

TARIM EKONOMİSİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

The Journal of Agricultural Economics Researches

ISSN: 2149-3948

Cilt (Volume): 4

Sayı (Issue): 2

2018

TARIM EKONOMİSİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

The Journal of Agricultural Economics Researches

Yayın Sahibi / Published by

Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü Müdürlüğü Adına
On behalf of the Agricultural Economics and Policy Development Institute
Enstitü Müdürü / Manager of the Institute
Mehmet Cihad KAYA

Editör / Editor-in-chief

Dr. Gonca GÜL YAVUZ

Yayın Kurulu / Editorial Board

Dr. Zeliha YASAN ATASEVEN
Volkan BURUCU
Dr. Umut GÜL
Dr. Kübra POLAT

Yayın Türü / Type of Publication

Yaygın süreli / Widely Distributed Periodical

Yayın Dili / Language

Türkçe ve İngilizce / Turkish and English

Hakemli bir dergidir / Peer reviewed journal

Altı ayda bir yayınlanır / Published biannually

Kapak Tasarım / Cover page design

Ümit GÜRER

Adres (Postal Addresses): Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü,

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Üniversiteler Mah. Dumlupınar Bulvarı

Çankaya/ANKARA/TÜRKİYE

Tel: +90 312 2875833 Belgegeçer (Fax): +90 312 2875458

e-posta (e-mail): tead.tepge@gmail.com

Basım Yeri: Ses Reklam Paz. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti

Turgutreis Caddesi Ayten Sokak No:28/7 Mebusevler/ANKARA

TARIM EKONOMİSİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

The Journal of Agricultural Economics Researches

İÇİNDEKİLER (Contents)

Sayfa
(Page)

Araştırma Makaleleri (Research Articles)

İslah Edilmiş Meraların Sürdürülebilirliği Üzerine Bir Araştırma: Amasya-Tokat-Sivas Örneği
(A Research on Sustainability in the Improved Pastures: Case of Sivas-Amasya-Tokat)

Gülçin ALTINTAŞ, Atila ALTINTAŞ, Erol ÇAKMAK, Okan DEMİR 1-16

Ankara İli Tarım İşletmelerinin Sermaye Yapısı ve Tarımsal Kredilerin Geri Ödenmesinde Etkili Faktörlerin Analizi
(Capital Structure of Farms and Analysis of Factors Affecting Repayment of Agricultural Credits in Ankara)

Fatma TOSUN, Erdoğan GÜNEŞ 17-24

Kırmızı Et ve Ürünlerinde Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerinde Etkili Olan Faktörler
(The Factors Affecting Purchasing Preferences of Consumers in Red Meat and Products)

Levent SEVİMLİ, Bülent GÜLÇUBUK 25-33

İhracata Yönelik Devlet Yardımları Üzerine Bir Değerlendirme: Kuru Meyveler ve Mamülleri Sektörü Örneği
(An Assessment on the State Aids towards Exports: A Case Study of Dry Fruits and Products Sector)

Şule AZAK, Gamze SANER 34-45

Derleme Makale (Review Article)

Türkiye'nin Afrika Ülkelerine Tarım Ürünleri Ticareti
(Turkey's Agricultural Trade with African Countries)

Abdoul-Aziz ALİ SARA, İlkey DELLAL 46-57

TEAD Yazım Kuralları 58-60

TARIM EKONOMİSİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

The Journal of Agricultural Economics Researches

Hakem Kurulu/ Referee Board (*Soyadına göre alfabetik sırayla / in alphabetical order by surname*)

Doç. Dr. Yener ATASEVEN
Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Prof. Dr. Tecer ATSAN
Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Prof. Dr. Zeki BAYRAMOĞLU
Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Prof. Dr. İsmet BOZ
Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Prof. Dr. Mehmet BOZOĞLU
Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Prof. Dr. Dilek BOSTAN BUDAK
Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Doç. Dr. Hacer ÇELİK ATEŞ
*Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Tarım Bilimleri ve Teknolojileri Fakültesi*

Prof. Dr. İlkay DELLAL
Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Prof. Dr. Kürşat DEMİRYÜREK
Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Prof. Dr. Gülistan ERDAL
Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Doç. Dr. Fatma Handan GİRAY
*Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Tarım Bilimleri ve Teknolojileri Fakültesi*

Doç. Dr. Bülent GÜLÇUBUK
Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi

Doç. Dr. Orhan GÜNDÜZ
İnönü Üniversitesi Battalgazi Meslek Yüksekokulu

Prof. Dr. Nuray KIZILASLAN
Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Prof. Dr. Cennet OĞUZ
Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Doç. Dr. Esen ORUÇ
Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Prof. Dr. Orhan ÖZÇATALBAŞ
Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi

Doç. Dr. Şule TURHAN
Uludağ Üniversitesi, Ziraat Fakültesi

Islah Edilmiş Meraların Sürdürülebilirliği Üzerine Bir Araştırma: Amasya-Tokat- Sivas Örneği*

Gülçin ALTINTAŞ¹ Atila ALTINTAŞ² Erol ÇAKMAK² Okan DEMİR³

Öz

Çalışmada Tokat, Amasya ve Sivas illerinde ıslah ve amenajman işlemleri tamamlanmış meralarda sürdürülebilirliği etkileyen faktörler çiftçi görüşleri doğrultusunda belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda mera ıslah çalışmalarının meydana getirdiği değişimler belirlenmiştir. Mera ıslahı sonucu araştırma alanındaki meralar üzerinde kaba yem veriminde artış olduğu, işletmedeki hayvan sayısı ve hayvansal ürünlerde artış olduğu, işletmede tüketilen yem miktarında azalma olduğu belirlenmiştir. Yem bitkisi üretmeye başladıktan sonra üreticilerin merayı kullanma durumlarında herhangi bir değişikliğin olmadığı belirlenmiştir. Otlatma baskısı devam etmektedir. Mera kanunu ve yönetmeliği hakkında kullanıcıların çoğu bilgi sahibi değildir. Mera Yönetim Birlikleri araştırma alanının bir bölümünde kurulmamış ve kurulan Mera Yönetim Birlikleri ise faaliyetlerini gerçekleştirememiştir. Islah edilmiş meraların sürdürülebilirliğini belirleyen faktörlerin tespit edilmesinde binomial probit model kullanılmıştır. Model sonuçlarına göre; sosyo-ekonomik özelliklerden yaş ve mesleki deneyim faktörleri, ıslah çalışması sonrası meydana gelen bazı değişimlerden hayvanların yem tüketiminde azalma, et ve süt maliyetinde azalma, meradaki ot kalitesindeki değişim faktörleri ve üreticilerin mera ile ilgili bilgi düzeylerinden mera kanunu bilme, otlatma planını bilme faktörleri istatistiki olarak önemli bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Merada sürdürülebilirlik, Mera ıslah çalışmaları, Probit, Tokat, Amasya, Sivas,

A Research on Sustainability in the Improved Pastures: Case of Sivas-Amasya-Tokat

Abstract

Study were determined the direction of farmers' views on the factors affecting the sustainability in pastures that completed procedures of improvement and management in Tokat, Amasya and Sivas provinces. The changes brought about by the pasture improvement in the direction of the aim of this study were determined. As a result of pasture improvement it was determined that yield of roughage in the pastures and the number of animal and amount of animal products were increased in the research area. It has been determined that there is no change in the use of pasture by producers after starting to produce feed plants and grazing pressure was continued. Most users do not have knowledge about pasture law and regulations. Pasture Management Units were not established in a part of the research area however Pasture Management Units that were established could not carry out their activities. The binomial probit model was used to determine the factors that identify the sustainability of improved pastures. According to model results; age and occupational experience factors of socio-economic characteristics, the factors change in herbage quality in pasture, decrease in feed consumption of animals, decrease in meat and milk costs from the changes brought about by the pasture improvement and factors of knowing the pasture law and knowing the grazing plan were statistically significant.

Keywords: Pasture sustainability, Pasture improvement studies, Probit, Tokat, Amasya, Sivas

JEL: Q10, Q24, Q56, C30

Geliş Tarihi (Received): 07.05.2018

Kabul Tarihi (Accepted):17.07.2018

¹ Sorumlu yazar (Corresponding author), Orta Karadeniz Geçit Kuşağı Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Tokat, altintasgulcin@gmail.com

² Orta Karadeniz Geçit Kuşağı Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Tokat.

³ Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Erzurum.

*Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü tarafından desteklenen TAGEM/TEAD/13/A15/P01/005 numaralı projeden hazırlanmıştır.

1. Giriş

Yerkürenin büyük bir bölümü çayır ve mera alanlarından oluşmaktadır. FAO verilerine göre dünya mera alanı 3.3 milyar hektar olup, tarım alanlarının %67'sini, kara alanlarının da %25'ini kapsamaktadırlar. Bu alanların %12'si Çin'de bulunmakta ve bu ülkeyi sırasıyla Avustralya (%10), ABD (%8), Brezilya (%6), Kazakistan (%6), Suudi Arabistan (%5) ve diğer ülkeler (%53) izlemektedir (FAO, 2015).

Türkiye'de ise 1940 yılında 44.2 milyon hektar olan çayır ve mera alanları olumsuz nedenlerden dolayı 1991 yılına kadar büyük bir azalış göstermiştir (Volkan, 2011).

Mera Kanunu'nun kabul edilmesiyle birlikte 1998 yılında meralarda tespit ve tahdit çalışmaları başlamış ve yapılan çalışmalarla birlikte 2015 yılına kadar olan süreçte mera alanları 12.3 milyondan 14.6 milyon hektara çıkarılmıştır (Anonim, 2015).

Meralar üzerindeki olumsuzlukları önlemek ve verimlerini arttırmak için, 1998 yılında 4342 sayılı mera kanunu çerçevesinde 2000-2014 yılları arasında 10 milyon 348 bin hektar mera alanında tespit, 5983 bin hektar tahdit ve 3660 bin hektarda tahsis çalışması yapılmıştır. Tahsis çalışması tamamlanmış olan mera alanlarında ıslah ve amenajman projeleri devam etmekte olup 2014 yılına kadar 1083 proje ile 5065 bin dekar alanda çalışmalar devam etmektedir (Anonim, 2015).

Mera, yaylak ve kışlak alanlara özgü bir yasanın olmaması nedeniyle, bu alanlar uzun yıllar bilinçsiz ve kontrolsüz kullanılmış, ancak 1998 yılında 4342 sayılı Mera Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile büyük bir adım atılmıştır. 4342 sayılı mera yasası, meralara ilişkin çeşitli yasalar içinde yer alan kuralları birleştiren ve meraların hukuki konumu, belirlenmesi ve korunmasına yönelik ilkeleri düzenleyen bir yasadır. Yasanın etkinliği, uygulanmasında ortaya çıkabilecek eksiklik ve hataların ivedi olarak düzenlenmesi koşuluna bağlıdır (Gün, 1998).

Düşük kalitedeki verimsiz meraların verimlerini yükseltmek, bu meralardan en yüksek verimi elde etmek ve elde edilen yemin kalitesini artırmak için yapılan işlemlerin hepsine çayır ve mera ıslahı denir. Yapılan ıslah çalışmalarında birinci amaç, çayır meralarda üretilen otun miktarını ve kalitesini artırmak, ikinci ise üretilen bu ottan hayvanların en iyi şekilde faydalanmasını sağlamaktır.

Meralardan en iyi şekilde yararlanmada, meraların ıslah edilmesi önemli olduğu kadar meraların doğru yönetilmesi yani doğru otlatılması da önemlidir (Mutlu, 2017).

Ekonomik, sosyal ve kültürel yapıya bağlı olarak meraların yaygın şekilde zamansız ve hatalı otlatılması, dünyada olduğu gibi ülkemizde de buraların bozulmasının temelini teşkil etmektedir. Dolayısıyla mera yönetimindeki yanlışlıklar ıslahı doğurmaktadır (Anonim, 2017). ıslah çalışması ile iyileştirilen meraların sosyo-ekonomik ve kültürel yapıdan etkilenme durumu, iyileştirmenin sürdürülebilirliği çalışma kapsamında değerlendirilmiştir.

Mera alanlarının iyileştirilmesi ve bu iyileşmenin sürdürülebilir olması, hayvancılığın gelişmesinde ve düşük maliyetli hayvansal ürün elde edilmesinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu açıdan mera ıslah çalışmalarının sonuçlarının ortaya konulması devam eden ıslah çalışmalarının başarısı bakımından önemli görülmektedir. Yapılan projelerin sadece ıslaha yönelik olmaması sonuçlarının da ortaya konularak eksikliklerinin giderilmesi önemlidir.

Çalışmada Tokat, Amasya ve Sivas illerinde ıslah ve amenajman işlemleri tamamlanmış meraların mevcut kullanım şekilleri ortaya konulmuş ve mera ıslah çalışmalarının etkinliği belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu amaçla, meraların sürdürülebilir kullanımını etkileyen faktörler, mera ıslah çalışmalarının meydana getirdiği değişimler, mera çalışmalarının kullanıcılar üzerindeki etkileri ve meraların sürdürülebilirliği tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. Materyal ve Metot

Araştırmanın birincil veri kaynağını Tokat, Amasya ve Sivas illerinde mera ıslah çalışmasının tamamlandığı köylerdeki üreticilerle yapılan anket çalışmaları oluşturmaktadır.

Çalışmada küme (salkım) örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Çiçek ve Erkan, 1996). Örnekleme aşamasında köyde yaşayan üreticilerin tamamı popülasyon kabul edilmiştir. Çalışma alanı olarak seçilen 3 ilde 34 köyde mera ıslah çalışması tamamlanmıştır (Anonim, 2012). Her bir ildeki işletme sayısı dikkate alınarak %5'i ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Uygulanan anketler %50'si hayvanı olan, %50'si hayvanı olmayan işletmelerden seçilmiştir. Örnek işletmeler tesadüfi olarak seçilmiştir. Amasya ilinde 42, Sivas ilinde 40, Tokat ilinde 106 olmak üzere toplam 188 adet anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada mera alanları ve ıslah çalışmaları değerlendirilmiştir. Bu çerçevede, üreticilerin meranın verimini artırmaya yönelik faaliyetler, mera ıslah çalışmalarına katılım, mera ıslahından sonra meydana gelen değişimler, meraların amaç dışı kullanılma durumu, mera alanlarının yönetimi, otlatma ile ilgili durumlar ortaya konmaya çalışılmış ve değerlendirmelerde ortalamalar ve basit yüzde hesapları kullanılmıştır. Hayvan varlığının ortaya konulmasında, büyükbaş hayvan birimi (BBHB) kullanılmıştır (Bakır, 1987; Erkuş vd., 1995; Karaaslan, 2000).

Islah edilmiş meraların sürdürülebilirliğine etkili olan faktörleri analiz etmek üzere probit model kullanılmıştır. Bağımlı değişkenin kategorik ya da nominal olduğu durumlarda ve bağımsız değişkenlerde de aynı tip ölçek mevcutsa, bu veri setine en uygun model tipi probit, lojistik ve doğrusal olasılık modelleridir (Maddala, 1983; Akın, vd, 2000; Nayga vd., 2002; Freese and Long, 2006; Gündüz ve Emir, 2010; Kızılgöl, 2012).

Probit analizi lojistik regresyona alternatif kullanılan bir model olup, her iki analizde

birbirlerine oldukça benzer ve her iki yöntem ile elde edilen olasılık tahminleri birbirlerine yakın değerdedir (Topçu, 2008). İfade edilen varsayımlara uyumlu olarak, çalışmada probit regresyon modeli kullanılmıştır. Islah edilmiş meraların sürdürülebilir olduğunu kabul etme "1" sürdürülebilir olmadığını kabul etme "0" değişkenleri ile kodlanmıştır. Bu bağımlı değişkeni açıklamada on dört adet bağımsız değişken ile çalışılmıştır. Probit regresyon analizinin çözümünde, LİMDEP istatistik programı kullanılmıştır.

Tahmin edilen regresyon modelinin fonksiyonel formu aşağıdaki gibidir.

$$S = f(YAS, EGT, MD, İK, TDG, MKB, HYTA, BSA, ESVA, OVA, ESMA, MBKD, OPB, OS)$$

Sınırlı bağımlı (nominal) değişken;

S: Islah edilmiş meraların sürdürülebilir olduğunu kabul etme:1, sürdürülebilir olmadığını kabul etme:0

Bağımsız (sürekli ve nominal) değişkenler;

YAS: Çiftçi yaşı (yıl)

EGT: Eğitim durumu (Lise-Üniv:1, Diğer:0)

MD: Çiftçilerin mesleki deneyim süresi (yıl)

İK: İkamet edilen yer (Kır:1, Kent:0)

TDG: Tarım dışı gelir (Var:1, Yok:0)

MKB: Mera kanununu bilme (Evet:1, Hayır:0)

HYTA: Islah çalışmasından sonra hayvanların yem tüketiminde azalma (Evet:1, Hayır/Fikrim yok:0)

BSA: Islah çalışmasından sonra besi süresinin azalması (Evet:1, Hayır/Fikrim yok:0)

ESVA: Islah çalışmasından sonra et ve süt verimi arttı (Evet:1, Hayır/Fikrim yok:0)

OVA: Islah çalışmasından sonra meradaki ot verimi arttı (Evet:1, Hayır/Fikrim yok:0)

ESMA: Islah çalışmasından sonra et ve süt maliyeti azaldı (Evet:1, Hayır/Fikrim yok:0)

MBKD: Islah çalışmasından sonra meradaki bitki kalitesinde olumlu değişim yaşandı (Evet:1, Hayır:0)

OPB: Meradaki otlatma planını bilme (Evet:1, Hayır:0)

OS: Otlatma ile ilgili sorun yaşama (Evet:1, Hayır:0)

3. Bulgular ve Tartışma

3.1. Sosyo-ekonomik Özellikler

Araştırmada üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri ve tarımsal üretim faaliyetleri incelenmiş, hayvancılık yapan ve yapmayan üreticilerin mera ıslahı konusundaki görüşleri değerlendirilmiştir. Araştırma alanında üreticilerin yaşı 19 ile 79 arasında değişmekle birlikte üretici yaş ortalaması 47'dir. Araştırma bölgesinde üreticilerin yaklaşık %60'ının eğitim düzeyi ilköğretim düzeyindedir. İşletmelerde üreticilerin çoğunluğu 20 yıldan fazla mesleki deneyime sahiptir. Üreticilerin %92.55'inin evli olduğu ve %47.87'sinin ailedeki birey sayısının

4-5 kişi olduğu belirlenmiştir. Hayvancılık yapan işletmelerin tamamı, hayvancılık yapmayan işletmelerin %95.74'ü köyde ikamet etmektedir. Üreticilerin yaklaşık %80'inin sosyal güvencesi vardır. Tarım dışı faaliyette bulunan üreticilerin oranı hayvancılık yapmayan işletmelerde %45.74, hayvancılık yapan işletmelerde %38.30'dur. İşletmelerin yıllık gelirleri üretici beyanına göre tespit edilmiştir. Bitkisel üretim gelirleri incelendiğinde yıllık gelirleri 1000-10000 TL arasında olan üreticilerin oranı I. grupta %69.15, II. grupta %80.85'dir. Yıllık hayvancılık geliri 1000-10000 TL arasında olan üretici oranı %81.91'dir (Tablo 1).

Tablo 1. İşletmelerin sosyo-ekonomik özellikleri

		Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Yaş	Genç (<35)	15	15.96	21	22.34	36	19.15
	Orta Yaşlı (36-50)	38	40.43	35	37.23	73	38.83
	Yaşlı (51+)	41	43.62	38	40.43	79	42.02
	Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00
Eğitim	Okuryazar	9	9.57	4	4.26	13	6.92
	İlköğretim	56	59.57	54	57.45	110	58.51
	Orta	11	11.70	17	18.09	28	14.89
	Lise ve üzeri	18	19.15	19	20.21	37	19.69
	Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00
İkamet	Köy	90	95.74	94	100.00	184	97.87
	İlçe	4	4.26	0	0.00	4	2.13
	Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00
Ailedeki birey sayısı	Az Bireyli (1-3)	30	31.91	18	19.15	48	25.53
	Orta Sayıda Bireyli (4-5)	45	47.87	45	47.87	90	47.87
	Çok Bireyli (6- +)	19	20.21	31	32.98	50	26.60
	Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00
Mesleki deneyim	Düşük (10Yıl)	8	8.51	8	8.51	16	8.51
	Orta (10-20 yıl)	11	11.70	16	17.02	27	14.36
	Yüksek (20 +)	75	79.79	70	74.47	145	77.13
	Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00
Sosyal güvence	Var	74	78.72	75	79.79	149	79.26
	Yok	20	21.28	19	20.21	39	20.74
	Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00
Tarım dışı geliri olma durumu	Var	43	45.74	36	38.30	79	42.02
	Yok	51	54.26	58	61.70	109	57.98
	Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00
Bitkisel üretim geliri	1000-10000 TL	65	69.15	76	80.85	141	75.00
	10001-30000 TL	21	22.34	11	11.70	32	17.02
	30001 +	8	8.51	7	7.45	15	7.98
	Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00
Hayvansal üretim geliri	1000-10000 TL	-	-	77	81.91	-	-
	10001-30000 TL	-	-	14	14.89	-	-
	30001 +	-	-	3	3.19	-	-
	Toplam	-	-	94	100.00	-	-
Ortalama işletme arazisi büyüklüğü (da)		62.86	-	67.24	-	65.05	-

3.2. İncelenen İşletmelerde Hayvan Varlığı

İşletmelerde hayvan varlığı; yerli, melez ve kültür olmak üzere süt sığırları, besi sığırları, manda, koyun ve keçiden oluşmaktadır. İşletme başına 4.14 BBHB yerli hayvan, 5.73 BBHB melez hayvan, 4.12 BBHB kültür hayvanı olmak üzere toplam 14 BBHB hayvan bulunmaktadır (Tablo 2).

Hayvancılık yapan üreticilerin üretim faaliyeti ile ilgili karşılaştıkları problemler incelenmiştir. Üreticilerin %90.43'ünün hayvancılıkla ilgili en az bir problemi bulunmaktadır. Karşılaşılan en önemli problemler sırasıyla girdi fiyatlarının yüksek olması (%26.62), pazarlama sorunu

(%19.45), bakım ve besleme koşullarının uygun olmayışı (%14.33), teknik bilgi noksanlığı (%13.99), mera sorunu (%12.29) ve örgütlenme sorunu (%10.24) olarak belirlenmiştir (Tablo 3). Bakım ve besleme koşullarının uygun olmayışı, teknik bilgi noksanlığı ve mera sorunu %40.61 oranında üreticilerin karşılaştıkları sorunlar içerisinde yer almaktadır.

Mera ıslah çalışmalarının başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi ve üreticilerin teknik bilgi noksanlığı giderildiğinde hayvancılıkta karşılaşılan sorunların önemli bir miktarı çözümlenmiş olacaktır.

Tablo 2. Hayvan varlığı (BBHB)

	Baş (Adet)			BBHB			
	Yerli	Melez	Kültür	Yerli	Melez	Kültür	Toplam
Buzağı	0.16	0.53	0.49	0.02	0.11	0.10	0.23
Dana	0.16	1.02	0.49	0.04	0.51	0.24	0.80
Düve	0.55	1.56	1.01	0.19	1.09	0.71	2.00
Tosun	0.57	0.79	1.03	0.20	0.55	0.72	1.47
Boğa	0.49	0.09	0.05	0.34	0.12	0.07	0.54
İnek	0.81	3.35	2.28	0.40	3.35	2.28	6.03
Manda	0.95	-	-	1.42	-	-	1.42
Kuzu	2.13	-	-	0.11	-	-	0.11
Toklu	3.28	-	-	0.26	-	-	0.26
Keçi	0.18	-	-	0.02	-	-	0.02
Koç	0.05	-	-	0.01	-	-	0.01
Koyun	11.22	-	-	1.12	-	-	1.12
Toplam	-	-	-	4.14	5.73	4.12	14.00

Tablo 3. Üreticilerin hayvancılıkla ilgili karşılaştıkları problemler

	Hayvancılık Yapan	
	Frekans	%
Evet	85	90.43
Hayır	9	9.57
Toplam	94	100.00
Karşılaşılan problemler		
Girdi fiyatlarının yüksek olması	78	26.62
Teknik bilgi noksanlığı	41	13.99
Pazarlama sorunu	57	19.45
Mera sorunu	36	12.29
Örgütlenme sorunu	30	10.24
Bakım ve besleme koşullarının uygun olmayışı	42	14.33
İrk hayvan bulamama	9	3.07
Toplam*	293	100.00

*Birden fazla cevap

3.3. Mera Alanları ve İslah Çalışmalarının Değerlendirilmesi

Araştırma sahasında mera ıslah çalışmaları sonucu beklenen faydanın sağlanıp sağlanmadığı ve üreticilerin bu uygulamadan memnuniyet durumları incelenmiştir.

Hayvancılık yapmayan üreticilerin %38.30'u, hayvancılık yapan üreticilerin %46.81'i mera ıslah çalışmasını başarılı bulmaktadır (Tablo 4). Bu durum mera ıslah çalışmaları sonucu tam bir memnuniyetin olmadığını göstermektedir. Cevher ve ark. (2009) yaptıkları çalışmada Ankara İli Polatlı, Kalecik ilçelerinde mera ıslah çalışmasını başarılı bulanların oranını %28 olarak tespit etmişlerdir.

Mera ıslah çalışmalarından sonra mera alanlarında beklenen en önemli etki kaba yem miktarı artışıdır. Mera ıslahı sonucu beklenen faydanın sağlanıp sağlanmadığını belirlemek amacıyla, üreticilere ıslah edilmiş meraların kaba yem verimi hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Bu sayede yapılan ıslah çalışmaları

sonucunda meralarda bitki kalitesindeki değişim olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Mera alanları üzerindeki kaba yem veriminde artış olduğunu belirtenlerin oranı %68.62'dir. Özellikle hayvancılık yapan üreticilerin görüşleri değerlendirildiğinde bu oran %84.04 olarak belirlenmiştir. Bu durum yapılan ıslah çalışmalarından istenen verimin elde edildiğini göstermektedir (Tablo 5). Kaba yem verimindeki artışa rağmen ıslah çalışmasını başarılı bulma oranı düşük çıkmıştır. Bu bulgulara göre değerlendirme yapıldığında kaba yem miktarında artış sağlanmıştır. Ancak sürdürülebilir olmadığı için ıslah çalışmasını başarılı bulma oranı düşük çıkmıştır.

Bilindiği gibi hayvancılıkta en önemli kaba yem kaynağı çayır ve meralardır. Araştırma sahasında hayvancılık yapanların bu kaynaktan faydalanma oranı belirlenmiştir. Hayvancılık yapan işletmelerin %95.74'ü meralardan faydalanmaktadır (Tablo 6). Anık vd. (2007) tarafından Konya'da yapılan çalışmada üreticilerin %70'i fiilen merayı kullanmaktadır.

Tablo 4. İslah çalışmasının başarısı

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Mera ıslah çalışması başarılı olmuştur	36	38.30	44	46.81	80	42.55
Kararsız	43	45.74	22	23.40	65	34.57
Mera ıslah çalışması başarılı olmamıştır	15	15.96	28	29.79	43	22.87
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00

Tablo 5. İslah edilmiş meraların kaba yem veriminde değişim

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Artış oldu	50	53.19	79	84.04	129	68.62
Fikrim Yok	41	43.62	5	5.32	46	24.47
Artış Olmadı	3	3.19	10	10.64	13	6.91
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00

Tablo 6. Hayvancılık yapan üreticilerin meradan yararlanma durumu

	Frekans	%
Evet	90	95.74
Hayır	4	4.26
Toplam	94	100.00

Hayvancılık yapan üreticiler işletmesinde kullandığı yemleri %44.57 oranında piyasadan satın almaktadır (Tablo 7). Eren'in (2006) yaptığı çalışmada da Kahramanmaraş ili Göksun ilçesindeki sığır besiciliği yapan işletmelerde kullanılan yemlerin %71.5'i piyasadan temin edildiği belirlenmiştir.

Mera ıslah çalışması öncesi üreticilerin yem bitkisi üretme durumu incelenmiş daha sonra

yem bitkisi üretmeye başladıktan sonra üreticilerin mera alanlarındaki otlatma düzenlerinde meydana getirdikleri değişiklikler belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırma sahasında hayvancılık yapmayan üreticilerin %43.62'sinin, hayvancılık yapan üreticilerin %68.09'unun mera ıslah çalışması öncesi yem bitkisi ürettiği belirlenmiştir (Tablo 8).

Tablo 7. Hayvancılık yapan üreticilerin işletmelerinde kullandıkları yemi temin ettikleri yerler

	%
İşletmeden ve doğal alandan	55.43
Piyasadan satın alma	44.57
Toplam	100.00

Tablo 8. Mera ıslah çalışmasından önce yem bitkisi üretme durumu

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Evet	41	43.62	64	68.09	105	55.85
Hayır	53	56.38	30	31.91	83	44.15
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00

Yem bitkisi üretmeye başladıktan sonra üreticilerin merayı kullanma durumlarında herhangi bir değişikliğin olmadığını belirtenlerin oranı %91.49 olarak belirlenmiştir (Tablo 9). Üreticilerin yem bitkisi üretimini gerçekleştirmesine rağmen mera alanları üzerindeki otlatma baskısı devam etmektedir. Bu sonuç meraların sürdürülebilir kullanımına olumsuz yönde etki edeceğinin bir göstergesidir.

Ülkemizde meraların aşırı otlatılması problemini çözmek ancak yem kaynaklarının geliştirilmesi ve yem üretiminin arttırılmasına bağlıdır. Yeteri miktarda yem bitkisi yetiştirip meralar üzerindeki otlatma baskısını azaltmadan hiçbir mera ıslahı çalışmasından sonuç alınamaz. Mera kullanım bilincinin üreticilere aşılması mera alanlarından daha iyi yararlanma sonucunu doğuracaktır. Meralar üzerinde erken ve aşırı otlatma gibi yanlış uygulamalar sonucunda vejetasyon bozulmakta ve verimlilik önemli ölçüde düşmektedir.

Mera ıslah çalışmalarının başarılı olması ve sürdürülebilir verimliliğin sağlanması için

üreticilerin otlatma planlarına uyması ve uygun mevsimde, üniform otlatmanın yapılması gerekmektedir. Bu kapsamda Mera Islah ve Amenajman Projeleri uygulanan köy ve belediyelerde bulunan tüm meralarda otlatma planı uygulanmak zorundadır. Araştırma alanında üreticilerin %42.02'sinin ise otlatma planı hakkında bilgisi olmadığı saptanmıştır (Tablo 10). Bu durum meraların kullanımında olumsuzlukların olacağını göstermektedir.

Mera alanlarında otlatma mevsiminin planlanması mera yönetmeliğinin 12. maddesine göre, Mera Yönetim Birliklerince (MYB) kontrol edilmektedir. Üreticilere köyünüzdeki otlatma planına uyuyor musunuz sorusu sorulmuştur. Üreticilerin %63.83'ünün mera alanlarındaki otlatma planına uydukları ve %36.17'sinin ise otlatma planına uymadıkları belirlenmiştir (Tablo 11). Bu durum meralarda sürdürülebilir verimliliğin sağlanmasında sorun yaratacağını göstermektedir.

Tablo 9. Üreticilerin yem bitkisi üretmeye başlamasından sonra merayı kullanma durumu

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Otlatma azaldı	0	0.00	6	6.38	6	3.19
Değişmedi	0	0.00	86	91.49	180	95.74
Otlatma arttı	0	0.00	2	2.13	2	1.06
Toplam	0	0.00	94	100.00	188	100.00

Tablo 10. Üreticilerin otlatma planını bilme durumu

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Biliyor	51	54.26	58	61.70	109	57.98
Bilmiyor	43	45.74	36	38.30	79	42.02
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00

Üreticilerin %55.88'i otlatma planından haberi olmadığı için, %35.29'u denetleme olmadığı için, %5.88'i bilgisizlik ve %2.94'ü hayvan sayısı az olduğu için otlatma planına uymadıklarını belirtmişlerdir (Tablo 11). Mera ıslahı çalışmalarından başarılı sonuçlar alınabilmesi için konunun çok yönlü olarak ele alınması gerekmektedir. Bir meranın ıslahı ve otlatmanın düzenlenmesi için çalışmaları başlatmadan önce proje hazırlama aşamasından başlayarak, meradan yararlanan köylüler ve köye hizmet götüren diğer tüm kuruluşlarla yakın bir işbirliği sağlanmalıdır. Kararların alınması, otlatmanın planlanması özellikle yöre halkı ile birlikte gerçekleştirilmelidir.

Çiftçiler, mera kanunu hükümleri ve mera kullanım yöntemleri hususunda bilgilendirilmelidir (Sürmen, vd. 2007; Anık vd. 2007; Balabanlı, 2008). Bu alanların verimliliğinin artırılması için sarf edilen emek,

hizmet ve masrafların ne için yapıldığı üreticilere yayım faaliyetleri ile açıklanmalı, mera amenajmanı kurallarına uyulmadan yapılan otlatmaların hayvancılığa verdiği zararlar anlatılmalı, üreticilerden mutlaka yardım ve destek alınarak yapılan işlerin kalıcı olması sağlanmalıdır (Balabanlı, vd. 2006).

Islah edilen meranın, doğru seçilip seçilmediği konusunda görüşler alınmıştır. Üreticilerin yaklaşık %90'ı ıslah alanının doğru seçildiğini düşünmektedirler (Tablo 12). Bu da ıslah çalışmalarında üreticiler ile koordinasyonun sağlandığını göstermektedir. Islah edilen meranın yanlış seçildiğini düşünen üreticilerin neden böyle düşündükleri araştırılmıştır. Yanlış seçildiğini düşünen üreticilerin %30'u köylüye sorulmadı, %20'si köylünün desteklemediği alan seçildi, %15'i de iklim ve toprak yapısı dikkate alınmadı şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir (Tablo 12).

Tablo 11. Hayvancılık yapan üreticilerin otlatma planına uyma durumu

	Frekans	%
Otlatma planına uyuyor	60	63.83
Otlatma planına uymuyor	34	36.17
Toplam	94	100.00
Otlatma planına uymama nedenleri		
Hayvan sayısı az	1	2.94
Bilgisizlik	2	5.88
Denetleme yok	12	35.29
Otlatma planı yok	19	55.88
Toplam	34	100.00

Tablo 12. İslah edilen meranın doğru seçilmesi konusundaki düşünceler

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Evet	83	88.30	85	90.43	168	89.36
Hayır	4	4.26	3	3.19	7	3.72
Kısmen	7	7.45	6	6.38	13	6.91
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00
Meranın yanlış seçilme nedeni						
Köylüye sorulmadı	2	18.18	4	44.44	6	30.00
Köylünün desteklemediği alan seçildi	1	9.09	3	33.33	4	20.00
İklim ve toprak yapısı dikkate alınmadı	2	18.18	1	11.11	3	15.00
Fikrim yok	6	54.55	1	11.11	7	35.00
Toplam	11	100.00	9	100.00	20	100.00

Mera ıslah çalışmalarının başarısını etkileyebileceği düşüncesiyle meraların amaç dışı kullanım durumu incelenmiştir. Mera Kanununun 14. maddesine göre, “tahsis amacı değiştirilmedikçe mera, yaylak ve kışlakta başka şekilde yararlanılamaz” hükmü

bulunmaktadır (Anonim 2015). Bu kapsamda meraların amaç dışı kullanılıp kullanılmadığı araştırılmıştır. Araştırma bölgesinde meraların amaç dışı kullanımının oldukça az olduğu (%8.51) görülmüştür (Tablo 13).

Tablo 13. Meraların amaç dışı kullanılmama durumu

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Amaç dışı kullanılıyor	5	5.32	11	11.70	16	8.51
Amaç dışı kullanılmıyor	89	94.68	83	88.30	172	91.49
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00

3.4. Mera İslah Çalışmasından Sonra Meydana Gelen Değişimler

Mera ıslah çalışmasının tamamlandığı köylerde, yapılan mera ıslah çalışması sonucunda meydana gelen değişiklikler üretici görüşleri doğrultusunda incelenmiştir.

Üreticilerin %86.17'sinin mera ıslah çalışması sonucunda hayvanların beslenmesinin eskiye göre daha iyi olduğunu, %78.72'si mera ıslah çalışmalarının erozyonu önleme konusunda olumlu yönde etkisi olduğunu, %76.06'sı çevre şartlarında güzel bir değişim meydana getirdiğini belirtmişlerdir. Üreticilerin %80.85'i mera ıslah çalışması sonrasında hayvanların beslenmesi için verilen yem miktarında azalma yaptıklarını, bundan dolayı yem maliyetlerinin azaldığını belirtmişlerdir. Bu durumun sürdürülebilir mera kullanımını olumlu etkileyebileceği düşünülmektedir (Tablo 14).

Büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık çalıştayında, yem maliyetlerinin düşürülmesinde, meraların rasyonel kullanımının önemli olduğu vurgulanmaktadır (Anonim, 2018). Mera ıslah çalışmalarından sonra köydeki hayvancılık yapan aile sayısında değişim olup olmadığı araştırılmıştır. Üreticilerin %46.81'i hayvancılık yapanların sayısında artış olduğunu ve %19.15'i ise hayvancılık yapanların sayısında artış olmadığını belirtmişlerdir. Bu sonuçlar, mera ıslah çalışmasından sonra hayvancılık yapanların sayısında bir miktar artış olduğunu bir göstergesidir. Mera ıslah çalışması sonucu işletmede meydana gelen değişiklikler incelenmiştir. Bu kapsamda mera ıslah çalışmaları sonrasında üreticilerin %54.26'sı işletmedeki hayvan sayısı artışına, %61.17'si hayvansal ürünlerdeki (et ve süt üretimi) artışa, mera çalışmalarının katkısı olduğunu ifade etmişlerdir (Tablo 15).

Tablo 14. Mera ıslah çalışması sonucu köyde meydana gelen değişiklikler

Düşünceler		Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Hayvanlar daha iyi besleniyor	Katılıyor	78	82.98	84	89.36	162	86.17
	Fark etmez	15	15.96	8	8.51	23	12.23
	Katılmıyor	1	1.06	2	2.13	3	1.60
Toplam		94	100.00	94	100.00	188	100.00
Toprak erozyonu önlendi	Katılıyor	74	78.72	74	78.72	148	78.72
	Fark etmez	19	20.21	17	18.09	36	19.15
	Katılmıyor	1	1.06	3	3.19	4	2.13
Toplam		94	100.00	94	100.00	188	100.00
Doğal çevre güzelleşti	Katılıyor	67	71.28	76	80.85	143	76.06
	Fark etmez	26	27.66	15	15.96	41	21.81
	Katılmıyor	1	1.06	3	3.19	4	2.13
Toplam		94	100.00	94	100.00	188	100.00
Yem maliyeti azaldı	Katılıyor	60	63.83	76	80.85	136	72.34
	Fark etmez	32	34.04	14	14.89	46	24.47
	Katılmıyor	2	2.13	4	4.26	6	3.19
Toplam		94	100.00	94	100.00	188	100.00
Köyde hayvancılık yapan aile sayısı arttı	Artış oldu	36	38.30	52	55.32	88	46.81
	Fikrim yok	42	44.68	22	23.40	64	34.04
	Artış olmadı	16	17.02	20	21.28	36	19.15
Toplam		94	100.00	94	100.00	188	100.00

Tablo 15. Mera ıslah çalışması sonucu işletmede meydana gelen değişiklikler

Düşünceler		Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Hayvan sayısında artış oldu	Artış oldu	43	45.74	59	62.77	102	54.26
	Fikrim yok	40	42.55	19	20.21	59	31.38
	Artış olmadı	11	11.70	16	17.02	27	14.36
Toplam		94	100.00	94	100.00	188	100.00
Et ve süt veriminde artış oldu	Artış oldu	41	43.62	74	78.72	115	61.17
	Fikrim yok	46	48.94	10	10.64	56	29.79
	Artış olmadı	7	7.45	10	10.64	17	9.04
Toplam		94	100.00	94	100.00	188	100.00
Hayvanların yem tüketiminde azalma	Azalma oldu	39	41.49	69	73.40	108	57.45
	Fikrim yok	51	54.26	15	15.96	66	35.11
	Azalma olmadı	4	4.26	10	10.64	14	7.45
Toplam		94	100.00	94	100.00	188	100.00
Besi süresi azaldı	Azalma oldu	34	36.17	66	70.21	100	53.19
	Fikrim yok	53	56.38	18	19.15	71	37.77
	Azalma olmadı	7	7.45	10	10.64	17	9.04
Toplam		94	100.00	94	100.00	188	100.00
Hayvansal et-süt üretim maliyeti düştü	Azalma oldu	34	36.17	71	75.53	105	55.85
	Fikrim yok	54	57.45	12	12.77	66	35.11
	Azalma olmadı	6	6.38	11	11.70	17	9.04
Toplam		94	100.00	94	100.00	188	100.00

3.5. İslah Edilmiş Meraların Sürdürülebilirliği

Çayır ve mera alanları, hayvansal üretimde en önemli girdiyi oluşturan yemin en ucuz ve en kolay temin edildiği alanlardır (Turan ve ark, 2015). Türkiye’de büyükbaş ve küçükbaş hayvanların kaliteli kaba yem ihtiyacının önemli bir kısmı çayır ve mera alanlarından karşılanmaktadır. Bundan dolayı; mevcut mera alanlarından istenilen verimin alınması için meraların ıslah edilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması önemlidir.

Yapılan araştırmalar, uygun ıslah ve amenajman yöntemleri kullanılarak çayır ve meraların üretim kapasitelerinin 4-5 yılda en az 3 kat artırılabilirliğini göstermektedir (Ekiz vd. 2001). İslah edilen alanların bitki deseninin ve

diğer tamamlayıcılarının sürdürülebilirliğini sağlamak ıslah çalışmasının en önemli amaçlarından biridir.

Bu kapsamda üreticilere ıslah çalışmasından sonra meralardaki verimlilik sürdürülebilir mi sorusu sorulmuştur. Hayvancılık yapmayan üreticilerin %55.32’si, hayvancılık yapan üreticilerin %53.19’u meradaki ot verimliliğinin devam edeceğini düşünmektedirler (Tablo 16).

Üreticilere meraların sürdürülebilir olması için yapılması gerekenler sorulmuş ve Tablo 17 düzenlenmiştir. Üreticilerin %31.58’i mera ile ilgili çiftçilere sorumluluk verilmeli, %25.44’ü meraların amaç dışı kullanımı önlenmeli, %22.81’i otlatma planlarına uyulmalı, %20.18’i mera kanunu zorunlu olarak uygulanmalı şeklinde görüş beyan etmişlerdir.

Tablo 16. Meradaki ot verimliliğinin sürdürülebilirliği

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Evet	52	55.32	50	53.19	102	54.26
Hayır	42	44.68	44	46.81	86	45.74
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00

Tablo 17. Meraların sürdürülebilirliği açısından yapılması gerekenler

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Otlatma planına uyulmalı	29	24.37	23	21.10	52	22.81
Meraların amaç dışı kullanımı önlenmeli	25	21.01	33	30.28	58	25.44
Mera kanunu zorunlu uygulanmalı	30	25.21	16	14.68	46	20.18
Çiftçiye mera ile ilgili sorumluluk verilmeli	35	29.41	37	33.94	72	31.58
Toplam	119	100.00	109	100.00	228	100.00

* Birden fazla cevap verilmiştir

Cevher ve ark, (2015) meralardaki verimliliğin artırılması ve sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik yaptıkları çalışmada Mera Kanunu’nun uygulaması (%71.4), ıslah çalışmalarının yapılması (%87.8), otlatma planının uygulanması (%84.9) ve merada eğitim çalışmalarının yapılmasının (%52) meranın verimliliği üzerine katkı sağlayacağını belirlemişlerdir. Yürütülmekte olan kırsal kalkınma çalışmalarında etkinliğin artırılması

için çiftçi katılımının sağlanması gerekmektedir. Bundan dolayı, mera ıslah çalışmasına üreticilerin katılımının sağlanmasının meradaki çalışmanın başarı ve sürdürülebilirliğine olumlu yönde etki edeceği düşüncesiyle üreticilerin mera ıslah çalışmasına katılım düzeyi belirlenmeye çalışılmıştır. Hayvancılık yapmayan üreticilerin %17.02’sinin, hayvancılık yapan üreticilerin %37.23’ünün çalışmalara katıldığı belirlenmiştir (Tablo 18).

Tablo 18. Üreticilerin mera çalışmasına katılma durumu

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Evet	16	17.02	35	37.23	51	27.13
Hayır	78	82.98	59	62.77	137	72.87
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00

Hayvancılık yapan işletmelerin %34.04'ünün mera ıslah çalışmasına talepte buldukları, yapmayan işletmelerin ise %18.09'unun talepte buldukları belirlenmiştir (Tablo 19).

Ancak hayvancılık yapan işletmelerin mera ıslah çalışmasına talepte bulunma oranı yeter düzeyde gerçekleşmemiştir.

Tablo 19. Üreticilerin mera ıslah çalışması için talepte bulunma durumu

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Evet	17	18.09	32	34.04	49	26.06
Hayır	77	81.91	62	65.96	139	73.94
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00

3.6. Üreticilerin Mera Kanunu Hakkında Bilgi Sahibi Olma Durumu

Araştırmanın bu bölümünde, mera alanlarından yararlanan ve yararlanmayan üreticilerin mera kanun ve yönetmeliğini bilip bilmediği değerlendirilmiştir. Hayvancılık yapan üreticilerin %77.66'sının, hayvancılık yapmayan üreticilerin %84.04'ünün, mera kanunu hakkında hiçbir bilgisi olmadığı belirlenmiştir (Tablo 20). Bu sonuca göre, mera alanlarının kullanımı ve korunması bakımından üreticilerin mera kanunu hakkında

bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Mera alanlarını iyileştirmek için yapılan hizmet ve masrafların üreticilere yayım faaliyetleri ile açıklanması önemlidir. Bu alanların onlara ait olduğu ve sahip çıkmaları gerektiği anlatılmalıdır. Yayım faaliyetleri ile mera kullanım bilincinin oluşturulması çok önemlidir.

Yasanın tam anlamı ile uygulanması ve mera ıslah projelerinin başarılı olması büyük ölçüde yöre insanının yapılan hizmetlere inanması ve projeleri desteklemesine bağlıdır (Balabanlı ve ark, 2006).

Tablo 20. Üreticilerin mera kanunu hakkında bilgi sahibi olma durumu

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Evet	15	15.96	21	22.34	36	19.15
Hayır	79	84.04	73	77.66	152	80.85
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00

Araştırma sahasında üreticilerin mera yönetim birliğinden haberdar olma durumu incelenmiştir. Hayvancılık yapmayan üreticilerin %65.96'sının, hayvancılık yapan üreticilerin %56.38'inin mera yönetim birliğinden haberdar olmadığı belirlenmiştir. Mera yönetim birliğinin varlığından haberdar olan üreticilerin bu birlikten memnun olup olmadığı ve memnun

değil ise memnun olmama nedeni araştırılmıştır. Mera yönetim birliğini bilen üreticilerin %57.53'ü memnun değildir. Memnun olmadığını belirten üreticilerin %83.33'ü mera yönetim birliği görevini tam olarak yerine getirmiyor, %16.67'si cezai müeyyideleri uygulamıyor şeklinde görüş bildirmişlerdir (Tablo 21).

Tablo 21. Mera yönetim birliğinden haberdar olma durumu

	Hayvancılık Yapmayan		Hayvancılık Yapan		Genel	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Evet	32	34.04	41	43.62	73	38.83
Hayır	62	65.96	53	56.38	115	61.17
Toplam	94	100.00	94	100.00	188	100.00
Evet, ise; memnun olma durumu						
Evet	17	53.13	14	34.15	31	42.47
Hayır	15	46.88	27	65.85	42	57.53
Toplam	32	100.00	41	100.00	73	100.00
Hayır, ise; nedeni						
Görevini tam olarak yerine getirmiyor	10	66.67	25	92.59	35	83.33
Cezai müeyyideleri uygulamıyor	5	33.33	2	7.41	7	16.67
Toplam	15	100.00	27	100.00	42	100.00

3.7. Regresyon Analiz Sonuçları

Üreticilerin ıslah edilmiş meraların sürdürülebilirliği ile ilgili düşünceleri ve sosyo-ekonomik durumları dikkate alınarak, sürdürülebilirliği etkileyebileceği düşünülen 14 adet bağımsız değişken modele dahil edilmiştir.

Modelde mera ıslahından sonra et ve süt maliyetinin azalması, mera kanunu bilme, mesleki deneyim, ıslah çalışmasından sonra hayvanların yem tüketiminde azalma olması, otlatma planını bilme, üreticinin yaşı, mera üzerindeki bitki kalitesi değişimi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Üreticilerin yaşı, mera ıslahından sonra et ve süt maliyetinin azalması, mera üzerindeki bitki kalitesi değişimi ve mera kanunu bilme parametrelerinin işaretleri negatif olarak ölçülmüştür. Yaş arttıkça sürdürülebilirlik hakkındaki olumlu düşünce azalmaktadır. Yaşı genç olan üreticiler sürdürülebilirliğe daha çok inanmaktadır. Topçu (2008)'e göre yaş ile desteklemeden faydalanma arasında, Aksoy ve Yavuz (2011)'a göre yaş ile suni tohumlama yaptırma arasında negatif yönlü bir ilişki belirlenmiştir. Demir ve Yavuz (2011)'a göre Batı Marmara Bölgesinde yaş ortalamasının düşük olması, çiftçilerin yenilikleri daha kolay benimsemelerini ve desteklemelerden faydalanmada daha istekli olduklarını tespit etmişlerdir.

Et ve süt maliyetinin azaldığını düşünen üreticilerin sayısındaki artışa karşın ıslah edilmiş

meraların sürdürülebilirliği hakkındaki olumlu düşünce azalmaktadır. Meralarda otlatma arttıkça yem maliyeti azalacak bununla birlikte et ve süt maliyeti azalacak ancak otlatma baskısı nedeniyle sürdürülebilirlik tehlikeye girecektir. Yine benzer şekilde mera üzerindeki bitki kalitesinin değiştiğini düşünen üretici sayısı arttıkça sürdürülebilirlik hakkındaki olumlu düşünce azalmaktadır. Mera ıslahı ile iyi bir adım atılmıştır. Üreticiler yapılan çalışmalardan oldukça memnundur. Ancak sürdürülebilirliğe yönelik herhangi bir tedbir, koruyucu önlem alınmadığından sürdürülebilirliğe yönelik endişe de yerini korumaktadır. Mesleki deneyim, mera ıslahı çalışmasından sonra hayvanların yem tüketiminde azalma olması otlatma planını bilme parametreleri ile ıslah edilmiş meraların sürdürülebilirliği arasındaki ilişki pozitif yönlü olarak ölçülmüştür. Mesleki deneyim arttıkça sürdürülebilirlik hakkındaki olumlu düşünce artmaktadır. Otlatma planını bilen üretici sayısı arttıkça sürdürülebilirlik hakkındaki olumlu düşünce de artmaktadır.

Cevher ve ark. (2014) tarafından Kayseri ilinde yapılan çalışmada çiftçi davranışlarına ilişkin değişkenlerden mera kanunu hakkında bilgi sahibi olma, mera ıslah çalışmasını başarılı bulma, mera yönetim birliğine katılım, ıslah edilmiş meralarda sürdürülebilirlik sağlama durumları ile mera ıslah çalışmasına katılım arasındaki ilişkiler önemli bulunmuştur ($P<0.05$).

Tablo 22. Probit regresyon sonuçları

N=188	K=15				
Değişkenler	Katsayılar	Standart Hata	Z-Değeri	P-Değeri	Marjinal etki
Sabit	3.27445***	1.16151	2.82	0.0048	-
YAS	-0.06293**	0.02001	-3.15	0.0017	-0.01570
EGT	0.07239	0.31913	0.23	0.8205	0.01805
MD	0.04392**	0.01731	2.54	0.0112	0.01095
İK	-1.24732	0.83052	-1.50	0.1331	-0.27164
TDG	0.25390	0.26604	0.95	0.3399	0.06325
MKB	-0.48752*	0.30195	-1.61	0.1064	-0.12219
HYTA	1.17163**	0.59354	1.97	0.0484	0.28589
BSA	-0.14136	0.44705	-0.32	0.7519	-0.03502
ESVA	0.23638	0.69948	0.34	0.7354	0.05919
OVA	-0.44330	0.56703	-0.78	0.4343	-0.10939
ESMA	-0.78060*	0.42643	-1.83	0.0672	-0.18309
MBKD	-1.46781***	0.24803	-5.92	0.0000	-0.45804
OPB	0.54590**	0.25317	2.16	0.0311	0.14653
OS	0.48984	0.51070	0.96	0.3375	0.11742

Mc Fadden R Squared:0,35, X²: 90.25167, Log Likelihood:-84.50416, (P:0.000)

Önem düzeyi;*/ %10, **/ %5, ***/ %1

Model sonuçlarına ilişkin marjinal etkiler değerlendirilirse; üretici yaşının 1 yıl artmasına karşılık ıslah edilmiş meraların sürdürülebilirliğine ilişkin pozitif düşünce ihtimali %1.5 azalmaktadır. Yani marjinal etki sonucuna göre yaş arttıkça ıslah edilmiş meraların sürdürülebilir olduğuna yönelik düşünce ihtimali azalmaktadır. Mera Kanun'unu bilenlerin bilmeyenlere göre, ıslah edilmiş meraların sürdürülebilir olduğunu düşünme ihtimalleri %12.2'dir. Islah çalışmasından sonra hayvanların yem tüketimlerinde azalma olduğunu düşünenlerin düşünmeyenlere göre, ıslah edilmiş meraların sürdürülebilir olduğu kanaatini taşımaları ihtimali %28.5'tir. Islah çalışmasından sonra meradaki bitki kalitesi değişti görüşünü savunanların savunmayanlara göre, meraların sürdürülebilir olmayacağına yönelik kanaatinde olma ihtimali %18.3'tür. Meradaki otlatma planını bilenlerin bilmeyenlere göre, ıslah edilmiş meraların sürdürülebilirliğini düşünme ihtimali %14.6'dır.

4. Sonuç ve Öneriler

Mera ıslah çalışmalarından sonra mera alanlarında beklenen en önemli etki kaba yem miktarı artışıdır. Mera ıslahı sonucu araştırma

alanındaki mera alanları üzerinde kaba yem veriminde artış olmuştur. Yapılan ıslah çalışmasıyla verimlilikte artış sağlanmıştır. Ancak ıslah çalışması sonrası verimliliğin devam etmesi birçok faktör ile ilişkilidir.

Meraların amaç dışı kullanımı araştırma bölgesinde oldukça azdır bu da ıslah çalışmasını sürdürülebilirliği açısından olumlu bir durumdur. Mera ıslah çalışması sonucu işletmedeki hayvan sayısı ve hayvansal ürünlerde artış olduğu belirlenmiştir. Üreticilerin çoğu mera ıslah çalışması sonucunda hayvanların beslenmesi için verdikleri yem miktarında azaltma yapmışlardır. Mera ıslah çalışmalarının üreticilerin beklentilerini önemli ölçüde karşıladığı sonucunu doğurmaktadır. Mera ıslah çalışmalarının başarılı olması ve sürdürülebilir verimliliğin sağlanması için üreticilerin otlatma planlarına uyması ve uygun mevsimde, üniform otlatmanın yapılması gerekmektedir. Bölgede üreticilerin otlatma planını bilmeme, otlatma planını bilse dahi bu plana uymama, uymayanlara herhangi bir cezai işlem ya da yaptırımın olmaması, meralarda otlatma baskısının devam etmesi gibi faktörler ise sürdürülebilirliği olumsuz yönde etkilemektedir.

Doğru bir mera kullanımında, mera amenajmanı ile mera ıslahının birlikte düşünülmesi gerekmektedir. Otlatma planı uygulanmadığı sürece iyi sonuç alınabilecek hiç bir ıslah yöntemi yoktur. Bu durum mera ıslahında ilk koşulun otlatmanın düzenlenmesi olduğunu göstermektedir. Eğer otlatma düzenlenemiyorsa, o merada ıslaha başvurulmamalıdır. Çünkü mera ıslahı ile kazanılanlar, yanlış otlatmayla kısa sürede kaybedilmeye mahkûmdur.

Yem bitkisi üretmeye başladıktan sonra üreticilerin merayı kullanma durumlarında herhangi bir değişikliğin olmadığı belirlenmiştir. Otlatma baskısı devam etmektedir. Bu şekilde otlatmaya devam edilirse vejetasyonda bozulma ve verimlilikte düşme olacağından sürdürülebilirlik tehlikeye girecektir. Mera ıslah çalışmasından sonra mera alanlarında önemli değişikliklerin olacağı kaçınılmazdır. Üreticiler ise meraları sadece hayvan otlatılması bakımından düşünmektedirler. Bu durum otlatma baskısının devam edeceğini göstermektedir. Bundan dolayı, mera alanlarının değişik fonksiyonlarının olduğu konusunda farkındalık yaratılmalıdır.

Mera kanunu ve yönetmeliği hakkında kullanıcıların yeterli düzeyde eğitilmesi, mera kullanım bilinci oluşturulması ve mera alanı ile ilgili üreticilere sorumluluk verilmesi, mera ıslah çalışmalarının başarısı ve sürdürülebilirliği açısından önemli görülmektedir.

Mera ıslah çalışmalarından sonra kurulması gereken Mera Yönetim Birlikleri araştırma alanının bir bölümünde kurulmamış ve kurulan Mera Yönetim Birlikleri ise faaliyetlerini gerçekleştirememiştir. Mera Yönetim Birliğinin kurulması ve faaliyetlerinin devam ettirilmesi konusunda yeni bir yönetmeliğin çıkarılması gerekmektedir.

Islah edilmiş meraların sürdürülebilirliğini etkileyen faktörlerin tespit etmek için yapılan regresyon analizi sonucu, üreticilerin yaşı, mera ıslahından sonra et ve süt maliyetinin azalması, mera üzerindeki bitki kalitesi değişimi ve mera kanunu bilme parametrelerinin işaretleri negatif olarak ölçülmüştür. Mesleki deneyim, mera

ıslahı çalışmasından sonra hayvanların yem tüketiminde azalma olması otlatma planını bilme parametreleri ile ıslah edilmiş meraların sürdürülebilirliği arasındaki ilişki pozitif yönlü olarak ölçülmüştür.

Kaynaklar

Akın, F., Üçdoğruk, Ş., Deveci, İ., 2000. "İstanbul İli Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Sıralı Probit Olasılık Modelleriyle İncelenmesi", DİE Araştırma Sempozyumu,, Ankara, 27-29 Kasım 2000.

Aksoy, A., Yavuz, F., 2011. Büyükbaş Hayvan Üreticilerinin Suni Tohumlama Yaptırma Kararlarını Belirleyiciler Üzerine Bir Analiz: Doğu Anadolu Bölgesi Örneği, Atatürk Üniv. İİBF Dergisi.

Anık, C., Topbaş, H., Soncu, A., 2007. Halkın Bilgi-Bilinç Düzeyi ve Sorunlar-Beklentileri Araştırma Raporu. Tarım İl Müdürlüğü, Konya.

Anonim, 2018. Büyükbaş ve Küçükbaş Hayvancılık Çalıştay Sonuç Raporu 9-11 Ocak, Antalya

Anonim, 2017. Çayır Mera Islahı, www.bingol.edu.tr/documents/ÇAYIR%20ME RA%20ISLAHI.pdf

Anonim, 2012. Mera Kanunu Kapsamında Yapılan Çalışmalar, <http://www.bugem.gov.tr>, Erişim Tarihi: 10.02. 2012.

Anonim,2015. <http://www.tarim.gov.tr/Konular/Bitkisel-Uretim/Cayir-Mera-ve-Yem-Bitkileri>

Anonim, 2015. FAO <http://www.fao.org>

Bakır, Ö., 1987. Çayır Mera Amenajmanı, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No:992, Ders Kitabı:292, s.106, Ankara.

Balabanlı, C., Albayrak, S., Türk, M., Yüksel, O., 2006. 4342 Sayılı Mera Kanunu Uygulamasında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Yolları. Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi Seri: A (1), sf: 75-81. Isparta.

Balabanlı, C., 2008. Halkın Bilgi-Bilinç Düzeyi ve Sorunlar-Beklentileri Araştırma Raporu. Tarım İl Müdürlüğü, Burdur.

Cevher, C., Ceylan, İ.C., Köksal, Ö., 2009. Mera Islah Çalışmalarının Değerlendirilmesi, Tarla

- Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi, Cilt:18 Sayı: 1-2
- Cevher, C., Altunkaynak, B., Ataseven, Y., Köksal, Ö., Yavuz, G.G., Gül, U., Yasan, Ataseven, Z., 2015. Türkiye’de Islah Edilmiş Meraların Sürdürülebilirliği Üzerine Bir Araştırma: Edirne, Afyonkarahisar, Aksaray, Niğde ve Uşak, Ardahan, Artvin, Çorum, Erzurum ve Kars İlleri Örneği, TEPGE Yayınları, Yayın No:252
- Cevher, C., Altunkaynak, B., Tatlıdil, H., 2014. Hayvancılık Yapan Çiftçilerin Mera Islah Çalışmalarına Katılımlarının Etkisi: Kayseri İli Örneği, IX. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Samsun.
- Çiçek, A. Erkan, O., 1996. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örnekleme Yöntemleri, GOP Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Yayın No: 12, Ders Notları Serisi:6, Tokat.
- Demir, N., Yavuz, F., 2011. Hayvancılık Destekleme Politikalarına Çiftçilerin Yaklaşımlarının Bölgearası Karşılaştırmalı Analizi, Atatürk Üniv. Ziraat Fak. Dergisi41 (2), 113-121
- Ekiz, H., Yıldız, G., Sancak, C., Yılmaz, A., Eraç, A., Çolpan, İ., Fıncıoğlu H.K., Sevimay, C.S., Altınok, S., Kendir, H., Şehu, A., Hakyemez, B.H., Gürsoy, Ü., Gök, F.M., Ünal, S., Uluç, F. ve N. Çimen., 2001. Çayır-Mera ve Yem Bitkileri Kültürünü Geliştirme. T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Hayvancılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 8. Bölüm, sf: 123-133, Ankara.
- Eren, E., 2006. Kahramanmaraş İli Göksün İlçesinde Sığır Besiciliği Yapan İşletmelerin Yapısı ve Sorunları. Yüksek Lisans Tezi. Sütçü İmam Üniv. Fen Bilimleri Enst, Kahramanmaraş.
- Erkuş, A., Bülbül, M., Kıral, T., Açıl, F., Demirci, R., 1995. Tarım Ekonomisi, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları No:15, s.90, Ankara.
- Freese, J., Long, J.S., 2006. Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata. College Station: Stata Press.
- Gün, S., 1998. Yeni Mera Yasasına İlişkin Bazı Görüşler. Türk-Koop. Ekin Dergisi, Cilt:1(2), sf: 57-61. Ankara.
- Gündüz O., Emir M., 2010. Dondurulmuş Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Samsun ili örneği. Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 14, 15-20.
- Karaaslan, G., 2000. Tokat İli Merkez İlçede Projeye Dayalı Damızlık Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Ekonomik Analizi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Tokat.
- Kızılgöl, Ö. A., 2012. “Kişisel Kazançların Belirleyicileri: Türkiye Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17, s.373-384.
- Maddala G. S., 1983. Limited-Dependent and Qualitative Variables in Economics, 257-290, Cambridge University Press, England.
- Mutlu, Y., 2017. Çayır ve Mera Islahı, Çiftçi Eğitim Serisi, <https://www.tarimbilgisi.com>
- Nayga R. M., Poghosyan A., Nichols J.P., 2002. Consumer Willingness to Pay for Irradiated Beef: Initial Phase. Paradoxes in Food Chains and Networks, 250-259, Wageningen Academic Publishers, Netherlands
- Sürmen, M., Yavuz, T., Töngel, Ö, Çankaya, N., 2007. Halkın Bilgi-Bilinç Düzeyi ve Sorunlar-Beklentileri Araştırma Raporu. Karadeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü, Samsun.
- Topçu, Y., 2008. Çiftçilerin Tarımsal Destekleme Politikalarından Faydalanma İstekliliğinde Etkili Faktörlerin Analizi: Erzurum İli Örneği, Akdeniz Üniv. Ziraat Fakültesi Dergisi, 2008 (2).
- Turan, N., Özyazıcı, M.A., Yalçın Tantekin, G., 2015. Siirt İlinde Çayır Mera Alanlarından ve Yem Bitkilerinden Elde Edilen Kaba Yem Üretim Potansiyeli, Türkiye Tarımsal Araştırmalar Dergisi, Turk J Agric Res (2015) 2: 69-75, TÛTAD, ISSN: 2148-2306
- Volkan, Ç., 2011. Geleceğimiz, Çayır ve Meralarımız, <http://www.internethaber.com>. Erişim Tarihi: 25.03.2011.

Ankara İli Tarım İşletmelerinin Sermaye Yapısı ve Tarımsal Kredilerin Geri Ödenmesinde Etkili Faktörlerin Analizi

Fatma TOSUN¹

Erdoğan GÜNEŞ²

Öz

Sermayenin, toprak ve emek gibi diğer üretim faktörlerinin üretimdeki verimliliğini yükselttiği için tarım işletmeleri açısından taşıdığı önem açıktır ve rantabl çalışabilmek için işletmelerde gerekli sermaye unsurlarından her birinin belirli oranlarda bulunması gerekmektedir. Bu çalışmada Ankara ilinde tarımsal kredi kullanan 139 işletmenin sermaye yapıları tespit edilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda işletme başına ortalama 497685 TL olarak hesaplanan aktif sermayenin %74.43' ünü çiftlik sermayesi, %25.57'sini işletme sermayesi oluşturmaktadır. Aktif sermayenin %58.79'unu toprak sermayesi, %12.61'ini alet ve makine sermayesi, %10.02'si bina sermayesi, %7.26'sı hayvan sermayesinden oluşmaktadır. İşletmeler genelinde sermayenin %83.06' sını öz sermayeden, %16.94'ü ise yabancı sermayeden meydana gelmektedir. Çalışmada ayrıca kredi geri ödenebilirliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla lojistik regresyon analizi yapılmış ve kaldırma oranı, ekonomik rantabilite oranı, arazi varlığı ve tasarruf eğilimi değişkenlerinin bağımlı değişkenle anlamlı derecede ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Tarımsal kredi, Tarım işletmesi, Sermaye, Lojistik regresyon

Capital Structure of Farms and Analysis of Factors Affecting Repayment of Agricultural Credits in Ankara

Abstract

The importance of capital for farms is obvious because of the increase in production efficiency of other inputs such as soil and labor, and each of the required capitals in the farms has to be exist in certain ratios in order to rentability. In this study, capital structures of 139 farms which used agricultural credits in Ankara were identified. As a result of the evaluations, the assets of farms were calculated as the average 497685 TL per farm which composed of 74.43% farm capital and 25.57% working capital. The active capital is composed of 58.79% land capital, 12.61% machinery and equipment capital, 10.02% building capital and 7.26% livestock capital. In general, 83.06% of the farm's capital stock was equity while the 16.94% was foreign capital. In this study, logistic regression analysis was performed to determine the factors affecting the credit repayment and it was determined that the variables of leverage ratio, economic profitability ratio, land existence and saving tendency were significantly related to the dependent variable.

Keywords: Agricultural credit, Farm, Capital, Logistic regression

JEL: Q10, Q14, C30

Geliş Tarihi (Received): 15.10.2018 Kabul Tarihi (Accepted):03.12.2018

¹ Dr., Sorumlu yazar (Corresponding author), Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, Ankara, fatma.tosun@tarimorman.gov.tr

² Prof. Dr., Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Ankara.

1. Giriş

Tarımsal üretim faktörü olan ve önemi giderek artan sermaye, çeşitli şekillerde tanımlanmakta ve sınıflandırılmaktadır. Mal ve hizmet üretimi için gerekli olan emek, sermaye, tabiat (toprak) ve girişimci diye adlandırılan dört üretim faktöründen biri olan sermaye; işletmelerin kurulması, faaliyetlerinin sürdürülmesi ve işletmenin amacına ulaşabilmesi için varlığı zorunlu olan para ve varlıkların tümünü ifade etmektedir (Adıgüzel, 2006).

Türkiye tarımında sermaye faktörü, öteki üretim faktörlerine oranla daha kıttır. Bu nedenle Türkiye’de tarımsal üretimdeki verimlilik düzeyinin düşük olması, genel olarak sermaye yetersizliğinden kaynaklanmaktadır.

Doğal kaynaklardan etkin bir biçimde yararlanmak, tarımsal yapıdaki bozuklukları ortadan kaldırmak, üretim tekniklerini geliştirebilmek ve üretim miktarı ile verimliliği artırabilmek için tarımda var olan sermayeyi etkin kullanmak gereklidir.

Tarım işletmelerinde ekonomik faaliyetin düzenli, sürekli ve etkin bir şekilde yürütülmesini sağlamak için, işletmelerin üretim dönemleri boyunca gerek duyduğu işletme ve yatırım sermayesi unsurlarının yenilenmesi, eksik olanlarının tamamlanması gerekmektedir. Faaliyetleri suresince işletmeler, üretimin hacim ve kapasitesine bağlı olarak öz sermaye, bunun yetmediği durumlarda yabancı sermayeye başvurabilmektedir (Köksal, 2000).

Bu araştırmada, üretim potansiyeli açısından ülkemiz tarımında oldukça önemli yeri olan Ankara ilindeki tarımsal kredi kullanan tarım işletmelerinin sermaye yapılarının ortaya konulması ve kredi geri ödenebilirliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Çalışma, farklı işletme büyüklük gruplarında tüm sermaye unsurlarının ayrı ayrı incelenmeleri, işletmelerin ekonomik yapılarının ve faaliyet sonuçlarının ortaya konulması ve analizi yönüyle önem taşımaktadır.

2. Materyal ve Metod

Araştırmanın ana materyalini Ankara ilinin Polatlı, Kalecik, Nallıhan ve Kazan ilçelerinde tarımsal kredi kullanımının yoğun olduğu ifade edilen köylerde yer alan işletmelerden alınan veriler yanında, konu ile ilgili yapılmış araştırma sonuçları, çeşitli tarımsal kuruluşların kayıtları ve istatistiki veriler oluşturmaktadır. Ankara ilinin tarımsal yapısı ve agro-ekolojik durumu göz önüne alınarak kredi kullanımının yoğun olduğu bu 4 ilçeden üretim deseni ve kredi kullanımı bakımından ilçeleri temsil eden 3’er köyde araştırma gerçekleştirilmiştir. Popülasyonu oluşturan tüm işletmelerden tabakalı tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 139 tarım işletmesinde araştırma yürütülmüş, işletmelerin 2012-2013 üretim dönemine ait verilerinden sonuçlar elde edilmiştir.

Çalışmada ayrıca kullanılan kredilerin geri ödenmesinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amacıyla lojistik regresyon analizi yapılmıştır.

Lojistik Regresyon Analizinin kullanım amacı, istatistikte en az değişkeni kullanarak en iyi uyuma sahip olacak şekilde bağımlı ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi tanımlayabilen ve biyolojik olarak kabul edilebilir bir model kurmaktır (Coşkun vd., 2004). Veri yapılarına göre kurulan lojistik modeller aşağıdaki gibi belirlenmektedir (Kmenta, 1990; Pindyck ve Rubinfeld, 1991; Stewart, 1991; Tatlıdil, 1992; Greene, 2000; Eliş, 2001; Gujarati, 2001; Özdamar, 2002; Tarı, 2002).

Biri açıklanan (Y) diğeri açıklayıcı (X) değişken olmak üzere iki değişkeni olan lojistik regresyon modeli;

$$P(Y) = (e^{\beta_0 + \beta_1 X}) / (1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X})$$

$$P(Y) = 1 / (1 + (1 + e^{-\beta_0 + \beta_1 X}))$$

şeklinde formüle edilebilmektedir.

Açıklayıcı değişkeni birden fazla olan, yani çok değişkenli lojistik regresyon modeli ise;

$$P(Y) = e^z / (1 + e^z) = 1 / (1 + e^{-z})$$

olarak yazılmaktadır. Burada Z, bağımsız değişkenlerin doğrusal kombinasyonudur ve

$$Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p$$

şeklinde yazılmaktadır. $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$ ise regresyon katsayılarıdır.

$$\ln P(Y) / Q(Y) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p$$

$$P(Y) / Q(Y) = e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p} = e^{\beta_0} + e^{\beta_1 X_1} + e^{\beta_2 X_2} + \dots + e^{\beta_p X_p}$$

şeklinde hesaplanmakta ve $Q(Y) = 1 - P(Y)$ olarak alınmaktadır.

Lojistik regresyon modelleri zayıf ölçekle ölçülmüş değişkenler arasındaki ilişkinin şeklini ortaya koymaktadır. Yapılan birçok çalışmada bağımlı değişken sadece iki sonuca sahiptir. Genellikle üzerinde durulan olayın gerçekleşmesi 1 ile gösterilirken, gerçekleşmemesi ise 0 ile gösterilmektedir. Çoklu doğrusal regresyonda katsayıların anlamlılığına ilişkin genel anlamlılık sınaması F testine karşılık gelebilecek benzer bir test, lojistik regresyon analizi için de geliştirilmiştir. L0 sadece sabit terimden oluşan modelin olabilirlik değeri, L1 elde edilen modelin olabilirlik değeri olmak üzere;

$$C = -2 \log (L0/L1) = -2 (\log L0 - \log L1)$$

olarak tanımlanan ölçüt (k-1) serbestlik derecesiyle ki-kare dağılımı göstermektedir (Coşkun vd., 2004; Aktaş ve Erkuş, 2009).

3. Araştırma Bulguları

3.1. İşletmelerle ilgili genel bilgiler

3.1.1. Arazi tasarruf şekli ve kullanımı

İncelenen işletmelerde, arazisi genişliği büyüklük gruplarına göre 10-550 dekar arasında değişim göstermekte olup işletmeler ortalamasında bu değer 197.94 dekadır. İncelenen işletmelerde toplam işletme arazisi içinde mülk arazisinin hakim olduğu görülmektedir ve ortalama olarak mülk arazinin oranı %78.95 olarak tespit edilmiştir. İşletmeler ortalamasına göre kiracılıkla işlenen arazi oranı %20.05, ortağa tutulan arazi oranı ise %1 olarak hesaplanmıştır. İşletmelerde mülk araziden

kiraya veya ortağa verilen araziye rastlanmamıştır.

Toplam işletme arazisinin büyük bir kısmını tarla arazisinin oluşturduğu alanda, işletmeler ortalamasında işletme arazisi içinde bunun payı %99.74 olarak belirlenmiştir. Bunu %0.15'lük pay ile meyve bahçesi arazisi ve % 0.12'lik pay ile bağ arazisi izlemektedir. Araştırma bölgesinde en fazla üretimi yapılan ürünlerin sırasıyla buğday, pancar ve arpa olduğu tespit edilmiştir.

3.1.2. Nüfus ve işgücü durumu

İncelenen işletmelerde işletme başına düşen ortalama nüfus 3.47-4.86 arasındadır ve işletmeler ortalamasında 4.23'tür. Bunun %52'sini erkek, %48'ini ise kadın nüfus oluşturmaktadır. Tarım işletmelerinde işgücünün esas kaynağı olan 15-49 yaş grubu nüfusu, incelenen işletmelerde %55.8 ile oldukça önemli bir bölümünü oluşturmakta, bunu %18.2 ile 50 ve daha yukarı yaş grubu, %13.2 ile de 7-14 yaş grubu izlemektedir. 0-6 yaş grubunun toplam nüfus içindeki payı ise %12.8' dir. İncelenen işletmelerde kullanılan aile işgücü miktarı; 1. grup işletmelerde %70.39 2. grup işletmelerde %77.83, 3. grup işletmelerde ise % 46.74 olup işletmeler ortalamasında %70.58 olarak hesaplanmıştır. İşletmede kullanılabilir aile işgücünün önemli bir bölümü atıl kalmaktadır. Değerlendirilmeyen, atıl kalan aile işgücü miktarı, işletme büyüklük gruplarına göre %17.28 ile %48.85 arasında değişmekte olup, işletmeler ortalamasında %23.24 'dür. Atıl işgücünün fazla olması, işlerin belli dönemlerde yoğunlaşmasından ve birçok işin makine ile yapılmasından kaynaklanmaktadır. İşletmelerde mevcut işgücünün fazla olmasına rağmen yabancı işçi çalıştırılması, işlerin yoğun olduğu özellikle çapa, hasat ve harman devrelerinde ve işlerin zamanında bitirilmesi zorunluluğundan kaynaklanmaktadır. Araştırma bölgesinde yabancı işgücünün büyük çoğunluğu geçici işgücünden oluşmaktadır. Ortalama olarak toplam işgücünün %34.81'i yabancı işgücüdür ve yabancı işgücü varlığı, işletme genişliği arttıkça artmaktadır.

3.2. İşletmelerin sermaye yapıları

Tarımsal üretimde en önemli faktörlerden biri sermayedir. Mal ve hizmet üretimi için gerekli olan dört üretim faktöründen (tabiat, emek, sermaye ve girişimci) biri olan sermaye; işletmelerin kurulması, faaliyetlerinin sürdürülmesi ve amacına ulaşabilmesi için varlığı zorunlu olan para ve malların tümünü ifade etmektedir (Karacan, 1991). Tarım işletmelerinde herhangi bir sermayenin yetersizliği ya da fazlalığı, işletmelerin başarılı bir şekilde çalışmasını olumsuz yönde etkilemektedir. Rantabl çalışabilmek için,

gerekli sermayelerden her birinin belirli oranlarda bulunması gerekmektedir. İşletmelerin şekline ve üretimin ağırlık noktasına göre farklılık gösterebilir de genel olarak rasyonel çalışan işletmelerde aktif sermayenin yarısını çiftlik sermayesinin, diğer yarısını işletme sermayesinin oluşturması arzu edilmektedir (Erkuş vd., 1995). Sermayenin çeşitli sınıflama şekilleri bulunmakla birlikte bu çalışmada fonksiyonlarına göre sermaye sınıflandırılmıştır. Buna göre sermaye; aktif ve pasif sermaye olmak üzere iki ana bölüme ayrılmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. İşletmelerde Sermaye Çeşitleri ve İşletme Arazisinin Dekarına Düşen Sermaye Miktarı

	Sermaye Miktarı		Dekara Düşen Sermaye (TL)
	TL	%	
AKTİF SERMAYE	497685	100.00	2514
Çiftlik Sermayesi	370427	74.43	1871
Toprak	292608	58.79	1478
Arazi Islahı	18155	3.65	92
Bina	49888	10.02	252
Bitki	9776	1.96	49
İşletme Sermayesi	127257	25.57	643
Alet-Makina	62756	12.61	317
Hayvan	36135	7.26	183
Malzeme Mühimmat	5295	1.06	27
Para	23071	4.64	117
PASİF SERMAYE	497685	100.00	2514
Yabancı Sermaye	84331	16.94	426
Borçlar	19176	3.85	97
Ortağa veya kiraya tutulan arazi	65155	13.09	329
Öz Sermaye	413354	83.06	2088

3.2.1. Aktif sermaye

Aktif sermaye işletmede kullanılan sermayenin tamamı olup, çiftlik ve işletme sermayesinden meydana gelmektedir. Araştırma bölgesindeki işletmelerde; işletmeler ortalamasına göre aktif sermayenin %74.43'ünü çiftlik sermayesi, %25.57'sini ise işletme sermayesi oluşturmaktadır (Tablo 1). Bu durum, aktif sermaye unsurlarının rasyonel bir şekilde dağılmadığını göstermektedir. İşletme sermayesinin aktif sermaye içerisindeki oranının çiftlik sermayesinden düşük olması işletmelerin başarılı üretim faaliyetinde bulunmalarını engelleyebilmektedir.

İşletmelerde ortalama aktif sermaye miktarı 497685 TL'dir. İşletmelerde bir dekar işletme arazisine düşen aktif sermaye miktarı ise 2514 TL'dir.

Çiftlik sermayesi

Çiftlik sermayesi; toprak sermayesi, arazi ıslahı sermayesi, bina sermayesi ve bitki sermayesinden oluşmaktadır. İncelenen işletmelerde işletme başına düşen ortalama çiftlik sermayesi 370427 TL olup aktif sermayenin %74.43'ünü oluşturmaktadır. Birim arazi başına düşen çiftlik sermayesi ise 1871 TL'dir (Tablo 1).

Toprak sermayesi: tarla, meyve ve bağ arazisi toplamından oluşmaktadır. Toprak sermayesinin işletmeler ortalamasında toplam değeri 292608 TL olup bu sermaye grubunun çiftlik sermayesi içerisindeki oranı %78.99, aktif sermaye içindeki oranı ise %58.79'dur.

Arazi ıslahı sermayesi: tamamını sulamaya yönelik yatırımlar oluşturmaktadır. İşletmelerin daha yüksek verim sağlamak amacıyla daha modern sulama sistemlerinden yararlanmak istemesi ve sulama yatırımlarına yönelik sübvansiyonlu kredilerin uygulamaya konulması bu yatırımlara olan talebi oldukça arttırmıştır. İşletmeler ortalamasında su kuyusu, sulama borusu, su motoru, dinamo ve trafodan oluşan arazi ıslahı sermayesinin işletme başına düşen değeri 18155 TL'dir. Arazi ıslahı sermayesinin çiftlik sermayesindeki payı %4.90, aktif sermayedeki payı ise %3.65'dir.

Bina sermayesi: toplam bina sermayesi işletmeler ortalamasında 49888 TL olup bunun %60.86'sını konut binaları, %38.14'ünü ise işletme binaları oluşturmaktadır. Bina sermayesinin çiftlik sermayesi içindeki oranı %13.47, aktif sermayedeki oranı ise %10.02'dir.

Bitki sermayesi: meyve ağaçları, bağ omcaları ve tarla demirbaşı kıymetlerinden oluşmaktadır. İşletme başına düşen bitki sermayesi değeri 9776 TL olup çiftlik sermayesi içindeki oranı %2.64 aktif sermaye içindeki oranı ise %1.96'dır.

İşletme sermayesi

İşletme sermayesi, tarımsal üretimde çiftlik sermayesini verimli hale getiren ve yararlanılmasına olanak sağlayan sermaye grubudur. Sabit işletme sermayesi (hayvan sermayesi ve alet-makine sermayesi) ve döner işletme sermayesinden (malzeme-mühimmat sermayesi ve para sermayesi) oluşmaktadır. İncelenen işletmelerde işletme başına ortalama çiftlik sermayesi 127257 TL'dir. Bu değer aktif sermayenin %25.57'sini oluşturmaktadır. Birim arazi başına düşen işletme sermayesi ise 643 TL'dir (Tablo 1).

Alet-makine varlığı; tarımsal üretimde kullanılan her çeşit tarım makinaları, alet ve

ekipmanlardan oluşmaktadır. Tarım işletmelerinin daha verimli çalışmalarını sağlamak, işlerini kolaylaştırmak ve mekanizasyon düzeylerini artırabilmek için devlet tarafından verilen sübvansiyonlu tarımsal mekanizasyon kredileri bölgede son teknolojiyle üretilen alet-makine varlığına olan talebi arttırmıştır. Bölgede özellikle büyük işletmelerde yaygın olarak kullanılan kombine tarım alet-makinaları verimliliği arttırmanın yanısıra işçilik masraflarının azalmasında önemli rol oynamıştır. İşletmeler ortalamasındaki değeri 62756 TL olan alet-makine sermayesi işletme sermayesinin %49.31'ini, aktif sermayenin ise %12.61'ini oluşturmaktadır.

Hayvan sermayesi: Tarımsal üretim faaliyetine doğrudan ya da dolaylı olarak katılan irat ve iş hayvanlarının tamamı hayvan sermayesini oluşturmaktadır. Bölgede hayvancılık oldukça düşük düzeyde yapılmakta, işletmeler genelde işletme içi tüketim amacıyla hayvancılık faaliyetinde bulunmaktadırlar. İşletmeler ortalamasında 36135 TL olan hayvan sermayesinin işletme sermayesi içindeki oranı %28.40, aktif sermaye içindeki oranı ise %7.26'dır.

Malzeme-mühimmat sermayesi; işletme ambarında bulunan tohumluk, gübre, yem, akaryakıt, gıda, ısıtma, temizlik, ilaç ve satılacak ürün değerlerinin toplamından oluşmaktadır. İncelenen işletmelerde ortalama değeri 5295 TL olan malzeme-mühimmat sermayesi işletme sermayesinin %4.16'sını, aktif sermayenin ise %1.06'sını oluşturmaktadır.

Para sermayesi: İşletmelerin para miktarıyla alacakları toplamından oluşan para sermayesi, likidite özelliği nedeniyle en önemli sermaye gruplarından biridir. İşletme başına 23071 TL olan para sermayesi, işletme sermayesinin %18.13'ü, aktif sermayenin ise %4.64'üdür.

3.2.2 Pasif sermaye

İşletmelerin üçüncü şahıslara karşı olan her türlü borçları ile öz kaynaklar, pasif sermayeyi meydana getirmektedir. İncelenen işletmelerde

pasif sermaye, yabancı sermaye ile öz sermayeden oluşmaktadır.

Yabancı sermaye işletmelerin başkalarına karşı yükümlülük taşıdığı kıymetlerden oluşmaktadır. Böylece devlete, kişilere, bankalara ve kooperatiflere olan borçlar yanında, aktif sermayede toprak varlığına dahil edilen kira ve ortağa tutulan arazinin kıymet karşılığı da yabancı sermayede gösterilmiştir (Rehber ve Erkuş, 1984). İşletmeler ortalamasında 84331 TL olan yabancı sermayenin %77.26'sını kiraya veya ortağa tutulan arazi kıymeti, %22.74'ünü ise borçlar oluşturmaktadır. Öz sermaye toplam aktif sermayenin %83.06'sını meydana getirmektedir.

4. İşletmelerin Kullandıkları Kredilerin Geri Ödenmesinde Etkili Faktörlerin Analizi

Araştırma alanında yer alan tarımsal işletmelerin kullandıkları kredilerin takibe düşmesine neden olabilecek faktörlerin belirlenmesinde lojistik regresyon analizi kullanılmış ve bu analiz yardımıyla kredilerin takibe düşmesinde etkili

olan değişkenler belirlenmiştir. En uygun çok değişkenli lojistik regresyon modelini belirlemek amacıyla, önceden belirlenen ekonomik rantabilite oranı, kaldıraç oranı, tasarruf eğilimi, arazi varlığı değişkenleri modele dahil edilmiştir.

Bu değişkenler:

X1: Ekonomik rantabilite oranı, sürekli bir veri setidir.

X2: Kaldıraç oranı, sürekli bir veri setidir.

X3: İşletmecinin tasarruf eğilimi, kesikli bir veri seti olup iki kategori bulunmaktadır. Tasarruf yapma durumu 1, tasarruf yapmama durumu 0 olarak kodlanmıştır.

X4: Arazi varlığı sürekli bir veri setidir.

Bağımlı değişken y ise;

0: Kötü kredi (ödenmemiş; takibe düşmüş, haciz, yapılandırma vb. geçirmiş krediler)

1: İyi kredi (düzgün ödenen krediler)

Tablo 2. Kredilerin takibe düşme nedenlerini belirlemeye yönelik lojistik regresyon analiz sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	Wald İstatistiği	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)	Exp(B)
Kaldıraç oranı	-0.376	0.071	28.12	1	0	0.686
Ekonomik rantabilite	0.028	0.016	3.027	1	0.082	1.028
Tasarruf eğilimi	1.731	0.971	3.177	1	0.075	5.646
Arazi varlığı	0.004	0.002	3.34	1	0.068	1.004
Sabit	2.519	0.61	17.069	1	0	12.417

Lojistik regresyon analiz sonuçlarına göre kredi ödenebilirliğini etkileyen değişkenlerden en önemlisinin kaldıraç oranı olduğu belirlenmiştir ($p=0.000$). Bu değişkenin katsayısı negatif, Exp(B) değeri ise 0.686 olarak hesaplanmıştır. Buna göre, diğer değişkenler sabit kalmak koşuluyla kaldıraç oranındaki bir birimlik artış, kredi ödenebilirliğini 0.69 kat azaltmaktadır.

Kaldıraç oranı, borçların aktif sermayeye oranlanması ile hesaplamakta olup işletmenin kaynak yapısını göstermekte ve işletme varlıklarının hangi kaynaklarla ne oranlarda karşılandığını ortaya koymaktadır.

Tasarruf oranı da anlamlı bulunan bir değişkendir. Bu değişkenin Exp(B) değeri 5.646

olarak hesaplanmış olup buna göre tasarruf oranındaki bir birimlik artış, kredinin ödenebilirliğini 5.65 kat artırmaktadır.

Kredi ödenebilirliğini etkileyen bir diğer değişken ise işletmelerin arazi varlığıdır. Bu değişkenin Exp (B) değeri ise 1.004'dır. Buna göre arazi varlığının bir birim artması, kredi ödenebilirliğini 1 kat artırmaktadır.

Ünlüer ve Güneş (2013) Eskişehir'de yaptıkları benzer bir çalışmada kredi kullanan 117 işletmeciyi incelemiş ve bunların %9.4'ünün borçlarını zamanında ödeyemedikleri belirlenmiştir. Ardından yapılan lojistik regresyon analizi ile ekonomik rantabilite oranının, kredinin vadesinin ve kaldıraç oranının

kredi ödenebilirliği ile önemli derecede ilişkili olduğu saptanmıştır. Kredi ödenebilirliğini kaldıraç oranının ve kredinin vadesinin olumsuz, ekonomik rantabilitenin ise olumlu etkilediği belirlenmiştir.

Modele ait bağımlı değişkenin sınıflandırmadaki başarı oranını gösteren sonuçlar Tablo 3’de görülmektedir. Buna göre kurulan lojistik regresyon modelinin doğru sınıflandırma yüzdesi %84.9 olarak bulunmuştur.

Tablo 3. Modelin sınıflandırma tablosu

Gözlemlenen	Kestirim		Doğruluk yüzdesi
	Borçları zamanında ödeme durumu		
	Kötü kredi (0)	İyi kredi (1)	
Kötü kredi (0)	33	13	71.7
İyi kredi (1)	8	85	91.4
Genel			84.9

Tablo 4. Uyum iyiliği testi

Adım	Ki-kare	Serbestlik derecesi	Anlamlılık düzeyi
1	5.120	8	0.745

5. Genel Değerlendirme

Tarım sektöründe teknolojinin ve yeniliğin gerçekleşmesinde ve ara girdilerin temininde yeterli sermayeye sahip olunması gerekmektedir. Bir başka ifadeyle sermaye birikimi ile uygun ölçek ve koşul elde edildiğinde yeni teknolojiler kullanıma hızlıca sokulabilmektedir.

İşletmelerin sermaye miktar ve bileşimleri incelendiğinde işletmeler ortalamasında aktif sermayenin %74.43’ünü çiftlik sermayesi, %25.57’sini işletme sermayesi oluşturmaktadır.

Aktif sermayenin içerisinde işletme sermayesinin düşük olması araştırma bölgesinde modern teknolojilerin yeteri kadar kullanılmadığını ve nakit sıkıntısının yaşandığını göstermektedir.

Özellikle, para mevcudu ile malzeme mühimmat varlığının toplam aktif sermaye ve işletme sermayesi içerisindeki oranının düşük olması işletmelerin finansmanı açısından oldukça önemli bir sorundur.

İşletme sermayesinin yetersiz kalmasında hayvancılık faaliyetinin düşük düzeyde

Modelin sınıflandırma gücünün oldukça iyi olduğu görülmektedir.

Ho: Model verilere uymaktadır.

H1: Model verilere uygun değildir.

Uyum iyiliği testi olan Hosmer ve Lemeshow testi 0.75 değerini vermiştir. Bu değer 0.05’ten büyük olduğundan Ho reddedilemez. Model istatistiki olarak anlamlı bir şekilde verilere uygundur (Tablo 4).

gerçekleşmesi de etkili olmaktadır. Bu durumda hayvancılık faaliyetine daha fazla yer verilerek gelirin artması sağlanabilir. Bununla birlikte işletmelerin belirli bir geliri daha küçük araziden sağlaması da mümkün olabilir.

Tarımda sermaye birikiminin artmasına ilişkin çalışmaların artırılmasının sektör açısından önemi büyüktür. Bu amaçla ürün pazarlarının geliştirilmesi, tarımsal girdi piyasalarının işletmelere uygun yapılandırılarak fiyat, kalite ve miktar yönleriyle etkinleştirilmesi gerekmektedir.

Tarım ürünleri ticaretini kolaylaştırmak, depolanması için yaygın bir sistem oluşturmak, ürün sahiplerinin mallarının emniyetini sağlamak ve kalitesini korumak için lisanslı depoculuğun yaygınlaştırılması faydalı olacaktır.

Lojistik regresyon analizi sonuçlarına göre kredi ödenebilirliğini etkileyen en önemli değişkenlerin kaldıraç oranı, ekonomik rantabilite, arazi varlığı ve tasarruf eğilimi olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle işletmelerin en karlı üretim kollarını belirlemeleri

gerekmektedir. Bunun yanısıra üreticilerin kullandıkları kredileri üretime yönelik harcamaları ve gereksiz borçlanmadan kaçınmaları da kredi ödenebilirliğini olumlu etkileyecektir.

Kaynaklar

Adıgüzel, Ö., 2006. Tokat İli Turhal İlçesi Tarım İşletmelerinin Tarımsal Kredi Kullanım Durumları, Üreticiler Üzerine Etkileri, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Yüksek Lisans Tezi, GOP Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi ABD, Tokat.

Aktaş C., Erkuş, O., 2009. Lojistik Regresyon Analizi İle Eskişehir'in Sis Kestiriminin İncelenmesi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, Sayı 16, S. 47-59, İstanbul.

Coşkun S., Kartal, M., Coşkun A., Bircan, H., 2004. Lojistik Regresyon Analizinin İncelenmesi ve Dişhekimliğinde Bir Uygulaması. Cumhuriyet Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi, Cilt:7 Sayı:1, Sivas.

Eliş, H., 2001. İnsan Kaynakları Araştırmalarında Kantitatif Bir Yaklaşım: Lojistik Regresyon ve Bir Uygulaması. Kara Harp Okulu Bilim Dergisi, Cilt: 11, Sayı :1, Ankara.

Erkuş, A., Bülbül, M., Kıral, T., Açıl, A. F., Demirci, R., 1995. Tarım Ekonomisi. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları, No: 5, Ankara.

Greene, W.H., 2000. Econometric Analysis, 4th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.

Gujarati, D.N., 2001. Temel Ekonometri, Literatür Yayıncılık, İstanbul.

Karacan, A. R., 1991. Tarım İşletmelerinin Finansmanı ve Tarımsal Kredi. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No: 498, İzmir.

Kmenta, J., 1990. Elements of Econometrics, Second Edition, Macmillan Publishing Company, New York.

Köksal, Ş., 2000. Yozgat İli Merkez İlçe Tarım İşletmelerinde Kredi Kullanım Durumu ve Üreticiler Üzerine Etkileri. GOP Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.

Özdamar, K., 2002. Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi I. Kaan Kitabevi, Eskişehir.

Pindyck, R.S., Rubinfeld, D. L., 1991. Econometric Models and Economic Forecasts, 3th Edition, McGraw Hill, inc., New York.

Rehber, E., Erkuş, A., 1984. Nevşehir'de Patates Üreten Tarım İşletmelerin Ekonomik Analizi. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Yayın No: TE-1 s.1-18, Ankara.

Stewart, J., 1991. Econometrics, Philip Allan, London.

Tarı, R., 2002. Ekonometri. Alfa Basım Yayım Dağıtım Ltd.Şti., İstanbul.

Tatlıdil, H., 1992. Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz, Engin Yayınları, Ankara.

Kırmızı Et ve Ürünlerinde Tüketicilerin Satın Alma Tercihlerinde Etkili Olan Faktörler

Levent SEVİMLİ¹

Bülent GÜLÇUBUK²

Öz

Bu araştırmada; anketlerle elde edilen veriler yardımıyla, tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerinde satın alma tercihleri ve etki eden faktörler incelenmiştir. Çalışmada yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi, ailenin gelir seviyesi, aylık gıda harcamaları değişkenleri ele alınmıştır. Tüketicilerin bazı sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri ile kırmızı et ve ürünlerinde satın alma tercihleri arasındaki ilişkiler Khi-kare testi ile analiz edilmiştir. Anket yapılan tüketicilerin %47'si üniversite mezunu, yaş ortalaması 39, ortalama aile gelirleri 2368 TL/ay ve ortalama gıda harcamaları 575 TL/ay olarak bulunmuştur. Ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok süpermarketten (%49.1) ve kasaptan (%46.7) aldığı, en az ise (%0.1) seyyar satıcıdan aldığı belirlenmiştir. Aylık gıda harcaması seviyesi düşük tüketicilerin kasaplardan alışverişi daha çok tercih ettikleri, aylık gıda harcaması seviyesi yüksek tüketicilerin ise daha çok süpermarketten alışverişi tercih ettikleri görülmektedir. Kırmızı et ve ürünlerinde satın alma tercihleri ile tüketicilerin yaşları (df:4, f:1.98>0.05) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkili bulunamamış olup ele alınan diğer değişkenler açısından; cinsiyet (df:4, f:0.32<0.05), medeni durum (df:4, f:0.01<0.05), eğitim seviyesi (df:20, f:0.00<0.05), ailenin gelir seviyesi (df:20, f:0.00<0.05), aylık gıda harcamaları (df:20, f:0.00<0.05) arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Kırmızı et, Et ürünleri tüketimi, Tüketici, Tüketici tercihleri, Khi-kare testi

The Factors Affecting Purchasing Preferences of Consumers in Red Meat and Products

Abstract

In this survey, the purchasing preferences of consumers in red meat and products and affecting factors are examined by the help of the datas obtained by questionnaires. In the study, the variables such as age, gender, marital status, education level, income level of the family, monthly food expenditures are discussed. Some social-economic and demographic properties of consumers and the purchasing preferences in red meat and products are analyzed by chi-square test. It's found that, 47% of consumers surveyed are; graduated from university, average age 39, average family income 2368 TL/month, average food expenditures 575 TL/month. The consumers joined the survey buy red meat and products mostly from supermarkets (49.1%) and butcher (46.7%), at least from hawker (0.1 %). It's seen that; the consumers with low monthly food expenditures prefer shopping from the butchers while the consumers with high monthly food expenditures prefer shopping at the supermarkets. There is no statistically significant relationship between the purchasing preferences in red meat and products and consumers' ages (df:4, f:1.98>0.05) while the other variables (gender (df:4, f:0.32<0.05), marital status (df:4, f:0.01<0.05), education level (df:20, f:0.00<0.05), income level of the family (df:20, f:0.00<0.05), monthly food expenditures (df:20, f:0.00<0.05)) are statistically significant.

Keywords: Red meat, Consumption of meat products, Consumer, Preferences of consumers, Chi-square test

JEL: Q13, M31

Geliş Tarihi (Received): 02.08.2018

Kabul Tarihi (Accepted): 07.09.2018

¹Sorumlu yazar (Corresponding author), Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü, Ankara, levent.sevimli@tarim.gov.tr

² Prof. Dr., Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Ankara

1. Giriş

Sağlıklı ve dengeli beslenmenin en önemli koşullarından biri kişi başına tüketilmesi gereken günlük proteinin %40-50'sinin hayvansal kaynaklı proteinlerden karşılanmasıdır (Göğüş, 1986; Gökalp, 1986). Et önemli bir hayvansal protein kaynağı olup büyüme, gelişme ve fizyolojik fonksiyonların yerine getirilmesinde gerekli olan birçok bileşeni içeren komple bir gıdadır. Ayrıca lezzetli olması, çok çeşitli biçimlerde tüketilebilmesi ve hazım olma derecesinin yüksek olması gibi özelliklere de sahip olan et, dünyanın hemen her yerinde diğer gıdalara oranla pahalıdır. Bu durum yeterli et tüketimini azaltan önemli bir faktördür. Ancak Türk toplumunda artan refah seviyesi; nüfus artışı, turist sayısındaki artış, ülkemizde ikamet eden 3 milyona yakın misafirlerimizin tüketimi ve tüketim alışkanlıklarındaki değişim (hazır yemek sektörü, fast-food vb.) et tüketim talebini arttırmaktadır. Dünyada üretilen kırmızı etin %58'i ve AB'de üretilen kırmızı etin %73'ü domuz etidir. Domuz eti hariç kişi başına düşen kırmızı et miktarında (sığır, koyun, keçi ve manda) dünya ortalaması 11 kg (domuz eti dahil 27 kg), AB ortalaması ise 16 kg (domuz eti dahil 61 kg)'dır. Türkiye ortalaması ise yaklaşık 15 kg'dır (FAO, 2008).

Kırmızı et tüketimini tüketicilerin ekonomik durumları dışında beslenme alışkanlıkları, iklim, gelenekler, dini inançlar ve sağlık sorunları gibi faktörler de etkilemektedir. Ülkemizde de kırmızı et tüketiminde bölgelere göre hatta bölgeler içinde yörelere göre farklılıklar bulunmaktadır. Hayvansal gıda tüketiminin yapısının araştırılması, hayvansal ürünlere olan tüketici talep eğilimlerinin belirlenmesi (Yıldırım ve Yalçınkaya, 1999), tüketicilerin satın alma tercihlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi önemlidir. Fakat Türkiye'de tüketicilerin satın alma tercihlerine etki eden faktörleri ayrıntılı olarak inceleyen çalışmalar sınırlı sayıda bulunmaktadır. Tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen pek çok unsur olmasına rağmen firmaların uygulamış oldukları çeşitli faaliyetlerde tüketicilerin mal ve

hizmetleri satın alırken davranışlarını etkilemektedir. Bu noktada araştırmada, kırmızı et ve et ürünlerinin tüketiminde tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen faktörlerin ortaya konulması amaçlanmıştır.

2. Materyal ve Yöntem

Çalışmanın ana materyalini ve birincil veri kaynağını; Tarım ve Orman Bakanlığı personeli vasıtası ile 10 ilde yapılmış (10 İlin Türkiye nüfusu içerisindeki oranı: %46.28'dir) anket çalışmaları sonucunda elde edilen bilgiler oluşturmaktadır. Aynı zamanda ulusal ve bölgesel düzeydeki raporlar, araştırmalar ve istatistiklerden ikincil veriler olarak yararlanılmıştır. Çalışmanın amacı et ve et ürünlerinde tüketicilerin satın alma tercihleri ve bu tercihler etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu noktada çalışmanın popülasyonunu (ana kütesini) Türkiye'de yaşayan tüm bireyler oluşturmuştur. Türkiye'de gıdaların pazarlama yerleri genellikle şehir merkezlerinde bulunmaktadır. Bu nedenle çalışmanın popülasyonu şehirlerde yaşayanlar olarak daraltılmıştır. Bu amaca yönelik olarak yapılan alan çalışmasının popülasyonu; gayeli örnekleme yöntemi ile Türkiye'nin coğrafi bölgeleri, eğitim ve gelir seviyesi dikkate alınarak belirlenmiştir. Bilimsel araştırmalarda örnek belirleme işlemi popülasyonun çalışılan konu ile ilgili özelliği dikkate alınarak ortalama ve varyansa göre yapılmaktadır. Ancak bu çalışmada popülasyona giren bireylerin özellikleri hakkında bir bilgi bulunmamaktadır. Bu nedenle ana kitle oranlarına dayalı kümelenendirilmemiş tek aşamalı tesadüfi olasılık örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Collins, 1986).

$$n = t^2 * [1 + (0,02)(b - 1)] * \frac{P * q}{e^2}$$

b=1 alındığında formülde ki eşitlik aşağıdaki forma dönüşmüştür.

$$n = t^2 * (p * q) / e^2$$

n= örnek sayısı

t=önem derecesine karşılık gelen tablo değeri

b=örnekleme aşaması (bu çalışmada tek aşamalı olduğu için 1 alınmıştır)

p=incelenen olayın gerçekleşme olasılığı
q=incelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı
e=kabul edilen hata payı

Bu örnekleme yöntemi popülasyondaki birey sayısı çok fazla olduğu durumlarda (Örneğin 100000 ve üzeri) kullanılmaktadır. Nitekim belirlenen her ilin toplam nüfusu 100000'den fazladır. Bu nedenle yukarıdaki formülle yapılacak anket sayısı belirlenmiş ve illerin nüfusuna göre dağıtımı yapılmıştır. Örnekleme işleminin yapılmasında %95 güven aralığı ve %1.4 hata payı ile çalışılmıştır. %95 güven aralığına karşılık gelen Tablo değeri 1.96'dır.

Ayrıca üzerinde çalışılan konunun olasılık değeri bilinmediği için p ve q değerleri 0.5 olarak kabul edilmiştir. Bu verilere göre yapılan hesaplamalar sonucunda t örnek hacmi 4899 olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamına alınan illerin nüfus verileri "Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi" verilerinden alınmış ve illere göre yapılacak anket sayısının belirlenmesinde bu veriler kullanılmıştır. Her bir il için belirlenen örnek sayısı Tablo 1'de verilmiş olup, anket sayısı illerin nüfus içerisindeki oransal payı dikkate alınarak belirlenmiştir.

Tablo 1. İller itibariyle nüfus ve anket sayıları

İller	2000	2005	2010	2015	2016	2017	Anket Sayısı
Adana	1879695	1969512	2085225	2183167	2201670	2216475	290
Ankara	3889199	4294678	4771716	5270575	5346518	5445026	744
Antalya	1430539	1681656	1978333	2288456	2328555	2364396	229
Bursa	2150571	2353834	2605495	2842547	2901396	2936803	413
Diyarbakır	1317750	1416775	1528958	1654196	1673119	1699901	177
Erzurum	801287	790505	769085	762321	762021	760476	83
İstanbul	11076840	12128577	13255685	14657434	14804116	15029231	2106
İzmir	3431204	3648575	3948848	4168415	4223545	4279677	557
Kayseri	1038671	1127566	1234651	1341056	1358980	1376722	171
Samsun	1191926	1218424	1252693	1279884	1295927	1312990	129
Toplam	28207682	30630102	33430689	36448051	36895847	37421697	4899
Türkiye	64729506	68860542	73722988	78741053	79814871	80810525	-

Kaynak: TÜİK, 2018

Anketin güvenilirliğini sağlamak amacıyla ön test uygulaması yapılmış ve elde edilen sonuçlara, uygun istatistik paket programında güvenilirlik (reliability) analizi yapılmıştır. Tüketicilerin gıda güvenliğine yönelik tutum ve davranışları ile ilgili kapalı uçlu sorular için beşli Likert ölçeği (1: tamamen karşıyım; 5: tamamen katılıyorum) kullanılmıştır. Anket yolu ile araştırma bölgesinden toplanan "evet-hayır" gibi 2 veya daha çok cevaplı kategorik verilerin analizlerinde Ki-kare analizinden yararlanılmıştır. "Ki-kare" analiz yöntemi özellikle sosyal bilimlerdeki çalışmalarda yaygın olarak kullanılan bir analiz yöntemidir. "Ki-kare" analiz yöntemi verilerin sunuluş biçimine göre "Ki-kare uygunluk testi" ve "Ki-kare bağımsızlık testi" olmak üzere iki ana gruba ayrılır. "Ki-kare" analiz yöntemi sadece ilişkilerin saptanmasında değil, aynı zamanda değişkenler arasındaki farklılıkların belirlenmesinde de kullanılmaktadır. "Ki-kare"

analiz yöntemi frekans dağılımları üzerinden işlem yapan bir analiz yöntemidir. İki değişkenin birbirlerinden bağımsız olması aralarında bir ilişkinin bulunmadığı anlamına gelmektedir. "Ki-kare" testi değişkenlerin bağımsızlığını ölçmede yaygın olarak kullanılır. Öte yandan "Ki-kare" analiz yöntemi iki değişken arasındaki ilişkinin şiddeti konusunda oldukça sınırlı bilgi vermektedir (Altunışık ve ark., 2005).

3. Araştırma Bulguları

Ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok satın aldığı yerlere göre dağılımları incelendiğinde, ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok süpermarketten (%49.1) ve kasaptan (%46.7) aldığı, en az ise (%0,1) seyyar satıcıdan aldığı belirlenmiştir. Süpermarketten yapılan alışverişlerin genel alışveriş yeri tercihleri içinde önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir.

3.1. Cinsiyete göre satın alma alışkanlıkları

Ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok satın aldıkları yer ile cinsiyetlere göre dağılımları incelendiğinde, kadın tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok süpermarketten (%50.3) ve kasaptan (%46) aldığı, en az ise (0.1) seyyar satıcıdan aldığı belirlenmiştir. Erkek tüketicilerin ise en çok kasaptan (%47.6) ve süpermarketten (%47.5) aldığı belirlenmiştir (Tablo 2). Kadınların süpermarketi erkeklere oranla daha fazla tercih ettikleri görülmektedir. İstatistiki açıdan da bu fark anlamlıdır (df:4, f:0.32<0.05).

3.2. Yaşa göre satın alma alışkanlıkları

Ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok satın aldıkları yer ile yaşlara göre dağılımları 30 yaş altındaki tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok süpermarketten (%51) aldığı, en az ise (%0.2) seyyar satıcıdan aldığı belirlenmiştir. 61 yaş ve üzerindeki tüketicilerin ise en çok kasaptan (%47.2) ve süpermarketten (%46.8) aldığı belirlenmiştir (Tablo 3). Ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok satın aldıkları yer ile yaş değişkeni arasında istatistiki açıdan anlamlı bir fark bulunmamaktadır (df:4, f:1.98>0.05).

Tablo 2. Satın almada cinsiyete göre farklar

Cinsiyet		Kasap	Semt Pazarı	Süpermarket	Seyyar Satıcı	Üretici	Toplam
Erkek	Sayı	973	23	970	0	76	2042
	%	47.6	1.1	47.5	0.0	3.7	100.0
Kadın	Sayı	1301	29	1422	3	71	2826
	%	46.0	1.0	50.3	0.1	2.5	100
Toplam	Sayı	2274	52	2392	3	147	4868
	%	46.7	1.1	49.1	0.1	3.0	100.0

df:4, f:0.32<0.05- anlamlı

Tablo 3. Satın almada yaşlara göre farklar

Yaş		Kasap	Semt Pazarı	Süpermarket	Seyyar Satıcı	Üretici	Toplam
30 yaş ve altı	Sayı	583	13	656	2	32	1286
	%	45.3	1.0	51.0	0.2	2.5	100.0
31-40	Sayı	732	17	819	0	50	1618
	%	45.2	1.1	50.6	0.0	3.1	100.0
41-50	Sayı	565	9	532	1	33	1140
	%	49.6	0.8	46.7	0.1	2.9	100.0
51-60	Sayı	285	7	277	0	24	593
	%	48.1	1.2	46.7	0.0	4.0	100.0
61 yaş ve üzeri	Sayı	109	6	108	0	8	231
	%	47.2	2.6	46.8	0.0	3.5	100.0
Toplam	Sayı	2274	52	2392	3	147	4868
	%	46.7	1.1	49.1	0.1	3.0	100.0

df:4, f:1.98>0.05- anlamsız

3.3. Medeni duruma göre satın alma alışkanlıkları

Medeni durum, satın alma davranışlarını etkileyen önemli bir faktördür. Evli bir tüketici ile evli olmayan bir tüketici arasında önemli değişiklikler olacaktır. Medeni durumla birlikte kişinin aldığı sorumluluklar değişecek, yeni davranış kalıpları yüklenecektir. Bu bağlamda ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok satın aldıkları yer ile medeni

durumlarına göre dağılımları Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo incelendiğinde, evli tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok kasaptan (%48.3) aldığı belirlenmiştir. Bekâr tüketicilerin ise en çok süpermarketten (%53.8) aldığı belirlenmiştir.

Bekâr tüketiciler süpermarketi evli tüketicilere göre daha fazla tercih etmekte olup İstatistiki açıdan da bu fark anlamlıdır (df:4, f:0.01 <0.05).

Tablo 4. Satın almada medeni duruma göre farklar

Medeni durum		Kasap	Semt Pazarı	Süpermarket	Seyyar Satıcı	Üretici	Toplam
Evli	Sayı	1761	37	1734	1	113	3646
	%	48.3	1.0	47.6	0.0	3.1	100.0
Bekar	Sayı	513	15	658	2	34	1222
	%	42.0	1.2	53.8	0.2	2.8	100.0
Toplam	Sayı	2274	52	2392	3	147	4868
	%	46.7	1.1	49.1	0.1	3.0	100.0

df:4, f:0.01<0.05- anlamlı

3.4. Eğitim seviyesine göre satın alma alışkanlıkları

Eğitim kişide, farklı bakış açıları, farklı kültür ve anlayışların gelişmesine neden olmaktadır. Eğitim tüketici bilincini artırmaktadır. Eğitim düzeyiyle birlikte, bireyin bilgi ve yeteneğinin yükseldiği ve yeni şeyler öğrenmesinin de arttığı görülmektedir. Öğrenilen yeni konular, istek ve gereksinimlerin de değişmesine neden olmaktadır (Penpece, 2006). Bu bağlamda; ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok satın aldıkları yer ile eğitim seviyelerine göre dağılımları Tablo 5’de verilmiştir. Tablo incelendiğinde, eğitim seviyesi arttıkça tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok süpermarketten aldığı belirlenmiştir. Üniversite mezunu tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini daha çok süpermarketten (%55.9) aldığı, okur-yazar (%67.7) ve okuma yazma bilmeyen (%53.3) tüketicilerin ise daha çok kasaptan aldığı belirlenmiştir. Tüketicilerin genel olarak kırmızı et ve ürünlerini daha çok süpermarketten (%49.1) ve kasaptan (%46.7) aldığı belirlenmiştir. Eğitim seviyesi düşük tüketicilerin kasaptan alışverişi daha çok tercih ettikleri, eğitim seviyesi yüksek tüketicilerin ise daha çok süpermarketten alışverişi tercih ettikleri görülmektedir. Ancak Ki-kare analizinde 5’ten küçük hücre sayısının 11 (%36.7) olduğu görüldüğünden istatistiki açıdan bu fark anlamlıdır denilememektedir (df:20, f:0.00 <0.05).

3.5. Ailenin gelir seviyesine göre satın alma alışkanlıkları

Ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok satın aldıkları yer ile ailenin

gelir seviyesine göre dağılımları incelendiğinde, gelir seviyesi arttıkça tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok süpermarketten aldığı belirlenmiştir. Gelir seviyesi 2000 TL ve üzerindeki tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini daha çok süpermarketten aldığı, 2000 TL ve altındaki tüketicilerin ise daha çok kasaptan aldığı belirlenmiştir. Gelir seviyesi 5001 TL ve üzerinde olan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini daha çok süpermarketten (%57.7) aldığı, 1000 TL ve altındaki tüketicilerin ise daha çok kasaptan (%53.1) aldığı belirlenmiştir (Tablo 6). Gelir seviyesi düşük tüketicilerin kasaptan alışverişi daha çok tercih ettikleri, gelir seviyesi yüksek tüketicilerin ise daha çok süpermarketten alışverişi tercih ettikleri görülmektedir. İstatistiki açıdan da bu fark anlamlıdır (df:20, f:0.00 <0.05).

3.6. Ailenin aylık gıda harcama seviyesine göre Kırmızı eti satın alma alışkanlıkları

Ankete katılan tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok satın aldıkları yer ile ailenin aylık gıda harcamasına göre dağılımları Tablo 7’de verilmiştir. Tablo incelendiğinde, aylık gıda harcaması 500 TL ve üzerindeki ailelerin kırmızı et ve ürünlerini daha çok süpermarketten, 500 TL ve altındakilerin daha çok kasaptan aldığı, 1501-2000 TL arasında olanların ise daha çok süpermarketten (%55.6) aldığı belirlenmiştir.

Aylık gıda harcaması arttıkça tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok süpermarketten aldığı belirlenmiştir. Ancak Ki-kare analizinde 5’ten küçük hücre sayısı 11 (%33.3) olduğu için istatistiki açıdan bu fark anlamlıdır denilememektedir (df:20, f:0.00 <0.05).

Tablo 5. Satın almada eğitim seviyesine göre farklar

Eğitim Seviyesi		Kasap	Semt Pazarı	Süpermarket	Seyyar Satıcı	Üretici	Toplam
Okuma Yazma Bilmiyor	Sayı	16	3	7	0	4	30
	%	53.3	10.0	23.3	0.0	13.3	100.0
Okur Yazar	Sayı	44	3	14	0	4	65
	%	67.7	4.6	21.5	0.0	6.2	100.0
İlkokul Mezunu	Sayı	353	8	211	1	28	601
	%	58.7	1.3	35.1	0.2	4.7	100.0
Ortaokul Mezunu	Sayı	242	11	177	0	18	448
	%	54.0	2.5	39.5	0.0	4.0	100.0
Lise Mezunu	Sayı	678	11	700	0	38	1427
	%	47.5	0.8	49.1	0.0	2.7	100.0
Üniversite Mezunu	Sayı	941	16	1283	2	55	2297
	%	41.0	0.7	55.9	0.1	2.4	100.0
Toplam	Sayı	2274	52	2392	3	147	4868
	%	46.7	1.1	49.1	0.1	3.0	100.0

df: 20 f :0.00<0.05- anlamlı

Tablo 6. Satın almada ailenin gelir seviyesine göre farklar

Gelir aralığı (TL)		Kasap	Semt Pazarı	Süpermarket	Seyyar Satıcı	Üretici	Toplam
1000 ve altı	Sayı	172	15	118	0	19	324
	%	53.1	4.6	36.4	0.0	5.9	100.0
1001-2000	Sayı	664	16	577	1	38	1296
	%	51.2	1.2	44.5	0.1	2.9	100.0
2001-3000	Sayı	662	8	696	1	37	1404
	%	47.2	0.6	49.6	0.1	2.6	100.0
3001-4000	Sayı	340	5	430	1	13	789
	%	43.1	0.6	54.5	0.1	1.6	100.0
4001-5000	Sayı	226	6	262	0	25	519
	%	43.5	1.2	50.5	0.0	4.8	100.0
5001 ve üzeri	Sayı	210	2	309	0	15	536
	%	39.2	0.4	57.6	0.0	2.8	100.0
Toplam	Sayı	2274	52	2392	3	147	4868
	%	46.7	1.1	49.1	0.1	3.0	100.0

df:20 f :0.00 <0.05-anlamlı

Tablo 6. Satın almada ailenin aylık gıda harcaması seviyesine göre farklar

Aylık gıda harcaması (TL)		Kasap	Semt Pazarı	Süpermarket	Seyyar Satıcı	Üretici	Toplam
250 ve altı	Sayı	179	13	135	0	17	344
	%	52.0	3.8	39.2	0.0	4.9	100.0
251-500	Sayı	759	13	703	0	44	1519
	%	50.0	0.9	46.3	0.0	2.9	100.0
501-1000	Sayı	837	20	920	2	52	1831
	%	45.7	1.1	50.2	0.1	2.8	100.0
1001-1500	Sayı	333	3	432	1	25	794
	%	41.9	0.4	54.4	0.1	3.1	100.0
1501-2000	Sayı	107	2	144	0	6	259
	%	41.3	0.8	55.6	0.0	2.3	100.0
2001 ve Üzeri	Sayı	59	1	58	0	3	121
	%	48.8	0.8	47.9	0.0	2.5	100.0
Toplam	Sayı	2274	52	2392	3	147	4868
	%	46.7	1.1	49.1	0.1	3.0	100.0

df:20 f :0.00<0.05-anlamlı

4. Sonuç

Hayvancılık sektörü özellikle de et üretimi işletme açısından zor bir faaliyettir. Zira bize sütünü veren inek bir canlıdır, dişi yavruları damızlık, erkek yavruları da besi materyalidir. Besi materyalinin bakımı işletmeci açısından oldukça masraflıdır. Zira toplumun artan refah seviyesi daha fazla et tüketimi sonucunu doğurmakta talebi arttırmaktadır. Toplumun sağlıklı beslenmesi adına artan bu talebin karşılanması önemlidir.

Tarımsal üretimin sağlıklı gelişebilmesi, toplumun gıda ihtiyacının sağlıklı olarak sağlanabilmesi, toplum sağlığının korunması ve gıdalara olan toplum güveninin tam olarak sağlanabilmesi için “Gıda Güvenilirliği” vazgeçilmez bir ön koşuldur. Kırmızı et ve et ürünleri konusunda gıda güvenliğini sağladığımız kadar gıda güvenilirliğini de sağlamak gerekmektedir.

Bu amaçla uygulanan araştırmada; tüketicilerin demografik, sosyo-kültürel ve ekonomik yapılarının analizinin yanı sıra gıda satın alma özelliklerine ilişkin analizler de yapılmıştır. Bu bağlamda anket yapılan tüketicilerin %47’sinin üniversite mezunu, yaş ortalamasının 39, ortalama aile gelirlerinin 2368 TL/ay, gıda harcamalarının ise ortalama 575 TL/ay olduğu belirlenmiştir.

Çalışmada ele alınan kırmızı et satın alan tüketicilerin demografik özellikleri incelendiğinde; bireyin satın alma davranışını belirleyen önemli etmenlerden biri olarak yaş değişkeni ele alınmıştır. Zira belirli yaş dönemleri, kırmızı et tüketimini etkileyebilmektedir. Çalışma kapsamında ankete katılanların %26.4’ü 30 yaş ve altında, %59.6’sı 40 yaş ve altındadır. Yaş dağılımı literatür ile benzerlik göstermektedir. Cankurt ve ark. (2010)’nın yürüttüğü çalışmada ankete katılanların %11’inin 25 yaşın altında, %52’sinin 25-45 yaşları arasında ve %37’sinin ise 45 yaşın üzerinde olduğu belirtilmiştir.

Bireyin satın alma davranışını belirleyen bir diğer değişken olarak cinsiyet değişkeni

çalışmada ele alınmıştır. Cinsiyet satın alma kararında önemli bir role sahiptir. Bazı ürünlerin satın alınmasında daha çok erkekler karar verici durumundayken, bazı ürünlerin satın alınmasında ise kadınlar söz sahibidir. Bu noktada çalışmada; kadın tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini en çok süpermarketten (%50.3) ve kasaptan (%46) aldığı belirlenmiştir. Erkek tüketicilerin ise en çok kasaptan (%47.6) ve süpermarketten (%47.5) aldığı belirlenmiştir. Kadınların süpermarketi erkeklere oranla daha fazla tercih ettikleri görülmektedir (df:4, f:032<0,05).

Aygün ve ark. (2004)’nın yürüttükleri çalışmalarında kırmızı et satın alırken erkek bireylerin çoğunluğunun (%33.2) kasabı tercih ettiğini, bayanların ise daha çok (%15.5) süpermarketi tercih ettiği belirtilmiştir. Bulgular bu noktada mevcut literatür ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca Cankurt ve ark. (2010) tarafından yapılan bir çalışmada erkek bireylerin sığır eti tüketme olasılığının bayanlara göre daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Bireyin satın alma davranışını belirleyen bir diğer değişken olarak eğitim değişkeni çalışmada ele alınmıştır. Eğitim düzeyinin yükselmesi tüketicilerin davranış ve değerlerinde değişiklik meydana getirmektedir.

Onurlubaş ve ark. (2018) TR21 bölgesindeki kırmızı et tüketimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi adlı çalışmalarında eğitim düzeyiyle de kırmızı et tüketimi arasında ters yönlü bir ilişki bulunduğu belirtilmektedir. Eğitim durumu yükseldikçe kırmızı et tüketme olasılığının azaldığı bildirilmektedir.

Tosun (2006) Antalya İlinde tüketicilerin kırmızı et satın alım yerleri tercihlerinin analizi isimli yüksek lisans tezinde ise aile reisinin eğitim durumunun üniversite ve üzeri olması ile kırmızı etin satın alım yeri olarak süpermarketi tercih etmeleri arasında pozitif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Eğitim durumu üniversite ve üzeri olan aile reislerinin diğer eğitim düzeylerinde olan ailelere göre %13 oranında

daha fazla süpermarketleri tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmamızda ise literatürle doğru orantılı olarak, üniversite mezunu tüketicilerin kırmızı et ve ürünlerini daha çok süpermarketten (%55.9) aldığı, okur-yazar (%67.7) ve okuma yazma bilmeyen (%53.3) tüketicilerin ise daha çok kasaptan aldığı belirlenmiştir. Tüketicilerin genel olarak kırmızı et ve ürünlerini daha çok süpermarketten (%49.1) ve kasaptan (%46.7) aldığı belirlenmiştir.

Elde edilen bulgular göstermektedir ki, tüketicilerin gelir düzeyi ile doğrudan tüketim alışkanlıkları arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Bu manada gelir düzeyi de çalışmada bir diğer değişken olarak ele alınmıştır.

Mutlu (2007) tarafından Adana ilinde yürütülen doktora tezinde; düşük gelir grubunda (aylık 800 TL'ye kadar gelir) hanelerin, toplam gelir ve toplam harcamalar içinde gıda harcamalarının payı %43 ve %50, orta düzey gelir (800 TL-1500 TL arasında gelire sahip) grubunda %37 ve %44 ve yüksek gelir (1500 TL ve daha fazla gelire sahip olanlar) düzeyinde ise %25 ve %36 olarak bulunmuştur.

Gelir düzeyi arttıkça, gıda harcamalarının toplam gelir ve toplam harcamalar içindeki payının azalmakta olduğu bulunmuştur. Düşük gelirli hanelerin çoğunluğunun eti kasaptan satın almakta olduğu, orta ve yüksek gelirli hanelerin çoğunluğunun ise süpermarketleri tercih ettikleri belirlenmiştir. Adı geçen çalışmada et satın alma yeri ve gelir grupları arasındaki ilişki %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Çalışmada da mevcut literatürle doğru orantılı olarak, gelir seviyesi düşük tüketicilerin kasaptan alışverişi daha çok tercih ettikleri, gelir seviyesi yüksek tüketicilerin ise daha çok süpermarketten alışverişi tercih ettikleri belirlenmiştir. İstatistiki açıdan da bu fark anlamlı bulunmuştur. Gelir düzeyinin yükselmesi et tüketim olasılığını arttırmaktadır.

Akçay ve ark. (2018) tarafından yürütülen bir diğer çalışmada ise; anket uygulanan

tüketicilerin aylık ortalama 6091.3 TL gelir düzeyinde olduğu, 1031 TL gıda ve 274 TL et harcaması yaptığı, toplam gelirinin ortalama %4.9'unu et harcamalarında kullandığı, gıda harcamalarının %28.4'ünü et harcamaları oluşturduğu belirlenmiştir. Çalışmamızda da bu doğrultuda veriler ulaşılmış, aylık gıda harcaması 500 TL ve üzerindeki ailelerin kırmızı et ve ürünlerini daha çok süpermarketten, 500 TL ve altındakilerin daha çok kasaptan aldığı 1501 – 2000 TL arasında olanların ise daha çok süpermarketten (%55.6) aldığı belirlenmiştir.

Tüketicilerin gelir düzeyi yükseldikçe toplam harcamaları ve toplam harcamalar içinde gıda harcamalarının payının artması, et tüketimlerinin de toplam harcamalar ve gıda harcamaları içerisinde önemli hale getirmekte tüketicilerin satın alma tercihlerini değiştirebilmektedir.

Türkiye'nin coğrafi yapısı, iklim özellikleri, sosyo-kültürel yapısı ve tüketim alışkanlıkları dikkate alınarak sürdürülebilir girdi stratejisi ile hayvancılığın geliştirilmesi hedeflenmelidir. Bu amaç için aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- Kaba yem ihtiyacını gidermek için yem bitkileri üretiminin artması gerekmektedir. Bu manada yem bitkileri üretimi daha fazla desteklenmelidir.
- Mera tespit, tahdit ve tahsis çalışmalarına hız verilmeli meralar hayvancılık açısından daha aktif ve planlı değerlendirilmelidir.
- Besilik dana üretimi artırılmalıdır.

Sonuç olarak; kırmızı et üretimini arttırmalı ve toplumun sağlıklı beslenmesi adına talebin iç piyasadan sağlanması adına gerekli planlamalar yapılmalıdır. Toplumun büyük bir kısmının et satın alma tercihlerinde önemli bir yere sahip olan süpermarketlerin denetlenmesi toplum sağlığı açısından oldukça önemlidir.

Tüketicilerin refahı kadar üreticilerin de refahını koruyacak tedbirlerin alınması ve toplumun kırmızı et ve ürünleri ihtiyacının karşılanması önemlidir. Bu konuda oluşturulacak politikalarda toplumun kırmızı et satın alma tercihleri de incelenmeli politika oluşturmada altlık olarak kullanılması gerekmektedir.

Kaynaklar

Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E., 2005. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı, (4. Baskı) Sakarya Kitapevi, Sakarya.

Akçay, A., Sarıözkan, S., Al, S., 2018. Akademik Personelin Et Tüketim Tercihlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi ile Değerlendirilmesi. Veteriner Hekimler Derneği Dergisi 89(1): 11-24.

Aygün, T., Karakuş, F., Yılmaz, A., Gökdal, Ö., Ülker, H., 2004. Van İli Merkez İlçede Kırmızı Et Tüketim Alışkanlığı. 4. Ulusal Zootekni Bilim Kongresi, Isparta.

Cankurt, M., Miran, B., Şahin, A., 2010. Sığır Eti Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği, Hayvansal Üretim Dergisi 51(2): 16-22.

Collins M., 1986. Sampling, Consumer Market Research Handbookcountry-of-originlabeling, Journal of Agricultureand Applied Economics, 37.1(April 2005):49-63pp.

FAO, 2008. Food consumption. <http://www.fao.org/economic/ess/food-securitystatistics/en/>, Erişim tarihi:01.09.2009

Gökalp, H.Y., 1986. Et Bilimi, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ders Notu, Erzurum.

Göğüş, A. K., 1986. Et Teknolojisi, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları:991, 243 s., Ankara.

Mutlu, S., 2007. Gıda Güvenliği Açısından Tüketici Davranışları (Adana Kentsel Kesimde Kırmızı Et Tüketimi Örneği), Çukurova Üniversitesi. Fen Bilimleri Entitüsü Doktora Tezi, Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Adana. <http://traglor.cu.edu.tr/objects/objectFile/e7bSWTUE-492013-8.pdf>, Erişim Tarihi: 13.09.2013

Onurlubaş, E., Doğan, H., G., Gözener, B., 2018. TR21 Bölgesinde Tüketicilerin Kırmızı Et Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi.

Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 23, Mayıs 2018, s. 159-174.

Tosun, Ö. O., 2006. Antalya İlinde Tüketicilerin Kırmızı Et Satın Alım Yerleri Tercihlerinin Analizi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Isparta.

TUIK, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi 2017 Yılı Sonuçları, Haber Bülteni 27.01.2018,

Penpece, Dilek., 2006. Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkileri, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi S.B.E, Yüksek Lisans Tezi, s. 5.

Yıldırım, İ., Yalçınkaya, O., 1999. Tavuk Eti Tüketim Yapısı: Van İli Erciş İlçesi Örneği, Uluslararası Hayvancılık 99 Kongresi, 417- 421.

Türkiye’de İhracata Yönelik Devlet Yardımları Üzerine Bir Değerlendirme: Kuru Meyve ve Mamulleri Sektörü Örneği

Şule AZAK³

Gamze SANER²

Öz

Firmaların iç pazara olan bağımlılığının azaltılması ve rekabet güçlerinin artırılmasında ihracat, önemli rol oynamakta ve ülke ekonomisi için döviz kazandırıcı faaliyetlerin başında gelmektedir. Devlet yardımları, firmaların ihracata yönelik faaliyetlerini üretim, pazarlama ve tanıtım aşamalarında destekleyerek rekabet gücü kazanmalarını sağlamaktadır. Bu çalışmada, tarım sektörünün ihracatına yönelik devlet yardımlarına ilişkin mevzuatı incelemek ve ihracatçı firmaların farkındalık ile bu yardımlardan yararlanma durumlarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmanın birincil verileri Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği’ne bağlı kuru meyve ve mamulleri sektöründeki 61 firmadan anket yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırma sonuçları, firmaların %50’sinden fazlasının sağlanan desteklerin farkında olmadığı ve bu desteklerden yararlanmadıklarını ortaya koymuştur.

Anahtar kelimeler: Kuru meyve, İhracat, Devlet yardımları, Farkındalık, Türkiye

An Assessment on the State Aids towards Exports in Turkey: A Case Study of Dry Fruit and Products Sector

Abstract

Export plays a very important role for firms to reduce their dependency in the domestic market and to increase their competitiveness and it is the most important exchange earning activity for the country's economy. The aim of the government aids is to provide the firms competitiveness gain by supporting their export-oriented activities at the stages of production, marketing and promotion. The aim of the study was to provide summary information by examining the legislation, application procedures and principles of export support within the scope of government aid towards export, the awareness and utilization of exporting firms in the agricultural sector. The aim of this study was to examine the legislation of the state aid through the agricultural sector's export and to reveal the awareness and utilization status of exporter firms. From this point of view; A survey study has been conducted for 61 firms in the dry fruits and products sector connected to Aegean Exporters' Associations General Secretariat and it has been determined that more than 50% of these firms are not aware of or do not benefit at all.

Keywords: Dried fruit, Export, State aids, Awareness, Turkey

JEL: Q10, Q17, Q19

Geliş Tarihi (Received): 08.06.2018

Kabul Tarihi (Accepted): 17.12.2018

³ Dr., Sorumlu yazar (Corresponding author), Ege Üniversitesi, İzmir, sule_azak@hotmail.com

² Prof. Dr., Ege Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, İzmir

1. Giriş

Devlet yardımları Türkiye’de kamu kurum ve kuruluşları tarafından ekonomik faaliyet gösteren firma, sektör veya işbirliği kuruluşlarına verilen doğrudan veya dolaylı katkılar olarak bilinmektedir. Devlet yardımları, büyümeyi hızlandırma, rekabet üstünlüğü yaratma ve ihracatı artırma, yatırımları teşvik etme, işsizliği azaltma, ekonomiyi canlandırma, tanıtımları güçlendirme, çevrenin korunmasına katkı sağlama gibi nedenlerle devletlerin vazgeçemeyecekleri müdahale araçlarından biridir.

Türkiye geneli ihracat rakamları 2017 yılı itibarıyla, 157 milyar \$ civarındadır. Türkiye’de tarımın toplam ihracattaki payı %13.5 olarak belirlenmiştir (TİM, 2017; TÜİK, 2017). Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği 1939 yılından beri tarım sektöründe faaliyet gösteren en eski birliklerinden biridir. 2017 yılında Türkiye geneli kuru meyve ihracatı bir önceki yıla göre miktar bazında %12’lik artışla 493221 ton olarak, değer bazında ise %1 düşüşle 1 milyar 282 milyon \$ olarak gerçekleştirilmiştir (EİB, 2017).

"İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı" ihracatın Avrupa Birliği (AB) ve Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Anlaşması (GATT) yükümlülüklerine uygun olarak yürütülmesi ve desteklenmesi amacıyla 1994 yılında hazırlanmış olup bugüne kadar gelişmiş ve batılı ülkelerin gerek uygulamalarına paralel olarak ve gerekse ihracatın yapılması koşuluna bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. GATT hükümleri; 1948’den 1995 yılına kadar sanayi mallarında kurallar belirlemiş olup, bu mallarda uluslararası ticareti serbestleştirmeyi amaç edinmiştir. GATT’ın 1994 yılındaki son toplantısı "Uruguay Turu" ile alınan kararlar sonucunda tarım sektörü serbestleşme sürecine girmiştir.

Uruguay Turu sonrasında kurulan ve GATT’ın yerini alan Dünya Ticaret Örgütü (WTO) çerçevesinde Tarım Anlaşması imzalanmış ve anlaşma 01.01.1995 tarihinde yürürlüğe girmiştir (WTO, 1995). Böylece tarım

sektöründe ihracat destekleri uygulanmaya başlanmıştır.

Türkiye’de "İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı" 27/12/1994 tarih, 94/6401 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı’na istinaden alınmıştır.

Bu karar ile "kalkınma planları ve yıllık programlardaki toplumsal ve ekonomik hedeflerin gerçekleştirilmesi amacıyla yapılacak faaliyetlerin, uluslararası kuruluşlara olan yükümlülüklerle aykırılık oluşturmayacak yöntemlerle desteklenmesi" amaçlanmıştır.

Bu kararın yürütülmesine ilişkin her türlü düzenlemeyi yapmaya, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu yetkilidir. Bu karar kapsamında sağlanacak devlet yardımları için gerekli olan kaynak ise genel bütçe içerisinde yer alan Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonundan karşılanmaktadır.

Türkiye’de ihracatçı birliklerine üye, vergi numarasına sahip gerçek (şahıs) ve tüzel kişilerin ihracat yapmalarında herhangi bir engel olmamasına rağmen, destek mevzuatı kapsamında şahıs şirketleri ihracat desteklerinden faydalanamazlar. Türk Ticaret Kanunu (TTK) madde 124’te belirtilen (Ticaret şirketleri; kolektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif) ihracatçı firmalar ürün ihracatının desteklenmesi açısından T.C. Ticaret Bakanlığı resmi sitesinde yer alan "İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı"na yönelik düzenlenen "İhracat Destekleri"nden yararlanabilmektedir.

Türkiye’de kullanılan ihracat desteklerine ödenen tutar yıllar itibarıyla artış göstermiş olsa da 2016 yılında kullanılan ihracat destek tutarı 566 milyon \$ olup toplam ihracat tutarı içindeki payı %0.4 tür (TİM, 2017).

Bu çalışma ile Türkiye’de tarım sektöründe faaliyet gösteren ihracatçı firmaların yararlanabilecekleri güncel ihracat destekleri hakkında anlaşılması kolay özet bilgiler sunmak, ihracatçı firmaların bu desteklere olan farkındalıklarını ölçmek ve ne ölçüde yararlandıklarını değerlendirmek amaçlanmıştır.

2. Önceki Çalışmalar

Konu ile ilgili önceki çalışmalar incelenmiş, devlet yardımları ve ihracat destekleri hakkında yapılan en yeni literatür bildirişleri Tablo 1’de özetlenmiştir. Bu sayede literatür bildirişlerine ait içerik ile çalışmada T.C. Ticaret Bakanlığı resmi sitesinde yer alan ihracat desteklerine ilişkin 2006-2017 yılları arasındaki T.C. Resmi Gazete’tebliğ ve Bakanlar Kurulu Kararlarından derlenen özet bilgiler karşılaştırılmıştır.

Tablo 1’de yer alan literatür bildirişlerinden, Mert (2017) tarafından yapılan tez çalışması dışındaki diğer çalışmaların güncel ihracat desteklerini içermedikleri anlaşılmış olup, çalışma ile karşılaştırma imkanı bulunamamıştır.

Mert (2017) tarafından yapılan çalışmada ise gerek mal ve gerekse hizmet ihracatı yapan firmaların faydalanabileceği destek ve teşviklerin tümünü kapsamlı bir şekilde ele almıştır.

Bu çalışma ise ihracatçı firmaların yararlanabilecekleri yürürlükteki güncel ihracat destekleri hakkında özet bilgiler vermesi açısından önemlidir. Önceki çalışmaların hiçbirinde tarım sektörü ele alınmamış olup, çalışma bu boşluğu dolduracağı için önemlidir. Ayrıca bu çalışma tarım sektöründe faaliyet gösteren firmaların ihracat desteklerine yönelik farkındalık ve yararlanma durumlarının belirlenmesi açısından da oldukça önemlidir.

Tablo 1. Literatür bildirişleri

Yazar	Yayın Yılı	Çalışmanın Adı
Şimşek ve Yazıcı	2004	İhracat Teşviklerinin Etkinliğini Ölçmeye Yönelik Bir Analiz: Bilecik ve Eskişehir Örneği
Özpençe	2006	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere Yönelik Devlet Yardımları: Türkiye ve Avrupa Birliği Uygulamaları
Çelik	2007	Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Verilen İhracat Desteklerine ve Ekonomiye Etkisi (Kayseri Örneği)
Kocatepe	2007	Devlet Yardımlarının Firmaların Rekabet Gücü Üzerine Etkisi
Soylu	2008	Devlet Yardımları ve Ekonomik Etkinlik: Avrupa Birliği ve Türkiye’deki Sistemi
Kahraman	2009	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracata Yönelik Devlet Yardımları
Satan	2010	Türkiye’de Devlet Yardımları ve Avrupa Birliği Sistemine Uyumu
Akgündüz	2010	İhracatta Devlet Yardımları ve Muhasebeleştirilmesi
Sapmaztürk	2013	Avrupa Birliği’ne Üyelik Sürecinde İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İşletmelerin İhracat Performansı Açısından Değerlendirilmesi
Işık	2014	Avrupa Birliği’nde ve Türkiye’de Devlet Yardımlarının İzlenmesi ve Denetimi
Alata	2014	Devlet Yardımlarının Ekonomik Büyümeye Etkisi
Mert	2017	Türkiye’deki İhracat Destekleri

3. Materyal ve Yöntem

Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği’ne bağlı tarım sektöründe faaliyet gösteren yedi Birlik bulunmaktadır.

Çalışmanın materyalini Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği’ne üye ihracat desteklerinden yararlanabilecek, Türk Ticaret Kanunu 124. maddesine istinaden kurulmuş

(ticaret şirketleri; kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketler) şirketler oluşturmaktadır. Çalışmada, tamsayım örneklem yöntemi kullanılmış olup, Kuru Meyve ve Mamulleri Birliği’nde faaliyet gösteren 181 üye şirkete mail yoluyla online anket çalışması Ege İhracatçı Birlikleri aracılığıyla ulaştırılmıştır. 63 üye anket sorularının tamamını yanıtlayarak bu çalışmaya katılmışlardır.

Katılımcıların ihracat desteklerine olan farkındalığını ölçmek için Tablo 2’de görülen her bir destek sorusu için haberdar olup olmadıkları, yararlanıp yararlanmadıkları yönünde, çoktan seçmeli sorular sorulmuş ve ihracatçıların destekler hakkındaki düşünceleri alınmıştır. Sunulan seçenekler;

- Haberim yok
- Haberim var, hiç kullanmadım
- Yararlandığımız bir destek mevcut haliyle devam etmeli
- Yararlandığımız bir destek, ancak uygulamada bazı sorunlar var
- Bu destek programı yerine alternatif destek programı geliştirilmelidir.

Tablo 2. İhracata yönelik devlet yardımları kararına yönelik hazırlanan ihracat destekleri

İhracat Destekleri	Karar / Tebliğ No	İhracat Destekleri	Karar / Tebliğ No
Yurt dışında fuar düzenlenmesine ve değerlendirilmesine ilişkin tebliğ	2009/5 no.lu tebliğ	Türk ürünlerinin yurtdışında markalaşması, Türk malı imajının yerleştirilmesi ve Turquality’nin desteklenmesi	2006/4 no.lu tebliğ
Sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarların desteklenmesine ilişkin karar	2014/4 sayılı karar	Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi yardımlarına ilişkin karar	2016/16 sayılı karar
Pazara giriş belgelerinin desteklenmesine ilişkin karar	2014/8 sayılı karar	Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi yardımlarına ilişkin karar	2016/16 sayılı karar
Yurt dışı birim, marka ve tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi	2010/6 no.lu tebliğ	Pazar araştırması ve pazara giriş desteği	2011/1 no.lu tebliğ
Tasarım desteği hakkında tebliğ	2008/2 no.lu tebliğ	Uluslararası rekabetçiliğin desteklenmesi (UR-GE)	2010/8 no.lu tebliğ

4. İhracat Destekleri Özet Bilgi

4.1. Yurt dışı fuarlara katılım desteği

Destek kapsamı: İhracatçı birliklerine üye firmalar için kullanılan destekler olup firmalar bireysel olarak da yararlanabilmektedir.

Yararlananlar: Türk Ticaret Kanunu hükümleri 124. madde çerçevesinde kurulmuş ihracatçı birliğine üye şirketler ile Türkiye’de yerleşik sektörel dış ticaret şirketleri (SDŞ), üretici/imalatçı organizasyonları yararlanabilir.

Başvuru mercii: İhracatçı Birlikleri’dir.

Başvuru süresi: Fuarın bitiş tarihini izleyen en geç üç aydır.

Tablo 3’de belirtilen “Hedef Ülke” desteği; ihracatın ülke ve pazar olarak nitelenen ülkelere ihracatın artırılması için her yıl belirlenen 15 hedef ülkeye düzenlenecek fuarlara iştirak eden katılımcılara %50 yurt dışı fuar destek oranına ek 20 puan ilave destek sağlanmasıdır.

Yurt dışı fuarlara “Bireysel Katılım” desteğinde ise katılımcıların, nakliye ve stant harcamaları ile fuarı düzenleyenlere ödenen boş alan kira bedeli verilir. Şöyle ki kiralanacak boş alan 50 m² kadar ise firmanın en çok 2 temsilcisi, 50 m²’nin üstünde ise en çok 3 temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım bedelinin %50’si 15 bin \$’a kadar desteklenmektedir.

Tablo 3. Yurt dışı fuarlara milli katılım desteği

Katılımcı Firma Desteği	Fuar Türü	Destek Oranı (%)	Hedef Ülke Destek Oranı (%)	Üst limit (\$)
Fuar Katılım Desteği	Genel Ticaret ve Türk İhraç Ürünleri Fuarı	50	70	10000
	Sektörel Fuar	50	70	15000
Prestijli Fuar	Sektörel Fuar	50	50	50000

4.2. Sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarlara katılım desteği

Destek kapsamı: Yurt içi ihtisas fuarlarının dış dünyaya tanıtımının yapılması ve söz konusu fuarlara uluslararası katılımın artırılması amacı ile 30 bin TL üst limite kadar firmaların fuara katılımında alan ve stant harcamalarının %50'si bu destek kapsamında verilmektedir.

Yararlananlar: Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş, ihracatçı birliğine üye şirketler, TOBB tarafından adlarına yurt içinde fuar düzenleme yetkisi verilen organizatör şirketler arasından Bakanlıkça belirlenen koşulları sağlayan sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarları düzenleyenlerdir.

Başvuru merci: İhracatçı Birlikleri

Başvurusu süresi: Fuarın bitiş tarihinden itibaren en geç üç aydır.

4.3. Pazara giriş belgelerinin desteklenmesi

Bu destekten firmalar bireysel olarak faydalanmaktadır. Pazara giriş belgelerinin desteklenmesi iki ayrı destek kapsamında incelenmektedir

Destek 1. Pazara giriş belgeleri desteği

Destek kapsamı: Şirketlerin, yurtdışı pazara girişte zorunlu olarak aranan veya pazara girişte avantaj sağlayan akredite edilmiş kurum/kuruluşlardan alınan belge, sertifika, test, analiz raporları destek kapsamındadır (Tablo 4).

Yararlananlar: TTK. 124. maddesinde belirten şirketler, Türkiye'de sınai ve ticari faaliyette bulunan şirketler faydalanmaktadır.

Başvuru mercii: İhracatçı Birlikleri

Başvurusu süresi: Belge, sertifika ve raporun verildiği tarihten itibaren 6 aydır.

Tablo 4. Pazara giriş belgeleri desteği

Destek türü	Destek konusu	Destek oranı (%)	Destek üst limiti (\$)
Pazara giriş	Pazara girişte aranan belge ve sertifikalar : Helal Belgesi, Hijyen Sertifikaları IFS Food Sertifikası, ISO 14001, 14064, 22000, 27001, 50001 Belgeleri, İyi Tarım Uygulamaları BRC Sertifikası vb.	50	Şirket başına yıllık 250000
Test / Analiz Raporu	Raporlar		
Tarım analizi	Tarım analizleri (aflatoxin, pestisit vb.)		

Destek 2. Küresel tedarik zinciri projeleri desteği

Destek kapsamı: Şirketlerin üretim ve ihracatlarını artırmak, küresel tedarik zincirine daha etkin bir tedarikçi olarak katılımlarını sağlamak amacıyla, Bakanlıkça onaylanan sadece bir projelerine ilişkin giderler 2 yıl süresince toplam 1 milyon \$ kadar desteklenmektedir (Tablo 5).

Yararlananlar: Türkiye'de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler, hammaddeleri ara malına ve nihai ürünlere çeviren üreticiler ve dağıtıcılarıdır.

Başvuru mercii: İhracatçı Birlikleri

Başvuru süresi: Projede belirtilen giderlerin ilişkin harcama belgelerinin ödeme tarihinden itibaren 6 aydır.

Tablo 5. Küresel tedarik zinciri projeleri desteği

Desteklenen Kalemler	Destek oranı (%)
Makine, ekipman ve donanım alımı	50
Yurtdışı ofis-depo harcamaları	50
Yazılım alımı	50
Eğitim, danışmanlık ve müşteri ziyaretleri	50
Sertifikasyon, test/analiz, ürün doğrulama harcamaları	50

4.4. Yurtdışı birim marka ve tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi

Firmaların ve işbirliği kuruluşlarının yurtdışında gerçekleştirdikleri tanıtım faaliyetleri, yurtdışında açtıkları birimlerinin kira giderleri ve marka tescili giderleri desteklenmektedir.

Destek 1: Yurtdışı birim kira marka tescil ve tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi

Destek kapsamı: Yurtdışında gerçekleştirilen tanıtım, marka tescil giderleri ve mal ticareti yapmak amacıyla yurtdışında açılan birimlere ilişkin kira giderleri Bakanlık tarafından desteklenmektedir (Tablo 6).

Başvuru mercii: İhracatçı Birlikleri
Yurtdışı onay mercii: Ticaret Müş./Ataşeliği

Yararlananlar: Türkiye’de yerleşik, sınai ve ticari veya ticari faaliyette bulunan şirketler ile işbirliği kuruluşlarıdır.

Destek süresi: Her bir ülke için en fazla 4 yıl yararlandırılmaktadır.

Tablo 6. Yurt dışı birim kira marka tescil ve tanıtım desteği

Katılımcı Firma Desteği	Kira*		Marka Tescil	Tanıtım
	Sınai ve Ticari Şirketler / İşbirliği Kuruluşları	Ticari Şirketler	Sınai ve Ticari Şirketler / Ticari Şirketler	Sınai ve Ticari Şirketler / İşbirliği Kuruluşları
Destek Oranı (%)	50	40	50	60
Destek üst Limiti (Miktar Barajı, \$)	Mağaza		50.000	Kira desteği alan birime bağlı ise:
	120000	100000		150000
	Ofis, showroom, depo ve reyon			Yurt dışı marka tescile bağlı ise:
	100000	75000		250000

*Şirketler en fazla 25 adet yurt dışı birimi için desteklenmektedir.

Destek 2: Türkiye ticaret merkezleri katılım desteği

Türkiye Ticaret Merkezleri (TTM), Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM)’nin Türkiye’de kurduğu şirketi veya TİM ile diğer işbirliği kuruluşları (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, Ticaret/Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, İşveren Sendikaları, vb.) ortaklığında kurulabilmektedir (Tablo 7).

Destek kapsamı: Yurtdışında tek başına birim açma olanağı bulunmayan Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş şirketler ile bu şirketlerle organik bağı bulunan yurt dışında yerleşik şirketler veya şubelerinin bürokrasi, yüksek maliyetler ve güvenlik sorunları vb. nedeniyle pazara girişin zor olduğu coğrafyalara ulaşma olanağı sağlanmasıdır.

Başvuru mercii: Ticaret Bakanlığı
Başvuru süresi: 5 yıldır.

Tablo 7. Türkiye Ticaret Merkezleri (TTM) katılım desteği

TTM	Satın Alma	Kira	İstihdam	Tanıtım	Kurulum Dekorasyon
Destek Oranı (%)	60	50	50	60	60
Destek Tutarı (\$)	6000000 (bir defa)	1000000 (yıllık)	500000 (10 kişi/yıllık)	300000 (yıllık)	300000 (TTM başına)

4.5. Tasarım desteği

Destek kapsamı: Firmaların endüstriyel tasarım ve inovasyon kapasitelerini arttırmak, ihracata dönük katma değerli ürün üretmeleri amacıyla uygulanacak projeler bu kapsamdadır. (Tablo 8).

Yararlananlar: Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş, ihracatçı birliğine üye şirketler ile tasarım şirketleri veya tasarım ofisleri ile firmaların tasarım ve ürün geliştirme projeleri desteklenir.

Tablo 8. Tasarım desteği

Destek türü	Destek konusu	Destek oranı (%)	Üst Limiti (\$)
İstihdam Desteği	İstihdam edilen tasarımcı, modelist ve mühendislerin brüt maaşları	50	1000000
Alet, Teçhizat, Malzeme ve Yazılım	Alet, teçhizat, malzeme ve yazılım giderleri	50	250000
Seyahat ve Web Sitesi Üyelikleri	Seyahat ve web sitesi üyeliğine ilişkin giderler	50	-

4.6. Türk ürünlerinin yurtdışında markalaşması, Türk malı imajının yerleştirilmesi ve Turquality'nin desteklenmesi

Destek kapsamı: Türkiye’de ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan şirketlerin ürünlerinin markalaşması amacıyla faaliyetlere ilişkin giderler ile ihracatçı birliklerinin Turquality programı kapsamında firmalara yurtiçinde ve yurtdışında markalaşma sürecinde vereceği desteklere ilişkin harcamalardır (Tablo 9).

Yararlananlar: İhracatçı birlikleri, üretici dernekleri, üretici birliklerinin sektörlerinin yurtdışında tanıtımı amacıyla gerçekleştirecekleri harcama giderleri, kurumsal ve finansal anlamda belirli bir düzeye ulaşmış ticari ve sınai şirketlerin başvuruları kabul edilmektedir. Turquality kapsamına alınan firmalar başka destekler için başvuruda bulunamazlar

Başvuru mercii: Ticaret Bakanlığı

Yurtdışında onay yeri: Ticaret Müs./Ataşeliği veya Konsolosluk

Başvuru süresi: 6 aydır.

Destek miktarı: Şirketler %50, İhracatçı birlikleri limitsizdir.

Destek süresi: 4 yıl (Marka destek programı), 5 yıl (Turquality destek programı)

4.7. Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi desteği

Destek kapsamı: Tarımsal ürünlerin uluslararası piyasalarda rekabet gücünün ve ihracat potansiyelinin artırılmasını amaçlamaktadır.

Yararlananlar: Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi uygulamasından, ihracatçı/imalatçı ve ihracat bağlantılı sözleşmeli tarım yapmış üreticiler yararlanabilir.

İhracat iade uygulaması: Para Kredi Koordinasyon Kurulunca yayımlanan 2016/16 no.lu karara istinaden hazırlanan listede yer alan ihracat ürünlerine ait iade hükümleri geçerlidir.

Başvuru için özel durum: 5 kg (dahil) altında ambalajlar ve Tescilli Türk Markası ibaresi ile ihracat edilen zeytin ve zeytinyağı ve 1 kg (dahil) altında ambalajlar ve Tescilli Türk Markası ibaresi ile ihracat edilen bal ile ilgili müracaatlar için T.C. Ticaret Bakanlığı Bölge Müdürlüklerine bağlı Ürün Denetmenleri Grup Başkanlığından “ihracat iadesine ilişkin durum tespit tutanağı” ile bal için ayrıca ilgili laboratuvar tarafından düzenlenen doğrudan İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği’ne gönderilecek olan “doğal arı balı analiz belgesi” aranır. Meyve suyunda ise ürün denetim elemanları tarafından başvuru yapılmaktadır.

Başvuru mercii: İhracatçı birlikleri

Başvuru süresi: Fiili ihracat tarihi itibarıyla 1 yıl içinde başvuru yapılması gerekmektedir.

4.8. Pazar araştırması ve pazara giriş desteği

Destek 1:Yurt dışı pazar araştırması desteği

Destek kapsamı: Yeni ihracat pazarları bulmak ve yurt dışı pazarlar hakkında bilgi sağlamak, potansiyel alıcılara iş görüşmeleri yapmak amacıyla yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin giderler bu destek kapsamındadır. Destek limiti toplamda 5 bin ABD Dolarını geçemez (Tablo 10).

Başvuru mercii: Ticaret Bakanlığı/Bölge Müdürlüğü aracılığıyla

Yararlananlar: Türkiye’de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler yararlanabilir.

Başvuru süresi: başvuru ödeme belgesi tarihinden itibaren en geç altı aydır.

Tablo 9. Marka ve TURQUALITY desteği*

Destek türü	Destek konusu	Destek oranı ve üst sınır
Tanıtım desteği	Şirketlerin destek kapsamına alınan markaları ile TİM, ihracatçı birlikleri, üretici derneklerinin destek kapsamına alınan projeleri	%50 <i>Turquality programı</i> limitsiz <i>Marka programı</i> 400 bin \$/yıl
Marka patent tescil	Şirketlerin patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile destek kapsamına alınan markalarının yurtdışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri	%50 <i>Turquality programı</i> limitsiz <i>Marka programı</i> 50 bin \$/yıl
Danışmanlık desteği	Şirketlerin uluslararası pazarlarda rekabet avantajını artırmak üzere alacakları ve 2006/4 sayılı tebliğin 2.ek'inde belirtilen danışmanlıklara ilişkin giderleri	%50 <i>Turquality programı</i> 600 bin \$/yıl <i>Marka programı</i> 300 bin \$/yıl
Tasarımcı/aşçı/şef istihdam desteği	Şirketlerin destek kapsamına alınan markalı ürünleri ile ilgili olarak istihdam edilen/endüstriyel ürün tasarımcısı desteği	%50 <i>Turquality programı</i> 5 kişi- limitsiz <i>Marka programı</i> 3 kişi- 200 bin \$/yıl
Sertifikasyon desteği	Çevre kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlanabilmesi kalite, hijyen, çevre belgeleri ile insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretlere ilişkin danışmanlık dahil her türlü giderleri	%50 <i>Turquality programı</i> limitsiz <i>Marka programı</i> 50 bin \$/yıl
Kira desteği	Şirketlerin destek kapsamına alınan markalı ürünlerine yönelik olarak yurtdışında gerçekleştirecekleri reyon, showroom kira, kurulum, dekorasyon giderleri	%50 <i>Turquality programı</i> Kira desteği limitsiz, kurulum/dekorasyon birim başı azami 200 bin <i>Marka programı</i> kira/dekorasyon 200 bin \$/yıl
Franchise desteği	Destek kapsamına alınan markaları ile ilgili olarak franchise vermeleri halinde, dekorasyon ve kira giderleri	% 50 <i>Turquality programı</i> 5 yıllık destek süresi <i>Marka Programı</i> 2 yıl süresince 50 bin \$/yıl, kurulum/dekorasyon mağaza başına 50 bin \$
Pazar araştırması desteği	Pazar araştırması çalışması ve raporlarına ilişkin giderleri	% 50 <i>Turquality programı</i> limitsiz <i>Marka Programı</i> 100 bin \$/yıl
Gelişim yol haritası	Şirketlerin desteklerden yararlanabilmesi için; kapsamdaki markalarına ve ilgili destek dönemine ilişkin olarak, Bakanlık tarafından yetkilendirilen danışmanlık şirketlerince gerçekleştirilecek Gelişim Yol haritası çalışmasını yaptırmaları zorunludur.	% 75 <i>Turquality ve Marka programı</i> ilgili destek dönemi için en fazla 200 bin \$

*Mal ihracatı yapan tüm sektörler ve gastronomi sektörü için

Tablo 10. Yurt dışı pazar araştırması desteği

Destek Konusu	Destek Oranı (%)	Destek Üst Limiti (\$)
Ulaşım	70	Ekonomi Sınıfı olmak Şartıyla Limitsiz
Araç Kiralama	70	Günlük 50
Konaklama	70	Günlük 150/kişi başı

Destek 2: Sektörel ticaret heyeti ve alım heyeti desteği

Bu teşvik firmalara yönelik olup, firmalar odalar aracılığıyla faydalanmaktadır. Bakanlığın koordinasyonunda sektörel ticaret heyeti ile alım heyeti programlarına ilişkin giderler %50 oranında ve program başına en fazla 150 bin \$'a kadar desteklenir. Söz konusu heyet, hedef ve öncelikli ülkelere yönelik ise bu destek oranı %60'a yükselir. Desteklenen kalemler ulaşım, konaklama, tanıtım ve organizasyon giderleridir.

Destek 3: Rapor, danışmanlık ve yurtdışı şirket alım desteği

Bu teşvikten firmalar ve odalar faydalanmaktadır. Uluslararası şirketlerden, kuruluşlardan satın alınan rapor ve danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderler şirketler için %75 oranında ve yıllık 500 bin \$'a kadar desteklenir.

Destek 4: E-ticaret sitelerine üyelik desteği

Bu teşvikten firmalar bireysel olarak faydalanmaktadır. Son tüketiciye yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyelik giderleri için şirketler %70 ve yıllık en fazla 10 bin \$'a kadar desteklenir. Site başına yıllık en fazla 2 bin \$ tutarında destek verilmektedir.

4.9. Uluslararası rekabetçiliğin geliştirilmesinin desteklenmesi (URGE)

Destek kapsamı: Uluslararası rekabetçiliğin geliştirilmesinin desteklenmesi ile Türkiye'de yerleşik şirketlerin, uluslararası arenada rekabetçiliğini ve ihracatını artırmak için işbirliği kuruluşları, en az 10 ve en çok 30 şirketi kümeleme ile bir araya getirerek, URGE kapsamında şirketlerin sektörel olarak yurtdışına açılmalarını sağlamak amacıyla projeler yürütmektedir. Proje maliyetlerinin %75'i bakanlık tarafından, %25'i ise projeye katılan firmalar tarafından karşılanmaktadır

Başvuru mercii: Ticaret Bakanlığı

Yararlananlar: İşbirliği kuruluşları; Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, İl Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri,

Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektörel Üretici Dernekleri, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatiflerdir.

5. Bulgular

Bu bölümde Ege İhracatçı Birlikleri Kuru Meyve ve Mamulleri Sektörüne bağlı firmalara yönelik uygulanan anket çalışmasına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. İhracat desteklerine yönelik yapılan anket çalışmasının yanıtlanma oranı %34.8'dir. Çalışmaya katılan ve anket sorularının tamamını yanıtlayan ihracatçı firmaların %87.3'ünü küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) oluşturmaktadır. Bu işletmelerin %44.4'ü mikro ölçekli işletmeler (10 işçiye kadar), %19'u küçük ölçekli işletmeler (10-49 işçi), %23.8'i orta ölçekli (50-250 işçi) işletmelerdir. Firmaların % 12.7'sinin işçi sayısı 250'den fazla olup büyük işletmeler kapsamında yer almaktadır. Ayrıca ankete katılan ihracatçı firmaların %77.8'ini İzmir'de faaliyet gösteren firmalar oluşturmaktadır.

Çalışmanın bulguları iki bölüm altında incelenmiş olup, ilk olarak firmaların destekler hakkındaki farkındalık ve yararlanma durumları belirlenmiştir. İkinci bölümde ise firmaların destekler hakkında görüşleri ile bakanlık ve bağlı buldukları birlikten ihracat destekleri hakkındaki talepleri belirlenmiştir.

5.1. Firmaların ihracat desteklerine yönelik farkındalık ve yararlanma durumu

Türk Ticaret Kanununda yer alan şirketlerin İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararına istinaden yürürlükteki, tarım sektöründe faaliyet gösteren firmaların yararlanabileceği ihracat destekleri hakkında yöneltilen sorulara verdikleri yanıtlar ve desteklere yönelik farkındalık ve yararlanma durumlarına ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 11'de belirtilmiştir. İhracatçı firmaların %47.7'sinin yurtdışı fuarlara katılım desteğini hiç kullanmadıkları belirlenmiş, bu destek dışındaki diğer tüm ihracat desteklerini ise firmaların %50'den fazlasının hiç kullanmadıkları anlaşılmıştır.

Tablo 11. İhracatçıların ihracat destekleri hakkındaki düşünceleri

Destek Adı	Haberim yok		Haberim var hiç kullanmadım		Mevcut haliyle devam etmeli		Uygulamada sorunlar var		Alternatif destek programı geliştirilmeli	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yurtdışı fuarlara katılım	3	4.8	27	42.9	19	30.2	13	20.6	1	1.6
Pazara giriş/belge/sertifika, test/ analiz raporu	17	27.0	24	38.1	14	22.2	7	11.1	1	1.6
Pazara giriş/tarım analizi	31	49.2	17	27.0	5	7.9	7	11.1	3	4.8
Pazara giriş/küresel tedarik	39	61.9	19	30.2	-	-	1	1.6	4	6.3
Marka ve tanıtım faaliyetleri	18	28.6	41	65.1	2	3.2	1	1.6	1	1.6
Tasarım	30	47.6	30	47.6	1	1.6	-	-	2	3.2
Turquality	16	25.4	45	71.4	1	1.6	1	1.6	-	-
Yurtiçi ihtisas fuarlarına katılım	16	25.4	33	52.4	11	17.5	3	4.8	-	-
Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi	16	25.4	22	34.9	14	22.2	9	14.3	2	3.2
Pazar araştırması/ ulaşım konaklama vb.	13	20.6	26	41.3	16	25.4	6	9.5	2	3.2
Pazar araştırması/ sektörel ticaret ve sektörel alım heyeti programı	26	41.3	30	47.6	6	9.5	-	-	1	1.6
Pazar araştırması/ rapor ve şirket alım	32	50.8	26	41.3	3	4.8	-	-	2	3.2
Pazar araştırması/e-ticaret sitelerine üyelik	23	36.5	27	42.9	8	12.7	2	3.2	3	4.8
Uluslararası rekabetçiliğin geliştirilmesi (UR-GE)	36	57.1	22	34.9	2	3.2	2	3.2	1	1.6

5.2. Firmaların ihracat desteklerine yönelik taleplerinin belirlenmesi

Ege İhracatçı Birlikleri'ne bağlı üye kuru meyve ve mamulleri sektöründeki firmaların ankete katılan yetkilileri, ihracata yönelik devlet yardımları kararına istinaden kullanabilecekleri ihracat destekleri hakkında taleplerini bildirmişlerdir. Destek uygulama ve esasları hakkında Genel Sekreterliğe ve Bakanlığa iletilmesi istenen talepler aşağıda belirtilmiştir;

-Bilgilendirme toplantısı veya seminer düzenlenerek destekler hakkında ayrıntılı bilgi verilmesi,
 -Destekler hakkında olabilecek değişiklik ve yeniliklerden en kısa sürede haberdar edilmesi,
 -Destek başvuru ve ödeme süreçleri oldukça zor ve uzun olduğu için prosedürün basitleştirilmesi, online işlemlere ağırlık verilmesi,

-Desteklere ait uygulama esaslarına örneklerle açıklama yapılarak, açıklayıcı ve örnek dokümanlara yer verilmesi,
 -Şahıs şirketlerinin destekten faydalanabilmesi için gerekli düzenlemelerin yapılması,
 -Destek yararlanma sürelerinin kısıtlı olması nedeniyle, özellikle tanıtım ve-faaliyetleri ile ilgili destek başvurularına ek sürelerin getirilmesi,
 -Tarım ürünlerinde Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği anlaşmalarının gözden geçirilmesi, rekabet şansı yaratılacak önlemler alınması,
 -İadeler ve destek ödemelerinin ihracata başlama aşamasında ihracatçılara ödenmesi,
 -"SSK ve Maliye Borcu Yoktur" yazılarının sistemden online sorgulanarak, evrak israfının önüne geçilmesi,
 -Ham tarım ürünlerinde de ihracat iadesinin ödenmesi,

-Yurtdışı fuarlara milli katılım bedelinin, bireysel katılım bedelinden yüksek olmasının önüne geçilecek gerekli düzenlemelerin yapılması,
-Yurtdışı fuar organizasyonlarının (stant dekorasyon ve ışıklandırmalar vb.) daha özenli ve gösterişli hazırlanmasıdır.

6. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı'na istinaden hazırlanan, T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen İhracat Destekleri, Tebliğ ve Bakanlar Kurulu kararı bazında incelenmiş ve yorumlanmıştır.

İhracata yönelik devlet yardımları mevzuatı kapsamında tarım sektöründeki firmaların kolaylıkla faydalanabileceği ihracat destekleri belirlenmiş ve özet bilgiler tablolarla zenginleştirilerek sunulmuştur.

Çalışmada, firmaların ihracatlarını arttırabilmeleri, yurt dışında rekabet üstünlüğü yaratabilecekleri katma değeri yüksek Türk markalı ürünlerin dünya pazarında yaygınlaştırılmasını sağlamak amacıyla hazırlanan ihracat desteklerine olan farkındalıkları ve yararlanma durumunu belirlemek amaçlanmıştır. Bu sayede T.C. Para ve Koordinasyon Kurulu kararına istinaden Türkiye'ye döviz kazandırıcı faaliyetlerin arttırılmasına yönelik politikaya katkı sağlanması hedeflenmiştir.

Çalışmada, Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'ne bağlı kuru meyve ve mamulleri sektöründe faaliyet gösteren ticari şirketlere yönelik yapılan anket çalışması ile firmaların ihracat desteklerine olan farkındalıkları ve yararlanma durumları ölçülmüştür. Firmaların yaklaşık %87'si KOBİ'lerden oluşmakta olup %13'ü büyük işletmeler kapsamındadır.

Anket sonuçları değerlendirildiğinde, firmaların genel olarak, %50'den fazlasının bu destekleri hiç kullanmadıkları anlaşılmıştır.

İhracat, döviz kazandırıcı faaliyetlerin başında gelmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu 2017 yılı dış ticaret istatistikleri incelendiğinde ihracatın

ithalatı karşılama oranı %67 olup, ihracatı arttırma faaliyetlerine katkı sağlanması açısından ihracata yönelik devlet yardımlarının ihracat yapan firmalar tarafından yararlanılmasına yönelik çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Ayrıca firmaların gerek bakanlık gerekse bağlı buldukları birliklerden ihracat destekleri hakkında en çok seminer ve toplantı taleplerinden de anlaşılacağı üzere ivedilikle firmaların desteklerden haberdar edilmeleri ve firmalara uygulama usul ve esasları hakkında ayrıntılı bilgi verilmesi gerekmektedir. Firmaların sorunlarına odaklanılmalı ve destekleri kullanabilmeleri için çözüm önerileri alınmalıdır.

Çalışma sonunda elde edilen bulgular, Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği ile paylaşılarak haberdar edilmiş ve firmaların toplantı ve seminer talepleri iletilmiştir. Ayrıca anket çalışmasına katılan firmalara ihracat destekleri kapsamında tarafımızca hazırlanan özet bilgiler mail yoluyla gönderilmiş olup, faydalanmalarına yönelik katkı sağlanmıştır.

Kaynaklar

Alata, G., 2014. Devlet Yardımlarının Ekonomik Büyümeye Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 113s.

Akgündüz, M., 2010. İhracatta Devlet Yardımları ve Muhasebeleştirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 153s.

Çelik, F., 2007. Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere Verilen İhracat Destekleri ve Ekonomiye Etkisi: Kayseri Örneği, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 214s.

Ege İhracatçı Birlikleri, 2017. İhracat Destekleri, İhracata Yönelik Devlet Yardımları Hakkında Özet Bilgiler <http://www.egebirligi.org.tr/destek-devlet-yardimlari.asp>, Erişim: 15.05.2017.

Kahraman, F., 2009. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracata Yönelik Devlet Yardımları, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 178s.

- Kocatepe, H., 2007. Devlet Yardımlarının Firmaların Rekabet Gücü Üzerine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 208s.
- Mert, S., 2017. Türkiye'deki İhracat Destekleri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 191s.
- Işık, M. Ş., 2014. Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de Devlet Yardımlarının İzlenmesi ve Denetimi, Yüksek Lisans Tezi, Çankaya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 138s.
- Özpençe, A. İ., 2006. Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere Yönelik Devlet Yardımları: Türkiye ve Avrupa Birliği Uygulamaları, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 209s.
- Satan, T., 2010. Türkiye'de Devlet Yardımları ve Avrupa Birliği Sistemine Uyumu, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. 141s.
- Sapmaztürk, C., 2013. Avrupa Birliği'ne Üyelik Sürecinde İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İşletmelerin İhracat Performansı Açısından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. 138s.
- Soylu, H., 2008. Devlet Yardımları ve Ekonomik Etkinlik: Avrupa Birliği ve Türkiye'deki Sistem, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 111s.
- Şimşek, M. ve Yazıcı, R., 2004. İhracat teşviklerinin etkinliğini ölçmeye yönelik bir analiz: Bilecik ve Eskişehir örneği, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:5(2), 20s.
- T.C. Resmi Gazete, İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararı, Sayı: 22168, 11/01/1995 Erişim:20.03.2017
- T.C. Resmi Gazete, Marka ve Turquality Desteği 2006/4 no.lu Tebliğ, Sayı:26177, 24/05/2006, Erişim: 21.04.2017
- T.C. Resmi Gazete, Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesi Kararı, Sayı: 2014/8, 26.08.2014, Erişim: 21.04.2017
- T.C. Resmi Gazete, Pazar Araştırması Pazara Giriş Desteği 2011/1 no.lu tebliğ, Sayı:27881, 21.03.2011, Erişim: 01.05.2017
- T.C. Resmi Gazete, Sektörel Nitelikli Uluslararası Yurt İçi Fuarların Desteklenmesi Kararı, Sayı:2014/4, 07.08.2014, Erişim: 05.05.2017
- T.C. Resmi Gazete, Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Desteği Kararı, Sayı: 2016/16, 26.12.2016, Erişim: 05.05.2017
- T.C. Resmi Gazete, Tasarım Desteği 2008/2 no.lu Tebliğ, Sayı:2008/4, 01/04/2011, Erişim:05.05.2017
- T.C. Ticaret Bakanlığı, İhracat Destekleri <https://www.ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri>, Erişim:01.07.2017
- T.C. Resmi Gazete, Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 sayılı Karar, Sayı:20249, 11/8/1989, Erişim: 20.04.2017
- T.C. Resmi Gazete, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi 2010/8 no.lu tebliğ, Sayı:2010/9, 15/9/2010, Erişim: 05.05.2017
- T.C. Resmi Gazete, Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında 2010/6 no.lu Tebliğ, Sayı:2010/7, 11/08/2010, Erişim:05.05.2017
- T.C. Resmi Gazete, Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi 2014/3 no.lu tebliğ (Tebliğ No: 2010/6'de Değişiklik), Sayı: 29203, 12/12/2014, Erişim: 05.05.2017
- T.C. Resmi Gazete, Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin 2009/5 no.lu tebliğ, Sayı:27448, 30.12.2009, Erişim: 05.05.2017
- Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2017. Ekonomi ve Dış Ticaret Raporu, Erişim: 10.03.2017 <http://www.tim.org.tr/files/downloads/Raporlar>
- Türkiye İstatistik Kurumu, 2017. Dış Ticaret İstatistikleri, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046 Erişim:10.04.2018
- Türk Ticaret Kanunu, 6102 Sayı, 28 Nisan 2010 tarih <http://www.ticaretkanunu.net/ttk-madde-124/>, Erişim:10.04.2018
- WTO, 1995. Agreement on Agriculture, <http://www.wto.org>, Erişim: 05.05.2017

Türkiye'nin Afrika Ülkeleri ile Tarım Ürünleri Ticareti

Abdoul-Aziz ALİ SARA⁴

İlkay DELLAL⁵

Öz

Bu çalışmada son on yılda Türkiye'nin Afrika ülkelerine ile tarım ürünleri dış ticareti durumu incelenmiştir. Afrika kıtasının çok sayıda ülkeye sahip olması nedeniyle dış ticaret açısından özellikle tarım ürünleri başta olmak üzere, Türkiye'nin en fazla ticaret yaptığı Afrika'daki ilk on ülkeye odaklanılmıştır. Bu çalışma sonuçlarına göre tarımsal ürünleri dış ticareti ile ilgili genel göstergeler incelendiğinde son on yılda ihracat ve ithalatta olumlu gelişmeler gözlenmiştir. Tarım ürünlerinin, Türkiye'nin Afrika ülkeleriyle yaptığı ticarete giderek önemli yer aldığı ortaya koyulmaktadır.

Anahtar kelimeler: Türkiye, Afrika ülkeleri, Tarım ürünleri dış ticareti

Turkey's Agricultural Trade with African Countries

Abstract

This study deals with the situation of foreign trade of agricultural products between Turkey and African countries during the last ten years. Since there are many countries in Africa, this study is concerned by only the first ten countries with which Turkey has likely important economic relations. According to findings of this study made on the last ten years, there is generally a significant and positive development of bilateral trade between Turkey and African countries. It can also be noticed that agricultural products are becoming more and more important in this trade.

Keywords: Turkey, African countries, Agricultural trade

JEL: Q10, Q17

Geliş Tarihi (Received): 05.12.2018

Kabul Tarihi (Accepted): 28.12.2018

⁴ Sorumlu yazar (Corresponding author), Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Doktora öğrencisi, alisara@ankara.edu.tr

⁵ Prof. Dr., Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Ankara.

1. Giriş

Coğrafi konumu, yeraltı ve yerüstü zenginlikleri ile stratejik bir öneme sahip olan Afrika kıtasında, tarihsel süreç içinde uzun yıllar sömürge düzeni hakim olmuştur. Yakın döneme kadar dünya gündeminde ismi yalnızca yoksulluk, kıtlık ve çatışma gibi sözcüklerle anılan ve dünyadaki en az gelişmiş 48 ülkeden 33'üne ev sahipliği yapan Afrika kıtası, aynı zamanda en hızlı gelişmekte olan ülkeleri bünyesinde barındırmaktadır (Arslan, 2012).

Birçok araştırmaya göre gerek tarımsal gerekse doğal kaynaklarla zengin olan Afrika kıtası, dünyanın stratejik ve değerli hammaddelelerinin büyük bir kısmını kapsamaktadır (Çetin, 2014; Şengül, 2015). Genel olarak, bu kıta petrol, kıymetli metaller, elmaslar, altın veya uranyum gibi henüz daha çok kullanılmayan doğal kaynaklara sahiptir. Gerçekten, dünya krom rezervlerinin %99'u, platinyumun %85'i, tantalitin %70'i, kobaltın %68'i, altının %54'ü Afrika topraklarında bulunmaktadır (Alkan ve Mercan, 2013). Şimdiye kadar, Afrika ülkelerinde modern ve uygun altyapı ve üstyapı eksikliği olduğundan Afrika'nın küresel ekonomide kalıcı biçimde hammadde ihracatı üzerinde yoğunlaşmasına sebep olmaktadır. Başka bir deyişle Afrika, büyük ölçüde işlenmemiş hammadde ihraç etmektedir. Buna paralel olarak gıda ve tarım ürünleri ticareti de önemini artırmakta ve gelecekte daha da artması beklenmektedir. Tarım ürünleri açısından, iç tüketim miktarı iç üretim potansiyelinden daha yüksek olan Afrika ülkeleri için ticaret gerekli ve elzemdir. Bununla beraber, Afrika ülkeleri önemli tarımsal kaynaklara sahip olmasına rağmen, gıda açığını kapatmak için birçok tarımsal ürün ithal etmektedir. Örneğin, 2010 ve 2015 yılları arasında Afrika'dan ihracatın %55'ini yakıtlar oluştururken sadece %2'si tarımsal ürünlerdir. Aynı dönemde toplam ithalat içinde en büyük payı %63'ile ağır araçlar, taşıma araçları alırken, gıda ürünlerinin payı %15'dir (UNECA, 2017).

Öte yandan dünyanın yüksek potansiyelli tarıma ve tarımda karşılaştırmalı üstünlüğüne sahip illerinden bir olan Türkiye, tarım ve gıda

ürünleri dış ticareti açısından önemli yer almaktadır. Bu bağlamda Bashimov (2017) tarafından Türkiye'nin 24 tarımsal ürünler grubundan 11 ürün grubunda (yenilen sebzeler, yenilen meyveler, değirmencilik ürünleri, örülmeye elverişli bitkisel maddeler, hayvansal ve bitkisel yağlar, şeker ve şeker mamulleri, kakao ve kakao müstahzarları, hububat, un, nişasta, meyve ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar, yenilen çeşitli gıda müstahzarları ve tütün ve tütün mamullerinde) karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Buna ilave olarak 2014'te, Türkiye dünyada tarım ihracatçıları arasında %1'lik bir payla 26. sırada yer almaktadır. Aynı tarihte tarım ürünleri ihracatının önemli bir kısmını oluşturan yenilebilir tarım ve gıda ürünleri ihracatında Türkiye 18 milyar \$ ihracat ve %1.2'lik bir dünya ticareti payı ile 24. sıradadır. 2014'te Türkiye dünyanın tarımsal ithalatında %1'lik payı oluşturarak 23. sırada yer almaktadır (TİM, 2016).

Bu çerçevede, bu çalışmanın amacı Türkiye'nin Afrika ülkeleri ile tarım ürünleri dış ticaretinin mevcut durumunun belirlenmesi ve değerlendirilmesidir. Türkiye ve Afrika ülkeleri arasındaki tarım ürünleri dış ticaretinin mevcut durumu son on yıllık (2008-2017) dönemde incelenmiştir. Ancak Afrika kıtasında çok sayıda ülke olması nedeniyle (toplam 54 ülke) yalnızca Türkiye ile dış ticarete iyi entegre olan ülkeler kapsama alınmış ve dış ticaret açısından (özellikle tarım ürünleri başta olmak üzere hammadde ve işlenmiş tarım ürünleri), Türkiye'nin en fazla ticaret ilişkisi olan ilk on ülke incelenmiştir. Çalışmada kullanılan tüm veriler, Dünya Bankası (WB), Ticaret Haritası (TRADE MAP), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) veri tabanından alınmış, analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

2. Türkiye ve Afrika Ülkeleri Arasındaki Tarihsel İlişkiler

İkinci Dünya Savaşını takiben sömürgeci yönetimden kurtulup bağımsızlıklarını kazanmaya başlayan Afrika ülkeleri ile Türkiye'nin ilişkisi, inişli çıkışlı bir seyir

izlemiştir. Osmanlı Devleti döneminde özellikle kıtanın kuzeyindeki ülkelerle ilişkilerde, bölgede var olan Osmanlı hakimiyeti nedeniyle bir süreklilik bulunmaktaydı. Ancak bağımsız Türkiye Cumhuriyeti'nin, kurulduğu andan 1990'lı yılların sonuna kadar kıtadaki ülkelerle ilişkiler minimum düzeyde seyretmiştir. Aslında bu durum sadece Türkiye'ye özgü değildir. Sahra-Altı bölgesi başta olmak üzere Afrika kıtası, uzun yıllar uluslararası sistemde marjinal ve incelenmeye değer görülmemeyen bir bölge olarak kalmıştır. 1990'lı yılların başında Soğuk Savaş'ın ürünü iki kutuplu sistemin sonunun gelişi, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de dış politikanın gözden geçirilmesi zorunluluğunu doğurmuş ve minimum düzeyde seyreden Türkiye'nin Afrika'daki ülkelerle ekonomik, siyasi ve kültürel ilişkileri yeni bir ivme kazanmıştır (Tepeciklioğlu, 2012).

Türkiye yakın coğrafyasında bulunan Afrika ile ilişkiler 9. yüzyıl gibi eski bir tarihe dayanmaktadır (Özkan, 2008). Fakat uzun yıllar Türkiye'nin ekonomi politikalarında hep Batı ülkeleri yer alırken 1980 yılından sonra Afrika gündeme alınmıştır.

Türkiye ve Afrika ülkeleriyle ticari ilişkilerini geliştirmek amacıyla son yıllarda önemli adımlar atmıştır. Bunun yanı sıra, 2000'li yıllardan itibaren ihracat pazarını çeşitlendirme adına birkaç eylem planı hazırlanmıştır. İlk olarak 1998 yılında "Afrika'ya Açılım Eylem Planı" adı altında ikili ilişkiler geliştirilmiştir. 2003 yılında mülga Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından "Afrika Ülkeleriyle Ekonomik İlişkilerin Geliştirilmesi" stratejisi hazırlanmış ve bu strateji doğrultusunda birçok Afrika ülkesinde ticaret müşavirlikleri açılması yoluna gidilmiştir. 2005 yılı Türkiye'de de Afrika Yılı ilan edilmiş, Afrika Birliği de Türkiye'yi stratejik ortak olarak kabul etmiştir. 2008 yılında ise, Türkiye, Afrika Kalkınma Bankası'na bölge dışı üye olarak kabul edilmiştir. Yine Ağustos 2008'de Türkiye Afrika İşbirliği Zirve Toplantısı İstanbul'da yapılmıştır. Bu zirve toplantısına 49 ülke katılmış Türkiye ile Afrika arasındaki işbirliği resmen onaylanmıştır. Keza, Türkiye'de 2006 yılında Fas'la, 2005 yılında

Tunus'la, 2007 yılında da Mısır'la serbest ticaret anlaşmaları yürürlüğe konulmuştur. Bütün bu adımlarla birlikte Türkiye'nin genel olarak Afrika ülkeleriyle özellikle Kuzey Afrika ülkeleriyle dış ticaretinde önemli artışlar yaşanmıştır (Doğan, 2016).

3. Afrika Pazarlarının Önemi

Dünyanın ikinci büyük anakarası olan Afrika kıtası 54 ülkeye ev sahipliği yapmakta, zengin doğal kaynakları ve bir milyarı aşan nüfusu, gelişmeye ve modernleşmeye olan açlığı nedeniyle birçok ülkenin hedefi durumundadır. Son yıllarda ekonomik büyüme ve insani gelişmişlik konularında belirgin bir ilerleme kaydeden Afrika ülkelerinin çoğunun önümüzdeki 20 yıllık süreçte gelişmekte olan ülkeler statüsüne dönüşeceği gerçeği ile kıtanın cezbedici pazar haline geleceği öngörülmektedir. Bununla beraber, Afrika ülkelerinde şehirleşen ve tüketim yapan nüfusun hızla artması, tarım alanlarının çoğalması, endüstrileşme ve doğal kaynaklardan sağlanan gelir artışları, bu ülkelere yönelik ihracatta yaşanan talep eksikliğini ortadan kaldıracak gelişmeler olarak ortaya çıkmaktadır (Arslan, 2012). Dahası, Afrika ülkeleri son yıllarda tarımdan endüstriye geçişle birlikte iş imkanlarının arttığı, gelir seviyelerinin yükseldiği ve sömürgeci güçlere bağımlılığın azaldığı hem politik açıdan hem de ekonomik açıdan önemli olaylara sahne olmaktadır.

Günümüzde dünya ekonomisinin küreselleşmesiyle birlikte artık yatırımcılar uluslararası pazarlarda yer alma peşinde koşarak yeni ve uyumlu bir pazar aramaya çalışmaktadır. Bu nedenle son yıllarda uluslararası ekonomik sistemin güçlü aktörlerinin bu kıtaya ilgisinin arttığı ve başta Çin olmak üzere ABD, AB, Hindistan ve diğer ülkelerin kıta ülkeleri ile ticareti artırma çabalarını yoğunlaştırdıkları görülmektedir (Tepebaş, 2013). Bununla beraber Afrika farklı ülkelerde ortaya çıkan petrol gibi doğal kaynaklar kıta içinde büyümeyi tetiklerken gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere Afrika'ya yapılan doğrudan yatırımlar da artmaya başlamıştır. Örneğin; ABD, AB ve

Çin'in Afrika'daki doğal kaynak rekabeti yanında Türkiye, Hindistan ve Brezilya gibi gelişmekte olan ülkeler de bu sürece dahil olmuştur (Orakçı, 2011). Bu anlamda Türkiye'de "kazan-kazan" yaklaşımıyla Afrika ülkeleriyle ekonomik sosyal ve siyasi ilişkiler çeşitlendirilmekte ve güçlendirilmektedir.

4. Bulgular ve Tartışma

Bu bölümde ulusal ve uluslararası istatistik web sitelerinden elde edilen veriler analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. İncelemeler sonucunda aşağıdaki verilere ulaşılmış ve sırasıyla şu sonuçlar elde edilmiştir.

4.1. Türkiye'nin Afrika ülkeleri ile ihracat ve ithalatı

Türkiye ile Afrika arasındaki ihracatın 2008 ile 2017 yılları arasındaki on yıllık dönemdeki değer ve payları Tablo 1'de verilmiştir. İncelenen dönemde Türkiye'nin toplam ihracatının ortalama %8.35'inin Afrika ülkelerine yapıldığı anlaşılmaktadır. Türkiye'den Afrika ülkelerine yapılan ihracat değeri 2008 yılında 9.06 milyar \$ iken 2017 yılında 11.66 milyar \$ ve yıllık ortalama olarak 11.56 milyar \$ olduğu görülmektedir. Türkiye'nin son on yılda

Afrika'ya ihracatı %28.85 oranında büyümüştür. Ancak bu büyüme her yıl istikrarlı olmayıp bazı yıllarda küçülmeler gerçekleşmiştir.

Ayrıca Şekil 1'de, Türkiye'nin 2017 yılı toplam ihracatında önde gelen 20 ülke arasında Afrika'dan iki ülkenin (Mısır 19. ve Cezayir 20. sırada) yer aldığı görülmektedir. Bu süreçte Türkiye'nin Afrika pazarlarında daha çok yer aldığı söylenebilir.

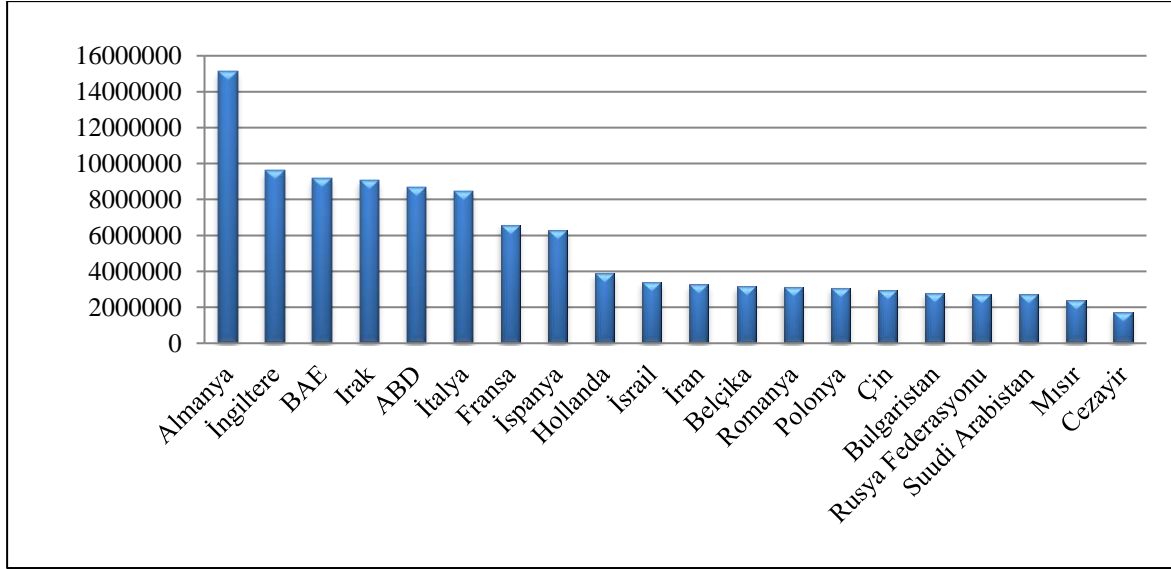
Tablo 2'de ise, son on yılda Türkiye'nin Afrika'dan yaptığı ithalatların değeri ve Afrika ülkelerinin Türkiye'nin toplam ithalatında payı ile ilgili bilgi verilmiştir. Genel olarak son on yılda Türkiye'nin Afrika ülkelerinden yaptığı ithalatta bir artış seyredilmiş ve bu ithalatın değeri 2008 yılında 5.59 milyar \$ iken 2017 yılında 7.16 milyar \$'a yükselmiş ve yıllık ortalama 5.66 milyar \$ olduğu saptanmıştır. Türkiye'nin ithalatının ortalama %2.66'sı Afrika ülkelerinden yapılmaktadır. Türkiye'nin son on yılda Afrika'dan ithalatı %28.24 oranında büyümüştür.

Son on yılda, Türkiye'nin Afrika'ya yaptığı ihracat ortalaması 11.56 milyar \$ iken, ithalat 5.66 milyar \$'dır. Türkiye, Afrika ülkeleri için ihracatçı konumdadır.

Tablo 1. Yıllar itibariyle Türkiye'nin Afrika ülkelerine ihracatı (bin \$)

Yıllar	Türkiye'nin Afrika'ya İhracatı		Türkiye'nin Toplam İhracatı		Türkiye'nin İhracatında Afrika Ülkelerinin Payı (%)
	Değer	Değişim (%)	Değer	Değişim (%)	
2008	9062603	-	132027196	-	6.86
2009	10154642	12.05	102142613	-22.64	9.94
2010	9283066	-8.58	113883219	11.49	8.15
2011	10333821	11.32	134906869	18.46	7.66
2012	13356851	29.25	152461737	13.01	8.76
2013	14145543	5.90	151802637	-0.43	9.32
2014	13754398	-2.77	157610158	3.83	8.73
2015	12448924	-9.49	143838871	-8.74	8.65
2016	11406001	-8.38	142529584	-0.91	8.00
2017	11676730	2.37	157019765	10.17	7.44
2008-17 ortalama	11562258	3.52	138822265	2.69	8.35
2008-17 büyüme (%)		28.85		18.93	

Kaynak: TÜİK, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır.



Şekil 1. Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı 20 ülke (bin \$, 2017)

Kaynak: TÜİK, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır

Tablo 2. Yıllar itibariyle Türkiye'nin Afrika ülkelerine ithalatı (bin \$)

Yıllar	Türkiye'nin Afrika'dan İthalatı		Türkiye'nin Toplam İthalatı		Türkiye'nin İthalatında Afrika Ülkeleri Payı (%)
	Değer	Değişim (%)	Değer	Değişim (%)	
2008	5596476	-	201963574	-	2.77
2009	3937890	-29.64	140928421	-30.22	2.79
2010	4824007	22.50	185544332	31.66	2.60
2011	6766713	40.27	240841676	29.80	2.81
2012	5921790	-12.49	236545141	-1.78	2.50
2013	6031110	1.85	251661250	6.39	2.40
2014	5937961	-1.54	242177117	-3.77	2.45
2015	5099352	-14.12	207234359	-14.43	2.46
2016	5355528	5.02	198618235	-4.16	2.70
2017	7176653	34.00	233799619	17.71	3.07
2008-17 ortalama	5664748	5.10	213931372	3.47	2.66
2008-17 büyüme (%)		28.24		15.76	-

Kaynak: TÜİK, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

4.2. Türkiye'nin dış ticaretinde ilk on Afrika ülkesi

Tablo 3, 2017 yılında Türkiye'nin ihracat yaptığı Afrika'daki başlıca ülkeleri göstermektedir.

Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ilk on Afrika ülkesi sırasıyla; Mısır, Cezayir, Fas, Tunus, Libya, Güney Afrika, Sudan, Etiyopya, Nijerya ve Senegal'dir. Güney Afrika ve Nijerya dışında, yukarıda belirtilen neredeyse tüm ülkeler Doğu ve Kuzey Afrika'da bulunmaktadır. Mısır ve Cezayir, Osmanlı İmparatorluğu döneminden gelen tarihsel bağlılık nedeniyle Türkiye ile diğer Afrika ülkelerine göre daha iyi ilişkilere

sahiptirler. Öte yandan Mısır, Türkiye'nin Afrika ülkelerine yaptığı toplam ihracatının dörtte birinden fazlasını oluşturarak Türkiye'nin ticaretinde önemli bir yer tutmaktadır.

Tablo 4 ise 2017 yılında Türkiye'nin ithalat yaptığı Afrika'daki başlıca ülkeleri göstermektedir. Mısır Türkiye'nin Afrika ülkelerinden yaptığı ithalatta %27.83 ile yine ilk sırada yer almaktadır. Ardından sırayla Güney Afrika, Fas, Cezayir, Fildişi Sahili, Libya, Tunus, Nijerya, Mozambik ve Gana gelmektedir.

Elde edilen ekonomik rakamlara ülkeler bazında bakıldığında dış ticaret işlemlerinin çok büyük kısmının sadece Mısır, Fas, Libya, Cezayir, Tunus gibi Kuzey Afrika ülkeleri ile gerçekleştiği görülmektedir.

Benzer şekilde, Orakçı (2011) tarafından yapılan çalışmaya göre 1996 ve 2010 yılları arasında Türkiye-Afrika ticaret hacminin %70'ini Kuzey Afrika ülkeleri oluşturmuştur.

Tablo 3. Türkiye'nin Afrika'da en çok ihracat yaptığı 10 ülke (bin \$, 2017)

Sıra	Ülkeler	İhracat Değeri	Toplam içindeki payı (%)
1	Mısır	2360964	20.22
2	Cezayir	1713047	14.67
3	Fas	1659907	14.22
4	Tunus	912831	7.82
5	Libya	880757	7.54
6	Güney Afrika Cumhuriyeti	485067	4.15
7	Sudan	395213	3.38
8	Etiyopya	338587	2.90
9	Nijerya	335429	2.87
10	Senegal	243564	2.09
Diğer Afrika Ülkeler		2351364	20.14
Tüm Afrika Ülkeleri		11676730	100.00

Kaynak: TÜİK, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır

Tablo 4. Türkiye'nin Afrika'da en çok ithalat yaptığı 10 ülke (bin \$, 2017)

Sıra	Ülkeler	İthalat Değeri	Toplam içindeki payı (%)
1	Mısır	1997503	27.83
2	Güney Afrika Cumhuriyeti	1744438	24.31
3	Fas	924062	12.88
4	Cezayir	766804	10.68
5	Fildişi Kıyısı	300760	4.19
6	Libya	247965	3.46
7	Tunus	206466	2.88
8	Nijerya	156286	2.18
9	Mozambik	136779	1.91
10	Gana	128019	1.78
Diğer Afrika Ülkeler		567571	7.90
Tüm Afrika Ülkeleri		7176653	100.00

Kaynak: TÜİK, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır

4.3. Türkiye ile Afrika ülkelerinin tarım ürünleri ticareti

4.3.1. Türkiye'nin Afrika ülkelerine tarım ürünleri ihracatı

Türkiye'nin Afrika'ya tarım ürünleri ihracatının değerleri Tablo 5'de verilmiştir. Tarım ürünleri ihracatı, 2008'de 1.29 milyar \$ iken 2017'de 2.26 milyar \$'a ulaşmış ve on yılın ortalaması 1.86 milyar \$ olmuştur. İncelenen dönemde Afrika'ya yapılan ihracat %73.97 oranında

artmıştır. Türkiye'nin Afrika ülkelerine toplam ihracatının ortalama %16.06'sını tarım ürünleri ihracatı oluşturmuştur.

Türkiye Afrika ülkelerine hububat, makarna, un, nişasta, şeker ve şekerli mamuller, bisküvi, maya ve kabartma tozları, gübre, kanatlı etleri, domates salçası, tarım ilaçları, konserve, margarin, bitkisel yağ, vb. gibi tarım ürünleri ihracat etmektedir. Şekil 2'de Türkiye'nin Afrika ülkelerine hammadde ve işlenmiş tarım ürünleri olarak en fazla ihracat ettiği on ürün

bulunmaktadır. Türkiye'nin ihracatında 2008'den 2011'e kadar pamuk ilk sırada yer alırken, bu tarihten sonra hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünlerinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bu ürünlerin (özellikle hububat) çoğu Afrika ülkelerinde temel tüketim ürünleri olmasıyla daha çok talep edilmektedir. Diğer ürünler ise sırayla pamuk, değirmencilik ürünleri, kauçuk ve kauçuktan eşyalar, şeker ve şeker mamulleri, kağıt ve

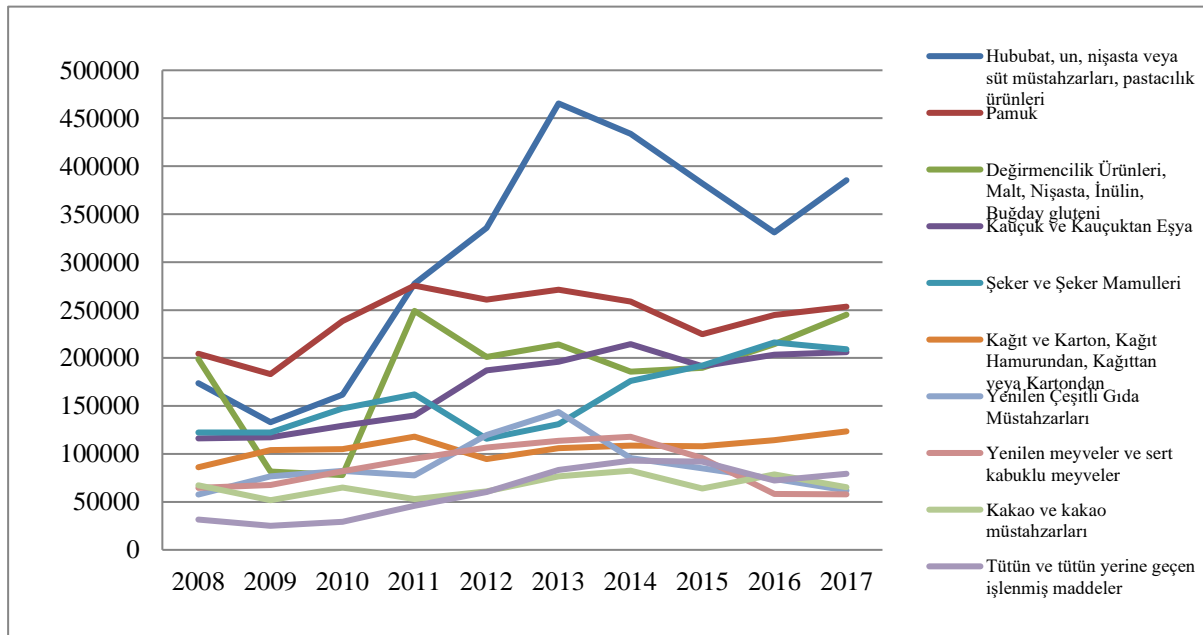
karton, yenilen çeşitli gıda müstahzarları, yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler, kakao ve kakao müstahzarları ve tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddelerdir.

Bu verilerden Afrika ülkelerine çoğunlukla işlenmiş ürünler ihraç edildiği görülmektedir. Bu durum, Afrika ülkelerinde sanayinin çok gelişmemiş olması ve nihai ürünlere ihtiyaç duyulması ile açıklanabilmektedir.

Tablo 5. Yıllar itibariyle Türkiye'nin Afrika ülkelerine tarım ürünlerinin ihracatı (bin \$)

Yıllar	Türkiye'nin Afrika'ya Tarım Ürünleri İhracatı		Türkiye'nin Afrika Ülkelerine Toplam İhracatı		Türkiye'nin Afrika Ülkelerine Toplam İhracatında Tarım Ürünlerinin Payı (%)
	Değer	Değişim (%)	Değer	Değişim (%)	
2008	1298415	-	9062603	-	14.33
2009	1229278	-5.32	10154642	12.05	12.11
2010	1455474	18.40	9283066	-8.58	15.68
2011	1874665	28.80	10333821	11.32	18.14
2012	1937016	3.33	13356851	29.25	14.50
2013	2217696	14.49	14145543	5.90	15.68
2014	2174451	-1.95	13754398	-2.77	15.81
2015	2048510	-5.79	12448924	-9.49	16.46
2016	2075699	1.33	11406001	-8.38	18.20
2017	2258913	8.83	11676730	2.37	19.35
2008-17 ortalama	1857012	6.90	11562258	3.52	16.06
2008-17 büyüme (%)		73.97		28.85	

Kaynak: TÜİK, 2018; Trade Map, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır



Şekil 2. Türkiye'nin Afrika ülkelerine en çok ihracat ettiği tarım ürünleri (bin \$)

Kaynak: Trade Map, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır

Tablo 6, Türkiye’den belirtilen ilk on tarımsal ürünü ithal eden ilk Afrika ülkeleri hakkında bilgi vermektedir. Türkiye’nin Afrika’ya en fazla ihracat yaptığı ürün grubu, yenilen meyveler ve sert kabuklu meyvelerdir. Bu grupta Türkiye’nin toplam ihracatının sadece %2.3’ü Afrika’ya yapılmakta olup, en fazla Mısır’a

ihracat yapılmaktadır. Türkiye’nin toplam tarım ürünleri ihracatında Afrika’nın payının en yüksek olduğu ürün grubu ise hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri olup, payı %25.1’dir. Bu ürün grubunda Afrika’da en fazla ihracat yapılan ülke %13.5 payı ile Angola’dır.

Tablo 6. Türkiye’nin tarım ürünleri ihracatında başta gelen Afrika ülkeleri (2008-17 ortalaması)

Ürün grupları	Türkiye'nin Afrika'ya İhracatı (bin \$)	Türkiye'nin Toplam İhracatı (bin \$)	Türkiye İhracatında Afrika'nın Payı (%)	Türkiye'nin Afrika Ülkelerine Toplam İhracatında İlk Sıradaki Ülke ve Payı (%)
Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	307949	1229197	25.1	Angola, 13.5
Pamuk	241552	1701317	14.2	Tunus, 36.5
Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday gluteni	185827	1017315	18.3	Sudan, 28.9
Kauçuk ve kauçuktan eşya	170177	2213222	7.7	Mısır, 32.9
Kağıt ve karton, kağıt hamurundan, kağıttan veya kartondan	159448	1216394	13.1	Mısır, 27.5
Yenilen çeşitli gıda müstahzarları	106892	669207	16.0	Cezayir, 19.9
Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler	87465	3752852	2.3	Mısır, 41.5
Kakao ve kakao müstahzarları	85914	505955	16.9	Cezayir, 31.6
Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler	66519	851949	7.8	Tunus, 23.0
Şeker ve şeker mamulleri	61230	498066	12.3	Cezayir, 25.7

Kaynak: TÜİK, 2018; Trade Map, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

4.3.2. Türkiye'nin Afrika ülkelerinden tarım ürünleri ithalatı

Türkiye’nin Afrika ülkelerinden yaptığı toplam ithalatın ortalama olarak yaklaşık %18’ini tarım ürünleri oluşturmaktadır. Son on yıl içerisinde Türkiye’nin Afrika ülkelerinden yaptığı tarım ürünlerinin ithalat değeri 686.89 milyon \$’dan 1.39 milyar \$’a ulaşırken on yılın ortalaması 1.02 milyar \$ olduğu saptanmıştır. İncelenen dönemde Afrika’dan yapılan ithalat %102.14 oranında artmıştır. Tarım ürünleri, Türkiye’nin Afrika ülkelerinden toplam ithalatının 2008’de %12.27’sini oluştururken, bu pay 2017’de %19.35’e yükselmiştir (Tablo 7).

Türkiye, Afrika ülkelerinden büyük ölçüde hammadde olarak muz, kakao, kahve, ananas, mango, papaya, yer fıstığı, kurutulmuş meyve, palm yağı, pamuk, ham kauçuk, tropikal ağaçlar, kereste işlenmemiş ya da az işlenmiş gibi tarım

ürünlerini, el sanatları ve hediyelik eşyaları vb. ithal etmektedir. Türkiye’nin Afrika’dan tarım ürünleri ithalatında en fazla payı kakao ve kakao müstahzarları oluşturmuştur (Şekil 3).

Tablo 8’de ise Türkiye’nin en çok ithalat yaptığı ilk on tarım ürünü verilmiştir. Türkiye’nin en fazla ithalat yaptığı ürün grubu pamuktur. Bu grupta Türkiye’nin toplam ithalatının %6’sı Afrika ülkelerinden yapılmakta olup en fazla Mısır’dan ithalat gerçekleştirilmektedir.

Türkiye’nin toplam tarım ürünleri ithalatında Afrika’nın payının en yüksek olduğu ürün grubu ise kakao ve kakao müstahzarları olup payı %63.7’dir. Bu ürün grubunda Afrika’da en fazla ithalat yapılan ülke %34.3 payı ile Fildişi Sahili’dir.

Türkiye ve Afrika ülkeleri arasındaki yapılan tarım ürünleri ticareti son on yıldaki durumuna

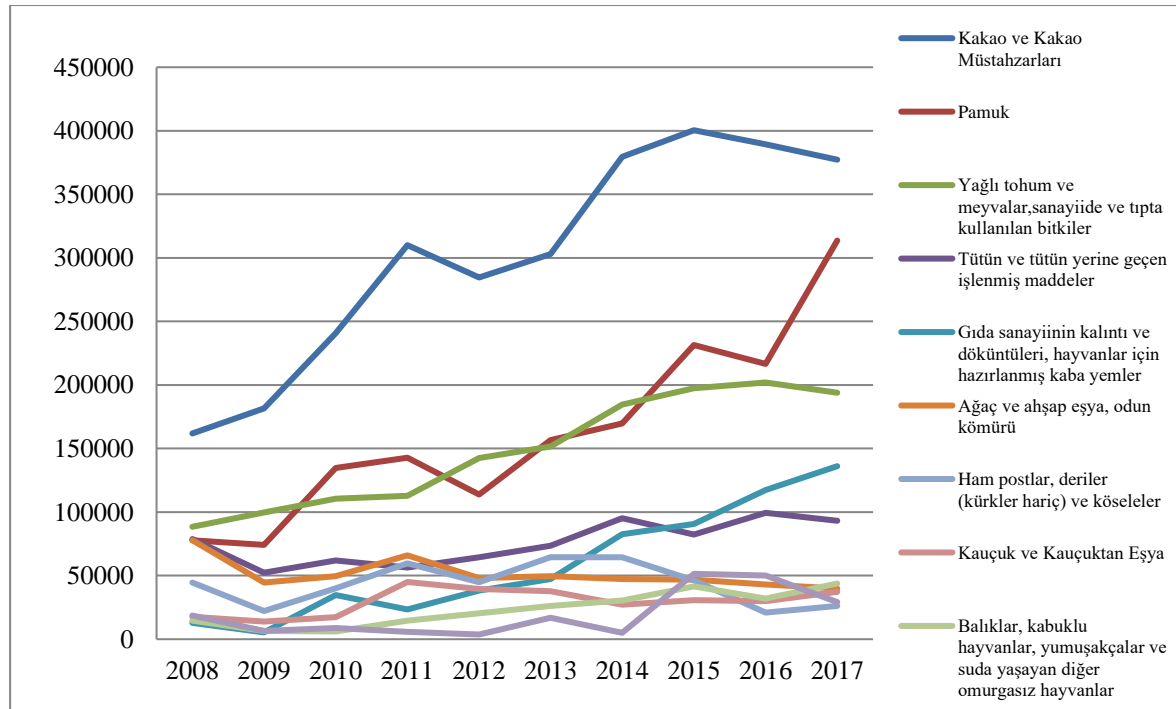
bakıldığında genel olarak artış trendindedir. Tarım ürünleri gerek ihracat gerekse ithalatta ilk sırada yer almaktadır. Türkiye ve Afrika ülkeleri arasındaki tarım ürünleri ticaretinde önemli olan

ürünler pamuk, kakao ve kakao müstahzarları, şeker ve şeker mamulleri, kauçuk ve kauçuktan eşya, tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddelerdir.

Tablo 7. Yıllar itibariyle Türkiye'nin Afrika ülkelerinden tarım ürünleri ithalatı (bin \$)

Yıllar	Türkiye'nin Afrika'ya Tarım Ürünleri İthalatı		Türkiye'nin Afrika Ülkelerine Toplam İthalatı		Türkiye'nin Afrika Ülkelerine Toplam İthalatında Tarım Ürünlerinin Payı (%)
	Değer	Değişim (%)	Değer	Değişim (%)	
2008	686890	-	5596476	-	12.27
2009	607805	-11.51	3937890	-29.64	15.43
2010	855795	40.8	4824007	22.5	17.74
2011	938750	9.69	6766713	40.27	13.87
2012	901419	-3.98	5921790	-12.49	15.22
2013	1011393	12.2	6031110	1.85	16.77
2014	1196463	18.3	5937961	-1.54	20.15
2015	1315563	9.95	5099352	-14.12	25.8
2016	1281475	-2.59	5355528	5.02	23.93
2017	1388510	8.35	7176653	34	19.35
2008-17 ortalama	1018406	9.02	5664748	5.1	17.98
2008-17 büyüme (%)		102.14		28.24	

Kaynak: TÜİK, 2018; Trade Map, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır



Şekil 3. Türkiye'nin Afrika ülkelerinden en çok ithal ettiği tarım ürünleri (bin \$)

Kaynak: Trade Map, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır

Tablo 8. Türkiye'nin tarım ürünleri ithalatında başta gelen Afrika ülkeleri (2008-17 ortalaması)

Ürün grupları	Türkiye'nin Afrika'dan İthalatı (bin \$)	Türkiye'nin Toplam İthalatı (bin \$)	Türkiye İthalatında Afrika'nın Payı (%)	Türkiye'nin Afrika Ülkelerinden Toplam İthalatında İlk Sıradaki Ülke ve Payı (%)
Kakao ve kakao müstahzarları	302864	475130	63.7	Fildişi Sahili, 34.3
Pamuk	163165	2737113	6.0	Mısır, 3.6
Yağlı tohum ve meyveler, sanayide ve tıpta kullanılan bitkiler	148385	1699914	8.7	Nijerya, 5.0
Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler	75810	477524	15.9	Malavi, 4.5
Gıda sanayiinin kalıntı ve döküntüleri, hayvanlar için hazırlanmış kaba yemler	58886	1116391	5.3	Fas, 2.8
Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	51309	1299098	4.0	Kamerun, 1.9
Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler	43357	465842	9.3	Nijerya, 1.9
Kauçuk ve kauçuktan eşya	29642	2645010	1.1	Mısır, 0.6
Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve suda yaşayan diğer omurgasız hayvanlar	23593	173170	13.6	Fas, 5.1
Şeker ve şeker mamulleri	19638	122100	16.1	Mısır, 7.5

Kaynak: TÜİK, 2018; Trade Map, 2018 verileri kullanılarak hazırlanmıştır

4. 5. Türkiye ve Afrika ülkeleri arasındaki ticaretin güçlü ve zayıf yönleri

4. 5. 1. Güçlü yönler

Birinci olarak, Türkiye tarımsal üretimde gerçek bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir ve tarıma dayalı sanayi ülke ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bununla birlikte Türkiye Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarını birbirine bağlayan önemli bir noktada bulunduğundan dış ticaret çerçevesinde çok avantajlıdır. Bütün bu varlıklar, Türkiye'yi büyük ve önemli bir uluslararası pazar ve tüm dünya ülkelerinin ekonomik ortağı haline getirebilmektedir.

İkinci olarak, Afrika ülkeleri özellikle kıtanın kuzeyindeki ülkelerde geçmişten gelen bağının da katkısıyla, kıtanın ülkeleriyle Türkiye arasındaki siyasi ve ekonomik ilişkiler son yıllarda önemli ölçüde gelişmiş ve gelişmeye devam etmektedir. Bu ülkelerde yatırım yapan Türk firmalara her türlü destek sunulmaktadır.

4. 5. 2. Zayıf yönler

Afrika ülkelerinin çoğunluğunun sömürge altında kalmış olması sebebiyle Türkiye ile kıta arasındaki ilişkiler henüz güçlenememiştir. Türkiye'nin Afrika ülkeleri ile ilişkilerinin

geliştirilmesinin önünde duran en büyük engellerden birisi bu kıtanın neredeyse tüm ülkelerinin eski sömürge olmasıdır. Gerçekten de, çoğunluğu Avrupa ülkelerinin eski sömürgeleri olan Afrika ülkelerinde, Avrupa dışındaki ülkelere uygulanan gümrükler ve tarife dışı engeller, Türkiye'nin ihracatçı olarak Afrika pazarlarına girişinde maliyet dezavantajı yaratmaktadır.

Başka bir engel, bu kıtanın Türkiye'de yeterince tanınmaması ve bilinmemesidir. Afrika ülkelerinde de henüz Türkiye'nin pekiyi tanınmadığı maalesef bir diğer gerçektir. Bu durumda Türk toplumunun bilinçaltında Afrika'ya dair olumsuz bir imaj oluşmaktadır (Tepebaş, 2013).

4. 5. 3. Fırsatlar

Türkiye'nin coğrafi açısından Afrika'ya yakın olması ve Afrika ülkelerinin ticaretinde gıda açığını kapatmak için ihtiyaç duydukları tarım ve gıda ürünlerinin önemli yer tutması Türkiye için önemli bir avantajdır.

Afrika ülkelerinin çoğunluğunun yıllarca sömürge altında kalmış olmasından dolayı günümüzde daha güvenli ve dürüst ekonomik

güçlerle olmayı arzu etmektedir. Dolayısıyla “kazan-kazan” yaklaşımıyla Türkiye Afrika ülkeleriyle ekonomik sosyal ve siyasi ilişkiler sağlamakta ve ekonomik birlikteliğini güçlendirmektedir. Bu durumun da önemli bir fırsat olduğu söylenebilir.

Başka bir fırsat ise son yıllarda Afrika ülkelerinin sömürgeci güçlere olan bağımlılığının azalmasıdır. Böylece Afrika ülkelerinde sadece sömürgeci güçlere değil, yatırım yapan diğer ülke ve firmalara da fırsat sunulabilmektedir.

Ayrıca, Türkiye’de çok sayıda eğitim gören Afrikalı varlığının Türkiye ve Afrika ülkeleri arasındaki ekonomik sosyal ve siyasi ilişkileri bakımından gerçek bir avantaj olacağı belirtilmelidir. Şöyle ki Türkiye’de var olan Afrikalıları ülkeyi ve ülkenin sahip olduğu varlıkları ve potansiyeli yeterince tanıyarak ve buldukları bölgelerdeki Türk vatandaşları ile önemli ilişkiler kurarak aralarında ekonomik sosyal ve siyasi ilişkileri de geliştirebilir.

4. 5. 4. Tehditler

Uluslararası ekonomik sistemin güçlü aktörlerinin (rekabet) Afrika kıtasına ilgisinin artması ve kıta ülkeleri ile ticareti artırma çabalarını yoğunlaştırması Türkiye’nin Afrika ülkeleriyle olan ilişkileri açısından tehdit olduğu işaret edilebilmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada Türkiye ve Afrika ülkeleri arasında yapılan ticaretin özellikle tarımsal ürünler ticaretinin son on yıllık değişimi incelenmiştir.

Tarımsal ürünler dış ticareti ile ilgili genel göstergeler incelendiğinde son on yılda tarımsal ürünler ticaretinde genel olarak hem ihracat hem de ithalatta olumlu gelişmeler gözlenmiştir. Elde edilen sonuçlar tarım ürünlerinin, Türkiye’nin Afrika ülkeleriyle yaptığı ticarete giderek önemli yer aldığını ortaya koymaktadır. Gerçekten de tarım ürünleri, Türkiye’nin Afrika ülkelerine yapmış olduğu son on yılın toplam ihracatının ortalama olarak %16.06’sını ve

ithalatın %18’ini oluşturmuştur. Ayrıca Türkiye’nin Afrika ülkelerine yaptığı ticaretin genelinde henüz daha iyi gelişmemiş olduğu görülmektedir. Bu durum neredeyse tüm Afrika ülkelerinin sömürge olması ve bununla birlikte Türkiye ve Afrika ülkelerinin birbirini iyi tanımaması ile açıklanabilir.

Bu sorunun giderilebilmesi için kıta ile ilgili sorunların objektif bir bakış açısıyla incelenmesi ve özgün biçimde değerlendirilmesi gerekmektedir. Böylelikle, Türkiye, küresel rekabete açılan Afrika ülkeleriyle siyasi ve sosyal ilişkileri ve ekonomik ortaklığın bağlarını güçlendirebilmek için, Afrika ülkeleri lehine düşük faizli krediler verilmesi, kalkınma yardımları gibi araçlar kullanılması, ekonomik birliktelikler ve anlaşmaların geliştirilmesi, Türkler ve Afrikalıların birbiriyle entegrasyonun sağlanması, Afrika’da Türk firmalarının yatırım yapmasını kolaylaştıran faaliyetler yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Kaynaklar

Alkan, H., Mercan, M. H., 2013. “Yeni Burjuvazi, Ekonomik Kalkınma ve Afrika: Tuskon Afrika Ticaret Köprüleri”, Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, s 31

Anonim, 2018.

<http://www.banquemoniale.org/fr/country/cote-divoire/>, Erişim tarihi: 13.07.2018

Anonim, 2018

https://fr.wikidia.org/wiki/Liste_des_pays_d%27Afrique, Erişim tarihi: 10/08/2018

Arslan, K., 2012. “Birleşmiş Milletler En Az Gelişmiş Ülkeler Konferansının Düşündürdükleri”, Düzce Üniversitesi Yönetim ve Eğitim Bilimleri Dergisi, Vol. 2, No.1, e-Dergi, s.1-15.

Bashimov, G., 2017. “Türkiye’nin Tarım ve Gıda Ürünlerinde Karşılaştırmalı Üstünlüğü”, Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde, Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi 4(3): 319–330 S, 2017,

<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/328202>, Erişim tarihi 25/12/2018.

Çetin, B., 2015. “Türkiye’nin Orta Doğu ve Kuzey Afrika Ülkelerine Yaptığı İhracatın Analizi”, Üretim Ekonomisi Kongresi, İstanbul.

Doğan, A., 2016. “Türkiye-Kuzey Afrika Ticaretinin Temel Karakteristikleri,” Cumhuriyet Üniversitesi İ.İ.B.F, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Sakarya İktisat Dergisi, Cilt 5, Sayı 4, SS. 65-85.

Orakçı, S., 2011. “Afrika’da Küresel Rekabet ve Türkiye,” T.C. Türk İşbirliği ve Koordinasyon İdaresi Başkanlığı, Avrasya Etüdüleri, 40/2011-2 (73-96).

Özkan, N., 2008. “Turkey Discovers Africa, Implications and Prospects, SETA Foundation for Political, Economic and Social Research.

Şengül, B., 2015. 21. yüzyılda Afrika ve Türkiye - Afrika İlişkileri (2005-2015). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi(Yayımlanmamış), İstanbul

Tepebaş, U., 2013. “Dönüşüm Sürecindeki Sahra-Altı Afrika Kalkınma, Güvenlik ve Ortaklık”, Tasam Yayınları, Afrika Enstitüsü Serisi: 8, s.315-380.

Tepeciklioğlu, E. E., 2012. “Afrika Kıtasının Dünya Politikasında Artan Önemi ve Türkiye-Afrika İlişkileri”, Ankara Üniversitesi Afrika Çalışmaları Dergisi, Cilt 1, Sayı 2, s. 59-92.

TİM, 2016. Türkiye İhracatçıları Meclisi Tarım Raporu, 160 S, http://www.tim.org.tr/files/downloads/raporlar/tarim_raporu_2017.pdf, Erişim tarihi 22/12/2018.

TRADE MAP, 2018. Trade Statistics for International Business Development. Bilateral Trade Between Turkey and Africa. https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm, Erişim tarihi: 04.06.2018

TÜİK, 2018. Türkiye İstatistik Kurumu, Dış Ticaret İstatistikleri, <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, Erişim tarihi: 04.06.2018

UNECA, 2017. United Nations Economic Commission for Africa, Évolution Récente De La Situation Économique En Afrique, 19.p, https://www.uneca.org/sites/default/files/upload_eaddocuments/ERA/ERA2017_Fr/chap1_03.pdf, Erişim tarihi 24/12/2018.