

SAMSUN İLİ ÇARŞAMBA İLÇESİNDE YETİŞTİRİLEN KİVİNİN PAZARLAMA KANALLARI VE PAZARLAMA MARJI¹

Selime CANAN² Nur İlky ABACI² Kürşat DEMİRYÜREK³

ÖZET

Araştırmada Çarşamba ilçesinde yetiştirilen kivi'nin pazarlama kanallarını ve pazarlama kanalında rol oynayan her bir aktörün pazarlama marjını ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaçla araştırmada, 49 kivi yetiştiricisi, Çarşamba ve Samsun sebze ve meyve hallerinde kivi satışı yapan 12 komisyoncu ve soğuk hava deposu bulunan bir firma ile yapılan görüşmelerden alınan 2015 üretim yılı verileri kullanılmıştır. Bir kilogram kivi'nin üretim maliyeti hesaplanırken basit maliyet hesaplama yönteminden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Çarşamba ilçesinde 1 kg kivi 0.8 TL'ye üretilirken tüketiciler 1 kg kiviye ortalama 4.23 TL ödemektedir. Kivi yetiştiren tarım işletmeleri ürettikleri kivi'yi şehir dışından gelen araçlar, şehir içi araçlar ve market-manavlara pazarladıkları zaman tüketicilerin 1 kg kiviye ödediği fiyatın %30'u üreticiye ulaşmaktadır. Ayrıca, kivi'nin pazarlanmasında aracılık rolü üstlenen sebze ve meyve halindeki komisyoncular üreticinin gelirinin %15'i karşılığında kivi'yi pazarlamaktadır. Kivi yetiştiricilerinin üretimlerinden daha fazla gelir elde edebilmeleri için, kivi'nin yanında fındık, ceviz ve şeftali gibi ürünlerin üretildiği Çarşamba ilçesinde, soğuk hava deposu bulunan kendi örgütlerini kurmaları gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kivi, pazarlama kanalı, pazarlama marjı

ABSTRACT

KIWI MARKETING CHANNELS AND MARKETING MARGIN IN ÇARŞAMBA DISTRICT OF SAMSUN PROVINCE, TURKEY

In this research, it was determined that marketing channels of kiwi grown in the district of Çarşamba and marketing margin to every actor who played a role marketing channels. For this purpose in the survey, the interview data of 2015 year from made of with a cold storage a firm, 49 grower kiwi and 12 kiwi selling broker has been used. While calculating the cost of production of 1 kg of kiwi, simple cost calculation method was used. According to the research results, although 1 kg of kiwi 0.8 TL produced in the Çarşamba district, consumers pays average 4.23 TL for 1 kg of kiwi. It was determined that 1 kg of kiwi consumers is that the price that you pay to belong to 30%of manufacturer. Also, brokers taking on the role of intermediaries in the marketing of kiwi is marketing to kiwi on condition that 15%of the manufacturer's revenue. To be able to generate more revenue

¹ Yayın Kuruluna Geliş Tarihi: Ağustos 2017

² Araş. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Samsun

³ Prof. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Samsun

from the production of kiwi growers in the Çarşamba district, the production of products such as nuts, walnuts and peaches besides the kiwi, it was considered that a cooperative with cold storage should be established.

Keywords: Kiwi, marketing channels, marketing margin.

GİRİŞ

Tarımsal işletmeler için alternatif bir ürün olan kivi meyvesinin ilk olarak 1900 yılında Çin’de doğal olarak yetiştiği keşfedilmiştir. Ticari amaçlı ilk tanıtımını yapan California ve Yeni Zelanda olmuş ancak 1910 yılında Yeni Zelanda yetiştiriciliğe başlamış ve üretim alanını ve hacmini geliştirerek 1960’lı yıllara kadar tekel olarak üretimini devam ettirmiştir. 1980’lerde ise California, Şili ve Avustralya kivi üretimine başlamıştır [8]. 2016 FAO [7] verilerine göre, Çin (2 milyon ton), İtalya (523 bin ton), Yeni Zelanda (434 bin ton), İran (294 bin ton) ve Şili (225 bin ton) kivi üretim miktarı bakımından ilk beş sırada yer alan ülkelerdir. Türkiye ise 43 bin ton üretim ile son sıralarda yer almaktadır. Bu durum, yeni tesis edilen kivi bahçelerinin fazlalığı ile açıklanabilir. Yeni tesis edilen kivi bahçelerinin verime yatması ile birlikte üretim miktarının artmasıyla, taze ve sofralık olarak tüketilen kivi meyvesinde pazarlama sorunları ortaya çıkabilecektir.

Kivi Dünya’da olduğu gibi Türkiye’de de üretimi hızla artan bir meyve türüdür. Türkiye’de kivi yetiştiriciliğine Yalova Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü tarafından İtalya’dan getirilen kivi fidanlarının denemesi ile başlanmıştır. Yoğun olarak yetiştiriciliği yapılan bölgeler Karadeniz ve Marmara bölgesidir. Araştırma alanı olan Karadeniz bölgesinde en fazla yetiştiriciliğini yapan ilk 3 il, Ordu (6 bin ton), Rize (5 bin ton) ve Samsun (2 bin ton)’dur [16]. Karadeniz bölgesinde çay tarımı yapan ve fındık yetiştiren üreticiler, alternatif ürün olarak kivi yetiştirmeye başlamakta ve bu ürüne olan ilginin giderek artması sonucu fındıktan sonra en fazla üretilen ürün olma yolunda ilerlemektedir. Özellikle fındıkta yaşanan fiyat istikrarsızlığı ve rekoltenin azalıyor olması üreticilerin tek bir ürüne bağlı kalmak istememelerine neden olmuş ve bundan dolayı üreticiler ekonomik bir kazanç sağlamak amacıyla yeni bir ürün arayışı içine girmişlerdir. 1990’lı yıllarda Karadeniz Bölgesi’ndeki Valilikler ve Tarım İl Müdürlükleri

aracılığı ile ücretsiz kivi fidanı dağıtılarak üreticilere kivi yetiştiriciliği teşvik edilmiştir. Bölgenin bitkinin ekolojik istekleri bakımından diğer bölgelere göre uygun olması üreticiler tarafından daha ekonomik üretim yapılmasını sağlamaktadır. Ancak üreticilerin yetiştiricilik, kaliteli kivi fidanlarının türleri ve yetiştirme teknikleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması gibi faktörler bölgede önemli bir sorun olarak dikkat çekmektedir. Aynı zamanda kiviğin bölgede çok tanınmaması ve depolanma şartlarının yetersiz olması, üretilen kivi meyvesinin tüccarlara düşük fiyatla pazarlandığını düşündürmektedir. Bu nedenlerden dolayı araştırmada Samsun ili Çarşamba ilçesinde üretimi yapılan kiviğin üreticiden tüketiciye kadar uzanan pazarlama kanallarını ve pazarlama kanalında rol oynayan her bir aktörün pazarlama marjını ortaya koymak amaçlanmıştır. Ayrıca yerli ve yabancı literatürler incelendiğinde kivi meyvesi ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunlukla bitkinin genel özelliklerini [1, 7, 11, 15, 18], farklı fidan çeşitleri ve farklı üretim sistemleri kullanılarak yetiştirilen kivi verimliliklerinin karşılaştırılmasını [13], ülkeler ve bölgeler arası kivi üretim durumları ortaya koyan ve karlılık analizleri yapan çalışmalar [6, 10, 3, 8, 2] ve il gıda tarım ve hayvancılık müdürlükleri ve araştırma enstitüleri tarafından yayınlanan raporların [12, 17] olduğu tespit edilmiştir. Karadeniz bölgesinde kivi meyvesinin üretim maliyeti, pazarlama kanalları ve pazarlama marjı ile ilgili çalışmaya rastlanılmamış olması araştırmanın özgün değerini arttırmaktadır.

MATERYAL VE METOT

Materyal

Araştırmanın veri kaynaklarını (i) kivi yetiştiriciliğine yer veren tarım işletmeler, (ii) kiviğin pazarlandığı meyve ve sebze halleri, soğuk hava depoları, şehir içi ve şehir dışı araçlar, (iii) tüketicilerin kiviği satın aldığı marketler ve

manavlar (iv) Çarşamba İlçe Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü oluşturmaktadır. Araştırma verileri tarım işletmelerinden anket yoluyla, diğer kaynaklardan bireysel mülakatlar yoluyla ve alan gözlemleri ile toplanmıştır.

Örnekleme Aşamasında Kullanılan Metot

Çarşamba ilçesinde 12 köyde kivi yetiştiriciliği yapan 54 tarım işletmesinden 37'si üretim döneminde 12'si tesis döneminde olmak üzere 49 kivi yetiştiren tarım işletmesinden tam sayım örnekleme metodu ile veriler temin edilmiştir. İlave olarak Çarşamba ve Samsun sebze ve meyve hallerinde kivi satışı yapan 12 komisyoncu, 4 manav–market ve soğuk hava deposu bulunan bir firma ile görüşülmüştür.

Araştırmanın verileri 2015 üretim dönemine aittir.

Kivi Birim Üretim Maliyetinin Hesaplanmasında Kullanılan Metot

Kivi birim üretim maliyeti basit maliyet hesaplama yaklaşımına göre hesaplanmıştır [9]. Kivinin birim maliyeti hesaplanırken masraflar sabit masrafı ve değişken masraflar olmak üzere iki grupta incelenmiştir. Kivi yetiştiren tarım işletmelerinin sabit masraflarını daimi işçilik, aile iş gücü ücret karşılığı, bina sermayesi amortismanı, bina sermayesi faizi, alet–makine sermayesi amortismanı, alet–makine sermayesi faizi, kivi tesisi amortismanı, genel idare giderleri ve arazi kirası oluşturmuştur. Değişken masraflarını ise geçici işçilik, gübre, ilaç, su, mazot ve döner sermaye faizi oluşturmaktadır. Kivi bahçesi tesis masrafları kivi fidanı, beton direk, tel, sulama sistemi, işçilik, gübre, ilaç, su, mazot, çıplak arazi değerinin faizi, genel idare giderleri ve yatırım faizidir. Genel idare giderleri toplam değişken masrafların %3'ü alınarak hesaplanmıştır. Döner sermaye faiz oranı Ziraat Bankası 2015 yılı meyve bahçesi yatırım kredisi için uyguladığı faize göre %6 esas alınarak uygulanmıştır. Sabit sermaye faiz oranı ise %5 olarak alınmıştır. Araştırmada amortisman oranı binalar için %4, tarım alet ve makineleri için %20 olarak kullanılmıştır [5]. Kivi tesis masrafları amortisman payının hesaplanmasında ekonomik ömrü 30 yıl kabul edilmiştir [14].

Kivi birim üretim maliyeti aşağıdaki eşitlik yardımıyla hesaplanmıştır:

$$\text{Birim ürün maliyeti} = \frac{\text{Toplam üretim masrafları (TL)}}{\text{Toplam üretim miktarı (kg)}}$$

Kivinin Pazarlama Kanallarının ve Pazarlama Marjının Belirlenmesinde Kullanılan Metot

Araştırma alanında tarım işletmelerinin yetiştirdiği kivinin tüketiciye ulaşmaya kadar izlediği yollar kivi piyasasında yer alan aktörlerin beyanlarına dayanarak belirlenmiştir. Kivinin pazarlama marjı ise tüketicinin kivinin bir kilogramı için ödediği fiyat ile kivi için tarım işletmesinin eline geçen fiyat arasındaki fark alınarak hesaplanmıştır. Pazarlama marjı, pazarlama kanallarının her bir seviyesi için ayrı ayrı ortaya konulmuştur.

BULGULAR

Araştırma Alanı ve İncelenen Tarım İşletmelerinin Genel Özellikleri

Araştırma alanında 12 köyde 49 tarım işletmesi kivi yetiştiriciliği yapmaktadır. Bu tarım işletmelerinin %76'sı üretim dönemindeyken %24'ü tesis dönemindeyken. Çarşamba ilçesinde en fazla kivi üreticiliğinin yapıldığı köyler Eğrikum (%49), Hacılıçay (%10) ve Boyacılıdır (%10). Kivi yetiştiriciliğinin yapıldığı bu köylerde, tarım işletmeleri kivinin yanında fındık (%81), silajlık mısır (%18), şeftali (%12), dane mısır (%6) ve fasulye (%6) yetiştirmektedir. Ayrıca kivi yetiştiren tarım işletmelerinin %45'i kendi geçimleri ve süt satışı için hayvancılıkla meşgul olmaktadır. Kivi yetiştiren tarım işletmeleri kivi üretiminde mazot (%10), gübre (%18), toprak analizi (%2), organik tarım (%2), iyi tarım (%14) ve ÇATAK (%14) desteklemeleri olmak üzere dekara 46 TL destekleme ödemesi almaktadırlar.

Araştırma alanında kivinin tesis dönemi ortalama üç yıldır. Kivi tesislerinde telli terbiye sistemi ve mini yağmurlama sulama sistemi kullanılmaktadır. Sulama genellikle Mayıs ayında başlayıp Eylül ayı bitiminde son bulmaktadır. Hava şartlarına bağlı olarak haftada en az bir kez sulama yapılmaktadır. Kivi tesislerinde Şubat–Mart aylarında azot ağırlıklı gübreleme, Mayıs ayında azot, fosfor ve potasyum ağırlıklı

gübreleme, Temmuz–Ağustos aylarında tekrar azot ağırlıklı gübreleme uygulanmaktadır. Araştırma alanında kivi ağaçlarında çok nadir demir eksikliği görülmektedir. Nisan–Mayıs aylarında kivi tesislerinde yabancı ot ve manas kurdu için kimyasal mücadele yapılmaktadır. Ekim ve Kasım aylarında ise kivi hasat edilmektedir.

Araştırma alanında üreticilerin kivi yetiştiriciliğinde yaşadığı genel sorunlar manas kurdu (%31), taban suyunun yüksek olması (%12), tesis masraflarının yüksek olması (%8), don riski (%4) ve denize yakın yerlerde tuzlu su ile sulamadır (%2). Bafracalı köyünde kivi yetiştiriciliği yapan üreticilerin tamamı ve Beylerce köyündeki bazı yetiştiriciler, taban suyunun yüksek olmasının kivi ağaçlarının kurumasına sebebiyet vermesinden dolayı kivi tesislerini bozmuşlardır.

İncelenen tarım işletmelerinin yöneticileri ortalama 49 yaşındadır. Tarımsal deneyimleri 28 yıl olan yöneticilerin kivi üretim deneyimleri 8 yıldır. Yöneticilerin %29'unun tesisatçılık, iş makinesi operatörlüğü, müzisyenlik, şoförlük gibi tarım dışı işi bulunmaktadır. İncelenen yöneticilerin %74'ü ilkokul, %6'sı ortaokul, %18'i lise ve %2'si meslek yüksekokulu mezundur. Kivi yetiştiren bir hane halkı ortalama 5 kişiden oluşmaktadır. Kivi üretiminde çalışan aile iş gücü 1.75 erkek iş gücü birimdir.

Kivi Üretiminde Maliyet Unsurları ve Birim Üretim Maliyeti

İncelenen işletmelerde kivi bahçesi tesis döneminin ilk yılında, kivi fidanı, beton direk, tel, sulama sistemi yatırımı, gübre, ilaç, su, mazot ve işçilik gibi değişken masraflar yapılmaktadır. Tesis döneminin ikinci ve üçüncü yılında ise değişken masraflardan sadece gübre, ilaç, su, mazot ve işçilik masrafları yapılmaktadır. Bu nedenle birinci yılda yapılan değişken masraflar diğer yıllara nazaran daha fazladır. Araştırmada kivi bahçesi tesis dönemi masrafı dekara 6117 TL olarak hesaplanmıştır. Toplam tesis masraflarının %49'u, tesis döneminin sabit masraflarından olan çıplak arazi değerinin faizidir. Tesis döneminin ikinci sıradaki masrafı ise %24'lük payla sulama sistemi yatırımıdır (Çizelge 1).

Araştırma alanında kivi yetiştiriciliği yapan tarım işletmelerinde kivinın üretim masrafı dekara

1693 TL'dir. Toplam üretim masraflarının %21'ini değişken masraflar, %79'ünü ise sabit masraflar oluşturmaktadır (Çizelge 2). Sabit masrafların değişken masraflardan daha fazla olmasının sebebi aile iş gücünün yoğun kullanılmasından ayrıca tesis dönemi masraflarının ve bölgede çıplak arazi değerinin yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Araştırma alanında kivi yetiştiriciliği yapan tarım işletmeleri sahiplerinin başka bir tarım işletmesine verdikleri alet–makinanın kirası ve tarım işletmesinde çalışma karşılığında aldıkları ücret bulunmamaktadır. Ayrıca araştırma alanının sürekli yağış alan bölgede olması nedeniyle sulamanın diğer bölgelere nazaran daha az yapılması ve kivi köklerinin yüzeye yakın olmasından kaynaklı bahçe çapasının yapılamaması değişken masrafları azaltıcı yönde etkilemektedir.

İncelenen işletmelerde ortalama kivi verimi 2.1 ton/da'dır. Buna göre bir kilogram kivinın maliyeti 0.8 TL/kg olarak hesaplanmıştır. İncelenen işletmelerin dekara brüt karı 4033 TL ve net karı 2697 TL'dir. Kivi yetiştiren tarım işletmeleri kivi yetiştirmek üzere yaptıkları 1 TL masrafa karşılık 2.59 TL kar elde etmektedirler (Çizelge 2).

Kivinın Pazarlama Kanalları ve Pazarlama Marjı

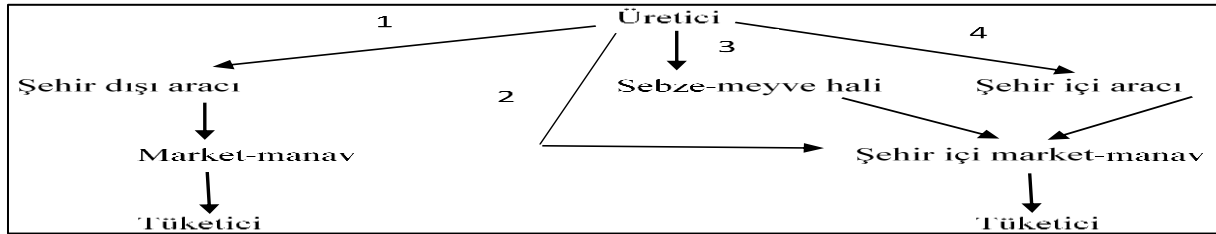
Araştırma alanında üretilen kivi tüketiciye ulaşıncaya kadar çeşitli kanalları takip etmektedir (Şekil 1). Bu kanallar içerisinde en yaygın kullanılanı şehir dışından gelen gıda firmalarıdır.

Yulafçı ve Cinemre'nin [19] yaptığı araştırmada Çarşamba ilçesinde yaş meyve ve sebzelerin %66–95'i Çarşamba halinde pazarlanmaktadır. Ancak araştırma alanında kivi için bu durum geçerli değildir. Şehir dışından gelen gıda firmaları kendi araçlarıyla tarımsal işletmenin bahçesine kadar gelmekte kendi işçileri ile kivileri kasalara doldurmakta ve araçlara yüklemektedir. Firmalar aldığı kivinın ücretini peşin ödemektedir. Bu nedenle kivi yetiştiriciliği yapan tarımsal işletmelerin %57'si kivilerini şehir dışından gelen gıda firmalarına pazarlamayı tercih etmektedirler. Şehir içinde soğuk hava deposu bulunan kendi araçları ve işçileriyle kiviye bahçeden alan bir firma bulunmaktadır. İncelenen işletmelerin %3'ü ise kivilerini bu gıda firmasına

pazarlamaktadır. Kivi yetiştiren tarım işletmelerinin %27'si kivilerini aile iş gücü ve işçilerle toplayıp kendi araçları ile taşıyarak Samsun ve Çarşamba yaş sebze meyve haline pazarlamayı tercih etmektedirler. Tarımsal işletmelerin %13'ü ise hasat ettikleri kivilerini market ve manavlara götürmektedirler.

Araştırma alanındaki tarım işletmelerinin ürettikleri kiviye ortalama 2.08 TL/kg'dan sattıkları tespit edilmiştir. Bu durumda kivi yetiştiriciliği yapan tarım işletmeleri 1.28 TL kar marjı elde etmektedir. Tüketiciler bir kg kivi için ödediklerin fiyatın %30'u üreticilere ulaşmaktadır (Çizelge 3). Ancak kivi yetiştiren tarım işletmelerinin pazarlama kanallarından biri olan

Çarşamba ve Samsun yaş meyve sebze halleri kiviye üretici adına sattığı ürünün %15 komisyon ücreti ile market ve manavlara satmaktadır. Böylece kivi üreticilerinin pazarlama marjı 0.97 TL'ye düşmektedir. Sebze ve meyve hallerinin aldığı %15 olan komisyoncu ücretlerinin %4'ü geçici işçilik, %2'si stopaj ve %1'i hal rüsumu masraflarına gitmektedir. Sebze ve meyve hallerinin yaptığı bu masraflara ek olarak yıllık dükkân kirası, daimi işçilik, kiviye pazarlama masrafları (sele, kasa) gibi bazı masraflarda yapmaktadır. Sebze ve meyve halleri aracılığıyla tüketicinin bir kilogram kiviye ödediği fiyatın %23'u üreticiye ulaşmaktadır.



Şekil 1. Kivi pazarlama kanalları
Figure1. Marketing channels of kiwi

Çizelge 1. İncelenen işletmelere ait sosyo-ekonomik özellikler
Table 1. Socio-economic characteristics of the farms

Değişkenler Variables	Değer / Value	Standart sapma σ
İşletme yöneticisinin yaşı (yıl) / Farmer's age (year)	49.00	10.19
İşletme yöneticisinin eğitim süresi (yıl) / Farmer's education (year)	6.62	0.80
İşletme yöneticisinin tarımsal deneyimi (yıl) / Farm experience (year)	28.00	12.24
İşletme yöneticisinin kivi deneyimi (yıl) / Kiwi experience (year)	8.00	3.05
Aile büyüklüğü (kişi) / Family size (person)	5.00	1.89
Aile iş gücü (EİB) / Family labour (male labour unit)	1.75	1.11
İşletme arazisi (da) / Farm land (decares)	55.88	66.57
Kivi arazisi (da) / Kiwi area (decares)	16.36	29.35
İşletme başına ortalama destekleme miktarı (TL/da) / Average support accounts (TL/decares)	46.00	8.25

Çizelge 2. Kivi tesis dönemi masraf unsurları
Table2. Setup cost of Kiwi

TL/Da	1.Yıl / Year	2.Yıl / Year	3.Yıl / Year	Toplam Σ	%
Sabit Masraflar / Constant Costs	3877.11	1035.42	1036.26	5948.79	97.25
Kivi Fidanı / Sapling	300.00	30.00	30.00	360.00	5.89
Beton Direk / Concrete Pole	857.00	0.00	0.00	857.00	14.01
Tel / Wire	85.71	0.00	0.00	85.71	1.40
Sulama Sistemi / Irrigation	1492.86	0.00	0.00	1492.86	24.41
Çıplak Arazi Değeri Faizi / Land Interest	1000.00	1000.00	1000.00	3000.00	49.05
Genel İdare Giderleri / Management Costs	1.78	1.47	1.79	5.04	0.08
Yatırım Faizi / Investment Costs	139.75	3.95	4.48	148.18	2.42
Değişken Masraflar / Variable Costs	59.44	49.04	59.50	167.99	2.75
Gübre / Fertilizers	18.37	7.91	18.37	44.66	0.73
İlaç / Pesticides	17.44	16.01	16.01	49.47	0.81
Su / Irrigation Water	11.63	15.11	15.11	41.86	0.68
Mazot / Fuel Oil	2.00	0.00	0.00	2.00	0.03
İşçilik Masrafı / Labour Costs	10.00	10.00	10.00	30.00	0.49
Toplam / Total	3936.55	1084.47	1095.76	6116.77	100.00

Çizelge 3. Kivi üretim dönemi masrafı unsurları
Table 3. Production cost of Kiwi

Masraf Unsurları / Costs	Birim	Miktar	%
Değişken Masraflar (A) / Variable Costs	TL/da	356.47	21.05
Geçici İşçilik / Fertilization Labour	TL/da	82.63	4.88
Gübre / Fertilizers	TL/da	181.71	10.73
İlaç / Pesticides	TL/da	20.52	1.21
Su / Irrigation Water	TL/da	3.84	0.23
Mazot / Fuel Oil	TL/da	47.59	2.81
Döner Sermaye Faizi / Revolving Fund Interest	TL/da	20.18	1.19
Sabit Masraflar / Constant Costs	TL/da	1336.72	78.95
Daimi İşçilik / Permanent Labour	TL/da	138.80	8.20
Aile İş Gücü Ücret Karşılığı / Family Labour	TL/da	128.89	7.61
Bina Sermayesi Amortismanı / Building Amortization	TL/da	168.37	9.94
Bina Sermayesi Faizi Building / Capital Interest	TL/da	105.23	6.22
Alet-Makine Sermayesi Amortismanı / Tools Amortization	TL/da	145.16	8.57
Alet-Makine Sermayesi Faizi / Tools Interest	TL/da	36.29	2.14
Kivi Tesisi Amortismanı / Plant Amortization	TL/da	203.89	12.04
Arazi Kirası / Land Rent	TL/da	400.00	23.62
Genel İdare Giderleri / Management Costs	TL/da	10.09	0.60
Toplam Masraflar (B) / Total Costs	TL/da	1693.19	100.00
Kivi Üretim Miktarı / Production	Kg/da	2110.50	
Kivi Fiyatı / Product Price	TL/kg	2.08	
Kivi ÜD (C) / Gross Receipt	TL/da	4389.83	
Birim Maliyet / Unit Cost	TL/kg	0.80	
Brüt Kar (C-A) / Gross Margin	TL/da	4033.36	
Net Kar(C-B) / Net Profit	TL/da	2696.64	
Oransal Kar (C/B) / Proportional Profit		2.59	

Çizelge 4. Tüketicinin bir kilogram kiviye ödediği paranın dağılımı
Table 4. The distribution of consumer payment per 1 kg kiwi

	Bir kg kivi için satış fiyatı		Bir kg kivi için masraf		Pazarlama marjı	
	Sale price		Costs per kg		Marketing margin	
Kanal 1 / Channel 1	(TL/kg)		(TL/kg)	(%)	(TL)	(%)
Üretici / Producer	2.08		0.80	18.97	1.28	30.21
Şehir dışı aracı / Middlemen out of the city	4.00		0.93	21.99	0.99	23.40
Market-manav / Markets	4.23		0.14	3.31	0.09	2.13
Tüketici / Consumer	4.23		-			100.00
Kanal 2 / Channel 2						
Üretici / Producer	2.08		0.80	18.97	1.28	30.21
Market-manav / Markets	4.23		1.51	35.70	0.64	15.13
Tüketici / Consumer	4.23		-			100.00
Kanal 3 / Channel 3						
Üretici / Producer	(2.08*0.85)		0.80	18.97	0.97	22.83
Sebze-meyve hali	(2.08*0.15)		(2.08*0.7)+0.16	7.22	0.01	0.15
Market-manav / Markets	4.23		0.29	6.86	1.86	43.97
Tüketici / Consumer	4.23		-			100.00
Kanal 4 / Channel 4						
Üretici / Producer	2.08		0.80	18.97	1.28	30.21
Şehir içi aracı / Middlemen on the city	3.50		0.33	7.80	1.09	25.77
Market-manav / Markets	4.23		0.44	10.40	0.29	6.86
Tüketici / Consumer	4.23		-			100.00

Şehir dışından gelen araçlar kivi yetiştiren tarım işletmelerinden aldıkları kiviye ortalama 4 TL'den satmaktadırlar. Ancak bu araçların nakliye, soğuk hava deposu için elektrik, bakım, kivi pazarlama ve ambalajlama (kasa, karton, viyol), daimi işçilik gibi masrafları olmaktadır. Böylece tüketicinin bir kg kivi için ödediği fiyatın %23'ü bu araçlara gitmektedir. Kiviye şehir

dışından gelen araçlardan alıp tüketiciye ulaştıran market ve manavların pazarlama marjı ise %2'dir (Çizelge 3).

Şehir içindeki araçlar kiviye belli bir süre soğuk hava deposunda saklama imkânı ile ortalama 3.5 TL'ye market ve manavlara satmaktadır. Tüketicinin bir kg kivi için ödediği fiyatın %26'sı şehir içi araçlara gitmektedir. Bu

araçlar da kivi market ve manavlara ulaştırıncaya kadar soğuk hava deposu için elektrik. Bakım, dükkân kirası, daimi işçilik ve kivi pazarlama masrafları (kasa, sele, viyol) gibi masraflar yapmaktadır. Şehir içi araçtan kivi satın alan market ve manavların pazarlama marjı ise %7'dir. Ancak kivi direkt olarak üreticiden alan market ve manavların pazarlama marjı %15'e yükselmektedir (Çizelge 3). Kivi yetiştiren tarım işletmelerinden kivi alan market ve manavların da yine nakliye, soğuk hava deposu masrafları, dükkân kirası, daimi işçilik, geçici işçilik, pazarlama ve ambalajlama (kasa, karton, viyol) gibi masrafları bulunmaktadır.

SONUÇLAR

Samsun ili Çarşamba ilçesinde bulunan kivi yetiştiricileri 2015 yılında tesis kurulumu için dekara 6117 TL masraf yapmışlardır. Ayrıca kivi fidanları dikildikten sonra 3. yılında meyve vermeye başlamakta ancak 4. yılında kazanç sağlayabilecek kadar verim alınabilmektedir. Tesis kurulumunun maliyetinin fazla olması ve diğer yıllarda da tesis için masraf yapılabileceği dikkate alınırsa kivi yetiştiricilerine ilk tesis kurulumu için destekleme sağlanmalıdır. Tarım Havzaları Üretim ve Destekleme Modeli ile belirlenmiş havzalarda sadece belirli ürünlere destek verilmekte bu destek kapsamında yaş sebze ve meyveler bulunmamaktadır. Ancak desteklemenin öncelikli amacı çiftçilerin kazançlarına destek olarak daha rahat bir yaşam sürmeleri ise üretimi yaygınlaşan ve kivi için de bu destek sağlanmalıdır. Yetiştiriciler aynı zamanda ürettikleri kivi için dekara yılda ortalama 1693 TL masraf yapmakta ve tüketicilerin ortalama 4.23 TL'ye satın aldıkları kivi 2.08 TL'ye satmaktadır. Kivinin pazarlanmasında yetiştiriciler için bölgelerinde hasattan sonra ürünlerini saklayabilecekleri bir soğuk hava deposunun bulunması büyük önem taşımaktadır. Çünkü Samsun ilinde soğuk hava deposunun sadece bir firmada olması kivi yetiştiricileri için pazar çeşitliliğinin oluşmamasına ve ürünlerini kar elde edebilecekleri bir fiyattan satamamalarına neden olmaktadır. Kivi yetiştiricileri kivi büyük çoğunlukla şehir dışından gelen tüccarlara istemedikleri bir fiyata satmaktadır. Bu nedenden dolayı kivi yetiştiricilerinin bir araya gelerek

depolama imkânı olan bir kooperatif kurmaları önerilmektedir. Aynı zamanda araştırma alanında kivi üretimi yapılan köylerde çiftçilerin çoğunlukla yetiştirdikleri fındık, şeftali gibi ürünlerden randıman alamamaları, kivinin tüketici fiyatlarının yüksek olmasından dolayı kar elde edebileceklerini düşünmeleri, iklim koşullarının kivinin yetişmesi için uygun olması ve komşularında gördükleri kivi tesislerine özenmeleri gibi nedenlerden dolayı üretim yaygınlaşmaya başlamaktadır. Ancak artan bu üretim hacmi çiftçiler için artı bir avantaj sağlamamaktadır. Kivinin sadece sofralık olarak yetiştirilmemesi gıda sanayisinde değerlendirilebilmesi ve kivinin farklı şekillerde (meyve suyu, meyve kurusu, çay, likör yapımı vb.) değerlendirilmesine imkân verilmeli bu şekilde çiftçilerin daha fazla ekonomik kazanç elde edebilmeleri sağlanmalıdır. Türkiye'de bu şekilde bir iş kolunun açılması ile kivi sadece meyve olarak üretilip tüketilmeyecek, pazar çeşitliliği artacak ve aynı zamanda istihdam alanı açılmış olacaktır.

Tarımın her alanında yapılan araştırmalarda önerilen çiftçi eğitimi bu araştırma için de aşikârdır. Çiftçilerin üretimini yaptıkları her ürün hakkında bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Araştırma alanında yetiştiricilik yapan çiftçiler üretime başladıkları yıldan bugüne kadar kendilerine dağıtılan kivi fidanı cinsini "kaliteli olan budur herhalde" düşüncesiyle kullanmaktadırlar. Kivi yetiştiricilerinin çok çeşitli olan kivi fidanlarının cinsleri hakkında herhangi bir bilgileri bulunmamaktadır. Aynı zamanda bitkinin su ihtiyacı, sulama sistemi, gübreleme, ilaçlama ve yetiştirme teknikleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları bu gibi nedenlerden dolayı verimliliklerini artıramadıkları araştırma esnasında gözlemlenmiştir. Bilgiye ihtiyaç duyan kivi yetiştiricileri ise kivi ile ilgili bilgi bulamadıklarını dile getirerek ürün gruplarına özel tarım danışmanlarının olması gerektiğini düşünmektedirler.

KAYNAKLAR

1. Bartley, J. P. and A. M. Schwede, 1989. Production of Volatile Compounds in Ripening Kiwi Fruit (*Actinidia chinensis*). *Journal of*

