

# KAYISI’DA MEVCUT DURUM, SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

# RAPORU

**DÜNYA KAYISI ÜRETİMİ VE TİCARETİ**

Kayısının eski çağlardan beri yetiştiriciliği yapılmakta olup anavatanı, Türkistan`dan Batı Çin`e kadar uzanmaktadır. Kayısı, coğrafik olarak dünyanın hemen hemen her yerine dağılmış olsa da daha çok Akdeniz`e yakın olan ülkelerde, Avrupa, Orta Asya, Amerika ve Afrika kıtalarında yetiştirilmektedir. Dünya yaş ve kuru kayısı üretiminde birinci sırada yer alan Türkiye, gerek gen kaynakları vegerekse üretim alanları bakımından büyük bir potansiyele sahiptir. Ülkemizde hem ağaç sayısıve hem de üretim miktarı sürekli artış göstermektedir.

Dünya kayısı üretimi son yıllarda 4 milyon tonun üzerinde gerçekleşmektedir. Türkiye, Dünya Gıda Örgütü (FAO) verilerine göre kayısı üreten ülkeler arasında ilk sırada yer alırken 2013 yılında 811 bin ton üretim ile dünya kayısı üretiminin yaklaşık beşte birini karşılamaktadır. Tablo 1’den de görüleceği üzere üretim miktarına göre Türkiye`yi İran, Özbekistan, Cezayir ve İtalya izlemektedir.

**Tablo 1: Dünya Taze Kayısı Üretiminde Ülkelerin Yıllık Üretim Miktarları (ton)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ülkeler** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2013 Yılı****Üretim Payı (%)** |
| Türkiye | 695.364 | 476.132 | 676.138 | 795.768 | 811.609 | 19,74 |
| İran | 371.814 | 400.000 | 226.505 | 460.000 | 457.308 | 11,12 |
| Özbekistan | 292.000 | 325.000 | 356.000 | 365.000 | 430.000 | 10,46 |
| Cezayir | 202.806 | 239.700 | 285.897 | 269.308 | 319.784 | 7,78 |
| İtalya | 215.121 | 252.892 | 263.132 | 247.146 | 198.290 | 4,82 |
| Pakistan | 193.936 | 220.000 | 189.420 | 192.500 | 177.630 | 4,32 |
| Ukrayna | 73.400 | 77.200 | 119.900 | 62.900 | 135.000 | 3,28 |
| Fransa | 190.382 | 139.569 | 155.124 | 189.711 | 133.646 | 3,25 |
| İspanya | 97.100 | 75.000 | 86.880 | 119.400 | 131.800 | 3,20 |
| Japonya | 115.200 | 92.400 | 106.900 | 90.000 | 123.700 | 3,01 |
| Fas | 133.598 | 132.398 | 159.124 | 122.405 | 119.670 | 2,91 |
| Mısır | 112.977 | 92.704 | 96.643 | 98.772 | 99.931 | 2,43 |
| Diğer | 966.830 | 794.707 | 953.479 | 943.730 | 971.708 | 23,68 |
| **Dünya** | **3.660.528** | **3.317.702** | **3.675.142** | **3.956.640** | **4.111.076** | **100** |

Kaynak: FAO

Dünya genelinde 4 milyon ton civarında kayısı üretimi yapılmasına karşın kayısının sofralık tüketim için taze olarak ihraç edilmesi sınırlıdır. Kayısının taze olarak ihracatı son yıllarda artış göstermesine karşın hala dünya kayısı üretim miktarına oranı %10 seviyesini yakalayamamıştır. Tablo 2’den de görüleceği üzere dünya taze kayısı ihracatında 2013 yılı hariç son 5 yılda ilk sırayı Fransa almaktadır. Son iki yıldır Fransa’yı İspanya, Özbekistan ve Türkiye takip etmektedir.

**Tablo 2: Dünya Taze Kayısı İhracatı Yapan Ülkelerin Yıllık İhracatı (ton)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ülke** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| Fransa | 47.812 | 48.650 | 58.634 | 45.335 | 64.201 |
| İspanya | 29.205 | 31.439 | 42.135 | 61.764 | 56.765 |
| Özbekistan | 21.552 | 26.629 | 14.262 | 59.437 | 26.893 |
| Türkiye | 25.845 | 28.489 | 56.302 | 41.543 | 26.692 |
| İtalya | 22.574 | 19.909 | 31.441 | 15.643 | 25.326 |
| Yunanistan | 19.781 | 15.723 | 25.883 | 15.945 | 16.956 |
| Kırgızistan | 14.408 | 13.567 | 18.469 | 13.987 | 8.646 |
| Sırbistan | 3.163 | 3.309 | 1.976 | 1.859 | 7.737 |
| ABD | 5.851 | 6.499 | 7.647 | 7.966 | 6.989 |
| Hollanda | 3.658 | 3.922 | 5.167 | 4.811 | 6.184 |
| Diğer | 57.500 | 64.474 | 64.323 | 74.521 | 47.398 |
| **Dünya** | **251.349** | **262.610** | **326.239** | **342.811** | **293.787** |

Kaynak:ITC

Tablo 3’te görüleceği üzere dünya taze kayısı ihracatında tutar olarak ta Türkiye genelde dördüncü sırada yer almaktadır. Bununla birlikte, yıllık ihracat değeri düşük tutarlarda kalmaktadır.

**Tablo 3: Dünya Taze Kayısı İhracatı Yapan Ülkelerin Yıllık İhracat Değerleri (1000 $)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ülke** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| Fransa | 105.820 | 106.566 | 108.006 | 112.394 | 119.863 |
| İspanya | 49.840 | 55.829 | 69.893 | 122.813 | 110.157 |
| İtalya | 36.569 | 36.832 | 47.043 | 36.877 | 45.165 |
| Türkiye | 26.641 | 28.936 | 41.613 | 42.391 | 27.420 |
| Özbekistan | 32.117 | 35.638 | 17.616 | 62.014 | 27.250 |
| Yunanistan | 26.372 | 19.539 | 25.103 | 22.029 | 21.442 |
| ABD | 11.790 | 13.108 | 15.668 | 16.078 | 14.797 |
| Hollanda | 11.296 | 9.581 | 11.038 | 11.439 | 11.930 |
| Ürdün | 3.486 | 5.199 | 9.724 | 12.428 | 10.458 |
| Diğer | 77.947 | 93.683 | 93.789 | 93.236 | 79.360 |
| **Dünya** | **381.878** | **404.911** | **439.493** | **531.699** | **467.842** |

Kaynak: ITC

Türkiye dünya taze kayısı ihracatında ilk üç sırada olmamasına karşın dünya kuru kayısı ihracatında hem miktar olarak hem de tutar olarak açık ara öndedir. Türkiye, 2014 yılında yaşanan don sebebiyle ihracat miktarı olarak dünya ticaretinin yaklaşık %55’ini karşılamasına karşın önceki yıllarda ortalama %65’ini karşılamıştır. Tablo 4’te görüleceği üzere Türkiye’yi sırasıyla Tacikistan, Kazakistan ve Özbekistan izlemektedir.

**Tablo 4: DünyaYıllık Kuru Kayısı İhracat Miktarı (ton)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ülke** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| Türkiye | 92.687 | 90.321 | 101.588 | 112.429 | 78.061 |
| Tacikistan | 29.847 | 23.544 | 29.185 | 30.710 | 32.844 |
| Kazakistan | - | 5.394 | 10.762 | 9.883 | 8.328 |
| Özbekistan | 5.580 | 9.407 | 6.550 | 1.695 | 4.573 |
| Hollanda | 3.031 | 3.287 | 1.426 | 1.247 | 3.010 |
| Almanya | 2.051 | 1.821 | 1.689 | 2.628 | 2.417 |
| İspanya | 628 | 334 | 1.031 | 1.681 | 2.360 |
| ABD | 1.622 | 1.515 | 1.731 | 1.627 | 1.775 |
| Fransa | 1.280 | 1.442 | 1.381 | 1.675 | 1.423 |
| Çek Cumhuriyeti | 39 | 165 | 243 | 1.011 | 1.195 |
| Diğer | 7.467 | 7.621 | 8.134 | 7.106 | 7.523 |
| **Dünya** | **144.232** | **144.851** | **163.720** | **171.692** | **143.509** |

Kaynak: ITC

Dünya kuru kayısı ihracatına tutar olarak baktığımızda ise Türkiye’nin açık ara farkı ortaya çıkmaktadır. Türkiye, kuru kayısı ihracatında son beş yılda toplam ihracat bedelinin ortalama %75’ini almaktadır (Tablo 5).

**Tablo 5: Dünya Yıllık Kuru Kayısı İhracat Değerleri (1000 $)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ülke** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| Türkiye | 350.602 | 360.907 | 296.615 | 314.134 | 345.940 |
| Tacikistan | 40.648 | 20.324 | 15.503 | 16.556 | 16.910 |
| Almanya | 10.588 | 12.067 | 9.789 | 13.144 | 16.328 |
| Özbekistan | 8.099 | 9.122 | 6.958 | 3.090 | 12.746 |
| ABD | 7.067 | 7.424 | 8.756 | 8.098 | 9.884 |
| Fransa | 8.321 | 10.433 | 9.101 | 10.577 | 9.762 |
| Hollanda | 5.346 | 7.039 | 5.560 | 4.744 | 8.367 |
| Güney Afrika | 5.627 | 4.552 | 5.723 | 6.645 | 5.465 |
| İspanya | 1.242 | 987 | 2.060 | 3.633 | 4.545 |
| Çin | 1.382 | 1.878 | 919 | 525 | 4.053 |
| Diğer | 21.263 | 29.311 | 28.174 | 24.998 | 26.048 |
| **Dünya** | **460.185** | **464.044** | **389.158** | **406.144** | **460.048** |

**TÜRKİYE’DE KAYISI ÜRETİMİ VE TİCARETİ**

Ülkemizde kayısı başta Malatya olmak üzere, Elazığ, Erzincan, Sivas, Kars, Iğdır illeri ile Ege, Akdeniz, İç Anadolu ve Marmara bölgelerinde üretilmektedir. Üretilen kayısının önemli bir bölümü kurutulduktan sora ihraç edilmekte geri kalanı büyük oranda sofralık olarak, bir kısmı da meyve suyunda olduğu gibi sanayi üretiminde kullanılmaktadır. Malatya, Türkiye’nin en önemli kayısı üretim merkezi olması itibariyle, kuru kayısı ihracatında özel bir öneme sahiptir. Türkiye yaş kayısı üretiminin yarıdan fazlasını sağlayan Malatya’da üretilen kayısının önemli bir bölümü kurutulmakta ve kurutulan kayısının yaklaşık % 90-95’i ihraç edilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, yaş ve kuru kayısı üretim miktarları ile Malatya sadece ülkemizin değil bütün dünyanın kayısı üretim merkezi konumundadır.

Türkiye`de üretilen kayısının %10-15`i taze tüketim olarak, geri kalanı ise kurutmalık olarakdeğerlendirilmektedir. Doğu Anadolu Bölgesinde üretilen taze kayısı büyük oranda iç pazarlara arz edilmekle birlikte özellikle Akdeniz Bölgesi`nde yetiştirilen erkenci kayısılardış pazarlara sunulmaktadır. Kayısı üreticisi illerin üretim miktarları Tablo 6`da verilmiştir.

**Tablo 6: Türkiye`nin İllere Göre Yıllık Kayısı Üretimi (ton)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **İller** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| Malatya | 220.927 | 409.646 | 510.000 | 411.825 | 38.634 |
| Mersin | 56.430 | 52.486 | 46.865 | 94.055 | 111.738 |
| Elazığ | 30.179 | 33.991 | 38.578 | 39.514 | 11.390 |
| Kahramanmaraş | 14.685 | 14.678 | 12.521 | 78.620 | 994 |
| Antalya | 14.267 | 18.725 | 15.691 | 16.316 | 27.463 |
| Isparta | 11.405 | 14.258 | 16.908 | 16.582 | 12.141 |
| Iğdır | 9.222 | 12.063 | 17.755 | 20.342 | 0 |
| Kayseri | 15.540 | 11.022 | 13.683 | 13.323 | 1.478 |
| Hatay | 7.186 | 7.615 | 8.239 | 8.535 | 6.546 |
| Karaman | 1.815 | 2.221 | 2.503 | 9.420 | 7.090 |
| Diğer | 68.344 | 73.295 | 77.257 | 71.468 | 52.526 |
| **Toplam** | **450.000** | **650.000** | **760.000** | **780.000** | **270.000** |

Kaynak: TUİK

Tablo 6’dan da görüleceği üzere 2014 yılı haricinde Malatya, Türkiye’nin kayısı üretiminin ortalama %60’ını sağlamaktadır. 2014 yılında yaşanan don nedeniyle kayısı üretimi hem Malatya’da hem de Türkiye’de çok önemli oranlarda düşmüştür.

Türkiye`de sofralık olarak üretilen kayısıların büyük çoğunluğu iç piyasada tüketildiğinden, taze kayısı ihracatında dünyada ortalama %8`lik payla olması gereken seviyenin altındadır.Kayısı üretim miktarı Türkiye’den düşük olmasına karşın Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkelerde taze kayısı ihracat miktarı ve geliri Türkiye`den fazladır. 2014 yılı haricinde (yaşanan don nedeniyle) son yıllarda ihracat miktarında artışlar gözlenmekte olup 2010 yılında 25.845 ton taze kayısı ihracatı yapılırken 2013 yılında 41.543 ton taze kayısı ihracatı gerçekleşmiştir.

İhracatı yapılan kuru kayısı miktarı yıllar itibariyle dalgalanmalar göstermesine karşın 2014 yılını hariç tutarsak ortalama 100 bin ton civarındadır. Kuru kayısı ihracatından elde edilen gelir ise 2009 yılından 2012 yılına kadar artış göstermiş, 2012 yılında önemli oranda düştükten sonra tekrar artış göstermiştir. Tablo 7’den de görüleceği üzere geçen son 6 yıl içerisinde en fazla kuru kayısı ihracatı 2013 yılında 112.444 ton olarak gerçekleşirken en fazla gelir 2011 yılında 360 milyon doları geçerek elde edilmiştir. 2014 yılında yaşanan don olayına rağmen kuru kayısı ihracat geliri artmıştır. Bu gelir artışını kuru kayısının ortalama satış değerinin artması sağlamıştır.

Kuru kayısı ihracat birim fiyatı ise yıllara, üretim ve satış miktarına bağlı olarak değişmektedir.

**Tablo 7: Türkiye`nin Yıllara Göre Kuru Kayısı İhracat Miktarı ve Değeri**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Yıllar** | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| Miktar (ton) | 101.234 | 92.687 | 90.321 | 101.588 | 112.444 | 78.061 |
| Değer (1000 $) | 278.866 | 350.602 | 360.907 | 296.615 | 314.211 | 345.940 |
| Ortalama Satış Fiyatı (Kg/$) | 2,75 | 3,78 | 3,99 | 2,92 | 2,79 | 4,43 |

Kaynak: ITC

Tablo 8’de gösterildiği üzere Türkiye en fazla kuru kayısı ihracatını 2013 yılında Rusya Federasyonuna yaparken 2014 yılında ABD`ye gerçekleştirmiştir. Son 5 yıla baktığımızda Türkiye’nin miktar bakımından kuru kayısı ihracatında ilk üç sırayı ABD, Rusya ve Almanya almaktadır.

**Tablo 8: Türkiye`nin Ülkelere Göre Yıllık Kuru Kayısı İhracatı (ton)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ülke** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| ABD | 13.718 | 13.051 | 14.333 | 14.861 | 10.843 |
| Almanya | 8.028 | 8.035 | 7.146 | 8.534 | 7.257 |
| Fransa | 6.996 | 6.370 | 7.311 | 7.633 | 7.150 |
| Birleşik Krallık | 7.803 | 6.496 | 6.615 | 7.176 | 6.411 |
| Rusya | 13.908 | 11.471 | 13.532 | 15.036 | 6.346 |
| Avustralya | 5.107 | 4.857 | 5.291 | 5.327 | 4.625 |
| Brezilya | 3.107 | 3.966 | 3.619 | 4.045 | 3.111 |
| Mısır | 1.662 | 1.681 | 2.676 | 3.162 | 2.428 |
| Serbest Bölge | 2.488 | 1.910 | 2.795 | 3.095 | 2.377 |
| Hollanda | 2.493 | 2.910 | 2.623 | 3.034 | 2.325 |
| İspanya | 1.742 | 1.843 | 2.321 | 2.789 | 1.787 |
| Diğer | 25.634 | 27.753 | 33.326 | 37.751 | 23.402 |
| **Dünya** | **92.687** | **90.342** | **101.588** | **112.444** | **78.061** |

Kaynak: ITC

Türkiyekuru kayısı ihracatında son 5 yılda en fazla geliri miktarda olduğu gibi sırasıyla ABD, Rusya ve Almanya`dan elde etmektedir (Tablo 9).

**Tablo 9: Türkiye`nin Ülkelere Göre Kuru Kayısı İhracat Değeri (1000 $)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ülke** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** | **2014** |
| ABD | 57.468 | 55.578 | 44.623 | 42.259 | 50.335 |
| Almanya | 35.180 | 36.497 | 24.787 | 29.805 | 39.501 |
| Fransa | 29.558 | 29.456 | 26.997 | 26.107 | 36.530 |
| Birleşik Krallık | 28.311 | 27.348 | 19.563 | 18.379 | 24.744 |
| Brezilya | 12.041 | 16.253 | 12.785 | 14.059 | 21.746 |
| Avustralya | 19.876 | 20.608 | 16.192 | 14.425 | 18.607 |
| Rusya | 43.192 | 38.797 | 32.908 | 32.573 | 17.081 |
| Hollanda | 10.376 | 12.025 | 8.111 | 9.268 | 12.908 |
| İspanya | 7.649 | 7.833 | 8.327 | 9.945 | 10.458 |
| Polonya | 7.982 | 6.340 | 5.542 | 7.857 | 8.303 |
| Diğer | 98.994 | 110.265 | 96.784 | 109.534 | 105.727 |
| **Dünya** | **350.627** | **361.000** | **296.619** | **314.211** | **345.940** |

Kaynak: ITC

Türkiye kuru kayısı ihracatının % 14,1`ini ABD`ye, % 8,2`sini Almanya`ya,  % 7,5`ini Fransa`ya ihraç etmektedir. Türkiye kuru kayısı ihracatından elde ettiği gelirin % 15`ini ABD  % 9,9`unu Almanya,  % 7,5`ini Fransa`ya yaptığı ihracattan elde etmektedir .

Bir ürünün üretiminde dünya piyasasında açık farkla lider olmak, o ürün için fiyat koyucu olma sonucunu beraberinde getirmelidir. Aksi, ürünün pazarlamasında koordinasyon eksikliğini ve sorunlar olduğunu gösterir.

Dünya yaş kayısı üretiminde %11, kuru kayısı üretiminde %70‟lik bir paya sahip olan Malatya‟mızın piyasa fiyatlarını belirleyemediği görülmektedir. Öte yandan Fransa, hem yaş hem de kuru kayısıda görece çok düşük bir üretim miktarına karşın yüksek gelir elde etmektedir.

100 milyon dolardan 15 yıl içinde 300 milyon dolar seviyesine ulaşan kayısı ihracat değeri, güçlü bir ihracatçı birliğinin oluşturulması, ürün ve paket çeşitliliğinin sağlanması, soğuk zincir yatırımlarıyla taze kayısı ihracatına da ağırlık verilmesi ve ihracatçılar arasındaki rekabetin önlenerek düzenlenmesi neticesinde orta vadede 1 milyar dolarlık seviyeye ulaşabilir.

Bu hedefe ulaşma noktasında özellikle Orta Asya ülkelerinden Özbekistan ve Tacikistan‟da artan taze ve kuru kayısı üretimi ve ihracı bir tehdit oluşturmaktadır. Bu ülkelerde üretilen kuru kayısı miktarı her yıl artmakta olup ihraç fiyatları oldukça düşüktür (yaklaşık 1 ABD Doları / kg).

**KAYISI ÜRETİM VE TİCARET SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

Kayısı Yetiştiriciliğinde Karşılaşılan Önemli Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Tüm dünyada olduğu gibi kayısı yetiştiriciliğinin en önemli sorunu ilkbahar geç donlarıdır. Kayısı ağaçları ilkbahar geç donlarından önemli ölçüde zarar görmekte ve çoğu yıl rekolteyi geç donlar tayin etmektedir. Ova veya vadi tabanında tesis edilen bahçeler bazen üst üste, bazen de 2–3 yılda bir meydana gelen ilkbahar geç donlarından zarar görmektedir. İlkbahar geç donlarından korunmanın en etkili yolu, don tehlikesinin bulunduğu rutubetli, taban araziler ve soğuk havanın biriktiği vadi içlerinde kayısı bahçesi tesis edilmemesidir.

Fakat her şeye rağmen don riski bulunan bir bölgede kayısı bahçesi tesis edilmişse donlardan korunma yöntemlerinin dikkatlice uygulanması gerekir.

Kayısının yüksek fiyattan alıcı bulması ve yeni tüketim alanlarının geliştirilmesi için kayısının beslenme ve insan sağlığı açısından önemi geniş kitlelere doğru bir şekilde tanıtılması gerekir. Nitekim ülkemizde üretilen kuru kayısının yaklaşık % 80-85`lik kısmı ihraç edilmesine karşılık sadece % 10-15`lik gibi çok az bölümü yurt içinde tüketilmektedir. Bilindiği gibi meyve seçimi ve tüketimi ile ilgili davranışlar öğrenilmiş davranışlar olup, bu davranışların değiştirilmesi güç ve yavaş işleyen bir süreçtir. Bu bakımdan bireylerde kayısı tüketim alışkanlığının kazandırılması için beslenme eğitim programları düzenlenmeli, televizyon, radyo gazete ve internet gibi çeşitli iletişim araçlarında kayısının faydalarını anlatan reklam çalışmalarına ağırlık verilmelidir.

Kayısının doğal sarı renginin korunması ve depoda fumigant özelliği göstererek fermantasyon ve böcek zararının önlenmesi için yaş kayısılar kurutulmadan önce kükürtlenmektedir. Kuru kayısı ithal eden ülkelerin ithalatına izin verdikleri kükürt miktarı AB ülkelerinde 2000 ppm, ABD ve Avustralya`da 3000 ppm, Kanada`da 2500 ppm`dir. Resmi Gazetede 16.11.1997 tarihinde yayınlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksine göre kuru kayısıda maksimum kalıntı kükürt miktarı 2000 ppm olarak belirlenmiştir. Kuru kayısıda kalıntı kükürt sorunun çözümü için üretici ve tüccar arasında sözleşmeli üretimin geliştirilmesi, kerevet ile kükürtleme sistemine geçilmesi ve düşük kükürtlü kuru kayısıların soğuk hava depolarında muhafaza edilmesi gerekmektedir.

Kuru kayısının katma değerinin yükseltilmesi için hammadde şeklinde satışı yerine kayısıdan yeni ihraç ürünleri geliştirilmesi (konserve, pulp, doğranmış, dondurulmuş kayısı) ve ürün çeşitlendirilmesine ağırlık verilmelidir. Kayısının insan sağlığı açısından faydalarını ortaya koyan ayrıntılı araştırmaların yeterli ölçüde yapıldığını söylemek pek mümkün değildir. Kayısının insan sağlığına etkileri konusunda yapılacak çalışmaların iletişim araçları vasıtasıyla insanlara duyurulması kayısının tanıtımına önemli katkılar sağlayacaktır.

Avrupa`da kayısı tarımı yapılan birçok ülkede kayısının en önemli hastalığı olan Şarka virüsü (Plumpoxvirus) üretimde çok ciddi sorunlara yol açmaktadır. Ülkemizde ise Ege, Akdeniz ve İç Anadolu`da yapılan araştırmalarda kayısı ağaçlarında şarka virüsü tespit edilmiştir. Kimyasal herhangi bir mücadelesi olmayan bu hastalığa karşı alınabilecek yegane önlem hastalığa dayanıklı yeni çeşitlerin ıslah edilmesi gerekmektedir. Avrupa`da yürütülen ıslah programları sayesinde hastalığa dayanıklı yeni kayısı çeşitleri geliştirilmiştir. Ülkemizde ise 2006 yılında başlatılan ıslah çalışmaları sonucu hastalığa dayanıklılık geni taşıyan verim ve meyve kalitesi yüksek sofralık ve kurutmalık yeni kayısı melezleri tespit edilmiş, bu kayısıların adaptasyon ve hastalığa dayanıklılık testleri devam etmektedir.

Üreticilerimizin eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi, kayısıların daha düşük oranlı

kükürtle uzun süre muhafazası için soğuk hava depolarının yaygınlaştırılması, düşük

kükürtlü kayısılara daha iyi ücret verilmesi, alıcı ile satıcı arasında yapılan sözleşmeye

dayalı üretim yapılması ve lisanslı üretime geçilmesi gibi uygulamalar bu sorunun

çözümüne yardımcı olabilir. Ayrıca organik kayısı üretimi mutlaka teşvik edilmelidir.

**Sorun:**Önemli bir ihraç ürünü olan kuru kayısı hem Malatya hem de Türkiye ekonomisine katkı sağlayacak bir üründür. Türkiye, dünyada kuru kayısı ihracatının %75’ini elinde bulundursa da kuru kayısının fiyatının belirlenmesinde gücü sınırlıdır. Bu nedenle, kuru kayısının yurt dışı fiyatları ile ülkemizde üreticiden çıktığı andakifiyatı arasında uçurum vardır. Türkiye’de üretilen kayısıdan, yurt dışındaki aracıların daha çok kazandıkları görülmektedir. Dolayısıyla, üreticinin cebine girmesi gerekenparanın büyük kısmı dış ülkelerdeki aracıların kasasına girmektedir.

**Çözüm Önerisi:**Burada çözüm arayacağımız konu aradaki farkı azaltıp üreticiye yansıtabilmektir. Bu amaçla geçmişte Avustralya hükümeti tarafından da uygulanan bir sistem olan “Üretici Komitesi” adında bir komite kurup yasal olarak işlevsel hale getirmek bir çözüm yolu olabilir.Ürünün gemiye verilmeden önce kurulması elzem olan, yasal yetkilerle donatılmış bir **“**Kayısı Müstahsilleri Birliği”veya başka bir ad altında bir kuruluşun var olmasıdır. Kayısı ihracatında onay verme yetkisi olan bu birlik, kayısıya o yılın şartlarına göre bir fiyat kotası getirebilme yetkisiyle donatılmalıdır. Belirlenen fiyat kotasının altında kesinlikle ihraç izni verilmemesi,ihracatçı firma ile ithalatçı firma arasında fiyat kırdırma açısından gayri ahlaki bir durumun tespiti halinde her iki firmaya oluşturulacak kurulca ithal veya ihraç izinlerinin geçici olarak durdurma, tekerrürü halinde tamamen bu imkanlardan yoksun bırakılmalarına dair kararı alabilme yetkisinin verilmesi gerekmektedir.
Ayrıca daha önce kurulmuş Birliklerin aksine devletten yasal yetkiler dışında herhangi bir maddi bir teşvik beklememesi de göz ardı edilmemesi gereken önemli bir noktadır.

**Sorun:** Halen geleneksel pazarlama yöntemlerinin kullanılması sonucu kuru kayısının katma değerinden yeterince yararlanılamamasıdır. Kuru kayısının katma değerinden daha çok ithalatçı firmalar yararlanmakta olup bu durum kuru kayısı üreticilerinin ve firmalarının aleyhine olmaktadır.

**Çözüm Önerisi:** Türkiye kuru kayısı ihracatının ortalama %70’i dökme denilen 12,5 kg’lık kutularla yapılmakta ve alıcı ülkeler tarafından küçük paketler haline getirilerek tekrar pazarlanmaktadır. Bu durum Türkiye için büyük katma değer kaybına yol açmaktadır. İhracatın ve ihracattan elde edilen gelirin artırılması bakımından dış pazar istekleri yönünde bir üretim yapılmalıdır. Kuru kayısının hammadde olarak satışı yerine, işlenerek yeni ihraç ürünleri geliştirilmeli ve ürün çeşitlendirilmesine ağırlık verilmelidir. Kuru kayısının bilinen bütün şekillerinin dışında sofralık,kurutmalık, işlemelik kayısılardan meyve suyu, reçel, marmelât, konserve, pulp, nektar,jöle, krema, pasta, kek, şekerleme, kuru gıda, çerez vb. türev ürünlerin elde edilmesi ve bunların tanıtılması ve pazarlanması çalışmaları hızlandırılmalıdır. Bu şekilde oluşturulacak ürün çeşitliliği ile tüketim artırılabilecektir. Buna benzer çalışma ABD’de kuru erikte başarı ile yapılmış ve kuru erik dünyada aranılan bir ürün haline getirilmiştir. Ancak bu çeşitliliği sağlamak için çok yoğun bilimsel araştırmalar yapılması, sanayi ile üniversite ve TÜBİTAK ile işbirliği içerisinde çalışmalar yapılması gereklidir.

**Sorun:**Dünya kuru kayısı ihracatının yüzde 75’ini karşılayan Malatya’mızda kayısı üreticilerimizin kazanç-değer zinciri içerisindeki payı son derece düşüktür.Yurtiçindeki toplam kazanç payları (%31,2) üretilen katma değerin 1/3 ünü dahi bulamamakta, üretilen katma değerin 2/3’sinden fazlası yurt dışına aktarılmakta, baskın üretim gücümüze rağmen başta kayısı üreticilerimiz olmak üzere ulusal ekonomimiz bu ticaretten yeterince yararlanamamaktadır.

**Çözüm Önerisi:**Gelişmiş AB ülkelerinin tarım alanındaki ürünlerinden elde edilen kazanç payları incelendiğinde miktar olarak dünya ticaretinde bizim kayısıda sahip olduğumuz ölçekte bir üstünlükleri bulunmamasına rağmen üreticilerin kazanç-değer zinciri içerisindeki payı ortalama %50’leri bulmaktadır. Bunun temel nedeni, AB ülkelerinde uygun bir çiftçi örgütlenmesinin bulunmasıdır. AB ülkelerinde tarımsal alanda üretici örgütlenmesi çok yaygındır.Kayısı sektöründe üreticilerimizin; ya kamu-özel sektör ortaklığı ile hazırlanacak bir proje kapsamında ya da kamu-özel sektör ortaklığı ile doğrudan doğruya kurulacak bir sermaye şirketi içinde yer alarak geniş çaplı örgütlenmelerinin sağlanması, yurt içi ve dışı pazarlama faaliyetlerinin bu şirket marifetiyle yürütülmesinin başta üreticilerimize olmak üzere ülkemize çok ciddi katkılar sağlayacağı değerlendirilmektedir. Bu kapsamda model olarak 60 bin şeker pancarı üreticisinin içinde yer aldığı ve ülkemizin 500 büyük sanayi kuruluşu arasında 2013 yılında 39 uncu sırada yer alan Konya Şeker San. ve Tic. A.Ş.nin yapılanmasından yararlanılabilir.

**Sorun:** Malatya, Türkiye’nin kuru kayısı ihracatının tamamını karşıladığından Türkiye’nin kayısı başkenti sayılabilir. Malatya konumu itibariyle ihracatın temel taşıma vasıtası olan denizlere uzak bir şehir olduğundan kayısı üretiminin ihraç edilebilmesi için ürünün limanlara taşınması gerekmektedir. Ancak, kayısı limanlara en pahalı taşıma şekli olan karayolu ile taşınmaktadır.

**Çözüm Önerisi:** Malatya’da özellikle demiryolunun başat olduğu bir Lojistik merkez kurularak ürünlerin daha hızlı ve ucuz bir şekilde limanlara taşınması sağlanmalıdır. Lojistik merkez kapsamında, taze kayısının çok süratli bir şekilde yurtdışı pazarlara ulaştırılabilmesi içinMalatyaErhaç Havaalanının büyük kargo uçaklarınıninişine elverişli halegetirilmesi veya Malatya’yı dünyaya açacak büyük kapasiteli yeni bir sivilhavaalanı yapılmalıdır. Kurulacak Lojistik Merkez ilimiz ve bölgemizin ticari potansiyeline ve ekonomik gelişimine katkı sağlayacak olup, bölgemizin ekonomik, sosyal, kültürel gelişimine önemli katkıda bulunacak ve bölge illeri arasındaki karayolu trafiğini de düzenleyecektir.

**Sorun:** Küresel ısınma beraberinde kuraklığı getirirken, kuraklığı en fazla hisseden bölgelerden birisi de Malatya’dır. Türkiye genelinde olduğu gibi Malatya'da da son yıllarda mevsim normallerin altında yağış olduğu ve yeraltı su kaynaklarının azaldığı belirtilmektedir.Malatya sukaynakları bakımından avantaja sahip olmakla birlikte son yıllarda küçük sukaynaklarının kuruması, akarsuların azalması ve barajların tam doluluk seviyesineulaşamaması sulama suyu ve dolayısıyla yeterli sulama yapma konusunda sıkıntılarayol açmaktadır.

**Çözüm Önerisi:**Malatya’da tarımda basınçlı sulama da denen yağmurlama ve damlama sulama sisteminin yaygınlaştırılması gerekmektedir. Malatya’nın sahip olduğu tarım arazilerinin %92’sinin sulanabilir özelliğe sahip olmasına rağmen hâlihazırda %50’si sulanmaktadır. Bu bağlamda, Malatya’daki sulama ve baraj projelerinin bir an önce hayata geçirilmesi hayati önem taşımaktadır. Sulama sistemi ve sulama yatırımlarında devlet desteklerinin artırılması büyük önem arz etmektedir. Bu sorunun çözülmesi ya da en azından şiddetinin azaltılması için;

-Malatya’da yapımı devam baraj projeleri ivedilikle bitirilmelidir,

- Ciddi düzeyde buharlaşma kayıplarına ve kaçak kullanımlara sebep olan açıkkanalların kapalı sisteme dönüştürülmesi,

- Salma sulama (yüzey sulama, vahşi sulama) yerine basınçlı (damla veyağmurlama) sulama sistemlerine geçilmesi,

- Basınçlı sulamaya geçen üreticilere sulama aralığı ve verilecek su miktarı gibikonularda bilgi verilmesi,

- Bu konuda verilen teşviklere devam edilmesi,

- İyi bir su planlaması yapılması,

- Kaçak su kullanımlarının önlenmesi önem arz etmektedir.

**Sorun:**Malatya’daki kayısı üretiminin karlılığını azaltan en önemli unsurlardan birisi yetersiz işletme büyüklüğüdür. 30 dekar ve üzeri büyüklükteki alanlar kayısı yetiştiriciliği için en uygun alan olarak değerlendirilmektedir. Ancak ilimizdeki işletmelerin büyük bir kısmı bu değerden çok daha küçük alanlarda üretim yapmaktadır.

**Çözüm Önerisi:**Profesyonel işletme mantığıyla büyük alanlarda yapılacak tarım yeterli mekanizasyonu, kalifiye işçileri ve bunların sürekli istihdamını sağlayacak ve dolayısıyla ürün kalitesini artırıp birim başına üretim maliyetlerini azaltacağından kar marjını artıracaktır. Dolayısıyla, büyük arazilerde profesyonel bir işletme mantığıyla kurulacak kayısı bahçelerine ihtiyaç duyulmaktadır.Sorunun çözümü için arazi toplulaştırma, kümeleştirme, ortak makine parkı ve üretici birlikleri kurulması gibi çalışmaların yapılması gerekmektedir.

**Sorun:**Mali durumu iyi olan üreticiler, kayısı toplama ve islim süreçleri için işçilik giderlerini ve diğer giderleri ödeyip ürettiği kayısıyı daha uygun fiyatlar oluştuğu zaman satma şansı varken, mali durumu buna müsait olmayan üreticiler, kayısıyı hemen satarak borçlarını kapatmak zorunda kalmaktadır. Ayrıca, depolama imkanı olmayan üreticiler de hasattan sonra ürünlerini kısa sürede elden çıkarmaktadırlar. Bu durum ise pazarda kayısı arzını arttıracağından fiyatların düşmesine neden olmaktadır.

**Çözüm Önerisi:**Sorunun çözümü için kayısı satışlarının yılın her ayına yayılması büyük önem arz etmektedir. Bunun için ise depolama alanı olmayan üreticilerin ürünlerini kontrollü hava depolarında saklanması ve mali durumu iyi olmayan üreticilere ise ürünlerine karşılık finansman imkanının sağlanması, kayısı satışlarınıyılın tüm dönemlerine yayacak ve istenen fiyat istikrarını sağlayacaktır. Bunu sağlamanın tek yolu ise lisanslı depoculuğu hayata geçirmektir.Özellikle finansman sıkıntısı çeken küçük çiftçiler ile ürün sahiplerinin, lisanslı depolara verdikleri ürünleri karşılığında aldıkları ürün senetleri aracılığıyla bankalardan kredi ve finansman sağlamalarıkolaylaşacak ve ürünlerini düşük fiyatlardan satma zorunluluğu ortadan kalkacaktır.

**Sorun:**Malatya kayısısı, 100’e yakın ülkeye kayısı ihraç edilmesine ve sağlık açısından da ciddi faydalara sahip olmasına karşın halen markalaşma ve tanıtımda eksikliklere sahiptir. Kuru kayısının tanıtımına yönelik olarak yeterli reklâm çalışması yapılmamaktadır. Tüketici bilincinin geliştirilmesi ve talep oluşturulması bakımından büyük önem taşıyan bu konuda maalesef yeterli girişim yapılmamıştır. Pazarlama sorunlarından bir diğeri de, ihracatçı firmaların pazarlama bölümlerinin yurtdışı reklam çalışmalarını yeterince yapmamaları ve ilgili fuarlara yeterince katılmamalarıdır.

Markalaşamama ise başlı başına bir eksikliktir. İlimizde üretilen kayısı büyük kolileriçerisinde ihraç edilmekte ve ithalatçı firmalar ülkelerinde bunları küçük paketlerşeklinde ve kendi markaları ile ambalajlayarak pazara sunmaktadır. Bu nedenle çoğukez Malatya kayısısının adı bile bu paketlerde bulunmamaktadır.

**Çözüm Önerisi:**Önümüzdeki yıllarda Avrupa Birliği ülkeleri ile ABD’ye yapılan kuru kayısı ihracatının sınırlı artış göstereceği düşünülerek yeni pazarların aranmasına ağırlık verilmelidir. Yeni pazarlar olarak özellikle Uzakdoğu ülkeleri gelecek vaat etmektedir. Bu amaçla yurtdışında yapılan gıda fuarlarına katılarak, hem tanıtım hem de promosyon çalışmalarına ağırlık verilmelidir. Özellikle, yeterli tanıtım yapılması hâlinde gün kurusu kayısının yurt içi ve yurt dışı tüketiminin artırılması mümkündür.Hatta kuru kayısı, gün kurusu,organik kayısı, reçel, marmelât gibi yaklaşık 8–10 ürün belirlenerek ulusal ve uluslararasıboyutta bir tanıtım kampanyası gerçekleştirilebilir. Yurtdışı ve yurtiçi büyük şehir merkezlerinde buürünlerin kaliteli ve uygun fiyatlarla satılacağı satış mağazaları kurabilir ya da büyükmarketlerde reyon kiralanabilir. Ancak, bu çalışmaların sağlıklı bir zeminde devamettirilmesi her şeyden önce bu faaliyetlerin destekleneceği bir fon oluşturulmasına bağlıolacaktır.

Malatya kaysısının tanıtımı için yapılacak her etkinlik aynı zamanda Malatya kaysısının markalaşmasına da yardımcı olacaktır. Markalaşma konusunda ise tanıtıma ek olarak gerekli yasal düzenlemeler yapılarak Malatya’dan ihraç edilen kayısılarıntamamının üzerine “Made in Malatya” (Malatya’da üretilmiştir) damgasıvurdurulmalıdır. Bu uygulama yurt içinde ve yurt dışında başka kayısıların Malatyakayısısı diye satılmasını da önleyecektir.

**Sorun:**Kuru kayısının kalitesini önemli ölçüde etkileyen kayısı hasadındaki problemler giderilmelidir.

**Çözüm Önerisi:** Geleneksel hasat yöntemlerinden vazgeçilip, gelişen teknolojilerden yararlanarak makineli hasat imkânları araştırılmalı veya hasat sırasında sünger kullanılarak meyvelerin toprak yüzeyinden çok yumuşak bir zemine düşürülmesi sağlanmalıdır. Bunun için kayısı üreticilerine mali destek sağlanmalıdır.

**Sorun:**Kayısı yetiştiriciliğinde gübre kullanımı sağlıklı yapılmamaktadır. Toprak analiziyaptırarak ihtiyaca göre kimyasal gübre kullanan çiftçi sayısı yok denecek kadar azdır.Doğru ilaç ve gübre kullanımının önemi konusunda büyük bir bilgi açığıbulunmaktadır.

**Çözüm Önerisi:** Bu konuda icra kurumları, özellikle Tarım İl Müdürlüğü tarafından yapılacak yayım çalışmaları büyükönem arz etmektedir. İlimizdeki tüm köyler belli bir sistematik dâhilinde ziyaret edilereksorunlar tespit edilmeli ve daha sonra iyi bir planlamayla bu sorunlara yönelik çözümlergeliştirilmelidir. Kimyasal gübrelerin toprak analiz sonucuna göre kullanılmasını sağlamak için gübre desteği verildiğinde toprak analiz raporunun gösterilmesi mecbur kılınabilir.

**Sorun:** İhraç edilen kuru kayısının kükürdünün olması gerekenden daha fazla çıkması, fiyatta anlaşmazlık, istenilen boy ve sayıda olmaması veya istenilen kalite olmaması gibi sorunlardan dolayı bazen ihraç edilen ürün geri dönmektedir. Gemiye yüklenmeden önce gerekli analizlerden geçirilen kayısı ithal edilen ülkede gemiden indirilmeden sayılan sebeplerden dolayı geri gönderildiğinde Türkiye’de bu geri dönen ürünlere AB standartlarına göre ithal mal muamelesi yapılmaktadır. Örneğin, AB kükürt standardı genellikle 2000 ppm’dir, ancak ABD’de kükürt standardı 3000 ppm’dir. Eğer bu mal ABD’den fiyat konusunda anlaşmazlıktan geri dönerse Türkiye bu ürünlerde 2000 ppm olması şartı arıyor. Dolayısıyla, ürünü geri çekemiyorsunuz. Bu durumda ya ürünü başka bir ülkeye ihraç edeceksiniz ya da imha edeceksiniz. Bu da açıktır ki hem firma açısından ülke açısından bir değer kaybıdır ve maliyettir.

**Çözüm Önerisi:**Türkiye’den ihraç edilen kuru kayısıların ithal edilen ülkede hangi nedenden olursa olsun geri dönmesi halinde, bu ürünlerin gemiden hiçbir şekilde indirilmediği ispat edilirse Türkiye’de ithal mal muamelesi görmemesi gerekmektedir. Firma geri dönen malı kendi deposuna çektiğinde tekrar laboratuvar analizi istenmemesi gerekmektedir, çünkü bu ürünler yurtdışına çıktığında zaten detaylı laboratuvar analizleri yapılmaktadır. Böylece, ihraççı firmalara hem zaman kaybı yaşatılmamış hem de maliyet yüklenmemiş olur.

Sorunlar ve Çözüm Önerileri Tablosu

|  |  |
| --- | --- |
| **SORUNLAR** | **ÇÖZÜM ÖNERİLERİ** |
| İlkbahar Geç Donları | * Alan bazlı destekleme
* Telafi edici destekleme
* Riskli alanlara bahçe kurmamak
* Bölge don haritasının çıkarmak
* Dolu ve dona karşı ürün sigortasıyaptırmak
* Dona karşı yağmurlama yapmakve rüzgâr fanı kullanmak
 |
| Yetersiz İşletme Büyüklüğü | * Toplulaştırma yapmak
* 5403 sayılı Toprak Koruma veArazi Kullanımı Kanunu’nunuygulanmasını cazip krediimkânları ile desteklemek
* Ortak makine parkı oluşturmak
* Üretici birlikleri kurulması
 |
| Su Kıtlığı | * Yapımı devam eden barajları ve bunların su kanallarını ivedilikle bitirmek
* Mevcut açık kanalların kapalısisteme dönüştürmek
* Basınçlı sulama sistemlerinikullanmak
* Etkin bir su planlaması veyönetim sistemi kurmak
* Kaçak su kullanımlarını önlemek
* Sulama konusunda yayım ve çiftçi eğitimçalışmaları yapmak
* Susuzluğa dayanıklı çeşit ve türlergeliştirmek
 |
| Bilinçsiz Gübre ve İlaç Kullanımı | * Çiftçilere yönelik eğitim çalışmaları yapmak,bilgilendirici broşürler dağıtmak
* Toprak tahlili sonuçlarına göregübrelemeyi teşvik etmek için gübre desteği verildiğinde toprak analiz raporu istemek
* Gezici toprak tahlil araçlarıkullanmak
* Tarım danışmanlığı sisteminegeçmek
* Organik kayısı üretimini teşviketmek
* Reçeteli ilaç kullanımı sisteminidaha etkin hale getirmek
 |
| Yanlış Hasat Uygulamaları | * Meyve ve tomurcukzedelenmesine yol açan sopalarlaçırpmaktan kaçınmak
* Meyveyi direkt yere düşürmektenkaçınmak
* Modern hasat yöntem vemakinelerini kullanmak
* Modern hasat yöntemlerini kullanacak çiftçilere mali destek sağlamak
 |
| Türev Ürünlerin Geliştirilmemesi | * Katma değeri yüksek türevürünlerini artırmak
* Ürün geliştirme işindeprofesyonel kurumlarabaşvurmak
* Çeşitliliği sağlamak için çok yoğun bilimsel araştırmalar yapılması, sanayi ile üniversite ve TÜBİTAK projeleri hazırlanmalı
 |
| Sharka Tehlikesi | * Sharka virüsünün Malatya’yataşınmasını önleyici bir tedbirlerpaketi oluşturmak

a. Şehir dışından fidan girişiyasağını sıkı bir şekildeuygulamakb. Fidan pazarında düzenlidenetim çalışmalarıyapmakc. Üreticiler için yeterli,sağlıklı ve sertifikalı fidanarzını garanti edicitedbirler almak |
| Kuru Kayısı Fiyatlarındaki Dalgalanmalar | * Lisanslı depoculuğu hayata geçirmek
* İhracatçılar arasında taban fiyatkonusunda mutabakat sağlamak
* Ürünü devlet ya da üreticikooperatifler eliyle piyasayakontrollü vermek (Fındıktaolduğu gibi…)
* Malatya Müstahsiller Birliğininkurulmasını sağlamak
* Üretici birlikleri kurulmasınısağlamak
* Kayısı değer zincirindeTürkiye’nin payını artırıcıçalışmalara yoğunlaşmak
* Üreticiye verilen teşvikleri hasatöncesi ödemek
* İhracatçılar arasında etik kurallarkonusunda anlaşma sağlamak
* Alivre (hasat öncesi) satışlarıÖnlemek
* Fındıkta olduğu gibi ToprakMahsulleri Ofisinin düzenleyiciolarak alım yapmasını sağlamak
 |
| Tanıtım ve Markalaşmada Eksiklikler | * Kayısı Tanıtım Grubu oluşturmak(Fındık Tanıtım Grubu, NarenciyeTanıtım Grubu gibi)
* Kayısı Tanıtım ve DesteklemeFonu kurmak
* Kayısı Fuarını uluslararası boyutataşımak
* İhraç edilen ürün üzerine “Madein Malatya” ibaresini koymak
* Yurtiçi ve yurtdışı büyük şehirlerde ve AVM’lerde sanatçı destekli Malatya ve KayısıTanıtım Günleri düzenlenmesi
* Yurtdışı gıda vb fuarlara daha çok katılımı sağlamak
* İhracatı artırmak için İngilizce bilen kalifiye eleman yetiştirmek
 |
| Lojistik Sorunları | * Lojistik merkez kurmak
* Demiryollarını ürün taşımacılığında cazip hale getirmek
* Yaş kayısı ihracatını kolaylaştırmak için Erhaç hava limanını

uluslararası kargo taşımacılığınaaçmak. |
| Kükürt Oranının Yüksek Olması | * Doğru kükürt uygulamalarıkonusunda tarımsal eğitim ve yayımçalışmalarını artırmak
* Farklı kükürt uygulamaları veürün saklama yöntemlerihakkında araştırmalar yürütmek
* Üretici ile tüccar arasında sözleşmeli tarım uygulamalarınıyaygınlaştırmak
* Kerevet ile kükürtleme sistemine geçilmesi
* Düşük kükürtlü kuru kayısıların soğuk hava depolarında saklanması sağlamak için lisanslı depo kurulması
 |
| Modern Satış Sisteminin Eksikliği | * Malatya Ticaret Borsasını dünyanın her yerinden alıcıların doğrudan alım

yapmasına imkân verecek şekilde “Uluslararası Kuru Kayısı Borsası”nadönüştürmek yönünde çalışmalar yapmak.* Kayısı pazarında faaliyet göstermeyi objektif kriterlere bağlamak ve etkin

bir denetim mekanizması kurmak.* Kuru kayısının alivre satışını önleyici tedbirler geliştirmek ve uygulamak.
* Borsa bünyesinde modern satış salonları kurarak burada alım satım yapabilmek için belirli kurallar getirilmesi
* Ticarette Etik Kurallar konusunda ortak bir anlayış geliştirilmesini

sağlamak. |
| Finansman Sıkıntıları | * Lisanslı depoculuk sistemine geçilmesiyle ürün karşılığı kredi alma imkanının sağlanması
* Ziraat bankası tarafından kayısı sektörüne yönelik kredilerde kolaylık sağlanması
 |
| Eğitimli Personel | * Sektör çalışanlarının kalite ve standardını yükseltmek amacıyla yabancı dileğitimi, bilgisayar kullanımı, uluslararası ticaret, ürün standartları,bankacılık ve kambiyo gibi konularda eğitim faaliyetleri ve kurslardüzenlemek.
 |