**NARENCİYE ÜRETİMİNİN BÖLGE EKONOMİSİNE KATKISI: DÖRTYOL İLÇESİ ÖRNEĞİ**

**Bahattin GÖZÜBENLİ, İskenderunTeknik Üniversitesi\*,, Nazif ÇALIŞ, İskenderunTeknik Üniversitesi**

**ÖZET**

Yaş meyve ve sebze pazarında geniş bir paya sahip olan narenciye sektörünün ihracattaki payı büyüktür. Sektör, sahip olduğu ihracat potansiyeli ile ekonomiye büyük katkı sağlamaktadır. Ülkemizde narenciye üretimi yeni tarımsal uygulamalarla her geçen gün daha profesyonel hale gelmektedir. Narenciye üreticilerinin durumu, hasat işçileri, soğuk hava depolarının durumu, sektördeki paydaşlar ve uluslararası pazarlarda yaşanan sorunlar gibi birçok konunun derinlemesine ele alınması sektörün geleceği açısından önem arz etmektedir. Özellikle küresel şartlarda yaşanan siyasi ve ekonomik değişimler, uluslararası pazarlarda ihracat rakamlarını önemli oranda etkilemektedir. Küresel pazarlara girişlerde yaşanan kısıtlamalar, siyasi ve ekonomik faktörler narenciye sektörünü olumsuz etkilemektedir. Bu tez, ülke ekonomisinde önemli paya sahip olan narenciye sektörünün durumu ve sektörde yaşanan sorunların belirlenmesini amaçlamaktadır. Bu bağlamda anket yolu ile 2000-2021 dönemini kapsayacak şekilde narenciye üretiminde önemli paya sahip olan Hatay Dörtyol özelinde araştırma yapılmıştır. Araştırma bulgularından bazılarına göre Ayrıca üreticiler %40,6 oranla satsuma cinsi mandalina, %38,1’le mandalinanın diğer türleri %22 oranla portakal (Washington) cinsi tercih etmişlerdir. Üreticilerin eğitimi ve satış yöntemi tercihlerine göre meyve zamanında kabala satış yöntemi %53,4’le tercih edilmiş, %16,1’le çiçeklenme sonrası yetişme döneminde kabala satışı tercih edilmiş, %15,5 i hasat sonrası kilo ile satış yöntemi tercih edilmiştir. Ek iş durumu ile kazancı değerlendirme yöntemine yönelik bulgular incelendiğinde neredeyse tüm meslek grupları kazançlarını temel ihtiyaçlar boyutunda değerlendirmişlerdir. Narenciye üretiminde en yüksek gider bulgularına göre sırasıyla gübreleme, işçilik giderleri, ilaçlama gideri, fidan temini gideri, sulama ve diğer giderler şeklinde gözlemlenmiştir. Devlet destek alanı ve narenciye üretiminde en yüksek gider bulgularına göre en yüksek giderin gübreleme (%31) ve devlet destek alanına göre ise en fazla ilaçlama gübreleme (40,9) yapıldığı gözlenmektedir.

\*\*Bu tam metin birinci yazarın yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Dörtyol, ekonomi, narenciye, üretim

**CONTRIBUTION OF CITRUS PRODUCTION TO THE REGIONAL ECONOMY: THE CASE OF DORTYOL DISTRICT**

# ABSTRACT

**Bahattin GÖZÜBENLİ, İskenderunTechnical University, Nazif ÇALIŞ, İskenderun Technical University**

The citrus sector, which has a large share in the fresh fruit and vegetable market, has a large share in exports. The sector makes a great contribution to the economy with its export potential. Citrus production in our country is becoming more professional day by day with new agricultural practices. It is important for the future of the sector to address many issues such as the situation of citrus producers, harvest workers, the situation of cold storage, the stakeholders in the sector and the problems in international markets. Particularly, political and economic changes experienced in global conditions have a significant impact on export figures in international markets. Restrictions on entry to global markets negatively affect the citrus sector especially both political and economic factors. This thesis aims to determine the status of the citrus sector, which has an important share in the country's economy, and the problems experienced in the sector. In this context, a survey was conducted in Hatay Dörtyol, which has an important share in citrus production in covering the period of 2000-2021. According to some of the research findings; producers preferred Satsuma type tangerine with 40.6%, other types of tangerine with 38.1%, orange (washigton) with 22%. According to the training and sales method preferences of the producers, the sale method of bulk at fruit time was preferred with 53.4%, the sales method was preferred with 16.1% during the growing period after flowering, and the sales method by weight after harvest was preferred with 15.5%. When the findings about the secondary occupation of producers and the method of evaluating the earnings are examined, almost all occupational groups evaluated their earnings in the dimension of basic needs. According to the findings of the highest cost in citrus production, it was observed that fertilization, labor costs, spraying costs, sapling supply costs, irrigation and other expenses. According to the findings of the highest expenditure in the state support area and citrus production, it is observed that the highest expenditure is fertilization (31%), and according to the state support area, the highest amount of pesticide fertilization (40.9).

**Keywords:** Dörtyol, economy, citrus, production

# 1.GİRİŞ

Dünyada meydana gelen gelişmeler ve günümüzde yaşanan salgın hastalıklar gibi nedenler gıdanın önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Özellikle C vitamini açısından zengin olan narenciyenin üretim ve tüketiminin insan sağlığına ve hastalıklara karşı koruyucu olması, narenciye meyvesine olan talebi daha çok arttırmıştır.

Narenciye-turunçgil sürekli yeşil, dört mevsim yaprağını dökmeyen küçük ebatlı ağaçlardır. Yaprakları tam, parlak ve koyu yeşil tondadır. Çiçeğinin çanak ve taç yaprakları beş parçalıdır. Taç yaprakları etli, beyaz veya pembe renkli, hoş kokuludur. Meyveleri sarı, rengi ise turuncudur (Uysal, 2017). Dünyadaki narenciye üreticisi ülkelerin bir araya gelerek oluşturduğu organizasyonlar mevcuttur. 1950 yılında kurulan Madrid merkezli CLAM (Liason Committee For Mediterranean Citrus) olarak bilinen Akdeniz Turunçgil İrtibat Komitesi’ne Türkiye 1989’da dahil olmuştur (Hasdemir, 2007). Ülkemiz dünya narenciye üretiminde önemli bir paya sahiptir.

Literatüre bakıldığında; Taşdemir ve Akkaya (2000), yaptıkları çalışmada ülkemizde narenciye üretiminde 80 bin ha üzerine çıkıldığını ve bu limitin sürekli artış gösterdiğini belirtmişlerdir. Narenciye işletmelerinde ortalama işletme büyüklüğünün 20 daa civarında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Söyler ve Özcan (2009), çalışmanın yapıldığı Hatay ilinde narenciye paketleme işletmelerinin sayısının 38'e ulaştığını ve bu tesislerin istihdama ve bölge ekonomisine katkı sağladığını belirtmiştir. İşletmelerde bir saatte işlem gören mamul, portakalda 295,4 kg, altıntopta 349,3 kg kg ve mandarinde 172,6 kg olarak hesaplanmıştır. Güven (2010), Adana ilinde işletmeler ortalaması toplam arazi varlığını 163,55 daa, narenciyede ise 87,59 daa olarak tespit etmiştir. İşletmeci mülkünde olan arazi varlığı % 84,91, kira olarak kullanılan % 10,83, ortak olarak kullanılan arazinin ise % 4,26 olduğu araştırma bulguları arasındadır. Ayrıca üreticilerin %73,02’sinin 31 yaşın üzerinde olduğunu, % 50,79’unun ilköğretim mezunu olduğunu belirtmiştir. Narenciyenin daha çok kg ve toptan şekilde pazarlandığını belirtmiştir. Ürünün pazarlama masraflarının tamamının alıcı tarafından karşılandığını ifade etmiştir. Aygören (2015), çalışmasında teknolojide yaşanan gelişmeler ve pazarlamada ortaya çıkan gelişmelerin narenciye üretimi ve pazarlamasına katkı sağladığını belirtmiştir. Narenciye sektörünün günümüzde yüksek ölçüde rekabetçi küresel pazarlar yörüngesinde gelişmekte olduğunu vurgulamıştır. Atlı (2015) Hatay ili Dörtyol ilçesi için yaptığı araştırmada narenciye üretiminin mevcut durumu ve pazarlama yapısı ile sektördeki sorunların belirlenmesi ve çözüm önerilerinin ortaya konulmasını amaçlamıştır. Çalışma ile turunçgil üretiminde ve pazarlamada etkili olan sosyo-ekonomik faktörler, sorunlar ve çözüm önerileri belirlenmiştir. Narenciye üretiminde değişken masraflarda en büyük payı hasat masrafları oluştururken, hasat masrafları mandarinde % 33,88, portakalda % 31,04, limonda % 32,73’dür. Üreticilerin % 69’u ürünlerini depolamayı tercih etmektedir. En önemli üretim risk faktörünün % 10,67 ile üretim teknolojisi, ürün pazarlamada ise % 17,31 ile fiyat belirsizliği olduğunu vurgulamıştır. Talebi aşan üretimin işlenmesi, iç piyasadaki tüketimi fazlalaştıracak çalışmalar yapılması ve yurt dışında da yeni pazarların bulunmasına ihtiyaç olduğu önerisinde bulunulmuştur. Sakar (2021), Türkiye’de 2018/19 ve 2020/21 sezonunda narenciye sektöründeki üretimi ihracatı araştırmıştır. 2018/19 sezonunda Akdeniz meyve sineği ve sert hava koşullarına rağmen narenciye üretimi oldukça verimli geçerken, 2020/21 sezonunun çiçeklenme döneminde Mayıs 2020 sıcak hava koşulları nedeniyle narenciye üretiminin azaldığı gözlenmiştir. Çalışmada Türkiye’de narenciye üretimini ve ihracatını artırmak için üretimin organize edilmesi, üretimde yeni ekim teknikleri ve teknolojisinin uygulanması gibi öneriler sunulmuştur. Türkiye, 2019 yılında yaklaşık olarak 4,3 milyon ton narenciye üretimi gerçekleştirmiştir. Söz konusu üretimin neredeyse tamamı Ege ve Akdeniz Bölgeleri’nden sağlanmaktadır. Bu bölgelerde özellikle Adana, Mersin, Hatay, Muğla ve Osmaniye illerinde narenciye üretiminin yoğunlaştığı görülmektedir. Türkiye’de toplam portakal üretiminin %83’ü, mandalina üretiminin %90’ı, limon üretiminin %92’si, greyfurt üretiminin %97’si Akdeniz Bölgesi’nde gerçekleştirilmektedir (Aygören,2020). Ülkemizde narenciye yetiştiriciliğinin her geçen gün artmasının nedenleri arasında; ürünü pazarlama olanağı ve satış garantisi, üretim tekniği hakkında bilgi sahibi olma, farklı çeşitlerin aynı ekolojik koşullarda olgunlaşması, meyveler olgunlaştıktan sonra oldukça uzun bir süre ağaç üzerinde tutulabilmeleri ve bazı türlerin yediveren özelliği göstermesi sayılabilmektedir. Üretimi olumsuz yönde etkileyen faktörlerin başında; girdi maliyetleri ve ürün fiyatlarındaki değişiklikler, hastalık ve zararlıların verimi düşürmesi, ülkede iktisadi anlamda yaşanan problemler, arazi fiyatlarındaki dalgalanmalar ve dış ülkelerle yaşanan problemler gelmektedir. Narenciye üretimi sonucunda kazanılacak gelirin garanti olmaması veya üreticinin ve ailesinin geçimini sağlayacak düzeyde olmaması gibi nedenler üreticileri narenciye dışı alanlara sevk etmektedir.

Dörtyol’da tarım başta narenciyenin türleri olan mandarin, portakal ve greyfurt olmak üzere zeytin ile diğer meyve ve sebze üretiminden oluşmaktadır. Mandarin 84 000 daa, portakal 13 500 daa, greyfut 500 daa olarak üretim yapılmaktadır. Toplam tarımsal üretim 121 296 daa alana sahip bir yapıda olup, en yüksek alan mandarine aittir. Dörtyol arazilerinin %80,7’sini narenciye oluşturmaktadır (TÜİK, 2020). Çiftçi kayıt sistemine göre ilçede çiftçi sayısı 2019 yılında 1 220 iken 2020 yılında 1 436’ya yükselmiştir. 2020 yılında 143 pestisit narenciye denetimi yapılmıştır. Dörtyol’da 99 000 daa alanda 375 000 ton mandarin, 67 500 ton portakal, 3 500 ton greyfurt üretimi yapılmaktadır. Üretimin yaklaşık %60’ı ihraç edilmektedir. Genellikle alıcılar ürünü ağaç başında satın aldığından tarımsal ürünlerin pazarlanması noktasında çok büyük problemlerle karşılaşılmamaktadır (Dörtyol İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2020). Narenciye tarımı Dörtyol’un denize yakın düzlük alanlarında yoğunlaşmaktadır. Hatay ilinde narenciye üretim alanının %35,90’ı Dörtyol ilçesinde yer almaktadır. Narenciye üretiminin %38,11’i Dörtyol ilçesinde yapılmakta ve narenciye ağaçlarının %38,27’si Dörtyol ilçesinde bulunmaktadır. Dörtyol ilçesinde iyi tarım yapılan alan 6 384 daa alandır, iyi tarım uygulaması yapan işletme sayısı ise 28’dir (Dörtyol İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2020). 2016 yılında greyfurtun meyve veren ağaç sayısı 30 000 iken 2020 yılında 15636’ya düşmüştür. Washington portakal üretimi 2016 yılında 710 000 iken 2020 yılında 640 0000’e gerilemiştir. 2016 yılında meyve veren limon ağaç sayısı 3 000 adet iken 2020 yılında 6 355’e yükselmiştir. Washington dışı meyve veren portakal ağaç sayısı 2016 yılında 124 000 iken 2020 yılında 19 500’e yükselmiştir. 2016 yılında meyve veren satsuma türü mandalina ağaç sayısı 965 000 adet iken 2020 yılında 988 000 ağaç olarak gerçekleşmiştir. Satsuma dışı meyve veren mandalina ağaç sayısı 2016’da 124 000 iken 2020 yılında 484 000’e yükselmiştir. Ayrıca toplam meyve veren narenciye ağaç sayısı 2016 yılında 1 849 516’dan 2 212 706’ya yükselmiştir. Dörtyol ilçesinde 2016-2020 döneminde greyfurt fidan dikimi yapılmamıştır. 2016 yılında 1 000 adet portakal (Washington) fidanı dikimi yapılırken, 2017-2020 döneminde hiç fidan dikimi gerçekleşmemiştir. Satsuma türü mandalina fidan dikimi 2016’da 287 530 adet gerçekleşirken 2020 yılında 1 344 360 adet gerçekleşmiştir. Satsuma dışı mandalina fidan dikimi ise 2016’da 191 000 adet iken 2020’de 189 640 adettir (TÜİK, 2020).

Bu çalışmada özellikle Hatay ili Dörtyol ilçesinde üretilen ve ihraç dilen mandarinin bölge ekonomisine, Pazar payına ve istihdama katkısı ele alınmıştır. Ayrıca ülke ekonomisi ve tarım sektörü için önemli olan narenciyenin marka değerini arttırmak amacıyla üretimi, işlenmesi, piyasa algısı, üretim ve pazarlamada karşılaşılan problemler incelenmiş olup narenciye sektörü kavramsal olarak ele alınmış, dünyada ve Türkiye’de narenciyenin sektörel durumu verilerle incelenmiştir. Ayrıca Dörtyol’da narenciye sektörünün durumu hem veriler hem de anket yoluyla ortaya konmuştur. Böylece narenciye üretiminde, pazarlamasında ve ihracatında etkili olan sosyal ve ekonomik faktörler belirlenmiş olup karşılan problemlere ilgili çözüm önerileri getirilmiştir. Tüm bunların ışığında bu araştırmanın amacı; Dörtyol narenciyesinin ülke ekonomisine yaptığı katkıyı vurgulamak ve bölgedeki üreticilerin sorunlarını tespit edip çözüm önerileri sunmaktır. Buna ilaveten narenciye ihracatının iktisadi kalkınmayla birlikte dış ticaret açığına yapacağı katkının etkisini belirtmektir. Sektörün geliştirilmesi ve sürdürülebilir tarım politikaları kapsamında desteklenmesinin önemini ortaya koymaktır.

## 2. YÖNTEM

## 2.1. Araştırmanın Metodu

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılmış olup veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Araştırmanın ana materyalini oluşturan ve Dörtyol’da faaliyet gösteren narenciye işletmelerine uygulanan anket yoluyla toplanan veriler araştırmanın birincil verilerini oluşturmaktadır. Anket formları benzer konularda yapılmış çalışmalardan faydalanılarak ve uzman kişilerin görüşleri alınarak araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmıştır. Ankette yer alan soruların uygunluğu ve yeterliliğini test edebilmek amacıyla pilot anket çalışması yapılmış, gerekli düzeltmeler sonucunda anket son halini almıştır. Böylelikle araştırmanın geçerlik ve güvenirliğini sağlamak amaçlanmıştır. Üreticilerle 1 Mart-10 Haziran 2021 tarihleri arasında görüşmeler yapılarak alan çalışması tamamlanmıştır. Üreticiler için hazırlanan anket formlarında; üreticilerin sosyo-demografik profilleri, pazarlamaya yönelik bilgi düzeyleri, ürünün satış şekli, ürünün pazarlandığı yer, satış fiyatı vb. tutum ve davranışları, pazarlamayı etkileyen faktörler ile pazarlama marjı ve masraflarının belirlenmesine yönelik bilgi düzeylerine ilişkin sorulara yer verilmiştir. Çalışma, konuyla ilgili ikincil verilerle de desteklenmiştir. Bu amaç doğrultusunda Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Antalya, Adana, Hatay ve Mersin İl ve İlçe Tarım Müdürlükleri, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Tarımsal Üretim ve Geliştirme Müdürlüğü (TÜGEM), Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) ve Akdeniz İhracatçılar Birliği (AKİB)’nin istatistiksel verilerinden faydalanılmıştır. Ayrıca konuyla ilgili yapılan literatür araştırması kapsamında daha önce yapılan çalışmalardan da yararlanılmıştır.

## 2.2. Araştırmanın Örneklemi ve Analizi

Türkiye’de özellikle mandarin üretiminin yaklaşık %19’unu (Dörtyol İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2020) sağlayan Dörtyol ilçesi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Örnek kapsamına alınacak işletmeler Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile ilçe müdürlükleri yetkililerinin görüşleri dikkate alınarak üretim ve pazarlama açısından Dörtyol’un narenciye yapısını temsil edecek şekilde seçilmiştir. Alınan bilgiler doğrultusunda Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS) kayıtlarına göre rastgele mahallelerden işletmeler seçilmiş ve 161 işletmeye yüz yüze ve çevrimiçi anket toplama yoluyla 36 başlıktan oluşan sorular yöneltilmiştir. Alınan sonuçlar SPSS paket programı ile yorumlanmış ve bulgular frekans tablosunda gösterilmiştir.

## 3. BULGULAR

Bu bölümde araştırma bulguları sunulmuştur.

Çizelge 3.1. Dikili ürün frekans tablosu

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ekili ürün |  | f | % |
| Mandalina(satsuma) |  | 89 | 32,2 |
| Mandalina(diğer) |  | 60 | 21,7 |
| Mandalina(okitsu) |  | 51 | 18,5 |
| Portakal(washington) |  | 45 | 16,3 |
| Limon |  | 25 | 9,1 |
| Greyfurt |  | 6 | 2,2 |
| Toplam |  | 276 | 100,0 |

Çizelge 3.1’e göre üreticilerin sırasıyla %32,2’si Mandalina(satsuma), %21,7’si Mandalina(diğer), %18,5’i Mandalina(okitsu), %16,3’ü Portakal(Washington), %9,1’i limon ve %2,2 si greyfurt dikimi yaptıkları görülmektedir.

Çizelge 3.2. Üreticilerin deneyim süresi ve karşılaşılan problemlere yönelik çapraz tablo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Karşılaşılan problemler |  |
| **Üretici Deneyim Süresi** | **Hasat organizasyon** | **Pazarlama** | **Tahsilat yapılamaması** | **Girdi maaliyeti** | **Devlet politikaları** | **Diğer** | **Toplam** |
| 0-5 | 2 | 3 | 2 | 6 | 3 | 2 | 18 |
| 6-10 | 8 | 4 | 1 | 11 | 2 | 0 | 26 |
| 11-20 | 6 | 11 | 5 | 11 | 7 | 4 | 44 |
| 21-30 | 7 | 12 | 4 | 9 | 3 | 5 | 40 |
| 31+ | 3 | 14 | 6 | 6 | 2 | 1 | 32 |
| Toplam | 26 | 44 | 18 | 43 | 18 | 12 | 327 |

Narenciye üretiminde karşılaşılan problemlere bakıldığında toplam (f=44)’le pazarlama problemleri ve (f=43)’le girdi maliyeti problemleri en çok karşılaşılan problemler olarak belirlenmiştir. Hasat organizasyonu ise (f=26)’ile üçüncü en çok karşılaşılan problem olarak yer almıştır. Tahsilat yapılamaması ve devlet politikası (f=18)’le ardından gelen problemler olarak gözlemlenmiştir.

Üretici deneyim süresi ve karşılaşılan problemler çapraz karşılaştırmasında 31 yıl üzeri deneyim süresi olan üreticiler en çok (f=14)’le pazarlama sorunu problemini belirtmiştir. Deneyim süresi 21-30 yıl olan üreticiler (f=12) ile pazarlama, (f=9) ile girdi maliyetleri olarak belirtmişlerdir.

Çizelge 3.3. Üreticilerin eğitimi ve satış yöntemi tercihlerine yönelik çapraz tablo

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Satıs yöntemi Tercihi |  |  |  |
| **Eğitim****durumu** |  | **Hasat sonrası kilo ile satış** | **Hasat sonrası toptan satış** | **Ürün depolayıp fiyat yükseldiği zaman satış** | **Meyve zamanında dalında, kabala satış** | **Çiçeklenme zamanında kabala satış** | **Çiçeklenme sonrası yetişme döneminde kilo ile satış** | **Çiçeklenme sonrası yetişme döneminde kabala satış** | **Çiçeklenme öncesi kabala satış** | **Toplam** |
| Okuryazarlık | N | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| % | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,6 | 0,0 | 0,0 | 0,6 | 0,0 | 1,2 |
| İlkokul | N | 0 | 0 | 0 | 9 | 2 | 1 | 8 | 1 | 21 |
| % | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 5,6 | 1,2 | 0,6 | 5,0 | 0,6 | 13,0 |
| Ortaokul | N | 1 | 0 | 0 | 4 | 0 | 2 | 3 | 1 | 11 |
| % | 0,6 | 0,0 | 0,0 | 2,5 | 0,0 | 1,2 | 1,9 | 0,6 | 6,8 |
| Lise | N | 9 | 5 | 3 | 16 | 0 | 1 | 4 | 4 | 36 |
| % | 5,6 | 3,1 | 1,9 | 9,9 | 0,0 | 0,6 | 2,5 | 2,5 | 22,4 |
| Üniversite | N | 14 | 9 | 1 | 42 | 3 | 3 | 6 | 1 | 74 |
| % | 8,7 | 5,6 | 0,6 | 26,1 | 1,9 | 1,9 | 3,7 | 0,6 | 46,0 |
| Lisansüstü | N | 1 | 2 | 1 | 14 | 0 | 0 | 4 | 0 | 17 |
| % | 0,6 | 1,2 | 0,6 | 8,7 | 0,0 | 0,0 | 2,5 | 0,0 | 10,6 |
| Toplam | N | 25 | 16 | 5 | 86 | 5 | 7 | 26 | 7 | 161 |
|  | % | 15,5 | 9,9 | 3,1 | 53,4 | 3,1 | 4,3 | 16,1 | 4,3 | 100,0 |

Çizelge 3.3.’de üreticilerin eğitimi ve satış yöntemi tercihlerine yönelik çapraz tabloya bakıldığında meyve zamanında kabala satış yöntemi %53,4’le tercih edilmiş, %16,1’le çiçeklenme sonrası yetişme döneminde kabala satışı tercih edilmiş, %15,5 i hasat sonrası kilo ile satış yöntemi şeklinde tercih edilmiştir. %26,1’le Üniversite mezunu üreticiler tarafından, meyve zamanında kabala satış %9,9 ile lise mezunu üreticiler tarafından, meyve zamanında kabala satışı % 5,6 oranla ilkokul mezunu üreticiler tarafından tercih etmişlerdir.

Çizelge 3.4. Yaş ile narenciye dikim tercih sebebi çapraz tablo

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | Narenciye dikim tercihi |  |  |  |
| Yaş |  | **Geleneksel atadan geçme alışkanlık** | **Karı yüksek olması sebebiyle** | **Tam zamanlı olmadığı için** | **Mevsim koşullarının uygunluğu sebebi ile** | **Toplam** |
| 18-28 | N | 6 | 1 | 1 | 3 | 11 |
| % | 2,8 | 0,5 | 0,5 | 1,4 | 5,2 |
| 29-40 | N | 31 | 3 | 13 | 19 | 66 |
| % | 14,6 | 1,4 | 6,1 | 9,0 | 31,1 |
| 41-50 | N | 33 | 3 | 17 | 21 | 74 |
| % | 15,6 | 1,4 | 8,0 | 9,9 | 34,9 |
| 51-60 | N | 18 | 4 | 4 | 10 | 36 |
| % | 8,5 | 1,9 | 1,9 | 4,7 | 17,0 |
| 61+ | N | 10 | 0 | 5 | 10 | 25 |
| % | 4,7 | 0,0 | 2,4 | 4,7 | 11,8 |
| Toplam | N | 98 | 11 | 40 | 63 | 212 |
| % | 46,2 | 5,2 | 18,9 | 29,7 | 100,0 |

Çizelge 3.4’ e bakıldığında yaş ile narenciye dikim tercih sebebi çapraz tabloda 61 yaş üstü dışındaki üreticilerin hepsi narenciye dikim tercihi olarak en fazla geleneksel atadan geçme alışkanlığını belirtmiş olup, 61 yaş üstü üreticiler ise hem geleneksel atadan geçme alışkanlık hem de mevsim koşullarının uygunluğu sebebi ile narenciye dikimini tercih etmişlerdir. Ek olarak; bütün üreticiler narenciye dikim tercihlerinde karın yüksek olması sebebini en düşük sebep olarak belirtmişlerdir.

Çizelge 3.5. Ek iş durumu ile kazancı değerlendirme yöntemi çapraz tablo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | Kazancı değerlendirme yöntemi |
| **Ek iş durumu** |  | **Yeni arazi alımı** | **Temel ihtiyaçlar** | **Narenciye üretim giderleri** | **Yatırım** | **Diğer** | **Toplam** |
| İşçi | N | 4 | 52 | 35 | 3 | 3 | 97 |
| % | 1,7 | 21,8 | 14,6 | 1,3 | 1,3 | 40,6 |
| Serbest meslek | N | 5 | 5 | 4 | 2 | 0 | 16 |
| % | 2,1 | 2,1 | 1,7 | 0,8 | 0,0 | 6,7 |
| Kamu çalışanı | N | 2 | 32 | 13 | 3 | 1 | 51 |
| % | 0,8 | 13,4 | 5,4 | 1,3 | 0,4 | 21,3 |
| Özel sektör | N | 0 | 4 | 3 | 3 | 0 | 10 |
| % | 0,0 | 1,7 | 1,3 | 1,3 | 0,0 | 4,2 |
| Esnaf | N | 1 | 9 | 5 | 0 | 0 | 15 |
| % | 0,4 | 3,8 | 2,1 | 0,0 | 0,0 | 6,3 |
| Yapmıyor | N | 3 | 25 | 7 | 0 | 1 | 36 |
| % | 1,3 | 10,5 | 2,9 | 0,0 | 0,4 | 15,1 |
| Emekli | N | 2 | 6 | 3 | 3 | 0 | 14 |
|  | % | 0,8 | 2,5 | 1,3 | 1,3 | 0,0 | 5,9 |
| Toplam | N | 17 | 133 | 70 | 14 | 5 | 239 |
|  | % | 7,1 | 55,6 | 29,3 | 5,9 | 2,1 | 100,0 |

Ek iş durumu ile kazancın değerlendirildiği yöntemin incelendiği tabloda; mesleği işçi olan üreticilerin kazançlarını en fazla %21,8 ile temel ihtiyaçlar boyutunda değerlendirdikleri; mesleği serbest meslek olan üreticilerin kazançlarını en fazla %2,1 ile temel ihtiyaçlar ve yeni arazi alımı boyutunda değerlendirdikleri; mesleği kamu çalışanı olan üreticilerin kazançlarını en fazla %13,4 ile temel ihtiyaçlar boyutunda değerlendirdikleri; mesleği özel sektör olan üreticilerin kazançlarını en fazla %1,7 ile temel ihtiyaçlar boyutunda değerlendirdikleri; mesleği esnaf olan üreticilerin kazançlarını en fazla %3,8 ile temel ihtiyaçlar boyutunda değerlendirdikleri; mesleği emekli olan üreticilerin kazançlarını en fazla %2,5 ile temel ihtiyaçlar boyutunda değerlendirdikleri; ek iş yapmayan üreticilerin kazançlarını en fazla %10,5 ile temel ihtiyaçlar boyutunda değerlendirdikleri gözlenmektedir.

Çizelge 3.6. Devlet destek alanı ve narenciye üretiminde en yüksek gider çapraz tablosu

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | En yüksek gider |
| **Devlet destek alanı** |  | **Fidan** | **Sulama** | **İlaçlama** | **Gübreleme** | **İşçilik** | **Toplam** |
| **İlaçlama gübreleme** | N | 3 | 12 | 55 | 40 | 5 | 115 |
| % | 1,1 | 4,3 | 19,6 | 14,2 | 1,8 | 40,9 |
| **Sulama** | N | 3 | 12 | 26 | 26 | 2 | 69 |
| % | 1,1 | 4,3 | 9,3 | 9,3 | 0,7 | 24,6 |
| **Para yardımı** | N | 5 | 5 | 36 | 12 | 4 | 62 |
| % | 1,8 | 1,8 | 12,8 | 4,3 | 1,4 | 22,1 |
| **Fidan yardımı** | N | 3 | 4 | 14 | 8 | 2 | 31 |
| % | 1,1 | 1,4 | 5,0 | 2,8 | 0,7 | 11,0 |
| **Diğer** | N | 0 | 2 | 1 | 1 | 0 | 4 |
| % | 0,0 | 0,7 | 0,4 | 0,4 | 0,0 | 1,4 |
| **Toplam** | N | 14 | 35 | 132 | 87 | 13 | 281 |
|  | % | 5,0 | 12,5 | 47,0 | 31,0 | 4,6 | 100,0 |

Çizelge 3.6.’da devlet destek alanı ve narenciye üretiminde en yüksek gider çapraz tablosuna göre; ilaçlama ve gübreleme devlet destek alanına göre en yüksek gider %19,6 ile ilaçlama; sulama devlet destek alanına göre en yüksek gider %9,3 ile ilaçlama ve gübreleme; para yardımı devlet destek alanına göre en yüksek gider %12,8 ile ilaçlama; fidan yardımı devlet destek alanına göre en yüksek gider %5 ile ilaçlama; diğer devlet destek alanına göre en yüksek gider %0,7 ile sulama giderleri olduğu görülmektedir. En yüksek devlet destek alanı da %40,9 ile ilaçlama olmakla birlikte en yüksek gider verileriyle uyuştuğu görülmektedir.

Çizelge 3.7. Kazanç tatmini ve gelecek nesillere meslek tavsiyesi çapraz tablo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | Gelecek nesillere meslek tavsiyesi |
| **Kazanç tatmini** |  | **Evet** | **Hayır** | **Toplam** |
| Evet |  | 43 | 0 | 43 |
| Hayır |  | 78 | 40 | 118 |
| Toplam |  | 121 | 40 | 161 |

Çizelge 3.7’ye göre; üreticilerin %75,1’i gelecek nesillere meslek tavsiyesinde bulunmuş olup; bunlardan (f=43)’ü elde ettiği kazançtan tatmin olduğunu belirtmektedir.

Çizelge 3.8. Narenciye ile yapılan etkinliklerin ekonomik etkisine yönelik çapraz tablo

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | Etkinliklerin ekonomik etkisi |
| **Narenciye etkinliği** |  | **Evet** | **Hayır** | **Toplam** |
| Evet |  | 45 | 57 | 102 |
| Hayır |  | 14 | 45 | 59 |
| Toplam |  | 59 | 102 | 161 |

Çizelge 3.8’e göre; narenciye ile yapılan etkinliklerin ekonomik etkisine yönelik çapraz tabloda; ilçede narenciye etkinliğinin düzenlendiğinin farkında olan (f=102) üreticilerden, (f=45)’i etkinliklerin ekonomik yönden etkisinin narenciye fiyatlarına olumlu etki ettiğini belirtmektedirler. Buna karşın ilçede narenciye etkinliğinin düzenlendiğinin farkında olmayan (f=59) üreticilerden, (f=45)’i etkinliklerin ekonomik yönden etkisinin narenciye fiyatlarına olumlu etki etmediğini belirtmektedirler.

Çizelge 3.9. 2020 yılı ürün satış fiyatı ve yeni dikim tercihine yönelik çapraz tablo

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Yeni dikim tercihi |  |
| **2020 Ürün satış fiyatı** | **Portakal****(ashington)** | **Mandalina****(satsuma)** | **Mandalina****(okitsu)** | **Mandalina****(diğer)** | **Greyfurt** | **Limon** | **Diğer** | **Toplam** |
| **0-0.50** | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 3 | 0 | 5 |
| **0.51-1** | 16 | 27 | 18 | 30 | 0 | 17 | 1 | 77 |
| **1.10-1.50** | 14 | 26 | 8 | 25 | 1 | 9 | 2 | 63 |
| **1.51-2.00** | 2 | 8 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 10 |
| **2.10-2.50** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| **2.50+** | 1 | 2 | 2 | 3 | 0 | 1 | 0 | 5 |
| **Toplam** | 35 | 64 | 29 | 60 | 1 | 31 | 4 | 161 |

Çizelge 3.9.’a göre 2020 yılı ürün satış fiyatı 0-0.50 TL arasında olanlar yeni dikim tercihi olarak limon (f=3) tercih etmekte; 0.51-1 TL arasında olanlar yeni dikim tercihi olarak mandalina(diğer) (f=30) tercih etmekte; 1.10-1.50 TL arasında olanlar yeni dikim tercihi olarak mandalina(satsuma)(f=26) tercih etmekte; 1.51-2.00 TL arasında olanlar yeni dikim tercihi olarak mandalina(satsuma) (f=8) tercih etmekte; 2.10-2.50 TL arasında olanlar yeni dikim tercihi olarak diğer (f=1) tercih etmekte; 2.50 TL ve üstü satış fiyatı olanlar yeni dikim tercihi olarak mandalina(diğer) (f=3) tercih etmektedirler.

**4. SONUÇLAR**

Bu araştırma da narenciyenin bölge ekonomisine katkısı bağlamında, bölgedeki üreticilerin sorunlarının tespit edilmesi, narenciye ihracatının iktisadi kalkınmayla birlikte dış ticaret açığına yapacağı katkının etkisinin belirlenmesi, sektörün geliştirilmesi ve sürdürülebilir tarım politikaları kapsamında desteklenmesinin öneminin ortaya konması amaçlanmıştır.

Araştırma kapsamında dikili ürün sayısına yönelik bulgular, üreticilerin deneyim süresi ve karşılaşılan problemlere yönelik bulgular, üreticilerin eğitimi ve satış yöntemi tercihlerine yönelik bulgular, yaş ile narenciye dikim tercih sebebi bulguları, ek iş durumu ile kazancı değerlendirme yöntemi bulguları, devlet destek alanı ve narenciye üretiminde en yüksek gidere yönelik bulgular, kazanç tatmini ve gelecek nesillere yönelik meslek tavsiyesi bulguları, narenciye ile yapılan etkinliklerin ekonomik etkisine yönelik bulgular ve son olarak 2020 yılı ürün satış fiyatı ve yeni dikim tercihine yönelik bulgular sunulmuştur.

Üreticilerin eğitimi ve satış yöntemi tercihlerine yönelik bulgular incelendiğinde; meyve zamanında kabala satış yöntemi %53,4’le tercih edilmiş, %16,1’le çiçeklenme sonrası yetişme döneminde kabala satışı tercih edilmiş, %15,5 i hasat sonrası kilo ile satış yöntemi şeklinde tercih edilmiştir. Eğitim durumu bazında bakıldığında ise eğitim düzeyi okuryazar olan üreticilerin en fazla meyve zamanında dalında, kabala satış (%0,6) ve çiçeklenme sonrası yetişme döneminde kabala satış (%0,6) satış yöntemini tercih ettiği gözlemlenmiştir. Eğitim düzeyi ilkokul olan üreticilerin en fazla meyve zamanında dalında, kabala satış (%5,6) ve yöntemini tercih ettiği gözlemlenmiştir. Eğitim düzeyi ortaokul olan üreticilerin en fazla meyve zamanında dalında, kabala satış (%0,6) ve çiçeklenme sonrası yetişme döneminde kabala satış (0,6) satış yöntemini tercih ettiği gözlemlenmiştir. Eğitim düzeyi lise olan üreticilerin en fazla meyve zamanında dalında, kabala satış (%2,5) satış yöntemini tercih ettiği gözlemlenmiştir. Eğitim düzeyi üniversite olan üreticilerin en fazla meyve zamanında dalında, kabala satış (%26,1) satış yöntemini tercih ettiği gözlemlenmiştir. Eğitim düzeyi lisansüstü olan üreticilerin en fazla meyve zamanında dalında, kabala satış (%8,7) satış yöntemini tercih ettiği gözlemlenmiştir. Dolayısıyla bütün eğitim düzeylerinde meyve zamanında dalında, kabala satış yönteminin tercih edildiği görülmektedir. Ekili ürün frekans tablosu sonuçlarına göre üreticilerin sırasıyla %32,2’si mandalina (satsuma), %21,7’si mandalina(diğer), %18,5’i mandalina (okitsu), %16,3’ü portakal (Washington), %9,1’i limon ve %2,2 si greyfurt dikimi yaptıkları görülmektedir. Yaş ile narenciye dikim tercih sebebi bulgularına göre 61 yaş üstü üreticiler geleneksel atadan geçme alışkanlık ve mevsim koşullarının uygunluğu narenciye dikim sebebini eşit oranda tercih etmiş olup (%4,7) geri kalan üreticilerin hepsi narenciye dikim tercihi olarak en fazla geleneksel atadan geçme alışkanlığını belirtmişlerdir.

Ek iş durumu ile kazancı değerlendirme yöntemine yönelik bulgular incelendiğinde işçi olan üreticiler kazançlarını en fazla %21,8 ile temel ihtiyaçlar boyutunda; serbest meslek ile uğraşan üreticiler en fazla %2,1 ile temel ihtiyaçlar ve yeni arazi alımı boyutunda; kamu çalışanı olan üreticiler en fazla %13,4 ile temel ihtiyaçlar boyutunda; özel sektör ile uğraşanların en fazla %1,7 ile temel ihtiyaçlar boyutunda; esnaf olan üreticiler en fazla %3,8 ile temel ihtiyaçlar boyutunda; emekli olan üreticiler en fazla %2,5 ile temel ihtiyaçlar boyutunda; ek iş yapmayan üreticiler ise kazançlarını %10,5 ile temel ihtiyaçlar boyutunda değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmış olup. Neredeyse tüm meslek grupları kazançlarını temel ihtiyaçlar boyutunda değerlendirmişlerdir. Narenciye üretiminde en yüksek gider bulgularına göre sırasıyla gübreleme, işçilik giderleri, ilaçlama gideri, fidan temini gideri, sulama ve diğer giderler şeklinde gözlemlenmiştir. Devlet destek alanı ve narenciye üretiminde en yüksek gider bulgularına göre en yüksek giderin gübreleme (%31) ve devlet destek alanına göre ise en fazla ilaçlama gübreleme (40,9) yapıldığı gözlenmektedir. Dolayısıyla devlet destek alanı ve en yüksek gider verilerinin uyuştuğu gözlenmektedir.

Kazanç tatmini ve gelecek nesillere meslek tavsiyesi bulgularına göre üreticilerin dörtte üçü gelecek nesillere meslek tavsiyesinde bulunmuştur. Ayrıca üreticilerin %25’i ise elde ettiği kazançtan tatmin olduğunu belirtmektedir. Üreticiler kazanlarından memnun olmamalarına rağmen gelecek nesillere narenciye üretimi tavsiye etmelerinde bölgenin geleceğe yönelik umutlarının var olduğunu göstermektedir. Narenciye ile ilgili yapılan etkinliklerin ekonomik etkisine yönelik bulgulara bakıldığında ilçede narenciye etkinliğinin düzenlendiğinin farkında olan üreticilerin yaklaşık yarısının etkinliklerin ekonomik yönden etkisinin narenciye fiyatlarına olumlu etki ettiğini ancak etkinliklerin farkında olmayan üreticilerden, %60’ının etkinliklerin ekonomik yönden etkisinin narenciye fiyatlarına olumlu etki etmediği sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak 2020 yılı ürün satış fiyatı ve yeni dikim tercihine yönelik bulgulara göre yalnızca satış fiyatı 0-0.50 TL arasında olanlar yeni dikim tercihi olarak limon ve satış fiyatı 2.10-2.50 TL arasında olanlar yeni dikim tercihi olarak diğer tercih etmekte, diğerleri ise dikim tercihi olarak mandalina türlerini tercih etmektedirler.

**5. ÖNERİLER**

Narenciyenin pazarlama sorunu yaşadığı, yapılan ihracatın büyük bir bölümünün Rusya’ya ve Arap ülkeleri ile sınırlı kaldığı gözlemlenmiş olup, Esas büyük kar elde edilecek olan Avrupa ülkelerine satış yapılması gerektiği ve bunun içinde iyi bir ulusal pazarlama stratejisi geliştirip, Pazar payını artırmak önerilebilir. Bölge narenciyesinin markalaşma ve standardizasyonun yeterli seviyeye ulaşmaması sebebiyle yapılan satışlarda yeterli kar elde edilemediğinin düşünülmesi bu sebeple iyi tarım uygulamalarının üreticiler tarafından farkındalığının sağlanması önerilebilir. Narenciye birlik ve kooperatiflerinin oluşturulup var olanların aktifleştirilerek üreticilerin bir araya getirilerek organize olmalarının ve güç birliği yapmalarının sağlanması ve böylelikle dikim tercihlerinde belirli bir politikanın varlığının oluşturulması önerilebilir. Hasat organizasyonunun istenilen seviyede ve etkinlikte olmadığının düşünülmesinden dolayı İlçe kaymakamlığı, belediye ve ilçe tarım müdürlüğünün hasat organizasyonları konusunda mevsimlik işçilere barınma alanları oluşturulması önerilebilir. Tarım sigortasına üreticiler tarafından yeterince ilgi gösterilmemesi ve tarım sigortasının kapsamının devlet tarafından genişletilmesi önerilebilir. Girdi maliyetlerini düşürmek için, devlet desteğinin ilaçlama ve gübreleme yönünden desteğin miktarının artırılması önerilebilir. İç ve dış pazarlardaki fiyat dalgalanmalarından etkilenmemek için narenciye depolarının sayısının artırılıp, yeni depolar yapılabilmesi için desteklemelerin artırılması önerilebilir. Narenciye ürün çeşitliliğinin dikiminin bölgede artırılarak, ürünlerin uzun zaman aralığında piyasaya sunulması ürün arz süresinin uzatılması önerilebilir.

# KAYNAKÇA

AYGÖREN, E. (2020). *Turunçgiller Ürün Raporu*, Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü Müdürlüğü, Yayın No: 333.

ATLI, H. F. Ve Söyler, O. (2018). Dünyada ve Türkiye’de Turunçgil Üretiminin ve İhracatının Değerlendirilmesi, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(79), 357-366.

UYSAL, O. ve POLATÖZ, S. (2017). *Dünyada ve Türkiye’de Turunçgil Üretimi ve Dış Ticareti,* Alata Bahçe Kültürleri Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Mersin.

DÖRTYOL TİCARET VE SANAYİ ODASI, (2021). *Ekonomik Raporu*, <https://www.dortyoltso.org.tr/img/document/ilcemiz-sosyo-ekonomik-raporu.pdf>, Erişim Tarihi: 26.03.2021.

DÖRTYOL İLÇE GIDA TARIM VE HAYVANCILIK MÜDÜRLÜĞÜ (2020). *Dörtyol İlçe Tarım Raporu*, Dörtyol, 1-3.

GÜVEN, N. 2010. *Adana İlinde Turunçgillerin Pazarlama Yapısı ve Sorunları*, Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana Sy.1-104

HASDEMİR, M. (2007*). Turunçgiller*. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü. T.E.A.E. Sayı: 9, Nüsha: 10.

SAKAR, S. B. (2021). *Türkiye’de narenciye ihracatının geliştirilmesi, yayınlanmış yüksek lisans tezi*, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.

TAŞDEMİR, H. A., AKKAYA, F. (2000). Turunçgiller Raporu. *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu, Meyvecilik Alt Komisyonu, DPT*.

TÜİK, 2020. Türkiye İstatistik Kurumu, (http.//www.tuik.gov.tr)