

TÜRKİYE, BATIKARADENİZ VE SAMSUN BÖLGEMİZDE ŞEFTALİ ÜRETİMİ VE PAZARLAMASI

Burhan HEKİMOĞLU Mustafa ALTINDEĞER

Ziraat Mühendisi Ziraat Mühendisi

bhekimoglu55@gmail.com altindeger@gmail.com

Samsun Valiliği Tarım İl Müdürlüğü Strateji Geliştirme Birimi
OCAK 2007

Ekolojik yapısının uygunluğu nedeniyle önemli bir tarımsal üretim potansiyeline sahip olan Ülkemiz yaklaşık 38–43 milyon ton **yaş meyve sebze** üretimi ile dünyanın önemli üretici ülkelerinden birisi konumundadır. Ülkemiz rakamsal olarak önemli üretici görünümünde olmakla birlikte üretilen ürünlerin ancak %3,7'sini ihraç edebilmektedir. Bu oran İspanya'da 51, İsrail'de % 23 civarındadır. Bu durumun en önemle nedenleri arasında ürünlerin gıda sanayinde ham madde olarak kullanılması ve yurt içinde tüketilmesi ile ihracata konu olan yaş meyve ve sebzelerin uluslar arası piyasalarda talep edilen miktar ve kaliteye uygun çeşitlerin olmaması ve üretimden tüketime miktar, kalite ve kayıplarının fazlalığı sayılabilir. Diğer taraftan Ülkemiz son yıllarda meyve sebze ihracatında tarımsal ilaç kalıntıları bakımından önemli sorunlar yaşamaktadır. Bu durum Türk meyve ve sebze ürünlerinin ihracatını güçleştirmektedir.

Ülkemiz yaş meyve üretimi 4 ana grup altında incelenmektedir. 2003 yılı itibari ile yaklaşık 14 milyon ton meyve üretimi içinde üzümü meyveler % 30,7 ile en önemli paya sahiptir. Sofralık üzüm bu grubun ticari önemi en fazla olan meyvesidir. İncir gerek üretim ve gerekse ithalat açısından 2.önemli üründür. Yumuşak çekirdekli meyveler yaş meyve üretimimizin % 22'sini oluştururken elma bu grubun en önemli meyvesidir. Turunçgil meyveleri, yaş meyve üretiminden % 17,75 pay almaktadır. **Taş çekirdekli meyve gurubunun meyve üretimi içindeki payı % 17,5 olup kayısı, kiraz ve şeftali bu gurubu temsil eden meyveler olarak dikkat çekmektedir.**

Yaş meyvelere ilişkin yapılan bazı ekonomik araştırmalar üretici düzeyinde yaygın olan pazarlama kanallarının üretici-toptancı, toptancı hali-perakendeci –tüketici şeklinde olduğunu ortaya koymuştur. Türlerine göre değişmekle birlikte meyve pazarlamasında toptancı hallerinin önemli bir yeri vardır. Burada hizmet verenler büyük çoğunlukla komisyoncular, nadiren üretici birlikleri veya kooperatiflerdir. Alıcılar ise genellikle perakendeciler ve toplu tüketime hizmet veren kişi veya kuruluşlardır.

Pazarlama üretimden tüketime kadar uzayan bir zincirdir. Bu zincirin birindeki aksaklık tüm pazarlama etkinliğini düşürmekte ve üretimin anlamını yok etmektedir. Bu nedenle yaş meyve pazarlamasında üreticisinden son tüketicisine ulaştıran perakendeciye kadar görev alan tüm birimlerin dikkatli ve hızlı hareket etmeleri gerekmektedir. Bu yapılmadığı takdirde üretilen meyvenin yaklaşık % 25-35'i pazarlama aşamasında ziyan olmaktadır. Yaklaşık 10 milyon ton meyve sebze bahçeden tüketicie ulaşıcaya kadar geçen sürede ziyan olmaktadır. İyi pazarlama politikaları ile bu kaybı % 10'lara düşürmek çok zor görünmemektedir. Böylece 6 milyon ton sebze meyve tüketime sunularak milli ekonomiye kazandırılabilir.

Son yıllarda Samsun İlimizde Şeftali dikim ve üretimlerinde istikrarlı bir şekilde artan bir trend yakalanmıştır. Samsun ilinin şeftali üretiminde Türkiye üretimdeki payı 1994 yılında % 2,1 iken 2003 yılında bu oran % 4,8'e yükselmiştir.

Samsun İlinin Yıllara Göre Şeftali Üretim Trendi (ton)

Seçilmiş Meyveler	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Şeftali	8047	5716	4527	12.848	12.950	14.621	18.190	19.127	18.027	22.571

Samsun İli genelinde 2005 yılı rakamlarına göre Şeftali ağacı sayısı yaklaşık 689 bin adet olup, meyve veren yaştaki ağaç sayısı **569.850**, meyve vermeyen yaştaki ağaç sayısı **118.887'dir**. Yine 2005 yılı verilerine göre, dikimde birinci sırada bulunan **Çarşamba ilçesinde 380.000 adet meyve veren yaştaki şeftali ağacı, 60.000 adet meyve vermeyen yaştaki şeftali ağacı**, dikimde ikinci sırada bulunan Merkez ilçede **160.000 adet meyve veren yaştaki şeftali ağacı, 48.900 adet meyve vermeyen yaştaki şeftali ağacı** mevcuttur. Ayrıca Samsun İl genelinde 2005 yılı verilerine göre **22.501 ton şeftali üretimi** gerçekleşmiştir.

2004 Yılı Türkiye, Samsun ve TR8 Batı Karadeniz Bölgesi Şeftali Ağaç Sayısı ve Üretim Miktarları

İstatistikî Bölge Birimleri	Ağaç sayısı			Üretim (Ton)
	Toplam	Meyve Veren Yaşta	Meyve Vermeyen Yaşta	
Zonguldak	24.653	21.912	2.741	384
Karabük	42.000	33.950	8.050	529
Bartın	32.104	27.952	4.152	726
TR81	98.757	83.814	14.953	1.639
Kastamonu	81.013	66.132	14.881	1.221
Çankırı	4.548	3.850	698	42
Sinop	49.130	33.610	15.520	736
TR82	134.691	103.592	31.099	1.999
Samsun	686.562	549.175	137.387	6.467
Tokat	449.898	370.899	78.999	6.675
Çorum	69.635	52.130	17.505	428
Amasya	457.956	344.386	113.570	4.702
TR83	1.664.051	1.316.590	347.461	18.272
TR8	1.897.499	1.503.996	393.513	21.910
TR8/TR	12,0	11,0	18,5	5,9
TR	15.780.000	13.650.000	2.130.000	372.000

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (Tarımsal Yapı 2004)

2003 yılı dünya şeftali üretimi 14.787.539 ton iken Ülkemiz şeftali üretimi 460.000 tondur. 2004 Yılında ülkemiz şeftali üretimi yaşanan geç ilkbahar donu nedeniyle 372.000 tona düşmüştür. **Ülkemizde en fazla şeftali üretimi Bursa başta olmak üzere, İçel, İzmir, Çanakkale, Aydın, Samsun, Amasya, Balıkesir, Adana** illerinde yapılmaktadır. Bu iller ülke üretiminin yaklaşık % 70'ini oluşturmaktadır.

2003 Yılında TR83 Samsun alt bölgesinde toplam 45.495 ton şeftali üretimi yapılmıştır. Yukarıda da belirtildiği üzere yaşanan don olayı nedeniyle **TR83 Samsun Alt Bölgesinde üretim 2004 yılında 18.272 tona düşmüştür.** Bu düşüş Türkiye genelinde de yaşanmıştır. TR8 bölgesi 2004 yılı şeftali üretimi 21.910 ton olarak gerçekleşmiştir. TR8Bölgesi 2004 yılı şeftali üretimi ülke üretiminin yaklaşık % 6'sını oluşturmaktadır. TR8 Bölgesi illerinde en fazla şeftali üretimi Tokat ve Samsun illerinde yapılmaktadır. **TR83 Samsun Alt bölgesi TR8 bölgesinin % 83'ünü üretmektedir.**

TR8 Batı Karadeniz bölgesi şeftali üretiminin % 83'ü TR83 Samsun alt bölgesinde gerçekleştiğinden, üretim trendine ait değerlendirmeler TR83 bazında yapılmıştır. TR83 Samsun alt Bölgesinde meyve ürünleri üretim potansiyeli olarak bakıldığında şeftali, önemli bir tarımsal üründür. Türkiye'de 1994 yılı şeftali üretim miktarı 375.000 ton olup 2003 yılında bu miktar % 25,6'lık artışla 460.000 tona yükselmiştir. TR83 Samsun alt bölgesinde şeftali üretimi Türkiye şeftali üretiminin hayli üzerinde bir artış göstererek 1994 yılında 22.093 ton olup bu miktar 2003 yılında % 106'lık artışla 45.495 tona yükselmiştir. Samsun ilinde 1994 yılında 8.047 ton olan şeftali üretimi 2003 yılında % 180'lik artışla 22.571 tona yükselmiştir. Samsun ilinin TR83 Samsun alt bölgesinde şeftali üretim payı 1994 yılında % 36,4 iken, 2003 yılında bu miktar % 49,6'ya yükselmiştir. Samsun ilinin şeftali üretiminde Türkiye üretimdeki payı 1994 yılında % 2,1 iken 2003 yılında bu oran % 4,8'e yükselmiştir. Bölgede yer alan Amasya ili bir başka önemli şeftali üretimi yapılan ildir. 1994 yılında Amasya ilinde şeftali üretimi bölge şeftali üretiminin % 30'unu yapmakta iken, 2003 yılında bu oran % 31,7 olarak gerçekleşmiştir. Amasya ilinin Türkiye şeftali üretimi içerisindeki payı 1994 yılında % 1,8 iken 2003 yılında bu oran % 3'e yükselmiştir. Tokat ili üretim miktarına bakıldığında bölgede önemli miktarda şeftali üretiminin yapıldığı bir başka ildir. 1994 yılında Tokat ili şeftali üretimi 6.697 ton iken 2003 yılında bu rakam % 18'lik bir artışla 7926 tona yükselmiştir. Bu durum Tokat ilindeki şeftali üretiminin gerek bölge üretimine gerekse ülke üretimine göre daha az miktarda artış gösterdiğini göstermektedir. 1994 yılında Tokat ilinde Türkiye şeftali üretiminin % 1,8'i yapılmakta iken 2003 yılında bu oran % 1,7'ye gerilemiştir.

Bölgede özellikle 1997 yılından itibaren şeftali üretiminde belirgin bir artış gözlenmektedir. Özellikle 1990'lı yıllarda şeftali ürününün yüksek gelir getirmesi başta Samsun, Tokat ve Amasya illerinde olmak üzere bölgedeki şeftali bahçelerinin hızla artmasına neden olmuştur. Ancak şeftali bahçelerinin bir üretim stratejisi oluşturmadan ve planlama yapılmadan, pazar şartları irdelenmeksizin bu denli artışı son yıllarda bu üründe ciddi bir pazarlama sorununu da beraberinde getirmiştir.

Yıllara Göre Türkiye Şeftali Dış Ticareti

Yıllar	İhracat		İthalat	
	Miktar(Kg)	Değer(\$)	Miktar(Kg)	Değer(\$)
1996	9.064.466	3.703.130	264.806	108.518
1997	9.348.050	5.089.886	65.093	48.225
1998	11.672.600	4.730.033	24.884	22.825
1999	8.025.288	2.362.323	395.144	155.921
2000	14.583.779	3.852.080	15.437	13.941
2001	23.681.344	6.619.829	32.729	11.066
2002	27.579.294	8.076.247	1.920	1.572
2003	44.304.721	24.293.162	12.640	7.347
2004	20.153.450	11.833.414	13.829	13.843

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı

Ülkemiz açısından dünya yaş ve meyve ticareti incelendiğinde AB, Orta Doğu Ülkeleri, BDT ve Doğu Avrupa ülkeleri dikkat çekmektedir. Romanya ve Ukrayna yaş meyve ve sebze ithalatında önemli paya sahip olmayan ancak ülkemiz ihracatından büyük pay almaya başlayan ülkelerdir. Rusya federasyonu dünya ithalatı ve ülkemiz ihracatı içinde önemli yere sahip ülkedir. İngiltere, Almanya ve Hollanda Dünya ithalatı ve ülkemiz ihracatından büyük pay alan ülkeler olarak dikkat çekmektedir. 2000 yılında toplam 369 milyon dolar olan yaş meyve sebze ihracatımız her yıl artış trendi göstererek 2003 yılında 672 milyon dolara yükselmiştir. Yaş meyve sebze ihracatımız içerisinde meyve % 70 bir paya sahiptir. 2004 yılının en fazla artış gösteren ihraç ürünü kiraz olarak görülmektedir. 2003 yılında 475 milyon dolarlık meyve ihracatımızın değer olarak yaklaşık % 22'si Rusya Federasyonu'na, % 14'ü Almanya'ya, % 9'u Suudi Arabistan'a, % 8'i Ukrayna'ya, % 6'sı İngiltere'ye ve Hollanda'ya, % 4'ü Romanya ve Avusturya'ya yönelmiştir.

Yaş meyve sebze üretimi ve pazarlama aşamasında önemli olan, paketlenmiş, kaliteli ambalaj içinde olan kaliteli üründür. Ulusal ve uluslararası ticaretle son yıllarda kaliteli ambalaj öne çıkmış durumdadır. Geçen yıl yaşanan Akdeniz sineği sorunu bu yıl yok. Karton ve tahta ambalajlar konusunda da, ürün kalitesi konusunda da belirli bir yol kat edilmiştir.

Yaş meyve sebze de 2006 yılının ilk 10 ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre miktarda % 7'lik ve değerinde % 14'lük bir artış meydana gelmiştir. Gruplar içerisinde ise taze meyve miktarda % 8'lik, değerinde % 19'lük bir artış göstermiş ve 2006 yılı ilk 10 aylık dönemde 301.078.414 dolarlık değerle ilk sırada yer almıştır.

2006 Yılı'nın ilk 10 ayında yaş meyve ve sebze ihracatı yapılan ülke sıralamasında Rusya Federasyonu % 28'lik değerle 1. sırada yer alırken bunu %'14'le Almanya, % 7 ile Romanya, % 6 ile S.Arabistan ve % 5 ile Ukrayna ve Hollanda takip etmektedir. **Şeftali ihracatı taze olarak yapıldığı gibi azda olsa kuru ve işlenmiş olarak da yapılmaktadır. En fazla ihracat yapılan ülkeler Almanya, Rusya, S.Arabistan ve Kuveyt'tir. İşlenmiş şeftali ihracatı en fazla Rusya Federasyonu'na yapılmakta olup, onu AB ülkeleri takip etmektedir.**

2004 yılında Türkiye şeftali ihracatı 20.153.450 Kg ile 11.833.414 dolar değer kazandırmıştır. Aynı yıl ithalat ise 13 ton (nektarin) civarında olmuştur. 2006 yılı ilk 10 ayında yapılan yaş meyve ve sebze ihracatında domates % 18'lik bir payla ilk sırada yer alırken, şeftali % 3 ile 9. sırada yer almaktadır.

2006 yılı ilk 10 ayında yaş meyve de Türkiye geneli en fazla ihracatı yapılan ürün, değerinde 132.556.685 dolar ve miktarda 54.104.998 kg. ile kiraz ve vişne olmuştur. Bunu sırasıyla üzüm, **şeftali** ve incir izlemiştir.

Rusya'ya meyve ihracatında geçtiğimiz yıl yaşanan Akdeniz Sineği olayı ve Rusya hükümetinin Türkiye'den yapılan ithalatı sınırlaması 2006 yılında ihracatçıları gerek ürün, gerek ambalajda kaliteye yöneltmiştir. Geçmiş yıllarda Avrupa pazarına ihracat yaparken ürünün en kalitelisini seçen, en iyi ambalajı kullanan ihracatçı, Rusya pazarına ikinci sınıf ambalaj içinde, yeterince denetlenmemiş ürünler göndermiştir. Bugün Rusya ekonomisinin iyileşmesiyle birlikte AB ülkelerinden yaptığı ithalatlarda bile çok yüksek kriterler talep etmeye başlamıştır. Rusya'yı tek başına çok büyük bir Pazar olarak görüyorsak kaliteli ürün yanında iyi ambalajlama ve ihracat kriterlerinin tam anlamıyla yerine getirilmesi gerekir.

Dünya yaş sebze ve meyve ticaretinde dikkat çeken bir başka husus çevresel baskıların kalite güvence prosedürlerini etkilemesidir. Kaliteyi olumlu yönde etkileyen ancak çevreye olumsuz etkili bulunacak sistemler kabul görmemektedir.

Bölgemizde **şeftali** ürünü, üreticiler tarafından direkt pazara sürülebilmekte veya genellikle toplayıcılar, mahalli alıcılar, pazarcılar, komisyoncular gibi aracılar kanalıyla pazarlanmaktadır. Bölgemizde de ürün üreticiler tarafından direkt pazara sunulabildiği gibi, aracılar, pazarcılar tarafından pazara sunulabilmektedir. Ayrıca haller ve marketler aracılığıyla da pazarlanabilmektedir. **Samsun Bölgemizde Amasya ve Tokat'ta kurulmuş olan meyve suyu fabrikaları özellikle Samsun ve Amasya gibi illerin şeftali üretim yerlerine alım merkezleri kurarak toplu alım yapmaktadırlar. Bölgede oldukça fazla üretim yapılması nedeniyle bu alım merkezleri her yıl kurulmaktadır. Ancak çiftçi iç piyasada toplu alımlarda bugüne kadar tek başına kalmakta, mağdur bir pazarlık yapabilmekte idi. Bugün kurulan üretici birlikleri piyasaya gerçek fiyat oluşumu sağlayabileceği gibi, ürün standardizasyonu, kalite, maliyetlerin azaltılması ve pazarlık gibi güçlü yanlar kazandırabilecektir. Üretici pazarın isteğine uygun, kaliteli, standart çeşitler ürettiği sürece, birliklerin alıcı firmalarla garantili alış veriş yapabilme şansları artacaktır.**

Ülkemiz de ihracat amacıyla ilk elden alım yapan firmalarda bulunmaktadır. **Şeftali** ihracatında soğuk hava depolarında ihracat için toplanan ürünler bazen ön soğutma yapılarak, direkt işlenerek, bazen kurutulularak ihracat yapılmaktadır. Ancak kayıtlarda bölgemizden ihracata yönelik bir bilgiye rastlanmamıştır. Bölgemizde üretilen **şeftali** gıda sanayinde meyve suyu, konserve, reçel yapımında kullanılmaktadır. Bu amaçla gıda sanayi bazen üreticilerle sözleşme yoluna gitmektedir. Bölgemizde kurulan üretici birlikleri daha iyi bir üretim ve pazarlama modeli oluşmasına yardımcı olacaktır.

Bölgemizde **Samsun'da Şeftali üreticiler birliği** kurulmuş olmasına rağmen birlik; idari, teknik ve pazarlama konularında kendi sorunlarını aşmak için büyük bir gayret içindedir. Şeftali üreticiler birliği hem bölgesel hem ulusal Pazar rekabetinde yaşanan sorunları doğru olarak tespit etmesine rağmen sahada zorluklar çekmektedir. Şeftali üreticiler birliği Bölgede üretim yapan tüm çiftçilere yönelik çalışmalara devam etmekte olup, üyelik çalışmaları belli bir aşamaya gelmiştir. Üreticiler sahada alım yapan meyve suyu fabrikaları ve komisyoncularla daha iyi şartlarda pazarlık yapabilme gücünü artırmaya çalışmaktadırlar. Son yıllar içinde şeftali üreticileri yeni pazarlama stratejileriyle tasnif, paketlenme ve ambalajlama konularında bölgenin olumsuz imajını düzeltmeye başlamışlardır. Şeftali üreticiler birliği gereğince profesyonelleştiğinde hem ambalajlama, hem Pazar hem fiyat hem de üretim alanlarında etkinliğini artıracaktır.

Şeftali üretimine ekolojik açıdan son derece uygun olan Samsun bölgemizde sağlıklı fidan üretimine, toprağa ve bölgeye uygun klon anaç seçimine, pazarın isteği olan standart çeşit üretimine, fiyat istikrarı için üretim planlamasına, üretim periyotlarında yeterince üretim miktarına, birlik tarafından bulunacak yeni alternatif pazarlara, kaliteli ve standart meyve üretimine, sağlıklı ve çekici ambalajlamaya, soğuk hava depolarına iç piyasa açısından ihtiyaç vardır.

Bölgemizde Şeftali Üretimi ve Pazarlaması (SWOT Analizi)

Güçlü yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehlikeler
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Şeftali üretiminde artış eğilimi mevcut ▪ Bölgesel ekolojik koşulların uygunluğu kaliteli üretime fırsat tanımaktadır ▪ Rusya pazarına olan yakınlık ulaşım ve nakliye açısından avantaj sağlamaktadır 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ İhracatın üretime oranı düşük ▪ İç tüketim yeterli değil ▪ Şeftali bahçelerinin küçük olması nedeniyle ihracat açısından analiz ve kontrollerin sahada yapılabilmesi masraflı ve uzun bir süreç gerektirecektir ▪ Piyasa araştırmaları sisteminin tam olarak kurulmamış olması ▪ Taşımada kullanılan araçların teknik donanımlarının olmaması üretimden tüketime miktar ve kalite kayıplarına yol açmaktadır 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ İhracat potansiyeli yüksek olan bir ürün ▪ Son zamanlarda bölgede organik tarım çalışmalarının başlaması şeftali de de açılım yaratacaktır. ▪ Bölgede soğuk hava deposu yapılması yönündeki atılımlar şeftali saklama ömrünün uzaması ile pazarlama açısından fırsatlar oluşturacaktır. ▪ Pazara ve yola dayanıklı çeşitler mevcut ▪ Gıda sanayinde meyve suyuna işleme ve kurutma ,derin dondurma suretiyle iç ve dış Pazar isteklerine cevap verebilecek yapının oluşmaya başlaması 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pazarlama hatalarından meydana gelen ürün kayıpları ▪ Profesyonel manada pazarlama organizasyonu nun olmayışı ▪ Uluslar arası ticarete var olan kriterlerin üretim aşamasında tam olarak uygulanmaması ▪ Üretimi etkileyebilecek hastalık ve zararlılar

KAYNAKLAR

1. 9. Kalkınma Planı-Ankara 2006. Bitkisel Üretim Özel ihtisas alt komisyon raporu
2. TR83 Samsun alt bölge tarım master plan-2006. B.Hekimoğlu, M.Altindeğer, N.Korkmaz
3. Meyvecilikte Üretim Hedefleri. R.Gülcan
4. Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Değerlendirme Raporu.Türkiye Geneli 2004-2005-2006 Eylül-Ekim-Kasım-Aralık Dönemi Raporları
5. Samsun Bölge (TR83) Tarımının Sektörel Sorunları ve Çözüm Önerileri 2006- B.Hekimoğlu, M.Altindeğer
6. 1994-2003 Tarımsal Yapı (Üretim, Fiyat, Değer), Başbakanlık DİE –Ankara
7. Ege ve Akdeniz İhracatçı Birlikleri
8. [Ekonomik ve sosyal kalkınma hareketi. 2006 Dergiler](#)
9. Yaş Meyve-Sebze Sektörü Ön Raporu. Yaş Meyve-Sebze, Narenciye ve Süs Bitkileri Komisyonu Başkanı. Necati NARAN- TOBB Tarım Kurulu
10. Çarşamba Ovasında Yaş Meyve Ve Sebze Pazarlama Sorunları Ve Çözüm Önerileri- Ahmet Yulafcı
11. DPT 2006 Yılı Programı
12. Eurepgap Yaş Meyve Sebze Kontrol Noktaları Ve Uygunluk Kriterleri.Antalya İhracatçı Birlikleri
13. İhracat Stratejik Planı 2004-2006. DTM. İGEME
14. İşlenmiş Tarım Ürünleri Sektörü Mevcut Durumu, Sorunları Ve Çözüm Yolları. 24 Mayıs 2002- İzmir
15. Karadeniz Bölgesinde Tarımsal Üretim Ve Pazarlama Sempozyumu Kitabı Ekim 1999- Samsun
16. Pazarlamada Üretici Birliklerinin Rolü- Ağustos.2002- H.Avni Cinemre
17. Samsun İlinin Swot Analizi. 2006- B.Hekimoğlu, M.Altindeğer
18. Samsun Tarım İl Müdürlüğü İstatistik Verileri 1993-2006
19. Tarım ve Gıda Sektörü İhracat Potansiyeli- İGEME Araştırma Ve Geliştirme Bşk. Tarım Dairesi-2004
20. www.zmo.org.tr