



Tarım Ekonomisi Dergisi

Tarım Ekonomisi Derneği
Turkish Agricultural Economics Association

ISSN 1303-0183

Turkish Journal of Agricultural Economics

Cilt/Volume 16

Sayı/Number 1

Haziran / June 2010

Sayı/Number 2 Aralık / December 2010



Tarım Ekonomisi Dergisi TUBITAK-ULAKBİM Sosyal Bilimler ve EBSCO Business Source Complete veri tabanlarında taranmaktadır.

Turkish Journal of Agricultural Economics is indexed in TUBITAK-ULAKBİM Social Science Database and EBSCO Business Source Complete.

Tarım Ekonomisi Dergisi hakemli bir dergi olup yılda iki sayı yayınlanır. Derginin içeriği basım ya da herhangi bir elektronik yöntemle çoğaltılamaz. Metinlerdeki ifadeler kaynak gösterilerek yayınlarda kullanılabilir. Diğer dergi içeriği kaynak göstermek koşulu ve Yayın Kurulundan izin alınarak yayınlarda kullanılabilir.

Turkish Journal of Agricultural Economics is peer reviewed and published two times in a year. No material published in the journal may be reproduced in any form (print, electronic database etc.) Without the prior written permission of the editorial board. Information and views published in the journal may be used only with proper referencing.

EDİTÖRADRESİ / EDITORIAL OFFICE

Doç. Dr. Göksel ARMAĞAN
Adnan Menderes Üniversitesi
Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü
PK:74 09100 AYDIN / TÜRKİYE

Tel :0(256)772 70 24
Faks :0(256) 772 72 33

E-mail :editor@tarekoder.org
Web : http://journal.tarekoder.org

BASIM YERİ / PRESS

ADÜ Yayın ve Basımevi

ISSN 1303-0183

TARIM EKONOMİSİ DERGİSİ
TURKISH JOURNAL OF AGRICULTURAL ECONOMICS

Cilt / Volume 16 Sayı / Number 1 Haziran / June 2010
Sayı / Number 2 Aralık / December 2010

YAYINLAYAN / PUBLISHED BY
Tarım Ekonomisi Derneği / İZMİR-TURKEY

EDİTÖR / EDITORIAL BOARD
Göksel ARMAĞAN (Baş Editör/Editor-in-chief)
Sait ENGİNDENİZ (Yardımcı Editör/Associate Editor)
Cemal ATICI (Yardımcı Editör/Associate Editor)

YAYIN KURULU / ADVISORY BOARD

Prof.Dr. Ziya YURTTAŞ
Atatürk Üniversitesi
Prof.Dr. İ.Hakkı İNAN
Namık Kemal Üniversitesi
Prof.Dr. Onur ERKAN
Çukurova Üniversitesi
Prof.Dr. Tayfun ÖZKAYA
Ege Üniversitesi
Prof.Dr. Ferruh İŞİN
Ege Üniversitesi
Zir. Yük. Müh. Ahmet TOMAR
Devlet Su İşleri/İzmir

BU SAYININ HAKEM KURULU / REFEREES OF THIS ISSUE

Cuma AKBAY
İsmet BOZ
Vedat DAĞDEMİR
İlkay DELLAL
Nevin DEMİRBAŞ
Sertaç GÖNENÇ
Ferruh İŞİN
Buket KARATURHAN
Tayfun ÖZKAYA
Gamze SANER
Haydar ŞENGÜL
İbrahim YILDIRIM

TARIM EKONOMİSİ DERGİSİ
TURKISH JOURNAL OF AGRICULTURAL ECONOMICS

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Cilt / Volume 16 Sayı / Number 1 Haziran / June 2010

Çiftçilerin Kamu Yayım Hizmetini Talep Etme ve Faydalanma Durumunu Etkileyen Faktörlerin Analizi: Erzurum İli Örneği Analysis of the Factors Affecting the Status Request for and Benefit from the Public Extension Services of the Farmers: The Case of Erzurum Province <i>Ayşe SEZGİN</i>	1
Erzurum İlinde Tarım Makinelerine Sahip Olan ve Olmayan İşletmelerde Buğday, Arpa ve Çavdar'ın Üretim Maliyeti Production Cost of Wheat, Barley and Rye in Farms Owning Agricultural Machinery and Renting Machinery in Erzurum Province <i>Hediye KUMBASAROĞLU, Vedat DAĞDEMİR</i>	7
Türkiye'de Tarım Sektöründe Kullanılan Mazota Yönelik Vergi ve Destekler Taxes and Subsidies for Diesel Fuel Used in Turkey's Agricultural <i>Erkan AKTAŞ, Selçuk İPEK, Serkan IŞIK</i>	19
Ankara İli Kalecik İlçesinde Yetiştirilen Sofralık ve Şaraplık Üzüm Üretiminin Kârlılık Analizi Üzerine Bir Araştırma A Study on Profitability Analysis of Table and Wine Grape Production in Ankara Province Kalecik District <i>Zeki BAYRAMOĞLU, Erdemir GÜNDOĞMUŞ, Yusuf ÇELİK</i>	25

Cilt / Volume 16 Sayı / Number 2 Aralık / December 2010

Tokat İli Merkez İlçede Kuşburnu Ürünleri Tüketim Durumları ve Tüketimde Etkili Faktörlerin Belirlenmesi Determination of Consumption of Rosehip Products and Factors Affecting on their Consumption in the Central District of Tokat Province <i>Murat SAYILI, Faruk ADIGÜZEL, Bilge GÖZENER</i>	33
Tarımsal Yayım'a Yeni Bir Yaklaşım: İnsancıl Tarımsal Yayım A New Approach To Agricultural Extension: Humanitarian Agricultural Extension <i>Yaşar AKTAŞ, Fatma Öcal KARA, Alper DEMİRDÖĞEN</i>	45
Türkiye'de Zeytinyağı Pazarlamasında Gıda Güvenliği ve Kalite Güvence Sistemlerinin Uygulanması ve Gelişmelerin Değerlendirilmesi Implementation of the Olive Oil Food Safety and Quality Assurance in the Marketing System in Turkey and Evaluation of Developments <i>Renan TUNALIOĞLU</i>	59
Adana İlinde Erkenci Patates Üreten Tarım İşletmelerinin Sosyo Ekonomik Yapısı ve Sorunları Socio-Economic Structure and Problems of Agricultural Enterprises Producing Early Potato in Adana Province <i>Naciye TOK, Müge Kantar DAVRAN</i>	67

ÇİFTÇİLERİN KAMU YAYIM HİZMETİNİ TALEP ETME VE FAYDALANMA DURUMUNU ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ANALİZİ: ERZURUM İLİ ÖRNEĞİ

Ayşe SEZGİN¹

ÖZET:

Çiftçilerin kamu yayım hizmetini talep etme ve faydalanma durumlarını belirlemek amacı ile Erzurum ilini sosyal, ekonomik ve kültürel açıdan temsil edebilecek 7 ilçede 169 çiftçi ile anket çalışması yapılmıştır. Anket verileri LİMDEP programında “crosstab” yöntemi ve Lojistik regresyon analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Kamu yayım hizmetini talep etme durumu ile merkez ilçede bulunma durumu, işletme büyüklüğü, yayımcının köye gelme sıklığı, kitle iletişim araçlarından faydalanma ve duyuruları takip etme durumları arasında önemli ve pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Çiftçilerin kamu yayım hizmetinin faydalı olduğunu düşünme durumu ile gelir ve eğitim seviyesi, işletme büyüklüğü, çiftçi toplantılarına katılma durumu ve yenilikleri uygulama imkanına sahip olma durumu arasında önemli ve pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre, yayım elemanlarının belirli periyotlar ile köy ve çiftçi ziyaretleri yapması ve yerel yayım kuruluşlarında tarımsal konular ile ilgili çiftçilere yönelik programlara ağırlık verilmesi gerekmektedir. Ayrıca işletme büyüklüğünün artırılması için teşvik edici çalışmalar yapılmalıdır. Yapılacak yayım çalışmalarının duyurulmasına gereken önem verilmeli ve kamu yayım çalışmaları ile çiftçilere anlatılacak konuların belirlenmesinde çiftçi ihtiyaç ve öncelikleri dikkate alınmalıdır.

Anahtar sözcükler: Kamu yayım hizmeti, talep etmek, lojistik regresyon analizi, Erzurum

Analysis of the Factors Affecting the Status Request for and Benefit from the Public Extension Services of the Farmers: The Case of Erzurum Province

ABSTRACT:

This study was conducted to determine the level of the farmers to request for and benefit from the public extension services. The data were collected through face to face farmer interviews resulting in 169 completed questionnaires in 7 districts, purposively selected to represent the whole province regarding social, economic and cultural aspects. In analysis of the data cross tabulation and logistic regression methods were employed in LIMDEP package. Positive and significant relations were determined between request for public extension and living in central districts; farm size, extension worker's village visit frequency, making use of mass media tools and notices. Positive and significant relations were also found between the case of farmers that think extension service was of their benefit and their income and education level, farm size, frequency of their attendance to farmer meetings, along with their means to practice the innovations in their farms. According to the results, it is of vital importance for extension workers to visit village and farms in certain periods. It is also important to focus on agricultural subjects addressing to farmers in the local media. Moreover, measures should be taken to encourage farmers to increase farm size, along with special attention to the efficient notification of extension works and that the subjects to be touched in extension studies should be carefully selected considering the farmer priorities and requirements.

Keywords: Public extension services, request, logistic regression analysis, Erzurum

1.GİRİŞ

Bilgi hayatın her alanında olduğu gibi tarım sektöründe de önemi ve değeri giderek artan bir üretim faktörü haline gelmiştir. Kırsal kesimde yaşayan üreticilerin tarımsal üretimde bilgi ve becerilerini geliştirebilmeleri, gelişen teknolojiye uyum sağlamaları ve diğer üreticilerle rekabet edebilmeleri ancak etkin bir tarımsal yayım ile mümkün olacaktır (Ateş vd., 2006). Ayrıca tarımsal yayım üreticilerin dünya piyasalarında rekabet edebilmelerine yardımcı olan en önemli politika aracıdır (Yavuz, 2005). Yine tarımsal yayımın, verimliliği artırıcı, tarımsal gelişmeyi hızlandırıcı, yaşam seviyesini yükseltici bir rol oynadığı bilinmektedir (Oktay vd., 1995; Boyacı, 1998; Bernet vd., 2001; Olgun, 1994; Yurttaş, 1979).

Tarımsal yayımda devletin rolü birçok ülkede

hem ekonomik hem de sosyal nedenlerden dolayı oldukça önemlidir (Kidd vd., 1999). Bu hizmet devlet tarafından sağlanmaz ise düşük gelirli çiftçilerin teknolojik bilgiyi elde etme olasılığının çok az olması kamu yayımını önemli kılan en önemli unsur olarak görülmektedir (Farrington, 2000). Türkiye'de kamu yayımının, gerek üreticilerin gelir düşüklüğü gerekse bilgiye ulaşmadaki güçlükleri nedeniyle ihmal edilmemesi gerekmektedir (Özkaya vd., 2005). Tarım sektörünün gelişmesinde oldukça önemli bir yeri olan kamu tarımsal yayım sisteminin etkinliğinin artırılabilmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalarda, tarımsal yayım sistemindeki başarının, iyi bilgi ve pratik uygulamalarla sağlanacağı vurgulanmıştır (Kidd vd., 1999; Farrington, 2000; Özkaya vd., 2005; Hulme, 2004).

Yeniliklerin benimsenmesinde çiftçi özellikleri

¹T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Erzurum Valiliği İl Tarım Müdürlüğü, Proje ve İstatistik Şubesi, Erzurum-TÜRKİYE

ve uygulanan yayım modelleri eşit derecede etkili olmaktadır. (Wadsworth 2003). Bu nedenle, yayım faaliyetlerinin etkili bir şekilde yapılması için bu hizmetin talebine etki eden faktörlerin ve çiftçi davranışlarının neler olduğunun bilinmesi oldukça önemlidir (Yavuz 2005). Ayrıca çiftçilerin kamu yayım hizmetinden faydalanma durumlarında etkili olan faktörlerin belirlenmesi kamu yayım hizmeti verilirken dikkat edilmesi gereken hususların belirlenmesi açısından oldukça önemlidir.

2. MATERYAL ve METOT

2.1 Materyal

Çalışmanın birincil materyalini Erzurum ilinde 7 ilçede çiftçiler ile yapılan 169 adet anket oluşturmaktadır. Ayrıca konuyla ilgili literatür, kamu ve özel kuruluşlardan sağlanan bilgiler ve web sitelerinden elde edilen bilgiler çalışmada ikincil materyal olarak kullanılmıştır.

2.2 Metot

Verilerin Derlenmesi

Çalışmada, anket yapılan ilçelerin seçiminde “Gayeli Örneklem Yöntemi” kullanılmıştır. Erzurum ilini sosyo-ekonomik ve coğrafi açıdan temsil edebilecek kuzey kesiminde; İspir ve Oltu, güney kesiminde; Çat ve Karayazı, batı kesiminde; Aşkale, doğu kesiminde; Pasinler ve Orta kesiminde; Merkez olmak üzere toplam 7 ilçede anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışması 2009 yılının mart ayında gerçekleştirilmiştir.

Örnek büyüklüğü, Tarım İl ve İlçe Müdürlüklerinden Doğrudan Gelir Desteği (DGD)'ne kayıt yaptıran 16,383 işletmeye ait arazi varlıkları dikkate alınarak tespit edilmiştir. Çiftçiler ile yapılan anket sayısı Basit Tesadüfi Örneklem Yöntemi ile tespit edilmiştir. Bu yöntemle göre işletme anketi sayısını belirlemede aşağıdaki formül kullanılmıştır (Çiçek vd.1996).

$$n = \frac{N\sigma^2}{N - 1D^2 + \sigma^2} \quad D = \left(\frac{d}{t} \right)^2$$

Formülde;

n= örnek hacmi

N= popülasyondaki birim sayısı (adet)

σ = standart sapma

d= kabul edilebilir hata terimi ($\bar{x} \times 0.10$)

\bar{x} = ortalama arazi varlığı (dekar)

t= belirli bir güven aralığı için t-dağılım cetveli t değeri

Araştırmada,

N= 16,383

σ = 64.31

d=($\bar{x} \times 0.10$)

\bar{x} = 84.52 da

t= 1.65 olarak hesaplanmıştır.

$$n = \frac{16383(64.31)^2}{16382 \left(\frac{8.5}{1.65} \right)^2 + (64.31)^2} = 155$$

Çiftçiler ile yapılacak anket sayısı 155 olarak hesaplanmıştır. Yapılacak anketlerde eksikliklerin veya yanlışların olabileceği ve popülasyonu temsil etmeyeceği göz önünde bulundurularak, tespit edilen örnek büyüklüğünün %10'u kadar ilave anket yapılması uygun bulunmuştur. Bu nedenle 171 anket yapılmıştır. Yapılan anketlerden 2'sinde eksik bilgi bulunması nedeni ile değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. Böylece 169 adet anket analize tabi tutulmuştur. Yapılan anketlerin ilçelere göre dağılımı ise çizelge 1'de verilmiştir.

Çizelge 1. İlçelerde yapılan anket sayısı

İlçeler	Anket Sayısı
Merkez	25
Aşkale	19
Pasinler	31
Oltu	23
İspir	22
Çat	23
Karayazı	26
Toplam	169

Çalışmada kullanılan anket formunun hazırlanmasında konuyla ilgili literatür bilgilerinden (Sezgin, 2008) ve uzman görüşlerinden yararlanılmıştır. Anketlerin yanıtlayanlar tarafından anlaşılabilirliği ve güvenilirliğini test etmek amacıyla ön anket çalışması yapılmış ve buna göre anket formlarında gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

Verilerin Değerlendirilmesi

Çalışmada, Erzurum ilinde yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler LİMDEP paket programına aktarılmıştır. Veriler “crosstab” yöntemi ve Lojistik regresyon analizi kullanılarak analiz edilmiş ve sonuçlar tablo halinde sunulmuştur.

Kamu yayım hizmetini talep etme ve faydalanma durumunda etkili olan faktörleri tahmin eden regresyon modelinin fonksiyonel şekli aşağıdaki gibidir.

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9)$$

Y; Kamu yayım hizmetini talep etme veya faydalı olduğunu ifade etme durumu

X₁; İşletme sahibi ile ilgili özellikler

X₂; İşletme ile ilgili özellikler

X₃; Tarımsal yayım faaliyetlerinden faydalanma durumu

3. BULGULAR

3.1 Deskriptif Analiz Sonuçları

Araştırma kapsamında anket yapılan çiftçilerin yaklaşık %59.8'inin yıllık 5000 ile 9000 TL arasında gelire sahip oldukları görülmektedir (Çizelge 2).

Yıllık 5000 TL'nin altında gelire sahip olan üreticilerin oranı %23.1 iken 15000 TL'nin üzerinde gelire sahip olan üreticilerin oranının %4.1 olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 2. Çiftçilerin gelir durumlarına göre dağılımı

	N	%
3000 - 4999	39	23.1
5000 - 6999	60	35.5
7000 - 8999	41	24.3
9000 - 14999	22	13.0
15000 <	7	4.1
Toplam	169	100.0

Ankete katılan üreticilerin eğitim durumları incelendiğinde, %65.7'sinin ilkököl mezunu ve %11.2'sinin ise ortaokul mezunu oldukları görülmektedir (Çizelge 3). Okur-yazar olmayanların oranı %7.7, okur-yazar olanların oranı ise %8.9 olduğu belirlenmiştir. Buna karşılık lise mezunu olanların oranı %5.3 ve üniversite mezunu olanların oranı ise %1.2 olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 3. Çiftçilerin eğitim durumlarına göre dağılımı

	N	%
Okur-yazar değil	13	7.7
Okur-yazar	15	8.9
İlkokul	111	65.7
Ortaokul	19	11.2
Lise	9	5.3
Üniversite	2	1.2
Toplam	169	100.0

Ankete katılan çiftçilerin yaklaşık %29.6'sının 45-54 yaş grubunda olduğu, bunu sırasıyla %25.4 ile 35-44 yaş grubu ve %17.8 ile 25-34 yaş grubunun izlediği görülmektedir (Çizelge 4). Yani çiftçilerin yaklaşık %72.8'inin 25 ve 54 yaşları arasında olduğu ifade edilebilir. 24 yaş altında olan çiftçilerin oranı %7.7 iken 65 yaş üzerinde olan çiftçilerin oranının ise %6.5 olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 4. Çiftçilerin yaş gruplarına göre dağılımı

	N	%
< 24	13	7.7
25-34	30	17.8
35-44	43	25.4
45-54	50	29.6
55-64	22	13.0
65 >	11	6.5
Toplam	169	100.0

3.2 Regresyon Analiz Sonuçları

Çiftçilerin kamu tarımsal yayım hizmetini talep etme durumlarında etkili olan faktörlerin belirlenmesi için yapılan lojistik regresyon analiz sonuçları çizelge 5'te sunulmuştur. Bağımlı değişken olarak kamu tarımsal yayım hizmetinden faydalanma durumu alınmış ve bu modeli açıklamak için on bir bağımsız

değişken kullanılmıştır. Tüm parametrelerin katsayılarına bakıldığında anlamlı olduğu görülmektedir. Dummy olarak kullanılan bölgesel farklılık değişkeni için merkez ilçelerde bulunma durumu 1 diğer ilçelerde bulunma durumu 0 olarak alınmıştır. Merkez ilçedeki çiftçilerin kamu yayım hizmetini talep etme eğiliminde oldukları ve bu değişkenin istatistiki açıdan %1 önem seviyesinde önemli olduğu belirlenmiştir. Genç çiftçilerin kamu yayım hizmetini talep ettikleri ve bu bağımsız değişkenin istatistiki açıdan %1 önem seviyesinde önemli olduğu tespit edilmiştir. Çiftçi geliri ve eğitim durumunun kamu yayım hizmetini talep etme durumunu olumlu yönde etkilediği ancak istatistiki açıdan önemli olmadığı görülmüştür. İşletme büyüklüğünün de kamu yayım hizmetini talep etmeyi olumlu yönde etkilediği ve istatistiki açıdan %5 önem seviyesinde önemli olduğu belirlenmiştir. Kamuda çalışan yayım elemanlarının köye gelme sıklığının da yayım hizmetini talep etmeyi artırıcı bir rol oynadığı ve istatistiki açıdan %1 önem seviyesinde önemli olduğu görülmektedir. Çalışmanın yapıldığı bölgede yaygın olarak kullanılan tarımsal yayım yöntemlerinden olan toplantı ve demonstrasyon yöntemlerinin de kamu yayım hizmetini talep etmeyi olumlu yönde etkilediği ancak istatistiki açıdan önemli olmadığı belirlenmiştir. Kitle iletişim araçlarında tarımla ilgili konuları takip etme ve ilgi gösterme eğiliminde olan çiftçilerin kamu yayım hizmetinden daha fazla faydalandıkları ve bu değişkenin istatistiki açıdan %10 önem seviyesinde önemli olduğu tespit edilmiştir. Çiftçilerin tarımsal alanda faaliyet gösteren kamu kuruluşlarını telefonla arayarak danışma durumunun kamu yayım hizmetini talep etmeyi olumlu yönde etkilediği ancak istatistiki açıdan önemli olmadığı görülmüştür. Araştırmanın yapıldığı bölgede tarımsal konularda gerek afiş-ilan ve gerekse sesli olarak yapılan duyuruların da kamu yayım hizmetinden faydalanmayı olumlu yönde etkilediği ve istatistiki açıdan %10 önem seviyesinde önemli olduğu belirlenmiştir.

Çiftçilerin kamu yayım hizmetinin kendilerine fayda sağladığını ifade etme durumlarında etkili olan faktörlerin belirlenmesi için yapılan lojistik regresyon analizinde on adet bağımsız değişken kullanılmış ve sonuçları Çizelge 6'da sunulmuştur. Tüm parametrelerin katsayılarının anlamlı olduğu görülmektedir. Genç ve daha büyük işletmeye sahip çiftçilerin kamu yayım hizmetinden faydalandıkları ve bu değişkenin istatistiki açıdan %5 önem seviyesinde önemli olduğu belirlenmiştir. Gelir seviyesi yüksek ve uygulanan yayım yöntemlerinden çiftçi toplantılarına katılan çiftçiler kamu yayım hizmetinin faydasını gördüklerini ifade etmişlerdir. Bu bağımsız değişkenlerinde istatistiki açıdan %10 önem seviyesinde önemli olduğu tespit edilmiştir. Çiftçi eğitim seviyesi yükseldikçe kamu yayım hizmetinden faydalanma durumunun arttığı ve bu bağımsız değişkenin istatistiki açıdan %1 önem seviyesinde

önemli olduğu belirlenmiştir. Kamu yayım hizmeti ile anlatılan yenilik ve bilgileri uygulama imkanına sahip olma durumunun da kamu yayım hizmetinin faydasını arttırmakta ve bu değişkenin de %1 önem seviyesinde önemli olduğu görülmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de yayım faaliyetlerinde kamunun rolü oldukça önemlidir. Bu nedenle kamu yayım hizmetinin ihmal edilmemesi gerektiği şimdiye kadar yapılan çalışmalarda vurgulanmıştır (Özkaya vd. 2005, Kidd vd. 1999, Farrington 2000). Kamu yayım hizmetlerinde etkinliğin artırılması için birçok çalışmalar ve düzenlemeler yapılmaktadır. Bu kapsamda çiftçilerin kamu yayım hizmetini talep etme ve faydalanma durumlarında etkili olan faktörlerin belirlenmesi oldukça önemlidir. Bu amaca yönelik olarak yapılan araştırma ile ortaya çıkan sonuçlar şu şekilde özetlenebilir.

Çalışmanın yapıldığı bölgede çiftçilerin yaklaşık %60'ının 5000-9000 TL arasında yıllık gelire sahip, %66'sının ilköğretim mezunu ve %55'inin 35-54 yaşları arasında olduğu belirlenmiştir.

Kamu yayım hizmetini talep etmede merkez ilçede bulunma durumunun etkili olduğu belirlenmiştir. Bu durumun, merkez ilçelerde bulunan çiftçilerin ulaşım ve iletişim imkanlarının daha kolay

olmasından kaynaklandığı ifade edilebilir. Ayrıca genç çiftçilerin kamu yayım hizmetini talep etmeye daha eğilimli oldukları tespit edilmiştir. İşletme büyüklüğünün de kamu yayım hizmetinin talebini arttıran bir etmen olduğu belirlenmiştir. Daha büyük işletmelere sahip olan çiftçilerin daha bilinçli oldukları ve yaptıkları işle ilgili yayım hizmetlerine daha fazla gereksinim duydukları için kamu yayım hizmetini talep etme eğiliminde oldukları ifade edilebilir. Yayım elemanlarının köye gelme ve çiftçileri ziyaret etme sıklığının da kamu yayım hizmetinin talebini arttırdığı görülmüştür. Tarımsal konular ile ilgili kitle iletişim araçlarından yapılan yayınlardan faydalanma ve duyuruları takip etmenin de kamu yayım hizmetinin talebini arttıran faktörler olduğu görülmektedir.

Çiftçilerin kamu yayım hizmetinin kendilerine fayda sağladığını ifade etme durumları üzerinde yaş, gelir, eğitim durumu, işletme büyüklüğü, toplantı ve çiftçilerin yeniliği uygulama imkanına sahip olma durumunun etkili olduğu belirlenmiştir.

Bu ortaya çıkan sonuçlar ışığında tarımsal yayım hizmetleri içinde vazgeçilmez durumda olan kamu yayım hizmetlerinin çiftçiler tarafından kabul görmesi, benimsenmesi ve etkinlik durumunun artırılması için şu öneriler sunulmuştur.

Kamu kuruluşlarında çalışan yayım elemanlarının belirli periyotlar ile köy ve çiftçi ziyaretleri yapmaları konusunda düzenlemeler yapılması gerekmektedir.

Çizelge 5. Kamu tarımsal yayım hizmetini talep etme durumu için lojistik regresyon analiz sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart hata	P değeri
Sabit	- 9.9940	4.7051	0.0337**
Bölgesel farklılık (Merkez ilçeler:1, diğerleri:0)	5.3667	1.9665	0.0064***
Yaş	- 4.0941	1.2116	0.0007***
Gelir	0.6859	0.5688	0.2279
Eğitim	0.5931	0.7976	0.4571
İşletme büyüklüğü (arazi varlığı)	0.0671	0.0268	0.0123**
Yayımcının köye gelme sıklığı	2.2025	0.8251	0.0076***
Demonstrasyon	6.5303	9.8852	0.5089
Toplantı	1.7347	2.0672	0.4014
Kitle iletişim araçlarından faydalanma	2.3226	1.2297	0.0589*
Telefondan danışma	1.1442	1.1751	0.3302
Duyuruları takip etme	4.4899	2.4971	0.0722*
Log likelihood:-15.7425	McFadden R Square: 0.8513	X² (9): 180.2762***	

***: P<0.01 **: P<0.05 *: P<0.1

Çizelge 6. Kamu yayım hizmetinin faydalı olduğunu ifade etme durumu için lojistik regresyon analiz sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart hata	P değeri
Sabit	-12.4736	3.6823	0.0007***
Bölgesel farklılık (Merkez ilçeler:1, diğerleri:0)	0.9352	0.6442	0.1466
Yaş	-0.6077	0.2686	0.0237**
Gelir	0.5150	0.2816	0.0675*
Eğitim	3.2153	0.9816	0.0011***
İşletme büyüklüğü	0.0184	0.0072	0.0105**
Demonstrasyon	1.2899	0.9936	0.1942
Toplantı	1.2087	0.7308	0.0981*
Sorulara cevap alma	0.2911	0.6604	0.6594
Telefonda	0.6573	0.5930	0.2677
Yenilik, uyg. İmk. sahip olma.(çokaz:1,az:2,orta:3, iyi:4, çok:5)	0.4270	0.1646	0.0095***
Log likelihood:-45.9369	McFadden R Square: 0.5094	X² (9): 95.3994***	

***: P<0.01 **: P<0.05 *: P<0.1

Türkyılmaz vd. (2009), Tatlıdil (1997) ve Çiçek (2008)'in çalışmaları ile paralel olarak bu çalışmada da yayım hizmetlerinden faydalanma durumunda kitle iletişim araçlarının etkili olduğu görülmüştür. Bu nedenle kitle iletişim araçlarından yayım konusunda azami ölçüde faydalanmak için çalışmalar yapılmalıdır. Bu kapsamda özellikle de yerel yayım kuruluşlarında tarımsal konular ile ilgili çiftçilere yönelik programlara ağırlık verilmesi gerekmektedir.

Hem bu çalışma sonucunda ve hem de Yavuz ve ark. tarafından yapılan çalışma sonucunda görülmüştür ki işletme büyüklüğünün de yayım hizmetini talep etmeyi ve faydalanmayı olumlu yönde etkilemektedir. Bu nedenle işletme büyüklüğünün artırılması konusunda teşvik edici çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Yapılacak yayım çalışmalarının yer ve saatinin çiftçilere duyurulmasına gerekli önem verilmelidir. Bu kapsamda hem afiş-ilan ve hem de sesli olarak yapılacak yayım hizmetlerinin tüm çiftçilere duyurulması sağlanmalıdır.

Ayrıca kamu yayım çalışmaları ile çiftçilere anlatılacak konuların belirlenmesinde çiftçi ihtiyaç ve öncelikleri dikkate alınmalıdır. Yayım çalışmaları ile anlatılacak nitelikte hem çiftçilerin problemlerini çözmeye yönelik olmalı ve hem de mevcut durumları ile uygulayabilecekleri konular olmalıdır. Böylece kamu yayım çalışmalarının etkinliği önemli ölçüde artırılmış olacaktır.

KAYNAKLAR

- Ateş, H.Ç., Terin, M., 2006. Yayımçıların mesleki Niteliklerinin Yayım Çalışmalarının Başarısındaki Önemi: Van ili örneği. Türkiye VII. Tarım Ekonomisi Kongresi. Cilt1, sayfa:486-495, Antalya.
- Yavuz, F., Atsan, T., Işık, H.B., Aksoy, A., Sezgin, A., 2005. An Analysis of the Factors Affecting Attitudes of Farmers to Receive Extension Services in Northeastern Anatolia Region, 17th European Seminar on Extension Education, İzmir.
- Oktay, E., Boyacı, M., Karaturhan, B., Bayaner, A., Sakarya, H., 1995. Bilgi ve Teknoloji Akışında Etkinliğin Sağlanması, Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi. Ankara.
- Olgun, A., 1994. 2000'li Yıllara Girerken Tarımsal Yayım Beklentiler, Türkiye I. Tarım Ekonomisi Kongresi, İzmir.
- Boyacı, M., 1998. Tarımsal Bilgi ve Teknoloji Akışı (Enformasyon) Sisteminin Yapısal Özellikleri, Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma: Manisa İli Örneği, (Doktora Tezi), Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Bernet, T., Ortiz, O., Estrada, R.D., Quiroz, R., Swinton, S. M., 2001. Tailoring Agriculture Extension to Different Production Contexts: A User-Friendly Farm-Household Model to Improve Decision-Making for Participatory Research, Michigan State University, East Lansing, USA.
- Yurttaş, Z., 1979. Tarımsal Yayım Yönünden Bir Köy İncelemesi ve Program Değerlendirmesi Üzerine Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Doçentlik Tezi), Atatürk

- Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Erzurum.
- Kidd, A.D., Lamerrs, J.P.A., Ficarelli, P.P., Hoffmann, V., 1999. Privatising Agriculture Extension: Caveat Emptor, German Technical Co-operation Broadening Agricultural Services and Extension Delivery Project, Department of Agriculture, Northern Province PO Box 4645, 0700 Pietersburg, South Africa.
- Farrington, J., 2000. The Changing Public Role in Agriculture Extension, Agriculture Research and Extension Network, Overseas Development Institute, Regent's College, Inner Circle, London NW1 4NS, UK.
- Özkaya, T., Ceylan, C., Aktaş, Y., Şelli, F., Pekizoğlu, F., 2005. Tarımsal Yayım Hizmetleri ve Organizasyonu, Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi, Ankara.
- Hulme, D., 2004. Agricultural Extension: Public Service or Private Business?, Administrative College of Papua New Guinea . PO Box 1216, Boroko, Papua New Guinea.
- Çiçek, A., Erkan, O., 1996. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklemeye Yöntemleri, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No: 12, Ders Notları Serisi No:6, Tokat.
- Wadsworth, J., 2003. Developing Efficient Extension Strategies: Results of an Experiment Involving Costa Rican Livestock Producers. Department of Agriculture and Horticulture, University of Reading, Reading RG6 2AP, UK.
- Sezgin, A., 2008. Erzurum İlinde Uygulanan Hayvancılığa Yönelik Çiftçi Eğitimi Projelerinin Karşılaştırmalı Analizi. *Doktora Tezi*. Atatürk Üniv Zir Fak Tarım Ekonomisi Bölümü Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Türkyılmaz, M.K., Bardakcıoğlu, H.E., Nazlıgül, A., 2003. Socio-economic factors affecting the adoption of innovations in dairy enterprises in Aydın. *Türk J Vet Anim Sci*, 27, 1269-1275. <http://journals.tubitak.gov.tr/veterinary/issues/vet-03-27-6/vet-27-6-4-0204-43.pdf>. (31.08.2009).
- Tatlıdil, H., 1997. Tarımda Yeniliklerin Benimsenmesi ve Yayılması (TODAŞE tarafından Ankara'da düzenlenen Tarımsal Yayım ve Haberleşme Seminerinde sunulmuştur.)
- Çiçek, H., Cevger, Y., Tandoğan, M., 2008. Socio-economic factors affecting the level of adoption of innovations in dairy cattle enterprises. *Ankara Üniv. Vet Fak. Derg.*, 55, 183-187. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/11/251/2258.pdf> (28.08.2009).

Sorumlu Yazar:

Ayşe SEZGİN

asezgin2579@hotmail.com

Geliş Tarihi :13.11.2009

Kabul Tarihi :01.02.2010

ERZURUM İLİNDE TARIM MAKİNELERİNE SAHİP OLAN VE OLMAYAN İŞLETMELERDE BUĞDAY, ARPA VE ÇAVDAR'IN ÜRETİM MALİYETİ¹

Hediye KUMBASAROĞLU¹, Vedat DAĞDEMİR²

Özet: Bu çalışma, 2006 üretim döneminde Erzurum'da makine sahibi olan ve olmayan işletmelerde buğday, arpa ve çavdar maliyetlerini hesaplayarak makine sahibi olmanın mı yoksa kiralamanın mı daha karlı olduğunu belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada materyal olarak, Erzurum ili; Merkez ilçe, Ilıca, Aşkale, Pasinler, Köprüköy ve Horasan ilçelerine bağlı 30 köyde faaliyette bulunan çiftçilerle yapılan toplam 200 adet anket verileri kullanılmıştır. İşletmeler makine sahibi olan ve olmayan şeklinde 2 gruba ayrılarak analize tabi tutulmuştur.

Çalışmada yapılan analiz sonuçlarına göre makine sahibi olmanın makine kiralamadan daha avantajlı olduğu belirlenmiştir. Maliyet hesabı yapılan üç ürünün hepsinde makine sahibi olan işletmelerin elde ettikleri gelir ile üretim masraflarının hepsini karşıladığı ve kar elde ettikleri belirlenmiştir. Makine sahibi olmayan işletmelerde ise buğday üretim masraflarının karşılandığı fakat arpa ve çavdarın üretim masraflarının karşılanmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Üretim maliyeti, hububat, Erzurum.

Production Cost of Wheat, Barley and Rye in Farms Owning Agricultural Machinery and Renting Machinery in Erzurum Province

Abstract: This research was conducted to determine whether owning or renting agricultural machinery and equipment is more profitable in the farms by calculating wheat, barley and rye production costs in farms in Erzurum Province in 2006. A total of 200 questionnaires was conducted on farmers in 30 villages in Erzurum Central District, Ilıca, Aşkale, Pasinler, Köprüköy and Horasan districts to obtain primary data for the study. Secondary data was obtained from Literatures related to the topic, information from web pages and publications of some organizations. Collected data was divided into two groups as machinery owner and machinery renters and analyzed accordingly.

According to the results of analysis, it was determined that owning machinery was more advantageous than renting machinery. Cost calculations were made for three products. It was determined that the farms with their own equipments have met all of the production costs and gained profits for all three products. On the other hand, it was also determined that variable costs were met in the farms for wheat but not for the production of barley and rye in the farms renting agricultural machinery and equipment.

Key Words: Production cost, grain, Erzurum.

1. GİRİŞ

Ülkelerin sanayileşme çabalarına rağmen, tarım hiçbir ülkenin göz ardı edemeyeceği; gerek ülke ekonomisine katkısı, gerek dış ticarete katkısı ve gerekse nüfusun beslenmesi ve istihdamına katkısı ile çok büyük öneme sahiptir.

Tüm dünya üzerinde bulunan doğal kaynaklar sınırlı olduğu kadar, insanların ihtiyaçlarının karşılanmasında da yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle günümüzün en önemli sorunlarından biride artan nüfusun beslenme ihtiyaçlarını karşılamaktır. Bunu çözebilmek tarımsal üretimin artırılmasıyla mümkün olabilecektir. Ancak tarım alanları marjinal sınırlara ulaştığı için üretimi arttırmanın tek yolu verimliliği arttırmaktır. Tarımsal üretimin artışında, ileri teknolojilerin tarımda iyi bir şekilde uygulanması ve tarımsal mekanizasyon büyük önem taşımaktadır. Tarımsal mekanizasyon araçlarından biri de tarım makineleridir. Bitkisel ürünlerin ekim ve dikimi, sulanması ve gübrelenmesi, bakımı ve tarımsal mücadelesi, hasadı ve sökülmesi gibi tüm üretim

aşamalarında tarım makineleri yaygın olarak kullanılmaktadır.

Tarımsal üretimde aile işgücünden geniş ölçüde yararlanma yanında çok fazla sayıda girdi kullanımı ve doğal şartların üretim üzerindeki etkisi, maliyet çalışmalarını karışık ve hesaplanması zor bir duruma sokmaktadır. Tarımsal üretimde girdi olarak kullanılan tarımsal mekanizasyon araçları; tarımsal üretimde işgücü verimliliğini artıran, maliyetleri düşüren, modern üretim teknolojilerinin kullanılmasını ve işlemlerin zamanında, isteklere uygun şekilde yapılmasını sağlayan, ürün kalitesini ve verimini artıran önemli bir girdidir (Anonim, 2006). Tarım işletmelerinde mekanizasyona gidilmesi ve mekanizasyon düzeyinin yükseltilmesi, birçok yarar sağlamakla birlikte özellikle işletmelerin masraf yapılarında önemli değişimlere yol açmakta, bilinçsiz makine kullanımı ise işletme gelirini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle makine kullanımı yoluna giderken, ortaya çıkacak fayda ve masrafları ve işletmenin içinde bulunduğu şartları iyi

¹ Bu Çalışma, Atatürk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Destekleme Fonu tarafından desteklenen Doktora Tezinden çıkarılmıştır.

² DSİ VIII. Bölge Müdürlüğü İşletme Bakım Şube Müdürlüğü 25100 ERZURUM

³ Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü 25240 ERZURUM

değerlendirmek gerekir. Bu nedenle tarımsal üretimde mekanizasyonun planlanması önemlidir.

İşletmeler arası ve işletme içerisinde karşılaştırmalara imkan sağlamada, işletmelerde birden fazla faaliyete yer verilecek ise işletme planlamasına yardımcı olmada, taban fiyatlarının belirlenmesinde, satış fiyatlarının tahmininde, maliyeti yükselten sebeplerin ortaya çıkarılmasında tarımsal ürünlerin maliyetlerinin tespiti fayda sağlamaktadır (Ayyıldız ve Yavuz, 1988). Buğday ve arpa'nın maliyet unsurları içinde en düşük payı zirai mücadele ve ilaçlama alırken en fazla payı makine çeki gücü masrafları almaktadır (Kızıloğlu, 1994). Tarım işletmelerinin sahip olduğu alet-makine sermayesinin büyük bir kısmını traktör oluşturmaktadır. Makine çeki gücü masrafları içerisinde traktör için yapılan masrafların önemli bir yer almaktadır (Nalbant ve Rehber, 1987).

Bu bakımdan tarım işletmelerinin mekanizasyon masraflarının tespiti ve bu masrafları oluşturan çeşitli kalemlerin incelenmesi, işletme gelirlerinin artırılması açısından daha isabetli kararların alınmasında yararlı olacaktır. Mekanizasyon masraflarının hesaplanmasının başlıca amaçları; makine alımının mı yoksa işin kira karşılığında yaptırılmasının mı daha ekonomik olduğuna karar vermek, makine kullanmanın planlanmasını ve kontrolünü yapmak, ücret karşılığı iş yapmada birim iş ünitesinin yapılma ücretini belirleyebilmek olarak özetlenebilir.

Tarım işletmelerinin çoğu sahip olmadıkları alet-makineleri diğer işletmelerden kiralama yoluyla ya da ücretsiz olarak temin edip kullanmaktadırlar. Traktör ve ekipmanların kiralama yoluyla kullanımı küçük tarım işletmelerinde daha yoğundur (Kasap vd., 1991). Tarımsal ürünlerin üretim maliyeti üzerine mekanizasyon kullanımı daha etkilidir. Makine kullanımının kullanılmadığı üretim şekline göre %47.97 daha fazla tasarruf sağlamaktadır (Eker ve Kasap, 1996).

Bu çalışmada, Erzurum ilindeki tarım işletmeleri örnek alınarak, makine sahibi olan ve olmayan işletmelerde buğday, arpa ve çavdar maliyetlerini hesaplayarak makine sahibi olan işletmelerin mi yoksa makine kiralayan işletmelerin mi karlı olduğunu belirlemek amacıyla net karlar ve brüt marjlar hesaplanmıştır.

2. MATERYAL ve YÖNTEM

Bu çalışmanın ana materyalini, 2006 yılı üretim döneminde Erzurum ili Merkez İlçe, Aşkale, Ilıca (Aziziye), Pasinler, Köprüköy ve Horasan İlçelerinde yapılan anketler oluşturmuştur. Ayrıca, Erzurum Tarım İl Müdürlüğü, Aşkale, Ilıca, Pasinler, Köprüköy ve Horasan Tarım İlçe Müdürlükleri ve konu ile ilgili literatür bilgileri araştırmanın diğer veri kaynaklarını oluşturmuştur.

Örnek büyüklüğü, İl Tarım ve İlçe Müdürlüklerinden Doğrudan Gelir Desteği (DGD)'ne

kayıt yaptıran 18 492 işletmeye ait işletme sayısı ve arazi varlıkları dikkate alınarak tespit edilmiştir. Arazi varlıkları örnekleme çalışmalarının esasları olan normal dağılıma yakın olacak şekilde sınıflandırılması yapılmıştır.

Basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre örnek sayısı hesaplanmıştır (Çiçek ve Erkan, 1988).

$$n = \frac{N \cdot S^2}{(N-1) \cdot D^2 + S^2}$$
$$= \frac{18492 \cdot 3435.552}{18491 \cdot 25.70 + 3435.552}$$
$$= 133$$

Hesaplanan 133 anket sayısı, anketlerde eksikliklerin veya yanlışlıkların olabileceği göz önünde bulundurularak ve anket yapılacak işletmelerin her birinin maliyeti hesaplanacak ürünün tamamını da üretmesi beklenmediğinden minimum anket sayısının %50'si kadar ilave anket yapılması uygun bulunmuştur. Bu durumda 133 olan anket sayısı 200'e çıkmıştır.

Çalışmaya 30 köy dahil edilmiş ve makine sahibi olanların ve olmayanların anket sayıları eşit olacak şekilde anket yapılması uygun görüldüğünden makine sahibi olan ve olmayan işletmelerle 100'er anket yapılacak şekilde 200 çiftçi ile anket yapılmıştır. Her çiftçinin bu üç ürünü de ekmesi beklenmediğinden; makine sahibi olan işletmelerde buğday üretimi yapan 87, arpa üretimi yapan 62 ve çavdar üretimi yapan 15 işletme ile makine sahibi olmayan işletmelerde buğday üretimi yapan 86, arpa üretimi yapan 65 ve çavdar üretimi yapan 7 işletme ile anket yapılmıştır.

İşletmeler makineye sahip olanlar (1. grup) ve olmayanlar (2. grup) olarak 2 gruba ayrılmıştır. Bu gruplarda işgücünden yararlanma durumu, ürün maliyetleri, brüt marj, gayrisafi üretim değeri ve net gelir hesapları yapılmıştır. Araştırma bölgesinde buğday, arpa ve çavdar'ın maliyetleri hem makineye sahip olan hem de sahip olmayan gruplar için hesaplanmıştır. Tarım işletmelerinde çalışabilir yaşta olan nüfus, 7 ve daha yukarı yaşta olanlardır (0-6 yaş grubu ile 65 yaş ve üzeri dahil edilmemiştir). Bu nüfus miktarından eğitim, devamlı hastalık, askerlik gibi nedenlerle çalışmayanların sayısı çıkarılarak çalışan nüfus sayısı hesaplanmıştır. İşgücü miktarı ise, bölgede çalışılabilir gün sayısı dikkate alınarak, Erkek İş Günü (EİG) ile ifade edilmiştir. Tarım işletmelerinde çalışılabilir yaşta olan nüfusu, diğer bir ifadeyle mevcut aile işgücü Erkek İş Birimi (EİB)'ne çevrilerek hesaplanmıştır. Mevcut aile işgücünü EİB'ne çevirmede 07-14 yaşları için erkek 0.50-kadın 0.50, 15-49 yaşları için erkek 1.00-kadın 0.75, 50+ yaşları için erkek 0.75-kadın 0.50 katsayıları kullanılmıştır (Dağdemir, 2005).

Araştırma yöresinde çalışılabilir gün sayısı, işletmede devamlı çalışanlar için 300, eğitim gören ve sadece yaz döneminde çalışanlar için 90 gün kabul edilmiştir (Aksöz, 1966).

Üretilen bitkisel ve hayvansal ürünlerin gayrisafi üretim değerlerinin hesaplanmasında, çiftçi

eline geçen ana ve yan ürünlerin satış fiyatları ve üretim miktarları çarpılmış ve bulunan değere ilgili üretim dalında yıl içerisinde meydana gelen üretimin kıymet artışları (nebat sermayesinde meydana gelen artışlar) eklenmiştir (Karagölge, 2001).

Çalışmada brüt marj değeri, ilgili üretim dalının gayrisafi üretim değerinden o üretim dalına ait değişen masrafların çıkarılmasıyla elde edilmiştir (Karagölge, 1996). Net kar, tek yıllık bitkilerde üretimin kıymet artışı olmadığı için gayrisafi üretim değeri, üretim değeri olarak kabul edilmiş ve gayrisafi üretim değerinden üretim masraflarının çıkarılmasıyla tespit edilmiştir (İnan, 1998; Kırıl vd., 1999; Gündoğmuş, 1996).

Araştırmada maliyet analizindeki veriler 1 dekar alan için üretim girdilerini gösterecek şekilde düzenlenmiştir. Araştırmada yer alan değerler ağırlıklı ortalamaları göstermektedir. Üretim masrafları; değişken (tohum, gübre tarımsal mücadele ilacı, işçi ücretleri, akaryakıt, yağ, tamir-bakım gibi makineye ait değişen masraflar, makine kirası, su ücreti ve döner sermaye faizi) ve sabit (genel idare giderleri, sabit sermaye faizi, sabit sermayenin amortismanı ve arazi kirası) olmak üzere iki kısımda incelenmiştir.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1. İncelenen işletmelerde nüfus ve işgücü miktarı

İşletme başına düşen nüfus I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 6.26, 6.18 olup ortalama 6.23 kişidir. Çizelge 1'de de görülebileceği gibi çeşitli yaş gruplarındaki erkek ve kadın nüfus oranları arasında büyük farklar bulunmamaktadır.

Erzurum'da yapılan diğer çalışmalarda da işletme başına düşen nüfus miktarı ortalama 6.33 olarak tespit edilmiş (Tuvanç ve Dağdemir, 2009) olup birbirine yakındır.

İşletmeler ortalamasına göre, aile nüfusunun %48.23'ünü kadınlar ve %51.77'sini erkekler oluşturmaktadır. Nüfusun çeşitli yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında ise en yüksek orana sahip bulunan yaş grubunun 15-64 olduğu görülmektedir. Ekonomik yönden faal nüfus olarak nitelenen bu nüfus oranı, incelenen tarım işletmelerinde %53.05'dir (Çizelge 1).

Araştırma kapsamındaki işletmelerde ortalama işgücü miktarı I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 3.98 ve 4.06 EİB olup işletmeler ortalaması 4.02 EİB'dir (Çizelge 2).

Çizelge 1. İşletmelerde Nüfusun Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımı (Kişi)

Yaş Grupları	İşletme Grupları		İşletmeler Ortalaması
	I. Grup	II. Grup	
0-6	0.61	0.59	0.60
- Erkek	0.24	0.23	0.23
- Kadın	0.37	0.36	0.37
%	9.74	9.55	9.65
7-14	1.25	0.98	1.12
- Erkek	0.60	0.60	0.60
- Kadın	0.65	0.38	0.52
%	19.97	15.86	18.01
15-49	3.24	3.36	3.30
- Erkek	1.72	1.79	1.75
- Kadın	1.52	1.57	1.55
%	51.76	54.36	53.05
50-65	0.78	0.93	0.85
- Erkek	0.38	0.50	0.44
- Kadın	0.40	0.43	0.41
%	12.46	15.05	13.67
66+	0.38	0.32	0.35
- Erkek	0.20	0.19	0.20
- Kadın	0.18	0.13	0.15
%	6.07	5.18	5.63
Toplam	6.26	6.18	6.23
- Erkek	3.14	3.31	3.23
- Kadın	3.12	2.87	3.00
%	100.00	100.00	100.00

Çizelge 2. İşletmelerde Yaş Gruplarına Göre Aile İşgücü Miktarı (EİB)

Yaş Grupları	İşletme Grupları		İşletmeler Ortalaması
	I. Grup	II. Grup	
Toplam	3.98	4.06	4.02
Erkek	2.31	2.47	2.39
Kadın	1.67	1.59	1.63

Çizelge 3. İşletmelerde EİG Cinsinden Mevcut, Kullanılan ve Atıl İşgücü

		İşletme Grupları		İşletmeler Ortalaması
		I.Grup	II. Grup	
Mevcut İşgücü	(EİG)	1 371	1 365	1 368
	%	100.00	100.00	100.00
Aile İşgücü	(EİG)	1 194	1 218	1 206
	%	87.09	89.23	88.16
Yabancı İşgücü	(EİG)	177	147	162
	%	12.91	10.77	11.84
Değerlendirilen İşgücü				
- İşletmede	(EİG)	742	665	704
- İşletme Dışında	(EİG)	40	50	45
Toplam	(EİG)	782	715	749
	%			
Atıl İşgücü	(EİG)	589	650	619
	%	42.96	47.61	45.29

İşletmelerde işgücünün randımanlı çalıştırılmaması sonucu özellikle hasat-harman ve ot biçme dönemlerinde geçici olarak yabancı işçi çalıştırmak durumunda kalınmaktadır. İşletmelerde atıl işgücü oranları I. grup işletmelerde %42.96, II. grup işletmelerde %47.61 ve işletmeler ortalamasında %45.29'dur (Çizelge 3). İşletmeler ortalamasına göre atıl işgücü oranı yüksek olmasına rağmen yabancı işgücünün toplam işgücü içindeki payının %11.84 olması, yabancı işgücünün işlerin yoğun olduğu hasat döneminde yoğun olarak kullanıldığını göstermektedir.

3.2. Buğday, Arpa ve Çavdar Üretim Maliyeti

Buğday

I. ve II. grup işletmeler için yapılan maliyet analizleri çizelge 4'de verilmiştir. I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 1 kg buğday maliyeti 0.341 ve 0.371 TL olarak hesaplanmıştır. I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla üretim masrafının %67.16 ve %76.21'ini değişen masraflar, %32.84 ve %23.79'unu sabit masraflar oluşturmaktadır. I. grup işletmelerde üretim masrafları içerisinde yakıt masrafı %18.39 ile 3. sırada yer alırken II. grup işletmelerde üretim masrafları içerisinde %41.09 ile makine çeki gücü masrafları en yüksek payı almaktadır (Çizelge 4). Buğday üretiminin de çiftçi eline geçen ürün fiyatı ortalama 0.390 TL/kg olarak tespit edilmiştir. İşletmeler çiftçi eline geçen ortalama fiyatlar ile maliyet fiyatları arasında buğday üretiminde kilogram başına I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 0.049 ve 0.019TL'lik kar elde etmişler ve bu karın satış fiyatına oranı %12.56 ve %4.87'dir. Erzurum'da I. ve II. grup işletmelerin buğday üretim faaliyetinden kar ettikleri tespit edilmiştir.

Devlet desteği aldıktan sonra buğday maliyeti I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 0.273 ve 0.302 TL olarak değişmektedir (Çizelge 5). Bu durumda buğday üretiminde çiftçi eline geçen ürün fiyatı ortalama 0.390 TL/kg olduğundan, çiftçi eline geçen ortalama fiyatlar ile maliyet fiyatları arasında kg başına I. ve II. grup işletmelerde 0.117 ve 0.088 TL'lik kar elde edilmekte ve bu karların satış fiyatına oranı %30.00 ve

%22.56 olarak hesaplanmaktadır. 2006 yılında devlet desteği alan I. ve II. grup işletmeler kar elde etmişlerdir.

Buğday üretimi yapan işletmelerde brüt marjın hesaplanması, buğday üreticisinin bu faaliyetten elde ettiği gelirin belirlenmesi ve alternatif ürünlerle karşılaştırılması yönünden önem taşımaktadır. I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla bir dekar buğday üretiminden elde edilen gayrisafi üretim değeri 168.80 ve 166.97 TL, dekara yapılan değişken masraflar 105.89 ve 124.04 TL olup brüt marj 62.91 ve 42.93 TL olarak tespit edilmiştir. Buğday üretiminde dekardan elde edilen net kar/zarar, I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 11.14 ve 4.21 TL olarak belirlenmiştir (Çizelge 6).

Devlet desteği alındıktan sonra I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla bir dekar buğday üretiminden elde edilen gayrisafi üretim değeri 178.80 ve 176.97 TL, brüt marj 78.25 ve 58.36 TL ve net kar 26.64 ve 19.80 TL'dir. Her iki grupta da pozitif brüt marj elde edilmiş ve üretim faaliyetinin değişen masrafları karşıladığı belirlenmiştir. I. ve II. grup işletmelerde pozitif net kar ile toplam masrafların karşılandığı belirlenmiştir (Çizelge 6).

Arpa

I. ve II. grup işletmeler için yapılan maliyet analizleri çizelge 7'de verilmiştir. I. ve II. grup işletmelerde 1 kg arpa maliyeti 0.271 ve 0.310 TL olarak hesaplanmıştır. I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla üretim masrafının %65.33 ve %74.85'ini değişen masraflar, %34.67 ve %25.15'ini sabit masraflar oluşturmaktadır. I. grup işletmelerde üretim masrafları içerisinde yakıt masrafı %17.93'lük bir pay alırken II. grup işletmelerde üretim masrafları içerisinde makine çeki gücü masrafları %41.20'lik bir pay almaktadır (Çizelge 7). Arpa üretiminin de çiftçi eline geçen ürün fiyatı ortalama 0.290 TL/kg olarak tespit edilmiştir. Çiftçi eline geçen ortalama fiyatlar ile maliyet fiyatları arasında arpa üretiminde kilogram başına I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 0.019 ve -0.020TL'lik kar/zarar elde etmişler ve bu karın satış fiyatına oranı %6.55'dir. I. grup işletmelerin arpa üretim faaliyetinden kar ettikleri II. grup işletmelerin ise zarar ettikleri tespit edilmiştir.

Çizelge 4. I. ve II. Grup İşletmelerde Buğday Üretimi Maliyet Hesabı

Üretim İşlemleri	İş Za.	İnsan ve Makine Çeki Gücü Talebi						Kullanılan Materyal						I. Grup		II. Grup	
		İnsan İşgücü			Makine Çeki Gücü			Cinsi	I. Grup		II. Grup		Mas. Top. (TL)	%	Mas. Top. (TL)	%	
		I. Grup Saat	Tutar (TL)	II. Grup Saat	Tutar (TL)	I. Grup Saat	Tutar (TL)		I. Grup Mik. (Kg)	Tutar (TL)	II. Grup Mik. (Kg)	Tutar (TL)					
I. Toprak Hazırlığı																	
a) 1. Sürüm	9	0.31	2.53	0.31	-	0.31	14.59										
b) 2. Sürüm	9	0.16	1.31	0.17	-	0.16	6.78										
c) Ekim	10	0.19	1.66	0.19	0.17	0.19	5.59	Tohum	23.22	8.12	24.41	8.54					
d) Merdane	10	0.16	1.31	0.17	-	0.16	6.79										
II. Bakım																	
a) Gübreleme 1	10	0.08	0.57	0.07	0.09	0.08	2.72	DAP	15.19	7.53	15.1	7.49					
b) Gübreleme 2	3	0.05	0.42	0.06	0.09	0.05	2.26	A.Nt.	13.19	4.85	13.02	4.69					
c) İlaçlama	4	0.06	0.51	0.05	-	0.06	1.84	İlaç		0.85		0.87					
d) Sulama	4	3.01	11.28	2.99	11.16	-	-	- Su		4.14		4.11					
III. Hasat-Harman																	
a) Hasat	8	0.26	1.25	0.26	-	0.26	10.21										
b) Demet ve Yığın Yapma	8	2.88	6.02	2.86	5.64	-	-										
c) Harman	8	1.17	4.05	1.31	0.56	1.17	4.57										
f) Çuvallama	8	0.49	2.14	0.49	2.14	-	-	Çuval	5	3.75	5	3.75					
g) Saman Taşıma	8	1.08	3.34	1.08	0.10	1.05	8.06										
h) Ambara Taşıma (Dane Taşıma)	8	0.55	1.74	0.55	0.13	0.51	3.46										
i) Yakıt Masrafı																	
j) Tamir-Bakım Masrafı																	
Toplam (I+II+III)		10.45	38.13	10.56	20.08	4.00	66.87			29.24		29.45			99.37	63.03	116.4
j) Döner Sermaye Faizi (%6.565)															6.52	4.14	7.64
A. Değişken Masraflar Toplamı															105.89	67.16	124.04
a) Genel İdare Gideri (A*%3)															3.18	2.02	3.72
b) Tarla Kirası															35.00	22.20	35
c) Alet-Makine Amortismanı															10.87	6.89	-
d) Alet-Makine Sermaye Faizi															2.72	1.73	-
B. Sabit Masraflar Toplamı															51.77	32.84	38.72
C. Üretim Masrafları (A+B)															157.66	100.00	162.76
D. Yan Ürün Geliri															79.88		79.61
E. Buğday Üretimi (kg/da)															228		224
F. 1 Kg Buğday Maliyeti [(C-D)/E]															0.341		0.371

Çizelge 5. Devlet Desteği Çıkarıldıktan Sonra Üretim Masraflarının Masraf Gruplarına Göre Dağılımı ve 1 Kg Buğdayın Maliyeti (TL/Da)

Masraf Kalemleri	I. Grup	II. Grup
1- Toplam (Toprak Hazırlama, Bakım, Hasat -Harman ve Materyal Masrafı)	99.37	116.4
2- Devletin Girdilere Verdiği Destek Miktarı	5.01	5.01
- Kimyevi Gübre Desteği	2.13	2.13
- Mazot Desteği	2.88	2.88
Toplam (1-2)*	94.36	111.39
3- Döner Sermaye Faizi (%6.565)	6.19	7.31
A. Değişken Masraflar Toplamı	100.55	118.7
4- Genel İdare Gideri (A*%3)	3.02	3.56
5- Diğer Sabit Masraflar Toplamı	48.59	35
B. Sabit Masraflar Toplamı	51.61	38.56
C. Üretim Masrafları (A+B)	152.16	157.26
D Yan Ürün Geliri	89.88	89.61
- Saman Geliri	79.88	79.61
- Devlet Tarafından Verilen Doğrudan Gelir Desteği**	10.00	10.00
E. Buğday Üretimi (kg/da)	228	224
F. Desteklemeden Sonraki 1 kg Buğdayın Maliyeti [(C-D)/E]	0.273	0.302

* Mazot ve Kimyevi Gübre destekleri (5.01 TL/da) değişen masraflardan düşülmüştür.

** Devletin buğday üretimi için verdiği Doğrudan Gelir Destek (DGD = 10 TL) miktarıdır.

Çizelge 6. Devlet Desteği Alınmadan ve Alındıktan Sonra Buğday Üretiminde Dekara Brüt ve Net Karlar (TL/Da)

Masraf ve Gelir Unsurları	Devlet Desteği Alınmadan*		Devlet Desteği Alındıktan Sonra**	
	I. Grup	II. Grup	I. Grup	II. Grup
1- Değişen Masraflar	105.89	124.04	100.55	118.61
2- Sabit Masraflar	51.77	38.72	51.61	38.56
3- Üretim Masrafları (1+2)	157.66	162.76	152.16	157.17
4- Satış Fiyatı (TL/kg)	0.390	0.390	0.390	0.390
5- Gayrisafi Üretim Değeri	168.80	166.97	178.80	176.97
- Buğday Dane Geliri	88.92	87.36	88.92	87.36
- Saman Geliri	79.88	79.61	79.88	79.61
- Devlet Desteği	-	-	10.00	10.00
6- Ürün Maliyeti (TL/kg)	0.341	0.371	0.273	0.302
7- Brüt marj (5-1)	62.91	42.93	78.25	58.36
8- Net kar (5-3)	11.14	4.21	26.64	19.80
9- Verim (kg/da)	228	224	228	224

* I. Grup; Buğday Dane Geliri=228 kg x 0.39 TL/kg=88.92 TL, Saman Geliri=399.40 kg x 0.20 TL/kg=79.88 TL/da

II. Grup; Buğday Dane Geliri=224 kg x 0.39 TL/kg=87.36 TL, Saman Geliri=398.05 kg x 0.20 TL/kg=79.61 TL/da

** Çizelge 5'ten faydalanılarak hesaplamalar yapılmıştır.

Devlet desteği alındıktan sonra arpa maliyeti I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 0.209 ve 0.246 TL olarak değişmektedir (Çizelge 8). Bu durumda arpa üretiminde çiftçi eline geçen ürün fiyatı ortalama 0.290 TL/kg olduğundan, çiftçi eline geçen ortalama fiyatlar ile maliyet fiyatları arasında kg başına I. ve II. grup işletmelerde 0.081 ve 0.044 TL'lik kar bulunmakta olup bu karların satış fiyatına oranı %27.93 ve %15.17'dir. Bu durumda Erzurum'da 2006 yılında devlet desteği alan I. ve II. grup işletmeler kar elde etmişlerdir.

Arpa üretimi yapan işletmelerde brüt marjın hesaplanması, arpa üreticisinin bu faaliyetten elde ettiği gelirin belirlenmesi ve alternatif ürünlerle karşılaştırılması yönünden önem taşımaktadır. I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla bir dekar arpa üretiminden elde edilen gayrisafi üretim değeri 149.71 ve 148.05 TL, dekar yapılan değişken masraflar 94.74 ve 114.41 TL olup brüt marj 54.97 ve 33.64 TL olarak

tespit edilmiştir. I. ve II. grup işletmelerde dekar net kar sırasıyla 4.69 TL ve -4.79 TL olarak belirlenmiştir (Çizelge 9).

Devlet desteği alındıktan sonra I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla bir dekar arpa üretiminden elde edilen gayrisafi üretim değeri 159.71 ve 158.05 TL, brüt marj 69.83 ve 48.77 TL ve net kar 19.69 ve 10.49 TL'dir. Her iki grupta da pozitif brüt marj elde edilmiş ve üretim faaliyetinin değişen masrafları karşıladığı belirlenmiştir. I. ve II. grup işletmelerde pozitif net kar ile toplam masrafların karşılandığı belirlenmiştir (Çizelge 9).

Çavdar

I. ve II. grup işletmeler için yapılan maliyet analizleri çizelge 10'da verilmiştir. I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 1 kg çavdar maliyeti 0.226 ve 0.276 TL olarak hesaplanmıştır. I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla üretim masrafının %58.39 ve %69.71'ini değişen masraflar, %41.61 ve %30.29'unu

Çizelge 7. I. ve II. Grup İşletmelerde Arpa Üretimi Maliyet Hesabı

Üretim İşlemleri	İş Za.	İnsan ve Makine Çeki Gücü Talebi						Kullanılan Materyal						I. Grup		II. Grup	
		İnsan İşgücü			Makine Çeki Gücü			I. Grup		II. Grup		Mas. Top. (TL)	%	Mas. Top. (TL)	%		
		I. Grup	II. Grup	Tutar (TL)	I. Grup	II. Grup	Tutar (TL)	I. Grup	II. Grup								
		Saat	Tutar (TL)	Saat	Tutar (TL)	Saat	Tutar (TL)	Mik. (Kg)	Tutar (TL)	Mik. (Kg)	Tutar (TL)						
I. Toprak Hazırlığı																	
a) 1. Sürüm	9	0.30	2.61	0.31	-	0.30	-	0.31	14.81					12.53	8.64	38.22	25.01
b) 2. Sürüm	9	0.15	1.29	0.15	-	0.15	-	0.15	6.12					2.61	1.80	14.81	9.69
c) Ekim	10	0.17	1.52	0.18	0.09	0.17	-	0.17	4.75	19.37	5.81	21.11	6.33	1.29	0.89	6.12	4.00
d) Merdane	10	0.15	1.30	0.15	-	0.15	-	0.15	6.12					7.33	5.05	11.17	7.31
II. Bakım														27.69	19.09	32.04	20.96
a) Gübreleme 1	10	0.06	0.54	0.07	0.08	0.06	-	0.07	3.17	DAP	14.23	5.29	5.23	5.83	4.02	8.48	5.55
b) Gübreleme 2	3	0.05	0.41	0.07	0.17	0.05	-	0.05	2.24	A.Nt.	14.80	6.65	6.49	7.06	4.87	8.90	5.82
c) İlaçlama	4	-	-	-	-	-	-	-	-	İlaç	-	-	-	-	-	-	-
d) Sulama	4	2.70	10.12	2.67	10.02	-	-	-	-	Su	4.68	-	4.64	14.80	10.21	14.66	9.59
III. Hasat-Harman														49.13	33.88	37.30	24.40
a) Hasat	8	0.24	1.15	0.24	-	0.24	-	0.24	10.08					1.15	0.79	10.08	6.60
b) Demet ve Yığın Yapma	8	2.52	5.27	2.49	5.01	0.00	-	-	-					5.27	3.63	5.01	3.28
c) Harman	8	1.06	3.59	1.13	0.40	1.06	-	1.03	4.21					3.59	2.48	4.61	3.02
f) Çuvallama	8	0.48	2.14	0.48	2.14	-	-	-	-	Çuval	5	3.75	5	5.89	4.06	5.89	3.85
g) Saman Taşıma	8	1.06	3.29	1.05	0.11	1.01	-	0.94	7.89					3.29	2.27	8.00	5.23
h) Ambara Taşıma (Dane Taşıma)	8	0.55	1.82	0.55	0.13	0.49	-	0.49	3.58					1.82	1.25	3.71	2.43
i) Yakıt Masrafı														26.00	17.93	-	-
j) Tamir-Bakım Masrafı														2.12	1.46	-	-
Toplam (I+II+III)			9.49	35.05	9.54	18.15	3.68	3.60	62.97		26.18		26.44	89.35	61.61	107.56	70.37
j) Döner Sermaye Faizi (%6.565)														5.39	3.72	6.85	4.48
A. Değişken Masraflar Toplamı														94.74	65.33	114.41	74.85
a) Genel İdare Gideri (A*%3)														2.84	1.96	3.43	2.25
b) Tarla Kirası														35.00	24.13	35.00	22.90
c) Alet-Makine Amortismanı														9.95	6.86	-	-
d) Alet-Makine Sermaye Faizi														2.49	1.72	-	-
B. Sabit Masraflar Toplamı														50.28	34.67	38.43	25.15
C. Üretim Masrafları (A+B)														145.02	100.00	152.84	100.00
D. Yan Ürün Geliri														79.24		78.45	
E. Arpa Üretimi (kg/da)														243.00		240.00	
F. 1 Kg Arpa Maliyeti [(C-D)/E]														0.271		0.310	

sabit masraflar oluşturmaktadır. I. grup işletmelerde üretim masrafları içerisinde yakıt masrafı %20.62'lik bir paya sahipken II. grup işletmelerde üretim masrafları içerisinde makine çeki gücü masrafları %48.51'lik bir pay almaktadır (Çizelge 10). Çavdar üretimin de çiftçi eline geçen ürün fiyatı ortalama 0.275 TL/kg olarak tespit edilmiştir. Çiftçi eline geçen ortalama fiyatlar ile maliyet fiyatları arasında çavdar üretiminde kilogram başına I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 0.049 ve -0.001 TL'lik kar/zarar elde etmişler ve karın satış fiyatına oranı %17.82'dir. Erzurum'da I. grup işletmeler çavdar üretim faaliyetinden kar elde ederlerken II. grup işletmelerin zarar ettikleri tespit edilmiştir.

Devlet desteği alındıktan sonra çavdar maliyeti I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla 0.148 ve 0.197 TL olarak değişmektedir (Çizelge 11). Bu durumda Erzurum ilinde çavdar üretiminde çiftçi eline geçen ürün fiyatı ortalama 0.275 TL/kg olduğundan, çiftçi

eline geçen ortalama fiyatlar ile maliyet fiyatları arasında kg başına I. ve II. grup işletmelerde 0.127 ve 0.078 TL'lik kar bulunmakta ve bu karların satış fiyatına oranı %46.18 ve %28.36'dır. 2006 yılında devlet desteği alan I. ve II. grup işletmeler kar elde etmişlerdir.

Çavdar üretimi yapan işletmelerde brüt marjın hesaplanması, çavdar üreticisinin bu faaliyetten elde ettiği gelirin belirlenmesi ve alternatif ürünlerle karşılaştırılması yönünden önem taşımaktadır. I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla bir dekar çavdar üretiminden elde edilen gayrisafi üretim değeri 125.91 ve 123.46 TL, dekara yapılan değişken masraflar 67.97 ve 86.24 TL olup brüt marj 57.95 ve 37.22 TL olarak tespit edilmiştir. I. ve II. grup işletmelerde net kar/zarar sırasıyla 9.52 TL, işletmelerde -0.26 TL olarak belirlenmiştir (Çizelge 12).

Devlet desteği alındıktan sonra I. ve II. grup işletmelerde sırasıyla bir dekar çavdar üretiminden

Çizelge 8. Devlet Desteği Çıkarıldıktan Sonra Üretim Masraflarının Masraf Gruplarına Göre Dağılımı ve 1 Kg Arpanın Maliyeti (TL/Da)

Masraf Kalemleri	I. Grup	II. Grup
1- Toplam (Toprak Hazırlama, Bakım, Hasa t-Harman ve Materyal Masrafı)	89.35	107.56
2- Devletin Girdilere Verdiği Destek Miktarı	5.01	5.01
- Kimyevi Gübre Desteği	2.13	2.13
- Mazot Desteği	2.88	2.88
Toplam (1-2)*	84.34	102.55
3- Döner Sermaye Faizi (%6.565)	5.54	6.73
A. Değişken Masraflar Toplamı	89.88	109.28
4- Genel İdare Gideri (A*%3)	2.70	3.28
5- Diğer Sabit Masraflar Toplamı	47.44	35.00
B. Sabit Masraflar Toplamı	50.14	38.28
C. Üretim Masrafları (A+B)	140.02	147.56
D Yan Ürün Geliri	89.24	88.45
- Saman Geliri	79.24	78.45
- Devlet Tarafından Verilen Doğrudan Gelir Desteği**	10.00	10.00
E. Arpa Üretimi (kg/da)	243	240
F. Desteklemeden Sonraki 1 kg Arpanın Maliyeti [(C-D)/E]	0.209	0.246

* Mazot ve Kimyevi Gübre destekleri (5.01 TL/da) değişen masraflardan düşülmüştür.

** Devletin arpa üretimi için verdiği Doğrudan Gelir Destek (DGD = 10 TL) miktarıdır.

Çizelge 9. Devlet Desteği Alınmadan ve Alındıktan Sonra Arpa Üretiminde Dekara Brüt ve Net Karlar (TL/Da)

Masraf ve Gelir Unsurları	Devlet Desteği Alınmadan*		Devlet Desteği Alındıktan Sonra**	
	I. Grup	II. Grup	I. Grup	II. Grup
1- Değişen Masraflar	94.74	114.41	89.88	109.28
2- Sabit Masraflar	50.28	38.43	50.14	38.28
3- Üretim Masrafları (1+2)	145.02	152.84	140.02	147.56
4- Satış Fiyatı (TL/kg)	0.290	0.290	0.290	0.290
5- Gayrisafi Üretim Değeri	149.71	148.05	159.71	158.05
- Arpa Dane Geliri	70.47	69.60	70.47	69.60
- Saman Geliri	79.24	78.45	79.24	78.45
- Devlet Desteği	-	-	10.00	10.00
6- Ürün Maliyeti (TL/kg)	0.271	0.310	0.209	0.246
7- Brüt marj (5-1)	54.97	33.64	69.83	48.77
8- Net kar (5-3)	4.69	-4.79	19.69	10.49
9- Verim (kg/da)	243	240	243	240

* I. Grup; Arpa Dane Geliri=243 kg x 0.29 TL/kg = 70.47 TL, Saman Geliri = 396.40 kg x 0.20 TL/kg = 79.24 TL/da

II. Grup; Arpa Dane Geliri=240 kg x 0.29 TL/kg = 69.60TL, Saman Geliri = 392.25 kg x 0.20 TL/kg = 78.45TL/da

* Çizelge 8'den faydalanılarak hesaplamalar yapılmıştır.

Çizelge 10. I. ve II. Grup İşletmelerde Çavdar Üretimi Maliyet Hesabı

Üretim İşlemleri	İş Za.	İnsan ve Makine Çeki Gücü Talebi						Kullanılan Materyal						I. Grup		II. Grup	
		İnsan İşçisi			Makine Çeki Gücü			Cinsi	I. Grup		II. Grup		Mas. Top. (TL)	%	Mas. Top. (TL)	%	
		I. Grup	II. Grup	I. Grup	II. Grup	Mik. (Kg)	Tutar (TL)		Mik. (Kg)	Tutar (TL)							
		Saat	Tutar (TL)	Saat	Tutar (TL)	Mik. (Kg)	Tutar (TL)		Mik. (Kg)	Tutar (TL)							
I. Toprak Hazırlığı																	
a) 1. Sürüm	9	0.31	2.97	0.31	-	0.31	-	0.31	14.54					2.97	10.15	37.27	30.12
b) 2. Sürüm	9	0.16	1.36	0.16	-	0.16	-	0.16	6.21					1.36	1.17	6.21	5.02
c) Ekim	10	0.18	1.36	0.20	0.10	0.18	-	0.19	5.30	Tohum	16.04	4.84	16.12	6.20	5.33	10.27	8.30
d) Merdane	10	0.15	1.28	0.16	-	0.15	-	0.16	6.25					1.28	1.10	6.25	5.05
II. Bakım																	
a) Gübreleme 1	10	0.02	0.16	0.04	0.04	0.02	-	0.02	1.06	DAP	3.25	1.54	3.21	1.70	1.46	2.61	2.11
b) Gübreleme 2	3	-	-	-	-	-	-	-	-	A.Nl.	-	-	-	-	-	-	-
c) İlaçlama	4	-	-	-	-	-	-	-	-	İlaç	-	-	-	-	-	-	-
d) Sulama	4	0.69	2.59	0.62	2.33	-	-	-	-	Su	1.83	1.83	-	4.42	3.80	3.98	3.22
III. Hasat-Harman																	
a) Hasat	8	0.23	1.04	0.24	-	0.23	-	0.24	10.10					4.42	4.17	4.42	3.57
b) Demet ve Yiğün Yapma	8	2.32	4.85	2.29	4.42	-	-	-	-					3.06	2.63	3.94	3.18
c) Harman	8	0.99	3.06	0.98	0.16	0.95	-	0.93	3.78					5.89	5.06	5.89	4.76
f) Çuvallama	8	0.48	2.14	0.48	2.14	-	-	-	-	Çuval	5	3.75	5.00	3.44	2.96	9.11	7.36
g) Saman Taşıma	8	1.06	3.44	1.04	0.08	0.98	-	0.97	9.03					2.01	1.73	3.84	3.10
h) Ambara Taşıma (Dane Taşıma)	8	0.55	2.01	0.55	0.10	0.44	-	0.42	3.74					24.00	20.62	-	-
i) Yakıt Masrafı														1.67	1.43	-	-
i) Tamir-Bakım Masrafı														63.89	54.89	81.16	65.60
Toplam (I+II+III)		7.14	26.26	7.07	9.37	3.42	-	3.40	60.01		11.96			4.08	3.51	5.08	4.11
j) Döner Sermaye Faizi (%6.565)																	
A. Değişken Masraflar Toplamı														67.97	58.39	86.24	69.71
a) Genel İdare Gideri (A*%63)														1.99	1.71	2.48	2.00
b) Tarla Kirası														35.00	30.07	35.00	28.29
c) Alet-Makine Amortismanı														9.15	7.86	-	-
d) Alet-Makine Sermaye Faizi														2.29	1.97	-	-
B. Sabit Masraflar Toplamı														48.43	41.61	37.48	30.29
C. Üretim Masrafları (A+B)														116.40	100.00	123.72	100.00
D. Yan Ürün Geliri														72.01		70.93	
E. Çavdar Üretimi (kg/da)														196.00		191.00	
F. I Kg Çavdar Maliyeti [(C-D)/E]														0.226		0.276	

elde edilen gayrisafi üretim değeri 135.92 ve 133.46 TL, brüt marj 73.17 ve 52.31 TL ve net kar 24.85 ve 14.88 TL'dir. Her iki grupta da pozitif brüt marj elde edilmiş ve üretim faaliyetinin değişen masrafları karşıladığı belirlenmiştir. I. ve II. grup işletmelerde pozitif net kar ile toplam masrafların karşılandığı belirlenmiştir (Çizelge 12).

Buğday, arpa, çavdar için yapılan t-testi sonucunda tüm ürünlerde makine sahibi olan ve olmayan işletmelerde hesaplanan ürün maliyetleri arasında maliyet farkı olduğu tespit edilmiştir. t-testi

sonucunda makine sahibi olmanın avantajlı ve istatistikî açıdan önemli olduğu bulunmuştur (Çizelge 13).

4. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Araştırma ile ortaya konulan en önemli sonuçlardan biri, makine çeki gücü giderlerinin toplam üretim maliyeti içerisinde yakıt giderinin hemen hemen iki katı kadar fazla olmasıdır. Araştırma sonucunda, I. ve II. grup işletmelerde bütün ürünlere ait değerler incelendiğinde üretim sonucu elde edilen

Çizelge 11. Devlet Desteği Çıkarıldıktan Sonra Üretim Masraflarının Masraf Gruplarına Göre Dağılımı ve 1 Kg Çavdarın Maliyeti (TL/Da)

Masraf Kalemleri	I. Grup	II. Grup
1- Toplam (Toprak Hazırlama, Bakım, Hasat-Harman ve Materyal Masrafı)	63.89	81.16
2- Devletin Girdilere Verdiği Destek Miktarı	5.01	5.01
- Kimyevi Gübre Desteği	2.13	2.13
- Mazot Desteği	2.88	2.88
Toplam (1-2)*	58.88	76.15
3- Döner Sermaye Faizi (%6.565)	6.19	5.00
A. Değişken Masraflar Toplamı	62.75	81.15
4- Genel İdare Gideri (A*%3)	1.88	2.43
5- Diğer Sabit Masraflar Toplamı	46.44	35.00
B. Sabit Masraflar Toplamı	48.32	37.43
C. Üretim Masrafları (A+B)	111.07	118.58
D Yan Ürün Geliri	82.01	80.93
- Saman Geliri	72.01	70.93
- Devlet Tarafından Verilen Doğrudan Gelir Desteği**	10.00	10.00
E. Çavdar Üretimi (kg/da)	196	191
F. Desteklemeden Sonraki 1 kg Çavdarın Maliyeti [(C-D)/E]	0.148	0.197

* Mazot ve Kimyevi Gübre destekleri (5.01 TL/da) değişen masraflardan düşülmüştür.

** Devletin çavdar üretimi için verdiği Doğrudan Gelir Destek (DGD = 10 TL) miktarıdır.

Çizelge 12. Devlet Desteği Alınmadan ve Alındıktan Sonra Çavdar Üretiminde Dekara Brüt ve Net Karlar (TL/Da)

Masraf ve Gelir Unsurları	Devlet Desteği Alınmadan*		Devlet Desteği Alındıktan Sonra**	
	I. Grup	II. Grup	I. Grup	II. Grup
1- Değişken Masraflar	67.97	86.24	62.75	81.15
2- Sabit Masraflar	48.43	37.48	48.32	37.43
3- Üretim Masrafları (1+2)	116.40	123.72	111.07	118.58
4- Satış Fiyatı (TL/kg)	0.275	0.275	0.275	0.275
5- Gayrisafi Üretim Değeri	125.91	123.46	135.92	133.46
- Çavdar Dane Geliri	53.91	52.53	53.91	52.53
- Saman Geliri	72.01	70.93	72.01	70.93
- Devlet Desteği	-	-	10.00	10.00
6- Ürün Maliyeti (TL/kg)	0.226	0.276	0.148	0.197
7- Brüt marj (5-1)	57.95	37.22	73.17	52.31
8- Net kar (5-3)	9.52	-0.26	24.85	14.88
9- Verim (kg/da)	196	191	196	191

* I. Grup; Çavdar Dane Geliri=196 kg x 0.275 TL/kg=53.91 TL, Saman Geliri=360.05 kg x 0.20 TL/kg=72.01 TL/da

II. Grup; Çavdar Dane Geliri=191 kg x 0.275 TL/kg=52.53 TL, Saman Geliri=354.65 kg x 0.20 TL/kg=70.93TL/da

** Çizelge 11'den faydalanılarak hesaplamalar yapılmıştır.

Çizelge 13. t Testi

Ürünler	Makine Sahipliği	N	Ortalama	Standart Hata	Serbestlik Derecesi	P Değeri	t (Eşit Varyans)
Buğday	Var	87	0.341	0.003481	171	0.000	-7.185
	Yok	86	0.371	0.002413			-7.200
Arpa	Var	62	0.271	0.016310	125	0.029	-2.213
	Yok	65	0.310	0.007544			-2.180
Çavdar	Var	15	0.226	0.011494	20	0.012	-2.767
	Yok	7	0.276	0.008204			-3.507

toplam gelirin, üretim için yapılan değişken masrafları karşıladığı, I. grup işletmelerde bütün ürünlerin üretim sonucu elde edilen toplam gelirin üretim masraflarını karşıladığı, II. grup işletmelerde arpa ve çavdar'da üretim masraflarını karşılamadığı görülmektedir. Bunun sonucunda arpa ve çavdar üretiminde kar eşiği aşılamamıştır.

Araştırma sonucunda devletten destek alındıktan sonra I. ve II. grup işletmelerde bütün ürünler için değerler incelendiğinde üretim sonucu elde edilen toplam gelirin, üretim için yapılan değişken masrafları ve üretim masraflarını karşıladığı görülmektedir. Her iki grupta da üretim ve kar eşiğinin aşıldığı gözükmemektedir. Devlet desteği alındıktan sonrada toplam gelirin değişken ve üretim masraflarını karşılama oranı I. grup işletmelerde daha fazladır. Yine I. grup işletmeler daha karlıdır.

t-testi sonucunda makine sahibi olan olmayan işletmelerde tespit edilen ürün maliyetleri arasında fark olduğu makine sahibi olmanın avantajlı ve istatistiki açıdan önemli olduğu tespit edilmiştir.

Hububat üretimini artırma çalışmalarında verim ve kalitenin artırılmasının yanı sıra mevcut girdi ve ekipmandan en ekonomik şekilde yararlanma yolları çiftçilere yayım ve haberleşme yoluyla aktarılmalıdır. Bitkisel üretimde kullanılan tarım makinelerini kiralama yerine sahibi olmanın daha karlı olduğu çalışmanın sonucunda ortaya konulmuştur. Makine sahibi olmanın işletmeciye yüklediği masraflar (alet-makine amortismanı, sermaye faizi, tamir bakım masrafı ve yakıt) vardır. Bu alet-makine ile ilgili masrafların dekara düşen miktarı, kira ücretlerinin dekara düşen masraflardan daha düşüktür.

Bu konuda işletmecileri bilgilendirecek eğitim faaliyetleri düzenlenmeli ve Devletin alet-makine alan işletmeciye, alet-makinenin hibe desteği ile %50.00'sini karşıladığı konusunda bilgi verilmelidir (Anonim 2009).

Kaynaklar

- Aksöz, İ., 1966. Erzurum Ovasındaki Ziraat İşletmelerinin Ekonomik Durumu. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Ziraat Araştırma Enstitüsü Yayını, Erzurum.
- Anonim, 2006. Türkiye'de Tarım. T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara.
- Anonim, 2009. http://www.erkurum-tarim.gov.tr/haber/2009/mak_des/mak_des.htm (21.12.2009).
- Ayyıldız, T., Yavuz, F., 1988. Atatürk Üniversitesi Ziraat İşletmesinde İnek Sütü Maliyetleri. Doğa Dergisi, Cilt: 12, (3), Ankara.
- Çiçek, A., Erkan, O., 1988. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklemeye Yöntemleri. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Yayınları No: 12, Ders Notları Serisi No: 6, Tokat.
- Dağdemir, V., 2005. Bayburt İli Kop ve Burnaz Dere Havzalarında Hayvancılık Yapan İşletmelerin Genel Durumu ve Kooperatifleşmeye Bakış Açısı, Kooperatifçilik Dergisi, Sayı: 147, s: 48-58, Ankara.
- Gündoğmuş, E., 1996. Ankara İli Akyurt İlçesi Tarım İşletmelerinde Ekmeklik Buğday Üretiminin

Fonksiyonel Analizi ve Üretim Maliyetinin Hesaplanması. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Ankara.

- İnan, İ. H., 1998. Tarım Ekonomisi ve İşletmeciliği, 4. Baskı, Tekirdağ.
- Eker, M., Kasap, A., 1996. Ayçiçeği Üretim Maliyetine Farklı Mekanizasyon Derecelerinin Etkisi. 6.Uluslararası Tarımsal Mekanizasyon ve Enerji Kongresi (26 Eylül) Bildiri Kitabı. Sayfa: 160168, Ankara.
- Karagölge, C., 1996. Tarımsal İşletmecilik-Tarım İşletmelerinin Analizi ve Planlanması. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No: 153, Erzurum.
- Karagölge, C., 2001. Tarımsal İşletmecilik-Tarım İşletmelerinin Analizi ve Planlanması. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No: 326, Erzurum.
- Kasap, A., Erden, G., Ergüneş, G., 1991. Tokat İli Merkez ve İlçeye Bağlı Tarım İşletmelerinin Yapısal Özellikleri ve Alet Makine Kullanım Durumları. 13. Ulusal Tarımsal Mekanizasyon Kongresi (2527 Eylül) Bildiri Kitabı. Sayfa: 542551, Konya.
- Kıral, T., Kasnakoğlu, H., Tatlıdil, F. F., Fidan, H., Gündoğmuş, E., 1999. Tarımsal Ürünler İçin Maliyet Hesaplama Metodolojisi ve Veri Tabanı Rehberi. Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü Proje Raporu, 1999-13, Ankara.
- Kızıloğlu, S., 1994. Erzurum İlinde Ayçiçeği, Arpa, Patates, Ayçiçeği, Şeker Pancarı ve Fıgın Üretim Maliyeti ve Arz Fonksiyonlarının Ekonometrik Analizi. (Yayınlanmamış Doçentlik Tezi), TÜBİTAK Projesi, Proje No: TOAG-1035, Erzurum.
- Nalbant, M., Rehber, E., 1987. Samsun İli Merkez İlçesi Tarım İşletmelerinde Mekanizasyon Düzeyi ve Traktör Tamir- Bakım Masrafları Üzerine Bir Araştırma. Ondokuzmayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi 2 (1), s.77-86 Samsun.
- Tuvaç, İ. A., Dağdemir, V., 2009. Erzurum İli Pasinler İlçesinde Silajlık Mısır Üretim Maliyetinin Tespiti Üzerine Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi 40 (1), s.61-69 Erzurum.

Sorumlu Yazar:

Hediye KUMBASAROĞLU

hediye@dsi.gov.tr

Geliş Tarihi :09.12.2009

Kabul Tarihi :01.02.2010

TÜRKİYE'DE TARIM SEKTÖRÜNDE KULLANILAN MAZOTA YÖNELİK VERGİ VE DESTEKLER

Erkan AKTAŞ¹, Selçuk İPEK², Serkan IŞIK³

Özet

Türkiye'de tarım sektöründe artan makineleşmeyle birlikte mazot kullanımı da artmıştır. Bunun sonucunda mazot, tarımsal ürün maliyetleri içerisinde önemli bir paya sahip olmuştur.

Mazot fiyatlarındaki artış seyri Türkiye'de tarım sektörüne yönelik mazot desteklemelerini zorunlu hale getirmiştir. Özellikle 2000 sonrası dönemde çiftçilere mazot desteği verilmeye başlanmıştır.

Tarım kesimine yönelik mazot desteklemeleri ile mazottan alınan vergiler ve mazot fiyatları karşılaştırıldığında desteklerin çok yüksek boyutlarda olmadığı söylenebilir. Türkiye'de mazot vergileme açısından iyi bir gelir kaynağı olarak görülmüştür.

Türkiye'nin mazot fiyatları diğer ülkelerle karşılaştırıldığında, en yüksek mazot fiyatlarının uygulandığı ülkelerden biri olduğu görülmektedir. Türkiye'de artan tarımsal girdi fiyatları ile birlikte, tarım ürünleri fiyatlarındaki reel düşüş, Türkiye tarımında yaşanan krizi daha da derinleştirebilir.

Anahtar Kelimeler: Mazot, Vergi, Destekleme, Tarım, Türkiye

Taxes and Subsidies for Diesel Fuel Used in Turkey's Agricultural

Usage of diesel fuel increased in parallel with the increased usage of machines in the agricultural Sector in Turkey. Consequently, the cost of diesel fuel has taken a substantial share within the cost of agricultural products.

The ongoing rising trend in diesel fuel prices forced subsidies for diesel fuel to be granted in Turkey's agricultural sector. Farmers have been granted subsidies for diesel fuel especially after the year 2000.

When the subsidies for diesel fuel in the agricultural sector are compared with diesel fuel prices along with the taxes levied on the diesel fuel, it can be said that the level of subsidies for diesel fuel used in the agricultural sector are not too high. Diesel fuel is seen as a good source of income in Turkey in terms of taxation.

A comparison of the price of diesel fuel in Turkey with the price of diesel fuel in other countries showed Turkey among the countries having the highest diesel fuel prices. Increasing agricultural production costs along with the decline in the prices of agricultural products in Turkey may deepen the ongoing crisis in Turkey's agricultural sector.

Keywords: Diesel Fuel, Tax, Subsidization, Agriculture, Turkey

1. GİRİŞ

Tarımda yoğunlaşan makineleşmeyle birlikte mazot en önemli girdilerden biri haline gelmiştir. Türkiye'de tarımda kullanılan traktör sayısı bir milyonu aşmıştır. Türkiye bu rakamla en fazla traktör kullanılan ülkeler arasına girmiştir. Diğer taraftan petrol fiyatlarındaki artışla birlikte tarımda artan makineleşme sonucu mazot, tarımsal işletmelerde önemli bir maliyet unsuru haline gelmiştir. Türkiye'de akaryakıt fiyatlarının yüksekliği yalnız petrol fiyatlarının artışından değil, aynı zamanda alınan yüksek vergilerden kaynaklanmaktadır. Türkiye'de mazot fiyatları içerisindeki yüksek vergi tarım işletmelerini olumsuz etkilediği gibi küreselleşme sürecinde uluslararası rekabetimizi de olumsuz etkilemektedir.

Türkiye'de akaryakıt üzerinden alınan yüksek vergiler bütçede önemli bir vergi geliri halini almıştır. Fakat bu durum aynı zamanda tarımsal ürün rekabetini de olumsuz etkilemektedir. Bu çalışmada, Türkiye'de tarımda kullanılan mazotun tarımsal maliyet içindeki yeri ve bu mazottan alınan vergilerin, tarım sektörünün gelişimi ve uluslararası rekabet açısından

bir değerlendirmesi yapılmıştır.

Bu çalışmanın materyalini ikincil veriler oluşturmaktadır. İkincil veriler ise, bu konuyla ilgili yerli ve yabancı literatürden elde edilmiştir. Araştırmanın yöntemi ise, mevcut literatürün taranarak betimsel değerlendirilmesidir.

2. TÜRKİYE'DE TARIMSAL ÜRETİM MALİYETİNDE MAZOTUN YERİ

1950'li yılların başında, tarımsal mekanizasyonun gelişiminde Marshall yardımları, buğday ihracat talebinin artması ve destekleme politikalarının etkisi olmuştur (Akder, 1998; Köymen, 1999). Türkiye'de traktör sayısı son elli yılda giderek artarak bir milyona ulaşmıştır. 2000 yılı verilerine göre, Türkiye traktör sayısına göre dünyada dokuzuncu ülke durumuna yükselmiştir (FAO, 2008).

Çizelge 1'de görüldüğü gibi 1970-2000 yılları arasında Türkiye'de bir traktöre düşen tarım alanı 262 hektardan 28 hektara kadar gerilemiştir. Bu oran gelişmiş ülke ortalamasından bile (34 hektar) daha düşüktür. Türkiye'de traktörleşme oranının gelişmiş

¹Mersin Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, MERSİN

²Çanakkale Onsekiz Martı Üniversitesi Biga İİBF Maliye Bölümü, ÇANAKKALE

³Gazi Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü Doktora Öğrencisi, ANKARA

ülkeler ortalamasından bile iyi olduğu görülmektedir.

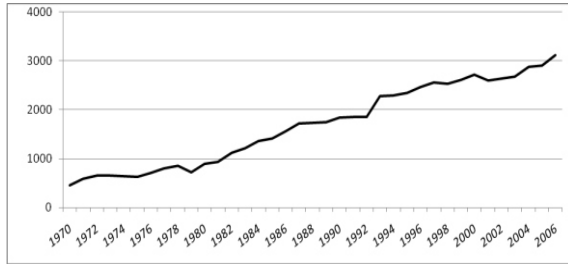
Çizelge 1. Bazı Ülkelerde Traktör Başına Düşen Tarım Alanı (Traktör Sayısı/Ha)

	1970	1980	1990	2000
Japonya	21	4	2	2
İtalya	24	12	8	7
Polonya	68	24	12	11
Almanya	8	8	8	12
Fransa	16	13	13	15
İspanya	79	39	27	20
Türkiye	262	65	40	28
ABD	36	40	41	38
Kanada	89	77	69	72
Brezilya	249	97	80	81
Hindistan	1651	439	171	87
Çin	811	134	159	150
GÜ	46	37	32	34
GOÜ	560	229	154	115
Dünya	88	66	57	57

Kaynak: FAO, 2008.

Türkiye'de artan makineleşmeyle birlikte, kullanılan mazot miktarı yıllara göre artış göstermiştir. Şekil 1'de yıllara göre Türkiye tarımında kullanılan mazot miktarı verilmiştir.

Şekil 1. Yıllara Göre Türkiye'de Tarımda Kullanılan Mazot Miktarı (Bin Ton)



Kaynak: Enerji Bakanlığı, 2008.

Şekil 1'de görüldüğü gibi, Türkiye'de mazot kullanımı doğrusal bir artış göstermektedir. Bu verilere göre 2008 yılında tarımda mazot kullanımının 3.22 milyar litre olduğu söylenebilir.

Türkiye'de 1970'li yıllarda, dünyada yaşanan iki büyük petrol kriziyle birlikte ham petrol fiyatlarındaki artış sık sık gündeme gelmiştir. Bu artışlar 1986 yılına kadar devam etmiştir. 1970-1986 yılları arasında petrol

fiyatları ABD Dolar cinsinden 11 kat artış göstermiştir. 1986-1998 yılları arasında petrol fiyatları önemli bir artış göstermemekle birlikte alınan vergilerle birlikte nihai satış fiyatındaki artış devam etmiştir (Kibritçiöğlü ve Kibritçiöğlü, 1999). 2000'li yıllardan sonra devam eden petrol fiyatları artışı tarım üreticilerini daha da fazla etkilemeye başlamıştır.

OECD ülkelerinin 1993-2005 yılları arasındaki ortalama enerji fiyatları artışı ABD Dolar bazında %5.3 iken, Türkiye'deki artış %55.3'tür. Türkiye enerji fiyatlarındaki artışı ile OECD ülkeleri içinde ilk sırada yer almaktadır (OECD, 2007).

Tarımda giderek artan makineleşmeyle birlikte tarımsal üretimde mazotun önemi de artmaktadır. Türkiye'de çeşitli bölgeler itibarıyla yapılan ürün maliyet analizinde makine masraflarının etkisi görülmektedir. Akdemir vd. (1994), "Çukurova Bölgesi Tarım İşletmelerinde Önemli Ürünlerde Girdi-Çıktı İlişkinin Değerlendirilmesi ve İzlenmesi" isimli çalışmalarında, Çukurova bölgesindeki buğday, pamuk, mısır, soya, karpuz ile ikinci ürün mısır ve soya ürünlerinden elde edilen gelirler ve maliyetleri ürün bazında değerlendirilmiş ve makine ön sıralarda yer almıştır.

Çukurova Bölgesi'nde tahmin edilen pamuk arz modelinde, mazot fiyatlarının kısa dönem esnekliği -0.95 olarak tahmin edilmiştir (Aktaş, 2006). Bu çalışmadan mazot fiyatlarının diğer girdi fiyatlarına oranla, Çukurova Bölgesi'nde pamuk alanları üzerinde daha etkili olduğu söylenebilir. Yine aynı bölgede yapılan bir çalışmada, mısır üretiminde makine kirası, gübre ve ilaç fiyatlarının diğer girdilere göre daha etkili olduğu tahmin edilmiştir (Aktaş ve Yurdakul, 2005).

1975 yılından sonra, mazot fiyatları ile buğday fiyatlarının değişim oranları ve buğday/mazot fiyat pariteleri Çizelge 2'de incelenmiştir. Çizelge 2 incelendiğinde mazot fiyatlarının buğday fiyatlarına göre çok daha fazla arttığı görülmektedir. 1975 yılında 1 kg buğday ile 1.07 lt mazot alınabilirken, 2000'lerde bu değer %79 azalarak 0.32 lt'ye, 2008 yılında ise %86 azalarak 0.17 lt'ye düşmüştür. Fiyatların bu yöndeki gelişimi, buğday maliyeti içindeki mazot maliyetlerinin payını artırmadan neden olmuştur.

Dünya tarımında önemli bir yere sahip olan ABD ile Türkiye'nin bazı tarım ürünleri maliyeti içinde mazotun payı Çizelge 3'de karşılaştırılmıştır. Türkiye'de buğday, pamuk, mısır ve çeltiğin toplam maliyeti içinde mazotun payı sırasıyla, %20.4, %19.5, %35.0 ve %32.0

Çizelge 2. Buğday/Mazot Fiyat Paritesi (1975–2008)

	Buğday fiyatı (TL/kg)	Mazot fiyatı (TL/lt)	Parite (Buğday/Mazot)	Artış Oranı 1975=100
1975	2.7	2.5	1.080000	100.00
1980	10.6	26.0	0.407692	37.75
1985	63.5	165.0	0.384848	35.63
1990	509.5	1455.0	0.350172	32.42
1995	8745.5	18817.0	0.464766	43.03
2000	99750.0	441500.0	0.225934	20.92
2005	360000.0	2100000.0	0.171429	15.87
2008 ¹	0.5	2.9	0.171186	15.85

Kaynak: TÜİK çeşitli yıllar¹; TMO, 2008.

iken bu oran ABD'de sırasıyla %3.7, %5.9, %11.1 ve %14.3'tür. Buradan da anlaşılacağı gibi, ABD'de mazotun toplam maliyet içindeki payı Türkiye'ye göre çokdahaazdır.

Çizelge 3. Türkiye'de ve ABD'de Çeşitli Ürünler İtibariyle Toplam Üretim Masrafları İçinde Mazot Maliyetlerinin Oranı (%)

Ürünler	Türkiye ¹ (1999 yılı verileri)	ABD
Buğday	20.4	3.7 ² (1998 yılı verileri)
Pamuk	19.5	5.9 ³ (1997 yılı verileri)
Mısır	35.0	11.1 ⁴ (1997 yılı verileri)
Çeltik	32.0	14.3 ⁵ (2000 yılı verileri)

Kaynak: ¹Yavuz ve diğ.; 2001.² Ali, M. B., 2002 ; ³Brooks, N. L., 2001; ⁴Foreman, L., 2001; ⁵Livezey, J., Foreman, L. 2004.

3. TÜRKİYE'DE VE DÜNYADA MAZOTTAN ALINAN VERGİLER

Petrol ithalatçısı birçok ülkede olduğu gibi, Türkiye'de de akaryakıt üzerinden alınan vergiler önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. 2007 yılı itibariyle akaryakıttan alınan toplam vergi gelirleri tahmini 26 milyar TL'dir. Bu da toplam vergi gelirinin yaklaşık %14'üne denk gelmektedir (PETDER, 2008; Maliye Bakanlığı, 2009).

Türkiye'de akaryakıtın vergilendirilmesine ilişkin mevzuat son otuz yılda önemli değişiklikler göstermiştir. 1980 öncesinde Belediye Gelirleri Kanunu'nda yer alan akaryakıt tüketim vergisi, 1984 yılında çıkarılan 3074 sayılı Kanun ile kendi özel kanununa kavuşmuştur. Yaklaşık yirmi yıl boyunca bağımsız olan Akaryakıt Tüketim Vergisi Kanunu 2002 yılında kaldırılarak akaryakıtın vergilendirilmesi AB uyum programları çerçevesinde çıkarılan Özel Tüketim Vergisi kapsamına alınmıştır. Tarımsal üretimde maliyet unsurlarının önemli bir kısmının mazota bağlı olması, tarım kesimini akaryakıt üzerinden alınan vergiler açısından daha fazla ilgilendirmektedir.

Mazot fiyatlarını rafineri çıkış fiyatları ve pompa satış fiyatları açısından ele aldığımızda, mazottaki verginin önemi ortaya çıkmaktadır. Çünkü mazotun pompa satış fiyatının %50'sinden fazlası vergilerden oluşmaktadır. Mazotun rafineri çıkış fiyatından sonra ÖTV ve KDV olmak üzere iki vergi alınmaktadır. Burada belirtilmesi gereken husus ÖTV'li fiyatın KDV'nin de matrahını oluşturmasıdır. Yani ÖTV üzerinden bir de KDV alınmaktadır. Başka bir deyişle verginin vergisi alınarak vergi piramidine yol açılmaktadır. Sonuçta mazot fiyatındaki en önemli maliyet unsuru vergiler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye'de akaryakıtın vergilendirilmesinde vergi tekniği açısından iki farklı yapı bulunmaktadır. 2000 yılına kadar akaryakıtın satış değeri üzerinden alınan nispi bir vergi söz konusuyken (advalorem)

2000 yılından sonra satış fiyatı üzerinden belirli bir miktar vergi alınması esasına geçilmiş ve litre başına maktu vergi belirlenmiştir (spesifik vergileme). Nispi vergilemede petrol fiyatlarındaki artışa paralel olarak akaryakıt için ödenen vergi de artmaktadır. Böylece hem çiftçinin maliyeti artmakta hem de enflasyonist baskı ortaya çıkabilmektedir. Maktu vergilemede ise petrol fiyatlarının seviyesi ne olursa olsun aynı miktar vergi ödenmektedir. Bu uygulama petrol fiyatlarındaki sürekli artışlar dikkate alındığında tarım kesiminin lehine kullanılabilecek bir araçtır. Kaldı ki 2000 yılına kadar ATV'nin toplam vergi gelirleri içindeki payı artarken 2000 yılında bu pay azalmıştır. Çünkü petrol fiyatlarındaki artış paralelinde hükümet çiftçinin lehine maktu vergi tutarını düşürmüştür. Buradaki enflasyonist politika uygulamalarını da gözardı etmemek gerekir.

İster nispi ister maktu vergi alınsın dünyadaki en pahalı mazotu kullanan ülkelerden biri de Türkiye'dir. Aşağıdaki grafikte ülkemizde ve diğer ülkelerde mazotun vergili ve vergisiz fiyatları görülmektedir. Türkiye'deki mazot fiyatının ve mazota uygulanan verginin AB ülkelerinden ve ABD'den ne kadar yüksek olduğu ortadadır.

Son on yılda mazotun vergisiz fiyatı nominal olarak 38 kat artarken, mazota uygulanan vergiler 24 kat artmıştır. Mazotun toplam nominal fiyatındaki artış ise 20 kat olmuştur. Örneğin, 1998 yılında 118.000TL/lt (11.8 kuruş) olan mazot fiyatı 2008 sonunda 2.3 TL/lt olmuştur. Ayrıca litre fiyatının yaklaşık %52'sini de vergiler oluşturmaktadır (Taşyürek, 2007).

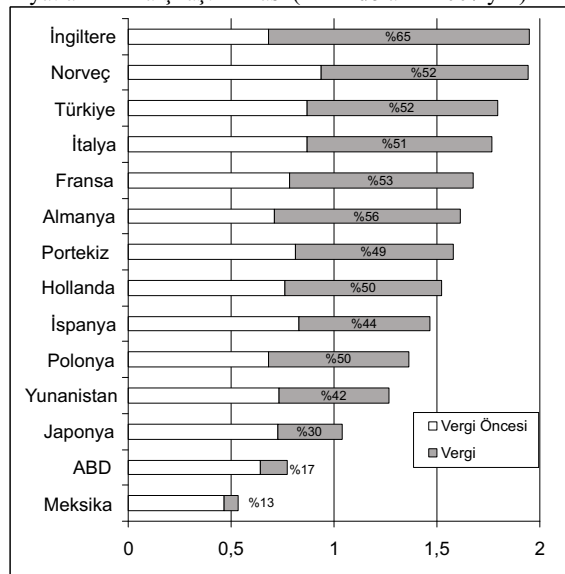
Ülkemizde mazota yönelik olarak uygulanan vergilemede AB uygulamalarından bazı farklılıklar olduğu görülmektedir. AB ülkelerinde kullanım yerine göre farklı vergilendirme yapılabilmektedir. Mazot, kullanım yerine göre ısınma amaçlı, endüstriyel amaçlı ve diğer amaçlarla kullanım şeklinde bir sınıflandırmaya tabi tutulmakta ve ısınmaya düşük, endüstriyel kullanıma biraz daha fazla ve diğer kullanıma daha da fazla vergi konulmaktadır. Tabi bu durum vergi idaresinin yapısal durumuyla da ilgilidir. Her ne sebeple olursa olsun ülkemizde AB ülkelerindeki uygulamaya benzer şekilde aynı ürüne farklı vergileme uygulaması yapıldığını söylemek zordur (Kulu, 2001).

Türkiye mazot fiyatları açısından OECD ülkeleri arasında üçüncü sıradadır. 2007 yılında önemli tarım ülkeleriyle kıyaslandığında, Türkiye en yüksek mazot fiyatı uygulayan ülke konumundadır (1.795 ABD doları). Bu fiyatları tarımda önemli OECD dışındaki bazı ülkelerle kıyaslırsak; 2006 yılında mazot fiyatları Çin'de, 0.556 ABD doları, Romanya'da, 1.171 ABD doları, Rusya'da, 0.617 ABD doları, Arjantin'de 0.614 ABD doları ve Brezilya'da 0.829 ABD dolarıdır.

Bazı ülkelerde tarımsal amaçlar dışında kullanılmamak kaydıyla akaryakıtta önemli ölçüde vergi istisnaları ya da vergi indirimleri

uygulanmaktadır. Akaryakıtın tarımsal amaçla kullanıldığının denetimi için mazotun içerisine rengini değiştiren bir katkı maddesi eklenmektedir. Ülkeden ülkeye değişen bu renkler, tarımda kullanılan mazotu diğerlerinden ayırmaktadır. İstisnaların uygulanabilmesi için, mazotun tarım dışı amaçlarla (otoyollarda kullanımı gibi) kullanılmaması gerekmektedir. Örneğin Amerika Birleşik Devletlerinde, kullanım alanlarının ve vergilendirilecek kullanımların yasal düzenlemelerde ayrı ayrı belirtildiği görülmektedir. (Washington State Department of Revenue, 2009)

Şekil 2. Bazı OECD Ülkelerinin Vergili ve Vergisiz Mazot Fiyatlarının Karşılaştırılması (ABD doları - 2007 yılı)



Kaynak: OECD, 2008.

4. TÜRKİYE TARIMINDA MAZOT DESTEKLEMELERİ

Türkiye'de 2000 yılına kadar taban fiyat ve girdi desteği sağlanarak gerçekleştirilen tarım destekleri, DTÖ, AB mevzuatına uyum, IMF, Dünya Bankası'ndan alınan kredilere karşı taahhütlerimiz sonucu yerini, Doğrudan Gelir Desteği (DGD) gibi alan üzerinden verilen desteklere bırakmıştır.

Tarımda kullanılan önemli bir girdi olan mazot fiyatları dünya ham petrol fiyatlarında meydana gelen değişmelere paralel olarak değişmiştir. Bu nedenle de 2003, 2005, 2007 ve 2008'de Tarım Bakanlığınca mazot destekleri verilmiştir.

2000'li yıllardan sonra mazot desteklemelerinin gündeme gelmesiyle birlikte 2003 yılında çiftçilere mazot desteği vermeye başlanmıştır. Mazot desteklemesi, Çiftçi Kayıt Sistemi'ne (ÇKS) kayıt yaptırılmış tarım arazisi için dekar başına 3.9 YTL olarak açıklanmıştır. Tarımda kullanılan mazotun tüm ürünlerde dekar başına ortalama 8 litre (i) olduğu kabul edilmiştir. Mazot fiyatlarının 2003 yılında ortalama 1.4 YTL olduğu dikkate alınırsa, 1 dekar

ürün yetiştirmek için gerekli 11.2 YTL mazot bedelinin 3.9 YTL'si destek olarak çiftçiye ödenmiştir (Dellal ve ark, 2007).

2003 yılından sonra 2005 yılında da mazot desteklemelerine gidilmiştir. 2005 mazot desteğinin 2003 yılındakinden farkı, ürün gruplarına göre kullanılan mazot miktarının farklı hesaplanmasıdır. 2003 yılında tüm ürünler için 8 lt üzerinden hesaplanan mazot desteği miktarı, 2005 yılında sebze, meyve, süs bitkileri, özel çayır mera, orman alanları için dekar başına 5 litre, hububat, yem bitkileri, baklagiller ve yumru bitkiler için dekar başına 8 litre, yağlı tohumlu bitkiler ve endüstri bitkilerinin yetiştirildiği alanlar için dekar başına 15 litre mazot tüketimi esas alınarak hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar üzerinden dekar başına destek miktarları ürün grupları itibariyle sırasıyla 1.5 YTL, 2.4 YTL ve 4.5 YTL olmuştur. 2005 yılı ortalama mazot fiyatı 1.950 YTL'dir. Böylece 2005 yılında çiftçinin kullandığı mazotun %15'i desteklenerek, 2003 yılına göre destekleme oranı gerilemiştir (Dellal ve diğ., 2007).

2005 yılından sonra 2007 yılına ilişkin mazot desteği ile ilgili Bakanlar Kurulu Kararı 7 Ocak 2007 tarihli Resmi Gazetede yayımlanmıştır. Karara göre ÇKS'ye kayıtlı 2006 yılı doğrudan gelir desteği alacak çiftçilere ürün gruplarına göre birim alan üzerinden mazot desteği ödemesi yapılmıştır. Buna göre 2007 yılında DGD ile birlikte ödemeler tamamlanmış ve mazot için toplam 468 milyon YTL destek ödenmiştir (Dellal ve ark, 2007).

2008 yılında yapılan mazot desteği ile ilgili Bakanlar Kurulu Kararı 26 Mart 2008 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Bu kararlar birlikte, 2008 yılında yapılan mazot desteği 2007 yılı kadar olmuştur. 2008 yılında artan mazot fiyatları ile birlikte 2007 yılında 2.59 YTL olan mazot fiyatları 2008 yılında ortalama 2.90 YTL'ye çıkmıştır. Türkiye'de tarımsal alanda kullanılan mazota yönelik desteklerin etkin destekler olduğunu söylemek zordur. Bazı çalışmalarda daha yüksek oranlar verilse de tarımda kullanılan toplam mazot bedelinin (8.0 milyar YTL) ancak %5.8'si desteklenmiştir (ii). Örneğin 2007 yılında çiftçiye 0.468 milyar YTL mazot desteği sağlanırken çiftçinin kullandığı mazottan yaklaşık olarak 4.2 milyar YTL'lik vergi geliri elde edilmiştir. 2007 yılında mazot destekleme kapsamında çiftçiye verilen bir birimlik destek karşısında, tarımda kullanılan mazot için alınan vergi ise yaklaşık 9 birim olmuştur.

2007 yılında 2.59 YTL olan mazot fiyatları 2008 yılında ortalama 2.90 YTL'ye çıkmıştır. 2008 yılında artan mazot fiyatlarıyla birlikte, tarımda kullanılan mazottan alınan yaklaşık vergi 4.8 milyar YTL olarak hesaplanabilir. Bu durumda tarıma verilen mazotun yalnızca %5.0 desteklendiği söylenebilir. 2008 yılında mazot destekleme kapsamında çiftçiye verilen bir birimlik destek karşısında, tarımda kullanılan mazot için alınan vergi ise yaklaşık 10 birim olmuştur.

5. SONUÇ

Dünyada artan petrol kullanımı birlikte artan petrol fiyatları, petrolü, ithalatçısı ülkelerin en önemli ithalat kalemi haline getirmiştir. Aynı zamanda petrol, bu ülkelerin en önemli vergi gelirleri arasına girmiştir. Türkiye'de de artan akaryakıt kullanımına paralel tarımda da artan makineleşmeyle birlikte, mazot kullanımı hızla artmaktadır. Türkiye özellikle, akaryakıtta uyguladığı ÖTV ve KDV oranları ile dünyada ön plana çıkan ülkelerden biri olmuştur.

Küreselleşmeyle süreciyle artan rekabet, akaryakıt fiyatlarının yükselişi, Türkiye'de tarım kesiminde kullanılan akaryakıttan alınan yüksek vergileri daha da tartışılır hale gelmiştir. Türkiye'de 1975 yılında 1 kg buğday ile 1.07 lt mazot alınabilirken, 2000'lerde bu değer 0.32 lt ve 2008 yılında 0.17 lt'ye düşmüştür.

Türkiye'de bitkisel ürünler ile ilgili yapılan maliyet ve arz duyarlılığı analizlerinde de mazot girdisi ön plana çıkmaktadır. Bu durum, mazotu en önemli destekleme politikası araçlarından biri yapmaktadır. Türkiye'de ve ABD'de çeşitli ürünler itibarıyla toplam üretim masrafları içinde mazot maliyetlerinin oranları karşılaştırıldığında; Türkiye'deki tarımsal üretim maliyeti içinde, mazotun oranının ABD'ye göre 4-5 kat daha fazla olduğu gözlenmektedir.

2000'li yıllardan sonra artmaya devam eden mazot fiyatları, Türkiye'de tarımda mazot desteklemelerinin gündeme getirmiştir. Bu yüzden, 2003 yılında çiftçilere mazot desteği verilmeye başlanmıştır. Fakat mazottan alınan yüksek vergiler ile verilen mazot desteği kıyaslanamayacak ölçüde düşük kalmıştır. 2008 yılında mazot destekleme kapsamında çiftçiye verilen desteğin on katı, tarımda kullanılan mazot için alınan vergi ile geri alınmıştır. Hatta Türkiye'de tarıma verilen toplam desteğin (DGD, gübre ve mazot desteği), yalnızca mazottan alınan vergi ile hemen hemen geri alındığı söylenebilir.

Türkiye'de özellikle akaryakıtta uygulanan yüksek vergiler, tarımsal üretimi olumsuz etkilerken, tarıma yapılan sınırlı destekleri daha da etkisizleştirmektedir. Bu yüzden, Türkiye'de mali politikalar oluşturulurken üretim destek politikaları veya üretime yönelik destek politikaları oluşturulurken mali politikalar iyi incelenmelidir. 2008 yılında başlayan küresel mali kriz için bazı sektörlerde uygulanan ÖTV ve KDV indirimlerinin, tarımda kullanılan mazot için de uygulanması gerekmektedir. Bununla birlikte, tarımsal girdi destekleri daha da artırılmalıdır. Aksi durumda, yaşanan krizden önemli düzeyde etkilenen sektörlerden birinin de tarım sektörünün olacağı ve Türkiye'deki tarımsal ithalatın daha fazla artacağı öngörülebilir. Artan tarımsal girdi fiyatları ile birlikte, tarım ürünleri fiyatlarındaki reel düşüş, Türkiye tarımında yaşanan krizi daha da derinleştirebilecektir.

KAYNAKLAR

- Ali, M., B., 2002. Characteristics and Production Costs of U.S. Wheat Farms, Statistical Bulletin Number 974-5. U.S. Department of Agriculture, Washington, D.C., 2002.
- Akdemir, Ş., Şengül, H., Gül, A., Yurdakul, O., Berk, Y., Ören, N., 1994. Çukurova Bölgesi Tarım İşletmelerinde Önemli Ürünlerde Girdi-Çıktı İlişkisinin Değerlendirilmesi ve İzlenmesi. Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu. Tarım ve Ormancılık Araştırma Grubu, Proje No:TAOG-941, 128s.Adana.
- Akder, H., 1998. Türkiye'de Tarımsal Mekanizasyon ve İşgücü. Türkiye'de Tarımsal Yapı ve İstihdam. T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Yayın No: 2210. Ankara.
- Aktaş, E., Yurdakul, O., 2005. Ç.Ü. Destekleme ve Teknoloji Politikalarının Çukurova Bölgesinde Mısır Tarımı Üzerine Etkisi, Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi. Cilt 20. Sayı 2 (19-28).Adana.
- Aktaş, E., 2006. Çukurova Bölgesi'nde Pamuk Arz Duyarlılığının Tahmini Üzerine Bir Çalışma. Tarım Ekonomisi Dergisi, 2006 yılı 12. Cilt 2. İzmir.
- Anonim, 2008. Petrol Sanayi Derneği 2007 Sektör Raporu. İstanbul.
- Brooks, N., L., 2001. Characteristics and Production Costs of U.S. Cotton Farms, Statistical Bulletin Number 974-2. U.S. Department of Agriculture, Washington, D.C., 2001.
- Dellal, İ., Özat, H., Özudoğru, T., 2007. Tarımda Mazot Kullanımı ve Mazot Destekleri Çalışma Raporu. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü. Yayın No: 163. Ankara.
- Enerji Bakanlığı, 2008. Tarım Sektörü Enerji Tüketimi. <http://www.enerji.gov.tr/istatistik.asp>. (Erişim: 01.12.2008).
- FAO 2008. FAOSTAT Agriculture Data. <http://apps.fao.org/page/collections?subset=agriculture>. Paris. (Erişim: 05.11.2008).
- Foreman, L. 2001. Characteristics and Production Costs of U.S. Corn Farms, Statistical Bulletin Number 974. U.S. Department of Agriculture, Washington, D.C., 2001
- Kibritçioğlu, A., Kibritçioğlu, B., 1999. Ham Petrol ve Akaryakıt Urunu Fiyat Artışlarının Türkiye'deki Enflasyonist Etkileri. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü. Araştırma-İnceleme Dizisi No:21. Ankara
- Koç A, A, F. Budak, H. Tanrıvermiş, Budak F., Gündoğmuş, E., İnan, İ., H., Kubaş, A., Özkan, B., 2001. Türkiye Tarımında Kimyasal İlaç Kullanımı: Etkinsizlik, Sorunlar ve Alternatif Düzenlemelerin Etkileri. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü. TEAE Yayınları, Yayın No:63. Ankara.
- Köymen, O., 1999. "Cumhuriyet Döneminde Tarımsal Yapı ve Tarımsal Politikalar" 75 Yılda Köylerden Şehirlere, Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Kulu, M., B., 2001. Akaryakıt Üzerinden Alınan Vergilerde AB Ülkeleri Vergi Yapısı ve ATV ile Karşılaştırması. Vergi Dünyası. Sayı 236, Nisan 2001.
- Livezey, J., Foreman, L. 2004. Characteristics and Production Costs of U.S. Rice Farms, Statistical Bulletin Number 974-7. U.S. Department of Agriculture, Washington, D.C., 2004.

- Maliye Bakanlığı; 2009. Muhasebat Genel Müdürlüğü. <http://www.muhasibat.gov.tr/ekogosterge/index.php> (Erişim: 09.11.2008).
- OECD, 2007. Economic, Environmental and Social Statistics - ISBN 92-64-02946-X - © OECD 2007
- OECD, 2008. Energy Prices&Taxes, Quarterly Statistics, Fourth Quarter. IEA Statistics, International Energy Agency.
- PETDER, 2008. 2007 Yılı Sektör Raporu, www.petder.org.tr. (Erişim: 01.10.2008).
- Taşyürek A.,2007. Mazot Üzerinden Siyaset Yapmak, www.muhasibe.com.tr, (Erişim: 17.11.2009).
- TMO,2008. Buğday Fiyatları. Toprak Mahsulleri Ofisi.www.tmo.gov.tr. (Erişim: 15.10.2008).
- TÜİK, Çeşitli Yıllar.Türkiye İstatistik Kurumu, www.tuik.gov.tr. (Erişim: 01.12.2008).
- TZOB,2008. Türkiye Mazot Raporu (Yayınlanmamış). Türkiye Ziraat Odaları Birliği. Ankara. (Erişim: 05.12.2008).
- Washington State Department of Revenue, 2009. Special Notice: Farm Fuel Users Sales and Use Tax Exemption Update. http://dor.wa.gov/Docs/Pubs/SpecialNotices/2006/sn_06_farm_fuel_exemptions.pdf.
- Yavuz, F., Tan, D., Ertürk, Y., E., 2003. Tarım Sektöründe Kullanılan Motorinin Sübvansiyon Edilmesinin Türkiye Tarımına Olası Etkileri”. ODTÜ Ekonomi Kongresi, 6-9 Eylül 2003, Ankara.

- (i)Türkiye Ziraat Odası Birliği (TZOB) Hesaplamalarına göre 13 litre olmaktadır. Dellal ve ark, 2007'ye göre, tarımda kullanılan mazot miktarı 1.5 milyar litre iken TZOB hesaplamasına göre 3.5 milyar litredir. Enerji bakanlığı kayıtlarına göre de tarımda kullanılan mazot miktarı 2006 yılı itibariyle yaklaşık 3.1 milyar litre olarak verilmiştir (Enerji Bakanlığı,2009). Bu verilere göre 2008 mazot kullanım miktarı 3.2 milyar litre olarak tahmin edilmiştir. TZOB'un verileri ile Enerji Bakanlığı verileri birbirine daha yakındır. 1980-1990 yılları arasında tarımda kullanılan ortalama petrol miktarı 1.4 milyar tondur (Enerji Bakanlığı,2008). Dellal ve diğ. 2007'de referans verileri Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün 1980 ve 1990 yılları arasında elde edilen üretim girdi ve maliyetlerinden alındığı için tarımda kullanılan mazot miktarı 1980-1990 yıllarının kapsamaktadır. Bu veriler aynı zamanda, 1980-1990 yılları arasındaki Enerji Bakanlığı verileriyle örtüşmektedir. Bu çalışmada Enerji Bakanlığının verileri referans alınmıştır.
- (ii) OECD, 2008 “Energy Prices and Taxes” ve Enerji Bakanlığı istatistiklerinden derlenmiştir ve ABD doları kuru 1.3 TL olarak belirlenmiştir.

Sorumlu Yazar

Erkan AKTAŞ

aktas_erkana@yahoo.com

Geliş Tarihi :20.06.2009

Kabul Tarihi :01.02.2010

ANKARA İLİ KALECİK İLÇESİNDE YETİŞTİRİLEN SOFRALIK ve ŞARAPLIK ÜZÜM ÜRETİMİNİN KÂRLILIK ANALİZİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Zeki BAYRAMOĞLU¹, Erdemir GÜNDOĞMUŞ², Yusuf ÇELİK¹

ÖZET

Bu çalışmada, Ankara ili Kalecik ilçesinde yetiştiriciliği yapılan şaraplık ve sofralık üzüm çeşitlerinin karşılaştırmalı kârlılık analizi yapılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler, sofralık ve şaraplık üzüm yetiştiriciliği yapan 73 işletmeden anket yöntemi ile toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre dekara üretim masrafları sofralık çeşitte 356.99 TL ve şaraplık çeşitte ise 419.57 TL olarak tespit edilmiştir. Bu masrafların sofralık çeşitte %62.91'i değişen masraf ve %37.09'u sabit masrafken, şaraplık çeşitte %69.85'i değişen masraf ve %30.15'i de sabit masraflardan oluşmaktadır. Şaraplık üzüm yetiştiriciliğinde dekara üretim masrafları sofralık çeşide göre %17.8 oranında daha fazladır. Dekara verim sofralık çeşitte 928.07 kg iken, şaraplık çeşitte 682.91 kg olarak belirlenmiştir. Verimlilik sofralık çeşitte, şaraplık çeşide göre %35.9 oranında daha yüksek düzeydedir. Bu verilerden yararlanılarak 1 kg üzüm maliyeti sofralık kalecik karası çeşidinde 0.38 TL ve şaraplık kalecik karası çeşidinde ise 0.61 TL olarak hesaplanmıştır. Fakat şaraplık üzüm fiyatları (1.170 TL/Kg), sofralık çeşide göre (0.635 TL/Kg) % 84.3 daha yüksek olduğundan, şaraplık üzüm çeşidinde dekara net kar 379.36 TL iken, sofralık çeşitte 233.24 TL olmuştur. Fayda/masraf oranı şaraplık çeşitte 1.90 iken, sofralık çeşitte bu oran 1.67 olarak hesaplanmıştır. İşgücü verimliliğinin de şaraplık üzüm üretiminde (9.22 TL/EİB), sofralık üzüm yetiştiriciliğine göre (6.36 TL/EİB) daha yüksek olduğu hesaplanmıştır. Sonuç olarak bir çok kriter açısından şaraplık üzüm yetiştiriciliğinin, sofralık üzüm yetiştiriciliğine göre daha üstün olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bağcılık, Kalecik Karası, Şaraplık ve Sofralık üzüm, Maliyet Analizi.

A Study on Profitability Analysis of Table and Wine Grape Production in Ankara Province Kalecik District

ABSTRACT

In this study, wine and table grape varieties comparative profitability analysis was made in Kalecik district of Ankara province. The data was used in this study collected by questionnaire from 73 enterprises which have made the cultivation of table grape and viniculture. According to the results per decare production costs were calculated for table and wine grape varieties as 356.99 TL and 419.57 TL respectively. These costs consisted of 62.91% variable costs and 37.09% fixed costs for table grape variety and 69.85% variable costs and 30.15% fixed costs for wine grape variety. Per decare production costs of viniculture was more than one of table grape cultivation with rate 17.8%. Per decare yield was determined table grape and wine grape varieties as 928.07 kg and 682.91 kg respectively. Productivity of table variety was higher than wine variety with rate 35.9%. Cost of a kilogram grapes was calculated for table grape and wine grape varieties as 0.38 TL and 0.61 TL respectively. However, per decare net profit was 376.36 TL for wine grape variety and it was 233.24 TL for table grape variety. Because the price of wine grape (1.170 TL/kg) was higher than one of table grape with rate 84.3%. Benefit/cost ratio was calculated 1.90 for wine grape variety and 1.67 for table grape variety. Labor productivity of viniculture (9.22 TL/MLU) was higher than one of the cultivation of table grape. Finally, it was determined that viniculture was more advantageous than the cultivation of table grape according to many criteria.

Key Word: Viticulture, Kalecik Karası, Table and Wine Grape, Cost Analysis.

1. GİRİŞ

Türkiye sahip olduğu toprak ve iklim yapısı ile çok sayıda bitki türünün yetiştirildiği ender ülkelerden biridir. Türkiye'de farklı bölgelerin farklı ekolojik özellikleri bu bölgelerde bazı ürünlerin öne çıkmasına neden olurken, ülke genelinde bir çok ürünün üretimi de mümkün olmaktadır. Türkiye'de 2001 tarım sayımı sonuçlarına göre, tarım işletmelerinin %65'inin 50 dekardan küçük araziye sahip olması nedeni ile sınırlı arazide birçok ürün yetiştirme olanağı da bulunmamaktadır (Anonim, 2009). Tarım işletmelerinin büyük çoğunluğunun küçük aile işletmelerinden oluşması, bu işletmelerin arazilerinde aile ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ürünlerin

yetiştiriciliğini öne çıkarmaktadır. Büyük tarım işletmelerinde ise bulunduğu bölgenin iklim ve toprak özelliklerine göre işletme karını maksimum yapacak ürün desenleri tercih edilmektedir.

Tarım işletmelerinde kar maksimizasyonu amacı doğrultusunda yapılan üretim planlaması kapsamında seçilen ürün çeşitleri, yıllar itibarıyla ürün fiyatları, girdi fiyatları ve destekleme politikalarındaki değişimlere paralel olarak önemli oranda değişiklik arz etmektedir. Tek yıllık ürünlerde destekleme ve ürün fiyatlarındaki değişim ile birlikte ürün desenini değiştirme olanağı söz konusu iken, çok yıllık tarım ürünlerinde büyük maliyetler gerektiren tesis dönemi nedeni ile bu uyum kolay olmamaktadır. Fakat buna rağmen, uzun süre karlılığın olmaması

¹Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Selçuklu / KONYA

²Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Dışkapı / ANKARA

durumunda sabit verim döneminde olan çok yıllık meyve ve bağların üreticiler tarafından sökülüp, bunların yerine diğer tarım ürünleri üretiminin yapılmasına da rastlanmaktadır.

Türkiye'de bağcılık alanlarına ilişkin istatistikler incelendiğinde, üreticilerin önemli düzeyde bağ alanlarını bozarak diğer ürünleri tercih ettiği veya alanları boş bıraktığı görülmektedir. Bağcılık alanlarında 1980'li yıllardan günümüze kadar önemli bir düşme gerçekleşmiştir. Nitekim istatistikleri incelediğimizde, 1980 yılında 820.000 hektar olan bağ arazisi, 2008 yılında 482.788 hektara düşmüştür (TÜİK, 2009). Bu dönemde bağ alanlarında yaklaşık 400.000 ha'lık azalma, üreticilerin bağcılığa ilgisinin azalması olarak nitelendirilmiştir. Bu ilginin azalmasında; üzüm üretiminin karlılığındaki düşme, bazı dönemlerde yaşanan floksera hastalığı, bakım işlemlerinin yeterince yapılmaması ve desteklemelerin yeterli düzeyde olmaması gibi faktörler etkili olabilmektedir. Fakat son yıllarda şarap sektöründeki gelişmelere paralel olarak şaraplık üzüm talebinin artması ve bunun sonucu üzüm fiyatlarındaki artış bazı bölgelerde bağcılığın tekrar gelişmesini sağlamıştır (Anonim 2005). Bu durum istatistiki verilere de yansımıştır. Nitekim 2004 yılında 370.000 ton olan şaraplık üzüm üretimi, 2008 yılında 470.285 tona çıkmıştır (TÜİK, 2009).

Türkiye'de iklim, toprak ve pazar koşullarına bağlı olarak farklı bölgelerde farklı üzüm çeşitleri öne çıkmaktadır. Bazı bölgelerde sofralık çeşitler daha yaygın iken bazı bölgelerde ise içki ve meyve işleme sanayinde kullanılan çeşitler daha yaygın durumdadır. Araştırma bölgesi Ankara ilinin de içinde olduğu İç Anadolu Bölgesinde sofralık çeşitlerden Alphonse Lavellee, Çavuş, Hafızali, Hamburg Misketi, Muscat Reine des Vignes, Italia, Razakı, Gül Üzümü, Kadın Parmağı ve Parmak çeşitleri yaygın olarak yetiştirilmektedir. Şaraplık ve şıralık çeşitler ise Akdimrit, Emir, Hasandede, Kalecik Karası, Karadimrit ve Papazkarası olup, kurutmalık çeşitler Akdimrit, Karadimrit ve Besnidir (Çelik, 1998, Ağaoğlu ve Ark., 2001).

Araştırma kapsamında kârlılık analizi yapılan Kalecik Karası üzüm çeşidi, Ankara ili Kalecik ilçesi Kızılırmak Vadi'sinde, yöresel koşullarda sağladığı yüksek verim ve kalite özellikleri ile bugün ülkemizin en önemli kırmızı şaraplık üzüm çeşitlerinden birisidir. Orta Anadolu Bölgesinde bağcılık adına 1950'lerden bu yana yaşanan gerileme sürecinden en fazla etkilenerek 1990 yılında kaybolmanın eşiğine gelen bu üzüm çeşidi, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi öğretim üyeleri tarafından yürütülen toplu ve bireysel seleksiyon çalışmaları ile yöreye yeniden kazandırılmıştır. Bu çalışmalar sonucunda 45 adet klon baş omcası arasında en verimli ve kaliteli 3 klon belirlenmiştir. Bu klonlardan üretilen üzümlerden elde edilen şarapların ünü, bu üzümden üretilen şarabın talebini artırmıştır. Artan talebe bağlı olarak Kalecik

yöresinde bağcılığın yüksek kazançlı bir sektör durumuna gelmesi, yörede bağcılığın yeniden ön plana çıkmasına neden olmuştur. Bazı özel sektör kuruluşları tarafından şarap fabrikaları yatırımlarına öncelik verilmiş ve ön hazırlık çalışması olarak da Kalecik ilçesinde bu amaçla bağlar kurulmuş bulunmaktadır. Son yıllarda şarap fabrikaları tarafından alımına öncelik tanınan bu çeşidin şarapları, yurtiçi ve yurtdışındaki pazarlarda oldukça yüksek değerlerden satılmaktadır. Bu gelişme ile yörede bağcılık, kökenini tamamen sözü edilen klonların oluşturduğu omca fidanları ile hızla genişlemektedir. Bölgedeki bağ alanlarının son 5 yıl içerisinde 30.000 dekara ulaştığı tahmin edilmektedir. (Kogar ve Bogaz, 2009).

Türkiye'de üzüm üretiminin teknik ve ekonomik analizine yönelik olarak değişik il ve bölgelerde yapılmış araştırmalar bulunmakla beraber (Bahar ve ark., 2006; Özkan ve ark., 2005; Köse ve Odabaş, 2005; Kenanoğlu Bektaş ve Miran, 2006; Nazlı, 2007; Karataş ve Ağaoğlu, 2007; Çelik ve ark., 2005), Ankara ili Kalecik ilçesinde özellik arz eden kalecik karası üzüm çeşidinin kârlılık analizine yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bağ gibi çok yıllık bitkisel ürünlerde tesis döneminin ve ekonomik ömrün uzun ve diğer taraftan maliyetin yüksek olması nedeni ile tesis edilecek çeşitlerin seçiminde iyi bir fizibilite çalışmasının yapılması gerekmektedir. Dolayısıyla bu araştırmada sofralık ve şaraplık üzüm yetiştiriciliğinin ekonomik analizi yapılarak, yeni bağ tesis edecek üreticiler ile karar alıcılara katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışma Ankara ili Kalecik ilçesinde yürütülmüştür. Çalışmada kullanılan veriler birincil ve ikincil verilerden oluşmaktadır. Birincil veriler Kalecik ilçesinde sofralık ve şaraplık üzüm yetiştiriciliği yapan üreticilerden 2007 yılında yüz yüze anket yöntemi ile toplanmıştır. Çalışmada kullanılan ikincil veriler ise Kalecik Tarım İlçe Müdürlüğü, Türkiye İstatistik Kurumu ve konu ile ilgili yapılmış diğer çalışmalardan derlenmiştir.

Kalecik ilçesinde sofralık ve şaraplık üzüm yetiştiriciliği yapan işletmeler, karşılaştırma yapmak amacıyla, iki ayrı popülasyonu oluşturan işletmelere ait veriler Kalecik ilçesi Tarım İlçe Müdürlüğü'nden temin edilmiştir. Şaraplık üzüm yetiştiren işletmelerde sadece tek çeşit (Kalecik Karası) üzüm çeşidi bulunurken, sofralık çeşit yetiştiren işletmelerde ise Hasandede, Çavuş ve Gül üzümü çeşitleri yaygın olarak bulunan çeşitlerdir.

Sofralık ve şaraplık üzüm yetiştiren işletmelere ait popülasyon oluşturulurken işletmelerin sahip oldukları bağ alanı dikkate alınmış ve örneğe alınacak işletmelerin belirlenmesinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Güneş ve Arıkan, 1988).

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2}{N \cdot D + \sigma^2}$$

Eşitlikte bulunan N:toplam popülasyonu, σ^2 : popülasyon varyansını, D: d^2/t^2 değeri olup, d: popülasyon ortalamasından izin verilen hata payını t:hata oranına göre standart normal dağılım tablosundaki t değerini ifade etmektedir. Ayrıca örnek hacminin belirlenmesinde % 5 hata payı ile % 95 güven sınırları içerisinde çalışılmıştır.

Yapılan örnekleme işlemi sonucunda şaraplık üretim yapan işletmelerden 40, sofralık üzüm üretimi yapan işletmelerden ise 33 işletme ile anket yapılmasına karar verilmiştir.

Anket yöntemi ile elde edilen veriler kısmi bütçeleme tekniği kullanılarak, şaraplık ve sofralık üzüm üretimi için maliyet hesaplaması yapılmıştır (İnan ve diğ., 2001; Tanrıvermiş ve Gündoğmuş, 2001). Üretim maliyetlerinin hesaplanmasında sabit masraflar içerisine tesis masrafları amortisman payı dahil edilmiştir (Kıral ve diğ., 1999). Tesis masraflarının yıla düşen amortisman payının hesaplanmasında ekonomik ömür 50 yıl olarak dikkate alınmıştır (Altıncağ ve Akten, 1993; Göktaş, 2008). Tesis sermayesi faizi hesaplamasında daha önce yapılmış çalışmalar doğrultusunda % 5 alınmıştır (Kıral ve Ark., 1999). Döner sermaye faizinin hesaplanmasında araştırmanın yapıldığı yıla ait Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası'nın tarımsal kredilere uyguladığı faiz oranı (%16) kullanılmıştır. Ayrıca şaraplık üzüm yetiştiriciliği yapan işletmelerle, sofralık üzüm yetiştiriciliği yapan işletmeler için gayrisafi üretim değeri, net kar, fayda/masraf oranı, kârlılık oranı, rantabilite, işgücü ve çeki gücünün verimliliği karşılaştırma yapabilmek amacıyla hesaplanmıştır. İncelenen işletmelerin karşılaştırılmasında kullanılan bu faktörlerin arasında meydana gelen farkların tesadüfi olup olmadığını belirlemek için t testi yapılmıştır.

$$t = \frac{\bar{A} - \bar{B}}{\sqrt{\frac{\sum d_A^2 + \sum d_B^2}{(n_A - 1) + (n_B - 1)} \cdot \frac{n_A + n_B}{n_A \cdot n_B}}}$$

Formülde yer alan \bar{A} ve \bar{B} ; karşılaştırma yapılacak serinin ortalamasını, n; seride bulunan veri sayısını, $\sum d^2$; ise kareler toplamını ifade etmektedir (Düzgüneş ve diğ., 1993).

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

Ankara ili Kalecik ilçesinde sofralık üzüm yetiştiren işletmelerde ortalama bağ alanı 5.74 dekar ve şaraplık üzüm yetiştiren işletmelerde ise bağ dikim alanı 18.53 dekar olarak belirlenmiştir. Sofralık üzüm yetiştiren işletmelerde, bağ dikim alanlarının toplam işletme arazisi içerisinde payı %2.70'dir. Şaraplık

üzüm yetiştiren işletmelerde ise bağ dikim alanlarının toplam işletme arazisi içindeki payı %15.84'tür. Araştırma yöresinde sofralık üzüm yetiştiriciliğinde açıkta klasik üretim tekniği uygulanmaktadır. Mevcut bu üretim tekniği düzeyinde incelenen işletmelerde sofralık üzüm üretim masrafları 356.98 TL/da olarak hesaplanmıştır (Çizelge, 1). Üretim masraflarının %62.91'ini değişen masraflar ve %37.09'unu sabit masraflar oluşturmaktadır. Üretim masraflarının büyük bölümünü oluşturan değişen masrafların %64.1'ini ara sürüm, tava yapma, gübreleme, ilaçlama, sulama, budama ve çapalama gibi bakım masrafları oluşturmaktadır. Diğer taraftan değişen masrafların %35.9'unu ise hasat ve taşıma masrafları oluşturmaktadır. Sabit masrafların ise %45 gibi büyük bölümünü bağa tahsis edilen arazi değerinin faizi oluştururken, %27.7'sini tesis sermayesi faizi oluşturmaktadır. Türkiye'de üzüm maliyetlerine yönelik yapılan çalışmalarda maliyet unsurlarının toplam üretim masrafları içindeki payının farklılık arz ettiği görülmüştür. Nitekim Antalya ilinde yapılan bir araştırmada serada üzüm üretiminde üretim masraflarının %47.58'ini değişen masraflar, %52.42'sini ise sabit masraflar oluşturduğu tespit edilmiştir. Açık alanlarda üzüm maliyetinin ise %41.82'sini değişen masraflar ve %58.18'ini sabit masraflar oluşturduğu tespit edilmiştir (Özkan ve Ark., 2005). Bu sonuçlar farklı bölge ve farklı üretim tekniklerinde üretim masraflarının kombinasyonunda önemli farklılıkların olduğunu ortaya koymaktadır.

Şaraplık olarak üretilen Kalecik Karası üzüm çeşidinin, incelenen işletmelerde üretim masrafları toplamı dekara 419.57 TL olarak hesaplanmıştır. Şaraplık üzüm üretiminde üretim masraflarının %69.85'ini değişen masraflar ve %30.15'ini ise sabit masraflar oluşturmaktadır (Çizelge 2). Şaraplık üzümde değişen masrafların %70.45'ini ara sürüm, tava yapma, gübreleme, ilaçlama, sulama, budama ve çapalama gibi bakım masrafları oluştururken, %15.76'sını hasat harman masrafları ve %13.79'unu ise döner sermaye faizi oluşturmaktadır. Bu değerler kalecik karası şaraplık üzüm çeşidinde değişen masrafların sofralık çeşitlere göre yüksek oranda olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun nedeni farklı bölgelerde tesis masraflarının farklı olabileceği gibi, bakım döneminde uygulanan teknik farklılıklardan da kaynaklanabilmektedir. Bu konuda kesin bir yorum yapılabilmesi için aynı dönemde tüm bölgeler için maliyet ve fiziki girdi kullanım durumuna ilişkin verilerin olması gerekmektedir. Şaraplık üzüm üretiminde sabit masrafların %42.72'sini bağa tahsis edilen çıplak arazi değerinin faizi oluştururken, %27.96'sını ise tesis sermayesi faizi oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu değerler, sabit masrafların büyük bölümünün arazi ve tesis gibi yatırım sermayesi unsurlarının faizinden oluştuğunu göstermektedir.

Sofralık ve şaraplık üzüm üretim maliyetinde Çizelge 1 ve Çizelge 2'den de görüldüğü gibi bakım masrafları önemli masraf unsurları arasında yer

Çizelge 1. Sofralık Üzüm Yetiştiren İşletmelerde Dekara Fiziki Girdi Kullanımı ve Maliyetler

Üretim İşlemleri	Kullanılan İşgücü ve Çekigücü				Kullanılan Materyal			Toplam Masraf Tutarı (TL)	Üretim Masrafı İçerisindeki Payı (%)
	İşgücü		Çekigücü		Cinsi	(kg/adet)	Tutar		
	Saat	Tutar	Saat	Tutar					
I.Bakım								143.85	40.30
a.Ara Sürüm	0.71	2.12	0.71	14.16				16.28	4.56
b.Tava Yapma	4.61	13.83			Kimyasal Gübre	14.50	10.47	24.30	6.81
c. Gübreleme	0.95	2.84			Hayvan Gübresi	174.01	4.44	7.28	2.04
d. İlaçlama	0.49	1.46	0.36	3.83	Zirai İlaç	0.62	11.44	16.73	4.69
e. Sulama	1.77	5.32	0.61	8.93	Kükürt	1.30	6.51	20.77	5.82
f.Budama	6.68	40.06						40.06	11.22
g.Çapalama	6.14	18.43						18.43	5.16
II.Hasat-Harman								80.74	22.61
a.Hasat (kesim)	15.01	45.03						45.03	12.61
b.Kasalama- taşıma	0.30	0.91	0.30	3.82				4.73	1.32
III.Döner Sermaye Faizi								30.98	8.68
A-Değişken Masraflar Toplamı	36.66	130.01	1.98	30.75				224.59	62.91
a.Genel İdare Giderleri(A x 0,03)								6.74	1.89
b.Çıplak Arazi Değerinin Faizi (r= % 5)								59.64	16.71
c.Tesis Masrafları Amortisman Payı								29.34	8.22
d.Tesis Sermayesi Faizi								36.67	10.27
B-Sabit Masraflar Toplamı								132.39	37.09
C-Üretim Masrafları Toplamı(A+B)								356.98	100.00

almaktadır. Bakım işlemlerinin yürütülmesinde kullanılan işgücü ve makine gücü ile ilgili veriler bu faaliyet alanında etkinlik analizleri ve planlama faaliyetlerinin yapılması açısından önem arz etmektedir. Bu açıdan üreticilere ve karar alıcılara faydalı olması bakımından, sofralık ve şaraplık üzüm çeşitlerinin üretiminde kullanılan işgücü ve çekigücü verileri özet olarak Çizelge 3'de verilmiştir.

Çizelge 3'den de görüldüğü gibi sofralık çeşitte dekara kullanılan işgücü miktarı 36.65 saat olup, bunun %58.23'ü bakım işlemlerinde ve %41.77'si ise hasat işlemlerinde kullanıldığı belirlenmiştir. Bu çeşitte dekara kullanılan makine çeki gücü miktarı ise 1.97 saat olup, bunun %84.77'si bakım işlemlerinde ve %15.23'ü ise hasat işlemlerinde kullanılmıştır.

Şaraplık çeşitte dekara kullanılan toplam işgücü miktarı 41.14 saat olup, bunun %62.59'u bakım işlemlerinde ve %37.41'i ise hasat işlemlerinde

kullanılmıştır. Şaraplık çeşitte dekara kullanılan makine çeki gücü miktarı 2.54 saat olup, bu çeki gücünün tamamı bakım işlemlerinde kullanılmıştır.

Sofralık ve şaraplık üzüm çeşitlerinde kullanılan işgücü ve çeki gücünde önemli farklılık bulunmaktadır. Şaraplık kalecik karası çeşidinde, sofralık çeşitlere göre işgücü kullanımı % 12.3 ve makine çeki gücü kullanımı ise % 28.9 daha yüksek düzeydedir.

Sofralık ve şaraplık üzüm yetiştiriciliğinde dönemler itibari ile kullanılan işgücü ve makine gücü kullanımı arasındaki farklar, istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur.

Üzüm üretiminde işgücü ve çeki gücü kullanımına ilişkin değişik bölgelerde yapılan çalışmalarda önemli farklılıkların olduğu görülmektedir. Nitekim Antalya yöresinde yapılan bir araştırmada serada üzüm üretiminde dekara işgücü

kullanımı 212.76 saat, açıkta üzüm üretiminde 67.69 saat, çeki gücü kullanımı ise serada dekara 28.23 saat, açıkta ise 17.85 saat olduğu tespit edilmiştir (Özkan ve diğ., 2005). Diğer taraftan Ege Bölgesi Manisa ve İzmir illerinde yapılan bir çalışmada ise geleneksel çekirdeksiz kuru üzüm üretiminde makine çekigücü kullanımı 4.74 saat, organik çekirdeksiz kuru üzüm üretiminde ise 3.56 saat olduğu tespit edilmiştir (Kenanoğlu Bektaş ve Miran, 2006). Bu sonuçlar farklı bölgelerde, farklı çeşit ve üretim sistemlerinde girdi kullanımında önemli farklılıkların olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durum her bölgede her çeşit ve üretim sistemlerine göre fayda- masraf analizlerinin yapılarak, ürün deseni veya tesis edilecek çeşitlerin seçilmesinin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

İncelenen işletmelerde üretilen sofralık ve şaraplık üzüm üretiminde yapılan maliyet analizi sonuçlarına göre kârlılık durumları değişik kriterler

açısından incelenerek Çizelge 4 verilmiştir. Sofralık üzüm üretiminde dekara üretim masrafları 356.98 TL iken, şaraplık üzüm üretiminde dekara üretim masrafları 419.57 TL'dir. Şaraplık üzümde dekara üretim masrafları sofralık çeşide göre %17.8 daha fazladır. Verim açısından da durum incelendiğinde, sofralık çeşitte (928.07 kg/da), şaraplık çeşide göre (682.91 kg/da) %35.9 fazla verim elde edilmiştir.

Bir üretim dalının karlı olup olmadığında dekara yapılan masrafların azlığı ve çokluğu ile dekara elde edilen üretim miktarının yüksek veya düşük olması yeterli bir fikir vermemektedir. Bu veriler yanında elde edilen ürünün satış fiyatı ve dolayısıyla elde edilecek üretim değeri de önem arz etmektedir. Bu açıdan bakıldığında ise 1 kg üzüm satış fiyatının şaraplık üzümde (1.17 TL/Kg), sofralık çeşitlere göre (0.64 TL/Kg) %84.3 oranında daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum doğal olarak üretim

Çizelge 3. Sofralık ve Şaraplık Üzüm Üretiminde İşgücü ve Çekigücü Kullanım Durumu

	Üretim Dönemi	Sofralık Üzüm Yetiştiren İşletmeler		Şaraplık Üzüm Yetiştiren İşletmeler	
		Saat/da	S.Sapma	Saat /da	S.Sapma
İşgücü Kullanımı (EİB)	Bakım*	21.34	3.87	25.75	40.62
	Hasat*	15.31	4.22	15.39	5.95
	Toplam*	36.66	5.60	41.14	42.45
Makine Çekigücü Kullanımı	Bakım*	1.67	1.10	2.54	1.57
	Hasat	0.30	0.16	0.00	0.00
	Toplam**	1.98	1.11	2.54	1.57

(*) % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiki açıdan önemlidir. (**) % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiki açıdan önemlidir.

Çizelge 4. Şaraplık ve Sofralık Üzüm Yetiştiriciliğine İlişkin Faaliyet Sonuçları

	Şaraplık Üzüm Yetiştiren İşletmeler	Standart Sapma	Sofralık Üzüm Yetiştiren İşletmeler	Standart Sapma	(Şaraplık / Sofralık)*100
Üretim Masrafları (TL/da)*	419.57	61.60	356.98	51.43	117.8
Üzüm Üretim Miktarı (kg/da)*	682.91	114.14	928.07	118.35	73.6
1 kg Üzüm Maliyeti (TL/kg)*	0.61	0.08	0.39	0.07	160.5
Üzüm Satış Fiyatı (TL/kg)	1.17		0.64		182.8
Gayrisafı Üretim Değeri (TL/da)*	799.00	135.16	593.96	88.76	134.5
Net Kar (TL/da)*	379.43	06.54	237.87	100.19	159.5
Fayda Masraf Oranı*	1.90	0.24	1.66	0.25	113.8
Karlılık Oranı (%)*	47.49	7.40	40.05	14.16	118.6
Aktif Sermaye (TL/da)*	15,044.86	11,545.2	39,953.61	39,602.9	37.7
Bağ Sermayesi (TL/da)*	1,414.87	1,150.6	1,470.40	390.46	96.2
Bağ Sermayesi / Aktif Sermayex100*	9.40	2.23	3.68	2.25	255.4
Bağ Yatırım Rantabilitesi (%)*	26.82	16.15	16.18	12.25	165.8
EİB Başına GSÜD*	19.42	1.94	16.21	3.80	119.8
EİB Başına Net Kar*	9.22	0.83	6.49	3.28	142.1
Makine Çeki Gücü (saat) Başına GSÜD*	314.57	57.66	301.50	67.25	104.3
Makine Çeki Gücü (saat)Başına Net Kar*	149.38	24.40	120.75	33.11	123.7
Ortalama Bağ Alanı (da)*	18.53	18.38	5.74	3.22	322.8

(*) % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiki açıdan önemlidir

değerine de yansımaktadır. Nitekim Çizelge 4'den de görüldüğü gibi, dekara üretim değeri sofralık üzüm üretiminde 593.96 TL iken, şaraplık üzüm üretiminde bu değer 799.00 TL olmuştur. Yani şaraplık üzüm üretiminde brüt üretim değeri, sofralık üzüm üretimine göre %34.5 oranında daha yüksektir.

Üretilen ürünlerin kârlılık düzeylerini ortaya koymak amacıyla yapılan hesaplamalarda kullanılan kriterlerden biri olan net kar veya mutlak kar, üretim değerinden tüm üretim faktörlerinin karşılığı olan üretim masraflarının çıkarılması sonucu hesaplanmış olup, bu değer sofralık üzüm üretiminde dekara 237.87 TL, şaraplık üzüm üretiminde ise dekara 379.43 TL olarak saptanmıştır. Net kar, şaraplık üzüm işletmelerinde, sofralık üzüm yetiştiren işletmelere oranla %59.5 oranında daha yüksek düzeydedir.

Yapılan bir birimlik masrafa karşılık elde edilen üretim değerinin ifadesi olan fayda/masraf oranı veya nispi kar düzeyi şaraplık çeşitte 1.90 iken, sofralık çeşitte bu oran 1.67 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar şaraplık çeşitte yapılan bir birim masrafa karşılık yaklaşık 2 birimlik üretim değeri sağlarken, sofralık çeşitte bir birim masrafa karşılık yaklaşık 1.5 birimlik üretim değerinin elde edildiğini ortaya koymaktadır. İşletmelerde üretim deseninin belirlenmesinde dikkate alınan temel kriterlerden biri olan fayda/masraf oranı açısından şaraplık çeşidin öncelikli olduğu görülmektedir. Fayda/masraf oranı Akdeniz bölgesinde yapılan bir araştırmada serada üzüm üretiminde 1.77, açıkta üzüm üretiminde ise 2.21 olarak tespit edilmiştir (Özkan ve diğ., 2005). Akdeniz bölgesinde açıkta üzüm üretiminin fayda/masraf oranı araştırma yöresindeki şaraplık ve sofralık çeşitten daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

İncelenen işletmelerden sofralık ve şaraplık çeşit yetiştiren işletmelerde dekara aktif sermaye miktarında önemli miktarda farklılık varken, bağ sermayesi değerleri bir birine yakın düzeyde bulunmuştur. Bu da şaraplık ve sofralık çeşitlerde tesis yatırımlarının bir birine yakın düzeyde olduğunu göstermektedir. Bağ sermayesinin aktif sermaye içindeki payı şaraplık çeşit yetiştiren işletmelerde %9.22 iken, sofralık çeşit yetiştiren işletmelerde ise bu oran %6.49'dur.

İncelenen işletmelerde bağın yatırım rantabilitesi yani net karın bağ sermayesine oranı şaraplık çeşitte %26.81 iken, sofralık çeşitte %16.18'dir. Şaraplık çeşitte yatırılan sermayenin kârlılık oranı, sofralık çeşitlere göre daha yüksek düzeydedir.

Üretim faktörlerinden emeğin, incelenen işletmelerde net kar yönünden verimliliği incelendiğinde, şaraplık üzüm yetiştiren işletmelerde 1 EİB başına net kar 9.22 TL iken, sofralık üzüm yetiştiren işletmelerde 1 EİB'ne düşen net kar ise 6.49 TL olarak belirlenmiştir.

İncelenen şaraplık ve sofralık üzüm yetiştiren işletmelere ait faaliyet sonuçlarının arasındaki farklar

tapılan t testi sonucunda %1 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur. Bu sonuç sofralık ve şaraplık üzüm yetiştiriciliği arasında üretim tekniği ve yapılan uygulamaların üzüm çeşitleri itibari ile farklı sonuçları olduğunu ortaya koymaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye genelinde bağ alanlarındaki azalmaya karşın, Ankara ili Kalecik ilçesinde Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesinin yaptığı çalışmalar ile geliştirilen yüksek verimli omca fidanları kullanılarak, kamu ve özel sektörün bağcılık alanında yaptığı yatırımlarla Ankara ili Kalecik ilçesinde bağcılık hızlı bir gelişim trendine girmiştir. Diğer taraftan ilde bu üzüm çeşidinin yüksek şaraplık kalite özelliği göstermesi nedeni ile şarap sanayinin gelişmesi, kalecik karası üzüm çeşidine artan talebi de beraberinde getirmiştir. Araştırma yöresinde şarap sanayinin hızla gelişmesine paralel tesis edilen bağ çeşitlerinin genelde şaraplık kalecik karası olmasına karşın, yörede sofralık kalecik karası üzüm üretimi de yapılmaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre şaraplık kalecik karası üzüm çeşidinin dekara verimi 682.91 kg iken, sofralık çeşitte dekara verim 928.07 kg olarak belirlenmiştir. Dekara verim şaraplık çeşitte, sofralık çeşide göre %35.9 daha yüksek düzeydedir. Fakat 1 kg üzüm satış fiyatı şaraplık çeşitte 1.170 TL iken sofralık çeşitte 0.635 TL olarak tespit edilmiştir. Şaraplık üzüm çeşidinin fiyatı, sofralık çeşide göre %84.3 oranında daha yüksek düzeydedir. Diğer bir değişle şaraplık üzüm fiyatı, sofralık üzüm fiyatına göre 1.8 kat daha fazladır.

Şaraplık çeşitte verim düşük olmasına karşın fiyatın yüksek olması nedeni ile şaraplık üzüm üretiminden dekara elde edilen gayrisafi üretim değeri, sofralık üzümünden dekara elde edilen gayrisafi üretim değerinden %35.6 oranında yüksek çıkmıştır.

Şaraplık ve sofralık üzüm çeşitlerinin dekara net karlarını belirlemek amacıyla üretim masrafları hesaplanmıştır. Şaraplık çeşitte dekara üretim masrafları sofralık çeşide göre %17.8 daha fazla olduğu tespit edilmiştir. İncelenen çeşitlerde elde edilen gayrisafi üretim değerinden, üretim masraflarının çıkarılması sonucu bulunan net kar sofralık çeşitte dekara 233.24 TL, şaraplık çeşitte ise dekara 379.36 TL olarak hesaplanmıştır. Net karın şaraplık çeşitte, sofralık çeşide göre % 62.6 oranında daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Yatırım kararlarının verilmesinde en önemli kriter olan fayda masraf oranı şaraplık çeşitte 1.90 iken, sofralık çeşitte bu oran 1.65 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar şaraplık çeşitte yapılan bir birim masrafa karşılık yaklaşık 2 birimlik üretim değeri sağlarken, sofralık çeşitte bir birim masrafa karşılık yaklaşık 1.5 birimlik üretim değerinin elde edildiğini ortaya koymaktadır. Tüm bu sonuçlar araştırma yöresinde şaraplık çeşidin sofralık çeşide

göre daha karlı olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırma yöresinde şaraplık üzüm çeşidinin karlı olmasında en etkili faktör, şaraplık üzüm satış fiyatının sofralık üzüm fiyatından yüksek olmasıdır. Piyasalarda ürün fiyatlarına etki eden temel faktöründe arz talep olduğu dikkate alınır, yörede şaraplık üzüm üretiminin talep düzeyinde olması gerekmektedir. Aksi takdirde Türkiye'de bir çok üründe yaşanan fiyat dalgalanmaları şaraplık üzüm çeşidinde de söz konusu olacaktır. Bu amaçla başta üretici birlikleri olmak üzere yörede çiftçi organizasyonları ve ilgili kamu kuruluşları arz talep tahminleri yaparak üreticileri yönlendirmeleri zorunluluk arz etmektedir. Özellikle bağın çok yıllık bir bitki olması nedeni ile olası üretim fazlalıkları, üreticilerin uzun süre zarar etmelerine neden olacaktır.

Farklı üzüm çeşitlerinin kârlılık düzeyi bölgeler itibarıyla önemli farklılıklar göstermektedir. Omcanın çok yıllık bitki olması nedeni ile üreticilerin bağ tesis ederken teknik, ekonomik ve pazar araştırmasını çok iyi yapmaları önem arz etmektedir. Fakat Türkiye genelinde mevcut bağlarımızda projelendirme, arazi, anaç, çeşit, terbiye sistemi seçimi, fidan ve kalifiye eleman temini, kültürel işlemler, verim ve hasada kadar olan birçok aşamada hata ve sorunların mevcut olduğu da yapılan araştırmalarda ifade edilmektedir (Çelik ve diğ., 2005). Özellikle ilk tesis masrafı çok yüksek ve 50 yıllık ekonomik ömrü olan bir bağın, kurulma aşaması ve bakımında yapılacak yanlışlıklar bu süreci daha da zorlaştıracaktır. Dolayısıyla ilk aşamada bağ tesis edilirken projelendirme çalışmalarına önem verilmeli, hata oranını minimuma indirmek için çaba gösterilmelidir.

KAYNAKLAR

- Ağaoğlu, Y.S., Çelik, H., Çelik, M., Fidan, Y., Gülşen, Y., Günay, A., Halloran, N., Köksal, A.İ. ve Yanmaz, R., 2001.** Genel Bahçe Bitkileri, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları, s.230, Ankara
- Altınçağ, R. ve Akten, T., 1993.** Ege Bölgesi Asma Fidanlıklarında Faunistik Çalışmalar, Bitki Koruma Bülteni, Cilt 33, Sayı 3-4, ISSN:0406-3597, sf:153-165
- Anonim 2005.** Sekizinci Beş yıllık kalkınma planı, Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Meyvecilik Alt Komisyon Raporu. DPT:2649-ÖİK:657. ISBN 975-19-2915-6. Ankara.
- Anonim 2009.** Genel Tarım Sayımı Tarımsal İşletmelerde (Hanehalkı) Anketi Sonuçları. <http://www.tuik.gov.tr>.
- Bahar, E., Korkutal, İ., Kök, D., 2006.** Türkiye Bağcılığının Son Yıllardaki Gelişiminde Görülen Başlıca Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 7(1): 6569. Tekirdağ.
- Çelik, S., 1998.** Bağcılık (Ampeloloji), Anadolu Matbaası, Cilt:1, s.10,11
- Çelik, H., Marasalı, B., Söylemezoğlu, G., Tangolar, S. ve Gündüz, M., 2005.** Bağcılıkta Gelişme ve Üretim Hedefleri. VI. Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi, 3-7 Ocak 2005, Ankara.

- Düzgünes, O., Kesici, T. ve Gürbüz, F., 1993.** İstatistik Metotları, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları:1291, s.121, Ankara
- Göktaş, A., 2008.** Üzüm Yetiştiriciliği, Eğirdir Bahçe Kültürleri Araştırma Enstitüsü, Yayın No:18, Isparta.
- Güneş, T. ve Arıkan, R., 1988.** Tarım Ekonomisi İstatistiği, Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Yayınları: 1049, Ders Kitabı: 305, Ankara
- İnan, H., Kubaş, A. ve Hurma, H., 2001.** Trakya'da Tarımsal Ürün Maliyetleri, İçinde:Türkiye'de Bazı Bölgeler İçin Önemli Ürünlerde Girdi Kullanımı ve Üretim Maliyetleri, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Yayın No: 64, sf:161, Ankara
- Karataş, H. ve Ağaoğlu, Y.S., 2007.** Bazı Üzüm Çeşitlerinin Döl Verimleri Üzerine Tozlayıcı Kalecik Karası Çeşidinin Etkileri. Tarım Bilimleri Dergisi, 13 (3):261-264.
- Kıral, T., Kasnakoğlu, H., Tathdil, F. F., Fidan, H. ve Gündoğmuş, E., 1999.** Tarımsal Ürünler İçin Maliyet Hesaplama Metodolojisi ve Veri Tabanı Rehberi. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü. Yayın No: 37. Ankara.
- Kenanoğlu Bektaş, Z. ve Miran, B. 2006.** Manisa ve İzmir İllerinde Geleneksel ve Organik Çekirdeksiz Kuru Üzümün Karşılaştırmalı Ekonomik Analizi. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 3(3):285-295, Tekirdağ.
- Kogar, G., Bogaz, A. 2009.** Kalecik Karası. <http://www.ankara-tarim.gov.tr/diger/uzum/kalecikk.htm>, (Erişim: 22.09.2009).
- Köse, B. ve Odabaş, F., 2005.** Bağcılıkta Organik Tarım. OMÜ.Zir.Fak. Dergisi, 20(3):96-104, Samsun.
- Nazlı, C., 2007.** Üzüm. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, T.E.A.E. Bakış. Sayı:9, Nüsha;11, Ankara.
- Özkan, B., Uzun, H.İ., Elidemir, A.Y., Bayır, A. ve Karadeniz, C.F., 2005.** Örtüaltı ve Açıkta Üzüm Üretiminin Ekonomik Analizi. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 18(1), 77-8, Antalya
- TÜİK 2009.** Bitkisel Üretim İstatistikleri, http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=45&ust_id=13, (Erişim:22.10.2009).
- Tanrıvermiş, H. ve Gündoğmuş, E., 2001.** Manisa İlinde Tarımsal Ürün Maliyetleri, İçinde:Türkiye'de Bazı Bölgeler İçin Önemli Ürünlerde Girdi Kullanımı ve Üretim Maliyetleri, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayın No:64,s. 211-224, Ankara.

Sorumlu Yazar:

Zeki BAYRAMOĞLU

bayramoglu@selcuk.edu.tr

Geliş Tarihi :03.11.2009

Kabul Tarihi :01.02.2010

TOKAT İLİ MERKEZ İLÇEDE KUŞBURNU ÜRÜNLERİ TÜKETİM DURUMLARI VE TÜKETİMDE ETKİLİ FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ

Murat SAYILI¹, Faruk ADIGÜZEL¹, Bilge GÖZENER¹

ÖZET:

Bu araştırmada, Tokat ili merkez ilçede ailelerin kuşburnu ürünleri tüketim durumları incelenmiş ve tüketimde etkili olan faktörler khi-kare analizi ile test edilmiştir. Çalışmada kullanılan veriler, Haziran-Temmuz 2009 yılında 272 adet aileden anket yoluyla elde edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, ailelerin %65.81'inin kuşburnu tükettiği, kuşburnu tüketen ailelerin ise %91.62'sinin kuşburnu marmeladı (kişi başına tüketim 0.36 kg/ay), %10.06'sinin kuşburnu meyve suyu (kişi başına tüketim 0.68 lt/ay) ve %27.37'sinin kuşburnu çayı (kişi başına tüketim 0.04 kg/ay) tükettiği belirlenmiştir. Ankete katılan kişilerin yaşı, memleketi, öğrenim durumu, medeni hali, eşinin çalışma durumu, ailedeki birey sayısı, ailedeki 12 yaş altı çocuk sayısı ve ailelerin köyle bağlantı durumları ile kuşburnu tüketimleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Yıllık kişi başına marmelat tüketim miktarı ile kişilerin öğrenim durumu, ailedeki birey sayısı ve ailede 12 yaş altı çocuk sayısı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kuşburnu tüketimi, khi-kare analizi, Tokat ili

Determination of Consumption of Rosehip Products and Factors Affecting on their Consumption in the Central District of Tokat Province

ABSTRACT:

In this study, the status of rosehip products consumption factors were evaluated for the families located within the center town of Tokat province and factors affecting the consumption were analyzed with chi-square test. The data used were obtained from the questionnaires with 272 families in June-July 2009. The results revealed that 65.81% of the families consume rosehip, and 91.62% of the families consume rosehip as rosehip marmalade (per person 0.36 kg/month), 10.06% consume as rosehip juice (per person 0.69 lt/month) and 27.37% of the families consume as rosehip tea (per person 0.04 kg/month). Statistically important relationships were obtained between the rosehip consumption and some of the characteristics of the person who attended the questionnaire such as the age, hometown, education, marital status, employment status of the wife or husband, total number of people at household, the number of children below 12 at the family and the connection of people with the village. Annual marmalade consumption also had statistically important relationship with the education level of people, the number of family members and the number of children below twelve.

Keywords: Rosehip consumption, chi-square test, Tokat province

1. GİRİŞ

Kuşburnu, Rosaceae familyasının Rosa cinsine ait bir meyve türüdür. Kuşburnu bitkisi vadilerde, yol kenarlarında ve bahçe sınırlarında doğal olarak yetişebilen çok yıllık çalı formu bir bitkidir (Bilgener ve diğ., 1996). Kuşburnu (meyvesi) en yüksek oranda C vitamini içeren meyve olarak kabul edilmesinin yanında P (Permeabilite) vitamini kaynağıdır. Ayrıca karoten, B₁, B₂, E ve K vitaminleri de içermektedir. Mineral madde yönünden de zengin olup yapısında potasyum, sodyum, kalsiyum, magnezyum, fosfor, demir, mangan, bakır, çinko gibi katyonlar yanında sülfat, klorür, nitrat gibi anyonlar da bulunmaktadır. Meyvelerin pek çoğu gibi yağ ve proteince zengin değildir. Kuru madde oranı yüksek sayılabilecek bir düzeydedir (Yıldız ve Nergiz, 1996).

Kuşburnu meyvesi başta Rusya, Almanya, İsviçre, Polonya olmak üzere birçok Avrupa ülkesinde gıda ve ilaç sanayinde hammadde olarak kullanılmaktadır (User, 1967; Yamankaradeniz, 1983). Kuşburnu, Türkiye'nin hemen her bölgesinde doğal olarak yetişmekle birlikte, Orta Anadolu ve

Karadeniz Bölgesinde (Tokat, Amasya, Gümüşhane, Sinop ve Samsun illeri ve civarında) yoğun olarak bulunmaktadır (User, 1967; Bilgener ve diğ., 1996).

Dünyada kuşburnunun 100'ü aşkın türünün bulunduğu, Türkiye'de ise bu türlerden 24 tanesinin yetiştiği belirtilmektedir. Kuşburnu, taze (sofralık) tüketime uygun bir meyve türü olmadığından gıda sanayinde çeşitli ürünlere işlenerek tüketilmektedir. Besin öğeleri açısından zenginliği sebebiyle gıda endüstrisinde kullanılma potansiyeli fazla olmasına rağmen, kuşburnu ülkede ancak son yıllarda ürüne duyulan ilgiye paralel olarak gıda sanayinde kullanılmaktadır. Türkiye'nin değişik yörelerinde kurulu 20 civarında kuşburnu işleme tesisi bulunmaktadır. Tokat ilinde ise kuşburnu işleyen 4 büyük fabrika ve birçok küçük ölçekli imalathane mevcuttur (Güneş, 2008).

Bu çalışmanın amacı; kuşburnu üretim ve tüketiminin yoğun olduğu Tokat ili Merkez ilçede kentsel alanda yaşayan ailelerin kuşburnu tüketimlerini (genel ve ürünler itibarıyla) irdelemek, kişilerin sosyo-ekonomik özellikleri ile kuşburnu tüketimleri arasındaki ilişki durumlarını saptamak,

¹ Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü 60240 TOKAT

kuşburnu ürünlerini tüketmede etkili olan faktörler ve önem düzeylerini ortaya koymaktır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın ana materyalini, 2009 yılı Haziran-Temmuz aylarında Tokat ili Merkez ilçede bulunan aileler ile yapılan anketten sağlanan veriler oluşturmuştur. Anket uygulanacak aile sayısının tespiti için ilk olarak merkez ilçedeki toplam nüfus resmi kayıtlardan tespit edilmiştir. Bu popülasyondan aşağıdaki formül kullanılarak örnek sayısı belirlenmiştir (Baş, 2008):

$$n = \frac{N * t^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + t^2 * p * q}$$

Formülde;
n : Örnekleme alınacak birey sayısı,
N : Hedef kitledeki birey sayısı (128000 kişi),
p : İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı (0.50),
q : İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (0.50),
t : Standart normal dağılım değeri (1.65),
d : Örnekleme hatası (0.05) dir.

Örnek hacminin tespitinde %90 güven sınırları içerisinde ve %5 hata payı ile çalışılmıştır. Yapılan hesaplama sonucu, örnek hacmi 272 olarak belirlenmiştir.

Ailelerin bazı özellikleri (cinsiyet, yaş, memleket, öğrenim durumu, meslek, medeni hal, eşin çalışma durumu, ailedeki birey sayısı, ailedeki 12 yaş altı çocuk sayısı, ailede çalışan birey sayısı, ailenin toplam aylık geliri, aylık gıda harcaması, köy ile bağlantı durumu) ile ailelerin genel olarak kuşburnu tüketip tüketmeme durumu ve kuşburnu ürünlerinden en fazla tüketilen kuşburnu marmeladı tüketim miktarı arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını ortaya koyabilmek amacıyla khi-kare (χ^2) analizi yapılmıştır. Khi-karenin formülü aşağıdaki gibidir (Gujarati, 1995; Mirer, 1995):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Formülde;
 χ^2 : Khi-kare değeri,
 O_i : Gözlenen frekans değeri,
 E_i : Beklenen frekans değeridir.

Khi-kare testleri ile ölçülen ilişkilerin anlamlı olduğu durumlarda ise bu ilişkinin ne oranda güçlü olduğunu test etmek amacı ile Kontingenz (Coefficient of Contingency) yani bağımlılık katsayısı kullanılmıştır ve formülü aşağıdadır (Düzgüneş ve diğ., 1983):

$$CC = \sqrt{\frac{X^2}{N + X^2}}$$

Formülde;
CC : Bağımlılık katsayısı,
 χ^2 : Khi-kare değeri,
N : Toplam gözlem sayısıdır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1. İncelenen Ailelerin Kuşburnu Tüketim Durumu ve Tüketimi Etkileyen Faktörler

Ankete katılan ailelerin %65.81'inin ortalama 20.87 yıldır kuşburnu tükettiği, buna karşın %34.19'unun ise tüketmediği saptanmıştır.

Kuşburnu tüketmeyen aileler, bunun en önemli nedeni olarak; %41.93 ile alışkanlıklarının olmaması, %21.51 ile ailede kimsenin sevmemesi, %16.13 ile damak tadına uymaması, %12.90 ile kuşburnu ürünleri yerine diğer ürünleri tercih etmesi ve %7.53 ile pahalı olmasını ifade etmişlerdir.

Kuşburnu tüketen ailelerin önemli bir kısmı (%56.42) kuşburnu tüketimlerinin normal olduğunu, buna karşın %32.96'sı az, %6.15'i çok fazla ve %4.47'si ise çok az olduğunu belirtmişlerdir.

Anket yapılan kişilerin sosyo-ekonomik özellikleri ile kuşburnu tüketip tüketmemeleri arasında ilişki olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılan khi-kare analiz sonuçları Çizelge 1'de verilmiştir.

Görüşülen kişilerin %61.76'sı erkek ve %38.24'ü ise kadınlardan oluşmuştur. Erkeklerin %65.48'i ve kadınların %66.35'i kuşburnu tükettiklerini belirtmişlerdir. Yapılan analiz sonucu, bireylerin cinsiyetleri ile kuşburnu tüketimleri arasında istatistiksel açıdan herhangi bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir.

Araştırmada bireyler yaşları itibariyle iki grupta ele alınmıştır. Buna göre 36 yaşın altındakilerin oranı %54.78, 36 yaş ve üzerindeki oranı ise %45.22'dir. Tüm bireyler için ortalama yaş 35.50 olarak tespit edilmiştir. 36 yaş altı kişilerin yarısından biraz fazla bir bölümü (%54.36) kuşburnu tüketirken, 36 yaş ve üstü kişilerde kuşburnu tüketme oranı %79.67'ye kadar yükselmektedir. Bireylerin yaşları ile kuşburnu tüketmeleri arasında istatistiksel olarak da %1 önem düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Khi-kare analiz sonuçlarına göre, 36 yaş ve üstü bireyler, 36 yaşın altında olanlara göre daha fazla kuşburnu tüketmektedirler. Yaş ilerledikçe kuşburnu tüketiminin artması, ileri yaşlarda artan sağlıklı beslenme kaygısıyla ilişkilendirilebilir. Kuşburnu tüketiminin yaşla ilişkisi için belirlenen bağımlılık katsayısı 0.26'dır.

Kuşburnunun yerel ve geleneksel bir ürün olduğu ifade edilebilir. Ürünün bu özelliği dikkate alınarak, tüketiminde bireylerin memleketlerinin etkili olabileceği düşünülmüş ve bu noktada bir

Çizelge 1. Kişilerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri ile Kuşburnu Tüketip Tüketmemeleri Arasındaki İlişkiler

		Kuşburnu Tüketim Durumları					
		Kuşburnu Tüketen		Kuşburnu Tüketmeyen		Toplam	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	110	65.48	58	34.52	168	100.00
	Kadın	69	66.35	35	33.65	104	100.00
		$\chi^2 = 0.022$		P = 0.883		df = 1	
Yaş (yıl)	≤ 35	81	54.36	68	45.64	149	100.00
	36 ≥	98	79.67	25	20.33	123	100.00
		$\chi^2 = 19.186$		P = 0.000		df = 1 CC = 0.26	
Memleket	Tokat	144	75.00	48	25.00	192	100.00
	Diğer	35	43.75	45	56.25	80	100.00
		$\chi^2 = 24.509$		P = 0.000		df = 1 CC = 0.29	
Öğrenim Durumu	İlköğretim ve Öncesi	51	79.69	13	20.31	64	100.00
	Ortaöğretim	58	69.05	26	30.95	84	100.00
	Yükseköğretim	21	58.33	15	41.67	36	100.00
	Lisans ve Lisansüstü	49	55.68	39	44.32	88	100.00
		$\chi^2 = 10.775$		P = 0.013		df = 3 CC = 0.20	
Meslek	Sabit Ücretli	90	67.67	43	32.33	133	100.00
	Değişken Ücretli	62	61.39	39	38.61	101	100.00
	Ücretsiz	27	71.05	11	28.95	38	100.00
		$\chi^2 = 1.547$		P = 0.461		df = 2	
Medeni Hal	Bekar-Boşanmış-Dul	41	49.40	42	50.60	83	100.00
	Evli	138	73.02	51	26.98	189	100.00
		$\chi^2 = 14.298$		P = 0.000		df = 1 CC = 0.22	
Eş Çalışma Durumu	Çalışıyor	61	67.03	30	32.97	91	100.00
	Çalışmıyor	77	78.57	21	21.43	98	100.00
		$\chi^2 = 3.188$		P = 0.074		df = 1 CC = 0.11	
Ailedeki Birey Sayısı (adet)	≤ 3	53	55.21	43	44.79	96	100.00
	4	63	75.00	21	25.00	84	100.00
	5 ≥	63	68.48	29	31.52	92	100.00
		$\chi^2 = 8.239$		P = 0.016		df = 2 CC = 0.17	
12 Yaş Altı Çocuk Sayısı (adet)	0	90	58.82	63	41.18	153	100.00
	1	43	71.67	17	28.33	60	100.00
	2 ≥	46	77.97	13	22.03	59	100.00
		$\chi^2 = 8.108$		P = 0.017		df = 2 CC = 0.17	
Ailede Çalışan Birey Sayısı (adet)	≤ 1	101	68.71	46	31.29	147	100.00
	2	65	66.33	33	33.67	98	100.00
	3 ≥	13	48.15	14	51.85	27	100.00
		$\chi^2 = 4.303$		P = 0.116		df = 2	
Aylık Gelir (TL)	≤ 1000	42	70.00	18	30.00	60	100.00
	1001 – 1750	55	71.43	22	28.57	77	100.00
	1751 – 2500	47	61.04	30	38.96	77	100.00
	2501 ≥	35	60.34	23	39.66	58	100.00
		$\chi^2 = 3.097$		P = 0.377		df = 3	
Aylık Gıda Harcaması (TL)	≤ 300	50	59.52	34	40.48	84	100.00
	301 – 600	74	65.49	39	34.51	113	100.00
	601 ≥	55	73.33	20	26.67	75	100.00
		$\chi^2 = 3.367$		P = 0.186		df = 2	
Köy İle Bağlantı	Var	102	80.95	24	19.05	126	100.00
	Yok	77	52.74	69	47.26	146	100.00
		$\chi^2 = 23.925$		P = 0.000		df = 1 CC = 0.28	

ilişkinin varlığı araştırılmıştır. Yüzde dağılımlara göre, görüşülen bireylerin %70.59'u Tokatlı, %29.41'i ise başka bir ildir. Kuşburnu tüketimleriyle ilgili oranlar, Tokatlı olanlar arasında kuşburnu tüketenlerin (%75.00), diğerlerinden (%43.75) daha fazla

olduğunu göstermektedir. İstatistiksel analiz de bu sonucu doğrular nitelikte olup, khi-kare testine göre, bireylerin memleketleri ile kuşburnu tüketip tüketmemeleri arasında istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Khi-kare

dağılımı, Tokatlı olmanın kuşburnu tüketme ihtimalini arttırdığını ortaya koymaktadır. İlişkinin bağımlılık katsayısı 0.29'dur. Bağımlılık katsayısı dikkate alındığında, yaş ve memleketin birbirine yakın oranlarda kuşburnu tüketimini etkilediği, ancak memleketin biraz daha önemli bir etken olduğu söylenebilir.

Ankete katılan kişilerin eğitim durumları incelendiğinde, %23.53'ünün ilköğretim ve öncesi, %30.88'inin ortaöğretim, %13.24'ünün yüksekokul, %32.35'inin ise lisans ve lisansüstü mezunu oldukları görülmektedir. İlköğretim ve öncesi mezunların %79.69'u, ortaöğretim mezunların %69.05'i, yüksekokul mezunu olanların %58.33'ü, lisans ve lisansüstü mezunların ise %55.68'i kuşburnu tüketmektedir. İstatistiksel dağılım da yüzde dağılıma paralellik göstermekte, bu durum eğitim düzeyinin kuşburnu tüketimiyle ters yönlü bir ilişkisi olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Diğer bir deyişle, eğitim düzeyi arttıkça kuşburnu tüketenlerin oranları düşmektedir. Kişilerin eğitim düzeyleri ile kuşburnu tüketimleri arasında %5 düzeyinde istatistiksel açıdan bir ilişki söz konusudur. Bağımlılık katsayısı 0.20'dir ve eğitim ile kuşburnu tüketimi arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Eğitim düzeyi ile kuşburnu tüketim arasında ters yönlü bir ilişki olması ilgi çekici bir sonuç olmakla birlikte, bu durum kuşburnunun ev yapımı olarak da tüketilebiliyor olması ile ilişkili olabilir. Düşük eğitim düzeyinin gelir seviyesinin düşük olma olasılığını arttırdığı dikkate alındığında, evde yapılabilen ve bu nedenle ekonomik gıda özelliği kazanan kuşburnunun düşük eğitimli bireylerce daha çok tercih edilmesine bir açıklık getirilebilir.

Kişilerin %48.90'ı sabit ücretli (memur, işçi ve emekli), %37.13'ü değişken ücretli (serbest meslek, esnaf, çiftçi ve öğrenci) ve %13.97'si ise ücretsiz (ev hanımı) durumda olduğu belirlenmiştir. Sabit ücretlilerin %67.67'si, değişken ücretlilerin %61.39'u ve ücretsizlerin %71.05'i kuşburnu tükettiklerini ifade etmişlerdir. Kişilerin meslekleri ile kuşburnu tüketimleri arasında istatistiksel bir ilişki bulunamamıştır.

Görüşülen bireylerin %69.49'unun evli oldukları saptanmıştır. Evli olanlar arasında kuşburnu tüketenlerin oranı %73.02 iken, diğerlerinde %49.40'dır. Bireylerin medeni halleri ile kuşburnu tüketimleri arasında istatistiksel olarak %1 önem düzeyinde anlamlı bir ilişki söz konusudur. İlişki için bağımlılık katsayısı 0.22 olarak hesaplanmıştır. Evli olan bireylerin ev yapımı olarak da tüketilebilen bu ürünü daha çok tüketiyor olması olağan bir sonuç olarak nitelenebilir. Bekar olan ve özellikle yalnız yaşayan bireylerde hazır gıda tüketim eğiliminin yüksek olduğu dikkate alınır, ayrıca kuşburnunun daha çok kahvaltılık olarak tüketildiği ve düzenli kahvaltı alışkanlığının özellikle 12 yaş altı bireylerin de bulunduğu kalabalık ailelerde daha yaygın olduğu düşünülürse, medeni hal ile kuşburnu tüketimi

arasındaki ilişkinin anlaşılır bir durum olduğu ifade edilebilir.

Evli olan bireylerin yaklaşık yarısının (%48.15) eşi çalışmaktadır. Eşi çalışanların %67.03'ünün, çalışmayanların ise %78.57'sinin kuşburnu tükettikleri belirlenmiştir. Anket yapılan kişinin eşinin çalışma durumu ile kuşburnu tüketmeleri arasında %10 önem düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olduğu bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı da (0.11) göstermektedir ki, eşin çalışıyor olması ile kuşburnu tüketimi arasında güçlü bir ilişki bulunmamaktadır. Ailede kadın çalışıyorsa, kuşburnu tüketimi azalmaktadır. Ev kadını olan ailelerde kuşburnu tüketimi olasılığının artması, ürünün evde yapılabilme özelliğini bir kez daha etkili duruma getirmektedir.

İncelenen ailelerin %35.30'unda 3 ve daha az, %30.88'inde 4, %33.82'sinde ise 5 ve daha fazla birey yaşamaktadır ve ailelerdeki ortalama birey sayısı yaklaşık 4'tür (3.90). Kuşburnu tüketimi birey sayısı 4 olan ailelerde en yüksek (%75.00) iken, bunu 5 ve üzeri bireyli aileler (%68.48) ile 3 ve aşağı bireyli aileler (%55.21) izlemektedir. Ailedeki birey sayısı ile kuşburnu tüketimi arasında %5 düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı (0.17) ilişkinin oldukça zayıf olduğunu göstermektedir. Güçlü bir ilişkiden söz edilememekle birlikte, kalabalık ailelerde kuşburnu tüketenlerin daha yüksek oranda olduğu görülmektedir. Bu sonuç daha önceki bölümlerde, kuşburnunun kalabalık ailelerde tüketilme olasılığının daha yüksek olabileceği yargısını desteklemektedir.

Genel olarak ailelerin %43.75'inde 12 yaş altı çocuk bulunmaktadır. Ailelerin %22.06'sında 1, %17.65'inde 2, %4.04'ünde ise 3 olmak üzere 12 yaş altı birey bulunmaktadır. 12 yaş altı çocuğa sahip olmayan ailelerin %58.82'si, 1 çocuğa sahip ailelerin %71.67'si, 2 ve daha fazla çocuğa sahip ailelerin ise %77.97'si kuşburnu tüketmektedir. Ailelerin 12 yaş altı çocuğa sahip olma durumları ile kuşburnu tüketimleri arasında bir ilişki söz konusudur ve bu ilişki istatistiksel açıdan %5 önem düzeyinde anlamlıdır. Bu ilişkiye ait bağımlılık katsayısı 0.17 olarak hesaplanmıştır ve buna göre ilişkinin çok güçlü olmadığı ifade edilebilir. İstatistiksel ve yüzde dağılımlar göstermektedir ki, 12 yaş altı birey sayısı arttıkça kuşburnu tüketimi de artmaktadır. Bu sonuç da daha önceki bölümlerde yer verilmiş olan değerlendirmelerle örtüşmektedir.

Ailelerin %54.04'ünde 1, %36.03'ünde 2, %9.93'ünde ise 3 ve daha fazla kişi olmak üzere aile başına ortalama 1.53 kişi çalışmaktadır. Tek kişinin çalıştığı ailelerin %68.71'i, 2 kişinin çalıştığı ailelerin %66.33'ü, 3 ve daha fazla kişinin çalıştığı ailelerin ise %48.15'i kuşburnu tüketmektedir. Yapılan analiz sonucu, ailede çalışan birey sayısı ile kuşburnu tüketimi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ancak yüzde dağılımlarda, daha fazla sayıda çalışan bireyin bulunduğu ailelerin yer

aldığı grupta, kuşburnu tüketen aile oranının düştüğü görülmektedir ki, bu durumun kuşburnunun yine ekonomik bir ürün olma özelliğine işaret ettiğini ifade etmek mümkündür.

İncelenen ailelerin %22.06'sının 1000 TL ve daha düşük, %28.31'inin 1001-1750 TL arası, %28.31'inin 1751-2500 TL arası, %21.32'sinin ise 2501 TL ve üzerinde aylık gelir elde ettiği, aile başına aylık ortalama gelirin ise 1936.12 TL olduğu saptanmıştır. En düşük gelire sahip ailelerin %70.00'i, bir üst gelire sahip ailelerin %71.43'ü, daha üst gelire sahip ailelerin %61.04'ü ve en üst gelire sahip olan ailelerin ise %60.34'ünün kuşburnu tükettiği tespit edilmiştir. Yüzde dağılımlar geliri yüksek aileler grubunda kuşburnu tüketim oranlarının azaldığını göstermekle birlikte, bu ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Gıda ürünleri için yapılan harcama ailelerin gelir ve yaşam standartları açısından bir gösterge olabilmekte, genelde ailelerin gelirinin düşmesine paralel olarak gıdaya ayrılan pay artmaktadır. Bu kriterin, kuşburnu tüketimi için de önem taşıyabileceği düşünülerek, araştırmada ele alınan bir konu olmuştur. Bulgulara göre, gıda için ailelerin %30.88'i 300 TL ve daha düşük, %41.55'i 301 - 600 TL arası, %27.57'si 601 TL ve üzeri aylık harcama yaparken, aile başına ortalama gıda harcaması 498.25 TL olarak belirlenmiştir. Kuşburnu tüketimi için ailelerin aylık harcamaları ortalama 8.71 TL'dir. İncelenen ailelerde aylık gelirin ortalama olarak %25.73'ünün gıda için harcandığı tespit edilmiştir. Gıda harcaması en düşük olan ailelerin %59.52'si, bir üst gruptakilerin %65.49'u, gıda harcaması en yüksek olan ailelerin ise %73.33'ü kuşburnu tüketmektedir. Ancak ailelerin aylık gıda harcamaları ile kuşburnu tüketimleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

İncelenen ailelerin %46.32'sinin köy ile bağlantılı oldukları saptanmıştır. Köy ile bağlantılı olan ailelerin %80.95'inin kuşburnu tükettikleri, diğer bir ifadeyle kuşburnu tüketen ailelerin yarısından fazlasının (%58.98) köy ile bağlantılı oldukları belirlenmiştir. Köy ile bağlantısı olan ailelerden %45.10'unun köylerden taze kuşburnu meyvesi ile %29.41'inin de hazır kuşburnu marmeladı temin ettikleri saptanmıştır. Ailelerin köy ile bağlantılı olup olmamaları ile kuşburnu tüketim durumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı (%1 önem düzeyinde) bir ilişki söz konusudur. Bu sonuç daha önce de değinilmiş bir çok sonucu da ilgilendirmekte ve kuşburnunun yerel, geleneksel ve ekonomik bir ürün olma özelliklerinin tümünü pekiştirmektedir. Daha ötesi, bireylerin eğitim durumlarına ilişkin sonuca da dolaylı bir bağlantı noktası oluşturmaktadır denilebilir. Eğitim düzeyi düşük bireylerin köye bağımlı olma olasılığının daha fazla olacağı öngörüsünden yola çıkıldığında, eğitim ve köye bağımlı olma ile ilgili sonuçların birbirine paralel ve birbirini doğrular nitelikte olduğu görülmektedir.

Bağımlılık katsayısı 0.20 olarak hesaplanmıştır.

3.2. İncelenen Ailelerin Kuşburnu Ürünleri Tüketim Durumu

Kuşburnu gıda sanayinde, oldukça geniş bir kullanım potansiyeline sahiptir. Yurtdışında gerek kuşburnundan yapılan gerekse kuşburnu katkılı ürün çeşidi oldukça fazladır. Türkiye'de ise son yıllarda bu konuda önemli gelişmeler vardır. Kuşburnu ürünleri şu şekilde gruplandırılabilir (Bayram ve Aslan, 1996; Yıldız ve Nergiz, 1996):

- Kuşburnu çayı: Kurutulmuş veya taze meyveden yapılmış kuşburnu çayı ile poşetlenmiş (meyvesi bütün, kurutulmuş, parçalanmış veya öğütülmüş) hazır kuşburnu çayı
- Kuşburnu marmeladı
- Kuşburnu pulpu
- Kuşburnu nektarı ve suyu
- Diğer kuşburnu ürünleri: Bazı işlenmiş besin maddelerinin (bebek gıdaları, yoğurt, süt, değişik meyve suları gibi) özellikle C vitamini bakımından zenginleştirilmesinde doğal katkı maddesi olarak kullanılması, kuşburnu aromalı dondurma, yoğurt, tereyağı, kuşburnu şarabı, likör olarak üretimi, alkolsüz içecek üretimi, kuşburnu içeren marzipan, toz içecekler, şekerli ürünler, drajeler, kuşburnu reçeli, jöle, komposto vb.

Kuşburnunun olgunlaşmaya başladığı evrede C vitamini içeriği maksimumdur. Bu dönem meyvenin parlak kırmızı olmasından anlaşılır. Koyu kırmızı hale geldiğinde ve yumuşadığında ise bu oran düşmektedir. Pulp, marmelat, meyve suyu, meyve kuru, çay vb. gibi kuşburnu ürünlerinde uygulanan teknolojik işlemlerden dolayı C vitamini miktarında bir azalma söz konusu olmaktadır (Yıldız ve Nergiz, 1996).

İncelenen ailelerin; kuşburnu marmeladı, kuşburnu meyve suyu ve kuşburnu çayını tükettikleri belirlenmiştir.

3.2.1. İncelenen Ailelerin Kuşburnu Marmeladı Tüketim Durumu

Tüm ailelerin %60.29'unun, kuşburnu tüketen ailelerin ise %91.62'sinin (164 aile) kuşburnu marmeladı tükettiği saptanmıştır. Aylık marmelat tüketimi; aile başına 1.41 kg ve kişi başına ise 0.36 kg olarak hesaplanmıştır. Tokat ilinde 1997 yılında yapılan bir araştırmada, ailelerin %57.88'inin kuşburnu marmeladı tükettikleri ve aile başına marmelat tüketiminin 0.65 kg/ay olduğu hesaplanmıştır (Gerçekçioglu ve Batu, 2001). İki araştırmanın verileri karşılaştırıldığında, ailelerin kuşburnu marmelat tüketimlerini artırdıkları görülmektedir.

Araştırmada, marmeladın tüketim nedenleri olarak; ailelerin %54.27'si lezzetli, %54.27'si besleyici ve %52.44'ü ise özellikle C vitamini açısından zengin olduğunu belirtmişlerdir.

Marmelat temin şekli incelendiğinde; ailelerin

%35.98'i ürünü taze meyve şeklinde satın alarak veya toplayarak kendisi yapmakta, %35.37'si sanayide üretileni (hazır) satın almakta, %14.63'ü marmelat olarak tamamını tanıdık kişilerden satın almakta, %9.15'i çoğunlukla kendisi yapmakla birlikte bir kısmını satın almakta, %4.87'si ise çoğunlukla satın almakla birlikte bir kısmını kendisi yapmaktadır.

Marmeladının tamamını veya bir kısmını kendileri hazırlayan ailelerin (82 aile) bunu yapma nedenleri; %59.76 ile daha sağlıklı olduğunu düşünmeleri, %41.46 ile damak tadına daha uygun olması, %37.80 ile daha ucuza mal olması, %24.39 ile sanayide üretilenlerde katkı maddesinin olduğuna inanmaları ve %14.63 ile kendi meyvesini değerlendirmeleri olarak saptanmıştır.

Marmeladının tamamını veya bir bölümünü satın alan ailelerin (105 aile) bunu yapma nedenleri olarak; %35.24 ile kendisinin yapması için zamanının olmaması, %29.52 ile hazırlamak için uygun çevresel imkanının olmaması, %21.90 ile alışkanlık-damak tadı, %16.19 ile hijyen açısından daha uygun bulması, %15.24 ile kendilerinin yapmayı bilmemeleri, %11.43 ile bu işlerden hoşlanmamaları ve %9.52 ile daha ucuza mal olması ifade edilmiştir.

Marmelat, ailelerin yaklaşık yarısı (%48.12) tarafından açık (ambalajsız) şekilde satın alınırken, sanayide üretilmiş ve ambalajlı (%43.61) olarak da temin edilmektedir. Ailelerin çok küçük bir kısmı da (%8.27) karışık (açık ve/veya ambalajlı) şekilde de satın alma işlemini gerçekleştirmektedir.

Marmelat temin yeri incelendiğinde; ailelerin %34.76'sı hazır (ambalajlı) olarak marketten satın almakta, %28.66'sı taze meyve olarak yerel pazardan satın almakta, %25.00'i doğadan kendisi toplamakta, %21.95'i tanıdık kişilerden açık olarak satın almakta, %10.37'si ambalajlı olarak üretici firma bayilerinden satın almakta, %9.15'i ambalajlı olarak aktarlardan satın almakta ve %1.22'si de taze meyve olarak toptancı halinden satın alarak marmeladını kendileri hazırlamaktadır.

Ambalajlı marmelat satın alan ailelerin ambalaj tercihleri incelendiğinde; ailelerin büyük bir çoğunluğu (%88.41) cam kavanozu tercih ederlerken, bir kısmı da teneke kutu (%8.54) ve plastik kap (%8.54) ile ürünü satın aldıklarını ifade etmişlerdir.

Satın almada ailelerin %42.68'i 0.5-1 kg arası ağırlığa sahip olan ambalajı (ürünün ağırlığı üretici firmaya göre değişebilmektedir) tercih ederlerken, %26.83'ü 2-5 kg, %21.34'ü 1-2 kg ve %9.15'i 0.5 kg'dan daha düşük ağırlıktaki ambalajlı ürünü satın aldıklarını belirtmişlerdir.

Marmeladın tüketim sıklığı incelendiğinde; ailelerin %45.12'si haftada birden fazla, %31.10'u hergün, %17.07'si haftada bir ve %6.71'i ise iki haftada bir kez marmelat tükettiklerini ifade etmişlerdir.

Marmelat, aileler tarafından çoğunlukla sabah (%70.73) olmak üzere az da olsa öğle (%1.83) ve akşam (%1.83) vakitlerinde tüketilmekte olup,

ailelerin %25.61'i ise tüketim öğünün belli olmadığını belirtmişlerdir.

Aileler tarafından marmelat en fazla kışın (%79.27) tüketilirken, sonbahar (%16.46), ilkbahar (%2.44) ve yazın da (%1.83) tercih edilmektedir. Bu durum özellikle ürünün C vitamini açısından zengin olması ile açıklanabilir ve beklenen bir sonuçtur.

Marmelat tüketen kişilerin sosyo-ekonomik özellikleri ile marmelat tüketim miktarları arasında ilişki olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılan khi-kare analiz sonuçları Çizelge 2'de verilmiştir.

Ankete katılan erkekler yılda kişi başına en fazla 2.5 kg ve daha az marmelat tüketirken (%41.75), kadınların marmelat tüketimleri ise en fazla 2.6 - 4.9 kg arasındadır (%36.07). Kişilerin cinsiyeti ile kişi başına yıllık marmelat tüketim miktarı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki söz konusu değildir.

Yıllık kişi başına en fazla marmelat tüketiminin; 35 yaş ve altı kişilerde 2.5 kg ve daha düşük (%40.28), 36 yaş ve üstü kişilerde ise 5 kg'dan daha düşük (%35.87) olduğu saptanmıştır. Kişilerin yaşları ile yıllık marmelat tüketim miktarları arasında istatistiksel açıdan herhangi bir ilişki söz konusu değildir.

Memleketi Tokat olan kişilerin (%81.10) marmelat tüketimleri daha fazladır. Yıllık marmelat tüketimi, Tokatlı bireylerin %36.84'ünde 2.5 kg ve daha az, %30.83'ünde 2.6-4.9 kg arası ve %32.33'ünde ise 5 kg ve daha fazladır. Memleketi Tokat dışı olan bireylerin ise kişi başına yıllık marmelat tüketimi 5 kg ve daha düşük olan iki grupta ağırlık kazanmaktadır (%41.94). Kişilerin memleketleri ile marmelat tüketim miktarları arasında istatistiksel anlamda herhangi bir ilişki bulunmamıştır.

En fazla yıllık kişi başına marmelat tüketiminin; ilköğretim ve öncesi mezunlarda 2.5 kg ve daha az (%41.30), ortaöğretim mezunlarında 2.6 - 4.9 kg arası (%40.74), yüksekokul mezunlarında 5 kg ve daha fazla (%55.00), lisans ve lisansüstü mezunlarında ise 2.5 kg ve daha az (%56.82) olduğu belirlenmiştir. Kişilerin öğrenim durumları ile yıllık marmelat tüketim miktarları arasında %1 önem düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bağımlılık katsayısı dikkate alındığında (0.31) marmelat tüketimi ile eğitim arasında güçlü bir ilişkiden söz edilebilir. İlişkinin yönüne bakıldığında, iki kriter arasında düzenli ters yönlü ya da paralel bir ilişki değil de, değişken bir seyrin söz konusu olduğu görülmektedir. Buna karşın ilişki, yüksekokul düzeyine kadar genelde artan (eğitim durumuna paralel giden), ancak bu noktadan sonra tersine dönen bir seyir izlemektedir. Bu noktada, eğitim düzeyi ile birlikte gelir düzeyinin de artacağı düşünülürse, ürünün ekonomik olma ve evde yapılabilme özelliğine işaret edilebilir.

Sabit ücretli olanlar, kişi başına yıllık marmelat tüketim miktarının (2.5 kg ve daha az, 2.6- 4.9 kg arası, 5 kg ve daha fazla) en fazla olduğu gruptur. Sabit ve

Çizelge 2. Kişilerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri ile Kuşburnu Marmeladı Tüketimleri Arasındaki İlişkiler

		Kişi Başına Marmelat Tüketim Miktarı (kg/yıl)							
		≤ 2.5		2.6 – 4.9		5.0 ≥		Toplam	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	43	41.75	32	31.07	28	27.18	103	100.00
	Kadın	19	31.14	22	36.07	20	32.79	61	100.00
		$\chi^2 = 1.840$		P = 0.399		df = 2			
Yaş (yıl)	≤ 35	29	40.28	21	29.17	22	30.36	72	100.00
	36 ≥	33	35.87	33	35.87	26	28.26	92	100.00
		$\chi^2 = 0.831$		P = 0.660		df = 2			
Memleket	Tokat	49	36.84	41	30.83	43	32.33	133	100.00
	Diğer	13	41.94	13	41.94	5	16.12	31	100.00
		$\chi^2 = 3.369$		P = 0.185		df = 2			
Öğrenim Durumu	İlköğretim ve Öncesi	19	41.30	14	30.44	13	28.26	46	100.00
	Ortaöğretim	16	29.63	22	40.74	16	29.63	54	100.00
	Yükseköğretim	2	10.00	7	35.00	11	55.00	20	100.00
	Lisans ve Lisansüstü	25	56.82	11	25.00	8	18.18	44	100.00
		$\chi^2 = 17.746$		P = 0.007		df = 6		CC = 0.31	
Meslek	Sabit Ücretli	31	38.28	25	30.86	25	30.86	81	100.00
	Değişken Ücretli	23	38.98	22	37.29	14	23.73	59	100.00
	Ücretsiz	8	33.33	7	29.17	9	37.50	24	100.00
		$\chi^2 = 1.947$		P = 0.746		df = 4			
Medeni Hal	Bekar-Boşanmış-Dul	11	30.56	12	33.33	13	36.11	36	100.00
	Evli	51	39.85	42	32.81	35	27.34	128	100.00
		$\chi^2 = 1.381$		P = 0.501		df = 2			
Eş Çalışma Durumu	Çalışıyor	25	44.64	16	28.57	15	26.79	56	100.00
	Çalışmıyor	37	34.26	38	35.19	33	30.55	108	100.00
		$\chi^2 = 1.721$		P = 0.423		df = 2			
Ailedeki Birey Sayısı (adet)	≤ 3	12	25.53	19	40.43	16	34.04	47	100.00
	4	14	25.00	22	39.29	20	35.71	56	100.00
	5 ≥	36	59.02	13	21.31	12	19.67	61	100.00
		$\chi^2 = 18.631$		P = 0.001		df = 4		CC = 0.32	
12 Yaş Altı Çocuk Sayısı (adet)	0	16	18.82	35	41.18	34	40.00	85	100.00
	1	23	58.97	11	28.21	5	12.82	39	100.00
	2 ≥	23	57.50	8	20.00	9	22.50	40	100.00
		$\chi^2 = 28.455$		P = 0.000		df = 4		CC = 0.38	
Ailede Çalışan Birey Sayısı (adet)	≤ 1	32	35.56	29	32.22	29	32.22	90	100.00
	2	26	42.62	19	31.15	16	26.23	61	100.00
	3 ≥	4	30.77	6	46.15	3	23.08	13	100.00
		$\chi^2 = 2.059$		P = 0.725		df = 4			
Aylık Gelir (TL)	≤ 1000	14	35.90	13	33.33	12	30.77	39	100.00
	1001 – 1750	17	34.69	12	24.49	20	40.82	49	100.00
	1751 – 2500	15	34.88	19	44.19	9	20.93	43	100.00
	2501 ≥	16	48.49	10	30.30	7	21.21	33	100.00
		$\chi^2 = 8.057$		P = 0.234		df = 6			
Aylık Gıda Harcaması (TL)	≤ 300	16	36.36	13	29.55	15	34.09	44	100.00
	301 – 600	23	34.33	25	37.31	19	28.36	67	100.00
	601 ≥	23	43.39	16	30.19	14	26.42	53	100.00
		$\chi^2 = 1.858$		P = 0.762		df = 4			
Köy İle Bağlantı	Var	24	35.82	25	37.31	18	26.87	67	100.00
	Yok	38	39.17	29	29.90	30	30.93	97	100.00
		$\chi^2 = 1.006$		P = 0.606		df = 2			

değişken ücretlilerin kişi başına yıllık marmelat tüketimleri 2.5 kg ve daha düşük (sırasıyla %38.28 ve %38.98) iken, ücretsiz olanlarda ise bu değer 5 kg ve üzeri (%37.50) olduğu hesaplanmıştır. Kişilerin meslekleri ile yıllık marmelat tüketim miktarları arasında istatistiksel bir ilişki bulunamamıştır.

Ankete katılan bireylerden bekar-boşanmış-dul olanlar 5 kg ve daha fazla yıllık marmelat tüketimi olan grupta en yüksek oranı alırken, evli olanlar 2.5 kg ve aşağı tüketim grubunda ağırlık kazanmaktadır. Kişilerin medeni halleri ile yıllık marmelat tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak önemli düzeyde

ilişki bulunamamıştır.

Evin hanımının çalıştığı aileler, yıllık 2.5 kg ve aşağı marmelat tüketim miktarı olan grupta en yüksek oranı (%44.64) almakta iken, evin hanımının çalışmadığı aileler daha çok (%35.19) 2.6 - 4.9 kg arası tüketim grubunda yer almaktadır. Ancak, oransal dağılımlardaki farklılıkların önemli düzeyde olmadığı, bu nedenle evin hanımının çalışma durumu ile yıllık marmelat tüketim miktarı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığı ortaya çıkmıştır.

Ailede yaşayan birey sayısı 4 kişiden az olan gruplar (aile genişliğinde en alt iki grup), yıllık marmelat tüketiminin 2.6-4.9 kg arası olduğu bölümde yoğunlaşmaktadır. Buna karşın 5 ve daha fazla bireyin bulunduğu geniş aileler daha çok (%59.02), yıllık marmelat tüketiminin en az olduğu grupta (2.5 kg ve aşağısı) yer almaktadır. Ailedeki birey sayısı ile kişi başına yıllık marmelat tüketim miktarı arasında %1 önem düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bağımlılık katsayısı 0.32'dir ve bu değer güçlü sayılabilecek bir ilişkiye işaret etmektedir.

Kişi başına en fazla yıllık marmelat tüketimi, 12 yaş altı çocukların bulunmadığı ailelerde 2.6 - 4.9 kg arası (%41.18), 1 çocuğun bulunduğu aileler (%58.97) ile 2 ve daha fazla çocuğun bulunduğu ailelerde (%57.50) 2.5 kg ve aşağısı olarak belirlenmiştir. Ailelerde 12 yaş altı çocuk bulunması ile yıllık marmelat tüketim miktarı arasında %1 önem düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı güçlü bir ilişki vardır. Bağımlılık katsayısı 0.38 olarak hesaplanmıştır.

1 ve 2 kişinin çalıştığı ailelerde kişi başına yıllık marmelat tüketimi en fazla 2.5 kg ve aşağısı (%35.56 ve %42.62) iken, bu değer 3 ve daha fazla kişinin çalıştığı ailelerde ise 2.6 - 4.9 kg (%46.15) arasındadır. Ailede çalışan birey sayısı ile kişi başına yıllık kuşburnu marmelat tüketim miktarı arasında istatistiksel açıdan anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

Kişi başına yıllık marmelat tüketiminin; en düşük aylık gelire (1000 TL ve daha düşük) sahip ailelerde %35.90 ile 2.5 kg ve az, bir üst aylık gelire (1001 - 1750 TL arası) sahip ailelerde %40.82 ile 5 kg ve üzeri, daha üst aylık gelire (1751 - 2500 TL arası) sahip ailelerde %44.19 ile 2.6 - 4.9 kg arası, en üst gelire (2501 TL ve daha fazla) sahip ailelerde ise %48.49 ile 2.5 kg ve aşağı olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucu, ailelerin aylık gelirleri ile marmelat tüketim miktarları arasında bir ilişki saptanamamıştır.

Yıllık kişi başına en fazla marmelat tüketimi, aylık gıda için 300 TL ve aşağı harcayan ailelerde 2.5 kg ve aşağı (%36.36) iken, bu değer 301 - 600 TL arası harcayan ailelerde 2.6 - 4.9 kg arası (%37.31) ve 600 TL ve yukarısı harcayan ailelerde ise 2.5 kg ve aşağısı (%43.39) durumundadır. Ailelerin aylık gıda harcama değerleri ile kişi başına yıllık marmelat tüketim

miktarları arasında istatistiksel açıdan anlamlı herhangi bir ilişki tespit edilememiştir.

Köy ile bağlantısı olan aileler kişi başına yıllık en fazla 2.6- 4.9 kg arası (%37.31), bağlantısı olmayan aileler ise en fazla 2.5 kg ve aşağı (%39.17) marmelat tüketmektedirler. Ailelerin köy ile bağlantılarının olup olmaması ile kişi başına yıllık marmelat tüketim miktarları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.

3.2.2. İncelenen Ailelerin Kuşburnu Meyve Suyu Tüketim Durumu

Ankete katılan ailelerin %6.62'sinin ve kuşburnu tüketen ailelerin ise %10.06'sının (18 aile) kuşburnu meyve suyunu tükettiği saptanmıştır. Aylık meyve suyu tüketiminin; aile başına 2.64 lt ve kişi başına 0.68 lt olduğu hesaplanmıştır. İlde daha önce yapılan araştırmada, ailelerin %5.49'unun kuşburnu meyve suyunu tükettikleri ve aile başına tüketim miktarının ise 0.15 lt/ay olduğu saptanmıştır (Gerçekçioğlu ve Batu, 2001). Bu sonuçlar, Tokat ilindeki ailelerin her geçen yıl kuşburnu meyve suyunu daha fazla tükettiklerini göstermektedir.

Meyve suyunun tüketim nedenleri olarak; ailelerin %77.78'i özellikle C vitamini açısından zengin, %44.44'ü lezzetli ve %16.67'si ise besleyici olmasını belirtmişlerdir.

Ailelerin tamamı, sanayide üretilmiş (ambalajlı) meyve suyunu satın almak suretiyle tüketmektedirler. Ailelerin meyve suyunu satın alma nedenleri; %33.33 ile sanayide üretilmiş bir ürünün hijyen açısından daha uygun olması, %27.78 ile kendisinin yapmayı bilmemesi, %16.67 ile kendisinin yapması için zamanının olmaması, %16.67 ile alışkanlık-damak tadı, %11.11 ile hazırlamak/yapmak için uygun çevresel imkanının bulunmaması, %11.11 ile bu tür işlerden hoşlanmaması ve %5.56 ile de bu şekilde üretilmiş ürünün daha ucuz olması olarak belirtilmiştir.

Meyve suyunun daha çok market (%83.33) olmakla birlikte üretici firma bayilerinden de (%27.78) satın alındığı belirlenmiştir. Ailelerin %88.89'u tetrapak kutularda (200 ve/veya 1000 ml) meyve suyunu satın alıp tükettirirken, bir kısmı da (%16.67) cam şişelerdeki (250 ml) meyve suyunu tercih etmektedir.

Ailelerin meyve suyunu; %27.78 ile ayda bir, %27.78 ile iki haftada bir, %22.22 ile haftada bir ve %22.22 ile de haftada birden fazla olmak üzere birbirine yakın sıklıkla tükettikleri belirlenmiştir.

Meyve suyu, ailelerin çoğunluğu (%72.22) tarafından günün herhangi bir zamanında tüketilirken, az da olsa sadece sabah (%11.11), sadece akşam (%11.11) ve sadece öğle (%5.56) vaktinde tüketenler de söz konusudur.

Meyve suyunun en fazla tüketildiği mevsimin kış (%50.00) olduğu, bununla birlikte yaz (%33.33) ve sonbaharda da (%16.67) tercih edildiği ifade edilmiştir.

3.2.3. İncelenen Ailelerin Kuşburnu Çayı Tüketim Durumu

Kuşburnu meyvesinin kurutularak yada taze olarak çayı yapılmakla birlikte, son yıllarda piyasada poşetlenmiş hazır kuşburnu çayları da bulunmaktadır. Kuşburnu tek başına kullanılabilirdiği gibi diğer bitkisel çay karışımları içinde de yer almaktadır. Kuşburnu meyveleri bütün halde, kurutulmuş, parçalanmış ya da öğütülmüş olarak kullanılabilir (Yıldız ve Nergiz, 1996).

Anket yapılan ailelerin %18.01'i, kuşburnu tüketen ailelerin ise %27.37'si (49 aile) kuşburnu çayı tükettiği belirlenmiştir. Aylık kuşburnu çayı tüketiminin; aile başına 0.17 kg ve kişi başına 0.04 kg olduğu hesaplanmıştır.

Kişilerin kuşburnu çayı tüketme nedenleri; %67.35 ile kuşburnunun özellikle C vitamini açısından zengin olması ve %53.06 ile lezzetli olması olarak ifade edilmiştir. Kuşburnu çayında kafein olmamasından dolayı uykusuzluğa yol açmamakta, bu çayın içilmesinin stres atma ve sindirime yardımcı olma gibi faydalarının da olduğu belirtilmektedir (Wolff, 1987).

Kuşburnu çayını; ailelerin %69.39'u hazır (ambalajlı) poşet çay olarak satın almakta, %22.45'i kuşburnunu taze alıp/toplayıp çayı kendisi hazırlamakta, %4.08'i tamamını tanıdık kişilerden satın almakta, %2.04'ü çoğunlukla kendisi hazırlamakla birlikte bir kısmını satın almakta, %2.04'ü ise çoğunlukla satın almakla birlikte bir kısmını kendisi hazırlamaktadır.

Bazı kişilerin kuşburnu çaylarını kendilerinin hazırlamalarının nedenleri; daha ucuza mal olması (%84.62), daha sağlıklı olduğunu düşünmesi (%61.54), hazır poşet çaylarda katkı maddesinin olduğuna inanması (%53.85), kendi meyvesini değerlendirmesi (%30.77) ve damak tadına daha uygun olması (%15.38) olarak belirlenmiştir.

Kuşburnu çayını satın alanlar ise bunun nedenlerini; %26.32 ile kendisinin hazırlaması için zamanının olmaması, %26.32 ile hijyen açısından daha uygun olması, %23.68 ile hazırlamak için uygun çevresel imkanının olmaması, %23.68 ile alışkanlık-damak tadı, %13.16 ile daha ucuza mal olması ve %5.26 ile kendisinin yapmayı bilmemesi olarak ifade

etmişlerdir.

Ailelerin çoğunluğu (%71.42) kuşburnu çayını ambalajlı (poşet çay), bir kısmı (%14.29) kurutulmuş veya taze olarak satın almakla birlikte bir kısmı da (%14.29) ambalajlı + açıkta almayı tercih etmişlerdir.

Kuşburnu çayının temin yeri incelendiğinde; ailelerin %67.35'i marketlerden hazır (poşet çay), %24.49'u aktarlardan hazır, %6.12'si yerel pazarlardan taze meyve, %4.08'i üretici firma bayilerinden, %2.04'ü toptancı halinden taze meyve olarak, %2.04'ü tanıdıklardan satın alırken, %24.49'u ise doğadan kendisi toplamaktadır.

Kuşburnu çayı satın alınırken tercih edilen ambalaj türü; %73.47 ile karton kutu/poşet, %8.16 ile cam kavanoz, %6.12 ile plastik poşet, %4.08 ile plastik kap ve %2.04 ile teneke kutu olarak saptanmıştır.

Aileler tarafından tercih edilen ambalajın ağırlığı; %53.06 ile 2 gr (poşet çay), %28.58 ile 0.5 kg'dan düşük, %10.20 ile 0.5-1 kg arası ve %8.16 ile 1-2 kg arasıdır.

Kuşburnu çayı ailelerin çoğunluğu (%63.26) tarafından haftada birden fazla tüketilirken, iki haftada bir (%16.33), haftada bir (%14.29), her gün (%4.08) ve ayda bir kez (%2.04) tüketim de söz konusudur.

Aileler tarafından kuşburnu çayı; en fazla günün herhangi bir vaktinde (%48.99) olmak üzere akşam (%34.69), sabah (%8.16) ve öğlede (%8.16) de tüketilmektedir.

Kuşburnu çayı aileler tarafından en fazla kışın (%97.96) olmak üzere bir miktar da sonbaharda (%2.04) tüketilmektedir.

3.2.4. Kuşburnu Ürünleri Tüketmede Etkili Olan Faktörler

İncelenen ailelerin kuşburnu ürünlerini tüketmelerinde etkili olan faktörlerin önem düzeyleri ve değerlerin standart sapmaları (parantez içerisinde) Çizelge 3'te verilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre;

- *Ürünün Fiyatı*; kuşburnu marmelatı ve meyve suyu satın almada etkisi belirsiz iken, kuşburnu çayında önemli durumdadır. Bu beklenen bir durumdur. Çünkü piyasada satılan değişik firmalara ait marmelat ve meyve sularının fiyatları birbirine

Çizelge 3. Kuşburnu Ürünleri Tüketmede Etkili Olan Faktörlerin Önem Düzeyi*

FAKTÖRLER	Marmelat	Meyve Suyu	Çay
Ürünün Fiyatı	2.91 (1.25)	2.83 (1.42)	3.49 (1.19)
Üreten Firma Adı / Markası	3.71 (1.18)	3.89 (0.96)	3.65 (0.98)
Ürünün Ambalajlı Olması	3.55 (1.18)	4.33 (0.77)	3.66 (1.02)
Ürünün Ağırlığı	2.91 (0.99)	3.17 (1.25)	3.05 (0.99)
Ürünün Kolay Temin Edilebilmesi	3.44 (0.90)	3.28 (0.96)	3.31 (0.99)
Alışkanlık / Damak Tadı	3.58 (1.11)	3.17 (1.34)	3.18 (1.20)
Hijyenik (Sağlık Açısından Güvенеbilme) Olması	4.28 (0.97)	4.78 (0.43)	3.92 (1.09)
Üretim ve Son Kullanma Tarihi	4.19 (1.02)	4.50 (0.79)	3.93 (1.07)
Ürünün Rengi	3.91 (0.85)	4.06 (0.90)	3.39 (0.91)
Ürünün Kıvamı	4.06 (0.82)	4.00 (0.79)	---
Ürünün Ev Yapımı Olması	3.77 (1.22)	2.44 (1.31)	3.11 (1.11)

*1 = Çok Önemsiz, 2 = Önemsiz, 3 = Belirsiz, 4 = Önemli, 5 = Çok Önemli

yakın iken, çay fiyatları arasında çok büyük farklılıklar bulunmaktadır. Bu da tüketicilerin özellikle kuşburnu çayı almalarında fiyatı önemsemelerini ortaya çıkarmaktadır.

- *Üreten Firma Adı / Markası ile Ürünün Ambalajlı Olması*; her üç ürünün tüketilmesinde de önemli bir faktör durumundadır. Bu sonuç göstermektedir ki, tüketiciler kuşburnu ürünlerini satın alırken üretici firma ya da markayı ve ürünün ambalajlı olmasını önemsemektedirler. Bu durum tüketicilerin güvenilir gıda tüketme isteği ve eğilimiyle ilişkilendirilebilir.

- *Ürünün Ağırlığı ile Ürünün Kolay Temin Edilebilmesi*; her üç ürünün de tüketimindeki etkisi belirsiz faktör durumundadır. Kuşburnu ürünleri farklı ağırlıklarda tüketicilere sunulmaktadır. Tüketici isteğine uygun ağırlıktaki ürünü istediği yerde kolaylıkla bulabilmektedir. Tüketici önem verdiği kriterlere göre (fiyat, firma adı ya da marka, ambalaj) ürün tercihini yapmakta, hangi ağırlıkta ürün alacağı konusu kararında herhangi bir etki yapmamaktadır. Mevcut alternatiflerden birini, tercih etmektedir.

- *Alışkanlık / Damak Tadı*; marmelat tüketiminde önemli bir faktör iken, meyve suyu ve çay tüketiminde ise bu faktörün etkisi belirsizdir. Tüketiciler için özellikle marmelat tüketiminde damak tadı ve/veya alışkanlık fiyattan daha belirleyici olmakta, daha çok bu kritere bağlı olarak bazı firmaların ya da tanınmış kişilerin yaptığı ürünler tercih edilmektedir. Meyve suyu ve çay tüketiminde damak tadı ya da alışkanlığın belirsiz olması, alternatif ürünler arasında bu konuda önemli farklılıklar görülüyor olmasından kaynaklanabilir.

- *Ürünün Hijyenik Olması*; marmelat ve çay tüketiminde belirsiz, meyve suyu tüketiminde ise önemli bir faktördür. Marmelat ve çayın taze meyve satın alınarak hazırlanabilmesi yanında, piyasadaki açıkta (ambalajsız) satın alınabilmeleri nedeniyle, bu ürünlerin alternatifleri arasında hijyen açısından önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Buna karşın tüm kuşburnu meyve suları sanayide üretilip ambalajlı olarak satılmakta, bu nedenle hijyenik açıdan alternatifler arasında önemli bir farklılık olmadığı düşünülmekte, meyve suyu üreten firmalar arasında hijyen farkı olsa bile bu durum tüketicinin bilgisi dışında kalmaktadır. Bu nedenle tüketicilerin meyve suyu tercihinde hijyen faktörünü önemsiz bulmaları olağan bir durum olarak nitelenebilir.

- *Üretim ve Son Kullanma Tarihi*; marmelat ve çay tüketiminde önemli, meyve suyu tüketiminde ise çok önemlidir. Bu faktörlerin önemli görülmesi, tüketicilerin ürün satın almada bilinçli davrandıklarını gösteren olumlu bir durumdur.

- *Ürünün Rengi*; marmelat ve meyve suyu açısından önemli, çay açısından ise belirsiz bir faktör niteliğindedir. Tüketiciler, özellikle marmelat ve meyve suyu tüketiminde ürünün renginin koyu olmasını tercih etmektedirler. Anket sonuçları bu durumu destekleyici niteliktedir. Kuşburnu çayı ise gerek açık

(taze veya kurutulmuş meyve) ve gerekse hazır poşet çay olarak farklı şekillerde satıldığından dolayı, tüketicilerin ürün rengi açısından net bir tavır göstermedikleri belirlenmiştir.

- *Ürünün Kıvamı*; marmelat ve meyve suyu tüketiminde önemli bir faktördür. Bu durum, tüketicilerin marmelat ve meyve suyu tüketmede, ürünün rengine olduğu gibi, kıvamına da önem verdiklerini, tercihlerini buna göre yaptıklarını göstermektedir.

- *Ürünün Ev Yapımı Olması*; meyve suyu tüketiminde önemsiz, çay tüketiminde belirsiz ve marmelat tüketiminde ise önemlidir. Ev yapımı marmelat, yılın belirli dönemlerinde gerek yerel pazarlardan ve gerekse tanınmışlardan satın alınabilmektedir. Bazı tüketicilerin, bu şekilde hazırlanmış olan marmeladın içerisinde katkı maddelerinin olmadığına ve bu nedenle sağlıklı olduğuna inanmaları, fiyatını daha uygun bulmaları gibi nedenlerden dolayı tercih ettikleri bilinmektedir. Bu da bazı tüketicilerin ev yapımı marmelatı tercih etmelerini destekleyici niteliktedir. Meyve suyu üretiminde ise ev yapımı söz konusu değildir. Çayda ise bu durumun önemli olup olmadığı belirsizdir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye geneli itibarıyla, kuşburnunun özellikle tüketimi üzerine yapılmış olan çalışma yok denecek kadar azdır. Yapılan araştırma, ilde kuşburnu tüketimine yönelik olarak geniş çaplı yapılmış ilk çalışmadır. Bu açıdan önemlidir.

Araştırma bulgularına göre, kuşburnu ürünlerinin tüketiminde önemli artışların olduğu belirlenmiştir. Bunda özellikle ilde kuşburnu marmelatı ve meyve suyunu üreten büyük ölçekli tesislerin olması önemli bir etkidir. Kuşburnu ürünlerinin tüketiminde tüketici tercihlerinin ortaya konulduğu araştırma sonuçları, bölgede üretim yapan sanayi işletmelerine de önemli faydalar sağlayabilecektir.

Tokat ilinde kuşburnu ürünleri olarak özellikle marmelat tüketiminin iyi seviyede olduğu ifade edilebilir. Marmelat, bir yandan ilde bulunan fabrikalar ve imalathanelerde üretilirken, diğer yandan evlerde de üretilmektedir. Bu bağlamda, yılın belli dönemlerinde yerel pazarlarda çok da hijyenik olmayan koşullarda marmelat satışının yapıldığı görülmektedir. Fiyatının uygunluğu, rengi, kıvamı, ev yapımı olması gibi nedenlerle birçok ailenin bu şekilde üretilen ve satılan ürünleri tercih ettiği bilinmektedir. Bu nedenle hijyene daha fazla önem verilmelidir.

Bununla birlikte kuşburnu ürünlerinin (özellikle marmeladın ülkenin diğer yörelerinde de daha fazla tüketilmesi) tüketimini artırıcı çalışmalara da ağırlık verilmelidir.

KAYNAKLAR

- Baş, T. 2008. Anket. Araştırma Yöntemleri Dizisi:2, Seçkin Yayıncılık, 5. Baskı, Ankara.
- Bayram, M., Aslan, Ö. 1996. Kuşburnunun farklı ürünlere işlenmesi, Kuşburnu Sempozyumu, 5-6 Eylül 1996, Gümüşhane, s.329-338.
- Bilgener, Ş., Ceyhan, V., Karaduva, L., Demirsoy, H. 1996. Samsun ilinin kuşburnu potansiyeli ve kuşburnu toplayan çiftçilerin sosyo-ekonomik özellikleri, Kuşburnu Sempozyumu, 5-6 Eylül 1996, Gümüşhane, s.29-39.
- Düzgüneş, O., Kesici, T., Gürbüz, F. 1983. *İstatistik Metodları I*, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları: 861, Ders Kitabı: 229, Ankara.
- Gerçekçioğlu, R. ve Batu, A., 2001. Tokat İlinde Taze ve İşlenmiş Meyve İle Meyve Suyu ve Tüketimlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Ziraat Mühendisliği, 331: 7-13.
- Gujarati, D. N. 1995. Basic Econometrics. 3rd Edition, McGraw - Hill, Inc., New York.
- Güneş, M. 2008. Kuşburnu Yetiştiriciliği. Akkuş ve Köyleri Çiftçi Eğitim ve Danışmanlık Merkezi Projesi Uygulama ve Ders Kitabı. TR 90 Düzey 2 Kalkınma Bölgesi Programı (TR0502.02/LDI/123), Akkuş-Ordu.
- Mirer, T. W. 1995. Economic Statistics and Econometrics. 3rd Edition, Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- User, E. T. 1967. Memleketimizde Orta ve Güney Anadolu'da yetişen kuşburnunun vitamin C bakımından durumu, bununla ilgili halk gelenekleri hakkında bir araştırma, Türk Hijyen ve Tecrübi Biyolojisi Dergisi, 27(1):42-44.
- Yamankaradeniz, R. 1983. Farklı oluşum aşamalarındaki kuşburnu (rosa sp)'nun fiziksel ve kimyasal nitelikleri, Gıda, 8(4):151-156.
- Yıldız, H., Nergiz, C. 1996. Bir gıda maddesi olarak kuşburnu, Kuşburnu Sempozyumu, 5-6 Eylül 1996, Gümüşhane, s.309- 318.
- Wolff, S. 1987. Profusion of infusions, Food Flavorins. Ingredients, Packaging ve Processing, 9(3):27-29.

Sorumlu Yazar:

Murat SAYILI

muratsayili@yahoo.com

Geliş Tarihi :16.11.2009

Kabul Tarihi :01.02.2010

TARIMSAL YAYIM'A YENİ BİR YAKLAŞIM: İNSANCIL TARIMSAL YAYIM

Yaşar AKTAŞ¹, Fatma ÖCAL KARA², Alper DEMİRDÖĞEN²

ÖZET

Bu çalışmada, tarımsal yayım olgusu için yeni bir anlayış geliştirilmiştir. Bu çözümlemenin amacı, kuramsal bir çerçevede ekseninde geliştirilen ölçütler ışığında, yeni bir tarımsal yayım yaklaşımı oluşturmak ve bu anlayışı tartışmaya sunmaktır. Geleneksel Tarımsal Yayım Anlayışı'nda Tarım ve Köyişleri Bakanlığı (TKB) bürokratları, taşradaki kuruluş yetkilileri ve tarımsal yayım alanındaki bilim insanları, tarımsal yayım çalışmasını, üretici insanı eğitecek bir nesne olarak görmektedir. Önerilen yeni yaklaşıma göre ise, tarımsal üretici insanlar, düşünen, sorgulayan, usunu kullanan, kararlar alan ve kararların sonuçlarına bilinçli katlanan, etkileşim özelliği olan ve birlikte eşit düzeyde çalışabilecek insan olduğundan bir özne olarak görülmektedir. Bu bağlamda "Geleneksel Tarımsal Yayım Yaklaşımı" ile "İnsancıl Tarımsal Yayım Yaklaşımı" tarımsal yayımın tanımı, felsefe, ilkeler, amaç, yöntem, program planlama, yayımcıların eğitimi, üretici-yayımcı ilişkileri gibi ana ölçütler temel alınıp kuramsal bir çerçevede çözümlenmiş ve karşılaştırılmıştır. Böylece, TKB'ce uygulanan ve göreceli özelleştirilen yayım çalışmalarının daha etkili ve verimli yürütülmesine katkıda bulunma öngörülmektedir.

Anahtar sözcükler: İnsancıl tarımsal yayım anlayışı, geleneksel tarımsal yayım anlayışı

A New Approach To Agricultural Extension: Humanitarian Agricultural Extension

Abstract

In this study, a new concept for agricultural extension is developed. The purpose of this analysis, in the light of criteria developed on the basis of a theoretical framework, is to create a new agricultural extension approach and to provide an environment for a discussion of this understanding. Traditional agricultural extension approach (typically performed by the bureaucrats from the Ministry of Agriculture and Rural Affairs, its country side representatives, and the scholars working in the field) describes the producer as an object to be trained. On the contrary, the new approach proposed sees the producer as a subject who can think, question, behave rationally, take decisions and consciously tolerate the consequences of these decisions, act interactively and harmoniously in a team work etc. In this context, both approaches of the "traditional agricultural extension" and "humanitarian agricultural extension" are analyzed and compared theoretically on the basis of main criteria such as the definition of agricultural extension, philosophy, principles, objectives, methods, program planning, training and producer-extensionist relations. In this way, it is expected that agricultural extension efforts applied and relatively privatized by the Ministry of Agriculture and Rural Affairs are carried out in a more efficient and productive manner.

Key Words: Humanitarian Understanding of Agricultural Extension, Traditional Understanding of Agricultural Extension.

Öğüt versem öğüdümü almazsın
Yürekte yareler türlü türüdür.
Pir Sultan Abdal

1. GİRİŞ

Bu çalışmada, tarımsal yayım anlayışına yeni bir gözle bakmaya çalışılacaktır. Başka gözle bakmayı gerektiren pek çok neden vardır. Birincisi İngiltere'de başlayıp ab'de kurumsallaşmış oradan diğer ülkelere ihraç edilen tarımsal yayımın toplumsal üretim boyutu, dünyada değişen ekonomik, toplumsal yapıyla uyumlu duruma getirilmesi bir gereksinime dönüşmüştür. Örneğin yalnızca birim alandan alınan verimi yükseltmek üreticilerin gönencini (refah) yükseltmenin olanaklı olmaktan çıktığı görülmektedir. Ne yazık ki, yerküre, çevre ve yoksul üretici kesimleri varolan toplumsal ekonomik düzenden büyük zararlar görmektedir.

İkincisi ise, dünyada, özellikle ab ülkelerindeki, bütünleşme ve uyuma ilintilidir. Bu özellikle ab ile yapılan müzakereler sonucunda belirlenen "Tarımsal

Yayım" hizmetinin özelleştirilmesi bağlamında daha da önemli bir yer edinmektedir. Yeni bir örgütlenme biçimi, çalışma yöntemi ortaya çıkacaktır. Yayım eyleminin metalaştırılması, yani alınıp satılan bir nesne özelliğine sokulması önemli toplumsal-ekinsel sorunları da ortaya çıkaracaktır. Türkiye'de tarımsal yayım anlayışı; örgütlenmesi, yürütülmesi ab ile uyumlaşması zorunluluk haline getirilmiştir. Bu çapraz uyumlaştırma zorunluluğu, tarımsal yayım varlığını şimdiye değinki biçimiyle sürdürmeyeceğine ilişkin bir gösterge değil midir?

Bu bütünde tarımsal yayım çalışma ve felsefesinde, özellikle Türkiye'de insan ögesinin gereğince yer bulduğu dillendirilebilir mi? Kuşkusuz bu bağlamda Tarımsal Yayım Bilimlileri ile ilgili bilim insanları olarak anlamlı bir sorumluluğumuzun bulunduğuna gönderme yapmak gerekmez mi?

Tarımsal Yayım'a yeni bir gözle bakma, varolan tarımsal yayımın tanımı, felsefe, ilkeler, amaç, yöntem, program planlama, yayımcıların eğitimi, üretici-yayımcı ilişkileri³ gibi ana özellikler ölçüt olarak ele alınıp kuramsal bir çerçevede

¹Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi, KASTAMONU

²Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Osmanbey Yerleşkesi, ŞANLIURFA

çözümünecektir. Bu çözümler, ilginç çıkarımlar gündeme getirmektedir.

Kısaca, varolan tarımsal yayım anlayışı⁴ ve uygulamasındaki özellikleri algılayıp bu modelin üzerine kuramsal bir çerçeve ekseninde geliştirilen ölçütler bağlamında yeni bir tarımsal yayım yaklaşımı oluşturmak amaçlanmıştır.

2. TARIMSAL YAYIM KAVRAMI NEDİR?

Tarımsal yayım kavramı konusunda varolan anlam karışıklığı üç özellikte açıklanacaktır.

- "Tarımsal Yayım" kavram ve etkinliğini ne tarımsal üreticiler, ne de herhangi birey bunu açıklamadan anlamaktadır. Çünkü "Tarımsal Yayım" kavramı her ne denli öz Türkçe ise de açıklamaya gerek vardır. Bundan dolayı önce 'Yayım' sözcüğüne, arkasından Tarımsal Yayım'ın ne olduğuna açıklık getirmek yerinde olacaktır. Her ne kadar bilimdalının tam adı "Tarımsal Yayım ve Haberleşme" ise de burada öncelikle 'Tarımsal Yayım' kavramı açıklanacaktır. Yayım sözcüğü, yaymak yükleminden gelmektedir. Türkçe Sözlük (Türk Dil Kurumu, 1974) "Yaymak" eylemini beş ayrı biçimde tanımlamaktadır. Bunlardan ikinci tanım, "Birçoklarına duyurmak: Bu haberi acaba kim yaymış?" bu çalışma konusu ile ilgili bir anlama sahiptir. Bu yalın bir duyurma eylemini vurgulamaktadır. Derleme Sözlüğü'nde (Türk Dil Kurumu, 1979) bu ikinci anlam, biraz daha somutlaşmış biçimi ile şöyle belirtilmektedir: "Duyduğu sözü orada burada söylemek." Yaymak yükleminden türetilen "Yayım" sözcüğünü, Türk Dil Kurumu (1971), "Gazete, dergi, kitap gibi okumaya yarayan nesnelere basılıp dağıtılması, ya da dinlenecek şeylerin radyo ile yayılması, yayımlamak işi" olarak tanımlamaktadır.

Yayım sözcüğü ile her alanda birbirine karıştırılan bir de "yayın" sözcüğü vardır. Bu karıştırmanın nedenlerinin biri de bu iki sözcüğün kökteş olmasıdır. Biçim, ses ve anlam yakınlığı vardır. Türk Dil Kurumu (1974), "yayın" sözcüğü için "Gazete, dergi, kitap gibi yayımlanmış şeyler ya da benzeri araçlarla yayılan haberler, bilgiler" anlamına gelir demektedir. Yayım sözcüğü, bir eylem bildirir. Yayım ise, eylem sonucu oluşan üründür. Aslında sözcüğün sonuna gelen "M" harfi ona eylem niteliği verir⁵. Yalın bir örnekle belirlemek gerekirse, şu anda elinizde tuttuğunuz bu dergi bir yayım; onu birden fazla kişiye, kümeye ulaştırma eylemi ise bir yayımdır.

- İkinci neden ise, tarımsal yayım çalışmasının Türkiye tarımının doğal gelişim sürecinden oluşan bir etkinlik olmamasıdır. Başka deyişle, Amerikan İngilizcesi'nden 1938'deki I. Köy ve Ziraat Kalkınma Kongresi'nde ilk kez "Agricultural Extension" kavramının Türkçe'ye sözcük çevrilerek Tarım Bakanlığı'na kullanılmaya başlanması ile ilgilidir. Diğer deyişle kendi kültürümüzün bir ürünü değil, tersine abd'den ithal edilmiştir (Aktaş, 1976, S.5-6). Bu kavram, gerek Tarım Bakanlığı, gerekse ziraat fakültelerinde de bilimsel anlamda gereğince şimdiye değin Türkiye gerçekleri temelinde içi doldurulamadığından, Tarım Bakanlığı ve ziraat fakültelerinde önem ve anlamının hala gereğince anlaşıldığını ileri sürmek çok zordur.

-Üçüncüsü ise, bilim adamlarınca yapılan katkılara TKB tarafından gereğince özen gösterilmemesidir. Esasen TKB, tarımsal yayım konusunda başından beri belirleyici bir politika oluşturup yaşama geçirmede istekli ve başarılı olamamıştır⁷. Bunun nedeni, tarımsal yayım çalışması konusunda belirlenmiş bir politikanın olmaması idi. Bu da kuşkusuz özünde bir politikadır. Ancak bunun, tarımsal üreticilerin ve Türkiye tarımının çıkarına hizmet eden türden olduğunu ileri sürmek zordur.

2.1. Tarımsal Yayım'ın Tanımı ve Değerlendirilmesi

Özgün bir "Tarımsal Yayım" yaklaşımının anlaşılabilmesi için Tarımsal Yayım'ın tanımı, anlayışı, yöntemi vb. özellikler için yabancı ve Türkçe varolan yazılı kaynaklardan seçilmiş açıklamalara kısaca yer verilecektir.

Tarımsal Yayım'a (Agricultural extension work) abd kaynaklarında aşağıdaki iki işlev yüklenmiştir (Arensberg, 1954; Vilson ve Gallup, 1955).

- Kullanılabilir bilgilerin tarımsal işletmelerin ve hanelerin yönetimi için yayılması ve

- Bu tür bilgileri işletme ve hane koşullarına göre uyumlulaştırmaktır. Bu biçimiyle yayım eylemi, okul öğretiminden⁸ önemli noktalarda ayrılan yetişkin eğitiminin bir türüdür⁹.

Taluğ ve Tatlıdil (1993), Tarımsal Yayım'ı şöyle tanımlamaktadır: "... kullanılan tarım teknolojisinin yenileştirilmesi, üretim etkinliğinin ve gelirinin yükseltilmesi ve yaşam koşullarının iyileştirilmesi için, kırsal halka bir eğitimsel süreç içinde yardımcı olan hizmet ya da sistemdir." Tarımsal Yayım, en genel tanımı ile "çiftçi eğitimi"dir diyen Yurttaş (2000), "...tarımla uğraşan kişilerin sosyal, ekonomik ve kültürel yönden kalkınmalarına yardım etmek amacıyla yönelik, okul-dışı ve gönüllü bir eğitim sistemidir." biçiminde tanımlamaktadır. Kumuk (1995), FAO (1990); van den Ban ve Havkins'e (1988) dayanarak görece değişik bir tanım yapmaktadır. T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü Yayım Dairesi Başkanlığı'nın 2005 yılında Çiftçi Eğitim ve Yayım Şube Müdürleri için düzenlediği eğitim notlarında tarımsal yayım şöyle tanımlanmaktadır: "Kişilerin sosyal, ekonomik ve kültürel yönden kalkınmalarına yardım etme amacıyla yönelik, okul dışı ve gönüllü bir eğitim sistemidir."¹⁰

Değerlendirme denemesi

Yukarıda sunulan tanımların doğru ya da yanlışlığından çok, hangi bakış açısı ile bu tanım yapıldığı belirlenmelidir. Öncelikle bir saptama yapılmalıdır. Bu tanımlar, Türkiye koşullarında oluşturulmuş bilimsel bir anlayışın ürünü olmaktan çok, yabancı dildeki kaynakların önemli oranda Türkçe söylemi izlemine vermektedir. Bu da doğal olarak yeni bir bakış açısı oluşturma gereğini gündeme getirmektedir. Yukarıda sunulan tanımlarda göze çarpan üç özellik bulunmaktadır:

- Tarımsal Yayım'ın amaç ve işlev¹¹ özelliği açısından yapılmıştır.

- Tarımsal Yayım'ın diğer özelliklerine (felsefe, yöntem vb.) yer verilmemektedir. Örneğin üreticilerin etkinliğine yönelik bir özelliğe değinilmemektedir.

- Özetle tüm tanımlarda ortak bir nitelik göze çarpmaktadır. Bu da kamu tarımsal yayım örgütü (TKB) ve onun etkinliği açısından bakılmasıdır. Tarımsal yayıma, hükümetlerin tarım politikaları için siyasal bir araç rolü biçilmiştir.¹²

Bu tanımlarda vurgulanan önemli diğer bir özellik Tarımsal Yayım'ın bir sistem olarak görülmesidir. Ancak bunun ne anlama geldiği konusuna yer verilmemektedir.

Tarımsal yayım eylemi, TKB'nin tarımsal yayım uygulamasına bakıldığında "toplumsal, ekonomik, kültürel" yönden kalkınmalarına yardımcı olacak nitelikler görünmemektedir. "Gönüllü" sözcüğü de açıklanmaya muhtaçtır. Gönüllülüğün ne olduğu herkesin anlayışına bırakılmıştır. Ayrıca TKB'nin tarımsal yayım çalışmasında "teknoloji transferi", "eğitme" gibi özellikler önplana çıkmaktadır.

Ayrıca, bu tanımlarda sözü edildiği anlamda, Türkiye'de yayım eyleminin yürütüldüğünün söylenmesi de zordur. Çünkü kamu kuruluşlarının yayım çalışmaları; salt üretim tekniğini kapsamakta, işletme ekonomisine dayanmamaktadır. Yalnızca üretim tekniğine dayanan uygulamanın da gönenç düzeyini yükselteceğini varsaymak oldukça zordur. Kaldı ki, bu süreci etkileyen daha başka bir dizi etken bulunmaktadır.

Son çözümlemede tanımlarda, birbirinden görece farklı sözcükler kullanılsa da, tümünün özdeş bir bakış açısının bir ürünü olduğu söylenebilir.

2.2. Abd Modeli ve Türkiye'ye Girişi¹³

Yukarıda sunulan Tarımsal Yayım tanım ve anlayışlarının, Türkiye koşulları için uygun olmadığı görüşüne başından beri sahiptik. Ancak bunu nasıl dile getireceğimiz, nasıl gerekçelendireceğimiz, soruları bizi uzun zaman meşgul etti. Tarımsal Yayım abd koşullarında bir ideolojik araç olarak geliştirilmiş ve abd'nin etkisi altında olan uluslararası kuruluşlar ya da doğrudan abd ekonomik yardımları çerçevesinde diğer ülkelerin yönetsel yapısı içine eklenmeyi gerçekleştirmiştir. Bunun en tipik örneklerinden birisi de II. Dünya Savaşı sırasında abd'nin işgal ettiği Almanya Baden Vürttemberg eyaletindeki uygulama göstermektedir¹⁴. Bunun dışında Asya ve Afrika ülkelerinde bu modelin yaşama geçirilmesi için çaba verildiği bilinmektedir. Türkiye'de ise, daha önce değinildiği gibi, bu kavram 1938'lerde İngilizce'den sözcük sözcük çevrilmiştir. Atatürk'ün ölümüyle Türkiye'de gelişen toplumsal-siyasal yapının bir sonucu olarak abd çizgisinde bir dış politika izlenmeye başlanmıştır.

İlk kez 1942'de bu amaçla teknik tarım örgütü hayata geçirilmiştir. 1943 yılında yayım hizmetini yürütmek için 3 ilde "Teknik Tarım Teşkilatı" kurulmuştur (Şenocak,1967). 1950-1960 arasındaki Demokrat Parti döneminde tarımsal yayım alanındaki ilişkiler daha sıkılaşmış ve abd kurumları (4 K, Ev Ekonomisi gibi)¹⁵ birer birer bakanlık bünyesinde oluşturulmuştur. Sürekli olarak abd'li yayım uzmanları TKB'de bulunmuştur. Türkiye'de abd modeli çerçevesinde kırsal alanda yürütülmeye çalışılan projeler giderek Köy Yazını'na da yansımıştır¹⁶.

1957 yılında bir abd bursu ile abd'ye giden

Çalgüner (1957), dönüşünde bir rapor hazırlayarak Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dekanlığı'na sunmuştur. Ziraat Fakültesi Zirai Ekonomi Bölümü bünyesinde "Tarımsal Yayım¹⁷ ve Haberleşme" dersi konmuştur. Ancak dersi verecek uzman¹⁸ yoktur. 1964-1965 öğretim eğitim yılında Tarım Bakanlığı elemanı Cemalettin Şenocak dersi vermeye başlamış ve bu alanda hala yararlanılan bir kitap yazmıştır.

Türkiye'de tarımsal yayım çalışmalarına en büyük darbe, 1985'te gerçekleştirilen TKB yeniden organizasyonu ile gerçekleştirilmiştir. Dünya Bankası'nın İsraili yayım uzmanı D. Benör'ün oluşturduğu "Ziyaret ve Eğitim" modeli İFAD ve İBRD'nin parasal desteğiyle TYUAP uygulanmıştır. Bu da Türkiye için önemli finans ve insan kaynağı savurganlığı yaratmıştır¹⁹.

2.3. Bu Yaklaşımın Özeleştirisi

Yukarıdaki bu belirlemeye şöyle bir yanıt verilebilir: "Bilim evrenseldir. Kuralları, işlevi, özellikleri her yerde geçerlidir." Kuşkusuz bu, evrensel genel bir kuraldır. Ancak bu kural, daha çok doğa bilimleri için doğrudur. Toplumbilimler için görelidir. Kuşkusuz diğer ülkelerin, özellikle tarımsal yayımın en geliştiği ülke olan abd'nin deneyimlerinden yararlanılmalıdır. Ancak öykünülmemelidir. Çünkü her toplumun kendi tarihsel toplumsal, ekonomik, ekinsel özellikleri belirleyicidir. Bu anlayışa da şöyle bir itiraz gelebilir: Tarımsal üretici insan olarak her toplumda benzer özelliklere sahiptir. Bu da göreceli doğrudur. Burada bizi ilgilendiren ortak olmayan özellikler olmalıdır. Kanımızca belirleyici olan da budur. Doku uyumsuzluğu burada ete kemiğe bürünmektedir. Bu anlayış, diğer ülkelerin deneyimlerinden, bilgilerinden yararlanılmamalı görüşünü kesinlikle içermez. Bu bağlamda, şöyle bir söylem geliştirilebilir: Diğer ülkelerin deneyimlerinden yararlanabilmek için de bir bakış açısı, bir kuramsal temelin olması kaçınılmazdır. Tersinde neden, nasıl yararlanılabileceği sorusunu yanıtlamak çok güç bir niteliğe dönüşebilir. Dahası böylece kısır bir öykünmenin de yolu açılır.

3. TARIMSAL YAYIM'IN FELSEFESİ VE ÇÖZÜMLENMESİ

Felsefe çok genel tanımıyla olgulara bir bakış, bir duruşu dile getirmektedir. Bu bölümde de TKB'nin üreticiye nasıl baktığı ve üreticinin sorununu kimin belirlediği sorularına yanıt aranacaktır.

3.1. Tarımsal Üretici Nesne Midir?

TKB bürokratları, taşradaki kuruluş yetkilileri ve daha önemlisi ziraat fakültelerinde tarımsal yayım alanındaki bilim adamları, tarımsal yayım çalışmasını, üretici insanı eğitecek bir nesne olarak görmektedir. Nesne ne demektir? Nesne, üzerinde hesapların yapıldığı yani kendisinin müdahale şansının bulunmamasıdır. Bu duruşun temelinde, TKB ve konu uzmanlarının üreticiyi algılama biçimi ya da tarihsel gerçeğin olabileceği düşünülebilir: Tarihsel gerçek de

Osmanlı Devleti ile bağlantılıdır²⁰. Üreticiler, Osmanlı'dan beri egemenliğin bir nesnesi olarak görülmüştür.

Türkiye Cumhuriyeti döneminde, devletin halka bakışı, varolan eşitsizlik ortamını düzeltme ve tarımsal üreticiyi özne olarak görme çabaları, (örneğin toprak reformu girişimleri, Köy Enstitüleri gibi) güçlerini ideolojik olarak koruyan yerel güç odaklarınınca sürekli sekteye uğratılmıştır.²¹ Özellikle II. Dünya Savaşı sonrası üreticileri nesne olarak görme iyice koyulaşmış; bu da bilinçli olarak algılanmaya başlamıştır.

3.2. Çözülmesi Öngörülen Sorunu Kim Belirlemektedir?

Üretici insanın nesne olarak görülmesinin sonucu olarak, onların sorunlarının ne olduğuna TKB belirleyip karar vermektedir. Taşradaki kuruluşları da bir araç olarak bunu kırsal alan insanlarına aktarmaya çalışmaktadır. Sorun böyle belirlenince, çözümünü de yine TKB'ce saptanmaktadır. Verilen imge kabaca şudur: Kamu kurumu olarak “*Ben, seni senden çok düşünmekteyim. Senin sorunlarını bulup çözmeye çalışıyorum. Senin şu sorunun vardır, ben sana bu sorunun nasıl çözüleceğini göstereceğim. Senin iyiliğin, esenliğin için ne gerekiyorsa, ben senin adına yapıyorum. Hem de ücretsiz! Sen bu konuda bana inanmalı, bana güvenmelisin, dediklerimi de harfiyen yapmalısın!*”

Özetle devletin bir kurumu, yönetim organı olan TKB ve taşra kuruluşlarının, ataerkil bir baba anlayışıyla hareket ettiği savı ileri sürülebilir²².

Tarımsal yayım projelerinde sürdürülebilirlik, başarı ve diğer etkenlerle birlikte, yukarıda iki özellikte dile getirilen (*Üreticiyi nesne olarak görme; sorunu ve çözümünü onun adına belirleyip çözmeye girişimi*) anlayışla yakından ilintilidir. Böylesi bir anlayışla yayım eylemini yürüten örgütün başarılı olma şansının, daha başından düşük olacağı söylenebilir. Özetle bakanlık, öz iş yaşamını sorgulamadığından, yayım hizmetinde üreticilere karşı olan sorumluluk ödevini algılamamıştır. Mesleğe, üreticiye saygı göstermeme, kendine olan saygının da düşmesine neden olmaktadır. Bu özelliğin demokratik çalışmaya, yaşama katkı sağladığı düşünülebilir mi? Üreticilerin nesne olarak görme ve sorunun çözümünü onun adına belirleme, son çözümlemede üreticilere güvenmemenin bir kanıtı değil midir?

4. TARIMSAL YAYIM ÇALIŞMA YÖNTEM ANLAYIŞI NEDİR?

Yukarıda ana özellikleri sunulan TKB'nin üreticilere bakış açısı, yayım felsefesini bütünleme bakımından uygulanan yöntemini de açıklığa kavuşmasında yararlı olabilir.

Tarımsal yayım, Türkiye'de uygulamada yaygın olarak enformasyon (bilgi), teknoloji aktarma

biçiminde anlaşılıp kullanılmaktadır. Oysa bu, bir galatı meşhurdur. Türkçesiyle herkesin doğru bildiği bir yanlışdır. Bize göre tarımsal yayım çalışmasının yöntemi, kesinlikle enformasyon/teknoloji aktarma değildir²³. Üretici insanın geliştirilip yetişmiş özgür bir güç durumuna gelmesini bir amaç olarak görme, tarımsal yayım anlayışımızın denektaşdır.

Tarım il müdürlüklerinde tarımsal yayım hizmeti, araştırma kurumlarında sorunlarla ilgili olarak elde edilen sonuçların tarımsal üreticilere aktarma işlemi olarak görülmektedir. “Okul dışı” ve “eğitsel bir süreç” olarak nitelendirilmektedir. Bu iki nitelendirme de ister istemez, bilgi ve teknoloji transferi sürecini anımsatmaktadır. Çünkü öğretimin temelinde enformasyon, teknoloji transferi bulunmaktadır. Araştırma kuruluşlarından²⁴ sağlanan en ileri bilgi ve teknikleri üreticiye sunma olayı bir teknoloji transferi işlemi olarak tanımlanabilir. Başka deyişle, bu bir yayım etkinliği değil, tam tersi bir *öğretme* eylemidir. Böylesi bir yayım çalışma yöntemi, üreticiyi nesne olarak görme anlayışının yöntem konusundaki doğal uzantısıdır. Bu tür bilgi ve teknikler üreticiye iletilindiğinde, üreticinin ilgi göstermediği de yaygın olarak bilinmektedir. Çünkü üreticinin bu tür bilgilere gereksinmesi yoktur; üreticinin ivedi sorununa çözüm getirmemektedir. TKB'nin sorun olarak gördüğü konuyu, üretici sorun olarak algılamamaktadır²⁵. Üreticiler, üretim sürecini yine bildikleri gibi sürdürmektedir. Bu, gereksiz bir teknolojik bilgi aktarmadır. Bunun sonuçları, üç özellikte dillendirilebilir:

- **Yayın üretici etkileşim ve etkisi:** Bu tür teknoloji aktarmanın temelinde üreticinin edilgen varsayılması, teknik bilgisinin eksik olması ve üretici insanı küçümseyen, *-başka deyişle kendini daha bilgili ve yüksek görme-* ona güvenmeyen otoriter anlayış bulunmaktadır. Üretici, yaymanın önerdiklerini yapmadığından yayman, üreticiye olumsuz tavır takınır.
- **Maliyet etkisi:** Bu tür yayım hizmeti pahalıdır; üretim sürecindeki sorunlarını çözemediğinden dolayı da etkisi düşüktür.
- **İnsan ögesinin geliştirilmesi ve üretim tekniğinin ilerlemesi:** Kırsal toplumda varolan toplumsal güçleri birleştirerek sorun çözümü ve insan ögesinin geliştirilememesinden dolayı üretim tekniği, kendi doğal akışı içerisinde kör topal ilerlemektedir.

Özetle TKB'nin, kendi çalışma felsefesini, eylemini sorgulama ve üreticiyi doğru değerlendirme gereksinmesinin olduğu savlanabilir mi?

İnsanı nesne olarak gören bir yayım anlayışından katılımcı bir yaklaşım beklenebilir mi?

Bu soruya iki bağlamda yanıt aranabilir. İlk olarak erk sahipleri, katılımcı bir tarımsal yayım hizmetinin sonuçlarını tarihsel deneyimler ışığında olumsuz değerlendirmektedir. Örneğin bugün

tarımsal yayım çalışmasında katılımcı uygulamaya alışan insanlar bunu siyasal yönetimde, ekonomik, toplumsal araçların paylaşımında da isteyebilirler. Bu da varolan erkin çıkarlarını tehlikeye sokabilir. Bu riskten dolayı Türkiye gibi ülkelerde katılımcı bir yaklaşımın topyekûn uygulanmasının ortamı oluşturulmaz.

İkincisi, üreticiyi nesne olarak gören anlayış, ayrımcılığa ağırlık verir. Örneğin “örnek çiftçilerle” çalışmayı önemser. Kimdir bu örnek çiftçi? Çoğunlukla orta üstü büyük işletme sahipleridir. Diğerlerine göre daha seçkin, eğitilmiş, statüsü yüksek vb özellikleri vardır. Daha iyi çiftçidirler! Örnek olarak seçilmeyen üreticiler, çoğunlukla küçük işletme sahibi, eğitimi, toplumsal konumu, iletişim ilişkileri cılız olanlardır.

Böylesi bir ayırım ve uygulanan yayım çalışması sonucunda büyük işletmelerin ileri uygulamalarını örnek alınması istenen küçük üreticiler, çoğunlukla ellerindeki tek dayanakları olan küçük işletmelerini yitirirler.

Topraksızlaşan bu örnek olarak seçilmeyenler, sonuçta kente göç ederek, varoşları doldurup gettolaşır. Bu insan kümesinin toplumun üretici güçlerine katma dinamiğine sahip olmayan Türkiye'de lümpenleşir ve dahası mafyanın tetikçilerini oluştururlar. Bu yeraltı ve terör ekonomisine önemli bir katkıdır. Başka deyişle, geleneksel yayım anlayışı ile kırsal alanda belirgin bir farklılaşma yaratılmakta, geniş küçük üreticiler yığını bilerek savsaklanmaktadır. Anılan bu özellikler, anamalcı ekinin bir ürünüdür. Başka deyişle, tarımsal yayım anlayışı, geçerli olan toplumsal-ekonomik dizgeyle çelişmemektedir. Geleneksel yayım anlayışı, insanın gönencini yükseltmeyi öngörür ama insanı özgürleştirmeyi amaçlamaz. Bu biçimiyle geleneksel yayım anlayışı, tarımsal üreticilerle devlet arasında yüzyıllardır varolan çelişkiyi yumuşatabilir mi? Kırsal toplum ilişkilerinin demokratikleşmesine katkıda bulunabilir mi? Tüm bunlar, kamuca yürütülen yayım hizmetinin niçin başarılı olamadığına da işaret etmemekte midir?

Özetle tarımsal yayım hizmeti, siyaset dışı bir etkinlikmiş gibi algılanır ve öyle de sunulur. Oysa tam tersine, varolan siyasal ve geçerli olan egemenlik ilişkilerini güçlendiren bir etkisi vardır. Örneğin bilgi, tek yanlı aktarıldığında, bu bir tür hegemonyaya dönüşür. Yayman, üreticiye yararlı olmaz, yalnızca büyük şirketlerin kazancını artıracak bilgiler dayatılır. Ayrıca, üreticiler üzerinde kurulan baskı, onları insan olma niteliğinden uzaklaştırır.

5. TÜRKİYE İÇİN ÖZGÜN BİR TARIMSAL YAYIM YAKLAŞIM DENEMESİ

Yaymana ve müşterisi durumunda olan üreticiye bakış felsefesi ve bunların yaşama geçirilmesinde karşılaşılan sorunlara çözüm getirecek özgün bir Tarımsal Yayım taslağı aşağıda tartışmaya

sunulmaktadır. Bu modelin oluşturulmasında H. Albrecht'in (1969) Tarımsal Yayım anlayışı, Eric Berne'nin (Akkoyun, 2007) “işlemsel çözümleme yaklaşımı”, insanı odağına koyan Alevilik Bektaşılık (Birdoğan, 1990), Köy Enstitüleri'nin “köyü içten canlandırma” (Tonguç,1998) ve Freire'nin (1980) “özgürleştirici eğitim” özelliklerinden yararlanılmıştır.

5.1.“İnsan Odaklı” Kavramı Ne Anlama Gelmektedir?

Tarımsal Yayım anlayışının ve sürecinin odağında insan vardır. Ancak insan ögesi, bir yanda insan olarak üreticinin kendisi, toprak mülkiyeti ve diğer sorunları, yaşantısı, gelişme gizilgücü ile diğer yanda belirlenmiş amaçlar doğrultusunda iletişim araçlarını kullanan, sorun çözümüne yönelik eğitilmiş bir özne olarak yaymanı kapsamaktadır. Bu iki insan kümesi, tarımsal yayım sürecinin odağını oluşturmaktadır. Aralarında özne-özne ilişkisi vardır. Bu ilişki, karşılıklı güvene dayanmaktadır.

Tarımsal yayım hizmeti, yalnızca hükümetlerin siyasal, bürokratik amaçlarına, öngörülerine göre değil, tersine tarımsal yayım çalışmasını birlikte çalışacağı tarımsal üretimi gerçekleştiren insan kümesinin gereksinmesi, sorunları, talepleri doğrultusundaki düşünce ve eylemleri içermelidir. Ayrıca üreticinin gerek içselleştirdiği toplumsal, gerekse üretim sürecine bağlı davranışını değiştirmek için güdüleyerek bir girişimci gibi etkinleşmesine ortam sağlayarak onun gerekli iş, işlem ve davranışları hayata geçirmesini kolaylaştırmalıdır. Bu anlamda, tarımsal yayım çalışması ile toplumun en alt katında bulunan üreticinin topluma, ekonomik yaşamla bütünleşmesine katkı sağlayabilecektir. Tarımsal yayım çalışması, yukarıda öngörülen amaçlar için yalnızca bir araçtır.

Bizim burada oluşturmaya çalıştığımız tarımsal yayım anlayışının mantığı, felsefesi Türkiye'de sanat ve eğitim alanlarında altmış yıl önce dile getirilmiştir. Ancak onların dillendirdiği köklü anlayışın, hükümet ve yetkili kamu kuruluşlarınca anlaşıldığını, dikkate alındığını ileri sürmek olanaklı değildir. Türkiye'nin yetiştirdiği çok değerli iki büyük insanın, ayrı alanlarda olsa da, özdeş noktaya yönelik görüşlerini kısaca aşağıda sunmak istiyoruz.

Muhsin Ertuğrul'a “Oyunlarınız, halk düzeyinin üstünde” biçiminde yakınmalar gelir. Büyük sanatçı, duyduğu sızlanmalara şu karşılığı verir: **“Tiyatroyu, halkın düzeyine indirmeyi değil, halkı tiyatrunun düzeyine yükseltmek gerekir.”** (Ertürk, 2006).

Bu yalın ama köklü tanı, sanatta olduğu gibi Tarımsal Yayım için de doğru yol değil midir? Bu da ancak üretici insanın bir özne olarak algılanması ve kendi sorunlarının çözümünün ilk adımı olacak olan soru sorma, sorununa çözüm için yaymana başvurabileceği iklimin oluşturulmasıdır. Böylesi bir ortam oluşturulabilir mi, sorusu sorulmalıdır. Bize

göre, bu ortam oluşturulabilir.

Orhan Burian, (Anonim, 2004), 1950'lerde hükümetin başlattığı okuma yazma kampanyasının başarısı için şu öneride bulunmuştur. 'Biz sizlere şunları öğretmeye geldik,'diyerek halka gitmeyiniz; onları türlü yollardan ikna ediniz ki, kendileri, '**Gelin de bize şunları öğretin**' desinler.

Burian'ın bu köklü görüşünde de Ertuğrul'un özdeş felsefe ve yaklaşımı bulunmaktadır. Üreticilerin, TKB taşra örgütlerine başvurarak birim alandan en ekonomik ürün elde edilmesi tekniklerini "**Gelin de bize şunları öğretin**" demesi için gerekli ortam yayman ve üretici arasında gerçekleştirilmesiyle olanaklıdır. Tarımsal üretici, traktörü ne için istiyorsa, yayımı da onun için istediği gün, yaymandan bir yarar görmüş olacaktır.

Benzer görüşler de Brezilyalı eğitimci Paulo Freire (1980) tarafından da dile getirilmiştir.

Yukarıda sunulan görüş bağlamında şu çıkarıma varılabilir: Yayman, üreticiyi üretim sürecinde değiştirmeye çalışması yerine, üreticinin kendisinin değişimini isteyeceği iklimi oluşturmalıdır. Dış dinamikler yerine, iç dinamikle gerçekleşmelidir. Bu; insana, yaşama saygı değil midir? Özetle "İnsancıl Tarım Yayım" değişimi, devingen biçimde anlama gibi bir işlevi vardır. Bu değişim dinamiği süreklilik gösterir.

5.2. Tarımsal Üretici İnsanları Özne Olarak Görmek Ne Demektir?

Özne, ne yaptığını bilendir. Nesne ise, hakkında karar verilir. Bize göre, tarımsal üretici insanlar, düşünen, sorgulayan, usunu kullanan, kararlar alan ve kararların sonuçlarına bilinçli katlanan, etkileşim özelliği olan ve birlikte eşit düzeyde çalışabilecek insanlardır. Temelinde onun güvenilir olduğuna işaret ettiğinden de öznedir. Üretici insanı nesne olarak görme felsefesi, yayım hizmetinin başarısız olmasının ana nedenlerinden biri olduğu savlanabilir. Oysa yayım hizmetinin, öncelikle yaratıcı bir özne olarak üreticiyi felsefesinin ve etkinliğinin odağına yerleştirilmesi gereğini savunmaktayız²⁶. İnsancıl Tarımsal Yayım, üreticinin insan olma hakkını destekler, üretim sürecinde karar vermede özgürleşmesi ortamını yaratır.

5.3. İnsancıl Tarımsal Yayım Yaklaşımının Varsayımları Nelerdir?

Albrecht (1969) uygulanan tarımsal yayım çalışmasını soyutlayarak bir modele dönüştürmüştür. Bu model, varolanın görünür, algılanabilir, anlaşılabilir duruma getirmiştir. Ancak bu bakış açısı da Türkiye ve diğer ülkelerde örgütlü tarımsal yayım çalışması yönündendir. Başka deyişle, devlet tarım politikasının doğal bir ögesi gibi görülmüştür. Bu bakış açısının, Türkiye'de tarımsal yayım hizmetinin başarı ve başarısızlığında kilit etkisi, belirleyiciliği bulunmaktadır. Bizim burada oluşturmaya

çalıştığımız yaklaşımı, Albrecht'in bir süreği olarak görmekteyiz. Aşağıda üretici ve yaymanlara ilişkin varsayımlar dillendirilmiştir.

5.3.1. Tarımsal üreticilere ilişkin varsayımlar ne olabilir?

Burada sunulmak istenen varsayımlar, iki ana varsayım altında ele alınacaktır.

Birinci anavarsayım: Üreticilerin tutuculuğu, ilgisizliği ve yaymanlarla eşit düzeyde ilişki kuramamasının ana nedeni, TKB'nin üreticileri nesne olarak görmelerinin sonucu küçümseyen, tarım politikası ve uygulamalarıdır. Alt varsayımlarsa, üç özellikte dile getirilecektir.

- Üreticiler tutucu mudur?

Tarımsal üreticiler sürekli, yaşam güvencesi veren üretimden kazanç elde edememe korkusu içinde yaşar. Bu da üreticileri, yeni üretim yöntemlerini, yeni ürünleri sınarken temkinli olmaya iter²⁷. Bu, "üreticilerin tutuculuğu" olarak yorumlanır, açıklanmaya çalışılır. Oysa bu bir *neden* değil, hükümetlerin tarım politikası ve kırsal alandaki toplumsal ekinsel ilişkilerin bir sonucudur.

- Üreticiler üretim tekniğinde bilgi açığı olduğunun bilincindedir.

Üretim tekniği, ekonomik üretim konusunda varolan bilgi ve diğer maddi kaynakların toplum içinde dağılımı yetersiz ve dengesizdir. Bu bilgi açığını kapatmada anlamlı sorunları vardır. Çünkü tarımsal yayım örgütü bu ortamı yaratamamaktadır.

- Üreticiler nesne olarak görüldüğünün ayrımindadır.

Bu nitelikte görülmelerinden rahatsızlık duymaktadırlar. Bu küçümsemekten dolayı yayman ile eşit düzeyde ilişki kuramamaktadırlar. Nesne olarak görülmenin sonucu olarak üreticilerin Türkiye toplumundan yalıtılmış olmaları daha pekişmiştir. Bu yalıtılmış olma durumu, diğer toplumsal-ekonomik etkenlerle birlikte üreticiler kümesinin değişimini, bilinçlenmesini engellemiştir. İnsanlıktan uzaklaştırmıştır. Üreticilerin, bu yalıtılma ve sonuçlarını aşacak toplumsal bilgi, deneyim ve örgütsel gücü bulunmamaktadır. Yalıtım, üreticiler üzerinde baskı oluşturmaktadır ve TKB'nin üreticileri toplumla bütünleştirmeye dayanan bir stratejisi yoktur. Varolan bu toplumsal koşullar bağlamında üreticiler, kendi içine kapanmışlardır. TKB örneğinde devlet ve kuruluşlarına olan kuşkusu pekişmektedir.

İkinci anavarsayım: Üretici, çevresinden gelen etkileri benimseyip benimsememe konusunda, üretimin ne olacağına kendisi karar verir. Çevreden etkilenme biçimini bile, üretici kendisi belirler; üretici bu tepkiyi vermekle kalmaz, çevredeki insanlara da uyarıcılar gönderir. Üreticinin yaşamında ne olduğu, ne olacağı kendinin gösterdiği davranışla belirlenir; üretici isterse, yeni kararlarla yaşamının hangi yöne gidebileceğini düzenleyebilir. Ancak bunun için gerekli iklim yoktur. Tarımsal yaşam gerçeklerinin

elde edilmesi sürecinde itekleyici güç; üreticinin yayman, diğer toplumsal kümelerle olan ekinse ve yayım ilişki ve iletişimidir.

5.3.2. Yaymanlara ilişkin varsayımlar

Bu konudaki varsayımlar, dört özellikte dillendirilecektir.

a) Üretici, sorunun ne olduğunu anlamamışsa, sorunun çözümüne etkin olarak katılması mümkün değildir. Çünkü üretici, ortada çözülmesi gereken bir sorun görmemektedir. Olmayan bir şeyle uğraşması da olanaklı değildir. Üretici için olmayan bir sorun bir hayaldir. Elle tutulamaz. Gözle görülemez. Sorun çözümündeki sorumluluk ona aittir. Bunun ortamını yayman hazırlamalıdır.

b) Yaymanın davranışı çoğunlukla otoriterdir. Üreticiye ne yapacağı konusunu dikte etmeye yöneliktir. Bu da üreticiler kümesince içsel tepkiyle karşılanmaktadır. Yayman dikte etme gücünün sınırına ulaştığında geçimini sağladığı tarımsal yayım çalışmasına ilgisi azalır, edilgenleşir. Sorumlu olarak da önerilerini yerine getirmeyen üreticiyi görür. Oysa bu bakış açısı, dar bir bakış açısından başka bir şey değildir. Üreticinin güncel sorunu karşısında yayman nasıl davranmalıdır? Nasıl bir yöntem izlemelidir? Üreticinin, yaymana bir sorunu için başvurduğunu varsayalım. Bu durumda yaymanın amacı, üreticinin güncel sorununu hiç zaman yitirmeden en kısa vakitte, en kestirme yoldan çözmesine yardım etme olmalıdır.

Yayman, çalışmasında uygun yöntemleri kullandığında, talep edilen bilgileri verdiğinde, üretici varolan sorunlarını kendisi çözebilir. Yayman, onun sorunu nasıl çözeceğine karar vermemeli, çözümünü nasıl gerçekleştireceğine üretici karar vermelidir. Bu, güvenle ilgilidir.

c) Her üretici için aşağıdaki özellikler vardır. Her yayman buna özen göstermelidir.

- Her bireyin duygusal olarak gelişme ve özerkliğini geliştirme eğilimi vardır.
- Her insan, bilerek ya da bilmeyerek karşılaştığı olay ve olgularda seçim yapar.
- Her insan, düşünme yeteneğine sahiptir. Tarımsal üretim sürecinde, tarım politikasında ne olup bittiğini kavrayabilme yeteneği vardır.
- Her insan, yaşamının akışını değiştirebilme yeteneğine sahiptir.

d) Tarımsal yayım hizmeti, varolan biçimiyle üretici için yapılan bir hizmettir. Üreticiyle yapılan bir çalışma niteliği yoktur. Bu durum tersine dönüştürülmelidir.

Özne-özne ilişkisi ancak karşılıklı güven ortamında gerçekleşir. Yaymanla üretici birbirine güvendiğinden kardeşlik anlayışıyla davranır. Çünkü her insan özgür; onur ve haklar bakımından eşittir. Bu da "yeniden insanlaşma süreci"dir.

6. İNSANCIL TARIMSAL YAYIM YAKLAŞIMI NEDİR?

İnsancılık, insanlık adına insanlarca yerküreden Silinmeyecektir.

Burada öncelikle yukarıda sunulan veri ve görüşler bağlamında niçin bir "insancıl model'e" gerek duyulduğu noktası açıklanacaktır.

Şimdilerde bulunduğumuz küreselleşme sürecinde insanlık, insan ögesi sıradanlaştırılıyor. Devlet eğitim politikaları yetenekli insan yetiştirmeyi gündeminden çıkarmış özelliكتedir. İnsanlığı, insanı gözden çıkarma bilinçli bir özgörevin eylemidir. İnsan ögesinin sönükleşip pörsümesine karşın, insanın öneminin bin kez bile vurgulanması azdır. Yığınların eğitim düzeyinin düşürülmesinin sonucu olarak toplum içerisinde iletişim ilişkilerinin niteliği düşmekte ve her biri patlar bomba gibi gezer yüzler duruma getirilmektedir. İnsanlar, bu niteliksiz koşullarda insanlıklarını yitirmektedir. Başka deyişle, küreselleşme özgörevini düzenleyen uygulayanlar da insandır. Ancak bunlar, evrensel anlamda karar vericilerdir. Toplumu bu insanlık dışına götürme özgörevinden her türlü kazanç sağlamaktadırlar. Onlar, yığınlardan ayrıdır, onların üstündedirler. Bu durum şöyle de söylenebilir. Toplumsal, ekonomik, siyasal erki elinde tutan azınlık topluma, insanlığa verdiğiinden daha fazlasını istemektedirler. Bu da insancılığın bitip tükenmesi anlamına gelmektedir. Bu uygulamayla yalnızca güncel duruma darbe vurulmayıp, insanlığa ve gelecek kuşaklara daha doğmadan insanlık dışı bir yaşam biçimi dayatılmaktadır²⁸. Burada özellikle vurgulanması gereken diğer önemli bir özellik de şudur: İnsanlığın, insancılığın ortadan kaldırılması süreci yığınlarca algılanmamaktadır. Özünde varolan ve sıradan insan oluşturma sürecinin doğal bir sonucudur. İnsancıl özelliklerin beslenmesi, uygarlığın bir göstergesi olarak görülebilir. Modern çağ denen bu evrede, insanlığın ilkelleştirilmesi ete kemiğe bürünmektedir. Tarımsal Yayım anlayış ve uygulamalarının bu süreçten olumsuz etkilenmemesi düşünülemez. Ancak bilim insanı olarak bu insanca olmayan koşullara karşı, insanı odağına koyan bir İnsancıl Tarımsal Yayım Anlayışı oluşturma önceliğimiz vardır. Bu, insanlık borcumuzdur.

Tüm bunlar da üreticilerin yayım çalışmasında nesne yerine, özne olarak görülmesiyle düzeltilebilir. Yayman ile üretici diğer deyişle, özneler arası birbirini karşılıklı anlamaya dayanan bir iletişim oluşturulacaktır. Bu içerik, kendine özgü iletişim biçim ve koşullarını doğurur. Buna "iletişimsel eylem" demektediriz. Bu iki özne kümesi tarafından, eşit yurttaş olarak, tarımsal üretimi etkileyen kararların birlikte alınabileceği iklim yaratılabilir. Bunu da "özgür karar verme iklimi" olarak tanımlıyoruz.

6.1. Tarımsal Yayım Hizmetinde İnsanın Yeri Nedir?

Bunlar, öncelikle iki özellikte bir araya getirilecektir.

a) Öncelikle insan doğuştan iyi bir varlık olarak doğar. Ancak yaşadığı toplumsal koşullar onu iyi ya da kötü olmasına yönlendirir. Bu anlayıştan çıkararak “*insan olumludur*” anlayışını ortaya koyan insancıl yaklaşım oluşturulmaya çalışılacaktır.

b) Her insan, ne yaparsa yapsın, kim olursa olsun, değerlidir, anlamlıdır, önemlidir. İnsanlar arasında eğitim, ekonomik konumu, bilgi, deneyim vb konularda farklılıklar vardır. Birinin daha az bilgi ve deneyime sahip olması, ekonomik durumunun düşük olması onun daha az değerli olduğunu kanıtlamaz. Birer canlı varlık olarak bütün insanlar birbirine eşittir. Mal, mülk, çok para, unvan da onu, daha iyi insan yapmaz²⁹.

Yayman, insan olarak, üreticiden ne daha iyi, ne de kötüdür. Yalnızca yayman, üreticiden yaşam alanı, öğretim düzeyi, örgütsel ilişkiler bakımından daha farklıdır.

Önerilen bu yaklaşımda yayman ve üretici iki ayrı insan, ancak eşit iki insan olarak görülmektedir. Doğuştan her ikisi de dokuz aylıktır. Aralarında bu bakımdan bir ayrım söz konusu değildir. Tamamen bilgisiz bir insan olamayacağı gibi, her şeyi bilen bir insan da olamaz. Bir çoban da, bir zootekniste kimi şeyleri kolayca öğretebilir.

Buna da “*eşit öğrenme iklimi*” denebilir.

Üreticinin, yaymandan beklentisi nedir?

Yalnızca yayman değil, üreticinin de yaymandan bir dizi beklentisi vardır. Bunlar şimdilik üç özellikte dillendirilebilir.

- Üretici, yaymanın kendi sorununu anlaması ve buna göre davranmasını,
- Yaymanın bu sorunla ilgili olarak yeterli bilgi ve deneyime sahip olmasını,
- Yaymanın, üreticinin karar verme özgürlüğü olduğunu benimsemesi ve buna göre davranmasıdır. Tersisi durumda üretici kendi bildiğini yapmaktadır. Yayman da bundan şikayetçidir. Oysa yaymanın mesleğine, eylemine karşı bir sorumluluğu vardır.

6.2. İnsancıl Tarımsal Yayım Yaklaşımının Uygulamadaki Etkileri Nedir?

Bu değişimler üretici, üretici-yayman ilişkisi ve tarımsal yayım çalışmasının niteliği gibi üç özellikte dillendirilebilir.

Üreticiler açısından

- Üreticiler, bunun farkına vardıklarında, kendilerini, TKB ve özel danışmanlık kuruluşlarına, yaymana bakış açılarını değiştirecektir.
- Özne olma durumunda, üretici insanın toplumsal, teknik becerilerinin gelişimi için gerekli ortam daha kolay oluşturulabilecektir.
- Bu koşullarda üretici, üretim tekniğini geliştirme ve

özsorunları ekseninde örgütlenme için düşünmeye yönelebilecektir.

Üretici yayman ilişkisi açısından

- Özne olma, üreticilerin yaymanla arasındaki kişisel ilişkileri güçlendirir ve kendi arasındaki kişisel iletişimi de üretim süreci bakımından olumlu etkiler. Böylece üreticiler, özgüven kazanacak ve üretimle ilgili her tür yeniliğe açık olabilecektir.
- Yayman, üreticiyi kendisine eşdeğer görecektir, ondan da yeni şeyler öğrenebileceğini benimseyecektir. Bu da özgüven kazanma ve güçlendirme sürecini destekleyecektir.

Tarımsal yayım çalışmasının niteliği açısından

- Tarımsal yayım hizmeti üreticiler için yapılan bir etkinlik olmaktan çıkacak, üretici ile birlikte, üretim için birlikte yapılır niteliği alacaktır.
- Program planlamada üretici, bu sürecin fikir oluşturma aşamasından başlayarak eşit olarak katılacaktır. Yayım hizmetinin değerlendirilmesi yalnızca bürokratik sayısal değerlendirme biçiminden sıyrılarak özne olan üretici kümesinin yayım eylemini değerlendirmesine dönüşecektir. Nitekim yayım çalışması, *katılımcı* bir nitelik kazanabilecektir. Böylece yayım çalışmasında görece demokratik ortamı doğuracaktır.

Yaymanın görevi, üreticinin güncel sorunlarına ilişkin bilgi, destek isteyeceği iklimi ve zamanı yaratmaktır. Üreticinin varolan ancak ayırımına varamadığı sorununun çözümü için güdülenmesi gerekmektedir. Bu gerçekleşir ve üretici sorununun çözümü için bilgi, anlaksal (zihinsel) destek³⁰ aramaya başlarsa, yayman ona kuşkusuz bilgi ve anlaksal yardım vermek zorundadır. Üretici bunun için gönüllü olarak yaymanı arayıp bulacaktır. Üretici, kendi girişim gücünü kullanarak canlanmış, kendi sorununun çözümünü eline almıştır. Yaymandan bağımsızdır, özgürdür. Ancak ondan kopuk değildir. Kendisini içinden canlandıracak ortamı bulmuştur. Her ikisi de eşdeğerdedir, özne-özne ilişkisi egemendir. İlişki, görece demokratiktir ve katılımcıdır. Bunu da “*üretici ve yaymanın içten özgür canlanma iklimi*” olarak adlandırmaktayız.

Bu varsayımların gerçekleşmesi durumunda şu ana değin geçerli olan tarımsal yayım kavramları da değişecek, yenileri oluşturulacaktır. Çünkü kavramlar, tüm ülkelerde üreticilerin nesne olarak görüldüğü bir anlayışla oluşturulmuştur. Özne-özne ilişkisini şimdiye değin varolan bu kavramlar karşılayamayacak, iyice sığlaşacaktır.

6.3. Geleneksel ve İnsancıl Tarımsal Yayım Anlayışları Nasıl Karşılaştırılabilir?

Bu karşılaştırma felsefe, ilke, amaç, yöntem, program planlama, yaymanların eğitimi ve insan ilişkileri niteliklerinde gerçekleştirilecektir. Önce bunların ne olduğu kısaca belirlenecek, arkasından yine bunların somut olarak ne anlama geldiği açıklanacaktır. “İnsancıl Tarımsal Yayım Anlayışı”, geleneksel yayım modelinde öznelere (üretici ve yayman) biçilen nitelikler, temelden değişmiştir: Güven, içten canlanma, eşit öğrenme, özgür karar verme, yeniden insanlaşma iklimi doğmuştur.

Aşağıda gerçekleştirilecek olan karşılaştırma,

Çizelge 1: Geleneksel yayım anlayışının özellikleri

Ölçüt	Özellik	Bu ne demektir?
FELSEFESİ	İnsana olumsuz bakar.	Üreticiler bilgisizdir! Yayman ise, verilen görevi yapan, enformasyon (bilgi) aktaran biridir. Bu, hem üreticiyi, hem de yaymanı bilinçaltı bir aşağılamadır.
	Üreticiyi nesne olarak görür.	Yayman, yalnızca ücret için mesleğini yapar. Üretici insan, bir masa gibi itiraz etmeyen, verileri, söyleneni dinleyendir. Üreticiden daha fazlası da beklenemez. Üreticiyi etkinleştirme öngörülmez, edilgin varsayılır, canlandırılmaz.
	Yayıma örgüt açısından bakar.	Yayman, çalışmasını salt yayım örgütünün direktifleri doğrultusunda yürütür. Üreticinin gereksinme ve sorunları, yayım çalışmasının içeriğini belirlemez.
İLKELERİ	Gönüllülük ortamı yaratmaz.	Gönüllü olmak, kağıt üzerinde vardır. Uygulamada tümünden boş verilir. Üreticinin sorununu çözemediğinden gönüllük için ortam hazırlamaz.
	Müdahalecidir.	Üreticiye sorunun çözümünde yardımcı olacağı diyerek, onun davranışlarını yönlendirir. Üreticinin özgürce karar vermesine ortam bırakmaz.
	Antidemokratiktir. Otoriterdir.	Her üreticinin yayım çalışmasına eşit katılımı gerçekleştirilmemektedir. Üreticiyle ilgili kararlar, üreticiden bağımsız verilir. Üretici ile olan iletişim biçimini, yayım örgütü üreticiye sormadan yalnızca kendisi belirler.
	Ulusal politikalar, üreticinin sorunundan hareket etmez.	Tarımsal alanda gereksinmeler ve sorunlar bürokratlarca ulusal politikalar kapsamında belirlenmekte ve ona göre de uygulanmaktadır. Üreticilerin gereksinme ve sorunları bu bütünde etkili olmaz.
	Katılımcılık yoktur.	Tüm kararlar ve değerlendirmelerde üreticinin görüş ve katılımı alınmaz.
AMAÇ	Üreticileri örgütleme gibi bir amacı yoktur.	Üreticiler birbirinin kuyusunu kazacağı ortam yaratıldığından, bir araya gelemez. Bu nedenle örgütlenemezler.
	Doğayı ve ekonomik ilkeleri önemsemez.	Önemli olan birim alandan en fazla verimi almaktır. Bunun ekonomik ve çevresel etkilerini hesaba katmaz.
	Kadının adı yoktur.	Hizmet, ağırlıklı olarak erkeklere yöneliktir. Kadını dışladığı için de demokratik değildir. Demokrasi kaygısı da yoktur.
YÖNTEM	Yayman ve üreticiyi edilgenleştirir.	Verilen görevi yapan yayman, üretici ise, verilen bilgiyi uygulayan makine gibidir. Üretici ve yaymanı etkinleştirme öngörülmemektedir.
	Üretici için yapılıdır.	Üreticiyi bilgisiz sayar, bundan dolayı onu küçümser. Alınan kararlar ve uygulamalar üreticilerin iyiliği içindir. Ancak üreticilerin bunu isteyip istemedikleri araştırılmaz.
	Mekanik bilgi aktarılır.	Aktarılan bilgi, uygulamaya yönelik sorun çözücü nitelikte değildir. Üreticinin aradığı bilgi de değildir. Ağırlık öğrenmeye değil, tersine öğretmeye verir.
	Yaptırımcıdır.	Yaymanın verdiği bilgiyi üretici uygulamazsa, yayım çalışması kesilir.
PROGRAM PLANLAMAMA	Program planlamaya yabancıdır.	Uzun süreye dayalı bir program planlama yapma alışkanlığı yoktur. Üreticiyi tümünden program planlamanın dışında tutar.
	Dışlayıcıdır, ayrımcıdır.	Belirli işletme büyüklüklerine hizmet ederek, diğerlerini desteksiz bırakır. Eşitsizlik yaratır.
	Hükümetin tarım politikasını uygular.	Politikacılarca oluşturulan, üretici gereksinmelerine yanıt vermeyen konularda yayım eylemini gerçekleştirir. Bu politikalar, üretici çıkarları ile her zaman uyumlu değildir.
YAYMAN EĞİTİMİ	Eğitim soruna yönelik değildir.	Çoğunlukla eğitim, yapılmış olmak için yapılır. Üreticinin varolan sorununa ve yaymanın gereksinme ve sorunlarını yanıtlayıcı özellikte değildir.
	Eğitim ağırlıklı olarak kitapidir.	Eğitim, ağırlıklı olarak üretim tekniği üzerine ve teoriktir. Varolan sorunlara çözüm üretmek yerine kuramsal bilgiler verilir. Çünkü yaymanları eğitenlerin çözüm üretme alanında deneyimi yoktur.
İLİŞKİ	Yayman, kendini beğenmiştir.	Yayman, kendi işini beğenmez, acelecidir; kısa sürede sonuç elde etmek ister. Üreticiyi küçümser, onu önemsemez. Kendini sorgulamak alışkanlığı, eğitimi yoktur. Çünkü bu tarımsal yayım anlayışı bunu önemsemez, ortamını yaratmaz.

geleneksel yayım modelini kapsamaktaysa da, bu anlayışın bir türevi olan teknoloji transferini özgül olarak göz önünde tutmaktadır.

SONNOT

³ Aksinn, (1988) her yaklaşımda bulunması gereken özelliklere bizden farklı biçimde değinmektedir.

⁴ Şimdiye değin varolan ve uygulanan tüm modeller, bu

çalışmada geleneksel tarımsal yayım anlayışı olarak görülmektedir.

⁵ Türkay K. TDK Terim Uzmanı, sözlü görüşme. Ankara, 1976.

⁶ "Yayım" kavramı, Safranbolu çevresinde bir yemek türünün adıdır.

⁷ Son birkaç yıl içerisinde TKB'de tarımsal yayım alanında özverili çalışan genç meslektaşların bakanlık düzeyinde bulunan köhne kesimlerle önemli sıkıntılara sokulduğu da burada belirtilmelidir.

Çizelge 2: İnsancıl Tarımsal Yayım Anlayışının Özellikleri

Ölçüt	ÖZELLİK	BU NE DEMEKTİR?
FELSEFESİ	Tarımsal yayım sürecine insancıl açıdan bakar.	İnsancıldır. Çünkü en yüksek değer, insan sevgisidir. Kendi kendini yönetmeyi benimser. İnsan, üretimden öncedir. Üretim, insan içindir.
	İnsana olumlu bakar.	Yayman ve üreticinin kendi yetenek ve becerileri olduğunu, düşünerek çıkarımlara ulaşabileceğini, yaratıcı özelliklerinin varlığını benimser.
	Üreticiyi özne olarak görür.	Yürütülecek yayım çalışmasında üreticinin sorunlarını, gereksinmelerini, bulunduğu toplumsal ekonomik eğitsel özellikleri bağlamında birlikte planlar. Verilen görevi yapan yayman üreticiyi içinden canlandırarak etkinleştirir. İç dinamikleri eyleme geçirir. Gelişim ve değişim kendiliğinden oluşur ve sürer.
	Kendi kendine yardım anlayışı vardır.	Balık vermez, balık tutmayı öğrenmeyi birincil olarak uygular.
İLKELERİ	Demokratiktir.	Yayım çalışmasının içeriği, üreticiyle birlikte kararlaştırılır. Kararlar birlikte ve özgürce verilir. Doğal yol, yalnız ve yalnız demokrasiden geçer. Demokrasi de değişkendir. ³¹
	Eşitlikçidir.	Yayman ile üretici birbirine eşdeğerdir. İletişim, iki özne arasındadır. Biri diğerinden daha üstün değildir. Bilgi, paylaşım içindir, karşı silah olarak kullanılmaz. Toplumun erdemlik bilincine katkısı öngörür.
	Bilgi aktarmaz. Soru soracağı ortamı yaratır.	Yaymanın davranışı yeni bir şey öğretmek değildir. Onu öğrenmeye özendirir. Öğrenilen şey çabuk unutulur. Ancak öğrenme alışkanlığı olan kendi kendine öğrenmeyi bırakmaz. Talep ettiğinde bilgi verir. Bilgi talebi için iklim oluşturma temel ilkedir. Öğretmez, öğrenmeyi özendirir. Öğrenmeye hazır olacağı ortamı yaratır.
	Güncel soruna, gereksinmeye odaklı çalışır.	İyi niyetli kişisel isteklerden değil, üreticinin güncel sorunundan hareket eder; sorun bilinçlenmesini önemser.
	Gönüllülük ortamı yaratır.	Yayman ve üretici işini isteyerek yapar. Kendi kendilerini güdüler. Gönüllülük, bir iç güç olarak kendiliğinden oluşur. Temeli özgüvendir.
	Sevgi ve umudu sürekli her şeyin başında tutar.	Her şey ölümlüdür. İnsanın içindeki sevgi ölümlü değildir. Kötülük her zaman kötülüktür ve ölüme mahkumdur. Sevgi her zaman sevgidir ve sonuna kadar yaşar, Kıyamete dek bile yaşayan sevgiler olur. Umut, düş gücünün yarattığı ve insanoğlunun sahip olduğu en büyük değerlerden biridir.
	Her çalışma köyü farklı ekine sahiptir.	Türkiye binlerce çiçekli bir kültür bahçesidir. Her kültürün bir rengi, bir kokusu vardır. Dünyamızın bir çiçeğinin koparılması bir rengin, bir kokunun yok olmasıdır. Tek çiçeğe, tek renge, tek konuya kalmış bir insanlık ve tek dile kalmış bir dünya, cehennemden daha beterdur. Yayım, bir uygarlık etkinliğidir.
AMAC	Üreticiyi sorun çözümüne yönlendirme.	Üreticinin tarımsal yayım çalışması için iklimi oluşturur.
	Anlaksal yardım vererek üreticiyi bilinçlendirir.	Üreticinin algılamadığı sorunları, diğerlerinden ayırarak somutlaştırır, sorunun bilincine varmasını sağlar. Sorunu algılama ve çözme sürecinde alışkanlık geliştirir. Bu içerik, iletişim biçim ve koşullarını belirler.
	İnsan ögesini geliştirmeyi öngörür.	Varolan sorunu çözmede beceri ve alışkanlık kazandırarak üreticiyi kendi işini kendisi görebilir düzeye getirir. Yeniden insani değerler kazandıran iklimi yaratır.
	Birleştirici ve bütünleyicidir.	Hizmet, ayırım yapmadan tüm üreticilere yöneliktir. Bir öncelik olacaksa da, o da çoğunluk yönündedir. Bu da küçük işletme sahibi üreticilerdir. Üreticiyi üretim niteliğine göre destekler, toplumda eşitlik duygusunu güçlendirir. Demokrasi ortamına katkı sağlamayı sürekli göz önünde tutar. Çünkü demokrasi ortamı, tarımsal yayım çalışmasını kolaylaştırır.
	Yayım politikası oluşturmada temeli oluşturur.	Üreticiler ve yaymanların yayım politikasının oluşturulması için örgütlenir, gereksinme ve sorunlarına yönelik çözüm önerileri geliştirir.
	Doğa ile insanı bir bütün olarak görüp önemser ve bu bağlamda yayım programını hazırlayıp uygular.	Tarımsal yayım eyleminde ve önerilerinde doğa insan bütünlüğü bağlamında davranır, değerlendirir. Bugün dünya tükeniyor. Birçok hayvanın, birçok bitkinin, birçok böceğin ve birçok kuşun soyu tükendi. Bu bir felakettir. İnsanoğlu bir gün bütünlüğüyle bunu anlayacaktır.
	Üreticiyi etkin bir varlık olarak benimser.	Üreticinin, tüm tarımsal yayım eyleminin başlangıcından bitimine değin tüm süreçlerde etkin olarak çalışmasını temel ilke olarak amacının en başına koyar. İnsanın nasıl yaşayacağı, geleceğinin nasıl olacağını ipuçlarını vermektedir.
	Üreticinin kendine güvenmesini sağlar.	Üreticinin henüz ortaya çıkmamış yetenek ve anlaksal güçlerinin ortaya çıkarması için kendi usunu kullanabileceği ortamı oluşturur.
	Yaymanın ve üreticinin mutluluğuna katkı sağlar.	Yurduna, insanlığa yararlı birey durumuna gelmesini önemser.

⁸ Bu özellikler için lütfen bakınız: Aktaş, 2005, S.54

⁹ Diğer tanımlar için bakınız: Albrecht, 1969; Maunder, 1973; Svanson ve Claar, 1984; Van den Ban ve Havkins, 1996

¹⁰ TKB bünyesinde Değirmenci v.d. (2008) yayımında, Albrecht'in tanım mantığına uygun kaynak gösterilmeden verilmektedir.

¹¹ Tarımsal yayım işlevi, Özçatalbaş v. d. (1998) bölgeler

YÖNTEM	Üretici ile birlikte yapılır.	Üretici adına iş yapmaz. Ancak ona ne ve nasıl yapacağı konusunda anlaksal destekle yardımcı olur.
	Yol gösterici, kolaylaştırıcıdır.	Üreticinin somut, ivedi sorunlarını ciddiye alır; çözümünde yapacağı anlaksal destek ve katkılarla onun güvenini kazanır. Sorun çözümünü, gereksinmelerin giderilmesini kolaylaştırır. Varolan ve doğacak sorunları kendi başına çözebilecek düzeye gelmesini önemser; oraya ulaşmasını destekler.
	Üreticinin bilgi, deneyimleri temelinde yenilikleri inşa eder.	Verdiği güvenle birlikte üreticinin eyleme geçmesini sağlar. Üretici insanı önemser.
	Üreticiyi içten canlandır.	Anlaksal destek yoluyla onu düşünmeye, kendi sorununu üzerinde bilinçlenerek sorunu çözer duruma getirir.
	Katılımcılığı en öne koyar.	Üreticiye ve yaymana yönelik her türlü etkinlikte bu iki kümeyi katar.
	Güncel soruna ve yaşama dayalı çalışır.	Üreticinin ivedi sorunlarının çözümüne öncelik verir.
	Üreticinin öğrenmeye hazır olacağı ortamı hazırlar.	Üreticinin soru soracağı ortamı hazırlar, sorunlarının çözümü konusunda güdüler.
	Uzun süreli, emek, gönüllülük isteyen bir çalışma olduğunu benimser.	Yayman, üretici insanın değişiminin kısa sürede gerçekleşmeyeceğini bilir; ona göre çalışmasını planlar ve yürütür. Yaymanın da işine sahipleneceği iklimi oluşturur.
	Sorun çözümünü yerinde öngörür.	Varolan gerçek sorun ve yaşam sorunlarından hareket eder, masa başı çözümü reddeder. Üreticinin edindiği bilgi ve deneyimleri temelinde yenilikleri inşa eder. Yeni bir insan olmasının ortamını hazırlar.
PROGRAM PLANLAMA	Program planlamayı üreticiyle birlikte yapar.	Sorunun öncelikle üreticinin olduğunu ve çözümün onun tarafından gerçekleştirileceğinden üreticisiz program planlama yapmaz.
	Bütüncüdür, ayrımcılık yapmaz.	Tüm üreticilere hizmet ederek diğerlerini desteksiz bırakmaz. Toplumda eşitliğe katkıda bulunur. Üreticiyi, üretim ve üretim dışı sorunlarıyla bütün olarak görür.
	Üreticiye kılavuzluk yapar.	Üreticinin sorun konusunda özgürce karar vermesine ortam hazırlar. Üreticinin istediği doğrultuda anlaksal destek verir.
YAYMAN EĞİTİMİ	Yaymanın gereksinme ve sorunlarını yanıtlıydır.	Sorunlardan bağımsız kuramsal eğitim yerine, iş ortamındaki somut sorunların çözümünü ele alır. Yaymanın içsel güdülenmesi ortamını oluşturmayı en başa koyar.
	Eğitim, güncel ve stratejik sorun çözümüne yöneliktir.	İvedi sorun çözümlerine ek olarak üreticiyi ileride kazanması gereken özelliklere göre hazırlayacağı iklimi sağlama konusunda eğitir.
İLİŞKİ	Yayman alçak gönüllüdür.	Üreticiyi küçümsemez, önemser. Yaymanın kendine güvendiğinden kendini üreticinin karşısında değil, onun yanında görür; öyle de yapar. Ortamda varolan gerginliği azaltarak giderir.
	Yayman ile üretici eşdeğerdir.	Bir şeyi söylemek, yinelemek, özümsemek değildir. Özümsemek, onu uygulamaktır. He ikisi de insandır. Doğuştan eşittir. Eğitim, servet farklılığı eşitliği bozmaz.

arası dengesizlikleri önleyeceği biçiminde abartmaktadır.
¹² Bu özellik, van den Ban ve Hawkins (1996) ve Svanson'da (1990) çok belirgindir.

¹³ Türkiye'de tarımsal Yayım'ın tarihçesi şimdiye değin bu konuda yazılanların bütünüleme ve bu çalışmada oluşturduğumuz anlayışla başka bir çalışmanın konusu olacaktır. Burada mutlak gerekli özelliklere değinilmiştir.

¹⁴ Askeri güçlerce, Hohenheim Üniversitesi kapsamında abd modeline göre bir Tarımsal Yayım ve Haberleşme kürsüsü kurdurulmuştur. Prof. Dr. H. Rheinvald da kürsünün başkanı yapılmıştır. Ancak bu dönem içerisinde abd'ye bir dizi eleman gönderilmiş ve oradaki tarımsal yayım çalışmaları konularında doktora (Mössner,1958) ve benzeri çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Kuşkusuz daha sonraları kürsü çalışanları abd modelini aşmışlardır. H. Rheinvald, *Aktaş'ın doktora danışmanı H. Albrecht'in doktora danışmanıdır. Aktaş, 1969 yılında anılan üniversitede doktora başladığı günlerden kısa bir süre önce anılan profesör vefat etmiştir. Üniversite'de onun adına düzenlenen anma törenine o enstitünün bir elemanı olarak katılmıştır.*

¹⁵ TKB'de 1985 gerçekleştiren yeniden örgütlenmeden sonra anılan bu birimleri kapatılmıştır. Bu da kırsal alana yönelik tarımsal yayım hizmetinin giderek gözden çıkarılmasına bir işaret olarak görülebilir.

¹⁶ Bunun en tipik örneğini Köy Romanları alanının en önemlisi temsilcisi Fakir Baykurt'un "Amerikan Sargısı" adlı romanı vermektedir. Baykurt'a Batı Almanya'da gerçekleştirdiği bir söyleşide Aktaş'ın kendisine yönelttiği "Bu romanını Tarımsal Yayım'ı bilerek mi yazdınız?" sorusunu şöyle yanıtlamıştır: Tarımsal Yayım'ın ne olduğunu bilmediğini, kendi gözlemleri ve romancılık anlayışı temelinde romanı yazdığını belirtmiştir.

¹⁷ "Yayım" sözcüğü doğru yazılmıştır. O zamanlarda "yayım" sözcüğü yerine "yayım" sözcüğü kullanılmıştır. Bunun temelinde yanlış çeviri ve konunun uzmanı olmayış yatmaktadır.

¹⁸ Bu alanda ilk doktora yapan O. Kural Ziraat Fakültesi'nden ayrılarak T.C. Ziraat Bankası'na geçiş yapmıştır.

¹⁹ Bunun eleştirel değerlendirmesi için bakınız: Taluğ ve Tatlıdil, 1986

²⁰ Osmanlı Devleti, geniş halk yığınlarına bir "kerim baba" görünümü vermeyi ön planda tutmuştur. "Kerim baba" olma özelliğini tüm ekinsel, ekonomik, siyasi ve asayiş alanlarında benimsetmek istemiştir. Özellikle duraklama döneminde yerel ve bölgesel derebeylerin, eşkiyaların, soyguncuların kırsal alanda yaşayan insanlara toplumsal yaşamın her alanında derin etkiler bırakan baskılarına karşı Osmanlı Devleti halkı koruyucu bir özellikte ortaya

çıkmıştır. Anılan yerel ve bölgesel derebeyi ve zorbalarla mücadele etmiştir. Halk göreceli de olsa düzenli bir yaşam ortamını yakalamıştır. Oysa gerçekte devlet, kendi egemenliğini tehdit eden bu öğeleri denetim altına alma amacını gütmüştür. Başka deyişle, devletin varlığını tehdit eden anılan yerel zorbalardan temizlenmesi sonuç olarak halkı koruma biçiminde ortaya çıkarılmasına özel bir çaba gösterilmiştir. Devletin bu yaklaşım biçimi, kırsal halkı bir özne olarak görmekten çok, nesne olarak algıladığının bir imgesidir. Yönetilen halk kesimlerine nesne olma niteliği biçilmiştir. “Baba” kendi çocuklarına, tebaasına sunduğu hizmetlerin görece bir bölümünü karşılıksız sunması doğal görülmelidir.

²¹ Kinyas Kartal yıllar sonra yaptığı açıklamada, Köy Enstitüleri'nin yerel güç odaklarının hükümet üzerinde olan denetimini azaltacağından karşı çıktıkları belirtmiştir. Bakınız: Eşme: 2009

²² Devlet, tarımsal üretici ilişkisi, özellikle tıp yazılı kaynaklarında hekim-hasta ilişkisini açıklayan “Babacan model”e benzetilebilir. Çünkü hekim yerini devlet, hastanın yerini de kırsal alandaki mahrumiyet koşullarına mahkum, eğitimsiz, ülke ekonomisi, toplumundan kopuk tarımsal üreticiler almaktadır.

²³ Ayrıntılı bilgi için bakınız: Özkaya, 1996

²⁴ Ayrıca, uygulamada tarımsal yayım örgütünün araştırma kuruluşlarıyla bu anlamdaki ilişkisi düzensiz ve işbirliği işlevsizdir.

²⁵ Ayrıntılı bilgi için bakınız: Aktaş, 2000

²⁶ Karşılaştırmız: Aktaş, 2002b

²⁷ Kuşkusuz bunun tersi de olabilir. Ancak bu niteliği oluşturacak toplumsal-ekonomik yapı mevcut değildir.

²⁸ Bu anlayışın temelinde dünyada tek devlet, tek dil, tek bayrak, tek ordu, tek eğitim sistemi vb. bir dizge gerçekleştirilmenin bulunduğu kimi kaynaklarca dillendirilmektedir.

²⁹ Bu özelliği, Türk halkı tarımsal üretici baba ile oğul arasındaki ilişkide belirgin bir biçimde dile getirmiştir. “Oğlum vali olamazsın demedim, insan olamazsın dedim.”

³⁰ Anlaksal destek için bakınız. Aktaş, 2005

³¹ İnsan hakları bildirgesine durmadan yeni haklar ekleniyor ve bu eklemeler bile şimdiden yetmiyor. Demokrasilerde her şey gittikçe de saydamlaşacak, yeni anlamlar kazanacak.

KAYNAKÇA

- Akkoyun, F. 2007. Psikolojide Çözümleme Yaklaşımı Transaksiyonel Analiz, Ankara, 290S.
- Aksinn, G.H. 1988. Guide on Alternative Extension Approaches. Roma, 148S.
- Aktaş, Y. 1976. Landwirtschaftliche Beratung in einem Bewässerungsprojekt der Südtürkei. Saarbrücken. S.5-6
- Aktaş, Y. 2000. Şanlıurfa Tar. İl Md. Bitki Koruma Şb. Harran Ovası'nda Yürütülen Pamukta Entegre Örnek Çiftçi Mücadele Çalışmasının Bir Değerlendirme Denemesi. HR.Ü. Yayın no.1, Ş. urfa, 73S.
- Aktaş, Y. 2002a. Tarımsal Yayım Bilim Dalı'nda Kavram Sorunu. HR.Ü.Z.F. Dergisi, 6(3-4), 1-15, Şanlıurfa,
- Aktaş, Y. 2002b. Tarımsal Yayım'ın Felsefesi. HR.Ü.Z.F. Dergisi 2002, 6 (1-2):75-86, Şanlıurfa
- Aktaş, Y. 2005. Tarımsal Yayım ve Haberleşmeye Giriş. Trabzon, 283S.
- Albrecht, H. 1969. Innovationsprozesse in der Landwirtschaft. SSIPe. V. Saarbrücken, 362 S.
- Anonim. 2004. Denemeler Eleştiriler. Orhan Burian. Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, 2. Basım, Ankara, 370S.
- Arensberg, C.M. 1954. The Community Study Method, The

- American Journal of Sociology, Sept.
- Birdoğan, N. 1990. Anadolu'nun Gizli Kültürü Alevilik. Hamburg Alevi Kültür Merkezi, Hamburg
- Cinemre, H.A. ve Demiryürek, K. 2002. Tarımsal Yayım ve Haberleşme. O.M.Ü.Z.F. Ders Kitabı, No:17, Samsun. 152 S.
- Çalgüner, C. 1957. B. A. Nebraska Eyaletinde Ziraat ve Ziraat Teşkilatı. A.Ü.Z.F. Yayın.10, Ankara.
- Değirmenci, Y., v.d. 2008. Tarımsal Yayım ve Danışmanlık. Ankara, 424S.
- Ertürk, N., 2006. Cumhuriyet Gazetesi, İstanbul 22.07. 06, S.2
- Eşme, İ. 2009. Köy Enstitüleri neden kuruldu, neden kapatıldı? Cumhuriyet Gazetesi, İstanbul, 14.04. 09
- Freire, P. 1980. Paedagogik der Unterdrückten. Bildung als Praxis d. Freiheit. rororo, Hamburg, 157S.
- Kelsey, L.D., C.C. Hearne. 1949. Cooperative Extension Work. Ithaca, New York.
- Kumuk, T. 1995. Tarımda Yayımın Önemi. E.Ü.Z.F.D. C.:32 Sayı:1, İzmir
- Kural, O. 1963. Türkiye Ziraatında Zirai Yayım Meseleleri ve Tatbikatı. A.Ü.Z.F. Ankara. Yayın: 207,75 S.
- Maunder, A.H. 1973. Agricultural Extension: A Reference Manual (Abridged Version). Roma, 270S.
- Mössner, K. 1958. Die Wertung der landwirtschaftlichen Beratungsarbeit (Extension Evaluation) in den USA. Diss. Landw. Hochschule Hohenheim, 114S.
- Özkaya, T. 1996. Tarımsal Yayım ve Haberleşme Ders Kitabı. E.Ü. Z. F. Yayınları, No:520, İzmir, 170 S.
- Svanson, E.B. 1984. Agricultural Extension: A Reference Manual (Second Edition). Roma, 262S.
- Svanson, B.E., Claar, J.B. 1984. The History and Development of Agricultural Extension. Agricultural Extension. A Reference Manual. Second Edition. FAO, Rome, S.1-20.
- Şenocak, C. 1967. Yayım ve Haberleşme. Güzel Sanatlar Matbaası. Ankara, 439S.
- Taluğ, C. ve Tatlıdil, H. 1986. Tarımsal Yayım Hizmetlerinin Düzenlenmesi. GAP Tarımsal Kalkınma Sempozyumu, 18-21 Kasım 1986, S. 595-613, Ankara Üniversitesi Basımevi
- Taluğ, C. ve Tatlıdil, H. 1993. Tarımsal Yayım ve Haberleşme. A.Ü.Z.F. Ders Notu. Ankara, 198S.
- Tonguç, İ.H. 1998. Eğitim Yolu İle Canlandırılacak Köy. Köy Enstitüleri ve Çağdaş Eğitim Vakfı Yayınları, Ankara, 751S.
- Türk Dil Kurumu. 1971. Türk Dili Dergisi. Sayı: 238, Ankara, S.307
- Türk Dil Kurumu. 1974. Türkçe Sözlük. 6. Baskı, Ankara, S.858
- Türk Dil Kurumu. 1979. Türkiye'de Halk Ağzından Derleme Sözlüğü XI, U-Z. TDK yayınları sayı: 211/11 Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, S. 4213 4214
- Türkay, K. TDK Terim Uzmanı, sözlü görüşme. Ankara, 1976.
- Van den Ban, A.V. ve Havkins, H.S. 1996. Agricultural Extension. 2. Edition Oksford London, Edinburgh, Madlen, Paris. 294 S.
- Vilson, M.C. ve Gallup, G. 1955. Extension Teaching Methods and other Factors that Influence Adoption of Agricultural and Home Economics Practices. Washington, D.C. USDA. F. Extension Service Circ. 495.
- Yurttaş, Z. 2000. Tarımsal Yayım ve Haberleşme. A.Ü.Z.F. Yayınları No: 67, Erzurum.

Yazar Notu:

Sunduğumuz bu makalede dikkatinize sunmak istediğimiz iki özellik bulunmaktadır. Bunlar, yazım hatası değildir.

1. Makalede “AB ve ABD” kısaltmaları özellikle küçük harfle yazılmıştır. Bu kısaltmalar, tek tek sözcük olarak bu makalede sunulan görüş bütününe içerisinde bir anlamı vardır. Bu yazım biçimi, onların metin içerisinde bireyselleşmesidir. Makaleye öz değil, biçimsel bir katkıdır. Biçim, öze bağlantılı ve özün bir türevidir. Makalede sunulan görüşü, bir biçimde temsil eder. Makalenin kendine özgü olan ruhunun biçimsel bir söylemidir.

2. Türkçe abc'de “w,x” gibi harfler bulunmadığından yerlerine Türkçe harfler yeğlenmiştir. Örneğin, Aksinn, Vilson, Havkins gibi.

Türkçe abc'de bulunan “ı,ş,ç,ğ” gibi harfler ad ve soyadlarımızda varsa, diğer dillerdeki yayınlarda buna özen gösteriliyor mu?

Kuşkusuz Türkçe'nin bilim dili olabilmesi için en azından bu yazım kurallarına bilim insanları gereken özeni gösterme; Türkçe bilinci oluşum ile gelişimine katkıda bulunma gibi bir sorumluluğu yok mudur?

Sorumlu Yazar

Yaşar AKTAŞ

yaktas@harran.edu.tr

Geliş Tarihi :04.11.2009

Kabul Tarihi :25.02.2010

TÜRKİYE'DE ZEYTİNYAĞI PAZARLAMASINDA GIDA GÜVENLİĞİ VE KALİTE GÜVENCE SİSTEMLERİNİN UYGULANMASI VE GELİŞMELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Renan TUNALIOĞLU¹

Özet

Dünya nüfus artışına paralel tarım ve gıda ürünleri pazarlamasında gıda güvenliği ve kalite güvence sistemlerinin uygulanması geçen her yıl daha da fazla önem kazanmaktadır. Bu uygulamalar zeytinyağı pazarlamasında da geçerlidir. Nitekim dünya ticaretinde söz sahibi ülkeler konuyla ilgili olarak oluşturulan uluslar arası yasal düzenlemelere hızla uyum sağlamaya çalışmakta ve bu yasal düzenlemelere Dünya Ticaret Örgütü/Gıda ve Tarım Örgütü (Codex Alimentarius) ve Avrupa Birliği öncülük etmektedir.

Bu makalede, ülkemizde zeytinyağı pazarlamasında uygulanan gıda güvenliği ve kalite güvence sistemleri, mevzuat ve sorumlu kurumların yaptırımları esas alınarak incelenmiştir. Türkiye'nin dünya zeytinyağı pazarında rekabette önceliğinin kaliteli ve güvenli üretimde sürekliliğin sağlanması olduğu, bunun yasal düzenlemeler ve üretici birliklerinin etkin çalışması ile desteklenebileceği belirtilmiştir. Bu konuda önemli bir tespit ise Tarım Kanunu içerisinde yer alan lisanslı depoculuk sisteminin zeytinyağında bir an önce uygulanmaya başlanmasının gerekliliğidir. Türkiye'nin Avrupa Birliği ya da yeni edinilecek pazarlarda zeytinyağındaki rekabet gücü uygulanan bu gıda güvenliği ve kalite güvence sistemlerindeki mevzuatlarının yaygınlaştırılması ile mümkün olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Zeytinyağı Pazarlaması, Gıda Güvenliği, Kalite Güvencesi, Türkiye, Üretici Birlikleri

Implementation of the Olive Oil Food Safety and Quality Assurance in the Marketing System in Turkey and Evaluation of Developments

In the market of agricultural and food products, the implementation of food safety and quality assurance systems in accordance with the increase in world population has become more important every year. These implementations are valid for olive oil marketing. Thus, the countries which have major weights in the world trade, would be able to ensure coherent with international regulations, consisted of on that subject, and World Trade Organization/Food and Agricultural Organization (Codex Alimentarius) and European Union would be leading for those legislations.

In that article, food safety and quality assurance systems implemented in olive oil marketing in our country, were investigated bases on sanctions of the regulations and responsible authorities. It would be explained that priorities of Turkey competitiveness in global olive oil marketing were enable to sustain of production, showing quality and safety. To be able to accomplish that event, legal regulations and producer organizations should work more efficiently and regularly. The establishing of the storage systems with licensed within the Law of Turkish Agriculture on olive oil would be crucial value. The power of efficient competitiveness for Turkey on olive oil in the markets of EU and new achieved would be able to ensure with generality of the regulations of food safety and quality assurance systems.

Key words: Olive oil Marketing, Food Safety, Quality Assurance, Turkey, Producer Organizations

1.GİRİŞ

Dünyada 20. yüzyılın son çeyreğinde tarım tekniklerinin gelişmesi ve tarımsal üretimin artması tüketicilerin sosyal, ekonomik ve kişisel tercihlerini değiştirmiştir. Tüketiciler, ürünlerin fiyatları yanında sağlık risklerini ve kalitesini sorgulamaya başlamışlardır. Bu nedenle dünya pazarından büyük pay alan gelişmiş ülkeler, insan sağlığının devamlılığı için güvenilir gıda temini ve dengeli beslenmenin sağlanması yanında tüketicilerin kalite algılarındaki değişimleri de dikkate almaya başlamışlardır. Bu ülkeler ürünün kalite güvencesini amaç edinen uygulamalar başlatmanın yanında, sağlık riskleriyle ilgili bir dizi önlemler olarak gıda güvenliği ile ilgili yasaları yeniden düzenlenmişlerdir.

Güvenli gıda, fiziksel, kimyasal ve mikrobiyolojik özellikleri itibarıyla tüketime uygun ve besin değerini kaybetmemiş olarak hazırlanan gıda maddesidir. Gıda güvenliği tüketilen gıdanın sağlığa zarar vermesinin engellenmesi ve gıdalarda olabilecek fiziksel, kimyasal, biyolojik ve her türlü zararların bertaraf edilmesi için alınan tedbirlerin bütünüdür (Çobanoğlu, 2007). Bu nedenle güvenli gıda üretimi ve pazarlamasında oluşturulacak politikalarda devletin rolü çok önemlidir.

Kaliteli gıda ise tüketici tarafından belirlenen özellikler ile genel kabul görmüş standartlara uygun özelliklerin tümünü ifade eden bir kavramdır. Kalite aynı zamanda tüketiciye iki alım süreci içinde aynı tatmin düzeyini sağlayan bir olgudur. Bir başka ifade ile kalite, ürünün tüketicinin ihtiyaçlarını karşılayan

¹Adnan Menderes Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü 09100 AYDIN

ve kabul edilen bazı objektif (ürünün enerji, vitamin, mineral, toksin madde içeriği ve tazeliği) ve sübjektif (ürünün rengi, şekli, tat ve kokusu vb.) değerlere sahip özellikler setidir (Dölekoğlu, 2003). Kalitenin objektif değerlerini laboratuvar koşullarında ölçmek mümkün olmakla birlikte duyuusal özelliklerini içeren sübjektif değerlerinin ölçümü ancak tüketici düzeyinde gerçekleştirilebilmektedir. Bu nedenle ürün ya da gıda güvenliği ülkelerin yasal mevzuatlarıyla, kalite ise tüketicilerin istekleri ve beklentileriyle doğrudan ilişkilidir (Aşçı ve diğ., 2009).

Tüketicinin bireysel olarak maksimum faydaya ulaşması için ürün ve pazar hakkındaki tüm bilgilere sahip olması gerekmektedir. Diğer yandan ürünün pazarlanmasında kalitenin rekabet aracı olabilmesi için de sağlık riski taşımaması ve uluslar arası kabul görmüş kalite güvence sistemlerine uygun olarak üretilmesi gerekmektedir. Günümüzde uluslar arası ürün pazarlamasında temel kısıtlayıcılar gümrük tarifeleri, kotalar, ihracat sübvansiyonları vb. iken gıda güvenliği ile kalite güvence sistemlerinin uygulanması tarife dışı engeller kapsamında değerlendirilmektedir (WTO, 2009)

Yukarıda da bahsedildiği gibi günümüzde sağlıklı ve uzun yaşamı ideal edinen bilinçli tüketiciler, güvenli ve kaliteli gıda tüketmek istemektedirler. Bu ideal çerçevesinde insanların daha uzun ve sağlıklı yaşama isteği Akdeniz beslenme kültürünü ve beslenme piramidinin en önemli ürünü zeytinyağının üretim ve tüketimini her geçen yıl artırmaktadır. Nitekim bu ilgi, günümüz pazarlama koşullarında zeytinyağının güvenilir, kaliteli ve yüksek katma değer ile tüketime sunulmasını gerektirmektedir.

Bu makalede, ülkemizde zeytinyağı pazarlamasında uygulanan gıda güvenliği ve kalite güvence sistemleri mevzuatlar ve sorumlu kurumlar açısından değerlendirilmiştir.

2. TÜRKİYE'DE ZEYTİNYAĞI PAZARLAMASINDA GIDA GÜVENLİĞİ VE KALİTE GÜVENCE SİSTEMLERİNİN UYGULANMASI

2.1. Pazarlama

Zeytin, dünyada Akdeniz havzasında yer alan ya da Akdeniz iklim özellikleri gösteren 25 ülkede ekonomik anlamda tarımı yapılan bir meyvedir (FAO, 2009; IOC, 2009). Akdeniz'e kıyısı olan Avrupa Birliği ülkeleri (İtalya, İspanya, Yunanistan, Portekiz ve Fransa) ile Tunus, Türkiye, Suriye, Fas ve Mısır vb. diğer ülkeler, dünya zeytinyağı piyasasında üretimin %98'ine, ihracatın %90'ına sahiptirler. Avrupa Birliği ülkeleri başta olmak üzere bu ülkelerin hepsi dünya zeytinyağı piyasasında söz sahibidirler. Türkiye halen zeytinyağı üretim ve ihracatı ile dünya zeytinyağı piyasasında beşinci sırada yer almaktadır (TBMM, 2008).

Zeytin meyvesi doğrudan tüketilemediği için

sofralık zeytin ve zeytinyağına işlenmek zorundadır. Zeytinyağı, zeytin meyvesinin en önemli ürünü olan, tamamen fiziksel yöntemlerle üretilen, insan sağlığına olan yararları nedeniyle tüketiciler tarafından tercih edilen bitkisel bir yağdır. Zeytinyağının güvenli ve kaliteli üretimi için ilk adım zeytin ve zeytinyağı işletmelerinde başlamaktadır. Fakat Türkiye'deki zeytin ve zeytinyağı işletmeleri sayıca çok, dağınık ve ciddi anlamda örgütlü olmadıklarından, güvenli ve kaliteli üretimi sağlayacak nitelikte değildiler. Nitekim zeytin üreticilerinin %10'unu üç büyük üretici kooperatifi; İzmir'de Tariş, Bursa'da Marmara Birlik ve Gaziantep'te Güneydoğu Birlik'e üyedirler. Bunlar içerisinde iki büyük kooperatiften biri olan Marmarabirlik'e oransal olarak sofralık zeytin, Tariş'e ise zeytinyağı üreticileri üyedir (TBMM, 2008). Türkiye'de zeytinyağı pazarlaması, özel sektör tarafından toptancılar, kooperatifler tarafından ise bölge bayilikleri vasıtasıyla perakendecilere ulaşan farklı bir yapı göstermektedir. Mevcut zeytinyağı işletmelerinin, 1990'lı yıllardan bu yana teknik ve teknolojik olarak gelişmesine rağmen, çok sayıda küçük zeytin üreticilerinin yeterince örgütlenmemiş olması ve bu üreticilerin zeytinyağını kendi imkânlarıyla depolamaları sonucunda ürün güvenliği ve kalitesinde sorunlar yaşanmaktadır.

Bugün dünya pazarında Türkiye, zeytinyağını üreten fakat düşük katma değerle pazarlayan ülke konumundadır. Çünkü uzun yıllardan beri zeytinyağının %70'ini dökme ve varilli geri kalan %30'nu ise ambalajlı ve markalı olarak ihracat edilmektedir (EİB, 2009).

Türkiye'nin en fazla zeytinyağı ihracatı yaptığı ülkeler Avrupa Birliği ülkeleridir. Avrupa Birliği, Ortak Piyasa düzeni içerisinde zeytinyağının üretim ve ihracatını uzun süre teşvik etmiş fakat (AT) 865/2004 sayılı tüzük ile zeytinyağında ihracat ve üretim iadesi uygulamasına son vermiştir. Dünya zeytinyağı piyasaları ve Topluluk arasında oluşan fiyat farkının kapatılarak ihracatın artırılmasına yönelik olarak yapılan önceki uygulamalar, yeni desteklemelerin üretimden bağlantısız olması nedeniyle kaldırılmıştır (Güldoğan, 2006). Bu bağlamda Avrupa Birliği'nin zeytinyağında ithalat rejimi, birçok ülkeye muhtelif preferanslar tanınmasına rağmen ciddi bir biçimde korumacıdır. Nitekim 119/2005 sayılı Tüzük (28.10.2005, OJL) kapsamında hâlen AB'nin Türkiye'den zeytinyağı ithalatına 100 ton kota hakkı tanınmıştır. Bu kota doluncaya kadar değer üzerinden %7.5 oranında vergi alınmakta ve kota dolduktan sonra ton başına 1120.50 Euro gümrük vergisi uygulanması başlamaktadır (EU, 2009).

AB'nin Türkiye'ye uyguladığı gümrük tarifelerine karşın devlet, markalı- ambalajlı zeytinyağı ihracatına, 1997 yılından bu yana kesintisiz olarak teşvik vermektedir. Bu teşvike ve markalı-ambalajlı ihracattan yüksek katma değer elde ediliyor olmasına rağmen ambalajlı ihracatın artmamasının iki

temel nedeni vardır. Birincisi üretim miktar ve kalitesinde yaşanan süreklilik sorunu, diğeri ise Türkiye'nin geçmiş yıllarda karışım (tağışlı) zeytinyağı ihracatı ile dünya zeytinyağı piyasasında oluşturduğu kötü imajdır.

2.2. Gıda Güvenliği ve Kalite Güvence Sistemleri

Gıda güvenliği ve kalite güvencesi, gıda zincirinin her aşamasında " bahçeden-sofraya" kadar "Toplam Kalite Yönetim Sistemleri"nin uygulanması ile sağlanmaktadır. Gıda güvenliğinin sağlanmasında temel tanımlamalar, GAP (İyi Tarım Uygulamaları), Organik Tarım, GlobalGAP (Avrupa Perakendecileri İyi Tarım Uygulamaları Standardı), ISO Serileri (Gıda Güvenliği ve Kalite Yönetim Sistem Standardı) ISO 22000 (Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Standardı) / HACCP (Tehlike Analizinde Kritik Kontrol Noktaları) ve sistem tamamlayıcıları olarak, BRC (Britanya Perakende Konsorsiyumu), IFS (Uluslar arası Gıda Standardı), OHSAS (İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistem Standardı), ISO 14001 Çevre Yönetim Sistem Standardı vb. uygulamalar ile kombine edilmiştir (Çizelge 1).

Bu çerçevede tamamlayıcı uygulamalar, hammadde ve son ürünün mevcut standartlara uygunluğu, işletme ve takım tasarımı, süreç hattı düzenlemesi, iyi uygulama faaliyetleri gibi çok geniş bir cepheden gerçekleştirilen uygunluk kontrolleri olarak da adlandırılmaktadır (Dalgıç ve Belibağlı, 2006). Gıda güvenliği ve kalite güvencesinin sağlanması, bu sistemlerin işletmelerde uygulanmasıyla birlikte sistem etkinliğini azaltan ve potansiyel başarısızlıklara neden olan sebeplerle, uygulamada yaşanan sorunların belirlenerek sektörel bazda tespit edilebilmesiyle mümkün olacaktır. Tüm gıdalar için geçerli olan bu sistemler zeytinyağı pazarlamasında da geçerlidir

Zeytinyağı üretimi zeytin üretimi ile doğrudan ilişkili olduğu için geleneksel tarım teknikleri dışında yer alan organik tarım ve iyi tarım uygulamaları gibi yeni tarım tekniklerinin kullanılması güvenli ve kaliteli zeytinyağı üretiminde ilk adımdır (Çizelge 1). Zeytinyağı kalite sınıflandırılmasında ulusal ve uluslar arası pazarda kullanılan diğeri bir kalite kriteri ise kimyasal analizlerle asitlik tayinidir. Bu sınıflandırma ile zeytinyağı, natürel zeytinyağı, rafine zeytinyağı, riviera zeytinyağı ve çeşnili zeytinyağı olarak adlandırılmaktadır. Son yıllarda gıda güvenliği ve kalite güvencesinin önem kazanmasıyla bu sınıflandırmaya ilaveten, duyuusal analizlerin önemsendiği tadım panelleri oluşturulmuştur. Nitekim bu paneller zeytinyağlarının duyuusal özelliklerine ilişkin kriterleri kapsayan 2007/36 sayılı "Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği" ile Türk Gıda Kodeksi mevzuatında da yer almaktadır (KKG, 2010). Türkiye'nin 1998 yılında Uluslararası Zeytin Konseyi'nden ayrılma kararının ardından ara verilen

tadım paneli eğitimlerine, sivil toplum örgütleri tarafından oluşturulan iki tadım paneli ile tekrar başlanılmıştır. Bu paneller, mevzuatın üç yıllık geçiş süresinin sonunda (Ağustos 2010 tarihine kadar) uygulamaya girmesi ve panellerin Uluslararası Zeytin Konseyi tarafından da onaylanmasının ardından AB ülkelerinde olduğu gibi destekleyici bir kalite kriteri olarak değerlendirilecektir.

Zeytinyağının coğrafi kökenine göre kalitenin belirlenmesi ise bir başka sınıflandırma biçimidir. Nitekim Avrupa Birliği'nde coğrafi işaret uygulamaları Komisyon tarafından kalite politikası olarak adlandırılmaktadır (Güldoğan, 2006) Uygulamada üye devletler tarafından farklılıklar olmakla birlikte coğrafi işaret, üreticiler ve kırsal kalkınma açısından yararlı görülmekte olup, AB'de zeytinyağında kullanılan 88 adet coğrafi işaret vardır (Tekelioğlu ve Demirer, 2008). AB'de kalite garanti sertifikaları içerisinde bulunan PDO, (Protected Designation of Origin) menşe işareti olarak adlandırılan en önemli sertifikadır. Bu sertifika için belirlenen bölgeler içerisinde elde edilen yağlar otuzdan fazla kimyasal analize tabi tutulmakta ve tadım panellerinde koku ve lezzet tanımı yapılmaktadır. Kullanım alanı yaygın olan menşe işareti için aynı bölge ve coğrafi alanda üretilen zeytinden elde edilmesi ve işlenmesi şartı gerekmektedir. Diğeri kalite sertifikası ise coğrafi köken garantisi olan ve PGI (Protected Geographical Indication) olarak adlandırılan mahreç işaretidir. Mahreç işareti verilmiş zeytinin ait olduğu coğrafya dışında da üretilip işlenmesi mümkündür (Ritson, 2006). Türkiye'de, zeytinyağı coğrafi işaret tescilinde bu güne kadar sadece PDO (menşe işareti) kullanılmıştır. Halen tescilli menşe işareti alan üç, başvuruda bulunulan iki zeytinyağı mevcuttur. Bunlardan ikisi Tariş tarafından 2004 yılında alınan Güney Ege Zeytinyağları ve Edremit Körfez Bölgesi Zeytinyağları ile Ayvalık Ticaret Odası tarafından 2005 yılında alınan Ayvalık Zeytinyağı'dır (Gönenç, 2007) (Çizelge 1). Nizip Zeytinyağı için 2009, Aydın Zeytinyağı için 2010 yılında başvuru yapılmıştır.

2.3. Mevzuat ve Sorumlu Kurumlar

Son yıllarda Türkiye'de gıda güvenliği ve kalite çalışmaları, Dünya Ticaret Örgütü-Sağlık ve Bitki Sağlığı Anlaşmasının gereklilikleri ve Avrupa Birliği'ne uyum nedeniyle önem kazanmıştır. Bu nedenle Türkiye şartlarını göz önünde bulunduran ve uluslararası kuruluşların çalışmaları ve tavsiye kararlarını inceleyen temel bir yasa çalışması yapılmıştır. Bu amaçla 1995 yılında 560 sayılı "Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair" Kanun Hükmünde Kararname yürürlüğe girmiştir. Bu kararnamenin yayınlanmasının ardından Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği ve ilgili tebliğler ile denetim yönetmelikleri yayımlanmıştır. Ardından 2004 yılında 5179 sayılı "Gıdaların Üretimi, Tüketimi

Çizelge 1. Türkiye'de Zeytinyağı Pazarlamasında Uygulanmakta Olan Gıda Güvenliği ve Kalite Güvencesi Yönetim Sistemleri ve Sorumlu Birimler

Sistem/Mevzuat Adı ve Belge Geçerlilik Süresi	Oluşumda Yer Alan Kurumlar	Kapsamda Uygulanan Ürün	Uygulanma Alanı	Sorumlu Birimler
GAP (İyi Tarım Uygulamaları) (Türk Gıda Kodeksi: İyi Tarım Uygulamaları Yönetmeliği: 8.09.2004) 1 yıl	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	Dane Zeytin	Zeytin Yetiştiriciliği	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından Yetkilendirilmiş Özel veya Kamu Sertifikasyon Kuruluşları
Organik Tarım (Organik Tarım Kanunu: 3.12.2004) 2-12 ay	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	Dane Zeytin	Zeytin Yetiştiriciliği	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından Yetkilendirilmiş Özel veya Kamu Sertifikasyon Kuruluşları
Coğrafi İşaret (Menşe/Mahreç) Denetimli-Süresiz	Türk Patent Enstitüsü	Zeytinyağı	Zeytin ve Zeytinyağı Üreten İşletmeler/Sivil Toplum Kuruluşları/Kamu Kurumları	Türk Patent Enstitüsü
Türk Gıda Kodeksi: "Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği": 2007/36(2009/63) Denetimli-Tebliğ yürürlükte olduğu sürece (Mevzuat)	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı	Zeytinyağı	Zeytinyağı İşletmeleri, Rafineri ve Dolum Tesisleri ve diğer firmalar	Tarım ve Köyişleri Bakanlığı
TS 341 Denetimli Süresiz Yemeklik Zeytinyağı Standartı	Türk Standartlar Enstitüsü	Zeytinyağı	Zeytinyağı İşletmeleri, Rafineri ve Dolum Tesisleri ve diğer firmalar	Türk Standartlar Enstitüsü
TS EN ISO 22000:2008 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi (HACCP: Tehlike Analizi Kritik Kontrol Noktaları) TSE tarafından uygulanan bu sistem Türk Gıda Kodeksinin 2004 yılında yürürlüğe girmesinden sonra bu bölümde değerlendirilmektedir) 3 yıl	ISO Uluslar arası Standardizasyon Örgütü	Zeytinyağı	Zeytinyağı Üreten İşletmeler Toptancılar, Perakendeciler, servis sağlayıcıları ve hazır yemek firmaları, Ambalaj, makine Temizlik malzemeleri vs.	Türk Standartlar Enstitüsü ve Özel Sektör Sertifikasyon Kuruluşları
TS EN ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi 3 yıl	ISO Uluslar arası Standardizasyon Örgütü	Zeytinyağı	Zeytinyağı Üreten İşletmeler Toptancılar, Perakendeciler, servis sağlayıcıları ve hazır yemek firmaları, Ambalaj, makine Temizlik malzemeleri vs.	Türk Standartlar Enstitüsü ve Özel Sektör Sertifikasyon Kuruluşları
BS EN ISO 22000:2005 3 yıl	ISO Uluslar arası Standardizasyon Örgütü	Zeytinyağı	Zeytinyağı İşlenmesi ve Paketlenmesi	Özel Sertifikasyon Kuruluşları
GlobalGAP:1997 Avrupa Perakendecileri İyi Tarım Uygulamaları Standardı En fazla 1 yıl	Avrupa Perakendecileri	Zeytin	Zeytin Yetiştiriciliği	Özel Sektör Sertifikasyon Kuruluşları

Avrupa Birliği Zeytinyağı Standardı EU-Regulation (EC) 1019/2002- Marketing Standards Regulation Denetimli (Mevzuat)	Avrupa Birliği	Zeytinyağı	Zeytinyağı İşletmeleri ve ilgili işletmeler	Avrupa Birliği
Uluslararası Zeytinyağı Standardı IOOC-1996- IOC Trade Standards. Denetimli (Mevzuat)	Uluslararası Zeytinyağı Konseyi	Zeytinyağı	Zeytinyağı İşletmeleri ve ilgili işletmeler	Uluslararası Zeytin Konseyi
BRC:2005 İngiliz Perakendecilik Konsorsiyumu Standardı 1 yıl	BRC İngiliz Perakendeciler Birliği	Zeytinyağı	Zeytinyağı Üreten ve Pazarlayan İşletmeler, Perakendeciler, Toptancılar vb.	Özel Sektör Sertifikasyon Kuruluşları
IFS:2000 Uluslararası Gıda Standardı 1yıl	IFS Avrupa Ülkeleri (Almanya, Fransa, İspanya, İsviçre vb. Perakendeciler Birliği)	Zeytinyağı	Zeytinyağı Üreten ve Pazarlayan İşletmeler, Perakendeciler, Toptancılar vb.	Özel Sektör Sertifikasyon Kuruluşları
SQF:2004 Güvenli Kaliteli Gıda Programı 1 yıl	SQF Amerikan Perakendeciler Birliği	Zeytinyağı	Zeytinyağı Üreten ve Pazarlayan İşletmeler, Perakendeciler, Toptancılar vb..	Özel Sektör Sertifikasyon Kuruluşları
FDA Registrar Corp 1 yıl	ABD Gıda ve İlaç Yönetimi	Zeytin ve Zeytinyağı	Zeytinyağı Üreten ve Pazarlayan İşletmeler, Perakendeciler, Toptancılar vb..	Özel Sektör Sertifikasyon Kuruluşları
TS OHSAS 18001:2004 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi 3 yıl	TSE Türk Standartları Enstitüsü	Zeytin ve Zeytinyağı	Zeytinyağı Üreten ve Pazarlayan İşletmeler, Perakendeciler, Toptancılar vb.	TSE ve Özel Sektör Sertifikasyon Kuruluşları
TS EN ISO 14000:2004 Çevre Yönetim Sistemi 3 yıl	ISO Uluslar arası Standardizasyon Örgütü	Zeytinyağı	Zeytinyağı Üreten İşletmeler Toptancılar, Perakendeciler, servis sağlayıcıları ve hazır yemek firmaları, Ambalaj, makine Temizlik malzemeleri vs.	TSE ve Özel Sektör Sertifikasyon Kuruluşları
TS ISO/IEC 27001:2006 Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi 3 yıl	ISO Uluslar arası Standardizasyon Örgütü	Zeytin ve Zeytinyağı	Zeytinyağı Üreten ve Pazarlayan İşletmeler, Perakendeciler, Toptancılar vb.	TSE ve Özel Sektör Sertifikasyon Kuruluşları
ISO/IEC 17025:2005 Deneysel ve Kalibrasyon Laboratuvarlarının Akreditasyonu 3 yıl	ISO Uluslar arası Standardizasyon Örgütü	Zeytin ve Zeytinyağı	Sofralık Zeytin, Zeytinyağı, Pirina Yağın da Kimyasal ve Fiziksel Analizler yapan analizleri Laboratuvarlar	Türk Akreditasyon Kurumu

Kaynak: Yazar tarafından özel görüşmeler den yararlanılarak hazırlanmıştır.

ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkındaki Kanun” kabul edilmiştir. Türkiye halen gıda ve kalite güvencesi çalışmalarını, 5179 sayılı Gıda Kanunu çerçevesinde yayımlanan yönetmelik ve tebliğlerle, Dünya Ticaret Örgütü (WTO)/ Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)/ Codeks Alimentarius ve Avrupa Birliği (EU) gereklilik/şartları ile uyumlaştırarak sürdürmektedir.

Zeytinyağında gıda güvenliği diğer tarım ürünlerinde olduğu gibi ilk kez 1995 tarih ve 560 Sayılı Kararname ile yasallaştırılmıştır. Bu mevzuat gereği zeytini yağa işleyen işletmelere çalışma izinlerinin verilmesi ve bu ürünlerin satıldığı satış noktalarındaki denetimler Sağlık Bakanlığı tarafından, üretim yerlerinin denetimi, üretim izinlerinin verilmesi, ithalat ve ihracat kontrolleri ise Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından yürütülmüştür. Fakat yetki ve denetimin farklı iki Bakanlık tarafından yürütülmesi zaman ve finansal açıdan kayıplara neden olmuş ve bu kararname yetersiz kalmıştır (Süslü, 2004). Son uygulama, 2004 tarih ve 5179 sayılı Kanun gereği, üretim ve denetimin çok disiplinli bir konu olması ve uluslararası değişimlere uyum sağlanması için sular hariç olmak üzere gıda maddeleri (sofralık zeytin/zeytinyağı) ile temasta bulunan madde ve malzemelerin üretildiği, satışa ve toplu tüketime sunulduğu iş yerlerinin denetim ve kontrolü ithalat ve ihracat kontrolleri olmak üzere tüm denetimler Tarım ve Köyişleri Bakanlığı sorumluluğunda toplanmaktadır. Ayrıca zeytinyağı ihracatında Dış Ticaret Müsteşarlığı TS 341 “Yemeklik zeytinyağı standart” belgesini zorunlu olarak istemektedir (TBMM, 2008)

Zeytinyağı üretiminde gıda güvenliği ve kalite güvence uygulamaları zeytinyağı işletmelerindeki üretim ile başlamaktadır. Bu nedenle işletmelerin üretime başlamaları için 2004 tarihli 5179 sayılı Gıda Kanun gereği alınması gereken dört belge vardır. Bunlardan ikisi Tarım ve Köyişleri Bakanlığının izni ile alınan “Çalışma İzni ve Gıda Sicil Belgesi ile Gıda Üretim İzin Belgesi” diğerleri ise eğer işletme il sınırları içerisinde ise Belediye, ilçede ise Özel İdare Müdürlüğü, Organize Sanayi bölgelerinde ise Organize Sanayi Müdürlükleri'nden alınan “Gıda Üreten İşyerlerine Ait Çalışma İzni”/Gayri Sıhhi Müessese yani iş yeri açma ve çalışma ruhsatı (GSM) belgesi ile Türk Patent Enstitüsü'nden alınan “Marka Tescil Belgesi”dir. Bu dört belge zeytinin yağa işlenmesinde işletmenin gıda güvenliğine uygun üretim yapacağına teminatını/garantisini veren ve alınması zorunlu belgelerdir. Bu belgeler dışında TSE tarafından verilen “İmalatta Yeterlilik Belgesi” ile Tarım ve Köyişleri tarafından verilen “Gıda Sağlığı İthalat ve İhracat Kontrol Belgesi” ise işletmenin/firmanın iç piyasada alım ihalelerine katılıyor olması ya da dış piyasaya ürün vermesi durumunda isteğe bağlı olarak alınan belgelerdir. Bahsedilen bu belgelerin hepsi, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı -5179 Sayılı Kanun, İçişleri Bakanlığı 5393

Sayılı Belediye Kanunu ve 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ile 5302 Sayılı İl Özel İdare Kanunları çerçevesinde geçerlilik kazanmaktadır.

Zeytinyağı, işlenmiş tarımsal ürünler içerisinde yer alan bir ürün olduğu için zeytinyağı üreten işletmeler için gıda güvenliği kalitenin; kalite de iç ve dış piyasada rekabetin garantisidir. TS 341 “Yemeklik Zeytinyağı Standardı”, 1967 yılından bu yana uygulamada olan kalite standardıdır (TSE, 2010). Bu standart, 1998 yılından itibaren Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından iç piyasada uygulanmaya başlanılan Türk Gıda Kodeksi 2007/36 tebliğine kadar, kalite anlamında kullanılan tek ulusal belge olmuştur (TBMM, 2008) (Çizelge 1). Türk Gıda Kodeksi mevzuatı kapsamında yer alan 2007/36 no'lu “Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği” ürün tanımlamaları ve gıda güvenliği kriterlerini içermektedir.

Halen Türkiye'de zeytinyağının iç piyasada gıda güvenliği ve kalitesi, Türk Gıda Kodeksi 2007/36 sayılı “Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği” ve TS 341 “Yemeklik Zeytinyağı Standardı” belgeleri ile sağlamaktadır. Türk Gıda Kodeksi kapsamında yer alan 2007/36 nolu “Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği” Avrupa Birliği mevzuatı gereği, AB direktifleri ile sürekli olarak yenilenmektedir. Nitekim “2007/36 nolu Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği” 2009 yılı haziran ayında tekrar görüşe açılmış, 08.01.2010 tarih ve 27456 sayılı Resmi Gazete'de yapılan değişiklik ile 2009/63 no ile yayımlanmıştır.

Türkiye'nin zeytinyağı dış satımında gıda güvenliği ve kaliteyi belirleyen üç standart vardır. Bunlardan biri Türkiye'den ihraç edilen zeytinyağlarında alıcı ülkenin talebine bağlı olmaksızın ihracatçılardan zorunlu olarak istenilen TS 341'dir. Diğerleri ise alıcı ülke taleplerine bağlı olarak kullanılan IOC (Uluslararası Zeytin Konseyi) ve AB (Avrupa Birliği) zeytinyağı standartlarıdır. IOC ile AB standartları birbirleri ile bütünleşmiş standartlar olmakla birlikte, IOC standardı AB standardına göre daha çok tercih edilen ve dünyada kabul görmüş bir standarttır (Tunahoğlu, 2009).

Türkiye'nin zeytinyağı dış ticaretinde gıda güvenliği ve kalite güvence standartlarının uygulanmasında temelde iki kurum sorumludur. Bunlardan, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı; zeytinyağının iç ve dış pazarda ticaretini yapan şahıs/firmanın gıda güvenliği uygulamalarının kontrol, analiz ve denetiminde yetkili kurum iken, Dış Ticaret Müsteşarlığı-Dış Ticarete Standardizasyon Genel Müdürlüğü tarafından Dış Ticarete Teknik Düzenlemeler ve Standardizasyon Yönetmeliği dikkate alınarak zorunlu standart denetimleri yapılmaktadır. Dış Ticaret Müsteşarlığı aynı zamanda kalite belgesi olarak kabul edilen, TS 341 “Yemeklik Zeytinyağı Standardı”nı, ihracatta zorunlu olarak talep etmektedir. Bu zorunlu uygulamanın amacı geleneksel tarım ürünlerinin dış ülkelerdeki itibarını muhafaza etmek ve istikrarlı pazarlar yaratmaktır.

DTM, başka yağların zeytinyağına karıştırılarak (tağşiş), yağ kalitesi ve sağlıklı tüketimin engellenmesi dahası da ülke itibarı zedelenmemesi gerekçesi ile ihracatta alıcı ülke isteğine bağlı olmaksızın zorunlu kalite denetimini üstlenmiştir.

3. SONUÇ VE TARTIŞMA

Günümüzde tarım ve gıda ürünleri pazarlamasında gıda güvenliği ve kalite güvencesi oldukça önemsenen bir konudur. Çünkü bir yandan dünya nüfusu, bir yandan da gelir düzeyi yüksek, sağlıklı ve uzun yaşam istekliliği olan insan sayısı artmaktadır. Bu insanların güvenli ve kaliteli beslenme talepleri ancak yasal düzenlemelerle sağlanmaktadır. Dünya Gıda ve Tarım Örgütü ve Dünya Ticaret Örgütü başta olmak üzere Avrupa Birliği tarafından oluşturulan bu yasal düzenlemelere, ulusal bazda uyum kuşkusuz uzun ve zor bir süreç gerektirmektedir. Ancak dünya ticaretinde söz sahibi ülkeler, uluslararası rekabetin ancak bu şartlarla mümkün olduğunun bilinciyle bu düzenlemelere hızlı bir şekilde uyum göstermektedirler.

Zeytinyağı, Akdeniz beslenme piramidinin en önemli unsurlarından biri olması nedeniyle ve söz konusu yasal düzenlemelere uyum sağlamakta olan bir üründür. Türkiye, dünyanın önemli zeytin üreticisi ülkelerinden biri olarak dünya zeytinyağı pazarındaki rekabet gücünü, farklılaşan tüketim eğilimlerini dikkate alarak değerlendirmek zorundadır.

Bu konuda en olumlu yaklaşım zeytinyağının, AB müzakereleri, DTÖ taahhütleri/FAO (Codex Alimentarius) kapsamında Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından uygulanmaya başlanılan "Ulusal Türk Gıda Kodeksi" mevzuatı kapsamında değerlendirilmesidir. Nitekim ulusal kodeks kapsamında güvenli ve kaliteli zeytinyağı üretimi için esas alınan 'Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği' Codex Alimentarius kapsamında, AB ve IOC standartları çerçevesinde sürekli yenilenmektedir. Diğer yandan uzun yıllar zeytinyağı üretim ve pazarlamasında tek kalite belgesi olarak kullanılan TS 341 "Yemeklik Zeytinyağı Standardı" da aynı mevzuat ve standartlarla uyumlaştırılmaktadır. Bu uyum çalışmaları sonucunda zeytinyağının gıda ve kalite güvence kriterleri sadece kimyasal analizlerle değil, duyu analizlerle de (tadım panelleri) desteklenmektedir.

Önemli bir konu ise daha önce farklı kurumlar tarafından yürütülen gıda güvenliği çalışmalarında sorumluluğun tek bir adreste yani Tarım ve Köyişleri Bakanlığı yetkisinde, kalite güvence sistem belgelerinin uygulanması ve denetlenmesinin ise Türk Standartlar Enstitüsü, Türk Patent Enstitüsü ve Türk Akreditasyon Kurumu vb. özel belgelendirme kuruluşları arasında paylaşılmış olmasıdır.

Gıda güvenliğinin yasalara zorunlu, kalitenin müşteri beklentisi ve ihtiyaçlarına uygun olarak değişen bir olgu olduğu bilinmektedir. Fakat günümüz

pazarlama koşullarında özellikle de markalı ve ambalajlı üründe ikisinin birlikte değerlendirilmesinin satış güvencesi olduğu kabul edilmektedir. Türkiye, zeytinyağı pazarlamasında (iç/dış) rekabet edebilmek için güvenli ve kaliteli üretim yanında bu üretimde süreklilik ile yüksek katma değer sağlanacak bir yaklaşımı benimsemek zorundadır. Türkiye'nin bu yaklaşımı benimsemekte gecikmesi demek, iç pazarda diğer bitkisel yağlarla olan rekabeti kaybetmesi, dünya piyasasında ise Tunus, Suriye vb. ülkeler gibi Avrupa Birliği'nin dökme zeytinyağı kurumu olmaya devam etmesi demektir. Türkiye'nin en büyük dış satım piyasası olan Avrupa Birliği kendi pazarını, markalı-ambalajlı Türk zeytinyağlarına karşı yüksek orandaki gümrük vergileri ve kota ile sıkı bir biçimde korumasına karşılık ve Türkiye'de devletin markalı-ambalajlı zeytinyağı ihracatını teşvik etmesine rağmen hala dökme zeytinyağı ihracatına devam edilmesindeki en önemli neden zeytinyağının miktar ve kalitesinde yaşanan süreklilik sorunudur. Türkiye maalesef bugün aynı kalitede ve yeterli miktarda zeytinyağını depolayarak ve sürekli olarak piyasaya arz edememektedir. Bu şartların düzeltilmesi ancak AB'nin önemli zeytinyağı üretici ülkelerinde olduğu gibi zeytin üreticilerinin etkin olarak örgütlenmeleri gibi yapısal iyileştirmelerle mümkündür. Bu konuda en doğru yaklaşım Tarım Kanunu içerisinde yer alan Lisanslı Depoculuk sisteminin bir an önce zeytinyağında uygulanmasıdır.

Diğer yandan Türkiye dünya zeytinyağı pazarında hak ettiği konumda değildir. Türkiye zeytinyağı sektörü gelecek yıllarda ya yeni pazarlar edinmeli ya da AB üyeliği ile elde edilecek ulusal garanti kotasından yararlanmalıdır. Türkiye, AB üyeliği ile birlikte artan talep ya da yeni pazarlar karşısında, rekabet gücünü devam ettirebilmek için bugün uygulamakta olduğu gıda güvenliği mevzuatları ve kalite güvence sistemlerini daha yaygın ve sürekli bir biçimde uygulamak zorundadır.

Türk zeytinyağının uluslararası piyasada gıda güvenliği ve kalite güvence sistemleri uygulanarak üretilmesi, katma değer oluşturmasında kuşkusuz en önemli dayanak olacaktır.

KAYNAKLAR

- Aşçı, S., Giray, F.H., Koç, A. 2009. AB Üyeliğinde Türkiye'nin Zeytinyağı Sektöründe Kalite Açısından Rekabet Gücü, Tarım 2015: Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu. Yaşar Üniversitesi, 29 Mayıs 2009. İzmir, s.7
- Çobanoğlu, F., 2007. Türkiye Kuru ve Taze İncir Üretim, İç ve Dış Pazarlamasında Bazı Kalite Güvence Sistemlerinin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, s.52
- Dalgıç, A., C. Belibağlı, K.B. 2006. Gıda Güvenliği ve Kalite Yönetim Sistemleri Entegrasyonu: ISO 22000:2005 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi ve ISO 9000: 2000 Kalite Yönetim Sistemi Uygulamaları. Türkiye 9.Gıda Kongresi Kitabı, Gıda Teknolojisi

- Derneği Yayın No:33, syf.7-14.
- Dölekoğlu, Ö. C. 2003. Tüketicilerin İşlenmiş Gıda Ürünlerinde Kalite Tercihleri, Sağlık Riskine Karşı Tutumları ve Besin Bileşimi Konusunda Bilgi Düzeyleri: Adana Örneği, TEAE. Yayın No:105. Temmuz. 2009, Ankara
- EİB, 2009. www.egebirlık.com. (Erişim: 30 Temmuz 2009)
- EU, 2009. http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi. (Erişim:14 Aralık 2009)
- FAO, 2009. www.fao.org, (Erişim: 8 Nisan 2009)
- Gönenç. S., 2007. Gıda ve Tarım Sektöründe Coğrafi İşaret Korumasını Etkileyen Faktörler. Gıda Mühendisliği Dergisi, Yıl: 10, Sayı: 25, 4554, Ankara.
- Güldoğan, E., 2006. Avrupa Birliği'nde Zeytin ve Zeytinyağı reformu ve Türkiye'nin Topluluk Müktesebatına Uyumu, Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu ve Sergisi. TMMOB. Kimya Mühendisleri Odası. Ege Bölge Şubesi, İzmir s:121-147.
- IOOC, 2009. www.internationalolive.org, (Erişim 8 Nisan 2009)
- Ritson, C.Q.2006. Eyewitness Companions Olive Oil "A.Dorling Kinderley Book. 2006 İngiltere
- Süslü, A.H. 2004. Türkiye'de ve Dünyada Gıda Denetim Sistemleri ve Yeni Yaklaşımlar. 3. Gıda Mühendisliği Kongresi Paneller. Şubat 2004-Ankara
- Tekelioğlu, Y., Demirer, R., 2008. 'Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye" Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı, Akdeniz Üniversitesi, İ.İ.B.R, Gazi Kitabevi, Ankara, s. 715-730.
- TBMM, 2008. 23. Dönem. (11.03.2008- 11.07.2008). Türkiye Büyük Millet Meclisi Zeytin ve Zeytinyağı İle Diğer Bitkisel Yağların Üretiminde ve Ticaretinde Yaşanan Sorunların Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan (10/27, 34,37, 40,102) Esas Numaralı Meclis Araştırması Komisyon Raporu -Ankara
- Tunalıoğlu, R., 2009. Quality and Food Safety of Turkey's Olive Oil Exports by the Role of Institutional Structure. 12-16 Mayıs 2009- Expoliva XIV Scientific-Technical Symposium. Jaen-İspanya
- WTO, 2009. www.wto.org, (Erişim: 25 Mayıs 2009)
- KKGM, 2010. www.kkgm.gov.tr, (Erişim: 6 Mart 2010) Türk Gıda Kodeksi 'Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliğinde Değişiklik Yapılması Hakkında Tebliğ' 2009/63-08.01.2010-27456 sayılı resmi gazete
- TSE, 2010. www.tse.org.tr, (Erişim: 5 Mart 2010) TS 341 Yemeklik Zeytinyağı Standardı (TST 341 olarak 04.03.2010-.05. 2010 tarihleri arasında görüşe açılmıştır)
- Özel Görüşmeler
- Ataman, P, 2010. Gıda Mühendisleri Odası Önceki Başkanı, Ankara
- Eken, Ş. 2010. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Ankara
- Gürel, A. N. 2009. Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği Başkan, İzmir
- Karaman, A. D. 2010. ADÜ. Ziraat Fakültesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, Aydın
- Özkan, N. 2009. Verde Yağ ve Besin Maddeleri. Sanayi ve Ticaret A.Ş. Kalite Güvence Müdürü, İzmir

Sorumlu Yazar

Renan TUNALIOĞLU

rtunalioğlu@adu.edu.tr

Geliş Tarihi :19.09.2009

Kabul Tarihi :19.04.2010

ADANA İLİNDE ERKENCİ PATATES ÜRETEEN TARIM İŞLETMELERİNİN SOSYO EKONOMİK YAPISI VE SORUNLARI*

Naciye TOK¹, Müge Kantar DAVRAN²

ÖZET

Bu araştırmada, Adana İli'nde erkenci patates üreten tarım işletmelerinin sosyo-ekonomik yapısı ve sorunları incelenmiştir. Araştırmada erkenci patates üreten 64 işletmeden yüz yüze görüşme (mülakat) yoluyla 2009 yılına ait veriler toplanarak, işletme büyüklük gruplarına göre analiz edilmiştir. Tüm görüşmeler araştırmacılar tarafından 2009 yılında yapılmıştır. İşletmelerin ortalama arazi genişliği 137.4 dekar olarak bulunmuştur. Toplam arazinin %73.9'unda patates üretimi yapılmaktadır. Araştırma alanında ortalama parsel sayısı 3.6, ortalama parsel genişliği 38.4 dekar'dır. Mevcut işlenen arazilerin % 54.4'ü mülk araziden oluşmaktadır. İşletmelerde ortalama işgücü miktarı 3.75 EİB'dir. Sermaye dağılımı oldukça dengesiz olup, aktif sermaye içerisinde çiftlik sermayesi oranı %94.1, işletme sermayesinin oranı ise %5.9'dur. Kullanılan yabancı sermaye oranı %24.6'dır. İşletmelerde ortalama GSH 217 658 TL iken, dekara GSH 1 584 TL, ortalama tarımsal gelir 72 457 TL, aile geliri 80 391 TL'dir. Üreticilerin, erkenci patates üretiminde fiyat, pazarlama, ürün ve üretimle ilgili olmak üzere dört konuda yoğunlaşan önemli sorunları bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Erkenci Patates, Tarım İşletmeleri, Adana

Socio-Economic Structure and Problems of Agricultural Enterprises Producing Early Potato in Adana Province

ABSTRACT

In this study, socio-economic structure and problems of agricultural enterprises producing early potato in Adana province were investigated. Data were obtained by means of personal (face to face) interview from 64 enterprises and analyzed according to the size of enterprises. All interviews were done by the researchers in 2009. Average land size is found as 137.4 dekar (13.74 ha). Potatoes production area is conducted 73.9% of total land. Average parcel number per farm is 3.6 and average parcel size is 38.4 in the research area. 54.4% of total land has owned land status. Average labor force per farm is 3.75 manpower units. Capital distribution is unbalanced. Farm capital rate is 94.1% and working capital rate is 5.9% in total active capital. Foreign capital rate is 24.6%. Gross domestic product was found as 217.658 TL and gross domestic product per dekar is 1.584 TL. Average agricultural income and family income are found as 72.457 TL and 80.391 TL respectively. Producer' problems in early potato production are summarized as price, marketing, product and production processes.

Key Words: Early Potato, Agricultural Enterprises, Adana

1. GİRİŞ

Patates, anavatanı Güney Amerika olan bir bitkidir. Türkiye'ye yaklaşık yüz elli yıl kadar önce doğu illerine Kafkaslardan ve batı bölgelerine ise Avrupa'dan gelmiştir. Çeşitli iklim koşullarına kolaylıkla uyum sağladığı için, dünyanın pek çok bölgesinde ekonomik olarak yetiştirilebilmektedir (TBMM, 2004).

Birim alandan yüksek kuru madde üretimi sağlaması yanında, yumrularından nişasta halinde karbonhidrat, protein, vitaminler ve demir gibi önemli besin maddelerini içeren patates, insanlar tarafından tercih edilen ve tüketilen önemli bir besin kaynağıdır. Kullanım alanının geniş olması, hemen her çeşit iklim bölgesinde yetişebilmesi, birim alandan fazla ürün alınması, besin değerinin yüksek oluşu, sindiriminin kolaylığı ve birim fiyatının ucuzluğu gibi nedenlerle, bütün dünya ülkeleri tarafından üretilmekte ve insanlar tarafından tüketilmektedir. Türkiye'de

çoğunlukla yemeklik çeşitler üretilmektedir, ancak son yıllarda sanayiye yönelik çeşitlerin üretiminde de önemli artışlar olmuştur (Zaimoğlu vd., 2005).

Patates bir çapa bitkisi olduğu için, ekim nöbeti içerisinde önemli bir yere sahiptir. Ayrıca yetiştirildiği bölgelerde birim alandan en yüksek getiriye sahip olduğu için de üretici açısından önemli bir gelir kaynağıdır. Dünyada kişi başına gıda amaçlı patates tüketimi 33.4 kg iken, aynı dönemde Türkiye'deki kişi başına patates tüketimi ise 43.2 kg olarak gerçekleşmiştir (Arioğlu vd., 2006).

Türkiye'de yıllar itibariyle patates ekiliş alanları ve veriminde önemli artışlar olmuştur. Bu artışlar özellikle verimde ve bunun sonucu olarak da üretim miktarında sağlanmıştır. 1960 yılında 147 000 hektar olan ekiliş alanı 2004 yılında 200 000 hektara ulaşmış; toplam üretim miktarı 1,4 milyon tondan 4.7 milyon tona çıkmıştır. Verim ise dekar başına 0.9 tondan, 2.8 tona yükselmiştir. Türkiye dünya patates üretiminin yaklaşık %2'sini karşılamaktadır (FAO, 2009).

* Bu çalışma, Çukurova Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından desteklenen "Adana İlinde Erkenci Patates Üreten Tarım İşletmelerinin Sosyo- Ekonomik Yapısı ve Toplumsal Cinsiyet Yapılanması" isimli projenin (ZF-2007/ BAP-22) verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

¹ Adnan Menderes Üniversitesi Atça Meslek Yüksekokulu, 09650, AYDIN.

² Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, 01330, ADANA.

Türkiye'nin hemen her yöresinde, yılın belirli dönemlerinde patates üretimi mümkün olmakta, Nisan ayından başlayarak, Aralık ayı sonuna kadar patates hasadı devam etmektedir. Ege, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde ise ana ürün olarak yetiştirilmektedir. Türkiye'de yetiştirilen patateslerin büyük bir kısmı yemeklik olarak tüketilmekte, çok az bir kısmı ise sanayide değerlendirilmekte ve tohumluk olarak kullanılmaktadır (Arıoğlu, 2002).

Türkiye'de patates üretimi sürekli bir artış göstermektedir. İklim ve coğrafi bölgeler dikkate alındığında, Türkiye'deki patates üretim alanlarını iki grupta toplamak mümkündür. Bunlardan birincisi, erkenci patates üretim alanıdır; bu alan içerisinde Akdeniz, Ege ve Karadeniz Bölgeleri yer almakta, bu alanlardaki üretimin büyük bir kısmı ise İzmir ve Adana'da gerçekleştirilmektedir. İkincisi ise, ana üretim alanı olup, temel olarak Orta ve Doğu Anadolu Bölgesini içermektedir. Bu bölgelerde en fazla patates üretimi yapan iller, Niğde, Nevşehir ve Erzurum'dur.

Türkiye, AB ülkelerine erkenci (turfanda) patates dışsatımı açısından önemli avantaja sahiptir. Erkenci patatesin hasat döneminde Türkiye ve Avrupa pazarlarında patates miktarı iyice azalmakta ve dışsatım avantajlı olmaktadır. (Engindeniz ve Karakuş; 2008).

Erkenci patatesin son yıllarda Avrupa'ya dışsatım olanaklarını değerlendirebilen bazı özel firmalar, bu bölgelerde sözleşmeli tarım uygulamalarına başlamışlardır. Ancak, yeterli olmayan bu üretim yeterince teşvik edilmemektedir.

Bu çalışmada, Adana'da erkenci patates üretimi yapan işletmelerin sosyo-ekonomik yapılarının incelenmesi ile işletmelerin mevcut sorunlarının belirlenmesi ve sorunlara yönelik çözüm önerilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

2.MATERYAL ve YÖNTEM

Araştırmanın ana materyalini Adana İli'nde erkenci patates üreten tarım işletmelerinden karşılıklı görüşme yoluyla elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Bu çerçevede toplam patates ekim alanlarının %95'inin bulunduğu, Yüreğir, Seyhan, Ceyhan ve İmamoğlu ilçeleri araştırma alanı olarak belirlenmiştir. Araştırma alanını temsil edebilecek köyleri seçebilmek için Yüreğir, Seyhan, Ceyhan ve İmamoğlu Tarım İlçe Müdürlükleri kayıtları ile teknik elemanların ve yörede patates üretiminde söz sahibi olan üreticilerin görüşleri dikkate alınmıştır. Bu görüşler doğrultusunda belirlenen köylere ait patates üretimi yapan tarım işletmelerinin tam sayımı ile çerçeve liste elde edilmiştir. Elde edilen çerçeve listeye "Tabakalı Örneklem Yöntemi" uygulanmıştır. Bu yöntemde esas olarak; her tabakanın ortalaması, varyansının ağırlıkları dikkate alınarak tabakaların tamamı için tek bir örnek hacmi belirlenir (Çiçek ve Erkan, 1996).

Tabakalı örneklem yöntemi göre örnek

hacmi aşağıdaki eşitlikten elde edilebilir:

$$n = \frac{(\sum NhSh)^2}{n^2 D^2 + \sum NhSh^2}$$

Burada;

n = örnek hacmi

Nh = h'inci tabakadaki birim sayısı (frekans)

Sh = h'inci tabakanın standart sapması

N = toplam birim sayısı

D² = Düzeltme faktörü

Z² = izin verilen güvenlik sınırının Z tablo değeridir.

%95 güven aralığında ortalamadan %5 sapma ile örnek hacmi 58 olarak belirlenmiştir. Ancak araştırmanın güvenilirliği bakımından örnek hacminin % 10'u kadar (6 adet) yedek anket örnek hacmine ilave edilmiş ve örnek hacmi 64 olarak belirlenmiştir.

Anakitleyi temsil edebilecek uygun tabaka sınıflarının ve örnek hacminin bulunması amacıyla alternatif modeller incelenmiş ve işletmelerin patates ekim alanları baz alınarak dört tabaka üzerinde çalışılması uygun görülmüştür. 1-50 da arazi genişlik grubundaki işletmelerden 18, 51-150 da arazi genişlik grubundaki işletmelerden 29, 151-300 da arazi genişlik grubundaki işletmelerden 11 ve 301 da ve üzeri arazi genişlik grubundaki işletmelerden 6 işletmeyle görüşülmüştür.

Çalışmada, araştırma alanında uygulanan anketlerin ayrı ayrı dökümleri ve analizleri yapılmıştır. Çeşitli veri toplama araçları ya da teknikler kullanılarak toplanan verilerin analizinde pek çok istatistiksel paket program kullanılmaktadır. Sosyal bilim araştırmacıları tarafından yaygın olarak kullanılan istatistik paket programları kullanılmıştır. Verilerin analizinde frekans dağılımları ve özet çizelgeler hazırlanmıştır.

İşletmelerin sosyo- ekonomik yapıları (arazi kullanımı, ürün deseni, eğitim durumu, nüfus ve işgücü durumu) sermaye yapıları, faaliyet sonuçları analiz edilmiştir.

Araştırma bulguları dört başlık altında verilmiştir. Birinci bölümde; incelenen işletmelerin ve faaliyetlerinin analizinde ilk olarak işletmecilerin sosyo-ekonomik yapıları içinde arazi, nüfus ve işgücü varlıkları incelenmiştir. İşletmelerin nüfus durumu; yaş grupları, cinsiyet ve eğitim durumlarına göre ayrı ayrı incelenmiştir. Tarım işletmelerinde çalışabilir yaşta olan nüfus, 7 ve daha yukarı yaşta olanlardır. Bu nüfus miktarından eğitim, devamlı hastalık, askerlik gibi nedenlerle çalışamayanların sayısı çıkarılarak çalışan nüfus sayısı hesaplanmıştır. İşgücü miktarı ise, bölgede çalışılabilir gün sayısı dikkate alınarak, Erkek İş Günü (EİG) cinsinden ifade edilmektedir. Tarım işletmelerinde çalışabilir yaşta olan nüfusu, diğer bir deyişle, mevcut aile işgücünü EİB'ne çevirmede 07-14 yaşları için (erkek-0.50, kadın-0.50), 15-49 yaşları için (erkek-1.00, kadın-0.75), 50+ yaşları için (erkek-0.75, kadın-0.50) katsayıları kullanılmıştır (Karagölge, 2001).

İkinci bölümde; işletmelerin sermaye miktar ve bileşimlerinin ortaya konulmasında, sermayenin fonksiyonlarına göre sınıflandırılması esası kullanılmıştır. İşletmelerin aktif sermayesi; toprak, toprak ıslahı, bitki ve bina sermayelerinden oluşan çiftlik sermayesine, alet ve makine, hayvan, malzeme ve mühimmat ile para sermayelerinden oluşan işletme sermayesi eklenerek bulunmuştur. İşletmede özsermaye, aktif sermayeden borç ve borç faizleri ile kiraya tutularak işlenen arazi sermayelerinin toplamından oluşan yabancı sermayenin düşülmesiyle hesaplanmıştır.

İşletmelerin sermaye yapıları ortaya konduktan sonra üçüncü bölümde, işletme faaliyet sonuçlarının analizi yapılmıştır. Bu bölümde Gayrisafi üretim değeri (GSÜD), sabit masraf (SM) ve değişen masraflardan (DM) oluşan işletme masrafları (İM), brüt kar (BK), gayrisafi hasıla (GSH), tarımsal gelir (TG) ve aile geliri (AG) hesaplanmıştır. Dördüncü ve son bölümde ise işletmelerin karşılaştığı sorunlara yer verilmiştir.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1. İşletmelerle İlgili Genel Bilgiler

Araştırma kapsamında ele alınan işletmelerin, ortalama işletme genişliği ve patates arazilerinin toplamdaki payı hesaplanmıştır. Buna göre; işletmelerin ortalama işlenen arazi genişliği 137.4 dekar, ortalama patates arazisi 101.5 dekar'dır. İncelenen işletmelerde, patates arazisinin işlenen arazi içindeki payı %73.9'dur.

İncelenen işletmelerde ortalama parsel sayısı 3.6, ortalama parsel genişliği 38.4 dekar olarak bulunmuştur. İncelenen işletmelerde ortalama işletme arazisinin %54.4'ünü mülk, %36.3'ünü kira ile işlenen araziler oluştururken, %9.3'ünü ortağa tutulan araziler oluşturmaktadır. Ortalama ekim alanının %67.8'i patates, %8.1'i buğday, %8.1'i ikinci ürün mısır, %7.7'si birinci ürün mısır, %2.6'sı narenciye, %3.3'ü soğan ve %0.9'u karpuzdur.

İşletmelerde, nüfusun yaş gruplarına ve cinsiyete göre durumu incelenmiş ve patates yetiştiren işletmelerde ortalama nüfus miktarı 4.33 kişi olarak bulunmuştur.

Ortalama nüfus tabakalara göre incelendiğinde 4.00 ile 4.44 kişi arasında değişmektedir. Yapılan varyans analizi sonucuna göre tabaka ortalamaları arasında önemli bir farklılık yoktur. Oransal olarak incelendiğinde, işletme ortalamasında nüfusun %45.51'i kadın, %54.49'u erkektir. Nüfus yoğunluğu en yüksek 15-49 yaş grubunda, en düşük 0-6 yaş grubunda görülmektedir.

Ekonomik faaliyetlerin temelinde insan faktörü bulunmaktadır. İnsan faktörünün işletme düzeyinde ve ülke düzeyindeki başarısı, eğitim düzeyine bağlıdır. İncelenen işletmelerdeki işletmecilerin eğitim durumuna ait bilgiler de yer verilmiştir. Buna göre, incelenen işletmelerde işletmecilerin %51.6'sı

ilkokul, %10.9'u ortaokul, %17.2'i lise ve %10.9'u üniversite mezunudur. Okur- yazar olanların oranı ise %9.4'tür. İşletmelerde okuma yazma bilmeyen aile ferdine rastlanmamıştır.

İşletme başına düşen aile işgücü değerleri EİB ve EİG cinsinden hesaplanmıştır. İşletmelerde ortalama işgücü değeri, 3.75 EİB ve 1,050 EİG'dir. İşletme ortalamasında 110 EİG aile işgücü kullanılmakta, bu oranın %53,6'sı işletmede tarımsal faaliyette bulunmakta, geriye kalan %46'4'ü ise tarım dışı faaliyette bulunmaktadır. Kullanılan aile işgücünün yarısı işletmede tarımsal faaliyette bulunurken, işletme dışı tarımsal faaliyete rastlanmamıştır.

3.2. İşletmelerin Sermaye Yapısı

İncelenen işletmelerde aktif sermaye, arazi sermayesi ve işletme sermayesi olmak üzere iki ana grupta ele alınmaktadır.

Çizelge 1'de incelenen işletmelerde işletme başına düşen aktif sermaye değer ve oranları verilmiştir.

Aktif sermayenin unsurları incelendiğinde; en yüksek payı %88.3 ile toprak sermayesi almaktadır. Bunu sırayla bina varlığı (%5.1), alet-makine varlığı (%4.9), bitki varlığı (%0.7), para varlığı (%0.7), hayvan varlığı (%0.2) izlemektedir. İşletme genişlikleri büyüdükçe aktif sermaye içerisinde toprak sermayesi büyürken, bina sermayesi ise azalmaktadır.

Tarım işletmelerinde aktif sermayenin kaynaklarını pasif sermaye göstermektedir (Erkuş vd.,1995). Pasif sermaye unsurlarının değerleri ve oranları Çizelge 2'de verilmiştir. Ortalama pasif sermaye değeri 1 048 113 TL olarak bulunmuştur. Bu değer %1.4'ü kredi ve borç, %23.2'ü kira ve ortaklıkla tutulan arazi değeri olmak üzere toplam %24.6'sı yabancı sermaye, %75.4'ü ise özsermayeden oluşmaktadır.

3.3. İşletmelerin Yıllık Faaliyet Sonuçları

İncelenen işletmelerde ortalama gayrisafi üretim değeri 217 658 TL olarak hesaplanmıştır. Bu değer %99.5'i bitkisel üretimden, %0.5'i ise hayvansal üretimden elde edilmektedir. Ortalama GSÜD (Gayri safi üretim değeri) arazi büyüklüğü ile yakından ilgilidir. Bu nedenle, işletmelerin dekara gayrisafi üretim değerleri de dikkate alınarak karşılaştırma yapılması daha uygundur. Dekara GSÜD 1-50 da arazi genişlik grubundaki işletmelerde 1 519 TL, 51-150 da arazi genişlik grubundaki işletmelerde 1 499 TL, 151-300 da arazi genişlik grubundaki işletmelerde 1 463 TL ve 301 da ve üzeri arazi genişlik grubundaki işletmelerde 1 808 TL olarak bulunmuştur. İşletmeler ortalamasında ise bu rakam 1 584 TL olarak hesaplanmıştır.

Dekara düşen GSÜD arazi genişlik grupları büyüdükçe azalmaktadır. Bu eğilimi yalnızca 301 da ve üzeri arazi genişlik grubundaki işletmeler göstermemektedir. Dekara en yüksek GSÜD'ne 301

Çizelge 1. İşletme Başına Düşen Aktif Sermaye Değeri (TL) ve Oransal Dağılımı (%)

		İŞLETME GENİŞLİK GRUPLARI (da)					
		1-50	51-100	101-300	301 +	Ortalama	
		Değer (TL)					
ARAZİ SERMAYESİ	Toprak Varlığı	129 027.8	461 724.1	1 822 727.2	3 911 666.7	925 507,7	
	Bina Varlığı	55 166.7	48 275.9	43 636.4	92 500.0	53 563,0	
	Bitki Varlığı	416.7	3 195.6	17 527.3	26 083.3	7 023,0	
	Arazi Sermayesi Toplamı	184 611.2	513 195.6	1 883 890.9	4 030 250.0	986 093,7	
İŞLETME SERMAYESİ	Sabit İşletme Varlığı	Alet-Mak. Varlığı	34 722.2	46 862.1	59 840.9	104 500.0	51 082,0
		Hayvan Varlığı	3 527.8	2 241.4	818.2	2 500	2 382,8
	Döner İşletme Varlığı	Ambar Varlığı	433.3	1 594.8	268.2	0.0	1 437,5
		Para Varlığı	5 444.4	7 672.4	0.0	28 333.3	7 664,1
	İşletme Sermayesi Toplamı	44 127.7	58 370.7	60 927.3	135 333.3	62 019,5	
AKTİF SERMAYE TOPLAMI		228 738.9	571 566.3	1 944 818.2	4 165 583.3	1 048 113,2	
Dekara Düşen Aktif Sermaye (000TL/da)		8 140.2	6 048.3	7 506.1	9 256.8	7 628,2	
		Oransal Dağılım (%)					
ARAZİ SERMAYESİ	Toprak Varlığı	56.4	80.8	93.7	93.9	88.3	
	Bina Varlığı	24.1	8.4	2.3	2.3	5.1	
	Bitki Varlığı	0.2	0.6	0.9	0.6	0.7	
	Arazi Sermayesi Toplamı	80.7	89.8	96.9	96.8	94.1	
İŞLETME SERMAYESİ	Sabit İşletme Varlığı	Alet-Mak. Varlığı	15.2	8.2	3.1	2.4	4.9
		Hayvan Varlığı	1.5	0.4	0.1	0.1	0.2
	Döner İşletme Varlığı	Ambar Varlığı	0.2	0.3	0.01	0.0	0.1
		Para Varlığı	2.4	1.3	0.0	0.7	0.7
	İşletme Sermayesi Toplamı	19.3	10.2	3.1	3.2	5.9	
AKTİF SERMAYE TOPLAMI		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

Çizelge 2. İşletme Başına Düşen Pasif Sermaye Değeri (TL) ve Oransal Dağılımı (%)

		İŞLETME GENİŞLİK GRUPLARI (da)				
		1-50	51-100	101-300	301-+	Ortalama
		Değer (TL)				
YABANCI SERMAYE	Kredi ve borç	3 700.0	18 284.5	23 574.5	15 000.0	14 784.0
	Kira ve Ortakçılıkla Tutulan Arazi Değeri	30 555.6	202 741.4	494 090.9	620 833.3	243 585.9
	Yabancı Sermaye Toplamı	34 255.6	221 025.9	517 665.5	635 833.3	258 369.8
Öz Sermaye Toplamı		194 483.3	350 540.4	1 427 152.7	3 529 750.0	789 743.4
Pasif Sermaye Toplamı		228 738.9	571 566.3	1 944 818.2	4 165 583.3	1 048 113.2
Dekara Düşen Pasif Sermaye (000TL/da)		8 140.2	6 048.3	7 506.1	9 256.8	7 628.2
		Oransal Dağılım (%)				
YABANCI SERMAYE	Kredi ve borç	1.6	3.2	1.2	0.4	1.4
	Kira ve Ortakçılıkla Tutulan Arazi Değeri	13.4	35.5	25.4	14.9	23.2
	Yabancı Sermaye Toplamı	15.0	38.7	26.6	15.3	24.6
Öz Sermaye Toplamı		85.0	61.3	73.4	84.7	75.4
PASİF SERMAYE TOPLAMI		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

da ve üzeri arazi genişlik grubundaki işletmeler sahiptir.

Ürünler bazında bakıldığında bitkisel GSÜD'nin %83.3'ünü patatesin oluşturduğu görülür. Geriye kalan üretim değerinin %4.9'u soğandan, %2.9'u karpuzdan, %2.4'ü narenciyeden, %1.9'u mısırdan, %1.8'i buğdaydan elde edilmiştir.

İşletmelerde ortalama işletme masrafı 125 581 TL olup, bu değer %90.5'ini değişen masraflar, %9.5'ini sabit masraflar oluşturmaktadır. İşletmeler ortalamasına göre dekara düşen işletme masrafı 914 TL olarak hesaplanmıştır. Ortalama işletme masrafı miktarları tüm arazi genişlik gruplarında arazi genişliğinin artmasına paralel olarak artmaktadır. İşletme masrafları içinde sabit masrafların payı %20.9 ile %6.6 arasında düşmekte, toplam değişen masrafların payı %79.1 ile %93.4 arasında yükselmektedir.

Değişen işletme masrafları 113 708 TL olup, bu değer %99.5'i bitkisel üretime, %0.5'i hayvansal üretime aittir. İşletmeler ortalamasında değişen masrafların %80.3'ünü materyal masrafı (tohum, gübre, ilaç), %6.0'ını işçilik masrafları, %4.7'sini makine masrafları, %2.4'ünü pazarlama masrafları ve %3.9'unu değişen masrafların faizi oluşturmaktadır. Değişen masraflar içerisinde en fazla payı tohum masrafı almaktadır.

İncelenen işletmelerde ortalama toplam sabit masraflar 11 873 TL olup, bunun 14.9'unu aile işgücü ücret karşılığı, %22.2'sini daimi işgücü masrafı, %52.0'ını amortismanlar ve %10.9'unu tamir bakım masrafı oluşturmaktadır.

İşletmelerde 103 950 TL olan brüt karın %99.5'i bitkisel üretimden, %0.5'i hayvansal üretimden sağlanmaktadır. İşletme başına düşen ortalama brüt kar değeri en fazla 301 da ve üzeri arazi genişlik grubundaki işletmelerde görülmektedir. İşletmelerden elde edilen brüt karın, GSÜD'ne oranı %47.7'dir.

Ortalama dekara brüt kar, işletmeler ortalamasında 757 TL olarak bulunmuştur. Yine işletme grupları arasında dekara ortalama brüt kar değeri en fazla olan işletme grubu 301 da ve üzeri arazi genişlik grubundaki işletmelerde görülmektedir. Dekara ortalama brüt karın en düşük olduğu işletme genişlik grubu ise 151-300 da arazi grubudur.

Araştırma alanında işletme dışında tarımsal işlerde çalışma durumuna rastlanmamıştır. Bu nedenle gayrisafi hasılanın tamamı gayrisafi üretim değerinden oluşmaktadır.

İşletmelerde ortalama net hasıla değeri, 92 077 TL olarak bulunmuştur. İşletme ortalamasında net hasılanın aktif sermayeye oranı %8.8 olarak bulunmuştur.

Tarımsal gelir, net hasılaya aile işgücü ücret karşılığının eklenmesi, ödenen borç faizi ile kiraya ve ortağa tutulan arazilerin kira bedellerinin çıkarılması yoluyla hesaplanmıştır. Ortalama tarımsal gelir 72 457 TL olarak bulunmuştur. Tarımsal gelir, arazi genişliği büyüdükçe, artmaktadır.

İşletmelerde aile geliri, tarımsal gelire tarım dışı gelirin eklenmesiyle hesaplanmıştır. Tarım dışı gelir, işletmelerin mülkiyetinde bulunan arazilerin kira gelirleri ile diğer kira gelirlerinden ve aile fertlerinin tarım dışı faaliyetlerinden elde ettikleri gelirleri toplamından oluşmaktadır.

3.4. İşletmelerin Karşılaştıkları Sorunlar

Araştırma alanında görüşülen üreticiler ortalama olarak 19.63 yıldır bu piyasada turfanda patates üretimi yapmaktadır. Üreticilerin %10.9'u (7 kişi) son 5 yıl içinde turfanda patates üretmeye başlamış; yarısından fazlası ise 15-35 yıl arasında bu piyasada yer almaktadır. (Çizelge 3).

Çizelge 3. Üreticilerin Turfanda Patates Üretiminde Deneyim Süreleri

Süre (yıl)	Sayı	%
0-5	7	10.9
6-15	15	23.5
16-25	25	39.1
26-35	12	18.8
35-40	5	7.8
Toplam	64	100.0

Üreticilerin tamamı, turfanda patates ile ilgili herhangi bir örgütlenmeye sahip olmayıp; bu konuda da herhangi bir şey yapmanın mümkün olmadığını düşünmektedir. Üreticilerin %93.8'i (60 kişi) turfanda patates ile ilgili kooperatif veya benzeri bir oluşum için insanların duyarsız olduklarını dolayısıyla bu sistemin yürümeyeceğini belirtirken; %6.3'ü (4 kişi) fikri olmadığını belirtmiştir.

Üreticilerin %64.1'i (41 kişi), hükümetin turfanda patates ile ilgili herhangi bir politikasının olmamasından şikayetçi olup; %23.4'ü (15 kişi) yetersiz bulmakta; %3.1'i (2 kişi) de hal girişinde yapılan denetimlerden ve yüksek vergilerden (stopaj) sıkıntıları olduğunu açıklamıştır. Üreticilerin %9.4'ü (6 kişi) ise herhangi bir fikre sahip değildir. Hükümet politikalarını yetersiz bulanlar özellikle, hükümetin stopaj vergisi ve hal denetimi yapması yerine destekleme ve teşvik primi vermesini istemektedir.

Üreticilerin turfanda patates üretiminde karşılaştıkları sorunlar fiyat, pazarlama, ürün ve üretimle ilgili olmak üzere dört konuda yoğunlaşmaktadır.

Fiyatlar açısından en önemli sorun, patates fiyatlarının yıldan yıla dalgalanma göstermesidir. Özellikle girdi fiyatlarının sürekli artması, buna karşılık ürün fiyatlarının belli olmaması üreticileri zor durumda bırakmaktadır. Üreticilerin tamamı, diğer bazı ürünlerde olduğu gibi patates için de devlet tarafından bir taban fiyatı belirlenmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Patates pazarlama ağı içerisinde yer alan tüccar ve haldeki komisyoncular, üreticiler açısından ikinci önemli sorundur. Halde satılan ürünlerin, birinci kalite olsa bile, ikinci kalite ürün olarak gösterilmesi;

haldeki komisyoncuların gelen ürünleri bilinçli olarak eksik tartması; komisyoncuların sürekli iflas etme ve kriz gerekçesiyle üreticinin hak ettiği parayı vermemesi, tüm üreticiler tarafından belirtilen sorunlardır. Bu nedenle ürünlerin yaklaşık üçte ikisi (%73.4) tüccarlara satılmaktadır. Bununla birlikte üreticiler tüccarlarla da sorun yaşamaktadırlar. Özellikle, tüccardan alınan çeklerin karşılıksız çıkması, ödemelerin 3-4 ay geç yapılması ve ödemelerin bazen 1 yıl kadar sarkması, üreticileri zor durumda bırakmaktadır. Özellikle son yıllarda, tanıdık olmasına rağmen, ürünü alıp giden ve bir daha dönmeyen tüccarlar da bir diğer önemli sorundur. Buna rağmen üreticiler haldeki komisyonculara duydukları güvensizlik ve hale girişte yapılan yoğun vergi kontrolleri nedeniyle patatesi tüccarlar aracılığıyla, kabala (götürü usulde) pazarlamaktadır (Çizelge 4). Kabala satış, ürün tartılmaksızın ürünün tamamı için belirlenen bedeli (satış tutarını) ifade etmektedir.

Çizelge 4. Patatesin Pazarlama Kanalları

Kanallar	Sayı	%
Tüccar	47	73.4
Ortak	7	10.9
Hal	4	6.3
Kendi şirketi	4	6.3
Tarlada peşin satılıyor	2	3.1
Toplam	64	100.0

Üreticiler genelde uzun yıllardır tanıdıkları tüccarlarla çalışmaktadırlar. Ortak olarak çalışan üreticiler, ürünün pazarlanmasında ortağın söz sahibi olduğunu ve bazen hal, bazen de tüccarlara sattığını belirtmişlerdir. Üreticilerin sadece 4 tanesi, kendi şirketleri aracılığıyla ürünleri Mersin, İstanbul ve Doğu bölgelerine gönderdiklerini; 2 tanesi ise tarlada kim peşin para verirse ona sattığını belirtmiştir.

Sonuç olarak üreticilerin %84.4'ünün ürünün pazarlaması ile ilgili sorunu olup, bu sorun tamamen tüccar veya komisyoncuların ödeme aksaklıklarından kaynaklanmaktadır.

Üreticilerin ürünle ilgili en önemli sorunlarını, kullandıkları tohumlukların kalitesiz olması oluşturmaktadır. Sertifikalı tohumlukta uygulanan teşviklerin kalkması nedeniyle piyasada gayri resmi yollardan tohumluk üretilmekte bu da tohum kalitesini bozmaktadır. Ekonomik olarak güçsüz olan üreticiler, mecburen piyasada ortaklık kurdukları için, ortaklarının getirdikleri tohumlukları kullanmak zorunda kalmaktadır. Bu tohumların kalitesi de ortak olunan kişinin dürüstlüğüne ve inisiyatifine bağlı bir durum olarak açıklanmıştır. Sertifikalı tohumlukların kullanılmaması, tohum teşvikinden turfanda üreticilerinin yararlanamaması gibi nedenlerle piyasada kaçak ve kalitesiz tohumlukların yaygın olarak kullanıldığı saptanan sorunlar arasındadır.

Üreticilerin üretimle ilgili karşılaştıkları en önemli sorunlar ilk olarak patates üretiminde

kullanabilecekleri kaliteli toprakların günden güne azalması; ikinci olarak ise mevsimlik işçi bulma sorunudur. Patates üretiminde arazi kiralama oranının yüksek olması ve yoğun olarak kullanılan tarımsal girdiler nedeniyle araziler günden güne kalitesizleşmekte ve özellikle diğer bölgelerde yaşanan hastalık ve benzeri sorunlar bu bölgede de yavaş yavaş görülmektedir. Diğer taraftan, yoğun üretim dönemlerinde mevsimlik işçi bulunmamakta, bu da işletme sahibini zor durumda bırakmaktadır.

4.Sonuçlar ve Öneriler

Adana İli'nde erkenci patates üreten tarım işletmelerinin sosyo ekonomik yapısı ve işletmelerin sorunlarının belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, ortalama ekim alanının %67.8'inin patatese ayrıldığı saptanmıştır. İşletmelerde okuma yazma bilmeyen aile ferdine rastlanmamıştır. İncelenen işletmelerde işletmecilerin %10.9'u üniversite mezunudur. Eğitim düzeyinin örgütlenme düzeyi üzerinde etkili olduğu bilindiğine göre; üniversite mezunu oranının yüksek olmasına rağmen, örgütlenme konusunda sorunlar mevcuttur.

Aktif sermaye içerisinde çiftlik sermayesi oranı %94.1, işletme sermayesinin oranı ise %5.9'dur. İşletmelerde, işletmenin sahip olduğu sermayenin miktarı kadar sermayenin dağılımı da önem taşımaktadır. Bir işletmenin normal çalışabilmesi için, o işletmede çeşitli sermaye unsurlarının belirli oranlarda olması gerekmektedir. Görüldüğü gibi işletme sermayesinin payı oldukça düşüktür. Bunun nedeni ise işletmelerde hayvancılık faaliyetinin yok denecek kadar az olması işletmelerin ambar mevcudunun az olması ve nakit varlığının düşük olmasıdır. Türkiye'deki tarım işletmelerinde sermaye yapısında görülen temel problemler, erkenci patates işletmelerinde de paralellik göstermektedir. Özsermayenin toplam sermaye içindeki payı işletmeler ortalamasında %75.4 yabancı sermayenin payı ise %24.6'dır. Yabancı sermayenin büyük bir bölümünü kira arazi sermayesi oluşturmaktadır. Nitekim işletmelerde yabancı sermayenin %5.7'sini kredi ve borç oluştururken, %94.3'ünü kira ve ortaklıkla tutulan arazi değeri oluşturmaktadır. Ancak, arazi genişlik grupları arttıkça yabancı sermaye içinde kredi ve borç miktarının azaldığı görülmektedir. Araştırma sonucunda büyük arazilere sahip işletmelerin küçük işletmelere göre daha az kredi kullandıkları tespit edilmiştir.

1-50 da arazi genişlik grubunda kredi ve borç kullanımının yabancı sermaye içindeki payı, diğer arazi genişlik gruplarına göre daha yüksek olmasına rağmen kiraya ve ortağa işlenen arazinin az olması yabancı sermaye kullanımını düşük çıkarmaktadır.

İşletmelerde 217 658 TL olarak hesaplanan ortalama gayrisafi üretim değerinin %99.5'i bitkisel üretimden, %0.5'i ise hayvansal üretimden elde edilmiştir. İşletmelerde ortalama işletme masrafı 125 581 TL olup, bu değer %90.5'ini değişen masraflar,

%9.5'ini sabit masraflar oluşturmaktadır. Değişen işletme masrafları 113 708 TL olup, bu değer %99.5'i bitkisel üretime, %0.5'i hayvansal üretime aittir. İşletmelerde 103 950 TL olan brüt karın %99.5'i bitkisel üretimden, %0.5'i hayvansal üretimden sağlanmaktadır. İşletmelerden elde edilen brüt karın, gayrisafi üretim değerine oranı %47.7'dir. Bu da, işletmelerin yüksek bir brüt kara sahip olduğunu göstermektedir. Değişen masraflar içerisinde en fazla payı tohum masrafı almaktadır (%48.1). Patates tohumluk fiyatlarının yüksek olması üreticiler açısından da sorun yaratmaktadır.

Ortalama aile geliri 80 391 TL olarak bulunurken, bu değer %90.1'i tarımsal gelirden, %9.9'u ise tarım dışı faaliyetten elde edilen gelirden oluşmaktadır. Arazi genişlik gruplarının büyümesiyle birlikte, tarım dışı gelir artmakta ancak, aile geliri içerisinde tarım dışı gelirin payı azalmaktadır.

Üretilen patateslerde kalite ve verimi arttırabilmek için üreticilerin sertifikalı tohum kullanmaları teşvik edilmelidir. Patates üretimi ve pazarlamasında rol alabilecek kooperatif ve üretici birliklerinin kurulması ve işletilmesi özendirilmelidir. Kaliteli ve dış talebe yönelik üretim yapılabilmesi için sözleşmeli üretim sistemi desteklenmelidir. Patates üretiminde münavebe sistemine dikkat edilmeli özellikle aynı tarlaya üst üste patates dikilmesi engellenmeli, konuyla ilgili olarak denetimler yapılmalı ve üreticilere eğitimler verilmelidir.

AB ülkelerine erkenci patates dışsattım olanağı olduğundan, gerek dışsattımın artırılması ve gerekse yurtiçi mevsimlik fiyat dalgalanmalarının kontrol edilmesi açısından, erkenci patates üretimi artırılmalıdır. Erkenci patates üretim alanı içerisinde Akdeniz, Ege ve Karadeniz Bölgeleri yer almakta, bu alanlardaki üretimin büyük kısmı ise İzmir ve Adana'da gerçekleştirilmektedir.

Özellikle büyük şehirlerde beslenme alışkanlıklarındaki değişiklikler, tüketicilerin hazır ve çabuk yiyeceklere (fast food) yönelmesi, patatesin de bu beslenme şeklinde önemli bir yer tutması dikkate alınır, gelecek yıllarda patates tüketiminde hazır gıdaların payı önemli ölçüde artacak ve buna bağlı olarak bu yönde faaliyet gösterecek yeni tesisler kurulacaktır. İşlenmiş patates mamullerinin tüketimi yönündeki gelişmelere paralel olarak yapılacak yatırımlar teşvik edilmelidir.

KAYNAKLAR

- Anoğlu, H., 2002. Nişasta ve Şeker Bitkileri Ders Kitabı. Genel Yayın No: 188, Ders Kitapları yayın No: A-57, Adana,
- Anoğlu, H., Çalışkan, M.E., Onaran, H., 2006. Türkiye'de Patates Üretimi, Sorunları ve Çözüm Önerileri, IV. Ulusal Patates Kongresi, 6-8 Eylül 2006, Niğde. (Basılmamış Kongre Bildirisi).
- Çiçek, A., Erkan, O., 1996. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklemeye Yöntemleri. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayın No:12, Ders Notları

- Serisi:6, Tokat.
- Engindeniz, S., Karakuş, Ö., 2008. Türkiye'nin AB Ülkelerine Patates Dışsattımındaki Gelişmeler, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 45 (1): 65-75 ISSN 1018 8851
- Erkuş A., Bülbül, M., Kırıl, T., Açıl, A., F., R. Demirci, 1995. Tarım Ekonomisi, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları No:5, Ankara.
- FAO, 2009. [Http://www.fao.org](http://www.fao.org) (Erişim Tarihi:20.05.2010)
- Karagölge, C., Kızıloğlu S. ve Yavuz, O. 1995. Tarım Ekonomisi-Temel İlkeler. Atatürk Üniversitesi, No:801, Ziraat Fak. Yayınları No:324. Ders Kitap Serisi No:73, Erzurum. Veri Tabanı Rehberi. Tarımsal Ekonomik Araştırmalar Enstitüsü, Ankara.
- TBMM, 2004. Meclis Tutanakları <http://www.tbmm.gov.tr> (Erişim Tarihi:10 Mayıs 2004)
- Zaimoğlu, B., Arıoğlu, H., Güllüoğlu, L., 2005. Türkiye'de Tohumluk Patates Üretim Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Araştırmalar, Türkiye II. Tohumculuk Kongresi, 9-11 Kasım 2005, Adana, s: 156-164.

Sorumlu Yazar:

Naciye TOK

naciye.tok@adu.edu.tr

Geliş Tarihi : 16/07/2010

Kabul Tarihi : 01/11/2010

Tarım Ekonomisi Dergisi
Yayın İlkeleri ve Yazım Kuralları

1. Tarım Ekonomisi Dergisi, Tarım Ekonomisi Derneği'nin hakemli bilimsel yayın organıdır.
2. Dergi altı ayda bir olmak üzere altıncı ve on ikinci aylarda çıkar, iki sayıda bir cilt tamamlanır.
3. Dergide öncelikli olarak araştırmalar ve orijinal nitelikli derlemeler yayınlanabilir.
4. Bir yazının hakem değerlendirilmesine alınabilmesi ve yayınlanabilmesi için daha önce başka bir dergide yayınlanmamış veya başka bir dergiye gönderilmemiş olması ve Yayın Kurulu tarafından yayına uygun görülmesi gereklidir. Sempozyum ve kongrelerde sunulmuş ancak kongre kitabında basılmamış bildiriler değerlendirmeye alınabilir. Yayın Kurulu makalenin konusu ile ilgili iki hakemin (gerektiğinde üçüncü bir hakemin) değerlendirmesini aldıktan sonra yayınlama veya yayınlamama hakkına sahiptir. Gönderilen tüm yazılar yayınlanınsın ya da yayınlanmasın iade edilmez.
5. Yayınlanan yazılardaki bilimsel içerikler, sonuçlar, yazının etik kurallara uygun olup olmadığının sorumluluğu yazarlara aittir. Tarım Ekonomisi Derneği, editör ve yayın kurulu yayınlanan bilgilerden sorumlu değildir.
6. Derginin yayın dili Türkçedir. Türk Dil Kurumu'nun yayınladığı yeni imla kılavuzu ve Türkçe sözlük esas alınmalıdır. Yayın kurulunun uygun gördüğü İngilizce yazılmış makaleler de değerlendirmeye alınır ve hakemlerin değerlendirmesinden geçtikten sonra her sayıda bir makaleyi geçmemek koşuluyla ve daha geniş bir Türkçe özet sunumuyla basılabilir.
7. Makale ile beraber aşağıda verilen metin posta ya da faks ile gönderilmelidir.
Tarım Ekonomisi Dergisi
Yayın Kurulu Başkanlığına,
Aşağıda yazarları görülenbaşlıklı yazının bütün yayın haklarını Tarım Ekonomisi Dergisi Derneğine verdiğimizizi, makalenin orijinal olduğunu, içerdiği bütün görüş ve sonuçlara katıldığımızı, kongre bildirimini (sadece sunum) dışında herhangi bir yerde yayınlanmadığını (Türkçe veya İngilizce) aynı anda başka bir dergiye değerlendirilmek üzere gönderilmediğini, makalenin derginizin yazım kurallarına aynen uyularak hazırlanmış olduğunu bildiririz.
Gereği bilgilerinize arz olunur.
Tarih, Sorumlu Yazar, İmza
8. Makale metinleri A4 kağıdına, tek satır aralıklı, her sayfanın tüm marjları 3 cm, her sayfa numaralandırılmış, yazı karakteri Times New Roman 12 punto ve Microsoft Word programında yazılmalıdır.
9. Makale bilimsel formata uygun olmalıdır. Başlık, Yazar(lar), Özet, Anahtar Kelimeler, İngilizce Başlık, Key Words, Metin (1., 1.1, olmak üzere) ve Kaynaklar olarak sıralanmalıdır.
Makale başlığı çalışmayı yansıtıcı, açıklayıcı ve öz olmalıdır. Çalışma lisansüstü çalışma, kongrede sunulmuş bir bildiri ise, çalışmayı destekleyen kurumlar var ise yıldız dipnotu ile başlıkta belirtilmelidir. Ayrıca başlıkta yazarların adı soyadı, unvanları ve çalıştıkları kurumlar rakam dipnotu ile gösterilmelidir. Ayrıca rakam dipnotu kullanılmamalıdır.

Özet en fazla 250 kelime olmalı, Türkçe metin sonuna en az üç, en fazla beş anahtar sözcük yazılmalıdır. Özetlerde yazı karakteri on punto olmalıdır.

İngilizce Makalenin başlığı ve onu takiben özet yazılmalı, İngilizce özetin sonuna Türkçe ile eş anlamlı anahtar sözcükler yazılmalıdır.

Metin bölümünde paragraf başları bir em içeriden başlamalı, ilk derecedeki başlıklar büyük harflerle olmalı, ikinci ve daha sonraki başlıklar ilk harf büyük sonrakilere küçük olmalı, tüm başlıklar koyu renk karakterlerden oluşmalıdır.

Metin bölümünde dip not vermekten kaçınılmalıdır. Açıklama verilmesinin zorunlu olduğu durumlarda, i, ii, iii, ... şeklinde son not verilmelidir.

Yazılarda rakamsal gösterimlerin standart olması açısından ondalık ayırımlar nokta, binlik ayırımlar virgül kullanılarak yapılmalıdır.

Çizelgelerde yazı karakteri dokuz punto altında olmamalıdır. Çizelge başlıkları ilk harfler büyük, diğerleri küçük olacak şekilde ve koyu renk yazılmalıdır. Çizelgelerde gerekli dikey çizgilere yer verilmemelidir.

Dergi basımı siyah beyaz yapıldığından çizelge ve şekiller siyah-beyaz formda düzenlenmelidir. Yan çizelgelerden kaçınılmalıdır.

Çalışmada yararlanılan kaynaklar, metin içinde yazar ve yıl esasına göre verilmelidir. Kaynağın yazar sayısına göre veriliş şekli düzenlenmelidir. (Sönmez, 1964; Sönmez ve Bulgurlu, 1965; Sönmez ve diğ., 1966 gibi.

Yabancı kaynaklarda "and" ve "et al." Kullanılmamalıdır. Yazar isimlerinin sadece ilk harfleri büyük olmalıdır. Aynı bilgiye ilişkin kaynak bildirilişinde kaynaklar yıl, aynı yıl içinde alfabetik sıraya göre sıralanmalı, aynı yılda aynı yazarların birden fazla çalışması var ise a, b, c şeklinde sıralanarak verilmelidir.

Kaynaklar listesi yazar soyadına göre alfabetik olarak, madde işaretleri veya numaralandırma olmaksızın sıralanmalıdır. Kaynaklar listesi bir em asılı (hanging) formda yazılmalıdır. Yazar isimlerinin sadece baş harfleri büyük olmalı ve tüm yazarların ismi yazılmalıdır.

10. Dergide yayınlanan yazıların tüm hakkı dergiye aittir. Dergideki yazılar herhangi bir yöntemle çoğaltılıp dağıtılamaz. Dergideki bir yazının aynen yayınlanması isteniyorsa editörden yazılı izin alınması gerekmektedir. Makalelerdeki bilgi ve sonuçlardan kaynak gösterilmeden yararlanılamaz.

11. Yayınlanan makalelere ayrıca telif ücreti ödenmez.

12. Dergi İletişim ve adres telefonları

Tarım Ekonomisi Derneği

Adnan Menderes Üniversitesi

Ziraat Fakültesi

Tarım Ekonomisi Bölümü AYDIN

Tel: 0 256 772 70 24 /1501

Fax : 0 256 772 72 33

E-Posta: editor@tarekoder.org

Web: <http://journal.tarekoder.org>