



## Mersin İli Gülnar İlçesi Elma Üreticilerinin Mevcut Durumu ve Sorunlar

Bahar Özdemir<sup>1</sup>

Cuma Akbay<sup>2</sup>

Asiye Çelik<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş Meslek Yüksek Okulu, Kahramanmaraş

<sup>2</sup>Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Kahramanmaraş

\* Sorumlu Yazar:

Email: bahar.subasi@mynet.com

Geliş Tarihi: 09 Kasım 2015

Kabul Tarihi: 19 Aralık 2015

### Özet

Mersin ili Gülnar ilçesinde elma üretimi ilçe açısından önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmada Mersin ili Gülnar ilçesindeki işletmelerin mevcut durumları ve sorunlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Oransal Örneklemeye Yöntemiyle belirlenen 83 işletmede anket çalışması yapılarak veriler toplanmıştır.

Anket bulgularına göre; üreticilerin kredi kullanımında yaş ve tecrübe yılının etkili olduğu, sigorta yaptırmada ise, arazi büyüklüğünün etkili olduğu saptanmıştır. Üreticilerin %73'ü kooperatife üyedir. Üreticilerin %41'i ürünleri pazarlamada sıkıntıyla karşılaşmaktadırlar. Elma üreticilerinin %55.1'i gelirini sadece tarımdan sağlarken, %44,9'u tarımı ek gelir olarak yapmaktadır. Bölgede soğuk hava deposu olmaması ürün kayıplarına neden olmaktadır.

Sonuç olarak; pazarlama ve depolama sorunları, üreticilerin karşılaştıkları en sık problemler olup, bu yönde çözümlerin geliştirilmesi gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Elma üretimi, Mersin, tarım işletmesi, pazarlama

## The current status and problems of apple growers in Gülnar district of Mersin city

### Abstract

In Mersin City Gülnar county, apple production has an important place. This study analyzes the current status and problems of the enterprises in Gülnar county of Mersin city. For this purpose, data were collected from 83 enterprises by survey with rational sampling method.

According to the survey findings, age and experience were effective in credit use and field area was important in insurance rate. 73% of producers were member of a cooperative. 41% of producers have problems in marketing the products. 55.1% of apple producers subsist on agriculture solely, 44.9% make farmery as an additional work. Since there is no cold air depot in the region, product loss occurs.

As a result, problems related to marketing and depot are frequent troubles producers are encountered and solution for these problems must be developed.

**Keywords:** Apple production, Mersin, agricultural enterprise, marketing

## GİRİŞ

Türkiye birçok meyve ve sebzenin yetiştirilmesine olanak sağlayan iklim ve bitki örtüsüne sahip, geniş tarım alanları ve bölgelerin ekolojik farklılıkları nedeniyle meyve ve sebzenin iyi koşullarda ve kaliteli olarak nadir yetiştirilebildiği ülkelerdendir (Uzundumlu ve ark., 2009).

Elmanın ana vatanı Anadolu'yu da içine alan Güney Kafkaslardır. Ekolojik şartların uygunluğu ve gen merkezi olması nedeniyle elma yurdumuzun hemen her yerinde çok eski yıllardan beri yetiştirilmektedir (Oğuz ve Karaçayır, 2009).

Elma içinde birçok vitamin ve mineral bulunduran oldukça faydalı bir meyvedir. Dünyada elma çeşitlerinin sayısı 6500'ü aşmaktadır. Türkiye'de ise bu sayı 460'ı bulmaktadır (Oğuz ve Karaçayır, 2009). Dünyada elma üretimi yıllar itibariyle dalgalanmalar göstermekle beraber önemli düzeyde artış gerçekleşmiştir. Dünya elma üretiminde 2012 FAO verilerine göre ilk sırayı 33 265 186 ton ile Çin Halk Cumhuriyeti, ikinci sırayı 4 122 330 ton ile ABD ve üçüncü sırada

ise 2 600 000 ton ile Türkiye almaktadır (Anonim, 2012).

Bu çalışmanın amacı Mersin ili Gülnar ilçesinde çiftçilerin yoğun uğraş alanını oluşturan elma yetiştiriciliği ve mevcut sorunlarının incelenmesi amaçlanmıştır.

## MATERYAL VE YÖNTEM

Mersin ili Gülnar ilçesinde elma üreticilerinin mevcut durumlarını belirlemek amacıyla ilçe de üreticilerle yüz yüze anket yapılarak araştırmanın verileri elde edilmiştir. Bu anketlerde sorulan sorularla elma üreticilerinin sosyo-ekonomik özellikleri incelenmiş, bölgedeki üreticilerin üretim aşamasından pazara kadar olan süreçte karşılaştıkları sorunlar ele alınmıştır.

Araştırmada oransal örneklemeye yöntemi kullanılmıştır. Anket sayısı 89 olarak belirlenmiştir.

## BULGULAR

İlçede özellikle küçük aile işletmelerinin varlık göstermesi ve çoğunlukla aile işletmelerinde işletme sahibinin erkek olarak beyan edilmesi nedeniyle erkek sayısı yüksek çıkmıştır (Tablo 1).

**Tablo 1.** Üreticilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet Dağılımı	Kişi Sayısı	Oran(%)
Kadın	11	12,4
Erkek	78	87,6
<b>Toplam</b>	<b>89</b>	<b>100</b>

**Tablo 2.** Üreticilerin Yaşa Göre Dağılımı

Yaş Dağılımı	Kişi Sayısı	Oran(%)
20-35	11	12,4
36-50	78	87,6
51+	89	100
Ortalama	43,3	
<b>Toplam</b>	<b>89</b>	<b>100</b>

İlçedeki üreticilerin yaş ortalamasının yüksek çıkmasının nedeni olarak genç nüfusun tarıma ilgi duymaması gösterilebilir.

**Tablo 3.** Üreticilerin Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Kişi Sayısı	Oran(%)
İlkokul Terk	10	11,2
İlkokul	31	34,8
Ortaöğretim	39	43,8
Üniversite	9	10,1
<b>Toplam</b>	<b>89</b>	<b>100</b>

**Tablo 4.** Üreticilerin Aylık Gelir Durumu

Gelir Grubu	Kişi Sayısı	Oran(%)
1000<	44	50
1001-2000	29	33
2001+	15	17
<b>Toplam</b>	<b>89</b>	<b>100</b>

Üreticilerin ortalama geliri 1493 TL dir. Üreticilerin gelir kaynakları sorulduğunda % 55,1'ini tarımdan sağlarken % 44,9'unu tarım dışı uğraşlardan sağlamaktadır. Bölgedeki üreticilerin elma üretimini tercih etmelerinin nedenleri arasında en önemli unsur, bölgenin elma üretim bölgesi olması gelmektedir. Bölgede meyve işleme sanayinin bulunmaması çiftçilerin tercihlerini etkilememektedir.

Üreticilerin %28'i kredi kullanmakta, %72'si kredi kullanmamaktadır. Kullanılan kredilerin büyük kısmı bahçe kurulum aşamasında kullanılmıştır. İlaveten, bankalardan bahçe bakım kredileri de kullanılmaktadır. Üreticilerin kredi kullanmalarında etkili unsurlar yaş ve tecrübe olarak gözükmemektedir. Üreticinin yaşı ve tecrübesi arttıkça, kredi kullanım oranı azalmaktadır (p<0.05). Eğitim düzeyi, gelir düzeyi ve arazi büyüklüğünün kredi kullanım oranını artırmadığı görülmüştür.

Üreticilerin sadece %36'sı sigorta yaptırmaktadır. Sigorta yaptırmama oranının düşük olmasının nedeni, sigortaya ödenen tutarın fazla bulunması, zarar tespitine gelen sigorta eksperlerinin tutumları, sigorta yaptıran üreticilerin o yıl zarara uğramamaları neticesinde ertesi yıl yaptırmak istememeleri sayılabilir. Sigorta yaptırmama oranı, arazi büyüklüğü arttıkça yükselmektedir (p<0.05). Eğitim durumu, yaş, gelir ve tecrübe yılı ile sigorta yaptırmama oranı arasında ilişki bulunmamıştır.

Üreticilerin kooperatiflere yaklaşımları genelde olumludur. Üreticilerin %73'ü kooperatife üye olduklarını bildirmişlerdir. Elma üreticilerinin büyük çoğunluğu en az bir kooperatife üyedirler. Özellikle daha ucuza girdi sağlamak için üreticiler kooperatiflere üye olmayı tercih etmektedirler. Bölgedeki çiftçilerin %42'si bir birliğe üyedirler. Üreticilerin tam anlamıyla birlik sergileyememeleri sonucunda, birlik etkin bir çalışma sürdürememektedir.

Çalışma alanındaki üreticilerin %62'si eski tip bahçelerde, seyrek yüksek boylu ağaçlarda üretim yapmaktadır. Modern bahçelerde yoğun yarı ve tam bodur ağaçlarla üretim yapanların oranı %17'dir. Üreticilerin %21'i karma üretim yapmaktadır. Modern bahçelerden elde edilen verim son derece yüksek olup, bu yönde çiftçilerin teşvik edilmesi tavsiye edilmelidir.

Yetiştirilen elma türleri arasında %77 ile starking delicious elma başta gelirken, bunu %3 ile golden delicious, %3 Amasya elması ve %1 granny smith türü takip etmiştir. Üreticilerin %39'u üretimde pazardaki elma talep isteğini dikkate alırken, %61'i pazar talebini dikkate almamıştır.

Üretilen elmanın alıcılarını; %75 toptancılar, %17 perakendeciler, %6 ile sanayiciler, %2 ihracatçılar ve yüzde % 5 marketler oluşturmaktadır. Elma işleme sanayinin bölgede bulunmaması nedeniyle mevcut alıcılar çevre illerden gelmekte ve sanayicilerin oranı düşük çıkmaktadır.

Üreticilerin %69'u ürünü tarlada satmakta, %30'u ise hasatlarını kendileri yapmaktadır. Üreticilerin %15'i peşin satış yaparken, %19'u vadeli satış yapmaktadır. Üreticilerin önemli bir kısmı (%66) sattığı ürünün bir bölümünü peşin almakta, kalanı da vadeli almaktadır. Bu durumda üretici bazen karşılıksız çeklerle karşılaşabilmektedir.

Üreticiler; genel olarak, elma fiyatlarının istikrarsız, girdi fiyatlarının çok yüksek, satılan ürünlerin ödemelerini alırken sıkıntılar yaşandığı ve satılma garantisinin olmadığı yönünde kanaat belirtmişlerdir.

## TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Elma insan beslenmesinde ciddi bir yer tutmakta olup, çok çeşitli alanlarda kullanıma sahiptir (Akbay ve ark., 2005). Türkiye elma üretiminde dünyada önemli bir yere sahiptir. Araştırmamızda ele aldığımız gibi, elma üreticilerinin profillerinin ve sorunlarının belirlenmesi, Türkiye'nin bu alandaki payını artırmaya yardımcı olacaktır.

Araştırmamızda, üretilen elmaların çoğu iç pazara sunulmakta ve ancak %0.3'ü ihracata yönlendirilebilmektedir. Türkiye, Çin ve Amerikanın arkasından dünyanın 3. Büyük elma üreticisi iken, ihracattaki payı son derece düşüktür. En önemli ihracatçı ülkeler, ABD ve Fransa'dır (Özçatalbaş ve ark., 2009).

Çalışma alanımızdaki çiftçilerin çoğunluğunu erkekler oluşturmaktaydı. Elma üreticilerinin yarısından biraz fazlası gelirini sadece tarımdan sağlarken, %45'i tarım yanında ek işlerle uğraşmaktadır.

Üreticilerin %62'si eski tip bahçelerde seyrek yüksek boylu ağaçlarla üretim yapmaktadır. Üreticinin sahip olduğu

bahçe tipi dekara düşen ağaç sayısını azaltmaktadır. Bu yönde çiftçinin eğitiminin üretim üzerine olumlu etki yapabilir.

İlçede üreticiler ürünlerinin sanayici, perakendeci, toptancı ve dış satımcı gibi kanallara pazarlarken, tüccarlarla çalışmak zorunda kalmaktadırlar (Özdemir ve ark., 2009). Pazarlama aşamasında tarımda genel bir sorun, araçların çoğalarak ürünün üreticiden tüketiciye ulaşma zincirinde fiyatın artmasıdır. Aynı zamanda tüccarların vadeli alım yapması ve üreticilerin çeklerini karşılıksız bırakması da bir başka sıkıntıdır. Elma ile ilgili faaliyet gösteren kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektör ve üreticiler arasındaki iletişim ve koordinasyonun artırılması gerekmektedir.

Bölgedeki elma üreticileriyle yapılan çalışmamızda, üreticilerin %73'ü en az bir kooperatife üye olup, elma üreticileri birliğine üye olanların oranı %45'tir. Kooperatife üyeliğin yüksek olması, üreticiler arasında birlikteliği ve dayanışmayı getirmesi beklenirken, üreticilerin kooperatifleri daha ucuza girdi sağlamak için kullanması beklentileri karşılamamaktadır. İlçedeki kooperatif sayısının artırılarak çiftçilerin bu yönde bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda 2013 yılında faaliyetine son veren elma üreticileri birliği tekrar açılarak üreticilerin aktif katılımı sağlanmalıdır.

Çalışma bölgemizde eksikliği hissedilen bir başka konu soğuk hava depolarının bulunmamasıdır. Ürünün fazla olduğu dönemlerde üreticiler ürünlerini ilkel koşullarda muhafaza ettiklerinden dolayı elmanın kalitesi düşmektedir. İlçede, bu işi organize edebilecek kişiler teşvik edilerek modern depoların kurulmasının sağlanması gerekmektedir (Kaynaş ve Sakaldaş, 2009).

Tarımda danışmanlık sisteminin geliştirilmesi, çiftçilerin bilinçlenmesine, üretim ve pazarlama tehlikelerine karşı daha etkin mücadelenin oluşturulmasına katkıda bulunacaktır. Yıllardır eskiden gelen üretim şekillerinin yerine modern tarımda yöntemlerin belirlenmesi ve etkin teknolojinin kullanımı, Türkiye'yi elma üretiminde daha ileri bir konuma taşıyacak ve ihracat potansiyelini artıracaktır.

## KAYNAKLAR

- [1] Akbay, C., Candemir, S., Enver, O., "Türkiye'de yaş meyve ve sebze ürünleri üretim ve pazarlaması, KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi, 8(2):8-11 2005.
- [2] Anonim, "Türkiye İstatistik Kurumu Bitkisel üretim istatistikleri", 2012.
- [3] Kaynaş, K., Sakaldaş, M., "Karaman ilinde elma depolanan soğuk hava tesisi varlığı, sorunları ve çözüm önerileri", Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi 2(1): 159-163, 2009.
- [4] Oğuz, C., Karaçayır, H.F., "Türkiye'de elma üretimi, tüketimi, pazar yapısı ve dış ticareti, Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi 2(1): 41-49, 2009.
- [5] Özçatalbaşı, O., Turhanogulları, Z., Kutlar, İ., "Dünyada elma üretim sektörünün genel durumu ve gelişmeler", Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi, 2(1): 139-144, 2009.
- [6] Özdemir, A.E., Çandır, E., Dündar, Ö., Dilbaz, R., "Üreticiden tüketiciye ulaşıncaya kadar geçen süreçte elmadaki kayıplar ve önleme yolları", Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi, 2(1): 165-168, 2009.
- [7] Uzundumlu, A.S., Işık, H.B., Işık, N., "Dünya işlenmemiş elma sektörüne genel bir bakış", Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi, 2(1): 17-23, 2009.