



## Selcuk Journal of Agriculture and Food Sciences Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi

### Malatya İlinde Kuru Kayısı Pazarlaması Üzerine Bir Araştırma

Kubilay UÇAR<sup>1\*</sup>, Sait ENGİNDENİZ<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, İzmir, Türkiye

#### MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Geliş tarihi: 12.03.2018

Kabul tarihi: 17.04.2018

Anahtar Kelimeler:

Kayısı,  
Pazar analizi,  
Pazarlama kanalı,  
Kuru kayısı pazarlaması,  
Kuru kayısı fiyatı.

#### ÖZET

Bu araştırmada, Malatya ilinde kuru kayısı pazarlama yapısı analiz edilmiştir. Malatya ilinin kayısı üretiminin %50'sinden fazlasını sağlayan Akçadağ, Merkez ve Darende ilçeleri kapsama alınmıştır. Bu ilçelere bağlı dokuz köyde oransal örneklemeyle toplam 159 üreticiden anket yolu ile veriler elde edilmiştir. Araştırmada işletmeler kayısı üretim alanı büyüklüğüne göre ( $\leq 25$  da, 26-50 da ve 51 da  $\leq$ ) göre incelenmiştir. Araştırmada 2013 yılı üretim dönemi esas alınmıştır. Verilerin analizinde öncelikle incelenen işletmelerin sosyo-ekonomik özellikleri belirlenmiştir. Daha sonra kayısı birim maliyeti, pazarlama kanalları ve üretici eline geçen fiyatlar incelenmiştir. İncelenen işletmelerde ortalama kayısı arazisi 26.41 dekadır. Dekara elde edilen taze kayısı miktarı 877.26 kg, kuru kayısı miktarı ise 197.12 kg olarak hesaplanmıştır. Üreticilerin %38.99'u kuru kayısıyı tüccara pazarlamıştır. Üretici eline geçen ortalama kuru kayısı fiyatı 5.70 TL/kg, ortalama taze kayısı fiyatı ise 1.52 TL/kg olarak belirlenmiştir.

### A Research on Marketing of Dried Apricot in Malatya Province

#### ARTICLE INFO

Article history:

Received date: 12.03.2018

Accepted date: 17.04.2018

Keywords:

Apricot,  
Market analysis,  
Marketing channel,  
Dried apricot marketing,  
Dried apricot price.

#### ABSTRACT

In this study, marketing structure of dried apricot in Malatya province has been analysed. The districts that have been included are Akçadağ, Central district and Darende which were providing more than 50% of apricot production in Malatya. Data was collected by survey from 159 growers who were determined by proportional sampling in nine villages that bound to these districts. In the research, the farms have been examined according to the extent of apricot production area ( $\leq 25$  decares, 26-50 decares and 51 decares  $\leq$ ). The research was based on the production period of the year 2013. In the analysis of data, first of all, the socio-economical characteristics of the examined farms have been identified. After that, unit cost of apricot, dried apricot marketing channels and farmer prices have been examined. The average apricot production area was 26.41 decares in the farms. The fresh apricot production per decare was 877.26 kg, and dried apricot production per decare was calculated as 197.12 kg. 38.99% of the farmers have marketed own dried apricots to merchant. Average farmer price of dried apricots was 5.70 TL/kg, and average farmer price of fresh apricots was 1.52 TL/kg.

#### 1. Giriş

Kayısı, anavatanı Orta Asya ve Batı Çin olan bir meyve türü olup, Akdeniz'den Avustralya'ya kadar dünyanın ılıman iklim kuşağına giren alanlarda yetiştiriciliği yapılmaktadır. Türkiye ekolojik şartlarında kendisine uygun ortam bulmuştur. Kayısı, gerek üretim, gerekse dışsatım kapasitesi bakımından Türkiye'nin önemli ürünlerinden biridir (Asma, 2000).

Kayısı üretimi dünyada ve Türkiye'de artarak de-

vam etmekle birlikte, kuru kayısının zengin içeriği ve insan beslenmesine faydalarından dolayı tüketimi de hızla artmıştır. FAO'nun 2016 yılı verilerine göre, dünya genelinde 568.014 hektar alanda kayısı üretimi gerçekleştirilmiş ve 3.88 milyon ton kayısı elde edilmiştir. 2007-2016 döneminde dünya kayısı üretim alanı %12, kayısı üretimi ise %18 oranında artış göstermiştir. Türkiye kayısı üretiminde 2016 yılında %18.81'lik payla dünyada birinci sırada yer almaktadır. Diğer önemli üretici ülkelerden İran %11, Özbekistan %10, Cezayir %8 ve İtalya %5 oranında bir

\* Sorumlu yazar e-mail: [kubilay82ucar@hotmail.com](mailto:kubilay82ucar@hotmail.com)

pay almaktadır. Buna karşın, 2013 yılında 58.474 ton olan dünya taze kayısı ihracatının %17'sini İspanya, %16'sını Özbekistan, %15'ini Fransa ve %12'sini Türkiye sağlamıştır (FAOSTAT, 2018).

Türkiye'de kayısı, Malatya, Erzincan, Elazığ, Kars, Sivas, Iğdır illeri ile Akdeniz, Ege, Marmara ve İç Anadolu bölgesinde üretilmektedir. Malatya ili uygun iklim koşulları sayesinde dünyada ve Türkiye'de taze ve kuru kayısının en yoğun üretildiği bölgedir. Türkiye'de kayısı üretiminin yaklaşık %50'sini Malatya ili sağlamaktadır. 2016 yılı verilerine göre Türkiye'de halen 15.58 milyon adet meyve veren, 2.28 milyon adet meyve vermeyen kayısı ağacı bulunmaktadır. Meyve veren ağaçlardan ilgili yılda 730.000 ton taze kayısı elde edilmiştir. Türkiye'de 2007-2016 döneminde meyve veren kayısı ağacı sayısı %24, taze kayısı üretimi ise %31 oranında artmıştır (TÜİK, 2018). Türkiye'de üretilen kayısı miktarının %80'i kurutulmaktadır (Gezer ve ark., 2009). 2016 yılında Türkiye, 139.10 milyon \$ karşılığında 79.18 milyon ton kuru kayısı dış satımı gerçekleştirmiştir (MTB, 2018).

Türkiye'de kayısı üretiminin ekonomik yönlerini inceleyen birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaların bazılarında maliyet ve karlılık analizi yapılmış (Gültekin ve Adanacioğlu, 2004; Gündoğmuş, 2006; Mancı ve ark., 2011; Gündüz ve ark., 2011; Uçar and Engindeniz, 2016; Uçar et al., 2017), bazılarında risk değerlendirmesi yapılmış (Çukur ve Saner, 2008; Çukur ve ark., 2008), bazılarında ise kayısının pazarlama yapısı analiz edilmiştir (Dellal ve Koç, 2003; Olgun ve ark., 2003; Çatı ve Yıldız, 2007; Gündüz, 2010; Topçu ve Uzundumlu, 2010; Adanacioğlu ve ark., 2011; Temel ve Öztürk, 2014; Öztürk ve Karakaş, 2017). Ancak özellikle kayısı pazarlama yapısındaki değişmelerin zaman içerisinde tekrar analiz edilmesi ve sorunların saptanması bu üretim dalının geliştirilmesi ve dışsattım olanaklarının artırılması açısından gereklidir.

Bu araştırmanın amacı; Malatya'da üreticilerden derlenen veriler ışığında kuru kayısı pazarlama yapısını analiz etmek ve sorunlara ilişkin bazı öneriler getirmektir.

## 2. Materyal ve Yöntem

### 2.1. Materyal

Araştırmanın ana materyalini oluşturan veriler Akçadağ, Merkez ve Darende ilçelerinde faaliyet gösteren üreticilerden anket yoluyla elde edilmiştir. Bununla birlikte, FAO, TÜİK, Malatya Ticaret Borsası (MTB), Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı İl ve İlçe Müdürlüklerinden çeşitli veriler derlenmiştir. Ayrıca konuyla ilgili daha önce yapılan araştırmaların sonuçlarından da yararlanılmıştır.

### 2.2. Yöntem

#### 2.2.1. Verilerin Toplanmasında Kullanılan Yöntemler

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Malatya İl Müdürlüğü'nün 2012 yılı verilerine göre; Malatya da kayısı üretiminin yaklaşık % 60'ı Merkez, Akçadağ ve Darende ilçelerinden sağlanmaktadır. Bu nedenle araştırma kapsamına bu üç ilçe alınmıştır. Bu üç ilçe aynı zamanda üretici sayısının da fazla olduğu ilçelerdir.

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı İlçe Müdürlükleri ile yapılan görüşmeler ve istatistiki incelemeler sonucunda, Akçadağ ilçesinin Merkez (Doğu Mahallesi), Ören Beldesi, Güzyurdu köyü; Merkez ilçesinin Bahçebaşı, Dilek, Sütluçe köyleri; Darende ilçesinin ise Yuvalı, Ağılbaşı ve Balaban köyleri araştırma kapsamına alınmıştır.

Her yerleşim biriminde Çiftçi Kayıt Sistemine (ÇKS) kaydını yaptıran üreticiler araştırma kapsamına alınmıştır. İlçe Müdürlüklerinden alınan bilgilere göre kapsama alınan yerleşim birimlerinde toplam 3293 üretici ÇKS'ye kayıtlıdır ve bu üreticiler ana kitleyi oluşturmuştur. Araştırma kapsamına tüm üreticilerin alınması yerine, örnekleme yöntemiyle bir kısmının alınmasının uygun olacağına karar verilmiştir. Bu amaçla aşağıdaki oransal örnek hacmi formülünden yararlanılmış (Newbold, 1995) ve % 99 güven aralığı ve % 10 hata payı esas alınmıştır.

$$n = \frac{N p (1-p)}{(N-1) \sigma_{px}^2 + p(1-p)}$$

Formülde;

n = Örnek hacmi

N = Toplam üreticisi sayısı

p = Kayısı üreticilerinin oranı (Maksimum örnek hacmi için 0.5 alınmıştır)

$\sigma_{px}^2$  = varyansdır.

Örnek büyüklüğünün mümkün olduğu kadar büyük olmasını sağlamak için, p (1-p) çarpımında en büyük değeri verecek olan p = 0.5 değerinin kabul edilmesi uygun olmaktadır.  $\sigma_{px}^2$  parametresinin tahmininde ise  $Z_{\alpha/2} \sigma_{px} = r$  formülünden yararlanılmaktadır. Ana kitle oranına ait % 99 güven aralığının, örnek oranının 0.05 iki tarafında uzanması istendiğinde  $1.9599 \sigma_{px} = 0.10$  buradan da  $\sigma_{px} = 0.0510$  olmaktadır. Araştırmada bu değerler yukarıdaki formülde yerine konulmuş ve örnek hacmi 159 olarak hesaplanmıştır. Her yerleşim biriminden kapsama alınacak üretici sayısının belirlenmesinde, toplam üretici sayısı içerisinde yerleşim birimlerinin payları esas alınmıştır.

#### 2.2.1. Verilerin Toplanmasında Kullanılan Yöntemler

Verilerin analizinde öncelikle işletmelerin sosyo-ekonomik özellikleri (üreticilerin yaşı ve eğitim durumu, aile nüfusu, işgücü mevcudu, arazi mevcudu ve kullanımı, sermaye mevcudu) ve faaliyet sonuçları incelenmiştir. Bu aşamada işletmeler kayısı üretim alanı büyüklüğüne göre  $\leq 25$  dekar, 26-50 dekar ve  $51 \leq$  dekar olmak üzere üç gruba ayrılmıştır. Bu guruplara

ait işletme sayıları ise sırasıyla 78, 41 ve 40 işletme olarak belirlenmiştir.

İşletmelerde kayısı yetiştiriciliğinin ekonomik analizinde; elde edilen taze ve kuru kayısı verim düzeyleri ve üretim miktarları, kayısının pazarlanması ve üretici eline geçen fiyatlar, kullanılan girdi miktarları, üretim masrafları ve birim maliyetler ortaya konulmuştur.

Kayısı üretim masrafları değişken ve sabit masrafların toplanmasıyla hesaplanmıştır. Kayısı üretiminde değişken masraf unsurları gübre, ilaç, akaryakıt, su ve geçici işçilik masraflarından oluşmaktadır. Sabit masraflar üretim hacmine göre değişmeyen masraflardır. İncelenen işletmelerin sabit masraf unsurları içinde; masraflar toplamı faizi, yönetim karşılığı, arazi kirası ve tesis amortisman payı yer almaktadır.

İşgücü masraflarının hesaplanmasında işletmelerde geçici işçiler için ödenen ücretlere aile işgücü karşılığı eklenmiştir. Materyal masraflarının hesaplanmasında üreticilerin kullandığı girdi miktarları ve bu girdiler için ödenen cari fiyatlar esas alınmıştır. Makina çekigücü masraflarının hesabında homojenliği sağlayabilmek için, kendi alet-makinasını kullanan üreticiler için de yöredeki birim arazi işleme ücretleri (alet-makina kirası) esas alınmıştır. Nitekim birçok araştırmada bu yöntem uygulanmıştır (Engindeniz et al., 2006; Tiryakioğlu ve Artukoğlu, 2015).

Araştırmada yönetim karşılığının hesaplanmasında toplam masrafların %3'ü alınmıştır (Kıral ve ark., 1999). Arazi kirası olarak çıplak arazi değerinin %5'i hesaplanmıştır (Artukoğlu, 2002; Engindeniz et al.,

2003). Masraflar toplamı faiz karşılığının saptanmasında, T.C Ziraat Bankasının tarımsal kredi faiz oranı (%9) olarak alınmıştır. Tesis masrafları amortisman payının hesaplanmasında tesis dönemi 3 yıl, ekonomik ömür 35 yıl olarak dikkate alınmıştır (Çukur ve Saner, 2008; Uçar, 2011).

Araştırmada, gruplar arası farklılık olup olmadığını ortaya koymak amacıyla, öncelikle sürekli değişkenler için Kolmogorov-Smirnov testi uygulanarak normal dağılım gösteren ve göstermeyen değişkenler saptanmıştır. Normal dağılım göstermeyen değişkenler için Kruskal-Wallis testi kullanılmış, normal dağılım gösteren değişkenler için ise varyans analizi yapılmıştır (Özdamar, 2004).

### 3. Araştırma Sonuçları ve Tartışma

#### 3.1. Üreticilerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Üreticilerin yaşı, eğitimi ve tarımsal alandaki deneyimi işletmenin yönetimini ve karlılığını etkileyen faktörlerdir. Araştırma sonuçlarına göre; üreticilerin ortalama yaşı 52.36, ortalama eğitim süresi 6.92 yıl, ortalama tarımsal deneyimi 29.57 yıl, ortalama kayısı yetiştiricilik deneyimi ise 27.67 yıl olarak belirlenmiştir. Ortalama arazi büyüklüğü 52.68 dekar, ortalama hane büyüklüğü 4.66 kişi, ortalama aile iş gücü kullanım oranı %42.15, ortalama öz sermaye oranı %99.25 ve ortalama kayısı brüt gelir oranı %85.79 olarak hesaplanmıştır (Çizelge 1).

Çizelge 1

#### İncelenen İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri

| Sosyo-ekonomik özellikler                           | İşletme Grupları       |                        |                        |       |
|---|------------------------|------------------------|------------------------|-------|
|   | 1.Grup<br>(78 İşletme) | 2.Grup<br>(41 İşletme) | 3.Grup<br>(40 İşletme) | Genel |
| Üreticinin yaşı (*)                                 | 51.67                  | 52.61                  | 53.00                  | 52.36 |
| Üreticinin eğitimi (yıl) (*)                        | 7.30                   | 6.92                   | 7.25                   | 6.92  |
| Üreticinin tarımsal deneyimi (yıl) (*)              | 28.47                  | 30.05                  | 28.00                  | 29.57 |
| Üreticinin kayısı yetiştiricilik deneyimi (yıl) (*) | 27.71                  | 28.43                  | 26.88                  | 27.67 |
| Toplam arazi (da)                                   | 20.41                  | 46.29                  | 104.11                 | 52.68 |
| Ortalama hane büyüklüğü (kişi)                      | 4.25                   | 5.23                   | 4.52                   | 4.66  |
| Aile işgücü potansiyelini kullanma oranı (%)        | 66.03                  | 40.98                  | 19.44                  | 42.15 |
| Öz sermaye oranı                                    | 99.22                  | 98.99                  | 99.41                  | 99.25 |
| Kayısı brüt gelir oranı (%)                         | 83.36                  | 81.27                  | 93.42                  | 85.79 |

(\*) Gruplar arası farklılık anlamlıdır (p<0.05).

Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre üreticilerin eğitim süreleri yönünden işletme grupları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2$ :10.487; p=0.040). Yapılan varyans analizi sonuçlarına göre ise; üreticinin yaşı (F:12.057; p=0.001), tarımsal deneyimi (F:7.547; p=0.012) ve kayısı yetiştiriciliği deneyimi (F:12.183; p=0.001) yönünden işletme grupları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Malatya ilinde daha önce yapılan araştırmalarda üreticilerin ortalama yaşı; 49.30 yıl (Gültekin, 2004), 51.56 (Uçar, 2011), 53.57 (Aslan, 2013); üreticilerin ortalama eğitim süresi; 6.18 yıl (Gültekin, 2004), 7.22 yıl (Uçar, 2011), 6.15 yıl (Aslan, 2013);

üreticilerin ortalama tarımsal deneyimi ise; 29.21 yıl (Aslan, 2013) ve 25.58 yıl (Sarıbaşı, 2012) olarak saptanmıştır.

#### 3.2. Kayısı Üretim Alanı, Ağaç Sayısı ve Verim Özellikleri

İncelenen işletmelerde ortalama kayısı arazisi 26.41 dekar, ortalama toplam ağaç sayısı 247.45, ortalama kayısı ağacı yaşı ise 20.89 yıl olarak saptanmıştır. Bu veriler ışığında dekara düşen kayısı ağacı sayısı 9.37 olarak hesaplanmıştır (Çizelge 2).

Çizelge 2

İncelenen İşletmelerde kayısının alan, ağaç sayısı ve verim özellikleri

| Üretim özellikleri               | İşletme Grupları        |                         |                         | Genel  |
|----------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------|
|                                  | 1. Grup<br>(78 İşletme) | 2. Grup<br>(41 İşletme) | 3. Grup<br>(40 İşletme) |        |
| Ortalama ağaç yaşı (yıl)         | 19.57                   | 23.43                   | 20.87                   | 20.89  |
| Üretim alanı (da)                | 12.93                   | 27.05                   | 52.04                   | 26.41  |
| Toplam ağaç sayısı (adet)        | 118.83                  | 271.04                  | 474.08                  | 247.45 |
| Dekara düşen ağaç sayısı (adet)  | 9.15                    | 10.02                   | 9.11                    | 9.36   |
| Taze kayısı verimi (kg/ağaç) (*) | 104.91                  | 105.92                  | 80.91                   | 93.63  |
| Taze kayısı verimi (kg/da) (*)   | 964.11                  | 1061.30                 | 737.12                  | 877.26 |
| Kuru kayısı verimi (kg/da)       | 218.71                  | 187.65                  | 204.52                  | 197.12 |
| Kuru kayısı verimi (kg/ağaç)     | 24.94                   | 20.32                   | 19.55                   | 21.04  |

(\*) Gruplar arası farklılık anlamlıdır (p&lt;0.05).

Daha önce yapılan araştırmalarda işletme başına kayısı ağaç sayısı 276.33 adet (Saribaş, 2012), ağaç yaşı ise 19.20 yıl (Uçar, 2011) olarak saptanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre kayısı verimi incelendiğinde, dekara ortalama taze kayısı veriminin 877.26 kg ve ağaç başına veriminin 93.63 kg olduğu görülmektedir. İncelenen işletmelerde kayısı üreticileri taze kayısıyı kurutmalık olarak değerlendirmektedir. Dekara kuru kayısı veriminin 197.12 kg, ağaç başına kuru kayısı veriminin ise 21.04 kg olduğu saptanmıştır (Çizelge 2).

Daha önce yapılan başka bir araştırmada, dekara kuru kayısı verimi 158.64 kg ve ağaç başına kuru kayısı verimi 17.43 kg olarak belirlenmiştir (Uçar, 2011). Çukur ve ark. (2008) tarafından yapılan araştırmada dekara kayısı verimi 276.29 kg; ağaç başına kayısı verimi 30.66 kg olarak tespit edilmiştir.

Dekara taze kayısı üretimi 3. grup işletmelerde, ağaç başına verim ise 2. grupta daha yüksektir. Dekara kuru kayısı üretiminde 1. grup, ağaç başına verimde ise 3. grup işletmeler daha yüksek değere sahiptir (Çizelge 2). Bu durum iklim şartlarına, ağaç yaşına ve ağaçlara yapılan bakıma bağlıdır.

Çizelge 3

İncelenen İşletmelerde Kayısı Üretiminin Birim Maliyeti

| Maliyet Unsurları                             | İşletme Grupları        |                         |                         | Genel  |
|---|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------|
|   | 1. Grup<br>(78 İşletme) | 2. Grup<br>(41 İşletme) | 3. Grup<br>(40 İşletme) |        |
| Toplam değişken masraflar (TL/da) (*)         | 634.81                  | 703.05                  | 689.93                  | 677.06 |
| Toplam üretim masrafları (TL/da) (*)          | 928.10                  | 1004.53                 | 989.84                  | 975.42 |
| Toplam taze kayısı üretim miktarı (kg/da)     | 964.11                  | 1061.30                 | 737.12                  | 877.26 |
| Toplam kuru kayısı üretim miktarı (kg/da)     | 218.71                  | 187.65                  | 204.52                  | 197.12 |
| Birim taze kayısı üretim maliyeti (TL/kg) (*) | 0.96                    | 0.95                    | 1.34                    | 1.11   |
| Birim kuru kayısı üretim maliyeti (TL/kg) (*) | 4.24                    | 5.35                    | 4.84                    | 4.94   |

(\*) Gruplar arası farklılık anlamlıdır (p&lt;0.05).

Varyans analizi sonuçlarına göre, değişken masraflar yönünden işletme grupları arasındaki farklılık istatistiksel açıdan anlamlıdır (F:8.505; p=0.015). Yine yapılan Varyans analizi sonuçlarına göre üretim masrafları yönünden işletme grupları arasındaki farklılık istatistiksel açıdan anlamlıdır (F:4.288; p=0.012).

Kruskal Wallis testi sonuçlarına göre ağaç başına elde edilen taze kayısı verimi yönünden işletme grupları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2$ :7.401; p=0.041). Varyans analizi sonuçlarına göre de dekara elde edilen taze kayısı verimi yönünden işletme grupları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F:8.767; p=0.001).

### 3.3 Kayısı Üretim Masrafları ve Birim Maliyet

Kayısıda üretim dönemi masrafları; işgücü ve çeki gücü masrafları, materyal (gübre, ilaç vb.) masrafları, masraflar toplamının faizi, yönetim karşılığı, çıplak arazi değerinin faiz karşılığı ve tesis masrafları amortisman payından oluşmaktadır.

İncelenen işletmelerde dekara yapılan ortalama kayısı üretim masrafı 975.29 TL olarak hesaplanmıştır (Çizelge 3). Dekara toplam masrafın unsurlara göre dağılımı incelendiğinde toplam masrafların 1. grupta %68.40'nı, 2. grupta %69.99'unu ve 3. grupta %69.70'ni değişken masrafların oluşturduğu belirlenmiştir. İşletmeler ortalaması olarak toplam üretim masraflarının %69.41'ini değişken masraflar ve %30.59'luk kısmını ise diğer masraflar oluşturmaktadır.

İncelenen işletmelerde taze kayısının ortalama maliyeti 1.11 TL/kg olarak saptanmıştır. Taze kayısı maliyeti gruplar itibari ile değerlendirildiğinde en düşük maliyetin 0.95 TL/kg ile 2. gruptaki işletmelerde, en yüksek maliyetim ise 1.34 TL/kg ile 3. grup işletmelerde olduğu tespit edilmiştir. İncelenen işletmelerde kuru kayısının ortalama maliyeti ise 4.94 TL/kg olarak

saptanmıştır. Kuru kayısı maliyeti gruplar itibari ile değerlendirildiğinde en düşük maliyetin 4.24 TL/kg ile 1. gruptaki işletmelerde, en yüksek maliyetin ise 5.35 TL/kg ile 2.grup işletmelerde olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 3).

Kruskal Wallis testi sonuçlarına kuru kayısı birim maliyeti yönünden işletme gruplarına göre farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2$ :12.188; p=0.010). Varyans analizi sonuçlarına göre ise, taze kayısı birim maliyeti yönünden işletme gruplarına göre farklılık istatistiksel olarak yine anlamlı bulunmuştur (F:7.057; p=0.001).

Çizelge 4  
İncelenen İşletmelerde Üretilen Kuru Kayısının Pazarlandığı Yerler

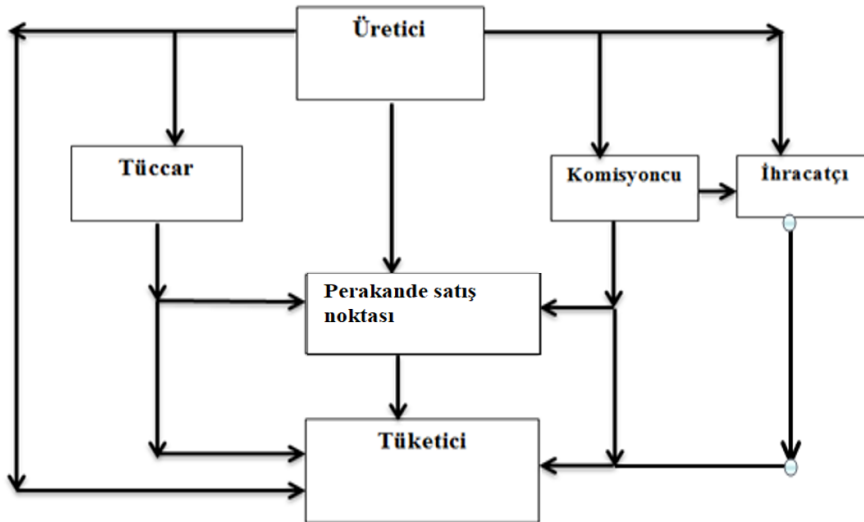
| Pazarlama yeri | İşletme Grupları       |        |                        |        |                        |        | Genel | (%)    |
|----------------|------------------------|--------|------------------------|--------|------------------------|--------|-------|--------|
|                | 1.Grup<br>(78 İşletme) | (%)    | 2.Grup<br>(41 İşletme) | (%)    | 3.Grup<br>(40 İşletme) | (%)    |       |        |
| Tüccar         | 30                     | 38.46  | 17                     | 41.46  | 15                     | 37.50  | 62    | 38.99  |
| Komisyoncu     | 23                     | 29.49  | 14                     | 34.15  | 11                     | 27.50  | 48    | 30.19  |
| İhracatçı      | 25                     | 32.05  | 10                     | 24.39  | 14                     | 35.00  | 49    | 30.82  |
| Toplam         | 78                     | 100.00 | 41                     | 100.00 | 40                     | 100.00 | 159   | 100.00 |

Alıcılar ürünü genelde işletme ambarından almaktadır. Kuru kayısı işletmede torbalara konularak götürülmektedir. Kuru kayısı pazarlama kanalında tüccar, komisyoncu, ihracatçı ve perakende satış noktası gibi aktörler bulunmaktadır (Şekil 1). Araştırma bölgesinde üreticiler ürettikleri kayısıyı taze olarak da pazarlamaktadır. Taze kayısı genelde tüccar, komisyoncu ve mey-

### 3.4 Kayısı Pazarlaması ve Üretici Eline Geçen Fiyatlar

Üretilen kuru kayısılarından yeterli gelirin elde edilebilmesi için uygun şartlarda pazarlanması gerekmektedir. İncelenen işletmelerde üreticiler kuru kayısıyı tüccar, komisyoncu ve ihracatçıya pazarlamaktadırlar. Üreticilerin %38.99'u tüccara, %30.19'u komisyoncuya ve %30.82'si ihracatçıya pazarladığını belirtmiştir (Çizelge 4). Çukur ve ark. (2008) tarafından yapılan araştırmada üreticilerin %86.21'inin toptancıya, %12.07'sinin ise ihracatçıya kayısı pazarladığı belirlenmiştir.

ve suyu fabrikalarına pazarlanmaktadır. Taze kayısı daha çok iç pazarda değerlendirilmektedir. Araştırma bölgesinde bazı üreticilerin taze kayısıyı kurutmalık olarak değerlendiren diğer üreticilere pazarladıkları da tespit edilmiştir. Ağaç dalından kopartılan taze kayısılar plastik kasalar içinde alıcılara ulaştırılmaktadır



Şekil 1

### İncelenen İşletmelerde Kuru Kayısı Pazarlama Kanalı

Araştırma alanında üreticiler kuru kayısıyı daha çok hasattan kısa süre sonra satmaktadır. Görüşme yapılan 159 üreticinin en fazla kuru kayısı sattıkları aylar; %34.59 ile Eylül, %27.04 ile Ekim ve %16.98 ile Kasım'dır. Kuru kayısının bu aylarda çok satılmasının nedeni işletmecinin likidite azlığından dolayı işgücü

masraflarını ödeyememesidir. Araştırma alanında üreticilerin Ocak, Şubat, Mart ve Aralık aylarında da kuru kayısı sattıkları tespit edilmiştir (Çizelge 5). Üreticiler taze kayısıyı Haziran ayı sonu ile Ağustos ayı başına kadar olan dönemde pazarlamaktadır.

Çizelge 5  
İncelenen İşletmelerde Kuru Kayısı Satış Zamanı

| Aylar  | İşletme Grupları       |        |                        |        |                        |        | Genel | (%)    |
|--------|------------------------|--------|------------------------|--------|------------------------|--------|-------|--------|
|        | 1.Grup<br>(78 İşletme) | (%)    | 2.Grup<br>(41 İşletme) | (%)    | 3.Grup<br>(40 İşletme) | (%)    |       |        |
| Ocak   | 3                      | 3.85   | -                      | -      | 2                      | 5.00   | 5     | 3.15   |
| Şubat  | 2                      | 2.56   | 2                      | 4.88   | -                      | -      | 4     | 2.52   |
| Mart   | 2                      | 2.56   | 3                      | 7.32   | 2                      | 5.00   | 7     | 4.40   |
| Eylül  | 25                     | 32.05  | 16                     | 39.02  | 14                     | 35.00  | 55    | 34.59  |
| Ekim   | 22                     | 28.21  | 11                     | 26.83  | 11                     | 27.50  | 44    | 27.67  |
| Kasım  | 16                     | 20.51  | 4                      | 9.75   | 7                      | 17.50  | 27    | 16.98  |
| Aralık | 8                      | 10.26  | 5                      | 12.20  | 4                      | 10.00  | 17    | 10.69  |
| Toplam | 78                     | 100.00 | 41                     | 100.00 | 40                     | 100.00 | 159   | 100.00 |

Araştırma alanında daha önce yapılan bir araştırma üreticilerin en çok kuru kayısı sattıkları ay Eylül (%60.00) ayı olarak belirlenmiştir (Uçar, 2011).

Araştırma bölgesinde kuru kayısı fiyatları iklim koşulları dolayısıyla verimde meydana gelen değişikliğe bağlı olarak piyasadaki arz talep dengesi ile oluşmaktadır. Üreticiler hasattan sonra ürünü piyasaya sunmaktadır. Bu zaman diliminde (Eylül-Ekim-Kasım) kuru kayısı fiyatları daha düşük olmaktadır. Kış aylarında üreticiler daha az miktarda kuru kayısıyı satmaktadır. Bu nedenle fiyatlar daha yüksek bir seyir izlemektedir. Bahar aylarında ise kuru kayısı fiyatlarını etkileyen en büyük etmen kayısı ağaçlarında don hasarının olması veya olmamasıdır. Don olayı gerçekleşirse bölgede

kayısı rekoltesi azalmakta ve fiyatlar yükselmektedir. Don olayı gerçekleşmezse piyasada ürün bolluğu yaşanacağından dolayı fiyatlar aynı ya da daha düşük bir değerde gerçekleşmektedir. Taze kayısı fiyatları ise piyasadaki ürün miktarına bağlı olarak şekillenmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre üretici eline geçen ortalama kuru kayısı fiyatı 5.70 TL, taze kayısı fiyatı ise 1.52 TL olarak tespit edilmiştir (Çizelge 6). Yapılan Varyans analizi sonuçlarına göre kuru (F:10.860, p=0.005) ve taze kayısıda (F:11.095, p= 0.001) üreticilerin eline geçen fiyatlar yönünden işletme gruplarına göre farklılık istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur.

Çizelge 6  
İncelenen İşletmelerde Üretici Eline Geçen Taze ve Kuru Kayısı Fiyatları (TL/kg)

| Fiyatlar               | İşletme Grupları       |                        |                        | Genel |
|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-------|
|                        | 1.Grup<br>(78 İşletme) | 2.Grup<br>(41 İşletme) | 3.Grup<br>(40 İşletme) |       |
| Kuru kayısı fiyatı (*) | 5.57                   | 5.73                   | 5.91                   | 5.70  |
| Taze kayısı fiyatı (*) | 1.51                   | 1.42                   | 1.65                   | 1.52  |

(\*) Gruplar arası farklılık anlamlıdır (p<0.05).

#### 4. Sonuç

Kayısı üretimi dünyada ve Türkiye’de artarak devam etmektedir. Kuru kayısının zengin içeriği ve insan beslenmesine faydalarından dolayı tüketimi de hızla artmıştır. Üretim alanı ve ağaç sayısının artması, kayısı üretiminin gelecekte de devam edeceğini göstermektedir. Türkiye’de kayısı üretiminin etkin olarak devam etmesi için bu alana yönelik teknik ve ekonomik düzeydeki bilimsel araştırmaların artırılması gerekmektedir. Ayrıca yöresel düzeyde yapılacak araştırmalarla üreticilerin üretim ve pazarlamada karşılaştıkları sorunlar saptanmalı ve uygun politika önerileri geliştirilmelidir. Kayısının Türkiye ekonomisine yaptığı katkının artırılması amacıyla üreticilerin ihracata yönelik üretim konusunda yönlendirilmesi ve potansiyel pazarların araştırılması gerekmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre üreticiler 1 kg kuru kayısıdan 0.76 TL, 1 kg taze kayısıdan ise 0.41 TL net

kar elde edebilmektedir. Kayısı yetiştiriciliğinde toprak işleme, gübreleme, ilaçlama, sulama, hasat vb. işlemlerin doğru ve kurallara uygun yapılması kayısı üretimini artıracak gibi, üreticinin gelirinde artış da meydana getirecektir. Üreticilerin, kayısı pazarlama kanalı ve üretici eline geçen fiyatlar hakkında bilgi sahibi olması, kayısı satışını değişik aylarda yapması da kârı arttırmaları açısından önemli olmaktadır.

Kayısı uzun bir pazarlama kanalından sonra tüketici tarafından satın alınmaktadır. Üreticilerin önemli bir kısmı ürününü tüccara satmaktadır. Malatya ilinde yaşanan tarımsal don üretimi etkilemekte ve dolayısıyla ürün arzını belirlemektedir. Kayısı fiyatları yaşanan tarımsal don durumuna göre piyasadaki kayısı arzına göre oluşmaktadır. Üretilen kuru kayısının büyük bir miktarı, işgücü maliyetini karşılamak için, hasattan hemen sonra satılmaktadır. Bu durum piyasada arz bolluğuna neden olmakta ve fiyatları olumsuz yönde etkilemektedir. Hasat sonrası yaşanan işgücü maliyetinin karşılanabilmesi için üreticilere düşük faizli kredi

imkanı sunulmalıdır. Üreticiler sigorta konusunda bilgilendirilmeli ve TARSİM uygulamasından yararlanmaları sağlanmalıdır. Kayısı pazarlamasının etkin olarak yapılabilmesi için pazarlama kooperatifleri kurulmalıdır. Pazarlama kanalının kısıtlanmasında kooperatifler ürünü yurt dışına doğrudan da pazarlamalıdır. Kuru kayısının Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsasında değerlendirilmesi sağlanmalıdır. Kayısı piyasada taze ve kurutulmuş olarak tüketilmektedir. Özel sektörde de kayıstan katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesi sağlanmalıdır. Kayısının hammadde olarak kullanılması artırılmalıdır. Kayısı zengin besin içeriği nedeniyle insan sağlığına önemli katkıda bulunmaktadır. Kayısının sağlıklı yaşam üzerine olan bu katkısı ülke genelinde basılı ve görsel medyada anlatılmalıdır.

## 5. Teşekkür

Bu çalışmanın hazırlanmasına dayanak olan 14-ZRF-047 No'lu projeye finansal destek sağlayan E.Ü. Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu'na ve anket sorularına sabırla yanıt veren yöre üreticilerine teşekkür ederiz.

## 6. Kaynaklar

- Adanacıoğlu H, Saner G, Uçar K (2011). Finansal krizde vadeli işlem piyasalarının önemi, tarım sektörü açısından yaklaşımlar Malatya ili kuru kayısı üreticileri örneği. *1. Ali Numan Kıraç Tarım Kongresi*, 13-21, Eskişehir.
- Artukoğlu M M (2002). A research on the socio-economic features of the olive oil producers in western part of Turkey: production, organization, marketing problems and solutions, *Pakistan Journal of Biological Sciences*, 5(3):371-374.
- Aslan A (2013). Malatya İlinde Organik ve Konvansiyonel Kayısı Üretimi Yapan İşletmelerin Karşılaştırmalı Ekonomik Analizi. *Kahramanmaraş Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*, Kahramanmaraş.
- Asma BM (2000). Kayısı Yetiştiriciliği. *Evin Ofset*, Malatya.
- Çatı K, Yıldız S (2007). Türkiye'de kuru kayısı üretim ve pazarlama problemleri ve çözüm önerileri. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 21(1):337-360.
- Çukur F, Saner G (2008). Malatya ili kayısı üretiminde riskin ölçülmesi ve riske karşı oluşturulabilecek stratejiler. *EÜ Ziraat Fakültesi Dergisi* 46(1):33-42.
- Çukur F, Saner G, Çukur T, Uçar K (2008). Malatya ilinde kayısı üreticilerinin riskin transferinde tarım sigortasına bakış açılarının değerlendirilmesi; Doğanşehir ilçesi Polatdere köyü örneği. *EÜ Ziraat Fakültesi Dergisi* 45(2):103-111.
- Dellal I, Koç A (2003). An econometric analysis of apricot supply and export demand in Turkey. *Turkish Journal Agric Forestry* 27(2003):313-321.
- Engindeniz S, Çukur F, Engindeniz D (2003). Alternative opportunities for small farms: a case study on technical and economic analysis of peach growing. *Journal of Agriculture and Food Information* 5(4): 47-58.
- Engindeniz S, Çukur F, Engindeniz D (2006). Factors affecting the profitability of peach growing in Turkey. *Agricultura Tropica Et Subtropica* 39(4):227-232.
- FAOSTAT (2018). Crop Production and Trade Statistics, <http://faostat.fao.org>, Erişim tarihi: 10 Ocak 2018.
- Gezer İ, Pekteki T, Aygül H, Polat İ (2009). Malatya Kayısı Raporu. *Bilgi Yolu Eğitim, Kültür ve Sosyal Araştırmalar Merkezi Yayınları*, Malatya.
- Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Malatya İl Müdürlüğü 2012 Yılı Kayıtları, Malatya.
- Gültekin U (2004). Türkiye'de Organik Kuru Kayısı Üretiminin Ekonomik Analizi. *Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü*, Doktora Tezi, Adana.
- Gültekin U, Adanacıoğlu H (2004). Production and marketing of organic dried apricot in Turkey, the market for organic products in the Mediterranean region. *Cahiers Options Méditerranéennes* pp:287-294.
- Gündoğmuş E (2006). A comparative analysis of organic and conventional dried apricot production on small households in Turkey, *Asian Journal of Plant Sciences* 5(1):98-104.
- Gündüz O, Ceyhan V, Esengün K (2011). Measuring the technical and economic efficiencies of the dry apricot farms. *Journal of Food Agriculture and Environment* 9 (1):319-324.
- Gündüz O (2010). Effect of exchange rate on dried apricot export in Turkey: A vector autoregression (VAR) analysis, *African Journal of Agricultural Research* 5(18): 2485-2490.
- Kıral T, Kasnakoğlu H, Tatlıdil FF, Fidan H, Gündoğmuş E (1999). Tarımsal Ürünler İçin Maliyet Hesaplama Metodolojisi ve Veri Tabanı Rehberi, TEAE Yayın No:37, Ankara.
- Malatya Ticaret Borsası (MTB) (2018). 2016 Yılı Kayıtları, Malatya.
- Mancı R, Binici T, Işgın T (2011). Malatya ilinde kayısı üretim maliyeti. *GAP VI. Tarım Kongresi Bildiriler kitabı*, Şanlıurfa.
- Newbold P (1995). Statistics for Business and Economics. *Prentice-Hall International*, New Jersey.
- Olgun FA, Adanacıoğlu H, Peker K (2003). Türkiye'de Kuru Kayısı Üretim, Pazarlama Durumu ve Alternatif Pazarlama Olanakları Üzerine Bir Araştırma: Malatya İli Örneği. *Malatya Kayısı Araştırma Geliştirme ve Tanıtma Vakfı Yayınları*, Malatya.
- Özdamar K (2004). Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-2, 5.Baskı, Eskişehir, Kaan Kitabevi.

- Öztürk D, Karakaş G (2017). Kayısı üretimi ve pazarlama sorunları; Malatya ili örneği, *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi* 4:113-125.
- Sarıbaş EB (2012). Türkiye Kayısı Sektörünün Ekonomik Analizi: Malatya İli Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.*
- Temel M, Öztürk M (2014). Türkiye yaş kayısı üretimi ve ihracatı. *XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi Bildiriler Kitabı*, Samsun.
- Tiryakioğlu M., Artukoğlu MM (2015). Sofralık zeytin üretimi, pazarlaması, sorunlar ve çözüm önerileri: Akhisar ilçesi örneği, *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 52(2):131-139.
- Topçu Y, Uzundumlu, AS (2010). Taze kayısının dünya ve Türkiye'deki mevcut durumu. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi* 3(1):43-53.
- TÜİK (2018). Tarımsal İstatistikler ve Fiyat İstatistikleri, <http://www.tuik.gov.tr>, (Erişim tarihi: 25 Ocak 2018).
- Uçar K (2011). Malatya İlinde Organik ve Konvansiyonel Kuru Kayısı Üretiminin Ekonomik Analizi. *Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek lisans Tezi. İzmir.*
- Uçar K, Engindeniz S (2016). Economic aspects of fresh apricot production in Turkey. *International Scientific Days 2016: The Agri-Food Value Chain: Challenges for Natural Resources Management and Society Proceedings*, 163-168, Nitra.
- Uçar K, Saner G, Engindeniz S (2017). The comparative economic analysis of organic and conventional dried apricot production: a case study for Turkey, *Fresenius Environmental Bulletin* 26 (7): 4555-4560.