

**GÜMÜŞHANE İLİNDE İMALATA DAYALI SANAYİLEŞME: PESTİL VE KÖME
İŞLETMELERİ ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME**

*INDUSTRIALIZATION BASED ON PRODUCTION IN GÜMÜŞHANE PROVINCE: A
GENERAL EVALUATION ON DRIED FRUIT ROLL-UP AND CHURCHKHELA
BUSINESSES*

Dr. Öğretim Üyesi Kurtuluş MERDAN

Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane Meslek Yüksekokulu / Muhasebe ve Vergi Bölümü,
kurtulus_m@hotmail.com, Gümüşhane/Türkiye

ÖZ

İmalata dayalı sanayileşmenin en güzel örneklerinden biri olan pestil ve köme, son yıllarda Gümüşhane ilinin lokomotif ürünü haline gelmiştir. Geleneksel olarak, halkın kış aylarında evlerde çerez olarak tükettiği pestil ve köme, ilin yerel kalkınmasında önemli yer tutmaktadır. İlin arazi yapısı ve iklimsel özellikleri, pestil ve kömenin imalatında kullanılan hammaddelerin doğal üretilmesine olanak sağlamaktadır.

Türkiye'nin ilk ve en büyük üreticisi konumunda yer alması, yöresel olarak kendine özgü formülasyona sahip olması, koruyucu madde ve renklendirici içermemesi, menşe adının olması Gümüşhane pestil ve kömesini benzerlerinden ayırmaktadır. Bu durum, üreticiler için önemli pazar ağı oluşturmaktadır.

Bu çalışma, ulusal ve uluslararası pazarlarda yer alan Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı sektörde önde gelen 22 adet pestil ve köme işletmelerine yönelik gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmı Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası'ndan elde edilen veriler ışığında oluşturulmuştur. Araştırmada gerekli verilerin toplanması amacıyla sözlü mülakat ile anket yöntemi tercih edilmiş, bu amaçla işletmelere cevaplandırmaları için birtakım sorular yöneltilmiştir. Araştırma için elde edilen veriler, pestil ve köme değer zincirine göre sorunların analizi, başarı faktörleri ve rekabet şartlarının değerlendirilmesine bağlı olarak çözümlenmiştir. Buradan hareketle pestil ve köme ile ilgili genel bir değerlendirme yapıldığında; işletmelerin hem üretim aşamasında sorunlar yaşadıkları hem de pazarlama, maliyet ve mezuat kaynaklı problemlerle karşı karşıya kaldıkları dile getirilmektedir. Başarı faktörleri değerlendirilirken ise satın alma yönetimi, üretimde ve dış pazarlamada etkinlik dikkate alınmaktadır. Rekabet koşullarının firmalar tarafından değerlendirilmesi de M. Porter'ın Elmas Modeli esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Bu modelde kümelenme yaklaşımına göre rekabet koşulları; faktör ve talep koşulları, firmanın rekabet yapısı, işbirliği ile kamu kurumlarının etkinliği, tedarikçi ve destekleyici sektörler başlıkları altında değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Köme, İmalat, Gümüşhane, Kümelenme

ABSTRACT

Dried fruit roll-up and churchkhela, one of the finest examples of production-based industrialization, have become the locomotive product of Gümüşhane Province in recent years. Dried fruit roll-up and churchkhela, traditionally consumed at homes in winter, have an important place in the local development of the province. The land structure and climatic characteristics of the province allow natural production of raw materials used in the production of dried fruit roll-up and churchkhela.

Being Turkey's first and largest producer, having a locally specific formulation and the name of origin as well as not containing preservative and coloring ingredients distinguishes Gümüşhane fruit roll-up and churchkhela from its

competitors. This creates a significant market network for producers.

This study was conducted for 22 dried fruit roll-up and churchkhela businesses that are registered in Gümüşhane Chamber of Commerce and Industry and present in national and international markets. The practice part of the study was formed in the light of the data obtained from Gümüşhane Chamber of Commerce and Industry. In order to collect the necessary data in the study, oral interview and survey method were preferred and the businesses have been asked a number of questions to reply for this purpose. The data obtained for the study, the analysis of problems according to the dried fruit roll-up and churchkhela value chain, have been analyzed depending on the evaluation of success factors and competition conditions. Based on this, when a general evaluation is made about the dried fruit roll-up and churchkhela, it is stated that businesses are experiencing problems both during production as well as problems caused by marketing, cost and jurisprudence. When success factors are evaluated, efficiency in purchasing management, production and foreign marketing is taken into consideration. Evaluation of competition conditions by companies has been realized based on M. Porter's Diamond Model. According to the clustering approach in this model, the competition conditions were evaluated under the following headings; factor and demand conditions, company's competitive structure, the effectiveness of public institutions through cooperation, suppliers and supporting sectors.

Keywords: Köme, Manufacturing, Gümüşhane, Clustering

1. GİRİŞ

Son yıllarda küreselleşme ile birlikte ülkeler arasında ticari sınırlar tamamen ortadan kalkmakta, pazar ağını genişletmeye yönelik adımlar atılmaktadır. Ticari sınırların kaldırılması beraberinde rekabeti getirmekte, bu süreçte üreticilerin ayakta kalabilmesi için teknoloji öncülüğünde yeniden yapılanmaya gereksinim duyulmaktadır. Bu bağlamda; üreticiler ekonomik olarak tam bağımsız olabilmek için ürünün tanıtımına, paketlenmesine, pazarlanmasına ve alt yapısına yönelik konularda AR-GE çalışmalarına ağırlık vermektedir. Dışarıya bağımlı olmadan kendi kendine yeterliğe sahip olabilmek, tüketen toplum yerine üreten bir toplum için AR-GE'ye dayalı ekonomik politikalar geliştirilmelidir. Üretimde verimliliği artırabilmek amacıyla devletin destek ve denetimi altında kapsamlı tarım politikaları oluşturulmalıdır. Tarım sektörünü ülke ekonomiler açısından önemli hale getiren gıda ihtiyacı yerel ve kültürel faktörler nedeniyle farklılık göstermektedir. Beslenme gereksinimi ülkeleri kapsamlı tarım politikaları oluşturmaya yöneltmiştir.

Gümüşhane ili, bozulmamış doğası, iklim yapısı ve çevre illerde fazla rastlanmayan alüvyon dolgu arazilerine sahipliği yanı sıra pestil ve köme imalatında kullanılan hammaddelerin doğal üreticisi konumdadır. İlde ceviz, dut ve fındık, doğal bitki örtüsünün parçasıdır. Ayrıca, il genelindeki 430 yayla, imalatta kullanılan kaliteli balın üretimini sağlamaktadır. Gümüşhane ekonomisinin lokomotif ve markası haline gelen pestil ve köme zamanla yerel girişimcilerin üreterek il dışına arz etmeyi başardığı başlıca ürün olmuştur. Bu noktada imalat sanayisine dayalı olarak üretilen pestil ve köme, tarımsal sanayinin gelişmesi için katalizör görevi üstlenmektedir.

2. İMALATA DAYALI SANAYİLEŞME: PESTİL VE KÖME

Geleneksel olarak, ev ölçeğinde üretilen ve kış aylarının vazgeçilmez gıdalarının başında gelen pestil ve kömenin yapımı Osmanlı dönemine kadar dayanmaktadır. Türkiye'de pestil ilk olarak Malatya yöresinde "orjik", Gaziantep bölgesinde ise "şeker sucuğu" olarak tanınmaya başlanmıştır. Daha sonraki yıllarda ülkenin birçok yöresinde farklı isimler altında yaygınlaşmıştır. İlde 23.01.2004 tarihinden itibaren üretilen dut pestili ve kömesi Türk Patent Enstitüsü tarafından tescillenmiş, coğrafi işaret belgesi verilmiştir (GTSO, 2016: 41).

Başlangıçta evlerde çerez olarak tüketilen pestil ve köme son yıllarda Gümüşhane ekonomisinin lokomotif ürünü haline gelmiştir (Kalkışım ve Özdemir, 2012: 4-5). Yörede "sarı altın" ismiyle özdeşleşen duttan elde edile pekmez, belirli maddeler karıştırılarak, pestil ya da kömenin hammaddesi olmaktadır. Temelde palpa ve meyve früktozuna dayanan bu ürünler, mevsimine göre kurutulmuş veya yaş olarak da kullanılabilir. İl içerisinde tarıma dayalı imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, yaş dut üretimini haziran ayının üçüncü çeyreği ile ağustos ayı içerisinde gerçekleştirmektedir.

Pestil ve köme işletmeleri gerekli hammaddeleri öncelikle Gümüşhane sınırları içerisindeki üreticilerden temin etmeye çalışmaktadır. Öte yandan ilde ceviz dut ve bal gibi pestilin hammaddeleri yeterli düzeyde üretilmediğinden ihtiyaçlar genellikle Erzincan ve Erzurum yöresinden karşılanmaktadır. Yerli üretim yetersiz olduğunda İran ve Ukrayna gibi dış ülkelere satın alma yoluna gidilmektedir (GTSO, 2016: 42). Mevcut duruma bakıldığında Gümüşhane ilinde 50 bin dut ağacının bulunduğu, hammadde üretimini artırmak için yeni dut bahçeleri oluşturmak için üreticiyi teşvik edici çalışmaların yapıldığı görülmektedir.

Pestil ve köme imalatına işletme boyutunda ilk defa Büyükbayraktar ailesi tarafından 1974 yılında başlanmıştır. Daha sonraki yıllarda üretim giderek artış göstermiş birçok işletme ticari faaliyet içerisine girmiştir. 2002 yılında üretim faaliyetinde bulunan işletme sayısı 4 iken bu sayı 2017 yılında 30'a ulaşmıştır. Benzer şekilde üretim kapasite kullanımı 2002 yılında 160 ton, 2012'de 1325 ton, 2017 yılında ise yaklaşık 5 bin ton olarak gerçekleşmiştir. İlde pestil ve kömeye yönelik ihracat faaliyeti 2010 yılında 33,5 ton ile başlamıştır. Üretilen pestil ve kömenin %90-95'i il dışında pazarlanmakta, il içinde ise yaklaşık %5'lik kısmı satışa sunulmaktadır (İrkin, 2013; Akyüz ve Kara, 2016: 238; GTSO, 2016). Türkiye pazarında üretilen pestil ve kömenin %90'ı Gümüşhane ilinde üretilmektedir. Pestil ve köme sektöründe çalışan sayısı mevsimsel değişiklik göstermekle birlikte kentte 250 ile 300 arası kişi bu sektörde istihdam edilmektedir (www.aa.com.tr).

Elde edilen bulgular ışığında Gümüşhane ilinde pestil ve köme üretiminde bulunan başlıca 8 adet işletmenin üretim miktarları Tablo 1'de verilmektedir. Üretim miktarları açısından bir değerlendirme gerçekleştirmiş, 2013-2014-2015 yılları arasında Kral Pestil ve Köme İşletmesi'nin piyasanın hakimi olduğu görülmektedir. Ortaya koyduğu üretim miktarı toplam üretim miktarının neredeyse yarısını oluşturmaktadır. Üretim miktarı açısından Kral Pestil ve Köme İşletmeleri'nden sonra Harmangülü Padişah, Doğa, Gümüş, Yöre, Pestilla ve Lezzet işletmeleri gelmektedir. Bu tablodan çıkarılabilecek diğer bir sonuç pestil ve köme üretim miktarlarının tüm işletmeler için sürekli artış eğilimi göstermesidir.

Tablo 1. Gümüşhane İlinde Pestil ve Köme İşletmelerinin 2013-2014-2015 Yılları Arası Gerçekleştirdiği Üretim Miktarları

İşletme Adı	2013 Yılı Pestil ve Köme Üretim Miktarı (ton)	2014 Yılı Pestil ve Köme Üretim Miktarı (ton)	2015 Yılı Pestil ve Köme Üretim Miktarı (ton)
KRAL	902	912,5	936
HARMANGÜLÜ	260,5	270,2	288
PADIŞAH	191,2	198	204
DOĞA	156,5	170	198
GÜMÜŞ	178	180	192
YÖRE	52	55	60
PESTİLLA	30,2	32,8	36
LEZZET	32,8	34	36
Toplam:	1803,2	1852,5	1950

Kaynak: Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası, Kapasite Kullanım Raporları, 2015; Akyüz ve Kara, 201 (Veri elde etmenin güçlüğü nedeniyle 8 adet işletme esas alınmıştır)

Pestil ve köme işletmelerine ait 2018 yılı Haziran ayı ürün fiyatları Tablo 2'de verilmektedir. Bu verilerin elde edilmesi, internet üzerinden gerçekleştirilen online satış işlemlerinden ve aynı zamanda her bir işletme ile telefon ya da yüz yüze yapılan görüşmelerden sağlanmıştır. Bu noktada en fazla satışı gerçekleştiren cevizli pestil ve sade köme gibi iki temel ürün dikkate alınmıştır.

Tablo 2. Pestil ve Köme İşletmelerine Ait 2018 Yılı Haziran Ayı Ürün Fiyatları

Ürünler	Pestil ve Köme İşletmeleri									
	Kral	Yöre	Gümüş	Doğa	Padisah	Tatbil	Saray	Doğan	Harmangülü	Sultan
Cevizli Pestil Fiyatı Kg/TL (KDV Dâhil)	27	39	25	26	35	28	30	26	35	25
Sade Köme Fiyatı Kg/TL (KDV Dâhil)	30	39	27	29	35	29	30	25	35	27

Tablo 2'de verilen bulgular dikkate alındığında, cevizli pestil için ortalama fiyat 29,6 TL, sade köme için ise 30,6 TL olarak tespit edilmiştir. Bu ortalamalar cevizli pestil ve sadece köme açısından göz önüne alındığında; Kral, Gümüş, Doğa, Tatbil, Doğan ve Sultan işletmelerinin ortalama fiyatların altında, Yöre, Harmangülü, Padişah ve Saray işletmelerinin ise ortalamanın üstünde bir fiyat belirledikleri görülmektedir.

Gümüşhane'de pestil ve köme imalatı geçmiş yıllara göre daha modern makineler ve hijyenik ortamda gerçekleştirilmektedir. Hem toplumun isteklerini hem de bireysel ihtiyaçları karşılamak için geleneksel ve modern yöntemler kullanılmaktadır. Son yıllarda üretici sayısında yaşanan artış üretim yapan pestil ve köme işletmelerini yeni pazar arayışlarına itmiştir. İç piyasada gerçekleştirilen satışlar en fazla İstanbul (%31) ve Ankara (%16) illerine yönelik iken, en az satış işlemi ise Gümüşhane'ye komşu illere yapılmaktadır. İşletmeler üzerine yapılan incelemede üç firmanın ihracat yapmakta olduğu, ihracat yapılan ülkelerin ise Almanya ve Fransa oldukları anlaşılmıştır. Son yıllarda iç piyasanın yetersizliği, üreticileri yeni pazar

arayışlarına yöneltmiştir. Bu durum Katar, Dubai, Ukrayna, Moldova, ABD, Yunanistan ve Suudi Arabistan'a yönelik pazar hedeflerini artırmıştır.

Pestil ve köme işletmeleri bünyesinde yer alan birkaç üretici firmanın dışındakiler küçük ölçekli KOBİ'ler şeklinde faaliyet göstermektedir. Pestil ve köme imalat sanayisinde faaliyet gösteren işletmeler, üretim konusunda belirli bir standartı yakalayamadıkları için ürünlerin kokusu, rengi ve tadıyla ilgili bazı olumsuz durumlarla karşılaşabilmektedir. Örneğin; iklim koşullarına bağlı olarak pestil ve köme ürünlerinde küflenme, kurtlanma ve çürüme gibi olumsuz durumlar yaşanabilmektedir. Benzer şekilde imalat hatalarından kaynaklanan kırılma, çatlama ve yırtılma gibi ürünlerin kalitesini düşüren olaylarda meydana gelebilmektedir (Erdoğan vd., 2002: 85). Ortaya çıkan bu sorunlar hem ürünlerin kalite ve prestijlerini etkilemekte hem de tüketicilerin sağlığını tehdit eder boyutlara ulaşabilmektedir. Bu noktada pestil ve köme ürünlerine yönelik tüketicilerin ilgisi azalabilmekte, ürünlerin imajı ve itibari değeri zedelenmektedir.

Pestil ve köme işletmelerinin karşılaştıkları sorunların çözümünde ilk olarak yapılması gereken, kredi desteğiyle modern makine kullanımı artırılarak, üretimin hızlı ve kesintisiz bir şekilde devamı sağlanmalıdır. İşletme sahiplerine sigorta, arsa ve benzeri konularda indirim yapılmalıdır. İkinci olarak, nitelikli eleman sorununun çözüme kavuşturulmasıdır. Bu sektörde ihtiyaç duyulan personelin yetişmesi zaman almakta, bu konuda eğitim verilen herhangi bir kurs ya da eğitim merkezi bulunmadığından kalifiye personel bulmak zorlaşmaktadır. Gerçekte; işletmeler ihtiyaç duydukları personeli usta-çırak ilişkisi içerisinde yetiştirmeye çalışmakta, kalifiye eleman ihtiyacı bu yolla karşılanmaktadır. Son yıllarda imalat sektöründe faaliyet gösteren işletme sayılarının artırılması beraberinde yeni iş alanlarının açılmasına, işsizliğin azaltılmasına ve dolayısıyla ekonominin canlanmasına olanak sağlamaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN TASARIMI

Pestil ve köme ile ilgili yerli alan yazınında çalışma sınırlı olmakla birlikte bazı benzer çalışmalara değinmek faydalı olacaktır.

Özbek (2010), pestil ve köme üretimi yapan işletmelerin ekonomik analizini yüksek lisans tezinde değerlendirmeye çalışmıştır. Özbek çalışmasında pestil ve köme üretimden bulunan 20 adet işletmeye 46 sorudan oluşan bir anket yöntemi uygulamıştır. Gümüşhane'nin coğrafik yapısının pestil ve köme üretimi için uygun olduğunu dile getirmektedir. Bununla birlikte çalışmada ilin doğal yapısının bozulmamış olduğu, mikro klima iklim özelliği gösterdiği, pestil ve köme üretiminde kullanılan birçok meyvenin yetiştirilmesinde elverişli olanağa sahip olduğu ortaya konulmaktadır. Çalışmada elde edilen bulgulardan yola çıkarak pestil ve köme üretiminin artmasıyla hem göçün azalacağı hem de il ekonomisinin canlanacağı düşünülmektedir.

Kalkışım ve Özdemir tarafından 2012 yılında pestil ve köme teknolojisine yönelik bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Kalkışım ve Özdemir çalışmalarında pestil ve kömenin tarihsel boyutu, yapılışı ve üretimiyle ilgili genel bilgilere yer vermişlerdir. Bu bilgileri görsel yayınlarla ve yüzdelik oranlarla ortaya koymuşlardır.

Yıldız tarafından 2013 yılında gerçekleştirilen çalışmada pestil ve kömenin fiziksel, duyuusal ve biyokimyasal özellikleri araştırılmıştır. Çalışmada; pestil ve kömenin son dönemlerde endüstriyel ölçekte üretilmesine rağmen, üretim yöntemleri ve özellikleri açısından henüz belirli bir standarda kavuşturulmadığı dile getirilmektedir. Çalışmanın sonucunda Gümüşhane pestil ve kömesi ticari olarak temin edilebilen, üretim metodu, bileşimi ve fiziksel özellikleri açısından diğer meyve ürünlerinden çok farklı bulunmuştur.

Akyüz ve Kara 2016 yılında gerçekleştirmiş olduğu çalışmalarında, pestil ve köme markalarına dair tüketicilerin algılamalarını ve konumlandırmalarını çok boyutlu ölçekleme analizine göre değerlendirmeye almışlardır. Bu çerçevede tüketicilerin markaları (kalite, tat, güven, hijyen, reklam, perestij, fiyat ve bulunabilirlik) sekiz farklı boyut üzerinden nasıl algıladıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda, Kral, Yöre ve Doğa markaları güçlü rakipler iken, geriye kalan Gümüş, Lezzet, Padişah, Pestilla ve Harmangülü'nün ise zayıf rakipler oldukları ortaya konulmaktadır.

Pala (2017), yerel markalı ürünler arasında yer alan pestil ve kömenin marka değerini etkileyen faktörleri Gümüşhane özelinde değerlendirmeye çalışmıştır. Bu faktörleri belirleyebilmek için 400 kişiye yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda, marka değeri üzerinde; marka sadakatinin, marka çağrışımlarının, algılanan kalitenin, marka farkındalığının pozitif yönde anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada aynı zamanda tüketicilerin ölçülen algıları ile marka boyutları, bölge dışındaki tüketicilerin algılarıyla karşılaştırılarak ortaya çıkabilecek farklı algıların belirlenmesi ve bunun Gümüşhane ilinin marka kent olma noktasında ne gibi yansımalarının olacağını araştırılması talep edilmektedir.

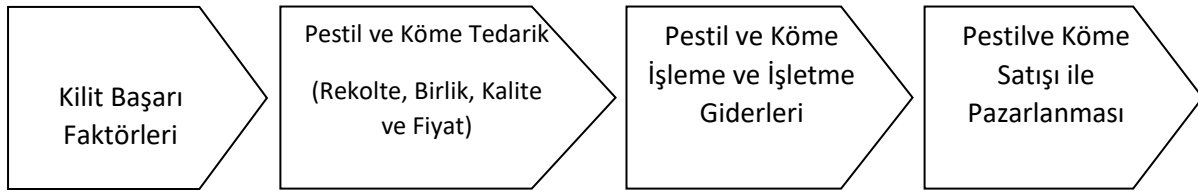
4. PESTİL VE KÖME İŞLETMELERİ ÜZERİNE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, Gümüşhane ilinde yer alan pestil ve köme işletmelerinden hangilerinin çalışma kapsamında incelemeye dâhil edilebileceği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda öncelikle Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası, sonrasında ise işletmeler ziyaret edilmiştir. Yapılan incelemede Gümüşhane ilinde Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı 30 adet pestil ve köme işletmesinin varlığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte bu işletmelerin tamamının dâhil edileceği bir anket çalışması, araştırmayı neredeyse imkânsız hale sokacağından sayının azaltılması ve çok küçük kapasitelerdeki işletmelerin dâhil edilmemesi dolayısıyla 22 adet işletmeyi içerisine alan bir değerlendirme gerçekleştirilmiştir. Belgeler anket ve görüşmeler yoluyla elde edilmiştir. Bu noktada her bir faktör 1 ile 5 arasında 5'li likert ölçeği dikkate alınarak bir puanlamaya tabi tutulmuştur. Çalışmanın uygulama kısmı Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası'ndan elde edilen veriler ışığında oluşturulmuştur. Bu çerçevede pestil ve köme değer zincirine göre sorunların analizi, başarı faktörleri ve rekabet şartlarının değerlendirilmesi yapılmıştır.

4.1. Pestil ve Köme Değer Zincirine Göre Sorunların Analizi

Türkiye'de pestil ve köme sektörü detaylı olarak ele alınan bir sanayi kolu olup, pestil ve köme değer zincirine göre sorunlar ele alınmaktadır. Bunlar; üretim aşamasında yaşanan sorunlar, pazarlama, maliyet ve mevzuat kaynaklı problemler olarak öne çıkmaktadır.

Şekil 1. Pestil ve Köme Değer Zinciri



Kaynak: Strateko Görüşme Değerlendirmeleri

Ortaya çıkan bu şema; pestil ve kömenin işlenmesini, mamul hale getirilmesini ve zincirin her halkasında yapılan maliyet-pazarlama-satış faaliyetlerini içermektedir. Başarı faktörleri rekolte, işleme, pazarlama ve satış şeklinde süregelmektedir.

4.1.1. Pestil ve Kömenin Ana Hammaddesinin Tedariki

Verimi ve kaliteyi artırabilmek için, hastalıklarla mücadele ve fiyat istikrarı sağlanmalı, desteklemeler artırılmalı, pazar odaklı ve maliyetinin minimum düzeyde tutulduğu ürünlere ağırlık verilmelidir.

4.1.2. Pestil -Köme İşleme ve İşletme Giderleri

Pestil ve kömenin işlenmesi ve işlenmesine yönelik yapılması gerekenler; müşteri ve ihracat odaklı ürünlere ağırlık verilmeli, lojistik ağı güçlendirilmeli, ürün kalitesi korunmalı, uygun destek ve finansman kaynakları bulunmalı, sektör-üretici-üniversite arasında koordinasyon sağlanmalıdır.

4.1.3. Pazarlama ve Satış

Küresel piyasalara hakim olabilmek için; müşteri odaklı pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilmesi, sanayi odaklı satışların artması, hedef pazarlara uygulanan tarife dışı engellerin kaldırılması, hedef kitlenin iyi tanınması, hedef pazarlarda pestil ve köme gibi mamullerin bilinirliğinin artırılması, kontrol ve denetim sistemlerinin geliştirilmesi, markalı mamul satışlarının artırılması, zaman ve elaman sıkıntısının giderilmiş olması gerekmektedir.

4.2. Başarı Faktörlerinin Değerlendirilmesi

Burada işletmelere yönelik başarı faktörleri değerlendirilirken satın alma yönetimi, üretimde etkinlik ve dış pazarlamada etkinlik dikkate alınmaktadır.

4.2.1. Satın Alma Yönetimi

Tedarik ve satın alma yönetiminde başarı faktörleri arasında ürün miktarında yeterlilik, ürün maliyetinde, ürün kalitesinde ve ürün talebinde rekabetçilik yer almaktadır. Ürün tedarikiyle ilgili analizde ortalama değer 5 üzerinden 3,75 olarak bulunmuştur. Bu yöntemde en güçlü alanlar 5 üzerinden 3,98 puan ile ürün kalitesinde rekabetçilik olmuştur. Bunu 3,81 puan ile ürün miktarındaki yeterlilik izlemiştir. En zayıf halka

olarak 3.18 puan ile ürün talebindeki rekabetçilik yer almıştır. Buradan ürünün yeterince tanınmadığı ya da talep edilmediği sonucuna ulaşılmıştır.

4.2.2. Üretimde Etkinlik

Üretim halkasında başarı faktörleri; tasnif makineleri, paketleme durumu, depolama eksiklikleri, soğuk zincir, fason işlerde sorun, fire oran kontrol, kalite kontrol, organik üretim ve paketleme şeklinde sınıflandırılmıştır. Üretimde etkinlik 3,5 puan ortalaması ile değerlendirilmiştir. En yüksek puan 3,95 ile fire oran kontrolündedir. En düşük oranı 2,1 puan ortalaması ile fason işlerdeki sorunlar almıştır.

4.2.3. Dış Pazarlamada Etkinlik

İhracat satış halkasında başarı faktörleri arasında; ihracat gerçekleştirilen ülkeler açısından talep edilen farklı standartlara uyum, markalaşma eksikliği, tanıtım yapmadaki sorunlar, temsilcilik, depo ve satış ağı eksikliği, hedef pazarlara yönelik uygulanan tarife ve tarife dışı engeller, ihracat yapılan ülkelere dair bilgi eksikliği yer almaktadır. Satış pazarlama halkasında değerlendirme yapılırken dış pazar etkinliğine bakılmıştır. Dış pazarlarda etkinlik 2,63 puan ortalaması ile değerlendirilmiştir. En yüksek puanı 3,01 ile ihracat yapılan ülkeler açısından talep edilen farklı standartlara uyum almıştır. En düşük puan ise 2.17 ile tanıtım yapmaktaki zorluklara verilmiştir. Değerlendirme yapılan tüm işletmeler dış pazarlama faaliyetleri içerisinde yer alan fuarlara katılım, yurtdışı bayilik, temsilcilik ve tanıtım gibi etkinliklere sıcak baktıklarını belirtmişlerdir.

4.3. Rekabet Koşullarının Değerlendirilmesi

Rekabet koşullarının işletmeler tarafından değerlendirilmesi M. Porter'ın Elmas Modeli temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Bu modelde kümele yaklaşımı esas alınarak rekabet koşulları; faktör ve talep koşulları, firmanın rekabet yapısı, tedarikçi ve destekleyici sektörler, işbirliği ile kamu kurumlarının etkinliği başlıkları altında değerlendirilmiştir.

4.3.1. Faktör Koşulları

Yapılan görüşmelerde pestil ve köme alanında faaliyet gösteren işletmelerin üretim ve iş yapabilme koşullarını belirleyen fiziksel altyapı faktörleri değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler değerlendirildiğinde, hammaddenin bulunurluğu 5 üzerinden 3,9 değerini almıştır. Aynı zamanda bölgenin üretime katkısı 3,9 olarak değerlendirilmiştir. Bu noktada faktör koşulları içerisinde en yüksek puanı bölgenin üretime katkısı ile hammaddenin bulunurluğu almıştır. Buradan hareketle hammaddenin bulunurluğu işletmelerin doğru yerde kurulduğunu göstermektedir. Öte yandan işletmeler nitelikli elaman bulma konusunda sorunlar yaşamaktadır. Elde edilen bulgulardan yola çıkarak dış ticaret ve kambiyo elamanına ihtiyaç duydukları tespit edilmiştir. Nitelikli işgücüne erişim 5 üzerinden 2,3 gibi bir puanla değerlendirilmiştir. Finansal güç açısından ise 1,5 gibi bir puan olarak en zayıf halkayı oluşturmuştur (Tablo 3). Faktör koşullarının kümelenme yaklaşımı açısından ortalaması ise 2,87 olarak bulunmuştur.

Tablo 3. Kümelenme Yaklaşımına Göre Faktör Koşulları

Hammaddenin Bulunurluğu	Bölgenin Üretim/Tedari kte Rekabet Gücü Katkısı	Üretimde Girdi Maliyetlerinin Rekabetçiliği	Ürünün kalite üstünlüğü	Pazarın talep ettiği cinslere uygunluğu	Nitelikli Elamana Erişim	Finansal Güç ve Finansal Güce Erişim	Faktör Koşullarının Ortalaması
3,9	3,9	3,4	2,7	2,4	2,3	1,5	2,87

(5=iyi; 1=zayıf)

4.3.2. Talep Koşulları

Kümelenme yöntemine göre talep koşulları; müşterilerden gelen marka talebini karşılama kapasitesine, iç pazarın durumuna, ihracat pazarlarının karşılık derecesine, müşterilerden gelen değişim taleplerine ve ihracat pazar çeşitliliği mülakatlar sonucunda belirlenmiştir. Talep koşulları açısından yapılan değerlendirmede 5 üzerinden 3,5 ile iç pazarın durumu en yüksek puanı almıştır. İkinci en yüksek puan ise müşterilerden gelen marka talebini karşılama kapasitesine (2,9) verilmiştir. Gerçekte işletmeler dış pazara açılmak istemekte ancak dış pazar konusunda bilginin yetersizliği, tanıtım ve markalaşmanın eksikliği gibi nedenler dış pazara yönelimi sekteye uğratmaktadır. İhracat pazar çeşitliliği de bu durumu destekleyen koşullardan biridir. Yapılan değerlendirmede ihracat pazar çeşitliliği (1,1) en zayıf halkayı oluşturmaktadır.

Elde edilen bulgularda sadece 3 adet işletme doğrudan ihracat yapmaktadır. Bu bağlamda, ihracat pazarlarının karlılık derecesi de zayıf halkalardan biri olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede ihracat

pazarlarının karlılık derecesi 5 üzerinden 1,8 puan ile değerlendirilmiştir (Tablo 4). Kümelenme yöntemine göre talep koşullarının ortalaması 5 üzerinden 2,22 olarak bulunmuştur.

Tablo 4. Kümelenme Yaklaşımına Göre Talep Koşulları

İç Pazarın Durumu	Müşterilerden Gelen Marka Talebini Karşılama Kapasitesi	İhraç Pazarlarının Karlılık Derecesi	Müşteriden Gelen Değişim Talepleri	İhracat Pazar Çeşitliliği	Talep Koşullarının Ortalaması
3,5	2,9	1,8	1,8	1,1	2,22

(5=iyi; 1=zayıf)

4.3.3. Firmanın Rekabet Yapısı

Yapılan anketler ve sözlü mülakatlardan elde edilen verilerden yola çıkılarak işletmelerin rekabet gücünü, işletmelerin büyüklüğü, lider işletme varlığı, yeni girişimci tehdidi, işletmelerin kurumsallaşma düzeyi, işletmeler arası işbirliği belirlemektedir. Bu faktörler dikkate alındığında, lider işletmenin varlığı (3,9) ile işletmelerin büyüklükleri (3,8) en yüksek değeri almaktadır. Diğer taraftan işletmelerin en zayıf halkalarını ise işletmeler arası işbirliği seviyesi (2,2) ile işletmelerin kurumsallaşma düzeyi (2,3) oluşturmaktadır (Tablo 5). Kümelenme yaklaşımı açısından işletmelerin rekabet gücünün ortalaması 5 üzerinden 3,0 değerini almaktadır.

Tablo 5. Kümelenme Yaklaşımına Göre Firmaların Rekabet Yapısı

Lider Firma Varlığı	Firmaların Büyüklükleri	Yeni Girişimci Tehdidi	Firmaların Kurumsallaşma Düzeyleri	Firmalararası İşbirliği Seviyesi	Firmaların Rekabet Yapısının Ortalaması
3,9	3,8	3,2	2,3	2,2	3,0

(5=iyi; 1=zayıf)

4.3.4. Tedarikçi Sektörlerin Varlığı

İşletmelerin tedarikçilerle ilişkisi; fason üreticilerin varlığı, tedarikçilerle işbirliği seviyesi, tedarikçilerin performansları ve çeşitliliği açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu faktörler göz önüne alındığında en fazla performansı tedarikçi çeşitliliği (3,9) almaktadır. Bu ekseninde tedarik ve hizmet veren sektörlerin performansının 5 üzerinden 2,7 ve fason üreticilerin varlığının ise 2,4 gibi düşük bir değer aldığı görülmektedir. Kümelenme yaklaşımı içerisinde yer alan işletmeler fason iş yaptırma noktasında isteksizken, fason işi yapma konusunda ise oldukça istekli davranmaktadır (Tablo 6). Tedarikçi sektörün varlığı açısından ortalama faktör değerleri 5 üzerinden 3,0 olarak bulunmuştur.

Tablo 6. Kümelenme Yaklaşımı Açısından Tedarikçi Sektörlerin Varlığı

Tedarikçi Çeşitliliği	Tedarikçilerle İşbirliği Seviyesi	Tedarikçi Performansları	Fason Üreticilerin Varlığı	Tedarikçi Sektörlerin Varlığının Ortalaması
3,9	3,1	2,7	2,4	3,0

(5=iyi; 1=zayıf)

4.3.5. İşbirliği ve Kamu Kuruluşlarının Etkinliği

Gerçekleştirilen sözlü mülakatlarda işletmelere yeni ürün çalışması içerisinde olup olmadıkları, katma değeri yüksek ürünlere yönelim konusunda devletten destek alıp almadığı soruları yöneltilmiştir. Sorulara verilen yanıtlarda kamu fonlarından yeterince faydalanılmadığı, fonların işlevselliği konusunda zafiyet yaşandığı dile getirilmektedir. Bu bölümün en zayıf halkasını kamu fonlarından faydalanma (1,75) oluşturmaktadır. İkinci zayıf halkayı ise üniversite, sektör ve eğitim kurumları arası işbirliği (1,92) almıştır. Bu bölümün en yüksek performansına işbirliği kuruluşlarıyla ilişkiler (3,36) ulaşmıştır (Tablo 7). Kümelenme yöntemine göre değerlendirilen işletmelerin işbirliğinin ve kamu kuruluşlarının etkinliğinin genel ortalaması 5 üzerinden 2,31 değerini almıştır.

Tablo7. Kümelenme Yaklaşımı Açısından İşbirliği Kuruluşları ve Kamu Kuruluşlarının Etkinliği

İşbirliği Kuruluşlarıyla İlişkiler	İşbirliği Kuruluşlarından Alınan Hizmetin Kalitesi	Kamu Kurumları ve Sanayi Arasında İşbirliği	Sektör, Üniversite ve Eğitim Kurumları Arası İşbirliği	Kamu Fonlarından Faydalanma	İşbirliği Kuruluşları ve Kamu Kuruluşlarının Etkinliği
3,36	2,31	2,15	1,92	1,75	2,31

5. PESTİL VE KÖME SEKTÖRÜNÜN GENEL SORUNLARI

Pestil ve köme üretimi gerçekleştiren işletmeler üretimin her aşamasında birçok problemle karşı karşıya kalmakta, bu durum zaman kaybının yanı sıra işletmelere aşırı maliyet de yüklemektedir. Pestil ve köme sektörünün genel sorunları dikkate alındığında;

- ✓ Pestil ve kömenin üretiminde kullanılan dut, ceviz ve fındık gibi hammadde kaynakları ilde yetersiz olduğundan hammadde alımları genel olarak il dışından yapılmaktadır.
- ✓ Hammadde alımları farklı kanallardan gerçekleştirildiği için, satın alınan malzemenin kalitesinde ve fiyatında farklılıklar ortaya çıkmaktadır.
- ✓ Köme işlemleri işletme dışından kadınlara belirli bir ücret ödeyerek yaptırılmaktadır. Kadınlar kömelerin iplere dizilme işlemini hiçbir sağlık kontrolünden geçmeden gerçekleştirmektedir. Bu durum, satışa hazır haldeki ürünlerin ne kadar sağlıklı olup olmadığı konusunda endişe yaratabilmektedir.
- ✓ Ürünün pazarlanması ile ilgili bazı sıkıntılar yaşanmaktadır. Bu sıkıntılar arasında yerel ve ulusal bazda tanıtımın ve ürün dağıtım sisteminin yetersiz oluşunun önemli etkileri bulunmaktadır.
- ✓ Ürünün dayanıklılık süresinin kısa oluşu, sıcak ortamda üretimin yapılamaması büyük problem olarak görülmektedir.
- ✓ Devletten yeterli desteğin alınamaması, nitelikli işgücü ve pazarlama elamanlarının yetersizliği firmaların karşılaştığı diğer sorunlar arasında yer almaktadır.
- ✓ Hammadde fiyatlarının artmasına bağlı olarak pestil ve köme fiyatlarının yükselmesi
- ✓ Pestil ve kömeye talebin az olması, bu durumun ortaya çıkarttığı ekonomik sıkıntının üretime yansması
- ✓ Pestil ve kömenin dizilişinin yorucu ve zaman kaybına neden olması, bu işlemi gerçekleştirecek bir makinenin bulunmayışı eksiklik olarak görülmektedir.
- ✓ Hammadde temini uzun süre aldığından üretim ve satış işlemleri sekteye uğramaktadır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Pestil ve köme üretimi gerçekleştiren işletmelerde modern girişimcilik ve profesyonel yöneticilik anlayışı yeterince gelişmemiştir. İşletmelerin kısa sürede kar elde etme istekleri, ulusal ya da uluslararası pazarda tanıtım olumsuz etkileyecek şekilde ürün kalitesinin bozulmasına neden olmuştur. Gümüşhane'deki imalatçılar tarımdaki işgücü eksikliği ve mevsimsel rekolte düşüklükleri gibi birçok problemle karşı karşıya kalmakta, bu durum zaman kaybının yanı sıra işletmelere aşırı maliyet de yüklemektedir. Diğer taraftan geçici fiyat yükselmeleri pestil ve kömenin geleneksel dokusunu oluşturan Gümüşhane ürünü meyvelerin üretimini azaltmış, bu durum ürün kalitesini tehdit eder boyutlara ulaşmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgular ışığında tedarik ve satın alma yönetiminde başarı faktörleri arasında ürün kalitesinde rekabetçilik ve ürün miktarındaki yeterlilik yer almaktadır. Üretim halkasında başarı faktörü fire oran kontrolindedir. İhracat satış halkasında ise ihracat yapılan ülkeler açısından talep edilen farklı standartlara uyum önemli görülmektedir.

Rekabet koşullarının firmalar tarafından değerlendirilmesi M. Porter'ın Elmas Modeli temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Kümelenme yöntemi esas alınan bu modelde pestil ve köme alanında faaliyet gösteren üreticilerin üretim ve iş yapabilme koşullarını belirleyen fiziksel altyapı faktörleri değerlendirmeye alınmıştır. Bu noktada, faktör koşulları içerisinde en yüksek puanı bölgenin üretime katkısı ile hammaddenin bulunurluğu almıştır. Buradan hareketle hammaddenin bulunurluğu firmaların doğru yerde kurulduğunu göstermektedir. Öte yandan firmalar nitelikli elaman bulma konusunda sorunlar yaşamaktadır. Elde edilen bulgulardan yola çıkarak dış ticaret ve kambiyo elamanına ihtiyaç duydukları tespit edilmiştir.

Kümelenme yöntemine göre talep koşulları; müşterilerden gelen marka talebini karşılama kapasitesi, iç pazarın durumu, ihracat pazarlarının karşılık derecesi, müşterilerden gelen değişim talepleri ve ihracat pazar çeşitliliği olarak belirlenmiştir. Talep koşulları açısından yapılan değerlendirmede iç pazarın durumu en yüksek puanı almıştır. İkinci en yüksek puan ise müşterilerden gelen marka talebini karşılama kapasitesine verilmiştir. Gerçekte işletmeler dış pazara açılmak istemekte ancak dış pazar konusunda bilginin yetersizliği,

tanıtım ve markalaşmanın eksikliği gibi nedenler dış pazara yönelimi sektöre uğratmaktadır. İhracat pazar çeşitliliği de bu durumu destekleyen koşullardan biridir.

Yapılan bu çalışmadan elde edilen bulgulardan yola çıkarak işletmelerin rekabet gücünü, işletmelerin büyüklüğü, lider işletme varlığı, yeni girişimci tehdidi, işletmelerin kurumsallaşma düzeyi, işletmeler arası işbirliği belirlemektedir. Bu faktörler dikkate alındığında, lider işletmenin varlığı ile işletmenin büyüklükleri en yüksek değeri almaktadır. Diğer taraftan işletmelerin en zayıf halkalarını ise işletmeler arası işbirliği seviyesi ile işletmelerin kurumsallaşma düzeyi oluşturmaktadır.

İşletmelerin tedarikçilerle ilişkisi göz önüne alındığında en fazla performansı tedarikçi çeşitliliği almaktadır. Bu eksende tedarik ve hizmet veren sektörlerin performansı ile fason üreticilerin varlığı yetersiz görülmektedir. Bunların yanı sıra işletmelerin kamu fonlarından yeterince faydalanmadığı, üniversite, sektör ve eğitim kurumları arası işbirliğinin yetersiz olduğu ve fonların işlevselliği konusunda zafiyet yaşandığı ortaya konulmaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde; hammadde kaynağının yetersizliği, nitelikli eleman eksikliği, ürün ve üretimde standardizasyon sağlanamaması, makineleşme, otomasyon, ambalajlama, etiketleme ve depolamada yaşanan sorunlar, pazarlama alanlarına uzaklık, örgütlenme eksikliği, tanıtım yetersizliği, ürünlerin raf ömürlerinin kısa olması, taşıma maliyetlerinin yüksek olması, ürünün iç kontrolünün eksik yapılması, işletmeler arası işbirliği düzeyinin yetersizliği pestil ve köme sektörünün zayıf yönleri olarak ortaya çıkmaktadır.

Burada zayıf halkaları güçlendirebilecek çözüm üretici çalışmalar içerisine girilmelidir. Hammadde ihtiyacını karşılayacak miktarda dut ve ceviz ağacı dikimine önem verilmeli, üretim standart bir yapıya kavuşturulmalı, tanıtım ve reklama yönelik harcama kalemleri artırılmalı, ürünün iç kontrolü zamanında yapılmalı, paketleme, etiketleme ve depolamaya yönelik eksiklikler giderilmelidir. Bunların yanı sıra zaman ve eleman sıkıntısı giderilmeli, hastalıklarla mücadele ve fiyat istikrarı sağlanmalı, lojistik ağı güçlendirilmeli, ürün kalitesi korunmalı, uygun destek ve finansman kaynakları bulunmalı, sektör-üretici-üniversite-kamu kuruluşları arasında koordinasyon sağlanmalı, pazar odaklı ve maliyetinin minimum düzeyde tutulduğu ürünlere ağırlık verilmelidir.

Sonuç olarak; yöresel ve doğal ürünlere olan tüketici ilgisinin yoğunluğu, ürünlerle ilgili yurtiçi ve yurtdışı pazar potansiyelinin bulunması, üretimin geliştirilebilirliği, kırsal kalkınma desteklerinin fazlalığı, ürün çeşitlendirme ve geliştirme imkânlarının bulunması, Gümüşhaneli olmayan yakın çevrenin tanıtım desteği sağlaması, hammaddeye yönelik yatırımlar ve coğrafi işaretin güncellenebilirliği yatırım yapmayı düşünen işletmelere önemli fırsatlar sunmaktadır.

KAYNAKLAR

Akyüz, A. M. & Kara, Ö. (2016). "Gümüşhane Örneğinde Pestil ve Köme Markalarının Algısal Konumlarının Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi İle Belirlenmesi", Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(16):133-157

Ersoy, A. F. & Ersoy, S. (2004). "Tüketici Davranışlarında Etkili Olan Bazı Faktörler", Karınca Kooperatif Postası Dergisi, yıl: 69 Sayı: 810, s. 10.

Gümüşhane Sanayi ve Ticaret Odası (2016). "Gümüşhane Pestil ve Köme İle Dünyaya Açılıyor" Projesi, Ur-Ge İhtiyaç Analizi, Strateko Ekonomik Araştırma ve Danışmanlık Ltd. Şti. Gümüşhane, 37s.

İrkin, H. (2013). "Gümüşhane'de Pestil Köme Sektörünün Analizi", <https://www.haberler.com/gumushane-de-pestil-kome-sektorunun-analizi-4216795-haberi/> (Erişim Tarihi:25.05.2018).

Kalkışım, Ö. & Özdemir, M. (2012). "Pestil ve Köme Teknolojisi", Birinci baskı, Gümüşhane, 80s.

Özbek, A. (2010). "Gümüşhane İlinde Pestil ve Köme Üretim ve Ticaretinin Ekonomik Analizi", Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, 150s.

Pala, F. (2017). "Marka Kent Unsurlarından Yerel Markalı Ürünlerde Marka Değerini Etkileyen Faktörler: Gümüşhane İli Örneği", Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi, 2(8): 96-109.

Taşyürek, N. (2010), "Reklam ve Reklamın Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi: Bir Alan Araştırması" Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 209s.

Yildiz, O. (2013), “Physicochemical and Sensory Properties of Mulberry Products: Gümüşhane Pestil and Köme”, Turkish Journal of Agriculture and Forestry, 37:762-771.

<https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turkiyenin-pestil-ve-komesi-gumushaneden/891710>, 01.05.2018