

T.C.
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

DÜZCE FINDIK SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜ ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Eda ŞENTÜRK

Danışman: Prof. Dr. İzzet KILINÇ

DÜZCE

2017

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Bu çalışma jürimiz tarafından İşletme Anabilim Dalında oy birliği / ~~oy çokluğu~~ ile YÜKSEK LİSANS TEZİ / ~~DOKTORA TEZİ~~ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. İzzet KILINÇ (İmza)

Üye: Yrd. Doç. Dr. Yusuf BİLGİN (İmza)

Üye: Yrd. Doç. Dr. Yusuf ÖCEL (İmza)

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Ali ERTUĞRUL

Enstitü Müdürü

28/07/2017

ÖNSÖZ

Yüksek lisans öğrenimim ve tezin hazırlanması süresince engin bilgisi ve deneyimini esirgemeyen tez danışmanım değerli hocam Prof. Dr. İzzet KILINÇ'a katkıları ve desteğinden dolayı sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitimim boyunca moral ve motivasyonumu yüksek tutmama destek olan, bana olan güvenlerini hissettiren değerli arkadaşlarım Sevcan GÖREGEN, Ebru FETTAHOĞLU ve Havva TEMİZ SERT'e her şey için teşekkür eder, eğitim ve iş yaşamlarında başarılarının devamını dilerim.

Yaşamım ve eğitim hayatım boyunca bana hep destek olan, iyi ve kötü günümde yanı başımda güler yüzleriyle desteklerini esirgemeyen sevgili annem Figan ATASOY'a, babam Enver ATASOY'a ve biricik kardeşim Emin ATASOY'a maddi ve manevi tüm destekleri ve anlayışları için en içten duygularıyla teşekkür ederim.

Hayatıma girdiği günden bu yana deneyim ve tecrübeleriyle yolumu aydınlatan, ufkumu genişleten, sabırlı ve sağduyulu bir şekilde hep yanımda olan sevgili eşim, yol arkadaşım Faruk Kerem ŞENTÜRK'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Eda ŞENTÜRK

ÖZET

DÜZCE FINDIK SEKTÖRÜNÜN REKABET GÜCÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

ŞENTÜRK, Eda

Yüksek Lisans, İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. İzzet KILINÇ

Temmuz 2017, 109 Sayfa

Bir ülkenin kalkınmasında birçok etken bulunmakla birlikte, bölgesel kaynakları göz önünde bulundurarak hazırlanan bir kalkınma planının başarılı olma olasılığı daha yüksek görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmamızda Batı Karadeniz bölgesi için önemli bir gelir ve geçim kaynağı olan fındık sektörü ele alınmıştır. Bölge genelinde fındık yetiştiren şehirlerde sanayi sektörü ön plana çıkarken, Düzce’de fındık sektörü ön planda gözükmektedir. Dolayısıyla araştırma alanı olarak Düzce şehri seçilmiştir. Yapılan bu araştırmanın temel amacı, Düzce fındık sektörünün rekabet gücünü Porter’ın “Elmas Modeli” yardımıyla ortaya koymaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Buna bağlı olarak veriler görüşme tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmanın evreni, Düzce’de fındık sektöründe ön plana çıkan oyunculardan (Ziraat Odaları, Ticaret Borsası, Düzce Üniversitesi, Ticaret Odası, Tarım Kredi Kooperatifleri, Fiskobirlik ve Fındık İşletmeleri) oluşmaktadır. 30 kişi ile görüşülmesi planlanmış ancak 24 kişi ile görüşme yapılarak veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda modeldeki her bir faktör için ortaya çıkan sonuçlar; girdi koşulları orta düzeyde, talep koşulları orta-yüksek düzeyde, firma stratejisi ve rekabet yapısı çok düşük-düşük düzeyde, ilgili ve

destekleyici kuruluşlar orta düzeyde, devlet faktörü düşük-orta ve şans faktörü yüksek düzeyde rekabet gücüne sahip olduğu belirlenmiştir. Genel anlamda değerlendirildiğinde ise Düzce fındık sektörü rekabet gücünün orta düzeye yakın bir yapıya sahip olduğu ancak sektördeki değişken unsurların (iklim, fiyat politikası, yeni üretim alanları, yeni rakipler) etkilerine yönelik bir tedbir alınmadığı takdirde rekabet gücünün düşük düzeye doğru yönleneceği öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rekabet Gücü, Porter'ın Elmas Modeli, Modern Rekabet Yaklaşımları, Fındık Sektörü, Düzce

ABSTRACT**A RESEARCH ON THE COMPETITIVENESS OF DUZCE HAZELNUT
SECTOR****ŞENTÜRK, Eda****Master Degree, Department of Business Administration****Supervisor: Prof. Dr. Izzet KILINÇ****July 2017, 109 Pages**

Besides there are many factors in the development of a country, a development plan that prepared considering regional sources has high potential of being successful. In this direction, we focused on hazelnut sector which is an important source of income and support for West Black Sea region. In the cities that produce hazelnuts in the region, the industrial sector is at the forefront, while the hazelnut sector in Düzce appears to be in the foreground. Therefore, Düzce city was chosen as the research area. The main purpose of this research is to demonstrate the competitiveness of Düzce hazelnut industry with the help of Porter's "Diamond Model". Qualitative research method was preferred in the research and data were obtained using the interview technique. The universe of the research consists of such as players (Chamber of Agriculture, Commodity Exchange, Düzce University, Chamber of Commerce, Agricultural Credit Cooperatives, Fiskobirlik and Hazelnut Enterprises) that are the foremost players in the hazelnut sector in Düzce. Obtaining data with thirty people were planned to be interviewed, but interviews were made with twenty-four people. The obtained data were analyzed by content analysis method. As a result of the analyzes for each factor in the model; factor conditions have moderate level, demand conditions have medium-high level, firm strategy,

structure and rivalry factor has very low-low level, related and supporting industries have moderate level, government factor has low-moderate level and chance factor has high level of competition power. Generally, the hazelnut sector of Düzce has a structure close to the middle level of competitiveness. But it is foreseen that competition power of the sector will decrease unless precautions are not taken against the unstable factors (climate, price policy, new production areas, new competitors) in the sector.

Key Words: Competitiveness, Diamond Model of Porter, Modern Competition Approaches, Hazelnut Sector, Düzce

İÇİNDEKİLER

JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
KISALTMALAR LİSTESİ	xiii
1. BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi	5
1.2. Araştırmanın Amacı	6
1.3. Araştırmanın Kapsamı	6
1.4. Araştırmanın Önemi	7
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	7
2. BÖLÜM	8
FINDIK SEKTÖRÜNÜN YAPISI	8
2.1. Fındığın Tarihçesi	8
2.2. Fındığın Yetiştirme Şartları Ve Çeşitleri	9
2.2.1. İklim	9
2.2.2. Toprak Türü	10
2.2.3. Fındığın Çeşitleri	10
2.3. Fındığın Bileşimi Ve Yararları	11
2.4. Fındığın Harman, Hasat Ve Depolaması	13
2.5. Dünyada ve Türkiye’de Fındık Sektörüne Genel Bakış	14
2.5.1. Dünyada Fındık Sektörü	14
2.5.2. Türkiye’de Fındık Sektörü	20
2.6. Fındık İşleme Sanayi	23
2.7. Fındıkla İlgili Politikalar	25
2.8. Fındık Sektörünün Sorunları	26
3.BÖLÜM	27
REKABET KAVRAMI VE ULUSLARARASI REKABET YAKLAŞIMLARI	27

3.1. Rekabet Ve İlişkili Kavramlar	27
3.1.1. Rekabet Kavramı	27
3.1.2. Rekabet Gücü	29
3.1.3. Rekabet Avantajı	31
3.2. Uluslararası Rekabet Gücü Yaklaşımları	33
3.2.1. Krugman'ın Yaklaşımı	33
3.2.2. Çift Elmas Modeli	34
3.2.3. Genelleştirilmiş Çift Elmas Modeli	36
3.2.4. Robert Reich'in Bilgi Temelli Yaklaşımı	38
3.2.5. Cho'nun Dokuz Faktör Modeli	39
3.2.6. Kurumsal Yaklaşımlar	41
3.2.7. Porter'ın Elmas Modeli	42
4. BÖLÜM	48
YÖNTEM	48
4.1. Araştırma Yöntemi	48
4.1.1. Nitel Araştırma Yöntemlerinin Tanımı ve Kapsamı	49
4.1.2. Nitel Araştırma Yönteminin Özellikleri	50
4.1.3. Nitel Araştırmaların Güçlü Ve Zayıf Yönleri	50
4.1.4. Nitel Araştırma Yönteminin Kullanılmasının Sebepleri	51
4.2. Veri Toplama Tekniği	51
4.2.1. Gözlem	52
4.2.2. Doküman İncelemesi	52
4.2.3. Görüşme Tekniği	52
4.2.4. Görüşme Tekniğinin Olumlu Ve Olumsuz Yönleri	54
4.2.5. Veri Toplama Aracı Olarak Görüşme Tekniğinin Belirlenmesi	55
4.2.6. Görüşmede Kullanılan Soru Formunun Oluşturulması	55
4.2.7. Görüşme Soruları	56
4.2.8. Görüşmelerin Geçekleştirilmesi	56
4.3. Evren Ve Örneklem	57
4.4. Nitel Araştırmalarda Geçerlilik Ve Güvenirlik	60
4.4.1. Nitel Verilerin Analizi	61
4.4.2. İçerik Analizi	62
5. BÖLÜM	69
BULGULAR	69

5.1. Girdi Koşuları (Orta- 3)	71
5.1.1. İşgücü (Düşük- 2)	71
5.1.2. Eğitim	72
5.1.3. Hammadde Ve Yarı Mamul Üretimi	73
5.1.4. Altyapı Ve Fiziksel Mekân	74
5.1.5. Teknoloji	75
5.1.6. İklim Ve Toprak Yapısı	75
5.1.7. Ulaşım Ve Lojistik	76
5.2. Firma Stratejisi Ve Rekabet Yapısı	76
5.2.1. Sektöre Yönelik Girişim ve Yatırım Çalışmaları Durumu	77
5.2.2. Sektördeki İşletmelerin İşbirliği	77
5.2.3. Fındık İşletmelerinin Kapasite Kullanım Oranı	77
5.2.4. Firma Stratejisi	77
5.3. İlgili Ve Destekleyici Kuruluşlar	78
5.3.1. Düzce Üniversitesi	78
5.3.2. Fiskobirlik	80
5.3.3. Toprak Mahsulleri Ofisi	80
5.3.4. Tarım Kredi Kooperatifi	80
5.3.5. Tarım İl Müdürlüğü	81
5.3.6. Ziraat Odaları	81
5.3.7. Ticaret Borsası	81
5.4. Talep Koşulları	82
5.4.1. İç Talep Koşulları	82
5.4.2. Dış Talep Koşulları	83
5.5. Devlet	83
5.5.1. Destek Ve Teşvikler	83
5.5.2. Uygulanan Politikalar Ve Yapısal Düzenlemeler	84
5.6. Şans Faktörü	84
5.6.1. İklim	84
5.6.2. Ürünün Yapısı	84
6. BÖLÜM	85
SONUÇ VE ÖNERİLER	85
KAYNAKÇA	92
EKLER	108

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Fındık Meyvesinin Kimyasal Yapısı (100 gr).....	12
Tablo 2: 2007-2015 Yılları Arası Dünya Fındık Üretimi (Ton)	17
Tablo 3: 2008-2013 Yılları Arası Azerbaycan, İtalya, Türkiye Ve ABD'nin Fındıktaki Verimlilikleri (kg)	18
Tablo 4: Dünya Fındık İhracatı (Yıllık - Kabuklu -Ton).....	18
Tablo 5: Dünya Fındık İthalatı (Yıllık - Kabuklu/Ton).....	19
Tablo 6: Türkiye Fındık Tüketimi (Kabuklu Karşılığı, Ton)	22
Tablo 7: 2010-2016 Yılları Arası Türkiye Fındık İhracatı Rakamları.....	23
Tablo 8: Fındık Kırma Fabrikalarının Coğrafi Dağılımı ve Günlük Kapasitesi.....	24
Tablo 9: Görüşme Yönteminin Olumlu Ve Olumsuz Yönleri.....	54
Tablo 10: Görüşme Yapılan Kurumlar Listesi.....	58
Tablo 11: Kod Ve Temalar.....	67-68
Tablo 12: Katılımcıların Eğitim ve Yaş Düzeyleri	69
Tablo 13: Türkiye Fındık Üretiminde Düzce'nin Yeri.....	73
Tablo 14: Düzce Fındık Alanları Ve Üretimi.....	74

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Çift Elmas Modeli.....	35
Şekil 2: Genelleştirilmiş Çift Elmas Modeli.....	36
Şekil 3: Cho'nun Dokuz Faktör Modeli.....	39
Şekil 4: Elmas Model Ve Dokuz Faktör Modelinin Karşılaştırılması.....	40
Şekil 5: Porter'ın Elmas Modeli.....	43
Şekil 6: Düzce İli Fındık Sektörünün Rekabetçilik Düzeyi.....	71

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AR-GE: Araştırma- Geliştirme

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

FAO: Food and Agriculture Organization

FTG: Fındık Tanıtım Grubu

GCR: Global Competitiveness Index

IMD: International Institute for Management Development

KİB: Karadeniz İhracatçı Birlikleri

MARKA: Doğu Marmara Kalkınma Ajansı

MEB: Millî Eğitim Bakanlığı

RTB: Rize Ticaret Borsası

TDK: Türk Dil Kurumu

TEPGE: Tarımsal Ekonomi Ve Politika Geliştirme Enstitüsü

TMO: Toprak Mahsulleri Ofisi

TÜSSİDE: Türkiye Sanayi Sevk Ve İdare Enstitüsü

WEF: World Economic Forum

ZMO: Ziraat Mühendisleri Odası

1. BÖLÜM

GİRİŞ

Bölgesel kalkınma hedeflenen bölgelerde ve sektörlerde yatırım düzeyinin yükseltilmesini, böylece bu bölgelerde ekonomik kalkınmanın sağlanmasını öngörür. Bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesi için yatırım kararlarının çeşitli araçlar kullanılarak uygulanması gerekmektedir. Bunun için öncelikle bölgenin ekonomik potansiyelinin ortaya çıkarılması gerekir (Arslan, 2005). Bölgesel kalkınma anlayışının temelini, bölgelerarası gelişmişlik düzeyi ve bölgelerarası gelir farklılıklarını en aza indirmeye amacı oluşturmaktadır. Bu şekilde bölge bazında sağlanan ve bölgelerin kalkınmasıyla beraber ulusal düzeyde gerçekleştirilen kalkınma çabalarının daha rasyonel ve kesin sonuçlara ulaşmasında yardımcı olmaktadır (Sevinç, 2011). Ülkelerin kendilerine has ekonomik yapıları, gelişmişlik düzeyleri ve sistematiği bulunan bölgeleri bulunmaktadır. Bölgeler arasında ekonomik, fiziki ve sosyal şartlar bakımından farklılıklar meydana gelmekte ve bölgelerarası gelişmişlik farklılıkları ekonomilerin gelişmişlik ve kalkınma düzeylerini önemli derecede etki etmektedir. (Tekin, 2015). Bu bağlamda stratejik bir konumda bulunan Düzce'nin iklim, coğrafya avantajlarını, rasyonel yatırımlarla sürdürülebilir üretimi; ihracat, istihdam, katma değere dönüştürmesi konusunda önemli bir noktadadır (MARKA, 2017). Bu doğrultuda Düzce'nin ekonomik kalkınma kapsamında önemli bir yere sahip olan tarım ve tarım sektörü içerisinde katma değeri en yüksek olan tarım ürününün fındık olması konusunda birtakım çalışmalar ve yatırımlar yapılması bölgesel kalkınma açısından önem arz etmektedir.

Dünyada toplayıcılık ve avcılık ile başlayan tarımsal faaliyetler, teknoloji ve bilginin kullanılmasıyla gelişmeye başlamıştır. Sanayi devriminin başlamasıyla fabrikasyon üretime geçilerek çeşitli sanayi ürünleri üretilmiş ve bu ürünlerin üretilmesi için temel hammadde kaynağı olarak tarım sektörü kullanılmıştır. Tarıma dayalı sanayi böylece kendini göstermeye başlamıştır. Dünyada ticari faaliyetlerin gelişmesinde de tarımsal ürünler önemli yere sahip olup, ilk yazılı anlaşmalar tarım ürünleri odaklıdır (Çamoğlu vd., 2011).

Ülkeler kendilerine has iklim çeşitliliği, toprak ve su yapısı gibi faktörlerin etkisiyle kendi coğrafyasına has tarımsal bir kimlik kazanmaktadır. Tarım sektörü günümüzde gelişmişlik düzeyleri ne olursa olsun, tüm ülkelerin ekonomik hayatında büyük bir öneme sahiptir. İnsanların beslenmesi için gerekli olan temel gıda maddelerini ve aynı zamanda sanayi sektörü için gerekli hammaddeleri üreten bir sektör olarak stratejik ve vazgeçilmezdir. Ayrıca tarım sektörü gerek kendi bünyesinde gerek diğer sektörlerde istihdam oluşturmaktadır (Mumcu, 2009). Türkiye'nin coğrafi yapısı incelendiğinde; her bir bölgesinin kendisine has farklı özelliklere sahip olması, tarımsal alandaki zenginliğinin göstergelerindedir. Anadolu'nun tarımsal yapısı genel olarak incelendiğinde, Karadeniz Bölgesinde ticari açıdan fındık, çay, tütün ve mısır yetiştiriciliğinin bölge halkı için büyük önem taşıdığı görülmektedir (Çamoğlu vd., 2011). Sıralanan tarımsal ürünler arasından fındığın ilk olarak Karadeniz Bölgesinde yetiştirilmeyle başladığı bilinmektedir. Doğu Karadeniz Bölgesinde başlanan kültür ırkı fındık yetiştiriciliği; devletin fındığa 1964 yılından sonra alım garantisi vermesi, fındığın diğer ürünlere göre daha az emekle yetiştirilen bir ürün olması, bölgeden yapılan göçler vb. gibi etkenlerden dolayı önce Batı Karadeniz Bölgesi, daha sonra ise diğer bölgelere yayılmıştır. Bölgede 16 ilde ve 108 ilçede yasal olarak fındık dikimi yapılmaktadır (TMO, 2015:4). Türkiye'de fındık üreten iller arasında Düzce ili yüz ölçümü bakımından önemli bir yere sahiptir. Özellikle Düzce ili Akçakoca ilçesinin meyve üretiminin neredeyse tamamını fındık oluşturmaktadır (MARKA, 2011). Akçakoca'da yetişen Akçakoca Levent adlı fındık, aroması ve yağlılık oranıyla kalite bakımından Düzce'de ilk sırayı almaktadır.

Fındık, dünyada üretimde ve ihracatta Türkiye'nin birinci sırada olduğu stratejik bir üründür. Fındık üretiminde dünya lideri olan ülkemizi takip eden önemli üreticiler; İtalya, ABD, Azerbaycan, Gürcistan ve İspanya'dır (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2014). Dünyadaki en büyük fındık ithalatçısı ülkeler sırasıyla; İtalya, Almanya, Fransa, Rusya, Belçika ve İsviçre'dir. Dünya geneline bakıldığında fındık tüketiminin neredeyse tamamına yakın kısmı (%91) Avrupa ülkeleri tarafından gerçekleştirilmekte ve büyük ölçüde (%80'i) çikolata ve şekerleme sanayinde hammadde olarak kullanılmaktadır (TMO, 2015). Ülkemizde ise genel itibari ile daha fazla çerezlik olarak tüketilmektedir. Fındık, kırma

fabrikalarında kırılarak ya da kırıldıktan sonra kavru olarak satışı yapılan bir üründür. Önemli ihraç mallarından olan fındığın büyük bir oranı hammadde olarak ülkeden çıkışı gerçekleşmektedir.

Karadeniz ikliminde doğal olarak yetişme ortamı olan fındık, Türkiye açısından coğrafi ve iklimsel bir ayrıcalık ve şans olarak nitelendirilebilir. Besin değeri çok yüksek olan bu ürün, çikolata ve şekerleme sanayisinin de ham maddesidir.

Fındık üretimi için uygun iklim koşullarına ve toprak yapısına sahip olan Türkiye, dünya fındık üretiminin %75'ini, ihracatının ise %70-75'ini gerçekleştirmektedir (FTG, 2017). Dünya fındık alanları içerisinde önemli bir paya sahip olan Türkiye bu avantajı iyi korumalı ve geliştirmelidir. Rekabet avantajını sağlayabilmek için mücadele etmesi gereken konuları ve eksikliklerini iyi tespit etmeli, problemlerin giderilmesi konusunda azimli davranılmasında fayda görülmektedir.

Türkiye'de devletin uyguladığı fındık üretim ve pazarlama politikaları, üreticilerin ve ihracat gelirlerinin artırılması ile birlikte dünya fındık piyasasında daha etkin olunabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye ekonomisinin en önemli sorunlarından birisi, ihracatın istikrarsız ve mevcut potansiyelinin çok altında olmasıdır. İhracatımızın istikrarsız ve potansiyelinin çok gerisinde olmasının nedeni, ihraç edilecek ürünlerimizin olmaması veya doğal kaynaklarımızın yetersizliği değildir. Türkiye'de dünya çapında önem taşıyan birçok ürün bol miktarda üretilmektedir. Problemlerin asıl nedeni, bu ürünlerden gereği gibi yararlanılamamasıdır. Bu ürünlerden biriside, en önemli geleneksel ihraç ürünlerimizden olan fındıktır (Samsun Tarım İl Müdürlüğü, 2006).

Bu çalışmada öncelikle, fındık sektörünün ulusal rekabetçilik gücünü etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin sektördeki önem düzeylerinin ortaya koyulması hedeflenmektedir. Ayrıca, uluslararası pazarda rekabet gücü elde etmek için rekabetçilik faktörlerinin üstün ve zayıf yönleri ortaya koyulacaktır.

Bu çalışmanın temel amacı Düzce ilinin rekabetçilik gücünü Porter'ın Elmas Modelindeki değişkenler aracılığıyla ortaya koymaktır. Düzce ilinin seçilme sebepleri; ülke fındık dikim alanı açısından önemli bir yere sahip olması, tarım sektörünün büyük bir oranının fındık üretimine dayanması ve bu alanda yapılan çalışmaların azlığı olarak sıralanmaktadır.

Tez verilerinin daha ayrıntılı ve derinlemesine elde edilebilmesi adına araştırma yöntemlerinden nitel yöntem kullanılması tercih edilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak ise yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir.

Tez bölümleri şu şekilde sıralanmaktadır; giriş, literatür, yöntem, bulgular, sonuç, kaynakça ve ekler. Çalışmanın ilk bölümünü giriş bölümü oluşturmaktadır. Bu bölümde; çalışmanın önemi, amacı, kurgusu, problemi hakkında detaylı bilgiler verilmektedir. İkinci bölüm literatür kısmını içermektedir. Bu kısımda fındığın tarihçesi, Dünya'da ve Türkiye'de fındık üretim, tüketim, ihracat ve ithalatı, sektörle ilgili problemler, fındık işleme sektörü hakkında bilgiler verilmektedir. Literatür kısmının en önemli bölümü ise yürütülen çalışmanın model altyapısını barındıran Porter'ın Elmas Modeli olmakla birlikte, modern rekabet yaklaşımlarından Dokuz Faktör Yaklaşımı, Kurumsal Yaklaşımlar, Robert Rech'in Rekabet Yaklaşımı ve Krugman'ın Yaklaşımlarına da bu kısımda yer verilmektedir. Üçüncü bölüm çalışmanın yöntem bölümünün olduğu kısımdır. Bu bölümde araştırma birimi, evren ve örnekleme, araştırma yöntemi, veri toplama tekniği hakkında bilgilere yer verilmektedir. Seçilen araştırma yönteminin neden seçildiği zayıf ve güçlü yanları hakkında detaylı bilgiler içermektedir. Dördüncü bölüm, araştırmada elde edilen bulguların değerlendirildiği, analiz edildiği bölümdür. Beşinci bölüm, tüm bulguların değerlendirilip sonuçlandırıldığı kısımdır. Çalışmanın sonuç bölümünde yapılan analizler neticesinde elde edilen bulgular dâhilinde Düzce fındık sektörünün rekabetçi konumu, sahip olduğu potansiyel, avantajlı ve dezavantajlı yönleri ile ilgili tespitler ortaya konulmuştur. Bunun yanında sektöre ve akademik yazına dair önerilerde bulunmaktadır. Altıncı bölüm ise kullanılan kaynakların yer aldığı kaynakça bölümüdür.

1.1. Araştırmanın Problemi

Karmaşık bir yapıya sahip fındık sektöründe rekabet gücü elde edebilmek; doğru yatırım alanlarının tespit edilmesi, tespit edilen yatırımların gerçekleştirilmesi, etkinliğin ve verimliliğin artırılmasına yönelik faaliyetlerin hayata geçirilmesine bağlıdır. Doğu Marmara Kalkınma Ajansının (MARKA) gerçekleştirdiği araştırma sonucunda Düzce fındık sektörüne yönelik belirlediği eksiklikler, ortaya konulan problemin varlığını desteklemektedir. Bu eksiklikler (MARKA, 2013);

- Tarım ürünlerinin piyasa değerlerinin ulusal ve uluslararası piyasa değişikliklerine fazla bağlı olması,
- Tarıma dayalı sanayi yatırımlarının gelişmemiş olması, verimli arazinin etkin kullanılmaması: Birinci derece verimli tarım arazilerine sahip topraklarda sanayi yatırımının elde edilen ürünlere yönlendirilmiyor olması,
- Çiftçinin eğitim eksikliği: Çiftçinin toprağı verimli kullanmaya ilişkin gereken eğitimi almıyor olması ve Düzce üniversitesinde alana ilişkin bölüm ve programlara ihtiyaç duyulması,
- Sulama alt yapısının iyi kullanılmıyor olması: 1960'lı yıllarda yapımı tamamlanan sulama alt yapısının verimli kullanılmıyor olması şeklinde sıralanmaktadır.

Bu bağlamda, mevcut olan problemleri daha sistemli bir şekilde ele alabilmek ve sorun teşkil eden tüm faktörleri açık bir şekilde ortaya koyabilmenin bir model aracılığıyla gerçekleştirilebileceği düşünülmektedir. Kullanılması gereken modelin Düzce fındık sektörüne yönelik rekabet faktörlerini tanımlaması, ayrıştırması ve doğru alanlara doğru yatırımların yapılması sağlanabilsin için rekabet gücü düzeylerini ortaya koyması gerekmektedir.

Dolayısıyla araştırmanın odaklandığı ana problem, Düzce fındık sektörünün gerek ulusal gerek uluslararası arenada rakiplerine karşı rekabet gücü elde ederken odaklanması gereken faaliyetlerin belirlenmesi gerekliliğidir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Düzce'deki fındık işletmelerinin uluslararası pazarda sahip oldukları rekabetçi pozisyonu analiz etmek temel amaçtır. Bu amaçla uluslararası rekabetçilik analizinde yaygın şekilde kullanılan Elmas Modeli kullanılmıştır. Bu doğrultusunda çalışmanın hedefleri;

- Düzce ili fındık sektöründe; Elmas modelinin belirleyicileri olan faktör koşulları, talep koşulları, ilişkili ve destekleyici sektörler, firma stratejisi, endüstri yapısı ve rekabet ile devlet ve şans faktörlerinin etkisini değerlendirmek,
- Düzce'deki fındık işletmelerinin sektör içindeki rekabet güçlerini görebilmeleri adına bir sektör profili çıkarmak,
- Düzce fındık sektörü rekabet alanı ile ilgili bilgileri güncellemek ve araştırma bulguları doğrultusunda sektör ve akademik yazın için öneriler geliştirmek şeklindedir.

1.3. Araştırmanın Kapsamı

Yukarıda belirtilen amaçları gerçekleştirmek üzere, bu çalışmanın kapsamı dünya fındık üretiminde %75'lik bir paya sahip olan Türkiye'nin fındık yetiştiriciliğinde önemli bir şehri olan Düzce ile sınırlı tutulmuştur. Belirtilen amaç ve hedeflere ulaşabilmek adına, Düzce fındık sektörü üzerinde etki sahibi fındık işletmeleri, Ziraat Odaları, Tarım Müdürlükleri, Tarım Kredi Kooperatifleri ve Fiskobirlik Fındık Satış Kooperatifliği araştırma kapsamına alınmıştır. Bu bağlamda Akçakoca Ticaret Odası, Akçakoca ve Yığılca Tarım Müdürlüğü ile Düzce İl Tarım Müdürlüğü, Konuralp ve Yığılca Tarım Kredi Kooperatifleri ile Düzce Tarım Kredi Kooperatifliği, Düzce Ziraat Odası, Düzce Ticaret Borsası, Düzce Fiskobirlik, Düzce Üniversitesi Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi ve Fındık İşletmeleri yetkililerinden oluşan 24 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

1.4. Araştırmanın Önemi

Fındık sektörü, üretim rakamları açısından ülke ekonomisine önemli katkıları olan bir sektör konumundadır. Bu denli önemli bir sektörde, pazar payında sürdürülebilirliği sağlamak ülke ekonomisi açısından önem arz etmektedir. Ayrıca ülkemizde son yıllarda vurgulanan bölgesel kalkınma açısından da konunun Düzce üzerinden ele alınması önem arz etmektedir.

Düzce, tarım gelirlerinin büyük bir kısmını fındık üretiminden kazanmakta ve ülke genelinde fındık üretiminde yıllara göre değer kazanan bir konuma sahiptir. Bu sebeple bu bölgedeki fındık sektörü rekabet gücünün incelenmesi önemlidir. İlgili literatürde Düzce fındık sektörünün rekabet üstünlüğüne yönelik detaylı araştırma ve analizlerin olmaması önemli bir eksikliklerdir. Yürütülen çalışmanın sonuçları bu eksikliğin giderilmesine katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte gerçekleştirilen araştırma sonucunda elde edilen bulguların sektöre ve literatüre değerli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmada tercih edilen yöntem, kapsam ve içerik açısından bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu sınırlılıkların iyi şekilde ifade edilmesi çalışmanın anlaşılması ve ifade edilmesini kolaylaştırmaktadır.

Öncelikle fındık sektöründeki istatistiklere ait bir veri tabanı bulunmaması ve saha çalışmalarının azlığı, kuramsal sınırlılıklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneklem dahil edilen bazı kurum ve işletme yöneticilerinin görüşme taleplerini reddetmesi, katılımcıların iş yoğunluğuna bağlı olarak sorulara odaklanamama problemi, katılımcılar arasındaki tecrübe ve eğitim düzeyi farklılıkları araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Araştırmanın bir başka sınırlılığı ise Düzce ili fındık sektörü analizinde Porter tarafından ortaya konulan Elmas Model'in kullanılmasıdır. Bu araştırmada yapılan rekabet analizleri bu model esas alınarak incelenmiştir.

2. BÖLÜM

FINDIK SEKTÖRÜNÜN YAPISI

2.1. Fındığın Tarihçesi

Fındık bitkiler dünyasının, “Fagales” takımı, “Betulaceae” familyası, “Corylus” cinsindedir (Duman, 2009: 15). Türkçe sözlükte “findık” ismi ile anılan ve Kayıngillerden olan bu bitki, kuzey yarım kürenin ılık yerlerinde ve yurdumuzun genellikle Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yetişen, boyu 6-7 metre, yaygın tepeli, sert bir kabuk içinde bulunan nişastalı bir bitki (Corylus Avellana) olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2015).

Fındığın anavatanı hakkında birçok yazar, tabiat bilgini ve tarihçi değişik görüşler ileri sürmüşlerdir. Arkeolojik kazılar M.Ö. 10000’li yıllarda fındığın mezolitik diyetlerin bir parçası olduğunu kanıtlamaktadır. Çin yazılı kaynaklarında M.Ö. 2838 yıllarında Çin’de yetiştiriciliğinin yapıldığı ifade edilen fındığın, Tanrı’nın insanlara ihsan eylediği beş kutsal meyveden birisi olduğu bildirilmektedir (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2015).

Fındık, önceleri doğada kendiliğinden yetişen yabani findık olarak, sonrada kültürü yapıp ehlileştirilerek insanların beslenmesinde kullanılmıştır. Fındık sözcüğü, Antik Çağda Karadeniz’in adı olan “Pont Exinus”tan türetilen “pontik” sözcüğünden meydana gelmiştir. (Giresun Ticaret Borsası, 2015). Fındık; Akdeniz, Ortadoğu ve Avrupa ülkelerine Doğu Karadeniz’den adını da beraber getirerek yayılmıştır. Fındık sözcüğünün Farsçası "fonduk", Arapçası "bunduk", Latincesi "nux", Almancası "haselnuss", Fransızcası "noisette", İngilizcesi "hazelnut", Rumcası "leptokarion", Ermenicesi "kalin", Tatarcası "çitlevük", eski Yunancası "funduki", İtalyancası "nocciola", İspanyolcası "avellana", Portekizcesi "avella", Romencesi ise "aluna"dır (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2014).

Fındık kültürünün Türkler arasında yayılmasının üç devre içerisinde olduğu bildirilmektedir. Birinci devre, Türklerin Orta Asya'da oldukları devredir, orada fındığa “kosık” ya da “kosuk” denilmektedir. İkinci devre, Batı Türklerinin fındık için “çetlevük” sözünü kullandıkları devredir. Üçüncü devrede ise Anadolu Türkleri fındığı Arap etkisi ile “bunduk” ve bundan değiştirerek “fındık” şeklinde adlandırmışlardır (Ünye Ticaret Borsası, 2015).

Özellikle vatanı olan Doğu Karadeniz Bölgesi'nin elverişli iklim yapısı, fındığın yabani olarak her yerde yetişmesine olanak sağlamıştır (Duman, 2009: 15). Fındık, Karadeniz kıyılarından Yunanistan ve İtalya'ya götürülmüştür. Araplar tarafından da öğrenilen fındık, Abbasilerin İspanya ve Sicilya'yı almalarıyla buralarda da tanınmıştır (Yalçın, 2009: 4).

2.2. Fındığın Yetiştirme Şartları Ve Çeşitleri

Bu bölümde fındığın yetiştirme şartlarından; iklim, toprak özellikleri ve çeşitleri hakkında bilgi verilmektedir.

2.2.1. İklim

Fındık bir ılıman iklim meyvesidir. Dünya üzerinde 36-41 kuzey enlemlerinde yetişebilen ve kendine özgü bir iklime ihtiyaç gösteren, uzun ömürlü, çalı formunda bir kültür bitkisidir (Sobutay, 2006). Yıllık ortalama sıcaklıkların 13-16 °C, kış sıcaklık ortalamalarının 7-8 °C ve yaz sıcaklık ortalamalarının 20-25 °C olması yanında, yıl içinde düzenli dağılmış olan yıllık 700 m³'ün üzerinde yağışa ihtiyaç duymaktadır. Yıllık 700-1500 m³ arasındaki yağış alan bölgelere iyi adapte olmuştur (Yılmaz, 1998:103).

Fındığın şiddetli kış soğukları ve ilkbahar donları olmayan, yaz aylarında nispeten yüksek sıcaklık, düzenli yaz yağmuru ve vejetasyon periyodu boyunca yüksek nem bulunan yerlerde yetiştirilmesi gerekmektedir (Karadeniz vd., 2008: 7). Denizden uzak olan iç kesimlerde ekonomik anlamda fındık yetiştirilmesini sınırlandıran en önemli faktör kış sıcaklıklarıdır (Trabzon Ticaret Borsası, 2014).

2.2.2. Toprak Türü

Fındık yetiştirilen sahalarda, havada ve toprakta her zaman belirli bir nemin bulunması, özellikle haziran temmuz aylarında nispi nem oranının %60'ın altına düşmemesi gerekir (Yılmaz, 1998: 103). Fındık dikim yerleri seçilirken, dikimi yapılacak olan fındık çeşidi de göz önünde bulundurulması, fındığın verimliliği açısından önem taşımaktadır (Duman, 2009: 35).

Fındık saçak köke sahip bir kültür bitkisi olduğundan, kökleri fazla derine gitmeyip özellikle meyilli arazilerde 80 cm toprak derinliğine ulaşabilmektedir. Toprak istekleri bakımından fazla seçici olmakla beraber besin maddelerince zengin, tınlı-humuslu ve derin topraklarda iyi bir gelişme gösterir. Taşlı, kumlu, çakıllı ve ağır topraklar ile taban suyunun yüksek olduğu yerlerde toprağın havalanması iyi olmadığından fındık kökleri besin maddelerinden yeterince faydalanamaz. Bundan dolayı ileriki yıllarda sararma ve büyük oranda dallarda kurumalar meydana gelmektedir (M.E.B., 2011).

2.2.3. Fındığın Çeşitleri

Ülkemiz, fındığın anavatanı olması özelliğiyle, oldukça zengin bir çeşitliliğe sahiptir. Fındığın; ülkemizde erken başlayan yetiştiriciliği ve zaman içinde doğal ya da üretici seleksiyonları, bugünkü çok değerli çeşitlere sahip olmasını sağlamıştır. Hala doğal malzemelerden oluşan çok sayıdaki tipler üretici tarafından "yabani fındık" olarak adlandırılmaktadır (Sobutay, 2006: 5).

Ülkemizde yetişen fındıklar meyve biçimlerine göre kendi içerisinde üç gruba ayrılmaktadır. Bunlar; yuvarlak fındıklar, sivri fındıklar ve uzun fındıklardır. Yuvarlak fındıkların kabuklu meyveleri ve içlerindeki uzunluk hemen hemen aynıdır. Bu fındıkların kaliteleri iyidir. Protein ve yağ oranları yüksektir (Duman, 2009: 24-26). Tombul fındık, Palaz, Mincane, Karafındık, Kalıncara, Çakıldak, Uzunmusa, Cavcava, Kan, Kargalak, Foşa yuvarlak fındık çeşitleridir (Fiskobirlik, 2015). Sivri fındıkların uzunlukları genişliklerinden farklıdır. Şekilleri itibari ile kırılma esnasında fazlaca kayıp vermektedir. Fındık bahçelerinde tozlayıcı olarak daha çok işe yaramaktadır (Duman, 2009: 24-26). Çeşitleri ise; Sivri ve İncekara'dır.

Uzun fındıklar uzunlukları, kalınlıkları ve genişliklerinden daha fazla olan fındıklardır. Kabuklu olarak daha fazla taze fındık olarak tüketilmektedirler. Ticari değeri azdır ve uluslararası pazarda tercih edilmemektedir. Çeşitleri; Yuvarlak badem ve Yassı bademdir (MEB, 2011).

2.3. Fındığın Bileşimi Ve Yararları

Fındık, ceviz ve badem gibi sert kabuklu meyveler, enerji değeri yüksek aynı zamanda vitamin ve mineral bakımından zengin olduğu için sporcular, işçiler ve zayıf bireyler için önerilen besinlerdendir (Ayaz, 2008). Fındık sadece ticari açıdan değil, besin değerleri bakımından da çok değerli bir ürün özelliği taşımaktadır. Fındık yüksek enerji kaynağı olmasının yanında insan beslenmesi açısından da büyük öneme sahiptir (Şimşek ve Aslantaş, 1999: 209).

Fındık, badem, ceviz ve antep fıstığı gibi sert kabuklu meyveler, yüksek oranda yağ içermektedirler. Bu yağın tekli ve çoklu doymamış yağ formunda olması nedeniyle yararlı etkileri vardır (Özer ve Güven, 2008). Fındığın yapısında bulunan özel yağ bileşimi (genel olarak oleik asit), protein, karbonhidrat, lif, vitaminler (özellikle vitamin E), mineraller, fitositeroller ve antioksidant fenolik bileşiklerinden dolaydır (Trabzon Ticaret Borsası, 2014).

Tablo 1: Fındık Meyvesinin Kimyasal Yapısı (100 gr)

Bileşenler	Ortalama Değerleri	Bileşenler	Ortalama Değerleri
Su (g)	4.60	Mangan (mg)	4.90
Protein (g)	14.10	Kükürt (mg)	120.00
Yağ (g)	63.50	Klor (mg)	18.00
Karbonhidrat (g)	6.00	İyot (µg)	17.00
Toplam azot (g)	2.66	Thiamin (B1 vit.) (mg)	0.43
Sodyum (mg)	6.00	Riboflavin (B2 vit.) (mg)	0.16
Potasyum (mg)	730.00	Vitamin B6 (mg)	0.59
Kalsiyum (mg)	140.00	Vitamin E (mg)	24.98
Magnezyum (mg)	160.00	Toplam şeker (g)	4.00
Fosfor (mg)	300.00	Glikoz (g)	0.20
Demir (mg)	3.20	Fruktoz (g)	0.10
Bakır (mg)	1.23	Sakkaroz (g)	3.70
Çinko (mg)	2.10	Enerji (kcal)	650.00

(Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2014)

Fındık içerdiği yüksek orandaki doymamış yağ asitleri nedeniyle, kalp ve damar sistemini olumlu yönde etkilemekte ve kandaki kolesterol yükselmesini önleyerek, kalp ve damar hastalıklarına karşı koruyucu etki yapmaktadır. Yağ asidi olarak en fazla oleik ve linoleik asit bulunmaktadır. Oleik asit kandaki kolesterol düzeyini azaltıcı, linoleik asit ise damar içi daralmasını engelleyici etkiye sahiptir. Fındık yağının bir diğer özelliği de kolesterolü absorbe ederek bağırsaktaki emilimini azaltmasıdır. Mineral maddelerce (Fe, Mg, Cu, Mn, K, P, Zn ve Ca) zengin olan fındık, kemik gelişimi ve sağlığı açısından da oldukça önemli bir besindir (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2014).

Günde 25-30 gr fındık tüketmekle günlük E vitamini ihtiyacının %100'ü karşılanmaktadır (FTG, 2015). Fındığın kendine has tat, aroması ve besleyici özelliğinden dolayı, fındık özellikle fonksiyonel bileşik olarak birçok gıda mamullerine de ilave edilebilmektedir (Trabzon Ticaret Borsası, 2014).

2.4. Fındığın Harman, Hasat Ve Depolaması

Ekonomik ömrü uzun olan fındığın dikim aşamasında toprağın çok iyi temizlenmesi ve fidanlarının dikimine hazırlanması gerekmektedir (Fiskobirlik, 2015). Arazinin üzerinde yer alan uzun süreli veya yıllık ekimin ortaya çıkardığı bitki kalıntılarının, arazinin hazırlanması aşamasında temizlenmesi gerekmektedir. Temizliği yapılan arazinin toprak-su muhafaza ve drenaj tedbirleri alınmalıdır (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2014). Bu tedbirlerin alınmasındaki amaç, eğimli arazide erozyonu önlemek ve düztaban arazilerde taban suyunun drene edilmesini sağlamaktır (Ünye Ticaret Borsası, 2015).

Fındık fidanlarının dikimi Ekim ayında başlamaktadır. Ekimlerin yapılması kış sıcaklığıyla yakından ilgilidir. Kışı sert geçen iklimlerde fındık fidanlarının ekimi Şubat- Mart aylarına kalmakta, daha ılıman geçen yerlerde ise Ekim- Kasım aylarında yapılmaktadır. Sonbaharda dikilen fidanlar kış boyunca emici kökler meydana getirmekte, bu kökler kış yağışlarıyla yumuşayan toprağa daha iyi bir şekilde adapte olarak yaz kuraklığına daha iyi dayanabilmektedir (Karadeniz vd., 2008: 18).

Dikimden itibaren fındık fidanlarının sağlıklı olarak gelişebilmesi, iyi taçlanma gösterebilmesi ve verime yattıktan sonra da kaliteli ürün verebilmesi için, fındık yetiştiriciliğinde gübreleme büyük önem taşımaktadır. Zamanla topraktaki mineral ve vitaminlerin azalmasından, ürünün gelişiminin bozulmasından ve üründe azalmalar olduğundan buna ihtiyaç duyulmaktadır (M.E.B, 2011: 49).

Ağustos ayı Karadeniz sahilinde fındık toplama ayıdır. Fındık meyveleri denizden yükseldikçe farklı gelişme özellikleri göstermektedir. Denize yakın yerler daha hızlı olgunlaşırken, yükseklerin gelişimi daha geç olmaktadır. Fındık hasat günü, ilgili resmî kurumların katılımıyla gerçekleştirilen toplantılar sonrasında belirlenmektedir. Bu tarihler fındığın olgunlaşması ve verimliliğinin yüksek olması açısından önem ifade etmektedir (Duman, 2009: 38-39).

Hasat edilen zuruflu fındık harman yerine getirilmektedir. Fındığın zurufla bekletilmesi uzun sürmemelidir, bu fındığın bozulmasına sebep olmaktadır. Bir

dönüm fındık bahçesi için 10-15 m² harman yerine ihtiyaç duyulmaktadır. Fındığın toprakla temas etmeden kurutulması gerekmektedir (Kayalak Balık ve Boztepe, 2013). Havanın durumuna göre 5-6 gün harmanda kalan zuruflu fındıklar tırmıkla karıştırılarak soldurma işlemi yapılmaktadır. Daha sonrasında patoz makinesiyle zuruflar fındıktan ayrılır ve tekrar serilerek kurutma işlemi devam eder. Türk fındığının lezzetli olmasının önemli bir sebebi doğal yollarla ve güneşte kurutulmasıdır. Kurutulan fındıklar jüt adı verilen bez çuvallara doldurularak depolanarak saklanmaktadır. Fındık depolarının rutubeti %70'i, depo sıcaklığı da 5-10 °C'yi geçmemelidir. Ancak bu koşullarda fındık küflenmeden saklanabilmektedir (Duman, 2009: 42-44).

2.5. Dünyada ve Türkiye'de Fındık Sektörüne Genel Bakış

2.5.1. Dünyada Fındık Sektörü

Dünya'da fındığın yabani çeşitleri, kuzey yarım kürenin ılıman iklim kuşağında ki her bölgede bulunmaktadır. Kültür çeşitleri ise daha çok Türkiye, İtalya, İspanya, ABD, Çin, İran, Yunanistan, Fransa, Azerbaycan, Rusya, Kırgızistan, Portekiz, Beyaz Rusya, Moldova, Tacikistan, Gürcistan, Ukrayna, Tunus, Macaristan, Kıbrıs ve Kamerun'da yetiştirilmektedir. Dünya'da toplam fındık alanı, son 6 yılın verileri incelendiğinde 800-880 bin hektar arasındadır. Bu miktarın %83'ü Türkiye %8'i İtalya, %3'ü ABD, %3'ü Azerbaycan ve %2'si Gürcistan topraklarındadır (ZMO, 2016).

Dünyadaki fındık üretim miktarı iklim koşullarına bağlı olarak dalgalanmalar göstermekle birlikte, Türkiye'deki fındık üretimi miktarına paralel bir artış göstermektedir (FAO, 1999). Yıllara göre fındık üretim miktarına bakıldığında, son on yıl içerisinde 2011'de en düşük rakamları gösterirken, 2008 yılında ise en yüksek üretim rakamlarına ulaşmıştır. Türkiye'de fındık üretiminde dünya üretimine göre daha fazla dalgalanma meydana gelmiş ve bu da dünya stoklarına ve fiyatlarına doğrudan etki etmiştir. Meydana gelen bu dalgalanmaların en önemli sebebi iklimsel değişikliklerdir.

Dünya fındık üretimi sıralamasında Türkiye en başta yer almaktadır. Türkiye dışında diğer ülkelerde fındık üretimine ilgi göstermeye ve mevcut bahçelerini geliştirip verimliliği artırmaya yönelik ciddi çalışmalar yapmaktadırlar. Aşağıda dünya fındık üretimi sıralamasında Türkiye'yi takip eden ülkeleri ve çalışmaları ifade edilmektedir.

İtalya, Türkiye'den sonra dünyadaki en büyük fındık üreticisidir (Bettini, 2014). İtalya'nın toplam fındık alanı dünya genelinin %13'üdür (Ferrero Grup, 2011). ZMO'ya göre (2016) bu oran %8 civarındadır. İtalya fındık üretim alanı olarak dört ana bölgeye ayrılmıştır. Önde gelen üretim bölgesi Campania toplam ekim alanının %34'üne sahip ve yıllık mahsul oranı %34 civarındadır ve onu Latium bölgesi takip etmektedir. Latium'un ekim alanı oranı %28 ve yıllık mahsul oranı %33 iken, ardından gelen Sicilya bölgesi toplam ekim alanının %23'üne sahip ve yıllık tahmini mahsul oranı %19'dur. Son bölge olan Piedment ise ekim alanının %14'ne sahip ve mahsul oranı %12'yi bulmaktadır (Perini, 2004:5-12).

Tüm kabuklu yemiş sektöründe fındık hayati bir öneme sahiptir. Türkiye'den gelen hesaplı Türk fındığı İtalya'daki rekabeti etkileyen en önemli faktördür. Türkiye ile gerek yerel piyasasında gerek Avrupa'ya ihracatında rekabet edemediğinden dolayı İtalya, fındık piyasasında zarar görmektedir (Perini, 2004).

İtalya için fındık sektörünü olumsuz anlamda etkileyen iki temel problem vardır. Bu problemlerden ilki fındık yetiştirmekteki iklimin doğrudan etkisidir. İkinci önemli problem ise Türk hükümetinin fındık piyasasındaki eylemleridir. Bu iki etken İtalya fındık borsasını ciddi şekilde etkilemektedir. Bu risklerden korunmak için İtalya'nın önemli şirketlerinden Ferrero Grubu 90'lı yılların ikinci yarısından itibaren kendi dikim alanlarını oluşturmaya başlamıştır. Öncelikli hedefi Piedmont'ta yüksek kaliteli fındık bahçelerini çoğaltmak, daha sonra yerel yetiştiricilere danışmanlık hizmeti vermektir (Ferrero Grup, 2011).

İtalya'da fındık kabuklu ve kabuksuz kuruyemiş olarak tüketilmektedir. Bunun yanında şekerli, unlu gıda şirketlerinin ve çikolata işletmelerinin hammaddesi olarak kullanılmaktadır. Düşük kaliteli fındıklar ise kozmetik sanayinde

kullanılmaktadır İtalya'da fındığın %10'u taze tüketilirken %90'ı işlem şirketlerine gitmektedir (Bettini, 2014).

ABD'nin dünya fındık üretiminde aldığı pay %3 civarındadır. Türkiye ve İtalya'dan sonra fındık piyasasında üçüncü sırada yer almaktadır. Fındık üretim bölgeleri Oregon ve Washington olup, üretimin %99'u Oregon'da yapılmaktadır (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015). ABD'deki Oregon Fındık Yetiştiricileri (HGO), ABD'nin en büyük işleyicileri ve pazarlayıcılarıdır (Giresun Ziraat Odası, 2016). Oregon'da Willamette Vadisinde yaklaşık 12.000 hektar alanda tarımı yapılan fındığın yaklaşık %77'si Barcelona, geriye kalanlar ise Ennis ve Casina çeşitleri ile küçük bir alanda ABD'de geliştirilen Willamette çeşitleridir (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015).

ABD fındık üretiminde çok ciddi çalışmalar yapmaktadır. Fındık üretimi ve verimliliğini düşüren problemlerin çözümü için, ABD'nin Oregon eyaletinde, 2000 dönümlük bir araştırma enstitüsünde 35 yıldır sürdürülen ıslah çalışmaları sonucunda %100 dayanıklı çeşitlerin geliştirilmesi üzerinde çalışılmaktadır. Yüz binlerce fidan doku kültürü yöntemiyle çoğaltılmış olup, 10 yıl sonra bu fidanların ürüne yatması sonucunda ABD'nin fındık üretiminde ülkemizin en önemli rakibi olması beklenmektedir (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015). Oregon Üniversitesinde ticari olarak büyütülen fındık türleri Şili'nin fındık için elverişli topraklarında verimlilik, büyüklük, dayanıklılık vb. gibi etkenler açısından değerlendirilmektedir (Grau Beretta ve Salvadores, 2014). Oregon Üniversitesinde fındık hastalıklarına yönelik birtakım çalışmalar yürütülmektedir. Sathuvalli ve diğerleri (2014) çalışmasında, doğu fındık yanığı hastalığına karşı fındık fidesinin dayanıklılık göstermesi amacıyla, fındığın genetik yapısının değiştirilmesiyle ilgili birçok çalışmanın yine Oregon Üniversitesinde yapıldığını belirtmektedir.

İspanya' da dünya fındık üretiminde önemli bir ülkedir. Katalonya, Kuzey-Güney İspanya'nın ana üretim bölgesidir. Bu bölge içerisindeki Tarragona ili toplam İspanyol fındık üretiminin %90'ını temsil etmektedir. Burada fındık üretimi iki bölgeye ayrılmaktadır. İlki makinalı tarımın az olduğu, tepelik ve yamaç olan, kurak ve verimi düşük olan kısım, ikincisi ise Akdeniz sahiline yakın Camp de Tarragona kısmıdır (FAO, 1999).

Son yıllarda Gürcistan ve Azerbaycan'da nihai mamullerinde fındık kullanan ve bu alanlarda tekel oluşturan büyük firmalar tarafından desteklenmektedir (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015). Desteklenmelerindeki amaç ise Türkiye'ye alternatif tedarikçi ülke oluşturabilmektir (Bayramoğlu ve Gündoğmuş, 2007: 74). Gürcistan'da 2004 yılında 15 bin hektar olan fındık üretim alanlarının 2006 yılında 23,800 hektara yükseldiği, potansiyelin ise Gürcistan'da 85 bin Azerbaycan'da ise 25 bin hektar olduğu belirtilmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2012: 2).

Aşağıda verilen tablolarda Dünyada fındıkla ilgili üretim, verimlilik, ithalat ve ihracat rakamlarına dair bilgiler verilmektedir.

Tablo 2: 2007-2015 Yılları Arası Dünya Fındık Üretimi (Ton)

Dünya Fındık Üretimi (Ton)								
Ülkeler	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Türkiye	530.000	800.701	500.000	600.000	430.000	660.000	549.000	412.000
İtalya	115.000	125.000	120.000	107.000	140.000	84.000	132.000	100.000
ABD	33.750	36.780	42.600	24.500	35.000	32.000	35.000	36.300
Azerbaycan	30.800	40.000	35.000	39.000	55.000	40.000	30.000	25.000
Gürcistan	25.000	35.000	32.000	40.000	30.000	28.000	35.000	35.000
İspanya	23.000	26.000	18.000	20.000	22.000	16.000	19.500	19.500
Diğer	57.880	6.729	27.000	27.000	27.000	25.000	25.000	25.000
Toplam	815.250	1.069.800	774.600	857.500	739.000	885.000	825.500	660.773

(Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015: 4)

Tablo 2'de gösterildiği üzere 2007-2015 yılları arasında dünya fındık üretiminin %76'sını Türkiye karşılamaktadır. Türkiye'den sonra İtalya, ABD, Azerbaycan ve Gürcistan fındık üretiminde kapasitelerini artırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirmektedirler.

Tablo 3: 2008-2013 Yılları Arası Azerbaycan, İtalya, Türkiye ve ABD'nin Fındıktaki Verimlilikleri (kg)

YILLAR	ÜLKELERE GÖRE VERİMLİLİK (KG)			
	AZERBAYCAN	İTALYA	TÜRKİYE	A.B.D.
2008	12,859.00	15,741.00	19,415.00	25,259.00
2009	13,712.00	13,115.00	11,873.00	36,813.00
2010	12,980.00	16,147.00	13,875.00	21,644.00
2011	14,165.00	18,291.00	10,001.00	29,275.00
2012	12,464.00	14,697.00	15,612.00	26,823.00
2013	12,570.00	15,758.00	12,994.00	36,421.00

(Kaynak: FAO, 2015)

Tablo 3'de ülkelere göre verimlilik rakamlarına bakıldığında ABD ilk sırayı almaktadır. ABD, tarımla ilgili çoğu çalışmasını verimlilik oranını yükseltme endeksli yapmaktadır. Üretim alanı dar olsa da mevcut alandan maksimum verimlilik almak için çalışmalarını devam ettirmektedir. Türkiye'nin ise geniş alanlara sahip olmasına rağmen verimlilik konusunda geri sıralara düştüğü görülmektedir.

Tablo 4: Dünya Fındık İhracatı (Yıllık- Kabuklu -Ton)

Ülkeler	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Türkiye	441.157	504.610	487.532	531.488	549.314	505.056
İtalya	31.157	30.130	28.510	28.320	34.263	37.785
Azerbaycan	24.334	17.006	25.804	20.500	20.830	556
Gürcistan	28.670	23.216	38.184	27.106	57.889	38.674
Almanya	7.184	7.646	9.868	5.658	10.072	0
İspanya	6.745	4.323	5.559	4.652	5.096	4.761
ABD	32.214	13.337	19.967	3.142	31.308	39.082
Fransa	4.744	5.249	4.607	2.024	4.937	5.350
Diğer	15.582	26.654	62.232	17.016	47.243	26.186
Toplam	598.602	632.171	682.263	639.906	760.952	657.450

(Kaynak: FAO, 2015; TMO, 2015: 3)

Tablo 4'e bakıldığında dünya fındık ihracatının son 6 yıllık ortalaması 661.890 tondur. Türkiye'nin bu süreçte ki payı ortalama %76'dır. Fındık ihracatçısı diğer ülkeler sırasıyla İtalya, Gürcistan, ABD, Azerbaycan, Almanya, İspanya'dır.

Bununla birlikte üretici olmamalarına rağmen ithal ettiği iç fındık veya işlenmiş olarak ihraç eden Avrupa ülkeleri Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika, İsviçre`dir (ZMO, 2016).

Tablo 5: Dünya Fındık İthalatı (Yıllık-Kabuklu/Ton)

Ülkeler	2009	2010	2011	2012	2013	2014
İtalya	102.610	83.458	94.904	94.790	115.959	126.519
Almanya	72.364	65.156	70.752	57.106	81.514	65.225
Fransa	31.788	56.004	58.165	57.784	54.180	38.773
Belçika	13.590	15.272	48.463	13.944	14.604	9.492
Rusya	18.246	22.102	28.166	26.358	18.370	9.605
İsviçre	20.163	18.996	19.149	17.502	20.072	2.134
Hollanda	6.394	7.230	7.384	7.110	7.742	6.433
Çin	19.191	5.200	12.630	1.134	16.759	6.242
Polonya	13.130	14.054	15.021	20.624	17.686	15.221
Kanada	10.668	17.488	21.549	22.240	24.449	39.039
Vietnam	15.773	13.383	9.330	340	5.651	9.962
İspanya	11.693	11.123	10.126	10.496	12.210	9.268
Avusturya	4.797	5.217	6.366	5.062	5.778	4.748
Mısır	6.435	8.457	4.746	7.156	6.212	4.670
Diğerleri	71.504	84.882	81.108	89.287	137.105	99.144
Toplam	418.349	428.022	487.859	431.133	538.291	446.657

(Kaynak: FAO, 2015; TMO, 2015: 3)

Tablo 5’de dünya fındık ithalat sıralamasına bakıldığında en önde gelen ülkeler; İtalya, Almanya, Fransa, Belçika’dır. Dünya fındık tüketiminde en büyük payı (%91) Avrupa ülkeleri almakta ve bu tüketimin önemli bir kısmı (%80’i) çikolata ve şekerleme sanayiinde hammadde olarak kullanılmaktadır. Bu ülkeler çikolata ve şekerleme sanayisinde gelişmiş ülkelerdir.

2.5.2. Türkiye’de Fındık Sektörü

Türkiye coğrafi konumu itibariyle geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. İklim çeşitliliği; farklı toprak yapıları ve aynı anda dört mevsimi yaşama imkânı sunan bir yapıya sahiptir. Gerek kültürel gerekse tarımsal birçok zenginliği içerisinde barındıran farklı özelliklere sahip önemli bir tarım ülkesidir.

Tarım sektörü, ülke kalkınması ve gelişmesi açısından Türkiye için büyük önem taşıyan bir alandır (Yapar, 2005). Türkiye ekonomisi açısından sektöre bakıldığında, tarımsal büyüme ve gelişimin sağlanması; gelir dağılımı ve ülke kalkınması için büyük önem taşımaktadır (Artık, 2014).

Türkiye, Avrupa Birliği Ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere birçok ülkeye fındık, kuru incir, çekirdeksiz kuru üzüm, antep fıstığı, kuru kayısı, tütün, zeytinyağı, pamuk, baklagiller, yaş meyve-sebze ihracatı yapmaktadır. Bu ürünlerin ihracatında Türkiye dünyada büyük bir paya sahiptir (Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2005).

Fındık ülkemizde geleneksel ihraç ürünleri arasında önemli bir yere sahiptir. Bu bölümde, ihracatta ve ülke kalkınmasında büyük öneme sahip olan fındığın ülkemiz açısından üretim, tüketim ve ihracattaki yeri ve önemi hakkında bilgiler verilecektir.

2.5.2.1. Türkiye’de Fındık Üretimi

Dünyadaki fındık yetiştirme alanlarının %83’ü Türkiye’dedir. Dünyadaki fındık üretiminin de %76’sı Türkiye’de yapılmaktadır (Duman, 2009: 33). Türkiye’nin Karadeniz sahillerinde yoğun bir şekilde yer alan fındık bahçeleri, sahilden içeriye doğru 30 km’yi geçmeyen alanda bulunmaktadır. Batı Karadeniz’de Kocaeli’den (İstanbul’un doğusu) başlayarak doğuya doğru tüm Karadeniz boyunca deniz ve dağlar arasında yeşil bir kuşak gibi hemen hemen Gürcistan sınırına kadar uzanmaktadır (FTG, 2015). Ülkemiz ekonomisinde önemli bir yeri olan fındık, yoğun olarak Karadeniz Bölgesinde olmak üzere ülkemizin 39 ilinde üretilmektedir. Fındık yetiştiriciliği aile işletmeciliği şeklinde yapılmaktadır (Gümrük ve Ticaret

Bakanlığı, 2015). Türkiye’de fındık üretiminin asıl yapıldığı yerler iki bölüme ayrılmaktadır.

Bu bölgeler aşağıdaki şekildedir (FTG, 2015);

1. Standart Bölge (Karadeniz Bölgesi'nin doğu bölümü): Ordu, Giresun, Rize, Trabzon ve Artvin illeri.

2. Standart Bölge (Karadeniz Bölgesi'nin orta ve batı bölümü): Samsun, Sinop, Kastamonu, Bolu, Düzce, Sakarya, Zonguldak ve Kocaeli illeri.

Türkiye’nin küresel fındık üretimi ve ihracatında lider ülke olması sebebiyle, fındık ile ilgili olarak üretiminden ticaretine ve fiyatlarına kadar yaşanan veya yaşanması muhtemel her türlü gelişme dünya piyasalarını da doğrudan etkilemektedir (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2014:2).

2.5.2.2. Türkiye’de Fındık Tüketimi

Fındık üretiminde dünyada ilk sırada yer alan Türkiye, fındık tüketimi açısından bakıldığında ise daha geri sıralarda yer almaktadır (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015: 11). Yetersiz tanıtım ve bilgi eksikliği, fiyatların yüksek bulunması, çerez olarak tüketiminin yaygın olmaması ile antep fıstığı, badem, ceviz ve kestane gibi ikame ürünlerin fazlalığı gibi etkenler tüketimin arttırılmasındaki en önemli engelleri oluşturmaktadır (TMO, 2015: 5). Fındığın temel gıda maddesi olmaması yanında, fiyatının yüksek oluşu tüketimini oldukça sınırlamaktadır. Bu özelliğinden dolayı, genellikle kişi başına milli geliri çok yüksek olan Avrupa ülkelerinde fındığın tüketimi daha fazladır. Dolayısıyla ülkelerin gelişmişlik durumları ile fındık ve fındıklı ürünlerin tüketimiyle ilişkili bir bağ bulunmaktadır (TEPGE, 2012: 4).

Fındık meyvesi çerez olarak veya yiyeceklerde kullanılmadan önce işlenmektedir. İç fındıkların dışında, fındık fabrikalarında işlenmiş olarak piyasaya sunulmaktadır. Bu çeşitler; beyazlatılmış iç fındık, kıyılmış iç fındık, dilinmiş iç fındık, fındık ezmesi, fındık püresi, fındık krokan, kavrulmuş kabuklu fındıklar şeklinde sıralanmaktadır (Duman, 2009: 53).

Önceleri sadece kuruyemiş olarak tüketilen fındığın, gıda sanayinin gelişmesinin de etkisiyle kullanım alanı oldukça genişlemiştir. Çikolata ve bisküvi

imalatında, dünyanın yıllık iç fındık tüketimi 300.000 tonu aşmıştır. Fındık unu, çikolatalı ürünlerin temel unsurudur (Giresun Ziraat Odası, 2015). Fındık çikolata sanayinde dilinmiş, kıyılmış, öğütülmüş biçimde %80 oranında kullanılmaktadır. %10-12 pastacılık, bisküvi, unlu mamuller sektörlerinde, %3-4 çerez olarak, kalanı dondurma sektöründe ve yağ sanayinde kullanılmaktadır (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2015).

Bunların dışında fındık rafine edilerek yemeklik yağ olarak, ilaç ve kozmetik sanayinde, yağı çıkarılan fındıklar yüksek oranda protein içerdiğinden küspe olarak yem sanayinde de kullanılmaktadır. Fındıktan arta kalan kabuklar da doğal gübre ve yüksek kalorili yakacak olarak kullanılmaktadır (Giresun Ziraat Odası, 2015).

Tablo 6: Türkiye Fındık Tüketimi (Kabuklu Karşılığı, Ton)

Yıllar	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	Ortalama
Tüketim	135.000	150.000	142.000	100.000	120.000	129.000

(Kaynak: TMO, 2017: 5)

Tabloda yer alan yüksek tüketim rakamları TMO'nun arz fazlası stoklarını yağ imalatında kullanmasından kaynaklanmaktadır. Zira son yıllarda yağ haricindeki iç tüketim miktarı 100-120 bin ton civarında olup yağ dâhil son 5 yıllık tüketim ortalaması 129.000 tondur (TMO, 2017).

2.5.2.3. Türkiye Fındık İhracatı

Türkiye günümüzde, dünya ülkeleri içerisinde fındığın en büyük üreticisi ve ihracatçısı konumundadır (TEPGE, 2012). 1980'li yıllara kadar ihracatın %90'ını kabuklu ve iç fındık içerirken, günümüzde yaklaşık 28 çeşit işlenmiş fındık ürünü dünyanın çeşitli ülkelerine ihraç edilmektedir. Birkaç yıl öncesine kadar toplam fındık ihracatının %27'sini işlenmiş fındık ürünleri oluştururken, son yıllarda bu oran %40'a ulaşmıştır. Geri kalan fındığın büyük bir bölümü ise iç fındık olarak ihraç edilmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2014: 2).

Tablo 7: 2010-2016 Yılları Arası Türkiye Fındık İhracatı Rakamları (Kg)

Yıllar	Almanya	İtalya	Fransa	İsviçre	Avusturya	Polonya	Belçika	Kanada
2010/11	66.699.895	51.723.988	33.897.153	10.286.524	10.098.980	7.338.659	11.055.251	9.843.451
2011/12	49.291.274	38.947.088	31.707.900	8.860.118	8.845.746	9.621.845	8.140.002	9.360.599
2012/13	65.700.430	62.748.430	31.881.006	9.031.359	10.831.323	11.013.932	9.784.422	10.228.600
2013/14	59.021.181	55.110.973	28.074.335	8.750.443	11.116.013	8.111.526	9.120.757	10.328.790
2014/15	53.789.575	48.817.268	20.418.163	9.591.614	9.073.260	8.744.760	8.245.855	6.631.995
2015/16	58.460.329	56.819.410	23.500.214	8.723.342	8.861.143	10.357.709	7.937.058	11.684.708

(Kaynak: KİB, 2017)

Yukarıdaki tabloya bakıldığında fındık ihracatında en önde gelen ülke olarak Almanya yer almaktadır ve bunu İtalya ve Fransa takip etmektedir. Bu ülkeler dışında 106 ülkeye fındık ihracatı yapılmaktadır. Türkiye'nin 2016 toplam ihracat rakamı 227.556.378 kg ve toplan ihracattan elde edilen kazanç 1.981.334.911 \$'dır (KİB, 2017).

Dünyadaki fındık fiyatının belirlenmesinde ülkemizde belirlenen fındık fiyatları etkin rol oynamaktadır. İhraç fiyatının yüksek olması durumunda en büyük rakiplerimiz olan İtalya ve İspanya, AB'nin sağladığı destekler ve nakliye avantajını kullanarak daha düşük fiyatlarla stoklarını eritmektedir. Hasat dönemlerine devrolan stoklar ise genellikle ülkemizde kalmaktadır (TMO, 2015:6).

2.6. Fındık İşleme Sanayi

Kırılıp kabuklarından ayrılarak natürel iç fındık elde edilmesine fındık işleme işlemi denmektedir. Geçmişte bu işlem ağaç tokmaklarla, fındık işlem atölyelerinde ve evlerde yapılırken, günden güne gelişen teknoloji sayesinde gazla çalışan motorlu makinelere oradan da günümüzde daha geniş kapsamlı fındık kırma fabrikalarına ve entegre fındık tesislerine geçilmiştir (Duman, 2009: 49).

Fındık yakın yıllara kadar sadece kabuklu ve iç olarak yurt dışına ihraç edilirken, günümüzde ise ihracatın önemli bir kısmı işlenmiş olarak yapılmaktadır. Diğer taraftan fındık kırma fabrikalarının da sayı ve kapasiteleri giderek artmış, bu suretle ihracata mal hazırlayacak imkânlar sağlanmıştır. Karadeniz Bölgesi Fındık İhracatçılar Birliği kaynaklarına göre özel sektör fındık kırma fabrikaları sayısı 128'e çıkmıştır (Gümrük Ticaret Bakanlığı, 2015: 18).

Tablo 8: Fındık Kırma Fabrikalarının Coğrafi Dağılımı ve Günlük Kapasitesi

Fındık Kırma Fabrikalarının Coğrafi Dağılımı ve Günlük Kapasitesi		
İller	Özel Sektör	
	Fabrika Sayısı	Kapasite (Ton-İç/8 Saat)
Sakarya	21	840
Düzce	17	875
Zonguldak	6	270
Samsun	13	605
Ordu	41	1.898
Giresun	21	605
Trabzon	9	237
Toplam	128	5.397

(Kaynak: Gümrük Ticaret Bakanlığı, 2015:19)

Tablo 8'de görüldüğü üzere fındık fabrikalarının en fazla yoğunlaştığı iller Ordu, Düzce, Sakarya ve Giresun şeklinde sıralanmaktadır. Özel sektör dışında Türkiye'nin ve dünyanın fındık sektörü bakımından önemli bir yere sahip diğer bir kuruluşu da Fiskobirlik'tir.

Fiskobirlik, ülkemizde üretilen fındığın işlenmesi suretiyle ürün kalitesini ve çeşitliliğini artırmak, damak zevkine yeni tatlar sunmak, hammadde, yarı işlenmiş ve mamul ürünlerle ülke ekonomisine daha büyük katkı sağlamak amacıyla birçok ilde fındık kırma fabrikaları kurmaktadır. Fiskobirlik İstanbul'dan Artvin'e kadar 49 kooperatife bağlı 210.000'in üzerinde ortağın ve ülke fındığının sigortası konumundadır. Biri entegre tesisi bünyesinde olmak üzere 17 fındık kırma fabrikasına, yaklaşık 300 bin ton depolama kapasitesine ve günlük 645 ton iç fındık üretim kapasitesine sahiptir. 3000 çalışanı ve sahip olduğu Uluslararası Kalite

Belgesi ISO 9002 ile sektörünün dünyadaki en büyük ve en güçlü kuruluşudur (Fiskobirlik, 2015).

2.7. Fındıkla İlgili Politikalar

Dünyadaki fındık ihracatında sahip olduğu payla orantılı olarak Türkiye fındıktan büyük ihracat geliri sağlamaktadır. Türkiye'nin izleyeceği fındık politikası belirlenirken, bu noktaların göz önünde tutulması ve politika amaç ve hedeflerinin buna uygun olarak belirlenmesi gerekmektedir (Sarimeşeli ve Aydoğmuş, 2000).

Türkiye'de fındık dikim alanları 2008 yılına kadar sürekli artış göstermiştir. Bu artışla orantılı olarak fındık üretimi de yükselmiş, dolayısıyla zamanla eritilemeyen fındık stoklarının oluşmasına neden olmuştur (TEPGE, 2012). Bunun üzerine 15 Temmuz 2009 tarih ve 2009/15201 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile kabul edilen “yeni fındık stratejisi” ile fındığın desteklenmesi yeniden düzenlenmiştir. Yeni düzenlemenin üretim alanlarının sınırlandırılması ve alternatif ürün projesine dayanan iki yönü vardır. Birincisi ruhsatlı alanlarda üretim yapan fındık yetiştiricilerine yönelik “Alan Bazlı Gelir Desteği”; ikincisi ise ruhsatsız alanlarda fındık yetiştiren fındık üreticilerine yönelik “Alternatif Ürün Desteği-Telafi Edici Ödeme Desteği” verilmesidir (Alp, 2013: 90).

Türkiye fındık sektöründe uygulanmış ve uygulanmakta olan politikalara genel olarak bakıldığında “Alım ve Fiyat Destekleme Politikaları” öncelikle Fiskobirlik (1938-2006) tarafından ve 2006'dan sonra “Toprak Mahsulleri Ofisi” alım ve fiyat desteklemeleriyle devam etmiştir. Sonrasında dikim alanlarına yapılan sınırlama, alternatif ürün projesi ve yeni fındık stratejisi olarak devam etmektedir (Kayalak Balık ve Özçelik, 2012).

2.8. Fındık Sektörünün Sorunları

Türkiye'nin dünya piyasasında ciddi şekilde söz sahibi olduğu fındık piyasasında yıllardan beri aşılamayan birçok problemi bulunmaktadır. Bu problemler hem iç piyasada hem de dış piyasada Türk fındık sektörüne zarar vermektedir.

Fındık dikim alanının çok genişlemiş olması; fındık üretiminde kalitenin düşmesine, fiyat istikrarının bozulmasına ve alternatif ürün olmadığından yöre halkının veya geçimini fındık üretiminden temin eden kişilerin ekonomik anlamda zorlanmalarına sebep olmaktadır (Doğanay, 2005: 250).

Pazarlama ağının geliştirilememesi ve fındık ihracat politikalarındaki istikrarsızlık, diğer ülkeleri fındık üretimine yönlendirmektedir. Kırıcı, işleyici ve ihracatçı ile tüccarların fındığı aynı fiyattan almamaları fiyat istikrarsızlığına sebep olan bir başka faktördür. (Hekimoğlu ve Altındağ, 2006: 39).

Bölgelerde lisanslı depolama yetersizliği nedeniyle depolama sorunu yaşanmaktadır. Bu problemde ürünün kalitesinin düşmesine ve dayanma ömrünün azalmasına neden olmaktadır. Ürünün paketlenmesi, depolanması ve pazarlanması konusunda tam anlamıyla bir birlik ve beraberlik sağlanamamakta, bu da fındıkla ilgili bölgenin en önemli sorunları arasında yer almaktadır (RTB, 2014).

Sektöre yatırım yapacak olanların elinde doğru istatistikî verilerin olmayışı, elde edilen verilerin çeşitli kaynaklara göre farklılık göstermesi; kapasite belirleme, işletme yeri, sermaye yapısı ve finansman ihtiyacı gibi konular da güvenilir bir fizibilite raporu oluşturulmasını engellemektedir (Hekimoğlu ve Altındağ, 2006).

Fındık kırma ve işleme fabrikalarının daha yüksek kapasitede çalıştırılarak işleme masraflarının düşürülebilmesi için fındığın yıl içinde düzenli bir şekilde piyasaya girişinin sağlanması, tam mamul üretimine yönelik yatırımların dışındaki yeni yatırımlara izin ve teşvik verilmemesi, buna karşılık işleme sanayindeki mevcut firmaların birleşmelerini sağlayabilecek teşviklerin getirilmesi gerekli görülmektedir (DPT, 2001: 60).

3.BÖLÜM

REKABET KAVRAMI VE ULUSLARARASI REKABET YAKLAŞIMLARI

3.1. Rekabet Ve İlişkili Kavramlar

3.1.1. Rekabet Kavramı

Tüm endüstriler gelişim ve değişimin etkisini yapılarına göre hissetmektedir. Acımasız sonuçlara sahip olan bu değişim süreci, kimi işletmelere bir anda büyüme fırsatı verirken kimi işletmelere de yaşama şansı tanımamaktadır. Rekabetin sınırları ülke sınırlarını aşmış bulunmakta, küçük ve sakin kasabasında hizmet veren bir market bile küresel rekabetten payını alır duruma gelmiştir. Dolayısıyla ülkeler ve işletmeler klasik yönetim anlayışının yetersizliğini, teknolojik gelişmeler sayesinde çok net ve açık bir şekilde gözlemleyebilmektedir. Böylece işletmeler rekabet, rekabet gücü ve rekabet avantajı kavramlarını anlamaya daha fazla zaman ayırmaya başlamıştır.

Rekabet kelimesinin sözlük anlamına bakıldığında “aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma, yarış” anlamına gelmektedir (TDK, 2015). Kavramın olumsuz yöndeki anlamı ise “birini çekememe, kıskanma” şeklindedir. Rekabet kavramı, kapitalist ekonominin başka bir ifade ile serbest piyasa ekonomisinin iktisat literatürüne kazandırdığı bir kavramdır (Tikici vd., 2007: 268).

Globalleşmenin etkisiyle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren rekabet kavramı tekrar şekillenmeye başlamıştır. Rekabet kavramının yıllar içindeki değişen yapısına yönelik süreç aşağıda paylaşılmaktadır (Aktan ve Vural, 2004).

- 1960’lı yıllarda işletmeler için en önemli konu, verimliliği artırmak ve daha fazla üretebilir hale gelmekti. Çünkü bu dönemin en önemli özelliği, üretilen her malın satılabilir olmasıydı. Rekabet üretim odaklıydı.

- 1970’lerde arzın giderek talebi aşması ile uluslararası ticarete adım adım geçilmeye başlanmıştır. Bu dönemde maliyet ve fiyat kavramları değer kazanmaya başlamış ve fiyat üzerinde kurulu bir rekabet türü gelişmeye başlamıştır.
- 1980’lerde ürün kalitesi en önemli unsur olmuştur. Rekabet konusu fiyat ve ürün kalitesi çevresinde konumlanmıştır.
- 1990’larda gelişen ve değişen yaşam şartlarına paralel olarak arzın talebi aştığı bu dönemde, rekabette hız ve esneklik önemli bir kavram haline gelmiştir.
- 2000’lerde ise ulusal ve uluslararası büyük bir alana sahip olan rekabetçi ortamda başarıya ulaşmak; benzersiz olmak, müşteri istek ve taleplerine hizmet eden bir rekabetçilik anlayışını benimsemeyi gerektirmektedir.

21. yüzyılda önemli kavramlardan biri olan globalleşme, özellikle 1970’lerden sonra neo-liberal politikaların takip edilmeye başlanması ile birlikte ekonomide ulusal ve uluslararası rekabeti yeni bir boyuta taşımıştır (Baltacı, 2012). Günümüz dünyasında rekabetçilik; ülkeler, bölgeler, kentler ve firmalar arasındaki farklılığı ortaya çıkarmada bir dönüm noktası olmuştur. Bir mekânın rekabetçiliği, o mekânın benzer ekonomik gelişme gösteren diğer mekân ekonomileriyle kıyaslanma ve uluslararası pazardaki konumunu belirleme açısından en önemli unsur haline almıştır (Eroğlu, 2013: 9).

Rekabet sadece ekonomik çevre ile sınırlı olmayıp yaşamın tüm alanlarında etkisi görülmekte ve farklı anlamlara gelmektedir (Ağgez, 2013: 3). Rekabet, değişik amaçlarla değişik unsurlar vurgulanarak ifade edilen iktisadi, siyasi ve sosyal boyutları olan bir kavramdır (TÜSSİDE, 2014). Rekabet bir ekonomist açısından ulusal verimliliğin ve yaşam standartlarının yüksekliği olarak algılanmaktadır. Bir politikacı için oluşturulan yeni düzenlemelerin rekabet eden işletmeler arasında nasıl algılandığı, uygulandığı, nasıl mücadele ettiğini ve yeteneklerini nasıl kullandığı olarak algılanmaktadır. Bir işletmeci için düşük maliyetli pazar yerine, kendi mal ve hizmetleri için pazar payına yansıyan karlılık ve değişiklik anlamına gelebilmektedir (The Asia Foundation, 2010). Rekabetle ilgili yapılan diğer tanımlamalar ise aşağıda sıralanmaktadır.

Porter (2007) rekabeti; insanın uğraş alanlarının çoğunda daha iyiyi başarmada toplumun en etkili güçlerinden biri olarak ifade ederek, rekabetin hayatın her aşamasında var olduğuna vurgu yapmaktadır. Yılmaz (2004) rekabeti; mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verebilmesini sağlayan bir yarış olarak ifade etmektedir.

Ülgen ve Mirze (2004: 257) ise kavramı daha çok müşteri gereksinimleri çerçevesinde değerlendirmekte, müşteri gereksinimlerini karşılarken, onların beklentilerini gerçekleştiren ve onlar için değer yaratan stratejilerle pazarda mücadele edebilmek şeklinde ifade etmektedir. Üretici ve tüketici temelli bir tanım yapan Ceylan ve Ambar (2014:17) ise rekabeti; iki ya da daha fazla üreticinin aynı tüketicilere mal ve hizmet satmaya çalışmaları ile ortaya çıkan durum olarak tanımlamaktadır.

Rekabet, evrensel kurallara bağlı bir ilişkiler sistemi şeklinde kıt kaynakları kullanıp, sınırlı bir talebi ekonomik olarak karşılama ve varlığını geliştirerek sürdürebilme mücadelesidir. Bir anlamda bir var oluş çabası olan rekabet, stratejik bir düşünce yapısının, belirli stratejik analizlerin ve bilinçli uygulama kurallarının benimsenmesini gerektirmektedir (Soyer, 2015).

Tanımlamalar birbirinden farklı olmakla birlikte, dikkat edilecek olunursa farklı kaynaklar rekabeti aynı unsurlarla tanımlamaya çalışmaktadır. Bu ortak unsurlar birden fazla kişinin, aynı amaca ulaşmak için çekişme, yarışma ve çaba harcamasıdır. Birden fazla kişi unsuru, rekabet kavramının ve ona ilişkin fiillerin sosyal olma niteliğini vurgulamaktadır (Badur, 1998: 5).

3.1.2. Rekabet Gücü

İlgili literatür incelendiğinde rekabet gücü kavramı, 1970 ve 1980'li yıllarda pazarın ve endüstrinin zamanla küresel yapılar haline gelmesiyle önemli hale gelmiştir (Timuçin, 2010). Kavram önceleri ülkelerin ürettiği ürün ve hizmetleri uluslararası pazara sunmak şeklinde tanımlanırken, sonraları ülkelerin temel hedeflerini gerçekleştirmeleri ve dış ticaretinde sorun yaşamadan gelir ve istihdam oranında büyümenin sağlanması şeklinde tanımlanmıştır (Çivi, 2000). Hatsopoulos

ve diğerleri (1988) rekabet gücünü; bir ülkenin ticari faaliyetlerini sürdürebilmek adına standartlarını iyileştirmesi ve yaşam standartlarını yükseltmesi şeklinde tanımlamaktadır. Avrupa Birliği Komisyonu rekabet gücünü endüstriyel açıdan ele alarak bir taraftan şirketlerin yerli ve küresel pazarlarda rekabet etme kabiliyetine vurgu yaparken öte yandan ülkelerin sahip olduğu işletmelerin gelişimini destekleme kapasitesi ile ilişkili olduğunu belirtmektedir (European Commission, 23.06.2017). Diğer bir tanıma göre Beceren (2004) rekabet gücünü; bugün ve gelecek yıllarda ithalat kısıtlamaları ve suni entegrelerin olmadığı bir ticari ortamda, milli ve uluslararası pazarlar için mal ve hizmet geliştirme, üretme, dağıtma, satma ve bunun sonucunda artan kazançlar elde edebilme ve aynı zamanda bölge dışına olan tüm satışları gerektiği kadar finanse edebilme yeteneği olarak tanımlamaktadır. Karaaslan ve Tuncer (2010) ise rekabet gücünü bir ülkenin sahip olduğu firmaların ulusal ve uluslararası piyasada başarılı olma yeteneği ve birlikte devletin yaşam standartlarını ve yaşam kalitesini artırmak olarak tanımlamaktadır.

Uluslararası rekabet gücü farklı seviyelerde, yani firma, endüstri ve uluslararası düzeyde yüksek rekabet gücüne sahip olmaya yönelik bir süreç olarak ele alınabilir. Bu nedenle, rekabet gücü, iki veya daha fazla ülkeyle ilgili olduğunda uluslararasılaşmaktadır. Dolayısıyla rekabeti daha detaylı anlamak adına genel perspektiften hareket ederek, endüstri ve firma düzeyinde daha spesifik rekabetçilik tanımlamaları yapılmaktadır (IMD, 2017).

Firma düzeyinde rekabet gücü, bir ülkedeki işletmeler ve rakipleri arasında mikro düzeyde ve ekonomiler arasında makroekonomik düzlemdeki rekabette hakimiyet ve istikrar sağlama kabiliyetini ifade etmektedir (Markus, 2008: 150). Diğer taraftan endüstri düzeyinde rekabet gücü; bir endüstrinin rakipleri ile eşit ya da rakiplerinden daha üst düzeyde bir verimlilik seviyesine yükselmesi ve bu seviyeyi devam ettirebilme yeteneği veya piyasadaki rakiplerine nazaran onlara eşit ya da daha düşük maliyette ürün üretme veya satma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Ada vd., 2008: 55).

Uluslararası düzeyde rekabet gücü, ödemeler dengesi zorluklarına girmeden bir ülkenin merkezi ekonomik politika hedeflerini, özellikle de gelir ve istihdamda gelişme yeteneğini ifade etmektedir. Teorik bağlamda ise uluslararası rekabetçilik,

açık ekonomide büyüme ve ödemeler dengesi hedefleri arasındaki bağlantıyı ve bu bağlantıya etki eden süreçleri incelemektedir (Fagerberg, 1988). Bazı araştırmacılar uluslararası rekabet gücünü artırmak adına farklı düzeydeki değişkenlere de vurgu yapabilmektedir. Walsh ve diğerleri (1992) teknoloji ve ürün dizaynlarının, Freeman (2004) ülke içindeki teknolojik altyapının, Gee (1981) teknoloji transferlerinin, Özçelik ve Taymaz (2004) firmaların yenilikçi yatırımlarının uluslararası rekabet gücünü elde etme çabası ile ilişkili olduğunu belirtmektedir.

3.1.3. Rekabet Avantajı

Rekabet avantajı kavramı geçmişten günümüze yöneticiler ve akademisyenler için önemli bir konu olmuştur (Doğan, 2004: 23). Rekabet firmaların piyasadan pay alabilme, pazarda bir yer edinebilme ve bu kazanımını koruyabilme ve artırabilme işidir. Rekabet içerisinde bulunan firmalar kendilerini rakiplerinden farklılaştırarak pazarda avantaj elde eden yetenekler geliştirmek mecburiyetindedir. Geliştirmeyi başarabildiği her yetenek firmaya rekabet avantajı kazandırmaktadır. Rekabeti tetikleyen unsurlarda tarihsel süreçlere bakıldığında farklılık olduğu gözlenmektedir ve literatürde farklı biçimlerde ele alınmaktadır (Ersezer, 2012: 47).

Farklı araştırmacılar, farklı dönemlerde değerlendirmeye aldıkları sektörlerin, koşulların ve teknolojik faktörlerin etkisi altında kalarak rekabet avantajı kavramını çeşitli şekillerde irdelemiştir. Alderson 1965’li yıllarda rekabet avantajının temelinin, işletmelerin rakipleri karşısında teknolojik, yasal ve coğrafi açıdan avantaj elde etmeleri olduğunu ifade etmektedir. Hall 1980’lerde rekabet avantajını daha farklı bir şekilde firmaların düşük maliyet ve farklı pozisyonlar elde etmesi olarak tanımlamıştır. Henderson ise 1983’te yeniliklere adapte olarak ve hızlı hareket ederek rekabet avantajının kazanılabileceğine vurgu yapmaktadır (Hoffman, 2000: 6). Hamel ve Prahalad (1996) 90’lı yıllarda rekabetin şekil değiştirdiğini belirtmiş ve rekabet avantajının var olana odaklanarak değil yeni fırsatlar ve alanlara odaklanarak kazanılacağını, bunun da eldeki kaynakların ve yeteneklerin hızlı değişen çevresel koşullara uyum sağlamayı destekleyecek şekilde geliştirilmesiyle gerçekleşeceğini belirtmektedir. Collis ve Montgomery (2000) bir şirketin kaynakları, o şirketin iş alanlarının başarısında kritik bir rol oynuyorsa, sonucun rekabet avantajı getireceğini belirtmektedir. Ayrıca örgütün bu kaynaklardan iş alanlarında yararlanacak şekilde

oluşturulduğunda, güç birliğinin elde edilmesi ve başarıya ulaşılmasının mümkün hale geleceğini vurgulamaktadır. Günümüzde ise rekabet avantajı firmaların tüketicilere daha üstün değer vermesi ve daha fazla avantaj sunması olarak algılanmaktadır (Mohammed, 2014). Bunların neticesinde kazanılan avantajların sürdürülebilir hale getirilmesi, pozisyonların korunabilmesi, sektörde yaşanan değişimlere hızlı bir şekilde uyum sağlanabilmesi firmalar için önemli hale gelmiştir (Kılınç ve Taşgit, 2007: 958).

Günümüzde ülkelerin veya işletmelerin kullandıkları stratejilerin çoğunun hedefinde rekabet avantajı elde etme fikri yatmaktadır. Porter (1998) rekabet avantajının “maliyet düşürerek” veya “farklılık” meydana getirerek elde edilebileceğini belirtmektedir. Yani rekabet avantajı; bir işletme, rakiplerinin sunduğu faydaları daha düşük maliyette sunabildiğinde (maliyet avantajı) ya da rekabet ettiği ürünlerin sahip olmadığı faydalar sunabildiğinde (farklılık avantajı) ortaya çıkmaktadır (Bulu vd., 2004: 145).

İşletmelerin içinde bulunduğu çevre devamlı olarak değişmektedir. Bu değişimleri tetikleyen unsurların başında teknoloji gelmektedir. İşletmeler karmaşık yapıdaki dış çevreye açıldıkça kendi yapıları da karmaşık bir hal almaktadır. Çünkü dış çevre direkt temas halinde olmak durumunda kaldığımız diğer işletme yapılarını da içinde barındırmaktadır (Scott, 2003). Dolayısı ile çevresel değişimleri ve buna bağlı olarak teknolojik gelişmeleri takip etmek, analiz etmek ve gerektiği yerlerde kullanabilmek işletmelere rekabet avantajı kazandırabilmektedir.

Teknoloji hem maliyet hem de farklılaşma açısından rekabet avantajı üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Şirketlerin rekabet konusunda değişikliklerini kullanarak rekabet üstünlüğü kazanmaları konusunda avantaj sağlamaktadır. Teknoloji, maliyetleri düşürerek ve farklılaşmayı artırarak şirketlere rekabet avantajı konusunda fayda sağlamakta ve bir şirketin faaliyetlerini bölgesel ve uluslararası çapta koordine etmesi konusunda destek olmaktadır (Porter, 1985).

Özellikle gözden kaçmaması gereken noktalardan biri de çevresel koşulların rekabet avantajı kazanma noktasında incelenerek, gerçekçi bir çevresel tanımlama yapılmasıdır. Çevresel analizlerde elde edilen bilginin netliği, güvenilirliği ve

geçerliliği, işletme ile çevre arasındaki ilişkinin belirsizliği ve çevreyi yönetme girişimleri konusunda geri bildirim süresinin uzun olması önemli problemler olarak ön plana çıkmaktadır (Olsen vd.,1998). Dolayısıyla gerçekleştirilen bu araştırmada sektördeki birçok oyuncunun araştırma sürecine dahil edilmesi ile elde edilecek bilginin güvenilirliğinin sağlanması amaçlanmıştır.

Küreselleşme, rekabeti gün geçtikçe bambaşka boyutlara taşımaktadır. Hayatta kalabilmek ve gelişimini devam ettirebilmek için, işletmeler zaman içerisinde meydana gelen yeni rekabet unsurlarına uyum sağlamaya mecburdur (Meriç, 2011). Firmalar rekabet avantajı sağlamak için artık yenilikçi ürünleri hızlı, düşük maliyetle ve yüksek kalitede, zamanında teslim edebilirse müşteri nazarında avantaj kazanabilmektedirler (Ersezer, 2012: 47).

3.2. Uluslararası Rekabet Gücü Yaklaşımları

Bu başlık altında uluslararası rekabet gücünü belirlemeye yönelik geliştirilen modellerden; Krugman'ın Yaklaşımı, Çift Elmas Modeli, Geliştirilmiş Çift Elmas Modeli, Robert Rech'in Bilgi Temelli Yaklaşımı, Cho'nun Dokuz Faktör Modeli, Kurumsal Yaklaşımlar ve araştırma kapsamında Düzce fındık sektörünün rekabet gücünü belirlemeye yönelik kullanılan Porter'ın Elmas Modeli incelenmektedir.

3.2.1. Krugman'ın Yaklaşımı

Krugman'ın modeli rekabet konusunda önemli ve temel nitelik gösteren bir çalışmadır. Bu teoride Krugman, temel olarak ülkelerin, firmaların birbiriyle rekabet ettiği gibi rekabet edemeyeceklerini savunmaktadır. Bundan dolayı teori, uluslararası rekabetçilik kavramına uzaktır. Bu teoride rekabet gücünü açıklarken asıl üzerinde durulması ve önemsenmesi gereken konunun verimlilik olması gerektiğine vurgu yapılmaktadır (Krugman, 1991).

Krugman (1994) ülkelerin rekabet güçlerinin, firmaların rekabet güçlerini açıklamaktan daha zor olduğunu ifade etmektedir. Rekabet gücü olmadan, bir ülkenin sürdürülebilirliğini sağlaması olağan iken, firmalar için bunu

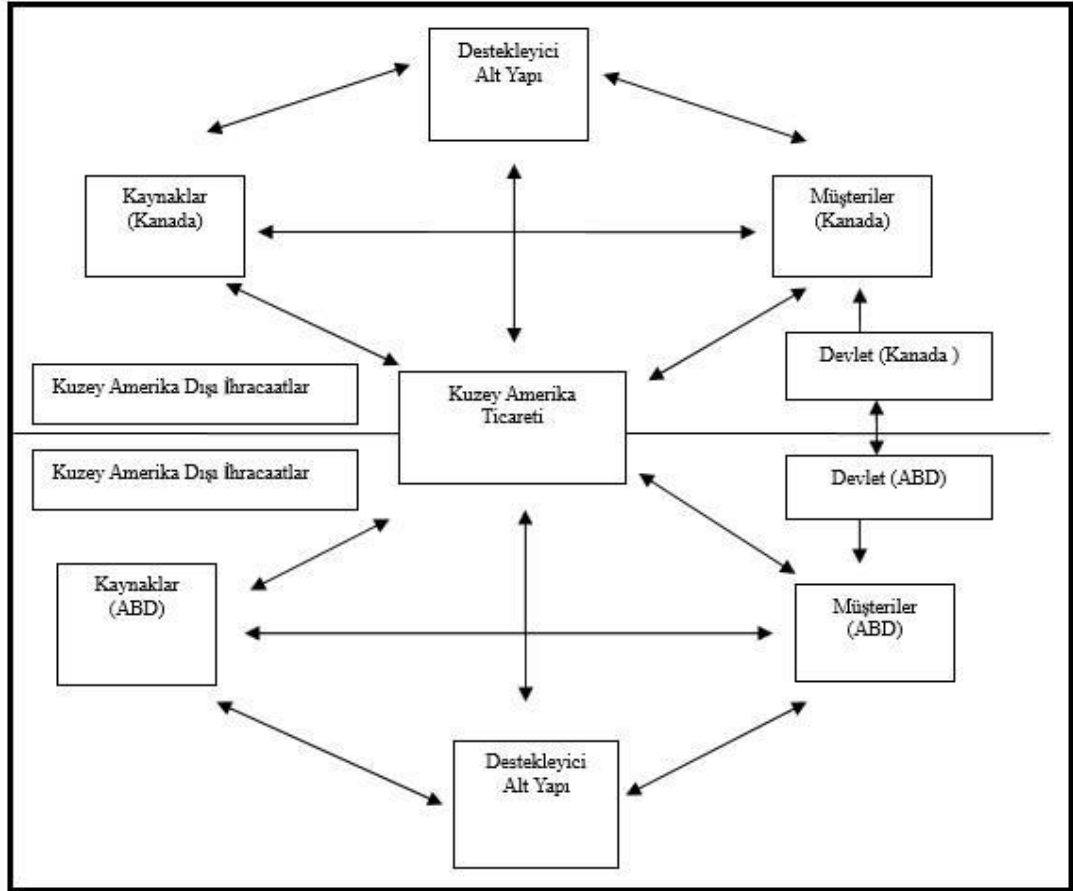
söyleyebilmenin güç olduğu belirtilmektedir. Bu yaklaşım, ülke rekabetçiliği ve firma rekabetçiliği arasında bir bağlantı kurularak veya bir ilişki olduğunu düşünerek rekabet gücünün açıklanmaya çalışılmasını eleştirmiştir. Ülkelerin şirketler gibi iflasa ulaşma noktalarının olmaması nedeniyle, ülkeler ekonomik performanslarıyla mutlu ya da mutsuz olabilirler. Dolayısıyla milli rekabetçilik kavramı anlaşılacak kadar fazla bileşenden meydana geldiğinden, firma rekabetçiliği ile bağdaştırılarak ifade edilemeyecek bir kavramdır.

Krugman, ülkelerin rekabet gücü yerine verimlilik kavramı üzerinde durmuş ve verimliliğin yerel bir olgu olduğunun altını çizmiştir. Krugman, ülkelerin rekabet güçlerinin artırılması için kullandıkları finansal kaynakları gereksiz görmekte, ülkeler için rekabet gücü kavramını ise ülke ticaretini zora sokabilecek ve yanlış politikalar meydana getirecek bir faktör olarak ifade etmektedir. Rekabetçiliği saplantı haline getirmenin, sadece yanlış değil, aynı zamanda tehlikeli bir durum da olduğunun altını çizen Krugman, rekabet gücünün yerel politikaları çarpıtmakla birlikte uluslararası ekonomik sistemleri de tehdit ettiğine vurgu yapmaktadır. Rekabet gücü kavramının, devlet yöneticileri tarafından yanlış anlaşıldığı görüşünü savunmakta ve uluslararası rekabet gücünü politikacıların tehlikeli bir takıntısı olarak görmektedir (Krugman, 1994).

3.2.2. Çift Elmas Modeli

Uluslararası rekabet ve rekabet gücü konuları üzerinde çalışan birçok araştırmacı, Porter tarafından geliştirilmiş olan elmas modelinin sadece ülke içerisindeki birtakım şartları incelemesinden dolayı, uluslararası şartlara değinmediği gerekçesiyle eleştirmişlerdir (Altay, 2006: 44).

Şekil 1: Çift Elmas Modeli



(Kaynak: Rugman ve D’Gruz, 1993: 32)

Rugman ve D’Cruz (1993) geliştirdiği çift elmas modelinde, Porter’ın elmas modelinin eksik yönlerini ortaya koymuşlardır. Porter’ın elmas modeli ülke ekonomisi ve çok uluslu şirketler arasındaki ilişkiye değinmediğinden, Porter’ın modelinde eksikler olduğunu ortaya koyan çift elmas modelinde, çok uluslu şirketlerin dünya üzerindeki rekabet gücüne etkileri ve hâkimiyetleri konularına değinilmektedir. Bu amaçla Porter’ın geliştirmiş olduğu elmas modeli tekrardan ele alınmıştır.

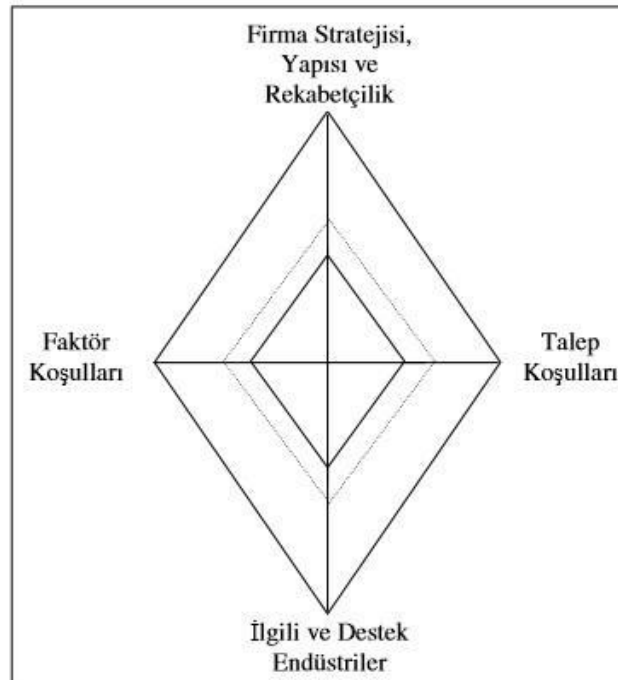
Araştırmacılar, Kanada üzerinde yaptıkları araştırmalar sonucunda, sadece Kanada için çizilen bir elmas modelinin ülkenin uluslararası rekabetçilik düzeyini açıklamada yetersiz kalacağını, çünkü ülkenin ABD ile yüksek düzeyde entegre faaliyetlere sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle Kanada’nın uluslararası rekabetçiliğini anlamak için bir de Kuzey Amerika üzerinden bir elmas modeli çizilmesi gerektiğini ifade etmektedir (Rugman ve D’Cruz, 1993). Dolayısı ile çift

elmas modelinin temel vurgusu; bir ülkenin uluslararası rekabetçilik düzeyini ortaya koymak için gerek ülke içindeki sektörel hareketleri ve sektördeki işletmelerin hareketlerini, gerek bu sektörlerin ve işletmelerin yoğunlukla yatırım ilişkisi içinde olduğu ülkelerin hareketliliklerini birlikte ele alarak doğru rekabet analizi yapılabilir.

3.2.3. Genelleştirilmiş Çift Elmas Modeli

Rugman ve D’Cruz’un (1993) “Çifte Elmas Modeli”, Kanada gibi bir ülkeye çok iyi uymakla birlikte Kore ve Singapur gibi küçük ülkelerde çok iyi sonuçlar vermemiştir. Araştırmacılar, çift elmas modelindeki birtakım eksikliklerden yola çıkarak, elmas modelini tekrardan değerlendirip, küçük ekonomilerin analizini daha iyi yapabilmek amacıyla geliştirmiştir. Genelleştirilmiş çift elmas modelinin şekli aşağıda verilmiştir.

Şekil 2: Genelleştirilmiş Çift Elmas Modeli



(Kaynak: Moon, Rugman ve Verbeke, 1998: 138)

İlk olarak, ortaya konan çift elmas modelinde ABD ve Kanada ele alınmaktaydı ve bu ülkeler gelişmiş olduğundan ilk modelin uygun olması

olağandı. Fakat modelin az gelişmiş ülkelerin rekabetçilik düzeylerini ölçemediği ortaya çıkmıştır. Genelleştirilmiş çift elmas modeliyle Kore ve Singapur gibi az gelişmiş ülkelerin rekabetçilik gücü ölçümüne uygun bir model aracılığıyla bu problem çözümlenmeye çalışılmıştır (Moon vd., 1998).

Kore ve Singapur gibi az gelişmiş ülkelerin firmaları, sadece yerel şartlarda değil küresel şartlarda da kaynak ve pazar hedeflemektedir. Bu nedenle, ülkelerin rekabetçiliği yerel elmasa bağlı olduğu kadar uluslararası elmasa da bağlıdır. Yukarıdaki şekilde en dıştaki kısım küresel elması, en içteki kısım ise yerel elması ifade etmektedir. İki elmas arasındaki kesikli çizgi ise hem yerel hem de uluslararası parametrelerle belirlenen ülkenin rekabetçiliğini ifade eden uluslararası elması göstermektedir (Özer, 2012: 55-56).

Porter'in elmas modeli ve bu modelin geliştirilmesi ile ortaya çıkan yeni iki model arasında önemli farklar tespit edilmektedir. İlki, bir ülkedeki sürdürülebilir katma değerli faaliyetler hem yerli hem de yabancı sahipli firmaların çabaları sonucu oluşabilmektedir. İkincisi, sürdürülebilirlik birçok ülkeye uzanan coğrafi uzantılar gerektirebilir ki bu şekilde firma için çeşitli ülkelerde birbirini tamamlayabilen özel ve yerel avantajlar oluşur. Ayrıca, genelleştirilmiş çift elmas modeli, hükümeti bir dış parametre olarak görmek yerine, elmas modelinin dört parametresini etkileyen önemli bir değişken olarak görür (Yiğit, 2008: 102).

Porter'in çokuluslu faaliyetler konusunu dar bir bakış açısı ile ele alması, Singapur ve Kore'nin potansiyelini hafife alması sonucunu ortaya çıkarmıştır. Singapur'un konumu ve yeteneksiz/az yetenekli işgücü, rekabet avantajı sağlamakla birlikte, ulusal rekabet avantajına kaynak olamamaktadır. Oysaki Moon ve diğerlerine (1998) göre bu unsurlar Singapur'u yeni endüstrileşen ülkeler arasında zirveye taşımakta ve gerek yurt içindeki doğrudan yabancı yatırımlar gerek yurtdışındaki Singapur'lu yatırımcıların hamleleri Singapur'a önemli rekabet avantajları kazandırmaktadır. Porter, işgücü ile ilgili benzer yanılgılara Kore üzerindeki değerlendirmelerinde de düşmüştür. Dolayısıyla geliştirilmiş elmas modeli ile Porter'in modeli arasındaki en önemli farklılık, ülkeler tarafından gerçekleştirilen çokuluslu faaliyetlerin dikkate alınması konusudur (Moon vd., 1998).

3.2.4. Robert Reich'in Bilgi Temelli Yaklaşımı

Robert Reich, Porter'ın yaklaşımında örgütsel üstünlüklere kaynaklık eden ulusal nitelikleri, küresel rekabet gücünü belirlemede ön plâna çıkarmasını eleştirmiştir (Timuçin, 2010: 66). Bunun üzerine yeni bir model geliştirmiş ve bu modelde bilginin rekabet gücü kazanımında asli rol oynayan üretim faktörü olduğunu belirtmiştir (Başkılıç, 2006: 18).

Sanayi toplumu, standart mal ve hizmetlerin kitlesel üretimine ve kitlesel dağıtımına dayanmaktadır. Şirketlerin amacı, aynı malı çok miktarda ve rakiplerinden ucuza üreterek ve dağıtarak birim maliyeti düşürmektir. Şirketler “üret, depola, sat” mantığıyla hareket etmektedirler. Bilgi toplumu ise daha karmaşık ve zengin bir toplumsal yapının göstergesidir (Tonta ve Küçük, 2005). Reich (1991) başarılı şirketlerin, “emek yoğun ve yüksek hacimli üretim anlayışından fikir odaklı yüksek değere sahip üretim anlayışına” geçiş yapabilen ve sektörün teknolojik yeniliklerine öncülük edebilen şirketler olduğunu belirtmektedir.

Bilgi toplumunda şirketlerin amacı; müşteriler için kitlesel olarak kişiselleştirilmiş mal ve hizmetler üretilip, müşterinin istediği kişiselleştirilmiş malı ya da hizmeti, istediği fiyata dünyanın neresinden olursa olsun sağlayabilmektir (Tonta ve Küçük, 2005). Entelektüel ve finansal sermaye her yerden gelebilir ve anında devreye sokulabilir olacaktır (Timuçin, 2010:66).

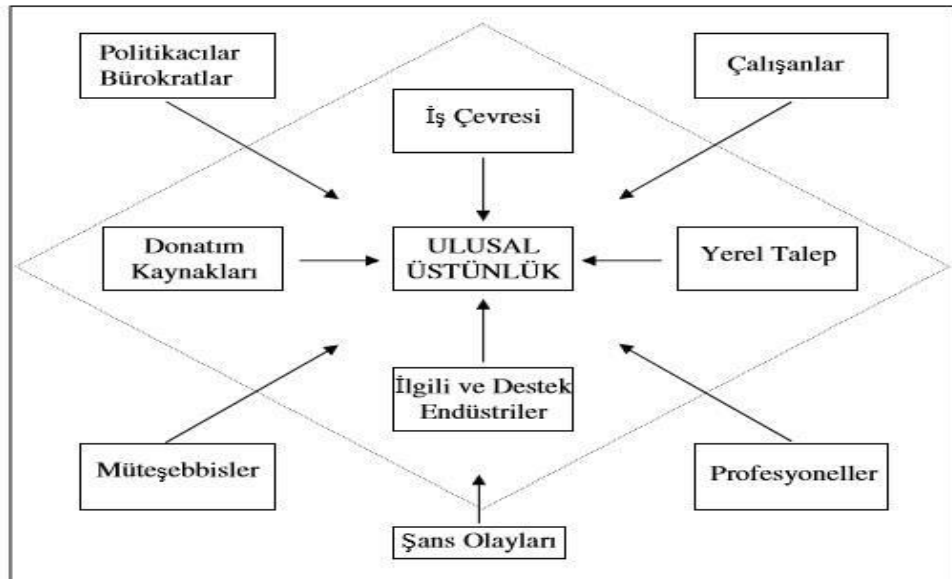
Reich (1991) gelecekteki şirketleri oluşturacak işçi gruplarını; stratejik brokerler, sorun tanımlayıcılar ve sorun çözenler şeklinde 3 farklı grupta ele almaktadır. Stratejik brokerler, sorun tanımlayıcıların ve problem çözenlerin mümkün olduğu kadar az bürokratik müdahaleye sahip bir ortamda çalıştıklarını garanti ederken, stratejik planlamaya katılırlar. Sorun tanımlayıcılar, pazardaki herhangi bir kayda değer değişikliği saptamak için doğrudan halkla birlikte çalışacaktır. Talep veya müşteri tercihlerinde bir değişiklik tespit edildiğinde; bilgi, derhal müşteriyi tatmin etmek için çıktıyı yönlendiren problem çözenlere iletilir. Görülebileceği gibi, yeni uluslararası pazar yerinin kısa ömürlü doğasını korumak için üç grup arasında doğrudan iletişim gereklidir (Reich, 1991). Dolayısı ile gerek işletmeleri gerek işletmelerin sektördeki diğer işletmeleri ile olan ilişkilerini, bilgi

temelli ağlar aracılığı ile anlamaya çalışmak ve bu ağları sürekli bilgi akışını sağlayabilmek için kullanmak, beraberinde yeni pazarlarda rekabet avantajı getirecektir.

3.2.5. Cho'nun Dokuz Faktör Modeli

Ulusal rekabet gücünü açıklamaya çalışan teorilerden bir diğeri de Güney Koreli iktisatçı Dong-Sung Cho'nun geliştirdiği "Dokuz Faktör Modeli"dir. Cho'nun modeli Porter'ın modeliyle benzerlikler göstermektedir. Bu benzerlikler; doğal kaynaklar, ilgili ve destekleyici endüstri, iç talep gibi içsel faktörler ile dışsal bir faktör olan şans faktörünün iki modelde de rekabet gücünü açıklamaya çalışmakta kullanılması şeklindedir. Bu modelleri birbirinden farklı kılsa Cho'nun Porter'ın modelinde gördüğü eksikliklerdir. Cho, Porter'ın elmas modelinin sadece gelişmiş ülkeleri, yani endüstriyel gelişimini tamamlamış ülkeleri göz önünde bulundurduğunu, az gelişmiş devlet yapılarını ve çok uluslu faaliyetleri göz ardı ettiğini ve bunun büyük bir eksiklik meydana getirdiğini ifade etmektedir (Cho ve Moon, 2002). Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin rekabet gücünün ölçülmesi için yeni bir model geliştirilmesinin gerekliliği üzerine dokuz faktör modelini geliştirmiştir (Cho, 1998).

Şekil 3: Cho'nun Dokuz Faktör Modeli



(Kaynak: Cho, 1998: 5).

Şekil 4’de gösterilen model rekabet gücünü üç yönden incelemektedir. İlki fiziksel faktörler; doğal kaynak zenginliği, iş yapısı, ilişkili ve destekleyici kurumlar ve yerel talep. İkincisi insani faktörler ki bunlar; çalışanlar/işçiler, politikacı ve bürokratlar, girişimciler ve profesyonel yöneticiler ve mühendislerdir. Son olarak üçüncü faktör ise dışsal bir faktör olan şanstır (Cho, 1998).

Cho’nun modelinde bulunan dört unsur, Porter’in modelindeki dört unsurla benzeşmektedir. Bunlar doğal kaynaklar, ilgili ve destek endüstri, talep koşulları ve şans ya da diğer adıyla değişen koşullardır. Cho’nun modelinde insan faktörü bir alt faktör olmaktan çıkıp, tek başına önemli bir faktör konumuna gelmektedir. Bununla birlikte devlet faktörünün önemi belirtilmiş, bürokratlar ve politikacılarda bu modelde kullanılmıştır. Girişimciler ve politikacılar da modelde farklı bir faktör olarak yer almaktadır. Cho’nun dokuz faktörünün hepsi rekabet gücünün belirlenmesinde farklı rollere ve görevlere sahiptirler (Ahmadov, 2010: 65).

Şekil 4: Elmas Modeli ve Dokuz Faktör Modelinin Karşılaştırılması

<u>Elmas Modeli</u>	<u>Dokuz Faktör Modeli</u>		
1. Faktör koşulları	1. Donatım Kaynakları	}	Fiziksel Faktörler
	2. İş çevresi		
2. Firma stratejisi, yapısı ve rekabetçilik	3. İlgili ve Destek Endüstriler	}	İç Faktörler
	4. Yerel Talep		
3.İlgili ve destek endüstriler	5. Çalışanlar	}	Beşeri Faktörler
4. Talep koşulları	6.Politikacılar&Bürokratlar		
5. Hükümet	7. Müteşebbisler		
	8.Profesyonel yöneticiler&Mühendisler		
6. Şans	9. Şans, Olaylar		Dış Faktörler

(Kaynak: Yiğit, 2008: 104)

Cho ve Porter’in modelleri arasındaki farklılık faktörlerin bölümlendirilmesi ve yeni faktörlerin eklenmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Porter modelinde, faktör koşullarında hem ulusal kaynakları hem de emek

faktörünü modele dâhil eder. Fakat Cho modelinde, doğal kaynakları donatım kaynaklarının altında, emek faktörünü de çalışanlar kategorisinin altında inceler. Beşerî faktörler, uluslararası başarı kazanmak için fiziksel faktörleri kullanırlar (Cho ve Moon, 2002).

3.2.6. Kurumsal Yaklaşımlar

Ülkelerin rekabet gücünün ölçülmesi konusunda iki önemli kurum ön plana çıkmaktadır. Bunlar Dünya Ekonomik Formu (World Economic Forum) ve Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü'dür. Bu iki kuruluş, ülkelerin rekabet gücünü ölçme konusunda çalışmalar yapmaktadır.

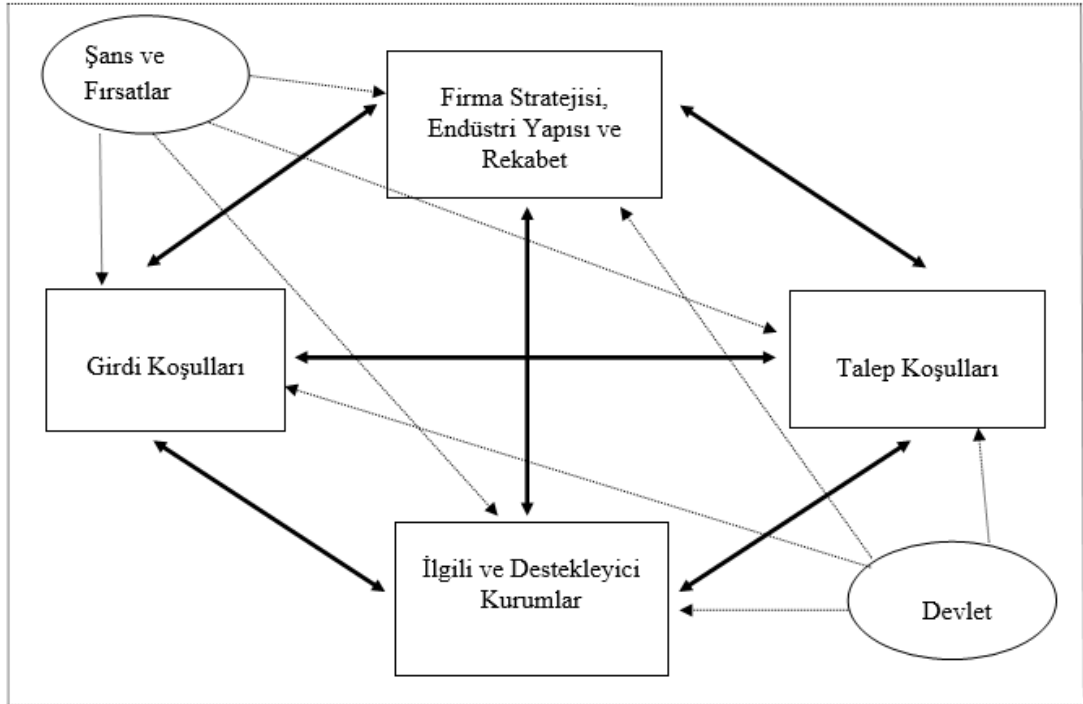
Dünya Ekonomik Forumu adlı uluslararası kuruluş, her yıl Global Rekabet Raporu (Global Competitiveness Report), Afrika Rekabet Raporu, Seyahat & Turizm Rekabet Raporu, Global Bilgi Teknolojileri Raporu vb. gibi küresel veya bölgesel nitelikte raporlar yayımlamaktadır. Global Rekabet Raporu, küresel rekabet endeksi adı verilen bir endeks yardımıyla ülkelerin uluslararası rekabet gücü açısından dünya ölçeğinde durumunu değerlendirmektedir (Altay, 2006: 47). Küresel rekabet endeksi, her biri bir ülkenin verimlilik ve rekabeti açısından önemli veriler içeren üç alt endeksten oluşmaktadır. Üretim faktörleri odaklı ekonomiler için en temel gösterge olan birinci endeks, temel gereklilikler alt endeksidir ve ülkeleri kurumsal yapı, makroekonomik istikrar, sağlık ve temel eğitim başlıkları altında değerlendirmektedir. Verimlilik odaklı ekonomiler için alt indeks verimlilik güçlendiriciler olarak adlandırılmakta ve yükseköğretim ve hizmet içi eğitim, ürün piyasaları etkinliği, emek piyasalarının etkinliği, finansal piyasaların gelişmişliği, teknolojik altyapı ve pazar büyüklüğü bileşenlerini dikkate almaktadır. İnovasyon faktörleri alt endeksi, özellikle inovasyon odaklı ekonomiler için önem taşıyan iş dünyasının gelişmişlik düzeyi ve inovasyon bileşenlerinden oluşmaktadır (GCR, 2016). Raporla bilgilerine direkt ya da dolaylı yollardan ulaşılabilen ülkeler yukarıda belirtilen kriterler kapsamında kıyaslanmakta ve rekabet gücü açısından sıralanmaktadır. 2016-2017 raporuna göre İsviçre, Singapur ve ABD 138 ülke arasında ilk üç sırada yer almaktadır. Türkiye ise aynı raporda 7 üzerinden 4,39 puanla küresel sıralamada 55. sırada yer almaktadır (WEF, 2017).

İsviçre’de kurulmuş olan Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (IMD), ulusal ekonomilerin dünya pazarındaki rekabet güçlerini ölçmektedir. Her yıl piyasadaki değişimlere göre bir rapor çıkarmaktadır. Rekabet gücünü dört temel faktöre bağlı yirmi alt boyutta ele alarak değerlendirmeye çalışmaktadır. Birinci faktör olan Ekonomik Performans; yerel ekonomi, uluslararası ticaret, uluslararası yatırımlar, istihdam ve fiyatlar boyutlarından oluşmaktadır. İkinci faktör olan Devletin Etkinliği/Verimliliği; kamusal finans, mali politikalar, kurumsal arka plan, iş dünyasındaki yasal yapı, sosyal arka plan boyutlarından oluşmaktadır. Üçüncü faktör olan İş Dünyasının Etkinliği/Verimliliği ise; verimlilik, işgücü pazarı, finans yönetim uygulamaları, tutumlar ve değerler boyutlarından oluşmaktadır. Dördüncü faktör olan Altyapı ise şu alt faktörlerden oluşmaktadır; temel altyapı, teknolojik altyapı, bilimsel altyapı, sağlık ve çevre düzeyi ve eğitim. Sonuç olarak dört temel faktör altında beş boyuttan oluşan yirmi başlık altında değerlendirmektedir. Bu sistematik ölçüme dayalı olarak ülkelerin veya şirketlerin rekabetçilik düzeyinin belirlenmesi amaçlanmaktadır (IMD, 2015).

3.2.7. Porter’ın Elmas Modeli

Porter (1998) ulusların rekabet gücünü, ulusal avantajın belirleyici faktörlerini ortaya koyduğu elmas modeli ile açıklamaya çalışmaktadır. Bir ülkenin belirli bir pazarda uluslararası başarıyı kazanması, o ülkede rekabet avantajı kazanmak veya rekabeti engellemek için birbirleri ile yarışan yerel işletmelerin dört faktörü takip ederek çevreyi şekillendirmesi ile gerçekleşebilmektedir. Elmas modeli şekil 6’da gösterildiği üzere birbirleriyle bağlantılı dört içsel faktör ve bunları etkileyen iki dışsal faktörden oluşmaktadır.

Şekil 5: Porter'ın Elmas Modeli



(Kaynak: Porter, 1998: 127: 33)

Modelde rekabet gücünü ortaya koymak amacıyla belirtilen faktörlerin detaylı bir şekilde açıklanması, modelin fındık sektörüne uyumlaştırılması açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle tüm alt faktörler aşağıda detaylı şekilde açıklanmaktadır.

3.2.7.1. Girdi Faktörleri

Bir endüstride rekabet etmeyi sağlayan işgücü, işlenebilir toprak, doğal kaynaklar, sermaye ve altyapı gibi faktörler o işletmenin girdi faktörlerini oluşturmaktadır. Girdi faktörleri, rekabet avantajı kazanmada oldukça önemlidir. Bu faktörler, ülkelerin çabaları sonucu meydana gelmekte, miras kalan faktör sayısının ise oldukça az olduğu görülmektedir. Rekabet avantajı kazanmada girdi faktörlerinin rolünü daha iyi anlamak için alt gruplarını belirtmek faydalı olacaktır (Porter, 1998):

- İnsan Kaynakları: İşgücü miktarı, yetenekler, personel maliyeti, iş etiği, çalışma saatleri.

- Fiziksel Kaynaklar: Kalite, erişilebilirlik, arazi-su-hammadde-enerji maliyetleri, bulunulan bölge koşulları, iklim, coğrafi büyüklük, saat dilimi.
- Bilgi Kaynakları: Mal ve hizmetlerle ilgili bilimsel ve teknik bilgi yanında pazar bilgisi.
- Sermaye Kaynakları: Sermaye piyasasındaki mevcut sermaye maliyeti ve miktarı.
- Altyapı: Yapının modeli ve kalitesi, taşıma sistemi, iletişim sistemi, ödeme ve fon transferleri, sağlık sistemi, konut sistemi ve kültürel kurumlar.

Her ülkenin kendine ait bir faktör havuzu bulunmaktadır. Önemli olan bu faktörleri modeldeki doğru yerlere doğru şekilde yayabilmektedir. Bu şekilde ülkeler sahip oldukları faktörleri ile rekabet avantajı sağlayabilirler. Doğal kaynaklar, iklim, kuruluş yeri, yetersiz işgücü ve borç sermayesi gibi temel faktörler ile modern ve dijital veri iletişim altyapısı, yüksek eğitilmiş personel, AR-GE gibi gelişmiş faktörler birbirinden ayırt edilmelidir. Temel faktörler ya miras kalmakta ya da üretimi basit nitelikte özel ve sosyal yatırımlar gerektirmektedir. Günümüz iş koşulları rekabet avantajı kazanmada gelişmiş faktörlerin önemini artırmıştır. Ürünlerini farklılaştırmak, tescilli üretim teknolojisine sahip olmak isteyen işletmeler hem insan sermayesi hem de fiziksel sermaye gerektiren gelişmiş faktörlere daha çok önem göstermelidir (Porter, 1998).

3.2.7.2. Talep Koşulları

Talep koşullarını etkileyen en önemli faktör şüphesiz alıcıların (müşterilerin) ihtiyaçlarıdır. Bir ürün veya hizmetin talebi ile ilgili değişkenler, firmaların alıcıları nasıl algılaması, yorumlaması ve cevap vermesi gerektiği konusunda yol göstermektedir. Eğer yerel firmalar talep konusunda erkenden net bir bilgiye sahip olursa veya alıcılar yerel firmalara daha yenilikçi ve gelişmiş ürün ve hizmet üretmeleri konusunda baskı yaparlarsa bu o ülkenin rekabet avantajı kazanmasını sağlayacaktır (Porter, 1998).

Bir ürüne iç pazardaki talep dış pazarlardaki talepten daha yüksek olduğu zamanlarda bölgesel kuruluşlar bu ürüne daha fazla önem verirler. Bu ürün ihraç edilmeye başlandığında, rekabet avantajını da beraberinde getirir (Bulu vd., 2004: 147). Porter, özellikle iç talebin gelecekte oluşacak talep yapısı hakkında firmalara doğru sinyaller verebilmesi halinde, ulusların veya ulusal firmaların bu sinyali yabancı şirketlerden önce algılayarak rekabet avantajı sağlayacaklarını belirtmektedir (Bulu vd., 2006: 55).

3.2.7.3. İlgili ve Destekleyici Kurumlar

Rekabet avantajı kazanmada diğer önemli bir faktör, ülkelerin yoğunlaştığı sektörlerle bağlantısı bulunan diğer sektör ve endüstrilerle, bunlara her türlü desteği sağlayan tedarikçi işletmelerin gelişmişlik düzeyi ve rekabet gücüdür (Çivi vd., 2008: 6). Küresel anlamda başarıya ulaşmış bir sektör, kendisi ile ilgili bir başka sektörü de başarılı hale getirebilmektedir. İtalya, altın ve gümüş takı sektöründe liderliğini sürdürmektedir. Bunun nedeni altın ve gümüş ile ilişkili diğer İtalyan firmaların dünyadaki takı yapım makinelerinin üçte ikisini üretiyor ve değerli taşların geri dönüşümünde de lider firmalara sahip olmasıdır (Porter, 1998). Farklı şekillerde ilişki içinde bulunulan sektörlerden ve bu sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerden sağlanan bilgi akışı, yenilikçi fikirleri ve teknolojileri pekiştirecek, güncel olayları yakından takip etme fırsatı sunacak ve rekabet avantajını artıracaktır.

Rekabet gücü yüksek uluslararası bir tedarikçi, üretimdeki verimlilik ve hızı artırmakla beraber, en ucuz-verimli ürüne ulaşmayı sağlayarak rekabet avantajı kazanılmasına yardımcı olabilir. Yerel tedarikçilerin tedarik bağlantılarının etkinliği, tedarikçilerin değer yaratma sürecine katkıları ve en önemlisi tedarikçilerin yenilik ve gelişim sürecine olan katkıları, rekabet avantajı kazanma sürecini hızlandırmaktadır.

3.2.7.4. Firma Stratejisi, Endüstri Yapısı ve Rekabet

İşletmelerin kuruluş biçimleri, organizasyon yapıları ve yönetim biçimleri ile rekabetin yapısı, İşletmelerin faaliyet gösterdikleri endüstri içindeki rekabet avantajına etki eden önemli faktörlerdir (Rugman ve D’Cruz, 1993: 20).

Farklı ülkelerin iş sektörlerinin özellikleri içindeki sistematik farklılıklar, her ülke için rekabet avantajı oluşturmada önemli belirleyici faktörlerdir (Grant, 1991: 538). Ülkelerin sahip oldukları endüstrilerdeki işletmelerin amaçları, stratejileri ve organizasyon yapıları farklılıklar göstermektedir. Avantaj, bu tercihler ile rekabet kaynakları arasında iyi bir eşleşme yapan milletlerin eline geçmektedir (Porter, 1998).

Porter'a (2007) göre strateji, pazardaki rekabetin seviyesine ve pazar fırsatlarına göre rakiplere üstünlük sağlayacak bir konum belirleyip, karar ve faaliyetleri konuma göre ayarlamaktır. Porter (1998), işletmelerin faaliyetlerinde sağladığı verimlilik ve etkinliğin rekabet avantajı kazanmada yeterli olmayacağını, ayrıca işletmelerin nitelikli stratejilere sahip olması gerektiğini belirtmektedir. İşletmelerin yönetim şekilleri işletme stratejisini doğrudan etkilerken, kültürlerin de yönetim şekilleri, örgüt yapısı, işletme ilişkileri vb. gibi faktörler üzerinde rekabet yapısı açısından olumlu veya olumsuz yönde etkileri bulunmaktadır (Kılınç ve Taşgit, 2007: 965).

3.2.7.5. Devlet

Şirketlerin hedeflerini yükseltmek ve rekabet etme potansiyellerini daha üst seviyelere çıkarmak için cesaretlendirilmeye ihtiyaçları vardır ve bu rolü devlet üstlenmektedir. Devlet, kendi başına rekabetçi sektörler oluşturamaz; bunu başarmak şirketlerin işidir. Devletin oynadığı rol kısmidir; sadece elmastaki doğal koşullarla birlikte başarıya ulaşma şansı vardır. Yine de devletin elmasın kuvvetini aktarma ve artırmada rolü oldukça önemlidir. Az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler hariç, devleti doğrudan sürece dâhil eden değil, şirketlere rekabet üstünlüğü kazandıran bir ortam yaratan devlet politikaları başarılı olmaktadır. Devletin bu rolü doğrudan değil dolaylı bir roldür (Porter, 2011: 231).

3.2.7.6. Şans

Şans, işletmelerin dışında meydana gelen birçok faktörden oluşabilmektedir. Savaşlar, teknolojik gelişmeler, yeni icatlar, siyasi gelişmeler, taleplerde meydana gelen değişimler vb. gibi meydana gelen değişimlerden her biri şans faktörünü

oluşturmaktadır (Altay, 2006: 40). Şans faktörü eskide kalmış ve yeniliği yakalayamamış rakiplerin avantajlarını geğersiz kılarak yeni ve farklı koşulları yönetecek rekabet üstünlüğünün oluşumu ile eskilerin yerini alabilecek yeni ulusal firmaların potansiyelini hazırlamaktadır (Akbaş, 2012: 44).

4. BÖLÜM

YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde; araştırmanın yöntemi, tercih edilen yöntemin tanımı, kapsamı, özelliklerinden bahsedilmektedir. Bununla birlikte araştırmanın evreni ve örnekleme, veri toplama tekniği, verilerin toplanması ve analiz edilmesi süreci hakkında bilgiler verilmektedir.

4.1. Araştırma Yöntemi

Araştırma yöntemi olarak sosyal bilimler alanında en az nicel araştırmalar kadar öneme sahip ve zamanla daha da öneminin artacağına inanılan nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bu tezde duygu ve düşüncelerin daha derinlemesine aktarılabilmesi ve bu çalışmaya dahil edilebilecek işletme sayısının kısıtlı olması gibi sebeplerden ötürü nitel yöntem tercih edilmiştir. Araştırmamızın yaklaşımı ise nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılmakta olan tümevarım yaklaşımıdır. Tümevarım yaklaşımı, nitel araştırmaları anlama ve kavramada yeni ufuklar açabilmek adına önemli bir yaklaşımdır. Nitel araştırmacılar hipotezlerini kesin bir şekilde ifade etmezler. Önemli ve dikkate değer gördükleri soruların neler olduğuna karar vermeden önce, uzun süre araştırmalar yapar ve bu çalışmaların sonucunda verileri elde ederler. Sonrasında elde edilen veriler genelleme yapmak amacıyla sentezlenmektedir. Araştırmacı, topladığı detaylı verilerden yola çıkarak incelediği ana konuya ilişkin ana temayı ortaya çıkarmaktadır (Büyüköztürk vd., 2012: 236).

4.1.1. Nitel Araştırma Yöntemlerinin Tanımı ve Kapsamı

Yıllar önce, sosyologlar ve antropologlar; insanların yaşamları, içinde buldukları sosyal ve kültürel bağlamlar, dünyayı algılama biçimleri ile ilgili sorular sorarlardı. Antropologların ve sosyologların gittikleri yer Afrika’da bir köy ya da Amerika’da bir şehir de olsa, onlar insanların içine karışıp neler olup bittiğini gözlemledikler; çeşitli mekanlarda görüşmeler yaptılar, çalıştıkları şeyi anlamaya yardımcı olacak umumi ve kişisel belgeleri toplayıp analiz ettiler. Bu çalışmaların yazılı açıklamaları niteldi (Merriam, 2015).

Nitel araştırmalar kuram oluşturmayı temel alan bir düşünceyle sosyal olguları, buldukları çevre içerisindeki araştırma ve anlama faaliyetini öncelikle ele alan araştırmalardır (Yıldırım, 2010). Yıldırım (1999) nitel araştırmayı; Gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir sürecin izlendiği araştırma türü olarak ifade etmektedir.

Nitel araştırmacılar, belli bir konuyu ele alırken o konunun “ne kadar” veya “ne kadar iyi” olduğunu öğrenmekten çok, konuya ilişkin daha geniş bir bakış açısı kazanabilmek için çalışmalarını yürütmektedir (Büyüköztürk, 2012: 234).

Araştırma literatürüne göre, nitel araştırmaların belli başlı bölümleri şu şekilde ifade edilmektedir (Altunışık, 2007: 248):

Veri: En yaygın olarak tercih edilen kaynaklar mülakatlar, gözlem ve anketlerdir.

Analitik Prosedürler: Bulgular ya da teorilere ulaşmak için kullanılırlar. Bu prosedürler verilerin kavramsallaştırılmasını içerir.

Yazılı yada Sözlü Raporlar: Analizler sonucunda ulaşılan bilimsel değer taşıyan belgelerdir.

4.1.2. Nitel Araştırma Yönteminin Özellikleri

Nitel araştırmaların herkes tarafından kabul gören bir tanımlamasını yapmak zor olsa da belli başlı ortak özelliklerden söz etmek mümkündür (Yıldırım, 1999). Bu özellikleri literatürde genel olarak yedi başlık altında toparlamak mümkündür. Bu başlıklar aşağıdaki şekildedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016):

- Doğal ortama duyarlılık,
- Araştırmacının katılımcı rolü,
- Bütüncül yaklaşım,
- Algıların ortaya konulması,
- Araştırma deseninde esneklik,
- Nitel veri,
- Tümevarımcı analiz.

Bu özellikler; araştırmanın kapsamına, konusuna ve elde edilmek istenen sonuçlara göre araştırmacının işini kolaylaştırıcı veya zorlaştırıcı roller üstlenebilir. Buna bağlı olarak nitel araştırmaların diğer araştırma türlerine göre üstün ve zayıf yönlerini belirtmek araştırmacının doğru yöntemi tercih etmesinde etkili olabilmektedir.

4.1.3. Nitel Araştırmaların Güçlü Ve Zayıf Yönleri

Yukarıda ifade ettiğimiz ve özelliklerinden bahsettiğimiz nitel araştırma yönteminin ve nitel veri toplama yöntemlerinin, nicel araştırmalara nazaran sahip olduğu zayıf ve güçlü yönleri bulunmaktadır.

Nitel araştırmalar; insan davranışlarını belirlemede derinlemesine bir bakış açısı elde etme, araştırmacıya esneklik sağlama, olayları açıklamaktan çok yaşayanların bakış açısıyla değerlendirmeye olanak tanınması ve çeşitli disiplinlere dayanan güçlü kuramsal temellere dayanması gibi özellikleri nicel yönleme karşı güçlü yönleri olarak ifade edilebilir. Fakat verilerin analizinde zorlukların bulunması, araştırma sonuçlarının sınırlı bir şekilde genellenmesi, araştırmanın planlamasının zorluğu gibi özellikleri nitel araştırmaların zayıf yönlerini oluşturmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

4.1.4. Nitel Araştırma Yönteminin Kullanılmasının Sebepleri

Araştırma kapsamında görüşlerine başvurulacak olan Düzce'deki fındık sektörü oyuncularının, rekabet gibi kapsamlı ve karşılaştırmaya ihtiyaç duyulan bir konudaki görüşlerini nicel yöntemler aracılığı ile tespit etmeye çalışmanın, elde edilecek verileri kısıtlayacağı ve detaylara inilmesini engelleyeceği düşünülmektedir. Bu nedenle araştırma yöntemi olarak nitel yöntem tercih edilmiş, katılımcıların görüşlerini açık ve detaylı bir şekilde beyan edebileceği, araştırmacının sürece müdahil olup konu hakkında derinlemesine bilgi alabileceği görüşme yöntemi ise veri toplama yöntemi olarak tercih edilmiştir. Bununla birlikte araştırmada nitel araştırma yönteminin kullanılmasının diğer nedenleri şu şekildedir;

- Bu araştırma konusunun üst düzey yöneticilere uygulanmasının daha sağlıklı sonuçlar vereceğine inanılması,
- Yürütmüş olduğumuz çalışmaya dâhil edilebilecek işletme sayısının sınırlı olması,
- Nicel yöntem uygulamasıyla ulaşılmak istenilen ölçüde derinliğe inilemeyebileceği düşüncesi ve
- Duygu ve düşüncelerin bu yöntem sayesinde daha iyi anlaşılabilceği düşüncesi,
- Üzerinde araştırma yapılan grubun sahip olduğu deneyimlerden doğan anlamları daha sistematik inceleyebilmek için nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir.

4.2. Veri Toplama Tekniği

Nitel araştırmalarda yürütülen araştırmanın doğasına, konusuna ve amacına göre farklı veri toplama tekniği ve veri toplama araçları kullanılmaktadır. Hangi tekniğin kullanılmasının daha uygun olduğu, yürütülmekte olan araştırmanın konusunun belirlenmesinden sonra belirginlik göstermektedir (Ekiz, 2009: 56).

Nitel araştırma yöntemlerinde en yaygın biçimde tercih edilen üç veri toplama tekniği bulunmaktadır. Bunlar gözlem, görüşme ve doküman incelemesidir.

4.2.1. Gözlem

Doğal ortamında sergilenen insan davranışlarının incelenmesini temel amaç edinen bir veri toplama aracıdır. Gözlem tekniği, kendi içinde katılımcı ve katılımcı olmayan gözlem şeklinde ikiye ayrılmaktadır (Ekiz, 2009: 56-59):

- **Katılımcı Gözlem:** Bu gözlem çeşidi, etnografik yöntem içerisinde yer almaktadır. Gözlemci başkalarının yaşamlarına girerek, onların sosyal dünyayı nasıl gördüklerini ortaya çıkarmaya çalışır.
- **Katılımcı Olmayan Gözlem:** Nitel araştırma içerisinde katılımcılık göstermeyen, araştırmacının sadece gözlemci olduğu, araştırmacı kimliğinin, araştırmanın konusunun ve süresinin açıkça belli olduğu gözlemlerdir.

4.2.2. Doküman İncelemesi

Bu teknik, resim ve da kayıtların toplanması, sistematik olarak incelenmesi ve değerlendirilmesinde yararlanılan bir veri toplama aracıdır (Ekiz, 2009). Dokümanlar, nitel araştırmalarda kullanılan önemli bir kaynaktır. Bu tür araştırmalar sayesinde araştırmacının ihtiyaç duyduğu veriler gözlem ve görüşme yapmaya gerek kalmadan elde edilmektedir. Bu özelliğiyle doküman incelemesi, çalışmaya maddi açıdan ve zaman bakımından kazanç sağlamaktadır. Diğer yöntemlerle birlikte kullanıldığında ise verilerin çeşitlenmesinden dolayı çalışmanın geçerliliğine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Doküman incelemesiyle; resim, film, plak, sesler, araç-gereç, mektup, rapor, kitap, ansiklopedi, özel yazılar, istatistikler, tutanaklar vb. gibi kaynaklar üzerinde taramalar yapılmaktadır (Tanrıöğen, 2014: 154).

4.2.3. Görüşme Tekniği

Görüşme, en az iki kişi arasında sözlü olarak sürdürülen bir iletişim sürecidir. Görüşme, araştırmada cevabı aranılan sorular çerçevesinde ilgili kişilerden veri toplanması şeklinde ifade edilmektedir. Görüşme belli bir araştırma konusu hakkında derinlemesine bilgi alınmasını sağlamaktadır (Büyüköztürk vd., 2012: 150).

Görüşme sözlü iletişim yoluyla veri toplama tekniği olarak tanımlanmaktadır. Birçok alanda tercih edilen görüşme tekniği farklı şekillerde yapılmaktadır. Görüşmeler; yüz yüze, görüntülü ve görüntüsüz görüşmeler olarak farklılaşmaktadır. Bunun yanında sağır ve dilsizlerle gerçekleştirilen hareketli (simgesel) iletişimde görüşme sınıfına girmektedir (Karasar, 2004: 165).

4.2.3.1. Görüşme Türleri

Görüşmeler, kaynakların ulaşılabilirliği ve araştırmada elde edilmek istenilen verilerin özelliklerine göre farklı şekiller almaktadırlar. Bunlar; yapılandırılmış görüşmeler, yarı yapılandırılmış görüşmeler ve yapılandırılmamış görüşmeler olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır (Büyüköztürk vd., 2012: 151).

- **Yapılandırılmış Görüşmeler:** Araştırmacı, görüşmede yöneteceği soruları önceden hazırlamıştır. Bu yöntem verilerin hızlı kodlanmasına ve analizine, ölçüm kolaylığına imkân vermektedir.
- **Yarı Yapılandırılmış Görüşme:** Hem sabit seçenekli cevaplama hem de alanla ilgili derinlemesine bilgi alınmasına olanak tanımaktadır. Bu tarz görüşmeler, her iki grubunda avantaj ve dezavantajlarını taşımaktadır.
- **Yapılandırılmamış Görüşmeler:** Araştırmacı, çalışma konusu üzerinde konuşulması ve tartışılması üzerine serbest bir ortam sağlamaktadır. Sorular ve sıralamalar sabit olmayıp görüşme sırasında da şekillenebilmektedir.

Görüşmeye katılan kişi sayısına göre de görüşmeler farklılaşmaktadır. Katılan kişi sayısına göre bireysel görüşmeler ve grupça yapılan görüşmeler olarak iki sınıfa ayrılmaktadır (Karasar, 2004):

- **Bireysel Görüşme:** Görüşmeci ve görüşülen kişi dışında kimsenin katılmadığı görüşmelerdir.
- **Grup Görüşmesi:** Ortak bir sorun etrafında birleşen grup üyelerinin, görüşmecinin soracağı sorulara karşılıklı etkileşimde bulunarak cevap verdiği bir görüşme türüdür.

Yukarıda bahsi geçen görüşme türlerinin dışında üç görüşme türü daha mevcuttur. Bunlar; sohbet tarzı görüşme, görüşme formu yöntemi ve

standartlaştırılmış açık uçlu görüşmelerdir (Patton, 1987'den, aktaran Yıldırım ve Şimşek, 2016: 131-132):

- **Sohbet Tarzı Görüşme:** Soru başlıkları önceden belirlenmemiştir. Gözlemcinin doğrudan doğruya gözlem yapmak amacıyla ortama katıldığı alan araştırmalarında kullanılmaktadır.
- **Görüşme Formu Yöntemi:** Ele alınacak olan konular bir taslak şeklinde önceden hazırlanmıştır. Amaç, aynı sorularla farklı kişilerden aynı bilgilere ulaşmaktır.
- **Standartlaştırılmış Açık Uçlu Görüşmeler:** Belli bir sırada hazırlanmış olan bir dizi sorudan oluşan ve her görüşülen kişiye aynı temel sorular ve aynı sıra ile sorulan ve diğer yöntemlere göre daha katı bir görüşme şeklidir.

Yukarıda belirtilen görüşme sınıflandırmalarına göre bu araştırmada tercih edilen görüşme tekniği soru ve konunun belirlenmesi açısından yapılandırılmış, kişi sayısına göre bireysel ve uygulanan teknik açısından görüşme formu tekniği şeklinde ifade edilebilir.

4.2.4. Görüşme Tekniğinin Olumlu Ve Olumsuz Yönleri

Görüşme yönteminin olumlu yönlerinin yanı sıra birtakım olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Bu olumlu ve olumsuz yönler ile ilgili bilgiler aşağıdaki tabloda ifade edilmektedir.

Tablo 9: Görüşme Yönteminin Olumlu Ve Olumsuz Yönleri

Olumlu Yönler	Olumsuz Yönler
<ul style="list-style-type: none"> • Esneklik, • Yanıt oranı, • Ortam üzerindeki kontrol, • Soru sırası, • Anlık tepki, • Veri kaynağının teyit edilmesi, • Derinlemesine bilgi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zaman alıcı ve maliyetli oluşu, • Olası yanlılık, • Kayıtlı ya da yazılı bilgileri kullanamama, • Gizliliğin ortadan kalması, • Soru standardının olmayışı, • Soru sayısının sınırlı oluşu, • Bireylere ulaşma zorluğu.

(Kaynak: Yıldırım ve Şimşek, 2016: 133-136)

4.2.5. Veri Toplama Aracı Olarak Görüşme Tekniğinin Belirlenmesi

Yürütülen çalışmada veri toplama aracının belirlenmesi adına araştırmanın temelini oluşturan araştırma konusu derinlemesine incelenmiştir. Sonrasında, araştırma yöntemlerinden nitel araştırma yönteminin bu çalışmada uygulanmasına karar kılınmıştır. Yapılan ya da gelecekte yapılması planlanan nicel çalışmaların daha iyi anlaşılması için alt yapı oluşturması ve olayın içindeki bireylerin bakış açısıyla olayı değerlendirmeye çalışması araştırmacıları nitel yöntemi tercih etmeye yönlendiren ana nedenlerdir. Çalışmanın yönteminin nitel olarak seçilmesi üzerine, nitel araştırma yöntemlerinin veri toplama tekniklerinden görüşme, doküman incelemesi ve gözlem arasından görüşme yönteminin uygulanmasına karar verilmiştir. Bunların belirlenmesinden sonraki adımda ise konunun daha açıklayıcı bir hal alması için görüşme tekniği hakkında literatür incelenmiş ve veri toplama aracı olarak yapılandırılmış görüşme soru formunun çalışmaya uygun olduğu öngörülüp, bu görüşme formunun bireysel görüşme türünde uygulanmasına karar verilmiştir.

Yürütülen çalışmada görüşme tekniğinin seçilmesindeki en kuvvetli neden çalışma yönteminin nitel özellik taşımasıdır. Görüşme yöntemiyle, elde edilmek istenilen verilere kısa sürede ve etkin bir şekilde ulaşılabilecek olması bir diğer nedendir. Bunlarla birlikte konuya dair bilgilerin bireysel görüşme yöntemiyle elde edilecek olmasının araştırma konusuna daha derin bilgi kazandıracığı da düşünülmektedir. Son olarak araştırma örnekleminin az kişiden oluşması görüşme tekniğinin tercih edilmesini gerekli kılmıştır.

4.2.6. Görüşmede Kullanılan Soru Formunun Oluşturulması

Görüşmelerde kullanılacak olan görüşme formunun hazırlanabilmesi için; rekabet konusu, Porter'ın Elmas Modeli ve fındık sektörü ile ilgili literatür derinlemesine araştırılmıştır. Görüşme formu oluşturulurken araştırma problemiyle ilgili tüm boyutları ve sorunları kapsayabilecek sorular hazırlamak adına sektörle ilgili kurumların üst düzey yöneticileriyle ön görüşmeler yapılarak sektöre dair temel bilgiler alınmış ve oluşturulacak soruların genel hatları çizilmeye başlanmıştır. Elde edilen veriler dahilinde 15 soru oluşturulmuş, sonrasında konunun uzmanı iki

akademisyenin görüşleri doğrultusunda soru sayısının 12'ye düşürülmesine karar verilmiştir. Oluşturulan 12 soru anlaşılabilirlik ve benzeşiklik açısından değerlendirilmiş ve soru sayısı 8'e düşürülmüştür. Elde kalan 8 soru ile ilgili ayrıntılı bilgi elde edebilmek adına, soruların altında sondaj sorular hazırlanmıştır. Sorular mantıklı bir biçimde düzenlenerek soru sırası özelden genele olacak biçimde sıralanmıştır.

4.2.7. Görüşme Soruları

1. Düzce fındık üretimi yapan bir şehir olarak iklim, doğal kaynaklar, iş gücü imkânı, ulaşım ve lojistik hizmetlerinde yeterli altyapıya sahip mi?
2. Düzce Türkiye fındık sektörü içerisinde nasıl bir konuma sahiptir?
3. Düzce'deki fındık işletmeleri teknolojiyi kullanma ve geliştirmede etkili mi?
4. Sektörün gelecek beş yıl içerisinde nasıl bir gelişim göstereceğini düşünüyorsunuz? Sektörün gelişimine katkı sağlayacak fırsatlar ve zor duruma düşürecek tehditler neler olabilir?
5. Sektörde çalışmalarıyla birbirine destek veren kurumlar mevcut mu?
6. İç ve dış pazarda fındığa olan talebi nasıl değerlendiriyorsunuz?
7. İşletme olarak talebi artırmak ve rekabet avantajı elde etmek için geliştirmiş olduğunuz stratejiler var mı?
8. Sektör içerisinde devletin rolü nedir?

4.2.8. Görüşmelerin Geçekleştirilmesi

Görüşme formu hazırlandıktan sonra görüşme yapılacak olan kişilere telefon ve e-posta yoluyla ulaşıp, araştırmanın amacı, kapsamı ve öneminden bahsederek konuya ilişkin görüşlerini almak için randevu talebinde bulunulmuştur. Görüşmeyi onaylayan kişilerle görüşmeler devam ederken randevu alma işlemi de devam etmiştir.

Görüşmeler, görüşülen kişilerin ofislerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeye başlamadan soru sayısı ve görüşme süresinin tahmini ne kadar süreceği konusunda bilgi verilmiştir. Talep edenlere önceden soru formu gönderilmiştir. Sorulara

başlamadan önce görüşmenin ses kaydına alınacağı söylenip her bir görüşmeciden izin alınmıştır. Ayrıca önemli noktalar görüşmeci tarafından not alınmıştır. Görüşmeler ortalama 40-60 dakika sürmüştür.

Görüşme sürecinin daha etkili ve verimli olabilmesi adına gerekli nezaket kurallarına uyulmuş, görüşme yapılan kişi görüşme sonuna dek saygılı ve dikkatli bir şekilde dinlenilmeye özen gösterilmiştir. Sorular görüşme yapılan kişiyi konuşmaya teşvik edici bir tarzda sorulmuştur.

Görüşme yapılan kişilere sorular farklı biçimlerde tekrarlanarak sorularak verdiği cevapların doğruluğu teyit edilmeye çalışılmıştır. Görüşmenin gidişatına göre esneklik tanınmış ve bazı görüşmeler de soru sırası değiştirilmiştir. Görüşmenin sonuna gelindiğinde görüşmeye katılan kişiye katılımı ve verdiği bilgilerden dolayı teşekkür edilmiştir. Çalışmaların sonuçlarında elde edilen bilgilerin kendileriyle paylaşılacağı belirtilmiştir.

4.3. Evren Ve Örneklem

Araştırmaya dâhil edilen kurum ve kuruluşlar; sektörle ilgili yapılan araştırmalar ve Akçakoca Ziraat Odası müdürü ile yapılan ön görüşme sonrasında gerçekleştirilen değerlendirmeler sonucunda belirlenmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda sektördeki gelişmelere hâkim, sektörle ilgili detaylı bilgilere sahip, sektördeki değişim ve gelişmelere etki edebileceği düşünülen kurum ve kuruluşlar araştırma kapsamına dâhil edilmiştir.

Tablo 10: Görüşme Yapılan Kurumların Listesi

Görüşme Yapılan Kurum/Kuruluş	Görüşülen Kişi Sayısı
Tarım İl Müdürlüğü	3
Ticaret Borsası	2
Ziraat Odası	2
Düzce Üniversitesi	1
Ticaret Odası	1
Tarım Kredi Kooperatifi	3
Fiskobirlik	1
Fındık İşletmeleri	11
Toplam	24

Görüşmeye dâhil edilen kurum ve kuruluşlar; Ziraat Odası, Ticaret Borsası, Düzce Üniversitesi Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi, Ticaret Odası, Tarım Kredi Kooperatifi, Fiskobirlik ve Düzce fındık sektöründe ön plana çıkan fındık işletmeleri şeklinde sıralanmaktadır. Belirtilen işletmeler ve kurumlar dahilinde 27 katılımcıya ulaşılması planlanmıştır. Kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarından talep edilen görüşmelerde problem çıkmaz iken, sektördeki işletmelerin bazıları araştırma sürecine katılma isteğimizi reddetmiştir. Görüşmeler devam ederken farklı sebeplerden dolayı görüşme yapmayan başka işletmelerde olmuş ve bunlarda görüşme kapsamından çıkarılmıştır. Dolayısı ile araştırma verileri Tablo 10'da belirtilen 24 görüşme üzerinden toplanmıştır.

Araştırma kapsamına dâhil olan kurum ve kuruluşların belirlenmesinin ardından, her birine ilişkin adres ve telefon numaraları temin edilmiştir. Sonrasında her bir kurum ve kuruluşa ulaşılarak, araştırmanın konusu ve amacından bahsedilmiş, bu konuda yardımcı olabilecek yetkili isimlerle görüşme talebimiz belirtilmiş ve onaylanan görüşme gün ve saatinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Görüşme kapsamında yer alan kurum ve kuruluşların sektördeki işlevlerine yönelik bilgiler aşağıda paylaşılmaktadır.

Ziraat Odaları: Devletin tarımsal plan ve programlarının gerçekleşmesine yardımcı olacak faaliyetlerde bulunmak, çiftçilerin müşterek ihtiyaçlarını karşılamak,

meslek faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleki disiplin ve ahlaki ile birliğini korumak, çiftçilerin birbirleri ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü, güveni sağlamak amacıyla kurulmuş olan tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşlarıdır (Düzce Ziraat Odası, 2016).

Ticaret Borsaları: İlgili kanunda yazılı esaslar çerçevesinde borsaya dâhil maddelerin alım satımı ve borsada oluşan fiyatlarının tespit, tescil ve ilan işleriyle meşgul olmak üzere kurulan kamu tüzel kişiliğine sahip kuruluşlardır (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu, 2004: Madde 28). Düzce Ticaret Borsa'nın kotasyonuna dâhil olan ana madde konusu fındıktır (Düzce Ticaret Borsası, 2016).

Ticaret Odaları: Üyelerinin müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, mensuplarının birbirleri ve halk ile olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hâkim kılmak üzere mesleki disiplin, ahlak ve dayanışmayı korumak ve bu kanunda yazılı hizmetler ile mevzuatla odalara verilen görevleri yerine getirmek amacıyla kurulan, tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarıdır (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu, 2004: Madde 4).

Tarım Kredi Kooperatifleri: Üreticilerin ekonomik menfaatlerini korumak, özellikle meslek ve geçimleriyle ilgili ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla karşılıklı yardım ilkesine dayalı olarak faaliyette bulunan ve tüzel kişiliği olan değişir ortaklı, değişir sermayeli çiftçi kuruluşlarıdır (Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Birliği, 2016).

Düzce Üniversitesi Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi: Fakülte kapsamında araştırma konumuza dâhil olan bölüm "bahçe bitkileri" bölümüdür. Bu bölümün kurulmasındaki amaç; temel bahçe bilgileriyle ilgili bilgi vermek, donanımlı, bölgeye, sektöre ve üreticilere sağlıklı bilgiler ulaştıran ve çevre bilinci gelişmiş ziraat mühendisleri yetiştirmektir (Düzce Üniversitesi, 2016).

Fiskobirlik: Ortaklarının yetiştirdiği fındığı satın almak, alınan ürünleri sağlıklı şartlarda depolamak ve müşteri beklentileri doğrultusunda fındığı işlemek,

yurt içi ve yurt dışı pazarlara bu ürünleri pazarlamaktır (Fiskobirlik, 2016). Fiskobirlik zerk olarak faaliyetlerine devam etmektedir. Ziraat Odaları, Ticaret Borsası, Ticaret Odaları, Tarım Kredi Kooperatifleri, Düzce Üniversitesi, Fiskobirlik'in yanında Düzce'nin önde gelen fındık işletmeleri de araştırmaya dâhil edilmiştir.

4.4. Nitel Araştırmalarda Geçerlilik Ve Güvenirlik

Bilimsel araştırmalar, etik ilkeler dahilinde geçerli ve güvenilir bilgi üretme amacı taŐıtmaktadır. Geçerlilik ve güvenirlik, türüne bakılmaksızın herhangi bir araştırmanın kavramsal çerçevesinin oluşturulması, verilerin toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanması ile bulguların sunulması aŐamalarını ilgilendiren önemli bir kaygıdır. Bu çerçevede nitel bir çalışma, çıkarılan sonuçların makul ve mantıklı olduğu konusunda kişileri ikna edecek betimlemeler sunması gerekmektedir (Merriam, 2015).

Son zamanlarda, özellikle sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda nitel araştırma sayısında bir artış olduğu gözlenmektedir. Bu sayının artmasıyla birlikte nitel çalışmaların daha nitelikli olması gerektiği yönündeki düŐünceler de artmaktadır. Nitel çalışmalarda çalışmanın odak noktasında problemi araŐtıran araştırmacı vardır ve araştırmanın asıl lme aracı araştırmacının kendisidir. Buna bağlı olarak, araştırma sonuçlarının araştırmacının yorumlarından etkilenme olasılığı her zaman var olacaktır. Bu sebepten, nitel araştırmalarda araştırma sonuçlarının inandırıcılığını artıracak kavramların ön plana çıktığı görülmektedir (Yıldırım, 2010: 80-81).

Nitel araştırmalar araştırmacının verilere doğrudan ulaŐması, yüz yüze görüşmeler ile derinlemesine bilgi edinebilmesi, araştırmacıya olguların, olayların ya da davranıŐların gerçekleŐtiėi doğal ortamda çalışma fırsatı vermesi gibi konular da avantaj sağlamaktadır. (Büyüköztürk vd., 2012).

Geçerlik ve güvenirlik bilimsel araştırmanın inandırıcılığı ve niteliğini gösteren en önemli ltleri olarak kabul edilmektedir. Geçerlik, araştırma

sonuçlarının doğruluğu ile ilgili bir kavramdır. Güvenirlik ise araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliği ile ilgili bir kavramdır. Geçerlik ve güvenilirlik içsel ve dışsal olmak üzere kendi içerisinde iki gruba ayrılmaktadır. İçsel geçerlik, araştırma sonuçlarına ulaşmak için izlenen süreç, dış geçerlilik ise elde edilen sonuçların benzer gruplara ya da ortamlara aktarılabilirliğini ifade etmektedir. İç güvenilirlik, başka araştırmacıların aynı veriyi kullanarak aynı sonuçlara ulaşip ulaşamayacağını, dış güvenilirlik ise; araştırma sonuçlarının benzer ortamlarda aynı sonuçların elde edilip edilemeyeceğine ilişkindir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Nitel yöntem kapsamında yapılan bu çalışmada geçerlilik ve güvenirliliğin sağlanması adına öncelikle detaylı literatür araştırması yapılmıştır ki araştırma deseni en uygun şekilde belirlenebilsin. Bununla birlikte çalışılan konu ile ilişkili sektörden kişiler ve alanla ilgili çalışmaları bulunan akademisyenlerle ön görüşmeler gerçekleştirilerek araştırma deseninin daha sağlam bir temele oturtulması sağlanmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan görüşme soruları en doğru bilgileri en detaylı şekilde elde etmeyi amaçlamıştır. Bu amacı gerçekleştirmek ve geçerliliği desteklemek amacıyla, görüşme yapılacak kişiler özellikle sektörün önde gelen ve sorulması planlanan sorulara detaylı bilgi verecek kişileri arasından seçilmiştir. Ayrıca, veriler yüz yüze gerçekleştirilen görüşmeler aracılığı ile görüşülen kişilerin doğal ortamlarında yapılmış ve “konu ile ilgili gerçek” hakkındaki yorumlarına doğrudan ulaşılmıştır. Elde edilen verilerin literatürle karşılaştırılması ve ortaya çıkan temaların benzer çalışmalarla kıyaslanması da çalışmanın geçerliliğini ve güvenirliliğini desteklemektedir. Araştırmanın her aşamasında alanında uzman akademisyenlerin onayına başvurularak destek veya eleştirilerine göre gerekli düzenlemelerin yapılması sağlanmıştır. Dolayısı ile nitel çalışma mantığındaki “elde edilen bulguların başkaları tarafından aynı şekilde tekrarlanmasını beklememek” düşüncesi ile hareket ederek (Merriam, 2015) elde edilen sonuçlara nasıl ulaşıldığını açıklayarak araştırma güvenirliliği ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

4.4.1. Nitel Verilerin Analizi

Nitel çalışmalar olay ve olgulara yönelik Ne, Nerede, Ne Zaman, Niçin ve Nasıl sorularıyla ilgilenmektedir. Nitel veri analizinin yapılabilmesi için öncelikle çalışmanın varoluş sebebinden, veri analiz metotlarına kadar olan sürecin ve

metotların birbiriyle uyum içinde olması gerekmektedir. Bu uyum, bu çalışmadan önce yapılmış çalışmaların taranması ve literatürünün detaylı incelenmesiyle kazanılmaktadır.

Analiz aşaması nitel verilerin organize edilmesi, sorgulanması ve araştırılması kısmını içermektedir. Verilerin iyi bir şekilde yorumlanması ve teori oluşturulabilmesi için analiz yöntemlerine başvurulmaktadır. Nitel araştırmalarda başvurulan belli başlı analiz çeşitleri aşağıda sıralanmaktadır (Tanrıöğen, 2014: 242).

- Öyküleme
- Gömülü teori
- Konuşma çözümlemesi
- Söylem çözümlemesi
- Fenomolojik analiz
- Rizom (Kök) analizi
- Doküman analizi
- Görsel analiz

Yıldırım ve Şimşek (2016) farklı araştırmacıların nitel yöntemlerle elde edilen verileri analiz ederken betimsel ve içerik analiz tekniklerine yoğunlaştığını belirtmektedir. Araştırmamız kapsamında elde edilen verilerin detaylı biçimde analiz edilmesi adına içerik analizinin uygun olduğuna karar verilmiştir. Aşağıda içerik analizi ile ilgili bilgiler paylaşılmaktadır.

4.4.2. İçerik Analizi

İçerik analizi dokümanların, mülakat dokümanlarının ya da kayıtların karakterize edilmesi ve karşılaştırma yapılabilmesi için kullanılan bir analiz yöntemidir (Altunışık vd., 2007:268). Diğer bir ifade ile belirli kurallar dâhilinde kodlanan bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik ve objektif bir biçimde ifade edilmesine yönelik çıkarımların yapıldığı bir analiz tekniğidir. İçerik analizi yalnızca metinler üzerinde değil; resimler, TV programları, çekim incelemeleri, gazete başlıkları ve yazıları, görüşmeler,

tartışmalar, konuşmalar, sohbetler ve tiyatro gösterilerinin analizinde başvurulan bir tekniktir (Büyüköztürk vd., 2012:240).

İçerik analizi; söylemin görünen, kolayca yakalanan serilenmiş ve ilk bakışta kolayca yorumlamaya hazır içeriğinin yerine gizil, üstü örtülü içeriğini gün yüzüne çıkarmaya çalışmakta ve bu yönüyle mesajda bireyi görünmeden etkileyen öğelerin belirlenmesine yönelik “ikinci bir okuma”yı amaçlamaktadır. Bu çerçeveden bakıldığında içerik analizi, bir tür iletişim psikanalizini ve iletileni algılayabilme sanatını anımsatmaktadır. Yapılan bu okuma eylemi okuyanı önyargılarında onaylayan, ilk duygularında rahatlatan ideolojik, politik, kültürel kanaatlerini pekiştiren bir okuma değil, ona gerçekten de yeni bir şeyler öğreten ve onu yeni bir şeylerin önüne koyan bir okumadır (Bilgin, 2014: 1).

İçerik analizi, görüşmeye katılanların görüşlerini sistematik bir şekilde ifade etmeye çalışır (Altunışık vd., 2007: 268). Bu analiz yönteminde amaçlanan, elde edilen verilerin ilişkilendirmesinde ve açıklanmasında yardımcı olabilecek kavramlara ulaşabilmektir (Karataş, 2015: 74). İçerik analiz tekniklerinin ortak amacı, çıkarsama/çıkarım esasına dayanmaktadır (Bilgin, 2014: 1). İçerik analizi metnin sadece ne olduğu ile ilgili değil, aynı zamanda ne anlama geldiği ile de ilgilidir. Yani betimleme ve yorumlama işlemleri birlikte ilerlemektedir. İçerik analizinin önemli bir çizgisi de kendisini metinle sınırlandırmak durumundadır. Bunun sebebi içerik analizinin metne bağlı kalarak, metinde kullanılan kavram ve temaları bularak, bunların ne anlama geldiğini değerlendirmek amacı göstermektedir (Bal, 2013: 229).

İçerik analizi uygulanması açısından birçok avantaj taşımaktadır. Bu avantajlar şu şekildedir (Böke, 2014: 348):

- Direkt olarak materyaller vasıtasıyla iletişimle ilgilenir ve böylece sosyal etkileşiminin odak noktasında yer almış olur.
- Hem nitel hem de nicel konulardaki çalışmaları kapsayacak niteliktedir.
- Materyallerin incelenmesi aracılığıyla değerli kültürel ve tarihsel anlayışların kazanımını sağlayabilir.

- İnsanın karmaşık düşünce sisteminde kullandığı dile daha derinden ve detaylı bakabilmeyi sağlamaktadır.

Avantajlar böyle sıralanırken içerik analizinin eleştiri aldığı noktalarda bulunmaktadır. İçerik analizinin dezavantajları ise şu şekildedir (Böke; 2014: 348):

- Metnin orijinal yapısını bozmaktadır.
- Analizde içerikler metinden soyutlanarak bağımsız kalmaktadır.
- Sayısallaşmayı gerektirmektedir.
- Kategorilerin belirlenmesi araştırmacının inisiyatifine kalmaktadır.
- Zaman almaktadır.
- İletişim içeriğinin belli bir yönünde durulmaktadır.

İçerik analizini anlayabilmek için analizde kullanılan temel nitelikteki ifadeleri bilmek gerekmektedir. Bu ifadelerin en başında; kod, kavram ve kategori (tema) ifadeleri gelmektedir.

Tümevarımcı Analiz: Kodlama yöntemini kullanarak verilerin altında yatan kavramları ve bu kavramlar arasındaki ilişkileri ortaya çıkarma işlemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 226).

Kod: Elde edilen verilerin bir takım anlamlı ifadelere bölünmesi sürecidir (Bilgin, 2014: 12).

Kavram: Veriler arasında yer alan anlamlı bölümlere (bir sözcük, cümle, paragraf gibi) ve olaylara verilen anlamı ifade etmektedir (Karataş, 2015).

Kategori (Tema): Kodların incelenmesi sonucunda birbirleriyle olan ilişkileri ortaya çıkarılır ve bu ilişkiler daha üst düzey bir tema ile açıklanır. Kategori ya da tema içerik analizinde elde edilen kodlardan daha soyut ve geneldir (Hızır, 2014: 50).

Yukarıda ifade edilen kavramlar içerik analizinde sık bir şekilde kullanılan terimlerdir. Bu kavramlardan yola çıkılarak içerik analizinin kaç aşamada ve nasıl gerçekleştirildiği aşağıda ifade edilmektedir. Nitel araştırma verileri dört aşamada analiz edilir. Bu aşamalar şu şekildedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016):

1. Adım: Verilerin Kodlanması
2. Adım: Temaların Oluşturulması
3. Adım: Verilerin Kodlara ve Temalara Göre Düzenlenmesi
4. Adım: Bulguların Yorumlanması

1. Verilerin Kodlanması: İçerik analizinde ilk adım verileri kodlama işlemidir. Bu aşamada araştırmacı elde ettiği verileri çalışmaya yönelik anlamlı kesitler elde etmek için sembolik olarak kısaltarak kaydetmektedir. Bu kısaltmalar tek kelimedenden, harflerden, sayılardan, sözcük gruplarından, renklerden veya bunların birleşiminden oluşabilmektedir (Merriam, 2015).

2. Temaların Oluşturulması: Analizin ilk adımında elde edilen kodlamalardan yola çıkarak, elde edilen verileri genel düzeyde açıklayabilen ve oluşturan kodları belirli kategoriler altında toparlayabilen temalar oluşturulur (Karataş, 2005). Tema oluşturma işlemi için öncelikli olarak kodların bir araya getirilmesi gerekmektedir. Elde edilen temalar daha genel bir olguyu ifade eder. Nitel araştırmada temalar, tümevarımcı bir araştırma deseninde verilerin incelenmesi ve ortaya çıkan kodların çalışılması sonucu bulunabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

3. Verilerin Kodlara Ve Temalara Göre Düzenlenmesi ve Tanımlanması: Bu adım elde edilen verilerin, oluşturulan kod ve temalara göre düzenlenmesi aşamasıdır. Araştırmacı ilk aşamada oluşturduğu kodları ve ikinci aşamada oluşturduğu temaları düzenleyebileceği bir sistem oluşturur ve bu sisteme göre elde ettiği verileri düzenler ve bu şekilde belirli olgulara göre verileri tanımlamak ve yorumlamak mümkün olur. Bu aşamada araştırmacı, kendi görüşlerine ve yorumlarına kesinlikle yer vermemekte elde ettiği bilgileri işlenmiş bir biçimde okuyucuya sunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 237).

4. Bulguların Yorumlanması: Detaylı bir şekilde tanımlanan ve sunulan bulguların araştırmacının yorumladığı ve bazı sonuçların çıkarıldığı son adımdır. İçerik analizinin temel amacı yararlı bir biçimde dönüşmüş olan bilgileri analiz

etmektedir. Bu adımda kodlu veriler özetlenir, bulgular arasındaki ilişkiler açıklanır ve neden-sonuç ilişkisi içerisinde elde edilen bulgular sonuçlandırılmaktadır (Bal, 2013: 203).

Yukarıda belirtilen nitel analiz aşamalarına bağlı olarak gerçekleştirilen analiz süreci hakkında aşağıda kısaca bilgi verilmektedir. Görüşmeler tamamlandıktan sonra içerik analizine geçilmiştir. İlk olarak görüşmeler sonucunda elde edilen ses kayıtları ve görüşmeler esnasında alınan notlar metne geçirilmiş ve bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Her bir ses kaydı özenli bir şekilde ve hassasiyetle metin haline getirildikten sonra ilk görüşmeden başlamak kaydıyla analiz işlemi uygulanmaya başlanmıştır. İlk görüşme metni dikkatli bir şekilde birkaç kez okunduktan sonra elde edilen veriler incelenip, anlamlı olacak şekilde bölümlere ayrılmıştır ve her bölümün tam olarak neyi ifade etmeye çalıştığı anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Analiz işlemi gerçekleştirilirken verilerden çıkarılan kavramlara göre kodlama yapılmıştır. Kodlama işlemi, önceden belirlenen bir çerçeveye içerisinde değil tümevarım yöntemi izlenerek şekillenmiştir. Kodlaması tamamlanan metin çıkarılan kodlar çerçevesinde tekrardan okunmuş ve yapılan kodlama işleminin metindeki bölümü tam olarak kapsayıp kapsamadığına bakılmış ve değerlendirildikten sonra bir sonraki görüşme verilerine geçilmiştir. Diğer metinlerde de işlem tekrar etmiştir. Bu şekilde tüm metinler kodlanmış ve bir kod havuzu oluşturulmuştur. Elde edilen kodların incelenmesi sonucunda bu kodların birbirleriyle olan ilişkileri ortaya çıkarılmaya çalışılmış ve bu ilişkiler daha üst düzey bir tema ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bu işlem sonucunda elde edilen kodlar daha soyut ve genel bir anlam kazanmıştır. Oluşturulan kod havuzundaki kodlar, temalarla ilişkileri doğrultusunda temalar altında toplanılması sağlanmıştır. Oluşturulan temaların birbirinden ayrı kavramları tanımlamaları ve benzeşik olmamaları konusuna dikkat edilmiştir. Yapılan tüm temalarda itina ile bu hususa dikkat edilmiştir. Bu aşamaların ardından elde edilen temalar konunun uzmanı akademisyenlerin eleştiri ve yorumlamalarıyla tekrardan düzenlenmiştir. İlk düzenlemelerde kod havuzunda yer alan 187 kod 20 tema altında birleştirilmiştir.

Tablo 11: Kod ve Temalar

<p>Fiyat istikrarsızlığı</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tekelleşme (16) • İklim (45) • Emanet (38) • Stok doluluğu (4) • Siyasi dengeler (8) 	<p>Fiyat İstikrarsızlığının Sonuçları</p> <ul style="list-style-type: none"> • Farklı alanlara kayma (18) • Üretici, tüketici ve yatırımcının yorulması (24) • Kalite ve verim adına yapılan çalışmaların azalması (26) • Üreticinin tembelleşmesi (20) • Yeni neslin fındık işinden uzaklaşması (20) • Yatırım yapanlar ve yapacak olanların önünü görememesi (12)
<p>İş Gücü</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dışarıdan (17) • Mevsimlik (6) • Çocuk- genç işçi (10) • Yetersiz (6) • Göç veriyor (iş) (8) • Fabrikada çalışan kadınlar (3) • Eğitim seviyesi düşük (24) • Donanımlı mühendislere ihtiyaç var (3) 	<p>Üretici</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bilinçsiz (24) • Eski usul/ Kulaktan dolma üretim (22) • Verimden çok maddiyat odaklı (20) • Sigortalı işe talep var (13) • Değer vermiyor (fındık üretimine) (14)
<p>Talep Koşulları</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dış talep yüksek (20) • İç talep düşük (18) <ul style="list-style-type: none"> - Fiyatlar yüksek - Alternatifi var - Eksik tanıtım - Lüks tüketim algısı 	<p>Üniversite</p> <ul style="list-style-type: none"> • Çalışmaları bilinmiyor (14) • Üretici bilinçlendirmeye yönelik eğitim bekliyor (18) • Bilimsel çalışma az (18)
<p>Teknoloji</p> <ul style="list-style-type: none"> • Az gelişmiş/ yaygın değil (13) • Kullanılmıyor (11) • Entegre tesis az (12) • Yeni gelişmekte (20) • Yer şekilleri açısından uygun değil (10) • Fabrikalarda da çok fazla teknoloji yok (20) • Gereksinim duyulmuyor (18) 	<p>Sektörün Yapısı</p> <ul style="list-style-type: none"> • Birlik yok (22) • Güven yok (7) • Haksız rekabet (6) • Ortak çalışma az (18) • İşletme ve kurumlar birbirinden haberdar değil (18) • Bilgi kirliliği mevcut (6)
<p>Gelecek tehditler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Küresel ısınma/ iklim değişiklikleri (3) • Dünyada üretim alanlarının genişlemesi (10) • Verimin düşme riski (ağaçlar yaşlanıyor) (6) • Yeni neslin ilgisizliği (12) • Marka oluşturmama (8) • Fındığın ikinci iş veya hobi olarak görülme başlanması (4) 	<p>Devletin rolü</p> <ul style="list-style-type: none"> • Serbest piyasa (20) • Tanıtım çalışmaları yetersiz (20) • Vergi yükü (ihracatta) (13) • Üreticiye destek alanları kısıtlı (10) • Eğitimin devamlılığı yok (35)

Tablo 11'in devamı

<p>Üretim avantajları</p> <ul style="list-style-type: none"> • İklim (24) • Toprak yapısı (22) • Deniz etkisi (Akçakoca) (20) • Sulama (11) • İlaç, gübre temini (27) • Güneşli gün sayısı (12) • Yer şekilleri (23) • Yağış rejimi (22) • Emek az (12) • Lezzet (24) • Kalite (20) • Rekolte (26) • Saklama süresi (6) • Büyük fındık bahçeleri (4) 	<p>Üretim Dezavantajları</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toprak analizi az/ ya da yok (15) • Üretimle ilgili eğitimler önemsenmiyor (28) • Zararlılar, hastalıklar (18) • Eğitimli ve bilinçli üretici azlığı (24) • Dikim, ilaçlama vb. gibi konularda doğru bilinen yanlışlar (14) • Erken toplama (dalından) (10) • Parçalı arazi (20) <ul style="list-style-type: none"> - Verimi düşürüyor - Kaliteyi düşürüyor - Teknolojinin gelişimini engelliyor - Makinalı tarıma geçimi yavaşlatıyor - Profesyonel tarıma geçilemiyor
<p>Ürünü Pazarlama Avantajı</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coğrafi konum (15) • Ulaşım (22) • Yer şekilleri (23) • Fabrikalara yakınlık (12) • Stratejik konum (15) • Lojistik (12) • Dayanıklı olması (9) • Limanlara yakınlık (8) • Fabrika sayısının çokluğu (12) • Lezzet (11) • İkamesi yok (ekonomik olarak) (13) • Transit bölge (8) 	<p>Ürünü Pazarlama Dezavantajları</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entegre tesis az (33) • Yanlış politikalar (10) • Lisanslı depoculuk (14) • Yetersiz tanıtım (20)

*Parantez içindeki sayılar görüşmelerden elde edilen kodlara yönelik tekrar sayılarını göstermektedir.

Oluşturulan kod ve temalar, tekrar gözden geçirilerek anlam bakımından benzeşik olan ve içerik olarak yakın kavramları kapsayan temalar birleştirilerek kod sayısı 90'a tema sayısı 14'e düşürülmüştür. Ortaya çıkarılan kod ve temalara ilişkin veriler ile kodlara ilişkin tekrar sayıları tablo 11'de paylaşılmaktadır. Son aşamada elde edilen kodlar ve temalar Porter'ın Elmas Modelindeki faktörlerle ilişkilendirilmiş, her bir faktörün altına ilişkili tema koyulmuş ve temaların sahip olduğu kodlar aracılığı ile bulguların yorumlanması gerçekleştirilmiştir.

5. BÖLÜM

BULGULAR

Yürütülen çalışmaya dair elde edilen bulgulara bu bölümde yer verilecektir. Görüşme gerçekleştirilen katılımcıların yaş ve eğitim durumuna yönelik tablo 12’de verilen frekans dağılımlarına bakıldığında önemli oranda katılımcının (%79.1) lisans ve üstü düzeyde eğitime sahip olduğu, yaş aralıklarına bakıldığında ise her yaş grubundan katılımcının birbirine yakın oranlarda sektörü temsil eder nitelikte olduğu görülmektedir.

Tablo 12: Katılımcıların Eğitim ve Yaş Düzeyi

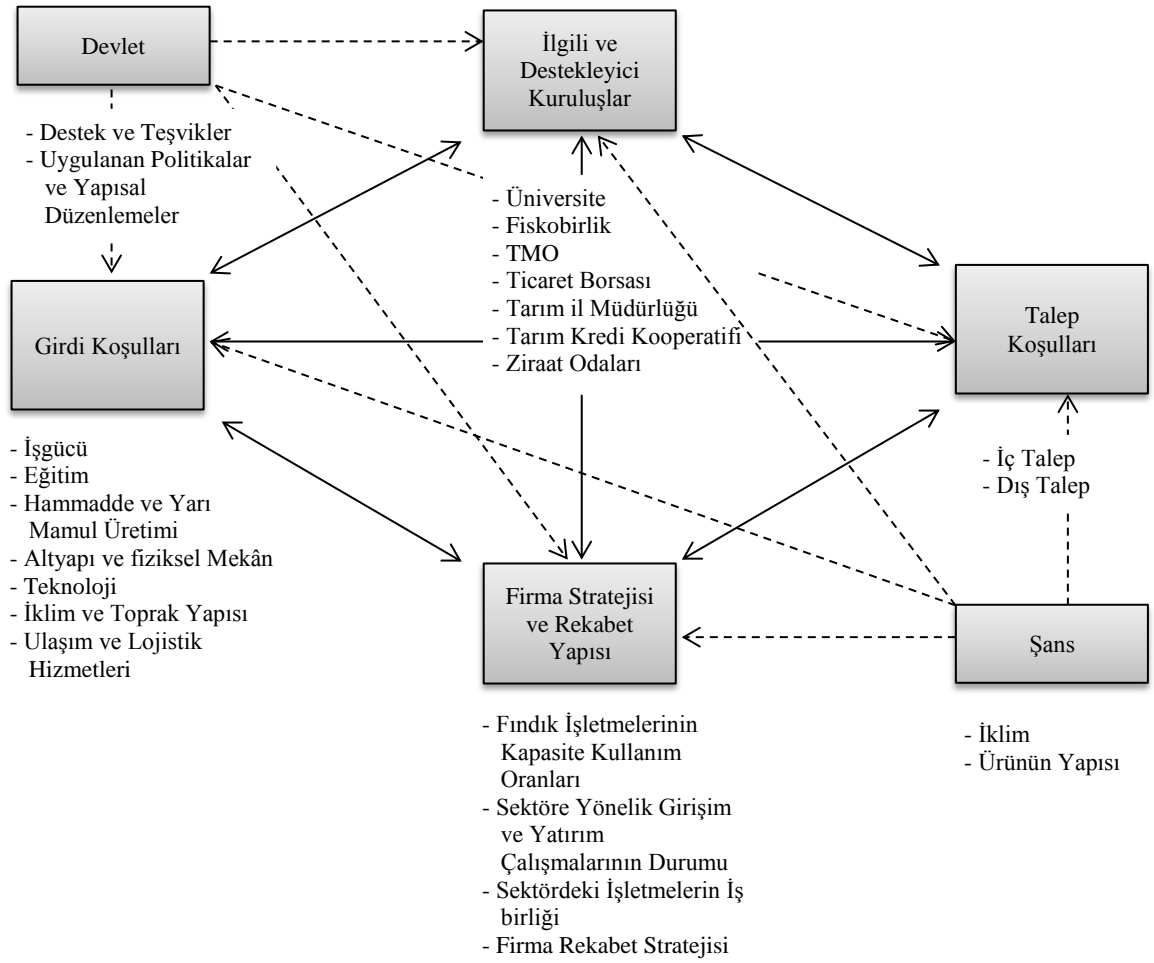
Eğitim Düzeyi	f	%	Yaş Düzeyi	f	%
Ortaokul	1	4.2	26-32	5	20.8
Lise	4	16.7	33-39	7	29.1
Lisans	12	50	40-46	3	12.6
Lisansüstü	7	25.1	47-53	4	16.7
			54 ve üstü	5	20.8
Toplam	24	100	Toplam	24	100

Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler içerik analizi ile analiz edilmiştir. İçerik analizi belirli kurallar dâhilinde kodlanan bir metnin, bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği, sistematik ve objektif bir biçimde ifade edilmesine yönelik çıkarımların yapıldığı bir analiz tekniğidir (Büyüköztürk vd., 2012: 240). Dolayısıyla öncelikle görüşmelerden elde edilen veriler metin haline getirilmiştir. Sonrasında ortaya çıkan metin detaylı bir şekilde ele alınıp birkaç kez incelenmiş ve gerekli görülen yerler düzeltilmiştir. Metin düzenlendikten sonra araştırma ile ilişkili kodlar belirlenmiştir ki bu aşamada tümevarım yöntemi izlenmiştir. Kodlamalar bittikten sonra benzeşik ve kendisini

tekrar eder nitelikteki kodlar çıkartılarak kod havuzu tekrar düzenlenmiştir. Ortaya çıkan kod havuzundaki kodların, birbirleriyle olan ilişkileri incelenerek birleştiğinde anlamlı bir bütün haline gelen kavramlar üzerinden temalar meydana çıkarılmıştır. Oluşturulan temaların altında bulunan kodlar tekrar değerlendirmeye alınmış ve benzeşik yapılar tekrar elenmiştir. Son aşamada bulgular gözden geçirilerek model ile ilişkilendirilmek üzere konu uzmanları ile görüşülmüştür.

Analizler sonucunda ortaya çıkan kodlar ve kodlara bağlı olarak ortaya çıkan temalar Porter'ın elmas modelindeki ana faktör başlıkları altında değerlendirilmiştir. Öncelikle modeldeki faktörlerin neyi ifade ettiği iyice araştırılmış, benzer tez ve araştırma çalışmalarında izlenen yollar değerlendirilmiş, sonrasında elde edilen kodlar ve temalar elmas modelindeki faktörler ile ilişkilendirilmiştir. Dolayısıyla elmas modeli temel faktörleri aynı isimler ile ele alınırken, alt boyutları Düzce fındık sektörünün rekabet gücünü belirleyici unsurları içermektedir. Modelde rekabeti etkileyen alt boyutlar, beşli skala (1-Çok Düşük, 2-Düşük, 3-Orta, 4-Yüksek, 5-Çok Yüksek) içinde değerlendirilerek rekabete etki düzeyleri derecelendirilmiştir. Son aşamada ise alt boyutlara yönelik puanlar toplanarak temel boyutların derecelendirilmesi yapılmıştır. Her bir temel değişken sektörel bağlamda kendisini etkileyen alt boyutlar dahilinde detaylıca açıklanmıştır.

Şekil 6: Düzce İli Fındık Sektörünün Rekabetçilik Düzeyi



5.1. Girdi Koşulları (Orta- 3)

Girdi koşulları; iş gücü, eğitim, hammadde ve yarı mamul üretimi, alt yapı ve fiziksel mekân, teknoloji, iklim ve toprak yapısı, ulaşım ve lojistik gibi alt değişkenlere bağlıdır. Rekabet gücü orta seviyededir.

5.1.1. İşgücü (Düşük- 2)

Bölgede iş gücü açısından ciddi problemler mevcuttur. Fındık işçileri bölgede yetersiz olduğundan, başka bölgelerden temin edilmektedir. Ağırlıklı olarak Doğu Anadolu ve Güney Doğu Anadolu'dan gelen işçiler fındık toplama işlemini gerçekleştirmektedir. Bu işçiler mevsimlik işçi olarak bölgeye gelmektedir. İşçilerin barınma ihtiyaçları çalıştıkları bahçe sahibi tarafından karşılanmaktadır. Gelen

işçilerin çoğu genç ve çocuk yaştadır. Bu sebeple, çocuk işçi problemi yaşanmaktadır. Bu problemin önüne geçmek için denetimler ve ceza uygulamaları olsa da çocuk işçi sorununun önüne tam olarak geçilmiş değildir.

Bölgede fındık sektörünün geleceğine dair olumsuz bir yargı vardır. Ayrıca fındık üretiminden elde edilen gelir garanti olarak görülmektedir. Bu sebeple, insanlar fındık bahçelerinde çalışmaktan ziyade, sigortalı işlere ve farklı sektörlerle yönelmektedirler. Sektördeki fiyat dalgalanmaları kişileri farklı sektörlerle yönelmeye itmektedir. Bölge halkı birkaç yıl sonrasını görebileceği, geleceğe dair plan ve yatırım yapabileceği sektörlerin arayışı içerisinde. Bu sebeple Düzce fındık sektörü açısından işçi göçü verir durumdadır.

Bölgedeki fındık kırma fabrikalarında genel olarak kadın işçiler çalışmaktadır. Taşıma, nakliye gibi alanlarda ise erkek işçiler çalışmaktadır. Bununla birlikte sektörde nitelikli ziraat mühendisleri konusunda ihtiyaç devam etmektedir.

Bölgedeki yerli işçi ile dışarıdan gelen işçi arasında çalışma saati ve ücret açısından farklar bulunmaktadır. Yerli işçi daha az saat çalışıp daha fazla ücret almaktadır. Bu farkın altında yatan sebepler ise yerli işçinin fındık bitkisini daha iyi tanıyıp toplama esnasında dallara zarar vermeden işlemi gerçekleştirmesi ve çalışma konusunda çok istekli olmamaları yatmaktadır.

5.1.2. Eğitim (Düşük- 2)

Bölgedeki fındık sektörü içerisinde eğitilmiş kişi sayısı azdır. Fındığın üretimi, toplanması ve nakliye edilmesi konusunda üreticiler; fındığın işlenmesi, korunması ve saklanması konusunda ise fabrika çalışanları ve işletme sahipleri eğitim bakımından yetersiz seviyededir. Üreticiye fındık üretimi ile ilgili verilen eğitimler yetersizdir ve devamlılığı yoktur. Verimliliği artırmaya yönelik ekim işlemleri, gübreleme, temizlik vb. gibi verilen eğitimlere üretici tarafından gerekli ilgi ve alaka gösterilmemektedir. Üretici geçmişten bugüne edindiği tecrübeler doğrultusunda hareket etmeye devam etmektedir. Dolayısıyla teknolojik gelişmeler maliyet olarak görülmekte ve yeterince faydalanılamamaktadır. Fındığın taşınması, depolanma koşulları, hastalıklara yönelik alınması gereken önlemler ile ilişkili birçok

araştırma mevcut olmakla birlikte, fındık işletmecileri de konuya mesafeli yaklaşmakta ve maliyet unsuru olarak değerlendirmektedir. Oysa yapılan araştırmalar; verimliliği artırmakta ve fındığın daha uzun süre saklanabilmesine imkân tanımaktadır.

5.1.3. Hammadde Ve Yarı Mamul Üretimi (Orta- 3)

Dünya fındık üretiminin en önemli ismi Türkiye'dir. Türkiye içerisinde Düzce ise kaliteli ve lezzetli fındık mamulleri üretimi konusunda iyi durumdadır. Fındık belirli tekniklerle ezilerek çikolata ve dondurma yapımında kullanılması sürecinde yarı mamul olarak görülmektedir. Bu bağlamda yarı mamul olarak fındık çikolata ve dondurma üretiminde ürün çeşitliliğini artırmada önemli bir konuma sahiptir. Düzce'deki fındık işletmeleri yarı mamul üretimi yapabilme konusunda yeterli kapasiteye sahip değildir. Bunun nedeni olarak ise iç talebin zayıf durumda olmasıdır.

Tablo 13: Türkiye Fındık Üretiminde Düzce'nin Yeri

	Alan (Da)	Alan (%)	Türkiye Sırası	Üretim (ton)	Üretim (%)	Türkiye sırası	Verim (kg/Da)
Türkiye	7.026.279	100	-	646.000	100	-	91
Düzce (İl Geneli)	626.850	8,9	6	69.344	10,7	5	110
Akçakoca	-	3,1	6	20.121	3,1	5 (ilçeler sırası)	92

(Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2015)

Düzce fındık sektörü, geliştirilmesi ve verimlilik çalışmalarının artırılmasıyla, daha iyi noktalara gelebilecek potansiyele sahip bir konumdadır. Şehir içerisinde en dikkat çekici bölge Akçakoca'dır. Akçakoca, Düzce'nin fındık üretim alanı ve üretim miktarı açısından en önemli ilçesidir. Akçakoca'da fındık üzerine yapılacak olan iyileştirme çalışmaları, Düzce fındık üretim miktarına ciddi katkı sağlayacak bir noktadadır. Düzce Merkez'de ve Yığılca bölgesinde de üretim miktarları yüksektir. Kaynaşlı, Gümüşova ve Çilimli ilçeleri bölge içerisinde üretim miktarının ve üretim alanının düşük olduğu yerlerdir.

Tablo 14: Düzce Fındık Alanları ve Üretimi

İlçeler	Alanı (Da)	Alan (%)	Üretim (Ton)	Üretim (%)
Merkez	129.000	20,58	15.657	22,57
Akçakoca	218.650	34,88	20.121	29,01
Cumayeri	54.000	8,61	8.165	11,77
Çilimli	35.250	5,62	4.583	6,60
Gölyaka	42.290	6,75	5.350	7,71
Gümüşova	34.760	5,55	4.154	5,99
Kaynaşlı	22.900	3,65	1.951	2,81
Yığılca	90.000	14,36	9.363	13,54
Toplam	626.850	100	69.344	100

(Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2015)

5.1.4. Altyapı Ve Fiziksel Mekân (Düşük- 2)

Fındığın kaliteli depolama koşullarına sahip olması önemli bir konudur. Depo olarak kullanılması planlanan yerin; fındığın kalitesini ve insan sağlığını koruyacak şartları bünyesinde barındırması gerekmektedir. Depo olarak kullanılacak yerin serinliği, kuruluşu, sıcaklığı, nispi rutubet oranı ve havalandırma koşullarının iyi muhafaza edilmesi gerekmektedir.

Bölgede ciddi bir depolama sorunu yaşanmaktadır. İşletmeler, tüccarlar ve üreticiler depolamayla ilgili sorun yaşamaktadırlar. Fındık işletmeleri kendisine ait depolama alanını; fındığı kaliteli saklama (randıman kaybı ve küflenme) ve çalınmaya karşı mücadele etme amaçlı kullanmaktadır. Depolama alanına sahip olmayan kişiler ise fındığını emanet vermek durumunda kalmaktadır. Emanet fındık, hem emanet alanı hem de emanet vereni zor duruma düşürmektedir. Emanet veren kişi, emanet verilen kişiye bağımlı kalma ve hasadı yapılmayan fındığın bile karşılığını alıp, üretiminden kar edemez duruma gelmektedir. Emanet alan ise;

depolama maliyeti, satışı yapılamayan fındığın randıman kaybı, fiyatların artması sonucunda karşılaşılabileceği maliyet gibi problemlere katlanmak durumundadır.

Entegre tesislerin az sayıda olması sektördeki oyuncular için problem olarak algılanmaktadır. Fındığın işlenmesi, (kavrulmuş fındık, file fındık, kırık fındık, fındık ezmesi vb.) mamül çeşitliliğini artırarak, sektöre yeni bir boyut kazandırmaktadır. Ayrıca kabuklu ve iç fındık satışı ile işlenmiş mamüllerin satış gelirleri arasında önemli farklılıklar görülmektedir. Yurtdışına çıkan fındık mamülleri işlenerek çikolata, dondurma, fındık ezmesi vb. gibi ürünler olarak ithalatı yapılmaktadır. Dolayısıyla devlete veya bölgedeki işletmelere ait yeni entegre tesislerin kurulması ve fındığın işlenmesi gerek iç piyasa gerek dış piyasa talebini ve değerini artıracaktır.

5.1.5. Teknoloji (Düşük- 2)

Bölge, fındık sektöründe kullanılan teknoloji bakımından gelişmiş bir konumda değildir. Bölgede fındık genel olarak çiğ ve kabuklu olarak ihraç edilmektedir. Entegre tesislerinin ve işleme fabrikalarının sayısı yetersizdir.

Sektörle ilgili teknolojik başka bir eksiklikte, hasat zamanında ve toplamada kullanılan teknolojik aletlerin azlığı ve üreticinin var olan zamandan ve işgücünden tasarruf sağlayabileceği bu araçların kullanımında çok istekli olmama durumudur. Örneğin; yeni geliştirilen fındık toplama makinası ağaç dalına zarar vermeden, yerden fındığı toplayabilmekte, sonrasında yerden aldığı diğer maddelerden ayıklamakta, zurufunu ayırmakta ve belli bir noktaya toplayabilmektedir. Özellikle Düzcce'nin coğrafi yer koşulları, bu tür makinaların kullanımı açısından Ordu, Giresun, Trabzon gibi şehirlere kıyasla daha uygundur. Bu tür makinaların kullanımı maliyetli görülmekle birlikte, fındıkta kullanılan işçi ve harcanan zaman açısından ciddi tasarruflar sağlamaktadır.

5.1.6. İklim Ve Toprak Yapısı (Yüksek- 4)

Bölge, fındık üretimi için gerekli iklim koşulları bakımından son derece elverişlidir. Yağış rejimi ve nemlilik açısından üretime uygun bir alandır. Fındık için önemli olan iklim faktörlerinden biride don olayı olarak görülmektedir. Bölgenin don

olayı bakımından diğer bölgelere nazaran daha elverişli olup daha az don olayı yaşanmakta olduğu söylenebilir. Bir başka önemli iklim faktörü de güneşli gün sayısıdır. Düzce fıncığı, yetiştirme ve hasadı sonrasında kurutma işlemi için gerekli olan güneşli gün sayısı bakımından elverişlidir. Ayrıca sahil kuşağında yer alan Akçakoca, konumu itibari ile bölgedeki verimli bölgeler arasında önemli bir yere sahiptir.

Bölgenin toprak yapısı, fıncık üretimi için gerekli olan besin ve vitamin değerleri bakımından oldukça zengin ve verimlidir. Bu verimli topraklar, her yıl ürün verdiği için yıllar geçtikçe yorulmakta ve yapısındaki besleyici değerler azalmaktadır. Büyük üretim alanına sahip kişiler toprak analizine önem verirken, diğer kişiler eski usul yöntemlerle üretimine devam etmektedir. Toprakla ilgili bir başka problemde arazi yapısıdır. Parçalı araziler kaliteli üretime engel olmaktadır. Küçük arazi sahipleri; verimi artırmak, kaliteyi korumak, teknolojiyi takip etmek, makinalı tarımı uygulamak ve profesyonel tarıma geçmekle ilgilenmediklerinden toplam üretim hacmini ve kaliteyi artırma adına yapılan çalışmaları yavaşlatmaktadır.

5.1.7. Ulaşım Ve Lojistik (Yüksek- 4)

Bölge bulunduğu konum itibariyle çok stratejik bir noktadadır. Bölge ulaşım ağı ve lojistik bakımından elverişli bir konumdadır. Yeryüzü şekilleri fıncığın yetiştiği diğer ülkelere nazaran daha uygun yapıdadır. Düzce ili fabrikalara yakınlığı, önemli ticaret limanlarına yakınlığı, fabrika sayısının çokluğu ve transit bölge oluşu açısından fıncık üretimi yapan diğer bölgelere nazaran daha iyi bir noktada olup bu konuda bir sorun yaşamamaktadır.

5.2. Firma Stratejisi Ve Rekabet Yapısı (Düşük-2)

Firma stratejisi ve rekabet yapısı fıncık işletmelerinin kapasite kullanım oranları, sektöre yönelik girişim ve yatırım çalışmalarının durumu, firma rekabet stratejisi, sektördeki işletmelerin iş birliği/ örgütlenmesi gibi değişkenlere bağlıdır ve rekabet gücü düşük seviyededir.

5.2.1. Sektöre Yönelik Girişim ve Yatırım Çalışmaları Durumu (Düşük-2)

Düzce'de fındık sektörü içerisinde yer alan işletmeler, geleceğe dair umutsuz bir bakış açısına sahiptir. Bu bakış açısı girişimcilik ruhunu ve yatırım yapma isteğini olumsuz yönde etkilemektedir. Düzce ilinde yapılacak yatırımların yavaşlaması söz konusudur. Sektördeki çoğu işletmede, üreticide ve tüccarda gelecek kaygısı mevcuttur. Birçok işletmeci, kendilerinden sonra gelecek kuşağın sektöre heyecanla ve istekle bakmadıklarını düşündüklerini ifade etmiştir. Bir sonraki kuşağın yapacakları yatırımın ya da ilgi duydukları alanların zamanla değişeceği düşüncesi mevcuttur.

5.2.2. Sektördeki İşletmelerin İşbirliği (Çok Düşük- 1)

Bölgede bulunan fındık işletmeleri birbirlerinden bağımsız şekilde faaliyetlerine devam etmektedir. Kendi aralarında birlik oluşturmak veya örgütlenmek adına yaptıkları bir girişim mevcut değildir. Bölgenin fındıkla ilgili olan problemine çözüm getirecek veya üretim ve pazarlama gibi konularda iyileştirme sağlayacak nitelikte yapılan ortak bir çalışma yoktur. Fındık işletmeleri kendi kâr marjlarına odaklanarak kendi işletmelerinin var olmasıyla ilgilenmektedir. Bu düşünce paydaşları ortak bir potada buluşma fikrinden uzaklaştırmaktadır.

5.2.3. Fındık İşletmelerinin Kapasite Kullanım Oranı (Düşük- 2)

Düzce Ticaret Odası verilerine göre bölgedeki fındık kırma ve işleme fabrikalarının sayısı 17'dir. Fabrikaların ağırlıklı bir kısmı kırma fabrikasıdır. Bölgedeki fabrikalar tam kapasite faaliyet gösterme konusunda problem yaşamaktadır. Fındıktaki üretim bazlı dalgalanmalar ve fiyattaki istikrarsızlıklarda bunu tetiklemektedir.

5.2.4. Firma Stratejisi (Düşük- 2)

Sektördeki işletmelerin çoğu aile şirkettir. Bu şirketler aile bireyleri tarafından yönetilmektedir. Bölgede fındık sektörüne yönelik, profesyonel ve yetişmiş yönetici eksikliği olduğu görülmektedir. Bölgedeki fındık işletmeleri

tarafından fındığın markalaşması ve tanıtımı adına etkili çalışmalar yapılmadığı gözlenmektedir. Entegre tesislerin yetersizliği, çikolata ve şekerleme fabrikalarının eksikliği bunu etkilemektedir.

Bölge; coğrafi konum, ulaşım, yer şekilleri, stratejik konum, limanlara yakınlık, kalite, lezzet, büyük fındık bahçeleri, rekolte ve en önemlisi yıllık üretim miktarı açısından rekabet konusunda güçlü bir noktadadır.

Yapılan araştırma sonuçlarına göre fındık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin belli bir stratejik planlamaya ve stratejik altyapıya sahip olmadıkları görülmektedir. Firmalar, genellikle maliyet temelli stratejileri benimsemektedir. İşletmelerde nadiren farklılaşma stratejilerine eğilim olduğu görülmektedir. Bu farklılaşmayı da hizmette kaliteyi artırmak ve farklılık meydana getirmek için yapmaktadırlar.

Fiyattaki dalgalanmalar ve durulmalardan sektördeki her oyuncu ciddi şekilde etkilenmektedir. Fiyat; piyasanın tekel yapısı, iklim, emanet sistemi, stok doluluğu ve siyasi dengeler gibi değişkenlere karşı çok hassas olup, hemen değişim göstermektedir. Fiyattaki bu hassaslık ve istikrarsızlık sektörü yatırım yapma, geleceğe dönük planlama yapma ve strateji geliştirme konusunda olumsuz etkilemektedir.

5.3. İlgili Ve Destekleyici Kuruluşlar (Orta- 3)

İlgili ve destekleyici kuruluşlar faktörü; Düzce Üniversite, Fiskobirlik, Toprak Mahsulleri Ofisi, Ticaret Borsası, Tarım İl Müdürlüğü, Tarım Kredi Koop., Ziraat Odası gibi değişkenlere bağlıdır ve rekabet gücü orta seviyededir.

5.3.1. Düzce Üniversitesi (Orta- 3)

Düzce Üniversitesi yeni kurulan bir üniversite olmasına rağmen hızla büyüyen ve gelişen üniversiteler arasındadır. Üniversiteye bağlı 3 enstitü, 12 fakülte, 3 yüksekokul, 9 meslek yüksekokulu bulunmaktadır. Ziraat ve Doğa Bilimleri

Fakültesi 2011 yılında faaliyet göstermeye başlamıştır. Fakülte bünyesinde doğrudan fındık sektörüne yönelik bir akademik birim bulunmamaktadır.

Düzce Üniversitesinde fındık bitkisiyle ilgili birçok projeye imza atılmıştır. Bunlardan bazıları aşağıdaki şekildedir;

- Fındık atıklarının (kabuk, yaprak, zuruf, budama atıkları) yemelik mantar *pleurotus spp.* üretiminde değerlendirilmesi,
- Enzimatik Hidroliz işlemi ile fındık zurufu, mısır sapı ve ekin saplarından biyoetanol üretimi,
- Ozanlaşmış fındık yağı eldesi,
- Ozonlu fındık yağının yara iyileştirme ve hücre yenileme özelliğinin in vivo ile ölçülmesi,
- Akçakoca'da yetişen fındıkların kalite özelliklerinin belirlenmesi,
- Hasat sonrası fındıkta görülen zararlı ve hastalık etmenlerinin belirlenmesi,
- Fındık kabuğundan ekolojik boya elde edilmesi,
- Fındık kabuğunda doğal olarak bulunan kemoterapi ilaçlarının etken maddesi 'palitakselin'in yerli ilaç sanayine ve ekonomiye kazandırılması için yapılan çalışmalar,
- Fındık bitkisinde külleme hastalığına karşı mücadele için yapılan çalışmalar.

Düzce Üniversitesi, Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi, Bahçe Birimleri bölümünün kurulmasıyla birlikte fındıkla ilgili yapılan çalışmalar ve kurumlarla ortaklaşa yürütülecek projeler fındık yetiştiriciliğine önemli katkılar sağlayacaktır. Sektördeki oyuncular üniversite ile ortak çalışmalar yapma konusunda isteklidir. Sektörde üniversite tarafından verilen bir eğitime itibarın daha yüksek olacağı algısı mevcuttur. Üretici, tüccar, işletmeci ve diğer kurum ve kuruluşların orta noktada buluşacağı en sağlıklı yapılardan birinin de üniversite olduğu algısı mevcuttur.

Üniversitelerde yapılan çalışmaların sadece teoride kalmaması, uygulamayla da buluşması sektördeki oyuncuların temennisidir. Sonuç olarak üniversiteden beklentiler yüksektir, fakat gerçekleştirilen çalışmalar ve sektörle iletişimin şu an için yetersiz olduğu belirtilmektedir. Üniversite bünyesindeki hocalardan, özellikle hastalıklar (külleme, dal kanseri, bakteriyel yanık vb.) ve zararlılar konusunda

yardım beklenmektedir. Bununla birlikte, Düzce Üniversitesi bünyesinde bölgenin doğal geçim kaynağı olan fındık bitkisine has bir bölümün olmayışı, eksiklik olarak görülmektedir.

5.3.2. Fiskobirlik (Düşük- 2)

1984 yılına kadar Fiskobirlik, Türkiye fındık ihracatının önemli bir kısmını gerçekleştirmiştir. Depolarda çok fazla fındığın elde kalması sonucu, Fiskobirlik'te arz fazlası meydana getirmiştir. Destekleme alımları devlete zarar niteliğinde yazılır seviyeye gelmiştir. Fiskobirlik zamanında düzgün ve sağlıklı işleyen fındık alım stratejisi uygulanamayıp etkinliğini kaybetmiştir. Düzce'de faaliyetlerine bağımsız şekilde devam etmektedir. İzlenen yanlış politikalar, stratejiler siyasi çıkarlar sonucunda devlet Fiskobirlik'i devre dışı bırakmıştır. Bölgede de çok aktif bir şekilde işler durumda değildir.

5.3.3. Toprak Mahsulleri Ofisi (Düşük- 2)

2006 yılında Fiskobirlik'in karşı karşıya kaldığı mali sıkıntılar ve 2005 yılında üreticiye borçlarını ödeyememesi üzerine 2006/2007 sezonunda fındık üreticilerinin mağduriyetini gidermek için 2006/10865 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla Toprak Mahsulleri Ofisi fındık alımıyla görevlendirilmiştir. Takip eden iki sezonda da TMO tarafından bu görev sürdürülmüştür. Temmuz 2009'da açıklanan Yeni Fındık Stratejisi doğrultusunda, 2009/15202 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile TMO'nun fındık alım görevi sona ermiştir (Gümrük Ticaret Bakanlığı, 2015).

TMO bölgede fındık ile ilgili yetkilerini yeterli düzeyde kullanamamıştır. Çünkü asli görevi fındık alımı yapmak değildir. TMO işlevini yitirdikten sonra üreticiye dönüm başına destekleme sistemine geçilmiştir. TMO şu anda aktif değildir.

5.3.4. Tarım Kredi Kooperatifi (Orta -3)

Fındık konusunda görevlendirilmesi planlanan yeni kuruluş Tarım Kredi Kooperatiftir. Tarım Kredi Kooperatifi depolama çalışmaları, ekspertiz, randıman

kırma konularında ziraat mühendisleri ve diğer bilgi veren kurumlar tarafından eğitilmektedir.

5.3.5. Tarım İl Müdürlüğü (Orta- 3)

Eğitim eksikliği sektörde önemli bir problem olarak görülmektedir. Bu amaçla Tarım İl Müdürlüğü, fındık yetiştiriciliği ile ilgili kitapları üreticileri bilgilendirmek adına dağıtmaktadır. Bu kitapçıklarda; fındığın dikimi, budama, gübreleme, hasat, harman, depolama, hastalık ve zararlılarla nasıl mücadele edeceğine dair bilgiler yer almaktadır. Tarım İl Müdürlüğü üreticiyi bilinçlendirme ve ürün yetiştirmeye yönelik çalışmalar yapmaktadır. Çalışmalar mevcut olsa da bölgedeki üreticileri tamamen bilinçlendirecek bir alt yapıya sahip değildir. Bölgede daha donanımlı ziraat mühendislerine ihtiyaç duyulmaktadır.

5.3.6. Ziraat Odaları (Yüksek- 4)

Ziraat Odaları sektörde aktif olarak rol alan oyuncular olarak görülmektedir. Çiftçilerin kayıtları, tarımsal destekler ile ilgili bilgileri çiftçilere sunmak, tarımın ve üreticinin kalkınması adına eğitim vermek, bu tür konularda yayın yapmak ve danışmanlık faaliyetlerinde bulunmak Ziraat Odalarının görevleri arasındadır. Bölgedeki oyuncular ve faaliyetleri incelendiğinde Ziraat Odaları üreticiler ve fındık işletmeleri açısından önemli bir muhatap olarak algılanmaktadır. Bunun nedenleri arasında; verimliliği artırmaya yönelik tekniklerin ziraat mühendisleri aracılığıyla üreticilere aktarılması, külleme vb. gibi hastalıklar ve zararlılar konusunda talepte bulunan üreticilere yerinde bilgilendirme yapılması faaliyetleri gösterilebilir.

5.3.7. Ticaret Borsası (Yüksek- 4)

Düzce Ticaret Borsası faaliyetlerini başarıyla sürdürmektedir. Hem bölgedeki kurum ve işletmelerle hem diğer fındık borsalarıyla ilişkileri iyi düzeydedir. Her konuda birbirleriyle irtibat içerisinde oldukları ifade edilmektedir. Oluşan bir problemde veya bilgi ihtiyacında yardımlaşmaya açık oldukları görülmektedir.

5.4. Talep Koşulları (Yüksek -4)

Talep koşulları, iç talep koşulları ve dış talep koşulları olmak üzere iki alt değişkene bağlıdır ve rekabet gücü yüksek seviyededir.

5.4.1. İç Talep Koşulları (Düşük- 2)

Fındık çok güçlü bir besin kaynağı ve değerli bir hammadde kaynağı olması bakımından bölge açısından önemlidir. Fındığın tüketimi çiğ ve işlenmiş olarak yapılmaktadır. Sadece kuruyemiş olarak değil başta çikolata endüstrisi olmak üzere şekerleme sanayinde, tatlı sektöründe temel hammadde olarak kullanılmaktadır. Bunun yanında kabukları yakıt olarak ve organik boya yapımında kullanılmaktadır. Fındık kavrulmuş, kıyılmış, fındık yağı, fındık ezmesi, fındık unu gibi geniş bir ürün yelpazesine sahiptir.

Dünya fındık üretiminde ilk sırada yer alan Türkiye, tüketim konusunda oldukça düşük seviyededir. Türkiye’de yılda 80 bin ton civarında fındık tüketilmektedir. Tüketim oranlarının düşük olmasının altında yatan beş sebep yapılan görüşmeler ışığında şu şekilde sıralanmaktadır:

1. İç piyasadaki fındık tanıtım çalışmalarının yetersiz olması: Fındık tüketimi konusunda teşvik edici tanıtımların olmayışı, ülkenin fındık tüketim seviyesinin düşük olması konusunda önemli bir rol oynamaktadır.
2. Yüksek fındık fiyatı: Fındık fiyatlarının yüksek oluşu alım gücü zayıf olan halkı zorlamaktadır.
3. Fındığın lüks tüketim ürünü olarak algılanması, yaşamın devamlılığı açısından temel ham madde olarak görülmemesi ve yüksek fiyatlarında bunu desteklemesiyle algı bu yönde gelişmiştir.
4. Türkiye’nin kuruyemiş ve meyve bakımından zengin bir ülke oluşu ve fındığa alternatif olarak antepfıstığı, badem, ceviz ve kestane gibi ürünlerinde Türkiye’de yetişiyor olması tüketim oranını düşürmektedir. Bunun yanında çerezlik olarak tüketiminin de çok yaygın olmadığı görülmektedir.

5. Son olarak fındık ürünlerin üretimini yapacak fabrikaların yetersiz oluşu, bu yönlü yatırımların az olması ülke içerisindeki fındık tüketiminin düşük olmasının temel sebepleri olarak görülmektedir.

5.4.2. Dış Talep Koşulları (Çok Yüksek- 5)

Düzce fındık üretimi ve ihracatı noktasında iyi bir konuma sahiptir. Dünyaya fındığı en fazla ihraç edenler arasında da Türkiye ilk sırada yer almaktadır. Türkiye ürettiği fındığın %80'ini ihraç etmektedir. İhraç edilen fındığın önemli bir kısmı çikolata sanayinde kullanılmaktadır. Fındık, pastane ve bisküvi mamullerinde kuruyemiş ve yağ olarak tüketilmektedir. Fındığın büyük bir kısmı iç fındık ve kabuklu fındık olarak ihraç edilmektedir. Dış tüketimde en büyük alıcılar İtalya, Almanya, Fransa ve Belçika'dır.

5.5. Devlet (Orta – 3)

Devlet faktörü; destek ve teşvikler, uygulanan politikalar ve yapısal düzenlemeler gibi değişkenlere bağlıdır. Rekabet gücü orta seviyededir.

5.5.1. Destek Ve Teşvikler (Orta- 3)

Devlet bölge ekonomisine doğrudan veya dolaylı katkılar sağlamaktadır. Kurum ve kuruluşların projelerine destek vermektedir. Üretici için dönüm başına 170 TL destekleme yapmaktadır. Bu destekleme %6'dan az eğimli araziler için geçerli değildir. Ovada bulunan arazilere bu destek verilmemektedir. Bu destekleme yerine alternatif ürün yetiştirmeye teşvik amaçlı destekleme yapılmaktadır. Üreticiler destekleme konusunda sorun yaşamaktadırlar. %6'dan az eğimli araziye sahip olanlar destekleme konusunda devletin ayrımcılık yaptığı düşüncesini taşımaktadır. Alternatif ürün teşvikine ise negatif yaklaşmaktadırlar. Fındığın ekonomik olarak ikamesi olabilecek bir ürünün henüz bölgede yetiştiriciliği yapılmadığından, bölgenin iklim şartlarına uygun en kazançlı tarım ürünü fındıktır.

Bölge halkının devletten beklentisi, sektörde daha etkili olması ve uygulayacağı destekleme ve teşvik çalışmalarını geniş çaplı düşünüp o şekilde

uygulaması şeklindedir. Üreticinin mağdur olmaması adına fındık; dolu, yangın, hortum, deprem, heyelan, kalite kaybı ve don olaylarına karşı devlet destekli bitkisel ürün sigortası kapsamında sigortalanmaktadır.

5.5.2. Uygulanan Politikalar Ve Yapısal Düzenlemeler (Düşük- 2)

Düzce fındık imalatı sektöründe kurumsal kapasitenin artırılması adına yapılan düzenlemeler, teşvikler iyi durumda olsa bile bu destekler girişimcileri heyecanlandırarak yatırımları artırabilecek düzeyde olmadıkları görülmektedir. Sektöre girmeyi planlayan ya da sektörde olan yatırımcılar için fiyattaki istikrarsızlık ciddi bir problem olarak algılanıp, gelişim ve yatırım konusunda ilerleme kaydetmelerini engellemektedir.

5.6. Şans Faktörü (Yüksek- 4)

Şans faktörü iklim ve ürünün yapısı olmak üzere iki alt değişken ile ifade edilmektedir. Rekabet gücü yüksek seviyededir.

5.6.1. İklim (Yüksek- 4)

Fındığın doğal yetişme alanı nemli ve ılıman iklimin hâkim olduğu bölgelerdir. Karadeniz'in kıyı kesimi fındık üretimi açısından dünyadaki en uygun alandır. Fındığın doğal ortamında yetişiyor olması Türk fındığını lezzet ve aroma bakımından ayrıcalıklı kılmaktadır. Diğer ülkelerde yetişen fındıklar daha tatsız ve aroma bakımından daha yavandır. Bölge bu konuda avantajlı durumdadır.

5.6.2. Ürünün Yapısı (Yüksek- 4)

Fındık birçok tarım ürününe nazaran bakımı ve yetiştiriciliği çok kolay olan ve getirisi çok yüksek olan bir tarım ürünüdür. Bölgedeki tarım ürünlerine bakıldığında, ekonomik olarak ikamesi olmayan bir tarım ürünüdür.

6. BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Düzce ilinin ekonomik kalkınmasında önemli bir yere sahip olan ve tarımsal ürünler arasında en önemli ürün olarak yerini koruyan fındığın, bölge halkı için önemli bir gelir kaynağı olduğu bilinmektedir. Bölge iklim ve toprak yapısı itibarıyla fındığın doğal olarak yetişebileceği tüm ekolojik faktörleri barındırmaktadır. Bölge fındık üretim miktarı ve verimliliği açısından önemli bir konuma sahiptir. Bol yağış alması, güneşli gün sayısı miktarı, toprağın mineral içeriği bakımından zenginliği, ulaşım olanaklarının elverişliliği, İstanbul, Kocaeli, Ankara gibi sanayi bölgeleri bakımından transit geçiş hattı üzerinde olması gibi birçok faktör Düzce fındık sektörünün rekabet gücünü pozitif yönde etkileyebilecek etmenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörlerin; görece önem düzeyleri, etkin ve verimli kullanılma durumu, eksik ve gelişmiş yönlerinin ortaya çıkartılması Düzce fındık sektörünün gerek rekabet gücünü gerek sürdürülebilirliğini ortaya koyma açısından önem taşımaktadır. Fındık sektöründe Doğu Karadeniz bölgesi ön plana çıkmakla birlikte Batı Karadeniz bölgesi de üretim miktarı açısından sektörde stratejik bir öneme sahiptir. Batı Karadeniz bölgesinde üretilen fındık, özellikle kilogram başına verimlilik oranlarına göre Doğu Karadeniz’de üretilen fındıktan daha yüksek skorlara erişebilmektedir (Giresun Ziraat Odası, 2016). Dolayısıyla Batı Karadeniz bölgesinin sektördeki konumunu belirli bir model çerçevesinde incelemek önem arz etmektedir.

Batı Karadeniz bölgesi fındık sektöründe Kocaeli, Zonguldak, Sakarya ve Düzce şehirleri ön plana çıkan illerdir. Bu iller arasında Kocaeli ve Sakarya gelişmiş şehirler arasında yerini alırken, Zonguldak ve Düzce şehirleri gelişmekte olan iller arasında değerlendirilebilir. Zonguldak şehri özellikle madencilik ve sanayi sektörlerine odaklanmış bir yapıda hareket ederken, tarım ve hayvancılık bu şehrin ekonomik yapısı açısından ikinci planda kalmaktadır. Düzce şehrinde ise sanayi hareketliliği ve yatırımları son yıllarda giderek artmakla birlikte, bölge halkının en

önemli geçim kaynağı olarak fındık sektörü karşımıza çıkmaktadır. Hatta birçok iş alanında fındık hasat zamanlarında işgörenler sağlık raporları aracılığı ile fındık bahçelerindeki işlerine yönelmektedir. Bu doğrultuda bölge halkı için fındığın önemi ve vazgeçilmez bir geçim kaynağı olduğu anlaşılabilir. Dolayısıyla araştırma kapsamında Düzce ili fındık sektörü ele alınmıştır.

Rekabet gücü kavramı gerek iç gerek dış unsurlardan etkilenmesi nedeniyle ölçülmesi güç bir kavramdır. Bu kapsamda rekabet gücünü ortaya koymaya yönelik araştırmalar yapılmış ve bu araştırma sonuçları doğrultusunda birçok model ortaya konulmuştur. Literatür kısmında detaylı bir şekilde ele alınan modeller incelenmiş ve birçok eleştiriye maruz kalmasına rağmen en çok rağbet gören modelin, alanyazında önemli bir konuma sahip Porter tarafından geliştirilen “Elmas Modeli” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ele aldığımız sektöre uygunluk açısından modeller kıyaslanmış ve Düzce fındık sektörünün rekabet gücünü belirleyici en uygun modelin Porter’ın elmas modeli olduğuna karar verilmiş ve araştırmaya bu doğrultuda yön verilmiştir. Elmas modeli sektör ve ülke düzeyinde, rekabet gücünü analiz etme konusunda önemli bir konuma sahiptir. Dünya’da ve ülkemizde birçok sektör rekabet gücü analizi için bu modelden faydalanmıştır. Türkiye’de kesme çiçek sektörü (Akbaş, 2012), tekstil sektörü (Eraslan vd., 2008), su ürünleri sektörü (Akmermer, 2015), beyaz eşya sanayi (Çetinler, 2005), turizm sektörü (Bilir, 2016; Özer, 2012), seramik sektörü (Olçay, 2011) gibi birçok alanda rekabet gücünü analiz etmek için elmas modelden faydalanılmıştır. Ülke bazında elmas modelini ele alarak yapılan analizlere örnek olarak Meksika (Hodgetts, 1993), Yeni Zelanda (Cartwright, 1993), Avusturya (Bellak ve Weiss, 1993), Çin (Liu ve Song, 1997) ve Arnavutluk (Doda, 2015) ülkelerinde yapılan farklı sektörlere yönelik araştırmalar gösterilebilir.

Porter’ın Elmas Modeli aracılığı ile rekabet gücünü analiz ederken, öncelikle hangi kriterler kapsamında değerlendirme yapılacağına dair bazı faktörler belirlemiştir. Bu faktörlerden dördü tüm sektörlerde geçerli ve etkili olduğuna inanılan girdi koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici kuruluşlar, firma stratejisi ve rekabet düzeyi unsurlarından oluşmaktadır. Bununla birlikte Porter sektörleri dışsal açıdan etkileyen devlet ve şans faktörlerinin de rekabet gücünü etkileyen unsurlar olduğunu, ancak sektörlerin yapısına göre etki düzeylerinin

farklılaştığını belirtmektedir. Dolayısıyla bazı araştırmalar bu iki unsuru modele dahil ederken bazıları dahil etmeme yoluna gitmiştir. Araştırmamız kapsamında modelde bulunan 4 temel ve iki dışsal unsur Düzce fındık sektörünün rekabet gücünü ortaya koymak açısından ele alınmıştır.

Modelin belirlenmesinden sonra sektörün yapısal özellikleri ortaya konulmuştur. İncelenen fındık sektörü yapısında ön plana çıkan oyuncular araştırma evreni olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırma verileri 24 sektör oyuncusu ile gerçekleştirilen görüşmeler doğrultusunda elde edilmiştir. Elde edilen veriler ise nitel yöntemlerde oldukça sık kullanılan bir yöntem olan içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Analiz edilen veriler doğrultusunda ortaya çıkan kodlar ve kodların birleşiminden oluşan temalar modelde yerlerine koyulmuş ve bulgular bu doğrultuda paylaşılmıştır. Elde edilen bulgulara dayanılarak ortaya konulan sonuçlar elmas modelindeki faktörler kapsamında aşağıda paylaşılmaktadır.

Girdi koşulları, bölge için rekabet gücünün temel belirleyicisi olarak nitelendirilmektedir. Girdi koşulları; doğal şartlar gereği var olan faktörler ve bölgede geliştirilmesi mümkün olan faktörler olmak üzere iki ayrı grupta değerlendirilmektedir. Düzce’de fındık sektörü için doğal olarak bulunan faktör koşulu iklim ve toprak yapısıdır. Bölgede bu faktör koşullarının, rekabet gücü açısından avantajlı bir konumda olduğu görülmektedir. Bölgede kendiliğinden var olmayıp ve geliştirilmesi gereken faktör koşulları ise; işgücü, eğitim, hammadde ve yarı mamul, altyapı-fiziksel mekân, teknoloji, ulaşım ve lojistik olarak sıralanmaktadır. Rekabet gücünde önemli etkiye sahip bu faktörlerden elde edilen sonuçlara bakıldığında; Düzce fındık sektörü kendine yetebilecek işgücüne sahip değildir. Sektördeki işgücünün en büyük eksiği kalifiye ve eğitimli çalışan eksikliğidir. Ayrıca dışardan fındık toplamak amacıyla Düzce’ye gelen işgücünün ücret konusundaki pazarlık gücü de düşük düzeydedir. Düzce fındık sektörünün rekabet gücünü artırabilmesi için sektördeki tüm oyuncuların bilinçli ve kaliteli ürün yetiştirmek, işlemek ve pazarlamak adına eğitim konusunda üzerine düşen görevi yerine getirmesi gerekmektedir.

Düzce fındık sektörünün rekabet gücüne etki eden diğer bir girdi koşulu altyapı ve fiziksel mekân faktörüdür. Fındığın doğru koşullarda saklanması; ürünün

kalitesi, lezzeti, randımanı ve sağlık koşulları açısından çok büyük önem taşımaktadır. Bölgede bu eksiği giderecek lisanslı depoların eksikliği görülmektedir. Lisanslı depoların olmayışının bir başka olumsuz sonucu da sektörde emanet fındık sorununu meydana getirmesidir. Emanet fındık sorunu, Düzce fındık sektöründe hem üretici hem de emanet alan için problemleri bir pozisyona dönüştürmektedir.

Rekabet gücünü etkileyen bir başka girdi koşulu ise teknoloji faktörüdür. Düzce fındık sektörü teknolojiyi kullanmakta ve yaygınlaştırmakta eksiklikler yaşamaktadır. Gerek fındık toplamada kullanılan teknolojik aletler, gerek fındığı işleme aşamasında çok önemli yere sahip entegre tesisler konusunda sıkıntıların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fındıklı ürünler çeşitliliğini artıracak tesislere ihtiyaç vardır. Düzce fındık işleme sanayii fındıktan istenilen ekonomik kazancı sağlama konusunda yetersiz kalmaktadır. İşlenmiş fındık katma değer olarak kabuklu ve kırılmış olarak ihraç edilen üründen çok daha karlıdır.

Girdi koşullarında rekabet gücünün yükselmesinde avantaj sağlayan en önemli alt faktör ulaşım ve lojistik olduğu tespit edilmiştir. Bölge konumu itibarıyla önemli limanlara, büyük sanayi şehirlerine ve büyük şehirlere yakın bir bölgededir. Sahip olunan stratejik konum, ulaşım ve lojistik noktasında Düzce fındık sektörünün rekabet gücünü pozitif yönde etkilemektedir.

Talep koşulları açısından fındık sektörü özellikle dış talebe bağımlı konumdadır. Türkiye fındık üretiminin çok önemli bir kısmına sahip olmakla birlikte, iç tüketim (talep) düşük düzeylerde kaldığı için fındık sektörü dış talep ihtiyaçlarına göre şekillenmektedir. Ülke içerisinde fındık tüketimini artıracak şekilde düzenlenmiş çalışmalarında eksikliği bu noktada ortaya çıkmaktadır.

Sektörün güçlü ve işlevsel olmasının en önemli nedenlerinden birisi de sektör içerisinde yer alan ilgili ve destekleyici kuruluşların varlığı ve birbirine desteğidir. Düzce fındık sektörü, bu kapsamda ele alındığında rekabet gücünün orta seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sektör oyuncularının, sağlam bir birlik oluşturma ve ortak çalışmalara katılma konusunda teşvik edilmeye ihtiyacı olduğu gözlemlenmektedir. Düzce fındık sektörü oyuncularının özellikle Düzce Üniversitesi, Tarım İl Müdürlüğü ve Ziraat Odalarına yönelik büyük beklentilere sahip olduğu

gözlenmektedir. Bu kurum ve kuruluşların önderliğinde gerçekleştirilecek çalışmaların, sektör oyuncularını ortaklaşa rekabete yönlendirebileceği, bunu pekiştirmek içinde Devlet'in destekleyici bir konumdan etkili hamleler gerçekleştirmesi beklenilmektedir.

Rekabet gücünün sürdürülebilirliğini sağlamak ve hedeflenen amaca ulaşmak için yol alırken, belli başlı yöntemler doğrultusunda stratejiler üretmek gerekmektedir. Düzce fındık sektörü oyuncularının bu kapsamda çok gelişme gösteremedikleri yapılan çalışma sonucunda ortaya koyulmuştur. Düzce fındık sektörünün değerlendirildiği elmas modelinde, rekabet gücünün en düşük olduğu faktör, firma stratejisi ve rekabet yapısı olarak belirtilmiştir. Sektördeki oyuncuların aralarında birlik oluşturmaya ya da örgütlenmeye dair bireysel düşüncelerinin olmadığı anlaşılmaktadır. Özellikle fındık işletmeleri arasında bir birlik sağlanmasının zor olduğu görülmektedir. Fındık işletmeleri, bireysel çıkarlarına ve kar marjları üzerine odaklanmış olup, sadece fiyat odaklı stratejiler uygulamaktadırlar. Sektördeki fındık işletmeleri büyümek için belli bir strateji izlemedikleri görülmektedir. Öncü bir kurum ya da kuruluşun liderliği olmadığı müddetçe sektör oyuncularını bir araya getirmenin zor olduğu gözlemlenmiştir.

Elmas modeli etkileyen iki dışsal faktör olan devlet ve şans faktörleri açısından, Düzce fındık sektörü rekabet gücü değerlendirildiğinde şu sonuçlara ulaşılmaktadır. Şans faktörünün en temel değişken iklimdir. Düzce ikliminin fındık yetiştiriciliği açısından oldukça elverişli olduğu elde edilen bulgular sonucunda ortaya çıkmıştır. Düzce ilinin yağış rejimi ve güneşli gün sayısı bakımından fındık yetiştiriciliğine çok elverişli olduğu görülmektedir. Bu faktörün iyi değerlendirilmesi gerekmektedir. Dünya'da birçok ülke iklimsel bir avantajı elinde bulunduramadığı için hem fındık üretimini yapamamakta hem de yapma imkânı bulsa bile aynı lezzet ve aromaya sahip olamamaktadır. Şans faktörünü olumlu yönde etkileyen ikinci değişkenin ürünün yapısı olduğu görülmektedir. Fındık birçok tarım ürününden daha kolay yetiştirilen ve az emek isteyen bir tarım ürünüdür. Bunun yanında fındığın Düzce'de ekonomik anlamda ikamesi olmayan bir tarım ürünü olduğu belirlenmiştir.

Araştırma sonucunda sektör oyuncularına yönelik geliştirilen öneriler şu şekildedir;

- Dünya fındık yetiştiriciliğinde birçok ülkede (ABD, İtalya, İspanya, Azerbaycan vb.) verimliliği ve kaliteyi artırmanın yanı sıra fındık üretim arazilerinin genişletilmesine yönelik kapsamlı çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışmaların yürütülmesinde üniversitelerin (Örneğin: Oregon Üniversitesi) öncülüğü ve desteği önemli düzeydedir. Bu bağlamda Düzce fındık sektörünün rekabet gücünü pozitif yönde etkileyebilmek adına üniversite-sektör iş birliği geliştirilmelidir.
- Bölgedeki fındık ağaçları yaş bakımından verimliliği düşürmektedir. Dolayısıyla fındık bahçelerine iklim ve toprak yapısına göre gençleştirme çalışmaları yapılmalıdır.
- Toprak analizi yapıldığı takdirde, ihtiyaç duyulan gübre ve vitamin takviyeleri konusunda daha doğru tercihlerde bulunulacaktır. Bölgedeki fındık bahçelerinin verim ve kalitesini artırmak adına toprak analizine önem verilmelidir.
- Mevsimlik olarak bölgeye gelen fındık işçilerinin yaşam şartlarının iyileştirilmesi, sosyal güvencelerinin sağlanması, çalışma saatlerinin düzenlenmesi ve ücret konusunda iyileştirmeler yapılmalıdır.
- Sektörün profesyonel bir düzene oturması ve etik yapısının geliştirilmesi açısından, çocuk işçi çalıştırma sorununun önüne geçebilecek caydırıcı yaptırımlar, devlet tarafından geliştirilmelidir.
- Gerek üreticiye gerek emanet fındık alan işletmelere fayda sağlaması ve sektöre profesyonel bir bakış sağlaması açısından bölgede lisanslı depoculuk başlatılmalıdır.
- Bölgede fındığı kavuracak, kıyacak, fındığı un haline getirecek ve çeşitli fındıklı ürünler üretecek, fındığa katma değer sağlayacak entegre tesislere ihtiyaç vardır. Bölgedeki fındık işletme sanayinin geliştirilmesi adına entegre tesis kurulması özel sektör-devlet işbirliği kapsamında desteklenmelidir.
- Sektördeki fiyat istikrarsızlığı, üretici ve yatırımcıyı sektörü olumsuz değerlendirmeye yönlendirmektedir. Fiyat istikrarsızlığının altında yatan sebepler devlet ve özel sektör iş birliği ile ortaklaşa çözümlenmeli ve bu şekilde sektörün kalkınabilmesi ve yatırım kapasitelerinin artmasına olanak sağlanmalıdır.

- Yapılan faaliyetlerin daha profesyonel gerçekleştirilebilmesi için Düzce Üniversitesi, Ziraat Odası ve Tarım İl Müdürlüğü ortak çalışması ile müfredatı belirlenen yeni bir bölüm, Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi çatışı altında kurulmalıdır.
- Düzce fındığının markalaştırılması adına bölgedeki oyuncuların ortaklaşa tanıtım ve pazarlama faaliyetleri gerçekleştirmesi gerekmektedir. Düzce'den ulusal ve uluslararası fuarlara katılan; ilçe kaymakamlıkları, ilçe belediyeleri, valilik ve belediye başkanlığı, sivil toplum kuruluşları ile özel sektör şirketlerinden Düzce fındığının tanıtılması noktasında faydalanılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ada, E., Ventura, K., Aracıoğlu, B., Savaşçı, İ. ve Kazançoğlu, Y. (2008). KOBİ'lerin Rekabet Gücü ve E-Ticarette Geçiş Süreci: Bir Model Önerisi. *Ege Akademik Bakış*, 8(1), 53-68.
- Ağgez, G. (2013). *Integrated Factors For Compatitive Advantages in a New Compatitive Environment Where Competitive Advantages Are Temporary: Application in PC Industry*. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ahmadov, F. (2010). *Azarbeycan'ın Ulusal Rekabet Gücü: Towns ve Elmas Modeli Bir Çözümleme*. Doktora Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Akbaş, N. (2012). *Antalya Kesme Çiçek İhracatçılarının Küresel Rekabet Gücünün Porter'in Elmas Modeli ve Kaynak Temelli Yaklaşım Açısından Araştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Akmermer, B. (2015). *Türkiye Su Ürünleri Sektörünün Uluslararası Pazarlarda Rekabet Edebilirliğinin Porter'in Elmas Modeli ile Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Aktan, C. ve Vural, C. (2004). *Rekabet Gücü ve Türkiye*. TİSK yayını, Rekabet Dizisi: 3 Ankara
- Alp, E. (2013). *Bir Maliye Politikası Aracı Olarak Tarımı Destekleme Politikaları (Fındık Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Altay, B. (2006). *Avrupa Birliği'nde Rekabet Politikaları, Türkiye ve Avrupa Birliği'nin İhracatta Rekabet Gücünün Ölçülmesi*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon Karahisar.

- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri "Spss Uygulamalı"*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Argote, L., & Ingram, P. (2000). Knowledge Transfer: A Basis For Competitive Advantage In Firms. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 82(1), 150-169.
- Arslan, K. (2005). Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:4, Sayı:7, İstanbul.
- Artık, S. (2014). *Türkiye’de Tarımsal Büyümenin Kaynakları: 1980-2010 Dönemi*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Ayaz, A. (2008). *Yağlı Tohumların Beslenmedeki Yeri*. (1. Basım). Ankara: Klasmat Matbaacılık.
- Badur, E. (1998). *Türk Rekabet Hukukunda Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar (Uyum ve Eylem Kararları)*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bal, H. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemi- Nitel Araştırma Yöntemi*. Isparta: Fakülte Kitapevi.
- Baltacı, A. (2012). Türkiye’nin Rekabetçi Sektörleri ve Trakya Bölgesinin Payı. *Kırıkkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-19.
- Başkılıç, E. (2006). *Türkiye’nin Uluslararası Rekabet Gücü; Bazı AB Ülkeleri Kıyaslaması*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Bayramoğlu, Z. ve Gündoğmuş, M.E. (2007). Dünya Fındık Piyasası Analizi. *Gazi Üniversitesi Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 18(65), 71-78.

- Becerren, E. (2004). Bölgesel Rekabet Gücü. *SDÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 279-302.
- Bellak, C.J. and Weiss, A. (1993). A Note on Austrian Diamond. *Management International Review*, Vol: 33:109-117.
- Bettini, O. (2014). Tree Nuts Annual. USDA Foreign Agricultural Service, Global Agriculture Information Network.
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknik ve Örnek Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Bilir, Y. (2016). *Turizmde Rekabet Gücünün Analizi ve Sürdürülebilir Rekabet: Porter'ın Elmas Modeli Çerçevesinde Türkiye ve Yunanistan'ın Karşılaştırılması*. Doktora Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Böke, K. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (4. Baskı). İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Bulu, M., Eraslan, İ.H. ve Şahin, Ö. (2004). Elmas (*Diamond*) Modeli ile Ankara Bilişim Kümelenmesi Rekabet Analizi. *3.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 25-26 Kasım, Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Bulu, M., Eraslan, İ.H. ve Kaya, H. (2006). Türk Elektronik Sektörünün Rekabetçilik Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 5(9), 49-66.
- Büyüköztürk, Ş. Çakmak, E.K. Akgün, Ö.E. Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (Genişletilmiş 13. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Cartwright, W.R. (1993). Multiple Linked Diamonds and the International Competitiveness of Export-Dependent Industries: The New Zealand Experience. *Management International Review*, Vol:33, 55-70.

- Ceylan, A. ve Anbar, A. (2014). *Modern İşletmecilik* (1. Baskı). Bursa: Etkin Yayınevi.
- Cho, D.S. (1998). From National Competitiveness to Bloc and Global Competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 8(1), 1-13.
- Cho, D.S. ve Moon, H.C. (2002). From Adam Smith to Michael Porter Evolution of Competitiveness Theory. New Jersey-USA: World Scientific Press.
- Collis, D.J. ve Montgomery, C.A. (2000). Şirket Avantajı Oluşturmak. Çev. Ahmet Gürsel. Harvard Business Review – Şirket Stratejisi. İstanbul: MESS Yayınları.
- Çamoğlu, S. M., Akıncı, M. ve Bozkurt, A.D. (2011). Fındık Sektörü, Ekonomik Ve Yapısal Problemleri: Ordu İli Değerlendirmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 3(6), 27-48.
- Çetinler, Ş. (2005). *Porter's Diamond Model as A Method of Competitive and Strategic Analysis and Its Application in the Turkish White Goods Industry*. Yüksek Lisans Tezi, 9 Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çivi, E. (2000). *Uluslararası Rekabet Gücü: Yükselen Ekonomilerin İhracat Rekabet Gücü ve Türkiye Örneği*. Doktora Tezi, Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Çivi, E., Erol, İ., İnanlı, T. ve Erol, E.D. (2008). Uluslararası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 1-22.
- DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (2001). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Gıda Sanayi "Fındık İşleme Sanayi". Özel İhtisas Komisyon Raporu*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.
- Doda, K. (2015). *Destination Branding Using Diamond Model: The Case of Albania*. Master Thesis, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Doğan H. (2004). İşletmelerde Bir Rekabet Avantajı Kaynağı Olarak Öz Yetenek Keşif Matrisi ve Gelişim Rotası. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 24-38.
- Doğanay, S. (2005). Trabzon İlinde Fındık Tarımı. *Doğu Coğrafya Dergisi*, Sayı:13, 233-252.
- Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA). (2013). *Doğu Marmara 2014-2023 Bölge Planı Düzce İli Katılımcı Planlama Çalışmaları*, Mart 2013, İzmit.
- Duman, M. (2009). *Fındık Serdim Harmana "Türk Fındığının Öyküsü"* (1.Basım). İstanbul: Mas Matbaacılık.
- Düzce Üniversitesi. (2016). *Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi - Bahçe Bilimleri Bölümü*. www.zdbd.duzce.edu.tr/Sayfa/4595/bahce-bitkileri-bolumu adresinden 20 Ocak 2017 tarihinde alınmıştır.
- Düzce Ziraat Odası. (2016). *Hakkında*. <http://duzceziraatodasi.com/hakkimizda/> adresinden 12 Ekim 2016 tarihinden alınmıştır.
- Düzce Ticaret Borsası. (2016). *Düzce Ticaret Borsası Hakkında*. <https://www.duzcetb.org.tr/icerik/duzce-ticaret-borsasi-hakkinda> adresinden 12 Ekim 2016 tarihinde alınmıştır.
- Ekiz, D. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (geliştirilmiş 2. Baskı)*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Eraslan, İ.H., Bakan, İ. ve Helvacıoğlu Kuyucu, A.D. (2008). Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 7(13), 265-300.
- Eroğlu, O. (2013). *Kent Rekabetçiliğinde Kümelenme Stratejisinin Olumlu Etkisi ve Kümelerin Kent Rekabetçiliği Algısı: Kent Rekabetçiliği ve Diyarbakır Mermer Kümesi Örneği*. Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

- Ersezer, F. (2012). *ERP ve Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamalarının Rekabet Avantajı ve Örgütsel Performans Üzerindeki Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- European Commission (2017). Competitiveness, ec.europa.eu/growth/industry/competitiveness_en, 23 Haziran 2017 tarihinde alınmıştır.
- Fagerberg, J. (1988). International Competitiveness. *The Economic Journal*, 98(391), 355-374.
- FAO (Food and Agriculture Organization) (1999). *Inventory of Hazelnut Research, Germplasm and References*. www.fao.org/docrep/003/x4484e/x4484e00.htm#Toc adresinden 25 Haziran 2016 tarihinde alınmıştır.
- FAO (Food and Agriculture Organization) (2015). *Hazelnut Statistics*. www.fao.org/statistics adresinden 20 Haziran 2016 tarihinde alınmıştır.
- Ferrero Grup (2011). *Global Production Systems For Hazelnuts*. Hazelnuts Business Development (HBD).
- Fiskobirlik. (2016). *Misyonumuz*. www.fiskobirlik.org.tr/misyonumuz adresinden 12 Ekim 2016 tarihinde alınmıştır.
- Fiskobirlik. (2015). *Fındık Yetiştiriciliği*. <http://www.fiskobirlik.org.tr/findik-yetistiriciligi/> adresinden 25 Ekim 2015 tarihinde alınmıştır.
- Freeman, C. (2004). Technological Infrastructure and International Competitiveness. *Industrial and Corporate Change*, 13(3), 541-569.
- FTG (Fındık Tanıtım Grubu). (2015). *Türkiye’de Fındık*. www.ftg.org.tr/tr/turk-findigi-turkiyede-findik.html, Erişim Tarihi: 20.08.2016.
- FTG (Fındık Tanıtım Grubu). (2015). *Fındık ve Sağlık*. www.ftg.org.tr/tr/turk-findigi-findik-ve-saglik.html adresinden 23 Ekim 2015 tarihinde alınmıştır.

- FTG (Fındık Tanıtım Grubu). (2017). *Türkiye’de Fındık*. <http://www.ftg.org.tr/tr/turk-findigi-turkiyede-findik.html> , Erişim Tarihi: 23.08.2016.
- GCR (The Global Competitiveness Index). (2016). *The Global Competitiveness Report*. World Economic Forum: Geneva.
- Gee, S. (1981). *Technology Transfer, Innovation and International Competitiveness*. New York: Wiley.
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. (2014). *Fındık Yetiştirme Tekniği*. Fındık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, [arastirma.tarim.gov.tr/findik/Sayfalar/Detay.aspx? SayfaId=22](http://arastirma.tarim.gov.tr/findik/Sayfalar/Detay.aspx?SayfaId=22), Erişim Tarihi: 25.10.2015.
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. (2014). *Fındık Çalıştayı Sektör Sonuç Raporu*. Ankara: Eğitim Yayın ve Yayınlar Dairesi Başkanlığı.
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. (2014). *Fındığın Tarihçesi*. <http://arastirma.tarim.gov.tr/findik/Sayfalar/Detay.aspx?SayfaId=29>, Fındık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü. Erişim Tarihi: 23.10.2015.
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. (2015). *Gıda Olarak Fındığın Değeri*. Fındık Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, [arastirma.tarim.gov.tr/findik/Sayfalar/Detay.aspx ?SayfaId=29](http://arastirma.tarim.gov.tr/findik/Sayfalar/Detay.aspx?SayfaId=29) Erişim Tarihi: 25.10.2015.
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2015). *Faaliyet Raporu*. Düzce İl Müdürlüğü. Düzce.
- Giresun Ticaret Borsası. (2015). *Fındık ve Fındık Ticaretinin Tarihi*. http://www.giresuntb.org.tr/GtbHakkinda/Findik_Ticareti Erişim Tarihi: 25.10.2015.

- Giresun Ziraat Odası. (2015). *Fındığın Kullanım Alanları*. <http://www.giresunziraatodasi.org.tr/findigin-kullanim-alanlari>, Erişim Tarihi: 25.10.2015.
- Giresun Ziraat Odası. (2015). *Fındık Raporu*. <http://www.giresunziraatodasi.org.tr/findik-raporu> Erişim Tarihi: 25.10.2015.
- Giresun Ziraat Odası (2016). *Fındık Sektör Raporu*. <http://www.giresunziraatodasi.org.tr/findik-raporu>, Erişim Tarihi: 25.10.2016.
- Grant, R.M. (1991). Porter's "Competitive Advantage of Nations": An Assessment. *Strategic Management Journal*, 12(7), 535-548.
- Grau Beretta, P., ve Salvadores U.Y. (2012). Preliminary performance of new introduced and commercially grown hazelnut cultivars in the bio bio region, Central-South of Chile. *In VIII International Congress on Hazelnut 1052*, 61-66.
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (2015). *2014 Yılı Fındık Raporu*. Ankara: Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü.
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (2016). *2015 Yılı Fındık Raporu*. Ankara: Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü.
- Hamel, G. ve Prahalad, C.K. (1996). *Geleceği Kazanmak*. Çev. Zülfü Dicleli. İnkılap Yayınevi: İstanbul.
- Hatsopoulos, G.N., Kgugman, P.R. ve Summers, H.L. (1988). U.S. Competitiveness: Beyond the Trade Deficit. *Science*. 241(4863), 299-307.
- Hekimoğlu, B. ve Altındeğer, M. (2006). *Fındık Sektörünün Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri*. Samsun Tarım İl Müdürlüğü, Strateji Geliştirme Birimi Yayınları, Samsun.

- Hızır, N. (2014). *E- Ticaret Sitelerine Yönelik Şikayetlerin ve İşletme Cevaplarının İçerik Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Hodgetts, R.M. (1993). Porter's Diamond Framework in a Mexican Context. *Management International Review*, Vol:33, 41-54.
- Hoffman, N.P. (2000). An Examination of the " Sustainable Competitive Advantage" Concept: Past, Present and Future. *Academy of Marketing Science Review*. No:4.
- IMD (International Institute for Management Development). (2015). *Factors and Criteria*. www.imd.org/wcc/wcc-factors-criteria adresinden 20 Kasım 2015 tarihinde alınmıştır.
- IMD (International Institute for Management Development). (2017). International Competitiveness: Defining International Competitiveness. <http://www.imd.org/business-school/wcc/international-competitiveness.html> adresinden 23.06.2017 tarihinde alınmıştır.
- Karaaslan, A. ve Tuncer, G. (2010). Uluslararası Rekabet Gücünün Artırılmasında Temel Devlet Politikaları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:26.
- Karadeniz, T., Bostan, S.Z., Tuncer, C. ve Tarakçıoğlu, C. (2008). *Fındık Yetiştiriciliği*. Ordu Ziraat Odası Başkanlığı Bilimsel Yayınlar Serisi, No:1, 1-154.
- Karasar, N. (2004). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 14. Baskı. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kayalak Balık, S. ve Boztepe, Ö. (2013). *Hasat- Harman*. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. Fındık Araştırma İstasyonu Müdürlüğü, Giresun.

- Kayalak Balık, S. ve Özçelik, A. (2012). Türkiye’de ve Dünyada Fındık Politikaları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 18(2), 43-53.
- Kılınç, İ. ve Taşgit, Y.E. (2007). Turizm Sektöründe Rekabet Avantajı. (Edit. Melih Bulu-İ.Hakkı Eraslan). *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar*. İstanbul: URAK Yayınları, 957-971.
- KİB (Karadeniz İhracatçı Birlikleri). (2017). *Fındık İstatistikleri*. <http://www.kib.org.tr/tr/ihracat-istatistikler-findik-istatistikleri.html> Erişim Tarihi: 15.06.2017.
- Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*, Sayı:99, 484-499.
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession. *Foreign Affairs*, March/April, 28-44.
- Liu, X. and H. Song (1997). China and the Multioanals-A Winning Combination. *Long Range Planning*, Vol:30, 74-80.
- MARKA (Doğu Marmara Kalkınma Ajansı). (2011). *Tarım Sektör Raporu*. Sektörel Raporlar Serisi I. İzmit: Doğu Marmara Kalkınma Ajansı.
- MARKA (Doğu Marmara Kalkınma Ajansı). (2017). *Düzce Yatırım Ortamı Raporu*. http://www.marka.org.tr/Uploads/Files/duzce_ili_yatirim_ortami_raporu.pdf
- Markus, G. (2008). Measuring Company Level Competitiveness in Porter’s Diamond Model Framework. In FIKUSZ 2008 Business Sciences-Symposium for Young Researchers: Proceedings (pp. 149-158).
- M.E.B. (Milli Eğitim Bakanlığı). (2011). *Bahçecilik -Fındık Yetiştiriciliği*. Eğitim Modülleri, Ankara.

- Meriç, A. (2011). *Yalın Üretim İle Kurumsal Kaynak Planlamasının Bütünleştirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Merriam, S.B. (2015). *Nitel araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*, Çev. Selahattin Turan, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Mohammed, B.İ. (2014). *The Role of Corporate Social Responsibility in Gaining Competitive Advantage: The Case of Starbucks*. Yüksek Lisans Tezi, Fatih Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Moon, H.C., Rugman, M. ve Verbeke, A. (1998). A Generalized Double Diamond Approach To The Global Competitiveness of Korea and Singapore. *International Business Review*, 7(2), 135-150.
- Mumcu, İ. (2009). *Tarımı Gelişmiş Ülkelerde ve Türkiye'de Tarımsal Destekleme Uygulamalarında Tarım Sigortalarının Yeri*. Doktora Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tekirdağ.
- Olçay, M. (2011). *Bilecik Seramik Sektörünün Elmas Modeli ile Rekabet Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilecik.
- Olsen, M.D., Tse, E.C., West, J.J. (1998). Strategic Management in the Hospitality Industry. 2nd Edition. *John Wiley & Sons Inc.*: New York.
- Özçelik, E., & Taymaz, E. (2004). Does Innovativeness Matter for International Competitiveness in Developing Countries?: The Case of Turkish Manufacturing Industries. *Research policy*, 33(3), 409-424.
- Özer, E.A. ve Güven, A. (2008). Sert Kabuklu Meyvelerin Sağlık Üzerinde Etkileri. *Türkiye 10. Gıda Kongresi*. 21-23 Mayıs, Erzurum.

- Özer, K.O. (2012). *Türk Turizm Endüstrisinin Uluslararası Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi: Elmas Modeli ile Türkiye İspanya Karşılaştırılması*. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Patton, M.Q. (1987). *How to Use Qualitative Methods in Evaluation*. No:4, USA: *Sage Publications*.
- Perini, S. (2004). *Italy The Nuts*. USDA Foring Agricultural Service, Global Agriculture Information Network.
- Porter, M. E., & Millar, V. E. (1985). *How Information Gives You Competitive Advantage*.
- Porter, M.E. (1998). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Pres.
- Porter, M.E. (2007). *Rekabet Stratejisi: Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri*, Çev. Gülen Ulubilgen, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Porter. M.E. (2011). *Rekabet Üzerine*. Çev. K. Tanrıyar, İstanbul: Optimist Yayınları.
- Reich, R. (1991). *The Work of Nations – Preparing Ourselves for 21st-Century Capitalism*. Alfred Knopf: New York.
- RTB (Rize Ticaret Borsası). (2014). *Doğu Karadeniz Bölgesi Tarım Ürünleri Raporu*. Rize: Rize Ticaret Borsası Yayınları.
- Rugman, A.M., ve D’Cruz, J.R. (1993). *The Double Diamond Model of International Competitiveness: The Canadian Experience*. *Management International Review*, Vol.33, 17-39.
- Sarimeşeli, M. ve Aydoğmuş, O. (2000). *Dünya Fındık Piyasasının Ekonomik Analizi ve Türkiye İçin Optimum Politikaların Saptanması*. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayınları, No:45, Ankara.

- Sathuvalli, V.R., Mehlenbacher, S.A., Peterschmidt, B.C. ve Smith, D.C. (2014). Current status of eastern filbert blight resistance sources and mapping. *In VIII International Congress on Hazelnut 1052*, 27-33.
- Sevinç, H. (2011). Bölgesel kalkınma sorunsalı: Türkiye’de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2).
- Scott, W.R. (2003). *Organizations – Rational, Natural, and Open Systems*. 5th Edition. Prentice Hall: New Jersey.
- Sobutay, T. (2006). *Fındık Sektör Araştırması*. İstanbul Ticaret Odası Dış Ticaret Şubesi Yayınları, İstanbul.
- Soyer, A. (2015). *Organizasyonlar İçin Rekabet Üstünlüğü Modeli Oluşturulması ve Rekabet Üstünlüğü Kaynaklarının Analizi*. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Şimşek, A. ve Aslantaş, R. (1999). Fındığın Bileşimi ve İnsan Beslenmesi Açısından Önemi. *The Journal of Food*, 24(3), 209-216.
- Tanrıöğen, A. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (4. Baskı). Anı Yayıncılık: Ankara.
- Tarım İl Müdürlüğü (2006). *Fındık Sektörünün Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri*. Samsun: Samsun Tarım İl Müdürlüğü.
- Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (2005). *Türkiye’de Tarım*. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü. Erzurum.
- Taşgit, Y.E. (2008). *Havayolu Yolcu Taşıma Şirketlerinde Uygulanan Rekabet Stratejileri: Türk Şirketlerine Yönelik Nitel Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Tekin, A. (2015). Küreselleşen Dünyada Bölgesel Kalkınma Dinamikleri, Kamu Politikaları Ve Bölgesel Kalkınma Ajansları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Sayı:30.

- TDK (Türk Dil Kurumu). (2015). *Fındık*.
www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.56312e01a78204.86910102, Erişim Tarihi: 10.11.2015.
- TDK (Türk Dil Kurumu). (2015). *Rekabet*.
[/www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=REKABET](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=REKABET) Erişim Tarihi: 10.11.2015.
- TEPGE (Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü). (2012). *Durum ve Tahmin 2011-2012* (Yayın No:1918). Ankara: Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü.
- The Asia Foundation (2010). *Competitiveness in the Garment and Textiles Industry: Creating a Supportive Environment: A Case Study of Bangladesh*. Occasional Paper, No:1, Bangladesh.
- Tikici, M., Deniz, M. ve Dizlek, V.C. (2007). Rekabet Stratejileri. (Edit. Said Kınır). *Toplam Kalite ve Stratejik Yönetimde Yeni Eğilimler*. Ankara: Gazi Kitabevi, 267-296.
- Timuçin, D. (2010). *Türkiye’de Kobilerin Rekabet Gücü ve Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Kümelenmenin Etkisi*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TMO (Toprak Mahsulleri Ofisi). (2015). *2014 Yılı Fındık Sektör Raporu*. Ankara: Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğü.
- TMO (Toprak Mahsulleri Ofisi). (2017). *2016 Yılı Fındık Sektör Raporu*. Ankara: Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğü.
- Tonta, Y. ve Küçük, M.E. (2005). Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna Geçiş Sürecinde Temel Dinamikler. *Türk Kütüphaneciliği*, 19(4), 449-464.

- Trabzon Ticaret Borsası. (2014). *Fındıkta Verimlilik ve Kaliteyi Artırma Projesi - Fındık El Kitabı*. http://www.tb.org.tr/dosya/findikkitapcik_internet.pdf, Erişim Tarihi: 12.12.2015.
- Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı (2012). *Fındık ve Mamüleri Sektörü.Sektör Raporları*. Ankara.
- Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı (2014). *Fındık ve Fındık Mahsulleri Sektörü*, Ankara.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu. (2004). T.C Resmi Gazete, 25479, 18 Mayıs 2004.
- Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Birliği. (2016). <https://www.turkiye.gov.tr/turkiye-tarim-kredi-kooperatifleri-birligi> adresinden 12 Ekim 2016 tarihinde alınmıştır.
- TÜSSİDE (Türkiye Sanayi Sevk ve İdare Enstitüsü). (2014). *Yıllık Raporlar ve İstatistik Veriler, 25-28 Ağustos*, Gebze-Kocaeli: Türkiye Sanayi Sevk ve Enstitüsü.
- Ülgen, H. ve Mirze, S.K. (2004). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ünye Ticaret Borsası. (2015). *Ünye Ticaret Borsası Fındık Raporu*. www.unyetb.org.tr/upload/images/images/files/f%C4%B1nd%C4%B1k%20raporu.pdf adresinden 12 Aralık 2015 tarihinde alınmıştır.
- Walsh, V., Roy, R., Bruce, M., & Potter, S. (1992). *Winning by Design: Technology, Product Design and International Competitiveness*. Blackwell Publishers.
- WEF (World Economic Forum) (2017). *The Global Competitiveness Report 2016-2017*. www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf adresinden 4 Temmuz 2017 tarihinde alınmıştır.

- Yalçın, H. (2009). *Fındık Sektörünün Türkiye Ekonomisi ve İhracatındaki Yeri, Önemi ve Sorunları*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Yapar, S. (2005). Türkiye’de Tarımsal Ekonomi Ve Destekleme Politikasının Bir Aracı Olarak Doğrudan Gelir Desteği Sistemi. *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(2), 21-37.
- Yıldırım, A. (1999). Nitel Araştırma Yönteminin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi. *Eğitim ve Bilim*, 23(112), 7-17.
- Yıldırım, K. (2010). Rasing the Quality in Qualitative Research. *Elementary Education Online*, 9(1), 79-92.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Genişletilmiş 10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yılmaz, A. (1998). Türkiye’de Fındık Ziraatının Plansız Gelişimi ve Sonuçları. *19 Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı:11, 101-114.
- Yılmaz, E. (2004). *Hukuk Sözlüğü* (Genişletilmiş 8. baskı). Ankara: Yetkin Yayınları.
- Yiğit, S. (2008). *Ülke Rekabetçiliğinde Porter’ın Elmas Modeli*. Yüksek Lisans Tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- ZMO (Ziraat Mühendisleri Odası). (2016). *Fındık Raporu – 2016*. www.zmo.org.tr/genel adresinden: 20 Ocak 2016 tarihinde alınmıştır.

EKLER**Ek 1: Görüşme Formu*****GÖRÜŞME FORMU*****Araştırma Konusu:****“Düzce Fındık Sektörünün Rekabet Gücü Üzerine Bir Araştırma”**

Tarih:

Başlangıç:

Kurum:

Bitiş:

Yer:

Eda ŞENTÜRK

Düzce Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Sayın Yönetici;

Merhabalar, ismim Eda ŞENTÜRK. Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimimi sürdürmekteyim. Bu görüşme yüksek lisans tezimin verilerini oluşturma amacıyla yapılacaktır.

Görüşmenin amacı, daha önceden randevu talebi esnasında bilginize sunulduğu üzere Düzce Fındık Sektörüne yönelik detaylı ve derinlemesine bilgi elde etmektir. Bu amaçla sektörde önemli bir konuma sahip olan kurumunuzun/işletmenizin yöneticisi olarak bilgilerinize ihtiyaç duyulmaktadır. Sizce bir sakıncası yoksa görüşmenin daha rahat ilerlemesi ve görüşmeyi sonradan metin haline dönüştürebilmek amacıyla görüşmeyi kaydetmek istiyorum. Görüşme sonunda istemediğiniz bilgiler silinebilir. Sormak istediğiniz bir soru ya da belirtmek istediğiniz herhangi bir düşünce yoksa görüşme sorularına başlamak istiyorum.

GÖRÜŞME SORULARI

1. Düzce fındık üretimi yapan bir şehir olarak iklim, doğal kaynaklar, iş gücü imkânı, ulaşım ve lojistik hizmetlerinde yeterli altyapıya sahip mi?
2. Düzce Türkiye fındık sektörü içerisinde nasıl bir konuma sahiptir?
 - Düzce fındık sektörü olarak Türkiye’de hangi konularda daha avantajlı bir konuma sahiptir?
 - Sektör içerisinde ne gibi eksikler mevcuttur ve bu nasıl dezavantajlar sağlar?
 - Düzce fındık sektöründe Türkiye’de ve dünyada rekabet avantajı sağlayacak temel faktörler nelerdir?
3. Düzce’deki fındık işletmeleri teknolojiyi kullanma ve geliştirmede etkili mi?
 - Sektörün gelişimine katkı sağlamak için ne tür projeler geliştirilmelidir?
 - Sektördeki gelişimi etkileyen en önemli problemler nelerdir?
4. Sektörün gelecek beş yıl içerisinde nasıl bir gelişim göstereceğini düşünüyorsunuz? Sektörün gelişimine katkı sağlayacak fırsatlar ve zor duruma düşürecek tehditler neler olabilir?
5. Sektörde çalışmalarını birbirine destek veren kurumlar mevcut mu?
 - Üniversite ile ilgili ortak yürüttüğünüz çalışmalar var mı?
 - Devlet kurumları ve özel kurumlar arası çalışmalar mevcut mu?
 - Bu kurum ve kuruluşların birbirleri ile iletişim ve haberleşme ağı gelişmiş durumda mı?
6. İç ve dış pazarda fındığa olan talebi nasıl değerlendiriyorsunuz?
 - İç talep ve dış talep birbirlerini etkiler durumda mı?
7. İşletme olarak talebi artırmak ve rekabet avantajı elde etmek için geliştirmiş olduğunuz stratejiler var mı?
8. Sektör içerisinde devletin rolü nedir?
 - Nasıl politikalar izlemekte (vergilendirmede, tanıtım ve reklam çalışmalarında, inovasyon çalışmalarında, ihracat ile ilgili uygulamalarda, kaliteyi korumakla ilgili çalışmalarda.)

Görüşülen Kişi İle İlgili Bilgiler:

Kişi:

Yaşı:

Eğitimi:

İşletmedeki Unvanı: