

Malatya İli Merkez İlçede Kayısı Yetiştiriciliği Yapan Tarım İşletmelerinin Ekonomik Analizi, Üretim ve Pazarlama Sorunları

Orhan Gündüz

Metin Akay

Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Taşlıçiftlik Yerleşkesi, 60240, Tokat

Özet: Bu araştırma Malatya ili Merkez ilçede kayısı yetiştiriciliği yapan tarım işletmelerinden elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amaçları; işletmelerin yapısal özelliklerinin belirlenmesi ve işletme sonuçlarının ortaya konulmasıdır. İşletmeler Oransal Olmayan Tabakalı Tesadüfi Örneklem Yöntemi ile belirlenmiş ve veriler Direkt Mülakat yöntemi ile sağlanmıştır. Elde edilen verilerden hareketle üretim ve pazarlamaya yönelik çalışmalarla üretici gelirlerinin artırılabilceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kayısı yetiştiriciliği, Ekonomik analiz, Pazarlama

Production and Marketing Problems and Economic Analysis of Apricot Farms in The Center County of Malatya Province

Abstract: This study was performed using the data obtained from apricot growing farms located in the center county of Malatya province. The objectives of the study were to (i) determine the structural features of the farms, and (ii) find out the results of economic activities performed in the farms. The farms were chosen by non-proportionate stratified random sampling and the data were obtained by personal interviews. Therefore, it is highly recommended that establishing a strong marketing and production strategies will increase the income of apricot growing farmers.

Key Words: Apricot growing, Economic analysis, Marketing

1. Giriş

1.1. Araştırmanın Önemi

Günümüzde dünyanın bir çok yerinde pek çok insan açlık ve kıtlık içerisinde yaşamaktadır. Bunun yanında dünya nüfusunun hızlı bir artış içerisinde olması, yeni tarım alanlarının açılması veya birim alandan daha çok ürün almayı zorunlu kılmaktadır. Yeni tarım alanlarının açılmasının çeşitli nedenlerden dolayı zor olması insanoğlunu birim alandan daha fazla ürün alma alternatifine doğru yönlendirmektedir. Verimi artırmanın bilinen belli başlı yöntemleri vardır. Kısaca bu yöntemler, fiziki girdi kullanımını artırmak, mekanizasyonu geliştirmek, ıslah metoduyla uygun tohumlar geliştirmek gibi sıralanabilir. Bu teknik gelişmelerin yanı sıra işletmelerin sosyo- ekonomik yapısının ortaya konulması, gerçekleştirilen üretimin kârlılığının ve kullanılan girdi miktarlarının üretime katkısının belirlenmesi de verimi artıran diğer faktörler olarak ortaya çıkmaktadır.

Türkiye tarımında birim alandan sağlanan ürün miktarının büyük ölçüde doğa koşullarına bağlı olması ve ürünlerin fiyatlarındaki dalgalanmalar, üreticinin gelirini belirsiz kılmaktadır. Bu yüzden tarım sektörü hem teknik konularda ilerleyebilmeli hem de işletmecilik yönünde gelişme gösterebilmelidir. Aksi takdirde ülke ekonomisine yaptığı katkılar azalmakta veya etkin olamamaktadır.

Bu çalışmada kayısı yetiştiriciliği potansiyeli yüksek olan Malatya ili Merkez ilçedeki tarım işletmelerine ait veriler sağlanmaya çalışılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulguların il tarım kuruluşları ve araştırma kuruluşları tarafından değerlendirilerek bir bütün halinde sorunların çözümüne yönelik girişim ve düzenlemelerde kullanılması durumunda yörede yapılacak çalışmaların gerçekçilik ya da etkinlik kazanmasına imkan sağlayabilecektir.

Sonuç olarak; bu çalışmadan elde edilen sonuçlardan çıkarılacak önerilerin Malatya ili Merkez ilçede kayısı üretimi ve pazarlamasına ilişkin sorunların çözümüne katkıda bulunabileceği söylenebilir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Geniş bir kayısı yetiştiriciliği potansiyeline sahip olan Malatya ili Merkez ilçede kayısı üretiminde gerek üretim ve gerekse pazarlama sürecinde bir takım

ekonomik ve teknik sorunların olduğu bilinmektedir. Araştırma sonucunda 2001-2002 üretim dönemine ait bulgulara dayanarak mevcut sorunların belirlenmesine ve bunlara uygun çözümler getirilmeye çalışılacaktır. Bu görüşten hareketle araştırmanın genel amacı; sözü edilen yörede kayısı üretimi ve pazarlanmasındaki mevcut durumun incelenmesi, pazarlama şekilleri ve özelliklerinin belirlenmesi, kayıscılık işletmelerinin yapısal özelliklerinin belirlenmesi, üretim yılında gerçekleştirilen faaliyet sonuçlarının bulunmasıdır.

2. Materyal ve Yöntem

2.1. Materyal

Malatya İli Merkez İlçede kayısı yetiştiriciliğinin yapıldığı 54 köyden Basit Tesadüfi Örneklem Yöntemi ile belirlenen 10 köyde faaliyet gösteren 1 600 adet tarım işletmesi araştırmanın popülasyonunu oluşturmuştur.

Bu popülasyondan Oransal Olmayan Tabakalı Tesadüfi Örneklem Yöntemi ile belirlenen 88 adet tarım işletmesinden anket yoluyla sağlanan bilgiler ise araştırmada analiz edilen ana materyali meydana getirmiştir.

Bu materyalin yanısıra, araştırmanın yorumu ve yazımı aşamasında Türkiye'nin değişik yörelerinde yapılmış araştırma ve incelemelerin sonuçları ile istatistikî verilerden de yararlanılmıştır.

Anketler bizzat araştırmacılar tarafından yapılmış olup 2001-2002 üretim yılı verilerini içermektedir.

2.2. Yöntem

2.2.1. Örneklem Aşamasında Uygulanan Yöntemler

Popülasyonun tabakalara ayrılması işlemi, işletmeler arazi büyüklüklerine göre sınıflandırılmış olup, kartil hesabı ile tabakalandırma yapılmıştır. Böylece araştırma popülasyonunu oluşturan işletmeler 1-15, 16-50, 51 dekar ve daha büyük olanlar olmak üzere üç tabakaya ayrılmıştır.

Tabakalandırma işleminden sonra her tabakadan örneğe çıkacak işletme sayısının ya da örnek hacminin

belirlenmesinde aşağıdaki uygun istatistiksel formül kullanılmıştır (Wilfrid, Massey, 1969).

$$n = \frac{N * t^2 * S^2}{(N-1) * E^2 + t^2 * S^2}$$

Araştırmada örnek hacminin belirlenmesinde %10 hata ve %95 güvenilirlik (t=1.96) sınırları içerisinde çalışılmıştır.

2.2.2. Anket Aşamasında Uygulanan Yöntem

Tarım işletmeciliği alanında araştırma yapılırken materyalin toplanması aşamasında uygulanabilecek çeşitli yöntemler mevcuttur. Bunlar; muhasebe kayıtlarından yararlanma, direkt mülakat yöntemi ve posta surveyi olarak özetlenebilir (Çiçek ve Erkan, 1996). Tarım işletmelerinde muhasebe kayıtlarının mevcut olmadığı hallerde anket yolu ile toplanan verilerden yararlanılabilmektedir (Yang, 1964).

Bu araştırmada materyalin toplanması aşamasında Direkt Mülakat Yöntemi kullanılmıştır. Üreticilerle karşılıklı görüşme esnasında daha önceden hazırlanmış anket formları kullanılmıştır. Formlarda tekrarlı ve kontrollü sorulara da yer verilerek üretici beyanlarının doğruluğu sağlanmaya çalışılmıştır.

Anket formları üreticilerin mahallinde bizzat araştırmacı tarafından doldurulmuştur. Anket çalışması Mart- Nisan 2002 'de gerçekleştirilmiştir. Araştırmada yatay kesit verileri esas alınmıştır.

Anket aşamasında işletmelerin öncelikle; işletmeci ve aile bireylerinin nüfus ve eğitim durumları, aile işgücü kullanım durumları ve yabancı işgücü kullanım durumlarına ilişkin bilgiler sağlanarak formlara kaydedilmiştir. Ayrıca işletmelerin envanterleri çıkarılmış ve envanterin kıymet takdiri yapılmıştır. Bununla birlikte formlara işletmelerin arazi varlığı, tasarruf şekilleri, kullanılan şekillerine ilişkin bilgiler kaydedilmiş ve yine işletmelerde yetiştirilen ürünler, üretim miktarları ve üretimin kullanılan şekli, her bir üretim dalına ait değişen masraflar ve işletmeye ait müşterek masraflar belirlenerek formlara kaydedilmiştir. Üretim ve pazarlama yapısına ilişkin sorunların ortaya konması amacıyla anket formunda açık uçlu sorulara da yer verilmiştir.

2.2.3. Analiz Aşamasında Uygulanan Yöntem

Daha sonra bu bilgiler işletme büyüklük grupları ve işletmeler ortalaması itibarıyla özetlenerek ortalama değerler hesaplanmış böylece veriler analize ve değerlendirilmeye hazır hale getirilmiştir. Ekonomik analizler ile değerlendirmeler bu ortalama değerler üzerinden yapılmış ve ayrıca işletmeler bir bütün olarak ele alınmış ve incelenmiştir.

Analiz aşamasında öncelikle; işletmelerin nüfus, işgücü, eğitim durumu ve yaş gibi demografik özellikleri

incelenmiş ve bunun yanı sıra, sermaye yapıları ayrıntılı bir şekilde ortaya konulmuştur. Daha sonra üretim dalları itibarıyla faaliyet sonuçları Brüt Marj Yöntemi ile analiz edilmiştir. Üretim dönemine ait faaliyet sonuçları olarak; Brüt hasıla, İşletme Masrafları, Gerçek Masraflar, Net Hasıla, Tarımsal Gelir, Harcanabilir Tarımsal Gelir ve Toplam Aile Geliri değerleri hesaplanmış ve yorumlanmıştır. Son olarak da; üreticilerin gerek meyve üretiminde ve gerekse pazarlama sürecinde karşılaştıkları sorunlar ortaya konulmuştur.

3. Araştırma Bulguları

3.1. İncelenen İşletmelerin Sosyal ve Ekonomik Durumu

3.1.1. Nüfus Ve İşgücü Durumu

İncelenen işletmelerde ortalama aile nüfusu 6.36 kişi bulunmuştur. Bu nüfusun işletmeler ortalamasında % 53.86'sını erkek, % 46.14'ünü de kadın nüfus oluşturmaktadır. Faal nüfus oranı işletme grupları itibarıyla % 76.92 ile % 86.99 arasında değişmekte ve işletmeler ortalamasında % 81.46 olmaktadır. İşletmelerde 7 ve daha yukarı yaştaki nüfusun okur- yazarlık oranı işletmeler ortalamasında % 82.76 bulunmuştur. İşletmeler ortalamasında işletmecinin yaşı 55.20 ve eğitim süresi 4.75 yıl olarak bulunmuştur.

İşletmelerde potansiyel işgücü ve işletme büyüklüğü arasında belirgin bir ilişki görülmemiştir. Bunun yanı sıra işletme dışında kullanılan aile işgücünün işletme büyüklüğü ile azaldığı belirlenmiştir. İşgücü mevcudunun tüm işletme gruplarında önemli bir kısmının atıl kaldığı tespit edilmiştir. İşletmeler ortalamasında atıl işgücü oranı % 56.93 olarak bulunmuştur. İşletmelerde tüm işletme gruplarında geçici ücretli işgücüne yer verildiği belirlenmiş ancak daimi yabancı işgücü bulunduran işletmelere rastlanmamıştır.

3.1.2. Sermaye Durumu

İşletmelerin sermaye yapıları ile ilgili bilgiler Çizelge 1'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde, toplam aktif içerisinde arazi sermayesinin büyük oranda yer aldığı belirlenmiştir. Arazi sermayesinin toplam aktif içerisindeki oranı % 94.85 ile % 96.24 arasında değişmekte olup işletmeler ortalamasında % 95.94 olmaktadır. Bunun yanı sıra işletme sermayesinin toplam aktif içerisindeki oranı da % 3.76 ile % 5.15 arasında değişmekte ve işletmeler ortalamasında % 4.06 olmaktadır. İşletmeler genel ortalamasında, toprak varlığı % 69.64 ile aktif içerisinde ilk sırayı alırken, bunu % 13.61 ile bitki varlığı, % 12.13 ile bina varlığı ve % 2.11 ile alet- makine varlığı ve diğer varlık grupları izlemektedir. İşletme arazisi dekarına düşen aktif yönünden I. Grup işletmeler en avantajlı durumdadır.

İşletmelerde öz sermaye işletme büyüklüğüne paralel olarak giderek artmakta ve dekaraya düşen öz sermaye yönünden I. Grup işletmeler daha avantajlı durumda bulunmaktadır. Öz sermayenin toplam aktife oranının, % 91.96 ile % 96.12 arasında değiştiği ve işletmeler ortalamasında % 93.12 olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 1: İncelenen İşletmelere Ait İşletme Bilançosu (Milyon TL)

		İŞLETME GRUPLARI								
		I.GRUP (29)		II.GRUP (20)		III.GRUP (39)		İşl.Ort.(88)		
		Değeri		Değeri		Değeri		Değeri		
AKTİF SERMAYE										
ARAZİ SERMAYESİ	Toprak Varlığı	29 103.44		80 012.50		186 762.82		110 545.45		
	Arazi İslahı Varlığı	172.41		532.50		1 082.04		657.38		
	Bina Varlığı	15 801.72		17 390.00		22 777.31		19 254.15		
	Bitki Varlığı	9 885.39		15 883.51		33 271.58		21 612.93		
	Tarla Demirbaşı Varlığı	74.22		125.31		405.43		232.62		
Arazi Sermayesi Toplamı		55 037.18		113 943.82		244 299.18		152 302.53		
İŞLETME SERMAYESİ	Sabit İşletme Varlığı	Alet-Makine Varlığı	897.92		2 761.80		5 486.58		3 355.14	
		Hayvan Varlığı	1 372.69		1 864.15		2 382.4		1 931.88	
	Döner İşletme Varlığı	Malz-Mühim. Varlığı	178.95		545.95		635.73		464.80	
		Para Mevcudu ve Alacaklar	536.47		248.50		1 033.4		691.28	
	İşletme Sermayesi Toplamı		2 986.03		5 420.40		9 538.20		6 443.10	
AKTİF TOPLAMI		58 023.21		119 364.22		253 837.38		158 745.63		
Dekara Düşen Aktif Sermaye (Milyon TL/Da)		4 847.39		3 920.01		3 204.21		3 453.24		
PASİF SERMAYE										
BORCUN KAYNAĞI	TCZB	0.00		0.00		173.0		76.71		
	Kooperatifler	156.10		1325.00		230.7		454.85		
	Tüccarlar	179.31		25.00		39.1		82.10		
	Şahıslar	398.79		597.75		217.8		363.82		
	Diğer	413.79		0.00		144.3		200.34		
	Toplam		1 147.99		1 947.75		805.1		1 177.82	
KİRAYA VE ORTAĞA TUTULAN ARAZİ DEĞERİ		1 103.45		3 000.00		19 615.3		9 738.64		
ÖZSERMAYE		55 771.77		114 416.47		233 416.8		147 829.17		
PASİF TOPLAMI		58 023.21		119 364.22		253 837.3		158 745.63		
Dekara Düşen Öz Sermaye (Milyon TL/Da)		4 659.30		3 757.52		2 946.44		3 215.77		

3.1.3. Arazi Nev'ileri ve Dağılımı

Arazi nev'ileri olarak, işletme arazisi içerisinde işletmeler ortalamasında meyvelik arazi ilk sırada gelmekte ve bunu tarla arazisi, sebze bahçesi ve ağaçlık arazi izlemektedir. Bunun yanı sıra, tarla arazisinin işletme arazisi içerisindeki oranı işletme büyüklüğü ile giderek artarken, meyvelik arazinin işletme arazisi içerisindeki payı oransal olarak giderek azalmaktadır. Meyvelik arazi

içerisinde yer alan kayısı bahçelerinin toplam işletme arazisi içerisindeki oranı % 38.29 ile % 81.54 arasında değişmekte ve işletmeler ortalamasında % 45.35 olmaktadır.

İncelenen işletmelerde işletme arazisini genişliği işletme grupları itibarıyla 11.97 dekar ile 79.22 dekar arasında değişmekte ve işletmeler ortalamasında 45.97 dekar olmaktadır (Çizelge 2).

Çizelge 2: İncelenen İşletmelerde Arazi Nev'ileri (Da) ve İşletme Arazisi İçerisindeki Dağılımı (%)

		İŞLETME GRUPLARI							
		I.GRUP (29)		II.GRUP (20)		III.GRUP (39)		İşl.Ort.(88)	
		Da	%	Da	%	Da	%	Da	%
Tarla Arazisi	Sulu	0.83	6.93	9.60	31.53	32.40	40.90	16.81	36.57
	Kıraç	0.17	1.42	0.00	0.00	12.94	16.33	5.79	12.60
	Toplam	1.00	8.35	9.60	31.53	45.34	57.23	22.60	49.17
Meyvelik Arazi	Kayısı	9.76	81.54	18.45	60.59	30.33	38.29	20.85	45.35
	Diğer Meyve	0.02	0.17	0.53	1.74	0.87	1.10	0.51	1.12
	Bağ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01
	Toplam	9.78	81.71	18.98	62.33	31.21	39.40	21.37	46.48
Sebze Arazisi		0.79	6.60	1.20	3.94	1.76	2.22	1.31	2.86
Ağaçlık Arazi		0.40	3.34	0.67	2.20	0.91	1.45	0.69	1.49
TOPLAM İŞLETME ARAZİSİ		11.97	100.00	30.45	100.00	79.22	100.00	45.97	100.00

3.1.4. Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Verim Durumu ve Kullanılış Şekli

Yetiştirilen ürünlerde verim durumu incelendiğinde, tarla ürünleri verimlerinin işletme gruplarında ürünlere göre farklılık gösterdiği, meyvelerde ise ağaçların yaşlarına ve yetiştirilen meyve çeşitlerine bağlı olarak değiştiği görülmüştür. Kayısı ağaçlarında genç ağaçların daha fazla verim verdiği gözlenmiştir.

Hayvansal ürünlerde verim ile işletme büyüklüğü arasında belirgin bir ilişki görülmemiştir.

Bitkisel ve hayvansal ürünlerin kullanılış şekli Çizelge 3'de verilmiştir. Tüm işletme gruplarında bitkisel ve hayvansal üretimin genelde pazara yönelik olarak yapıldığı belirlenmiştir. İşletmeler ortalaması dikkate alındığında satılan bitkisel ürünlerin % 73.54'ünün kayısı üretimi tarafından gerçekleştirildiği belirlenmiştir.

Cizelge 3: İncelenen İşletmelerde Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Kullanılış Şekli (Milyon TL)

	İŞLETME GRUPLARI							
	I.GRUP (29)		II.GRUP (20)		III.GRUP (39)		İşl.Ort.(88)	
	Değeri	%	Değeri	%	Değeri	%	Değeri	%
Ailede Tüketilen	339.74	16.43	552.46	14.28	703.52	10.52	549.16	12.14
Ortakçı Payı Olarak Ayrılan	7.76	0.38	76.25	1.97	370.02	5.53	183.87	4.06
Depoya ve Ambara Konulan	2.59	0.13	154.50	3.99	325.28	4.86	180.12	3.98
İşçilere Verilen	1.29	0.06	7.20	0.19	38.37	0.57	19.07	0.42
İşletmede Hayvan Yemi Olarak Kullanılan	14.65	0.71	186.38	4.82	413.51	6.18	230.45	5.09
Satılan	1 701.53	82.30	2 893.27	74.76	4 838.01	72.33	3 362.42	74.31
Meyve Üretim Değerleri Toplamı	2 067.56	100.00	3 870.06	100.00	6 688.71	100.00	4 525.09	100.00

3.2. Yıllık Faaliyet Sonuçları

3.2.1. Üretim Dalları İtibariyle Yıllık Faaliyet Sonuçları

Üretim dalları itibariyle faaliyet sonuçlarının tespiti ve analizinde araştırmanın yöntem bölümünde belirtildiği gibi Brüt Marj analizi tekniği kullanılmıştır.

Brüt Marj analiz yöntemi ile ulaşılan bu bulgular, işletmelerin planlanmasında, üretim dallarının seçimine temel olacak verileri sağlamaktadır. Bu analizler sadece işletmelerin üretim deseninde yer alan ürünlerin birbirlerine göre nisbi karlılık durumunun belirlenmesi amacıyla yapılmıştır.

İncelenen işletmelerde üretim dalları düzeyindeki analizlerde önce bitkisel ürünlerin ve daha sonra hayvancılık şubesinin Brüt Üretim Değerleri, Değişen Masrafları tespit edilmiş her bir üretim dalına ait Brüt Üretim Değerinden Değişen Masrafları çıkartılarak Brüt Marj'ları hesaplanmıştır. Bu değerlerin teknik birim başına (Ağaç Başına, Ekiliş-Dikiliş Alanı Dekarına ve Büyükbaş Hayvan Birimi Başına) düşen miktarları da hesaplanarak Çizelge 4'de sunulmuştur.

İncelenen işletmelerde bazı ürünlerde Brüt Marj'ın esas faaliyet alanı olan kayısıçılık üretim dalından yüksek olduğu görülmekle beraber bunun asıl nedeni diğer üretim dallarının ağaç sayılarının veya ekiliş- dikiliş alanlarının çok küçük değerlerde olmasıdır.

Tarla ürünleri içerisinde işletmeler ortalamasında en yüksek Brüt Marj'a Şekerpancarı faaliyetinin, Sebzeler içerisinde ise Lahana faaliyetinin sahip olduğu tespit edilmiştir.

İncelenen işletmelerde hayvancılık üretim dalının Büyük Baş Hayvan Birimi Başına düşen Brüt Marj'ı ise işletmeler ortalamasında 136.24 milyon TL bulunmuştur.

3.2.2. İşletmelerin Bir Bütün Olarak Yıllık Faaliyet Sonuçları

İncelenen işletmelerde ele alınan üretim dönemine ait yıllık faaliyet sonuçlarının sergilenmesinde, ikinci aşama olarak işletmeler bir bütün halinde düşünülmüş ve Brüt Hasıla, İşletme Masrafları, Gerçek Masraflar, Net Hasıla, Tarımsal Gelir (Net Çiftlik Geliri) ve Toplam Aile Geliri gibi ekonomik göstergeler ortaya konularak yorumlanmıştır (Çizelge 5).

İşletmelerin yıllık faaliyet sonuçlarına ilişkin çizelgede görülen bilgileri şöylece özetleyebiliriz.

Brüt hasıla bir üretim dönemini kapsayan üretim faaliyeti sonunda yaratılan nihai mal ve hizmetlerin değer toplamı olarak tanımlanmaktadır (Aras, 1988). İncelenen işletmelerde Brüt Hasıla, işletme büyüklüğüne paralel olarak artmaktadır. İşletmeler ortalamasında Brüt Hasılının % 47.64'ünü bitkisel ürünler satış tutarı, %6.13'ünü hayvansal ürünler satış tutarı, % 8.78'ini ailenin tükettiği çiftlik ürünlerinin değeri, % 0.30'unu işçilere verilen çiftlik ürünlerinin değeri, % 11.12'sini hizmet gelirleri, % 7.00'sini ikametgah kira karşılığı ve % 19.03'ünü de envanter kıymet artışları oluşturmaktadır.

İşletme masrafları, işletmecinin brüt hasılayı elde etmek için işletmeye yatırılan aktifin faizi hariç, yapmış olduğu her türlü masrafların toplamı şeklinde tanımlanmaktadır (Aras, 1988). Değerlendirme işletme masrafları açısından ele alındığında, tüm işletme gruplarında en büyük payı işçilik masraflarının aldığı, bunu sırasıyla materyal masrafları, amortismanlar ve diğer masraf gruplarının izlediği belirlenmiştir.

Yıllık faaliyet sonuçlarının tespit edilmesinde diğer önemli bir kriterde net hasıladır. Brüt hasıladan işletme masrafları çıkartılarak bulunmuş ve böylece işletmeleri borçtan ve mülkiyet koşullarından arındırılmış olarak, birbirleriyle karşılaştırma imkanı sağlanmış olmaktadır. Net Hasıla; işletme büyüklüğüne paralel olarak artmasına rağmen aktif sermayenin faizi ile karşılaştırıldığında çok düşük değerlerde olduğu gözlenmiştir. Bu da işletmelerin rantabl çalışmadıklarını ortaya koymaktadır.

İşletme başına düşen Tarımsal Gelir, işletme büyüklüğüyle artış göstermektedir. Bununla birlikte 2. grup işletmelerin işletme arazisi dekarına ve kayısıçılık arazisi dekarına düşen tarımsal gelirlerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Tarımsal gelirin öz sermayeye oranı ise %1,19 ile %2,35 arasında değişmekte ve işletmeler ortalamasında bu oran %1,40 olmaktadır. Yine tarımsal gelirin aktive oranı ise %1,09 ile %2,25 arasında değişmekte olup, işletme ortalamasında %1,31 olmaktadır. Bu kriterlere göre de II. grup işletmelerin en yüksek oranı elde ettikleri görülmüş ve II. grup işletmelerin diğer işletmelere göre daha rantabl oldukları tespit edilmiştir.

Çizelge 4: Bitkisel Üretim Dalları İtibariyle Teknik Birim Başına Düşen Brüt Marjları (Milyon TL/Teknik Birim)

	İŞLETME GRUPLARI			
	I.GRUP (29)	II.GRUP (20)	III.GRUP (39)	İşl.Ort.(88)
Meyveler (Milyon TL/Ağaç)				
Kayısı	5.19	6.02	6.44	6.15
Elma	--	4.55	6.47	5.78
Ceviz	5.76	--	32.77	28.51
Dut	3.05	3.55	12.17	7.92
Şeftali	--	--	19.57	19.08
Erik	--	2.64	24.00	7.79
Kiraz	--	5.23	--	3.14
Ayva	--	29.00	--	32.95
Vişne	--	4.70	--	4.85
Armut	--	5.13	--	5.15
Bağ (üzüm)	--	--	0.12	0.05
Tahıllar (Milyon TL/Dekar)				
Buğday (s)	40.23	15.41	15.61	16.10
Buğday (k)	48.41	--	7.89	8.93
Arpa	--	16.73	9.67	10.80
Endüstri bitkileri(Milyon TL/Dekar)				
Şeker pancarı	--	29.21	93.29	88.32
Tütün	38.93	--	--	35.92
Tarla sebzeleri (Milyon TL/Dekar)				
Karpuz	--	--	36.79	36.77
Yem bitkileri (Milyon TL/Dekar)				
Mısır	--	25.00	16.22	18.62
Fiğ	--	--	2.15	2.07
Yonca	25.33	--	12.04	12.45
Baklagiller (Milyon TL/Dekar)				
Nohut	--	25.00	--	28.41
Fasulye	--	50.00	17.00	28.35
Yumru bitkiler (Milyon TL/Dekar)				
Soğan	--	62.50	4.50	18.19
Sebzeler (Milyon TL/Dekar)				
Domates	5.50	30.73	24.10	22.71
Biber	11.58	39.28	12.32	17.56
Lahana	115.33	--	--	128.28
Hıyar	--	52.00	65.60	60.27
Patlıcan	--	66.67	45.86	46.93

Çizelge 5: İncelenen İşletmelerde Yıllık Faaliyet Sonuçları (Milyon TL)

	İŞLETME GRUPLARI			
	I.GRUP (29)	II.GRUP (20)	III.GRUP (39)	İşl.Ort.(88)
Brüt Hasıla (A)	2 705.65	5 914.36	9 066.36	6 253.85
İşletme Masrafları (B)	2 691.73	4 554.94	7 132.90	5 083.43
Net Hasıla (A- B)	13.92	1 359.42	1 933.46	1 170.42
Gerçek Masraflar (D)	1 998.36	3 222.81	6 290.32	4 178.76
Tarımsal Gelir (A-D)(1)	707.29	2 691.55	2 776.04	2 075.09
Tarım Dışı Gelir (2)	2 373.65	2 253.30	2 870.75	2 566.61
Toplam Aile Geliri (1+2)	3 080.94	4 944.85	5 646.79	4 641.70
Kişi Başına Aile Geliri	464.70	804.04	899.17	729.83

İşletme büyüklüğü ile paralel olarak bir artış seyri gösterdiği gözlenen Toplam Aile Geliri içerisinde tarımsal gelirin payının da işletme büyüklüğü ile paralel olarak arttığı belirlenmiştir. Ancak, tüm işletme gruplarında toplam aile gelirinin önemli bir kısmını (işletmeler ortalamasında % 55.29) tarım sektörü dışından sağlanan gelirlerin oluşturduğu dikkat çekmektedir.

3.3. İncelenen İşletmelerde Kayısı Üreticilerinin Karşılaştıkları Üretim ve Pazarlama Sorunları

3.3.1. Teknik Sorunlar

Teknik sorunlar, üretimin her aşamasında ya da diğer bir ifade ile fidan seçimi, temini, toprak hazırlığı,

mücadele, sulama, gübreleme ve benzeri tüm işlemlerde ortaya çıkan sorunları kapsamaktadır (Esengün, 1993).

Üreticilerin %42.05'i fidan temini konusunda herhangi bir sorunla karşılaşmadıklarını belirtmişlerdir. Ancak %25'i fidanların hastaliksız olduklarına dair kontrol edildiğini gösterir bir sertifika olmayışından, %15.91'i fidan çeşitlerinin isminin doğruluğundan emin olmadıklarından, %9.09'u fidan fiyatlarının yüksek olmasından ve %7.95'i de fidanlar içinde istediği dölleyici çeşidi bulamadıklarından şikayet etmektedirler.

İncelenen işletmelerde üretim aşamasında gübre kullanımına yeterli önemin gösterilmediği ve gübre verilmiş zamanı ile uygulama tekniğine dikkat edilmediği saptanmıştır. Üreticilerin %82.95'inin teknik eleman

önerilerine ve toprak analizi sonuçlarına bakmaksızın gübreleme yaptıkları belirlenmiştir.

Kayısı ağaçları diğer meyve türlerine göre fazla su istememekle birlikte gerektiğinde ve zamanında yapılan sulama meyve kalitesi ve verimini arttırmaktadır (Asma, 2000). Üreticilerin %64.77'si sulama suyunu kanallardan karşıladıklarını ve %42.05'i de yılda 5 kez sulama yaptıklarını belirtmişlerdir. Ancak üreticilerin %44.33'ü su kaynağının yetersiz olduğunu belirterek bu yöndeki sıkıntılarının önemli olduğunu ortaya koymuşlardır.

Kayısı yetiştiriciliğinde budama, dikim, şekil ve mahsul (ürün) budaması olmak üzere üç adettir (Asma, 2000). İncelenen işletmelerin tamamı budama yapmaktan ve %53.41'i dikim budaması yaptıklarını beyan etmişlerdir. Üreticilerin %65.91'i budamaya ilişkin herhangi bir sorunlarının olmadığını ifade etmelerine karşın, %23.86'sı teknik bilgi eksikliği ve %10.23'ü de kalifiye eleman eksikliği nedeniyle sorun yaşadıklarını beyan etmişlerdir.

Kayısı ağaçlarında görülen hastalık ve zararlılarla mücadele verim ve kaliteyi önemli oranlarda arttırmaktadır. İncelenen işletmelerde taze kayısıda beş çeşit hastalık ve zararlının etkilerinin önemli olduğu ve kuru kayısıda da üç önemli ambar zararlısının verim ve kalite üzerine önemli etkiler yaptıkları belirlenmiştir. Taze kayısıda yılda iki kez, kuru kayısıda ise yılda bir kez hastalık ve zararlılarla mücadele yapılmaktadır. İncelenen işletmelerin tamamı zirai mücadele yaptıklarını ve %34.05'i de zirai mücadeleyi kendi bilgi ve tecrübeleri neticesinde gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Üreticilerin zirai mücadele için gerekli ilaçların fiyatlarının yüksekliğinden şikayet ederken, %27.37'si ilaçların ağaçlar üzerindeki etkilerinin düşük olduğunu ifade etmişler ve bu nedenle mücadelede yetersiz kaldıklarını belirtmişlerdir.

3.3.2. Kredi ve Finansman Sorunları

Türkiye'de tarım sektöründe, aile işletmeleri başına düşen işlenen toprak miktarı azlığı, fazla nüfus, altyapı eksiklikleri, üretim tekniklerinin geri oluşu ve sabit sermaye biriktirme olanaklarının sınırlı olması bu işletmelerin krediye olan ihtiyaçlarını arttırmaktadır (Karacan, 1991).

Tarım işletmelerinin büyük çoğunluğunun krediye ihtiyacı olduğu açıktır. Ancak tarım kesimi milli gelire yaptığı katkı oranında krediden yararlanamamaktadır (Eraktan, 1983).

İncelenen işletmelerin %51.14'ü krediye ihtiyaç duyduklarını, %48.86'sı böyle bir ihtiyaçlarının olmadığını belirtmişlerdir. Ancak bu işletmeler içerisinde %11.36'sı kayısı üretimi için kredi kullandıklarını, %88.64'ü de kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Krediyi kullananların da %70'i Tarım Kredi Kooperatiflerinden, %30'u ise şahıslardan temin ettiklerini belirtmişlerdir.

İncelenen işletmelerde üreticilerin %65.91'i kredi faizlerinin yüksek olmasından, %14.77'si teminat göstermenin zorluğundan, %10.23'ü başkaca nedenlerden (iltimas, torpil v.b.), %9.09'u kredi miktarlarının düşük olmasından dolayı kredi kullanmakta zorluk çektiklerini beyan etmişlerdir.

3.3.3. Pazarlama Sorunları

Türkiye'de üretilen kuru kayısının yaklaşık %90-95'lik bölümü ihraç edilmektedir. İç tüketim son

yıllarda artmakla birlikte 3-5 bin ton gibi çok düşük miktarlarda kalmaktadır. Kuru kayısı pazarlama kanalları genelde Malatya ve İzmir illerine yerleşmiş durumdadır. Taze kayısı genelde yurtiçinde tüketilmekte ve bu miktarlar da oldukça düşük seviyelerdedir. Özellikle meyve suyu sanayiinin ilerlemesi ile birlikte kayısının yaş olarak değerlendirilmesi de son yıllarda artmaya başlamıştır (Anonim, 2001).

Pazarlama ile ilgili sorunlar Pazar bilgilerinin tam olarak bulunduğu durumlarda çözümlenebilir. Pazar bilgileri arasında en önemlisi fiyatla ilgili olanlardır. Fiyat bilgilerinin dışında pazardaki arz ve talebe ilişkin bilgilerinde sağlıklı biçimde toplanmasına gerek vardır.

İncelenen işletmelerde üreticilerin %60.23'ü Pazar araştırması yaptıklarını, %39.77'si de yapmadıklarını belirtmişlerdir.

Üreticilerin %64.77'si yörede var olan kayısı pazarının oldukça kötü bir durumda olduğunu, %55.68'i de pazara ulaşım durumunun buldukları konum itibariyle rahat olduğunu ifade etmişlerdir.

Malatya ilinde taze kayısı ihracatı çok düşük miktarlarda kaldığı için depolama konusunda hiçbir işletmeye rastlanmamıştır. Taze kayısının ihraç edilecek kısmı hasattan hemen sonra soğuk hava depolu araçlarla nakledilmektedir.

İncelenen işletmelerin %95.45'inin ürünlerini kuru olarak sattıkları, %4.55'inin de bir kısmını kuru, bir kısmını da taze olarak sattıkları belirlenmiştir.

Yaş meyvelerin çabuk bozulabilir olması nedeniyle hasat anında büyük bir dikkat ve özen gösterilmesi gerekmektedir. Yörede hasat konusunda karşılaşılan sorunlardan birisi de hasat tekniği konusunda bilgi eksikliği nedeniyle ürün kayıplarının ortaya çıkmasıdır.

Nitekim incelenen işletmelerin %57.57'sinde toplam üretimin %1-5'i, %28.79'unda toplam üretimin %6-10'u, %6.06'sında toplam üretimin %11-15'i, %4.55'inde toplam üretimin %16-20'si, %3.03'ünde toplam üretimin %21 ve üzerinde hasat kayıpları olduğu belirlenmiştir.

Pazarlama faaliyetinde yer alan işlemlerden birisi de boylamadır. Çünkü gerek tüketici ve gerekse pazarlama zincirinde yer alan araçların istekleri genellikle satın aldıkları ürünlerin aynı boy ve kalitede olması yönündedir.

İncelenen işletmelerde üreticilerin %45.46'sı fiyatı yükselttiği için, %36.36'sı alıcıların tercihinden dolayı, %18.18'i de ihracata yönelik ürün olduğundan boylama yaptıklarını belirtmişlerdir.

Kayısı üretiminde ambalajlama ürününün kalitesini ve özelliğini korumak amacıyla üreticiler tarafından elden çıkarılmaya kadar korunmasına ve saklanmasına yardım etmektedir. İncelenen işletmelerin %95.45'i ambalaj malzemesi olarak çuval kullandıklarını, %4.55'i de plastik kasaları tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Buna gerekçe olarak da plastik kasa fiyatlarının yüksekliğini göstermişlerdir.

Üreticilerin tamamı ürünlerini il içine de pazarladıklarını, üreticilerin %38.63'ü ürünlerin bir kısmını çiftlik avlusunda bir kısmını pazarda satmayı tercih ettiklerini, %48.86'sı peşin fiyata satış yaptıklarını, %37.50' si de bir kısmını peşin bir kısmını da vadeli sattıklarını ifade etmişlerdir.

İncelenen işletmelerde üreticilerin pazarlama kanalı olarak %27.27'si toptancıları, %22.73'ü Kayısbirlik'i, %23.86'sı da aracıları tercih etmektedirler. Ancak maddi güçlükler nedeniyle istedikleri şekilde pazarlık yapamadıkları da ayrıca belirlenmiştir.

Yörede faaliyet gösteren işletmelerin %67.05'i Kayısbirlik'e üye olduklarını, %32.95'i de üye olmadıklarını ifade etmişler ve üreticilerin %74.58'i Kayısbirlik'e üye oldukları halde hiç ürün vermediklerini belirtmişlerdir. Buna neden olarak da %50'si Kayısbirlik'in idari yapısının zayıf olmasını, %28.05'i ödemelerin zamanında yapılmamasını, %14.63'ü de birlik fiyatlarının düşük olmasını göstermişlerdir.

Üreticilerin %60.23'ü ilde varolan kayısı pazarının (Şire Pazarı) düzensiz ve uygun olmadığından, %19.32'si istedikleri anda alıcı bulamadıklarından, %11.36'sı ürün işleme ve değerlendirme tesislerinin yetersiz olmasından, %9.09'u da üreticiler arasında kurumsal bir ilişki mevcut olmadığı için pazarlama maliyetlerinin arttığından ve pazarlık güçlerinin düştüğünden şikayet etmektedirler.

4. Sonuç ve Öneriler

Oldukça geniş bir kayısı üretim potansiyeline sahip olan Malatya ilinde kayısı yetiştiriciliği yapan tarım işletmelerinin karşı karşıya olduğu bir takım teknik ve ekonomik problemlerin olduğu gerçektir. Kayısbirlik faaliyetinden beklenen faydaların artırılması ve üretimde kalitenin artırılması için geliştirilebilecek bazı somut öneriler şu şekilde özetlenebilir.

- Malatya ilinde yetiştirilen kayısının %60-70'i kurutulmakta ve kuru kayısı olarak ihraç edilmektedir. Kayısının taze olarak yurt içi ve yurt dışında tüketilmesi için çalışmalar yapılmalı ve teknolojiler geliştirilmelidir. Kayısının taze olarak pazara sunulması üreticilerin masraflarını da düşürecek ve gelirine olumlu yansıtacaktır. Bu nedenle, insan sağlığı için oldukça faydalı bir ürün olan kayısının sağlık ve beslenmedeki yararları bütün tüketicilere ulaştırılabilecek şekilde anlatılmalıdır.

Kaynaklar

- Anonim, 2001. Malatya Tarım İl Müdürlüğü Proje ve İstatistik Şube Müdürlüğü Kayıtları, Malatya
- Aras, A., 1988. Tarım Muhasebesi, E.Ü. Zir. Fak. Yay. No: 486, Bornova, İzmir.
- Asma, B.M., 2000. "Kayısı Yetiştiriciliği", İnönü Üniv. Yayınları No: Afs 99/12, Evin Ofset, Malatya.
- Çiçek, A., Erkan, O., 1996. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklemeye Yöntemleri, GOÜ. Zir. Fak. Yay., No:12, Ders Not. Serisi No:6, Tokat.
- Eraktan, G., 1983. Tarım Politikası I, A.Ü. Ziraat Fakültesi Yayınları, Ders Notu: 114, Ankara.
- Ertürk, A., 1976. Yalova İlçesi Elma İşletmelerinin Ekonomik Yapısı Ve Faaliyet Sonuçları Üzerine Bir Araştırma, Atatürk Bahçe Kültürleri Araştırma Enstitüsü Yayınları No: 127, Yalova.

- Üreticilerin modern kayısı yetiştiriciliğinde üretim tekniği konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir. Yetiştiricilerin öncelikle bu konuda eğitilmeleri gerekir.

- Birim masrafı azaltıcı, elde edilen ürünü iyi değerlendirici ve ürün kaybını azaltıcı önlemler alınmalıdır.

- Fidan üretimi ve temininde özel sektör teşvik edilmelidir. Standartlara uygun, sertifikalı, fidan üretimi ve kullanımı özendirilmelidir.

- Üreticilere kayısı bahçesi tesisi ve donatımı için cazip kredilendirme yapılmalıdır.

- Kayısbirlikte doğa şartlarının olumsuz etkileri nedeniyle özellikle ilkbahar geç donlarına karşı tarımsal sigortanın bu sektöre uygulanması gerekmektedir.

- Taze kayısı pazar imkanlarının geliştirilmesi için yörede soğuk hava depoları ve paketlenme evleri ile uygun taşıma altyapıları oluşturulmalıdır.

- Kayısbirlik'in üreticilerle diyalogu güçlendirilmeli, sağlam ve güçlü bir idare yapısı oluşturulmalı, üreticilerin mağduriyetine çare olacak bir takım önlemler alınmalıdır.

- Gerek kuru kayısı, gerekse taze kayısının iyi bir şekilde pazarlanabilmesi için etkili bir iç ve dış pazar organizasyonu kurulmalıdır.

- Araştırmacı-yayımcı ve üretici arasındaki koordinasyon daha etkin bir şekilde sağlanmalıdır. Üreticiye daha etkin bir yayım hizmetinin götürülmesi için yayım kuruluşları kredi ve benzeri nitelikleriyle donatılarak daha aktif hale getirilmelidir.

- Kayısı üretimi, pazarlaması, sorunları konularında yapılan çalışmalar oldukça azdır. Yapılan mevcut çalışmaların tarımsal kuruluşlarca değerlendirilip, üreticilerin bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, dünya kayısı üretiminin büyük çoğunluğunu karşılayan Malatya ilinde üreticilerin kayısı üretimi yanında diğer tarımsal faaliyetlerle de uğraştığı gerçektir. Yörede üreticilerin modern tarımın gereklilerini kullanarak üretim gerçekleştirmeleri hem üreticiye hem de ülke ekonomisine yarar sağlayacaktır.

Esengün, K., 1993. Tokat İlinde Yetiştirilen Başlıca Meyvelerin Üretim Ve Pazarlama Durumu Ve Mevcut Sorunları, GOÜ. Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt 10, Sayı 1, Tokat

Karacan, A.R., 1991. Tarım İşletmelerinin Finansmanı Ve Tarımsal Kredi, E.Ü. Basımevi, İzmir

Wilfrid, J.D., Massey, P.J., 1969. Introduction To Statistical Analysis, Student Ed, Mc Grow-Hillbook Company, Kogakosha.

Yang, W.Y., (Çeviren: M. Talim), 1964. Zirai İşletmecilikte Teknik Ve Araştırma Metotları, E.Ü. Basımevi, İzmir.