

**SÜS BİTKİLERİ İHRACATI,
SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ:
Yalova Ölçeğinde Bir Araştırma**

**THE EXPORT, PROBLEMS AND SOLUTION
PROPOSALS OF ORNAMENTAL PLANTS:
Investigation of Sampling in Yalova**

Öğr.Gör.Dr.Sema AY¹

ÖZET

Süs bitkisi sektörü, ticari anlamda 20. YY'nin başında önem kazanmaya başlamış günümüzde pek çok ülke için ekonomiye katkı sağlayan etkili bir sektör olmuştur. Bu çalışmada, süs bitkisi sektörünün ihracat sorunları araştırılmış, sektör ihracatına dair çözüm önerileri sunulmuştur. Ticari amaçlı süs bitkisi üretimine ilk olarak başlanan Yalova ilindeki üreticilerinden örnekleme yapılmıştır. Ancak, ilin süs bitkisi üretiminde büyük ilerleme göstermesine rağmen iklim, toprak ve konum avantajlarını dış ticarete fazla yansıtamadığı gözlenmiştir.

ABSTRACT

The sector of ornamental plants, gaining importance since the beginning of the twentieth century, has become an influential sector contributing to the economies of many countries today. In this study, we have investigated the problems faced in the exportation of the ornamental plants sector and we have proposed solutions. We have given sampling of the commercial ornamental plant production in Yalova, the first city to start trade of this sector in Turkey. We have observed that, despite remarkable advances in ornamental plant production in Yalova, the advantages of favorable climate, geographical location and soil characteristics did not result in more foreign trade.

Süs Bitkileri, Üretim, İhracat, Yalova.
Ornamental Plants, Production, Export, Yalova.

¹ Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Dış Ticaret Bölümü

1. GİRİŞ

Kentleşmenin başlaması ile doğadan uzaklaşan insanların doğa özleminin ve çevre sorunlarının ortaya çıkması, süs bitkilerinin önemini artırarak büyük bir pazarın doğmasına neden olmuştur. Ticari anlamda 20. YY'nin başında önem kazanmaya başlamış, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede önemli bir ticari faaliyet konumuna gelmiştir. Özellikle son 40 yıldır süs bitkileri üretim ve pazarlamasında çok hızlı gelişme ve değişme yaşanmaktadır. Günümüzde, bu sektör pek çok ülkede ekonomiye katkı sağlayan etkili bir sektör olarak kabul edilmektedir.

Estetik, fonksiyonel ve ekonomik amaçlarla üretilen dekoratif bitkilere süs bitkileri denilmektedir. Süs bitkileri genel bir kavram olup, kesme çiçek, iç mekan süs bitkileri, dış mekan süs bitkileri ve doğal çiçek soğanları yetiştiriciliği olarak ayrılmaktadır. Kesme çiçekler ve iç mekan süs bitkileri, dünya ticaretinde % 80'lik payla önemli bir grubu oluşturmaktadır.² Ticari anlamda bu sektörün 1940'lı yıllarda başladığı Türkiye'de, toplam 20 ilde süs bitkileri üretimi yapılmaktadır. İlk yıllarda Marmara Bölgesinde yaygın olan sektör daha sonraları iklimsel avantajları nedeniyle Akdeniz Bölgesine kaymaya başlamıştır.

Yalova ili, iklim, toprak ve konum avantajlarını kullanarak süs bitkisi üretiminde büyük ilerleme göstermiştir. Kadıköy, Koruköy, Akköy, Hacımehmet, Samanlı, Laledere, Safran, Elmalık, Taşköprü, Çiftlikköy, Yalova'da yoğun olarak süs bitkisi üretimi gerçekleştirilen ilçelerdir. Süs bitkileri faaliyetleri yörenin başlıca geçim kaynağıdır. Ancak, il'de yapılan üretim genellikle iç pazara yöneliktir.

Bu çalışmada, Yalova'daki süs bitkisi üretiminin il ekonomisindeki önemi ortaya koyulmaya çalışılmış, sektörün ihracat sorunları araştırılmıştır. Araştırmanın, sektör ihracatına dair çözüm önerilerinin geliştirilerek süs bitkilerinin dış ticarete daha fazla konu olmasına katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

2. SÜS BİTKİSİ ÜRETİMİNDEKİ GELİŞMELER

Süs bitkisi üretim ve tüketiminde önemli değişiklikler yaşanmakta, büyük bir rekabet ortamı oluşmaktadır. Dünya'da yaklaşık 145 ülkede 220.000 hektar alanda süs bitkisi üretimi yapılmaktadır. Ticaret hacmi ise 50 milyar dolar civarındadır.³ Bilgi birikimi ve hızla uygulamaya aktarılabilen teknolojik gelişmeler sonucu süs bitkisi üretimi, öncelikli olarak ABD, Hollanda ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerde hızlı bir büyüme göstermiştir.

Kuzey Amerika'da, ABD en büyük üretici ülke konumundadır. Kolombiya ve Ekvator'dan gelen yoğun kesme çiçek ithalatı, ABD'nin süs

² S. P. GROOT, **Floriculture Worldwide Trade and Consumption Patterns**, Roma, World Conference on Horti. Research, 1998, s.75-78

³ http://www.geocities.com/bolgemasterplan/bolum_4_4_1_5 Erişim tarihi 13.12.2007

bitkisi üretiminde saksılı bitkilere yönelmesine neden olmuştur. Hollanda ise, ileri teknoloji kullanımı, re-export ve Almanya pazarına yakınlık avantajları ile dünya pazarındaki yerini ve önemini korumaya devam etmiştir. Hollanda, yüksek ücretle işçi kullanma zorunluluğu ve iklimin fazla uygun olmaması gibi dezavantajları bulunmasına rağmen, bunları yüksek verimlilik, etkili dağıtım ağı ve yeni ürün geliştirme çabaları ile kapatmıştır. Ülkede, kaliteye, verimliliğe ve teknolojik değişimlere kolaylıkla ulaşılabilen ve değişen şartlara anında uyum sağlanmaktadır. Ayrıca, Hollanda, Avrupa ülkeleri arasında en geniş kapalı alana sahip ülke olup, cam seralarda yoğun üretim yapmaktadır.⁴ Sektörde, en önemli konumdaki Asya ülkesi ise Japonya'dır. Japonya, dünyanın en geniş üretim alanına sahip ülkeler arasındadır.

Ancak, 1970'li yıllardan sonra gelişmiş ülkeler doyum noktasına ulaşırken gelişmekte olan bazı ülkeler yeni pazarlar oluşturmuştur. Bazı Afrika, Latin Amerika ve Asya ülkeleri, çiçek üretim ve ihracatını önemli ölçüde geliştirerek dünya ticaretinde söz sahibi olmaya başlamışlardır. Bugün Afrika'da en önemli süs bitkisi üretici ülkelerden olan Kenya ve Zimbabve dikkat çekici gelişmeler göstermiştir. Afrika çiçek endüstrisi Avrupa pazarına odaklanmıştır. Afrika'da üretilen çiçeklerin %90'ının Avrupa'da satıldığı tahmin edilmektedir.⁵

Güney Amerika ülkeleri de yeni teknolojileri uygulamaya açık olup, son yıllarda büyük miktarda yabancı sermaye girişi ile üretim alanlarını artırmıştır.⁶ Bölgede Kolombiya ve Ekvator en önemli kesme çiçek üreticisi ülkelerdir ve temel faktörleri iklimdir. Ucuz toprak ve bol su da yöreye avantaj sağlamaktadır. Ayrıca, uluslararası pazarlarda standart ürünler üretme ve pazarlama için uygun şartlara sahiptir. Asya'da ise Kore, üretimi ve tüketimi artan bir ülke olarak sektördeki önemini artırmaktadır.

Bu ülkeler, ekoloji ve işgücü avantajlarını özellikle kesme çiçek üretiminde kullanarak ürünlerini gelişmiş ülkelere satmaktadırlar⁷. Diğer taraftan, söz konusu ülkelerin bazılarında da zengin komşu ülkeler sektörün gelişmesinde çok önemli rol oynamışlardır. ABD, Kolombiya'da, Almanya Hollanda'da, diğer Avrupa ülkelerinden İspanya ise İsrail ve Kenya'da çiçek ihracatının gelişmesinde etkili olmuşlardır.⁸

Türkiye'de ise, ticari anlamda süs bitkileri üretimi 1940'lı yıllarda başlamıştır. Önce İstanbul ve Adalar civarında gelişen çiçekçilik, Yalova ve çevresine yayılmış, 1975 yılından sonra İzmir'de, 1985 yılından sonra da Antalya'da gelişmeye başlamıştır.⁹ Türkiye'de 28 ilde süs bitkileri üretimi

⁴ K. GÜRSAN ve E. S. ERKAL, "Dünya'da ve Türkiye'de Süs Bitkileri Üretim ve Ticaretindeki Gelişmeler", **1. Ulusal Süs Bitkileri Kongresi: 6-9 Ekim 1998**, Ajans Son Reklamcılık Yayınları, Yalova, s. 1-11

⁵ GÜRSAN ve ERKAL, s.7

⁶ GROOT, s.11

⁷ Z. AYDOSELİ, **Yalova ve Çevresinde Süs Bitkileri Yetiştiriciliğinin Genel Yapısı: Üretime İlişkin Sorunlar ve Çözüm Olanakları**, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Y. Lisans Tezi, 2001. s.4

⁸ DPT, **8. Beş Yıllık Kalkınma Planı: Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Süs Bitkileri Alt Komisyon Raporu**, Ankara 2001, s. 14

⁹ GÜRSAN ve ERKAL, s.8

yapılmaktadır. Üretim en fazla yapıldığı iller sırasıyla, İzmir, İstanbul, Yalova Sakarya ve Antalya'dır.¹⁰

Tablo 1: Dünya Süs Bitkileri İhracatında Türkiye'nin Yeri (2006)

SIRALAMA	ÜLKELER	DEĞER (1000 Euro)
1	HOLLANDA	4.665.501
2	İTALYA	510.087
3	DANİMARKA	502.996
4	KOLOMBİYA	447.324
5	KANADA	338.158
6	BELÇİKA	329.437
7	ALMANYA	324.295
8	KENYA	242.307
9	İSPANYA	208.992
10	FRANSA	188.305
11	EKVADOR	179.433
12	İSRAİL	157.702
13	KOSRA RİKA	137.033
14	ABD	78.689
15	GUATEMALA	59.736
16	ZİMBABVE	57.748
17	POLONYA	57.736
18	BİRLEŞİK KRALLIK	55.367
19	ÇİN	53.481
20	MEKSIKA	51.740
21	GÜNEY AFRİKA	42.252
22	TAYLAND	31.222
23	UGANDA	24.371
24	TÜRKİYE	23.952
25	TAYVAN	23.234
	TOPLAM	9.067.821

Kaynak: <http://www.pathfastpublishing.com> from Eurstat, USDA&Customs and Excise Erişim tarihi 01.02.2008

Tablo 1'de ülkelerin, Dünya süs bitkileri ihracatındaki yeri görülmektedir. İhracatta Hollanda liderliğini korumaktadır. Türkiye ise son sıralarda yer almaktadır. Çünkü Marmara ve Ege bölgesindeki İstanbul, Yalova, İzmir, Aydın illerinde yapılan üretim genellikle iç pazara yöneliktir. Ancak, Antalya bölgesinde çoğunluğu seralarda olmak üzere yüksek kaliteli ve ihracata yönelik üretim yapılmaktadır.

¹⁰ http://www.geocities.com/bolgemasterplan/bolum_4_4_1_5 Erişim tarihi 13.12.2007

Tablo 2: Türkiye’deki Süs Bitkisi Üretim Alanları (da)

	1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004
KESME ÇİÇEKLER	8.545	7.582	10.365	11.455	11.988
DIŞ MEKAN BİTKİLERİ	5.915	5.844	7.232	9.184	11.934
İÇ MEKAN BİTKİLERİ	542	380	796	575	730
SOĞANLI BİTKİLER	130	118	193	510	543
TOPLAM	15.132	13.924	18.586	21.724	25.195

Kaynak: Tarım İl Müdürlükleri

Türkiye’deki süs bitkileri üretim alanlarının yıllara göre değişimi Tablo 2’de verilmiştir. Akdeniz iklim kuşağında bulunan Türkiye önemli süs bitkisi üreticileri arasında yer almaktadır. 2000 yılında toplam 15.132 da olan süs bitkileri üretim alanı, 5 yıl içinde % 67 artış göstererek, 2004 yılında 25.195 dekara yükselmiştir. Ayrıca, Türkiye’deki süs bitkileri üretiminin %50’sini kesme çiçek, %47’sini dış mekan bitkileri, %3’ünü iç mekan bitkileri, %2’sini doğal çiçek soğanları oluşturmaktadır.

3. YALOVA SÜS BİTKİSİ ÜRETİMİNDEKİ GELİŞMELER

Ülkemizde ticari amaçlı süs bitkisi üretimine ilk olarak Yalova’da başlanmıştır. İşletme arazileri, Yalova’da %97,8, İzmir’de %96,1, Bursa’da %83,5 ve Antalya’da %75,0 oranında süs bitkisi üretimine ayrılmaktadır. Yalova’da çiçek sektörünün ekonomik önemi büyüktür. Burada, örtü-altı ve açık tarlada yıl boyunca dekar başına 1,5 işçi istihdam edilmektedir. Sektörde, yan sanayi kollarıyla beraber ortalama 10.000 işçi çalışmakta olup; yeni üretim teknikleri kullanılmaktadır.¹¹

Yalova ve çevresinde seraların çatıları beşik çatı ve cam kaplıdır, yan yüzeyleri plastik örtü ile kaplanmıştır. Ancak son dönemlerde, sektörde kullanılan malzemelerin yenilenmesi, sera yapım tekniğindeki ilerlemeler ve bilgisayar kontrollü modern seraların devreye girmesi ile süs bitkisi yetiştiriciliği yapan büyük işletmeler teknik donanımı yüksek modern seralar kurarak bu sektöre katılmışlardır.

Genel olarak işletmelerin %62,4’ü bir dernek, birlik veya kooperatife üyedir. 1946 yılında üreticilerin bir araya gelerek kurdukları S.S. Flora Çiçek Üretim ve Pazarlama Kooperatifi ortaklarından bir kısmı 1995 yılında ayrılarak S.S. Çiçek Üretim ve Pazarlama Kooperatifi adıyla ikinci bir kooperatif kurmuşlardır. Kooperatiflerin temel amacı üreticilerin ürünlerini

¹¹ Ankara Ticaret Borsası, **Süs Bitkisi Yetiştiriciliği ve Kesme Çiçek Sektörü**, http://www.atb.gov.tr/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=142&Itemid=1
Erişim tarihi 28.01.2008

çeşitli illerde açılmış olan “çiçek mezarları” aracılığıyla pazarlamak ve üyelerine damızlık fide, soğan, tohum temin etmektir. Kooperatifleşme açısından en düşük örgütlenme oranı Mersin ilinde iken, en yüksek örgütlenme oranı yine Yalova’da görülmektedir.¹² Ancak, ilin jeopolitik ve ekolojik avantajlarını ihracatına yeterince yansıtamadığı düşünülmektedir. Sektörün, üretim materyalleri açısından Avrupa pazarlarından yapılan ithalata dayandığı ve iç pazara yönelik çalıştığı gözlenmektedir.

4. SÜS BİTKİSİ SEKTÖRÜNDE DİŞ TİCARET

Genel olarak, dünya süs bitkileri ticaretinde Hollanda dışındaki gelişmiş ülkelerin ve bölgelerin ithalatçı, gelişmekte olan ülkelerin ve bölgelerin ise ihracatçı olmaları dikkat çekicidir. Bölgeler açısından, Güney Amerika en büyük çiçek ihracatçısıdır. Kolombiya, Ekvator, Costa Rica ve Guatamala bölgedeki önemli ihracatçı ülkeler arasındadır.¹³

Afrika, son yıllarda gelişen kesme çiçek, özellikle gül ihracatının gerçekleştirildiği önemli bir bölgedir. Zimbabwe ve Kenya, bölgenin önemli ihracatçı ülkeleridir. Bu bölge, kışın Avrupa’da yetişmesi zor olan türleri yetiştirme avantajına sahiptir. Ortadoğu’da en önemli ihracatçı ülke İsrail’dir. Pazarın büyük bölümünü Avrupa oluşturmaktadır. Güney Doğu Asya ülkelerinden de Tayland, Singapur, Yeni Zelanda ve Tayvan özellikle kesme çiçek ihracatçılarıdır.¹⁴

Süs bitkileri sektörü küçük bir sektör olmasına rağmen dış ticaret potansiyeli büyüktür. Hatta bazı ülkelerde süs bitkileri geleneksel ana ihraç ürünleri arasına girmiş ve ülkenin kalkınmasına, sosyoekonomik yapısına önemli katkılar sağlamıştır. Ülkemizde de sektör olarak yaklaşık 60 yıllık bir geçmişi olan süs bitkilerinde ihracat, başladığı çizgiden oldukça ileri seviyelere ulaşmıştır. Bugün Türkiye’den yaklaşık 50 ülkeye süs bitkileri ihracatı yapılmaktadır. Türkiye’nin süs bitkileri ihracatının yıllar itibarıyla gelişimi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

¹² Ankara Ticaret Borsası, **Süs Bitkisi Yetiştiriciliği ve Kesme Çiçek Sektörü**, http://www.atb.gov.tr/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=142&Itemid=1
Erişim tarihi 28.01.2008

¹³ GÜRSAN ve ERKAL, s.7

¹⁴ GÜRSAN ve ERKAL, s.7

Tablo 3: Türkiye'nin Süs Bitkileri İhracatı (1996-2006)

YILLAR	DEĞER (1000 DOLAR)
1996	17.243
1997	18.966
1998	18.976
1999	18.547
2000	12.956
2001	14.282
2002	22.299
2003	31.485
2004	37.748
2005	36.230
2006	40.305

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi.

Türkiye'nin süs bitkileri ihracatı son 10 yılda %100 artış göstererek 2006 yılında 40.3 milyon dolara ulaşmıştır. Ancak, 2000 yılında bir duraklama dönemine girilmiştir. Yapılan araştırmalar, sektördeki duraklamanın, firmaların mevcut pazarlarını genişletmeden ve yeni pazarlar oluşturmadan üretimlerini artırmalarından, kesme çiçek satışında da karanfilin dışında sinerji yaratacak yeni tür ve çeşitlere yönelmemelerinden ve nakliyede maliyeti azaltmak için kullanılan treyler taşımacılığının çiçeğin vazo ömrünü azaltmasından kaynaklandığını ileri sürmüştür. Ayrıca, pazarlama kanallarında oluşan aşırı arz fazlalığının fiyatları olumsuz yönde etkilediği düşünülmüştür. Fiyatlardaki bu gelişme ihracatçıları, Avrupa pazarından Rusya, Ukrayna ve Balkan Ülkelerine kaydırmıştır. Nitekim yılda yaklaşık 100 milyon dolarlık çiçek ithal eden Rusya ve Doğu Bloğu ülkeleri, Türkiye'deki sektör üretiminde itici bir güç olabileceklerini göstermektedir¹⁵.

¹⁵ Y. TAŞÇIOĞLU ve C. SAYIN, "Türkiye'de Kesme Çiçek Üretim ve İhracat Yapısı", **Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, 18(3), 2005, s: 351
T.C. Başbakanlık DTM Antalya İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği, **Türkiye'deki Süs Bitkileri İhracat Raporu**, Şubat 2007, s: 7
S. TİTİZ, N. ÇAKIROĞLU, T.D. YILDIRIM ve S. ÇAKMAK, "Süs Bitkileri Üretim ve Ticaretindeki Gelişmeler", <http://www.zmo.org.tr/etkinlikler/5tk0228.pdf> Erişim tarihi: 06.11.2007

Tablo 4: Ülkelere Göre Türkiye Süs Bitkileri İhracatı (2006)

SIRALAMA	ÜLKE ADI	DEĞER (Dolar)
1	İNGİLTERE	10.891.380
2	HOLLANDA	9.455.493
3	ALMANYA	4.275.504
4	RUSYA F.	3.157.559
5	UKRAYNA	2.442.137
6	TÜRKMENİSTAN	2.177.139
7	ABD	1.021.735
8	ROMANYA	1.007.338
9	KUZAY KIBRIS T.C.	867.377
10	MACARİSTAN	816.561
11	YUNANİSTAN	701.274
12	JAPONYA	596.537
13	BULGARİSTAN	576.857
14	IRAK	412.455
15	BELÇİKA	370.071
16	DİĞER ÜLKELER	1.535.944
TOPLAM		40.305.361

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi

Dünya istatistiklerine göre, Türkiye'nin 2006 yılında dünya süs bitkileri ihracatında 24. sırada yer aldığı bilinmektedir. Canlı bitkiler ihracatımızda önemli pazarlar Almanya, Hollanda ve Türkmenistan'dır. Hedef pazarlar, Uzak Doğu'dan (Japonya) Avrupa'ya doğru yön değiştirmiştir. Bunun nedeninin, Çin'in daha ucuz üretim yaparak Uzak Doğu pazarına mal tedarik etmesi olduğu düşünülmektedir.¹⁶

4.1. Kesme Çiçek İhracatı

Süs bitkileri ticaretinde en büyük payı kesme çiçekler almaktadır. Aslında kesme çiçek üretimi sadece çiçek üretimi ve ihracatı ile sınırlı değildir. Doku kültüründen ve çeşit ıslahından sera konstrüksiyonuna, çiçek paketleme ve ambalaj malzemeleri imalatına kadar uzanan birçok konu çiçek endüstrisinin bir yan dalı haline gelmiştir. Hollanda, İsrail, ABD gibi çiçekçilikte en ileri teknolojiye sahip ülkeler bu sektördeki gelirlerinin, cirolarının ve istihdamın önemli bir bölümü çiçek yetiştiriciliğinden değil, çiçek üretimi ile doğrudan ilişkili ve bu sektöre özgü yan sanayi üzerinden sağlamaktadır.

Türkiye'de 2006 yılında 23.5 milyon dolar olan kesme çiçek ihracatı gerçekleşmiştir. Kesme çiçek ihracatında en önemli ürün karanfildir ve kesme çiçek ihracatının %90'ını, toplam süs bitkileri ihracatının ise %50'sini oluşturmaktadır. Karanfil dışında ihraç edilen diğer kesme çiçekler arasında Gerbera, Gypsophilla, Lilium önemli olup Ranunculus, Lisianthus gibi türlerin de ihracatı önem kazanmaya başlamıştır. Ancak, kesme çiçek

¹⁶ G. BABADOĞAN **Kesme Çiçek**, <http://kobi.mynet.com/pdf/KesmeCicek.pdf> Erişim tarihi 25.01.2008

üreten sayılı ülkeler arasında olmamıza rağmen dünya kesme çiçek ticaretinden aldığımız pay oldukça düşük kalmıştır. Dünyadaki toplam ihracat 9 milyar dolara yakınken, Türkiye'nin payı sadece 25 milyon dolar civarındadır.¹⁷

Diğer taraftan, 1988 yılından sonra Türkiye'deki kesme çiçek üretimi alanları artış göstermiş olmasına rağmen ihracat, başlıca birkaç çeşit spreyci karanfil çeşidinden öteye geçememiştir. Bununla birlikte, ihracata yönelik kesme çiçek üretiminde üretim materyalleri de dışarıdan sağlanmaktadır. Bu durum süs bitkisi ihracatında çeşitlilik sağlanmadığına ve sektör ihracatında önemli sorunlar olduğuna işaret etmektedir.

4.2. Dış Mekan Süs Bitkileri İhracatı

Nüfus artışının, sanayileşmenin ve çarpık kentleşmenin getirdiği çevre sorunları ile karşı karşıya kaldığımız günümüzde, gri beton yığınları arasında kirli bir havayı teneffüs etmek zorunda kalmak, yeşil alanların önemini artırmaktadır. Ülkemiz için bir aşama kabul edilen, sosyal, ekonomik ve politik açıdan standartlarına uymak için çaba sarf edilen AB'de de kişi başına düşen yeşil alan miktarının da bir standart olduğu bilinmektedir. Gerek bu standardı yakalamak, gerekse artan çevre sorunlarını azaltmak için kentlerimizde ve yakın çevremizde yeşil dokuyu artırma çabaları beraberinde artan dış mekan bitkilerine gereksimi de ortaya çıkarmaktadır.

Dış mekan bitkileri yetiştirilen alanlar, yabancı ülkelerde düzenli fidanlıklar şeklinde yıllar önce organize edilmiş olmasına karşın, ülkemizde gerçek anlamda süs ağaçları ve çalıların üretimi için fidanlık kurulması Cumhuriyet dönemine rastlamaktadır. Ankara'da bugün Kurtuluş Parkı'nın bulunduğu yerde ve Atatürk Orman Çiftliği içinde ilk fidanlıklar kurulmuştur.

Günümüzde ise dış mekan bitkileri yetiştiren fidanlıklar incelendiğinde, üretimin çoğunlukla Orman Genel Müdürlüğü, Karayolları, Devlet Demir Yolları, Devlet Su İşleri ve Belediye fidanlıkları ve düşük bir oranda da özel fidanlıklar tarafından yapıldığı görülmektedir. Dış mekan süs bitkilerinin üretim alanları en fazla Marmara Bölgesinde, İstanbul, Yalova, Kocaeli ve Bursa civarında yoğunlaşmıştır. Dış mekan süs bitkileri yetiştiriciliği için ülkemizin ekolojik koşulları çok uygun olmasına karşın, üretim tekniklerinin yetersiz, işletme sermayelerinin sınırlı oluşunun ve mekanizasyonun yaygınlaştırılmamasının, özellikle büyük fidan üretimini ve dolayısıyla ihracatı sınırlandırdığı tahmin edilmektedir.

4.3. İç Mekan Süs Bitkileri İhracatı

Diğer bir süs bitkisi çeşidi olan iç mekan süs bitkileri ise sektörde özellikle son 10 yıldır önemli bir yere sahiptir. Kesme çiçeklere nazaran daha uzun ömürlü olan bu bitkiler kesme çiçeklerin yerini almaya

¹⁷ G. BABADOĞAN *Kesme Çiçek*, <http://kobi.mynet.com/pdf/KesmeCicek.pdf> Erişim tarihi 25.01.2008

başlamış 1990'lı yıllardan sonra kesme çiçek birim fiyatlarında reel bir azalmaya neden olmuştur.¹⁸

Ülkemizde iç mekan süs bitkisi üreten firmaların çoğunluğunun Yalova ilinde bulunduğu ve genellikle bitkilerin yurt dışından getirilip satış boyuna kadar büyütüldükleri, bitkileri kendileri üreten işletmelerin oldukça az olduğu bilinmektedir. Ayrıca, iç mekan saksılı bitki üreten işletmeler kullandıkları saksı toprağının (torf) tamamını ve üretim materyali olarak kullanılan tohum, fide ve çeliklerin büyük bölümünü de ithal edilmektedirler. Bütün bunların süs bitkisi sektöründe ihracatı olumsuz etkilediği düşünülmektedir.

4.4. Doğal Çiçek Soğanlarının İhracatı

İnsanoğlu tarihinin ilk yıllarından itibaren beslenme ve giyim ihtiyaçları yanında sağlığına da büyük önem vermiştir. Hastalıkların tedavisinde kullanılan ilaçların yapımında en büyük hammaddeyi doğal çiçek soğanları oluşturmuştur. İnsanların ilgisini üzerinde toplamayı başaran bu bitkiler uzun yıllardır doğal ortamlarından alınarak park ve bahçeleri süslemek amacıyla da kullanılmaya başlamıştır.

Doğal ortamlarından alınan çiçek soğanları ilkbaharda park ve bahçelerde çiçek açmakta ve genellikle ertesi yıl kaybolmaktadır. Özellikle, batı ülkelerinde son yıllarda çiçek soğanlarının bu şekilde kullanımı oldukça yaygındır. Hollanda'nın dünyanın çeşitli yörelerinden ve özellikle Anadolu'dan almış oldukları doğal çiçek soğanları diğer ülkelere pazarlanmakta birçok park ve bahçeyi süslemektedir.

Yüzyılı aşkın süredir dış satımı yapılan doğal çiçek soğanları, Türkiye'de süs bitkilerinin ilk olarak tanınmasında öncülük yapan süs bitkisi gurubudur. Doğasında bulunan çiçek soğanlarının sökülmesi ve ticareti 1800'lü yıllardan beri yapılmaktadır. Türkiye'de çiçek soğanları ticaretinin yapıldığı başlıca iller, Adıyaman, Amasya, Antalya, Artvin, Aydın, Balıkesir, Bilecik, Bolu, Çanakkale, Denizli, Eskişehir, Giresun, Hakkari, Isparta, İstanbul, İzmir, Karaman, Kahramanmaraş, Konya, Manisa, Mersin, Muğla, Samsun, Trabzon, Urfa'dır. Ancak, 1970'li yıllardan sonra ihracatın hızla artması sonucu doğanın tahrip olduğu yolunda kamuoyunda görüşler belirmeye başlamıştır.¹⁹

Doğal çiçek soğanları ihracatından yılda ortalama 2-2,5 milyon dolarlık gelir elde edilmektedir.²⁰ Ülke ekonomisi açısından önemli sayılabilecek bu getirinin, doğal dengeyi bozmadan ve gelecek nesillere

¹⁸ A. KORKUT, T. YILDIRIM, G. GÖRÜR ve S. ÇAKMAK, "Süs Bitkileri Tüketim Projeksiyonları ve Üretim Hedefleri", *Türkiye Ziraat Mühendisleri IV. Teknik Kongresi: 9-13 Ocak 1995*, T.C. Ziraat Bankası Kültür Yayınları No: 26, Ankara, s. 700

¹⁹ M. E. ERGUN, S. ERKAL ve F. PEZİKOĞLU, *Doğadan Sökülen Çiçek Soğanlarının Sökümü, Üretimi ve Ticaretinin Ekonomik Yönden Değerlendirilmesi*, T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Bilimsel Araştırma ve İncelemeler Yayın No: 108, 1997, s. 16

²⁰ M. E. ERGUN, S. ERKAL ve F. PEZİKOĞLU, s.37

doğal zenginliklerimizi aktaracak şekilde sürdürülmesi en akılcı yaklaşım olacaktır.

5. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

Yoğun olarak süs bitkisi üretimi yapılan ve süs bitkisi faaliyetleri başlıca geçim kaynakları arasında yer alan Yalova, çalışmada anakitleyi teşkil etmektedir. Yalova'daki süs bitkisi üretiminin, il ekonomisindeki önemi ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Sektörün ihracat sorunlarının irdelenip çözüm önerilerinin geliştirilmesi ve dış ticarete daha fazla konu olması amaçlanmaktadır.

Araştırma alanı olarak, Yalova'da süs bitkileri üretiminin yoğun olarak yapıldığı ilçeler seçilmiştir. Veriler, Kadıköy, Koruköy, Akköy, Hacımehmet, Samanlı, Laledere, Safran, Elmalık, Taşköprü, Çiflikköy ilçelerinden basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 52 üreticiye yüze anket yöntemi uygulanarak derlenmiştir. Sorular, üretim niteliğini, üretim yapısını, pazarlama hizmetlerini, ihracat durumunu ve ihracattaki sıkıntılarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Elde edilen veriler SPSS 8.0 for Windows istatistik programı kullanılarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Çalışma ampirik bir nitelikte taşıdığından, uygulamalı araştırmalarda kullanılan anket yönteminin yanı sıra bizzat araştırmacılar tarafından gözlem ve mülakat da yapılmıştır.

6. ANKET SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Yalova ilinin avantajlı iklim yapısı, ucuz ve kaliteli süs bitkileri yetiştiriciliğine olanak vermektedir. Dolayısıyla, ilde süs bitkileri yetiştiren işletmelerin sayısı giderek artmakta ve üretim çeşitlenmektedir. Ancak, geniş bir ticaret hacmine sahip sektörde Yalova ilinin avantajını yeterince kullanamadığı düşünülmektedir. Ortaya çıkan bu yapı ışığında bölgenin sektör ihracatına yönelik sorunları ve bunlara yönelik çözüm önerilerinin tartışılması çalışmanın diğer amaçları olarak özetlenebilir.

Çalışmayı teşkil eden örnek kitlenin genel özelliklerinin şu şekilde olduğu görülmüştür. Cinsiyet açısından toplam örnek kitlenin %17.3'ünü kadın üreticiler oluştururken, %82.7'sini erkek üreticilerden oluşturmuştur. Üreticilerin yaş gurupları itibariyle dağılımı ise 15-30 yaş grubu %19.2, 31-45 yaş grubu %57.7, 46-60 yaş grubu %23.1 şeklinde gözlenmiştir. Anakitlede 60 yaş üstü üreticiler analize dahil edilemeyecek kadar azdır.

Yalova'daki süs bitkisi üreticilerinin en fazla lise düzeyinde eğitilmiş oldukları (%55.8) ikinci olarak üniversite mezunu oldukları (%32.7) tespit edilmiştir. Ayrıca, bu sektörde üretim yapan firmalar kendi alanlarında tecrübeye sahip firmalardır. Üreticilerin %17.3'ü 4-6 yıldır üretim yaparken %82.7 gibi önemli bir bölümü en az 7 yıldır bu işi yapmaktadır. Nitekim Yalova'daki süs bitkisi üreticileri %63.5 oranında aile şirketi özelliği taşımaktadırlar. Yalova'da üretim yapan işletmeler, arazileri değerlendiren, küçük aile işletmeleri olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Üretici, eşi ve

çocukları ile beraber serada çalışmaktadır. Seracılık faaliyetlerinin geleneksel yöntemler ile yapılıyor olması, aile büyüklerinin tecrübe ve deneyimlerinden faydalanmayı da gerektirmektedir. Oysa süs bitkileri sektöründe işletmelerinin yapısı 1975'lerden sonra değişmeye başlamıştır. Üretim, eskiden aile bireylerine iş yaratan aile tipi işletmeler iken, günümüzde hızlı entegre tarım işletmeleri haline dönüşmeye başlamıştır.

İl'de, Doğu ve Güney Doğu Anadolu Bölgelerinden sadece serada çalışmak üzere göç etmiş aileler dikkat çekmektedir. Sektörde çalıştırılan elemanlarda cinsiyet açısından önemli bir farklılık olmamakla birlikte elemanların %44.2'si ilköğretim mezunu, %35.8'i lise mezunudur. Bu durumun, sektörün önemli bir eğitim düzeyi gerektirmemesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. %14.1 oranındaki üniversite mezunu çalışanlar ise masa başı işlerde çalıştırılmaktadır.

Yörede faaliyet gösteren işletmelerin üretimlerinde büyük ölçüde ihtisaslaşma olduğu görülmektedir. İşletmeler ya iç mekan ya dış mekan ya da kesme çiçek üretimi yapmaktadırlar. Aynı sektörde birden fazla üretim gerçekleştirenler yaklaşık %2 oranında kalmıştır. Ankete katılan işletmelerin %55.6'sı kesme çiçek, %31.1'i dış mekan, %11.9'u iç mekan süs bitkileri üretmektedir. Kesme çiçek üretimi özellikle küçük aile işletmeleri tarafından tercih edilmektedir. Bunun nedenleri arasında, kesme çiçek üretiminin yıl boyunca sürekli gelir getirmesini, üretimle ilgili çeşitli işlemlerin ailedeki kadınlar ve küçük çocuklar tarafından yapılmasını ve ayrı bir işgücü gerektirmemesini sıralayabiliriz. Böylece, Yalova'da kesme çiçek üretiminin ağırlıklı olması, üreticilerin de büyük oranda aile işletmelerinden oluşması ile ilişkilendirilebilir. İldeki doğal çiçek soğanı üreticileri ise analize dahil edilmeyecek kadar azdır.

Ankete katılan süs bitkisi üreticilerinin %65.4'ü üretim planlarını sadece kendi illerinden ziyade tüm yurda yönelik yapmaktadır. %13.5'lik bir kısmı ise üretim planını yaparken yalnız dış piyasaları dikkate almaktadırlar. Üretim planlamasında iç piyasaların daha fazla dikkate alınması, ilde düzenli olarak ihracat yapan firmaların sayısının düşük kalması ile desteklenmektedir. Ankete katılanların yalnız %30.8'i her yıl düzenli olarak ihracat yapmaktadır. Bu oran, süs bitkisi üretiminde oldukça elverişli şartlara sahip olan Yalova için düşük bir orandır. İhracat yapan bu az sayıdaki firmanın ihracat bağlantıları ise çoğunlukla ihracatçı birlikleri (%37.5) daha sonra ticari müşavirlikler (%36.5) vasıtası kurulmaktadır. Bunun dışında firmaların kendi imkânları ile bağlantı kurdukları ihracat bağlantılarının da önemli oranlarda olduğu tespit edilmiştir. Düzenli olarak ihracat yapamayan %69.2'lik üreticinin ihracat yapmama nedenleri ise sırasıyla aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 5'e göre, düzenli ihracat yapılmamasındaki en önemli neden finansman yetersizliğidir. Üreticilerin %50'si finansman yetersizliğini birinci neden, %20.6'sı ise ikinci neden olarak göstermişlerdir. Bilindiği gibi, KOBİ'lerin karşılaştığı en önemli sorunlardan biri kredi ve finansman

sorunudur.²¹ Finansman güçlüğü KOBİ'ler için çoğu kez daha kuruluş aşamasında başlamakta ve yaşamları boyunca faaliyetlerini ve gelişmelerini olumsuz yönde etkilemektedir. KOBİ ölçeğinde üretim yapan süs bitkisi üreticileri için de aynı durum geçerli olmuş ihracat boyutuna da olumsuz etki yaptığı tespit edilmiştir.

Tablo 5: İhracat Yapılmaması Nedenleri

Sıralama	İhracat Yapılmama Nedenleri	Ortalama
1	Finansman yetersizliği	2.26
2	Yabancı firma rekabeti	2.53
3	Fiyat rekabeti	3.37
4	Kalite rekabeti	4.39
5	Organizasyon	5.36
6	Yerli firma rekabeti	6.17
7	Ambalajlama	6.32
8	Pazar bilgisi	6.70
9	Ürün muhafazası	7.85
10	Tek ürüne bağlılık	8.42
11	Düzensiz nakliye	8.96
12	Tek pazara bağlılık	9.80

Aynı pazarda ileri teknoloji ile üretim yapan yabancı firmalar ile rekabet, Yalova'daki üreticileri dış pazarlarda zorlamakta ve rekabet, düzenli olarak ihracat yapılmama nedenleri arasında ilk sıralarda yer almaktadır. İhracatta ileri teknolojilerin kullanılması, esnek üretim ve zamanında gerektiği kadar ürün tedariki açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. İl'de sektörün teknolojik açıdan zayıf kalması, fiyatları ve kaliteyi etkilemekte, yerli üreticinin dış üreticilerle fiyat ve kalite yönünden rekabetini de zorlaştırmaktadır.

İhracat yapılmaması nedenleri arasında, işletmelerin ihracat konusunda iyi organize olmamaları beşinci sırada yer almaktadır. İhracat tamamıyla işletmede organizasyon gerektirmektedir. Ancak Yalova'daki üreticilerin bu konuda eksik kaldıkları görülmektedir.

Ambalajlamadaki problemler, pazar bilgisindeki eksiklik, ürün muhafazasındaki sorunlar, düzensiz nakliye, tek pazara ve tek ürüne bağlılık gibi nedenler ise son sıralarda yer almaktadır. Doğası gereği tarımsal ürünlerin pazarlanması, bu ürünlerin depolanmasını, ambalajlanmasını gerektirmekte ürünün kayba uğramadan tüketiciye ulaştırılması ile birlikte değerlendirilmesi sonucunda sektör başarıya ulaşabilmektedir. Pazarlamada ürünün kayba uğramadan tüketiciye ulaştırılması, aracı kurumların makul kar oranlarında çalışması ve ürünün fiyatının en iyi şekilde belirlenmesi, üretici ve tüketici gelirleri üzerinde pozitif bir etki yaratacaktır. Böylece, sektörde

²¹ S. AY, "Türkiye'deki KOBİ'lerin finansman Sorunları", http://www.paradoks.org/makale/yil4_sayi1/semaay41.pdf Erişim tarihi 10.07.2008

iyi bir pazarlama sisteminin kurulmuş olması il ekonomisine doğrudan katkı sağlayacaktır.

Diğer taraftan, Yalova'da %30.8 oranında her yıl düzenli olarak ihracat yapan üreticilerin ihracat yapısının Türkiye süs bitkisi sektörünün dış ticaret yapısı ile uyumlu olduğu görülmüştür. Şöyle ki; il ihracatında en önemli payı kesme çiçekler almaktadır. Yalova'daki kesme çiçek üreticisinin %50'sinin Avrupa'ya geri kalan kısmının ise sırasıyla İran'a, Rusya'ya ve Türki Cumhuriyetlerine ihracat yaptığı tespit edilmiştir.

Türkiye, özellikle kesme çiçek ürünleri açısından dünyanın en büyük tüketici merkezi konumunda olan ve zaten ulaşımın kolay olduğu, başta İngiltere olmak üzere AB ülkelerine ihracat payını artırmalı ve geleceğe yönelik politikalarını oluşturmalı böylece, sektörde daha fazla söz hakkı kazanmalıdır. AB ile bütünleşme süreci ihracata yönelik üretim için pazarlama kolaylıkları getirebilir. Ancak yapısal ve ekonomik özellikleri itibarıyla rekabet gücü zayıf iç piyasaya yönelik üretim yapan işletmelerin gelebilecek ithalat kolaylıkları nedeniyle zor durumda kalabilecekleri göz ardı edilmemelidir. Doğu Avrupa ülkelerinin ise potansiyel pazar olma özelliklerini sürdürecekleri tahmin edilmekte fakat bu ülkelere yapılan ihracatın daha iyi organize edilmeye ihtiyacı olduğu düşünülmektedir.

Yalova'daki dış mekan süs bitkilerinde ise, en önemli pazarı %32.3 ile İran ve %30.3 ile KKTC oluşturmaktadır. Diğer önemli pazarlar ise sırasıyla Rusya (%24.3), Türki Cumhuriyetleri (%14) ve Avrupa ülkeleri (9.1)'dir. Dış mekan süs bitkileri ihracat pazarında Avrupa ülkelerinin son sırada yer alma nedeninin taşıma, depolama faaliyetlerinde standardizasyon ve organizasyon eksikliği olduğu düşünülebilir. İç mekan süs bitkilerinde ise ihracat yapısı Avrupa ülkeleri, Rusya, KKTC ve Türki Cumhuriyetleri arasında hemen hemen eşit bir şekilde (%25-%33.3) dağılmaktadır.

Yalova'daki sektörde düzenli olarak ihracat oranı az olmasına rağmen dış pazarlara girme konusunda çalışmalar yapılmaktadır. Anketimize katılan üreticilerin %73.1'i yeni pazar arayışlarında olduklarını ifade etmiştir. Bu üreticiler, dış pazarda talep oluşturmak için en çok fuarlara katılmaktadır (%63.2). Yalova ilinde her yıl "Süs Bitkileri İhtisas Fuarı" düzenlenmekte olup sektörle ilgili yerli ve yabancı firmalar bir araya getirilerek ticari bağlantıların kurulması sağlanmaktadır. %21.1 oranında da e-ticaret uygulamaları yapılmaktadır. Süs bitkileri e-ticaret uygulamasına oldukça uygundur. E-ticaret'in talep oluşturma faaliyetleri açısından uygulanmasının, Yalova'da sektörün geleceği açısından da önemli olduğu düşünülmektedir. Talep yaratma açısından gazete ve dergi ilanlarının kullanılma oranı %13.1 olarak gözlenmiştir.

%26.9'luk bir oranı teşkil eden üreticilerin yeni pazar arayışlarında olmama nedenleri arasında en fazla rolü, yeni pazarların ihtiyacını karşılayacak ürün üretilmemesi oynamaktadır. Üreticilerin %42.9'u bu nedeni birinci sırada göstermiştir. Konuyla ilgili diğer önemli nedenler arasında sırasıyla yeterli finansmana sahip olmama, üreticiler için mevcut

pazarın yeterli olması, yeni piyasalara girişte risk düzeyinin yüksek olması ve son olarak pazarlar hakkında yeterli bilgiye sahip olmama yer almaktadır.

Tablo 6: Yeni Pazar Arayışı Olmaması Nedenleri

Sıralama	Yeni Pazar Arayışı Olmaması Nedenleri	Ortalama
1	Yeterli ürün üretilmemesi	1.64
2	Finansman eksikliği	2.44
3	Mevcut pazarla yetinme	2.54
4	Yeni piyasalardaki risk	3.33
5	Bilgi eksikliği	4.36

Öte yandan, yeni pazarlara girerken rekabette en önemli faktörün teknik yapının iyileştirilmesi ve böylece daha hızlı ve büyük miktarlarda üretim yapmanın olduğu dikkat çekmektedir. Ankete katılan firmaların %64'ü bu faktörü birinci sırada önemli görülmüştür. Nitekim, rekabet gücünün artırılması hem firma düzeyinde hem de devlet düzeyinde bilim ve teknolojiye önem verilmesi ile mümkündür. Bu yüzden sektörün teknik olarak geliştirilmesi gerekmektedir. Ancak, bu gelişime katkı sağlayacak yeterli finansmana sahip olunmaması, teknik yapıdaki yetersizlik sorununun sektörün öncelikli sorunu olarak kalmasına sebep olmaktadır.

İkinci olarak, üretim ve taşımacılık alanında standardizasyon sağlamanın gerekli olduğu tespit edilmiştir (%40.8). Günümüzde standartlar geçmişte hiçbir zaman olmadığı kadar önem kazanmaktadır. Standardizasyon, yaşam kalitesini yükseltmekle birlikte ürünlerin emniyetli, can ve mal güvenliğini sağlayıcı bir şekilde üretilmesini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, standartlar ticaretin uluslararası dili olarak görülmektedir ve standartlar sayesinde, ürünü veya hizmeti üretenler ile tüketenlerin farklı dilleri konuşmasından bağımsız olarak uluslararası ticarete büyük miktarda mal ve hizmet alışverişe tabii olmaktadır.

Tablo 7: Yeni Pazarlarda Rekabete Etki Eden Faktörler

Sıralama	Yeni Pazarlarda Rekabete Etki Eden Faktörler	Ortalama
1	Teknik yapı	1.78
2	Standardizasyon	2.88
3	Tanıtım faaliyetleri	3.00
4	Pazarlama faaliyetleri	3.29
5	Üretim çeşitliliği	3.62

Yeni pazarlara girerken rekabet gücünde etkili olan diğer faktörler, sektördeki üreticiler tarafından sırasıyla, tanıtım ve reklam faaliyetleri ile pazarlama faaliyetlerine daha fazla ağırlık vermek ve çeşitli üretim yapmak olarak sıralanmıştır.

Tablo 8: Sektör İhracatını Artırmaya Yönelik Yapılması Gerekenler

Sıralama	Sektör İhracatını Artırmaya Yönelik Yapılması Gerekenler	Ortalama
1	Mezatların kurulması	1.98
2	İhracatçı birliği temsilciliklerinin kurulması	2.42
3	Aracı kurumların kurulması	2.51
4	DTM temsilciliklerinin kurulması	2.83

Sektörde üretici firmaların ihracatlarını artırmak için öncelikli olarak, dış satma yönelik mezatların ve ihracatçı birliği temsilciliklerinin gerekliliği ön plana çıkmıştır. Sektörde ihracatı artırma yollarından ihracat mezatlarının kurulması birinci sırada önemli görülmektedir (%46.5). Çünkü ihracat mezatları sayesinde ihracatçı firmalar üretim çeşitliliğini artırarak performanslarına göre gelir elde edeceklerdir. Ayrıca, mezatlar kurulduğu zaman üretim kalitesine bağlı olarak alıcı rekabeti ile fiyatı maksimum düzeye getirmesi mümkün olacaktır. Yeni çeşitlerin denenmesinde ve yeni çeşitlere olan talebin arttırılmasında mezatların faydasının çok büyük olacağı düşünülmektedir. Aracı kurumların kurulması ve DTM Temsilciliklerinin ise bu konuda üçüncü ve dördüncü sırada faydalı uygulamalar olabileceği görülmüştür.

Tablo 9: İhracatı Etkileyen Faktörler

Sıralama	İhracatı Etkileyen Faktörler	Ortalama
1	Kalite	4.88
2	Pazar bilgisi	4.31
3	Reklam	4.29
4	Krediler	4.27
5	Ucuz fiyat	4.12
6	Bilgili eleman	4.10
7	Mezat kurulması	4.06
8	Pazara yakınlık	3.92
9	Ürün çeşitliliği	3.88
10	Devalüasyon	3.33
11	Servis imkanları	2.96

Tablo 9’da sektörde ihracatı etkileyen faktörlerin önem sıralaması görülmektedir. Anketi cevaplayan üreticilerin %90.4’ü, ihracatı etkileyen en önemli faktörün kalite olduğuna işaret etmiştir. İkinci ve üçüncü en önemli faktör olarak pazar bilgisi ve reklam görülmüştür. Daha sonra sırasıyla, ihracat konusunda bilgili eleman ve dış pazara yakınlık “önemli” olarak tespit edilmiş hassas bir ürün olan süs bitkileri için taşımacılığın önemi ildeki sektör üreticileri tarafından bir kez daha vurgulanmıştır.

Sektörde ihracatın yapılmasında etkili faktörlerin önem sıralaması kadar en fazla hangi konularda sıkıntı çekildiği veya eksiklikleri ile ilgili sorudan yapılan çıkarımların da araştırmanın amacı açısından oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Tablo 10'da araştırmanın bu konu ile ilgili bulguları aktarılmaktadır.

Tablo 10: İhracat Konusunda Sektörün Sıkıntıları

Sıralama	İhracat Konusunda Sektörün Sıkıntıları	Ortalama
1	Finansman	2.31
2	Makine ve teçhizat eksikliği	2.86
3	Bürokrasi	3.64
4	Pazarlama	3.84
5	Ambalaj	4.91
6	Uzman eleman temini	5.45
7	Nakliye	5.81
8	Depolama	5.85

İldeki sektör üreticilerinin %39.5'i finansman, %36.7'si makine teçhizat eksikliğini en fazla sıkıntı çekilen konu olarak göstermiştir. Dolayısıyla, süs bitkisi üretiminde yüksek teknoloji kullanımının teşviki gerekmektedir. Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerimizin genelde mali yapıları zayıftır. Bu durum işletmelerin yeni ve daha yüksek teknolojiyi gerektiren yatırımlara yönelmelerini engellemektedir. Örneğin, ihracata yönelik gül, sezon boyu krizantem ve dış pazarda iyi talep gören ışıklı bitkilerden Aster, Hypericum gibi yeni türlerin üretiminin yaygınlaşması için gerekli yatırımlar yapılamamaktadır. Oysa İsrail'de devlet, yüksek teknolojiyi gerektiren bu yatırımları teşvik kapsamına alarak, bir yandan ürün paletini genişletmekte diğer yandan, katma değeri yüksek bu ürünlerin üretimini yaygınlaştırmaktadır.²²

Bürokrasi, pazarlama, ambalaj ve uzman eleman temini, genel olarak ihracat sorunlarını oluşturmakta süs bitkileri sektöründe de sorun olmaya devam etmektedir. Diğer taraftan son sıralarda yer almasına rağmen nakliye ve depolama konusu, sektörün özelliği itibarıyla oldukça önem arz etmektedir. Çünkü bitkiler özellikle kesme çiçekler, kısa sürede bozulma özelliğine sahiptir. Depolanma olanakları diğer ürünlere göre daha sınırlıdır. Üreticiden tüketiciye kadar olan pazarlama kanallarında soğuk zincir kurulmalıdır. Bunun için kesimden hemen sonra kısa zamanda soğutulan çiçekler soğutmalı araçlarda taşınmalı ve gerekli besleme ve yükleme noktalarında soğuk hava depolarında tutulmalıdır. Böylece, üreticide sağlanan düşük sıcaklık tüketiciye ulaşıncaya kadar korunmalı, çok zararlı olan sıcaklık oynamalarına izin verilmemelidir. Bu durum, yüksek kalitenin daha uzun süre korunmasını sağlayacak vazo ömründe kısaltmaları önleyerek tüketici memnuniyetini ve dolayısıyla talebini artıracaktır. Soğuk zincirin kırılmaması için üretim yerleri ve yükleme noktalarında zorunlu beklemler

²² GÜRSAN ve ERKAL, s.7

için yeterli kapasitede soğuk hava depolarının kurulması ve yeterli sayıda ve kapasitede frigorifik araçların sağlanması gerekli görülmektedir.

7. SONUÇ

Süs Bitkileri sektörü ticari anlamda 20. YY'nin başında önem kazanmaya başlamış 2. Dünya Savaşı'ndan sonra birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede ticari bir faaliyet konumuna gelmiştir. Özellikle son 40 yıldır süs bitkileri üretiminde ve pazarlamasında çok hızlı gelişme yaşanmaktadır. Günümüzde, bu sektör pek çok ülkede ekonomiye katkı sağlayan etkili bir sektör olarak kabul edilmektedir.

Süs bitkileri genel bir kavram olup; kesme çiçek, iç mekan süs bitkileri, dış mekan süs bitkileri ve doğal çiçek soğanları yetiştiriciliği olarak ayrılmaktadır. Kesme çiçekler ve iç mekan süs bitkileri, dünya ticaretinde % 80'lik payla önemli bir grubu oluşturmaktadır. Ticari anlamda bu sektörün 1940'lı yıllarda başladığı Türkiye'de, toplam 20 ilde süs bitkileri üretimi yapılmaktadır. İlk yıllarda Marmara Bölgesinde yaygın olan sektör daha sonraları iklimsel avantajları nedeniyle Akdeniz Bölgesine de kaymaya başlamıştır.

Yalova, iklim, toprak ve konum avantajlarını kullanarak süs bitkisi üretiminde büyük ilerleme göstermiştir. İlde, yoğun olarak süs bitkisi üretimi yapılmakta ve sektör, yörenin başlıca geçim kaynağını oluşturmaktadır. Ancak, sektörde sahip olduğu ekolojik koşullara ve iklimsel avantajlarına rağmen yörenin mevcut potansiyelden yeterince yararlanmadığı görülmektedir.

Bu gelişmeler dikkate alındığında, Yalova'daki süs bitkisi üretiminin il ekonomisindeki önemine ve ihracat sorunlarına dair araştırmanın önem arz ettiği düşünülmüştür. Araştırmada, sektör ihracatındaki sorunlara çözüm önerileri geliştirilerek dış ticarete daha fazla konu olması amaçlanmıştır.

Çalışma'da süs bitkisi üreticilerinin en fazla lise düzeyinde eğitilmiş oldukları (%55.8) ikinci olarak üniversite mezunu oldukları (%32.7) tespit edilmiştir. Sektörde çalıştırılan elemanlarda ise cinsiyet açısından önemli bir farklılık olmamakla birlikte elemanların %44.2'si ilköğretim mezunu, %35.8'i lise mezunudur. %14.1 oranındaki üniversite mezunu çalışanlar ise masa başı işlerde çalıştırılmaktadır. Sektörde bu açığı karşılayacak herhangi bir okul veya kurs bulunmadığı için üreticiler, işyeri açma ve işe alma sürecinde mesleki bir sertifika aramamaktadır. Böylece çalışmada, mesleki eğitimden geçmemiş olmanın alanla ilgili yaratıcılığı da engellediği düşünülmüştür.

Yörede faaliyet gösteren işletmelerin üretimlerinde büyük ölçüde ihtisaslaşma olduğu tespit edilmiştir. İşletmeler, ya iç mekan ya dış mekan ya da kesme çiçek üretimi yapmaktadır. Aynı sektörde birden fazla üretim gerçekleştirenler yaklaşık %2 oranındadır. Ankete katılan işletmelerin %55.6'sı kesme çiçek, %31.1'i dış mekan, %11.9'u iç mekan süs bitkileri

üretmektedir. İldeki doğal çiçek soğanı üreticileri ise analize dahil edilmeyecek kadar azdır. Yalova'da %30.8 oranında her yıl düzenli olarak ihracat yapan üreticilerin ihracat yapısının Türkiye süs bitkisi sektörünün dış ticaret yapısı ile uyumlu olduğu ve ihracatta en önemli payı kesme çiçeklerin aldığı görülmüştür.

Ankete katılanların yalnız %30.8'i her yıl düzenli olarak ihracat yapmaktadır. Bu oran, süs bitkisi üretiminde oldukça elverişli şartlara sahip olan Yalova için düşük bir oran olarak değerlendirilmiştir. Düzenli olarak ihracat yapamayan %69.2'lik üreticinin, ihracat yapamama nedenleri arasında en önemlisi finansman yetersizliğidir. Aynı pazarda ileri teknoloji ile üretim yapan yabancı firmalar ile rekabet, Yalova'daki üreticileri dış pazarlarda zorlamış ve düzenli olarak ihracat yapılmama nedenleri arasında ikinci sırada yer almıştır.

Diğer taraftan, sektörde düzenli olarak ihracat oranı az olmasına rağmen dış pazarlara girme konusunda çalışmalar yapılmaktadır. Dış pazarda talep oluşturmak için üreticiler en çok fuarlara katılmıştır. Bunun yanında, talep oluşturma faaliyetleri açısından e-ticaret uygulamasının, Yalova'da sektörün geleceği açısından önemli olduğu düşünülmüştür.

Düzenli olarak ihracat yapmayan üreticilerin yeni pazar arayışlarında olmama nedenleri arasında en fazla rolü, üreticiler için mevcut pazarın yeterli olması ve yeni pazarın ihtiyacını karşılayacak derecede ürün üretilmemesi oynamıştır. Çünkü yeni pazarlara girerken teknik yapının iyileştirilmesi ve böylece daha hızlı ve büyük miktarlarda üretim yapılması gerekli görülmüştür. Daha sonra, üretim ve taşımacılık alanında standardizasyon sağlamanın önemli olduğu ifade edilmiştir.

Sektörde üretici firmaların ihracatı artırmaları için öncelikli olarak, dış satıma yönelik mezarlar ve ihracatçı birliği temsilcilikleri ön plana çıkmıştır. Pazarlamada Avrupa'nın en önemli kesme çiçek pazarlama kanalı olan mezarlar ve süpermarket zincirinden Yalova'da yeterince yararlanılmadığı görülmüştür. Bu durum, Yalova'da ihracata yönelik kesme çiçek sektörünün gelecekte ürün çeşitlendirmeye gitmek ve yeni pazarlar ile pazarlama kanalları denemek zorunda kalacağını göstermiştir.

Çalışmada, ihracatı etkileyen en önemli faktörün kalite olduğuna dikkat çekilmiştir. Diğer önemli faktörler olarak sırasıyla, pazar bilgisi, reklam, ihracat konusunda bilgili eleman yer almıştır. Hassas bir ürün olan süs bitkileri için taşımacılığın önemi de ildeki sektör üreticileri tarafından bir kez daha belirtilmiştir.

Sektörde ihracatın yapılmasında etkili faktörlerin önem sıralaması kadar en fazla hangi konularda sıkıntı çekildiği veya eksiklikleri ile ilgili sorudan yapılan çıkarımlar da önem arz etmektedir. En fazla sıkıntı çekilen konu olarak yine finansman ve makine teçhizat eksikliği gösterilmiştir. Dolayısıyla, süs bitkisi üretiminde yüksek teknoloji kullanımının teşviki gerekmektedir. Bürokrasi, pazarlama, ambalaj ve uzman eleman temini, genel olarak ihracat sorunlarını oluşturmakta süs bitkileri sektöründe de sorun olmaya devam etmektedir. Diğer taraftan son sıralarda yer almasına

rağmen nakliye ve depolama konusu, sektörün özelliği itibariyle oldukça önemlidir. Çünkü bitkiler özellikle kesme çiçekler, kısa sürede bozulma özelliğine sahiptir ve depolanma olanakları diğer ürünlere göre daha sınırlıdır.

KAYNAKÇA

1. Ankara Ticaret Borsası, “Süs Bitkisi Yetiştiriciliği ve Kesme Çiçek Sektörü”, <http://www.atb.gov.tr/portal/index.php?option=com> Erişim Tarihi: 28.01.2008
2. AY, S., “Türkiye’deki KOBİ’lerin Finansman Sorunları”, http://www.paradoks.org/makale/yil4_sayi1 Erişim tarihi: 10.07.2008
3. AYDOSELİ, Z., **Yalova ve Çevresinde Süs Bitkileri Yetiştiriciliğinin Genel Yapısı: Üretim İlişkin Sorunlar ve Çözüm Olanakları**, Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2001
4. BABADOĞAN, G., Kesme Çiçek, <http://www.kobi.mynet.com> Erişim Tarihi: 25.01.2008.
5. DPT, **8. Beş Yıllık Kalkınma Planı: Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Süs Bitkileri Alt Komisyon Raporu**, Ankara, 2001
6. ERGUN, M. E., Süleyman ERKAL ve Filiz PEZİKOĞLU, “Doğadan Sökülen Çiçek Soğanlarının Sökümü, Üretimi ve Ticaretinin Ekonomik Yönden Değerlendirilmesi”, **T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Bilimsel Araştırma ve İncelemeler**, Yayın No: 108, 1997
7. EUROSTAT, USDA & Customs and Excise, <http://www.pathfastpublishing.com> Erişim Tarihi: 01.02.2008.
8. GROOT, S. P., **Floriculture Worldwide Trade and Consumption Patterns**, World Conference on Horti. Research, Roma, 1998
9. GÜRSAN, K. ve Süleyman ERKAL, “Dünya’da ve Türkiye’de Süs Bitkileri Üretim ve Ticaretindeki Gelişmeler”, **1. Ulusal Süs Bitkileri Kongresi: 6-9 Ekim 1998**, Ajans Son Reklamcılık Yayınları, Yalova, 1998
10. KORKUT, A., T. YILDIRIM, G. GÖRÜR ve S. ÇAKMAK, “Süs Bitkileri Tüketim Projeksiyonları ve Üretim Hedefleri”, **Türkiye Ziraat Mühendisleri IV. Teknik Kongresi: 9-13 Ocak 1995**, T.C. Ziraat Bankası Kültür Yayınları No: 26, Ankara, 1995
11. TAŞÇIOĞLU, Y. ve SAYIN, C., “Türkiye’de Kesme Çiçek Üretim ve İhracat Yapısı”, **Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, 2005, 18(3)
12. T.C. Başbakanlık DTM Antalya İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği, **Türkiye’deki Süs Bitkileri İhracat Raporu**, Şubat 2007, s: 7.

13. TİTİZ, S., ÇAKIROĞLU N., YILDIRIM, T. D. ve ÇAKMAK, S., “Süs Bitkileri Üretim ve Ticaretindeki Gelişmeler, <http://www.zmo.org.tr/etkinlikler/5tk0228.pdf> Erişim tarihi: 06.11.2007.
14. <http://www.geocities.com/bolgemasterplan> Erişim Tarihi: 13.12.2007.
15. <http://www.pathfastpublishing.com> from Eurstat, USDA & Customs and Excise Erişim tarihi 01.02.2008