



**DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI**  
**DOĞRUDAN FAALİYET DESTEK PROGRAMI**  
**NARENCİYE SEKTÖR RAPORU PROJESİ**  
**TR63-11-DFD-127**



**HAZİRAN 2012**

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk “Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.

**DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI**  
Yavuz Sultan Selim Cd. Birinci Tabakhane Sk. No:20 HATAY  
Tlf: (326) 225 14 15 Fax: (326) 225 14 52



## İçindekiler

İçindekiler	1
Çizelgeler	3
Şekiller	4
1. Giriş	5
2. Dünya Narenciye Piyasası	
2.1. Üretim	
2.1.1. Portakal	
2.1.2. Mandalina	
2.1.3. Limon	
2.1.4. Greyfurt	
2.2. Dış Ticaret	
2.2.1. Portakal	
2.2.2. Mandalina	
2.2.3. Limon	
2.2.4. Greyfurt	
3. Türkiye Narenciye Piyasası	
3.1. Üretim	
3.1.1. Portakal	
3.1.2. Mandalina	
3.1.3. Limon	
3.1.4. Greyfurt	
3.2. Dış Ticaret	
3.2.1. Portakal	
3.2.2. Mandalina	
3.2.3. Limon	
3.2.4. Greyfurt	
4. Hatay Narenciye Piyasası	
4.1. Portakal	

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## 4.2. Mandalina

## 4.3. Limon

## 4.4. Greyfurt

## 5. Narenciye Ürünlerinin Pazarlanması

## 6. Dört Yol'da Narenciye Üretiminin Değerlendirilmesi, Kooperatifleşme Durumu ve Üreticilerin Karşılaşılan Sorunlar

### 6.1. Üretimin Değerlendirilmesi

### 6.2. Üreticilerin Kooperatifleşme Durumu

### 6.3. Üreticilerin Üretim ve Pazarlama Sorunları

#### 6.3.1. Üretimde Karşılaşılan Sorunlar

#### 6.3.2. Pazarlamada Karşılaşılan Sorunlar

## 7. Sonuç ve Öneriler

## Kaynaklar

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dört Yol Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## Çizelgeler

**Çizelge 2.1. Dünyada Portakal Dikim Alanı, Verim ve Üretimi**

**Çizelge 2.2. Dünyada Mandalina Dikim Alanı, Verim ve Üretimi**

**Çizelge 2.3. Dünyada Limon Dikim Alanı, Verim ve Üretimi**

**Çizelge 2.4. Dünyada Greyfurt Dikim Alanı, Verim ve Üretimi**

**Çizelge 2.5. Dünyada Portakal Dış Ticareti**

**Çizelge 2.6. Dünyada Mandalina Dış Ticareti**

**Çizelge 2.7. Dünyada Limon Dış Ticareti**

**Çizelge 2.8. Dünyada Greyfurt Dış Ticareti**

**Çizelge 3.1. Türkiye’de Portakal Dikim Alanı, Verim ve Üretimnin Gelişimi**

**Çizelge 3.2. İller İtibariyle Portakal Dikim Alanı, Üretim ve Verimi (2010)**

**Çizelge 3.3. Türkiye’de Mandalina Dikim Alanı, Verim ve Üretimnin Gelişimi**

**Çizelge 3.4. İller İtibariyle Mandalina Dikim Alanı, Üretim ve Verimi (2010)**

**Çizelge 3.5. Türkiye’de Limon Dikim Alanı, Verim ve Üretimnin Gelişimi**

**Çizelge 3.6. İller İtibariyle Limon Dikim Alanı, Üretim ve Verimi (2010)**

**Çizelge 3.7. Türkiye’de Greyfurt Dikim Alanı, Verim ve Üretimnin Gelişimi**

**Çizelge 3.8. İller İtibariyle Greyfurt Dikim Alanı, Üretim ve Verimi (2010)**

**Çizelge 3.9. Türkiye’nin Portakal Dış Ticareti**

**Çizelge 3.10. Türkiye’nin Mandalina Dış Ticareti**

**Çizelge 3.11. Türkiye’nin Limon Dış Ticareti**

**Çizelge 3.12. Türkiye’nin Greyfurt Dış Ticareti**

**Çizelge 4.1. Hatay’da İlçelere Göre Portakal Dikim Alanı, Üretim ve**

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk “Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



---

## Verimi

### Çizelge 4.2. Hatay'da İlçelere Göre Mandalina Dikim Alanı, Üretim ve Verimi

### Çizelge 4.3. Hatay'da İlçelere Göre Limon Dikim Alanı, Üretim ve Verimi

### Çizelge 4.4. Hatay'da İlçelere Göre Greyfurt Dikim Alanı, Üretim ve Verimi

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## Şekiller

### Şekil 2.1. Dünyada Önemli Portakal İhracatçısı Ülkelerin Dağılımı

### Şekil 2.2. Dünyada Önemli Portakal İthalatçısı Ülkelerin Dağılımı

### Şekil 2.3. Önemli Mandalina İhracatçısı Ülkelerin Dağılımı

### Şekil 2.4. Önemli Mandalina İthalatçısı Ülkelerin Dağılımı

### Şekil 2.5. Önemli Limon İhracatçısı Ülkelerin Dağılımı

### Şekil 2.6. Önemli Limon İthalatçısı Ülkelerin Dağılımı

### Şekil 2.7. Önemli Greyfurt İhracatçısı Ülkelerin Dağılımı

### Şekil 2.8. Önemli Greyfurt İthalatçısı Ülkelerin Dağılımı

### Şekil 6.1. Üreticilerin Pazarlama Kooperatifinden Beklentileri

### Şekil 6.2. Üreticilerin Narenciye Üretiminde Karşılaştıkları Sorunlar

### Şekil 6.3. Üreticilerin Narenciye Pazarlamasında Karşılaştıkları Sorunlar

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## 1. Giriş

Narenciye ürünleri olarak da adlandırılan turunçgiller, vitamin içeriği, bol sulu ve çoğunlukla şekerli olması bakımlarından besin değeri yönünden büyük değer taşımakta ve taze veya işlenmiş olarak tüketilmektedir. Bu ürün grubu aynı zamanda, turunçgil olarak da adlandırılmaktadır. Birçok ürünü olan narenciye'nin en bilinen ve ekonomik önem taşıyanları portakal, mandalina, limon ile greyfurttur (Akgün, 2006).

Narenciye, sahip oldukları tür ve çeşit zenginliği, çok uzun bir hasat dönemi, oldukça uzun muhafaza süresi, taşımaya uygunluk ve sanayi hammaddesi olma gibi özellikleri nedeniyle, dünyada ve Türkiye'de, üretim, tüketim, endüstri ve ticarete konu olan ender meyvelerin oluşturduğu bir ürün grubudur. Bu özellikleri nedeniyle, başlıca ticari türleri olan portakal, mandarin, limon ve altıntop (greyfurt) meyvelerinin; üretim, pazara hazırlama, sanayi-işleme, taşıma, iç ve dış satım gibi temel aşamalarında, oldukça fazla sayıda kişiye iş olanağı sağlamaktadır. Bundan dolayı, hem tarımsal sektörü hem de ülke ekonomisi bakımından oldukça önemli katkıları bulunmaktadır (Hızal, 2012).

Dünya üzerinde yetiştirilen genç bir bitki topluluğu olan narenciye ürünleri, kökeni Güneydoğu Asya'dır. Modern anlamda narenciye tarımı 19. yüzyılda ABD'de başlamış ve hızla yayılmıştır. Narenciye, dünyada en fazla yetiştirilen ve tüketilen meyve grubunu oluşturmaktadır. Bu bitkilerin meyvelerinden gıda olarak faydalandığı gibi meyve kabuklarından, yapraklarından veya çiçeklerinden parfümeride koku vermekte kullanılan uçucu yağlar da elde edilmektedir (Sancak ve Aygören, 2010).

Narenciye ürünleri, dalından koparıldığı anda tüketime hazır ürünlerdir. Çabuk bozulabilir nitelikteki bu ürünleri, tüketicinin istediği tazelik, biçim ve zamanda, istediği yerde hazır bulundurmak gerekir. Bu tür ürünlerin tüketicieye ulaştırılmasında ambalajlama, taşıma ve depolama gibi hizmetlerin yerine getirilerek ürünün pazarlanması oldukça önemlidir. Narenciye ürünlerinin taşınması son derece hassas bir konudur (Akgün, 2006).

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'nın desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'nın görüşlerini yansıtmaz.



Bu çalışmada, narenciye ürünlerinin dünyada ve Türkiye’de üretim ve dış ticaretinin durumu, Hatay’da ilçeler itibariyle üretimin dağılımı, Türkiye’de narenciye ürünlerinin pazarlama yapısı ortaya koyulmuştur. Çalışmada ayrıca, Hatay’ın önemli narenciye üreticisi ilçelerinden birisi olan Dörtöyol’da narenciye ürünlerinin değerlendirilme durumu, kooperatiflerden beklentileri, sektörün eksiklikleri ve üreticilerin sorunları belirlenmiştir



Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk “Dörtöyol Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.

**DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI**  
Yavuz Sultan Selim Cd. Birinci Tabakhane Sk. No:20 HATAY  
Tlf: (326) 225 14 15 Fax: (326) 225 14 52





## 2. Dünya Narenciye Piyasası

### 2.1. Üretim

Bu bölümde, dünya narenciye piyasasında yer alan en önemli dört ürün olan, portakal, mandalina, limon ve greyfurt ekim alanı, verim ve üretim miktarlarının 2000-2010 yılları arasındaki gelişimi incelenmiştir.



#### 2.1.1. Portakal

Dünyada portakal dikim alanı 2000-2010 yılları arasında düzenli bir artış göstererek 3,6 milyon tondan 4,0 milyon tona yükselmiştir. Ancak verimde benzer şekilde artış sağlanamamış ve verim miktarı hemen hemen aynı seviyelerde kalmıştır. Dikim alanındaki artışa bağlı olarak ise üretimde artış meydana gelmiştir. Bu dönemde portakal üretimi yaklaşık %10 artış göstererek 2010 yılında 69,4 milyon ton olmuştur (Çizelge 2.1).

Portakal üretiminde 2010 yılında dünyada söz sahibi ilk on ülke sırasıyla Brezilya (1,9 milyon ton), ABD (7,5 milyon ton), Hindistan (6,3 milyon ton), Çin (5,0 milyon ton), Meksika (4,1 milyon ton), İspanya (3,1 milyon ton), Mısır (2,4 milyon ton), İtalya (2,4 milyon ton), Endonezya (2,0 milyon ton) ve Türkiye'dir (1,7 milyon ton) (FAO, 2012).

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Çizelge 2.1. Dünyada Portakal Dikim Alanı, Verim ve Üretimi

Yıllar	Dikim Alanı (bin ha)	İndeks (2000=100)	Verim (kg/da)	İndeks (2000=100)	Üretim	İndeks
					(bin ton)	(2000=100)
2000	3.660	100	1.743	100	63.793	100
2001	3.599	98	1.669	96	60.067	94
2002	3.685	101	1.684	97	62.038	97
2003	3.670	100	1.626	93	59.666	94
2004	3.807	104	1.703	98	64.843	102
2005	3.814	104	1.647	95	62.832	98
2006	3.843	105	1.715	98	65.910	103
2007	4.008	110	1.634	94	65.502	103
2008	4.060	111	1.712	98	69.497	109
2009	4.039	110	1.674	96	67.595	106
2010	4.061	111	1.709	98	69.416	109

Kaynak: FAO, 2012.

### 2.1.2. Mandalina

Dünyada mandalina dikim alanında 2000-2010 yılları arasında düzenli bir artış yaşanmış ve dikim alanı 1,6 milyon ha'dan 2,0 milyon ha'a yükselmiştir. Verim ise küçük dalgalanmalarla beraber aynı seviyelerde kalmıştır. Üretim miktarı, verimin aynı kalmasına rağmen dikim alanında yaşanan gelişmeden dolayı %16 artarak 18,4 milyon tondan 21,3 milyon tona yükselmiştir (Çizelge 2.2).

Mandalina üretiminde 2010 yılında dünyada söz sahibi en önemli ülkeler sırasıyla Çin (10,1 milyon ton), İspanya (1,7 milyon ton), Brezilya (1,1 milyon ton) ve Türkiye'dir (858 bin ton). Diğer önemli ülkeler ise Mısır, Japonya, Kore, Pakistan ve ABD'dir.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Çizelge 2.2. Dünyada Mandalina Dikim Alanı, Verim ve Üretimi

Yıllar	Dikim Alanı (bin ha)	İndeks (2000=100)	Verim (kg/da)	İndeks (2000=100)	Üretim (bin ton)	İndeks (2000=100)
2000	1.661	100	1.105	100	18.351	100
2001	1.710	103	1.221	111	20.883	114
2002	1.767	106	1.205	109	21.297	116
2003	1.823	110	1.205	109	21.955	120
2004	1.882	113	1.242	112	23.385	127
2005	1.979	119	1.207	109	23.895	130
2006	2.022	122	1.290	117	26.094	142
2007	2.127	128	954	86	20.302	111
2008	2.158	130	979	89	21.121	115
2009	2.103	127	1.045	95	21.967	120
2010	2.029	122	1.050	95	21.312	116

Kaynak: FAO, 2012.

### 2.1.3. Limon

Dünyada limon dikim alanında 2000-2010 yılları itibariyle düzenli bir artış meydana gelmiş ve son yıllarda 1,0 milyon ha civarındadır. Verim, yıldan yıla dalgalanmalar göstermekte ve son yıllarda dekara verim ortalama 1.300 kg olarak gerçekleşmektedir. Üretim ise dikim alanındaki gelişmelere bağlı olarak %25 artışla 11,3 milyon tondan 14,2 milyon tona ulaşmıştır (Çizelge 2.3).

Limon üretiminde, 2010 yılında söz sahibi en önemli ülkeler sırasıyla Hindistan (3,0 milyon ton), Meksika (1,9 milyon ton), Arjantin (1,1 milyon ton) ve Çin'dir (1,1 milyon ton). Diğer önemli limon üreticisi ülkeler ise Brezilya, ABD, Türkiye, İran, İspanya ve İtalya'dır.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Çizelge 2.3. Dünyada Limon Dikim Alanı, Verim ve Üretimi

Yıllar	Dikim Alanı (bin ha)	İndeks (2000=100)	Verim (kg/da)	İndeks (2000=100)	Üretim	İndeks
					(bin ton)	(2000=100)
2000	813	100	1.398	100	11.374	100
2001	830	102	1.463	105	12.138	107
2002	828	102	1.479	106	12.238	108
2003	821	101	1.525	109	12.525	110
2004	830	102	1.467	105	12.182	107
2005	758	93	1.613	115	12.222	107
2006	973	120	1.384	99	13.460	118
2007	1.013	125	1.308	94	13.249	116
2008	1.010	124	1.360	97	13.739	121
2009	1.016	125	1.424	102	14.469	127
2010	1.041	128	1.369	98	14.245	125

Kaynak: FAO, 2012.

#### 2.1.4. Greyfurt

Dünyada greyfurt dikim alanında, 2000-2010 yılları arasında küçük dalgalanmalarla beraber dönem başıyla aynı seviyede kalmıştır. Son yıllarda dikim alanı ortalama 270 bin ha civarındadır. Verim miktarı, düzenli olarak artarak 2.060 kg'dan 2.587 kg'a yükselmiştir. üretim miktarının dikim alanının aynı kalmasına rağmen verimde yaşanan gelişmelerden dolayı %25 artış göstermiştir. Son yıllarda dünya greyfurt üretimi ortalama 7,0 milyon ton civarındadır (Çizelge 2.4).

Greyfurt üretiminde 2010 yılında dünyada söz sahibi en önemli ülkeler sırasıyla Çin (2,8 milyon ton), ABD (1.1 milyon ton), Meksika (400 bin ton) ve Güney Afrika'dır (343 bin ton). Diğer önemli üretici ülkeler ise Tayland, Hindistan, Türkiye, İsrail, Arjantin ve Küba olarak sıralanmaktadır.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Çizelge 2.4. Dünyada Greyfurt Dikim Alanı, Verim ve Üretimi

Yıllar	Dikim Alanı (bin ha)	İndeks (2000=100)	Verim (kg/da)	İndeks (2000=100)	Üretim	İndeks
					(bin ton)	(2000=100)
2000	271	100	2.060	100	5.580	100
2001	275	102	1.948	95	5.360	96
2002	283	104	1.822	88	5.149	92
2003	274	101	1.843	89	5.059	91
2004	266	98	1.943	94	5.175	93
2005	283	104	1.519	74	4.292	77
2006	273	101	1.727	84	4.716	85
2007	273	101	2.473	120	6.741	121
2008	268	99	2.626	127	7.042	126
2009	271	100	2.598	126	7.032	126
2010	269	99	2.587	126	6.958	125

Kaynak: FAO, 2012.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## 2.2. Dış Ticaret

### 2.2.1. Portakal

Dünya portakal ithalatı 2000-2009 yılları arasında düzenli olarak artarak 7,1 milyon tondan 9,4 milyon tona yükselmiştir. İthalat değeri ise %126 artış göstererek 3,5 milyar \$'dan 7,8 milyar \$'a yükselmiştir. İhracat miktar ve değerinde de benzer artışlar görülmekte olup 2010 yılı itibariyle ihracat miktarı 10 milyon ton, değeri ise 7,5 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 2.5).

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Çizelge 2.5. Dünyada Portakal Dış Ticareti

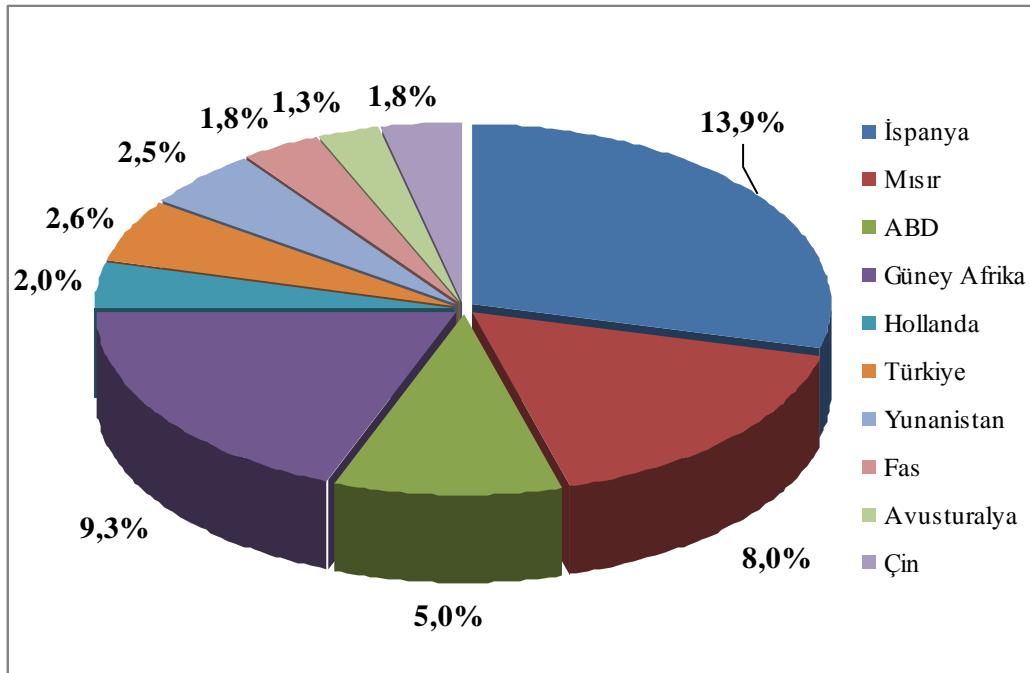
Yıllar	İthalat Miktarı (bin ton)	İndeks (2000=100)	İthalat Değeri (milyon \$)	İndeks (2000=100)	İhracat Miktarı (bin ton)	İndeks (2000=100)	İhracat Değeri (milyon \$)	İndeks (2000=100)
2000	7.067	100	3.469	100	7.073	100	3.121	100
2001	7.004	99	3.719	107	7.198	102	3.167	101
2002	7.439	105	3.918	113	7.325	104	3.622	116
2003	7.977	113	4.871	140	7.796	110	4.425	142
2004	8.034	114	5.387	155	7.982	113	4.925	158
2005	8.101	115	5.413	156	8.317	118	5.095	163
2006	8.728	124	5.893	170	8.715	123	5.101	163
2007	9.159	130	7.134	206	8.867	125	6.041	194
2008	9.077	128	7.759	224	9.414	133	7.110	228
2009	9.377	133	7.844	226	10.266	145	7.568	243

Kaynak: FAO, 2012.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk “Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.

**DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI**  
Yavuz Sultan Selim Cd. Birinci Tabakhane Sk. No:20 HATAY  
Tlf: (326) 225 14 15 Fax: (326) 225 14 52

İspanya, 1,4 milyon ton ile en önemli portakal ihracatçısı ülke konumundadır. Bu ülkeyi Mısır, ABD, Güney Afrika ve Hollanda takip etmektedir. Türkiye 272 bin ton ile portakal ihracatında dünyada 6. Sıradadır (Şekil 2.1).

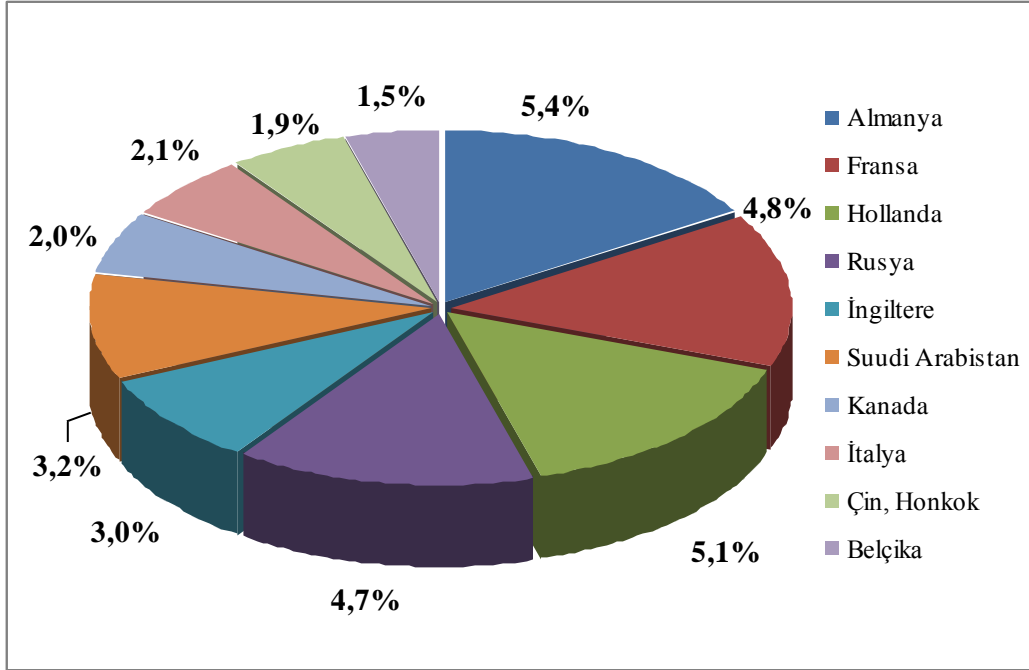


Kaynak: FAO, 2012.

Şekil 2.1. Dünyada Önemli Portakal İhracatçısı Ülkelerin Dağılımı (2009)

Dünyada en fazla portakal ithal eden ülke ise Almanya`dır. Almanya`yı 451 bin ton ile Fransa, 476 bin ton ile Hollanda, 443 bin ton ile Rusya ve 277 bin tonla İngiltere takip etmektedir (Şekil 2.2).





Kaynak: FAO, 2012.

Şekil 2.2. Dünyada Önemli Portakal İthalatçısı Ülkelerin Dağılımı (2009)

### 2.2.2. Mandalina

Dünya mandalina ithalat miktarı 2000-2009 yılları arasında 2,4 milyon ton iken %50 artışla 3,5 milyon tona yükselmiştir. İthalat değeri de düzenli olarak artarak 1,4 milyar \$'dan 3,5 milyar \$'a ulaşmıştır. Dünya mandalina ihracat miktarı da benzer şekilde gelişim göstermiş, 2000 yılında 2,5 milyon ton iken 2009 yılında 4,1 milyon tona yükselmiştir. Dünya mandalina ihracat değeri dalgalanma gösterse de ele alınan dönemde %149 artmış ve dönem sonunda 3,5 milyar \$ olmuştur (Çizelge 2.6).



Çizelge 2.6. Dünyada Mandalına Dış Ticareti

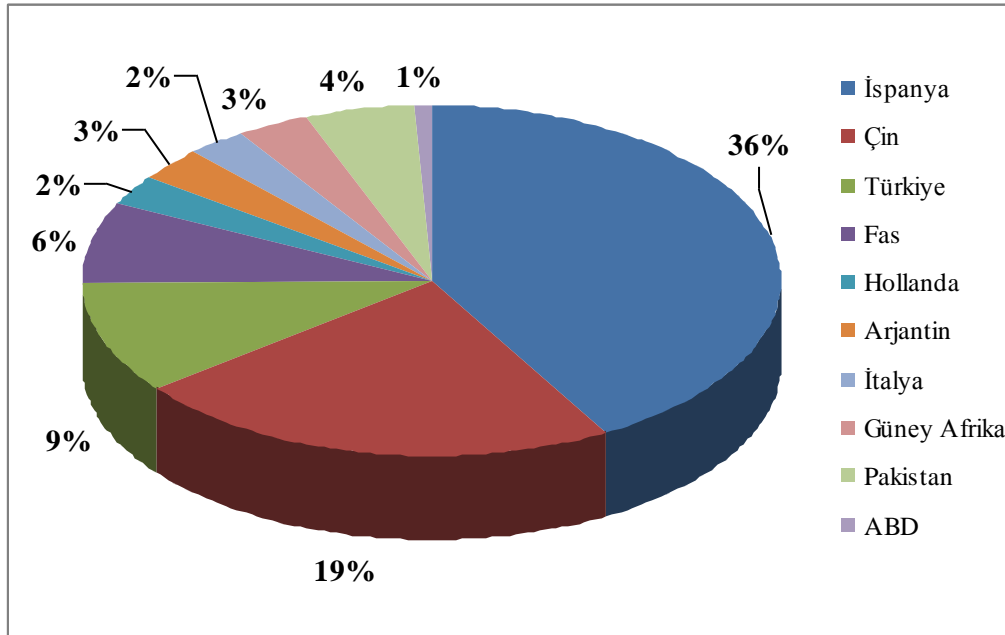
Yıllar	İthalat Miktarı (bin ton)	İndeks (2000=100)	İthalat Değeri (milyon \$)	İndeks (2000=100)	İhracat Miktarı (bin ton)	İndeks (2000=100)	İhracat Değeri (milyon \$)	İndeks (2000=100)
2000	2.380	100	1.480	100	2.535	100	1.404	100
2001	2.231	94	1.445	98	2.366	93	1.317	94
2002	2.432	102	1.590	107	2.616	103	1.557	111
2003	2.570	108	2.039	138	2.820	111	1.983	141
2004	2.669	112	2.130	144	2.934	116	2.120	151
2005	2.895	122	2.284	154	3.361	133	2.512	179
2006	3.186	134	2.562	173	3.394	134	2.358	168
2007	3.441	145	3.106	210	3.601	142	2.861	204
2008	3.488	147	3.461	234	3.776	149	3.301	235
2009	3.573	150	3.592	243	4.146	164	3.499	249

Kaynak: FAO, 2012.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.

**DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI**  
Yavuz Sultan Selim Cd. Birinci Tabakhane Sk. No:20 HATAY  
Tlf: (326) 225 14 15 Fax: (326) 225 14 52

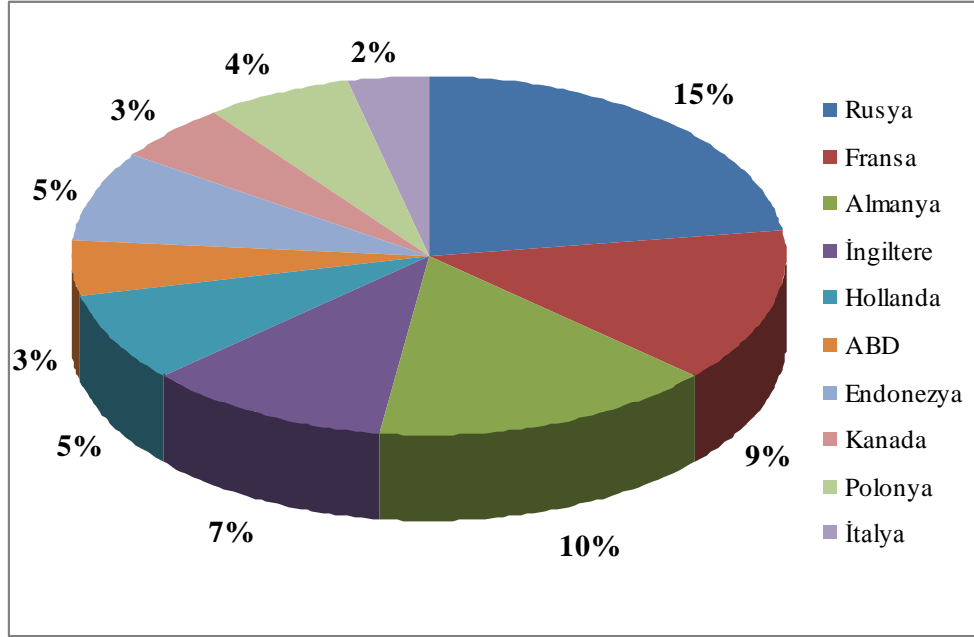
Dünyada en önemli mandalina ihracatçısı ülkeler İspanya ve Çin'dir. Bu iki ülke dünya mandalina ihracatının %54'ünü gerçekleştirmektedir. Türkiye 364 bin ton ile mandalina ihracatında dünyada 3. sırada yer almaktadır. Diğer önemli mandalina ihracatçısı ülkeler ise Fas, Hollanda, Arjantin, İtalya, Güney Afrika, Pakistan ve ABD'dir (Şekil 2.3).



Kaynak: FAO, 2012.

Şekil 2.3. Önemli Mandalina İhracatçısı Ülkelerin Dağılımı (2009)

Dünyada en fazla mandalina ithal eden ülke Rusya'dır. Bu ülkeyi, 368 bin ton ile Almanya, 328 bin ton ile Fransa, 260 bin ton ile İngiltere ve 190 bin tonla Hollanda takip etmektedir. Diğer önemli ithalatçı ülkeler ise ABD, Endonezya, Kanada, Polonya ve İtalya'dır (Şekil 2.4).



Kaynak: FAO, 2012.

Şekil 2.4. Önemli Mandalina İthalatçısı Ülkelerin Dağılımı (2009)

### 2.2.3. Limon

Dünya limon ithalatı 2000 yılında 1,5 milyon ton iken %53 artış göstererek 2010 yılında 2,2 milyon tona yükselmiştir. İthalat değeri ise 2008 yılı haricinde düzenli olarak artış göstermiş ve 2010 yılında 1,8 milyar \$'a yükselmiştir. İhracat miktarı ve değeri benzer oranlarda artmış ve 2010 yılı itibariyle sırasıyla ortalama 2,4 milyon ton ve 1,7 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 2.7).



Çizelge 2.7. Dünyada Limon Dış Ticareti

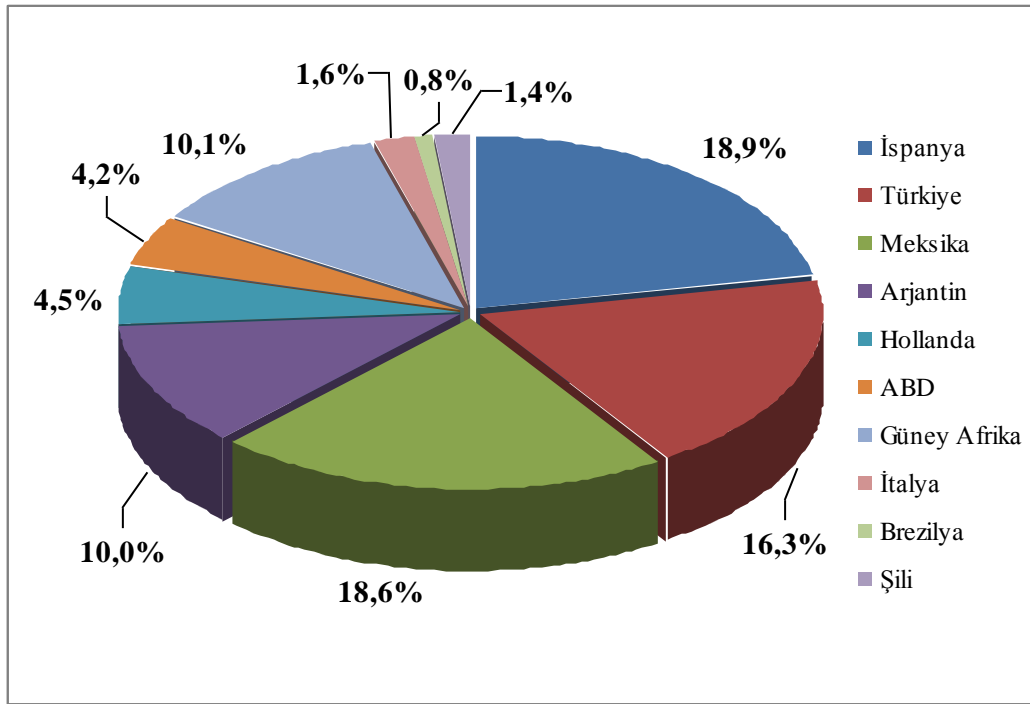
Yıllar	İthalat Miktarı (bin ton)	İndeks (2000=100)	İthalat Değeri (milyon \$)	İndeks (2000=100)	İhracat Miktarı (bin ton)	İndeks (2000=100)	İhracat Değeri (milyon \$)	İndeks (2000=100)
2000	1.450	100	809	100	1.598	100	726	100
2001	1.523	105	833	103	1.728	108	745	103
2002	1.707	118	903	112	1.738	109	742	102
2003	1.748	121	1.085	134	1.895	119	971	134
2004	1.832	126	1.214	150	2.037	127	1.103	152
2005	1.956	135	1.383	171	2.161	135	1.221	168
2006	2.022	139	1.369	169	2.191	137	1.201	165
2007	2.124	146	1.747	216	2.271	142	1.518	209
2008	2.141	148	2.409	298	2.399	150	2.108	290
2009	2.216	153	1.829	226	2.499	156	1.736	239

Kaynak: FAO, 2012.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dört Yol Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.

**DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI**  
Yavuz Sultan Selim Cd. Birinci Tabakhane Sk. No:20 HATAY  
Tlf: (326) 225 14 15 Fax: (326) 225 14 52

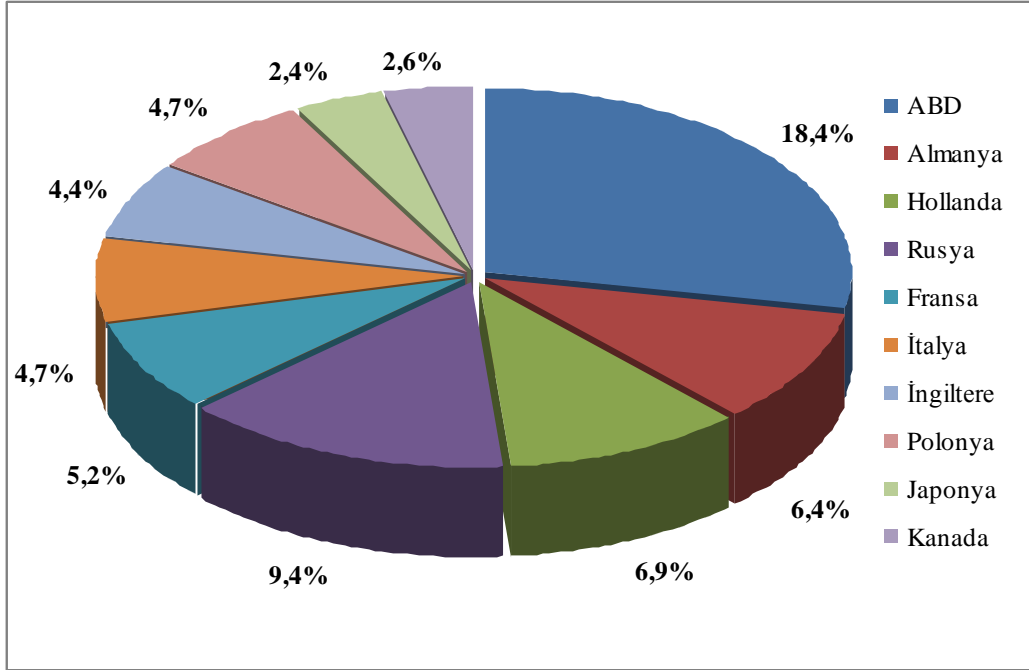
Limon ihracatında en önemli ülkeler İspanya ve Meksika'dır. Bu ülkeleri 407 bin ton ile Türkiye takip etmektedir. Diğer önemli üretici ülkeler ise Meksika, Arjantin, Hollanda, ABD, Güney Afrika, İtalya, Brezilya ve Şili'dir (Şekil 2.5).



Kaynak: FAO, 2012.

Şekil 2.5. Önemli Limon İhracatçısı Ülkelerin Dağılımı (2009)

En büyük ithalatçısı ülkeler sırasıyla ABD (%18,4), Rusya (%9,4) Hollanda (%6,9), Almanya (%6,4), ve Fransa'dır (%5,2). Diğer önemli ithalatçı ülkeler ise İtalya, İngiltere, Polonya, Japonya ve Kanada'dır (Şekil 2.6).



Kaynak: FAO, 2012.

Şekil 2.6. Önemli Limon İthalatçısı Ülkelerin Dağılımı (2009)

#### 2.2.4. Greyfurt

Dünya greyfurt ithalat miktarı ele alınan dönemde önemli değişiklik göstermemiş olup son yıllarda ortalama 1,1 bin ton civarındadır. Buna karşılık ithalat değeri, %51 artış göstererek 625 milyon \$'dan 942 milyon \$'a yükselmiştir. İhracat miktar ve değeri ise son yıllarda sırasıyla ortalama 120 bin ton ve (dönem başına göre %78 artışla) 180 milyon \$'dır (Cizelge 2.8).



Çizelge 2.8. Dünyada Greyfurt Dış Ticareti

Yıllar	İthalat Miktarı (bin ton)	İndeks (2000=100)	İthalat Değeri (milyon \$)	İndeks (2000=100)	İhracat Miktarı (bin ton)	İndeks (2000=100)	İhracat Değeri (milyon \$)	İndeks (2000=100)
2000	1.053	100	625	100	1.037	100	457	100
2001	1.003	95	621	99	979	94	436	95
2002	1.080	103	634	101	1.047	101	461	101
2003	1.034	98	745	119	1.075	104	535	117
2004	1.048	100	758	121	1.090	105	612	134
2005	964	92	774	124	984	95	619	135
2006	967	92	798	128	1.122	108	667	146
2007	1.143	109	934	150	1.284	124	832	182
2008	1.123	107	995	159	1.143	110	823	180
2009	1.108	105	942	151	1.237	119	814	178

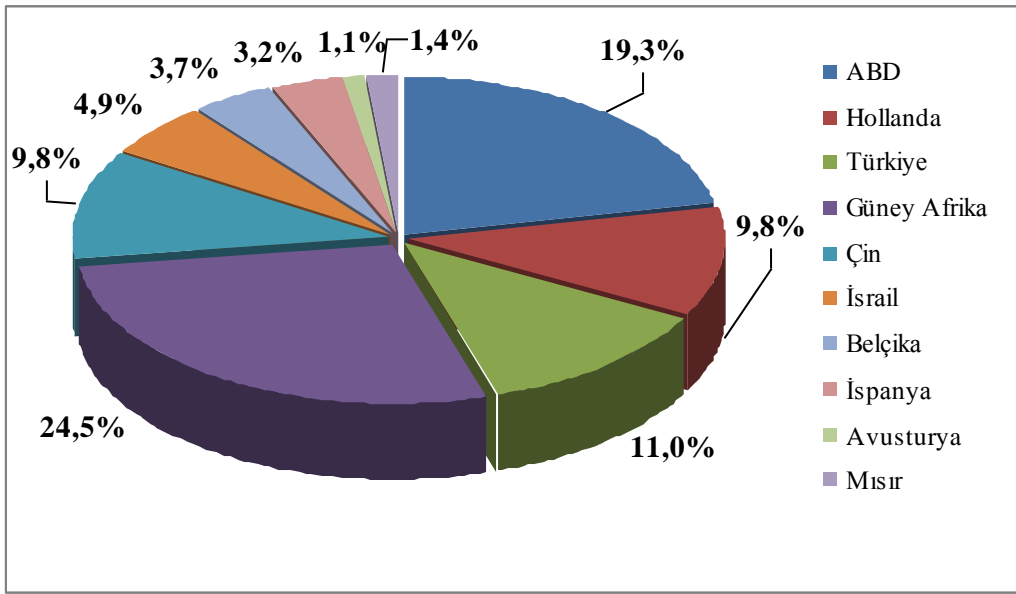
Kaynak: FAO, 2012.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk “Dört Yol Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.

**DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI**  
Yavuz Sultan Selim Cd. Birinci Tabakhane Sk. No:20 HATAY  
Tlf: (326) 225 14 15 Fax: (326) 225 14 52



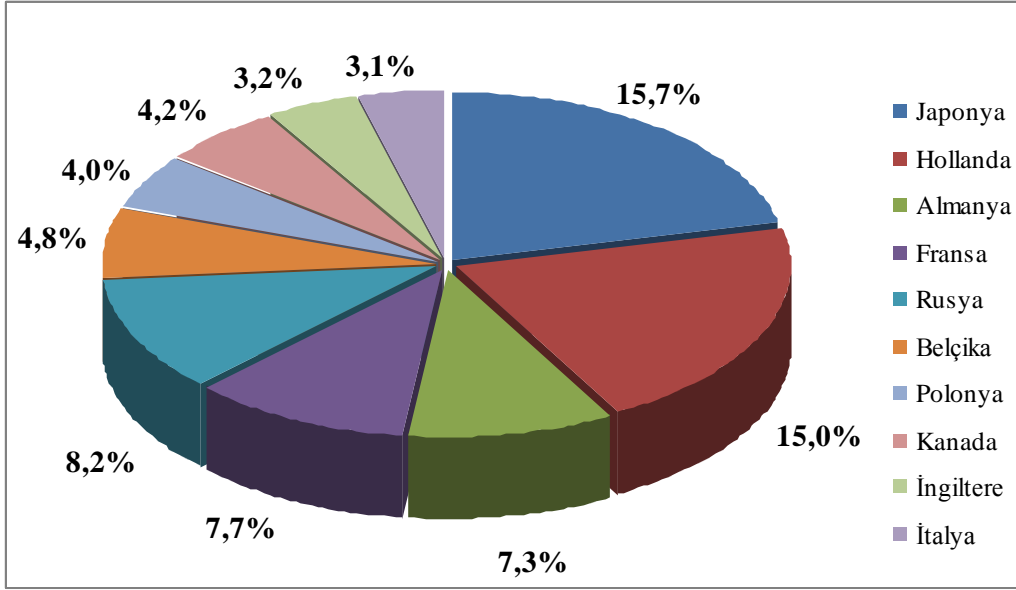
En önemli greyfurt ihracatçısı ülkeler Güney Afrika (%24,5), ABD (%19,3), Türkiye (%11,0), Hollanda (%9,8) ve Çin'dir (%9,8). Dünya greyfurt ihracatının yaklaşık %75'i bu beş ülke tarafından karşılanmaktadır. Güney Afrika greyfurt ihracat miktarı (303 bin ton) bakımından en önemli ülke olmasına rağmen ihracat değeri açısından Türkiye'den sonra 4. sırada yer almaktadır (Şekil 2.7).



Kaynak: FAO, 2012.

Şekil 2.7. Önemli Greyfurt İhracatçısı Ülkelerin Dağılımı (2009)

Dünyada en önemli greyfurt ithalatçısı ülkeler sırasıyla Japonya, Hollanda, Fransa ve Almanya'dır. Diğer önemli ülkeler ise Rusya, Belçika, Polonya, Kanada, İngiltere ve İtalya'dır (Şekil 2.8).



Kaynak: FAO, 2012.

Şekil 2.8. Önemli Greyfurt İthalatçısı Ülkelerin Dağılımı (2009)



### 3. Türkiye Narenciye Piyasası

#### 3.1. Üretim

Tarım ve orman alanlarının yaklaşık %40'i meyve ağacı alanı olan Türkiye'de meyve üretiminin yaklaşık %20'sini narenciye



oluşturmaktadır. Dünya narenciye üretiminde Türkiye önemli üretici ve ihracatçı ülkeler arasında yer almaktadır. Ürüne göre değişmekle genellikle dünya sıralamasında üretimde ilk 15 ihracatta ise ilk 5 ülke içerisinde bulunmaktadır. Üretim payları açısından ele aldığımızda Türkiye'de narenciyenin %48'ini portakal, % 24'unu mandalina, %22'sini limon, %6'sini greyluft ve %1'ini diğer narenciye ürünleri oluşturmaktadır (FAO, 2012).

#### 3.1.1. Portakal

Türkiye'de portakal dikim alanı 2000-2010 döneminde %37'lik bir artış göstererek 38,2 bin tondan 53,2 bin tona yükselmiştir. Verim, yıldan yıla iklim koşullarına bağlı olarak küçük dalgalanmalarla birlikte %17'lik bir artışla son yıllarda ortalama 3.500 kg/da'dır. Üretim miktarı, dikim alanı ve verimdeki gelişmelere bağlı olarak %60 artarak ortalama 1,7 milyon tona yükselmiştir (Çizelge 3.1).

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Çizelge 3.1. Türkiye’de Portakal Dikim Alanı, Verim ve Üretim Gelişimi

Yıllar	Dikim Alanı (ha)	İndeks (2000=100)	Verim (kg/da)	İndeks (2000=100)	Üretim (bin ton)	İndeks (2000=100)
2000	38.900	100	2.751	100	1.070	100
2001	39.300	101	3.181	116	1.250	117
2002	39.200	101	3.189	116	1.250	117
2003	40.670	105	3.074	112	1.250	117
2004	41.300	106	3.148	114	1.300	121
2005	40.300	104	3.586	130	1.445	135
2006	40.920	105	3.753	136	1.536	144
2007	40.730	105	3.503	127	1.427	133
2008	43.480	112	3.282	119	1.427	133
2009	44.650	115	3.785	138	1.690	158
2010	53.236	137	3.213	117	1.711	160

Kaynak: FAO, 2012.

Akdeniz bölgesi narenciye üretimi açısından uygun ekolojik koşullara sahiptir ve Türkiye narenciye üretiminin çoğunu karşılamaktadır. 2010 yılı itibariyle Türkiye portakal üretiminin %26’sı Antalya, %23’ü Adana, %19’u Mersin ve %17’si Hatay tarafından karşılanmaktadır. Başka bir ifadeyle, Türkiye portakal üretiminin %85’i bu dört il tarafından karşılanmaktadır. Bu illerin yanı sıra Muğla’da da önemli sayılabilecek seviyede üretim yapılmaktadır. Dikim alanı bakımından Adana en önemli il olmasına rağmen verim düzeyinin diğer illere göre düşük olmasından dolayı üretim miktarına göre ikinci sırada yer almaktadır. Hatay’da ise verim miktarı Türkiye ortalamasının üzerindedir (Çizelge 3.2).

Çizelge 3.2. İller İtibariyle Portakal Dikim Alanı, Üretim ve Verimi (2010)

İller	Dikim Alanı (ha)	Oran (%)	Üretim (bin ton)	Oran (%)	Verim (kg/da)
Antalya	12.179	23	448	26	3.678
Adana	14.268	27	388	23	2.719
Mersin	9.353	18	330	19	3.528
Hatay	7.536	14	294	17	3.901
Muğla	5.527	10	168	10	3.040
Diğer	4.388	8	83	5	-
Türkiye	53.250	100	1.711	100	3.213

Kaynak: TÜİK, 2012.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk “Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



### 3.1.2. Mandalina

Türkiye’de portakaldan sonra ikinci sırada mandalina gelmektedir. Mandalina dikim alanı, ele alınan dönemde (küçük dalgalanmalarla) yaklaşık %20 artış meydana gelmiş ve 2010 yılında 33,2 bin ha olarak gerçekleşmiştir. Verim, oldukça dalgalı bir seyirle %30 artış göstererek dekara 2.007 kg’dan 2.580 kg’a yükselmiştir. Üretim ise, dikim alanı ve verimdeki dalgalanmalar ve artışlar neticesinde, dalgalı bir seyir göstermiş ve dönem başına göre %53 artmıştır. Mandalina üretim miktarı dönem başında 560 bin ton iken dönem sonunda 859 bin tona yükselmiştir (Çizelge 3.3).

Çizelge 3.3. Türkiye’de Mandalina Dikim Alanı, Verim ve Üretim Gelişimi

Yıllar	Dikim Alanı (ha)	İndeks (2000=100)	Verim (kg/da)	İndeks (2000=100)	Üretim (bin ton)	İndeks (2000=100)
2000	27.900	100	2.007	100	560	100
2001	28.600	103	2.028	101	580	104
2002	29.000	104	2.034	101	590	105
2003	31.303	112	1.757	88	550	98
2004	30.300	109	2.211	110	670	120
2005	30.800	110	2.321	116	715	128
2006	31.520	113	2.510	125	791	141
2007	29.790	107	2.499	124	744	133
2008	29.920	107	2.528	126	756	135
2009	30.770	110	2.751	137	846	151
2010	33.289	119	2.580	129	859	153

Kaynak: FAO, 2012

Mandalina üretiminde en önemli iller sırasıyla Adana (%28), Hatay (%25) ve Mersin’dir (%18). Türkiye mandalina üretiminin %71’i bu üç il tarafından karşılanmaktadır. Bu illerin yanı sıra İzmir ve Balıkesir’de de önemli miktarda üretim mevcuttur. Önemli üretici iller arasında verim miktarının en yüksek Mersin’de (Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde), en düşük Hatay’da (Türkiye ortalamasına yakın) olduğu görülmektedir (Çizelge 3.4).

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk “Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Çizelge 3.4. İller İtibariyle Mandalına Dikim Alanı, Üretim ve Verimi -2010

İller	Dikim Alanı (ha)	Oran (%)	Üretim (bin ton)	Oran (%)	Verim (kg/da)
Adana	9.581	29	241	28	2.515
Hatay	9.147	27	219	25	2.394
Mersin	4.200	13	155	18	3.690
İzmir	4.493	13	126	15	2.804
Balıkesir	1.615	5	35	4	2.167
Diğer	4.319	13	83	10	-
Türkiye	33.354	100	859	100	2.580

Kaynak: TÜİK, 2012.

### 3.1.3. Limon

Türkiye narenciye üretiminde 3. sırada yer alan limon dikim alanı 200-2010 döneminde %43 artış ile 25.300 ha'a yükselmiştir. Verim, oldukça dalgalı bir şekilde artarak 2010 yılında 310 kg/da olarak gerçekleşmiştir. Bu gelişmelere bağlı olarak üretim miktarı %71 artış göstermiş ve dönem başında 460 bin ton iken dönem sonunda 787 bin ton olmuştur. Limon, narenciye ürünleri ile karşılaştırıldığında üretim miktarı en fazla artış gösteren üründür (Çizelge 3.5)

Çizelge 3.5. Türkiye'de Limon Dikim Alanı, Verim ve Üretim Gelişimi

Yıllar	Dikim Alanı (ha)	İndeks (2000=100)	Verim (kg/da)	İndeks (2000=100)	Üretim (bin ton)	İndeks (2000=100)
2000	17.782	100	2587	100	460	100
2001	17.866	100	2855	110	510	111
2002	18.565	104	2828	109	525	114
2003	19.170	108	2869	111	550	120
2004	19.667	111	3051	118	600	130
2005	20.000	112	3000	116	600	130
2006	20.800	117	3415	132	710	154
2007	20.820	117	3130	121	652	142
2008	20.930	118	3213	124	672	146
2009	21.160	119	3703	143	784	170
2010	25.360	143	3103	120	787	171

Kaynak: FAO, 2012

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Türkiye limon üretiminin %67'si sadece Mersinde yetişmektedir. Mersin limon dikim alanlarının %51'ine ve yüksek verim düzeyine sahip olması sebebiyle en önemli il olma avantajını sağlamaktadır. Diğer önemli üretici iller ise Adana (%14), Antalya (%7) ve Muğla'dır (%7). Hatay ise Türkiye limon üretiminden %4 pay alarak, 6. sıradadır (Çizelge 3.6).

Çizelge 3.6. İller İtibariyle Limon Dikim Alanı, Üretim ve Verimi -2010

İller	Dikim Alanı (ha)	Oran (%)	Üretim (bin ton)	Oran (%)	Verim (kg/da)
Mersin	12.946	51	528	67	4.078
Adana	6.415	25	112	14	1.746
Antalya	1.807	7	57	7	3.154
Muğla	2.690	11	57	7	2.119
Hatay	1.368	5	29	4	2.120
Diğer	134	1	3	0	-
Türkiye	25.360	100	787	100	3.103

Kaynak: TÜİK, 2012.

### 3.1.4. Greyfurt

Türkiye greyfurt dikim alanı incelenen dönemde düzenli şekilde artarak 2010 yılında 6,0 bin ha'a yükselmiştir. Verim, oldukça dalgalı bir seyir göstererek dekara 3.600 kg ile 5.000 kg arasında değişmiş ve 2010 yılında 3.526 kg/da olarak gerçekleşmiştir. Dikim alanındaki yüksek artış ve verimdeki dalgalanma neticesinde, üretim miktarı, oldukça dalgalı bir seyirle %64 artarak 130 bin tondan 214 bin tona yükselmiştir (Çizelge 3.7).

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Çizelge 3.7. Türkiye’de Greyfurt Dikim Alanı, Verim ve Üretiminin Gelişimi

Yıllar	Dikim Alanı (ha)	İndeks (2000=100)	Verim (kg/da)	İndeks (2000=100)	Üretim (bin ton)	İndeks (2000=100)
2000	3.230	100	4.025	100	130	100
2001	3.300	102	4.091	102	135	104
2002	3.390	105	3.687	92	125	96
2003	3.570	111	3.782	94	135	104
2004	3.600	111	3.750	93	135	104
2005	3.650	113	4.110	102	150	115
2006	3.730	115	4.825	120	180	138
2007	3.730	115	4.360	108	163	125
2008	3.750	116	4.474	111	168	129
2009	3.780	117	5.052	126	191	147
2010	6.063	188	3.526	88	214	164

Kaynak: FAO, 2012

Türkiye greyfurt dikim alanının %72’si, üretiminin %66’sı Adana’da bulunmaktadır. Bu bakımdan Adana greyfurt üretiminde en önemli il pozisyonundadır. Diğer önemli iller ise Mersin (%17) ve Hatay (%13)’dür. Hatay, önemli üretici iller arasında dikim alanı ve üretim bakımından 3. sırada yer almasında rağmen verim bakımından en önemli ildir (Çizelge 3.8).

Çizelge 3.8. İller İtibariyle Greyfurt Dikim Alanı, Üretim ve Verimi -2010

İller	Dikim Alanı (ha)	Oran (%)	Üretim (bin ton)	Oran (%)	Verim (kg/da)
Adana	4.341	72	141	66	3.248
Mersin	791	13	36	17	4.551
Hatay	503	8	27	13	5.368
Antalya	221	4	6	3	2.715
Muğla	132	2	3	1	2.273
Diğer	76	1	1	0	1.316
Türkiye	6.063	100	214	100	3.526

Kaynak: TÜİK, 2012.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk “Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## 3.2. Dış Ticaret

### 3.2.1. Portakal

Türkiye portakal dış ticareti 2000-2010 yılları arasında oldukça dalgalı bir seyir izlemiştir. İthalat miktarı 2009 yılında 40,8 bin ton, değeri ise 9 milyon \$'dır. Buna karşılık, ihracat miktarı ele alınan dönemde 3 kata yakın artmış ve 100,3 bintondan 272,3 bin tona yükselmiştir. İhracat karşılında ise 2000 yılında 32 milyon dolar döviz elde edilirken, bu rakam 2009 yılında 169 milyon dolara ulaşmıştır. Türkiye'nin ihracat yaptığı en önemli ülkeler ise Rusya Federasyonu, Irak, Ukrayna ve İran'dır (Çizelge 3.9).



Çizelge 3.9. Türkiye'nin Portakal Dış Ticareti

Yıllar	İthalat Miktarı (ton)	İthalat Değeri (1000 \$)	İhracat Miktarı (ton)	İhracat Değeri (1000 \$)
2000	50	18	100.250	32.982
2001	38	3	143.236	46.507
2002	38.814	4.628	150.051	45.156
2003	41.160	6.414	175.908	58.494
2004	30.808	5.873	134.036	51.573
2005	54.060	11.247	193.538	75.918
2006	40.303	5.314	246.360	80.398
2007	64.861	11.516	175.525	67.098
2008	29.783	9.595	161.751	95.679
2009	40.853	9.335	272.284	169.097

Kaynak: FAO, 2012.



### 3.2.2. Mandalina

Türkiye'nin mandalina dış ticareti dalgalı bir seyir izleyerek artmaktadır. Mandalina ihracat miktarı dönem başında 141,4 bin ton iken %157 artarak dönem sonunda 364,3 bin ton olmuştur. Bununla beraber ihracat değeri de 49 milyon dolardan 253 milyon dolara yükselmiştir. Mandalina ihraç edilen önemli ülkelerin başında Rusya, Ukrayna, Irak, Romanya, Suudi Arabistan ve Almanya gelmektedir. Mandalina ithalatı ise ihracatla karşılaştırıldığında yok denecek kadar azdır (Çizelge 3.10).

Çizelge 3.10. Türkiye'nin Mandalina Dış Ticareti

Yıllar	İthalat Miktarı (ton)	İthalat Değeri (1000 \$)	İhracat Miktarı (ton)	İhracat Değeri (1000 \$)
2000	3	1	141.475	49.634
2001	61	21	215.023	71.652
2002	398	37	193.244	61.804
2003	522	50	198.711	85.703
2004	548	268	216.102	95.559
2005	748	399	246.337	109.312
2006	2.434	1.019	299.126	108.115
2007	2.101	763	257.935	111.625
2008	1.056	571	301.319	196.086
2009	2.606	1.017	364.272	253.310

Kaynak: FAO, 2012.

### 3.2.3. Limon

Türkiye'nin limon ihracatı 2000-2009 döneminde dalgalı bir şekilde 164,7 bin tondan 407,1 bin tona yükselmiştir. Limon ihracatı sonucu elde edilen döviz geliri ise 67 milyon dolardan 277 milyon dolara ulaşmıştır. Limon ihracatının yapıldığı ülkelerin başında Rusya Federasyonu, Suudi Arabistan ve Ukrayna gelmektedir. Ancak dünyada önemli ithalatçı

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



ülkeler olan Almanya ve Hollanda'ya ihracat yapılamamaktadır. Türkiye'nin limon ithalatı, ihracatla karşılaştırıldığında oldukça düşük düzeydedir. Limon ithalatında ise Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Arjantin önemli pay almaktadır (Çizelge 3.11).

Çizelge 3.11. Türkiye'nin Limon Dış Ticareti

Yıllar	İthalat Miktarı (ton)	İthalat Değeri (1000 \$)	İhracat Miktarı (ton)	İhracat Değeri (1000 \$)
2000	20	9	164.689	67.704
2001	39	11	198.665	74.996
2002	3.659	445	208.984	75.266
2003	5.801	988	163.041	76.883
2004	2.661	628	216.756	99.211
2005	2.560	545	355.656	169.395
2006	1.988	430	323.116	122.440
2007	4.949	1.176	286.240	140.214
2008	3.137	2.342	221.798	202.874
2009	1.808	1.289	407.068	277.741

Kaynak: FAO, 2012.

### 3.2.4. Greyfurt

Greyfurt net ihracatçı olunan ürünlerden bir tanesidir. İhracat miktarı dönem başında 85,1 bin ton iken dönem sonunda 136,5 bin tona yükselmiştir. Bununla beraber ihracat değeri de 2000 yılında 22 milyon \$'ken 2009 yılında 88 milyon \$'a ulaşmıştır. İhracatın yapıldığı ülkelerin başında Rusya Federasyonu, Romanya, Ukrayna ve Polonya gelmektedir. Bunlarla beraber, ithalatçı ülkeler arasında bulunan Hollanda ve Almanya'ya ise sınırlı miktarda ihracat yapılmaktadır. İthalat miktarı ise ihracatla karşılaştırıldığında oldukça düşük olup ele alınan dönemde azalma göstermiştir (Çizelge 3.12).

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Çizelge 3.12. Türkiye'nin Greyfurt Dış Ticareti

Yıllar	İthalat Miktarı (ton)	İthalat Değeri (1000 \$)	İhracat Miktarı (ton)	İhracat Değeri (1000 \$)
2000	-	-	85.181	22.745
2001	1.995	177	73.131	19.210
2002	12.668	1.468	102.768	26.457
2003	10.267	1.248	86.703	32.143
2004	11.367	2.090	116.632	51.975
2005	15.171	2.946	98.962	50.217
2006	7.575	1.291	154.900	55.411
2007	6.137	1.115	127.145	52.778
2008	4.411	1.080	130.226	81.776
2009	4.900	1.006	136.534	88.261

Kaynak: FAO, 2012.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.

## 4. Hatay Narenciye Piyasası

### 4.1. Portakal



Hatay ilinin portakal dikim alanlarının %78'ini, üretiminin %85'ini Erzin ve Dörttyol ilçeleri karşılamaktadır. Dikim alanları bakımından Erzin ilçesi Dörttyol'dan daha büyük payı almasına karşılık, Dörttyol ilçesinde verim düzeyinin –hem Erzin'den hem de Hatay ortalamasından- önemli ölçüde yüksek olmasından dolayı, bu ilçelerin üretimden aldıkları paylar birbirine yakındır. Diğer önemli portakal üreticisi ilçeler ise sırasıyla İskenderun (%7), Samandağ (%6) ve Merkez (%2) ilçelerdir. Bunların yanı sıra Kırıkhan ve Hassa ilçelerinde de az miktarda üretim yapılmaktadır (Çizelge 4.1). Hatay, 2010 yılında Türkiye portakal üretiminin % 17'sini karşılamıştır (TÜİK, 2012).

Çizelge 4.1. Hatay'da İlçelere Göre Portakal Dikim Alanı, Üretim ve Verimi

İlçeler	Dikim Alanı (ha)	Oran (%)	Üretim (ton)	Oran (%)	Verim (kg/da)
Erzin	3.400	45	127.250	43	3.743
Dörttyol	2.470	33	123.220	42	4.989
İskenderun	716	10	20.918	7	2.922
Samandağ	650	9	16.406	6	2.524
Merkez	240	3	5.120	2	2.133
Kırıkhan	50	1	901	0	1.802
Hassa	9,5	0	186	0	1.958
Hatay	7.536	100	294.001	100	3.902

Kaynak: TÜİK, 2012.



## 4.2. Mandalina

Hatay ilinde en önemli Mandalina üretimi gerçekleştirilen önemli ilçeler sırasıyla Erzin (%40), Dörtyol (%37) ve Samandağ (%14) ve İskenderun'dur (%8). Bu dört ilçe mandalina üretiminin %99'unu karşılamaktadır. Bunların yanı sıra Merkez, Kırıkhan ve Hassa ilçelerinde de oldukça önemsiz düzeyde de olsa üretim gerçekleştirilmektedir. İlçeler arasında verim bakımından karşılaştırma yapıldığında İskenderun'un en yüksek, Merkez'in ise en düşük verim düzeyine sahip olduğu görülmektedir (Çizelge 4.2). Türkiye mandarin üretiminin %27'si Hatay tarafından karşılanmaktadır (TÜİK, 2012).

Çizelge 4.2. Hatay'da İlçelere Göre Mandalina Dikim Alanı, Üretim ve Verimi

İlçeler	Dikim Alanı (ha)	Oran (%)	Üretim (ton)	Oran (%)	Verim (kg/da)
Erzin	3.823	42	87.340	40	2.285
Dörtyol	3.270	36	79.920	37	2.444
Samandağ	1.450	16	31.395	14	2.165
İskenderun	490	5	17.825	8	3.638
Merkez	108	1	1.975	1	1.829
Kırıkhan	3	0	84	0	2.800
Hassa	3	0	77	0	3.080
Hatay	9.147	100	218.616	100	2.391

Kaynak: TÜİK, 2012.

## 4.3. Limon

Hatay ili limon dikim alanlarının %83'ü, üretiminin %84'ü İskenderun ilçesi tarafından karşılanmaktadır. Limon üretiminde az da olsa pay sahibi olan diğer ilçeler ise Samandağ (%9), Merkez (%4), Dörtyol (%1), Erzin'dir (%1). Bu ilçelerin yanı sıra Kırıkhan, Belen ve Hassa'da da oldukça önemsiz düzeylerde de olsa limon üretimi yapılmaktadır (Çizelge 4.3). Türkiye limon üretiminin %4'u Hatay tarafından karşılanmaktadır (TÜİK, 2012).

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtyol Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Çizelge 4.3. Hatay’da İlçelere Göre Limon Dikim Alanı, Üretim ve Verimi

İlçeler	Dikim Alanı (ha)	Oran (%)	Üretim (ton)	Oran (%)	Verim (kg/da)
İskenderun	1.140	83	24.388	84	2.139
Samandağ	105	8	2.696	9	2.568
Merkez	70	5	1.088	4	1.554
Dörttyol	15	1	405	1	2.700
Erzin	20	1	300	1	1.500
Kırıkhan	18	1	77	0	428
Belen	0	0	70	0	-
Hassa	0	0	15	0	-
Hatay	1.368	100	29.039	100	2.123

Kaynak: TÜİK, 2012.

#### 4.4. Greyfurt

Hatay greyfurt üretiminin %94’ü Erzin ve Dörttyol ilçelerinde gerçekleşmektedir. Erzin ve Dörttyol ilçeleri dikim alanı ve verim bakımından karşılaştırıldığında önemli derecede Erzin önemli avantaja sahip olup, bu durum üretimden oldukça önemli pay almasına sebep olmaktadır. Greyfurt üretimi yapılan diğer ilçeler ise sırasıyla İskenderun, Samandağ ve Merkezdır (Çizelge 4.4). Türkiye greyfurt üretiminin %13’ü Hatay tarafından karşılanmaktadır (TÜİK, 2012).

Çizelge 4.4. Hatay’da İlçelere Göre Greyfurt Dikim Alanı, Üretim ve Verimi

İlçeler	Dikim Alanı (ha)	Oran (%)	Üretim (ton)	Oran (%)	Verim (kg/da)
Erzin	300	60	18.000	66	6.000
Dörttyol	150	30	7.650	28	5.100
İskenderun	51	10	1.294	5	2.537
Samandağ	0	0	136	1	-
Merkez	2	0	55	0	2.750
Hatay	503	100	27.135	100	5.395

Kaynak: TÜİK, 2012.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk “Dörttyol Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## 5.Narenciye Ürünlerinin Pazarlanması

Narenciye ürünleri, dalından koparıldığı anda tüketime hazır ürünlerdir. Çabuk bozulabilir nitelikteki bu ürünleri, tüketicinin istediği tazelik, biçim ve zamanda, istediği yerde hazır bulundurmamak gerekir. Bu tür ürünlerin tüketiciye ulaştırılmasında ambalajlama, depolama faaliyetleri ile ürünün pazarlanması oldukça önemlidir. Narenciye ürünlerinin taşınması son derece hassas bir konudur. Ambalajlama ve ürünün taşınması itina gerektirir. Yurt içinde, söz konusu ürünler genellikle üzeri açık kamyonlar ile taşınmaktadır. Ürünler bozulmayı önlemek için genellikle gece toptancı hallerine ya da diğer satış yerlerine gönderilmektedir. Soğuk hava tertibatlı taşıyıcılar yalnızca diğer ülkelere yapılan dış satımlar için kullanılmaktadır.

Türkiye’de Turunçgillerin dağıtım kanalları aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Üretici - Komisyoncu - Perakendeci - Tüketici
- Üretici - Toptancı - Komisyoncu - Perakendeci - Tüketici
- Üretici - Toptancı (Semt Pazarları) – Tüketici

Narenciye ürünlerinin pazarlanmasında karşılaşılan en önemli güçlük talebin dar olmasıdır. Talebin dar olması sebebiyle meyve işleme sanayiinin düşük kapasite ile çalışma durumunda kalması, meyvelerin dalından koparıldığı gibi doğal hali ile pazarlanması zorunluluğuna yol açmaktadır. Bu durum ise binlerce üreticinin ürettiği aynı tür meyvenin bir anda pazara sunulmasına ve talebe göre arz fazlalığı nedeni ile fiyatın düşük düzeyde oluşmasına sebep olmaktadır.

Depolama faaliyetinde soğuk depolar ancak belirli bir kaç meyve türünde hizmet verebilmektedir. Fiyatların yıl içindeki dağılımı yanında, tüketim periyodunu da ayarlama yararını bilinen soğuk depoların kayıpları azaltarak, milli ekonomiye daha fazla katkı sağlaması

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk “Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.





için ülkemizde yaygınlaştırılmaları gereklidir. Soğuk depoların toptancı hallerinde de bulunması bir ihtiyaçtır. Depolanması gereken meyvelerin, hasat edildiği gün en kısa sürede depoya ulaştırılmasına özen gösterilmelidir. Depolanamayacak meyveler ise hasat edildiği gün satış yerine ulaştırılmalı ve tüketicilere satılmalıdır (Akgün, 2006).



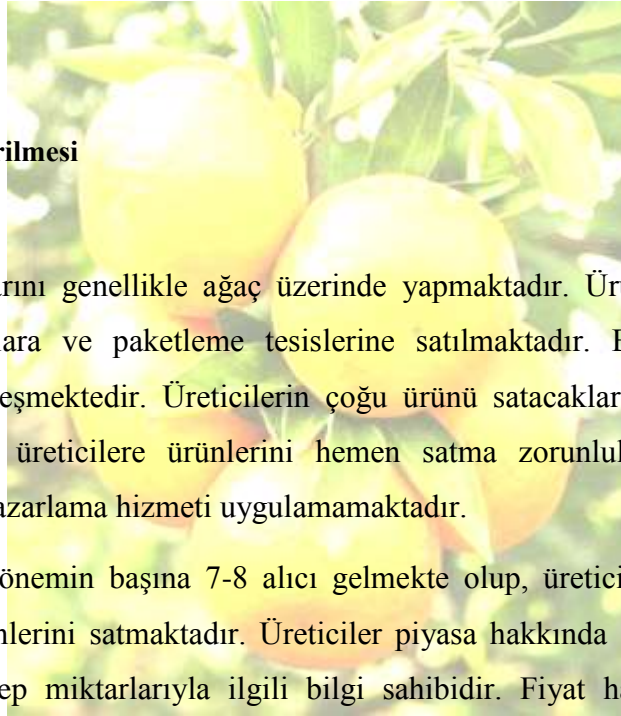
Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk “Dörtüol Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.

**DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI**  
Yavuz Sultan Selim Cd. Birinci Tabakhane Sk. No:20 HATAY  
Tlf: (326) 225 14 15 Fax: (326) 225 14 52



## 6.Dörtyol'da Narenciye Üretimine Değerlendirilmesi, Kooperatifleşme Durumu ve Üreticilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Hatay'ın narenciye üretiminde nemli bir yeri olan Dörtyol ilçesinde narenciye ürünlerinin pazarlama yapısını belirlemek, üreticilerin, kooperatifleşme durumunu ve sektörün sorunları ortaya koymak amacıyla üreticiler, araçlar ve paketleme tesislerinin yetkilileri ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler sırasında 100 üreticiye, 20 aracıya ve 5 paketleme tesisine ulaşılabilmektedir. Bu bölümde görüşmeler sonucu elde edilen veriler sunulmuştur.



### 6.1. Üretim Değerlendirilmesi

Üreticiler, satışlarını genellikle ağaç üzerinde yapmaktadır. Ürünün büyük bölümü tüccarlara, komisyonculara ve paketleme tesislerine satılmaktadır. Bu aşamada satışlar alıcıların lehine gerçekleşmektedir. Üreticilerin çoğu ürünü satacakları tüccarlardan avans almakta ve bu durum üreticilere ürünlerini hemen satma zorunluluğu doğurmaktadır. Üreticiler herhangi bir pazarlama hizmeti uygulamamaktadır.

Üreticilere her dönemin başına 7-8 alıcı gelmekte olup, üreticiler genellikle güven duydukları alıcılara ürünlerini satmaktadır. Üreticiler piyasa hakkında genellikle fiyatla, az miktarda da arz ve talep miktarlarıyla ilgili bilgi sahibidir. Fiyat hakkında bilgi sahibi oldukları temel kaynaklar ise tüccarlar ve komisyonculardır.

Tüccarlar, temin ettikleri ürünü bölge içindeki ve dışındaki diğer araçlara ve paketleme tesislerine satmaktadır. Bütün pazarlama hizmetleri bu paketleme tesisleri tarafından gerçekleştirilmektedir. İlçede, paketleme tesislerinin haricinde narenciye işleyen herhangi, bir tesis bulunmamaktadır.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk "Dörtyol Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Paketleme tesisleri büyük oranda üreticiden ve az miktarda komisyoncu ve tüccarlardan satın alarak doğrudan ya da aracılar vasıtasıyla yurtiçindeki ve yurtdışındaki tüketicilere ulaştırmaktadır.

## 6.2. Üreticilerin Kooperatifleşme Durumu

Tarım sektörü çok sayıda küçük ölçekli işletmenin faaliyette bulunduğu bir sektördür. Bu üreticilerin, tek başlarına üretim ve pazarlama hizmetlerini yerine getirmeleri oldukça büyük bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Tarım ürünlerinin üreticiden tüketiciye ulaşımında pazarlama hizmetlerinin yerine getirilmesi amacıyla üreticilerin bir arada ve toplu olarak hareket etmelerine olanak sağlayan organizasyonlardan biri de pazarlama kooperatifleridir (Güneş, 1996).

Görüşme yapılan üreticilerin %78'inin herhangi bir üretici organizasyonuna üyeliği bulunmazken, %22'sinin çeşitli kooperatiflere veya birliklere (DTÜP, DÖRTNAR, Arıcılar Birliği) üyeliği bulunmaktadır.

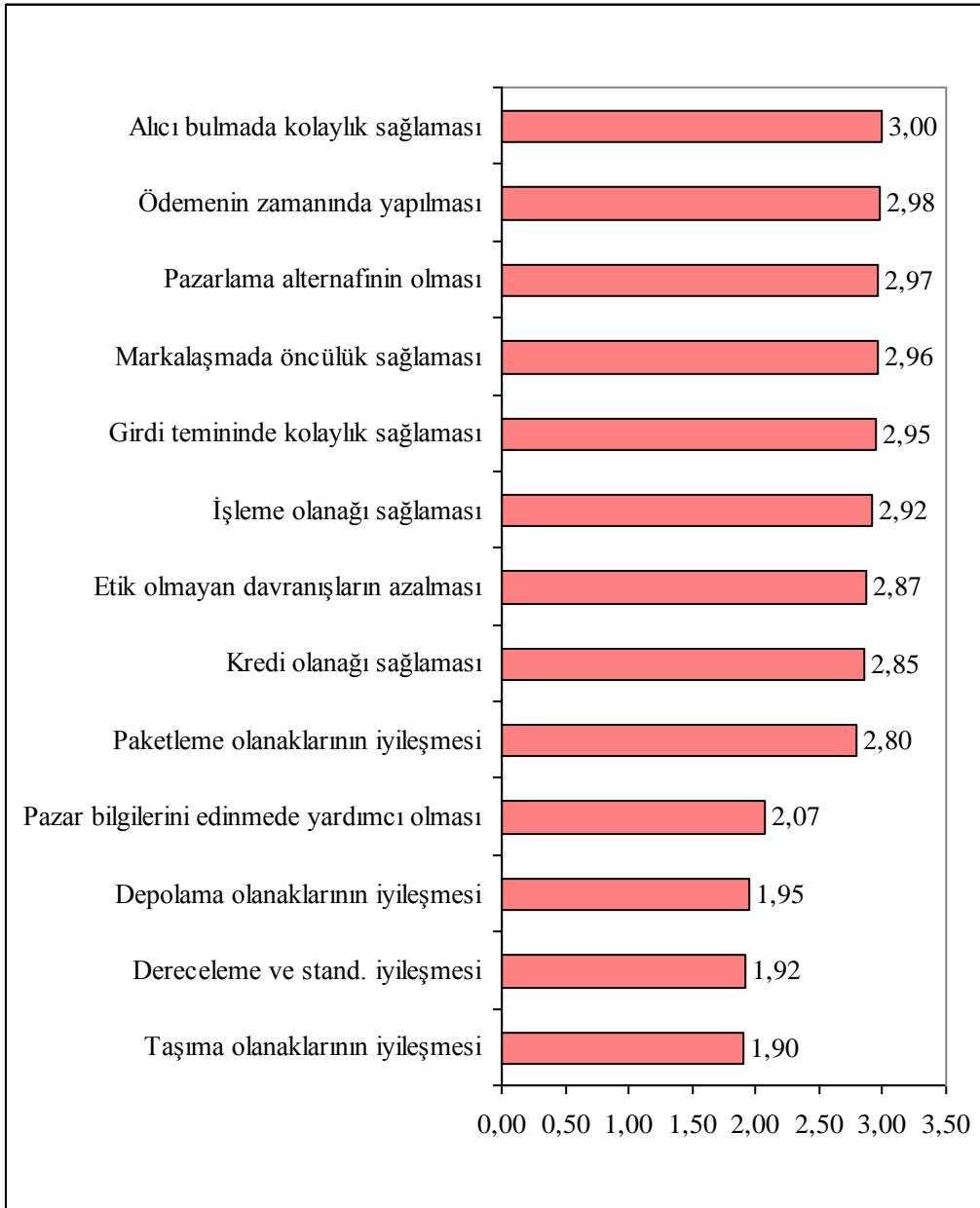
İlçede, üreticilerin narenciyede üretici organizasyonlarıyla ilgili düşüncelerini ve beklentilerini öğrenebilmek amacıyla “Bir pazarlama kooperatifi pazarlama konusunda sizin için faydalı olabilir mi?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya olumlu yanıt veren üreticilerden, kooperatifin sağlayacağı faydaların kendileri için ne derece önemli olduğunu ifade etmeleri istenmiştir.

Üreticilerin %97'si bir pazarlama kooperatifinin narenciyenin pazarlanmasıyla ilgili katkı sağlayacağı görüşündedir. Pazarlama kooperatifinden en önemli beklentiler ise sırasıyla alıcı bulmada kolaylık sağlaması, ödemenin zamanından yapılması, pazarlama alternatifinin olması ve markalaşmada öncülük sağlamasıdır. İlçede narenciyeye ilgili kurulacak bir pazarlama kooperatifinden beklenen diğer faydalar ise Girdi temininde kolaylık sağlaması, işleme olanağı sağlaması, etik dışı davranışların azalması, Kredi olanağı sağlaması, Paketleme olanaklarının iyileşmesi, Pazar bilgilerini edinmede yardımcı olması, Depolama olanaklarının

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk “Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



iyileşmesi, Dereceleme ve standardizasyonun iyileşmesi ve Taşıma olanaklarının iyileşmesidir (Şekil 6.1).



Şekil 6.1. Üreticilerin Pazarlama Kooperatifinden Beklentileri

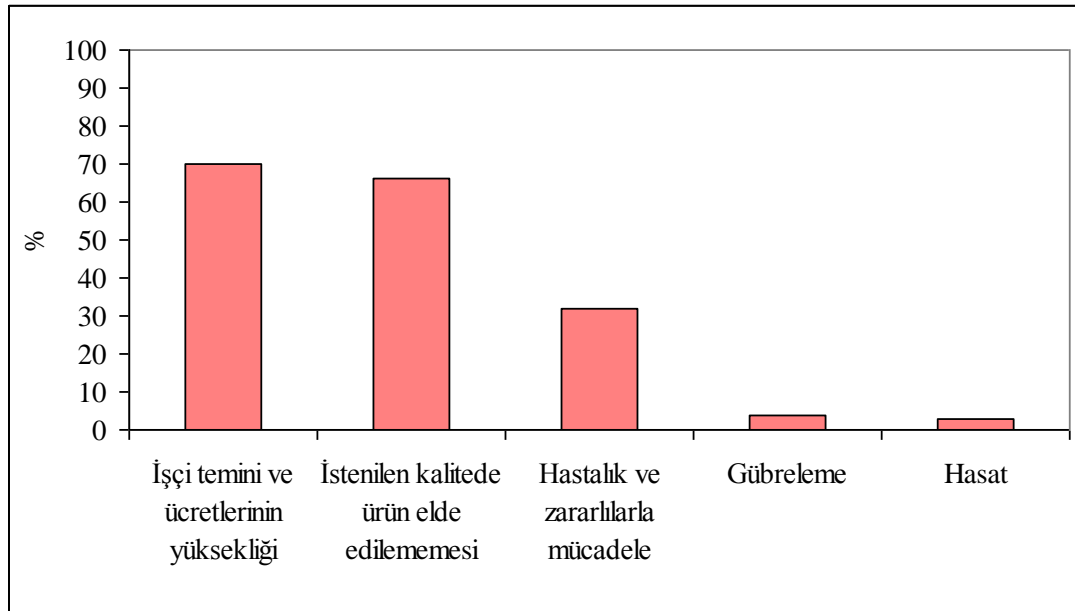
Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



### 6.3. Üreticilerin Üretim ve Pazarlama Sorunları

#### 6.3.1. Üretimde Karşılaşılan Sorunlar

Üreticiler, üretim sırasında karşılaştıkları en önemli sorunları işçi temini ve işgücü ücretlerinin yüksekliği (%70), istenilen kalitede ürün elde edilememesi (%66), hastalık ve zararlılarla mücadele (%32), gübreleme (%4) ve hasat (%3) olarak sıralamışlardır (Şekil 6.2).



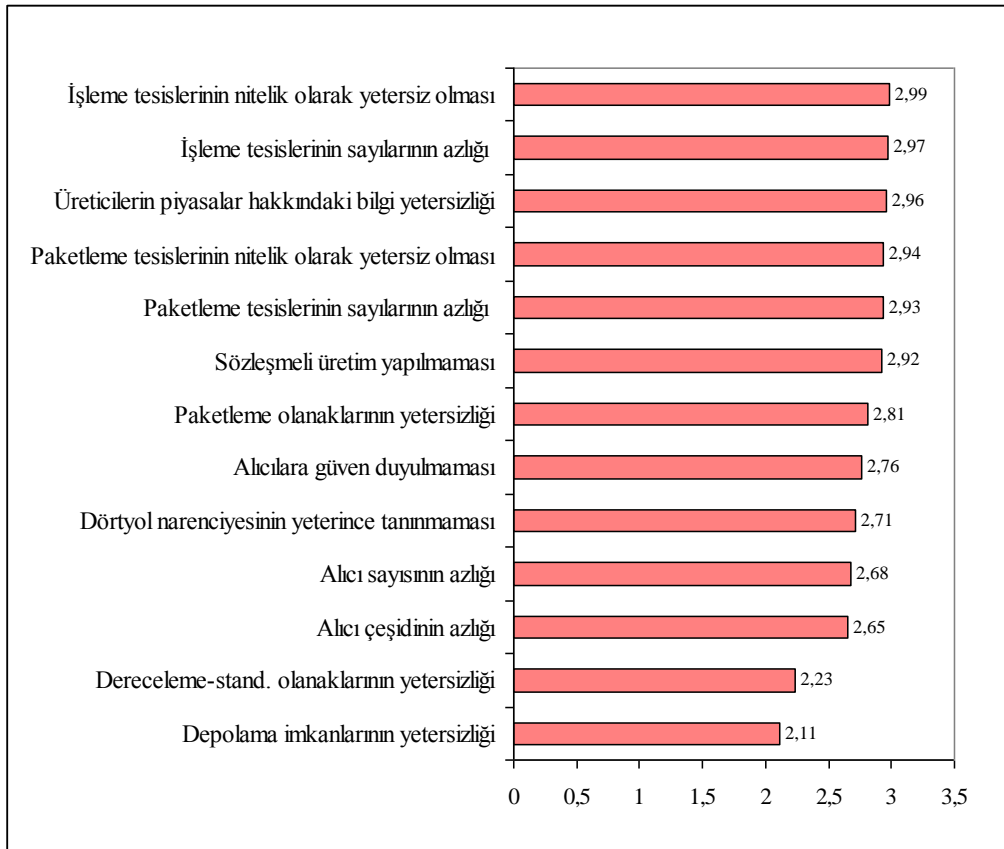
Şekil 6.2. Üreticilerin Narenciye Üretiminde Karşılaştıkları Sorunlar

Bunların haricinde iklim şartlarından kaynaklanan problemler özellikle bazı yıllarda oldukça önemli zararlar verebilmektedir. Bu zararlara karşı tarım sigortası henüz tam olarak yaygınlaşmış değildir. Görüşme yapılan kişilerden sadece %10'unun tarım sigortası yaptırdığı belirlenmiştir.



### 6.3.2. Pazarlamada Karşılaşılan Sorunlar

Pazarlamada karşılaşılan sorunları belirleyebilmek amacıyla öncelikle konuyla ilgili uzman kişilerle görüşülmüş ve bölgede sıkça sorun oluşturan unsurlar belirlenmiştir. Görüşmeler sırasında üreticilere bu unsurlar sıralanmış ve önem düzeyini belirlemeleri istenmiştir. Üreticiler, pazarlamada karşılaşılan en önemli unsurları işleme tesislerinin nitelik olarak yetersiz olması, işleme tesislerinin sayılarının azlığı, üreticilerin piyasa hakkında yeterince bilgi sahibi olmaması, paketleme tesislerinin nitelik olarak yetersiz olması ve paketleme tesislerinin sayılarının azlığı olarak sıralamışlardır. Bunun yanı sıra sözleşmeli üretim yapılmaması, paketleme olanaklarının yetersizliği, alıcılara güven duyulmaması, dört yol narenciyesinin yeterince tanınmaması, alıcı sayısının azlığı, alıcı çeşidinin azlığı, dereceleme-standardizasyon olanaklarının yetersizliği ve depolama imkânlarının yetersizliğidir (Şekil 6.3).



Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dört yol Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



Şekil 6.3. Üreticilerin Narenciye Pazarlamasında Karşılaştıkları Sorunlar

Bunların yanı sıra bölgede markalaşmada bir takım eksikliklerin olduğu ve güçlükle karşılaşıldığı sıkça dile getirilmiştir. Üreticiler markalaşmayı engelleyen en önemli faktörün örgütlenmede zorluk yaşanması, hedef pazarlar hakkında bilgi eksikliği ve küçük ölçeklilik olduğunu ifade etmişlerdir.

İlçede faaliyet gösteren bir kısmı aynı zamanda da ihracatçı olan paketleme tesislerinin yetkilileri ise pazarlama konusunda karşılaşılan en önemli problemleri, örgütlenmenin eksikliği, markalaşmanın eksikliği, dış pazar bilgilerine ulaşmada yaşanan zorluklar, dış ticaret uygulamalarındaki değişiklikler ve yenilikleri hakkında bilgilere ulaşmada yaşanan zorluklar ve üreticilerin bilinçsiz kimyasal girdi kullanımının ihracatta yarattığı güçlükler olarak ifade etmişlerdir.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk “Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## 7. Sonuç ve Öneriler

Türkiye, dünyada önemli narenciye üreticisi ülkelerden bir tanesidir. Ancak, üretim ve pazarlamadan kaynaklanan bir takım problemler hem yurtiçi hem yurtdışı pazarlardan daha yüksek gelir elde edilmesini engellemektedir.

1. Narenciye ürünleri, Türkiye'nin tarım ürünleri ihraç ettiği geleneksel pek çok ülkeye ihraç edilebilmektedir. Ancak, bugün dünyada önemli narenciye ithalatçısı konumunda olan pek çok ülke pazarına ulaşılabilmiş değildir. İhraç pazarlarını genişletebilmek açısından kapsamlı dış pazar araştırmaları yapılmalı ve bu araştırmaların sonuçları tüm sektör paydaşlarınca paylaşılmalıdır.
2. Sektörde faaliyet gösteren paketleme tesislerinin yetkilileri ve üreticilerin büyük bölümü dış pazar bilgilerine erişmede sorun yaşamaktadır. Dış Pazar bilgilerinin (üretim, arz, talep, fiyat vs) günlük, haftalık ve aylık olarak derlenerek sektörün paydaşları tarafından kolay şekilde kullanımına olanak sağlayacak bir veritabanı ve bilgi ağı oluşturulmalıdır.
3. Üreticilerin çoğu küçük ölçekli işletmelere sahip olup, sermaye sıkıntısı nedeniyle ürünü hemen satma zorunluluğu yaşamaktadır. Bu durum üreticilere ürünü ağaç üzerinde, çoğu zaman ağaçların çiçeklenme aşamasında satma zorunluluğu doğurmakta, üreticilerin alıcılar karşısında pazar pozisyonunun zayıflatmaktadır. Üreticilerin, pazarlama hizmetlerini yerine getirmelerini ve alıcılar karşısında rekabet güçlerini artırmalarını sağlayacak pazarlama organizasyonlarına ihtiyaç duyulmaktadır. İlçede pazarlama kooperatifleri veya kooperatif benzeri organizasyonların kurulması, narenciye ürünlerinde pazarlama hizmetlerinin daha sağlıklı şekilde yerine getirilmesini ve üretici gelirlerinin artırılmasını sağlayacaktır.
4. İlçede narenciye ürünleri büyük oranda herhangi bir işleme tabi tutulmadan –sadece paketlenerek- pazara sunulmaktadır. Ancak narenciye ürünlerinin işlenerek pazara sunulması hem katma değer hem de Dörtüol narenciyesinin bilinirliğini artıracaktır.

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüol Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.





Bu amaçla faaliyette bulunmak isteyen girişimciler bilgilendirilmeli ve destek sağlanmalıdır.

5. Markalaşmaya ve bölge imajının oluşturulmasına önem verilmelidir. Bölgedeki işletmelerin dağınık ve küçük ölçekli yapısı göz önüne alındığında, girişimciler ortak bir marka oluşturulması ve yönetilmesi konularında eğitilmeli, özendirilmeli ve desteklenmelidir.
6. Üreticilerin bilgi düzeylerinin düşüklüğü, bakım işlemlerinin çoğunu olumsuz yönde etkileyerek, ürün ve kalite kayıplarına sebep olmaktadır. bölgede, iller itibariyle hatta ilçeler itibariyle ilgili kurum ve kuruluşlar eğitim ve yayım konusunda aktif hale getirilmelidir.



Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## KAYNAKLAR

- AKGÜN, C., 2006. Turunçgiller Sektör Profili. Dış Ticaret Şubesi Uygulama Servisi. Ankara.
- FAO, 2012. www.faostat.org. (Erişim Tarihi: 18.05.2012).
- Hızal, A. Y., 2012. Türkiye Turunçgiller (Narenciye) Bibliyografyası (1935-1990). Tarım, Gıda ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Sancak, A. Z., Aygören, E., 2010 Turunçgiller Durum ve Tahmin: 2010/2011. Tarımsal Ekonomi Ve Politika Geliştirme Enstitüsü Müdürlüğü Yayınları. Yayın no: 183. 79 s. Ankara
- TÜİK, 2012. (Erişim Tarihi: 22.05.2012).

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk "Dörtüyl Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## ***Dörtyol Narenciye Üreticileri Birliği'ne Desteklerinden Dolayı Teşekkürler...***

### ***Dörtyol Narenciye Üreticileri Birliği Başkanından***

*Dörtyol Turunçgil Üreticileri Birliği, Hatay Stratejik Kalkınma Planı kapsamında 2011 yılının 6. ayında kurulup 10. ayında 124 kurucu üyesi onaylanarak gerçekleşmiş bir birliktir.*



*Birliğimizin kendine ilke edindiği konu üreticilerin eğitim ile bilinçlendirilmesi yoluyla sağlıklı gıda yetiştirmektir.*

*Bugüne kadar yapmış olduğumuz çalışmalarımıza bakıldığında üreticilerin eğitim ve bilinçlendirilmesine önem verdiğimiz görürsünüz. Eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarımız kadar Dörtyol turunçgilini bütün dünyaya tanıtmak da amaçlarımızdan biridir. Bu kapsamda da Belediyemiz ve İlçe Kaymakamlığımız aracılığıyla bu yıl 1. sini gerçekleştireceğimiz Dörtyol Uluslar arası Kültür Sanat ve Turunçgil Festivalini organize ediyoruz.*

*Ayrıca doğru ve faydalı üretim için “Turunçgil Yetiştiricisinin El Kitabı” adı altında bir kitapçığımız ve aylık yayın organımız DTUB ismiyle sadece turunçgil ürünleri yetiştiriciliğini ve üreticilerimizi anlatacak dergimizde şu an basıma girdi.*

*Üyelerimize özel banka kredi anlaşmalarında da belirli bir aşamaya geldik. Üyelerimiz çok uygun faizlerle kredi kullanabilecekler. Turunçgil tarımının Dörtyol’ da geldiği noktaya en güzel örneklerden birisi bizim üretici birliğimizdir.*

*Dörtyolumuzda turunçgil önem ve bilincin ne kadar oturduğunu Dörtyol Esnaf ve Sanatkarlar Odamızın ve Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi bölüm hocamız Dr. Arzu SEÇER ile birlikte yürüttüğü bu çalışma ispatlamaktadır. Bugün Dörtyol Esnaf ve Sanatkarlar Odasının bölge dinamiklerinin başında turunçgil sektörünün geldiğini görüp böyle bir çalışma yapması takdire şayan bir iştir. Böyle güzel bir çalışmada birliğimiz adına küçük de olsa yer almaktan onur duyuyoruz. Ayrıca bu çalışmadan dolayı değerli hocamıza ve sayın oda başkanımız Ahmet Bölükbaşı'na teşekkürü bir borç biliriz.*

Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği “Narenciye Sektör Raporu” projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk “Dörtyol Esnaf ve Sanatkarlar Odası” na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.



## Görsellerle Dört Yol



Bu rapor TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının desteklediği "Narenciye Sektör Raporu" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorunluluk "Dört Yol Esnaf ve Sanatkarlar Odası" na aittir ve TC Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmaz.

**DOĞU AKDENİZ KALKINMA AJANSI**  
Yavuz Sultan Selim Cd. Birinci Tabakhane Sk. No:20 HATAY  
Tlf: (326) 225 14 15 Fax: (326) 225 14 52