



Alınış tarihi (Received): 17.04.2019
Kabul tarihi (Accepted): 05.12.2019

Amasya İli Merkez İlçede Kiraz Üretimi Yapan İşletmelerin Pazarlama ve Pazarlama Sorunları

Savaş NALİNCİ^{1,*} Halil KIZILASLAN²

¹Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Aşçılık Programı, Amasya

²Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü 60240, Tokat

*Sorumlu yazar: savas.nalinci@amasya.edu.tr

ÖZET: Bu çalışmada; Amasya ili merkez ilçedeki kiraz üreten tarım işletmelerinin pazarlama ve pazarlama sorunları incelenmiştir. Araştırmanın ana materyalini, 2016-2017 üretim döneminde 12 adet köyde kiraz üretimi ile uğraşan ve Neyman Yöntemi ile belirlenen 68 adet tarım işletmesinden anket yoluyla elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan üreticilerin ortalama yaşı 41,12 yıl ve ortalama hanehalkı genişliği 6.41 kişi olarak hesaplanmıştır. Üreticilerin ortalama yıllık tarımsal gelirleri 82 426.47 TL'dir. İşletmelerin ortalama arazi genişliği 15.90 dekar ve kirazın verimlilik ortalaması 1 894.28 kg/da olarak bulunmuştur. Üreticilerin karşılaştıkları başlıca pazarlama sorunları; istenildiği zaman alıcı bulunamaması (%51.47), fiyat düşüklüğü (%25.00) ve üreticiler arasında birlikteliğin olmamasıdır (%10.30). Üretilen ürünün önemli bir kısmı ihraç edilmektedir ve ihraç fiyatı daha yüksektir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; Amasya/Merkez ilçede kirazın üretim potansiyelinden daha iyi yararlanmak için üreticilerin birlik veya kooperatif şeklinde örgütlenmeleri teşvik edilmeli, kiraz alım merkezlerinin, kiraz alımını kolaylaştırıcı şekilde düzenlenmeli ve üretim bölgesinde ön soğutmalı paketleme tesislerinin kurulması konusunda üreticilere destek sağlanmalıdır.

Anahtar Kelimeler – Kiraz, Pazarlama, Sorunlar, Amasya

The Marketing and Marketing Problems of the Enterprises of Cherry Producers in the Province of Amasya

ABSTRACT: In this research, the marketing and marketing problems of the enterprises of cherry producers in the province of Amasya have been investigated. The parent material of the study is composed of the primary data which was collected through a questionnaire from 68 agricultural enterprises selected through Neyman Method in 12 villages that are engaged in producing cherry belongs to the 2016-2017 production period. It was calculated that the average age of the cherry producers in the study was 41,12 and the average population of the household was 6,41. The yearly agricultural income of the producers is TL 82 426.47. The average land size of the farms is 15.90 decare and the average cherry productivity is 1 894.28 kg/decare. The major marketing problems of the cherry producers are determined as follows; unavailability of buyers on request (51.47%), low price (25.00%) and no cooperation between producers (10.30%). Most portion of the cherry is exported and its export price is higher. An important part of the produced harvest is exported and the export price is higher. According to the results of the study, in order to benefit from the potential of cherry production, producers should be promoted to be organized in the form of an association or cooperative, cherry purchasing centers should be arranged in order to facilitate cherry purchase and producers should be supported in the matter of establishing precooling packaging facilities in the area of production.

Keywords – Cherry, Marketing, Problems, Amasya

1. Giriş

Tarım sektörü; milli gelirden, istihdamda, dış ticarete, tarıma bağlı ve dayalı sanayilerde, desteklemelerde ve tüketim harcamalarındaki payı ile insanların zorunlu gereksinim maddelerini üreten bir sektör olarak ekonomilerde önemli bir yere sahiptir. Günümüzde tarım sektörünün boyutları ülkelerin gelişmişlik düzeyine bağlı olarak farklılık göstermektedir. Gelişmiş ülkeler ticari tarım olgusuna ulaşmış olmalarına rağmen, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde tarımsal faaliyetler öz tüketime yönelik ya da ticari tarımın başlangıcı aşamalarındadır.

Dünya’da yetişen 140 tür bahçe bitkisinin 80 türünden fazlası ülkemizde yetiştirilmektedir. Türkiye, birçok meyve türünün gen merkezi olarak, meyvecilik kültürünün anavatanıdır (Anameriç, 1986). Birçok meyve türünde olduğu gibi, kirazın anavatanlarından biri de Anadolu’dur. Diğerleri Güney Kafkasya, Hazar Denizidir. Bugün yabancı olarak doğuya doğru İran ve Afganistan, batıya doğru Balkanlar, İsviçre ve hatta İskandinavya’da kiraz yetiştirilmektedir (Çırtlık, 2006).

Türkiye’nin birçok yöresinde meyvecilik tek geçim kaynağıdır. Karadeniz sahilleri, Ege Bölgesi, Akdeniz kıyıları, Niğde, Erzincan, Gaziantep, Amasya, Gümüşhane ve Tokat gibi birçok ilde meyvecilik birinci derecede önemlidir. Ilıman iklim meyveleri arasında, meyvelerini en erken olgunlaştıran türlerden birisi kirazdır. Tercih edilen bir meyve olarak dış pazarlarda aranması, özellikle son yıllarda kiraza olan talebin artmasına neden olmaktadır (Küden, 2001).

Kiraz kültürünün yapıldığı en eski yer Anadolu’dur. Türkiye’de, Kuzey Anadolu Dağları ve Doğu Toroslarda yabancı tiplerine bol miktarda rastlanmaktadır. Dünyada 1500 civarında kiraz türü bulunmaktadır (Anonim, 2017a). Kiraz üretiminde ticari anlamda önemli üretici ülkeler; Amerika, Türkiye, Fransa ve İtalya’dır (Eryılmaz, 2008). Türkiye’de üretim rekoru yüksek olmasına rağmen; kirazın üretim kalitesi ve dış pazarlara satış miktarı istenilen seviyede değildir (Anonim, 2017a).

Türkiye’de kiraz üretiminde ağaç başına verim yaklaşık 25 kg’dır. Türkiye’deki kiraz üretiminin (%10) düşük bir miktarı ihraç edilebilmektedir. Türkiye’de kirazın taze meyve olarak ihracının yanı sıra; Starks Gold, Gıllı, Akçilli ve 0900’ün işlenerek satılması da giderek artmaktadır (Anonim, 2017a). Türkiye’de meyve üretimi; beslenme, meyve işleyen sektörlerle hammadde temini ve dış ticarete konu olması açısından önemli bir tarımsal üretim iş koludur (Karaçayır, 2010). Türkiye’de kiraz üretiminde yıldan yıla artış olduğu görülmektedir. 2016 yılı itibarıyla 599 650 ton ile kiraz üretiminde Dünya’da birinci sırada yer almaktadır. Bunu Amerika (385 bin ton) ve Çin (220 bin ton) takip etmektedir (Anonim, 2017b). Türkiye’de kiraz üretiminin neredeyse tamamına yakını; Dünya’nın en önemli kirazları arasında yer alan ve Avrupa’da "Türk Kirazı" olarak bilinen 0900 türünden oluşmaktadır (Erdal ve ark., 2014).

Kocaeli, Yalova, Akşehir, Adana/Saimbeyli, Niğde/Ulukışla, Malatya/Yeşilyurt, İzmir/Kemalpaşa, Ereğli, Göller Bölgesi, Tokat-Amasya bölgesi ve Karadeniz kıyıları Türkiye’nin önemli kiraz üretim merkezleri olarak dikkat çekmektedir (Küden ve Kaşka, 1997). Amasya, Türkiye kiraz üretiminin yaklaşık % 4’ünü karşılamaktadır. Amasya’da 2016 yılı verilerine göre toplu meyveliklerin alanı 25 291 dekadır. Ağaç başına ortalama verim 34 kg olup bu ağaçlardan yaklaşık 25 bin ton kiraz üretilmiştir. Meyve veren yaşta 739 425 adet, meyve vermeyen yaşta 312 110 olmak üzere toplam 1 051 535 adet kiraz ağacı bulunmaktadır (Anonim, 2017b).

Amasya'da kiraz bahçesi tesisinin çoğunlukla klasik formda ağaçlar ile yapılmaktadır. Tam bodur kiraz üretiminin yüksek maliyeti nedeniyle hiç uygulanmaması ihracat açısından Amasya'nın zayıf kalmasına neden olmaktadır (Anonim, 2017c). Amasya'da üretilen kirazların özellikle önceki yıllarda tamamına yakın kısmı iç piyasaya sunulmaktaydı. Bunun başlıca nedenleri; ihraç nitelikli çeşit azlığı, işletmelerin yeteri kadar potansiyel bulamaması, ön soğutma, standardizasyon, paketleme gibi tesislerin olmamasıdır.

Pazarlama ile ilgili sorunların en önemli kısmını üretimde meydana gelen sorunların yansımaları oluşturmaktadır. Zira mevcut pazar şartları ve tüketici talepleri göz ardı edilerek veya bir projeksiyon oluşturmadan bahçe tesis edilmektedir. Özellikle kiraz üretiminde Türkiye başta Avrupa ülkeleri olmak üzere ihracat ağırlıklı üretim yapmaktadır. Son yıllarda Avrupa ülkelerindeki tüketicilerin istekleri doğrultusunda EUREPGAP Sertifikasına uygun kiraz üretimi, ihracat açısından, gereklidir.

Bu araştırmanın amacı; Amasya/Merkez ilçede kiraz üretimi ve pazarlama yapısındaki mevcut durumun ortaya konması, pazarlama şekilleri ve özelliklerinin belirlenmesi, kiraz üreticilerinin sosyo-ekonomik yapılarının ortaya konulması, işletme özelliklerinin belirlenmesi, kiraz işletmelerinde yaşanan sorunlar ve bunlara ilişkin önerilerin geliştirilmesidir.

2. Materyal ve Yöntem

Araştırmanın ana materyalini, 12 adet köyde kiraz üretimi ile uğraşan toplam 68 adet üretici ile yapılmış anketler sonucu elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Bununla birlikte, araştırma ile ilgili başka araştırma sonuçları ve kurum/kuruluş kayıtlarından da yararlanılmıştır. Anketlerle toplanan veriler 2016-2017 üretim dönemine aittir. Anket çalışması 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yapılmıştır.

Verilerin toplanması aşamasında ilk önce, Amasya ili merkez ilçede kiraz yetiştiriciliğinin yapıldığı 107 adet köyden amaçlı örnekleme ile toplam 12 adet köy belirlenmiştir (Aydınlık, Boğazköy, Çiğdemlik, Duruca, İlyas, Kaleköy, Kızılkışlacık, Kızseki, Mahmatlar, Sevincer, Yeşil Yenice ve Ziyaret). Bu köylerde faaliyet gösteren 434 tarım işletmesi kiraz alanları Amasya Tarım İl Müdürlüğü kayıtlarından belirlenmiştir. Bu işletmelerin kiraz alanları incelendiğinde 0.5 dekadardan az kiraz yetiştiriciliği yapan 13 tane işletme kapsam dışında bırakılarak 421 adet tarım işletmesi araştırmanın popülasyonunu oluşturmuştur. Bu popülasyondan Neyman Yöntemi ile belirlenen 68 adet tarım işletmesinden anket yoluyla elde edilen bilgiler ise araştırmada analiz edilen ana materyali meydana getirmiştir.

Araştırma bölgesinde tarım işletmelerinin muhasebe kayıtlarının olmayışı sebebiyle çiftçilerin beyanına dayalı bilgiler önceden geliştirilmiş anket formlarına işlenmiş ve bu anket formları çalışmanın ana materyalini oluşturmuştur. Araştırma bölgesine ait bilgiler; Amasya Valiliği, Nüfus İl Müdürlüğü, Amasya Tarım İl Müdürlüğü, Amasya Ticaret ve Sanayi Odası, İl Meteoroloji Müdürlüğü kayıt, rapor ve yayınlarından sağlanarak araştırmada kullanılmıştır.

Örneğe çıkan tüm köyler ziyaret edilerek köylerdeki işletmeler ile bunların arazi büyüklükleri saptanmıştır. Örnekleme yer alan işletmelerin arazi varlıkları dikkate alınarak varyasyon katsayısı (CV) hesaplanmıştır. Varyasyon katsayısı % 89.00'dur. Varyasyon katsayısı bir örnekleme ilişkin verilerin, değerlerin homojen veya heterojen olma düzeyini göstermesi açısından önemlidir. Araştırmada Varyasyon katsayısı % 75'den büyük olduğu için tabakalı

örnekleme kullanılmıştır (Çiçek ve Erkan, 1996). Popülasyona ait varyasyon değerinin %75'ten yüksek çıkması popülasyonun heterojen olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda popülasyonu homojen hale getirmek için kiraz işletmelerinin tabakalara ayrılarak incelenmesi gerektiğine karar verilmiştir.

Bu itibarla popülasyonun tabakalara ayrılması işleminde işletmeler arazi büyüklüklerine göre sıralanmış olup popülasyonun 1-5 dekar ve 6- + dekar olmak üzere iki tabaka şeklinde incelenmesine karar verilmiştir. Buna göre %95 güven aralığı ve ortalamadan %1 sapma ile (t tablo değeri = 1.96), yapılması gereken anket sayısı belirlenmiştir. Örneklemede Neyman Yöntemi kullanılmış ve örnek hacmi şu formülle hesaplanmıştır:

$$n = \frac{\sum (N_h \cdot S_h)^2}{N^2 D^2 + \sum N_h (S_h)^2} \quad D = \frac{d}{z}$$

Belirlenen örnek hacminin tabakalara dağıtılmasında aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$n_i = \frac{N_h \cdot S_h \cdot n}{\sum N_h \cdot S_h}$$

Bu bağlamda, Amasya/Merkez ilçede 68 adet işletme ile çalışılması uygun bulunmuştur. 68 adet örneğin tabakalara dağılımında I. Tabaka 24 ve II. Tabaka da 44 işletme ile araştırma (anket) yapılacağına karar verilmiştir. 68 adet işletmede kimlerle anket yapılacağına belirlenmesinde tesadüfi sayılar cetveli kullanılmıştır.

Çizelge 1. Popülasyonu oluşturan işletmelerin tabakalandırma bilgileri ve örnek hacminin tabakalara dağılımı

Table 1. Stratification data of the enterprises population and distribution of the sample quantity to the stratified

Tabaka No	Tabaka Sınırı (da)	Örnek Ortalaması (da)	Tabakadaki İşletme Sayısı (N _h)	Standart Sapma (S _h)	(N _h *S _h)	(N _h *S _h) ²	n
I	1-5	2.995	281	1.4214	399.4134	567.7262	24
II	6-+	11.055	140	5.3647	751.058	4 029.2009	44
Toplam	---	5.675	421	---	1 150.4714	4 596.9271	68

Araştırmada, üretici elde edilen tüm bilgiler işletme büyüklük gruplarına ve işletmeler ortalamasına göre sınıflandırılarak analiz edilmiştir. Çalışma konusuyla ilgili ikinci verilerin ve anketlerden elde edilen birincil verilerin faktörler itibarıyla karşılaştırma ve değerlendirmesinde aritmetik ortalama ve yüzde hesaplarından yararlanılmıştır. Anket sonuçlarından elde edilen veriler, çizelgeler halinde sunulmuştur.

3. Bulgular

Araştırma bulgularının birinci bölümünde üreticilerin sosyo-ekonomik niteliklerine, ikinci bölümde işletme özelliklerine, üçüncü bölümünde kiraz üretim ve pazarlama sorunlarına ilişkin bilgilere yer verilecektir.

3.1. Sosyo-Ekonomik Nitelikler

Çizelge 2. Üreticilerin bazı sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri

Table 2. Some socio-economic and demographic characteristics of producers

		İŞLETME GRUPLARI				İşletmeler Ortalaması	
		1. Grup (24)		2. Grup (44)		(68)	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	21	87.50	36	81.82	57	83.82
	Kadın	3	12.50	8	18.18	11	16.18
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Medeni Durum	Evli	22	91.67	44	100.00	64	97.06
	Dul	2	8.33	0	0	2	2.94
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Yaş (yıl)	<=35	5	20.83	14	31.82	19	27.94
	36-45	11	45.84	19	43.18	30	44.12
	46-55	5	20.83	6	13.64	11	16.18
	56-65	3	12.50	5	11.36	8	11.76
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
	Ortalama yıl	42.75		40.23		41.12	
Eğitim Durumu	Okur-yazar	0	0	2	4.55	2	2.94
	İlkokul	12	50.00	12	27.27	24	35.29
	Ortaokul	10	41.67	26	59.09	36	52.94
	Lise	2	8.33	4	9.09	6	8.83
Kişi Sayısı	1-3	4	16.66	3	6.82	7	10.29
	4-6	12	50.00	21	47.73	33	48.53
	7-9	7	29.17	14	31.82	21	30.89
	10-+	1	4.17	6	13.63	7	10.29
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
	Ortalama kişi	6.04		6.61		6.41	
Tarımla Uğraşma Süresi (yıl)	13-22	2	8.33	9	20.45	11	16.18
	23-32	10	41.67	21	47.73	31	45.58
	33-42	8	33.33	7	15.91	15	22.06
	43-52	4	16.67	7	15.91	11	16.18
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
	Ortalama yıl	33.38		29.91		31.13	
Yıllık Tarımsal Gelir	36 000-56 000	11	45.83	0	0	11	16.18
	56 001-76 000	12	50.00	4	9.09	16	23.53
	76 001-96 000	1	4.17	32	72.73	33	48.53
	96 001-+	0	0	8	18.18	8	11.76
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
	Ortalama gelir	58 125.00		95 681.82		82 426.47	
Yıllık Tarımsal Gider	13 000-23 000	14	58.34	2	4.54	16	23.53
	23 001-33 000	8	33.33	24	54.55	32	47.06
	33 001-43 000	2	8.33	11	25.00	13	19.12
	43 001-+	0	0	7	15.91	7	10.29
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
	Ortalama gider	23 000.00		35 636.36		31 176.47	
Yıllık Tarım dışı Gelir	10 000-25 000	5	23.81	19	50.00	24	40.68
	25 001-40 000	10	47.61	9	23.68	19	32.20
	40 001-55 000	3	14.29	7	18.42	10	16.95
	55 001-+	3	14.29	3	7.90	6	10.17
	Toplam	21	100.00	38	100.00	59	100.00
	Ort. Tarımdışı gelir	34 857.14		31 447.37		32 661.02	
Yıllık Toplam Tarımsal Gelir	56 000-86 000	10	41.67	1	2.27	11	16.18
	86 001-116 000	13	54.17	20	45.45	33	48.53
	116 001-146 000	1	4.16	17	38.64	18	26.47
	146 001-+	0	0	6	13.64	6	8.82
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
	Ort. toplam gelir	88 625.00		123 086.36		110 923.53	
Sosyal Güvence	Bağkur	16	66.67	31	70.45	47	69.12
	SGK	8	33.33	13	29.55	21	30.88
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00

Çizelge 2’de üreticilerin %83.82’si erkek, %16.18’si kadın olup 1. grup işletmelerde %87.50’si erkek, %16.12’si kadın, 2. grup işletmelerde %81.82’si erkek, %18.12’si kadındır. Üreticilerin %97.06’sı evli, %2.94’ü dul statüsündedir. 1. grup işletmelerde %91.67’si evli, %8.33’ü dul, 2. grup işletmelerde %100’ü evli olarak bulunmuştur. Üreticilerin çoğunluğunun 36-45 yaş arasında yer aldığı ve 1. grup işletmelerde %45.84, 2. grup işletmelerde %43,18 oranı ile başta geldiği görülmektedir. Üreticilerin yaş ortalaması; 1. grup işletmelerde 42.75 yıl, 2. grup işletmelerde 40.23 yıl ve işletmeler ortalamasında ise 41.12 yıl olarak bulunmuştur. Üreticilerin çoğunluğu %52,94 ile ortaokul mezunu oldukları görülmektedir. 1. grup işletmelerde %50,00 oranı ile ilkokul mezunları, 2. grup işletmelerde %59,09 oranı ile ortaokul mezunları çoğunluğu oluşturmaktadır. Okur-yazar olmayan ve üniversite mezunu yoktur. Üreticilerin ailedeki ortalama kişi sayısı 6,41, 1. grup işletmelerde 6.04, 2. grup işletmelerde 6.61 olarak bulunmuştur. En fazla kişi sayısı %48.53 ile 4-6 kişi aralığında yer almaktadır. Tarımla uğraşan kişi ortalaması ise 5,12’dir. Üreticilerin büyük bir kısmı (%45.58’i) 23-32 yıl arasında tarımla uğraşmakta olup, tarımla uğraşma yılı işletmeler ortalaması 31.13 yıl, 1. grup işletmelerde 33.38 yıl ve 2. grup işletmelerde 29.91 yıl’dır.

Üreticilerin çoğunluğu %48.53 ile yılda 76 001-96 000 TL gelir aralığında yer almaktadır. Yıllık tarımsal gelir ortalaması 82 426.47 TL, 1. grup işletmelerde 58 125,00 TL, 2. grup işletmelerde 95 681,82 TL’dir. Yıllık tarımsal gider en fazla %47.06 ile 23 001-33 000 TL aralığında olup, ortalaması 31 176.47 TL, 1. grup işletmelerde 23 000,00 TL ve 2. grup işletmelerde 35 636.36 TL’dir. Tüm üreticilerin %86.76’sının tarım dışı geliri vardır. Tarım dışı gelire sahip olanların %40,68’i 10 000-25 000 TL aralığında olup ortalaması 32 661.02 TL, 1. grup işletmelerde 34 857,14 TL, 2. grup işletmelerde 31 447.37 TL’dir. Yıllık toplam tarımsal gelirin ise çoğunluğu %48.53 ile yılda 86 001-116 000 TL gelir aralığında olup ortalaması 110 923,53 TL, 1. grup işletmelerde 88 625.00 TL ve 2. grup işletmelerde 95 681.82 TL olarak belirlenmiştir. Üreticilerin tamamı sosyal güvenceye sahip olup %69.12’si Bağkur’lu, %30,88’i SGK’lıdır. 1. grup işletmelerde %66,67’si Bağkur’lu, %33.33’ü SGK’lı, 2. grup işletmelerde ise %70.45’inin Bağkur’lu, %29.55’inin SGK’lı olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda üreticilerin tamamının tarım kredi kooperatifine üyelerdir. (Üreticilerin tamamının ziraat odasına üyelikleri vardır. Aksi takdirde çiftçi kayıt sistemine dahil olmaları ve herhangi bir tarımsal desteklemeden faydalanmaları mümkün değildir. Bu nedenle bu değişken (ziraat odasına üyelik) inceleme dışı bırakılarak diğer çiftçi örgütlerine üyelik ele alınmıştır.)

3.2. İşletme Özellikleri

Üreticilerin sahip oldukları işletme arazi mevcudu ve tasarruf şekli, üretim deseni, hayvan varlığı ve alet-makine varlığı değişkenleri ele alınmıştır.

3.2.1. İşletme arazi varlığı

Arazi; üretim faktörleri içerisinde kıt ve sermaye ile arttırılmadığı takdirde sabit olan bir üretim faktörüdür. Arazi tek başına bir üretim faktörü değildir. Üretim için şart ve üretim miktarını sermaye ve emek ile birlikte belirleyen bir faktördür (Gürel, 2007). Arazi, tarımsal üretimin ana üretim faktörüdür. Üretim için önem arz eden arazinin kullanma şekli ise tarımla uğraşan çiftçiyi ve işletme organizasyonunu etkilemektedir. Tarım kesiminde en verimli çalışma çiftçilerin üretim araçlarına kendi mülkleri olarak sahip olması ile mümkün olmaktadır (Sayılı ve Özbek, 2016).

Toplam işletme arazisi; işletmeci olarak üzerinde çalışılan ve tarımsal üretimin gerçekleştirildiği arazi parça ya da parçalarının bütünüdür (Aras, 1988). Diğer bir ifade ile işletme arazisi, işletmecinin üretim dönemi içerisinde işlediği toplam arazi miktarını göstermektedir. Bu arazi, mülk arazi yanında ortağa ve kiraya tutulan arazileri kapsamaktadır (Akın, 1975). İşletmelerdeki arazi mevcudu ve tasarruf şekline bakıldığında toplam işletme arazisinin hepsi işletilen mülk arazilerden oluşurken, işletmelerin hiçbiri ortak üretim yapmak üzere arazi almamış veya kendi mülk arazilerinden ortağa ve/veya kiraya arazi vermemişlerdir. İncelenen işletmelerin ortalama genişliği 15.90 dekar, 1. grup işletmelerin 3.67 dekar, 2. grup işletmelerin ise 22.57 dekar olarak bulunmuştur.

3.2.2. Üretim deseni

Kiraz üretimi yapan işletmelerin arazi büyüklüğü minimum 2 dekar ile maksimum 60 dekar arasında değişmekte olup, ortalama arazi genişliği 15.90 dekar ve kirazın verimlilik ortalaması 1 894.28 kg/da olarak bulunmuştur.

Çizelge 3. Üreticilerin ürettiği kirazın minimum, maksimum aralıkları ve verimlilik ortalamaları (kg/da)

Table 3. Minimum/maximum range and average of productivity of cherries produced by producers (kg/ha)

Ürün	Frekans	Minimum (da)	Maksimum (da)	Ortalama (da)	Verimlilik Ortalaması (kg/da)
Kiraz	68	2	60	15.90	1 894.28

Üreticilerin tamamı normal (%76.47'si) ve erkenci (%23.53'ü) çeşit kiraz üretmekte olup, geççi kiraz üreten işletme bulunmamaktadır. 1. grup işletmelerde %70,83'ü normal, %29.17'si erkenci, 2. grup işletmelerde ise %79.55'i normal, %20.45'i erkenci kiraz üretmektedir.

Çizelge 4. Üreticilerin ürettikleri kiraz çeşitleri ve kiraz cinsleri

Table 4. Cherry stocks and cherries produced by producers

		İŞLETME GRUPLARI				İşletmeler Ortalaması (68)	
		1. Grup (24)		2. Grup (44)			
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Kiraz Çeşitleri	Erkenci	7	29.17	9	20.45	16	23.53
	Normal	17	70.83	35	79.55	52	76.47
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Kiraz cinsleri	0900	15	26.79	41	73.21	56	82.35
	Er napolyon	9	34.62	17	65.38	26	38.24
	Vink	2	8.33	22	91.67	24	35.29
	Napolyon	5	22.73	17	77.27	22	32.35
	Stella	5	27.78	13	72.22	18	26.47
	Star gold	6	40.00	9	60.00	15	22.06
	Turfanda kiraz	2	33.33	4	66.67	6	8.82

Üreticilerin en fazla ürettikleri kiraz cinsinin ihracata da konu olduğundan 0900 (%82.35'i) olduğu görülmektedir. Bunu %38.24 ile er napolyon, %35.29 ile vink, %32.35 ile napolyon, %26.47 ile stella, %22.06 ile star gold ve %8.82 ile turfanda kiraz izlemektedir. 1. grup işletmelerde en fazla üretilen kiraz %40.00'la star gold, %34.62 ile er napolyon, ve %33.33 ile

tufanda kiraz olup, 2. grup işletmelerde ise %91.67 ile vink, %77.27 ile napolyon ve %73.21 ile 0900'dür.

3.2.3. Hayvan varlığı

Kiraz üretimi yapan işletmelerde en fazla sahip olunan hayvan inek, tosun ve koyundur. İnek sayısı (%44.12'si) 5 ile 50 arasında olup 30 üreticide bulunmakta ve ortalama inek sayısı 18.77'dir. Tosun sayısı (%33.82'si) 3 ile 23 arasında olup 23 üreticide bulunmakta ve ortalama tosun sayısı 12,09'dur. Koyun sayısının (%29.41'i) 5 ile 50 arasında yer aldığı, 20 üreticide bulunduğu ve ortalama inek sayısının ise 65.00 olduğu belirlenmiştir.

Üreticilerin 34 tanesi büyükbaş hayvan ve 22 tanesi ise küçükbaş hayvan beslemektedir. Büyükbaş hayvan ortalaması 25.65, küçükbaş hayvan ortalaması ise 79.32'dir. 1. grup işletmelerde büyükbaş hayvan ortalaması 27.73, küçükbaş hayvan ortalaması 91.25'dir. 2. grup işletmelerde ise büyükbaş hayvan ortalaması 24.65, küçükbaş hayvan ortalaması 72.50 olarak bulunmuştur.

3.2.4 Alet-makine varlığı

Tarımsal üretimde işgücü verimliliğini artıran, maliyetleri düşüren, modern üretim teknolojilerinin kullanılmasını ve işlemlerin zamanında, uygun şekilde yapılmasını sağlayan, ürün kalitesini ve verimini artıran, önemli bir tarımsal üretim aracı; tarımsal mekanizasyon araçlarıdır (Miran, 2005). Bütün üreticilerin traktörü bulunmaktadır.

3.3. Üreticilerin Pazarlama Durumu ve Sorunları

Boylama

Çizelge 5. Üreticilerin kiraz üretiminde boylama işlemi yapma nedenleri

Table 5. Reasons of producers to grading cherry on production

		İŞLETME GRUPLARI				İşletmeler Ortalaması	
		1. Grup (24)		2. Grup (44)		(68)	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Boylama İşlemi Yapma Nedeni	Alıcının tercihi	13	54.17	21	47.73	34	50.00
	Fiyatı yükseltmesi	10	41.67	21	47.73	31	45.59
	İhracata konu olması	1	4.16	2	4.54	3	4.41
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00

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. İşletmelerin tamamı kiraz için boylama yaptıklarını ifade etmişlerdir. Üreticilerin kiraz için boylama yapma nedenleri; alıcıların tercihi (%50.00), ürün fiyatını yükseltmesi (%45.59) ve ihracata konu olması (%4.41) olarak saptanmıştır.

Ambalajlama

Bugün pazarda bulunan ürünlerin büyük bir bölümü ambalaj içerisindedir. Ürünün korunmasını sağlayan, tüketicileri üzerindeki marka ve etiket bilgileriyle bilgilendiren ve üreticilere perakendeci kurumlar açısından taşıma, depolama, stoklama ve tutundurma kolaylıkları sağlayan, değişik maddelerden yapılmış her türlü muhafaza ambalaj olarak

isimlendirilebilir (Altunışık ve ark., 2002). Ambalajlama ürünün kalitesini ve özelliğini korumak amacıyla üreticiler tarafından elden çıkarılıncaya kadar korunmasına ve saklanmasına yardım etmektedir. Ayrıca iç ve dış pazarlarda ürünün kabulünü artırmak için, ambalajlamaya gereken önem verilmelidir (Sayılı ve Özbek, 2016). Üreticilerin %52.94'ü kirazı plastik kasalarda, %26.47'si tahta kasalarda ve %20.59'u da kağıt (karton) kasalarda sattıklarını ifade etmişlerdir. Kâğıt kasalar işletmelerin kendileri tarafından tedarik edilirken, plastik kasalar ve tahta kasalar ise anlaştıkları firmalarca sağlanmaktadır. Ürünün plastik kasalara konma sebebi; satın alınan kirazın bir takım işlemlere tabi tutulması ve bu işlemlere plastik kasaların dayanabilmesidir. Temizleme ve yıkama ürünlerin üzerinde görülen kir, çamur ve ilaç artıklarını gidermek için yapılır. Temizleme kuru olarak veya su yardımıyla yapılabilir. Fakat çoğu zaman su ile yıkama daha iyi sonuç verir. Ancak su ile temas ettiği takdirde çatlayan, şeker kaybeden üzüm, çilek, kiraz, incir gibi meyveler suyla temizlenmezler. Bazı ürünlerin temizlenmesinde kuru fırçalama yöntemi kullanılır. Kavun, karpuz, soğan ve benzeri birçok düzgün şekilli meyve ve sebzeler bu şekilde temizlenir (Özdoğan, 1997). Üreticiler kirazlarını ortalama olarak %20.59'u 30 kg'lık kasalarda, %20.59'u 25 kg'lık kasalarda, %19,12'si 15 kg'lık kasalarda, %17.65'i 20 kg'lık kasalarda, %10.29'u 10 kg'lık kasalarda, %8.82'si 35 kg'lık kasalarda, %2.94'ü 40 kg'lık kasalarda ambalajlamaktadırlar ve %97.06'sı kirazı ambalajlarken çeşit karışıklığı olduğunu ve %2.94'ü çeşit karışıklığı olmadığını belirtmiştir.

Çizelge 6. Üreticilerin kiraz üretiminde nasıl bir ambalajlama yaptığı ambalajlarının ortalama kaç kg olduğu ve ambalajlarken çeşit karışıklığı olup olmadığı

Table 6. What producers do in cherry production and average kg of packages and whether there is any kind of confusion in the packaging

		İŞLETME GRUPLARI				İşletmeler Ortalaması	
		1. Grup (24)		2. Grup (44)		(68)	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Ambalajlama Türü	Tahta kasa	7	29.17	11	25.00	18	26.47
	Plastik kasa	9	37.50	27	61.36	36	52.94
	Kâğıt kasa	8	33.33	6	13.64	14	20.59
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Ambalajların Ortalama Ağırlıkları	10 kg'lık kasalar	3	12.50	4	9.09	7	10.29
	15 kg'lık kasalar	7	29.17	6	13.64	13	19.12
	20 kg'lık kasalar	5	20.83	7	15.91	12	17.65
	25 kg'lık kasalar	3	12.50	11	25.00	14	20.59
	30 kg'lık kasalar	3	12.50	11	25.00	14	20.59
	35 kg'lık kasalar	1	4.17	5	11.36	6	8.82
	40 kg'lık kasalar	2	8.33	0	0	2	2.94
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Ambalajlamada Çeşit Karışıklığı Durumu	Evet	23	95.83	43	97.73	66	97.06
	Hayır	1	4.17	1	2.27	2	2.94
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00

Depolama ve üretim kaybı

Depolama, hasat sonrası dayanımı artırmak için önemlidir. Amasya ilinde kiraz işleyebilecek ve soğuk hava şartlarında kısmen muhafaza edebilecek 15 soğuk hava deposu mevcuttur.

Üreticilerin %95.59'u kiraz üretiminde depolama yaparken %4.41'i satışını hasattan hemen sonra taze olarak kısa bir süre içerisinde gerçekleştirdiklerinden dolayı depolama yapmamaktadır.

Üreticilerin %63.24'ü hasat sonrası üretim kaybı olduğunu, %36.76'sı ise üretim kaybı olmadığını ifade etmiştir. Hasat sonrası üretim kaybı miktarı %72.09'unda %1-5 arasında, %16.28'inde %6-10 arasında, %9.30'unda %11-15 arasında ve %2.33'ünde %16 üzerinde gerçekleşmiştir. Hasat sonrası üretim kaybı ortalaması %6.33 olup 1. grup işletmelerde %5.80, 2. grup işletmelerde ise %6.48'dir. Kiraz üretiminde hasat sonrası üretim kaybı olanların tamamı neden olarak yarılmayı belirtmiştir.

Çizelge 7. Üreticilerin kiraz üretiminde depolama işlemi yapıp yapmadıkları ve hasat sonrası üretim kaybı miktarı (%)

Table 7. The reason why producers make warehousing in the production of cherries and the amount of post-harvest production loss (%)

		İŞLETME GRUPLARI				İşletmeler Ortalaması	
		1. Grup (24)		2. Grup (44)		(68)	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Depolama Yapma Durumu	Evet	23	95.83	42	95.45	65	95.59
	Hayır	1	4.17	2	4.55	3	4.41
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Hasat Sonrası Üretim Kaybı Durumu	Var	10	41.67	33	75.00	43	63.24
	Yok	14	58.33	11	25.00	25	36.76
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Hasat Sonrası Üretim Kaybı Miktarı (%)	1-5	7	70.00	24	72.73	31	72.09
	6-10	2	20.00	5	15.15	7	16.28
	11-15	0	0	4	12.12	4	9.30
	16-+	1	10.00	0	0	1	2.33
	Toplam	10	100.00	33	100.00	43	100.00
	Ortalama kayıp		5.80		6.48		6.33

Pazar ve ulaşım

Üreticilerin tamamı kirazla ilgili olarak pazardaki fiyat ve satış potansiyeli ile ilgili olarak bilgi topladıklarını ifade etmişlerdir. İşletmelerden 1. gruptakilerin %91.67'si, 2. gruptakilerin %93.18'i ve genel ortalama ise %92.65'i kiraz satışında pazar durumunu iyi olarak nitelendirmiştir. Diğerleri ise, 1. gruptakilerin %8.33'ü, 2. gruptakilerin %6.82'si ve genel ortalama ise %7.35'i kirazın satış pazarının orta şeklinde olduğunu belirtmiştir. Kötü diyen üretici çıkmadığı gibi kirazın Amasya genelinde istikrarlı bir pazar yapısı olduğu söylenebilir. Kirazın pazara ulaşım durumunu kötü diyen üretici olmadığı gibi, işletmeler ortalamasına göre üreticilerin %95.59'u kirazın pazara ulaşım durumunun iyi olduğunu ve %4.41'i orta olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 8. Üreticilerin kiraz üretiminde satışta pazar durumu ve pazara ulaşım durumu

Table 8. The market situation and market access situation in cherry production

		İŞLETME GRUPLARI				İşletmeler Ortalaması	
		1. Grup (24)		2. Grup (44)		(68)	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Satışta Pazar Durumu	Orta	2	8.33	3	6.82	5	7.35
	İyi	22	91.67	41	93.18	63	92.65
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Pazara Ulaşım Durumu	Orta	1	4.17	2	4.55	3	4.41
	İyi	23	95.83	42	95.45	65	95.59
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00

Sözleşmeli üretim

Ürünler ve bölgelere göre değişmekle birlikte, bazı tarım işletmelerinin belirli ürünlerde değişik nedenlerle sözleşmeli üretim yaptıkları görülmektedir. Bu sayede, üretici ürün satışını garanti altına alırken, alıcı ise istediği kalite ve özellikte ürün yetişmesini sağlayabilmektedir. Üreticilerin %72.06'sı kiraz yetiştiriciliğinde sözleşmeli üretim yaparken, %27.94'ü sözleşmeli üretim yapmamaktadır. %42.65'inin vadeli işlem ve opsiyon borsası, ürünlerin üretimden önce yapılan sözleşmelerle belli bir fiyattan satışı gibi konular hakkında bilgisi varken %57.35'inin bilgisinin olmadığı, %55.88'inin kirazı henüz piyasada fiyatlar oluşmamışken birisinin belli bir fiyattan alacağını taahhüt ettiğinde kabul edeceği, %44.12'sinin ise kabul etmeyeceği ve %64.71'inin kirazı henüz hasat zamanı yaklaşmamışken birisinin belli bir fiyattan alacağını garanti ettiğinde kabul edeceği, %35.29'unun ise kabul etmeyeceği tespit edilmiştir.

Çizelge 9. Üreticilerin kiraz üretiminde sözleşmeli üretim yapıp yapmadıkları ve sözleşmeli üretime bakış açıları

Table 9. Whether producers are engaged in contract production in cherry production and in perspective of contractual production

	İŞLETME GRUPLARI				İşletmeler Ortalaması (68)		
	1. Grup (24)		2. Grup (44)		Frekans	%	
	Frekans	%	Frekans	%			
Sözleşmeli Üretim Yapma Durumu	Evet	13	54.17	36	81.82	49	72.06
	Hayır	11	45.83	8	18.18	19	27.94
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Üreticilerin Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası, Ürünlerin Üretimden Önce Sözleşmelerle Belli Bir Fiyattan Satışı Konularında Bilgilerinin Olup Olmadığı	Var	10	41.67	19	43.18	29	42.65
	Yok	14	58.33	25	56.82	39	57.35
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Kirazı Henüz Piyasada Fiyatlar Oluşmamışken Birisi Belli Bir Fiyattan Alacağını Taahhüt Ettiğinde Üreticilerin Kabul Edip Etmeyeceği	Evet	15	62.50	23	52.27	38	55.88
	Hayır	9	37.50	21	47.73	30	44.12
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Kirazı Henüz Hasat Zamanı Yaklaşmamışken Birisi Belli Bir Fiyattan Alacağını Garanti Ettiğinde Üreticilerin Kabul Edip Etmeyeceği	Evet	16	66.67	28	63.64	44	64.71
	Hayır	8	33.33	16	36.36	24	35.29
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00

Üreticilerin tamamı kirazla ilgili olarak pazardaki fiyat ve satış potansiyeli ile ilgili olarak bilgi topladıklarını ifade etmişlerdir. İşletmelerden 1. gruptakilerin %91.67'si, 2. gruptakilerin %93.18'i ve genel ortalama ise %92.65'i kiraz satışında pazar durumunu iyi olarak nitelendirmiştir. Diğerleri ise, 1. gruptakilerin %8.33'ü, 2. gruptakilerin %6.82'si ve genel ortalama ise %7.35'i kirazın satış pazarının orta şeklinde olduğunu belirtmiştir. Kötü diyen üretici çıkmadığı gibi kirazın Amasya genelinde istikrarlı bir pazar yapısı olduğu söylenebilir. Kirazın pazara ulaşım durumunu kötü diyen üretici olmadığı gibi, işletmeler ortalamasına göre üreticilerin %95.59'u kirazın pazara ulaşım durumunun iyi olduğunu ve %4.41'i orta olduğunu belirtmiştir.

Pazarlama kanalları ve şekli

Üretilmiş mamüller tüketiciye ulaşmaya kadar çeşitli yolları takip ederler. değişik araçlar ile karşılaşır ve farklı şekillerde işlenirler. Ürünlerin üretimlerinden itibaren içinden geçtikleri ve çeşitli durumlarla karşılaştıkları bu yollara ve yerlere bir bütün olarak "pazarlama kanalları"

adı verilir (Yulafçı ve Cinemre, 2007). Üreticilerden %79.41'i ürettikleri kirazı haldeki toptancılara, %16.18'i kendisi pazarda (direkt tüketiciye), %2.94'ü komisyonculara (aracılar) ve %1.47'si kooperatiflere satmayı tercih etmekte, %77.94'ü satışlarını peşin, %19.12'si vadeli ve %2.94'ü karışık yapmaktadır.

Çizelge 10. Üreticilerin ürettikleri kirazın pazarlanmasına etki eden faktörler ve sorunlar
Table 10. Factors affecting the marketing of the produced cherries and problems

		İŞLETME GRUPLARI				İşletmeler Ortalaması (68)	
		1. Grup (24)		2. Grup (44)		Frekans	%
		Frekans	%	Frekans	%		
Pazarlanma Şekli	Haldeki toptancılara	19	79.17	35	79.55	54	79.41
	Komisyoncuya (aracı)	2	8.33	0	0	2	2.94
	Kendisi pazarda (direkt tüketiciye)	2	8.33	9	20.45	11	16.18
	Kooperatiflere	1	4.17	0	0	1	1.47
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Kiraz Satışının Nasıl Yapıldığı	Peşin	21	87.50	32	72.73	53	77.94
	Vadeli	3	12.50	10	22.73	13	19.12
	Karışık	0	0	2	4.54	2	2.94
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Vadeli Satışta Kiraz Bedelini Alma Zamanı	3 ay	3	100.00	6	50.00	9	60.00
	6 ay	0	0	5	41.67	5	33.33
	9 ay	0	0	1	8.33	1	6.67
	Toplam	3	100.00	12	100.00	15	100.00
Kirazın Nereye Pazarlandığı	İl içi	16	66.67	25	56.82	41	60.29
	İl dışı	8	33.33	19	43.18	27	39.71
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Kirazın Pazarlanma Yeri	İşletmede (çiftlik avlusu)	1	4.16	4	9.09	5	7.35
	Köy pazarında	1	4.17	0	0	1	1.47
	Halde	18	75.00	34	77.27	52	76.47
	Yol kenarında	1	4.17	1	2.27	2	2.94
	Tarlada toptan	3	12.50	5	11.37	8	11.77
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Kirazın En İyi Pazarlanma Şekli	Yerel pazarda direkt tüketiciye	7	29.17	8	18.18	15	22.06
	Halde komisyoncuya	0	0	4	9.09	4	5.88
	Tarım işletmesinde komisyoncuya	13	54.17	19	43.18	32	47.06
	Köy pazarında komisyoncuya	4	16.66	12	27.28	16	23.53
	Ürün tarladayken toptan satış	0	0	1	2.27	1	1.47
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Kirazın Pazarlanma Zamanı	Çiçek açma zamanı	2	8.33	2	4.55	4	5.88
	Hasat zamanı	16	66.67	40	90.90	56	82.35
	Hasattan sonra depolayıp	6	25.00	2	4.55	8	11.77
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00
Kirazın Pazarlanma Sorunları	İstenildiği zaman alıcı bulunamaması	18	75.00	17	38.64	35	51.47
	Fiyat düşüklüğü	4	16.66	13	29.55	17	25.00
	Pazar yapısının düzensiz olması	1	4.17	2	4.54	3	4.41
	Ürün kayıpları	0	0	1	2.27	1	1.47
	Alıcının peşin ödeme yapmaması	0	0	4	9.09	4	5.88
	Üreticiler arasında birlikteliğin olmaması	0	0	7	15.91	7	10.30
	Ürün işleme ve değerlendirme tesislerinin yetersiz olması	1	4.17	0	0	1	1.47
	Toplam	24	100.00	44	100.00	68	100.00

Üreticiler vadeli satış yaptıklarında kiraz bedelini %60.00'ı 3 ay içerisinde, % 33.33'ü 6 ay içerisinde ve %6.67'si 9 ay içerisinde almakta olup 1. grup işletmelerde tamamı 3 ay içerisinde almaktadır. Üreticilerin %60.29'u kirazı il içine pazarlarken. %39.71'i il dışına pazarlamaktadır. Üreticilerin %76.47'sinin halde, %11.77'sinin tarlada toptan. %7.35'inin işletmede (çiftlik avlusunda), %2.94'ünün yol kenarında ve %1.47'sinin köy pazarında kirazlarını satmayı tercih etmekte aynı zamanda kirazı en iyi %47.06 ile tarım işletmesinde komisyoncuya, %23.53 ile köy pazarında komisyoncuya, %22.06 ile yerel pazarda direkt tüketiciye, %5.88 ile haldeki komisyoncuya ve %1.47 ile ürün tarladayken pazarlamaktadırlar.

Üreticiler %82.35'i ürettikleri kirazın pazarlama zamanını hasat zamanı olarak, %11.77'si hasattan sonra depolandığında ve %5.88'i ise çiçek açma zamanı olduğunu belirtmişlerdir. Kirazın pazarlanması ile ilgili en önemli sorunlar ise sırasıyla; %51.47 ile istenilen zamanda alıcı bulunamaması, %25.00 ile fiyat düşüklüğü. %10.30 ile üreticiler arasında birlikteliğin olmaması. %5.88 ile alıcının peşin ödeme yapmaması. %4.41 ile pazar yapısının düzensiz olması, %1.47 ile ürün kayıpları ve %1.47 ile ürün işleme ve değerlendirme tesislerinin yetersiz olmasıdır.

Örgütlenme

Üreticilerin %16.18'i kiraz üreticileri birliğine üye olduklarını, %83.12'si ise üye olmadıklarını ve kiraz üreticileri birliğine üye olan üreticilerin tamamı kirazının %1-50'lik kısmını kiraz üreticileri birliğine verdiklerini ifade etmişlerdir. Üreticilerin %84.21'i fiyatları düşük buldukları. %10.53'ü ödemeleri zamanında yapmadıkları ve %5.26'sı ise idari yapısını zayıf buldukları için kirazını birliğe vermediğini ve birliğe üye olmadığını belirtmiştir.

Üreticilerin %35.30'u Amasya'da kiraz yetiştiriciliğinin geliştirilmesi için devlet desteğinin artırılması. %26.47'si zirai ilaçların fiyatlarının düşürülmesi, %20.59'u eğitim ve yayım faaliyetlerinin artırılması, %8.82'si sigorta primleri düşük olması, %5.88'i sigortanın zorunlu hale getirilmesi ve %2.94'ü de uygun kalitede kiraz çeşitlerinin artırılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Çizelge 11. Türkiye ve Amasya genelinde kiraz satış fiyatları (TL/kg)

Table 11. Cherry sales prices in Turkey and Amasya (TL/kg)

Kiraz	Yıllar	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Türkiye	Ortalama	2.24	2.23	3.26	3.06	3.21	3.53	3.35	3.53
Amasya		2.53	1.37	1.91	2.06	2.83	3.94	3.17	3.59

Kaynak: Anonim. 2017b

İhracata yönelik olarak dış piyasa için gerçekleşen fiyatlar her zaman için iç piyasaya göre daha üstündür. Üretilen kirazın tamamı dış piyasaya satılamamaktadır. Bunun sebebi kiraz kalibrasyonudur. Bu aşamada yetiştiriciler tarafından toplanan kirazlar, ihracatçı firmaların temsilcilerinin hazır bulunduğu köy meydanında aracı firmaların eksperleri tarafından özellikle kalibre olarak ayrılmaktadırlar. Kalibre ölçüsü olarak da genellikle 24 kalibrenin altındaki kirazlar ihracata verilmemektedir. Bu kirazlar yetiştiriciler tarafından geri götürülmektedir (Sayılı ve Özbek, 2016). Özellikle ihracat için gerekli kalibre ölçüsünün sağlanamamasından dolayı tonlarca kiraz gerekli diğer bütün standartları sağlanmasına rağmen ihraç edilememektedirler. İşte tam bu noktada yetiştiricilerinin kiraz yetiştirme konusunda çok yeterli bilgiye sahip olmadıkları ortaya çıkmaktadır. Çünkü kirazların kalibrası çoğunlukla

kullanılan zirai ilaçlarla ve ağaçlara verilen su miktarıyla ve zamanlamasıyla ilgilidir (Dere. 2006).

2016 yılı itibariyle üretilen kirazlar; iç piyasada Şanlıurfa başta olmak üzere Diyarbakır, Trabzon ve Samsun illerine, dış piyasada ise Rusya, Ukrayna, Romanya, Polonya Dubai ve Suudi Arabistan'a satılmıştır. Türkiye'de kirazın satış fiyatı 2009 yılında 2.24 TL/kg, 2010 yılında 2.23 TL/kg, 2011 yılında 3.26 TL/kg, 2012 yılında 3.06 TL/kg, 2013 yılında 3.21 TL/kg, 2014 yılında 3.53 TL/kg, 2015 yılında 3.35 TL/kg ve 2016 yılında 3.53 TL/kg olarak gerçekleşmiştir. Amasya'da ise kirazın satış fiyatı 2009 yılında 2.53 TL/kg, 2010 yılında 1.37 TL/kg, 2011 yılında 1.91 TL/kg, 2012 yılında 2.06 TL/kg, 2013 yılında 2.83 TL/kg, 2014 yılında 3.94 TL/kg, 2015 yılında 3.17 TL/kg ve 2016 yılında 3.59 TL/kg olarak gerçekleşmiştir. 2009-2016 yılları arası. Amasya ilinde kiraz satış fiyatları incelendiğinde ortalama kiraz satış fiyatının en yüksek 2014 ve en düşük 2010 yılında gerçekleştiği görülmektedir. 2010 yılı hasat döneminde aşırı yağışlar ve kirazın dalında sık olmasından dolayı görülen mantar hastalığı nedeniyle fiyat düşük gerçekleşmiştir. 2014 yılında yaşanan kuraklık ve don afetleri fiyatları etkilemiştir. Türkiye geneli itibariyle kiraz satış fiyatları Amasya iline göre çok daha yüksek (2009, 2014 ve 2016 yılları hariç) olarak gerçekleşmiştir.

4. Sonuç

Amasya/Merkez ilçede kiraz üretimi yapan işletmelerin; üretim ve pazarlama sorunlarının belirlenmesini amaçlayan bu çalışmada. elde edilen bulguların sonucunda Amasya'da kiraz üretiminin üreticilerin geçimi için önemli bir yere sahip olduğu ve üreticilerin kiraz yetiştirmede yeterli bilgi birikimine sahip olduğu görülmektedir. Kiraz üreten işletmelerin en büyük problemleri sertifikalı fidan kullanımının yetersiz olması ve köylerinin yakınlarında kiraz işleme ve depolamaya yönelik bir tesisin bulunmamasıdır. Bu, bir anlamda ihracata giden kirazların daha yüksek fiyatlar ile pazarlanamaması anlamına gelmektedir. Üreticilerin karşılaştıkları pazarlama sorunlarının başında ise ürün fiyatının istikrarsız olması, toplama için yeterli miktarda ve kalitede işgücünün bulunmaması, ambalaj malzemelerinin zamanında temin edilememesi ve ürün satış yerinin düzensiz olması ifade edilebilir.

Amasya/Merkez ilçede kirazın üretim potansiyelinden daha iyi yararlanmak için işletmelerin pazarlama hizmetlerinin iyileştirilmesi ve sorunlarının giderilmesi gerekmektedir. Bunun için alınması gerekli başlıca önlemler şu şekilde sıralanabilir:

- Üreticilerin birlik veya kooperatif şeklinde örgütlenmeleri teşvik edilmelidir. Var olan kooperatiflerin ise ekonomik işletme modeli anlayışı içerisinde sürdürülebilirliğinin sağlanması ile üreticilerin sosyo-ekonomik anlamda gelişmesi sağlanmalıdır. Böylelikle bölgeye daha fazla ekonomik katkı (yeni alanlarda meyvecilik üretimine geçilmesi, daha kaliteli meyve üretimi. depolama şartlarının iyileştirilmesi. yeni ihracat firmalarının bölgeye gelmesi, ürün satış fiyatlarının artması gb.) sağlayacaktır.

- Kiraz alım merkezlerinin. kiraz alımını kolaylaştırıcı şekilde düzenlenmesi için gerekli çalışmalara öncelik verilmesi gerekmektedir.

- Araştırma bölgesinde kirazın ambalajlanması için plastik kasalar üreticilere ihracatçı firmalar tarafından dağıtılmaktadır. Bu dağıtımın zamanında ve yeterli miktarda yapılmasına gereken özen gösterilmelidir.

- Üretim bölgesinde ön soğutmalı paketleme tesislerinin kurulması konusunda üreticilere destek sağlanmalıdır.

- Araştırma yöresinde yetiştirilen kirazın önemli bir bölümü ihracat kalitesindedir. Ancak mevcut potansiyel ile karşılaştırıldığında yetersiz olduğu görülmektedir. Dolayısıyla

dış pazar isteklerine uygun kalitede çeşitlerin üretiminin artırılması için teknik konularda üreticilere bilgi akışı sağlanmalı ve bu konuda eğitim ve yayım faaliyetlerine gereken önem verilmelidir.

➤ Bilinçli ürün pazarlayabilmek için dış pazarlar ve rakip ülkelerle ilgili detaylı bilgilerin elde edilmesi gerekmektedir.

➤ Dış piyasalarda ürün tanıtım faaliyetleri yapılarak marka imajı yaratılmalıdır. İhracatçıların teknolojik temel alt yapılarını tesis etmeleri ve kiraza özel makine ve teçhizat ile muhafaza ambalajı ve tüketici ambalajları gibi özel malzemeleri istek ve ihtiyaçlar doğrultusunda hazırlamaları gerekmektedir.

➤ Devlet desteği arttırılarak zirai ilaçların fiyatları düşürülmeli ve sigorta zorunlu hale getirilerek de sigorta primleri düşük tutulmalıdır.

Üretim ve pazarlama sürecinde görülen sorunlar (ürün kayıpları, örgütlenmenin zayıf oluşu, girdi kullanımındaki yetersizlikler vb.) çözüldüğünde, tarım işletmeleri ve bölge ekonomisi açısından önemli faydalar sağlanabilecektir.

5. Kaynaklar

- Akın, B., 1975. Iğdır Ovasındaki İşletmelerin Ekonomik Analizi ve Bölge İçin Optimum İşletme Planlarının Tespiti. Sevinç Matbaası. Ankara.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö., 2002. Modern Pazarlama. Değişim Yayınları. İstanbul.
- Anameriç, M., 1986. Genel Meyvecilik. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı. İdari ve Mali İşler Daire Başkanlığı Basımevi. Yayın No: 4. Ankara.
- Aras, A., 1988. Tarım Muhasebesi. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No:486. Ege Üniversitesi Basımevi. Bornova-İzmir.
- Anonim, 2017a. www.sifamiztarim.com.tr/kiraz-mevsimi/ (07.06.2017).
- Anonim, 2017b. Türkiye İstatistik Kurumu. Bitkisel Üretim İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/bitkiselapp/bitkisel.zul> (07.06.2017).
- Anonim, 2017c. <http://www.tarim.gov.tr/SGB/Belgeler/Master/amasya.pdf> (07.06. 2017).
- Çiçek, A. ve Erkan., O., 1996. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklem Yöntemleri. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No: 12. Ders Notları Serisi No:6. Tokat.
- Çırtlık, B.K., 2006. Amasya'da yetiştirilen bazı önemli standart ve yerli kiraz çeşitlerinin döllenme biyolojilerinin incelenmesi.Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Bahçe Bitkileri Anabilim Dalı. Samsun.
- Dere, H.E., 2006. Tarımsal pazarlama sorunları ve sultandağı kirazı üzerine bir araştırma. Yüksek lisans tezi. Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Afyonkarahisar.
- Erdal, G., Çallı, A., Karakaş, G. ve Balcı, M., 2014. Amasya İli Boyalı Köyü Kiraz Üretimi ve Tarımsal Kalkınma Kooperatifi. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi. 3-5 Eylül 2014. Samsun.
- Eryılmaz, İ., 2008. Kiraz Yetiştiriciliği. www.tarimkutuphanesi.com (07.06.2017).
- Gürel, C., 2007. Sinop ili merkez ilçe tarım işletmelerinin sosyal-ekonomik yapısı. arazi ve gelir dağılımı. gelire etki eden faktörlerin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Tokat.
- Karaçayır, H.F., 2010. Elma üretimi yapan tarım işletmelerinde tarımsal ilaç kullanımında yayım yaklaşımları; karaman ili örneği. Yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Konya.
- Küden, A. ve Kaşka, N., 1997. Cherry Growing in the Subtropics. Acta Horticulturae. 441.71 -74.
- Küden, A., 2001. Kiraz Yetiştiriciliği. Tübitak Yayınları. s.3. Ankara.
- Miran, B., 2005. Türkiye'de tarım. http://www.tarim.gov.tr/SGB/Belgeler/yayinlar/turkiyede_tarim.pdf. html; (23.04.2017).
- Özdoğan, A., 1997. Türkiye'nin yaş meyve ve sebze ihracatında karşılaşılan paketleme. standardizasyon. depolama ve taşıma sorunları. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Trabzon.
- Sayılı, M. ve Özbek, K., 2016. Amasya İli Suluova İlçesinde Kiraz Üretimi Yapan İşletmelerin Üretim ve Pazarlama Sorunları. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. 33 (1). 33-46.
- Yulafcı, A. ve Cinemre, H.A., 2007. Çarşamba Ovasında Yaş Meyve ve Sebze Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. 22 (3). 260-268.