

ANTALYA İLİ ELMALI VE KORKUTELİ İLÇELERİNDE TARIMA GİRDİ SAĞLAYAN KURULUŞLARIN FAALİYETLERİ VE YAYIM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Orhan ÖZÇATALBAŞ İlkyay KUTLAR SÖZER
Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü 07059-Antalya

Özet

Elmalı ve Korkuteli, tarımsal alan ve meyve üretimi bakımından Antalya ilinin en önemli iki ilçesidir. Bu iki ilçenin elma ve armut üretimindeki payı %90'nın üzerindedir. Kimyasal ilaç kullanımındaki payı ise %10'dur. Tarıma girdi sağlayan bayilerin tarımsal üretimde girdi kullanımı bakımından önemli rolü vardır. Bu nedenle çalışmada bayilerin genel özellikleri tarımsal yayım bakımından değerlendirilmiştir. Öncelikle ilaç, tohum, gübre ve alet-ekipman işletme sahipleri ve çalışan personel yaş, eğitim düzeyi, mesleki deneyim bakımından incelenmiştir. Daha sonra bayilerin çiftçilerle olan ilişkileri ortaya konulmuş, yapılan faaliyetlerin yayımla ilişkisi tartışılmıştır. Girdi bayileri esas olarak ticari amaçla faaliyette bulunmakla birlikte, % 27.8'i yayımın felsefesine yakın anlamda çiftçiye yardımcı olmayı ön planda tutmaktadırlar. Buna göre girdi bayilerinin % 72.2'si çiftçiye bilgilendirme işini satışa destek olduğu düşüncesiyle yapmaktadır. Çiftçilerin büyük bölümü girdi satın alsınlar ya da almasınlar bayilere bilgi almak için başvurumaktadırlar. Bayilerin çoğunluğu bilimsel araştırma bulgularına değer vermektedir. Buna göre kamu yayım birimlerinin ve üretici kuruluşlarının girdi satan bayilerle ilgilenerek, optimum girdi kullanımının sağlanması yönünde inisiyatif almaları gerekli görülmektedir. Bu şekilde mevcut durumda etkin olan girdi bayilerinden, yayımın amacına hizmet edecek şekilde yararlanmak mümkün olacaktır.

Anahtar kelimeler: Tarımsal Yayım, Girdi Bayileri, Bilgi Kaynakları

Evaluation of Activities of the Private Firms Providing Agricultural Inputs with Respect to Extension in Elmalı and Korkuteli Counties of Antalya Province

Abstract

Elmalı and Korkuteli are two most important counties of Antalya Province in terms of agricultural land and fruits production and agricultural inputs for fruits. The share of apple and pear production is more than 90%, the share of pesticides usage for agricultural production of Antalya is 10%. Firms providing input to agriculture has played an important role in the research region where input usage is high in agricultural production. For that reason firms are examined general characteristics of firm's agricultural extension in the study. Firstly owners and personnel of the firms, which they sell chemicals, seeds, fertilizer and equipment, are investigated in terms of age, education level, professional experience. Then the relationships between firms and farmers are determined and activities of the firms are analysed in respect to extension. It is found that firms mainly oriented to commercial interest. However 27.8% of the firms are trying to help farmers in the framework of extension philosophy. The main reason for this input marketing. 72.2% of the firms believe that if they give information to farmers, it will help to increase their input selling. The majority of farmers are going to firms to obtain information either they buy input or not. The majority of the firms say that the research results are important. It can be suggested that official extension services and farmer's organizations should be act as cooperative manner with firms to ensure optimum input usage in the agricultural production. Hence, it can be possible to use some firms on majority of firms as extension agent.

Keywords: Agricultural extension, input firms, information sources

1. Giriş

Tarımsal üretimde sulama suyunun kullanılmasıyla birlikte tüm üretim girdilerinde olduğu gibi kimyasal ilaç kullanımında da artış görülmektedir. Birim alandan daha fazla ve daha kaliteli ürün elde etme isteği nedeniyle kullanılan kimyasal ilaçların uygun yöntemle, doğru zamanda, doğru miktarda kullanılmadığında bitkinin kendisine, onu tüketen canlılara ve çevreye

çok çeşitli zararları olmaktadır. Bu nedenle son yıllarda özellikle insan sağlığına ve çevreye verdiği zararlar nedeniyle kimyasal ilaç kullanımının asgariye indirilmesi yönünde çalışmalar yapılmaktadır. Genel olarak gelişmiş ülkelere göre Türkiye'de kimyasal ilaç kullanımının düşük olduğu söylenebilir. Ancak Akdeniz ve Ege bölgesi gibi entansif tarımın yapıldığı bölgelerde

ilaç ve gübre kullanımının oldukça yüksek olduğu da bilinen bir gerçektir.

Ülkemizde üreticileri, girdi kullanımı konusunda bilgilendirmekle görevli resmi kuruluş Tarım ve Köyişleri Bakanlığıdır. Yapılan çeşitli araştırmalar Bakanlığın ilgili birimlerinin üreticileri bilgilendirme konusunda yeterince etkili olamadığını; üreticiler üzerinde, girdi bayilerinin önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir (Şengül, 1996; Özçatalbaş ve ark., 1998). Tarıma girdi sağlayan bayilerin üreticiler üzerindeki etkisi hemen tüm ülkelerde önemli düzeydedir. Örneğin Amerika Birleşik Devletlerinde (ABD) yapılan araştırmalar son 10 yılda tarıma girdi sağlayan ilaç ve tohum bayileri ile tarım satış kooperatiflerinin eğitim ve bilgi transferinde önemlerinin giderek arttığını göstermektedir (Schmitt ve ark., 2000).

Antalya ili sahip olduğu potansiyel açısından ülkemiz tarımında önemli bir yere sahiptir. Antalya ilinin toplam tarım alanı 415016 hektar olup, %60.8'inde tarla bitkileri, %9.1'inde sebze ve süs bitkileri, %8.4'ünde meyve yetiştirilmektedir. Tarıma elverişli olduğu halde kullanılmayan arazi oranı ise %3.6'dır. İlin sahil kesimi subtropik iklim bitkileri ve örtüaltı yetiştiriciliği yapılmasına uygun iken geçit ve yayla kesiminde tarla bitkileri ve düşük sıcaklık derecelerine dayanıklı elma, armut gibi meyve türleri yetiştirilmektedir. İlde merkez ilçe dışında 14 ilçe bulunmaktadır. Bu ilçelerden araştırma alanını oluşturan Elmalı (%14.3) ile Korkuteli (%24.4) ilçeleri, Antalya ili toplam tarım alanının % 38.7'sine sahiptir. Bu iki ilçenin tarım alanlarının %69.9'u tarla bitkileri, %2.4'ü sebze ve süs bitkileri, %8.5'i ise meyve alanlarıyla kaplıdır (Anonim, 2002a).

Elmalı ve Korkuteli ilçelerinde en fazla yetiştirilen tarla bitkileri buğday, arpa ve nohuttur. Bu iki ilçede meyve üretimi çok önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle yumuşak çekirdekli meyvelerden olan elma ve armut ağırlıklı olarak yetiştirilmektedir. Antalya ilinin meyvelikle kaplı alanı 34784 hektar olup, bu alanın %21.2'si Elmalı, %18.4'ü ise Korkuteli ilçelerinde bulunmaktadır. Dolayısıyla Antalya toplam meyve alanlarının yaklaşık %40'ı bu iki ilçededir. Antalya ilinde elma üretim miktarı

206571 tondur. Üretimin %72.9'u Elmalı, %19.6'sı ise Korkuteli ilçelerinden karşılanmakta olup, Antalya ilinin toplam elma üretiminin %92.5'i bu iki ilçede üretilmektedir. Antalya ilinde 38 362 ton armut üretilmektedir. Üretimin %85.9'u Korkuteli, % 10'u ise Elmalı ilçelerinden karşılanmakta olup, Antalya ilinin toplam armut üretiminin % 95.9'u bu iki ilçede üretilmektedir (Anonim, 2002a). Ayrıca 2000 yılı verilerine göre Türkiye elma üretiminin % 12.9'u ve armut üretiminin %8.4'ü Antalya ilinde gerçekleştirilmektedir (DİE, 2002). Bu veriler araştırma alanı olarak belirlenen Elmalı ve Korkuteli ilçelerinin Antalya il genelinde elma ve armut yetiştiriciliğinde çok önemli bir yere sahip olduğu kadar, Türkiye elma ve armut üretiminde de önemli payı olduğunu göstermektedir.

Türkiye'de 2000 yılı verilerine göre 9.7 milyon hektar tarım alanında, 31601 ton tarımsal mücadele ilacı kullanılmaktadır (Anonim, 2000a). Türkiye'de kullanılan toplam tarımsal ilacın %9.2'si gibi önemli bir bölümü Antalya ilinde tüketilmektedir (Anonim, 2000b).

Antalya ilinde yılda ortalama 2847 ton zirai mücadele ilacı kullanılmakta olup bunun %10.1'i ise Elmalı ve Korkuteli ilçelerinde kullanılmaktadır (Anonim, 2000b). İki ilçede kullanılan tarımsal ilaç miktarı toplam 287 tondur. Bunun %83.1'i meyve, %9.2'si hububat ve %7.7'si açık sebze yetiştiriciliğinde görülen hastalık ve zararlılar için kullanılmaktadır (Anonim, 2000b). Ayrıca başka bir açıdan bakıldığında Antalya ilinin yayla kesiminde üretilen meyveler için kullanılan zirai mücadele ilaçlarının %80.1'i Elmalı ve Korkuteli ilçelerinde kullanılmaktadır (Anonim, 2000b). Elde edilen veriler Elmalı ve Korkuteli ilçelerindeki üreticilerin gelir kaynağının önemli bir bölümünün meyvecilikten sağlandığını, tüketilen tarımsal ilacın çok büyük bölümünün ise meyve yetiştiriciliğinde kullanıldığını göstermektedir.

Yapılan çeşitli çalışmalar üreticilerin tarımsal girdi kullanımı konusunda, bilgi kaynağı olarak girdi bayilerinden yararlandığını göstermektedir. Örneğin Schmitt ve ark., (2000) tarafından yapılan

çalışmada belirtildiğine göre; ABD’de Alston ve Reding (1998) yaptıkları araştırmada hububat üreticilerinin olabildiğince sıklıkla tarımsal ilaç bayilerinden bilgi aldıklarını, King ve Rolling (1995) ise üreticilerin başlıca bilgi kaynaklarının gübre bayileri olduğunu tespit etmişlerdir. Bunun gibi ABD’de Roseler ve ark. (1994) tarafından yapılan çalışmada süt sığırtı yetiştiriciliğinde üreticilerin, bilgi kaynağı olarak yayım elemanlarından üç kat daha fazla girdi bayilerinin bilgisine başvurdukları belirlenmiştir. Türkiye’de yapılan çalışmalardan bazıları ise şöyledir. Şengül (1996), ilaç kullanımı konusunda Adana ili turuncgil üreticilerinin %86’sının ilaç bayilerinden, %7’sinin ise kamu elemanlarından, yararlandıklarını, Özçatalbaş ve ark. (1998) Adana ilinde tarımsal üretimdeki hastalık ve zararlılarla mücadele konusunda üreticilerin %32.1’inin ilaç bayilerinden, %18.9’unun kamu elemanlarından bilgi kaynağı olarak yararlanmakta olduklarını saptamışlardır. Yine Antalya ilinde yapılan bir araştırmada domates üreticilerinin %39.6’sının kimyasal ilaç bayilerini bilgi kaynağı olarak kullanmakta oldukları belirlenmiştir (Özçatalbaş ve ark., 2002). Elde edilen veriler kimyasal ilaç kullanımı konularında kamu yayım elemanlarının etkinliklerinin yeterli düzeyde olmadığını göstermektedir. Bunun önemli nedenlerinden biri olarak özel sektörün tarımsal girdi satışında önemli bir role sahip olması ve satışı desteklemek amacıyla satış sırasında veya sonrasında girdi kullanım miktarı ve zamanı hakkında üreticileri bilgilendirmeleri gösterilebilir. Ancak yapılan bilgilendirme faaliyetinin kamu yayım çalışmaları ile ne ölçüde örtüştüğü tartışma konusudur (Özçatalbaş, 2002). Yukarıdaki değerlendirmeler ışığında belirtilen ilçelerdeki üreticilerin özellikle kimyasal ilaç ve diğer girdi taleplerini karşılamaları yanında, bilgi edinme taleplerini de karşıladığı varsayılmış ve tarımsal girdi bayileri araştırma kapsamına alınmıştır.

Bu araştırmada, Antalya ili Elmalı ve Korkuteli ilçelerinde tarıma girdi sağlayan yerel kuruluşların yapmış oldukları faaliyetler incelenmiş ve bu faaliyetler tarımsal eğitim ve yayım açısından

değerlendirilmiştir. Bu kapsamda öncelikle bu kuruluşların genel özelliklerine değinilmiş daha sonra, çiftçilerle olan ilişkileri ve yaptıkları faaliyetlerin yayım açısından değerlendirilmesi yapılmıştır.

2. Materyal ve Metot

Araştırma, Antalya ili Elmalı ve Korkuteli ilçelerinde faaliyet gösteren girdi bayilerini (ilaç, tohum, gübre ve alet-makine) kapsamaktadır. Araştırma alanında fiilen faaliyet gösteren girdi bayileri hakkındaki bilgiler Elmalı ve Korkuteli Tarım İlçe Müdürlüğü kayıtlarından elde edilmiştir. Buna göre Elmalı ilçesinde 9 adet, Korkuteli ilçesinde 9 adet olmak üzere toplam 18 adet faaliyet gösteren girdi satıcılığı yapan işletme saptanmıştır (Anonim, 2002b). Bu durumda araştırmada tam sayım yöntemi kullanılmış (Güneş ve Arıkan, 1988) ve ana kitlenin tamamı ile anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışması 1-2 Mayıs 2002 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Girdi Bayilerinin Genel Özellikleri

Araştırma kapsamındaki 18 girdi satıcısı işletmeden 9 adedi Elmalı, 9 adedi ise Korkuteli ilçesinde faaliyetlerini sürdürmektedir. İncelenen işletmelerin tamamı ilaç bayiliği yapmaktadır. İlaç bayiliği yapmanın yanında sırasıyla tohumluk (%77.8), gübre (%72.2) ve alet-makine (%27.8) bayiliği ile de uğraşmaktadırlar. Araştırma kapsamındaki tüm bayilerde birden fazla girdinin satışı yapıldığı için değerlendirmede ilaç, tohumluk, gübre ve alet-makine bayileri şeklinde bir ayırma gidilmemiştir.

Araştırma kapsamındaki 18 girdi 1bayisine ait genel özellikler Çizelge 1’de verilmiştir. Buna göre işletmecilerin ortalama aile genişliği 3.8 kişidir. Anket uygulanan işletmecilerin 17’sinin ana geçim kaynağı girdi bayiliği olup, girdi bayiliği yalnızca 1 işletme için ana geçim kaynağı durumunda değildir. İşletmeciler ortalama 14.4 yıl mesleki deneyime sahiptirler.

Mesleği Ziraat Mühendisi (ZM) veya Ziraat Teknisyeni (ZT) olan girdi bayilerinin deneyim süresi 10 yıl iken, diğer meslek grubundan olanların deneyim süresi 23.2 yıldır. Bu durum son yıllarda ZM veya ZT'lerinin ilaç bayiliği yapma oranının arttığını göstermektedir. Özellikle son yıllarda bayilik açmak için gerekli yasal düzenlemelerin, bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olduğu söylenebilir. İlçelere göre incelendiğinde; Elmalı ilçesi girdi bayilerinin mesleki deneyim süresi 12.7. Korkuteli ilçesi girdi bayilerinin ise 16 yıldır. Mesleği ZM veya ZT olanların yaş ortalaması 41.6 yıl, diğer meslek grubundan olanların ise 44.3 yıldır. İlçelere göre incelendiğinde; Elmalı ilçesi girdi bayilerinin yaş ortalaması 40.6 yıl, Korkuteli ilçesi girdi bayilerinin ise 44.6 yıldır.

Girdi bayilerinin eğitim durumu incelendiğinde 4 işletmecinin (%22.2) Ziraat Fakültesinden, 3 işletmecinin diğer fakültelerden, 4 işletmecinin ziraat ile ilgili bir Meslek Yüksekokulundan, 4 işletmecinin Ziraat Teknik Lisesinden, 3 işletmecinin ise normal liseden mezun olduğu görülmektedir. İlçelere göre incelendiğinde ise her iki ilçede de işletmecilerin 4'ünün Ziraat Fakültesinden, 4'ünün ziraat ile ilgili bir Meslek Yüksekokulundan, 4'ünün ise Ziraat Teknik Lisesinden mezun olduğu belirlenmiştir. Bu durumda işletmecilerden 12'si (%66.6) tarımla ilgili bir okuldan (fakülte, yüksekokul, lise) mezundur. İşletmecilerin 6'sı (%33.4) ise tarım dışında mesleklere sahiptir. Adana ilinde tarıma girdi sağlayan kuruluşlara yönelik yapılan çalışmada ise girdi bayilerinin %61.5'inin ziraat mühendisi olduğu belirlenmiştir (Özçatalbaş, 2002). Şanlıurfa ilinde yapılan çalışmada ise girdi bayilerinin %60.0'nin üniversite mezunu olduğu, üniversite mezunlarının da %92'sinin ziraat fakültesini bitirdiği saptanmıştır (Aktaş, 2001).

Araştırma kapsamındaki ilçelerde

girdi bayilerinin Ziraat Mühendisi olma oranının düşük olduğu görülmektedir. Girdi bayilerinin, tohum bayiliği yapabilmesi için ziraat mühendisi veya teknisyeni, gübre bayiliği için ise iki bin tondan fazla işlem yapması durumunda ziraat mühendisi bulundurma zorunluluğu bulunmaktadır (Anonim, 2002c). Ayrıca 21 Ağustos 1996 tarih ve 22734 sayılı Zirai Mücadele İlaçlarının Toptan ve Perakende Satılması ile İlgili Yönetmelik'te belirtilen işi yapabilmek için Bitki Koruma Bölümü mezunu veya bitki koruma dersi almış ziraat mühendisi olmak, Bakanlık merkez ve taşra teşkilatlarında zirai mücadele hizmetlerinde en az 5 yıl çalışmış olmak zorunludur (Anonim, 2000c). Bu yönetmelik zirai mücadele ilaçları ticaretini yapmada asgari koşulları belirlemektedir. Bu durum tarıma girdi sağlayan işletmecilerin yaklaşık 2/3'ünün tarımsal konularda resmi eğitim aldıklarını göstermektedir. Bu kapsamda özellikle tarım dışı mesleğe sahip bayilerin belirtilen koşulları yerine getirebilmeleri için yanlarında ZM veya ZT çalıştırma durumu incelenmiştir. Buna göre girdi bayilerinde işletme sahibi dışında ortalama 1 kişi çalışmaktadır. Çalışanların %11.1'i Ziraat Fakültesi mezunudur. Ayrıca çalışanların tamamı, mesleği ZM veya ZT olmayan işletmecilerin yanında çalışmaktadırlar. Bu durum bayilerin ilgili yönetmeliğin şartlarına uymak amacıyla işletmelerinde Ziraat Mühendisi çalıştırdıkları konusunda bilgi vermektedir. Adana ilinde yapılan çalışmada her bayide yaklaşık olarak 2 kişi çalışmakta olup, çalışan personelin %50.8'i fakülte, %11.6'sı ise Yüksekokul mezunudur. Ayrıca fakülte mezunlarının %46.8'nin ziraat mühendisi, %6.3'ünün ziraat teknisyeni olduğu saptanmıştır.

Araştırma kapsamındaki girdi bayilerinin %40'ı Ziraat Mühendisleri Odası veya Ziraatçılar Birliğine üyedir.

Ayrıca işletmecilerin %55'i diğer

Çizelge 1. Girdi Bayilerinin Genel Özellikleri.

| Özellikler | ZM veya ZT | Diğer | Ortalama |
|---------------------------------|------------|-------|----------|
| Aile Genişliği (kişi sayısı) | 4.0 | 3.3 | 3.8 |
| Yaş (yıl) | 41.7 | 44.3 | 42.6 |
| Deneyim (yıl) | 10.0 | 23.2 | 14.4 |
| İşletmede çalışan kişi sayısı | 0.9 | 1.7 | 1.2 |
| Toplam girdi bayi sayısı (adet) | 12 | 6 | 18 |

meslek kuruluşlarına ait Meslek odalarına, % 5'i ise hiçbir kuruluşa üye değildir.

çok büyük bölümünün köylerde bulunduğu belirtilmiştir.

3.2. Çiftçi ile Bayii İlişkileri

Girdi satan bayilerin üreticiler için önemli bir bilgi kaynağı olması, bu birimlerin araştırılmasını önemli hale getirmektedir (Özçatalbaş, 2002). Bu nedenle çiftçi ile bayii ilişkileri kapsamında aşağıdaki konular incelenmiştir.

Bayilerin müşterisi durumunda olan üreticilerin, hangi üretim faaliyetinde buldukları girdi bayilerinden alınan bilgilerle ortaya konulmuştur. Buna göre girdi bayilerine hangi üretim faaliyeti ile uğraştıkları sorulmuştur. Mesleği ZM veya ZT olan bayilerin müşterisi durumunda olan çiftçilerin %83.2'si, diğer meslek grubundan olanların müşterilerinin ise tamamı meyve üreticisi olduğu öğrenilmiştir (Çizelge 2). İlçelere göre incelendiğinde ise Elmalı ve Korkuteli ilçelerindeki girdi bayilerinin müşterisi durumunda olan çiftçilerin %88.8'i meyve üreticisi, geriye kalan %11.2'si ise sebze ve tarla bitkileri üreticileridir. Dolayısıyla esas olarak meyve üreticilerine yönelik olarak faaliyette buldukları söylenebilir. Girdi bayilerinin %83.3'ü müşterilerinin (çiftçiler) çok büyük bölümünün köylerde, %5.6'sı ise ilçe merkezinde bulunduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca hem köylerde hem de ilçede müşterileri olan girdi bayilerinin oranı ise %11.1'dir (Çizelge 3). Elmalı ilçesi girdi bayilerinin %77.8'inin, Korkuteli ilçesi girdi bayilerinin ise %88.9'unun, müşterilerinin

3.2.1. Çiftçilerle Görüşme Şekli

Girdi bayileri ile çiftçiler sürekli ilişki (diyalog) içindedirler. Girdi bayileri müşterilerini ziyaret etmekte ya da çiftçiler girdi bayilerine gelmektedirler. İncelenen girdi bayilerine “Müşterileriniz olan çiftçilerle nerede görüşüyorsunuz?” diye sorulmuş; mesleği ZM veya ZT olanların %75'i, diğer meslek grubunda olanların ise %66.7'si çiftçilerin çoğunlukla kendi işyerlerine geldiklerini ancak kendilerinin de köylere ziyaretler düzenlediklerini belirtmişlerdir. Bayilerin % 27.8'i ise hiç köy ziyareti yapmamaktadırlar (Çizelge 4). İlçelere göre incelendiğinde ise Elmalı ilçesi girdi bayilerinin %66.7'si, Korkuteli ilçesi girdi bayilerinin ise %77.8'i çiftçilerin kendilerini ziyaret ettiklerini, yani ağırlıklı olarak çiftçilerin bayileri ziyaret (büroda yapılan görüşme) ettiğini bunun yanında kendilerinin de köylere ziyaretler yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu durumda görüşme şekli bakımından esas olarak çiftçilerin bayileri ziyareti hakimdir.

3.3. Girdi Bayilerinin Faaliyetleri

Tarıma girdi sağlayan kuruluşlar her şeyden önce ticaret yapmak amacıyla kurulmuşlardır. Ayrıca bu kuruluşlar ticari faaliyet yanında satışı desteklemek amacıyla bilgilendirme faaliyetinde de bulunmaktadır. Ancak girdi bayilerinin

Çizelge 2. Girdi Bayilerine Göre Çiftçilerin Üretim Faaliyetleri (%).

| Çiftçilerin Üretim Faaliyetleri | ZM veya ZT | | Diğer | | Toplam | |
|--|------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Çoğunlukla meyve üreticileri | 10 | 83.2 | 6 | 100.0 | 16 | 88.8 |
| Çoğunlukla tarla bitkileri üreticileri | 1 | 8.4 | - | - | 1 | 5.6 |
| Çoğunlukla sebze üreticileri | 1 | 8.4 | - | - | 1 | 5.6 |
| Toplam | 12 | 100.0 | 6 | 100.0 | 18 | 100.0 |

Çizelge 3. Çiftçilerin Bulunduğu Yerleşim Yeri (%).

| Çiftçilerin bulunduğu yerleşim yeri | ZM veya ZT | | Diğer | | Toplam | |
|-------------------------------------|------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Çok büyük bölümü ilçe merkezinde | 1 | 8.4 | - | - | 1 | 5.6 |
| Çok büyük bölümü köylerde | 10 | 83.2 | 5 | 83.3 | 15 | 83.3 |
| Her ikisi | 1 | 8.4 | 1 | 16.7 | 2 | 11.1 |
| Toplam | 12 | 100.0 | 6 | 100.0 | 18 | 100.0 |

Çizelge 4. Girdi Bayilerinin Çiftçilerle Görüşme Şekli (%).

| Görüşme Şekli | ZM veya ZT | | Diğer | | Toplam | |
|---|------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Yalnızca çiftçilerin bayileri ziyareti (Çiftçiler bizi ziyaret ederler) | 3 | 25.0 | 2 | 33.3 | 5 | 27.8 |
| Çoğunlukla çiftçilerin bayileri ziyareti ve daha az bayilerin de köyleri ziyareti | 9 | 75.0 | 4 | 66.7 | 13 | 72.2 |
| Toplam | 12 | 100.0 | 6 | 100.0 | 18 | 100.0 |

yapmış olduğu bu bilgilendirmeyi tam anlamıyla yayım çalışması olarak değerlendirmek doğru değildir (Özçatalbaş, 2002). Çünkü tarımsal yayım eğitimi, kırsal kesimde yaşayan ve tarımsal üretim faaliyetinde bulunan bireylerin eğitim ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlar. Bu faaliyette doğruluğu kanıtlanmış güvenilir bulgu ve bilgilerin belirli bir formda üreticilere bilinçli olarak iletilmesini zorunlu kılar (Van den Ban ve Hawkins,1988). Bu durumda bir faaliyetin yayım kapsamında değerlendirilmesi için; üreticilere ulaştırılan bilgilerin doğruluğunun kanıtlanmış olması ve doğru bilgilerin üreticilere ulaştırılması gereklidir. Bayilerin genel olarak yaptıkları bilgilendirme faaliyetinin yayımla çatıştığı temel alan ticari kazanç ve üretici faydasına verilen önceliktir. Dolayısıyla her bilgilendirme faaliyetini yayım olarak değerlendirmede sakınca vardır (Özçatalbaş, 2002). Bu nedenle araştırma kapsamında bulunan girdi bayilerinin faaliyet amaçları ayrıntılı olarak incelenmiş ve bayilerin son bir yılda üreticilere yönelik yapmış oldukları bilgilendirme amacı olan ve bilgi vermeyi kapsamayan faaliyetleri araştırılmıştır. Özellikle bayilerin yapmış oldukları köy ziyaretlerinin ve üretici görüşmeleri, sorunları alanda görme ve çözüme yönelik öneri getirme bakımından oldukça önemlidir (Özçatalbaş, 2002).

Araştırma kapsamındaki girdi bayileri ortalama olarak son bir yılda 31 kez köy ziyareti yapmışlar ve bu köylerde 236 çiftçi ile görüşmüşlerdir. Yani her köyde yaklaşık 8 çiftçiyle görüşme yapmışlardır. Mesleği ZM veya ZT olanlar yılda ortalama 36 (%63.2), diğer meslek grubundan olanlar ise 21 kez (%36.8) yani daha az köy ziyareti yapmışlardır. Aynı şekilde ZM veya ZT olan bayilerin köylerde daha fazla çiftçiyle görüşme yaptıkları belirlenmiştir. Köylerde görüşme yapılan çiftçilerin %70.7'si ZM

veya ZT olan bayiler, %29.3'ü ise diğer meslek grubundan olan bayiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Büroda yapılan görüşmeler incelendiğinde de yine toplam görüşme 838 görüşmenin %77'sinin ZM veya ZT olan bayiler tarafından gerçekleştirildiği görülmüştür.

Büroda veya köyde olmak üzere bilgilendirmeyi de kapsayan 1253 görüşme yapılmıştır. Bunun %74.9'u (925 görüşme) ZM veya ZT olan bayiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Bayiler ortalama olarak son bir yılda 731 çiftçi ile bilgilendirmeyi de amaçlayan görüşme yapmışlardır. Çizelge 5'de çiftçilerle bayii ilişkilerinden hareket edilerek çiftçilerin bilgi alma yöntemleri ortaya konulmuştur. Buna göre bilgilendirme amaçlı görüşmeler köyde görüşme ve büroda görüşme şeklinde ele alınmıştır. Ayrıca belirli bir nedene dayanmayan çok kısa süreli olarak çiftçilerin bayilere uğraması faaliyeti de dikkate alınmıştır. Buna göre bilgilendirme amaçlı görüşme sayısı ortalama 731'dir. Bunun %67.7'si büroda, %32.3'ü ise köylerde gerçekleştirilmektedir. Bu durumda en fazla büroda bilgi edinme yöntemi kullanılmaktadır.

Bunun dışında fiyat sorma ve amacı tam olarak belli olmayan ziyaretler de söz konusudur. Belirli bir nedene dayanmayan ve çok kısa süreli olarak bayilere uğrayan ve görüşme yapılan çiftçi sayısı 6679'dur. Bu görüşmelerde üretim faaliyeti ile ilgili bilgi verme söz konusu değildir.

Elde edilen verilere göre genel olarak bayilerin son bir yılda ortalama 7410 çiftçi ile görüştüğü ve bunun %90.1'inin belirli bir nedene dayanmayan çok kısa süreli ziyaretler olduğu saptanmıştır. Görüldüğü gibi mesleği ZM veya ZT olan bayiler çiftçilerle daha fazla görüşme yapmakta ve ziyarette bulunmaktadırlar (Çizelge 5).

Çizelge 5. Girdi Bayilerinin Faaliyetleri (sayı/ bayii/yıl).

| Faaliyetler | ZM veya ZT | | | Diğer | | | Ortalama | | |
|---|------------|-------|-------|---------|-------|-------|----------|-------|-------|
| | Sayı | % | % | Sayı | % | % | Sayı | % | % |
| Bayilerin köyde görüştüğü çiftçi | 293.83 | 31.3 | - | 121.67 | 38.6 | - | 236.44 | 32.3 | - |
| Büroda yapılan görüşme (Çiftçilerin bayileri ziyareti) | 645.42 | 67.7 | - | 193.33 | 61.4 | - | 494.72 | 67.7 | - |
| Ara Toplam | 939.25 | 100.0 | 10.0 | 314.97 | 100.0 | 9.2 | 731.16 | 100.0 | 9.9 |
| Kısa süreli büroya uğrayan çiftçi | 8471.84 | - | 90.0 | 3094.00 | - | 90.8 | 6678.88 | - | 90.1 |
| Genel Toplam | 9411.09 | - | 100.0 | 3408.97 | - | 100.0 | 7410.04 | - | 100.0 |

3.3.1. Çiftçileri Tanıma ve Satış Şekli

Araştırmada girdi bayilerinin %55.6'sı müşterilerinin hepsini çok iyi tanıdıklarını, %44.4'ü ise yaklaşık yarısını tanıdığını belirtmişlerdir. Ayrıca mesleği ZM veya ZT olanların %50'si, diğer meslek grubundan olanların ise %66.7'si müşterilerinin hepsini çok iyi tanımakta olduklarını belirtmişlerdir (Çizelge 6). Elmalı ilçesi girdi bayilerinin %66.7'si müşterilerinin hepsini çok iyi tanırken, Korkuteli ilçesi girdi bayilerinin %55.6'sı müşterilerinin yaklaşık yarısını tanımakta olduklarını belirtmişlerdir.

3.3.1.1. Girdi Satış Şekli

İncelenen girdi bayilerine ne şekilde satış yaptıkları sorulmuştur. Buna göre işletmecilerin tamamının vadeli olarak satış yaptığı saptanmıştır. Vade koşulları sorulduğunda ise işletmelerin %38.9'u hasat sonunda ödenmek üzere (hiç peşinatsız) vadeli, %61.1'i ise bir miktar peşinat alıp geri kalanı hasat sonunda ödenmek üzere vadeli sattıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca mesleği ZM veya ZT olanlar bir miktar peşinat almaktadırlar (Çizelge 7). İlçelere

göre incelendiğinde ise Elmalı ilçesi girdi bayilerinin %55.6'sı, Korkuteli ilçesi girdi bayilerinin ise %66.7'si bir miktar peşinat alıp geri kalanını hasat sonunda almaktadırlar.

3.3.2. Yapılan Faaliyetin Niteliği

Girdi bayilerinin ticari amaçla faaliyette bulunan ekonomik üniteler olması nedeniyle, ticari amacın ilk planda yer alması doğaldır. Araştırma kapsamındaki girdi bayilerine, yaptıkları faaliyetin ticari amaç yanında başka amaçları da taşıyıp taşımadığı sorulmuş ve üreticilerle ilişkiler esas olarak *ticari ve ticari amaçlı olmayan ilişkiler* şeklinde iki gruba ayrılmıştır. Bu kapsamda girdi bayilerinin çiftçilere yönelik olarak yaptıkları bilgi verme faaliyetlerinin hangi ölçüde bir yayım faaliyeti olarak değerlendirilebileceği (Özçatalbaş, 2002) tartışılmıştır. Bu amaçla girdi bayilerinden, gerçekleştirdikleri faaliyetleri, sunulan seçenekler ışığında değerlendirmeleri istenmiştir. Anket uygulaması sırasında araştırmacı tarafından yapılan açıklamaların da yardımıyla, kendilerine sunulan seçeneklerden uygun olan birini seçmeleri istenmiştir. Dolayısıyla bilgi verme

Çizelge 6. Girdi Bayilerinin Müşterilerini Tanıma Durumu (%).

| Tanıma Durumu | ZM veya ZT | | Diğer | | Toplam | |
|-------------------------|------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Hepsini çok iyi tanım | 6 | 50.0 | 4 | 66.7 | 10 | 55.6 |
| Yaklaşık yarısını tanım | 6 | 50.0 | 2 | 33.3 | 8 | 44.4 |
| Toplam | 12 | 100.0 | 6 | 100.0 | 18 | 100.0 |

Çizelge 7. Girdi Bayilerinin Girdileri Satış Şekli (%).

| Satış Şekli | ZM veya ZT | | Diğer | | Toplam | |
|---|------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Hiç peşinatsız, tamamı hasat sonunda vadeli | 4 | 33.3 | 3 | 50.0 | 7 | 38.9 |
| Bir miktar peşin, geri kalanı hasat sonunda | 8 | 66.7 | 3 | 50.0 | 11 | 61.1 |
| Toplam | 12 | 100.0 | 6 | 100.0 | 18 | 100.0 |

faaliyetinin niteliğinin doğruya en yakın şekilde saptanabilmesine özel önem gösterilmiştir. Değerlendirme sonuçlarına göre girdi bayilerinin %72.2'si bilgilendirme faaliyetini ticari amaçlı olarak yapmaktadırlar. Dolayısıyla yapılan bilgilendirme faaliyetinde öncelikli amaç ticaridir. Mesleği ZM veya ZT olanların %83.3'ü, diğer meslek grubundan olanların ise %50'si yaptıkları faaliyette, ticari amaç ilk planda yer aldığını belirtmişlerdir (Çizelge 8). Burada ZM veya ZT'lerinin tarım-dışı meslek sahiplerine göre yapılan işi ticari olarak tanımlamadaki oransal yükseklik, tarım-dışı meslek sahiplerinin deneyim sürelerinin yüksekliği sonucu müşterileriyle olan ilişkilerinin daha gelişmiş (Çizelge 6) ve samimiyetin artmış olmasıyla açıklanabilir. Girdi satışını desteklemek için firma-ürün tanıtımı, bilgilendirme çalışmaları müşteriye (çiftçiye) memnun etmek ve bilgilendirmek ise ikinci planda yer almaktadır.

Buna karşın girdi bayilerinin %27.8'i bilgilendirme işlemini yayımın felsefesine yakın anlamda yapmaktadır. Girdi bayi için *ticari amaç* ikinci planda yer almaktadır. Esas önemli olan doğru ve güvenilir bilgilerin üretici yararının öne alınarak çiftçiye ulaştırılmasıdır. Üretici faydasını öne alan ve ticari kazancı ikinci plana koyan bayilerin 1/4'ten fazla olması, yayımın tanım ve amacına yakın anlamda önemli bir bilgilendirme faaliyeti gerçekleştirildiğini ortaya koymaktadır.

Adana ilinde yapılan bir çalışmada da girdi bayilerinin %75.7'sinin çiftçileri bilgilendirme faaliyetini ticari amaçlı olarak yaptığı ve %24.3'ünün ise üretici yararını

öne alarak bilgilendirme yaptığı ortaya konulmuştur (Özçatalbaş, 2002).

3.4. Çiftçilerin Bilgi İstem Sıklığı ve Sunulan Bilgi Türleri

Çiftçilerin tamamı girdi alırken, girdinin kullanımı ile ilgili konularda da bilgi istemektedirler. Girdi bayilerine çiftçilerin girdi almak dışında, yalnızca bilgi almak için de gelip gelmedikleri sorulmuştur. Bayilerin %66.7'si çiftçilerin kendilerinden sıklıkla bilgi istemekte olduklarını, %33.3'ü ise nadir olarak çiftçilerin kendilerinden yalnızca bilgi almak için başvurduklarını belirtmişlerdir. Aynı şekilde mesleği ZM veya ZT olanlar ile diğer meslek grubundan olanların müşterilerinin bilgi isteminde bulunma sıklığı arasında fark olmadığı görülmüştür.

Ayrıca her iki ilçede de girdi bayilerinin % 66.7'si, çiftçilerin girdi almak dışında sıklıkla bilgi isteminde bulunduğunu belirtmişlerdir. Şanlıurfa ilindeki girdi bayilerinin %80.0'i, çiftçilerin satın aldıkları ilaçların kullanım miktarı ve zamanı konusunda da bilgi istediklerini ifade etmişlerdir (Aktaş, 2001). Adana ilinde yapılan çalışmada ise çiftçilerin %62.2'si sıklıkla, %29.7'si nadir olarak bilgi almak için bayilere gelmekte oldukları saptanmıştır (Özçatalbaş, 2002).

Araştırma kapsamındaki girdi bayilerine çiftçilere hangi konularda yardımcı oldukları sorulmuştur. Buna göre girdi bayilerinin %66.7'si , müşterilerinin (çiftçiler) tüm sorunlarına yönelik konularda yardımcı olduklarını belirtmişlerdir. Bunun yanında yalnızca sattıkları girdilerin

Çizelge 8. Girdi Bayilerinin Yaptıkları Faaliyetin Niteliği (%)

| Faaliyetin Niteliği | ZM veya ZT | | Diğer | | Toplam | |
|--|------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Ticari Amaçlı (satış ve satışa destek) | 10 | 83.3 | 3 | 50.0 | 13 | 72.2 |
| * Satışı desteklemek (1) | 5 | 41.6 | 1 | 16.7 | 6 | 46.2 |
| * Müşteri memnuniyeti ve bilgilendirme (2) | 5 | 41.6 | 2 | 33.3 | 7 | 26.0 |
| Ticari Amaçlı değil , çiftçilere yardımcı olmak, hizmet etmek, problemlerine çözüm getirmek (3) | 2 | 16.7 | 3 | 50.0 | 5 | 27.8 |
| Toplam | 12 | 100.0 | 6 | 100.0 | 18 | 100.0 |

1. Ticari amaç ilk plandadır. Bilgi vermedeki amacım satışı desteklemek ve satışı kolaylaştırmak içindir.

2. Ticari amaç ilk plandadır. Bilgi vermedeki amacım bir satış hizmeti olarak müşteriye memnun etmek olup, üreticinin bilgi edinme ihtiyacını karşılamaktır.

3. Ticari amaç ikinci planda gelir. Bilgi vermedeki amacım en doğru bilgileri sunmak ve sorunları çözmektir. Müşterilerimle çok yakın (arkadaş-akraba) olmamın da etkisiyle ve yalnızca insani duygularla çiftçiye yardımcı ve yararlı olmayı amaçlamaktayım.

kullanım miktarı ve yöntemi konularında (%22.2) ve sattığı girdinin kullanıldığı üretim kolu ile ilgili tüm konularda da (%11.1) yardımcı olmaktadır (Çizelge 9). İlçelere göre incelendiğinde ise hem Elmalı ilçesindeki hem de Korkuteli ilçesindeki girdi bayilerinin %66.7'si çiftçilerin tüm sorunlarına yönelik konularda yardımcı olmaktadır. Bunun yanında, Elmalı ilçesi girdi bayilerinin %33.3'ü yalnızca sattıkları girdilerin kullanım miktarı ve yöntemi konularında yardımcı olurken, Korkuteli ilçesi girdi bayilerinin %22.2'si sattığı girdinin kullanıldığı üretim kolu ile ilgili tüm konularda da bilgi vermektedir.

3.4.1. Çiftçilerin Verilen Bilgilere Güvenme ve Uygulama Durumu

Girdi bayilerinin verdikleri bilgilere, müşterileri olan çiftçilerin ne ölçüde güvendikleri ve uyguladıkları konusundaki görüşleri sorulmuş; %66.7'si tam olarak güvendiklerini ve uyguladıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca girdi bayilerine göre çiftçilerin %11.1'i çoğunlukla, %22.2'si ise yarı yarıya verilen bilgiye güvenmekte ve uygulamakta olduklarını belirtmişlerdir. ZM veya ZT olanların, müşterilerinin %58.3'ünün, diğer meslek grubundan olanların müşterilerinin ise %83.3'ünün verilen bilgilere tam olarak güvendiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 10). Burada diğer meslek grubundan olanların girdi bayiliği faaliyetine daha önce başlamalarının ve

müşterileri olan çiftçileri daha iyi tanımalarının (Çizelge 6) etkisi olduğu düşünülebilir. Şanlıurfa ilinde girdi bayileri esas alınarak yapılan araştırmada girdi bayilerine göre çiftçilerin %60'ının girdi bayilerinin verdiği bilgilere güvenmediği ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni ise o bölgede girdi bayilerinin meslek ahlakına uymayan uygulamalarda bulunmaları (%67), yeterli bilgiye sahip olmamaları (%7) ve çiftçilerin kendi bilgilerine daha çok güvenmeleri (%26) olarak verilmiştir (Aktaş, 2001). Adana ilinde yapılan çalışmada ise girdi bayilerine göre çiftçilerin %81.1'inin verilen bilgilere tam olarak güvendiği, %28.9'unun ise kuşkuyla baktığı belirlenmiştir (Özçatalbaş, 2002).

3.5. Girdi Bayilerinin Bilgi Kaynakları

Araştırma kapsamındaki girdi bayilerine çiftçilere verdikleri bilgileri kaynakları sorulmuştur. Bayilerin %30.4'ü kendi bilgisini veya yanında çalışanların bilgisini yararlanan bilgi kaynağı olarak belirtmiştir.

Diğer bilgi kaynakları ise sırasıyla kitap, dergi, broşür vd (%24.9), temsilciliğini yaptıkları veya ürününü sattıkları firmanın verdiği bilgiler (%23.2), tarım il/ilçe müdürlüğü elemanlarından aldıkları bilgiler (%16.1) ve Ziraat Fakültesinden (%5.4) aldıkları bilgilerdir (Çizelge 11). İlçelere göre incelendiğinde ise Elmalı ilçesi girdi bayileri %32.1'nin ve

Çizelge 9.Girdi Bayilerinin Çiftçilere Yardımcı Oldukları Konular (%)

| Konular | ZM veya ZT | | Diğer | | Toplam | |
|--|------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Çiftçilerin tüm sorunlarına yönelik konularda | 8 | 66.7 | 4 | 66.6 | 12 | 66.7 |
| Yalnızca sattığımız girdilerin kullanım miktarı ve yöntemi konularında | 3 | 25.0 | 1 | 16.7 | 4 | 22.2 |
| Satılan girdinin kullanıldığı üretim kolu ile ilgili tüm konularda | 1 | 8.3 | 1 | 16.7 | 2 | 11.1 |
| Toplam | 12 | 100.0 | 6 | 100.0 | 18 | 100.0 |

Çizelge 10.Çiftçilerin Girdi Bayileri Tarafından Verilen Bilgilere Güvenme Durumu (%)

| Güvenme Durumu | ZM veya ZT | | Diğer | | Toplam | |
|----------------|------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Tam olarak | 7 | 58.3 | 5 | 83.3 | 12 | 66.7 |
| Çoğunlukla | 1 | 8.3 | 1 | 16.7 | 2 | 11.1 |
| Yarı yarıya | 4 | 33.4 | - | - | 4 | 22.2 |
| Toplam | 12 | 100.0 | 6 | 100.0 | 18 | 100.0 |

Korkuteli ilçesi girdi bayilerinin ise %28.6'sının kendi bilgilerine başvurdukları görülmüştür.

Adana ilinde yapılan çalışmada girdi bayileri, bilgi kaynaklarının önemli bir bölümünü (%46) firmanın verdiği bilgilerin oluşturduğunu, %29.7'si ise kendi elemanlarının bilgileri olduğunu belirtmişlerdir (Özçatalbaş, 2002).

Bayilere, kendilerinin çiftçiye sundukları bilgilerin doğru olduğuna ne ölçüde inandıkları sorulmuş; %83.3'ü verdikleri bilgilerin tamamıyla doğru olduğunu, %16.7'si ise yaklaşık olarak (hemen hemen) doğru olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir (Çizelge 12).

Girdi bayilerine resmi kuruluşlarla olan ilişkileri 5'li ölçek kullanılarak sorulmuştur. Buna göre girdi bayilerinin Tarım İlçe Müdürlüğü ile ilişkilerinin orta düzeyin bir miktar üzerinde ve iyiye yakın olduğu saptanmıştır. İlçelerde bulunan Meslek Yüksekokulu ve üniversite ile ilişkiler ise düşük (az) düzeydedir. Tarım İl Müdürlüğü ve Ziraat Odası ile ilişkiler ise ortaya düzeye yakındır (Çizelge 13).

3.6. Bilimsel Gerçeklere Karşı Tutum

Girdi bayilerine "Araştırma bulguları (bilimsel gerçekler) sizin önerilerinizden farklı ise kendi önerinizi ticari kaygı duymadan değiştirebilir misiniz?" şeklinde bir soru yöneltilmiş; %83.3'ü araştırma bulgularının kendi önerilerinden farklı olması durumunda hiçbir ticari kaygı duymadan önerilerini değiştirebileceklerini belirtmişlerdir (Çizelge 14). Bu oran Adana ilinde yapılan çalışmada elde edilen değere (%83.8) çok yakındır (Özçatalbaş, 2002). Bu durum girdi bayilerinin büyük bölümünün bilimsel verilere karşı olumlu tutum içinde olduklarını göstermektedir. Bu tutum bayilere yönelik yapılması gereken faaliyetlerin planlanmasında kullanılacak önemli bir veridir. Ayrıca girdi bayilerinin eksikliğini hissettikleri konularda kurs ve eğitim talepleri öğrenilmiştir. Buna göre mesleği ZM veya ZT olanların % 58.3'ü, diğer meslek grubundan olanların ise % 66.7'si kendilerine verilecek eğitime sıcak bakmaktadırlar.

Çizelge 11. Girdi Bayilerinin Bilgi Kaynakları (%)

| Bilgi Kaynakları | ZM veya ZT | | Diğer | | Toplam | |
|--|------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Kendisinin veya yanında çalışanların bilgisi | 12 | 32.4 | 5 | 26.3 | 17 | 30.4 |
| Kitap, dergi, broşür vd. | 9 | 24.4 | 5 | 26.3 | 14 | 24.9 |
| Firmanın verdiği bilgiler | 8 | 21.6 | 5 | 26.3 | 13 | 23.2 |
| Tarım İl/İlçe Müdürlüğü | 6 | 16.2 | 3 | 15.8 | 9 | 16.1 |
| Üniversiteler (Ziraat Fakültesi) | 2 | 5.4 | 1 | 5.3 | 3 | 5.4 |
| Toplam cevap sayısı | 37 | 100.0 | 19 | 100.0 | 56 | 100.0 |

Çizelge 12. Girdi Bayilerinin Verdikleri Bilgilerin Doğruluğuna İnanma Durumu.

| İnanma Durumu | ZM-ZT | | Diğer | | Toplam | |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Tamamıyla doğru | 11 | 91.7 | 4 | 66.7 | 15 | 83.3 |
| Hemen hemen doğru | 1 | 8.3 | 2 | 33.3 | 3 | 16.7 |
| Toplam | 12 | 100.0 | 6 | 100.0 | 18 | 100.0 |

Çizelge 13. Girdi Bayilerinin Kuruluşlar ile İlişkileri.

| Kuruluşlar | İşbirliği ve İlişkinin Derecesi* | | |
|-------------------------------|----------------------------------|-------|----------------|
| | ZM veya ZT | Diğer | Genel Ortalama |
| Tarım İlçe Müdürlüğü | 3.67 | 4.17 | 3.83 |
| Tarım İl Müdürlüğü | 2.50 | 2.67 | 2.56 |
| Ziraat Odası | 3.00 | 2.67 | 2.89 |
| Üniversite (Ziraat Fakültesi) | 1.75 | 2.17 | 1.89 |
| Meslek Yüksekokulu | 1.25 | 3.17 | 1.89 |

* 1.Çok az 2.Az 3.Orta 4.İyi 5.Çok iyi

Çizelge 14.Girdi Bayilerinin Verdikleri Bilgileri Değiştirme Durumu.

| Değiştirme Durumu | ZM veya ZT | | Diğer | | Toplam | |
|-------------------|------------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % |
| Evet değiştiririm | 10 | 83.3 | 5 | 83.3 | 15 | 83.3 |
| Olabilir | 2 | 16.7 | - | - | 2 | 11.1 |
| Değiştirmem | - | - | 1 | 16.7 | 1 | 5.6 |
| Toplam | 12 | 100.0 | 6 | 100.0 | 18 | 100.0 |

4. Tartışma ve Sonuç

Antalya ili Elmalı ve Korkuteli ilçelerinde tarıma girdi sağlayan girdi bayileri, girdi kullanımı konusunda üreticilere yönelik faaliyetlerde bulunmakta ve satış işlemi yanında farklı amaçlarla da olsa üreticilere bilgi sunmaktadırlar. Elde edilen veriler girdi kullanımı konusunda girdi bayilerinin üreticiler üzerinde son derece etkili olduğunu göstermektedir. Buna göre girdi bayileri, üzerinde önemle durulması gereken birimlerdir. Özellikle çiftçilerin bayilere tam olarak güvenme ve uygulama oranının 2/3 olması ve çiftçilerin tam olarak verilen bilgiler ışığında uygulama yaptıklarının (Çizelge 11) ortaya konulması, ayrıca yapılan çeşitli çalışmalarda ortaya konulan üreticilerin tarımsal girdileri tekniğine uygun şekilde kullanamadıkları gerçeği (Özçatalbaş, 1990; Özbek ve ark., 1991; Uygun ve ark., 1991; Uygur, 1991) üreticilerin girdi kullanımı konusundaki sorunları çözmeyi gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla tarımsal girdi kullanımındaki sorunların çözümlenmesinde üreticilerin girdi kullanımı konusunda yararlandığı en önemli kaynak olan tarımsal girdi bayilerinden yararlanmak gereklidir.

Bu şekilde bir bakıma girdi bayilerinden bir yayım birimi gibi yararlanmak mümkün olabilir. Ayrıca Elmalı ve Korkuteli ilçelerinde bulunan bayilerin bilimsel gerçeklere karşı olumlu tutum içinde olmaları ve eğitim alma isteminde olmaları ve ilçelerde bulunan girdi bayilerinin sayılarının az olması, bu kesime yönelik çeşitli uygulamaların gerçekleştirilmesi bakımından önemli olanaklar sunmaktadır. Bunlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır:

1.Optimum girdi kullanımının sağlanması yönünde yerel bazda “Tarım İlçe Müdürlüğü, üretici organizasyonları ve tarıma girdi sağlayan kuruluşların bir araya

gelmesini sağlayacak, ilçe kaymakamlığı gözetiminde bir kurul oluşturulabilir. Her ilçede olduğu gibi söz konusu ilçelerde de Tarım İl Müdürlüğüne bağlı Tarım İlçe Müdürlükleri olması ve adı geçen birimlerin yayım hizmeti verme görevinin bulunması da dikkate alınarak ilçelerde “*Tarımsal Girdi Kullanımını Yönlendirme Kurulu*”, (ilde ise Tarım İl Müdürlüğüne yer alacağı “İl Tarımsal Girdi Kullanımını Yönlendirme Koordinasyon Kurulu”) oluşturulabilir. İlçe Yönlendirme Kurulu’nda Tarım İlçe Müdürlüğü, üniversite (yüksekokul), üretici kuruluşları ve girdi bayileri yer almalıdır. Oluşturulacak olan bu inisiyatif grubu ayda bir kez toplanmalı ve girdi kullanımı bakımından kritik dönemlerde (ilaç kullanım zamanının tespiti gibi) acil toplantılar yapabilmelidir. Böylece üreticiye ulaştırılacak bilgilerin doğru ve zamanında kontrollü olarak doğrudan veya bayiler aracılığıyla da üreticiye ulaştırılması sağlanabilir. Bu şekilde söz konusu kurul ilçe düzeyinde girdi kullanım sorunlarına çözüm aramayı, bayilerin alınan kararları uygulamalarını özendirmeyi, doğru bilgilerle çalışmalarını sağlamayı ve eğitim hizmeti vermeyi amaçlamalıdır (Özçatalbaş, 2002).

2.Bir başka uygulama Tarım İl Müdürlüğü, Ziraat Fakültesi, ilgili Araştırma Kuruluşları ve İlçe Tarım Müdürlüğü ile ortaklaşa girdi bayileriyle işbirliğini sağlayarak dönemlik bilgiler için “*Tarımsal Girdi Bülteni*” veya genel bilgiler içeren broşürler hazırlanabilir. Özellikle bülten periyodik olarak ve girdi kullanımı bakımından kritik dönemlerde bayilere ulaştırılmalıdır. Bu bilgiler yerel radyo, TV ve ilan panoları gibi diğer görsel ve işitsel araçlar kullanılarak da üreticilere ulaştırılabilir.

3.Üretici kuruluşları ve birlikleri fazla kullanılması ve yanlış yöntem uygulaması

nedeniyle maliyeti artıran ve verimi düşüren yanlış uygulamalardan üyelerini korumak amacıyla girdi satan bayilerle bir araya gelip, birlikte amaca hizmet edecek çalışmaları gerçekleştirme yönünde inisiyatif alabilirler.

4.Uzun ve orta vadede sorunların çözümü için örgün eğitim kapsamında ilçedeki ilköğretim ve ortaöğretim gören öğrencilere eğitim verilmesi üzerinde durulmalıdır.

Antalya ili Elmalı ve Korkuteli ilçelerini kapsayan bu çalışmada elde edilen bulgular ve geliştirilen önerilerin, yoğun girdi kullanımı olan benzer özelliklere sahip bulunan tüm üretim bölgeleri için geçerli olabileceği düşünülmelidir.

Kaynaklar

- Aktaş,Y.,2001. Tarımsal Yayım Sürecinde Tarımsal İlaç Satıcılarının Yeri ve Önemi. GAP II. Tarım Kongresi, 24-26 Ekim 2001, Şanlıurfa.
- Anonim, 2000a.Türkiye Ziraat Odaları Birliği Ziraî ve İktisadî Rapor 1999-2000, Ankara.
- Anonim, 2000b.Antalya Tarım İl Müdürlüğü. Bitki Koruma Şubesi Çalışma Raporu, Antalya.
- Anonim, 2000c.Tarım İlaçları 2000, Bayilik Yönetmeliği. Tarım ve Köyişleri Bak., Ankara.
- Anonim, 2002a.Antalya Tarım İl Müdürlüğü Proje İstatistik Şubesi kayıtları, Antalya.
- Anonim, 2002b. Elmalı ve Korkuteli Tarım İlçe Müdürlüğü kayıtları, Antalya.
- Anonim,2002c.Antalya Tarım İl Müdürlüğü. Destekleme Şubesi verileri, Antalya.
- DİE, 2002.Tarımsal Yapı ve Üretim 2000. Yayın No:2614, Ankara.
- Güneş, T., Arkan, R., 1988. Tarım Ekonomisi İstatistiği. A.Ü. Ziraat Fakültesi Ders Kitabı. No:1049, Ankara, 328s.
- Özbek, H., Yeşilsoy,M.Ş, Dinç,U.,Güzel, N., Çolak,A.K.,Berkman,A.,Kapur,S.,Derici,M.R.,K

- aya,Z.,Şenol,S.,Gök,M.,Aydın,M.,Gülüt,K.Y.,Tu li,A.,Öztürk,N.,1991. Çukurova Bölgesel Topraklarının Genel Durumu. 1.Çukurova Tarım Kongresi 9-11 Ocak 1991,Adana, 53-66s.
- Özçatalbaş,O., Aktaş, N., Çökmez, N., 1989. Ç.Ü. Ziraat Fakültesinin Bölge Üreticileriyle İlişkilerini Düzenleyecek Bir Modelin Oluşturulması ve Üreticilerin Beklentileri. Ç.Ü. Z.F. Dekanlığı. Yay. No:133, Adana, 33s.
- Özçatalbaş, O., 1990. Aşağı Seyhan Sulama Proje Alanındaki Mısır Üreticilerinin Bilgi Edinme Kaynakları. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enst YL Tezi. Kod No: 379, Adana, 65s.
- Özçatalbaş,O., 2002. Tarıma Girdi Sağlayan Özel Kuruluşların Yayım Açısından Değerlendirilmesi:Adana Örneği. Çiftçi ve Köy Dergisi sayı:201-202, Ankara.
- Özçatalbaş, O., Özkan, B., Sayın, C., 2002. Analysis of Extension Services and Growers Knowledge Level in Greenhouse Production in Antalya. 2nd International Conference on the Horticultural Science 10-12 Sept.2002, Egypt.
- Roseler, D.K., Chose, L.E., Mclaughlin, E.W., 1994. Information Dissemination in Dairy Nutrition. 32(1).<http://www.joe.org/joe/1994june/rb3.html>
- Schmitt,M.A.,Durgan,B.R.,Iverson,S.M.,Minnesota,P.,2 000.Impact Assessment and Participant Profiles of Extension's Education Programs for Agricultural Chemical/Seed Retailers and Crop Advisors.38(6). <http://www.joe.org/joe/2000December/a2.html>.
- Şengül, M., 1996. Adana İli Yüreğir Ovasında Turunçgil Üretiminde Tarımsal Savaş İlaçları Kullanımı ve Ekonomik Analizi. Ç.Ü.Fen Bil. Enst. YL Tezi. Kod No: 1182, Adana, .65s.
- Uygun,N.,Yılmaz,M.A,Kornosor,S.,Şekeroğlu,E.,Uyg ur,N.,Baloğlu,S.,Erkılıç,A., 1991. Çukurova Tarımında Bitki Koruma. 1.Çukurova Tarım Kongresi 9-11 Ocak 1991, Adana, 443-481s.
- Uygun, F.N., 1991. Çukurova Tarımında Yabancı Otların Önemi ve Bunların Kontrolündeki Sorunlar. 1.Çukurova Tarım Kongresi 9-11 Ocak 1991, Adana, 589-596s.
- Van Den Ban, A.W. ve Hawkins, H.S., 1988. Agricultural Extension Longman Scientific and Technical John Wiley and Sons, Inc. NewYork.