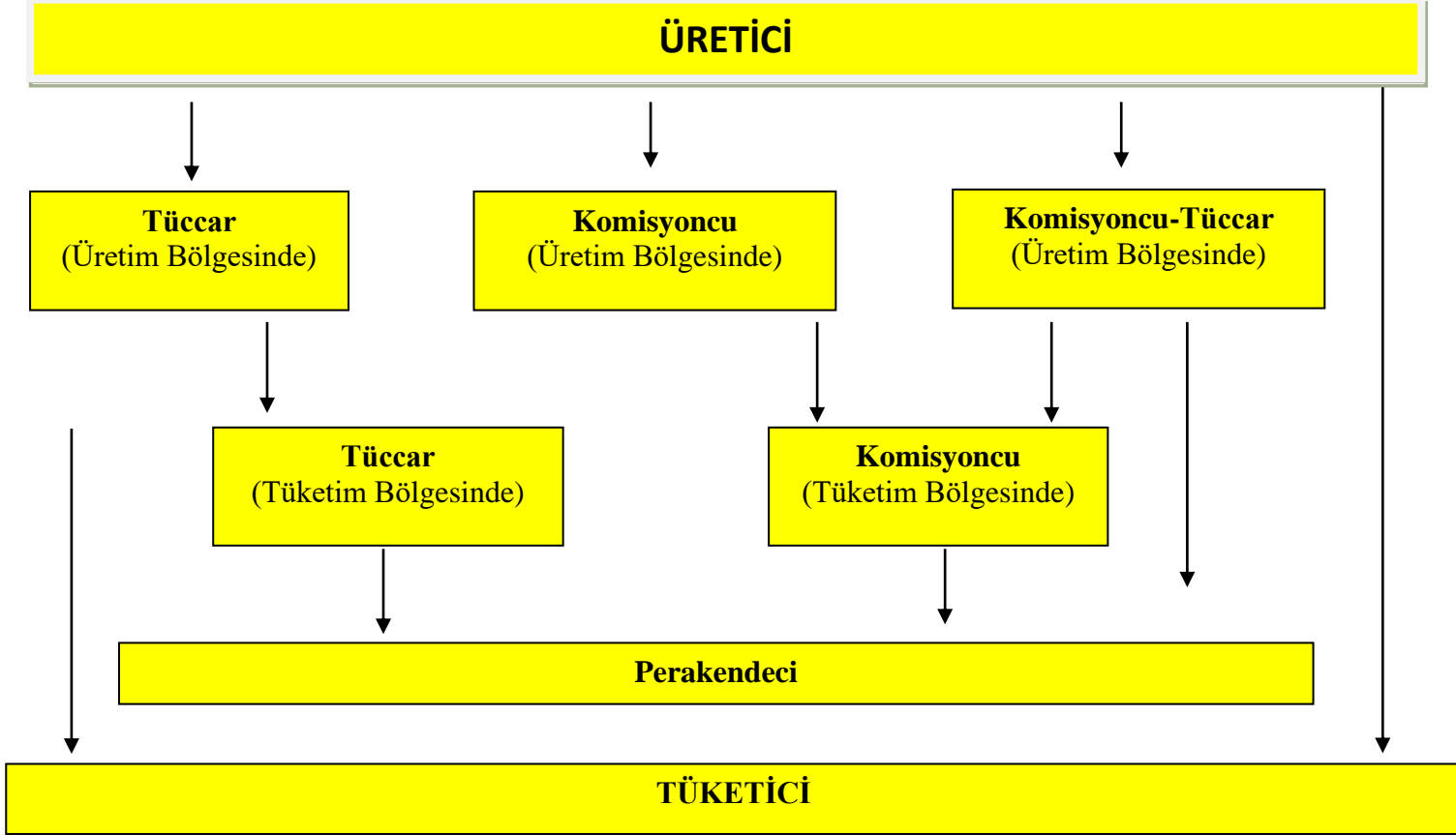
Türkiye'de muz;

- Üreticiden toptancıya,
- Toptancıdan tüccara,
- Tüccardan perakende satış noktalarına ve semt pazarlarına



- Semt pazarlarından da son tüketiciye ulaşmaktadır.

Türkiye'de üretilen muz pazarlama kanalları Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Muzun Pazarlama Kanalları

Kaynak: Subaşı ve ark, 2012.

## 5.2. Türkiye’de Muz Fiyatlarında Gelişmeler

### 5.2.1. Üretici Eline Geçen Fiyatlar

Türkiye’de 2005-2016 dönemi itibarıyla muz üreticisinin eline geçen fiyatlar incelendiğinde gerek cari fiyatlarda gerekse reel fiyatlarda azalış olduğu görülmektedir. Reel olarak muzda üretici eline geçen fiyatlardaki azalış %10,47 oranında bulunmuştur (Çizelge 9).

Çizelge 9. Türkiye’de Muz Üreticisinin Eline Geçen Fiyatlar (TL/Kg)

Yıl	Cari Üretici Fiyatları	İndeks	Reel Üretici Fiyatları	İndeks
2005	3,06	100,00	2,49	100,00
2010	1,63	53,27	0,90	35,93
2011	1,65	53,92	0,82	32,93
2012	1,71	55,88	0,80	32,14
2013	1,59	51,96	0,69	27,83

<b>2014</b>	1,95	63,73	0,79	31,55
<b>2015</b>	2,05	66,99	0,76	30,48
<b>2016</b>	1,94	63,40	0,66	26,58
<b>Ort. yıllık Değişme(%)</b>	-3,72	-	-10,47	-

Kaynak: TÜİK, 2016 ; TÜFE (2003=100) göre hesaplanmıştır.

### 5.2.2. Tüketicinin Ödediği Fiyatlar

Muzda tüketici fiyatlarında cari fiyatlar artarken, reel düzeyde fiyatlarda azalış görülmektedir. 2005-2016 döneminde muzda reel tüketici fiyatında %0,30'luk bir azalış ortaya çıkmıştır (Çizelge 10).

Çizelge 10. Türkiye'de Muz için Tüketicinin Ödediği Fiyatlar (TL/Kg)

Yıl	Cari Tüketici Fiyatları	İndeks	Reel Tüketici Fiyatları	İndeks
<b>2005</b>	2,68	100,00	2,19	100,00
<b>2010</b>	3,12	94,33	1,72	78,52
<b>2011</b>	3,44	110,32	1,71	78,38
<b>2012</b>	3,82	111,13	1,79	81,99
<b>2013</b>	4,02	105,2	1,76	80,33
<b>2014</b>	5,05	125,56	2,04	93,30
<b>2015</b>	5,66	112,11	2,10	96,10
<b>2016</b>	6,16	108,81	2,11	96,37
<b>Ort. Yıllık Değişme(%)</b>	7,10	-	-0,30	-

Kaynak: TÜİK, 2016 ( TÜFE 2003=100'e göre hesaplanmıştır).

### 5.2.3. Pazarlama Marjları

2015 yılı itibarıyla muzun üretici fiyatı 2,00 TL/kg iken tüketiciye 4,00 TL/kg'a ulaşmaktadır. Başka bir ifadeyle, muz fiyatları üreticiden tüketiciye ulaşana kadar %200 artmaktadır (Çizelge 11). Üreticiden 2,00 TL/kg fiyat ile alınan muz stopaj, rüsum ve ticaret odası tarafından onaylanmış fire oranı ile paketleme tesisine %10'luk maliyet ile gelmektedir. Paketleme evinde muzun pazara hazırlanması için yapılan ambalajlama, işçilik depolama gibi hizmetler ve işletme karı ile tesislerden tüketim bölgesindeki tüccarlara 3,00 TL/kg fiyatla satılmaktadır. Tüketim bölgesindeki tüccarlardan perakendecilere ort. 3,50 TL/kg fiyatla satılmakta ve perakendeciler içerisinde fiyat farklılıkları yaşanmakla beraber ort. 4,00 TL/kg ile nihai tüketiciye ulaşmaktadır. İşleme maliyetleri sonucu en yüksek pazarlama marjı %66,6 ile üretim bölgesindeki tüccar/paketleme tesislerinde oluşmaktadır. Bu marjın büyük bir kısmı da muzun pazara hazır duruma gelmesi için yapılan pazarlama hizmetlerinin maliyetini oluşturmaktadır. Tüketim bölgesindeki tüccarlarda %14,2 ve perakendede %12,5 olarak gerçekleşmektedir (Subaşı ve ark, 2015).

Çizelge 11. Türkiye'de Muz Pazarlama Marjları (2015)

Aracılar	Satış Fiyatı (TL/kg)	Mutlak Marj (TL/kg)	Nispi Marj (%)
Üretici	2,00	-	-
Tüccar / Paketleme (Üretim Bölgesi)	3,00	1,00	66,60
Tüccar (Tüketim Bölgesi)	3,50	0,50	14,20
Perakendeci	4,00	0,50	12,50
Toplam pazarlama marjı	-	2,00	-
Perakende fiyatı içerisinde üretici fiyatlarının payı (%)		50,00	

Kaynak: Subaşı ve ark, (2015).

## 6. MUZ ÜRETİMİNDE VE PAZARLAMASINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR

### 6.1. Muz Üretiminde Karşılaşılan Sorunlar

Türkiye’de muz üretiminin gelişimi açısından özellikle üreticilerin dile getirmiş olduğu sorunlara dikkat edilmesi gerekmektedir. Üreticinin üretim kaynaklı sorunlarından bazıları şunlardır:

Muz üretilen bölgelerdeki sulama yetersizliği sonucunda ekim yapmak isteyen birçok yatırımcı bölgede yeterli miktarda su olmadığından muz üretimi yapmak istememektedir.

Türkiye’de gerçekleştirilen tarımsal ürünlerde olduğu gibi muz üretiminde de ortaya çıkan bir diğer genel sorun, üretim girdilerinin fiyatlarının yüksekliğidir. Bu durumda üretici bazında maliyetleri arttırmaktadır.

Yıllardır Suriye üzerinden giren kaçak muzların son yıllarda da Irak ve İran üzerinden de gelmesi ve transit geçiş adı altında ülkeye düşük fiyatla sokulan muzdan vergi alınmaması yerli üreticiyi zor durumda bırakmaktadır.

Üreticiden kaynaklı sorunlara bakıldığında ise, üreticilerin üretim teknikleri konusunda ve sera tesisi teknoloji kullanımındaki bilgi eksiklikleri gelmektedir. Yetiştiricilikte yapılan bazı yanlış uygulamalar, muz verim ve kalitesinde düşmelere neden olmaktadır.

Üreticiden kaynaklı diğer sorun ise, muz üretilebilecek yerlerde daha kârlı olarak görülen imarlaşmaya öncelik verilmesidir. Örneğin Alanya bölgesinde hızlı bir imarlaşmanın etkisiyle arazi sahipleri arazilerini imar uygulamasında kullanmayı daha kârlı görmekte ve tercihlerini bu yönde kullanmaktadırlar.

### 6.2. Muz Pazarlamasında Karşılaşılan Sorunlar

Muz pazarlamasında karşılaşılan sorunlar üreticiler açısından ve aracılar açısından olmak üzere iki yönlü incelenmiştir. Üretim alanları büyük tüketim merkezlerine uzaktır. Yerli muz üretiminin yapıldığı Anamur ilçesi pazarlama merkezlerine uzak, yolları bakımsız ve ulaşımı zor bir bölgedir. Pazarlama firmaları küçük çaplıdır. İklimlendirilmiş taşıma araçları olmadığı için özellikle kışın meyvelerin dondan zarar görmemesi için soğuk ve don riski ile karşılaşan bölgelere satış yapılamamaktadır.

Muz sektöründe pazarlama alanında paketleme tesisi az sayıda olup, bu tesisler muz fiyatları üzerinde söz sahibidirler. Bunun sonucu olarak muz tüketiciye iki katı fiyatına ulaşmaktadır. Yerli muzun ithal muz önündeki en önemli sorunlarından biri de işleme ve pazarlama teknolojisinin olmaması nedeniyle raf ömrünün kısıtlıdır. Üretim, işleme ve pazarlama sırasında karşılaşılan sorunlar nedeniyle yerli muzun meyve kabuğu çatlamakta, kararmakta ve rafta uzun süre bozulmadan kalamamaktadır. Tüketiciler arasında yerli muzun ithal muza göre büyüklük ve renk bakımından albenisinin düşük olması ve raf ömrünün kısa olması talebin ithal muza yönelmesine neden olmaktadır.

Üretim ve pazarlama konusunda üreticilerin örgütlenememiş olması, aracılar arasındaki rekabetin şiddetli olmasını ve perakendeci grupların fiyat baskısını beraberinde getirmiştir. Perakende gıda satışlarında hipermarket ve süpermarket tipi perakendecilerin paylarının her yıl artması ve büyük zincir perakendecilerin raf ömrü uzun ürünleri tercih etmesi ve yerli muzun tercih etmemesi yerli muzun pazarlanma alanlarını kısıtlamaktadır.

## 7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de muz yetiştiriciliğinde iklimsel koşullar nedeniyle, üretimde planlamaya gidilmeli ve hasadın tüm yıla yayılması için çalışmalara başlanmalıdır. Muz üretiminde istikrar sağlanmalı, farklı çeşitler üzerine denemeler yapılmalıdır. Aksi takdirde üretimi artırmanın olanağı bulunmamaktadır.

Türkiye’de çiftçinin, muz üreticisi ve ihracatçısı ülkeler olan Ekvador, Panama ve Kosta Rika gibi ülkeler ile rekabet etmesi pek mümkün görülmemektedir. Sınır ticareti denetim altına alınmalı, bu kapsamda yapılan ithalat iç piyasaya sürülmemelidir. Ekim ayı ile haziran ayı arasında hasat sezonunun yoğun olduğu dönemde, ithal muzun transit geçişine izin verilmemeli ve ithal muzun vergisi tam ödenerek piyasaya sunulmalıdır.

%145,8’lik gümrük vergisi korunmalı ve gümrüklerde yetkililer duyarlı davranarak denetimleri arttırmalıdır. Ayrıca ithalatçı ülkelere alınan muzların etiket bilgileri arttırılmalı, böyle tüketicinin bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır.

Üreticinin temel sorunu olan sulama altyapısıyla ilgili sorunlar giderilmelidir. Üreticilere doğru sulama konusunda teknik bilgiler verilmeli ya da devlet sulama konusunda destekler verilmelidir.

Açık alandan örtü altı üretime geçişlerde kalite ve verimi arttırmak için örtüaltı yatırımları hibelerle veya yatırım destekleri ile teşvik edilmelidir. Kaldı ki son yıllarda örtüaltında muz üretimi giderek ilgi görmeye başlamış, İzmir ili Torbalı ilçesinde de örtü altı muz yetiştiriciliğine ilişkin yatırım yapılmıştır. Bu tarz yatırımların artmasıyla birlikte muz üretiminde ve veriminde artış sağlanması, ithalat miktarının giderek azaltılması hedeflenmektedir.

Muz sektöründe, ıslah ve yetiştirme teknikleri ile pazar talepleri doğrultusunda yeni çeşit ve hatlar geliştirilmelidir. Verim ve kaliteyi geliştirmek için yeni teknik ve teknolojileri kullanarak temel ve uygulamalı araştırmalar yapmak amacıyla muz araştırma istasyonları açılabilir.

Yerli muzun kısa süreli raf ömrünün uzatılabilmesi için gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Bu da üreticiye soğuk hava depolarında destekler verilerek çözümlenebilir. Muz paketleme ve sarartma tesisleri kayıt altına alınmalı ve standardizasyonu, paketlemede kullanılan ambalajların standartlara uygun duruma gelmesi ve izlenebilirliği sağlanmalıdır.

Muz üretimine uygun bölge haritasının çıkarılarak imar dışı tutulacak alanlar olarak belirlenmelidir. Muz satışı için hizmet sektörü (otel, tatil köyü, lokanta, kafeterya, pastane vb.) ve kurumsal alıcılar (hastane, ordu, yurtlar, yemek şirketleri vb.) göz ardı edilmemesi gerekir. Çünkü bunların satışlardaki payları büyümektedir.

Gelişmiş ülkelerde hizmet sektörü ve kurumsal tüketicilerin gıda satışlarındaki payları perakende sektörü kadar önemlidir ve ev dışı gıda tüketimi arttıkça bu sektör daha önemli bir pazarlama kanalı durumuna gelmektedir. Pazarlama kanallarından kaynaklı sorunlardan olan pazarlama kanallarındaki fazla aracı sayısı olabildiğince aza indirilmeli ve doğrudan pazarlama yoluna da gidilmelidir. Böylece muzun tüketiciye ulaşmaya kadar iki katı fiyatına ulaşması engellenebilecektir.

## KAYNAKLAR

- Akova, S., (1997). Siye’de Muz Ziraatının Coğrafi Dağılışı ve Özellikleri. Coğrafya Dergisi, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, s. 1-40.
- Boz, F., (2016). Türkiye’de Muz Üretimi ve Dış Ticaretinin Diğer Ülkelerle Karşılaştırılması: Türkiye’nin Muz İthalatına Yönelik Korelasyon ve Regresyon Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Alanya.
- FAO, (2017). <http://www.fao.org/faostat/en/#data>, (Erişim Tarihi:09.04.2017).
- ITC, (2017). <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/> (Erişim Tarihi: 09.04.2017).
- Manavgat Sanayi ve Ticaret Odası (MATSO) (2017). Muz Yetiştiriciliği, Antalya, 38s.
- Mendilcioğlu, K., Karaçalı, İ. (1980). Yardımcı Ders Kitabı Muz, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No:377, İzmir.
- Sarıdaş, M.A., Paydaş Kargı, S., Bayıroğlu, B.M., Yağ, Ş., (2017). Türkiye Muz Yetiştiriciliği için Yeni Bir Ekoloji, YYÜ Tarım Bilimleri Dergisi, 27(3): 370-377.
- Subaşı, O.S., Emeksiz, F., Yaşar, B., Seçer, A., (2012). Türkiye’de Muz Üretim Dalının Ekonomik Analizi, Üretim ve Pazarlama Yapısı, Proje Sonuç Raporu, Alata Bahçe Kültürleri Araştırma İstasyonu, Mersin.

- Subaşı, O.S., Seçer, A., Yaşar, B., Emeksiz, F., Uysal, O., (2015). Türkiye'de Muz Üretim Maliyeti ve Karlılık Durumu, Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, 29(2): 73-78.
- Subaşı, O.S., Seçer, A., Yaşar, B., Emeksiz, F., Uysal, O., (2015). Türkiye'de Muz Sektörünün Pazarlama Yapısı ve SWOT Analizi ile İncelenmesi, Alatarım, 14 (2), Mersin, s. 17-28.
- T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, (2018). <https://www.gtb.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 5.2.2018)
- TÜİK, (2017). Bitkisel Üretim İstatistikleri, <https://biruni.tuik.gov.tr/bitkiselapp/bitkisel.zul>, (Erişim Tarihi: 03.04.2017).
- Uysal, O., Subaşı, O.S., Yaşar, B., (2016). Türkiye'de Muz Üretim ve İthalatının Box-Jenkins ve Delphi Yöntemleri ile Tahmini, 12. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Cilt:2, Isparta, 25-27 Mayıs, s.1275-1282.
- Velazquez, C., Carvajal, A., Barragan, L., (2016). Fruit Processing in Central America and Mexico. Biotransformation of Agricultural Waste and By-Products: The Food, Feed, Fibre, Fuel (4F) Economy, pp. 1-27.
- <https://finance.yahoo.com/news/global-banana-market-report-share-174800099.html>(erişim tarihi: 15.3.2018).