

Kiraz Üreticilerinin Pazarlama Sorunları (Tokat Merkez İlçe Örneği)

Araştırma Makalesi/Research Article

Atf için: Yüzbaşıoğlu, R., Yıldırım, U. (2025). Kiraz Üreticilerinin Pazarlama Sorunları (Tokat Merkez İlçe Örneği). Erciyes Tarım ve Hayvan Bilimleri Dergisi, 8(1):30-39

To Cite: Yüzbaşıoğlu, R., Yıldırım, U. (2025). Marketing Problems of Cherry Producers (Tokat Central District Example). Journal of Erciyes Agriculture and Animal Science, 8(1):30-39

Rüveyda YÜZBAŞIOĞLU*, Ufuk YILDIRIM

Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 60230, Tokat, Türkiye

***sorumlu yazar:** ruveyda.kiziloglu@gop.edu.tr

Rüveyda YÜZBAŞIOĞLU, ORCID No: 0000-0002-6520-0543, Ufuk YILDIRIM, ORCID No: 0009-0001-5406-8954

Yayın Bilgisi

Geliş Tarihi: 28.10.2024

Revizyon Tarihi: 10.02.2025

Kabul Tarihi: 02.03.2025

doi: 10.55257/ethabd.1574903

Anahtar Kelimeler

Kiraz, Üretim, Sorun, Faktör Analizi

Keywords

Cherry, Production, Problem, Factor Analysis

Özet

Dünyada kiraz üretim miktarı ve ekim alanı bakımından lider durumunda olan Türkiye’de kiraz veriminde azalma olması meyvecilikte bazı sorunların olduğunun bir göstergesi olabilir. Türkiye’nin orta Karadeniz geçiş kuşağında yer alan Tokat ilindeki kiraz üreticilerin pazarlama yapısı, sorunları genel anlamıyla ele alınmıştır. Tokat merkeze bağlı köylerde 83 kiraz üreticisiyle yüz yüze görüşme yapılmıştır. Araştırma verilerine göre orta yaş (52) ve ilkokul mezunu ağırlıklı üretici portföyü ile görüşüldüğü belirlenmiştir. Araştırma çevresinde kiraz üretiminin babadan kalma üretim deseni olduğu belirlenmiştir. Üretilen kirazın büyük kısmının şehir dışına satılmak üzere komisyonculara satıldığı gözlenmiştir. Üreticilerin kiraz pazarlama sorunları 5’li likert ölçeği ile ölçülmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilerin yorumlanması daha kolay olması için sınıflandırmaya gidilmiştir. Böylelikle kiraz üreticilerinin pazarlama sorunlarını 6 ana başlık altında toplanabildiği faktör analizi yardımıyla anlaşılmıştır. Kiraz üreticilerinin kiraz pazarlamada yaşadığı sorunlar sırasıyla şöyledir: nakit döngüsü, olumsuz koşul, birlik, beklenti, olumsuz pazar ve üretime güven.

Marketing Problems of Cherry Producers (Tokat Central District Example) Abstract

The decrease in yield in Turkey, which is considered to be the leader in terms of world cherry production and planting area, may be an indication of some problems in fruit growing. The marketing structure and problems of cherry producers in Tokat province, located in the central Black Sea transition zone of Turkey, were examined in general. Face-to-face interviews were conducted with 83 rent producers in the villages of Tokat center. According to the research data, it was determined that the interviews were conducted with a producer portfolio that was mostly middle-aged (52) and primary school graduates. It was determined that cherry production was carried out due to reasons such as cherry production in the environment inherited from the ancestors. It was observed that the majority of the produced cherries were sold to brokers to be sold outside the city. The cherry marketing problems of the producers were tried to be measured with a 5-point Likert scale. In the light of the obtained data, a classification was made in order to make it easier to interpret. Thus, it was understood with the help of factor analysis that the marketing problems of cherry producers could be gathered under 6 main headings. The problems experienced by cherry producers in cherry marketing are as follows, respectively: cash cycle, negative condition, unity, expectation, negative market and confidence in production.

1. GİRİŞ

Rosaceae familyası, Prunoideae alt familyasına ait olan Kiraz, Prunus cinsine girdiği belirtilmektedir. *Purinus avium* L. anavatanı Güney Kafkasya, Hazar Denizi ve Kuzeydoğu Anadolu arasındaki bölge olarak bilinmektedir. Bu merkezlerden, Dünya'nın doğu ve batısına yayılarak geniş bir alanda üretimi yapılmaktadır. Birçok meyve türünde olduğu gibi kirazın da en eski gen alanlarından biri Anadolu'dur. Dolayısıyla Anadolu kirazın orijinal gen merkezlerinden biridir. Dünyada kiraz üretimi, Afrika'nın Kuzey bölümleri, Avrupa'nın tamamı, Anadolu, Ortadoğu'nun batı kısımları, Hazar Denizi çevresi, Kuzey ve Güney Amerika'da ağırlıklı olarak yapılmaktadır. Dünyada kiraz üretimi 64 ülkede toplam 454.664,00 ha alanda yapılmaktadır (FAO, 2022). Türkiye 80.482,00 ha üretim alanı ile Dünya kiraz üretim alanının %17.38'sine sahiptir. Bu veriler ışığında Türkiye'nin Dünyada en fazla kiraz ekim alanına sahip olduğu söylenebilir. Dünya kiraz ekim alanının %50'sini oluşturan ülkelere sırasıyla baktığımızda; Türkiye %17.38, Şili %13.30, ABD %7.39, Suriye Arap Cumhuriyeti %6.62 ve İspanya %6.33'üne sahiptir.

Dünyada toplam 2.765.827,38 ton kiraz üretilmektedir (FAO, 2022). Türkiye'de ise 656.041,00 ton kiraz üretimi gerçekleşmiştir. Bu veriler ışığında Dünya kiraz üretiminin %23.72'sini gerçekleştiren Türkiye Dünyada en fazla kiraz üretimi yapan ülke konumundadır. Dünya kiraz üretiminin %50'sini üreten ülkeler sırasıyla incelendiğinde Türkiye %23.72, Şili %16.02, Özbekistan %7.84 ve ABD %7.60'ı olacak şekilde gerçekleşmiştir.

TÜİK, 2023 verilerine göre Tokat'ta 13.277,00 ha alanda 21.815,00 ton kiraz üretimi yapılmıştır. Tokat ili için 2022/2023 yılı kıyaslaması yapıldığında bir önceki yıldaki kiraz ekim alanı ve üretim miktarı ile bir sonraki yıl kiraz ekim alanı ve üretim miktarı

karşılaştırmalı incelenmiştir. 2022 yılında 13.277 ha alandan 21.815 ton kiraz hasat edilirken 2023 yılında 14.748 ha alandan 21.547 ton kiraz hasat edilmiştir. Buradan her iki yılın kıyaslaması yapıldığında Tokat ilinde bir önceki yıla göre üretim alanı %10 artarken üretim miktarı yaklaşık %2 düşmüştür. Bu da üretim ile ilgili bir sıkıntının oluştuğunu göstermektedir.

Son yıllarda kiraz üretimi üzerine yapılan araştırmalara genel olarak bakıldığında; kiraz üreticilerinin genel yapısını inceleme üzerine (Çelik ve Sarıaltın, 2019; Gözener ve ark., 2021, Ballı ve ark., 2022), kiraz üreticilerinin doğrudan satışını etkileyen faktörler (Adanacıoğlu, 2016), Kiraz üreticilerinin üretimdeki maliyeti ve karlılığı üzerine (Unakıtan ve ark., 2016; Unakıtan ve ark., 2018; Bilgili ve ark., 2019; Sarıaltın, 2019; Gül ve ark., 2020; Noor ve ark., 2020), kiraz üretiminde pazar yapısı ve sorunları üzerine (Demircan ve ark., 2004; Ahmad ve ark., 2008; Sayılı ve Özbek, 2016; Nalinci ve Kızılaslan, 2019; Gümül, 2022), pazarlama konusunda tarımsal örgütlerle olan ilişkisini inceleyen (Kantaroglu ve Demirbaş, 2023), üretimde kayıpları etkileyen faktörlerin belirlenmesini inceleyen (Kantaroglu ve Demirbaş, 2020), üretim, pazar ve dış ticaret yapısını inceleyen (Namdar ve ark., 2023), iyi tarım uygulamasının benimsenmesinde kiraz üreticilerine etki eden faktörlerin belirlenmesi (Hasdemir ve Taluğ, 2012) ve kiraz üreticilerinin yenilikleri benimsemesi ve etkili faktörlerin belirlenmesi üzerine (Öztürk, 2010) konu başlıklı çalışmalar ele alınmıştır.

Gerek bölgede gerek ülke genelinde pazar sorunlarını sınıflandırmaya yönelik çalışmaya pek rastlanılmaması araştırmanın önemini artırmaktadır. Yapılan araştırmalarda üreticilerin pazar sorunları yaşadıkları ve sorunlarının ne oldukları incelenmekte, ancak kategorize edilip önem sıralaması yapılarak çözüm önerisi daha kolay hale getirici çalışmaya pek rastlanılmamıştır. Bir ürünü ekonomik olarak yetiştirmek çok kıymetli ancak yetiştirilen ürün pazara

ulaşıp ekonomik boyut kazanınca hem ülke, hem bölge, hem de üretici açısından daha değerli olacaktır. Hasattan tüketicisinin eline ulaşana kadar geçen sürede üreticinin hangi sorunları hangi önem sıralamasında yaşadığını belirlemek, soruna daha kolay yaklaşmayı sağlayacaktır.

Bu araştırmada Dünya kiraz üretimi açısından dünya lideri olan Türkiye'nin, orta kuşağında bulunan Tokat ilindeki kiraz üreticilerinin pazarlamadaki sorunlarının neler olduğu ve sorunlarını sınıflandırıp ileriye dönük planlarda kalıcı öneriler getirilebilir mi sorusu ile bu araştırma yapılmıştır.

Araştırmanın ilk bölümünde üreticilerin demografik yapıları ortaya konulmuş ikinci bölümde kiraz pazarlaması ile ilgili üreticinin genel bilgileri verilip son bölümde üreticilerin pazarlamada karşılaştığı sorunları ve sınıflandırılması verilmiştir.

2. MATERYAL VE METOT

2.1. Materyal

Bu araştırmanın materyalini, Tokat ili Merkez ilçesinde 2022 Haziran-Ağustos aylarında merkeze bağlı kiraz üretimi yapan üreticilerden anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmuştur.

2.2. Verilerin toplanması aşamasında izlenen yöntem

Newbold (1995) örnekleme yöntemi ile tesadüfen seçilen 83 kiraz üreticisi ile görüşülmüştür (%90 güven aralığı ve %5 hata payı ile hesaplanmıştır).

2.2.1. Verilerin analizi aşamasında izlenen yöntem

Bu araştırmada Tokat ili merkez ilçesine bağlı köylerde kiraz üretimi yapan üreticilerin kiraz pazarlamasında yaşadığı sorunları belirlemek üzere 5'li likert ölçeğinden (Ölçekteki 1 "kesinlikle katılmıyorum", 2 "katılmıyorum", 3 "kararsızım", 4 "katılıyorum", 5 "kesinlikle katılıyorum" olarak alınmıştır) yararlanılmıştır (Yin et al., 2014). Kiraz

üreticilerinin pazarlama sorunlarının daha az faktör yüküne ayırmak için faktör analizi kullanılmıştır. Faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasını sağlayan birçok değişkenli istatistiksel analiz türüdür (Ness, 2000; Kurtuluş, 2004; Tekin, 2007; Karpati ve Szakal, 2009).

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1. Üreticilerin sosyo-demografik özellikleri

Üretimde üreticinin sadece üretici bilgileri değil sosyo-demografik özelliklerinde üretimde etkili olduğu bilinmektedir. Onun için kiraz üreticilerin bazı demografik özellikleri Çizelge 1'de incelenmiştir. Kiraz üreticilerin ortalama yaşlarının 52 olduğu, yaklaşık 32 yıldır çiftçilik yaptıkları ve 22 yıldır da kiraz üretimi ile uğraştıkları hesaplanmıştır. Adanacıoğlu (2016) İzmir ilinde yaptığı araştırmasında kiraz üreticilerinin ortalama 50 yaş ve tarımsal deneyimini 29 yıl ve kiraz üretiminde de ortalama 21 yıllık tecrübeli olduğunu bulmuştur. Sayılı ve Özbek (2016) Amasya ilinde yaptıkları araştırmalarında kiraz üreticilerinin ortalama 48 yaş olduğunu tespit etmişlerdir. Bilgili ve ark., (2019) İzmir ilinde yaptıkları araştırmalarında kiraz üreticilerinin ortalama 46 yaşında olduğunu bulmuşlardır. Kantaroğlu ve Demirbaş (2020) İzmir ilindeki üreticilerin ortalama 49 yaşında, 21 yıllık tarımsal deneyime sahip olup, 19 yıl kiraz yetiştiriciliğinde tecrübeli olduklarını bulmuşlardır. Namdar ve ark., (2023) Mersin-Adana ilindeki kiraz üreticilerinin ortalama 58 yaşında ve ortalama 29 yıldır kiraz üreticiliği yaptıklarını tespit etmişlerdir. Unakıtan ve ark., (2016) Trakya bölgesinde yaptıkları araştırmalarında kiraz üreticilerin %52'sinin 50-59 yaş aralığında olup ortalama 53 yaşında olup 23 yıllık kiraz üretiminde tecrübeli olduklarını bulmuşlardır. Nalinci ve Kızılaslan (2019) Amasya ilinde yaptıkları araştırmalarında kiraz üreticilerinin %44'nün 36-45 yaş aralığında, %46'sının 23-32 yıl aralığında tarımsal

üretimde deneyimli olduğunu bulmuşlardır. Gümül (2022) Bursa ilinde yaptığı araştırmasında kiraz üreticilerinin %50'sinin 46-50 yaş aralığında olduğu ve %39'unun 26-35 yıl aralığında deneyiminin olduğunu belirlemiştir. Yani önceki yerli literatürler incelendiğinde kiraz üreticilerinin 50 yaş bandında olup, ortalama 25 yıllık tarımsal deneyimli ve 20 yıllık kiraz yetiştiriciliği deneyimi olduğu ve bu araştırma da ki üreticilerin yaş ortalamaları ile örtüştüğü söylenebilir. Ancak Pakistan'da kiraz üreticilerinin ortalama 38 yaş bandında olduğunu gösteren bir araştırma literatürde mevcut olup (Noor ve ark., 2020) Türkiye'deki kiraz üreticilerinin ortalama yaşın üstünde olup genç nüfusun pek üreticilik yapmadığı söylenebilir.

Türkiye geneli olduğu gibi Tokat merkeze bağlı kiraz üreticilerinin de büyük bir çoğunluğunun (%39.76) ilkokul mezunu olduğu belirlenmiştir. Ancak üreticilerin %25'nin lise mezunu olması eğitim seviyesinin çok da düşük olmadığının bir göstergesi olabilir. Adanacioğlu (2016) İzmir ilindeki kiraz üreticilerinin eğitim sürelerini ortalama 7.97 yıl bulurken, Bilgili ve ark., (2019) aynı bölgedeki kiraz

üreticilerinin eğitim sürelerini ortalama 7.63 yıl , Kantaroğlu ve Demirbaş (2020) yine aynı bölgede yaptıkları araştırmalarında kiraz üreticilerinin eğitim sürelerini 8.45 yıl olarak bulmuşlardır. Yani İzmir bölgesindeki kiraz üreticilerinin eğitim durumu ortaokul seviyesinde olduğu yapılan araştırmalarca söylenebilir ancak literatürdeki başka yörelerde yapılan araştırmalar bu araştırmadaki gibi kiraz üreticilerinin ilkokul eğitim seviyesinde olduğu söylenebilir. Nalinci ve Kızılaslan (2019) Amasya ilinde yaptıkları araştırmalarında kiraz üreticilerinin %35'i ilkokul iken %53'ü ortaokul mezunu olduğunu belirtmişlerdir. Namdar ve ark., (2023) Mersin-Adana bölgesindeki kiraz üreticilerinin %60'ının ilkokul mezunu olduğunu bulmuşlardır. Gümül (2022) Bursa ilindeki kiraz üreticilerinin %42'sinin, Unukitan ve ark., (2016) Trakya bölgesindeki kiraz üreticilerinin %63'ünün ilkokul mezunu olduğunu bulmuşlardır. Bu araştırmada olduğu gibi en fazla ilkokul mezunu kiraz üreticini ikinci sırada lise mezunu üreticiler takip eden başka literatürde de kaynak mevcuttur. Sayılı ve Özbek (2016) Amasya ilindeki kiraz üreticilerinin %40'ının ilkokul mezunu olarak bulurken, %35'inin lise mezunu olduğunu bulmuşlardır.

Çizelge 1. Üreticilerin bazı demografik özellikleri
Table 1. Some demographic characteristics of the producers

Grup ve Açıklaması	Frekans	%	Ortalama	Bazı istatistik veriler
Yaş ortalaması			51.69	Min:28 Max: 75 SS:10
Çiftçilik yapma süreci			30.65	Min:5 Max: 60 SS:12.51
Kiraz üreticiliği yapma süreci			22.25	Min:3 Max: 50 SS:11.99
Eğitim durumu	Okuryazar değil:0	1	1.20	
	Okuryazar:1	4	4.82	
	İlkokul:2	33	39.76	
	Ortaokul:3	15	18.07	
	Lise:4	21	25.30	
	Önlisans:5	4	4.82	
	Lisans: 6	5	6.02	

Bölgedeki kiraz üreticilerinin kiraz üretimi yapma nedenleri Çizelge 2’de incelenmiştir. Üreticilerin kiraz üretimi yapma nedenleri içinde en önemli etkenin köyde herkesin yapması ve babadan kalma miras olarak gördükleri için üretime devam ettikleri (%61) tespit edilmiştir. Yani kiraz üretimi bu sonuçlara bakılarak sürdürülen gelenek olarak da

adlandırılabilir. Arazi iklim koşulların uygunluğu (%45) ve karlı olması (%42) gibi nedenlerde üretim yapmayı etkileyen önemli nedenler içinde yer almaktadır. Sayılı ve Özbek (2016) Amasya ilindeki üreticilerin kiraz üretimi yapma nedeni olarak: karlı olması, arazi iklim uygunluğu gibi faktörleri önemli nedenler olarak belirtmişlerdir.

Çizelge 2. Kiraz üreticilerinin üretim yapma nedenleri

Table 2. Reasons for cherry producers to produce

Nedenler	Frekans	%
Köyde herkesin kiraz üretmesi	51	61.45
Babadan kalma bahçe olması	51	61.45
Arazi ve iklimin uygun olması	37	44.58
Karlı olması	35	42.17
Pazar talebinin olması	34	40.96
Aile işgücünü değerlendirme	30	36.14
Ürün çeşitlenmesi	18	21.69
Kiraz teslim yerlerine ulaşım kolaylığı	15	18.07
Satış garantisi olması	11	13.25

Üreticiler yaptıkları tarımsal üretimlerde farklı nedenlerden dolayı çeşitli sorunlar yaşamaktadırlar. Çizelge 3’te kiraz üreticilerinin tarımsal konularda karşılaştıkları güçlük ya da sorunlarda yararlandıkları kaynaklar incelenmiştir. Bölgedeki kiraz üreticileri tarımsal konularda yaşadıkları sorunlarda en çok kendi tecrübelerine güvenip (%70) sorunlarını kendileri çözdükleri belirlenmiştir. Kiraz üreticilerin %58’i de

tarımsal sorunlarda ilaç-gübre bayilerine başvurdukları belirlenmiştir. Sayılı ve Özbek (2016) Amasya ilinde yaptıkları araştırmalarında kiraz üreticilerinin tarımsal güçlüklerde danıştıkları yerleri sırasıyla şöyle belirlemişlerdir: gübre ilaç bayileri, kendi tecrübeleri ve tarım kuruluşları olarak belirlemişlerdir.

Çizelge 3. Kiraz üreticilerinin karşılaştıkları güçlük/sorunlarda yararlandıkları kaynaklar

Table 3. Resources used by cherry producers in the face of difficulties/problems

Kaynaklar	Frekans	%
Kendi tecrübesi	58	69.88
İlaç-gübre bayileri	48	57.83
Diğer çiftçiler	24	28.92
Tarım Kuruluşları	21	25.3
Araştırma Kuruluşları	4	4.82

3.2.Üreticilerin kiraz pazarlama durumu

Tokat merkeze bağlı köylerinde üretim yapan kiraz üreticileri 23 dekar üretim alanından ortalama 17 ton kiraz almaktadırlar. Adanacıoğlu (2016) İzmir ilindeki kiraz üreticilerinin ortalama 15 dekar ve Ballı ve ark., (2022) Himachal Pradesh'in Shimla bölgesindeki kiraz üreticilerinin 17 dekar alanda üretim yaptıklarını belirlemişlerdir. Bilgili ve ark., (2019) İzmir ilinde yaptıkları araştırmalarında kiraz üreticilerinin 31.94 dekar alanda işletme başına ortalama 22.64 ton üretim yaptıklarını hesaplamışlardır. Kiraz üreticileri kilosunu yıl ortalaması olarak 10 TL'ye satarak ortalama 171.286 TL gelir elde ettikleri hesaplanmıştır. Kiraz üreticilerinin 23 dekar alanda ortalama 773 adet ağaçlarının olduğu belirlenmiştir. Kiraz ağaçlarının ortalama yaşı 15 olduğu, minimum 3 yıllık kiraz ağacı varken maksimum 40 yaşında kiraz ağacının olduğu belirlenmiştir. Üreticilerin kaç yıldır kiraz ağacı sahip olduğu incelendiğinde en uzun 57 yıl en kısa 5 yıl ortalama olarak 21 yıl olarak görülmüştür.

Çizelge 4'de bölgedeki kiraz üreticilerinin ürettikleri kirazı pazarlama kanalları ve yerleri verilmiştir. Kiraz üreticilerinin %69'u ürettikleri

kirazı diğer şehirlere götüren komisyonculara satarken, %58'i yol kenarında kendileri sattıkları belirlenmiştir. Çizelgeye göre kiraz üreticilerinin çok az bir kısmı (%5) ürettikleri ürünü sebze veya haline sattıkları belirlenmiştir. Aynı bölgede farklı yılda yapılan bir araştırmada benzer sonuçlar bulunmuştur, Gözener ve ark., (2021) Tokat ilindeki kiraz üreticilerinin %85'inin ürettikleri ürünü komisyoncuya sattıkları sonucunu bulmuştur. Namdar ve ark., (2023) Mersin-Adana bölgesindeki kiraz üreticilerinin %61'inin ürünlerini komisyoncuya sattığını bulmuştur. Sayılı ve Özbek (2016) Amasya ilindeki kiraz üreticilerinin %96'sının komisyoncuya ürün sattıklarını belirtmiştir. Bu araştırmadaki gibi üreticilerin komisyoncuya kiraz sattığını bulan çalışma mevcut olduğu gibi, araştırmada en az pazarlanan yer olan sebze veya haline en çok ürün sattığını gösteren çalışmalarda literatürde mevcuttur. Örneğin Nalinci ve Kızılaslan (2019) Amasya ilindeki kiraz üreticilerinin %79'u, Gümül (2022) Bursa ilindeki kiraz üreticilerinin %60'ı sebze veya haline , %39'u komisyoncuya yetiştirdikleri ürünü sattıklarını bulmuşlardır.

Çizelge 4. Kiraz üreticilerinin ürettikleri kirazı pazarladıkları yerler

Table 4. Places where cherry producers market their cherries

Yerler	Frekans	%
Diğer şehirlere götüren komisyoncular	57	68.67
Yol kenarında	48	57.83
Tokat ve ilçe pazarlarında satıyor	23	27.71
İhracatçı komisyoncuya	23	27.71
Tarlada toptan	13	15.66
Hal	4	4.82

Araştırma kapsamında görüşülen üreticilerin beyanına göre 2021 yılında kiraz satışında şöyle bir sonuç elde edilmiştir: Üretici ilk hasatta ortalama 11.73 TL'ye kiraz satarken sonraki haftalar yani üretimin ortalarında ortalama satış bedeli 8.55 TL'ye

düşmüş ve üretimin sonlarında satış fiyatı 6.37 TL'ye kadar düşmüştür. Üreticilerin bir sonraki yıl kiraz üretimine devam etmeyi düşünüp düşünmediği belirlenmeye çalışılmıştır ve anketin sonunda üreticiye 2023 yılında kiraz üretimine devam etmeyi düşünüyor

musunuz diye direkt sorulmuştur. Üreticilerin %68.67'si (57 kiraz üreticisi) kiraz üretimine devam edeceğini belirtirken %31.33'ü (26 kiraz üreticisi) bir sonraki üretim döneminde pek düşünmediğini belirtmişlerdir.

Kiraz üreticilerinin sattıkları kirazın ödeme şekilleri incelendiğinde vadeli ve peşin şeklinde olduğu belirlenmiştir. Üreticilerin %87.95'i sattıkları kirazın farklı oranlarda da olsa peşin alırken, yine farklı oranlarda da olsa %57.83'ü vadeli olarak tahsilat ettikleri belirlenmiştir.

Kiraz üreticilerin yaşadıkları üretim ya da pazarlama gibi farklı bir sorundan dolayı "üretimden vazgeçmeyi düşündünüz mü" diye spesifik bir soru soruldu. Araştırma kapsamında görüşülen kiraz üreticilerin yarısından fazlası (%68.67) üretimden vazgeçmeyi hiç düşünmediği belirlenmiştir. Ancak kiraz üreticilerinin %31.33'lük gibi çok da az olmayan bir kısmı yaşadıkları zorluk ve farklı nedenlerden dolayı üretimden vazgeçmeyi düşündükleri belirlenmiştir.

3.3.Kiraz üreticilerinin pazarlamadaki sorunlarının sınıflandırılması

Kiraz üreticilerinin ürettikleri kirazı pazarlama sırasında yaşadıkları sorunları belirlemek için 26 farklı değer belirlendi ve bu değerler 5'li likert ölçeği ile anket sırasında üreticilere sorulmuştur. Kiraz üreticilerinin pazarlamadaki sorunları yani 26 değer sınıflandırma yapabilmek için faktör analizine tabi tutulmuş ve analiz sonucunda 26 değer yargı 6 faktör altında toplanabileceği anlaşılmıştır. Analiz sonucunda KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi 0.804 olduğu bu da veri setinin faktör analizi için mükemmel aralıkta (Kalaycı, 2010) olduğuna işaret etmektedir. Ayrıca modelin anlamlı olduğunu Bartlett testi sonucundan da anlaşılabilir ve önemlilik düzeyi (sig.) 0.000 çıkması modelin bütün önem düzeyinde anlamlı olduğu sonucunu vermektedir. Değişkenlerin

güvenirlilik testi sonucu yani Cronbach's Alpha değeri 0.767 bulunmuş, bu sonuçta değişkenlerin güvenilir aralıkta olduğunun bir göstergesidir. Böylelikle hem değişkenlerin hem de modelin uygunluğu tespit edilmiştir. Kiraz pazarlamasındaki sorunlar 26 değişken 6 faktör yükü altında toplandığı ve toplam yük modelin %71.23'nü açıkladığı vurgulanabilir. Çizelge 5'te kiraz üreticilerinin pazarlama da karşılaştığı sorunlara yönelik değişkenler ve faktör yükleri verilmiştir.

Kiraz üreticilerinin üretilen kirazın pazarlamasında karşılaştığı sorunlar 6 faktör altında toplanmış yani üreticilerin karşılaştıkları pazarlama sorunlarını 6 faktör altında incelemek mümkün olabileceği belirlenmiştir. Birinci faktör: nakit döngüsüdür. Nakit döngüsü faktörü modelin %29'nu 4 değişken ile açıklamıştır. Nakit döngüsü faktörünün içinde bulunan değişkenler sırasıyla şöyledir: Alıcılar güvenli değil, ürün bedellerinin tahsilatı sıkıntılı, alıcı peşin ödeme yapmıyor ve fiyat düşük.

İkinci faktör olumsuz koşul olarak adlandırılmıştır ve modelin %38'ini 7 değişken ile açıklamıştır. Olumsuz koşul faktörünün içinde bulunan değişkenler sırasıyla şöyledir: standardizasyon yok, boylama yapmıyor, raf ömrünü uzatmak için işleme paketlenme tesisleri yetersiz, kiraz için hasat sonrası modern depolama yetersiz, ihracat karlı ancak ürün şartlarını yerine getirme zor, ambalajlama yetersiz ve pazarlama sürecindeki ürün kayıpları yüksek.

Üçüncü faktör birlik olarak adlandırılmıştır ve modelin %45'ini 3 değişken ile açıklamıştır. Birlik faktörünün içinde bulunan değişkenler sırasıyla şöyledir: pazarlama için bir kooperatif olsa katılır, üreticiler arasında birliktelik yok ve tokat kirazı tanımıyor.

Dördüncü faktör beklenti olarak adlandırılmıştır ve modelin %60'ını 4 değişken ile açıklamıştır. Beklenti faktörünün içinde bulunan değişkenler sırasıyla

şöyledir: etiketli, iyi tarım, organik tarım veya coğrafi işaretli ürünle kazanabiliriz, ihracat veya yüksek getiri için iyi tarımla kiraz üretim, ihracat için üretim şeklimi değiştiririm ve tokat kiraz tanıtımı önemsenmeli.

Beşinci faktör olumsuz pazar olarak adlandırılmıştır ve modelin %66'sını 4 değişken ile açıklamıştır. Olumsuz pazar faktörünün içinde bulunan değişkenler sırasıyla şöyledir: sadece güvendiğim alıcılara satıyor, internetten satış yapıyor,

kirazın her zaman alıcısı var ve kiraz festivalleri pazarlamada kolaylık sağlıyor.

Altıncı faktör üretime güven olarak adlandırılmıştır ve modelin %71'ini 4 değişken ile açıklamıştır. Üretime güven faktörünün içinde bulunan değişkenler sırasıyla şöyledir: çok miktarda ürettiğim için satış problemim yok, iyi ürettiğim için satış problemi yaşamıyorum, iyi tarım yaptım ve daha iyi fiyata sattım ve Türkiye'nin diğer yerlerindeki kiraz üretimini takip ediyorum.

Çizelge 5. Kiraz üreticilerinin pazarlama karşılaştığı sorunlar ve sınıflandırılması

Table 5. Marketing problems faced by cherry producers and their classification

Faktör İsimleri	Faktörler	Faktör yükleri	Faktörlerin Açıklama Varyansı
Nakit döngüsü	Alıcılar güvenli değil	0.797	29.387
	Ürün bedellerinin tahsilatı sıkıntılı	0.737	
	Alıcı peşin ödeme yapmıyor	0.730	
	Fiyat düşük	0.691	
Olumsuz koşul	Standardizasyon yok	0.780	37.532
	Boylama yapmıyor	0.680	
	Raf ömrünü uzatmak için işleme paketleme tesisleri yetersiz	0.608	
	Kiraz için hasat sonrası modern depolama yetersiz	.587	
	İhracat karlı ancak ürün şartlarını yerine getirme zor	0.824	
	Ambalajlama yetersiz	0.728	
	Pazarlama sürecindeki ürün kayıpları yüksek	0.539	
	Pazarlama için bir kooperatör katılımı	0.738	
Birlik	Üreticiler arasında birliktelik yok	0.622	45.430
	Tokat kirazı tanınmıyor	0.563	
	Etiketli, iyi tarım, organik tarım veya coğrafi işaretli ürünle kazanabiliriz	0.735	
Beklenti	İhracat veya yüksek getiri için iyi tarımla kiraz üretim	0.729	59.691
	İhracat için üretim şeklimi değiştiririm	0.719	
	Tokat kiraz tanıtımı önemsenmeli	0.708	
	Sadece güvendiğim alıcılara satıyor	0.862	
Olumlu pazar	İnternetten satış yapıyor	-0.766	65.505
	Kirazın her zaman alıcısı var	-0.647	
	Kiraz festivalleri pazarlamada kolaylık sağlıyor	0.520	
	Çok miktarda ürettiğim için satış problemim yok	0.850	
Üretime güven	İyi ürettiğim için satış problemi yaşamıyorum	0.792	71.233
	İyi tarım yaptım ve daha iyi fiyata sattım	-0.651	
	Türkiye'nin diğer yerlerindeki kiraz üretimini takip ediyorum	0.603	
	KMO:0.804 sig: 0.000 cronbach's Alpha:0.767		

SONUÇ VE ÖNERİLER

Üreticilerin ürettikleri kirazı pazarlamasında yaşadıkları sorunları 26 özellikle 5'li likert ölçeği ile ölçülmeye çalışılmıştır. Üreticilerin ürettikleri kirazı pazarlama da yaşadıkları sorunları 6 değişken olarak ifade edileceği yapılan faktör analizi ile anlaşılmıştır. Üreticilerin pazarlamadaki sorunları: nakit döngüsü, olumsuz koşul, birlik, beklenti, olumlu Pazar ve üretime güven sorunları başlıklarında toplanmıştır.

Orta yaş grubunda olan üreticiler (51.69 ortalama yaş) ve eğitim seviyesi ilkökul seviyelerinde olduğu belirlenmiştir. Başka bir ifadeyle üreticilerin yaş aldıkça tecrübeli olarak kabul edilseler de eğitim seviyesi ve üreticilikle ilgili doğru bilgiyle donanımlı olmadıkça söz konusu üreticiler yeniliklere açık olmayışı yıllardır kırsal alanlarda çözülmeyen sorunlarla benzer sorunları olduğu araştırma sonucunda söylenebilir.

Kiraz üretimin yapılmasının en büyük neden gelenekselliği sürdürme adına babadan kalma ya da karlı gördüğü için yaptığı belirlenmiştir. Bu yaklaşımın pozitif yanı üretimde ve pazarlama konusunda tecrübeli olması. Negatif yanı ise tecrübeye dayalı eksik ya da yanlış olan bilgisine güvenerek üretime devam etmesidir.

Kiraz üreticilerin ileriye dönük planlarında üreticilerin çoğu üretime devam etmeyi planlarken dörtte birinden fazla çoğunluğa sahip üreticiler üretimden vazgeçmeyi planladığı araştırma sonucunda belirlenmiştir. Bu sonuçla yaşanan sorunlara yönelik gerekli kurum kuruluşların destek gibi politikalarla kiraz üreticilerin pazarlamada önlerini açarak kiraz üretimi sürdürülebilir hale getirilmesinde önemli bir rol oynayacağı söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Adanacioglu, H., 2017. Factors affecting farmers' decisions to participate in direct marketing: A case study of cherry growers in the Kemalpaşa District of İzmir, Turkey. *Renewable Agriculture and Food Systems* 32(4): 291-305.
- Ahmad, S., Saddozai, K. N., Khan, M., ve Afridi, S., 2008. Cherry marketing system in Gilgit District, Northern Areas of Pakistan. *Sarhad J. Agric* 24(4): 771-777.
- Bali, D., Sharma, R., Singh, S. P., Barwal, P., Kashyap, P., and Bhagat, A. G., 2022. An investigation into the socio-economic status and problems of cherry growers with reference to Shimla district of Himachal Pradesh. *The Pharma Innovation Journal* 11(6): 2333-2337.
- Bilgili, G., Özçingirak, G., Güler, U., ve Engindeniz, S., 2019. Kiraz Üretiminde Maliyet ve Karlılık Analizi: İzmir'in Kemalpaşa İlçesi Örneği. *Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi* 5(1): 1-8.
- Demircan, V., Hatirli, S. A., ve Aktaş, A., 2004. Isparta ilinde kirazın pazarlama yapısı ve sorunları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 8-1.
- FAO, 2023. Classifications and standards. <https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL> (Erişim tarihi: 02.09. 2024).
- Gözener, B., Onurlubaş, E., ve Otcu, M., 2021. Tokat ili merkez ilçede kiraz yetiştiriciliğinin mevcut durumu. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi* 10(1): 83-94.
- Gümül, B., 2022. Türkiye'de kiraz üretimi ve pazarlaması: Bursa ili örneği. Yüksek lisans tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Basılmamış), Bursa.
- Kalaycı, Ş., 2010. SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri (5. Baskı), Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kantaroglu, M., ve Demirbaş, N., 2020. Technical and economic factors affecting losses in sweet cherry production: a case study from Turkey. *International Journal of Fruit Science* 20(sup3): S1994-S2004.
- Kantaroglu, M., ve Demirbaş, N., 2023. İzmir ili Kemalpaşa ilçesinde kiraz üreticilerinin pazarlama açısından tarımsal örgütlere yaklaşımları ve beklentileri. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler* 09 (04): 58-64.
- Karpati, L., and Szakal, Z., 2009. Marketing characteristics of tokaj wine specialties based on factor and cluster analyses. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce* – APSTRACT Agroinform Publishing House, Budapest 93-102.
- Kurtuluş, K., 2004. Pazarlama Araştırmaları (Genişletilmiş 7. Baskı). *Literatür Yayınları*, Yayın No, 114, s.397-418, İstanbul.
- Nalinci, S., ve Kızılaslan, H., 2019. Amasya ili merkez ilçede kiraz üretimi yapan işletmelerin pazarlama ve pazarlama sorunları. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi* 8(3): 29-43.
- Namdar, S. Ç., Subaşı, O. S., Yılmaz, H., Sağlam, C., Uysal, O., ve Kiracı, M. A., 2023. Doğu Akdeniz bölgesi kiraz üretimi, pazarlaması ve dış ticaret yapısı. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi* 6(1): 354-368.

- Ness, M., 2000. *Multivariate Techniques in Marketing Research*. Curso de Especializacion Postuniversitaria en Marketing Agroalimentario, CHIEAM, Spain.
- Newbold, P., 1995. *Statistics For Business and Economics*, Prentice Hall International Editions.
- Noor, R. S., Hussain, F., Farooq, M. U., and Umair, M., 2020. Cost and profitability analysis of cherry production: The case study of district Quetta, Pakistan. *Big Data in Agriculture* 2(2): 65-71.
- Sayılı, M., ve Özbek, K., 2016. Amasya ili Suluova ilçesinde kiraz üretimi yapan işletmelerin üretim ve pazarlama sorunları. *Journal of Agricultural Faculty of Gaziosmanpaşa University (JAFAG)* 33(1): 33-46.
- Tekin, V. N., 2007. *SPSS Uygulamalı Bilimsel Pazarlama Araştırmaları*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- TÜİK, 2023. *Türkiye İstatistik Kurumu*. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?locale=tr>. (Erişim tarihi: 02.09.2024).
- Unakıtan, G., Hurma, H., Makaracı, Z., Başaran, B., Abdikoğlu, D. İ., ve Sağır, F. S., 2016. Trakya bölgesinde kiraz üretiminin ekonomik analizi. Namık Kemal Üniversitesi, Nkubap.00.24.Ar.13.07 Nolu Proje.
- Unakıtan, G., Hurma, H., Makaracı, Z., Başaran, B., Abdikoğlu, D. İ., ve Sağır, F. S., 2018. Trakya bölgesinde sofralık kiraz üretiminde farklı tesis yapılarına ait üretim maliyetlerinin belirlenmesi. *Journal of Agricultural Faculty of Gaziosmanpaşa University (JAFAG)* 35(3): 193-202.