

ANTALYA İLİ İÇ VE DIŞ MEKAN SÜS BİTKİLERİ ÜRETİMİNİN TEKNİK VE EKONOMİK ÖZELLİKLERİ(*)

Burhan ÖZKAN¹ Osman KARAGÜZEL² Veli ORTAÇEŞME² Meryem ATİK²

1: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, ANTALYA

2: Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, ANTALYA

Özet

Bu çalışma, Antalya ilindeki iç ve dış mekan süs bitkileri üretiminin teknik ve ekonomik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; işletmelerin ortalama deneyim süresi 7,1 yıl olup, işletmelerin %46,6'sı aile şirketi özelliği taşımaktadır. İşletmeler ortalama olarak 33 450 m² arazi varlığına sahiptir. Bu alanın % 73,8'i açık alan, % 15,3'ü plastik sera ve %10,9'u cam seralardan oluşmaktadır. İşletmelerin ortalama olarak dekar başına 0,4 daimi ve 0,3 geçici işçi çalıştırdıkları belirlenmiştir. İşletmelerin %53,6'sının bilgisayarlı muhasebe ve gübre enjeksiyon sistemlerine sahip oldukları, çoğunluğunun ısıtma sistemi kullandığı, buna karşın toprak (harç) sterilizasyon sistemleri, otomatik saksılama ve ekici ekipmanlarına sahip olan işletme bulunmadığı saptanmıştır.

İşletmelerin %91,7'sinin öz sermaye ile kurulduğu ve işletildiği, toplam masrafların %63,6'sını değişen üretim girdi masrafları, %36,4'ünü ise sabit masrafların oluşturduğu, toplam masraflar içindeki %29,4'lük payıyla işçilik masraflarının üretim masrafları içinde ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir. İşletmecilerin ürünlerini ağırlıklı olarak toptancıya (%40,0) ve perakendeciye (%33,3) pazarladıkları ve pazarlamada en büyük sorun olarak tahsilat ve piyasadaki güvensizliği gördükleri saptanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; yörede iç ve dış mekan süs bitkileri üretiminin ana sorunlarının, tür çeşitliliği ve bitki materyali temini ile sermaye yetersizliği ve pazarlama olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İç ve Dış Mekan Süs Bitkisi Üretimi, Teknik ve Ekonomik Özellikler, Antalya.

The Technical and Economic Characteristics of Ornamental Plant Production in Antalya Province

Abstract

The purpose of this study was to determine the main technical and economic characteristics of ornamental plant (indoor and outdoor) production in Antalya province. The results of the research showed that the average experience of the managers is 7.1 years and 46.6% of the investigated nurseries business structure is family ownership. The average size of the nurseries is 33 450 m² of which 73.8% open area, 15.4% plastic house and 10.9% is glass house. The nurseries use 0.4 permanent and 0.3 casual workers per decare. About 53.6% of the nurseries has computerised accounting system and fertiliser injection system and majority of the firms use heating system in their nursery. It was found that firms do not have soil sterilisation system, potting machine and automatic seeder equipment in their greenhouses.

According to the research results, 91.7% of the nursery firms did not use credit when they were establishing their nurseries. The results showed that the largest of annual expense item in the total production expenses is labour (29.4%). Operating and fixed expenses account for 63.6% and 36.4% in the total annual expenses, respectively. The most important market channels for the nurseries were wholesaler (40.0%) and retailer (33.3%). The owner of the nurseries stated that the main problems in the ornamental crop marketing are payments for sold crops and lack of reliability. The findings of the research results showed that the most important problems in the ornamental crops in the research area are to difficulties in obtaining plant material and limited number of the species used for their production, and lack of operating capital and marketing.

Keywords: Ornamental Plant Production, Technical and Economic Characteristics, Antalya.

* :Bu çalışma Akdeniz Üniversitesi Araştırma Fonunca desteklenmiştir.

1. Giriş

İç ve dış mekan süs bitkileri yetiştiriciliği; tüm dünyada kentleşme, toplumların eğitim düzeyi ve çevre bilinçlerinin artmasına paralel olarak düzenli bir gelişme gösteren önemli tarımsal üretim sektörlerindedir. Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye'de de bu alt sektörler oluşmuş ve 1980'li yıllardan başlayarak hızlı bir büyüme sürecine girmiştir (Uzun, 1992).

1980'li yıllarda kayıtlara bile geçmeyen üretim alanları, 1988 yılında her iki sektörün toplamı olarak 669,8 dekar, 1993 yılında ise 1355,0 dekar'a yükselmiştir (Erkal ve ark., 1988; Aksu ve ark, 1996; Uluğ ve Yücel, 1996). Üretim alanı açısından Antalya ilindeki gelişmeler de ülke geneliyle paralellik göstermiştir. İlde 1988 yılında 16,5 dekar olan iç ve dış mekan süs bitkileri toplam üretim alanı, 1993 yılında 152,0 dekar, 1995 yılında 236,0 dekar, 1998 yılında ise 373,5 dekar'a yükselmiştir (Anonim,1994; 1996; 1999).

Buna karşın, Türkiye süs bitkileri dışalım ve dışsatım değerleri incelendiğinde iç ve dış mekan süs bitkileri dışsatımının sınırlılığına karşın, dışalımın önemli düzeylerde olduğu görülmektedir (İGEME, 1997; Gürsan ve Erkal, 1998)..

Şafak ve ark. (1989), Türkiye'de saksılı süs bitkileri ve süs çalıları üreten işletmelerin ekonomik yapısı, üretim ve pazarlama sorunlarını araştırdıkları çalışmalarında; üreticilerin üretim deneyimi eksiklikleri, üretim materyali temini ve üretim süreciyle ilgili sorunları olduğunu belirlemişlerdir. Araştırmacılar o dönemdeki gelişmişlik düzeyi ve üretim potansiyeli ile bu alt sektörlerde pazarlama sorunu olmadığını saptamışlardır.

Balkan ve ark. (1993), İzmir ili süs bitkileri yetiştiriciliğinin teknik ve ekonomik başlıca karakteristiklerini

belirledikleri çalışmalarında; içinde bulunulan koşulların devam etmesi durumunda, yakın gelecekte İzmir ili dış mekan süs bitkisi üretim alanlarının %27,0 oranında artacağı, iç mekan süs bitkileri üretim alanlarında ise önemli değişimlerin olmayacağı tahmininde bulunmuşlardır.

Crane ve ark.(1993)'nın İngiltere ve Galler'deki odunsu süs bitkisi fidan üretimi ve işletmelerin bazı özelliklerini belirlemeye yönelik çalışmalarında; işletmelerin %42,9'unun ürünlerini çeşitli kaplarda büyütüp pazarladıkları ve satışların %54,7'sinin toptan satış şeklinde gerçekleştiği saptanmıştır.

Brumfield ve McSweeney (1996), Avustralya iç ve dış mekan süs bitkileri üretiminin sektörel yapısını incelemişlerdir. Araştırmacılar, Avustralya'da ortalama işletme büyüklüğünün 32 974 m² olduğunu ve işletmeler ürünlerinin %52'sini perakendecilere toptan satış şeklinde pazarladıklarını, üretim maliyetleri içinde ise en büyük payı işçilik masraflarının aldığını belirlemişlerdir.

Türkiye'de iç ve dış mekan süs bitkileri üretiminin teknik ve ekonomik özelliklerinin belirlenmesine yönelik araştırmaların sayısı son derece sınırlıdır. Bir çok ülkede olduğu gibi bu sektörler ait veri sağlanması oldukça güç olmakta ve verilerin büyük çoğunluğunun birincil veriler olarak araştırmacılar tarafından sağlanması gerekmektedir (Brumfield ve McSweeney, 1996; Erkal, 1998).

Antalya uzun vejetasyon süresi ve birçok iç ve dış mekan süs bitkisi türünün yetiştirilmesine uygun iklim koşullarına sahiptir. Bu nedenle de belirgin bir gelişme süreci içinde bulunan iç ve dış mekan süs bitkileri üretiminin teknik ve ekonomik özellikleri ile temel sorunlarının saptanması geleceğe yönelik kararların daha sağlıklı verilebilmesi için büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışma; Antalya ilindeki iç ve dış mekan süs bitkileri işletmelerinin teknik ve ekonomik özellikleri ile mevcut ve potansiyel sorunlarını saptamak, bu bilgilerin ışığında öneriler geliştirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

2. Materyal ve Yöntem

Araştırma materyalinin önemli bir bölümünü Antalya ilinde iç ve dış mekan süs bitkileri üretimi yapan işletmelerden anket yöntemi ile derlenen orijinal nitelikli veriler oluşturmuştur.

Araştırmaya Antalya ilinde bulunan iç ve dış mekan süs bitkileri üretimi yapan işletmelerin belirlenmesiyle başlanmış ve toplam 21 işletmenin bu alanda faaliyet gösterdiği saptanmıştır. İşletme sayısının çok fazla olmaması nedeniyle işletme seçiminde örnekleme yapmaksızın Antalya ili ve ilçelerindeki iç ve dış mekan süs bitkileri üretimi yapan tüm işletmeler ile görüşme yapılmıştır. Ancak bu işletmelerden 15'ine ait anket verileri değerlendirmeye alınmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formlarında; işletmelerin genel (üreticilerin yaşı, mesleği ve iş deneyimi ile işletme arazi varlığı vb.), teknik (işletmelerin kullandıkları örtülü alanların özellikleri, kullanılan yakıt, sulama sistemi, üretim teknikleri ve yönetim sistemleri vb.) ve ekonomik (sermaye kaynakları, masraf unsurları, pazarlama kanalları vb.) özellikleriyle ilgili bölümler ile sektörün genel sorunları ve üreticilerin gelecekle ilgili beklentilerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 8.0 for Windows istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir (Cramer, 1998).

3. Bulgular

3.1. İşletmelerin Genel Özellikleri

3.1.1. İşletmecilerin Yaşı, Deneyim Süresi ve Meslekleri

Araştırma bulgularına göre; Antalya ilinde iç ve dış mekan süs bitkisi üretimi ile uğraşan işletmelerde işletme sahiplerinin yaş ortalaması 43,9 yıl, deneyim süreleri ise 7,1 yıldır. İşletme sahipleri arasında Ziraat Mühendisi (%26,7) ve Peyzaj Mimarı (%26,7) gibi iç ve dış mekan süs bitkilerinin üretim ve kullanımı ile doğrudan ilişkili meslek sahiplerinin çoğunluktadır (toplam %53,4). İç ve dış mekan süs bitkileri işletme sahiplerinin %46,6'sını ise diğer meslek gruplarından olan kişiler oluşturmaktadır.

3.1.2. İşletmelerin Arazi Varlığı

Antalya ilinde faaliyet gösteren iç ve dış mekan süs bitkisi işletmelerinin ortalama arazi varlığının 33 450 m² olduğu saptanmıştır (Çizelge 1). Bu alanın %73,8'i açık alan, %26,2'si ise örtülü alan üretiminde kullanılmaktadır. Çizelge 1'de görüldüğü gibi örtülü alanlardan cam seralar ortalama arazi varlığının %10,9'unu, plastik seralar ise % 15,3'ünü oluşturmaktadır.

Çizelge 1. İşletmelerin Arazi Varlığı (m²)

	Açık Alan	Sera Arazisi			Toplam İşletme Arazisi
		Cam	Plastik	Top.	
Ort.	24678	3661	5111	8772	33450
(%)	73,8	10,9	15,3	26,2	100,0

3.1.3. İşletmelerde İşgücü Kullanımı

Antalya ilinde iç ve dış mekan süs bitkisi üretimi yapan işletmelerdeki

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
ZİRAAT FAKÜLTESİ
KÜTÜPHANESİ

işgücü ihtiyacının ağırlıklı olarak daimi işgücü kaynaklarından sağlandığı belirlenmiştir. Çizelge 2'de görüldüğü gibi, işletme başına 14,9 daimi işçi, 11,1 geçici işçi çalıştırılmaktadır. Bu alt sektörde aile işgücünün yoğun bir biçimde kullanılmadığı ve işletme başına aile işgücü olarak 0,7 kişinin çalıştığı saptanmıştır. İşgücü kaynakları arasında geçici işçiler en genç (ortalama 20 yaşında) grubu oluşturmakta, bunu yaş ortalaması 28 olan daimi işçiler izlemektedir. İşgücü kaynakları cinsiyet açısından ele alındığında ise özellikle geçici işçiler olmak üzere daimi işçilerde de kadın sayısının daha fazla olduğu, buna karşın aile işgücünde ağırlıklı olarak erkeklerin yer aldığı görülmektedir (Çizelge 2).

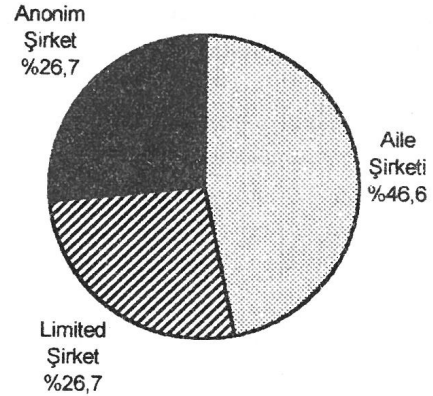
Çizelge 2. İşletmelerin İşgücü Kaynağı ve Özellikleri.

İşgücü Kaynağı	Sayı	Yaş	Cinsiyet		Çalış. Sür. (Ay)	Aylık Ücret (Milyon)
			E	K		
Aile	0,7	32	0,6	0,1	6,5	-
Daimi İşçi	14,9	28	6,7	8,2	12,0	73,0
Geçici İşçi	11,1	20	3,6	7,5	5,5	61,0

İşletmelerde; bir yıllık dönemde daimi işçilerin 12 ay, geçici işçilerin 5,5 ay ve işletmelerdeki üretim faaliyetlerine katılan aile fertlerinin ise 6,5 ay çalıştıkları saptanmıştır. Ortalama net ücretlerin 73 milyon TL/ay ile daimi işçilerde daha fazla olduğu, geçici işçilerin ise ayda ortalama 61 milyon TL karşılığında çalıştıkları belirlenmiştir (Çizelge 2).

3.1.4. İşletmelerin Hukuki Durumu

Antalya ilinde faaliyet gösteren iç ve dış mekan süs bitkisi işletmelerinin hukuksal durumları Şekil 1'de verilmiştir. Görüldüğü gibi işletmelerin %46,6'sı aile şirketi, %26,7'si limited şirket, %26,7'si ise anonim şirket niteliğindeki işletmelerdir.



Şekil 1. İşletmelerin Hukuki Durumları.

3.2. İşletmelerin Teknik Özellikleri

3.2.1. İşletmelerde Örtülü Alanların Özellikleri

İşletmelerin sahip oldukları veya kullandıkları cam seraların ortalama 9,4 yaşında oldukları ve 11,7 yıl ekonomik ömürleri kaldığı saptanmıştır (Çizelge 3). Plastik seraların ise ortalama kullanım sürelerinin 3,8 yıl ve kalan ekonomik ömürlerinin 12,6 yıl olduğu belirlenmiştir. Çizelge 3'de görüldüğü gibi cam seraların %77,8'inde ısıtma sistemi kullanılırken bu oran plastik seralarda %66,7 düzeyinde kalmaktadır.

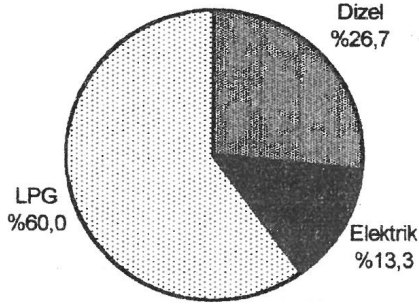
Çizelge 3. İşletme Örtülü Alanlarının Bazı Özellikleri.

Sera Tipi	Yaş (Yıl)	Kalan Ömrü (Yıl)	Isıtılma Oranı (%)
Cam Sera	9,4	11,7	77,8
Plastik Sera	3,8	12,6	66,7

3.2.2. İşletmelerde Kullanılan Yakıt Tipleri

İşletmelerin %60,0'ının ısıtma işlemlerinde yakıt olarak LPG kullandıkları belirlenmiştir. Şekil 2'de görüldüğü gibi işletmelerin %26,7'si

ısıtma işlemlerinde dizel yakıtı, %13.3'ü ise elektrik enerjisi kullanmaktadır. İşletmeler ısıtmada çoğunlukla LPG kullanımının nedeni olarak kalorisinin yüksek, fiyatının düşük ve temiz bir enerji kaynağı olmasını göstermektedir.



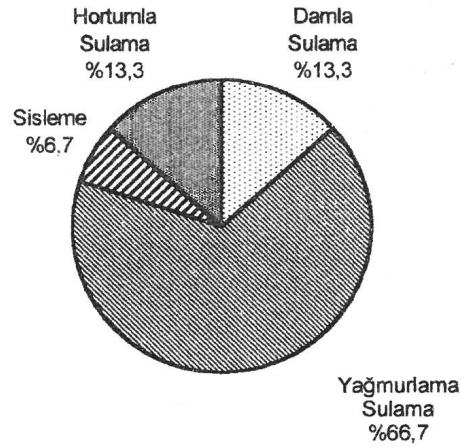
Şekil 2. İşletmelerin Kullandıkları Yakıt Tiplerinin Oranı.

Ayrıca, işletmelerin %46,7'sinin sıcak hava üflemleri ısıtma sistemlerinden, %26,7'sinin kalorifer tipi ısıtma sistemlerinden, %13,3'ünün farklı biçimlerde fonksiyon verebilen merkezi ısıtma sistemlerinden, %13,3'ünün ise elektrikli ısıtma cihazlarından yararlandığı saptanmıştır.

3.2.3. İşletmelerde Kullanılan Sulama Sistemleri

Sulama sistem ve tiplerinin işletmeler tarafından kullanılma oranları Şekil 3'de gösterilmiştir.

Şekil 3'de görüldüğü gibi işletmelerin %66,7'si üretim alanlarının %50'den fazlasını yağmurlama sulama ile sulamakta, %13,3'ü damla sulama, %6,7'si sisleme, %13,3'ü ise hortumla sulama sistemlerinden ağırlıklı olarak yararlanmaktadır.



Şekil 3. Sulama Tiplerinin Kullanılma Oranları.

3.2.4. İşletmelerde Kullanılan Yönetim ve Üretim Teknolojileri

Antalya ilindeki iç ve dış mekan süs bitkisi üreticilerinin bazı yönetim ve üretim teknolojileri ile araçlarından yararlanma düzeyleri ile ilgili oranlar Çizelge 4'de verilmiştir. Buna göre işletmelerin %53,6'sı bilgisayarlı muhasebe sistemlerinden yararlanmakta, %33,3'ü digital sistemlerle bazı çevre koşullarının kontrolünü yapabilmekte, %6,7'si üretim programlarının hazırlanmasında bilgisayar sistemlerinden yararlanmakta ve %46,7'si ise demirbaş kontrollerini bilgisayarla yapmaktadır (Çizelge 4).

İşletmelerin %20,0'si merkezi bir çalışma alanı kullanmakta, %6,7'si çeşitli taşıyıcı sistemlerden yararlanmakta, %66,7'si ürünlerini satış veya diğer üretim noktalarına el trolleybüsleriyle taşımakta ve %20,0'si diğer taşıma vasıtalarından yararlanmaktadır. Çizelge 4'de görüldüğü gibi işletmelerin ancak %6,7'sinin klimalı kamyonu varken, %86,7'si nakliye işlerinde kullanmak üzere normal kamyon sahibidirler. Bölgenin iklim özellikleri nedeniyle işletmelerin %100,0'ü el ile kumanda edilen gölgeleme sistemi kullanmakta,

bu işlemi otomatik sistemle yapan işletme oranı ise %20,0 düzeyinde bulunmaktadır (Çizelge 4). İşletmelerin %20,0'sinde harç karıştırma ekipmanları bulunmakta ve %53,3'ü otomatik ve yarı otomatik gübre enjeksiyon sistemleri kullanmaktadır .

Çizelge 4'de görüldüğü gibi hiç bir işletmenin; modern üretim sistemlerinde çok önemli unsurlar olan toprak sterilizasyon sistemleri ile saksılama, otomatik ekici, otomatik dereceleme makinelerine, hareketli tezgahlara, elektronik trolleybüse ve sleeve makinesine sahip olmadığı saptanmıştır.

Çizelge 4. İşletmelerde Kullanılan Üretim ve Yönetim Teknolojileri

Teknoloji	Sahip Olan İşletme Oranı (%)
Bilgisayarlı muhasebe sistemi	53,6
Bilgisayarlı çevre kontrolü	33,3
Bilgisayarlı üretim programı	7,7
Bilgisayarlı demirbaş kontrolü	46,7
Saksı makinesi	-
Otomatik dereceleme	-
Otomatik ekici	-
Merkezi çalışma alanı	20,0
Taşıyıcı sistem	6,7
El trolleybüs	66,7
Elektronik trolleybüs	-
Diğer Taşıma sistemleri	20,0
Hareketli tezgahlar	-
Soğuk depolu kamyon	6,7
Diğer kamyonlar	86,7
Gölgeleme sistemi (el ile)	100,0
Gölgeleme sistemi (otom)	20,0
Sleeve makinesi	-
Fotoperiyodik aydınlatma	-
Harç karıştırma ekipmanları	20,0
Toprak sterilizasyon sistemleri	-
Gübre enjeksiyon sistemleri	53,3

3.2.5. İşletmelerin Üretim Tekniği ile İlgili Bilgi Kaynakları

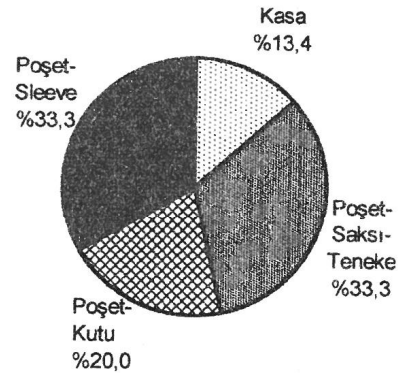
Anketlerin değerlendirilmesinden işletmelerin %33,3'ünün belirli

kaynaklardan üretim tekniği ile ilgili bilgi aldığı saptanmıştır. İşletmelerin %66,7'si ise üretim tekniği konusunda herhangi bir kaynaktan bilgi almadıklarını ifade etmiştir. Belirli kaynaklardan üretim tekniğine yönelik bilgi aldığını belirten işletmelerin bilgi kaynakları önem sırasına göre aşağıda sıralanmıştır:

- Yurtdışı kurumlar
- Deneme fidanlıkları, tohum firmaları
- Yabancı veya bitkilerin satın alındığı firmalardaki uzmanlar

3.2.6. İşletmelerin Kullandığı Paketleme Sistemleri

Antalya ilinde faaliyet gösteren iç ve dış mekan süs bitkisi işletmelerinde kullanılan ambalaj şekilleri Şekil 4'de gruplandırılarak sunulmuştur. Buna göre işletmelerin %33,3'ü ürünlerini poşet ve sleeve'lerle ambalajlayarak, %33,3'ü poşet, saksı ve teneke içinde, %20,0'si poşet ve kutu kullanarak ve %13,4'ü ise kasalar içerisinde ürünlerini pazarlamaktadır (Şekil 4).

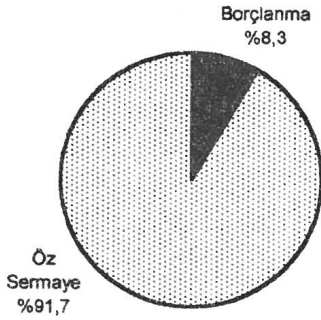


Şekil 4. İşletmelerin Pazarlamada Kullandıkları Ambalajlama Yöntemleri.

3.3. İşletmelerin Ekonomik Özellikleri

3.3.1. İşletmelerin Sermaye Kaynakları

Anket sonuçları Antalya ilinde faaliyet gösteren iç ve dış mekan süs bitkisi işletmelerinin %91,7'sinin işletme sermayesi olarak öz sermayelerinin kullandıklarını göstermiştir (Şekil 5). Sermaye ihtiyaçlarının karşılamada borçlanmaya da başvuran işletme oranı %8,3'tür. Ancak işletmeler, borçlanmada şahıs veya kooperatif yerine T.C. Ziraat Bankası'nın kredi imkanlarını kullanmayı tercih etmektedirler.



Şekil 5. İşletme Sermayelerinin Kaynaklarına Göre Dağılımı.

3.3.2. Üretim Masraflarının Unsurlarına Göre Dağılımı

İşletmelerin üretim masraflarının unsurlarına göre dağılımına ilişkin ortalama oranlar Çizelge 5'de verilmiştir. Buna göre işletmelerin üretim masraflarının içinde toplam direkt üretim masrafları %63,6'lık, diğer sabit üretim masrafları ise %36,4'lük bir paya sahiptir. Çizelge 5'de görüldüğü gibi yıllık değişken masraflar arasında ücretler %29,4'lük payla ilk sırayı almakta, bu masraf kalemini %10,2 ile üretimde kullanılmak üzere satın alınan yetiştirme ortamı (torf, perlit, harç, toprak vb.) veya yetiştirme ortamları için

kullanılan malzemelerin satın alınması izlemektedir.

Diğer bir önemli masraf unsurunu, toplam masraflar içindeki %7,6'lık payla saksı ve yetiştirme kaplarının satın alınması oluşturmakta, bunu sırasıyla %4,1'lik payla ısıtma masrafları ve %4,0'lük payla bitki materyalinin satın alınması izlemektedir (Çizelge 5). Toplam masraflar içinde sulamanın %2,0, gübrelerin %2,4 ve taşıma masraflarının %2,4'lük paya sahip oldukları saptanmıştır.

Çizelge 5. İşletmelerde Masrafların Unsurlarına Göre Dağılımı.

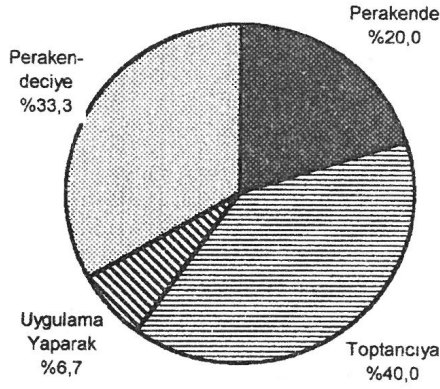
Masraflar	Oranlar (%)
Ücretler	29,4
Yıllık ısıtma masrafları	4,1
Yıllık sulama masrafları	2,0
Saksı ve kaplar	7,6
Bitki materyali	4,0
Yetiştirme ortamı-harç-toprak	10,2
Gübreler	2,4
Pestisit ve fungusit	0,6
Etiket ve kazıklar	0,5
Taşıma	2,4
Diğer	0,4
Toplam direkt üretim girdi masrafları	63,6
Diğer sabit masraflar	36,4
Toplam Masraf	100,0

3.3.3. İşletmelerin Pazarlama Kanalları

Antalya ilinde faaliyet gösteren iç ve dış mekan süs bitkisi işletmelerinin ürünlerinin %50 ve fazlasını pazarladıkları pazarlama kanalına göre dağılımları Şekil 6'da gösterilmiştir.

Şekil 6'da ürünlerin %50 ve fazlasının pazarlandıkları kanala göre işletmelerin dağılımı incelendiğinde; Antalya yöresinde faaliyet gösteren işletmelerin %40,0'ünün ürünlerini ağırlıklı olarak toptancılara sattıkları görülmektedir. İşletmelerden %33,3'ü ürünleri perakendecilere toptan satış yaparak pazarlamakta, %20,0'si

ürünlerinin büyük bir kısmını perakende satışla değerlendirmekte ve %6,7'si de yetiştirdiği ürünleri bizzat peyzaj plantasyonlarında kullanarak satmaktadır (Şekil 6).



Şekil 6. İşletmelerin Pazarlama Kanalları

3.3.4. Yoğun Satış Dönemleri

Anketlerden elde edilen sonuçlar iç ve dış mekan süs bitkilerinin yoğun satış

gün ve aylarının kullanım amaçlarına bağlı olarak değiştiğini göstermiştir. Çizelge 6'da görüldüğü gibi iç mekan süs bitkisi üretimi yapan işletmelerde satışlar önemli günlerde artmakta ve üreticiler bu günleri hedefleyerek üretim planları yapmaya çalışmaktadır. İç mekan süs bitkisi üreten işletmelerin %42,9'u anneler, sevgililer ve öğretmenler günlerinde, %28,6'sı yılbaşı ve bayramlarda, %4,3'ü seçimlerden hemen sonra satışlarının arttığını belirtmektedir. Buna karşın işletmelerin %24,2'si satışlarının belirli gün ve aylara göre önemli değişimler göstermediğini ifade etmişlerdir.

Dış mekan süs bitkisi üreticilerinin satışları daha çok mevsimlere göre değişim göstermektedir. İşletmelerin %46,4'ü Mart-Haziran, %33,3'ü Nisan-Haziran, %16,7'si Şubat-Haziran döneminde, %3,6'sı ise yılbaşında yani Aralık ayında satışlarının arttığını bildirmişlerdir (Çizelge 6).

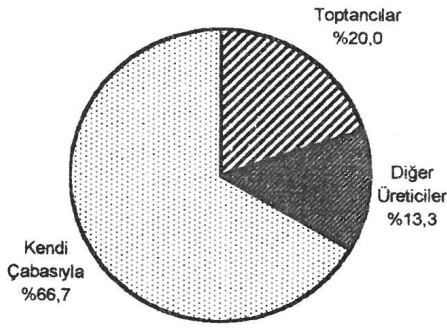
Çizelge 6. İşletmelere Göre En Önemli Satış Gün ve Ayları.

İç Mekan Süs Bitkileri			Dış Mekan Süs Bitkileri		
Önemli Günler	Önemli Aylar	Hedefleyen İşletme Oranı (%)	Önemli Günler	Önemli Aylar	Hedefleyen İşletme Oranı (%)
Anneler, sevgililer ve öğretmenler günü	Kasım, Şubat, Haziran	42,9	-	Mart-Haziran	46,4
Yılbaşı ve bayramlar	Aralık ve değişken	28,6	-	Nisan-Haziran	33,3
Seçim sonrası	Değişken	4,3	-	Şubat Haziran	16,7
Etkilenmiyor	-	24,2	Yılbaşı	Aralık	3,6

3.3.5. Pazarlama Alanındaki Bilgi Kaynakları

Antalya ilinde iç ve dış mekan süs bitkisi üretimi yapan işletmelerin pazarlama konusunda bilgi sağladıkları kanallar ve bu yollarla bilgi sağlamaya çalışan işletmelerin oranları Şekil 7'de gösterilmiştir. İşletmecilerin %66,7'si

pazarlama konusunda kendi kişisel çabalarıyla bilgi edinmeye çalışırken, %13,3'ü diğer bölgelerdeki üreticilerden, %20,0'si ise toptancılardan bilgi almaktadır (Şekil 7).



Şekil 7. İşletmelerin Pazarlama Alanında Bilgi Sağladıkları Kanallar.

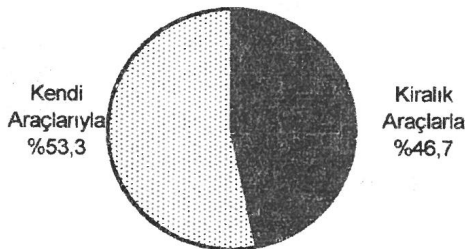
3.3.6. Promosyon Kullanımı

İşletmelerin %53,3'ünün ürünlerini pazarlayabilmek için çeşitli yöntemlerle tanıtım yaptığı, buna karşılık %46,7'sinin bu alanda herhangi bir faaliyeti olmadığı belirlenmiştir. Tanıtım faaliyetinde bulunan işletmelerin başvurduğu yöntemler sırasıyla aşağıda verilmiştir:

- Broşür basma ve fuara katılma
- Birebir ilişki, faks, telefon vb.
- Peşin ödemelerde indirim, satışlarda kampanya

3.3.7. İşletmelerin Ürün Taşıma Araçları

Anket sonuçları, işletmelerin %53,3'sinin ürünlerini kendilerine ait kamyon, kamyonet, kontainer, minibüs vb. araçlarla taşıdıklarını, %46,7'sinin ise kiralık araçlardan yararlandıklarını göstermiştir (Şekil 8)



Şekil 8. Ürün Taşıma Araçları.

3.3.8. İşletmecilere Göre Faaliyetlerinin Üstünlükleri

İncelenen işletmelerin kendilerine göre faaliyetlerinin üstünlükleri ve üstünlüklerin benimsenme oranları Çizelge 7'de verilmiştir. Buna göre Antalya ilinde faaliyet gösteren iç ve dış mekan süs bitkisi işletmelerinin %20,0'si ürün kalitesinin, %17,8'i güvenilirliğin, %13,3'ü ise yıl boyu üretim ve fiyat düşüklüğünün üstün ve avantajlı yanları olduğunu düşünmektedir. Ancak üretim hacmi, saygınlık gibi özelliklerin yanında çeşitliliği üstün yanı olarak gören işletme sayısının azlığı dikkat çekmektedir.

Çizelge 7. Üreticilere Göre Ürünlerinin Üstün Yönleri.

Üstünlükler	Benimsenilen İşletme Oranı (%)			Ortalama
	Önem Sırası			
	1	2	3	
Nadirlik	6,7	0,0	6,7	4,5
İyi kalite	33,3	20,0	6,7	20,0
Yıl boyu üretim	0,0	20,0	20,0	13,3
Ucuzluk	20,0	20,0	0,0	13,3
Tazelik	0,0	0,0	0,0	0,0
Üretim hacmi	0,0	0,0	6,7	2,2
Çeşitlilik	0,0	0,0	6,7	2,2
Hizmet	0,0	6,7	6,7	4,5
Güvenirlilik	33,3	0,0	20,0	17,8
Saygınlık	0,0	6,7	0,0	2,2
Diğer	0,0	6,7	0,0	2,2

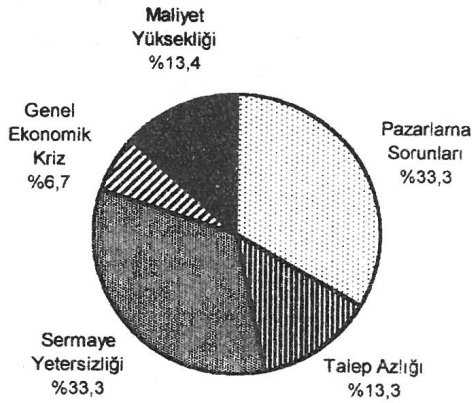
3.4. Sektörün Genel Sorunları ve İşletmelerin Beklentileri

3.4.1. Sektörde Karşılaşılan Genel Sorunlar

3.4.1.1. Gelişmeyi Sınırlayıcı Temel Faktörler

Görüşme yapılan işletme sahiplerinin %100,0'ü işletmelerinin büyütülmesi ve geliştirilmesini sınırlayan önemli faktörler olduğunu bildirmişlerdir. Sınırlayıcı faktörler

önem sırasına göre ele alındığında işletmelerin en önemli sınırlayıcı faktör olarak sermaye yetersizliği (%33,3) ve pazarlamada karşılaşılan sorunları (%33,3) gördükleri belirlenmiştir. Bu faktörleri %13,4'lük oranlarla maliyetlerin yüksekliği ve talep azlığı izlemiş, buna karşın işletmelerin %6,7'si gelişmelerini sınırlayıcı en önemli faktör olarak genel ekonomik krizi gördüklerini bildirmişlerdir (Şekil 9).



Şekil 9. Sektörde Sınırlayıcı Faktör Olarak Görülen Konular.

3.4.1.2. Fide, Fidan Temininde Karşılaşılan Sorunlar

Görüşme yapılan üreticilerin %80,0'i üretimde bitki materyali olarak adlandırdığımız fide ve fidanların temininde güçlükleri olduğunu ve bu zorluğun tür çeşitliliğine gidilmesini de önlediği doğrultusunda görüş beyan etmişlerdir. Ancak üreticilerin her biri bu konunun farklı taraflarının kendileri için zorluk oluşturduğunu görüşündedirler.

Üreticilere göre bitki materyali temininde karşılaşılan temel güçlükler aşağıda sıralanmıştır:

- Fide ithalatının pahalı olması
- İstenilen türün bulunamaması
- Tür çeşitliliğinde sıkıntı olması

(Dış mekan süs bitkilerinde: Kaliteli bitki temininde zorluk, tür sayısının çok sınırlı olması, üreticilerin en ucuz hangisi ise ona yönelmesi, bölgeye uygun tür ve çeşit sıkıntısı) (İç Mekan: Yurtiçinde ihtiyacı karşılayacak kadar üretimin olmaması, iklim nedeniyle çeşit sayısının az olması, istenilen zamanda materyal bulamama, standart bitki materyali sağlayamama)

- İstenilen zamanda materyal bulamama
- Yurtdışına verilen siparişlerin 2 ay önceden verilmesinin gerekmesi
- İstenilen zamanda bitki materyali bulunamaması

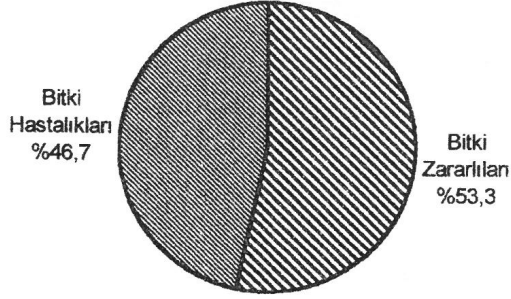
3.4.1.3. Girdi Temininde Karşılaşılan Sorunlar

Araştırma süresince elde edilen veriler üreticilerin %66,7'sinin girdi sağlamada önemli bir güçlüğü olmadığını göstermiştir. Üreticilerin %33,3'ü ise bazı üretim girdilerinin sağlanmasında zorlukları olduğunu ve bu zorlukların torf, yetiştirme kapı ve bazı tarımsal mücadele ilaçlarının temini gibi konularda ortaya çıktığını bildirmişlerdir.

3.4.1.4. Üretim Sırasında Karşılaşılan Hastalık ve Zararlılar

Görüşme yapılan işletmelerin %86,7'si yetiştirdikleri bitkilerin sağlıklı tutulmasında bitki hastalık ve zararlıları açısından önemli sorunlarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Buna karşın işletmelerin yalnızca %13,3'ünün bitki hastalık ve zararlılarından kaynaklanan sorunları çözebildikleri ve önemli bulmadıkları saptanmıştır. Ayrıca bitki sağlığı açısından sorunu olduğunu beyan eden işletmelerin %46,7'si bitki hastalık etmenlerinin birincil sorun

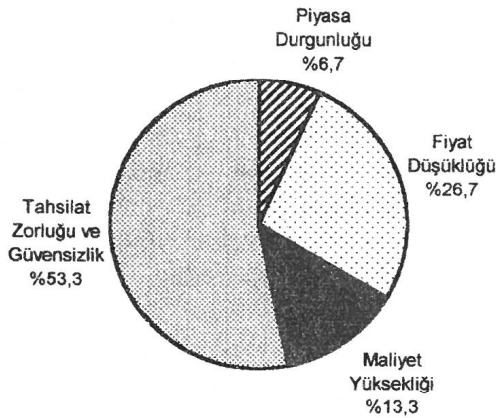
olduğunu, %53,3'ü ise bu açıdan birincil sorunu bitki zararlılarının oluşturduğunu belirtmişlerdir (Şekil 10).



Şekil 10: Bitki Sağlığı Açısından Sorun Oluşturan Etmenler.

3.4.1.5. Pazarlamada Karşılaşılan Sorunlar

Anketlere cevap veren 15 işletmenin %86,7'si pazarlama sırasında önemli sorunlarla karşılaştıklarını, %13,3'ü ise pazarlama sürecinde önemli sorun yaşamadıklarını bildirmişlerdir.



Şekil 11. İşletmelerin Pazarlama Aşamasında Karşılaştıkları Sorunlar.

Şekil 11'de görüldüğü gibi pazarlama sırasında önemli sorunları olduğunu belirten işletmelerin %53,3'ü en önemli sorun olarak ürün bedellerinin tahsil edilmesindeki güçlüğü ve

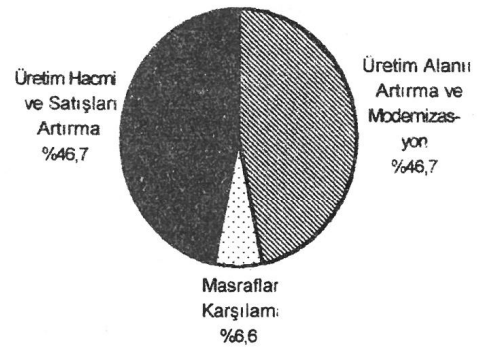
piyasadaki güvensizlik ortamını görmekteyiz. Bunları %26,7 ile fiyatların düşüklüğü ve enflasyon, %13,3 ile maliyetlerin yüksekliği ve %6,7 ile piyasadaki durgunlukla ilgili şikayeti olan işletmeler izlemektedir (Şekil 11).

3.4.2. İşletmelerin Beklentileri

3.4.2.1. Ulaşılmak İstenen Hedefler

İşletmelerin %73,3'ünün üretim alt yapısı ve pazarlama açısından yakın gelecekte önemli bulduğu ve ulaşmak istedikleri hedefler belirlemiş olmalarına karşın, %26,7'sinin bu bağlamda bir hedef belirlemediği ve faaliyetlerini bu günkü konumda tutmak istedikleri saptanmıştır.

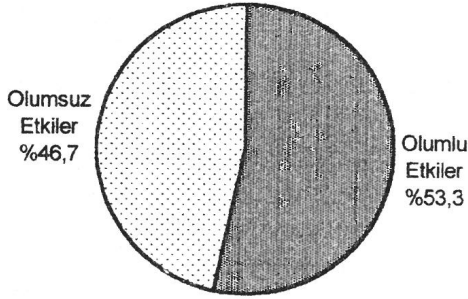
Şekli 12'de görüldüğü gibi üretim alt yapısı ve pazarlama açısından hedef belirleyen işletmeler önceliklerini üretim alanını artırma ve modernizasyon (%46,7) ile üretim hacmi ve satışları artırma (%46,7) konusunda kullanmaktadırlar. İşletmelerin %6,6'sı ise daha önceki yatırımlarının masraflarını kapatmayı amaçladıklarını belirtmişlerdir.



Şekil 12. İşletmelerin Yöneldiği Hedefler.

3.4.2.2. Dünyadaki Birleşme ve Organize Olma Çalışmalarına Yaklaşım

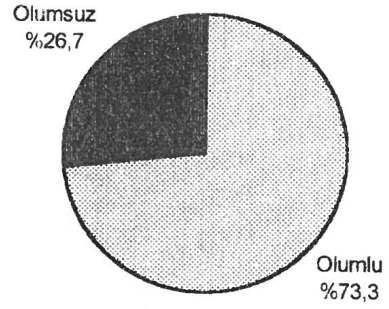
Görüşme yapılan işletmelerin %80'i dünyadaki sektörel birleşme ve organize olma çalışmalarının kendilerini etkileyeceğini, %20,0'si ise etkilemeyeceğini düşünmektedir. Bu gelişmelerin kendilerini mutlaka etkileyeceğini düşünen işletmelerin %53,3'ü bu etkinin olumlu yönde, %46,7'si ise olumsuz yönde olacağını tahmin etmektedir (Şekil 13).



Şekil 13. İşletmelerin Dünyadaki Birleşme Çalışmalarına Yaklaşımı.

3.4.2.3. Türkiye'de Ürünlerin Mezat Aracılığı ile Pazarlanmasına Yaklaşım

İşletmelerin %73,3'ünün ürünlerin kesme çiçek alt sektörünün iç piyasaya yönelik faaliyetlerinde önemli bir rol üstlenen mezatlar ve bu organizasyonlar kanalıyla pazarlanması girişimlerine ve mezat sisteminin kurulmasını olumlu, %26,7'sinin ise olumsuz baktığı saptanmıştır (Şekil 14). Ancak olumlu bakan işletmelerin hemen tümü bu yöntemle ürün pazarlamada ürün standartlarının olmayışını en büyük engel olarak gördüklerini bildirmişlerdir.



Şekil 14. İşletmelerin Mezat Sistemine Yaklaşımı.

4. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar, Antalya ilinde faaliyet gösteren iç ve dış mekan süs bitkisi işletmelerinin ortalama 7,1 yıl deneyim süresiyle genç işletmeler olduğunu ortaya koymuş, işletmelerin ortalama arazi varlığının 33 450 m² olduğu saptanmıştır. %46,6'sı aile işletmesi, %26,7'si Anonim şirket ve %26,7'si limited şirket olarak faaliyet gösteren işletmeler çoğunluğu kadın olmak üzere dekar başına 0,4 daimi ve 0,3 geçici işçi istihdam etmektedirler.

İşletmelerin, cam seraların %77,8'inde, plastik seraların ise %66,7'sinde dondan korumaya veya rutin ısıtma işlemlerine yönelik ısıtma sistemlerine sahip oldukları, ağırlıklı olarak sıcak hava üfleli donanımlardan yararlandıkları ve çoğunlukla LPG yakıtı tercih ettikleri saptanmıştır.

İşletmelerin çoğunun bilgisayarlı muhasebe sistemi (%53,6) ve otomatik gübre enjeksiyon sistemleri (%53,3) ile tümünün gölgeleme elemanlarından yararlandığı, %86,7'sinin taşıma işlemleri için kamyon veya kamyonet sahibi oldukları saptanmıştır.

İşletmelerin %66,7'si üretim tekniği ile ilgili bilgileri sağlamak için hiç bir kaynağa başvurmamakta ve hiç

bir işletme modern yetiştiriciliğin önemli unsurları olan toprak (harç) sterilizasyon sistemi, otomatik saksılama ve ekim makinelerine sahip değildir.

İncelenen iç ve dış mekan süs bitkileri üretimi yapan işletmelerin %91,7'si öz sermaye ile kurulmuştur. İşletmelerde toplam işletme masraflarının %63,6'sını değişen masraflar, %34,6'sını ise sabit masraflar oluşturmaktadır olup, toplam üretim masrafları içinde %29,4'lük payla işçilik masrafları ilk sırayı almaktadır.

Görüşme yapılan işletmeler, ürünlerini ağırlıklı olarak toptancıya (%40,0) ve perakendeciye (%33,3) satarak pazarlamaktadırlar. İşletmecilerin %53,3'ü ürünlerini tanıtımaya çalışmakta ve nakliye işlemlerini kendi araçlarıyla gerçekleştirmektedir. İncelenen işletmelerin %66,7'si pazar ve pazarlama konusunda herhangi bir bilgi kaynağı kullanmamaktadır. İşletmecilerin %20,0'si ürün kalitelerinin iyi oluşunu, %17,8'i ise güvenilir olmalarının piyasadaki üstünlükleri olduğunu savunmaktadır.

İncelenen işletmecilerin %66,6'sı sermaye yetersizliği ve pazarlama sorunlarını temel sınırlayıcılar olarak gördükleri, %80,0'inin ise tür çeşitliliğini artırmak ve bitki materyali sağlama konusunda güçlükleri olduğunu saptanmıştır.

Bunun yanında, işletmecilerin %80,0'i dünyadaki sektörel birleşme ve organize olma çalışmalarının kendilerini etkileyeceğini düşünmekte, %73,3'ü ise iç piyasada mezat sisteminden yararlanmanın uygun olacağını, belirtmektedirler.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar ve sektörün gelişim süreci dikkate alındığında; Antalya ili iç ve dış mekan süs bitkisi işletmeleri ile ilgili temel öneriler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Kıyı kesimindeki turizme yönelik yapılaşma ve buna bağlı olarak ortaya çıkan bitki materyali ihtiyacı, bu sektördeki yapılaşma hızının azalmasıyla düşmüştür. İşletmeler üretim ve pazarlama politikalarını Türkiye ve dışarıya yönelik olarak planlamalıdır.
- İşletmelerin %80,0'nin şikayetçi olduğu tür çeşitlendirme çalışmalarına hız verilmelidir. Ancak tek işletmenin bir çok bitki türü ile uğraşması yerine sağlam bir organizasyon kurularak işletmeler türler düzeyinde branşlaşmaya gitmeli ve pazarlamada farklı tür ihtiyaçları organizasyon çerçevesinde karşılanmalıdır.
- İşletmeciler tarafından sektörün gelişmesini sınırlayan en önemli faktörlerden biri olarak görülen sermaye yetersizliği kredi ve teşvik sistemleriyle aşılmalıdır.
- İşletmeler teknik bilgi kaynakları ve bilimsel yöntemlere dayalı pazar ve pazarlama araştırmalarına daha yoğun biçimde başvurmalı, üretim ve pazarlama politikalarını daha sağlam bir zemine oturtmalıdır.
- İşletmelerin, kuracakları modern organizasyonlarla dünyada birleşme ve organizasyona giden sektörün bir ögesi durumuna gelerek dışarıya imkanlarını artırma yollarını aramaları, sektörel gelişim açısından son derece önemlidir.

5. Kaynaklar

- Aksu, E., Erkal, S. ve Görür, G., 1996. İç Mekan Süs Bitkileri Raporu (Salon Bitkileri). Süs Bitkileri, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT Yayın No:DPT:2464-ÖİK:515:38-62.
- Anonim, 1994. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Antalya İl Müdürlüğü ve Bağlı Kuruluşları 1993 Yılı Çalışma Raporu, Antalya.
- Anonim, 1996. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Antalya İl Müdürlüğü 1995 Yılı Çalışma Raporu, Antalya.
- Anonim, 1999. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Antalya İl Müdürlüğü ve Bağlı Kuruluşları 1998 Yılı Çalışma Raporu, Antalya.
- Balkan, C., Kostak, S. ve Köse, H., 1993. İzmir İli Süs Bitkileri Yetiştiriciliğinin Teknik ve Ekonomik Başlıca Karakteristiklerinin Belirlenmesi. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Ege Tarımsal Araştırma Enstitüsü, Memen.
- Brumfield, R. G. and McSweeney, P. F., 1996. Business Profiles for Australian Nurseries. Burnley College, Faculty of Agriculture Forestry and Horticulture, University of Melbourne, Australia.
- Crane, R., Errington, A. and Woodlock, P., 1993. Hardy Nursery Stock Production in England and Wales-Executive Summary. University of Reading, Department of Agricultural Economics and Management, Reading, UK.
- Erkal, S., 1998. Kongre Sonuçları. I. Ulusal Süs Bitkileri Kongresi, Bildirler, 6-9 Ekim 1998, Yalova, s. VII-VIII.
- Erkal, S., Ertan, N., Özkahya, D. ve Yelboğa, Ş., 1988. Süs Bitkileri Raporu. DPT- Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Bitkisel ürünler İhtisas Komisyonu, Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü, Yalova.
- Gürsan, K. ve Erkal, S., 1998. Dünyada ve Türkiye'de Süs Bitkileri Üretim ve Ticaretindeki Gelişmeler. I. Ulusal Süs Bitkileri Kongresi, Bildirler, 6-9 Ekim 1998, Yalova, s. 1-11.
- İGEME, 1997. İGEME 1995 Yılı Kayıtları, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ankara.
- Şafak, A., Erkal, S., Ergun, E., Yücel, A., Osmanlıoğlu, E. ve Uluğ, V., 1989. Türkiye'de Saksılı Süs Bitkileri ve Süs Çalıları Üreten İşletmelerin Ekonomik Yapısı, Üretim ve Pazarlama Sorunları. T. C. Tarım Orman ve Köyişleri Bakanlığı Proje Uygulama Genel Müdürlüğü, Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü, Yalova.
- Uluğ, B. V. ve Yücel, G., 1996. Dış Mekan Süs Bitkileri Raporu. Süs Bitkileri, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT Yayın No:DPT:2464-ÖİK:515:11-37.
- Uzun, G., 1992. Türkiye'de Süs Bitkileri Fidancılığı Üzerinde Bir Araştırma. Türkiye I. Ulusal Bahçe Bitkileri Kongresi, Cilt II:623-628.