

TÜRKİYE SOFRALIK ÜZÜM İÇ VE DIŞ PAZARLARINDA MARMARA BÖLGESİ ÇEŞİTLERİNİN YERİ VE PAZARLAMA SORUNLARI¹

Nalan YÜKSEL DELİCE*

ÖZET

Bu araştırma, Marmara bölgesi sofralık üzüm yetiştiriciliğinin günümüzdeki mevcut durumu ve değişim eğilimlerini saptamak, üretimden tüketime kadar karşılaşılan pazarlama sorunları ile çözüm yollarını belirlemek amacıyla 1998-2000 yılları arasında gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonucunda, 1985 yılından itibaren bölge bağ alanlarının sürekli azaldığı saptanmıştır. Bu azalış 1999 yılı sonunda %36,1'e ulaşmıştır. Özellikle sofralık üzüm yetiştiriciliğinin yoğun olduğu Bursa ve Sakarya illerinde bağ alanlarındaki azalışın %52,3-52,7'e ulaştığı belirlenmiştir. İncelenen işletmelerde üretim miktarı itibariyle üretilen üzüm çeşitlerinin %62,7'si Müşküle, %17,2'si Alphonse Lavalée, %6,9'u Razaki ve %6,6'sı Cardinal çeşididir. İncelenen üreticiler sofralık üzüm çeşitlerinin %80,9'unu Meyve ve Sebze Toptancı Hallerine sattıklarını bildirmişlerdir. Bölgede üretilen üzümlerin büyük bir kısmı Ağustos, Eylül ve Ekim aylarında pazarlanmaktadır. Söz konusu bu aylar aynı zamanda iç ve dış pazarlarda sofralık üzüm arzının en fazla olduğu ve satış fiyatlarının düştüğü aylardır. Günümüzde bölgede yetiştirilen sofralık üzüm çeşitlerinin ağırlıklı olarak iç pazara arz edildiği ve 1980'li yıllara kadar önemli bir ihracat çeşidi olan Müşküle'nin 1974-77 yıllarında Türkiye sofralık üzüm ihracatındaki payı %70-85 iken, 1999 yılında onbinde 3,7 düzeyine gerilediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler : Sofralık Üzüm Çeşitleri, Sofralık Üzüm Pazarlaması, Sofralık Üzüm Pazarlama Sorunları

¹ Makale, H. Işık, N. Yüksel Delice ve C. Özer tarafından gerçekleştirilen "Sofralık Üzüm Çeşitlerinin Marmara Bölgesi Koşullarına Uyumu ile Muhafaza ve Pazarlama Sorunları Üzerine Araştırmalar" isimli proje sonuç raporundan yararlanarak hazırlanmıştır.

* Yrd. Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Öğretim Üyesi, Çanakkale

THE IMPORTANCE AND MARKETING PROBLEMS OF TABLE GRAPES VARIETIES OF MARMARA REGION AT DOMESTIC AND EXTERNAL MARKET IN TURKEY

ABSTRACT

This research conducted between 1998-2000, aimed at identifying the current situation and changing trends of table grapes cultivation of Marmara Region, its marketing problem and ways of solutions from production to consumption.

Due to the finding of this research, viticulture area of the region has decreased since 1985. This decreases reached at %36,1 by the end of 1999. Especially the decreases in the viticulture area of Bursa and Sakarya cities where the table grapes cultivation is intensive reached at %52,3-52,7. The varieties of grapes produced at the given farms in terms of production amount are 62,7% Müşküle, 17,2% Alphonse Lavallée, 6,9% Razakı and 6,6% Cardinal. The respondenst declared that they sold 80,9% of the table grapes at Wholesale Market for Fruits and Vegetables. The greatest amount of the grapes produced at the region is marketed in August, September and October. These months are at the same time, the periods of the highest supply of table grapes and the lower selling prices at the domestic and external markets. Today, the significant amount of table grape produced at the region is marketed in domestic market. Till 1980, Müşküle was one of the export varieties and its share in Turkish table grape export was 70-85% between 1974-1977. However this share decreased to %0,037 in 1999.

Keywords : The Varieties of Table Grape, Marketing of Table Grape, Marketing Problems of Table Grape

1. GİRİŞ

Türkiye toplam bağ alanı ve üzüm üretimi açısından olduğu gibi sofralık üzüm üretimi yönüyle de dünyanın belli başlı ilk dört ülkesi arasındadır. Ancak, Türkiye'nin 1997 yılı rakamlarına göre dünya sofralık üzüm üretimindeki payı %10,2 iken dünya ihracatındaki payı %1,5 dur. Oysa aynı yıl Şili'nin dünya sofralık üzüm üretimindeki payı %6,9 olmasına rağmen ihracattaki payı %24 dür (FAO, 2000).

Dünya ticaretinde tüm ürünlerde olduğu gibi sofralık üzümde de kalitenin, marka ve tanıtımın etkinliği artmıştır. Dünya pazarlarında rekabet

edebilmek için talebi olan ürünü kaliteli olarak üretmek ve pazarları çok iyi izlemek gerekmektedir.

Günümüzde dünya ticaretinde başarılı olan birçok bağıcı ülke (Fransa, İtalya, Amerika, Şili, Brezilya, Kıbrıs, İsrail vb.) 1960 yılından itibaren bağı kadastrosu çalışmalarına öncelikli önem vermişlerdir. Daha sonra da bağı alanlarını çeşit-ortam ilişkilerine göre saptamaya ve üretimlerini çeşit bazında planlamaya başlamışlardır.

Oysa ülkemizde bağı kadastrosu çalışmaları bugüne kadar başlatılmadığı gibi pazar ve pazarlama araştırmaları da çeşit bazında yapılmamaktadır. Sofralık üzümle ilgili olarak sadece 1970'li yıllarda bazı araştırmacılar iç ve dış pazar araştırmalarını çeşit bazında gerçekleştirmişlerdir. Yücel ve Ertürk (1973) tarafından yapılan bir araştırmada Marmara Bölgesinin önemli bir ihraç çeşidi olan Müşküle üzümünün, incelenen dönem itibariyle dış pazarlama ve fiyat sorunu olmadığı saptanmıştır.

Günümüzde ise bölge sofralık üzüm yetiştiriciliği ve ticareti çok büyük bir sıkıntı içersindedir. Bir yandan bölgede toplam bağı alanları önemli düzeyde azalırken, diğeri yandan yaygın sofralık çeşitlerinden Müşküle ve Razakının dış pazarlarındaki taleplerinin önceki yıllara göre azalması sonucu ihracatları düşmüştür. Bölgedeki sofralık üzüm yetiştiricileri yeni sofralık üzüm çeşitleri arayışına ve diğeri yaş meyve-sebze türlerine yönelmeye başlamışlardır.

Çalışmada sofralık üzüm yetiştiriciliği ve pazarlamasına ilişkin geriye dönük veriler ile bölge üreticileri ve pazarlama işletmelerinden elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Çalışma, bölgenin sofralık üzüm yetiştiriciliği ve pazarlama sorunları ile birlikte Türkiye sofralık üzüm pazarlama sorunlarının ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilmiştir.

2. YÖNTEM

Araştırma popülasyonunu belirlerken kademeli gayeli örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla bölge bağı alanı ve üretim miktarı içersindeki payları dikkate alınarak üç il (Bursa, Sakarya ve Tekirdağ) ve bu illerden ikişer ilçe belirlenmiştir. Belirlenen bu ilçelerde İlçe Tarım Müdürlükleri'nin bilgi ve verilerine dayanarak sofralık üzüm yetiştiriciliğinin yoğun olduğu 27 köy saptanmıştır. Söz konusu 27 köyden "gayeli örnekleme" yöntemiyle belirlenen 100 üreticiye, iki büyük tüketim merkezi konumundaki Bursa ve İstanbul illeri yaş meyve-sebze toptancı hallerinden 16 komisyoncuya anket uygulanmıştır. Ayrıca bu iki ilde

ulaşılabilen bir toptancı ve üç perakende satış (marketler zincirinin) merkezi yöneticileri ile bölgede faaliyet gösteren 55 ihracat firmasına tam sayım yöntemi ile anket uygulanmıştır. Elde edilebilen tüm veriler yüzde dağılım, ortalama ve trend hesaplama yöntemleri ile analiz edilmiştir.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

Türkiye’de son 14 yıllık (1985-1999) süreçte Ege Bölgesi hariç tüm bölgelerde üzüm üretim alanları azalmıştır. Ülke genelinde ortalama %14,4 olan üretim alanı azalışı, Marmara Bölgesinde %36,1 düzeyinde olmuştur. Ege Bölgesinde ise 1985-1998 döneminde bağ alanları %7,9 oranında artış göstermiştir. Bu artış bölgenin, ülke bağ alanları içindeki payını %22,9’dan %28,5’e çıkartırken, üretimindeki payını %33,2’den %45,6’ya yükselmiştir (Özışık ve ark., 2000). Gerek diğer bölgelerde bağıcılığın gerilemesi ve gerekse Ege Bölgesinin ülke toplam yaş üzüm üretiminin %45,6’sına sahip duruma gelmesi sonucunda bölge çekirdeksiz çeşitleri iç ve dış sofralık üzüm pazarlarında hakim konuma geçmeye başlamıştır.

Çizelge 1 : Marmara Bölgesinin İllerinin Bağ Alanlarında 1985-1999 Dönemindeki Değişimler

İller	1985 (ha)	İlin Bölge İçinde Payı (%)	1999 (ha)	İlin Bölge İçinde Payı (%)	% Değişim
Balıkesir	5085	8,34	3603	9,24	-29,1
Bilecik	6663	10,92	5090	13,06	-23,6
Bursa	19299	31,64	9204	23,61	-52,3
Çanakkale	7073	11,59	6489	16,65	-8,3
Edirne	2832	4,64	2549	6,54	-10,0
İstanbul	1278	2,10	18	0,20*	-93,9*
Kırklareli	2263	3,71	601	1,54	-73,4
Kocaeli	1213	1,99	620	1,59	-48,9
Sakarya	8025	13,16	3792	9,73	-52,7
Tekirdağ	7270	11,92	6953	17,84	-4,4
Yalova*	-	-	60	-	-
BÖLGE	61001	9,76**	38979	7,29**	-36,1
TÜRKİYE	625000		535000		-14,4

(*) Sonradan il olan Yalova- İstanbul ili içerisinde değerlendirilmiştir.

(**) Bölge’nin ülke içindeki payı (%)

Kaynak : DİE, Tarımsal Yapı ve Üretim 1985; 1999 Geçici Bilgisayar Kayıtları, Ankara.

Marmara Bölgesinde sofralık üzüm üretimi açısından önem taşıyan Bursa ve Sakarya illerinde bağ alanlarındaki azalış (sırasıyla %52,3 ve 52,7) bölge ortalamasından fazla olmuştur. Ayrıca bölge bağ alanları içindeki payları düşük olmasına karşın sofralık üzüm yetiştiriciliğinin yaygın olduğu Bilecik, Kırklareli ve Kocaeli illerinde de sırasıyla %23,6; %73,4 ve %48,9 oranında azalmalar saptanmıştır (Çizelge 1).

İncelenen işletmelerde üretilen sofralık üzüm çeşitlerinin miktar olarak %62,7'sinin Müşküle, %17,2'sinin Alphonse Lavallée, %6,9'unun Razakı ve %6,6'sinin Cardinal çeşidi olduğu belirlenmiştir.

Bölgede yaygın olan bu dört çeşit, Cardinal hariç mevsimde ve geç olgunlaşan çeşitlerdir. İncelenen işletmelerde ülke genelinde olduğu gibi parsel sayısı fazladır. Ancak ticari amaçlı üretimin yaygın olduğu alanlarda parseller, tek çeşitle tesis edilmiştir. Oysa bölgenin potansiyel bağ alanlarının ve sofralık üzüm üretiminin durum tespiti amacıyla gerçekleştirilen alan araştırması çalışmasında, ticari amaçlı üretimin yaygın olmadığı Edirne, Kırklareli, Bilecik ve Balıkesir illerinde bağların karışık çeşitlerle ve küçük parsellerde tesis edildiği belirlenmiştir.

Bölgede sofralık üzüm pazarlaması, ülkemizdeki yaş meyve-sebze pazarlamasında yaşanan sorunlara benzer özellikler göstermektedir. İncelenen üreticilerin üzümlerini satış şekli üzümün olgunlaşma dönemine, rengine, çeşidine ve tüketim merkezine olan uzaklığına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Üzüm çeşitlerinin satış şekli dağılımının belirlenmesinde miktar yerine bildirimler esas alınmıştır. Buna göre satılan üzüm çeşitlerinin %49'u hasat işçiliği üreticiye, malzeme (kasa, kağıt, ip) alıcıya ait olan, %25'i hasat işçiliği ve malzeme üreticiye ait parçalı satış, %24'ü olum öncesinde her şey alıcıya ait götürü usul satış şekliyle pazarlanmaktadır. Ayrıca sofralık üzüm çeşitlerinin %2'sinin pazara arz edilmediği belirlenmiştir.

Pazara arz edilen üzüm çeşitlerinin alıcıya teslim şekli ve yeri, satış şeklinde belirtilen faktörlerin etkisiyle farklılık göstermektedir. İncelenen işletmelerde üzüm çeşitlerinin teslim şekli ve yeri %47 oranında köy meydanında veya bağ kenarında olmaktadır. Üzümünü bağda olum öncesi toptancı hal komisyoncusuna veya tüccara verenlerin oranı %19'dur. Aynı oranda üreticiler ise üzümünü kendi hasat edip, kasalayarak yine kendi aracılığıyla toptancı haline götürmektedir. İncelenen işletmelerde üretilen üzümün bir kısmını kendi soğukhava deposuna koyan üretici oranı %1, başkalarına ait soğukhava deposuna kirayla koyanların oranı ise %4'dür. İncelenen üreticilerin %10'unun ürettikleri üzüm çeşitlerini açık halk

pazarlarında veya doğrudan tüketiciye kendi olanaklarıyla pazarladığı belirlenmiştir.

İncelenen üreticilerden Müşküle üzüm çeşidi üreticilerin %57,1'i hasat süresini 90-100 gün olarak belirtmişlerdir. Ayrıca bölgedeki bazı üreticilerin Müşküle çeşidini asma üzerinde naylonla örterek Aralık ayı sonuna kadar beklettikleri, belirli zaman aralıklarıyla hasat ettikleri ve Kasım ayında soğukhava depolarına aldıkları gözlenmiştir. Müşküle çeşidinin yoğun olarak üretildiği köylerde tüccar veya toptancı hal komisyoncularının üzüm fiyatları yükselmeden Ekim ayında yoğun bir alım kampanyası başlattıkları ve aldıkları üzümleri kendilerine ait veya kiraladıkları soğukhava depolarına koydukları saptanmıştır.

Müşküle üzüm çeşidinin iç ve dış pazarlara Aralık ayından itibaren soğukhava depolarından arz edildiği, buradan satışların genellikle tüccarlar tarafından ihracatçı, toptancı veya perakende işletmelerine yapıldığı ve Ocak-Şubat aylarında yoğunlaştığı saptanmıştır. Ayrıca bu çeşidin soğukhava depolarında en çok üç ay süreyle ve ortalama %7-10 kayıpla muhafaza edildiği belirlenmiştir.

İncelenen işletmeler tarafından pazarlanan üzümün miktarı konusunda gerek üreticiden gerekse pazarlama işletmelerinden sağlıklı bilgiler alınmamaktadır. Bu nedenle incelenen işletmelerde üretilen üzüm çeşitlerinin hangi pazarlama kanallarına gittiğinin belirlenmesinde miktar yerine satış yeri esas alınmıştır. Buna göre incelenen işletmelerin satış yeri bildirimleri itibarıyla üretilen üzüm çeşitlerinin %80,9'unun İstanbul, Zonguldak ve diğer il veya ilçe toptancı hali komisyoncuları tarafından alındığı belirlenmiştir. Bu oranın %73,0'ünü (%55,2'si İstanbul, %17,8'i Zonguldak Toptancı Hali) İstanbul ve Zonguldak Toptancı Hal komisyoncuları oluşturmaktadır.

Araştırmada üzümün pazarlama aşamalarındaki satış fiyatını etkileyen faktörlerden en önemlisinin ürünün arz edilme tarihi olduğu sonucuna varılmıştır. Ağustos, Eylül ve Ekim ayları ülkemiz ve Kuzey Yarım Küre bağcı ülkelerinde üzümün olgunlaşma dönemidir. Bu dönemde tüm üzüm çeşitlerinin pazar fiyatları birbirine yakın düzeyde gerçekleşmektedir. Ayrıca bu dönemde, üzümün çabuk bozulması, pazara olan uzaklık ve uygun koşullarda korunması zorunluluğu gibi faktörler pazarlama zincirindeki aracı sayısını arttırmaktadır. Ancak arz yoğunluğu nedeniyle ürünün tüketiciye satış fiyatı değişmemektedir. Dolayısıyla üretici eline geçen fiyat mutlak ve oransal olarak azalmaktadır. Buradaki önemli diğer etmenler ise üretici sayısının çokluğu, dağınıklığı ve kooperatif şeklinde birleşmemiş olmaları, pazar ve fiyat bilgilerine sahip olmamaları,

yetiştiricilik süresinin uzunluğu nedeniyle tüccar veya aracılar borçlanılmasıdır. Araştırma kapsamındaki 27 köyde üzüm ve meyve pazarlaması yapan bir adet faal ve soğukhava deposu olan ve bir tane de kuruluş aşamasında tarımsal kalkınma kooperatifi tespit edilmiştir.

Bölgede iki önemli yerleşim merkezinin (nüfus yönüyle İstanbul ve Bursa) yanı sıra, sanayi işletmelerinin yoğunlaştığı iki önemli tüketim merkezi daha (Kocaeli ve Tekirdağ) mevcuttur. Ülke nüfusunun 1/4'i Marmara Bölgesinde yaşamaktadır ve yoğun göç alan bölgenin 1997 sayımına göre yıllık nüfus artış hızı (%0 27,67) ülke ortalamasının (%0 15,08) üzerindedir.

İstanbul ve Bursadaki meyve-sebze toptancı hallerinde yapılan incelemeler sonucunda, üreticilerin hal komisyoncusu olarak belirttiği kişilerin aslında tüccar olduğu, hal komisyoncularının büyük bir kısmının üzümü tüccarlardan aldığı ve hiçbir pazarlama maliyetini üstlenmediği belirlenmiştir. Ancak üzüm arzının yoğun olduğu aylarda üreticinin kendi olanakları ile üzümünü toptancı haline getirdiği, soğukhava depolarının da daha çok tüccarlar tarafından kullanıldığı belirtilmiştir. Bölgede üzümün tüketiciye ulaşıncaya kadar;



zincirini takip ettiği belirlenmiştir. Bu zincirde yer almayan büyük marketlerin genellikle alımlarını üreticiden –bağdan- yaptığı ve %2 belediye rüsumu ödediği, toplu tüketim yerlerinin (fabrika, hastane, askeriye, okullar, vb.) ise toptancı hallerinden müteahhitler (alıcıdan %4-5 komisyon alan) aracılığıyla üzüm satın aldığı belirlenmiştir.

Üretimin yoğun olduğu dönemde, toptancı hallerine gelen üzümde ortalama %30 oranında miktar kaybı olduğu, üreticinin satış şeklinin konsinye satış (emanet usulü) olduğu, üreticiye ödemenin üzüm satıldıktan sonra yapıldığı böylece üreticinin satıcı olarak miktar, kalite ve fiyat garantisine sahip olmadığı saptanmıştır.

Çizelge 2 : İstanbul İli Bayrampaşa Halinde İncelenen Dönemde Üzüm Çeşitleri İtibariyle Ortalama Toptan Satış Fiyatı (TL/kg) (1000TL)

Çeşitler	1998					
	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
Cardinal	240	-	-	-	-	-
Çavuş	-	250	334	400	-	-
Alphonse L.	-	-	233	323	467	550
Razakı	-	210	107	120	200	-
Müşküle	-	250	-	290	350	450
Çekirdeksiz	-	210	193	227	317	300
Ortalama	240	230	216.8	272.0	333.5	433.3

İstanbul haline gelen üzüm çeşitlerinin payının yaklaşık %70'inin, Bursa haline gelenlerin ise %80'inin Sultani ve Yuvarlak Çekirdeksiz üzüm çeşitleri olduğu belirlenmiştir. Özellikle Bursa Toptancı Halinde siyah üzüm çeşitlerinin satışında talep yetersizliği olduğu belirtilmiştir.

İncelenen toptancı hallerine üzüm, hem çeşit hem de miktar olarak en fazla Ağustos ve Eylül aylarında gelmektedir. Sofralık üzümün ortalama aylık toptan fiyatları Ağustos ve Eylül aylarında en düşük düzeye inmektedir (Çizelge 2).

Çizelge 3 : Çeşitler İtibariyle Üretici Eline Geçen Ortalama Fiyatlar (TL/Kg) (1000TL)

Çeşitler	1998						
	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Genel Ortalama
Cardinal	205	118	-	-	-	-	161.5
Çavuş	-	-	175	-	-	-	175
Alphonse L.	-	134	155	196	-	-	161.7
Razakı	-	150	100	123	180	-	138.3
Müşküle	-	-	113	133	196	250	173.0
Ortalama	205	134.8	132.5	149.2	194.5	250	161.9

İncelenen üreticilerin eline geçen ortalama fiyatlar (Çizelge 3) ile İstanbul Bayrampaşa Toptancı Hali ortalama aylık toptan satış fiyatları (Çizelge 2) karşılaştırıldığında, toptancı halinde oluşan fiyatların %55 ile 85'inin üretici eline geçtiği saptanmıştır. Üretici eline geçen pay, üzüm

üretimi ve arzının yoğun olduğu dönemler ile götürü usulde satış şeklinin fazla olduğu işletmelerde %40'a kadar düşmektedir.

Çizelge 2 ve 3'de görüldüğü üzere erkenci ve soğukta muhafaza edilen geçici üzüm çeşitleri ile siyah çeşitlerin mevsim çeşitlerinden daha yüksek fiyatlar aldığı belirlenmiştir.

Çizelge 4 : İnceleme Alanındaki Bazı Marketlerde Sofralık Üzüm Satış Miktarı ve Satışın Çeşitlere Göre Dağılımı ile Satış Esnasında Oluşan Kayıp Oranları (%)

Market Adı	Yıllık Satış Miktarı (Ton)	Bazı Çeşitlerin Toplam Satıştaki Oranı (%)			Satış Süresinde Oluşan Kayıp (%)
		Çekirdeksiz	Müşküle	Cardinal	
Migros (İst.)	1939	60	8	18	6
Carrefour (İst.)	180	60	20	15	10
Gima (İst.)	1500	70	30	-	30
Metro (Bursa)	25	90	-	-	-
Continent (Bur.)	100	70	-	-	-
Migros (Bursa)	45	75	-	-	-

Bölgede perakende satış, ağırlıklı olarak geleneksel açık pazarlarda yapılmaktadır. Toptancı hallerine gelen üzümün %50 ile %70'inin pazarcı ve manavlar tarafından alındığı belirlenmiştir. Sofralık üzüm perakende pazarlarında satış payları itibariyle pazarcı ve manavları sırasıyla seyyar satıcılar, marketler ve toplu tüketim merkezleri takip etmektedir. Son yıllarda bölgedeki perakende satış pazarlarına, hipermarketler de eklenmiştir. Ancak bunların sayıları ve satış payları düşük olmakla birlikte hızla çoğalmakta ve gelişmektedir. Araştırma sahasındaki bazı hipermarketlerde yapılan inceleme sonucunda, satılan üzüm çeşitlerinin %60-90'nının çekirdeksiz çeşitler olmaktadır (Çizelge 4). Bursa ilindeki hipermarketlerde çekirdeksiz çeşitlerin satış payının daha yüksek olduğu, ancak siyah üzüm çeşitlerine talep olmadığı belirlenmiştir.

Dünya sofralık üzüm ticareti incelendiğinde, 1999 yılı itibariyle ihracat miktarı 2374596 tona ulaşmıştır (FAO, 2000). Bu ihracatın yarısına yakını (%43,7) İtalya ve Şili tarafından gerçekleştirilmektedir. Diğer önemli

ihracatçı ülkeler ise ABD, G. Afrika Cumhuriyeti, Yunanistan, Meksika ve İspanya'dır. Ancak İtalya hariç Dünya ticaretinde ilk sıralarda yer alan diğer ülkelerin sofralık üzüm üretim miktarları ülkemizden düşük olduğu halde, ihracat/üretim oranları daha yüksektir (Çizelge 5).

Çizelge 5 : Dünya Önemli Sofralık Üzüm Üreticisi Bazı Ülkelerin 1998 ve 1999 Yılı Üretim ile Dış Ticaret Miktarları (1000 t) ve İhracatın Üretime Oranı (%)

Ülkeler	1998				1999			
	Üretim	İthalat	İhracat	İhc/Üre	Üretim	İthalat	İhracat	İhc/Üre
Kuzey Yarım Küre								
İtalya	1525,0	10,0	560,0	36,7	1440,0	10,0	550,0	38,2
A.B.D.	585,1	405,8	206,9	35,4	680,4	409,9	231,7	34,2
İspanya	350,5	19,9	92,7	26,3	375,0	10,0	100,0	26,7
Yunanistan	305,0	0,7	115,2	37,8	300,0	1,0	115,0	38,3
Meksika	143,3	41,5	104,1	72,7	144,0	45,0	90,0	62,5
Fransa	117,4	118,0	20,4	17,4	107,0	120,0	13,0	12,2
Türkiye *	1275,0	0,3	54,0	4,2	1275,0	0,5	48,0	3,8
Güney Yarım Küre								
Şili	850,0	0,1	490,3	57,7	815,0	0,1	475,0	58,3
Arjantin	125,2	3,2	18,0	14,4	128,0	2,5	20,0	15,6
G.Afrika Cu.	195,7	0,0	148,8	76,0	215,0	0,0	170,0	79,1

Kaynak : U.S. Agricultural Attaché Report, Bureau of the Census, NASS/USDA.

* Üretim 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı Alt Komisyonu Raporundan, ihracat rakamları Dış Ticaret Müsteşarlığı kayıtlarından alınmıştır.

Son yıllarda Türkiye'nin sofralık üzüm ihracat miktarı artmasına karşın ortalama ihraç fiyatının Dünya piyasalarında oluşan ortalama fiyatların yarısına yakın düzeyde seyretmesi nedeniyle ülke ihracat gelirine katkısı artmamıştır. Ülkemiz tarımsal ürünler ihracat değeri içinde sofralık üzümün payı 1998 yılında %0 7,8 ve 1999'da %0 1,1 düzeyinde gerçekleşmiştir.

Yıllar itibariyle Türkiye sofralık üzüm ihracatının ülkelere dağılımı incelendiğinde çok büyük dalgalanmalar görülmektedir (Yüksel Delice, 1997). Ayrıca önemli ithal pazarlardaki ülke payının arttırılmadığı, kalıcı pazarların oluşturulamadığı, ürün veya ülke markasının yaratılmadığı belirlenmiştir.

Türkiye'nin ihraç ettiği sofralık üzüm çeşitleri incelendiğinde, 1997-1999 döneminde çeşitlerin ihracatlarındaki paylarında önemli değişimler olduğu görülmektedir. Söz konusu dönemde Ege Bölgesi çeşitlerinden Yuvarlak ve Sultani Çekirdeksiz üzüm çeşitlerinin hem iç pazarlarda hem de ihracattaki payları diğer üzüm çeşitlerinin aleyhine hızla artmıştır. Bu çeşitlerin ihracattaki payları 1986 yılında %46,6 iken 1999 yılında %91,5'e ulaşmıştır (Çizelge 6).

Çizelge 6 : Türkiye Sofralık Üzüm İhracatının Çeşitler İtibariyle Dağılımı
Miktar (ton) Değer (1000 Dolar)

Çeşitler	1995		1996		1997		1998		1999	
	Mik.	Değ.	Mik.	Değ.	Mik.	Değ.	Mik.	Değ.	Mik.	Değ.
Çekirdeksiz	21487	12744	23934	15450	28800	16154	49288	19012	43904	23639
Razakı	229	8.6	62.3	38.4	60	25	614.5	157	25.6	6.7
Tarsus Beyazı	30.3	27.6	31.3	5.6	20.6	7	7	108.1	19.7	7.7
Müşküle	166	73.3	133	42.9	88.7	44.2	65	33	17.6	7
Cardinal	1189	635.7	1131	498	645	313	699	337	504	151
Diğ. Çeşitler	2339	1153	3119	1569	3783	1655	3170	1426	3456	1460
Sof. Olmayan	21.5	1464	:	:	4.8	3.6	28.1	6.6	54.2	26.6
Toplam	25250	14633	28410	17603	33403	18202	53973	21004	47980	25299
Ort. İhracat Fiyatı (\$/ton)	580		620		545		389		527	
Çekir. % Payı	85,1		84,2		86,2		91,3		91,5	

Kaynak : Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgisayar Kayıtları, 1995-1999, Ankara.

Dış pazarlama sorunlarına ilişkin 1970'li yıllarda yapılan bir çalışmada, Türkiye sofralık üzüm ihracatında önemli yeri olan Marmara Bölgesi çeşitlerinden Müşküle ve Razakı'nın dış pazar sorunu olmadığı, hatta miktarının ve ihraç süresinin yetersiz olduğu bildirilmektedir (Öktem, 1977). Oysa 30 yıllık süreç içerisinde ihracatta Marmara Bölgesi çeşitlerinin miktarının (Müşküle, Razakı) hızla azaldığı, üzüm çeşidi sayısı ve ihracat süresinin arttırılmadığı belirlenmiştir. Bölge çeşitlerinin 1970'li yıllarda ihracattaki payları ortalama %80-95 düzeyinde seyrederken, 1999 yılında onbinde 9 düzeyinde gerçekleşmiştir. Günümüzde bu çeşitlerin üretimlerinin tamamına yakını iç pazara arz edilmektedir.

Ülkemizin sofralık üzüm ihraç sezonu incelendiğinde ihracatın Ağustos-Eylül-Ekim döneminde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Söz konusu üç ayda yapılan üzüm ihracatının 1994, 1995 ve 1996 yıllarında toplam ihracat içerisindeki payı sırasıyla %69,7; 71,8 ve 77,2'dir. Oysa bu aylar Kuzey Yarım Kürede üzüm üretiminin ve arzının en yoğun olduğu dönemdir ve önemli ithal pazarlarda üzüm fiyatları en düşük seviyesindedir.

İncelenen ihracat firmalarından elde edilen bilgilere göre, sofralık üzüm dış pazarlarında özellikle İtalya, İspanya ve Yunanistan ile rekabet edilmektedir. Bu ülkelerin AB üyesi olmaları ve aynı zamanda dünyadaki önemli ithalatçı ülkelerin de (İngiltere, Almanya...) AB ülkeleri olması, Türk firmalarının Avrupa pazarlarındaki rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir.

AB ülkelerinde “ortak tarım politikası” kapsamında olan ve belirli dönemlerde yüksek gümrük vergisi uygulanan sofralık üzüm pazarında, gümrük vergisinin düşük olduğu Haziran ayı ve 1-20 Temmuz döneminde boşluk bulunmaktadır. Ancak konunun bu yönlerinin sürekli takibi ve elde edilen bilgilerin pazarlama zincirinin ilk ve en önemli halkası olan üreticilere kadar ulaştırılması gereğine karşın, ihraç firmalarının piyasa hakkında bilgilere sahip olmadığı belirlenmiştir.

Ayrıca yapılan inceleme sonucunda üretici düzeyinde karşılaşılan çok parçalılık, dağınıklık ve küçük işletme sorununun değişik şekillerde ihracat şirketleri açısından da söz konusu olduğu belirlenmiştir. Sofralık üzüm ihraç eden firma sayısı çok fazla olmasına karşın, konusunda uzmanlaşmış firma sayısının az olduğu ve firmaların çoğunun ana çalışma konularının nakliye, inşaat, tekstil ve turizm olduğu belirlenmiştir. Özellikle farklı çalışma konularındaki firmalar piyasaya kısa süreli (2-3 yıl) girişler yapmaktadırlar. İncelenen ihracat firmalarına göre dış pazarlarda Türk firmalarının diğer ülke firmaları yerine, birbirleri ile rekabet ettiği belirtilmektedir.

İnceleme sonucunda, ihraç firmalarının önemli bir kısmının sofralık üzüm için ülke veya çeşit temelli belli bir marka ismi oluşturamadığı, kendi isimleriyle belli bir standart ve pazarda tutunma kaygısı taşımadan düşük fiyatla ve kısa vadeli yaklaşımlarla çalıştıkları yargısına ulaşılmıştır.

Yaş meyve sebze ihracatında başarılı olan ülkelerin üretim ve pazarlama sistemleri incelendiğinde; çoğunda ürün veya bölgesel düzeyde kooperatif birlikleri, bord veya oksin (mezat-açık arttırma sistemi) şeklinde organizasyonlar oluşturdukları ve bu organizasyonlar sayesinde üretim ve pazarlamanın planlandığı, bilgi akışının sağlanarak ihracat paylarının arttırıldığı, ülke üretiminin pazarlara uygun çeşitler ve dönemlere göre yönlendirildiği saptanmıştır (Gündüz, 1992).

4. SONUÇ

Bölge sofralık üzüm pazarlamasında saptanan sorunlar, genelde ülkemiz yaş meyve sebze pazarlamasında karşılaşılan sorunlarla paralellik göstermektedir. Bölgede sofralık üzüm üretici sayısı fazla olmasına rağmen

dağınık ve organize olmamış olmaları, ürünün kısa sürede bozulabilirliği ve pazarlama zincirinin uzunluğu gibi sorunlar mevcuttur. Bir dönem ülkemizin önemli ihraç çeşitlerinden olan ve bu nedenle gerek ülke ve gerekse bölge üretici gelirinin yüksek olmasını sağlayan, bölgede yaygın ticari amaçlı yetiştiriciliği yapılan Müşküle ve Razakı çeşitlerinin günümüzde tamamına yakını iç pazara arz edilmektedir. Bu nedenle ihraç edildiği döneme göre günümüzde bölge üreticisinin önemli oranda gelir kaybı ortaya çıkmış ve üreticiler gelir artışı sağlayabilmek amacıyla ihracatçıya satabilecekleri yeni üzüm çeşitleri veya diğer bahçe ürünlerini yetiştirme arayışı içine girmişlerdir.

Ülke bağıcılığı açısından dikkat edilmesi gereken diğer bir konu da, üretim alanı ve miktarı sürekli artan Yuvarlak ve Sultani Çekirdeksiz üzüm çeşitlerinin iç ve dış sofralık üzüm pazarlarında hakim durumuna gelmesidir. Bu durum, diğer bölgelerde bağıcılığın gerilemesine ve birçok üzüm çeşidinin yok olmasına neden oluşturmaktadır.

Ülkemizde diğer tarımsal ürünlerde olduğu gibi, üzümde de hangi pazara, ne zaman, ne miktarda ve hangi çeşitlerin arz edileceği planlanmamaktadır. Bunun sonucu olarak ortaya çıkan pazarlama sorunları, üretimdeki plansızlığın ve bilinmezliğin devamı olarak şekillenmektedir. Günümüzde dünya sofralık üzüm ticaretinde başarıya ulaşan ülkelerin başarılarının temelinde, üretici-araştırmacı-ihracatçı bütünlüğünü sağlayan değişik düzeylerde ve şekillerde organizasyonların oluşturulması ve bu organizasyonlar aracılığıyla bölgesel ve ülkesel düzeyde üretim ve Pazarlama politikalarının hazırlanması yatmaktadır.

KAYNAKLAR

- Aksoy Ş., M. J. Sargent, 1994,** "Türkiye Yaş Meyve ve Sebze İhracatı: Avrupa Topluluğu Pazarında Genel Bir Değerlendirme" Tarım Eko. Derg., Sayı 1993/2, İzmir, s.116-127
- FAO,** www.fao.org web sayfası bilgileri, 2000.
- Demirbaş, N., 2000,** "İzmir İlinde Yaş Meyve ve Sebze Pazarlamasında Toptancı Hallerinin Yeri ve 4367 Sayılı Yasanın Ardından Ortaya Çıkan Gelişmeler" 4. Tarım Ekonomisi Kongresi, Tekirdağ, (CD).
- Gündüz, M., 1992.** "Dünya'da Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması" Hazine ve Dış Ticaret Dergisi, Sayı 15, Aralık 1992/4, Haz.ve Dış Tic. Müs. Matb., Ankara, s.89-108

- Gündüz, M., 1999,** Yaş Meyve-Sebze Sektörü, Çeşitler, Fiyat ve Bilgi Kaynakları, İGEME, Ankara, 42 s.
- Işık, H., N. Yüksel Delice ve C. Özer, 2001,** Sofralık Üzüm Çeşitlerinin Marmara Bölgesi Koşullarına Biyoekolojik Uyumu ile Muhafaza ve Pazarlama Sorunları Üzerine Araştırmalar, Tekirdağ Bağcılık Araşt. Enst. Sonuç Raporu, Tekirdağ.
- Öktem B., 1977,** Türkiye’de ve Dünyada Sofralık Üzüm Üretim ve Ticareti ile Yurdumuzdan İhraç İmkanlarının Geliştirilmesi, İGEME Yay. No 51, Ankara.
- Özişik S., Yüksel Delice, N., Ilgın, C., Söylemezoğlu, G., Yayla, F., Uysal, H., 2000,** VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyon Raporu-Bağcılık, Tekirdağ.
- Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2000,** Bilgisayar Kayıtları, Ankara.
- Özkan B., S. Yılmaz, İ. Yılmaz, 1999,** “Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması : Sorunlar ve Çözüm Önerileri” Akdeniz Üniv. Zir. Fak. Derg., 12, Antalya, s.157-168
- Yücel A., Ertürk A., 1973,** Yaş Üzüm Pazarlaması, Yalova Bah. Kül. Mer. Araşt. Enst., Yalova.
- Yüksel Delice N., 1997,** “Türkiye Sofralık Üzüm Dış Ticaretinde Oluşan Değişmeler (1977-1996)” Bahçe Ürünlerinde Muhafaza ve Pazarlama Sempozyumu, Yalova, s.257-264.

TÜRKİYE'DE KOOPERATİFÇİLİK DÜŞÜNCESİNİN GELİŞİMİ

Özlem YILDIRIR KOCABAŞ*

ÖZET

Türkiye'de kooperatif düşüncesinin ve hareketinin gelişim aşamaları, tarımsal kooperatifçilik konusu esas alınarak incelenmiştir. Meşrutiyet yıllarında ve öncesinde kooperatif düşüncesindeki gelişim, çıkarılan gazete ve dergilerle, kitap ve makalelerde ortaya atılan fikirlerle önemli bir ivme kazanmıştır. Atatürk, Cumhuriyet yıllarında kooperatif harekete desteğini kurulan kooperatiflerin bizzat ortağı olarak göstermiş ve bu yıllarda hareket, yapılan yasal düzenlemelerle hayat bulmuştur. 1929 ve 1935 yıllarında çıkarılan tarım kredi ve tarım satış kooperatifleri kanunları ile Türkiye'deki kooperatiflerin sayılarında önemli artışlar görülmüştür. 1950'li yıllara gelinceye kadar kooperatif düşüncede yaşanan bu hızlı gelişim, daha sonraki yıllarda çıkarılan kanunlarda ve düzenlenen planlarda kendini göstermeye başlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Meşrutiyet, Cumhuriyet, Tarımsal kooperatifçilik

ABSTRACT

THE DEVELOPMENTS IN THE IDEA OF COOPERATIVES IN TURKEY

The stages of development of the concept and the practice of cooperatives in Turkey are studied concentrating on agricultural cooperatives. The developments in the idea of cooperatives during the Constitutional Period and even earlier had accelerated through the views revealed in contemporary media, that is in magazines, books and articles. Atatürk had showed his support to the cooperative movement during the Republic by actually becoming a member of the some established cooperatives and it was in these years that the movement had become a reality by means of new legal arrangements. The number of cooperatives has increased rapidly in Turkey after enactment of the Laws on Agricultural Credit and Agricultural Sales Cooperatives in 1929 and 1935. Such speedy

* Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, ozlemyildirir@hotmail.com

development in the idea of cooperatives until 1950's has had its impacts on the laws and plans of later years.

Key Words: Constituon, Republic, Agricultural cooperation

Kooperatif düşüncesi, geçmişten günümüze gelen çeşitli olaylarla ve gelişmelerle hareketlilik ya da durgunluk gösteren bir olgudur. Kooperatif kelimesinin gerek hukuksal gerekse ekonomik anlamda pek çok tanımları yapılmıştır. Sözcük anlamına baktığımızda temelde işbirliğini anlatmakta, hukuksal ve ekonomik yönlerden değişik şekillerde tanımlanmaktadır. Kişilerin tek başlarına altından kalkamayacakları bir yükü dengeli olarak ortaklaşa paylaşımları gibi bir anlam içermektedir. Ticari şirketlerle kooperatif arasındaki temel ayırım, sermaye yatırımında kendini göstermektedir. Şirketlerde sermaye ve kazanç ön planda olmasına rağmen kooperatifler, sınırlı bir kar payı ile kurulur. Kooperatif denildiği zaman akla gelmesi gereken en önemli söz, “ *birimiz hepimiz, hepimiz birimiz için*” ilkesidir. Alman kanunlarında kooperatifler, “ *müşterek bir işletme vasıtasıyla ortaklarının tarımsal ve ekonomik gereksinimlerini karşılamak üzere kurulan sınırsız ortaklı şirketler*” şeklinde tanımlanmıştır.¹

Kooperatifçilik, Avrupa'da XIX. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkmasından sonra tüm dünya ülkelerine yayılmıştır. Kooperatiflerin ilk örneği olan Rochdale kooperatiflerinin İngiltere'de doğması, kooperatifçilik hareketini yönlendiren, düşünceleri ile gelişmesini, ilerlemesini sağlayan kişilerin genelde bu ülkede yetişmesi, Sanayi Devrimi'nin İngiltere'de başlaması ve sonuçlarının burada hissedilmesiyle yakından ilgilidir. Dünyada kooperatifçilik hareketi, sosyal-kültürel-ekonomik-siyasal durumlarla bağlantılı olarak her ülkede farklı özellikler göstermiştir. Türkiye'de kooperatifçilik hareketi, Osmanlı Devleti döneminde Mithat Paşa'nın “Memleket Sandıkları” ile başlamış ve daha sonraki yıllarda dönemin koşullarına göre aşama aşama ilerlemesini sürdürmüştür. Mithat Paşa ile atılan ilk adım, II. Meşrutiyet yıllarında, Cumhuriyet döneminde hem düşünsel hem de eylemsel açıdan gelişmiştir. Suphi Nuri İleri, “Memleket Sandıkları” hareketini bir kooperatif hareketi olarak değerlendirmiş ve Owen, Raiffeisen, Schulze-Delitsch gibi dünyadaki

¹ Nurettin Hazar, **Kooperatifçilik Tarihi**, Türk Kooperatifçilik Eğitim Vakfı yay., Ankara, 1990,s.62-63; Özlem Yıldırım Kocabaş, **Türkiye'de Kooperatif Düşüncesinin Evrimi ve Tarımsal Kooperatifçilik**, DEÜ Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, (yayınlanmamış doktora tezi), İzmir, 2002, s..2

kooperatifçilerle karşılaştırmıştır.¹ Mithat Paşa, köylerdeki imece usulünden yararlanmış ve devlete ait boş arazilerde tarım yapılarak ürün yetiştirilirse, bunun satışından elde edilecek paralarla bir “sandık” kurulabileceğine inanmıştır. Bu sandık, çiftçilerin elverişli şartlarla, ucuz faiz ve yeterli vade ile satış yaparak, köylünün tefecilerin elinden kurtulmasını sağlamış olacaktır. Mithat Paşa'nın zirai kredide devletin etkisinin ne olacağı konusundaki yorumunda “Çiftçinin kredilendirilmesi konusunda devlet yardımı gereklidir; ancak bu yardımın halk hareketiyle desteklenmesi şarttır.”² görüşünü ileri sürmüştür.

Kooperatif harekete düşünceleriyle katkıda bulunan ve eser bırakan pek çok isim, “Memleket Sandıkları” hareketinin dünyada kooperatifçilik hareketinden etkilenmediğini savunmaktadır. 29 maddeden oluşan “Memleket Sandıkları Nizamnamesi”, yurdumuzda teşkilatlı zirai kredinin ilk resmi mevzuatı olması açısından önem taşımaktadır.³ Memleket sandıklarının zaman içerisinde görevlerini yapamamalarından dolayı kaldırılması yoluna gidilmiş yerlerine Menafi Sandıkları kurulmuştur.⁴ Menafi Sandıklarının da kaldırılmasından sonra çıkarılan Ziraat Bankası Nizamnamesiyle, banka kesin olarak kurulmuş, Menafi Sandıkları da Ziraat Bankası'nın şubeleri haline dönüşmüştür. Ziraat Bankasının kurulmasından sonra İzmir'de 1316 (1900) yıllarında “Köy bakkalları” kurulması girişimi, köy tüketim kooperatifçiliğinin gelişimi ile ilgili olması açısından çok önemlidir.⁵ Vali Kamil Paşa, köylüleri soyguncu tüccar ve gezici esnaf elinden kurtarıp, kendi kuvvetleri ve kaynakları ile kendi ekonomik durumlarını koruyacak bir çare olarak köylerde kooperatif bakkal kurmak için harekete geçmiştir. Ahenk Gazetesi, bu fikri halka ilan etmiş ve köy bakkallarının zararlarını önlemek için okuyucuların düşünceleri sorulmuştur.⁶ Köy bakkalları konusunun 1900'lü yıllarda ele alınması, köylünün düştüğü kötü durumun anlatılması ve köylülerin kooperatifleşmelerine yönelik önerilerde bulunulması o dönem için çok anlamlıdır.

II. Meşrutiyet yıllarında yayılma gösteren “kooperasyon” düşüncesi, güçlü sermayeler karşısında emeğin ucuzlaması, işçilerin aralarında

¹ Remzi Saka, “Mithat Paşa ve Kooperatifçilik”, *Kooperatif Dergisi*, Sayı:38, s.6; Özlem Yıldırım, *İzmir'de Kooperatifçilik (1923-1950)*, DEÜ Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, (yayınlanmamış yüksek lisans tezi), İzmir, 1994, s.4

² Nurettin Hazar, *T.C. Ziraat Bankası (1863-1983)*, T.C. Ziraat Bankası Kültür yay., Ankara, 1986, s.75-76.

³ M. Tayyip Gökbilgin, “Mithat Paşa (1822-1884)”, *Yüzyıllık Teşkilatlı Zirai Kredi*, Ankara, 1964, ss.95-100.

⁴ Süheyp Nizami Derbil, “T.C. Ziraat Bankası”, *T.C. Ziraat Bankası Dergisi*, Sayı:1, Mart 1946, s.4-5.

⁵ Zeki Arıkan, “İzmir'de İlk Kooperatifleşme Çabaları”, *Tarih İncelemeleri Dergisi*, Sayı:4, İzmir, 1989, ss.31-43., Özlem Yıldırım Kocabaş, a.g.t., s.19.

⁶ “Ahenk ve Köy Bakkalları Meselesi”, *Yakınçağların Fikir ve Edebiyat Tarihinde İzmir*, İzmir, 1944, s.113-115

dayanışma olmaması, hem sosyal hem de ekonomik açıdan kötü duruma düşmeleri sonucu yayılma göstermiş, kooperatifçilik için gerekli olan ortamı doğurmuştur. Kooperasyon düşüncesi dünyanın çehresini değiştirmekle kalmamış, XIX. yüzyılın ekonomik hayatında bir dönüm noktası ve başlangıç olmuştur. Üreticilerin yabancı ve gayr-ı müslim tüccara karşı korunması, II. Meşrutiyet yıllarının kooperasyon fikrinin temelini oluşturmuştur. II. Meşrutiyet yıllarında kooperatifçilik konusu üzerinde ilk duran isimlerden birisi Ethem Nejat'tı. Ethem Nejat, kooperatif şirketlerin Osmanlı İmparatorluğu'nun ekonomik sistemine çok uygun olduğunu yazdığı yazılarla sürekli olarak dile getirmiştir. Üretim alanındaki kooperatifçiliğin daha da gelişmesi ve gerekli olan fabrikaların kurulması desteklemiş olduğu görüşlerdendir.¹

Kooperatifçilik düşüncesinin yayılmasında en etkili isimlerden bir diğeri de Ahmet Cevat Emre'dir. Balkan Savaşları sırasında Rumeli'de Türklere yapılan haksızlıkları anlatmak amacıyla Avrupa'ya gönderilen Ahmet Cevat, Avrupa'nın çeşitli şehirlerinde kooperatifçiliğin gelişimi ile ilgili olarak incelemeler yapmış, konu ile ilgili kaynaklardan çeviriler yapmıştır. "İktisatta İnkılap, İstihlak Teavün Şirketleri" isimli bu kitapta Avrupa'daki kooperatif hareket ve yayınlanan kitap dergi ve broşürlerden de söz edilmektedir.² Ahmet Cevat, kooperasyonun özelliklerinden söz ederken ve yararlarını üreticiye ve tüketiciye açıklarken, gerekli olan eşyayı üreticiden alarak, arada kazanç elde eden tefecileri uzaklaştırıp, tüketicilere üretilenleri sunmanın en iyi yöntem olduğunu söylemektedir. Ona göre kooperatifçiliğin amacı, tüketicileri kendi kendilerinin taciri ve üreticisi yapmaktır.³ Teavün'ün Osmanlı Devletinde de Avrupa'da olduğu gibi uygulandığı takdirde ticaret, ziraat ve ekonomi alanında önemli bir yere gelineceğine inanmaktadır. Osmanlı Devletinin içinde bulunduğu sorunların ancak kooperatifçilik yoluyla çözümleneceği inancındadır.

II. Meşrutiyet ve Cumhuriyet dönemlerinde önde gelen yazar, gazeteci, çevirmen, siyaset ve fikir adamlarından biri olarak karşımıza çıkan Muhittin Birgen, çağdaş Türk kooperatifçiliğinin önde gelen isimlerinden birisi olması nedeniyle de önemli bir yere ve değere sahiptir. Muhittin Birgen, "imece şirketleri" olarak adlandırdığı kooperatifler yardımıyla

¹ Ethem Nejat, "Ziraat Bankaları", *Osmanlı Ziraat ve Ticaret Gazetesi*, 21 Rebiülevvel 1327(1911), s. 254-255.

² Ayrıntılı bilgi için bakınız: Ahmet Cevat Emre, *İktisatta İnkılap İstihlak Teavün Şirketleri*, Kitaphane-i İslam ve Askeri, (Neşreden: İbrahim Hilmi), İstanbul, 1329(1913)

³ Ahmed Cevad, "Kooperatif Şirketler 2", *Türk Yurdu*, Cilt:14, Umumi sayı:161, Yıl:7, Sayı: 11, 15 Ağustos 1334 (1918), s. 353.

ticaretin ulusallaşabileceğini ve üreticinin simsarların elinden kurtulabileceğini, milli burjuvazi yaratılabileceğini savunmaktadır¹

Cumhuriyetin ilan edilmesine kadar ittihatçı, yazar, sosyalizmi savunan bir kişilik olarak karşımıza çıkmış olan Birgen, Cumhuriyet döneminde Meslek ve Halk gazetelerini çıkarmıştır. II. Meşrutiyet yıllarında karşımıza çıkan diğer önemli bir isim de Cemal Bey'dir. Cemal Bey, kooperatiflerle ilgili olarak "**Kooperatif Şirketler Kanun Layihası ve Esbab-ı Mucibesi**"²ni çıkarmıştır. Cemal Bey'in Türk Kooperatifçilik düşüncesine en büyük katkısı kooperatif kanunlarını üç ayrı tipe ayırması ve Türkiye için genel bir kooperatif kanununun uygun olduğu düşüncesini taşıması olmuştur. Tarımla uğraşanların ihtiyaç duyduğu her türlü ihtiyacı sağlamak ve zirai ürün satmak için bir şirket kurulmasını "tedarik ve satış iştirak şirketleri" adı altında bir ortaklık şeklinde açıklamaktadır. Cemal Bey'in hazırlamış olduğu layihanın yasallaşmaması, kooperatifçilik hareketi için önemli kayıplardan sayılmaktadır.

İsmail Rıfki Bey de 1329 (1913) yılında Kalem-i mahsus müdürü Cemal Bey ile birlikte İtibar-ı zirai ve kooperatif şirketleri hakkında incelemeler yapmak için Romanya'ya, Macaristan'a, İtalya'ya, Bulgaristan'a gönderilmiştir. Bu ülkelerde yapmış olduğu incelemeleri çok ayrıntılı bir rapor halinde kaleme almıştır. İsmail Rıfki, "İtibar-ı Zirai ve Kooperatif Şirketleri Hakkında Romanya, Macaristan, İtalya ve Bulgaristan'da icra edilen tetkikat-ı netayicini havi rapor"unda zirai kredi kooperatifleriyle çeşitli kooperatif şirketleri, ziraat cemiyet ve sendikalarının Romanya, Macaristan, İtalya ve Bulgaristan'daki faaliyetleri ve buldukları memleketlere yapmış oldukları hizmetlerle ilgili bilgiler vermiştir.³ Üzerinde durmuş olduğu diğer bir konu da kooperatifçiliğin yararlarının sözlü ve yazılı olarak anlatılması yani propaganda yapılmasıdır. İsmail Rıfki, ülkemizde hangi çeşit kooperatiflerin kurulmasının gerekli olduğu üzerinde durmakta ve "itibar kooperatifleri"nin kurulmasına öncelik tanınmasının gerektiğini vurgulamaktadır. Özellikle, Osmanlı İmparatorluğu'nun bir tarım ülkesi olduğundan dolayı zirai kooperatiflere ağırlık verilmesinin gerektiği üzerinde durmaktadır.

II. Meşrutiyet yıllarında kooperatifçilik hareketine katkıda bulunan diğer bir isim, Aynizade Hasan Tahsin'dir. Kooperatiflerin milli ekonomide hak ettikleri yeri almaları gerekliliği ile ivme kazanan hareketi ve bilimsel

¹ Muhittin, "İktisadi Hasbihal III, İmece Şirketleri", Halka Doğru, Sayı:9, 6 Kasım 1329, s.69-70

² Bakınız: Cemal, Kooperatif Şirketler Kanun Layihası ve Esbab-ı Mucibesi, Matbaa-ı Amire, İstanbul, 1330(1914)

³ Bakınız: İsmail Rıfki, İtibar-ı Zirai ve Kooperatif Şirketleri Hakkında Romanya, Macaristan, İtalya ve Bulgaristan'da İcra Edilen Tetkikat-ı Netayicini Havi Rapordur, Dersaadet Matbaa-i Osmaniye, 1331.

anlamda da bu düşünceyi yaymak için “ Kooperatifçilik Cemiyeti”, Aynizade Tahsin, Fazıl, Zühtü, Mithat, Muhlis Etem,, Yunus Nadi, Alaattin Cemil Bey tarafından kurulmuştu. Darulfünun müderrisleri ve ilk mektepler de dahil olmak üzere bütün okul öğretmenlerinin de Cemiyetin doğal azası sayıldığı, Türk kooperatifçiliği ile ilgili her kadın ve erkeğin Cemiyete girebileceği, ders kitaplarına kooperatif fikrinin girmesine çalışılacağı beyannamede belirtilmekteydi.¹

Kooperatifçilik konusunda eser veren aydınların dışında pek çok kişi de konuyla dolaylı da olsa ilgilenmişlerdir. Küçük köylünün güvencesini sağlamak için tek yolun kooperatifçilik olduğu savunulmaktadır.² II. Meşrutiyet yıllarında itibar konusu üzerinde duran aydınlar, “itibar kooperatifleri” ile ilgili olarak küçük esnaf ve tüccarın birleşerek bir kitle oluşturmasının gerekliliği ve ihtiyaç duydukları krediyi bulabilmek için aralarında “avam bankası” adıyla teavün şirketi esasına dayanan bankalar kurmalarının öneminden söz etmişlerdir.³ Teavün şirketleri adı altında kaleme alınmış yazıların ortak noktası, kooperatifçilik hareketinin Osmanlı İmparatorluğunda yayılması ve bu tür şirketlerin yararlarından söz etmeleridir. İtibar şirketleri ve zirai cemiyetlerin kurulmasıyla çiftçilerin, faizcilerin eline düşmekten kurtulacağı üzerinde duran yazıların çoğunlukta olması, “zirai meslek cemiyetleri”nin şimdiki adıyla sendikaların önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Çiftçilerin kendi durumlarını iyileştirmek ve daha fazla üretim yapmak amacıyla “kooperatif” şirketlerin kurulması, üzerinde durulan en önemli konu olarak karşımıza çıkmıştır. Eğitimin kooperatif hareketin yayılmasındaki öneminin büyüklüğü sürekli olarak dile getirilmiştir.⁴

II. Meşrutiyet yıllarındaki kooperatif düşüncenin gelişiminden söz ettikten sonra, Cumhuriyet yıllarındaki hareketlenmeye geldiğimizde Atatürk’ün kooperatif düşünceye verdiği değer dikkat çekmektedir. Atatürk’ün tarımsal bir kalkınma modeli olarak her zaman yakın ilgi ve desteğini gören bu hareket, yasal düzenlemelerin de yapılmasıyla birlikte sağlam bir yapıya kavuşmuştur. Kooperatif hareketin bir düşünce olarak yerleşmesinde Atatürk’ün önderliğinin ve hareketi örgütlemesinin rolü büyüktür.⁵ Türkiye Büyük Millet Meclisinin açılmasından kısa bir süre önce 27 Eylül 1920 tarihinde “ Kooperatif Şirketler Kanun Layihası” Meclise

¹ Alaattin Cemil (Topçubaşı), kurumun statüsünü hazırlarken Charles Gide tarafından kurulmuş olan “Enstitüt International d’etudes Cooperatives”in statüsünü örnek almıştır.

² Feroz Ahmad, *İttihatçılıktan Kemalizme*, İstanbul, 1986, s.106-107; Özlem Yıldırım Kocabaş, a.g.t., s.66

³ Hasan Ferid, *Nakid ve İtibar-ı Mali*, Cild:III, Matbaa-i amire, İstanbul, 1334, ss. 611-615.

⁴ Fazıl, “Kooperatif İtibar Şirketleri”, *Yeni Ziraat Gazetesi*, 1Teşrinisani 1339 (1923), numero:43, Dördüncü sene, s.335.

⁵ Cemal Taluğ, *Atatürk ve Kooperatifçilik*, Yol Koop yay., Ankara, 1981, s.54.

gönderilmiş fakat yürürlüğe girememiştir. Kanunlaşamayan diğer bir layiha “Türkiye Köy Bankaları Kanun Layihası”dır. Atatürk’ün sözlerinde sürekli olarak belirttiği gibi, kooperatifçilik konusunda gelişmiş olan ülkelere “mütehassıs”lar gönderilmeli, kooperatif teşkilatının incelenmesi sağlanmalıdır.¹ “İstihsal Alım Satım Ortaklık Kooperatifleri Nizamnamesi” nin çıkarılmasıyla birlikte, kooperatiflere İktisat Vekaleti bütçesinden yardım yapılması, Ziraat Bankası tarafından da kredi verilmesi öngörülmekteydi. Bu nizamnameye göre, yaklaşık olarak 40 tane kooperatif kurulmuştur.²

İzmir İktisat Kongresinin kooperatifçilik hareketi içerisindeki yeri ve önemi oldukça fazladır. Kooperatifçiliğe önem verilmesi, kurulacak kooperatiflere çiftçilerin ortak edilmesi ve kuruluş sermayelerinin devlet tarafından karşılanması kararı son derece dikkat çekicidir. 19 Mart 1923 tarihinde Atatürk’ün bilgi ve onayı ile “Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi” tarafından çıkartılan “Kooperatif Şirketler” isimli kitap, Atatürk’ün ve o dönem yönetimini karşı karşıya bulunduğu sorunlar arasında bile kooperatifçiliğe verdiği değeri bir kez daha belgelemektedir.³ Cumhuriyetin ilk yılları, kooperatifçiliğin çeşitli yasalarda yer aldığı, bir örgütlenme biçimi olarak varlığını kabul ettirdiği yıllardır. “İtibar-ı Zirai Birlikleri Kanunu”, tarım kooperatifleriyle ilgili olan ilk esaslı yasanın çıkarılması olarak değerlendirilmiştir. Fakat gereken başarıyı gösteremediğinden dolayı yürürlükte fazla kalamamıştır.⁴ 1928 yılında toplanan Ali İktisat Meclisi’nde zirai kredi meselesi ve zirai kooperatiflerden bahsedilmesi konuya ne kadar önem verildiğini bir kez daha gözler önüne sermektedir. 1929 yılında zirai kredi kooperatifleri kanununun çıkarılmasının başta gelen nedenlerinden biri, tarımın sanayiye hammadde sağlayacak bir konumda olmasından dolayı, kırsal kesimin desteklenmesi olarak gösterilmekteydi. 1929 dünya ekonomik buhranı sonrası kapitalist ülkelerin uğradığı zarar, özel kesime güveni azaltmıştır. 1930’lu yıllara gelindiğinde devletçi, korumacı ve kamu müdahalelerine daha geniş yer veren politikalar hakim olmuştur.⁵

¹ Nazike Bilge, “Atatürk ve Kooperatif Hareketinin Gelişimi”, *Kooperatifçilik Dergisi*, Sayı:6, Ağustos 1981, s.11

² Nurettin Hazar, *Atatürk ve Kooperatifçilik*, Ankara, 1981, s.23.

³ Ziya Gökalp Mülayim, “Atatürk’ün Kooperatifçilik Konusundaki Görüşleri”, *İktisat ve Sosyal Bilimler- Bursa Üniversitesi İktisadi ve Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:3, Sayı:1, Temmuz 1982, s.232; Ayrıntılı bilgi için bakınız: *Kooperatif Şirketler*, Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti yay., Ankara, 1977.

⁴ Özlem Yıldırım, “İtibar-ı Zirai Birlikleri Kanunu ve Aydın İncir Müstahsilleri Kooperatifinin Yeniden Canlanması”, *Tariş Tarihi*, İzmir,1993, ss.66-78.

⁵ İlhan Tekeli, Selim İlkin, *1929 Dünya Ekonomik Buhranında Türkiye’nin İktisadi Politika Arayışları, Türkiye Belgesel İktisat Tarihi*, Ankara, 1983, s.188.

Kooperatifçilik tarihimiz açısından önemli olan bir diğer hareket, 1931 yılında “Birinci Ziraat Kongresi”nin toplanması olmuştur. Yine aynı yıl kurulan Kooperatifçilik Cemiyeti, bilimsel açıdan kooperatifçiliğin yayılması, halka anlatılması konusunda önemli bir görevi yerine getirmiştir. Bu cemiyet, daha sonraları Ankara’ya taşınmış ve Türk Kooperatifçilik Kurumu adını almıştır.¹ Cumhuriyet Halk Partisi’nin kooperatifçilik hareketine yaklaşımında üzerinde durulan en önemli konu, çiftçilerin yetiştirdikleri ürünlerin bir elden satışını sağlamak ve tüccarların kazancını çiftçiye mal ederek çiftçi gelirlerinin arttırmak amacı ile çiftçiler arasında satış kooperatifleri kurmak olmuştur.² Kooperatifçilik hareketinin tüm Türkiye’ye yayılması ve Zirai kredi kooperatifleri kanununun yeterli olmaması, bu kanunun kaldırılıp yerine tarım kredi ve tarım satış kooperatifleri kanunlarının çıkarılmasını gerekli kılmıştır. Atatürk’ün 20 Temmuz 1936 tarihinde onaylanan “Tekir Çiftliği Tarım Kredi Kooperatifi” nin 1 numaralı ortağı ve kurucusu olması tarım kredi kooperatifleri konusundaki yaklaşımını bize bir kez daha göstermektedir.³

Atatürk’ün önderliğinde kooperatif harekete düşünceleriyle katkıda bulunan kişilerin yazılarının da yer aldığı dergiler, kitaplar Cumhuriyet yıllarında önemli bir yere sahiptir. Örneğin Meslek Gazetesi, özellikle Muhittin Birgen’in yazılarının toplandığı, “Kooperatifçiliğe Dair” başlıklı yazılarının sütunlarında sıklıkla yer aldığı gazetelerdendir. Muhittin Birgen’in Nazmi Topçuoğlu ile birlikte çıkarmış olduğu “Türk Kooperatifçisi Dergisi”, kooperatifçiliğe bilimsel bir kimlik vermek ve kooperatifçilik ahlakını yaymak esasını kabul etmiştir.⁴ Kooperatif harekette diğer önemli bir isim, Suphi Nuri İleri’dir. Onun görüşüne göre hak, her zaman için halkındı. İnsanı tabiatın ve devletin kölesi yapan fikirlerin kooperatifçilikte yeri yoktu.⁵ Remzi Saka’nın kooperatif düşünceye en büyük katkısı, kooperatifçiliğin bir gaye değil vasıta olduğu şeklindedir. Yayınlanmış olan eserlerinden ulaşabildiklerimizin ortak özelliği, kooperatifçiliğin dünyadaki ve Türkiye’deki gelişimi ile ilgili temel kaynak olmasıdır.⁶ Ziya Somar tarafından kaleme alınan Genel Kooperatif Bilgisi isimli kitap, Yusuf Saim Atasagun’un Türkiye’de Zirai Kredi Kooperatifleri başlığını taşıyan eserleri, Ziyaettin Fahri Fındıkoğlu’nun Kooperasyon

¹ Nusret Namık Uzgören, “Neden Kurdular”, **Karınca Kooperatif Postası**, Sayı:405, 8 Ekim 1970, s.3

² Yusuf Saim Atasagun, “Cumhuriyet Halk Partisi ve Kooperatifçilik”, **Kooperatif Dergisi**, Yıl:1, Ocak 1946, Sayı:1, s.7-8

³ Bülent Akbaş, “Silifke Tekir Çiftliği Tarım Kredi Kooperatiflerinin Hayattaki İlk Ortakları ve Atatürk’le İlgili Anısı Olan Kişilerle Konuşmalar”, **Karınca**, Cilt:5, Ankara,1981,s.81

⁴ Muhittin, “İlk Söz”, **Türk Kooperatifçisi**, Sayı:1,1930, s.1-6

⁵ Remzi Saka, **Kooperatifçilikte Sorumluluk**, İstanbul,1948,ss.27-34.

⁶ Bakınız: Remzi Saka, **Türkiye’de Kooperatifçilik Siyaseti**, İstanbul,1943

Sosyolojisi ile ilgili değerli eseri, Cevdet Nasuhi Savran'ın ve Nusret Namık Uzgören'in kooperatifçilik tarihimize kazandırdıkları değerli eserler kooperatif düşünceye verilen değeri bize göstermektedir.¹

Ahmet Hamdi Başar tarafından çıkarılan Kooperatif Dergisi, günümüzde de yayını sürdürülen Karınca Kooperatif Postası, o yıllardaki kooperatifçilik ruhunu bugün de yansıtabilse, o ruh ve inanç bugün de yaşansa, kooperatif harekete yabancı ülkelerde olduğu gibi gereken değer verilse, ekonomik anlamda pek çok sorunun ortadan kalkacağı düşüncesini taşımaktayım. Kooperatif hareketin tarihsel süreç içerisinde günün koşullarına uyum göstermek için sürekli bir değişim ve gelişim içerisinde olduğu bir gerçektir. Türkiye tarımının ekonomik ve sosyal gelişmesinde tarımsal kooperatifçiliğin finansman, üst örgütlenme, eğitim, araştırma, mevzuat ve denetim olarak nitelendirilen temel sorunların günümüze kadar çözülememiş olması dikkat çekicidir. Düşünce olarak güçlü olduğu dönemlerdeki hareketlilik, günümüz koşullarına uygun olarak düzenlenmelidir.

KAYNAKLAR

- “Ahenk ve Köy Bakkalları Meselesi”**, Yakınçağların Fikir ve Edebiyat Tarihinde İzmir, İzmir,1944
- Ahmet, Cevat (Emre)**, İktisatta İnkılap İstihlak Teavün Şirketleri, Kitaphane-İ İslam ve Askeri, (Neşreden:İbrahim Hilmi), İstanbul, 1329 (1913)
- Ahmet, Cevat**, “ Kooperatif Şirketler 2”, Türk Yurdu, Cilt:14, Umumi sayı:161, Yıl:7, Sayı: 11, 15 Ağustos 1334 (1918)
- Ahmad Feroz**, İttihatçılıktan Kemalizme, İstanbul, 1986
- Akbaş, Bülent**, “Silifke Tekir Çiftliği Tarım Kredi Kooperatiflerinin Hayattaki İlk Ortakları ve Atatürk’le İlgili Anısı Olan Kişilerle Konuşmalar”, Karınca, Cilt:5, Ankara,1981
- Arıkan, Zeki**, “İzmir’de İlk Kooperatifleşme Çabaları”, Tarih İncelemeleri Dergisi, Sayı:4, İzmir,1989
- Atasagun, Yusuf Saim**, “Cumhuriyet Halk Partisi ve Kooperatifçilik”, Kooperatif Dergisi, Yıl:1, Ocak 1946, Sayı:1
- Bilge, Nazike**, “Atatürk ve Kooperatif Hareketinin Gelişimi”, Kooperatifçilik Dergisi, Sayı:6, Ağustos 1981
- Cemal**, Kooperatif Şirketler Kanun Layihası ve Esbab-ı Mucibesi, Matbaası Amire, İstanbul, 1330 (1914)

¹ Türkiye’de kooperatif düşüncesinin gelişimini Mithat Paşa’dan günümüze kadar irdeleyen adı geçen doktora tezinde kooperatifçilikle ilgili yazılar yazan, değerli eserler çıkaran kişilerin düşünceleri ve konuyla ilgili olan kitapları hakkında ayrıntılı bilgiler bulunmaktadır. Bakınız: Özlem Yıldırım Kocabaş, a.g.t., ss..97-147

- Derbil, Süheyp Nizami**, "T.C. Ziraat Bankası", T.C. Ziraat Bankası Dergisi, Sayı:1, Mart 1946
- Ethem, Nejat**, " Ziraat Bankaları", Osmanlı Ziraat ve Ticaret Gazetesi, 21 Rebiülevvel 1327(1911)
- Fazıl**, "Kooperatif İtibar Şirketleri", Yeni Ziraat Gazetesi, 1Teşrinisani 1339 (1923), numero:43
- Gök, Bilgin M.Tayyip**, "Mithat Paşa (1822-1884)", Yüzyıllık Teşkilatlı Zirai Kredi, Ankara,1964
- Hasan, Ferid**, Nakid ve İtibar-ı Mali, Cild:III, Matbaa-i amire, İstanbul, 1334,
- Hazar, Nurettin**, Kooperatifçilik Tarihi, Türk Kooperatifçilik Eğitim Vakfı yay., Ankara, 1990
- Hazar, Nurettin**, T.C. Ziraat Bankası(1863-1983),T.C. Ziraat Bankası Kültür yay., Ankara,1986
- Hazar Nurettin**, Atatürk ve Kooperatifçilik, Ankara,1981
- İsmail, Rıfki**, İtibar-ı Zirai ve Kooperatif Şirketleri Hakkında Romanya, Macaristan, İtalya ve Bulgaristan'da İcra Edilen Tetkikat-ı Netayicini Havi Rapordur, Dersaadet Matbaa-i Osmaniye, 1331.
- Kocabaş, Özlem Yıldırım**, Türkiye'de Kooperatif Düşüncesinin Evrimi ve Tarımsal Kooperatifçilik, DEÜ Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, (yayınlanmamış doktora tezi), İzmir,2002
- Kooperatif Şirketler**, Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti yay., Ankara, 1977.
- Muhittin**, " İlk Söz", Türk Kooperatifçisi, Sayı:1,1930
- Muhittin**, " İktisadi Hasbihal III, İmece Şirketleri", Halka Doğru, Sayı:9, 6 Kasım 1329
- Mülayim, Ziya Gökalp**, "Atatürk'ün Kooperatifçilik Konusundaki Görüşleri", İktisat ve Sosyal Bilimler- Bursa Üniversitesi İktisadi ve Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:3, Sayı:1, Temmuz 1982
- Saka, Remzi**, Kooperatifçilikte Sorumluluk, İstanbul,1948
- Saka, Remzi**, "Mithat Paşa ve Kooperatifçilik", Kooperatif Dergisi, Sayı:38
- Saka, Remzi**, Türkiye'de Kooperatifçilik Siyaseti, İstanbul,1943
- Taluğ, Cemal**, Atatürk ve Kooperatifçilik, Yol koop yay., Ankara,1981
- Tekeli, İlhan**, İlkin Selim, 1929 Dünya Ekonomik Buhranında Türkiye'nin İktisadi Politika Arayışları, Türkiye Belgesel İktisat Tarihi, Ankara, 1983
- Uzgören, Nusret Namık**, " Neden Kurdular", Karınca Kooperatif Postası, Sayı:405, 8 Ekim 1970
- Yıldırım, Özlem**, İzmir'de Kooperatifçilik (1923-1950), DEÜ Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, (yayınlanmamış yüksek lisans tezi),İzmir,1994
- Yıldırım Özlem**, "İtibar-ı Zirai Birlikleri Kanunu ve Aydın İncir Müstahsilleri Kooperatifinin Yeniden Canlanması", Tariş Tarihi, İzmir,1993

ZİRAAT MÜHENDİSLİĞİ EĞİTİMİNDE ÖĞRENCİLERİN PROGRAM VE ALT PROGRAM TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Oğuz YURDAKUL¹

Dilek BOSTAN BUDAK^{**}

ÖZET

Bu çalışmanın amacı yeni sistemde Ziraat Mühendisliği öğrenimi görmekte olan öğrencilerimiz hakkında daha geniş bilgi sahibi olmak, öğrencilerin Ziraat Mühendisliği eğitiminde program ve alt program tercihlerinde kendilerini etkileyen faktörleri belirlemek, yeni sistemle ilgili görüşlerini almak ve gelecekte yapmayı planladıkları mesleki çalışmalara ilişkin düşüncelerini öğrenmektir.

Bu amaçla alt program tercih etme aşamasına gelmiş tüm öğrencilere uygulanmak üzere bir anket düzenlenmiş ve ulaşılabilen öğrencilere uygulanmıştır. Yapılan değerlendirmede öğrencilerimizin ziraat mühendisliği eğitimi veren programları tercihlerinde esas faktörün “puanlarının ancak bu programlara yetmesi” olduğu, alt program tercihlerinde ise “gelecekte yapmayı düşündüğü mesleğe uygun bir alt program”ın rol oynadığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler : Ziraat Mühendisliği Eğitimi, Program Tercihi, Program Tercih Faktörleri

AFFECTING FACTORS OF THE STUDENTS PREFERENCE ON PROGRAM AND SUBPROGRAM IN AGRICULTURAL ENGINEERING EDUCATION

ABSTRACT

Main objectives of this study are to obtain more information about the students who have being studied agricultural engineering in new system; determine the factors that affect the students while they prefer program and subprogram concerning agricultural education; take their opinions about new system and learn their idea for their probable future work plans.

¹ Prof. Dr., Ç.Ü. Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü.

^{**} Yrd. Doç. Dr., Ç.Ü. Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü.

For this purpose, a questionnaire was prepared in order to be applied to all students who have just come to the stage of preferring the subprogram and was applied to the students who could have been reached. It was found out that main factor that students prefer agricultural education program is that their entry points are sufficient only for this program. They prefer subprogram if it is suitable for their planned future occupation.

Keywords : Agricultural Engineering Education, Preference of Program, Factors of Preference on Program

1. GİRİŞ

Ziraat Mühendisliği eğitimi ülke tarımının geliştirilmesinde etkili etmenlerin başında gelmektedir. Bu eğitimin nasıl düzenlenmesi gerektiği konusu, şimdiye kadar pek çok bilimsel toplantıda ele alınmış, çeşitli görüşler geliştirilmiştir. Dünyada farklı ülkelerde farklı biçimde Ziraat Mühendisliği eğitimi verilmekte ve eğitimin iyileştirilmesi yönünde önemli çalışmalar yapılmaktadır. Özellikle ABD’nde verilen Ziraat Mühendisliği eğitimi Avrupa Birliği tarafından da izlenmekte ve AB’nde de Ziraat Mühendisliği eğitiminde önemli değişikliklere gidilmektedir.

Türkiye’de Cumhuriyet döneminin ilk 57 yılında 5 Ziraat Fakültesi, yaklaşık son 20 yıl içinde ise 18 Ziraat Fakültesinin kuruluşu gerçekleştirilmiştir (Eriş, 2002). Fakülte ve buna bağlı olarak mezun sayısının hızla artması mezunların istihdamı ile ilgili sorunların genişlemesine yol açmış, buna ek olarak Avrupa Birliğine uyum konusu Ziraat Mühendisliği eğitimini çok tartışılan bir konu haline getirmiştir.

Ülkemizde uzun yıllar “bölüm öğretimi” şeklinde sürdürülen Ziraat Mühendisliği eğitimine yeni bir yön verilmesi konusu uzun süre tartışılmış ve YÖK Yürütme Kurulunun 22.04.1998 tarihinde aldığı bir kararla Ziraat Mühendisliği eğitiminde “bölüm öğretim sistemi” terk edilerek üç ayrı programda (Bitkisel Üretim, Hayvansal Üretim ve Tarım Teknolojisi) lisans öğretimine geçilmiş ve uygulama 1999-2000 öğretim yılından itibaren başlatılmıştır. Ziraat Mühendisliği eğitiminin 3+1 sisteminde düzenlenmesi şeklindeki bu uygulamada öğrencilerin tümü Ziraat Mühendisi unvanını taşıyacak, 4. yıl seçecekleri alt program transkriptlerinde belirtilecektir. Alt programlar daha önceki sistemdeki bölümlerdir.

Yeni sistemde eğitim gören ilk öğrenciler 2002-2003 öğretim yılında ayrıldıkları alt programlarda öğrenime başlayacaklardır. Öğrenciler alt program tercihlerini 2001-2002 öğretim yılı bahar yarıyılında yapmışlardır.

Bu eğitim programı henüz bir eğitim sürecini tamamlamadan çok fazla eleştirilmeye ve yeni seçenekler aranmaya başlanmış ve 2003-2004 öğretim yılından geçerli olmak üzere sistemin değiştirilmesine karar verilmiştir. Yeni sistemde üç ayrı program yerine "Ziraat Mühendisliği" olarak tek program bulunmaktadır. Öğrenciler üç yıl aynı dersleri alacaklar, son sınıfta, alt program tercihlerini yapacaklardır.

1980'li yıllarda ön sıralarda tercih edilen Ziraat Mühendisliği, gittikçe artan işsizlik sorunu nedeniyle, öğrenciler tarafından, boşta kalmamak için, son sıralarda tercih edilir duruma gelmiştir. Ziraat Fakültelerine büyük istekle gelmeyen öğrenciler, ilk yılı olması nedeniyle, yeni sistemin uygulanmasında da birtakım sıkıntılar yaşamışlardır.

Yeni sistemde öğrencilerin alt programlara yerleştirilmesi konusundaki ilkeler bir çok üniversitede farklılık göstermektedir. Son ana kadar hangi ilkelerle yerleştirileceklerini bilemeyen öğrenciler tercihlerini yaparken alt programlar hakkında ayrıntılı bilgiye de sahip olamamışlardır. Ayrıca tercih etmedikleri alt programlara gitme olasılığı bulunan öğrenciler büyük bir belirsizlik içerisindeyler. Oysa alt programını severek, bilinçli seçen öğrenci mesleğin olumsuz yönlerinden daha az etkileneceğinden eğitim-öğretimdeki kalite yükselecektir.

Bu çalışmanın amacı yeni sistemde Ziraat Mühendisliği öğrenimi görmekte olan üçüncü sınıf öğrencileri hakkında daha ayrıntılı bilgi sahibi olmak, öğrencilerin Ziraat Mühendisliği eğitiminde program ve alt program tercihlerinde kendilerini etkileyen faktörleri belirlemek, yeni sistemle ilgili görüşlerini almak ve gelecekte yapmayı planladıkları mesleki çalışmalarına ilişkin düşüncelerini öğrenmektir.

Ziraat Mühendisliği eğitimi ile ilgili çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte, doğrudan öğrencilerden derlenen verilerin değerlendirilmesi ile yapılan çalışmalar son derece sınırlıdır.

Tekinel ve Bek (1994) Türkiye'de ziraat mühendisliği eğitiminin nasıl düzenlenmesi gerektiği konusundaki görüşlerini bildirmişlerdir.

Güneş (1994) Türkiye'de Tarım Ekonomisi eğitiminin tarihçesini incelemiş, yabancı ülkelerde Tarım Ekonomisi bölüm eğitim ve öğretiminin nasıl uygulandığını açıklamıştır.

Tarım Ekonomisi Derneği (Anonim,1994), tarafından altı üniversitede yapılan bir araştırmada, Tarım Ekonomisi 3. ve 4. sınıf öğrencileri ile lisans üstü eğitim görenlerden derlenen bilgilere dayanılarak, Tarım Ekonomisi eğitiminin nasıl uygulandığı ve karşılaşılan sorunlar incelenmiştir.

Yurdakul vd (1996) Türkiye genelinde yürüttükleri bir çalışma ile Ziraat Fakültesi öğrencilerinin ve Ziraat Fakültesi mezunlarını istihdam

eden özel sektör kuruluşlarının tarım eğitimine yönelik görüş ve beklentilerini belirlemiş ve buna dayalı olarak tarım eğitimi ile önerilerde bulunmuşlardır.

Özkan vd (1999) Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi öğrencilerinin eğitim-öğretime yönelik görüş ve beklentilerini belirlemiş ve öneriler geliştirmişlerdir.

2. MATERYAL VE METOT

Çalışmanın ana materyalini öğrencilerden anketle toplanan veriler oluşturmuştur. Ana kitle Türkiye’de Ziraat Fakültelerinde 2001-2002 Eğitim Öğretim yılının güz döneminde derslere kayıt yaptıran ve dönem sonunda alt program tercihi yapabilecek olan üçüncü sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Ayrıca konu ile ilgili basılı yayınlardan da faydalanılmıştır.

Ana kitleyi Ankara Üniversitesi (Ankara), Ege Üniversitesi (İzmir), Atatürk Üniversitesi (Erzurum), Çukurova Üniversitesi (Adana), Uludağ Üniversitesi (Bursa), Akdeniz Üniversitesi (Antalya), Ondokuzmayıs Üniversitesi (Samsun), Trakya Üniversitesi (Tekirdağ), Selçuk Üniversitesi (Konya), Süleyman Demirel Üniversitesi (Isparta), Gaziosmanpaşa Üniversitesi (Tokat), Adnan Menderes Üniversitesi (Aydın), 18 Mart Üniversitesi (Çanakkale), Harran Üniversitesi (Şanlıurfa), Sütçü İmam Üniversitesi (Kahramanmaraş), Mustafa Kemal Üniversitesi (Antakya) ve Yüzüncü Yıl Üniversitesi (Van) Ziraat Fakültelerinde; Bitkisel Üretim, Hayvansal Üretim ve Tarım Teknolojisi programlarında okuyan 3. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Bir başka ifade ile araştırmada tam sayım yöntemi kullanılmış, ancak anketin yapıldığı günlerde derse gelemeyen bazı öğrenciler kapsam dışı kalmıştır. Ankete 1248 öğrenci katılmıştır. Anket formu Tarım Ekonomisi Bölümleri aracılığıyla doldurulmuştur.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1. Öğrencilerin Özellikleri

Ankete alınan 1248 öğrencinin 352’si (%28) kız, 896’sı (%72) erkektir. Öğrenciler ağırlıklı olarak 21-24 yaş grubundadır (%73). Öğrencilerin %64’ünün ailesi illerde yaşamaktadır. Ailesi köyde yaşayanlar sadece %13 oranındadır. Bununla birlikte ailesi tarımla uğraşanların oranı %38’dir. İlde yaşayan öğrenci ailelerinin %22’si, ilçede yaşayanların %50’si, köyde yaşayanların %96’sı tarımla uğraşmaktadır. Öğrenci aileleri

ağırlıklı olarak tarla-bahçe bitkileri üretimi ile uğraşmaktadır (Ek Çizelge 1 ve 2).

3.2. Öğrencilerin Lisans Programı Seçimini Etkileyen Faktörler

Öğrencilerin Ziraat Fakültesi bünyesindeki bir programı seçmesinin ana nedeni puanlarının yetersiz olması nedeniyle arzu ettikleri başka programlara girme şanslarının çok düşük oluşudur. Buna ek olarak doğa ile uğraşmayı sevme, gelecekte tarımla ilgili bir işte çalışma isteği gibi faktörler de öğrencilerin program seçimini etkilemiştir. Bu konuda ailenin fazlaca etkili olmadığı anlaşılmıştır. Başka bir programa kayıt olma şanslarının çok az olduğunu bilmelerine rağmen öğrencilerin büyük bölümü okumayı daha fazla arzuladıkları programları ön sıralara yazmışlar ve halen okudukları programa, ağırlıklı olarak 11. sıradan sonra yer vermişlerdir (Ek Çizelge 3 ve 4).

3.3. Öğrencilerin Alt Program Tercihleri

Öğrencilerin alt program tercihleri için olanakları tüm fakültelerde aynı değildir. Örneğin çoğu fakültede her üç programdaki öğrenciler Tarım Ekonomisi alt programını tercih edebilirken bazı fakültelerde sadece "hayvansal üretim" programındaki öğrenciler Tarım Ekonomisi alt programını seçme şansına sahiptir. Su Ürünleri alt programı sınırlı sayıda fakültede mevcuttur. Bazı fakültelerde, öğretim üyesi yetersizliği nedeniyle bazı alt programlar 2002-2003 öğretim yılında açılmayacaktır. Belirtilen bu sınırlılıklar çerçevesinde öğrencilerin okumayı arzuladıkları alt programlar aşağıda belirtilmiştir.

Çizelge 1 : Öğrencilerin Alt Program Tercihleri

Bitkisel Üretim Programı Öğrencileri		
Alt Programlar	Adet	Oran (%)
Bitki Koruma	235	41,3
Bahçe Bitkileri	192	33,7
Tarla Bitkileri	85	15,0
Tarım Ekonomisi	38	6,7
Toprak	19	3,3
TOPLAM	569	100,0
Tarım Teknolojisi Programı Öğrencileri		
Tarımsal Yapılar-Sulama	131	46,8
Tarımsal Mekanizasyon	93	33,2
Toprak	34	12,1
Tarım Ekonomisi	22	7,9
TOPLAM	280	100,0
Hayvansal Üretim Programı Öğrencileri		
Zootekni	248	64,1
Tarım Ekonomisi	83	21,4
Su Ürünleri	56	14,5
TOPLAM	387	100
GENEL TOPLAM	1236	

Not: 12 öğrenci tercih bildirmemiştir.

Bitkisel Üretim Programı öğrencileri ağırlıklı olarak Bitki Koruma (% 41,3) ve Bahçe Bitkileri (33,7) alt programlarını tercih etmişlerdir. Bu iki programı açık ara ile Tarla Bitkileri, Tarım Ekonomisi ve Toprak alt programları izlemektedir. Tarım Teknolojisi Programı öğrencileri ağırlıklı olarak Tarımsal Yapılar ve Sulama (% 46,3) ile Tarımsal Mekanizasyon (% 33,2) alt programlarını tercih etmişlerdir. Bu iki programı Toprak ve Tarım Ekonomisi programları izlemektedir. Hayvansal Üretim Programı öğrencileri ağırlıklı olarak Zootekni (% 64,1) alt programını tercih etmişlerdir. Bu programı Tarım Ekonomisi ve Su Ürünleri programları izlemektedir.

Yukarıdaki tercih oranları değerlendirilirken öğrencilerin her fakültede aynı tercih şansına sahip olmadıklarını dikkate almak gerekmektedir (örneğin Su Ürünleri alt programını seçme şansı Yüzüncü Yıl, Atatürk, Sütçü İmam ve Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültelerinde var, diğerlerinde yoktur).

Öğrencilerin alt program tercihlerini etkileyen faktörlerin başında “gelecekte yapmayı düşündüğü mesleğe uygunluk” gelmektedir. Buna göre öğrencilerin bir bölümü mezun olduktan sonra hangi alanda çalışacaklarını

şimdiden belirlemişler ve buna göre alt program tercihlerini yapmışlardır. Alt program tercihlerini etkileyen diğer önemli faktörler, sırasıyla: gelecekte daha fazla iş bulma şansı verdiğine inanma, ilk üç sınıfta okutulan dersleri sevme-sevmeme durumu ve alt programdaki öğretim üyelerinin öğrencilere davranış biçimidir. Bu dört faktör alt program tercihlerinde ön planda rol oynamıştır (Ek Çizelge 5).

Öğrencilere mezun olduktan sonra, bugünkü koşullarını da dikkate almak suretiyle, çalışmak istedikleri yer de sorulmuştur. Öğrenciler ağırlıklı olarak; özel sektörde ya da kamuda meslekleri ile ilgili bir alanda çalışmak istediklerini, tarımla ilgili bir alanda kendi özel işlerini kurmayı ve akademik kariyer yapmayı düşündüklerini bildirmişlerdir. Çalışmak istemeyen (%0,3) ve bu konuda bir fikri olmayan (%0,5) öğrenci sayısı son derece azdır. Buna göre öğrenciler daha 3. sınıfta iken geleceklerini planlamaya başlamış görünmektedir (Ek Çizelge 6).

Öğrencilere “mezun olduktan sonra size, fiilen tarımsal üretim yapmanıza ya da tarımla ilgili başka bir alanda (proje danışmanlık bürosu, bayilik vb.) bir işletme kurmanıza yetecek kadar kredi sağlansa ve bu kredinin geri ödeme koşulları size maddi açıdan sorun getirmeyecek şekilde belirlenmiş olsa, kredi almak suretiyle tarımla ilgili bir alanda çalışmak (iş kurmak) ister miydiniz?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Öğrencilerin büyük bölümü (%87) bu soruya evet cevabı vermiştir (Ek Çizelge 7). Hayır diye yanıtlayanlar daha çok kendilerini teknik bilgi açısından yeterli görmeyenler ve mezuniyet sonrası bir işe sahip olanlardır. Tarımla ilgili bir iş kurma isteği bulunmayan öğrenciler arasında “mesleğini sevmeyenlerin” ve “tarımla uğraşmak toplum içindeki değerimi düşürür” diye düşünenlerin yok denilecek kadar az olması sevindiricidir (Ek Çizelge 8). Kredi bulması halinde tarımla ilgili özel iş yapmak isteyenler ağırlıklı olarak; bahçe-tarla bitkileri üretimi, hayvancılık yapmayı, proje ve danışmanlık bürosu açmayı ya da tarımsal ürün ticareti ile uğraşmayı arzu etmektedir (Ek Çizelge 9). Bitkisel Üretim ve Tarım Teknolojisi Programından Tarım Ekonomisi alt programına gelmek isteyenler ağırlıklı olarak “tarım ürünleri ticareti” ile ilgili iş kurmayı düşünürken, Hayvansal Üretim programında olup Tarım Ekonomisi alt programını tercih edenler hayvansal üretim faaliyeti ile uğraşmayı arzulamaktadır.

Kendi özel işini kurmayı amaçlayanların sadece %30'u kendilerini teknik bilgi bakımından yeterli görmektedirler (Ek Çizelge 10). Bu oranın düşük olması son derece doğaldır. Zira üretim ile teknik bilgiler ağırlıklı olarak son sınıfta okutulacaktır. Kendileri teknik bilgi bakımından nispeten yeterli görenlerin başında Su Ürünleri programını tercih eden öğrenciler

gelmekte (%39), bu alt programı Zootečni (%37) izlemektedir. Bu oran Bitki Koruma ve Tarımsal Yapılar ve Sulama alt programını tercih edenlerde sırasıyla %26 ve %25'e düşmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yeni eğitim sistemi çok fazla tartışılmadan uygulamaya konulduğundan ve her fakültede farklı bir eğitim programı uygulandığından bir çok sorunu da beraberinde getirmiştir. Bu sistem 2003-2004 öğretim yılından itibaren değişecek olmakla birlikte, ana yapı 3+1 olarak muhafaza edilmektedir. Öğrencilerin dilekleri esas alınarak belirlenen öneriler aşağıda verilmiştir.

*Öğrenciler diledikleri alt programda okuma şansına sahip olmalı, gerekiyorsa bir alt programın açılması için en az öğrenci sayısı 5'e kadar indirilebilmelidir.

*Üçüncü sınıf öğrencilerine, alt programlar hakkında geniş bilgi verilmelidir.

*Alt programı bitiren öğrencilerin hangi alanlarda çalışma şansı olduğu konusunda öğrenciler net şekilde bilinçlendirilmelidir.

*Öğrenciler aynı konuların, farklı derslerde, farklı öğretim üyeleri tarafından okutulduğunu ileri sürmektedirler. Bölüm eğitimi sisteminden program eğitimi sistemine geçmekten kaynaklanan bu sorun, program kurullarınca, giderilmeye çalışılmalıdır.

*Öğrencilerin önemli bir bölümü gelecekte kendi özel işlerini kurmayı düşünmekte, bu istek, uygun koşullarda kredi olanağı bulunması halinde büyük ölçüde artmaktadır. Bu durum dikkate alınarak, öğrencilere "girişimci ruhu" aşılacak derslere yer verilmeli, iş kurma ile ilgili konularda bilgiler aktarılmalı, ayrıca çalıştığı alanlarda başarılı olmuş Ziraat Mühendisleri davet edilerek, öğrencilere gelecekte başarılı olmanın koşulları öğretilmelidir.

*Öğrencilerin önemli bölümünün aileleri kentlerde yaşamakta ve tarımla uğraşmamaktadır. Bu nedenle öğrencilere köy yaşamının ve tarım işletmelerinin yerinde tanıtılması, tarımsal faaliyetlerin yerinde gösterilerek öğretilmesi önem taşımaktadır.

KAYNAKLAR

- Anonim, 1994.** Tarım Ekonomisi Eğitimi Üzerine Bir Araştırma. Tarım Ekonomisi Derneği, İzmir.
- Eriş, A., 2002.** Türkiye’de Tarım Eğitimi Politikaları ve AB’ye Uyum Aşamasında Yapılması Gerekenler, Uludağ Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Bursa.
- Güneş, T., 1994.** Türkiye’de Tarım Ekonomisi Eğitimi ve Öğretimi. Türkiye 1. Tarım Ekonomisi Kongresi, 8-10 Eylül 1994, İzmir.
- Özkan, B., O. Özçatalbaş, İ. Yılmaz, S. Yılmaz, G. Akpınar, İ. Kutlar, 1999.** Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin Eğitim-Öğretime Yönelik Görüş ve Beklentileri. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Antalya.
- Tekinel, O., Y. Bek, 1994.** Türkiye’de Ziraat Mühendisliği Eğitimi Nasıl Olmalıdır. Çukurova Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Yayın No:103, Adana.
- Yurdakul, O., O. Özçatalbaş, F. Emeksiz, Ş. Akdemir, B. Hanta, 1996.** Ziraat Fakültesi Öğrencilerinin ve Mezunlarını İstihdam Eden Özel Sektör Kuruluşlarının Tarımsal Öğretime Yönelik Görüşleri ve Beklentileri. Çukurova Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Yayın No:118, Adana.

EK ÇİZELGELER

Ek Çizelge 1: Öğrencilerin Ailelerinin Yaşadığı Yer ve Tarımla Uğraşma Durumu

Ailenin Yaşadığı Yer	Tarımla uğraşanlar		Tarımla uğraşmayanlar		Toplam	
	Adet	(%)	Adet	(%)	Adet	(%)
İlde yaşayanlar	178	22	615	78	793	64
İlçede yaşayanlar	146	50	145	50	291	23
Köyde yaşayanlar	155	96	9	4	164	13
Toplam	479	38	769	62	1248	100

Ek Çizelge 2 : Öğrenci Ailelerinin Tarımda Uğraşı Alanları

Uğraşı Alanı	Adet	Oran (%)
Tarla-Bahçe Bitkileri Üretimi	502	65
Hayvancılık	137	18
Gıda Ürünleri Üretimi	23	3
Tarımsal Ürün-Girdi Ticareti	75	10
Diğer	29	4
Toplam	766	100

Not: Bazı öğrenciler 1'den fazla seçenek işaretlemişlerdir.

Ek Çizelge 3 : Okunmakta Olan Lisans Programını Seçme Nedeni

Seçme Nedenleri	Adet	Oran (%)
Puanın ancak bu programa yetiyor olması	592	35
Gelecekte tarımda çalışma isteği	378	23
Doğa ile uğraşmayı sevmesi	281	17
Ailenin etkilemesi	132	8
Diğer	293	17
Toplam	1676	100

Not: Bazı öğrenciler 1'den fazla seçenek işaretlemişlerdir.

Ek Çizelge 4. Öğrencinin Lisans Programını Yazdığı Sıra

Sıra	Adet	Oran (%)
1-5	364	29
6-10	268	22
11-18	616	49
Toplam	1248	100

Ek Çizelge 5 : Öğrencilerin Alt Program Tercihini Etkileyen Faktörler

Faktörler	Adet	Oran (%)
Gelecekte yapmayı düşündüğü mesleğe uygun tercih	769	27
Gelecekte daha fazla iş bulma şansı verdiği inandığı alt program	576	20
İlk üç sınıfta okuduğu dersleri sevmeme durumu	505	18
Alt programdaki öğretim üyelerinin öğrencilere davranış biçimi	346	12
Başarılmasının daha kolay olduğuna inandığı alt program	214	7
Öğretim üyelerinin tavsiyeleri	128	4
Ailenin tavsiyeleri	118	4
Danışman öğretim üyesinin tavsiyeleri	33	1
Diğer	187	7
Toplam	2876	100

Not: Bazı öğrenciler 1'den fazla seçenek işaretlemişlerdir.

Ek Çizelge 6 : Öğrencinin Mezun Olduktan Sonra Çalışmak İstedığı Yer

Çalışmak istediği yer	Adet	Oran (%)
Özel sektörde mesleğimle ilgili bir işte çalışmak istiyorum	618	23,1
Kamuda mesleğimle ilgili bir işte çalışmak istiyorum	591	22,1
Tarımla ilgili kendi özel işimi kurmak istiyorum	533	19,9
Akademik kariyer yapmak istiyorum	433	16,2
Özel sektörde tarım dışı bir alanda çalışmak istiyorum	101	3,8
Tarım dışında kendi özel işimi kurmak istiyorum	98	3,7
Kamuda meslek dışı bir işte çalışmak istiyorum	77	2,9
Ne iş olursa olsun çalışmak istiyorum	75	2,8
Ailemin yanında, onlarla birlikte tarım alanında çalışmak istiyorum	41	1,5
Bu konuda hiç fikrim yok, henüz düşünmedim	14	0,5
Çalışmak istemiyorum	7	0,3
Diğer	87	3,2
Toplam	2675	100,0

Not: Bazı öğrenciler 1'den fazla seçenek işaretlemişlerdir.

Ek Çizelge 7 : Kredi bulması halinde kendi özel işini kurma isteği

İş Kurma İsteği	Adet	Oran (%)
Evet	1089	87
Hayır	159	13
Toplam	1248	100

Ek Çizelge 8 : Tarımla ilgili iş kurmayı istememe nedenleri

Nedenler	Adet	Oran (%)
Yeterli teknik ve bilgiye sahip değilim	37	19
Mezuniyet sonrası bir işe sahibim	33	17
Bu mesleği sevmiyorum	27	14
İş kurma alanları ve prosedürü hakkında yeterli bilgiye sahip değilim	26	13
Kırsal alanlarda çalışmak-yaşamak istemiyorum	20	10
Emekli Sandığı veya SSK'ya bağlı bir işte çalışmak isterim	17	9
Tarımla uğraşmak toplum içindeki değerimi düşürür	3	2
Diğer	32	16
Toplam	195	100

Not: Bazı öğrenciler 1'den fazla seçenek işaretlemişlerdir.

Ek Çizelge 9 : Kredi alması halinde iş kurmak istediği alan

Çalışmak istediği yer	Adet	Oran (%)
Tarla bitkileri üretim faaliyeti	214	11
Bahçe bitkileri üretim faaliyeti	399	20
Hayvancılık üretim faaliyeti	393	20
Gıda ürünleri üretim faaliyeti	165	8
Tarımsal ürün ticareti	274	14
Tarımsal girdi ticareti	169	8
Proje ve danışmanlık bürosu	292	14
Diğer	104	5
Toplam	2010	100

Not: Bazı öğrenciler 1'den fazla seçenek işaretlemişlerdir.

Ek Çizelge 10. İş kurmayı düşündüğü alanda yeterli bilgiye sahip olma durumu

Bilgiye Sahip Olma durumu	Adet	Oran (%)
Evet	373	30
Hayır	690	55
Çevapsiz	185	15
Toplam	1248	100

TURUNÇGİL FİYATLARININ ANALİZİ

B. Özkan* S.A. Hatırlı** H. Akçaöz*** C.F. Karadeniz***

ÖZET

Bu çalışmada, portakal, limon ve mandarinde çiftçi eline geçen fiyatlardaki gelişmeler 1982-1998 dönemi için Türkiye genelinde incelenmiştir. Araştırmada ayrıca 1994-2001 döneminde Antalya ilinde portakal ve limonun toptancı hali fiyatlarındaki mevsimsel dalgalanmaların analizi yapılmış ve pazarlama marjları hesaplanmıştır.

Araştırma sonuçları incelenen dönem boyunca portakal, limon ve mandarin fiyatlarının sırasıyla %6,37, %64,50 ve %15,01 oranında arttığını göstermektedir. Mevsimsel fiyat dalgalanmaları portakalda Mayıs-Ekim döneminde ortalamadan yüksek diğer aylarda ortalamadan düşüktür. Limon fiyatlarındaki dalgalanmaların Nisan-Eylül döneminde ortalamadan yüksek olduğu saptanmıştır. Pazarlama marjı hesaplamalarına göre portakal ve limonda pazarlama marjlarının önemli oranda dalgalandığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Fiyat, Fiyat analizi, Turunçgil, Antalya, Pazarlama marjı

AN ANALYSIS OF CITRUS PRICES

ABSTRACT

In this study, orange, lemon and mandarin prices received by farmers were examined during the period of 1982-1998 in Turkey. Furthermore, seasonal price fluctuations by using wholesale prices of Antalya for orange and lemon were analysed and marketing margins were calculated for the period of 1994- 2001.

The results showed that orange, lemon and mandarin prices increased 6,37%, 64,50% and 15,01%, respectively, during the investigation period. Seasonal price fluctuations for orange were higher than average in June and

* Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, 07070, Antalya.

** Yrd. Doç. Dr. ,Süleyman Demirel Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Isparta.

*** Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, 07070, Antalya.

September but it is lower than average for remaining months. The seasonal price fluctuations for lemon were higher than average in September, December, January and March-June period. The estimation of marketing margins indicates that marketing margins for orange and lemon were fluctuated considerably.

Keywords: Price, Price analysis, Citrus, Antalya, Marketing margin

1. GİRİŞ

Türkiye turunçgil üretimi ve dış ticaretinde son yirmi yıllık dönemde önemli artışlar sağlanmıştır. Ülkemizin dünya turunçgiller üretim miktarı ve dışsatım miktarı içindeki payları sırasıyla 1980 yılında % 1,89 ve %2,56 iken 2000 yılında %2,12 ve %5,87 olarak gerçekleşmiştir. 1980-2000 döneminde Türkiye turunçgil üretim miktarı %95,47 ve dışsatım miktarı ise %208,69 artış kaydetmiştir (FAO, 2002).

2000 yılı değerleri ile Türkiye turunçgil üretim miktarı 2.168.000 tona ulaşmış olup, bu miktarın %21,22'si taze olarak dışsatıma konu olmaktadır (Anonim, 2001). Tarımsal üretimde önemli bir paya sahip olan turunçgiller 2000 yılında yaş meyve üretim miktarından %15,67 (DİE, 2002), yaş meyve üretim değerinden ise %65,59 pay almaktadır (İGEME, 2002).

Türkiye'de turunçgil üretiminin bölgeler arasında dağılımında Akdeniz Bölgesi (%84,48) ilk sırada yer almaktadır (DİE, 2000). 2000 yılı verilerine göre Antalya ilinde turunçgil üretim miktarı 334.506 ton olarak gerçekleşmiştir. Antalya'nın, Türkiye turunçgil üretim miktarından aldığı pay %15,43 olup, bu oran portakalda %26,49, limonda %7,88 ve mandarinde %3,77'dir (DİE, 2002; Anonim, 2001). Antalya ili yaş meyve dışsatım değerinde meyve grupları arasında ilk sırada yer alan turunçgillerin (%34,72), diğer meyve türlerine göre ilin ekonomisinde önemli bir yeri bulunmaktadır (Anonim, 2002a).

Ülkemizde yaş meyve ve sebze fiyatlarında meydana gelen dalgalanmalar, üretici gelirlerinde istikrarsızlığa neden olmaktadır. Yaş meyve ve sebze fiyatlarının belirlenmesi serbest piyasa koşullarında toptancı hallerinde yapılmaktadır. Tarım ürünleri fiyatlarının mevsimsel analizi üretim planlaması, pazarlama davranışları, eğilim ve tutumların saptanması konusunda yardımcı olmaktadır (Güneş, 1996). Turunçgil fiyat değişimlerinin ve bu fiyatlardaki dalgalanmanın bilinmesi, üreticiler, ihracatçılar, araştırmacılar ve karar vericiler açısından önemlidir. Bu nedenle tarım ürünleri fiyatlarının analizini konu alan çalışmalar giderek artmaktadır

(Hatırlı ve ark., 2002; Fidan ve Koç, 2001; Özkan ve ark.; 1998; Karlı, 1997; Özkan, 1996; Akkaya ve Çelikyurt, 1996; Şengül ve Erkan, 1994; Vural, 1991).

Bu çalışmada, Türkiye turunçgil üretimi içinde önemli bir payı olan (%95) portakal, limon ve mandarin fiyatlarındaki gelişmeler ile Antalya ili için bu ürünlerin fiyatlarındaki mevsimsel dalgalanmaların incelenmesi ve pazarlama marjlarının hesaplanması amaçlanmıştır.

2. MATERYAL VE METOT

Çalışmanın ana materyalini Devlet İstatistik Enstitüsü Yayınları (DİE, 2000), Antalya İli Büyükşehir Belediyesi Toptancı Hali kayıtları (Anonim, 2002b) ve Tarım İl Müdürlüğü kayıtlarından (Anonim, 2002c) elde edilen veriler oluşturmuştur. Cari fiyatları reel fiyatlara indirgemede Toptan Eşya Fiyat İndeksi kullanılmıştır (TCMB, 2002).

Çiftçi eline geçen fiyat serilerinin trendi en küçük kareler yöntemi ile bulunmuştur. Antalya iline ait fiyat analizlerinde 12 aylık hareketli ortalama metodu (Güneş, 1988; Serper, 1996) ve pazarlama payında yüzde oran metodu (Kohls ve Uhl, 1998) kullanılmıştır. İncelenen dönemde portakal ve limon çeşitlerinin farklılığından dolayı aylık ve yıllık ortalama reel fiyatlar tabakalı ortalama yöntemiyle hesaplanmıştır. Tüketicilerin limon için ödediği fiyat, ilde yoğun yetiştiriciliği yapılan limon çeşitlerinde kilograma düşen adet sayısında aritmetik ortalama metodu kullanılarak hesaplanmıştır. Mandarin arzının yıl boyunca devam etmemesi nedeniyle mandarin için mevsimsel fiyat dalgalanmaları analiz dışı bırakılmıştır. Şekil çizimlerinde, çizelge ve karşılaştırmalı yorumlarda yüzde oran, basit indeks ve zincirleme indeks hesaplamalarından yararlanılmıştır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

3.1. Turunçgil Fiyatlarındaki Yıllık Gelişmeler

1982-1998 döneminde portakal, limon ve mandarinde çiftçi eline geçen cari fiyat, reel fiyat ve Toptan Eşya Fiyat İndeks (TEFİ) değerleri Çizelge 1, 2 ve 3'te verilmiştir. Reel fiyat artışı limonda %64,50, mandarinde %15,01 ve portakalda ise %6,37'dir. Portakalda çiftçi eline geçen reel fiyatın bir önceki yılın fiyatına göre gerçekleşen en yüksek artış 1998 yılında %39,20, en yüksek fiyat azalış ise 1989 yılında %28,73 oranındadır. Çiftçi eline geçen reel fiyatın bir önceki yılın fiyatına göre

değişiminde en yüksek fiyat artışı limonda 1985 yılında %103,37, en yüksek fiyat azalışı ise 1989 yılında %27,47 oranında olup mandarinde ise en yüksek fiyat artışı 1985 yılında (%45,80), en yüksek fiyat azalışı 1984 yılındadır (%27,96).

Araştırma kapsamına alınan dönem için çiftçi eline geçen portakal, limon ve mandarin reel fiyatlarında meydana gelen artış trendi hesaplanmıştır (Çizelge 1, 2 ve 3). Trend denklemleri portakalda $P_p=170,14+3,05X$, limonda $P_L=244,96+9,64X$ ve mandarinde $P_M=177,09+4,33X$ ($X=1$; 1982) olarak hesaplanmıştır. Buna göre araştırma konusu ürünler için trend denkleminin eğimi pozitif ve yıllık artış eğilimi limonda 9,64 TL/kg, mandarinde 4,33 TL/kg ve portakalda ise 3,05 TL/kg'dır.

Çizelge 1 : Çiftçi Eline Geçen Portakal Fiyatlarındaki Cari ve Reel Gelişmeler (1982-1998)

Yıllar	TEFİ *	Cari Fiyat**	Reel Fiyat	Basit İndeks	Zincirleme İndeks	Trend	(R/T)*100
	1987=100	TL/kg	TL/kg	1982=100			
1982	20,2	38	188,12	100,00	100,00	173,19	108,62
1983	26,4	44	166,67	88,60	88,60	176,24	94,57
1984	39,7	51	128,46	68,29	77,08	179,29	71,65
1985	57,6	103	178,82	95,06	139,20	182,34	98,07
1986	75,3	150	199,20	105,89	111,40	185,39	107,45
1987	100,0	179	179,00	95,15	89,86	188,44	94,99
1988	170,5	422	247,51	131,57	138,27	191,49	129,25
1989	279,5	493	176,39	93,76	71,27	194,54	90,67
1990	425,7	801	188,16	100,02	106,68	197,59	95,23
1991	661,4	1.495	226,04	120,16	120,13	200,64	112,66
1992	1.072,0	2.571	239,83	127,49	106,10	203,69	117,74
1993	1.698,0	3.281	193,23	102,71	80,57	206,74	93,47
1994	3.747,0	7.171	191,38	101,73	99,04	209,79	91,22
1995	7.064,7	14.929	211,32	112,33	110,42	212,84	99,29
1996	12.337,4	28.937	234,55	124,68	110,99	215,89	108,64
1997	22.336,1	46.892	209,94	111,60	89,51	218,94	95,89
1998	38.021,6	76.083	200,10	106,37	95,32	221,99	90,14

Kaynak: *TCMB, 2002. T.C. Merkez Bankası İnternet Sayfası, www.tcmb.gov.tr

** DİE, 2000. T.C. Devlet İstatistik Enstitüsü İstatistik Göstergeler (1923-1998), Ankara.

Çizelge 2 : Çiftçi Eline Geçen Limon Fiyatlarındaki Cari ve Reel Gelişmeler (1982-1998)

Yıllar	TEFİ *	Cari Fiyat**	Reel Fiyat	Basit İndeks	Zincirleme İndeks	Trend	(R/T)*100
	1987=100	TL/kg	TL/kg	1982=100			
1982	20,2	55	272,28	100,00	100,00	254,60	106,94
1983	26,4	69	261,36	95,99	95,99	264,24	98,91
1984	39,7	81	204,03	74,93	78,06	273,88	74,50
1985	57,6	239	414,93	152,39	203,37	283,52	146,35
1986	75,3	256	339,97	124,86	81,94	293,16	115,97
1987	100,0	269	269,00	98,80	79,12	302,80	88,84
1988	170,5	619	363,05	133,34	134,96	312,44	116,20
1989	279,5	736	263,33	96,71	72,53	322,08	81,76
1990	425,7	1.146	269,20	98,87	102,23	331,72	81,15
1991	661,4	1.883	284,70	104,56	105,76	341,36	83,40
1992	1.072,0	3.347	312,22	114,67	109,67	351,00	88,95
1993	1.698,0	5.906	347,82	127,74	111,40	360,64	96,45
1994	3.747,0	12.749	340,25	124,96	97,82	370,28	91,89
1995	7.064,7	29.690	420,26	154,35	123,52	379,92	110,62
1996	12.337,4	49.735	403,12	148,05	95,92	389,56	103,48
1997	22.336,1	95.122	425,87	156,41	105,64	399,20	106,68
1998	38.021,6	170.295	447,89	164,50	105,17	408,84	109,55

Kaynak: *TCMB, 2002. T.C. Merkez Bankası İnternet Sayfası, www.tcmb.gov.tr

**DİE, 2000. T.C. Devlet İstatistik Enstitüsü İstatistik Göstergeler (1923-1998), Ankara.

Çizelge 3 : Çiftçi Eline Geçen Mandarin Fiyatlarındaki Cari ve Reel Gelişmeler (1982-1998)

Yıllar	TEFİ *	Cari Fiyat**	Reel Fiyat	Basit İndeks	Zincirleme İndeks	Trend	(R/T)*100
	1987=100	TL/kg	TL/kg	1982=100			
1982	20,2	41	202,97	100,00	100,00	181,42	111,88
1983	26,4	48	181,82	89,58	89,58	185,75	97,88
1984	39,7	52	130,98	64,53	72,04	190,08	68,91
1985	57,6	110	190,97	94,09	145,80	194,41	98,23
1986	75,3	141	187,25	92,26	98,05	198,74	94,22
1987	100,0	212	212,00	104,45	113,22	203,07	104,40
1988	170,5	368	215,84	106,34	101,81	207,40	104,07
1989	279,5	557	199,28	98,18	92,33	211,73	94,12
1990	425,7	1.005	236,08	116,31	118,46	216,06	109,27
1991	661,4	1.653	249,92	123,13	105,86	220,39	113,40
1992	1.072,0	2.975	277,52	136,73	111,04	224,72	123,50
1993	1.698,0	4.328	254,89	125,58	91,85	229,05	111,28
1994	3.747,0	8.257	220,36	108,57	86,45	233,38	94,42
1995	7.064,7	15.252	215,89	106,37	97,97	237,71	90,82
1996	12.337,4	27.701	224,53	110,62	104,00	242,04	92,77
1997	22.336,1	53.447	239,29	117,89	106,57	246,37	97,13
1998	38.021,6	88.752	233,43	115,00	97,55	250,70	93,11

Kaynak: * TCMB, 2002. T.C. Merkez Bankası İnternet Sayfası, www.tcmb.gov.tr

** DİE, 2000. T.C. Devlet İstatistik Enstitüsü İstatistik Göstergeler (1923-1998), Ankara.

3.2. Turunçgil Fiyatlarındaki Mevsimsel Dalgalanmalar

Tarım ürünlerinin arz ve talebinde mevsim farklılıkları önemlidir. Bitkisel ürünlerin üretiminin genellikle belli dönemlerde yapılmasına karşın talebinin büyük ölçüde yıl boyunca sabit olması nedeni ile bu ürünlerin arz ve talebindeki mevsim farklılıkları önemlidir. Bu durum ise mevsimsel fiyat dalgalanmalarına neden olmaktadır. Bunun yanında depolamaya elverişli olan tarım ürünlerinin portakal ve limon gibi pazarlama masrafları çeşitlere göre yıl içinde oluşan ürün fiyatlarını da etkilemektedir.

Portakal ve limon fiyatlarında 1994-2001 dönemi için hareketli ortalama sonuçları Çizelge 4 ve 5'te verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, Antalya ili portakal reel fiyatlarının Mayıs-Ekim döneminde mevsim ortalamalarının üzerinde, diğer aylarda ise mevsim ortalamalarının altında değer aldığını göstermektedir. Portakal reel fiyatlarında gerçekleşen en yüksek mevsimsel indeks değeri Ağustos (119,37), Temmuz (119,03), Haziran (114,10), Eylül (110,20), Mayıs (104,57) ve Ekim (101,67) aylarında olup, en düşük mevsimsel indeks değeri ise Şubat (81,83), Mart (81,94) ve Ocak (86,08) aylarında hesaplanmıştır.

Antalya ilinde portakal üretimi yoğun olarak Washington Navel, Yerli, Yafa ve Valencia çeşitlerinden oluşmaktadır. Washington Navel, Yerli ve Yafa portakal çeşitlerinin pazara arz miktarının yoğun olduğu Ocak, Şubat ve Mart aylarında portakal ortalama fiyatları düşük seyrederken, bunu izleyen Nisan-Ağustos döneminde arz miktarının azalmasıyla birlikte aylık ortalama reel fiyatlar yükseliş trendini sürdürmektedir. Mayıs-Ekim döneminde portakal ortalama reel fiyatlarının mevsim ortalamasından yüksek değer almasının nedeninin, söz konusu dönemde arz miktarının düşük olmasından kaynaklandığı söylenebilir (Çizelge 4).

Çizelge 4 : 1994-2001 Dönemi İçin Portakal Fiyatlarında Mevsimsel Dalgalanma (1994=100)

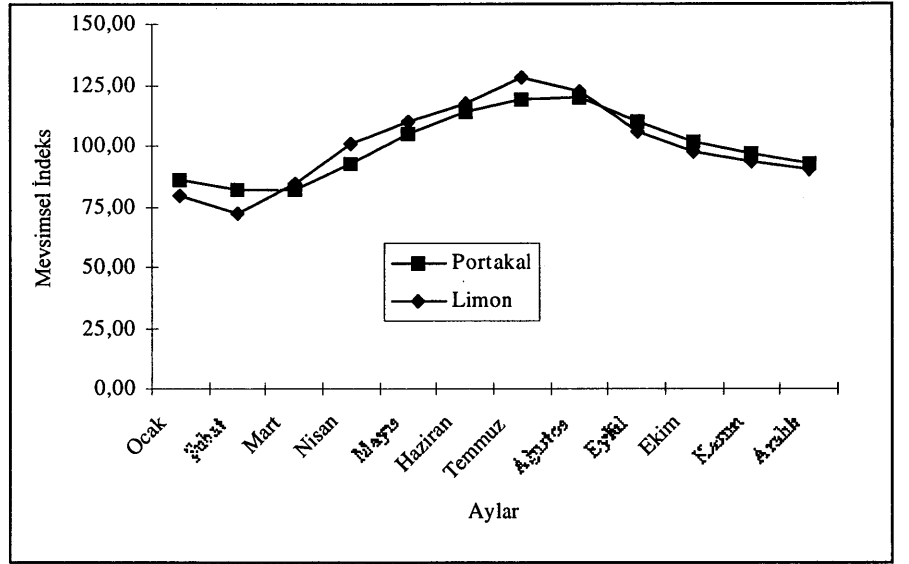
Aylar	Hareketli Ortalama Değerleri							Ortalama	Mevsim İndeksi	Varyasyon Katsayısı
Ocak	82,06	95,56	88,39	91,26	89,77	78,38	86,44	87,41	86,08	6,59
Şubat	64,99	95,14	76,15	90,41	83,17	75,12	96,65	83,09	81,83	14,09
Mart	55,24	99,10	70,81	95,06	87,07	76,84	98,32	83,21	81,94	19,70
Nisan	91,60	106,77	92,18	96,75	90,80	85,55	93,02	93,81	92,39	7,04
Mayıs	109,35	114,51	104,71	92,07	106,23	104,26	112,12	106,18	104,57	6,87
Haziran	104,97	116,20	113,18	99,20	122,34	115,06	140,09	115,86	114,10	11,33
Temmuz	108,31	115,72	114,29	108,64	129,65	116,78	152,66	120,86	119,03	13,00
Ağustos	109,21	123,16	114,97	116,72	119,53	110,54	154,37	121,21	119,37	12,71
Eylül	105,43	118,00	106,56	107,58	110,82	104,69	130,18	111,89	110,20	8,27
Ekim	97,50	103,52	99,13	107,50	100,55	110,68	103,76	103,23	101,67	4,52
Kasım	93,87	94,95	99,26	101,54	94,86	103,35	97,14	97,85	96,37	3,72
Aralık	98,27	91,70	91,50	98,12	87,21	96,37	94,05	93,89	92,46	4,31

Antalya ilinde çiftçi eline geçen limon aylık ortalama reel fiyatları mevsim ortalaması en yüksek Ağustos ayında (122,11) olup, bunu Haziran (117,00), Mayıs (109,65), Eylül (105,52) ve Nisan (100,78) ayları izlemektedir. Limonun ortalama reel fiyatlarının mevsim ortalamasından düşük olduğu aylar ise Şubat (72,15), Mart (84,11), Aralık (89,87), Kasım (93,79) ve Ekim'dir (97,58).

Antalya ilinde Enterdonato, Kıbrıs ve Kara limon çeşitlerinin yoğun olarak üretimi gerçekleşmektedir. Eylül ayında Enterdonato limonu hasat olgunluğuna ulaştığından ürünün pazara arz edilmeye başlaması ile birlikte Ekim-Şubat döneminde limonun ortalama reel fiyatlarında düşüş trendi meydana gelmektedir. Mart ayından sonra ise arz miktarının azalması nedeniyle ortalama reel fiyatlar yükselmektedir. Buna karşın, Temmuz ve Ağustos aylarında Kıbrıs limonunun arz miktarının artması limonun ortalama reel fiyatlarının tekrar düşüş trendine girmesine neden olmaktadır (Çizelge 5). Antalya ilinde portakal ve limonun ortalama aylık reel fiyatlarının gelişimi Şekil 3'te verilmiştir.

Çizelge 5 : 1994-2001 Dönemi İçin Limon Fiyatlarında Mevsimsel Dalgalanma (1994=100)

Aylar	Hareketli Ortalama Değerleri							Ortalama	Mevsim İndeksi	Varyasyon Katsayısı
	1	2	3	4	5	6	7			
Ocak	82,16	92,49	78,58	85,27	78,66	70,94	81,21	81,33	79,52	8,15
Şubat	69,79	93,39	69,83	79,84	68,66	50,36	84,69	73,80	72,15	18,73
Mart	86,66	98,55	80,26	83,59	71,20	85,90	96,05	86,03	84,11	10,79
Nisan	97,61	119,45	110,06	90,50	91,42	116,18	96,30	103,07	100,78	11,61
Mayıs	110,51	120,77	112,41	100,55	104,08	133,38	103,34	112,15	109,65	10,33
Haziran	117,30	113,66	110,40	112,87	137,37	143,65	102,42	119,67	117,00	12,58
Temmuz	129,23	122,39	125,97	116,05	151,90	142,33	128,14	130,86	127,94	9,36
Ağustos	121,27	120,68	123,55	116,72	143,02	120,14	128,89	124,90	122,11	7,06
Eylül	114,06	109,31	107,47	107,78	106,23	105,84	104,79	107,93	105,52	2,85
Ekim	105,46	93,20	99,16	98,03	98,39	101,83	102,58	99,81	97,58	3,94
Kasım	100,43	89,06	97,38	93,01	95,35	95,43	100,82	95,93	93,79	4,31
Aralık	99,49	89,43	96,26	85,16	84,49	90,78	97,79	91,91	89,87	6,57



Şekil 3. Aylık Ortalama Portakal ve Limon Reel Fiyatlarının Gelişimi (1994-2001)

3.3. Pazarlama Marjı

Pazarlama marjı, tüketicinin ödediği fiyat ile üreticinin eline geçen fiyat arasındaki farktır (Kohls ve Uhl, 1998). Tüketicinin ürüne sahip olmak için ödediği fiyatta, üreticinin sahip olduğu pay; pazarlama kanalının genişliğine ve durumuna, bu kanallarda ürüne uygulanan hizmetlerin maliyetine, ürünlerin bozulma sürelerine göre değişmektedir (Güneş, 1996).

Antalya ili turunçgil üreticisinin eline geçen fiyat ile tüketicinin ödediği fiyat arasındaki ilişkiyi belirlemek için 1994-2001 dönemine ait veriler incelenmiştir. Buna göre Antalya ilinde tüketicilerin ödediği fiyat içerisinde üreticinin eline geçen pay %48,69-74,24 arasında değişmektedir (Çizelge 6).

Çizelge 6. Portakal Pazarlama Zincirinin Değişik Kademelerinde Fiyatlar (1987=100)

Yıllar	Çiftçi Eline Geçen Fiyat (TL/kg)	Tüketicinin Ödediği Fiyat (TL/kg)	Pazarlama Payı (TL/kg)	(ÇEGF/TÖF) *100
1994	147,81	242,83	95,02	60,87
1995	160,90	291,49	130,59	55,20
1996	200,10	331,12	131,02	60,43
1997	175,35	347,99	172,64	50,39
1998	167,63	344,25	176,63	48,69
1999	149,79	304,10	154,31	49,26
2000	130,87	213,98	83,11	61,16
2001	184,21	248,14	63,93	74,24

Aynı dönem için Antalya ilinde tüketicilerin limon için ödediği fiyat içinde çiftçinin eline geçen pay %46,34 ile %88,06 arasında değişmiştir. (Çizelge 7).

Çizelge 7. Limon Pazarlama Zincirinin Değişik Kademelerinde Fiyatlar (1987=100)

Yıllar	Çiftçi Eline Geçen Fiyat (TL/kg)	Tüketicinin Ödediği Fiyat (TL/kg)	Pazarlama Payı (TL/kg)	(ÇEGF/TÖF) *100
1994	176,62	204,56	27,94	86,34
1995	216,10	259,60	43,50	83,24
1996	338,92	465,45	126,53	72,82
1997	371,92	422,37	50,45	88,06
1998	261,38	329,42	68,04	79,35
1999	158,53	342,11	183,58	46,34
2000	216,40	417,71	201,31	51,81
2001	165,00	321,07	156,07	51,39

Tüketicinin mandarine ödediği fiyat ile çiftçi eline geçen fiyatlar Çizelge 8'de verilmiştir. Görüldüğü gibi tüketicinin mandarine ödediği fiyat içinde üreticiye düşen pay %48,05-62,47 arasında değişmiştir.

Çizelge 8. Mandarin Pazarlama Zincirinin Değişik Kademelerinde Fiyatlar (TL/kg)

Yıllar	Çiftçi Eline Geçen Fiyat (TL/kg)	Tüketicinin Ödediği Fiyat (TL/kg)	Pazarlama Payı (TL/kg)	(ÇEGF/TÖF) *100
1994	187,85	300,72	112,87	62,47
1995	184,00	308,39	124,39	59,67
1996	195,75	404,99	209,24	48,34
1997	264,94	499,55	234,61	53,04
1998	177,98	397,91	219,94	44,73
1999	129,17	268,80	139,63	48,05
2000	128,24	238,17	109,93	53,84
2001	131,31	241,67	110,36	54,33

Araştırma bulgularına göre Antalya ilinde limon ve mandarin için tüketicilerin ödemiş olduğu fiyattan üreticinin eline geçen fiyatların düşme eğiliminde olduğu gözlenmektedir. Bu durum, turunçgil üreticileri açısından olumsuz bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

Çalışmada 1994-2001 dönemi için limon ve mandarin reel fiyatları ile portakal reel fiyatları arasındaki parite değerleri analiz edilmiştir. 1994 yılında limonda 1,20 olan parite değeri 2001 yılında 0,90'na düşmüştür. Benzer şekilde, mandarinde dönem başında 1,27 olan parite değeri dönem sonunda 0,71 olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 9). Bu sonuçlara göre incelenen dönemde Antalya ilinde limon/portakal ve mandarin/portakal fiyat pariteleri portakal lehine gelişmiştir.

Çizelge 9. Antalya İli Portakal, Limon ve Mandarin Reel Fiyatlarındaki Gelişme ve Portakal Fiyatlarına Göre Paritenin Gelişimi (1987=100)

Yıllar	Portakal		Limon		Mandarin		Parite	
	TL/kg (1)	İndeks 1994=100	TL/kg (2)	İndeks 1994=100	TL/kg (3)	İndeks 1994=100	2/1	3/1
1994	147,80	100,00	176,62	100,00	187,86	100,00	1,20	1,27
1995	160,90	108,86	216,10	122,35	184,00	97,94	1,34	1,14
1996	200,10	135,38	338,92	191,89	195,75	104,20	1,69	0,98
1997	175,35	118,64	371,91	210,57	264,93	141,03	2,12	1,51
1998	167,63	113,42	261,38	147,99	177,98	94,74	1,56	1,06
1999	149,79	101,35	158,53	89,76	129,17	68,76	1,06	0,86
2000	130,87	88,54	216,40	122,52	128,24	68,27	1,65	0,98
2001	184,21	124,63	165,00	93,42	131,31	69,90	0,90	0,71

4. SONUÇ

Çalışmada 1982-1998 döneminde Türkiye'de portakal, limon ve mandarinde çiftçi eline geçen reel fiyatlar incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre araştırma konusu ürünler için trend denkleminin eğimi pozitif ve yıllık artış eğilimi ise limonda 9,64 TL/kg, mandarinde 4,33 TL/kg ve portakalda ise 3,05 TL/kg'dır. Ayrıca, çalışmada Antalya ilinde portakal ve limon fiyatlarındaki mevsimsel dalgalanmaları belirlemek amacıyla 1994-2001 döneminde bu ürünlerin reel fiyatları aylık olarak değerlendirilmiştir. Portakal reel fiyatları Mayıs-Ekim döneminde mevsim ortalamasının üzerinde diğer aylarda ise altında gelişmiştir. Limon reel fiyatlarının mevsim ortalamasının üzerinde olduğu dönem ise Nisan-Eylül'dür. Bu sonuçlara göre, portakal ve limon ürünlerinde çiftçi eline geçen fiyatlarda önemli düzeyde mevsimsel dalgalanma gerçekleşmektedir.

Antalya ilinde tüketicilerin ödemiş olduğu fiyat içerisinde turunçgil üreticilerinin eline geçen fiyatın payı portakalda artış gösterirken, limon ve mandarinde azalma eğilimi göstermektedir. 2001 yılı için tüketicilerin ödemiş olduğu fiyatta üreticilerin payı en yüksek portakalda (%74,24) gerçekleşirken, portakalı mandarin ve limon izlemiştir. Antalya ilinde portakal ve limon fiyatlarındaki reel gelişmeler ve mevsimsel dalgalanmalara göre, üretici açısından portakal için en iyi satış döneminin Mayıs-Ekim dönemi olduğu söylenebilir. Limonda, limon fiyatlarının düzenli olarak arttığı Nisan-Temmuz döneminin, ürünün pazara arzı için en uygun dönem olduğu ifade edilebilir. Bununla beraber, bu sonuçların üreticilerin içinde bulunduğu doğal, ekonomik ve sosyal koşullar ile depolama olanakları ve maliyetlerine göre değişebileceği dikkate alınarak yorumlanması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Akkaya, F., M. A., Çelikyurt, 1996.** Son 15 Yılda Türkiye Turunçgil Meyve Fiyatlarında Meydana Gelen Değişmeler ve Bu Değişmeler Üzerine Etki Eden Faktörler, Derim Dergisi, Cilt 2 (13): 50-67.
- Anonim, 2001.** Antalya İhracatçı Birlikleri Kayıtları, Antalya.
- Anonim, 2002a.** Antalya İhracatçı Birlikleri İnternet Sayfası, www.aib.org.tr
- Anonim, 2002b.** Antalya İli Büyükşehir Belediyesi Toptancı Hali Kayıtları, Antalya.
- Anonim, 2002c.** T.C. Antalya Tarım İl Müdürlüğü Kayıtları, Antalya.
- DİE, 2000.** T.C. Devlet İstatistik Enstitüsü İstatistik Göstergeler (1923-1998), Ankara.
- DİE, 2002.** T.C. Devlet İstatistik Enstitüsü Tarımsal Yapı, Çeşitli Yıllar, Ankara.
- FAO, 2002.** Faostat Database, Agriculture Data, www.fao.org
- Fidan, H., A., Koç, 2001.** Dinamic Behavior of Onion Prices in Turkey, Turkish Journal of Ariculture & Forestry Volume 25 (195-209)
- Güneş, T., R., Arıkan, 1988.** Tarım Ekonomisi İstatistiği, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Yayın No: 1049, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.
- Güneş, T., 1996.** Tarımsal Pazarlama, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Yayın No: 1467, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.

- Hatırlı, S. A., H., Şengül, A. R., Aktaş, 2002.** Türkiye’de Buğday Fiyat Duyarlılığının Analizi. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 15 (1): 61-67, Antalya.
- İGEME, 2002.** İhracatı Geliştirme Merkezi İnternet Sayfası, www.igeme.org.tr
- Kohls, R. I., J. N. Uhl, 1998.** Marketing of Agriculture Products, Purdue University, Macmillan Publishing Company, Eight Edition, New Jersey.
- Karlı, B., 1997.** Türkiye’de 1981-1995 Döneminde Pamuk Fiyatlarının Analizi, Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt: 4 (1): 19-28, Şanlıurfa.
- Özkan, B., 1996.** Antalya’da Soya Üretimden Kalkıyor mu? Çiftçi ve Köy Dünyası Dergisi, 142:21-24, Ankara.
- Özkan, B., M. G., Akpınar, İ., Kutlar, 1998.** Antalya ilinde Domates Fiyatlarındaki Gelişmeler ve Mevsimsel Dalgalanmalar, Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 11 (1): 21-31, Antalya.
- Serper, Ö., 1996.** Uygulamalı İstatistik 2, Filiz Kitabevi, İstanbul.
- Şengül, H., O., Erkan, 1994.** Türkiye’de 1970-1989 Dönemindeki Soğan Fiyatlarının Analizi, Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt: 9 (3): 213-228, Adana.
- TCMB, 2002.** T.C. Merkez Bankası İnternet Sayfası, www.tcmb.gov.tr
- Vural, H., 1991.** Ankara İline Sunulan Yaş Meyve ve Sebze Arzının Özellikleri, Uluslararası Meyvecilik, Sebzeçilik ve Çiçekçilik Dergisi, Sayı: 4: 20-22, İstanbul.

TÜRKİYE'DE ZEYTİNYAĞI TALEBİ : EŞANLI MODEL YAKLAŞIMI

Selim Adem HATIRLI* Ali Rıza AKTAŞ*

ÖZET

Bu çalışmada, Türkiye'de zeytinyağı tüketimini etkileyen faktörler 1980-2000 dönemi için analiz edilmiştir. Çalışmada eşanlı model kullanılmış olup, modelin ekonometrik olarak tahmininde iki aşamalı en küçük kareler (2AEK) yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonuçları, zeytinyağının fiyat-talep elastikiyetinin az esnek ve zeytinyağının lüks bir mal olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra araştırma sonuçları, ayçiçek yağı ile margarin fiyatlarının zeytinyağı talebi üzerine etkili olduğunu göstermektedir. Eşanlı modelin zeytinyağı perakende fiyatları denkleminde, ihracat ve stok miktarının bir yıl gecikmeli değerlerinin zeytinyağı perakende fiyatları üzerine etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler : Zeytinyağı Talebi, Zeytinyağı Fiyat-Talep Elastikiyeti, Eşanlı Model Yaklaşımı

THE DEMAND FOR OLIVE OIL IN TURKEY: A SIMULTANEOUS MODEL APPROACH

ABSTRACT

In this study, we investigated factors affecting demand for olive oil in Turkey during the period of 1980-2000. For this purpose, simultaneous equation model was used and estimated using two-stage least squares (2SLS) estimation technique. The empirical results show that own price elasticity of olive oil is inelastic and olive oil is a luxury good in Turkey. Furthermore, the results indicate that sunflower and margarine oil prices at retail level are significant variables in determining per-capita demand for olive oil. On the retail price equation of simultaneous model, first year lag quantities of export and stock quantity were found statistically significant on retail price of olive oil.

Keywords : Demand for Olive Oil, Price and Demand Elasticity for Olive Oil, Similtaneous Model Approach

* Süleyman Demirel Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü – Isparta.

1. GİRİŞ

Türkiye, bulunduğu konum ve sahip olduğu Akdeniz iklimi özellikleriyle İtalya, İspanya, Yunanistan, Tunus gibi diğer Akdeniz ülkeleriyle birlikte dünyanın önde gelen zeytin ve zeytinyağı üreten ülkelerinden birisidir. Zeytin ve zeytin ürünleri, daha çok Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerde yetiştirilmesi nedeniyle hem bu bölgelerde yaşayan insanların önemli gıda maddeleri arasında yer almakta, hem de onlara gelir sağlama bakımından önemini sürdürmektedir (Dikmen ve ark., 1995)

Zeytin meyvesinden elde edilen zeytinyağı önemli bir bitkisel yağ kaynağı olup kendine özgü tat ve kokusu olan, hiçbir kimyasal işlem görmeden sadece fiziksel işlemlerle elde edilen ve doğal olarak tüketilebilmesi nedeniyle oldukça özel bir konuma sahiptir. Zeytinyağı bir vitamin deposu olması yanında (A, D, E, K) insan sağlığı açısından mono doymamış yağ asitlerini en çok içeren, doğal kaynaklı hücre yapısı kolesterole olumsuz etkisi olmayan, yapısında taşımış olduğu A, D, E, K vitaminleri ile kalp ve hormonal sisteme olumlu katkısı ile insan sağlığı açısından oldukça önemli bir bitkisel yağdır (Miran ve Tunalioglu, 1996; Dikmen ve ark., 1995)

Türkiye, dünya zeytinyağı üretimi ve dış ticaretinde söz sahibi ülkelerden birisi olmasına karşın, tüketimde bu özelliğini koruyamamaktadır. Nitekim, ülkemizde son 20 yıl içinde kişi başına zeytinyağı tüketiminin bitkisel kökenli yağ tüketimi içindeki payında bir azalma görülmektedir. 1980 yılında ülkemizde kişi başına yıllık ortalama 14.8 kg olan bitkisel kökenli yağ tüketiminin %16.22'sini zeytinyağı oluştururken, 2000 yılında 17.5 kg olan bitkisel kökenli yağ tüketimi içindeki payı %6.29'a düşmüştür (FAO, 2000). Bu değişimin en önemli nedeni olarak ise zeytinyağı perakende fiyatlarının diğer bitkisel yağlara göre oldukça yüksek olması ve insan sağlığı bakımından zeytinyağı tüketiminin önemini yeterince bilinmemesi belirtilmektedir. (Dikmen ve ark, 1995).

İnsan beslenmesi açısından oldukça önemli olan zeytinyağı tüketimini artırmak için gelişmiş ülkelerde yoğun kampanyalar yapılarak tüketiminin yaygınlaştırılmasına çalışılırken ülkemizde tüketimini artırmak bir yana 1970-80'lerde kişi başına 3 kg olan tüketimin 2000'li yıllara gelindiğinde 1 kg'a düşmesi oldukça dikkat çekicidir. Bunun yanısıra, ülkemizin zeytin tarımından ticaretine kadar sahip olduğu özel konumu dikkate alınarak oluşturulmuş politika ve teşvik sistemlerinin yetersiz kalması, yaşanan ekonomik sorunlar nedeniyle zeytinyağı tüketimi zaman içerisinde önemini kaybetmeye devam etmektedir.

Bu çalışma ile ülkemizde 1980-2000 dönemi için zeytinyağı talebini etkileyen faktörler eşanlı model oluşturularak ekonometrik olarak analizi yapılmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde Türkiye zeytinyağı üretimi, tüketimi ve dış ticareti incelenmiştir. Araştırmanın üçüncü ve dördüncü bölümlerinde sırasıyla literatür özeti ile materyal ve yöntem verilmiştir. Araştırmanın beşinci bölümünde araştırma bulguları ve son bölümde ise sonuç ve öneriler verilmiştir.

2. TÜRKİYE'DE ZEYTİNYAĞININ ÜRETİM, TÜKETİM VE DIŞ TİCARETİ

Ülkemiz dünya zeytinyağı üretiminin %7.3'ünü, ihracatının %18.48'ini, tüketiminin ise %2.9'unu karşılamakta ve bu konumu ile dünya zeytinciliğinde önemli ülkelerden birisidir (FAO, 2000). 2000 yılı verilerine göre dünyada yaklaşık 10 milyon hektar alan üzerinde 900 milyon ağaç varlığı, 10 milyon ton dane, 875 bin ton sofralık, 2.5 milyon ton zeytinyağı üretimi yapıldığı tahmin edilmektedir. Ülkemiz ise, 0.8 milyon hektar alan üzerinde, 95 milyon zeytin ağaç varlığı, 600 bin ton dane, 350 bin ton yağlık zeytin, 250 bin ton sofralık zeytin ve 192 bin ton zeytinyağı üretimi ile dünya zeytinciliğinde 4. sırada yer almaktadır (DİE, 2002 ; İTB, 2001).

Ülkemizde yıllık toplam zeytinyağı tüketimi yaklaşık olarak 65-75 bin ton seviyesinde bulunmaktadır. Üretimde periyodisiteye bağlı olarak görülen üretim ve verim düşüklükleri zeytinyağının diğer bitkisel yağlar karşısında pahalı olmasına sebep olmaktadır. Zeytinyağının sağlıklı beslenme açısından son derece önemli bir besin kaynağı olmasına rağmen tanıtımının yeterince iyi yapılmaması tüketiminin istenilen seviyeye gelmesini engellemektedir. Zeytin meyvesinde görülen periyodisiteden doğal olarak zeytinyağı üretimi ve tüketimi de etkilenmektedir. Türkiye'de zeytinyağı üretimi ve kişi başına tüketiminin gelişimi 1980-2000 dönemi için Grafik 1'de verilmiştir.

Grafikten görüldüğü gibi 1980 yılında 170 bin ton olan zeytinyağı üretiminde periyodisiteye bağlı olarak önemli dalgalanmalar dikkati çekmekle birlikte 2000 yılındaki üretimimiz 185 bin ton olarak gerçekleşmiştir. İncelenen dönemde, zeytinyağı üretiminin en düşük olduğu yıl 1989 yılı olup bu yıldaki üretim miktarı 35 bin ton olmuştur. Zeytinyağı üretimindeki dalgalanmaya bağlı, genel olarak kişi başına zeytinyağı tüketiminin zeytinyağı üretimine paralel olarak yıldan yıla dalgalandığı gözlenmektedir. Nitekim, zeytinyağı üretiminin düşük olduğu yıllarda tüketimde de azalmalar görülmektedir. 1980 yılında 2.4 kg olan kişi başına zeytinyağı

tüketimi 1998 ve 1999 yılları ortalaması 0.6 kg'a kadar düşmüş ve 2000 yılında 1 kg'a yükselmiştir. Ülkemizde zeytinyağı çoğunlukla üretim bölgelerindeki üreticiler tarafından alışkanlıklarla sınırlı olarak tüketilirken, yıllık kişi başına tüketimi, 1970-79 dönemi ortalaması yaklaşık 3 kg iken 1980-2000 dönemi ortalaması 1.15 kg civarında gerçekleşmiştir. Dünya zeytincilik sektöründe söz sahibi olan ülkelerle karşılaştırıldığında bu değerın İspanya'da 12 kg, İtalya'da 14 kg ve Yunanistan'da 20 kg olduğu görülmektedir (FAO, 2000).



Zeytin üretiminin Akdeniz ve benzeri iklime sahip olan ülkelerde gerçekleşmesi, zeytinyağı ticaretinde sınırlı sayıda ülkenin söz sahibi olmasına neden olmuştur. Dünya zeytinyağı ihracatının yaklaşık %95'i toplam yedi ülke (İtalya, İspanya, Yunanistan, Fransa, Tunus, Türkiye ve Suriye) tarafından gerçekleştirilmektedir. 1988-1994 yılları arasında ortalama zeytinyağı ihracatımız 8 bin ton civarında gerçekleşmiştir. Son yıllarda pazarların genişlemesi, özellikle 1996-98 yılları arasında rekor üretim ve devreden stoklar nedeniyle Türkiye'nin toplam zeytinyağı arzı bu yıllarda yüksek olmuş ve rakip ülkelerde yok yılı yaşanması nedeniyle ülkemizin zeytinyağı ihracatı 1999 yılında 106 bin ton olarak gerçekleşmiştir. 1999 yılında ülkemizde yok yılı yaşanması nedeniyle 2000 yılı ihracatımızda bir önceki yıla göre büyük bir düşüş yaşanmış ve 16 bin ton olarak gerçekleşmiştir. 2001 yılı verilerine göre ise 92 bin tonluk

ihracatımız ile dünya zeytinyağı ihracatı içindeki payımız %18.48 olarak gerçekleşmiştir (İTB, 2002).

Türkiye'nin zeytinyağı üretimi yeterli olmakla birlikte üretimin yetersiz olduğu yıllarda az da olsa zeytinyağı ithalatı yapılmaktadır. İthalat, var yılı ve yok yılına göre dalgalanma göstermektedir. 1997-2000 dönemleri arasında ortalama zeytinyağı ithalatı yıllık 167 ton olarak gerçekleşmiştir. 1999 yılında ülkemizde yok yılı yaşanması nedeniyle zeytinyağı ithalat miktarı bir önceki yıla göre %54 oranında bir artış göstererek 2000 yılında 340 ton olarak gerçekleşmiştir.

3. LİTERATÜR ÖZETİ

Ülkemiz tarımı, dış ticareti ve insan sağlığı için önemli bir ürün olan zeytinyağının üretiminden tüketimine kadar her aşamasına yön verebilmek için değişik politika araçları kullanılmaktadır. Bu nedenle tüketim ve fiyatı etkileyen faktörlerin bilinmesi ve buna göre politikaların izlenmesi önem taşımaktadır. Ülkemizde zeytinyağı talebini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik çeşitli araştırmalar bulunmaktadır.

Gökçek ve Emeksiz (1999) "Adana Kentsel Alanda Ailelerin Yemeklik Yağ Tüketimi ve Yağın Harcama Esnekliğinin Tahmini" konulu araştırmalarında ailelerin yemeklik yağ tüketimi ile gelirin tüketim üzerine olan etkisini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda, gelir harcama esneklikleri zeytinyağı için 1.60, tereyağı için 1.78, sıvı yağ için 0.60 ve incelenen yağların tümü için 0.90 olarak bulunmuştur.

Şengül ve Yurdakul (1998) "Zeytinyağı Talebinin Double Hurdle Modeli ile Analizi" konulu çalışmalarında Adana kent merkezinde yaşayan ailelerin zeytinyağı taleplerini Double Hurdle modeliyle analiz etmişlerdir. Araştırma sonucunda, Adana kentsel alanda zeytinyağının lüks bir ürün olduğu ve zeytinyağı fiyat talep esnekliğinin yüksek olduğunu ve zeytinyağı ile ayçiçek yağı ve diğer sıvı yağlar (mısır özü ve soya yağı) arasında bir ikame ilişkisi olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca, Adana kentsel alanda ailelerin zeytinyağı taleplerini modelde kullanılan ekonomik faktörlerin yanı sıra sosyo-demografik değişkenlerin de etkilediğini belirlemişlerdir.

Miran ve Tunaliolu (1996) Türkiye'de zeytinyağı tüketimi üzerine etkili bazı faktörleri belirlemek amacıyla yaptıkları araştırmalarında zeytinyağı tüketimindeki gelişmeye neden olduğu kabul edilen değişkenlerle yedi ayrı ekonometrik model geliştirmişlerdir. Araştırma sonucunda, zeytinyağı perakende fiyatının tüketim üzerinde etkili olduğunu ve incelenen dönemde kişi başına zeytinyağı tüketiminin sürekli bir azalma

gösterdiğini tespit etmişlerdir. Buna karşın tereyağı, sıvı yağ ve margarin fiyatı ile kişi başına milli gelir, reklam ve destekleme uygulamalarının incelenen dönemde zeytinyağı tüketimi üzerinde etkili olmadığını belirlemişlerdir.

4. MATERYAL VE YÖNTEM

4.1 Materyal

Bu çalışmada, Türkiye'de zeytinyağı tüketimini etkileyen faktörler 1980-2000 dönemi için analiz edilmiş ve zaman serisi verileri kullanılmıştır. Çalışmanın temel verileri çeşitli ulusal ve uluslararası kuruluş ve organizasyonlardan elde edilmiştir. Zeytinyağı üretim, ihracat-ithalat, stok miktarları, kişi başına zeytinyağı ve ayçiçek yağı tüketim miktarları Gıda Tarım Organizasyonu'ndan (FAO), zeytinyağı, ayçiçek yağı, margarinin perakende fiyatları, kişi başına düşen milli gelir ve toptan eşya fiyat endeksleri Devlet İstatistik Enstitüsü'nün (DİE) çeşitli kaynaklarından elde edilmiştir. Modeldeki fiyatlara ilişkin değişkenler, DİE'nin Toptan eşya fiyat endeksleri kullanılarak deflate edilmiştir.

4.2 Yöntem

Tek denklemlili ekonometrik modellerde bağımlı değişken (Y) ile açıklayıcı değişken(ler) (X) arasındaki neden-sonuç ilişkisi araştırılır. Fakat ekonometrik çalışmalarda tek yönlü neden-sonuç ilişkisi bazı durumlarda anlamlı olmaz. Bağımlı değişken açıklayıcı değişkenler tarafından belirlenirken, açıklayıcı değişkenlerden bazıları da bağımlı değişken tarafından belirlenirse bu durumda eşanlı ya da iki yönlü ilişkinin varlığından söz edilir (Gujarati, 1995). Diğer bir deyişle, Y ile X arasındaki ilişki tek denklemlili bir model yerine birden çok denklemlili model ile açıklanmalıdır. Eşanlı denklemlilerde örnek olarak aşağıdaki model verilebilir:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + e_1 \quad (1)$$

$$X_1 = \beta_0 + \beta_1 Y + \beta_2 X_2 + e_2 \quad (2)$$

Örnek modelden görüldüğü gibi birinci denklemlide Y, X_1 ve X_2 değişkenlerince açıklanmakta, buna karşın ikinci denklemlide ise X_1 değişkeni Y ve X_2 değişkenlerince açıklanmaktadır. Diğer bir deyişle, Y ile X_1 arasında eşanlı yada çift yönlü bir etkileşim söz konusudur. Bu durumda, Y ve X_1 değişkenleri içsel değişkenler olarak adlandırılır ve eşanlı modelde içsel değişken sayısı kadar denklemlinin olması gerekmektedir. Bu modellerin

çözümü ise denklemlerin birlikte çözümü ile mümkündür. Söz konusu denklem sisteminin eşanlı olarak mı yoksa denklemlerin birbirinden bağımsız olarak mı tahmin edilip edilemeyeceğinin test edilmesi gereklidir. Nitekim, eşanlılık ilişkisi yok iken sıradan en küçük kareler (SEK) yöntemi ile elde edilen tahmin ediciler hem sapmasız, hem tutarlı tahmin edicilerdir. Buna karşın, eşanlılık ilişkisi var iken SEK yöntemi ile elde edilen tahmin ediciler tutarlı bile değildir.

Bu çalışmada, kişi başına düşen zeytinyağı talebi ile zeytinyağının perakende fiyatı arasında eşanlılık ilişkisi araştırılmış ve bu ilişkinin belirlenmesinde Hausman test yöntemi kullanılmıştır. Talep ve fiyat denklemlerine ait ekonometrik modelin matematiksel fonksiyonunun seçimi için doğrusal, çift logaritmik, doğrusal-logaritmik ve logaritmik-doğrusal modelleri denenmiştir. Bu modellerden talep denklemini çift logaritmik, fiyat denklemini ise doğrusal modelin diğer modellere göre daha iyi temsil ettiği yapılan çeşitli testler sonucu belirlenmiştir. Talep denkleminin tahmininde çift yönlü logaritmik model kullanıldığı için tahmin edilen katsayılar doğrudan elastikiyeti vermektedir. Fiyat denklemine ait değişkenlerin elastikiyetleri ise açıklayıcı değişkenlerle bağımlı değişkenin ortalama değerleri ve hesaplanan katsayılar dikkate alınarak hesaplanmıştır. Kişi başına zeytinyağı talebini etkilediği kabul edilen faktörler olarak zeytinyağı, ayçiçek yağı ve margarinin perakende fiyatları, kişi başına düşen milli gelir, kişi başına ayçiçek yağı tüketim miktarı ve kişi başına zeytinyağı tüketim miktarının bir yıl gecikmeli değeri dikkate alınmış ve model aşağıdaki şekilde çift logaritmik olarak ifade edilmiştir:

$$\log Q_t = \log \alpha_0 + \alpha_1 \log P_{zt} + \alpha_2 \log P_{At} + \alpha_3 \log P_{Mt} + \alpha_4 \log G_t + \alpha_5 \log AQ_t + \alpha_6 \log Q_{t-1} + e_{1t} \quad (3)$$

Zeytinyağı perakende fiyatında meydana gelen değişmelerin kişi başına zeytin yağı tüketim miktarı, zeytinyağı üretim miktarı, zeytinyağı ihracatı ve stokunun bir yıl gecikmeli miktarları tarafından açıklandığı kabul edilmiştir. Fiyat denklemine ayrıca, kişi başına zeytinyağı tüketimindeki önemli dalgalanmanın olduğu 1981, 1983, 1989 ve 1998 yılları için gölge değişkeni dahil edilmiştir. Buna göre zeytinyağı perakende fiyatı için doğrusal model aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

$$P_{zt} = \log \beta_0 + \beta_1 Q_t + \beta_2 U_t + \beta_3 I_{t-1} + \beta_4 S_{t-1} + \beta_5 D + e_{2t} \quad (4)$$

Talep (3) ve fiyat (4) denklemlerindeki e_{1t} ve e_{2t} sırasıyla birinci ve ikinci modellere ait hata terimini ifade etmekte olup modele dahil edilen değişkenlerin tanımlaması Çizelge 1'de verilmiştir.

Kişi başına zeytinyağı talep denkleminde (3) görüldüğü gibi bağımlı değişken (Q_t), zeytinyağı perakende fiyatı (P_{zt}) ve diğer açıklayıcı değişkenler tarafından belirlenmektedir. İkinci denklemin bağımlı değişkeni olan zeytinyağı perakende fiyatı ise kişi başına zeytinyağı tüketimi ve diğer açıklayıcı değişkenler tarafından belirlenmektedir. Bu durumda talep (3) ve fiyat (4) denklemlerinde Q_t ile P_{zt} 'nin birbirini karşılıklı olarak etkilemesi sözkonusu olduğundan Q_t ile P_{zt} modelin içsel değişkenleridir ve bu nedenle 3. ve 4. denklemin eşanlı olarak çözülmesi gerekmektedir. Eşanlı modelin ekonometrik olarak tahmin edilmesinde iki aşamalı en küçük kareler (2AEK) yöntemi kullanılmıştır. Modelin ekonometrik analizinde üç aşamalı en küçük kareler (3AEK) yöntemi de denenmiş fakat 2AEK yöntemine göre modelin genel anlamlılık düzeyi ve katsayıların işaretleri ile hipotez testlerinde bir ilerleme sağlanamamıştır. Modelin tahmininde Shazam 8.0 ekonometrik programı kullanılmıştır.

Çizelge 1: Modele Dahil Edilen Bağımlı ve Bağımsız Değişkenler

Talep Denklemi	
Bağımlı Değişken	
Q_t	Kişi Başına Zeytinyağı Tüketim Miktarı (Kg/Yıl)
Bağımsız Değişkenler	
P_{zt}	Zeytinyağının Perakende Fiyatı (TL/Kg)
P_{At}	Ayçiçek Yağının Perakende Fiyatı (TL/Kg)
P_{Mt}	Margarinin Perakende Fiyatı (TL/Kg)
G_t	Kişi Başına Milli Gelir (\$)
AQ_t	Kişi Başına Ayçiçek Yağı Tüketim Miktarı (Kg/Yıl)
Q_{t-1}	Kişi Başına Zeytinyağı Tüketim Miktarının Gecikmeli Değeri (Kg/Yıl)
Fiyat Denklemi	
Bağımlı Değişken	
P_{zt}	Zeytinyağının Perakende Fiyatı (TL/Kg)
Bağımsız Değişkenler	
Q_t	Kişi Başına Zeytinyağı Tüketim Miktarı (Kg/Yıl)
U_t	Zeytinyağı Üretim Miktarı (Ton/Yıl)
I_{t-1}	Zeytinyağı İhracatının Gecikmeli Değeri (Ton /Yıl)
S_{t-1}	Zeytinyağı Stok Miktarının Gecikmeli Değeri (Ton /Yıl)
D	Zeytinyağı Tüketim Miktarı Gölge Değişkeni: 1981, 83, 89 ve 98=1, diğer yıllar=0

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Zeytinyağı talep (3) ile fiyat (4) denklemleri için oluşturulan sistemin eşanlılık ilişkisi Hausman test yöntemi ile araştırılmıştır. Test sonucu 2.776 olarak hesaplanmış olup bu değer bize ilgili katsayının %5 anlamlılık düzeyinde istatistiki bakımdan anlamlı olduğunu ve modelin eşanlı olarak çözülmesi gerektiğini ifade etmektedir.

İki aşamalı en küçük kareler (2AEK) yöntemi ile çözülen eşanlı modele ait analiz sonuçları Çizelge 2’de verilmiştir. Genel olarak model, belirlilik katsayısı, tahmin edilen parametrelerin işaretleri ve t değerleri bakımından anlamlıdır. Çizelge 2’den görüldüğü gibi, eşanlı modelin belirlilik katsayısı (R^2) 0.94 olup açıklayıcı değişkenlerin modeli iyi bir şekilde temsil ettiğini ortaya koymaktadır. Eşanlı modelde fiyat denklemine dahil edilen gölge değişken dışındaki tüm açıklayıcı değişkenler %5 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Zaman serisi çalışmalarında ortaya çıkabilecek olan ekonometrik sorunlardan birisi otokorelasyon olup istatistiksel olarak bu sorunun var olup olmadığının test edilmesi gerekmektedir. Bağımlı değişkenin gecikmeli değerinin açıklayıcı değişken olarak modele dahil edildiği durumlarda geçerli olan otokorelasyon testlerinden bir tanesi Durbin-h testidir. Talep denklemi için Durbin-h -0.590 ve fiyat denklemi için Durbin-Watson (DW) 1.647 olarak hesaplanmıştır. Hesaplanan Durbin-h değerine göre aynı ya da ters yönlü birinci dereceden ardışık bağımlılık olmadığını söyleyen sıfır hipotezini %5 önem düzeyinde reddedemeyiz. Durbin-Watson değeri ise %5 önem seviyesinde kararsızlık bölgesine düşmektedir. Bu nedenle fiyat denklemi için otokorelasyon parametrik olmayan dizilim sınaması ile test edilmiş ve bu test otokorelasyonun model için bir sorun olmadığını ortaya koymuştur (Gujarati, 1995).

Araştırma sonuçları, eşanlı modele ait talep denklemine dahil edilen değişkenlerin tamamının beklenen işarete sahip ve istatistiksel olarak %5 önem seviyesinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Zeytinyağı talebini etkileyen önemli faktörlerden birisi zeytinyağı perakende fiyatı olup işareti beklendiği gibi talep ile ters yönlü ve elastikiyet katsayısı (α_1) -0.788’dir. Bu sonuç bize zeytinyağının fiyat-talep esnekliğinin az esnek olduğunu ve tüketicilerin zeytinyağındaki fiyat değişikliğine karşı tepkisinin daha az olduğunu ifade etmektedir. Diğer bir deyişle, fiyatlarda meydana gelebilecek olan %1’lik artış kişi başına zeytinyağı talebinin %0.788 oranında azalmasına neden olmaktadır. Bu sonuç daha önce yapılan araştırma sonuçları ile uyum göstermektedir. Nitekim, Miran ve Tunalioglu (1996) “Türkiye’de Zeytinyağı Tüketimi Üzerine Etkili Bazı Faktörlerin

Değerlendirilmesi” konulu çalışmalarında zeytinyağı fiyat-talep elastikiyet katsayısının az esnek olduğunu ve bu katsayının çeşitli ekonometrik modeller için 0.3 ile 0.5 arasında olduğunu ortaya koymuşlardır.

Rakip ürün olarak kabul edilen bir ürünün kişi başına zeytinyağı talebini nasıl etkileyeceğini ortaya koymak amacıyla ayçiçek yağının perakende fiyatı modele dahil edilmiştir. Araştırma sonuçları, zeytinyağı ile ayçiçek yağının rakip ürün olduğunu istatistiksel olarak doğrulamaktadır. Buna göre, kişi başına tüketilen zeytinyağı ile ayçiçek yağı perakende fiyatı arasındaki esneklik katsayısı (α_2) 2.471 olarak hesaplanmıştır. Şengül ve Yurdakul (1998) tarafından zeytinyağı talebini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik çalışmada da zeytinyağı ve ayçiçek yağının rakip ürünler olduğu ve bu iki ürün arasındaki elastikiyet katsayısının 2.27 olduğu belirtilmektedir.

Çizelge 2 : 2AEK Yöntemi ile Çözülen Eşanlı Modele Ait Sonuçlar

	Parametreler	Katsayılar	t-Değeri
Talep Denklemi	α_0	6.111	1.634
	α_1	-0.788	-1.930*
	α_2	2.471	3.681*
	α_3	-1.541	-2.193*
	α_4	1.744	2.899*
	α_5	-2.156	-5.831*
	α_6	0.592E-05	3.112*
Durbin-h		-0.590	
R^2		0.40	
Fiyat Denklemi	β_0	0.089	6.945*
	β_1	-0.044	-5.325*
	β_2	0.465E-06	4.761*
	β_3	0.434E-06	2.719*
	β_4	-0.2407E-03	-2.221*
	β_5	-0.012	-1.174
D.W		1.647	
R^2		0.51	
Sistem R^2		0.94	

*%5 Önem seviyesinde anlamlıdır.

Margarinin fiyatında meydana gelebilecek bir değişimin kişi başına zeytinyağı tüketimini etkileyebileceği beklentisi ile margarinin perakende fiyatı modele dahil edilmiştir. Analiz sonuçları zeytinyağı talebi ile margarinin perakende fiyatı (α_3) arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Refah seviyesindeki değişimin zeytinyağı tüketimi üzerine olan etkisini ortaya koyabilmek için modele açıklayıcı değişken olarak kişi başına düşen milli gelir dahil edilmiştir. Araştırma sonuçları gelirdeki artışın zeytinyağının tüketimini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Zeytinyağı gelir- talep elastikiyet katsayısı (α_4) 1.744 olarak hesaplanmış olup bu ülkemiz için zeytinyağının lüks bir mal olduğunu ifade etmektedir. Bu sonuç da daha önce yapılan çalışmalarla uyum göstermektedir (Şengül ve Yurdakul, 1998)

Araştırma bulguları, talep modeline dahil edilen açıklayıcı değişkenlerden kişi başına ayçiçek yağı tüketiminde meydana gelen değişimin kişi başına zeytinyağı tüketimini beklendiği gibi ters yönde etkilediğini ve bu değişimin esneklik katsayısının (α_5) -2.156 olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre, kişi başına ayçiçek yağı tüketiminde meydana gelen %1'lik artış kişi başına zeytinyağı tüketiminde yaklaşık %2.16'lık bir azalmaya neden olmaktadır.

Eşanlı modelde, talep denkleminin (3) bağımlı değişkenini oluşturan kişi başına zeytinyağı tüketim miktarı eşanlı modelin ikinci kısmını oluşturan zeytinyağı perakende fiyatının bağımlı değişken olduğu denkleme (4) açıklayıcı değişkenlerden birisi olarak dahil edilmiştir. Çizelge 2'den görüldüğü gibi fiyat denkleminde dahil edilen açıklayıcı değişkenlerin gölge değişkeni dışındaki diğer değişkenlerin tamamı %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Zeytinyağı perakende fiyatları ile kişi başına zeytinyağı tüketimi (β_1) arasında aynı yönlü, buna karşın zeytinyağı üretimi (β_2) ile ters yönlü bir ilişki içinde olması beklenmektedir. Araştırma bulguları bu beklentiyi desteklememektedir. Bunun en önemli nedeni olarak Türkiye'nin dünya zeytinyağı üretimi ve ticaretinde önemli bir paya sahip olması ve bu nedenle zeytinyağı perakende fiyatlarının büyük ölçüde kişi başına zeytinyağı tüketimi ve zeytinyağı üretimi dışında dünya zeytinyağı fiyatları, talebi gibi diğer faktörler tarafından etkilenmesi gösterilebilir. Bunun yanısıra, zeytinyağının ülkemizde yaygın bir şekilde üretim bölgelerinde tüketilmesi de bu ilişkinin tam olarak ortaya konmasını güçleştirdiği düşünülebilir.

Zeytinyağı perakende fiyatlarını etkileyebilecek değişkenlerden bir tanesi de söz konusu ürünün ihracat miktarıdır. Bu nedenle fiyat denkleminde zeytinyağı ihracat miktarının gecikmeli değeri dahil edilmiştir. Araştırma

sonuçları, bir önceki yıla ait ihracat miktarının (β_3) bir yıl sonraki zeytinyağı perakende fiyatları üzerine artırıcı bir etki yaptığını ortaya koymaktadır. Bu değişkenin elastikiyet katsayısı ise 0.142 olarak hesaplanmıştır. Diğer bir ifadeyle, bir yıl önceki ihracat miktarında meydana gelecek %1'lik bir artış bir yıl sonraki zeytinyağı perakende fiyatlarının %0.14 oranında artmasına neden olmaktadır.

Zeytinyağının stok yapılabilen bir ürün olması nedeniyle zeytinyağı stok miktarının zeytinyağının perakende fiyatını nasıl etkilediğini ortaya koyabilmek için zeytinyağı stok miktarının bir yıl gecikmeli miktarı (β_4) modele dahil edilmiştir. Araştırma sonuçları, bir yıl önceki zeytinyağı stok miktarlarındaki değişme ile zeytinyağının perakende fiyatı arasında ters yönde bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur ve bu sonuç beklenti ile uyumludur. Yapılan hesaplamalar sonucunda zeytinyağı stok miktarının bir yıl gecikmeli değerinin elastikiyet katsayısı 0.007 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, bir yıl önceki stok miktarında meydana gelen değişimin bir yıl sonraki zeytinyağı perakende fiyatları üzerine olan etkisinin oldukça düşük olduğunu göstermektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsan beslenmesinde son derece önemli olan zeytinyağı üretimi ve ticaretinde önemli bir payı olan ülkemizde kişi başına zeytinyağı tüketimi istenilen düzeyde olmadığı gibi genel olarak azalma eğilimindedir. Bu çalışmada, ülkemizde kişi başına zeytinyağı tüketimi ve zeytinyağı perakende fiyatı arasında eşanlı model oluşturularak talebi ve perakende seviyedeki fiyatları etkilediği düşünülen faktörler 1980-2000 dönemi için analiz edilmiştir. Eşanlı modelin ekonometrik olarak tahmininde iki aşamalı en küçük kareler (2AEK) yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonuçları genel olarak belirlilik katsayısı ve tahmin edilen parametrelerin beklenen işaretleri bakımından modelin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Araştırma sonuçları, kişi başına zeytinyağı tüketimi üzerine zeytinyağı fiyatı ve gelirin önemli faktörler olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer taraftan, ayçiçek yağı ile zeytinyağının rakip buna karşın margarin ile zeytinyağının tamamlayıcı ürünler olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, kişi başına ayçiçek yağı tüketimindeki artışın beklendiği gibi zeytinyağı talebini azaltıcı yönde etkide bulunduğu belirlenmiştir. Eşanlı modelin ikinci kısmına ait zeytinyağı perakende fiyatları üzerine zeytinyağı ihracat ve stok miktarlarına ait bir yıl gecikmeli değerlerinin beklenti ile uyumlu olarak etki yaptıklarını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan, kişi başına zeytinyağı tüketimi ile zeytinyağı üretiminin perakende fiyatlar üzerine olan etkisi beklenti ile ters düşmektedir.

Dünya zeytinyağı üretiminde dördüncü sırada yer alan Türkiye’de zeytinyağı tüketimi diğer önemli üretici ülkeler ve çoğu gelişmiş ülkelere göre oldukça düşüktür. Bunun en önemli nedeni olarak ise zeytinyağının diğer bitkisel yağlara göre daha pahalı olması ve aradaki fiyat farkının giderek artması gösterilebilir. Diğer taraftan zeytinyağının insan sağlığı açısından öneminin yeterince bilinmemesi de önemli diğer bir etkidir. Bu amaçla zeytinyağı ile diğer bitkisel yağlar arasındaki fiyat farklılığını azaltabilecek politikaların geliştirilmesi ve zeytinyağının beslenmedeki öneminin anlatılması yönünde tanıtım kampanyalarının uygulanması uzun dönemde zeytinyağı tüketimini olumlu yönde etkileyebilecektir. Bunların yanısıra, zeytin üretiminin de teşvik edilmesi ve periyodisiteyi azaltıcı yönde önlemlerin alınması gerek zeytinyağı tüketiminde gerekse ihracatımızdaki dalgalanmaları önemli ölçüde azaltacaktır.

KAYNAKLAR

- DİE.**, Perakende Fiyat İstatistikleri, Çeşitli Yıllar. T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara.
- DİE.**, Tarımsal Yapı (Üretim, Fiyat, Değer), Çeşitli Yıllar. T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara.
- DİE.**, Türkiye İstatistik Yıllığı, Çeşitli Yıllar. T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara.
- Dikmen, İ., Dikmelik, Ü. Çil, B., Tunahoğlu, R., (1995).** Zeytincilik Üretim Projeksiyonları ve Üretim Hedefleri. TMMOB. Ziraat Mühendisleri Odası, IV. Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi, T.C. Ziraat Bankası Kültür Yayınları No:26 sayfa480-502, Ankara.
- FAO,** Production Yearbook, Çeşitli Yıllar.
- Gökçek, A. A., Emeksiz, F., (1999).** Adana Kentsel Alanda Ailelerin Yemeklik Yağ Tüketimi ve Yağın Harcama Esnekliğinin Tahmini. Ç.Ü.Z.F. Dergisi, 14 (1),93-98, Adana.
- Gujarati, D.N., (1995).** “Basic Econometrics”, Mc Graw-Hill Inc, U.S.A.
- İzmir Ticaret Borsası Kayıtları (İTB),** Çeşitli Yıllar.
- Miran, B., Tunahoğlu, R., (1996).** Türkiye’de Zeytinyağı Tüketimi Üzerine etkili Bazı Faktörlerin Değerlendirilmesi. Türkiye 2. Tarım Ekonomisi Kongresi, 4-6 Eylül, Cilt:1, S:214-221, Adana.
- Şengül, S., Yurdakul, O., (1998).** Sınırlı Bağımlı Değişkenli Modeller: Zeytinyağı Talebinin Double Hurdle Modeli ile Analizi, International Conference on Economics-II, 9-12 Eylül, Ankara.