

TAM METİN

Yazar Bahattin Gözübenli

Gönderim Tarihi: 31-May-2022 11:01AM (UTC+0300)

Gönderim Numarası: 1847682434

Dosya adı: NC_YE_RET_M_NDE_B_LGE_EKONOM_S_NE_KATKISI_D_RTYOL_L_ES_RNE.docx (72.25K)

Kelime sayısı: 3732

Karakter sayısı: 23694

NARENCİYE ÜRETİMİNDE BÖLGE EKONOMİSİNE KATKISI: DÖRTYOL İLÇESİ ÖRNEĞİ

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 narenciye'nin üretim ve tüketiminin insan sağlığına ve hastalıklara karşı koruyucu olması, narenciye meyvesine olan talebi daha çok arttırmıştır.

Narenciye-turuncgil 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 Turuncgil 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 çıktığını 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 paketlenme 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, altınopta 349,3 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. İşletmeciler 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. Narenciye'nin daha çok kg ve toptan şekilde pazarlandığını belirtmiştir. Ürünün pazarlama masraflarının tamamının alıcı tarafından karşılandığını ifade etmiştir. Aygören (2015), çalışmasında teknolojiye 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 Dört Yol ilçesi için yaptığı çalışmada narenciye üretiminin mevcut durumu ve pazarlama yapısı ile sektördeki sorunların belirlenmesi ve çözüm önerilerinin ortaya konulmasını amaçlamıştır. Çalışma ile turuncgil 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 fazlaştıracak 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, greylort 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 tekniğı hakkında bilgi sahibi olma, farklı çeşitlerin aynı ekolojik koşullarda olgunlaşması, meyveler olgunlaştıktan sonra oldukça uzun bir süre ağaç üzerinde tutulabilmeleri ve bazı türlerin yediveren özelliğı göstermesi sayılabilmektedir. Üretimi olumsuz yönde etkileyen faktörlerin başında; girdi maliyetleri ve ürün fiyatlarındaki değışiklikler, 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.

Dörtöl’da tarım başta narenciyenin türleri olan mandarin, portakal ve greylort olmak üzere zeytin ile diğey meyve ve sebze üretiminden oluşmaktadır. Mandarin 84 000 daa, portakal 13 500 daa, greylort 500 daa olarak üretim yapılmaktadır. Toplam tarımsal üretim 121 296 daa alana sahip bir yapıda olup, en yüksek alan mandarine aittir. Dörtöl 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. Dörtöl’da 99 000 daa alanda 375 000 ton mandarin, 67 500 ton portakal, 3 500 ton greylort üretimi yapılmaktadır. Üretimin yaklaşık %60’ı ihraç edilmektedir. Genellikle alıcılar ürünü ağaç başında satın aldığından tarımsal ürünlerin pazarlanması noktasında çok büyük problemlerle karşılaşmamaktadır (Dörtöl İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2020). Narenciye tarımı Dörtöl’un denize yakın düzlük alanlarında yoğunlaşmaktadır. Hatay ilinde narenciye üretim alanının %35,90’ı Dörtöl ilçesinde yer almaktadır. Narenciye üretiminin %38,11’i Dörtöl ilçesinde yapılmakta ve narenciye ağaçlarının %38,27’si Dörtöl ilçesinde bulunmaktadır. Dörtöl ilçesinde iyi tarım yapılan alan 6 384 daa alandır, iyi tarım uygulaması yapan işletme sayısı ise 28’dir (Dörtöl İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2020). 2016 yılında greylortun meyve veren ağaç sayısı 30 000 iken 2020 yılında 15636’ya düşmüştür. Washington portakal üretimi 2016 yılında 710 000 iken 2020 yılında 640 000’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. Dörtöl ilçesinde 2016-2020 döneminde greylort 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 Dörtöl ilçesinde üretilen ve ihrac diler, mandarinin bölge ekonomisine, Pazar payına ve istihdama katkısı ele alınmıştır. Ayrıca ülke ekonomisi ve tarım sektörü için önemli olan narenciye'nin 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 narenciye'nin sektörel durumu verilerle incelenmiştir. Ayrıca Dörtöl'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; Dörtöl 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 Dörtöl'da faaliyet gösteren narenciye üretmelerine 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 güvenilirliğini 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 (Dört Yol İlçe Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, 2020) sağlayan Dört Yol ilçesi araştırmanın örneklemi oluşturmaktadır. Örnek kapsamına alınacak işletmeler Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile ilçe müdürlükleri yetkililerinin görüşleri dikkate alınarak üretim ve pazarlama açısından Dört Yol’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

Üretici Deneyim Süresi	Karşılaşılan problemler						Toplam
	Hasat organizasyonu	Pazarlama	Tahsilat yapılamaması	Girdi maliyeti	Devlet politikaları	Diğer	
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

Satış 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 yetiştirme döneminde kilo ile satış	Çiçeklenme sonrası yetiştirme 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 yetiştirme 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 tercihi sebebi çapraz tablo

Narenciye dikim tercihi						
Yaş		Geleneksel atadan geçme alışkanlık	Karlı 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	Narenciye						Toplam
		Yeni arazi alımı	Temel ihtiyaçlar	üretim giderleri	Yatırım	Diğer	
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 kazancı 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	N	3	12	55	40	5	115
gübreleme	%	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 uyduğu 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 tercihiine yönelik çapraz tablo

2020 Ürün satış fiyatı	Yeni dikim tercihi							
	Portakal (lashington)	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 diğér (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 narenciyeinin 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 gıdere 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 tercihiine 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 yetiştirme 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 yetiştirme döneminde kabala satış (%0,6) satış yöntemini tercih ettiği gözlemlenmiştir. Eğitim düzeyi ilkököl 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 yetiştirme 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 uyduğu 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 kazançlarından 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 tercihi 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

Narenciye 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 birliğı 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 desteğın 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.

TAM METİN

ORJİNALLİK RAPORU

%8

BENZERLİK ENDEKSİ

%8

İNTERNET KAYNAKLARI

%1

YAYINLAR

%1

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1

acikbilim.yok.gov.tr

İnternet Kaynağı

%3

2

www.multicongress.net

İnternet Kaynağı

%2

3

www.ordutb.org.tr

İnternet Kaynağı

%1

4

Submitted to The Scientific & Technological
Research Council of Turkey (TUBITAK)

Öğrenci Ödevi

%1

5

tr.wikipedia.org

İnternet Kaynağı

<%1

6

www.yumpu.com

İnternet Kaynağı

<%1

7

www.acarindex.com

İnternet Kaynağı

<%1

