

Sebze Üreticilerinin Tarımsal Yayım Çalışmalarından Faydalanma Düzeyleri ve Karşılaştıkları Sorunlar: Diyarbakır Örneği

Songül AKIN¹, Vedat PİRİNÇ², Seval GÖKOVA², Abdurraman KARA²

ÖZET: Tarımsal yayım eğitimi, tarımsal üretimde toplam üretim miktarı, üretim deseninin çeşitlenmesi ve üretici gelirinin yükseltilmesi gibi hızlandırıcı fonksiyonlara sahiptir. Tarımsal yayımın konuları ve ilgi alanları dinamik ve çeşitlidir. Bu çalışmada Diyarbakır ilinde sebze üreticilerinin tarımsal yayım çalışmalarından faydalanma düzeyleri ve karşılaştıkları sorunların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada üreticilerin %39.1' i tarım teşkilatı ile irtibatlı olmadıkları görülmüştür. İrtibatlı olan % 60.6 üreticinin sadece % 11.9' unun bilgi almak için tarım teşkilatına gittiği görülmüştür. Tarım teşkilatına bilgi almak için giden üretici sayısı yüksek olmamakla birlikte üreticiler bilgi almak istedikleri kurumlar sıralamasında ilk sıraya %38.8 oranla ziraat fakültesini, ikinci sıraya %36.2 oranla tarım teşkilatını koydukları görülmüştür. Bu durum tarım teşkilatının eğitim yayım hizmetlerini etkin bir şekilde yerine getirmesi konusunda bir talebin var olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Bilgi kaynakları, sebze üreticileri, tarımsal yayım

Beneficial Situation and The Problems of Vegetable Producers From Agricultural Extension: Diyarbakir Example

ABSTRACT: Education of agricultural extension has accelerated functions such as amount of total production, the diversification of production patterns and to raise the income producers in agricultural production. Agricultural extension topics and areas of interest is dynamic and diverse. This study is aimed to obtain the beneficial situation and the problems of vegetable producers in agricultural education and extension in Diyarbakir city. In this study, 39.1% of the producers did not related with agricultural ministry. The 11.9% producers in 60.0% those are related with agricultural ministry went to this institute to get information. And also this was obtained; while the high percentage of producers getting information from agriculture ministry, they want to get information firstly from agriculture faculty (38.8%) and secondly from agricultural ministry (36.2). This has been interpreted as the education of agricultural extension services organization exists to fulfill a requirement for effectively

Keywords: Agricultural extension, information resources, vegetable producers

¹ Dicle Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi, Diyarbakir, Türkiye

² Dicle Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Bahçe Bitkileri, Diyarbakir, Türkiye
Sorumlu yazar/Corresponding Author: Songül Akin, sakin@dicle.edu.tr

GİRİŞ

Bilindiği gibi bölgesel gelişmişlik ve tarımsal verim farklılıklarının azaltılmasında tarımsal yayım tüm dünyada etkin olarak kullanılan önemli bir araçtır. Tarımsal yayım tarım teknolojisinin yenileştirilmesi, gelirin yükseltilmesi ve yaşam koşullarının iyileştirilmesi için kırsal halka eğitimsel bir süreç içinde yardımcı olan sistem olarak nitelendirilmektedir (Taluğ ve Tatlıdil, 1993). Tarımsal yayımın genel amaçları çağ ve ülke koşullarına göre çeşitlenmektedir, örneğin tarımsal verimliliğin artırılmasının yanında artık son yıllarda pazarlama olanaklarını geliştirmek, yurt içi tüketimi karşılamak ve dış satım olanaklarını geliştirmek için eğitim programları hazırlamak da yayımın amaçları arasındadır (Boz ve Candemir, 2007).

Tarım kırsal alanda gerçekleştirilen bir faaliyet olmakla birlikte etkileri ve ilişkisi birçok sektörle eklemlenmiştir. Tüm sektörlerde pazar ekonomisine geçiş ile birlikte pazarlama kavramı artık tarımsal problemlerin odağında yer almaya başlamıştır. Dolayısıyla birçok özelliği ve muhafaza koşulları zor olan tarımsal ürünlerin pazarlanmasında birçok aksaklıklarla karşılaşılması beklenmeyen bir sonuç değildir. Tarımsal yayımın, tarımsal teknoloji ve bilginin aracı olduğu düşünülürken pazarlamanın da yayımın içinde olduğu ortaya çıkmaktadır. Çiftçilerin teknik bilgileri sağladıkları kaynaklar itibariyle uygulamalarında yanlışlıklar, eksiklikler, aşırılıklar söz konusu olabilmektedir. Bazen de üreticilerin yayım ve teknik elemanlara ihtiyaç duymamasından veya onlara ulaşamamadan kaynaklanan sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Yapılan çeşitli araştırmalar kamusal yayımın zaman zaman üreticileri bilgilendirme konusunda yeterince etkili olmadığını göstermektedir (Özçatalbaş ve Sözer, 2002). Dolayısıyla tarımsal pazarlamaya yönelik yayımın da etkin olmadığını söylemek yanlış değildir. Bu durum, teknik elemanların bilgileri ve/veya yayım faydası konusunda üreticide olumlu bir kanaatin oluşturulamaması gibi birbiri içine geçmiş birçok sorundan kaynaklanmaktadır. Üretim tekniklerine yönelik yayım ne kadar önemliyse pazarlamaya yönelik yayım da o kadar önemlidir. Çünkü pazarlama üretime yön vermektedir. Tüketici tercihleri pazarlama olanakları, depolama ve standardizasyon gibi konularda üreticilerin bilgilendirilmesi ancak

tarımsal yayım ile mümkün olabilmektedir (Büyükbay ve Kızılaslan, 2008).

Bu çalışmada; Diyarbakır ve yöresinde sebze yetiştiriciliğinde önemli üretim değerlerine sahip ilçelerde karışık sebze üretimi yapan işletmeler, bu işletmelerde üretim yapan üreticilerin bilgi ve deneyim seviyeleri ve yörede sebze yetiştirme teknikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın birincil kaynaklı verileri anket çalışmasıyla, ikincil kaynaklı verileri ise Diyarbakır Tarım İl Müdürlükleri verilerinden sağlanmıştır. İl müdürlüğü verilerinden yararlanılarak merkez ve ilçelerdeki kayıtlı karışık sebze üreticileri sayısının 780 kişi olduğu saptanmıştır. Araştırma sahası olarak yoğunluklu sebze üretimi yapılan Ergani, Çınar ve Merkez olarak belirlenmiştir. Bu verilere göre sözü edilen çiftçilere uygulanması gereken anket sayıları;

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{(N * D^2 + Z^2 * P * Q)}$$
 formülü kullanılarak hesaplanmıştır

Bu formülde kullanılan harflere ait açıklamalar aşağıdaki gibidir.

$n =$ Örnek büyüklüğü

$Z =$ Güven katsayısı (% 95'lik güven için bu katsayı 1.96 alınmaktadır.)

$N =$ Ana kütle büyüklüğü

$P =$ Ölçmek istediğimiz özelliğin ana kütlede bulunma ihtimali (Çalışmamız çok amaçlı olmasından dolayı bu oran % 50 alınmıştır.)

$Q = 1 - P$

$D =$ Kabul edilen örnekleme hatası (Çalışmamız için % 07'lik bir örnekleme hatası ön görülmüştür.) (Çıngı, 1994).

Formülü kullanılarak belirlenmiş böylece örneklem büyüklüğü 156 kişi olarak hesaplanmıştır. Ancak daha güvenilir sonuçların elde etmek amacıyla örnek büyüklüğü 160 kişi olarak alınmıştır.

Bütün çiftçilerin anket kapsamına girme şansının eşit olduğu basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak anket uygulaması yapılmıştır. Elde edilen veriler, uygun bilgisayar programında, çok değişkenli

analiz tekniklerinden faydalanarak yorumlanmıştır. Ayrıca birbirleriyle ilişkisi olduğu düşünülen bazı sorular arasında cevapların cevapları arasındaki sıklıkların tespiti için Chi- Square Tests kullanılmıştır (Püskülcü ve İkiz,1986).

BULGULAR VE TARTIŞMA

Demografik Özellikler

Üreticilerin, yoğunluklu olarak kümelendiği yaş aralığı sırasıyla; 31-40 yaş grubu (%27.5) ve 41-50 yaş grubu (%28.8) aralığı olmuştur (Çizelge1). Bu değer ankete katılanların %56.3'lük kısmını oluşturmaktadır. Üreticilerin %56.9'u ilköğretim mezunu, %28.8'i orta öğretim mezunu, %3.8'i yükseköğretim mezunu, %5.6'sının okuryazar olmadığı, %0.6'sının lisansüstü

öğrenim aldıkları görülmüştür. Kırsal alanda nüfusun tamamına yakını ya tarım veya tarıma dayalı faaliyetlerden geçimini sağlamaktadır. Kırsal alanlarda toprak yapısı ve toprak dağılımındaki dengesizliklerden dolayı ekonomik faaliyetler genelde tarımsal olmakla birlikte bölgeden bölgeye farklılaşmalar söz konusu olabilmektedir. Üreticilerin geçim kaynakları sorgulandığında %92.5'nin tarımsal faaliyet ile geçimlerini sağladıkları görülmüştür. %3.8'i mevsimlik tarım işçiliği, %3.1'inin tarım dışında işçilik, %0,6'sının ise memurlukla geçimlerini sağladıkları tespit edilmiştir (Çizelge 1). Üretici profiline bir göstergesi olarak üretici örgütleri içerisinde olup olmama önemli bir niteliklidir. Üreticilerin %92.5'nin köylerinde kooperatif olmadığı görülmüştür. Üreticilerin %87.5'nin hiçbir üretici örgütüne üye olmadıkları, % 12.5' nin üretici örgütüne üye olduğu görülmüştür.

Çizelge 1. Demografik özellikler

| Yaş | Eğitim | | Geçim kaynağı | | | | | |
|---------------|------------|------------|--------------------|------------|------------|--------------------------|-----|------|
| | Sıklık | % | Sıklık | % | Sıklık | % | | |
| 18-20 | 7 | 4.4 | Okuryazar değil | 9 | 5.6 | Çiftçilik | 148 | 92.5 |
| 21-30 | 23 | 14.3 | Okuryazar | 7 | 4.4 | Memurluk | 1 | 0.6 |
| 31-40 | 44 | 27.5 | İlköğretim | 91 | 56.8 | Mevsimlik tarım işçiliği | 6 | 3.8 |
| 41-50 | 46 | 28.8 | Ortaöğretim | 46 | 28.8 | Tarım dışında işçilik | 5 | 3.1 |
| 51-60 | 19 | 11.9 | Yükseköğretim | 6 | 3.8 | Toplam | 160 | 100 |
| 61 üzeri | 21 | 13.1 | Lisansüstü öğrenim | 1 | 0.6 | | | |
| Toplam | 160 | 100 | Toplam | 160 | 100 | | | |

| Köydeki kooperatif varlığı | Üretici örgütlerine üyelik durumu | | Sıklık | % | |
|----------------------------|-----------------------------------|------------|---------------|------------|------------|
| | Sıklık | % | | | |
| Evet | 9 | 5.6 | Evet | 20 | 12.5 |
| Hayır | 148 | 92.5 | Hayır | 140 | 87.5 |
| Bilmiyorum | 3 | 1.9 | | | |
| Toplam | 160 | 100 | Toplam | 160 | 100 |

Oysa tarımsal üretimin ekonomik ve sosyal olarak sürdürülebilir başarı sağlamasında üretici örgütlenmeleri oldukça önemlidir (Şahin ve ark., 2013). Kooperatifler başta olmak üzere üretici örgütleri, rasyonel üretim

için üretim amaçlarının ve küçük sermayenin bir araya gelmesini sağladıklarında, hem kişisel ekonomiye hem de toplumsal kalkınmaya katkı sağlayan önemli araçlardan bir tanesidir (Yüksel, 2006).

Üreticilerin Bilgi Kaynakları ve Bilgi Almak İstedikleri Kaynaklar

Tüm sektörlerde olduğu gibi tarımsal bilgi ve teknolojiler sürekli gelişmekte ve değişmektedir. Dolayısıyla bilginin sürekli yenilenmesi gerekmektedir, kaldı ki Diyarbakır için sebze üretimi yeni bir üretim alanı olduğu için bu konudaki bilgi ihtiyacının daha büyük olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmada üreticilerin bilgi kaynağı olarak %3.2

gibi küçük bir kısmının ziraat fakültesinden, %15'nin tarım müdürlüklerinden, %4.3'nün özel tarım danışmanlarından, %20.6'sının ilaç bayilerinden, %56.8'nin komşu ve arkadaşlarından faydalandıkları görülmüştür (Çizelge 2). Üreticilerin sebze üretiminde bilgi almak istedikleri kaynaklar ise sırasıyla %38.8 oranında ziraat fakültesi, %36.3 oranında tarım müdürlükleri, %6.2 oranında ilaç bayileri, % 6.2 oranında özel tarım danışmanları şeklindeken üreticilerin % 12.5'nin kendi bilgilerini yeterli

Çizelge 2. Üreticilerin tarımsal bilgi kaynakları ve bilgi almak istedikleri kaynaklar

| Bilgi kaynakları | | | Bilgi almak istedikleri kaynaklar | | |
|-----------------------------|--------|-------|-----------------------------------|--------|-------|
| | Sıklık | % | | Sıklık | % |
| Ziraat fakülteleri | 5 | 3.2 | Ziraat fakültelerinden | 62 | 38.8 |
| Tarım müdürlüklerinden | 24 | 15.0 | Tarım bakanlığından | 58 | 36.3 |
| Özel tarım danışmanlarından | 7 | 4.4 | Özel tarım danışmanları | 10 | 6.2 |
| İlaç bayilerinden | 33 | 20.6 | İlaç bayileri | 10 | 6.2 |
| Komşu ve Arkadaşlar | 91 | 56.8 | Bilgim yeterli | 20 | 12.5 |
| Toplam | 160 | 100.0 | Toplam | 160 | 100.0 |
| $\chi^2=34.109$. $p=0.005$ | | | $\chi^2=17.289$. $p=0.008$ | | |

gördükleri tespit edilmiştir. Benzer çalışmada üreticilerin tarımsal bilgi kaynakları olarak nitelendirilebilen tarım il ve ilçe müdürlükleri, gibi kuruluşlardan yararlanma oranı %21 olarak saptanmıştır (Boz ve Ark., 2004). Verilen cevaplar arasındaki ilişki incelendiğinde $p=0.0008$ düzeyinde farklılıkların anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tarım Teşkilatı ve Yayım Hizmetleri Hakkındaki Görüşler

Katılımcıların İl ya da İlçe Tarım Müdürlükleri ile bağlantılarının olup olmadığını belirlemek amacıyla sorulan soruda katılımcıların, %60.6'sı tarım teşkilatı ile irtibatlı olduklarını, %39.4' ü ise irtibatlı olmadıklarını belirtmişlerdir. Özellikle merkezdeki üreticilerin tarım teşkilatı ile irtibat düzeyi en düşük bulunmuştur. Bu durum ise merkezdeki üreticilerin arazilerin küçük olmasından dolayı destekleme alamamaları nedeniyle irtibata gerek görmedikleri şeklinde yorumlanmışlardır.

İlçelere göre araştırmaya katılan üreticilerin Tarım teşkilatları ile irtibat sıklıkları arasındaki farklılık $p=0.000$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (Çizelge 3).

Üreticilerin %33.8'i desteklemeler için, %13.8'i çiftçi kayıt sistemine kayıt yaptırmak veya çiftçi kayıt sistemine kayıtlı olduğuna dair belge almak için, %11.9'u yetiştiricilik konusunda bilgi almak için ve %1.3'ü ise kredi başvuruları için İl ya da İlçe Tarım Müdürlüklerine gittikleri belirlenmiştir (Çizelge 3).

Tarım teşkilatına sebze yetiştiriciliği hakkında bilgi almak için gidenlerin oranının oldukça düşük olduğu belirlenmiştir. Ergani ilçesinde bu oran diğer ilçelere göre daha yüksek (% 18.4) olmakla beraber, Çınar ilçesinde bu oranın % 5.8 olduğu, Merkez ilçede üreticilerin hiç birinin yetiştiricilik konusunda bilgi almak için tarım teşkilatına gitmedikleri belirlenmiştir.

Çizelge 3. İlçelere göre üreticilerin tarım teşkilatı ile irtibatı, nedenleri ve köyde yapılan yayım çalışmaları

| İl ya da İlçe Tarım Müdürlükleriyle irtibatta mısınız? | Ergani | | Çınar | | Merkez | | Genel | |
|--------------------------------------------------------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
| | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) |
| Evet | 66 | 75.9 | 30 | 57.7 | 1 | 4.8 | 97 | 60.6 |
| Hayır | 21 | 24.1 | 22 | 42.3 | 20 | 95.2 | 63 | 39.4 |
| Toplam | 87 | 100.0 | 52 | 100.0 | 21 | 100.0 | 160 | 100.0 |
| $\chi^2=36.102. p=0.000$ | | | | | | | | |
| İrtibat nedeni | Ergani | | Çınar | | Merkez | | Genel | |
| | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) |
| Gitmeyenler | 19 | 21.8 | 17 | 32.7 | 18 | 85.7 | 63 | 39.4 |
| Desteklemeler için | 40 | 46.0 | 21 | 40.4 | 2 | 9.5 | 54 | 33.8 |
| Krediler için | 2 | 2.3 | - | - | - | - | 2 | 1.3 |
| Yetiştiricilik konusunda bilgi almak için | 16 | 18.4 | 3 | 5.8 | - | - | 19 | 11.9 |
| Çks için | 10 | 11.5 | 11 | 21.2 | 1 | 4.8 | 22 | 13.8 |
| Toplam | 87 | 100.0 | 52 | 100.0 | 21 | 100.0 | 160 | 100.0 |
| $\chi^2=38.749. sd=8. p=0.000$ | | | | | | | | |
| Köyde yapılan yayım çalışmaları | Ergani | | Çınar | | Merkez | | Genel | |
| | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) |
| Evet | 5 | 5.7 | 3 | 5.8 | - | - | 8 | 5.0 |
| Hayır | 76 | 87.4 | 43 | 82.7 | 19 | 90.5 | 138 | 86.3 |
| Bilmiyorum | 6 | 6.9 | 6 | 11.5 | 2 | 9.5 | 14 | 8.8 |
| Toplam | 87 | 100.0 | 52 | 100.0 | 21 | 100.0 | 160 | 100.0 |
| $\chi^2=2.159. p=0.707$ | | | | | | | | |

İlçelere göre araştırmaya katılan çiftçilerin İl, İlçe Tarım Müdürlüklerine gittikleri konulara göre sıklıkları arasındaki farklılık $p=0.000$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Ülkemizde kamusal ağırlıklı yayım sistemi içerisinde tarım il ve ilçe müdürlükleri sorumlu kuruluşlardır. Tarım teşkilatının genel anlamda köylerde yapmış olduğu yayım çalışmaları sorgulanmıştır. Üreticilerin %86.3 köylerinde herhangi bir yayım çalışması yapılmadığını, %5'i yapıldığını, %8.8'i ise yapılmadığını bilmediklerini belirtmişlerdir (Çizelge 3). Benzer durum Tokat/Erbaa'da üreticilerin tarımsal yayım farkındalıklarının araştırıldığı

çalışmada, üreticilerin %15'nin yayımcılarla köyde, görüşüğü belirlenmiştir (Kızılaslan ve Ünal, 2013).

Üreticilerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Tarım Teşkilatının Sebzeçiliğe Yönelik Çalışmalarının Değerlendirilmesi

Üreticilerin sebze tarımında karşılaştıkları en önemli sorunlar sorgulandığında %40.6 oranında hastalık ve zarlılarla mücadele, %40 oranında pazarlama sorunlarının ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Üçüncü sırada %11.3 oranında girdi temini ile ilgili sorunlar, dördüncü sırada %8.1 oranında verim düşüklüğü sorunu yer almıştır (Çizelge 4). Karşılaşılan sıralama sürpriz bir

sıralama değildir. Türkiye’de tarımsal yapıdaki aksaklıklar, tarımsal pazarlama organizasyonuna da yansımakta ve üreticilerin aleyhine sonuçlar ortaya çıkmaktadır (Can ve Ark., 2013). Tarımsal pazarlama tarım ürünlerinin üretimin başladığı tarla veya

bahçeden, tüketimin son aşamasına kadar geçirdiği işlemleri inceleyen ve bunları düzenleyen bir bilim dalıdır (Özçatalbaş ve Gürgen, 1998). Üreticilerin hak ettiklerini alabilmeleri için “tarımsal pazarlama yayım eğitimi” önemli bir araçtır.

Çizelge 4. Sebzeçilikte karşılaşılan sorunlar

| Sebzeçilikte yaşanan sorunlar | Ergani | | Çınar | | Merkez | | Genel | |
|-----------------------------------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|
| | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) |
| Verim | 10 | 11.5 | 2 | 3.8 | 1 | 4.7 | 13 | 8.1 |
| Girdi temini | 5 | 5.8 | 11 | 21.2 | 2 | 9.5 | 18 | 11.3 |
| Hastalık ve zararlılarla mücadele | 35 | 40.2 | 16 | 30.7 | 14 | 66.6 | 65 | 40.6 |
| Pazarlama | 37 | 42.5 | 23 | 44.2 | 4 | 19.0 | 64 | 40 |
| Toplam | 87 | 100 | 52 | 100 | 21 | 100 | 160 | 100 |

Üretici gelirinin düşük olmasının başlıca nedeni tarımsal pazarlamadan kaynaklanmakta dolayısıyla, pazarlama sorunu genellikle ilk sıralarda yer almaktadır (Boz ve Candemir, 2007). Çalışmada üreticilerin % 49 malın satılması ile ilgili sorun yaşadığını, % 17.5’ problem yaşamadığını, %28.8’i sebze haline ürünlerini götürdüklerini belirtmişlerdir. İlçeler içinde ürününü sebze haline en fazla % 33.3 oranında merkezdeki üreticilerin götürdüğü görülmüştür. Bu durum şehirdeki ulaşım kolaylığı ve mesafeden dolayı sağlanan avantajın bir sonucu olarak değerlendirilmiştir

Çalışmada üreticiler % 66.9 oranında resmi tarım kuruluşlarının sebze üretimine yönelik faaliyetlerini yeterli bulmamaktadır. Diğer yandan tarım kuruluşlarının sebze üretimine yönelik faaliyetinin olmadığını belirtenler ise üreticilerin %22.5’ini oluşturmaktadır.

İlçeler bazında resmi tarım kuruluşlarının sebzeçilik konusunda faaliyetleri hakkındaki görüşleri incelendiğinde; Ergani ilçesindeki deneklerin %74.7’si, Çınar ilçesindeki deneklerin % 46.2’ si, Merkezdeki deneklerin %85.7’si sebzeçilik ile ilgili yayımı yeterli bulmadıkları görülmüştür. İlçeler arasında cevaplar arasındaki farklılığın $p=0.000$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür (Çizelge 5). Üreticilerin %41.3’ ü sebze yetiştiriciliğinde ziraat fakültelerinden, % 36.9’ u tarım bakanlığından, %6.3’ ü özel tarım kuruluşlarından ve %15.6’ sı ise yetiştiricilik konusunda kimsenin

bilgisine ihtiyaçlarının olmadığını onların yıllara dayanan tecrübelerinin olduğunu ifade etmişlerdir (Çizelge 5). Sebzeçilik ve diğer tarımsal konularda üreticilerin bilgi almak istedikleri kurumların sıralaması birbirinin aynısıdır (Çizelge 2). Sıralamanın aynı çıkması üreticilerin bu konuda net bir fikirleri olduğunu göstermek açısından önemlidir.

Pazarlama Sorununun Giderilmesine Yönelik Olarak Çözüm Önerileri

Genelde üreticiler tarafından pazarlama ve satış kavramları karıştırılmakta ikisi de aynı gibi algılanmaktadır. Oysa satış pazarlama sürecinin bir sonucudur. Pazarlama yayımı eğitimi; pazarlama ile ilgili kişi ve kurumlara pazarlamaya yönelik sorunlarını çözebilmeleri için bilgi sağlamak üzere organize olmuş eğitim programıdır. Konuyla ilgili olarak üreticilerde oldukça büyük bir bilgi açığı söz konusu olduğu düşünülmektedir. Nitekim pazarlamaya ilişkin sorunlara çözüm önerileriniz neler olabilir sorusuna yönelik olarak verilen cevapların tamamının satışa yönelik cevaplardan oluştuğu gözlemlenmiştir.

Pazarlama sorunlarının giderilmesi için üreticilerin %48.2’si ürünlerinin kooperatif aracılığıyla satılmasını, %29.4’ü ürünlerinin semt pazarında kendisi tarafından satılmasını, %19.3’ü ürünlerinin sebze haline verilmesini çözüm olarak önermişlerdir. Üreticilerin %2.5’i herhangi bir öneride bulunmamıştır (Çizelge 6).

Çizelge 5. Tarım teşkilatının sebzeçiliğe yönelik çalışmalarının değerlendirilmesi ve konu ile ilgili bilgi almak istedikleri kurumlar

| Resmi tarım kuruluşlarının sebze üretimine yönelik faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz? | Ergani | | Çınar | | Merkez | | Genel | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) |
| Evet | 14 | 16.1 | 3 | 5.8 | - | - | 17 | 10.6 |
| Hayır | 65 | 74.7 | 24 | 46.2 | 18 | 85.7 | 107 | 66.9 |
| Sebze üretimine yönelik faaliyeti yok | 8 | 9.2 | 25 | 48.0 | 3 | 14.3 | 36 | 22.5 |
| Toplam | 87 | 100 | 52 | 100 | 21 | 100 | 160 | 100 |
| $\chi^2=33.678$. p=0.000 | | | | | | | | |
| Sebzeçilik ve Pazarlama Konusunda Bilgi Almak İstedikleri Kurumlar | Ergani | | Çınar | | Merkez | | Genel | |
| | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık |
| Ziraat fakültelerinden | 35 | 40.2 | 20 | 38.5 | 7 | 33.3 | 62 | 38.8 |
| Tarım teşkilatından | 41 | 47.2 | 12 | 23.1 | 6 | 28.6 | 59 | 36.8 |
| Özel tarım danışmanlarından | 1 | 1.2 | 6 | 11.5 | 3 | 14.3 | 10 | 6.3 |
| İlaç bayilerinden | 1 | 1.2 | 2 | 3.8 | 1 | 4.8 | 4 | 2.5 |
| Gerek yok | 9 | 10.2 | 12 | 23.1 | 4 | 19.0 | 25 | 15.6 |
| Toplam | 87 | 100 | 52 | 100 | 21 | 100 | 160 | 100 |
| $\chi^2=17.289$. p=0.008 | | | | | | | | |

Çizelge 6. Üreticilerin pazarlama sorunun giderilmesine yönelik olarak çözüm önerileri

| Pazarlamaya yönelik çözüm önerileri | Ergani | | Çınar | | Merkez | | Genel | |
|-----------------------------------------------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|
| | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) | Sıklık | (%) |
| Cevap yok | - | - | - | - | 4 | 19.0 | 4 | 2.5 |
| Ürünümü semt pazarında kendim satmak isterim. | 21 | 24.2 | 17 | 32.7 | 9 | 42.9 | 47 | 29.4 |
| Kooperatif aracılığıyla satılmasını isterim. | 43 | 49.4 | 28 | 53.8 | 6 | 28.6 | 77 | 48.2 |
| Sebze haline verilmesini isterim | 23 | 26.4 | 7 | 13.5 | 1 | 4.8 | 31 | 19.3 |
| Diğer | - | - | - | - | 1 | 4.8 | 1 | 0.6 |
| Toplam | 87 | 100 | 52 | 100 | 21 | 100 | 160 | 100 |
| $\chi^2=42.947$. p=0.000 | | | | | | | | |

SONUÇ

Araştırma bölgesindeki üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri dikkate alındığında ağırlıklı olarak verimli nüfus olarak nitelendirilen orta yaş gurubunda, ilköğretim düzeyinde eğitime sahip oldukları, neredeyse tamamının geçimini çiftçilikle sağladıkları görülmektedir. Üreticilerin, büyük bir kısmının yaşadığı

yerlerde kooperatif olmadığı (%92.5), yine üreticilerin önemli bir kısmının(%87.5) hiçbir üretici örgütüne üye olmadıkları görülmüştür. Araştırma alanındaki üreticilerin örgütlenme düzeylerinin yeterli olduğu söylenemez. Üreticilerin örgütlenme düzeyleri düşük olmakla birlikte, ürünlerinin pazarlanması konusunda kooperatiflerin rol alması durumunda avantaj

sağlanacağını belirtenlerin oranı oldukça yüksektir (%48.1). Buda örgütlenme konusunda bir farkındalığın mevcudiyetini göstermektedir. Farkındalığa rağmen örgütlenmenin uygulamaya konulamaması, etkin örgütlenme yayımına olan ihtiyacın göstergesi olarak görülmektedir.

Üreticilerin %39.1' i tarım teşkilatı ile irtibatlı olmadıklarını belirtmekle birlikte İrtibatlı olan % 60.6' sınınsadece% 11.9'ununbilgi almak için tarım teşkilatına gittiği belirtmiştir. Fakat üreticilerin gerek genel olarak tarım konusunda, gerekse sebzeçilik konusunda bilgi almak istedikleri kurumlar sıralamasında ikinci ve yakın yüzdeler oranlarda üniversiteden sonra ikinci kurum olarak tarım teşkilatını göstermeleri, teşkilatı dikkate aldıkları fakat teşkilatın tarımsal yayım faaliyetlerinin yaygınlaştırılmasında eksiklikleri

olduğu şeklinde yorumlanmıştır. Nitekim üreticilerin önemli kısmı (%86.3) köylerinde herhangi bir yayım çalışması yapılmadığını belirtmiştir. Tarımsal yayımın etkinleştirilmesi için demostratif çalışmalara daha fazla yer verilmesi ve tarımsal yayım çalışmalarının köylere yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Üreticilerin önemli bir kısmı (%66.9) tarım teşkilatının sebzeçilikle ilgili çalışmalarını yeterli bulmadıklarını belirtmiştir. Araştırma alanındaki üreticilerin en önemli sorunları bitki koruma ve pazarlama konularında olduğu görülmüştür. Tarımsal yayım eğitimleri gerçekleştirilirken üreticilerin sorunlarının belirlenerek, o konulara yönelik tarımsal yayım programlarının hazırlanması tarımsal yayımın etkinliğini artırmak açısından önemli görülmektedir.

KAYNAKLAR

- Boz İ, Candemir S, 2007. Kahraman Maraş'ta Yayım Elemanları Gözüyle Kurumsal Sorunlar ve Çözüm Önerileri. KSU. Fen ve Mühendislik Dergisi. 10(1).s:97-105
- Boz İ, Akbay C, Orhan E, Candemir S, 2004. Çiftçilerin Tarımsal Faaliyetlerde Kullandıkları Bilgi Kaynaklarının Belirlenmesi ve Tarımsal Yayım Açısından Değerlendirilmesi. <http://www.undp.org.tr/GoZlem3.aspx?WebSayfaNo=3946>. (Erişim tarihi: 23 Mayıs, 2016).
- Büyükbay E, Kızılaslan N, 2008. Tarımsal pazarlama Yayımının Önemi ve Tokat Tarım İl Müdürlüğünün Konuyla İlgili Yayım Faaliyetlerinin İncelenmesi. Tarım Bilgileri Araştırma Dergisi 1 (1), s: 25-30
- Can M, Sayılı M, Yılmazçoban M, Bilici İ, 2013. Tarım işletmelerini Geliştirmek için Verilen Hibelerden Yararlanma Durumu. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S:5(1), s: 109-132, Çankırı.
- Kızılaslan N, Ünal Y, 2013. Çiftçilerin Tarımsal Yayım Farkındalıklarının Belirlenmesi (Tokat/Erbaa Örneği), Gaziosmanpaşa Üniversitesi Bilimsel Araştırma Dergisi, ISSN: 2146-8168, Sayı:5, s:1-19. Tokat.
- Özçatalbaş O, Gürgen, Y, 1998. Tarımsal Yayım ve Haberleşme, Baki Kitabevi Yayınları, s: 385, Adana.
- Özçatalbaş O, 1990. Aşağı Seyhan Sulama Projesi Alanındaki Mısır Üreticilerinin Bilgi Edinme Kaynakları. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Adana.
- Püskülcü H, ve İkiz F, 1986. İstatistiğe Giriş, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Şahin A, Cankurt M, Günden C. Meral Y, 2013. Türkiyede Kooperatiflere Ortak olmada ve Başarısında Etkili Olan Faktörlerin Analizi. Akademik Ziraat Dergisi. ISSN:2147-6430.
- Taluğ C, Tatlıdil H, 1993. Tarımsal Yayım ve Haberleşme. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi. Teksir No.141, s:198, Ankara.
- Yüksel ŞE, 2006. Kooperatiflerde Örgüt Kültürü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atılım Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. s:7