

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

DOKTORA TEZİ

**Adana İli Saimbeyli İlçesinde Kırsal Kalkınma Açısından Kiraz
Üretimini ve Pazarlamasını Geliştirme Olanaklarının
Araştırılması**

Ahmet POLAT

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Eylül, 2024

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

DOKTORA TEZ ONAYI

**Adana İli Saimbeyli İlçesinde Kırsal Kalkınma Açısından Kiraz
Üretimini ve Pazarlamasını Geliştirme Olanaklarının
Araştırılması**

Ahmet POLAT

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Bu Doktora Tezi 03/09/2024 Tarihinde Aşağıdaki Jüri Üyeleri Tarafından Değerlendirilmiş ve Oy Birliği / Oy Çokluğu ile Kabul Edilmiştir.

Jüri : Prof. Dr. Ömer Faruk EMEKSİZ (Danışman)
: Prof. Dr. Mustafa Necat ÖREN
: Prof. Dr. Müge KANTAR DAVRAN
: Prof. Dr. Erdal DAĞISTAN
: Doç. Dr. İsmail UKAV

**Bu Tez Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında Hazırlanmıştır.
Tez No:**

Prof. Dr. Sadık DİNÇER
Enstitü Müdürü

Bu çalışma Çukurova Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi Tarafından Desteklenmiştir. FDK-2018-10646

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	I
ABSTRACT	II
TEŞEKKÜR.....	III
ÇİZELGELER DİZİNİ	IV
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	VII
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	VIII
1. GİRİŞ	1
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR.....	5
2.1. Kırsal Kalkınma İle İlgili Literatür Özeti.....	5
2.2. Tarımsal Pazarlama İle İlgili Literatür Özeti	14
2.3. Kiraz İle İlgili Literatür Özeti	16
3. MATERYAL VE YÖNTEM	25
3.1. Materyal	25
3.2. Yöntem.....	25
3.2.1. Örnek Seçiminde Kullanılan Yöntem	25
3.2.2. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem.....	27
4. ARAŞTIRMA BULGULARI	31
4.1. Dünyada ve Türkiye’de Kiraz Üretiminde Gelişmeler	31
4.2. Dünya’da Kiraz Üretimi, Dış Ticareti ve Fiyatları	31
4.2.1. Üretim	31
4.2.2. İhracat	37
4.2.3. İthalat	39
4.2.4. Fiyatlar	40
4.3. Türkiye’de Kiraz Üretimi, Tüketimi, Dış Ticareti ve Fiyatları.....	42
4.3.1. Üretim	43
4.3.2. Tüketim	49
4.3.3. Dış Ticaret.....	50
4.3.4. Fiyatlar	52
4.3.5. Türkiye’de Kiraz Üretimiyle İlgili Tarımsal Destekler	54
4.4. Adana İli Saimbeyli İlçesinde Kiraz Yetiştirilen İşletmelere İlişkin Bulgular	55
4.4.1. İşletme Büyüklükleri, Parsel Sayıları ve Parsel Büyüklükleri	55
4.4.2. Arazi Mülkiyet Durumu.....	57
4.4.3. Üreticilerin Kirazcılık Dışı Tarımsal Faaliyetleri ve Tarım Dışı Gelir Durumu.....	58
4.4.4. Üreticilerin Yaş, Deneyim ve Eğitim Durumu	58
4.4.5. Üretim Yerinin Ulaşım ve Pazara Uzaklık Durumu	60

4.4.6. İşletmelerde Kiraz Üretimi İle İlgili Bulgular.....	61
4.5. Adana İli Saimbeyli İlçesinde Kiraz Pazarlama Organizasyonu.....	81
4.5.1. Kirazın Değerlendirilmesi	81
4.5.2. Kiraz Satılan Aracılar ve Teslim Yerleri	81
4.5.3. Satışta Kirazın Tartılması ve Tartının Kontrol Edilmesi	83
4.5.4. Satışta Alıcı ile Satıcının Buluşması.....	84
4.5.5. Satışta Kiraz Fiyatının Oluşumu.....	85
4.5.6. Üreticilerin Pazarlama Kooperatifi Kurulması Hakkındaki Görüşleri	88
4.5.7. Üreticilerin Örgütlenme Olmadan Aracılar Karşısında Pazarlık Gücünün Artırılıp Artırılamayacağı Hakkındaki Görüşleri	89
4.5.8. Üreticilerin Pazarlama Sisteminin Geliştirilmesi Hakkındaki Görüşleri.....	90
4.5.9. Üreticilerin Pazarlama Aşamasındaki Sorunları	91
4.6. Adana İli Saimbeyli İlçesinde Kiraz ve Alternatif Ürünlerin Gelir Karşılaştırması	96
4.7. Adana ili Saimbeyli ilçesinde Kirazcılık Sektörünün SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi	99
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	111
5.1. Kiraz Üretimiyle İlgili Sonuçlar ve Çözüm Önerileri.....	112
5.2. Kiraz Pazarlamasıyla İlgili Sonuçlar ve Çözüm Önerileri	114
KAYNAKLAR	121
ÖZGEÇMİŞ	127
EKLER.....	129
EK 1: ADANA İLİ SAİMBEYLİ İLÇESİNDE KIRSAL KALKINMA AÇISINDAN KİRAZ ÜRETİMİNİ VE PAZARLAMASINI GELİŞTİRME OLANAKLARININ ARAŞTIRILMASI ÜRETİCİ ANKET FORMU	131
EK 2: ADANA İLİ SAİMBEYLİ İLÇESİNDE KIRSAL KALKINMA AÇISINDAN KİRAZ ÜRETİMİNİ VE PAZARLAMASINI GELİŞTİRME OLANAKLARININ ARAŞTIRILMASI ARACI ANKET FORMU	138
EK 3: SAİMBEYLİ İLÇE TARIM MÜDÜRLÜĞÜ TARIMSAL ÜRETİM VERİLERİ	142
EK 4: ADANA İLİ TARIMSAL ÜRETİM VERİLERİ (2019 YILI)	144
EK 5: ADANA İLİ TARIMSAL ÜRETİM VERİLERİ (2020 YILI)	146

**Adana İli Saimbeyli İlçesinde Kırsal Kalkınma Açısından
Kiraz Üretimini ve Pazarlamasını Geliştirme Olanaklarının
Araştırılması**

Ahmet POLAT

Danışman: Prof. Dr.Ömer Faruk EMEKSİZ

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

ÖZ

Dünya’da ve Türkiye’de kirazın hem üretim alanı hem de üretim miktarı artmaktadır. Bir ürünün bir bölgenin kalkınmasına etkisini, gelecekteki üretim potansiyelini en iyi şekilde değerlendirmek; ancak mevcut sorunların doğru tespit edilerek çözümü ve geleceğe yönelik aksiyonların bugünden alınması ile mümkün olacaktır. Çalışmanın temel amacı, Saimbeyli İlçesinde kiraz üretiminin ve pazarlama organizasyonunun ayrıntılı yapısal analizlerinin yapılarak, belirlenen yetersizliklere çözüm önerilerinin sunulması, kiraz üreticilerinin gelirlerinin artırılması ve ilçenin kırsal kalkınmasına katkı sağlanması olanaklarını araştırmaktır. Bu çalışmada Adana ili Saimbeyli ilçesinin kiraz üretimi ve pazarlaması incelenerek, var olan sorunlar tespit edilmiş ve bu sorunların giderilmesine yönelik çözümler geliştirilmiştir. Çalışmanın ana materyalini Saimbeyli ilçesinde kiraz üretimi yapan üreticiler ve bölgede faaliyette bulunan araçlar (tüccar/ihracatçı/komisyoncu) ile yapılan bireysel görüşmelerden elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Çalışmanın sonucunda kirazın üretim tekniğinin iyileştirilmesi, pazarlama organizasyonlarındaki eksikliklerin giderilmesi ve pazar hedeflerinin yeniden gözden geçirilerek yeni pazarlama stratejilerinin oluşturulması gerekliliği vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kiraz, Kiraz Pazarlaması, Kırsal Kalkınma, Pazarlama Organizasyonu, Saimbeyli.

**Investigation of Opportunities to Improve Cherry Production
and Marketing in Terms of Rural Development in Saimbeyli
District of Adana Province**

Ahmet POLAT

Advisor: Prof. Dr.Ömer Faruk EMEKSİZ

Department of Agricultural Economics

ABSTRACT

In the World and in Turkey, both the production area and production amount of cherries are increasing. To evaluate the impact of a product on the development of a region and its future production potential in the best possible way; It will only be possible if current problems are correctly identified and solved, and future actions are taken today. The main purpose of the study is to investigate the possibilities of making detailed structural analyzes of cherry production and marketing organization in Saimbeyli District, offering solutions to the identified deficiencies, increasing the income of cherry producers and contributing to the rural development of the district. In this study, cherry production and marketing in Saimbeyli district of Adana province were examined, existing problems were identified and solutions were developed to eliminate these problems. The main material of the study consists of primary data obtained from individual interviews with cherry producers in Saimbeyli district and intermediaries (merchants/exporters/brokers) operating in the region. As a result of the study, it was emphasized that the necessity of improving the cherry production technique, eliminating the deficiencies in marketing organizations and creating new marketing strategies by reviewing market targets.

Keywords: Cherry, Cherry Marketing, Rural Development, Marketing Organization, Saimbeyli.

TEŞEKKÜR

Çalışmamın her aşamasında yardımlarını esirgemeyen yapıcı ve yönlendirici fikirleri ile bana daima yol gösteren, özellikle 2020-2021 yılları Covid-19 pandemi ve 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremleri dönemine denk gelen tez yazımı aşamasında motivasyonumu kaybetmememi sağlayan danışmanım Prof. Dr. Ö.Faruk EMEKSİZ'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Çalışmamın son halini almasındaki önemli katkılarından dolayı Prof. Dr. M. Necat ÖREN, Prof.Dr. Müge KANTAR DAVRAN, Prof. Dr. Erdal DAĞISTAN ve Doç. Dr. İsmail UKAV'a teşekkür ederim.

Tezim süresince bana destek veren bölüm hocalarıma ve araştırma görevlilerine, Dr. Arzu SEÇER 'e, Doç Dr. Ufuk GÜLTEKİN'e, özellikle Adana İl Tarım Müdür Yardımcısı Gürkan Yaşar, Saimbeyli İlçe Tarım Müdürü Halil Paşaoğlu ve ziraat mühendisi Hasan Hüseyin Hızıolu başta olmak üzere anket çalışmam sırasında yardımlarını esirgemeyen Adana İl Tarım ve Saimbeyli İlçe Tarım Müdürlükleri yetkililerine, 12 gün süren anket çalışmasının 3-4 gününe eşlik eden Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği Başkanı Ahmet Uyanık beye, anket sorularını büyük bir sabır ve içtenlikle cevaplandıran değerli üreticiler ile diğer araçlara teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca, çalışmalarım sırasında yardımlarını gördüğüm bölüm personelleri Nazife EBETÜRK ve Neriman BOZLAK'a da yürekten teşekkür ederim.

Eğitimimin ve tezimin her aşamasında beni motive eden eşim Demet ve oğullarım Perit ve Bersis'e sonsuz teşekkür ederim.

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 1.1. Adana ve Saimbeyli'de Kiraz Dikim Alanı Verileri (2016).....	3
Çizelge 3.1. Örnek İşletmelerin Kiraz ve İşletme Arazisi Büyüklük Dağılımı (da)	26
Çizelge 4.1. Dünya Kiraz İhracatı.....	37
Çizelge 4.2. Dünya Kiraz İthalatı.....	39
Çizelge 4.3. Başlıca Kiraz Üreticisi Ülkelerin Yurtiçi Fiyat Değişimi (USD/ton)	40
Çizelge 4.4. Başlıca Ülkelerin İhracat Birim Fiyatları (2019).....	41
Çizelge 4.5. Başlıca Ülkelerin İthalat Birim Fiyatları (2019).....	42
Çizelge 4.6. Türkiye’de Genel Kiraz Verileri	43
Çizelge 4.7. Türkiye’de Kiraz Ağacı Mevcudu	45
Çizelge 4.8. Türkiye’de Toplu Kiraz Meyvelik Alanı Gelişimi	45
Çizelge 4.9. Türkiye’de Kiraz Veriminin Gelişimi.....	46
Çizelge 4.10. Türkiye’de Kiraz Üretim Miktarının Gelişimi.....	47
Çizelge 4.11. Türkiye’de Kiraz Üreten Başlıca İller.....	48
Çizelge 4.12. Türkiye’de Kiraz Tüketimi	50
Çizelge 4.13. Türkiye’nin Kiraz İhracatı Yaptığı Başlıca Ülkeler (2019)	51
Çizelge 4.14. Türkiye’de Tarımsal Destekleme Miktarları (2019)	54
Çizelge 4.15. İncelenen İşletmelerde İşletme Arazisi ve Kiraz Arazisi Büyüklüğü	55
Çizelge 4.16. İncelenen İşletmelerde İşletme Arazisi Büyüklükleri	55
Çizelge 4.17. İncelenen İşletmelerde Kiraz Alanı Büyüklükleri.....	56
Çizelge 4.18. İncelenen İşletmelerde Kiraz Alanı Parsel Sayısı	56
Çizelge 4.19. İncelenen İşletmelerde Kiraz Ağacı ile İlgili Veriler	57
Çizelge 4.20. İncelenen İşletmelerde Kiraz Arazisi Mülkiyet Durumu	57
Çizelge 4.21. İncelenen İşletmelerde Hayvansal Üretim Durumu	58
Çizelge 4.22. İncelenen İşletmelerde Kiraz Gelirinin Toplam Gelir İçindeki Payı	58
Çizelge 4.23. İncelenen İşletmelerde Kiraz Üreticilerinin Yaş Durumu	59
Çizelge 4.24. İncelenen İşletmelerde Kiraz Üreticisinin Eğitim Durumu	59
Çizelge 4.25. İncelenen İşletmecilerin Cep Telefonu Sahiplik Durumu.....	59
Çizelge 4.26. İncelenen İşletmelerde Bahçenin Ulaşım Durumu	60
Çizelge 4.27. İncelenen İşletmelerde Bahçenin Pazara Uzaklık Durumu.....	60
Çizelge 4.28. İncelenen İşletmelerde Yıllık Kiraz Miktarı ile İlgili Veriler	61
Çizelge 4.29. İncelenen İşletmelerde Kiraz Üretim Miktarları	62
Çizelge 4.30. İncelenen İşletmelerde Fidan Temini.....	62
Çizelge 4.31. İncelenen İşletmelerde Kullanılan Dölleyici Çeşitler	63
Çizelge 4.32. İncelenen İşletmelerde Gübre Kullanım Durumu	64
Çizelge 4.33. İncelenen İşletmelerde Toprak ve Yaprak Analizi Yaptırma Durumu	64

Çizelge 4.34. İncelenen İşletmelerde Hormon Kullanımı Durumu.....	65
Çizelge 4.35. İncelenen İşletmelerde Feromon Tuzağı Kullanma Durumu.....	66
Çizelge 4.36. İncelenen İşletmelerde Ağaçların İlaçlanma Durumu.....	66
Çizelge 4.37. İncelenen İşletmelerde Sulama Durumu.....	67
Çizelge 4.38. İncelenen İşletmelerde Sulama Yöntemi Durumu	67
Çizelge 4.39. İncelenen İşletmelerde Ağaçların Budanma Durumu	68
Çizelge 4.40. İncelenen İşletmelerde Toprağın İşlenme Durumu.....	68
Çizelge 4.41. İncelenen İşletmelerde Ağaçların Döllmesi Durumu	69
Çizelge 4.42. İncelenen İşletmelerde Kiraz Hasadını Yapan Kişiler	69
Çizelge 4.43. İncelenen İşletmelerde Kirazın Sınıflandırma Durumu	70
Çizelge 4.44. İncelenen İşletmelerde Tüccardan Avans Alma Durumu	70
Çizelge 4.45. İncelenen İşletmelerde Tarımsal Kredi Kullanma Durumu (son 5 yıl).....	70
Çizelge 4.46. İncelenen İşletmelerde Tarımsal Kredi Kullanım Amacı	71
Çizelge 4.47. İncelenen İşletmelerde Kullanılan Tarımsal Kredinin Kaynağı.....	71
Çizelge 4.48. İncelenen İşletmecilerin Tarımsal Kooperatif Üyeliği.....	72
Çizelge 4.49. İncelenen İşletmecilerin Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği'ne Üyeliği	72
Çizelge 4.50. İncelenen İşletmecilerin Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği Hakkındaki Düşünceleri	73
Çizelge 4.51. İncelenen İşletmecilerin Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği'ne Üye Olmama Nedenleri.....	73
Çizelge 4.52. İncelenen İşletmecilerin Tarımsal Üretim Deneyim Süreleri Dağılımı	74
Çizelge 4.53. İncelenen İşletmecilerin Kiraz Üretimi Deneyim Süreleri Dağılımı	75
Çizelge 4.54. İncelenen İşletmelerin Kiraz Hasadının Yapılması	75
Çizelge 4.55. İncelenen İşletmecilerin Kiraz Üretimi Yapmasının Ana Nedenleri	76
Çizelge 4.56. İncelenen İşletmelerde Tarımsal Sigorta(TARSİM) Durumu.....	76
Çizelge 4.57. İncelenen İşletmecilerin Kirazla İlgili Eğitim Alma Durumu.....	77
Çizelge 4.58. İncelenen İşletmecilerin Kirazın Üretimi Hakkındaki Olumlu Düşünceleri.....	78
Çizelge 4.59. İncelenen İşletmecilerin Kirazın Üretimi Hakkındaki Olumsuz Düşünceleri	78
Çizelge 4.60. İncelenen İşletmecilerin Kiraz Üretim Alanında Değişiklik Düşüncesi	79
Çizelge 4.61. İncelenen İşletmelerde Üretim Aşamasındaki En Önemli Sorunlar	80
Çizelge 4.62. İncelenen İşletmelerde Satılan Kirazın Aracılara Göre Dağılımı	82
Çizelge 4.63. İncelenen İşletmelerde Kirazın Satışının Yapıldığı Yer Dağılımı	83
Çizelge 4.64. İncelenen İşletmelerde Kirazın Taşınması Durumu.....	83
Çizelge 4.65. İncelenen İşletmelerde Satılan Ürünün Tartıldığı Yer	84
Çizelge 4.66. İncelenen İşletmelerde Ürünün Satış Anında Tartıyı Kontrol Etme Durumu.....	84
Çizelge 4.67. İncelenen İşletmelerde Üreticiler İle Alıcıların Buluşması Durumu	84
Çizelge 4.68. İncelenen İşletmelerde Satış Fiyatının Belirlenmesi.....	85

Çizelge 4.69. İncelenen İşletmelerde Yurtiçi Pazar Fiyatının Öğrenilmesi	86
Çizelge 4.70. İncelenen İşletmelerde Dış Pazar Fiyatının Öğrenilmesi	86
Çizelge 4.71. İncelenen İşletmelerde Fiyatın Yetersiz Görülmesi Durumunda Davranış Biçimi....	87
Çizelge 4.72. İncelenen İşletmelerde Kiraz Fiyatını Etkileyen Önemli Faktörler	87
Çizelge 4.73. İncelenen İşletmelerde Kirazın Pazarlamasıyla İlgili Düşünceler	88
Çizelge 4.74. İncelenen İşletmecilerin Pazarlama Kooperatifi Konusundaki Düşünceleri.....	88
Çizelge 4.75. İncelenen İşletmecilerin Örgütlenmeden Pazarlama Güçlerini Artırma Hakkındaki Görüşleri	89
Çizelge 4.76. İncelenen İşletmelerde Pazarlama Sisteminin Geliştirilmesi Hakkındaki Düşünceler	91
Çizelge 4.77. İncelenen İşletmelerde Pazarlama Aşamasındaki Önemli Sorunlar	93
Çizelge 4.78. İncelenen İşletmelerde Kirazın Pazarlamasıyla İlgili En Önemli Sorunlar	94
Çizelge 4.79. İncelenen İşletmelerde Pazarlamada Talep (Alıcı) Azlığı Sorunu Önem Sırası	94
Çizelge 4.80. İncelenen İşletmelerde Pazarlamada Kirazın Depolanması ve Muhafazası Sorunu Önem Sırası	95
Çizelge 4.81. İncelenen İşletmelerde Pazarlamada Kirazın Nakliyesi Sorunu Önem Sırası	95
Çizelge 4.82. İncelenen İşletmelerde Pazarlamada Kiraz Bedelinin Ödenmesi Sorunu Önem Sırası	96
Çizelge 4.83. Adana İli Dekar Başına Ürün Maliyet Ve Gelir Ortalaması (2019 Yılı)	97
Çizelge 4.84. Adana İli Dekar Başına Ürün Maliyet Ve Gelir Ortalaması (2020 Yılı)	97
Çizelge 4.85. Adana İli Saimbeyli İlçesi'nde Kirazcılık Sektörünün SWOT Analizi	99

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 3.1. SWOT Analizi Tablosu.....	28
Şekil 4.1. Dünyada Kiraz Üretim Alanı, Üretimi ve Verimi	31
Şekil 4.2. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz Dikim Alanı Gelişimi.....	32
Şekil 4.3. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz Dikim Alanı Oransal Dağılımı (%).....	33
Şekil 4.4. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz Üretim Miktarının Gelişimi	34
Şekil 4.5. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz Üretiminin Oransal Dağılımı (%).....	35
Şekil 4.6. Dünyada Kiraz Dikim Alanında Önemli Ülkeler (%).....	36
Şekil 4.7. Dünyada Kiraz Üretim Miktarında Önemli Ülkeler (%).....	36
Şekil 4.8. Dünyada İhracat Değeri Bakımından Önemli Ülkeler (2019, Milyon USD).....	38
Şekil 4.9. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz İhracat Miktarı (2019, Ton)	38
Şekil 4.10. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz İthalat Miktarı (Ton, 2019).....	40
Şekil 4.11. Türkiye’de Kiraz Üretim Alanı, Üretimi ve Verimi	44
Şekil 4.12. Türkiye’de İllere ve Dilimlere Göre Kiraz Üretim Miktarı Haritası(Ton).....	49
Şekil 4.13. Türkiye Kiraz İhracatının Gelişimi (Ton).....	51
Şekil 4.14. Türkiye’nin Kiraz İhraç Ettiği Başlıca Ülkelerin Payları (%)	52
Şekil 4.15. Türkiye’de Kiraz Üretici ve Tüketici Fiyatı	53
Şekil 4.16. İzmir Ticaret Borsası Aylık Kiraz Borsa Fiyatı (TL/Kg).....	53

SİMGELER VE KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AKİB	: Akdeniz İhracatçılar Birliği
ÇKS	: Çiftçi Kayıt Sistemi
DGD	: Doğrudan Gelir Desteği
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
EİB	: Ege İhracatçılar Birliği
FAO	: Food and Agriculture Organization (BM Gıda Ve Tarım Örgütü)
GDO	: Genetiği Değiştirilmiş Organizma
IMF	: Uluslararası Para Fonu
IPARD	: Instrument for Pre-Accession Assistance (AB Katılım Öncesi Kırsal Kalkınma Programı Mali Yardım Aracı)
KKEP	: Kırsal Kalkınma Eylem Planı
KKYDP	: Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Planı
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
SWOT	: Strengths, Weakness, Opportunities, Threats
TAOB	: Tarım Ve Orman Bakanlığı
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TKDK	: Tarım Ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu
TÜGEM	: Tarımsal Üretim ve Geliştirme Müdürlüğü
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UİB	: Uludağ İhracatçı Birlikleri
UKKS	: Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi
YPK	: Yüksek Planlama kurulu

1. GİRİŞ

Türkiye, çok çeşitli meyve ve sebze türlerinin yetiştirilebildiği, elverişli bir iklime ve coğrafi konuma sahiptir. Bu açıdan bahçe bitkileri kültürü ülkemizde çok yaygındır ve Türkiye birçok meyvenin anavatanıdır. Kirazın anavatanı Güney Kafkasya, Hazar Denizi ile Anadolu arasındaki bölgedir. Bu gen merkezinden doğuya ve batıya yayılarak tüm dünyada geniş bir üretim alanını kaplamıştır. Avrupa'ya giden kiraz meyveleri buradan da koloniciler aracılığıyla Amerika ve Güney Amerika'ya gitmiştir.

Kiraz üretiminde söz sahibi ülkeler sırasıyla; Türkiye, ABD, İtalya, İran ve İspanya'dır. Dünya Tarım Örgütü'nün (FAO) 2020 verilerine göre ; Türkiye üretim alanında dünyada 1.sıradadır. Trademap ve Statista 2020 verilerine göre ise Türkiye ihracat rakamı açısından 4.sıradadır. Kiraz ülkemiz ekonomisi açısından önemli bir meyvedir. İhracatı yapılan meyveler sıralamasında miktar ve getiri açısından en üst sıralarda bulunmaktadır. Akdeniz İhracatçı Birlikleri 2016 yılsonu verilerine göre ; 2016 yılında ihraç edilen yaş meyve ve sebze içerisinde kiraz ihracatı 78.745.640 kg ve 182.756.957.-TL değeri ile 4.sırada yer almaktadır(AKİB,2018).

Kiraz meyvesi besin değeri ve mineraller bakımından oldukça zengindir. Kirazın tamamına yakını taze olarak tüketilmekle birlikte, sanayide kullanılan küçük bir miktar kiraz ise meyve suyu şarap konserve ve reçel yapımında kullanılmaktadır.

Türkiye kirazın orijin merkezlerinden birisidir Türkiye'nin coğrafi şartları ve iklim koşulları kiraz yetiştiriciliğine uygundur. Ilıman iklim koşulları erken olgunlaşan kiraz meyvesinin yetişmesine imkan tanımaktadır. Son yıllarda geliştirilen çeşitlerle kiraz üretimi erken bir dönemden geç bir zamana kadar gerçekleştirilebilmektedir.

Dünyada artan iletişim ve ulaşım imkanları nedeniyle uluslararası tarım ürünleri ticareti de artmaktadır. Bu artan ticaret içerisinde ise yaş meyve ve sebzeler önemli bir yere sahiptir. Son 10 yıllarda artan Dünya talebine paralel olarak ihracata yönelik meyve sebze üretimi ve pazarlaması da geliştirilmektedir. İhracata yönelik meyve sebze tarımını geliştirme gayreti içerisindeki ülkelerden birisi de Türkiye'dir. Türkiye'nin dünyada söz sahibi olduğu yaş meyve sebze ürünlerinin başında gelen ürünlerden bir tanesi de kirazdır. Ekonomik getirisi olanlar ürünlerden bir tanesi olan kiraz ulusal ekonomide önemli bir yere sahiptir. Türkiye ekolojik çeşitlilik nedeniyle çok erken dönemlerden çok geç dönemlere uluslararası pazarlara kaliteli ürün sunma imkanına sahiptir. Kiraz yetiştiriciliğinde pazar değeri yüksek kaliteli ve erkenci çeşitlerde de ülkemiz önemli bir potansiyele sahiptir Bu avantajın iyi kullanılması durumunda kiraz dış satımında söz sahibi ülkelerden olan Türkiye'nin payı daha da artacaktır.

Türkiye'de meyvecilik alt sektöründe ihracata yönelik ürünlerin üretimi ve satışının artırılması amacıyla uzun yılları kapsayan çalışmalar ve girişimler olmuştur. Bu çabalar sonucunda olumlu gelişmeler, özellikle ova kesimlerinde gerçekleşmiştir. Son yıllarda ise dağlık ve kırsal kesimlerde de bu üretimi ve pazarlamayı geliştirme çalışmalarının olumlu yansımaları sıklıkla

görölmeye başlamıştır. Özellikle kırsal ve dağlık bölgelerde bazı meyve türlerinin üretim ve ihracat potansiyellerinin artırılması kırsal kalkınma bakış açısından daha büyük önem arz etmektedir. Çünkü ova kesimleri ile karşılaştırıldığında, dağlık yörelerde tarımsal alanın kısıtlı olması ve tarım dışı ekonomik faaliyet olanaklarının kısıtlılığı nedeniyle yöre halkı oldukça düşük gelir düzeylerine sahiptir.

Saimbeyli İlçesi, Adana merkeze 157 km uzaklıkta olup, Orta Toros sıradağları arasında yer almaktadır. Yüzölçümü 117.000 hektardır. Denizden yüksekliği (rakım) 1.050 metredir. Bölgede en önemli akarsu Seyhan Nehri'nin kolu olan Göksu Irmağıdır. Saimbeyli Deresi, Dıngır Dere, Doğu Dere, Gözüml Dere, Tek Köprü Deresi, Zoplar Suyu, Pağlık Deresi ve Belenerdi Dereleri ilçenin önemli akarsulardır.

Coğrafi olarak Akdeniz kuşağında olmakla birlikte İç Anadolu'nun karasal iklimi etkisi altında kalmaktadır. Kışları sert ve soğuk, yazları serin ve yağışlıdır. Yıllık ortalama sıcaklık kış aylarında 4 °C, yaz aylarında 22–25 °C olarak belirlenmiştir. Bölgede kuzey rüzgarları hakimdir. Bitki örtüsü ormandır.

Saimbeyli İlçesi, Göksu Çayı'nın kıyısında kurulmuştur. Merkez dışında toplam 25 mahallesi bulunmaktadır. İlin kuzeyinde yer alan ilçenin denizden yüksekliği 1050 metre olup, coğrafi yapısı dağlıktır. Orta Toroslar zincirine dahil dağlık bir alandır. Dağlar derin akarsu vadileriyle parçalanmıştır. Seyhan Irmağının başlıca iki kolundan biri olan Göksu ilçe topraklarını sular. Adana'yı Pınarbaşı üzerinden Kayseri'ye bağlayan yol ilçe merkezinden geçer. Bu yol ulaşım açısından önemlidir.

Saimbeyli ilçe nüfusu, 2015 yılı verilerine göre 15.530 kişidir. Saimbeyli Ekonomisi hayvancılık ve tarıma dayalıdır. En çok koyun ve kılkeçisi beslenir. Tarım ürünleri ilçe halkının ihtiyacını karşılayacak seviyede olup, başlıca tarım ürünleri buğday, arpa, kiraz, baklagiller ve üzumdür. Ormancılık gelişmiştir. Ayrıca ilçe sınırları içerisinde bulunan yaylalar ilçe ekonomisine katkı sağlamaktadır.

Araştırma konusu olan kiraz, Adana iline bağlı Saimbeyli ilçesinin ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Tarım ve Orman Bakanlığı verilerine göre Adana ilinde kiraz ekilen alanın yarısından fazlası Saimbeyli ilçesinde bulunmaktadır (Çizelge1.1).

Çizelge 1.1. Adana ve Saimbeyli'de Kiraz Dikim Alanı Verileri (2016)

Üretim Yerleri	Toplu meyveliklerin alanı(dekar)	Üretim(ton)	Ağaç başına ortalama verim(kg)	Meyve veren yaşta ağaç sayısı	Meyve vermeyen yaşta ağaç sayısı	Toplam ağaç sayısı
Adana	12.266	8.706	28	311.000	24.670	335.670
Saimbeyli	6.600	3.577	23	152.500	11.500	164.000
Saimbeyli Oranı (%)	54%	41%		49%	47%	49%

Kaynak:Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı,2017.

Saimbeyli İlçe Tarım Müdürlüğü yetkililerinden alınan sözlü bilgiye göre 2015 yılında yaklaşık 1.500 ton kiraz doğrudan ihracata gitmiştir. Bu miktarın 1,5-2 katına yakın miktarın da iç piyasaya satıldığı tahmin edilmiştir.

Saimbeyli ilçesinde yetiştirilen kirazın büyük bir çoğunluğu 0900 Ziraat çeşidi olup, bu çeşidin en önemli özelliği ihracat olanağının yüksek olmasıdır. 0900 Ziraat kiraz çeşidi; iri, sert ve tatlı meyve etli, çatlamaya dayanıklı meyvesi, yola ve muhafazaya dayanıklılığı ile dünyanın önemli kiraz çeşitlerinden bir tanesidir. Saimbeyli ilçesinde kirazın üreticiliği, hasadı, ambalajlanması ve taşınması gibi pazarlama hizmetlerinin yerine getirilmesi aşamalarında çok sayıda kişiye gelir olanağı yaratılmaktadır.

Kırsal kalkınma perspektifinden bakıldığında; Saimbeyli ilçesinde tarım yapılabilir alanların ve tarım dışı ekonomik faaliyet olanaklarının son derece kısıtlı olduğu ve buna bağlı olarak yöre insanının gelir düzeyinin oldukça düşük olduğu söylenebilir. Tarım arazilerinin kısıtlılığı hem niceliksel hem de niteliksel özellik taşımaktadır. İlçe dağlık bir yörede yer aldığından düz ova nitliğinde tarım arazisi son derece azdır. Mevcut alanlar da küçük, engebeli ve parçalı arazilerdir. Bu durum tarımsal üretim çeşitliliğini ve miktarını ciddi anlamda sınırlandırmaktadır. Oysa Saimbeyli yöresinde iç ve dış pazar talebi fazla ekonomik değeri yüksek kiraz üretimi uzun yıllardır üreticiler tarafından yapılmaktadır. Yöre kirazının özellikle iç pazarda “Saimbeyli Kirazı” olarak bir tanınırlığı ve marka değeri söz konusudur. Denizden yüksekliği 1050 metre olan Saimbeyli ilçesi ve daha yüksek rakıma sahip köylerin iklim ve toprak koşulları kiraz üretiminin yapılmasına çok uygundur. Özellikle deniz seviyesinden yükseklik arttıkça hasat tarihi gecikmekte ve geç turfanda kirazı mevsim kirazına göre daha yüksek fiyatlarla pazarlanabilmektedir. Ancak, gerek bölgede gerçekleşen üretim miktarı, gerekse ihracata gönderilen miktar yöre potansiyelinin çok gerisindedir. Oysa ki, üretim aşamasından başlayarak yapılabilecek iyileştirmelerle, mevcut potansiyelin daha iyi değerlendirilmesi ve bölge ekonomisinin geliştirilmesi imkanı bulunmaktadır. Şöyle ki;

- Olası bir üretim artışı, üretime girdi tedarik eden ilaç, gübre v.b. ticaret sektörünün büyümesine ve bu sektörde faaliyet gösterenlerin gelir artışına katkı sağlayacaktır.
- Kiraz hasadı emek yoğun bir işlem olduğundan, artacak üretimle birlikte hasat döneminde işgücü talebi de artacak ve ilave istihdam yaratılacaktır.
- Hasatta olduğu gibi hasat sonrası pazara hazırlama işlemleri de (özellikle ihracat pazarlamasında) emek yoğun işlemler olduğundan işgücüne talep yaratacaktır.
- Gerek hasat gerekse pazara hazırlama işlemlerinde genellikle kadın işgücü kullanıldığından, özellikle kadın istihdamına katkı sağlanması söz konusu olacaktır.
- Artan üretici gelirleri ve işgücü gelirleri yörede başta hizmet sektörü olmak üzere ekonomik faaliyetlerin gelişmesine ve bölge kalkınmasına katkı sağlayacaktır.

Bu araştırmanın temel amacı, Saimbeyli İlçesinde kiraz üretiminin ve pazarlama organizasyonunun ayrıntılı yapısal analizlerinin yapılarak, belirlenen yetersizliklere çözüm önerilerinin sunulması, kiraz üreticilerinin gelirlerinin artırılması ve ilçenin kırsal kalkınmasına katkı sağlanması olanaklarını araştırmaktır.

Dolayısıyla bu araştırmada;

1. Türkiye’de ve Adana İli Saimbeyli ilçesinde kiraz üreticiliğinin gelişimi incelenerek mevcut durumun ortaya koyulması ve geleceğe yönelik öngörülerin yapılması,
 2. Adana İli Saimbeyli ilçesinde kiraz pazarlama (hizmetler, kanallar, araçlar v.b.) organizasyonunun etkinliğinin ortaya koyulması,
 3. Adana İli Saimbeyli ilçesinde kirazcılık sektörünün SWOT Analizi yöntemi kullanılarak güçlü ve zayıf yanları ile pazardaki tehditler ve fırsatların belirlenmesi,
 4. Adana İli Saimbeyli ilçesinde kirazcılık sektörünün gelişmesine katkı sağlayacak önlemlerin belirlenmesi,
- amaçlanmaktadır.

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

2.1. Kırsal Kalkınma ile İlgili Literatür Özeti

Kırsal Kalkınma, ilk kez Birleşmiş Milletler (BM) Örgütü'nce tanımı yapılan “toplum kalkınması” tanımı ile özdeşleştirilmiştir. Söz konusu tanımda, toplumun niteliği, kırsal olup olmadığı belirtilmeksizin konuya genel bir açıdan yaklaşılmıştır. Bu tanıma göre kırsal kalkınma; “küçük toplulukların içinde bulundukları ekonomik, toplumsal ve kültürel koşulları iyileştirmek amacıyla giriştikleri çabaların devletin bu konudaki çabalarıyla birleştirilmesi, bu toplulukların ulusun tümüyle kaynaştırılması ve ulusal kalkınma çabalarına tam biçimde katkıda bulunmalarının sağlanması sürecidir”.

2003 yılında gerçekleştirilen II. Tarım Şurası Kırsal Kalkınma Raporunda, BM Örgütü, Dünya Bankası, OECD ve DPT gibi örgüt ve kuruluşların yaptığı tanımlamalar da dikkate alınarak, bir kırsal kalkınma tanımı verilmiştir. Buna göre kırsal kalkınma; kırsal alanda yaşayan ve geçimini tarım sektöründen sağlayan birey ve toplulukların, insanca yaşam koşullarına kavuşturulması için onlarda önce bu yönde bir gereksinme duygusu yaratmak, sonra da bu duygu yönünde çaba harcamaları için onlara maddi ve manevi açıdan tüm yardımların yapılması ile demokratik yoldan bu toplulukların kalkınmalarını sağlama savaşıdır.

Aynı raporda Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK) da dünyadaki gelişmeler doğrultusunda yaptıkları kırsal kalkınma kavramı ifade edilmiştir. Ancak burada Türkiye özelinde bir tanım verilmiştir. Buna göre kırsal alanlar sağlık, adalet, güvenlik ve eğitim gibi temel hizmetlere ve bilgi kaynaklarına kolayca ulaşılabilen, adil piyasa koşullarının işlediği, cinsiyet ayrımlarının yapılmadığı, demokratik, kültürel dönüşümlere açık, saydam yönetim yapılarına sahip, çocuk işçiliğinin ve tüm dezavantajlı grupların ortadan kalktığı, sorun çözme yeteneği gelişmiş örgütlü bir yaşam olarak ifade edilmiştir.

İplik ve Bostan Budak (2011), Beş yıllık kalkınma planlarında kırsal kalkınma tanımının şu şekilde yapıldığını belirtmektedir;

- Ekonomik, toplumsal ve kültürel boyutları bulunan bir süreçtir.
- Evrensel ölçütler, eşitlik ve denge (adalet) ilkeleri ile geliştirilmiş kırsal yaşam düzeyidir.
- Kırsal toplumun ülke gelişmişliği ve refahından, yerinde kalkınarak pay almasıdır.
- Kırsal emeğin üretken olduğu ve haklarını aldığı bir istihdam biçimidir.
- Kaynaklara daha iyi ulaşım, refah ve gelirin dengeli paylaşılarak geliştirilen yaşam düzeyidir.
- Kırsal alanda yoksulluğun ve kötü beslenmenin yok edilmesidir.
- Kırsal toplum yaşamının modernizasyonudur.
- Kent/kır ayrışımının azaltılmasıdır.

- Kırsal sayılan ortamların ekonomik kalkınmasıdır.
- Kırsal kalkınmanın, taşıdığı ekonomik ve toplumsal rol ve gelişme potansiyeli bakımından başlangıç noktası “tarım” olmalıdır.
- Kalkınma için ikincil doğrultuyu; kırsalda konumlandırılmış “tarıma dayalı sanayi” ile “tarıma girdi üreten sanayi” oluşturmaktır.

Ashley ve Maxwell (2001), Odi (2002), Anderson (2003), IFAD (2011), Kırsal kalkınma kavramının, dünyadaki kalkınma girişimlerinin merkezinde yer almasına karşın, kırsal alanlardaki yoksulluğun günümüzde devam etmekte olduğunu ve yoksulların çoğunluğunun kırsal alanlarda yaşadığını belirtmiştir.

Bıçkı (2011)’ya göre, günümüzde kırsal alanlardaki eğitim, iş, sağlık v.b. temel problemler yeterli seviyede giderilemediği için kırsal alan ve kent arasındaki refah farkı göreceli olarak tam olarak giderilememektedir.

Yılmaz ve Tolunay (2007), kırsal alanlarda yaşanan yanlış arazi kullanımı, toprak kirlenmeleri, içilebilir su kaynaklarının azalması ve istihdam olanağı bulamayan kırsal nüfusun dramatik bir biçimde gerçekleşen göç hareketleri ve bunun sonucu plansız kentleşme yaşanması problemin kente de yansımaya sebep olduğunu ifade etmiştir.

Bayındırlık ve İskân Bakanlığı (2009), kırsal alandan kentsel alana olan göçün azaltılabilmesi için ise kırsal alanın kalkındırılması ve bu bölgelerde istihdam edilmesinde fayda görülmektedir. Bu doğrultuda kırsal alanda iş imkânı sağlayacak girişimcilere destek verilmesi gerekmektedir. Ayrıca ihtiyaç duyulan zorunlu gıda ürünlerine prim verilmesi ve ürün desteğinin sağlanması yollarıyla da üretim ve katma değer artırılması mümkün olabilir.

Başıbüyük (2004)’e göre kırsal kalkınmada bölgenin potansiyelinin doğru bir biçimde belirlenmesi ve bu potansiyeli sağlayan kaynakların sürdürülebilir olması önemlidir. Bu sebeple bölgenin coğrafi koşullarının sunduğu olanaklarla üretilen ve o bölgeyle özdeşleşen ürünlerin kırsal kalkınmada etkin bir şekilde kullanılması, potansiyelin değerlendirilmesinde önemli bir rol oynar. Gelişmiş ülkelerde kırsal kalkınma standart yaklaşımlar yerine yerel şartlara göre şekillendirilecek stratejiler ile oluşturulur.

Nazlı (2020), “Bingöl Ve Malatya İllerinde Elma Seleksiyonu Ve Yörenin Kırsal Kalkınması Üzerine Etkilerinin Belirlenmesi” adlı tezinde; Dünyada ve Türkiye’de kırsal alanların kalkınması için yapılan çalışmalarda meyveciliğin yeterince önemsenmediği ve bunun sonucunda kırsal kalkınmanın bir ayağının eksik kaldığı, ayrıca meyvecilik kültüründe beklenen hızla ilerleme sağlanamadığı ortaya koyulmuştur. Meyve yetiştiriciliğinde birim alandan elde edilecek gelirin tarla bitkilerinden oldukça fazla olduğu, kırsal kalkınmada meyve yetiştiriciliğinin istenilen seviyeye gelmesi durumunda ekonomik çeşitliliğin de artacağı, dolayısıyla bu alanlarda yaşayanların refah seviyesinin yükseleceği belirlenmiştir.

Ayanoglu (2008), “Kırsal Kalkınma ve Türkiye İçin Bir Kırsal Kalkınma Modeli” adlı tezinde; kırsal kalkınma politikalarının Cumhuriyetin ilanından günümüze kadar olan farklılaşmasının sebepleri olarak teknolojik gelişmeler ve sosyo-ekonomik değişiklikler olduğunu söylemiştir. Kırsal kalkınma politikaları 1980’li yıllara kadar devlet müdahaleleri ve tarımda yaşanan yenilikler ile oluşturulurken, daha sonraki yıllarda serbest piyasa, şeffaflık, katılımcılık, sürdürülebilirlik gibi yeni politikaların ortaya çıktığını belirtmiştir. Kırsal alanların yeni düzene ve rekabet koşullarına uyum sağlayabilmeleri için yeni ve farklı politikaların uygulanması gerekliliğinin kabul edildiğini ve tarımsal kalkınma temelli geleneksel politikaların yerine yerel kaynakların ve dinamiklerin de dâhil olduğu daha bütüncül bir yapıya dönüştüğünü belirlemiştir. Günümüzde ise dezavantajlı kırsal kesimin hem tarım hem de tarım dışı faaliyetlerinin geliştirilerek gelir ve refah seviyesinin artırılması ile kırsal ve kentsel alanlar arasındaki farkların azaltılmasının amaçlandığını belirtmiştir. Bunun ise çevresel ve kültürel değerlerle birlikte yerel halkın sosyal, kültürel ve ekonomik ihtiyaçlarının bir bütün olarak ele alınarak kırsal kalkınma politikalarının oluşturulması ile sağlanacağını belirtmiştir.

Gülbuçuk (1997), “Kırsal Kalkınma Çalışmalarında (TKV) Türkiye Kalkınma Vakfı’nın Yeri ve İşlevi –Bu Kuruluşun Uzunyayla Uygulaması” adlı tezinde; Türkiye’deki kırsal kalkınma çalışmalarını inceleyerek TKV’nin etkilerini ortaya koymuştur. Çalışmada, kırsal kalkınmayı sosyo-kültürel ve ekonomik farklılıkların en uygun seviyede bir dengeye kavuşturmanın, kırsal nüfusun yerinde kalkındırılarak bu sayede de göç ve istihdam sorununun yerinde çözümünü sağlayacak politik bir tercih olduğu belirtilmiştir. Bugüne kadar gerçekleştirilen kırsal kalkınma çalışmalarında görülen eksiklikler ve bunların giderilmesi için tavsiyelerini belirtmiştir.

Ventura ve Milone (2000), Brunori ve Rossi (2000), Yöreye özgü ürünlerin yaygınlaştırılmasının kırsal alanlarda yaşayanlara değer katacağını, tüketiciler ile bağ kurmaya olanak sağlayacağını ve kırsal alanlara sosyal ve ekonomik yarar sağlamada önemli rol oynayacağını ortaya koyan çalışmalar yapmışlardır.

Bulut (2013), “Coğrafi İşaretler ve Kırsal Kalkınma Ezine Peyniri Örneği” konulu tezinde; Ezine peynirinin bölgenin kalkınmasında etkin bir şekilde değerlendirilmesi ve bunun sağlanması için öneriler geliştirmiştir. Çalışmasında SWOT analizi yöntemini kullanarak içsel ve dışsal niteliklerin arasında uyum sağlayıp hedeflere ulaşmayı sağlayacak stratejilerin geliştirilmesinin gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca bölgenin nüfus yapısının inceleyip kırsal alan nüfusunun Türkiye ortalamasından fazla olduğu bunun da bölge için etkin bir şekilde kullanılırsa önemli bir potansiyel oluşturduğunu belirtmiştir.

Başaran (2016), “Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Etkisi: Gaziantep Ve Siirt İlleri Örneği” başlıklı tezinde ürünlerin kırsal kalkınmaya ne şekilde katkı sağlayacağını ve bunu sağlamak için nasıl bir strateji uygulanacağını araştırmıştır. Kırsal kalkınma için coğrafi işaret kavramına dikkat çekmiş bunun pozitif dışsallık sağlayacağını belirtmiştir.

Metin (1995), “Çok Amaçlı Tarım Kooperatiflerinin Kırsal Kalkınmadaki Rolü: Tekirdağ Örneği” adlı tezinde; Ülkemiz için gerek kırsal kalkınma gerek tarıma dayalı sanayinin kurulmasında önemli bir yeri olan kooperatifçiliğin yıllık program ve kalkınma planlarında ilke ve politikalarla desteklenmesine rağmen istenilen düzeye çıkarılamadığını belirtmiştir

Özden (2019), ‘Kırsal Kalkınmaya Etki Eden Başlıca Sosyo-Ekonomik ve Mekânsal Faktörlerin Analizi ve Uygun Kırsal Kalkınma Seçeneklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma’ adlı tezinde; Küçük Menderes Havzası’nda bulunan 20 köyde kırsal kalkınmaya etki eden sosyo-ekonomik ve mekânsal faktörleri inceleyip kırsal kalkınmaya sağlamaya yönelik seçenekleri belirlemeye çalışmıştır. Yaptığı görüşmeler sonucunda yatırım öncelikleri, güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler belirlenmiştir. Ova köylerinin merkeze yakın olması, dağ ve yamaç köylerinin doğal güzelliklerini güçlü yönler olarak belirtmiştir. Ova köylerinin sulama yetersizliği, dağ ve yamaç köylerinin ulaşım sıkıntılarını da zayıf yönler olarak belirtmiştir. Kooperatifleşmeyi bütün bölge için fırsat olarak görüp, kente ya da başka bölgelere yapılan göçün ise en önemli tehdit olduğunu söylemiştir. Bunların geliştirilip düzeltilmesi için önerilerde bulunmuş. Bu sayede de kırsal kalkınmanın sağlanabileceğini belirtmiştir.

Ertaş (2019), ‘Kırsal Kalkınmanın Aracı Olarak Van’da Hayvancılık Faaliyetleri’ adlı tezinde; Hayvancılık faaliyetlerinin kırsal kalkınma üzerinde etkisini ortaya koyarak, yörenin sosyo-ekonomik yönden kalkınması için hayati bir öneme sahip olan hayvancılığın önünde yatan engelleri tespit etmiş ve bu engellerin kaldırılmasına yönelik öneriler getirmiştir.

Bakırcı (2019), ‘Avrupa Birliği Üyelik Öncesi Destek Fonu’nun (IPA) Kırsal Kalkınma Bileşeni (IPARD), Türkiye’nin Durumu Ve Muhtemel Etkileri’ adlı makalesinde; Avrupa Birliğinin üyelik öncesi yaptığı mali desteklerin mevcut durumunu, bu destek fonlarının kırsal kalkınmaya etkilerini ve bu durumun muhtemel sonuçlarını incelemiştir. Kırsal kalkınmanın artık sadece üretim ve gelir artışı ile değil aynı zamanda kaliteli ve sağlıklı ürün, doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir kullanılması, tarım dışı ekonomik faaliyetlerin arttırılması gibi daha geniş kapsamlı hale gelmesiyle oluşabileceğini söylemiştir.

On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023); kırsal alanların bütün dünyada kalkınma politikaları bakımından en kırılgan alan olduğunu, kırsal alanların içeriğinde yer alan çeşitlilikle toplumun sürdürülebilirliğinin sağlanmasında sigorta işlevi gördüğünü belirtmişler. Kırsal alanlarda yaşayan kesimlerin ihtiyaçlarının ve sorunlarının giderilmesi için sürdürülebilir çözümler getirilmesi gerektiğini bunun da paydaşlar arasında işbirliği ile daha iyi yapılabileceğini savunmuşlar. Ayrıca kırsal alanların ve bu alanlarda yaşayan toplulukların ihtiyaç, beklenti ve imkânlarının tek tip olmaması nedeniyle kalkınma politikalarının da bu özellikleri karşılayabilecek şekilde olması gerektiğini belirtmişler. Farklı kırsal alanların koşullarına cevap verebilecek farklı kalkınma sistemlerinin oluşturulması gerektiğini belirtmişler. Fakat ortak olan sorunların çözümlerinin ise aşağıdaki şekilde gerçekleşeceğini öngörmüşler;

- Tarımsal üretimde verimliliğin ve rekabet gücünün artması,
- Kırsal işgücünün nitelik düzeyinin yükselmesi ve işsizliğin azalması,
- Kırsal desteklerin ve hizmetlerin sunumunda yönetişimin güçlenmesi,
- Eğitim ve sağlık hizmetleri başta olmak üzere herkes için kamu hizmetlerine erişimin artması,
- Kırsal nüfusun yerinde kalkınması suretiyle kentler üzerindeki baskının azalması,
- Kapsayıcılık ve toplumsal cinsiyet ilkelerinin tüm stratejilerde gözetilmesi,
- Katılımcı demokrasinin güçlenmesi,
- Ekonomik, sosyal ve çevresel risklere karşı dayanıklı bir toplumun oluşması,
- Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının her uygulamada ölçüt alınması.

Uz (2017), ' Köylerin Alt Yapısını Destekleme (KÖYDES) Projesi Ve Köydes Projelerinin Kırsal Kalkınmaya Olan Katkıları' adlı tezinde; kırsal kalkınma çalışmalarının Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren oluşturulmaya başlandığını fakat bu politikaların yerel halkın katılımı olmadan, popülist, siyasi, yerelin ihtiyaçlarına cevap veremeyen, merkezi idarenin karar organlarınca yukarıdan aşağıya doğru talimatlar yöntemiyle ilerlediği için tam anlamıyla benimsenmeyen eksik katılımlı bir anlayış ile oluşturulduğunu bu yüzden de istenilen sonuçların alınamadığını belirtir. Ayrıca kalkınmanın sadece fiziksel boyutu ile ele alındığını sosyal ve ekonomik boyutlarının ihmal edildiğini söyler. KÖYDES projesinin de bu sorunları çözmek amacıyla kurulduğu ve bunun da aşağıdaki gereklilikleri sağlayarak yapılabileceğini söylemiştir;

- Etkinlik ve verimliliği artırmak,
- Kalifiye eleman sayısını arttırıp, vasıfsız eleman sayısını azaltarak hizmet kalitesini geliştirmek
- Yatırımların önceliklerini ve niteliklerini belirlemede yetkinin taşraya taşınması,
- Bahsedilen yetkilerin taşraya devredilmesi ile birlikte şeffaflığın geliştirilerek vatandaş denetiminin arttırılması,
- Kaynak dağılımında dengeyi sağlayarak bölgesel değil ulusal gelişim kaydetmek
- Taşranın yetkileri arttırılarak halkın yönetim içerisindeki konumunun güçlendirilmek ve bu sayede demokrasinin geliştirilmek,
- Yönetimde şeffaflığın sağlanmak

Şener (2019), 'Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma Politikaları: Türkiye Örneği' adlı tezinde; Türkiye'nin kırsal kalkınma politikaları sürdürülebilirlik açısından ele almış ve mevcut durumun analizini yaparak problemlerin çözümüne yönelik önerilerde bulunmuştur. Kırsal kalkınma politikaları ile tarımsal üretimin ve verimin arttırılması sürekli istihdam sağlayacak iş imkânlarının

oluşturulması ve nüfusun yaşam standartları ve gelir düzeyinin iyileştirilmesi gibi ekonomik hedeflere odaklanması gerektiğini söylemiş. Bu sayede de kente göçün azalacağı, ülkede demografik dengesizliklerin ve sosyolojik problemlerin engelleneceğini belirtmiş. Bu ise kırsal kalkınma politikalarının bölgeye uygun, bölge insanının benimseyeceği ve sürece katılabileceği şekilde oluşturulursa sağlanacağını savunmuş. Ülkelerin hedeflerini önce ekonomik büyüme daha sonra kalkınma günümüzde ise sürdürülebilir kalkınma şeklinde sıralamış. Buna sebep olarak da ekonomik büyüme ve kalkınma politikalarının özellikle çevresel boyutta geri döndürülemez zararlara ve sonuçlara sebep olmasını göstermiştir. Sürdürülebilir kalkınmanın ise bütün üretim faktörlerinin dengeli ve planlı bir stratejiyle gelecek nesillerin de ihtiyacını karşılayabilecek biçimde kullanılmasıyla mümkün olduğunu belirtmiştir.

Acar (2019), 'Tarım Politikaları Çerçevesinde Kırsal Kalkınma Kavramı Ve Kırsal Yoksulluğun Önlenmesi: Türkiye Örneği' adlı tezinde; Kırsal yoksulluğu yoksulluk tanımına ek olarak kentte bulunan imkânların kırsal kesimde olmaması durumu olarak ifade eder. Tarımsal politikaların ise kırsal kesimdeki bireylerin yaşam seviyelerinin ve gelirlerinin artmasına yardımcı olarak görür. Bu sayede de kırsal kalkınma artacak yoksulluk azalacaktır şeklinde görüş bildirir. Tarım sektörü ile kırsal alanda yaşanan yoksulluk arasında sıkı ve doğrudan bir bağ olduğunu belirtir. Tarım sektörü için uygulanan destekleme politikalarının istenilen seviyeye ulaşamamasının nedenlerini ise; üreticilerin bilgi ve beceri noksanlığı, politikaların tanıtım eksikliği, üreticilerin alacağı desteğin katlanacakları maliyetin altında olması, destekleme yapılırken arazi yapısı, ürün deseni gibi özelliklere dikkat edilmemesi olarak belirtir. Bunları düzeltmek için ise; üreticilerin eğitilmelerini, ürün deseni ve arazi özelliklerine göre farklı miktarlarda destekleme yapılmasını, üreticilerin kayıtlarının yerinde yapılmasının sağlanması, toprak analizine önem verilerek belirli periyotlarda bunun yapılmasının sağlanması, üreticilere ekonomide önemli bir yere sahip oldukları hissettirilmeli, üreticiler örgütlenmeli ve kooperatifler kurmalı, gerekli ekipmanları almaya gücü yetmeyen üreticilere kooperatifler ekipman sağlamalı, üretim bölgelerine uygun tohum ve gübreleme teşvik edilmeli, uygun olmayan tohum ve gübreler desteklenmemeli, yerli tohum depolama merkezleri kurularak yerli tohumlar tescil edilmeli ve üreticilere yerli tohum desteği verilmeli gibi öneriler getirmiştir.

Oruç (2019), 'Tarım Ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu Desteklerinin Kırsal Kalkınmaya Etkisi: Çanakkale İli Örneği' adlı tezinde; Avrupa Birliği'nin kırsal kalkınma desteklerinden olan IPARD fonlarının Türkiye'deki kırsal kalkınmaya olan etkilerini ve bu fonların Türkiye dağıtıcısı olan Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu'nun projelerini Çanakkale ili özelinde incelemiştir. Sonuç olarak ise bu fonların etkin şekilde dağıtıldığını fakat dağıtımda bürokrasi ve kırtasiyecilik, danışmanlık faaliyetlerinin yetersiz, proje takvimlerinin ise net olmaması gibi sorunlar olduğunu tespit etmiş ve bu sorunların çözümü ile ilgili önerilerde bulunmuş. Bunları da şu başlıklar altında belirtmiştir;

-TKDK ve proje süreci ile ilgili diğer kamu kurumlarında bürokrasi ve kırtasiyecilik uygulamaları en aza indirilmeli

-Proje sürecinde çok etkili bir mekanizma olan danışmanlık hizmetleri uygulaması sıkı takip altına alınmalı ve eğitimler arttırılmalı

-TKDK ile hibe sözleşmesi imzalayan faydalanıcıların mal ve hizmet aldığı müteahhit firma ve makine-ekipman tedarikçilerini haksız fiyat artırımı vb. olumsuz durumlara karşı kontrol altında tutacak bir mekanizma geliştirilmeli

-TKDK ile faydalanıcılar arasında imzalanan sözleşmeler Euro cinsinden olmalı

-TKDK ile planlanan hibe sözleşmesinin incelenme ve imzalanma süreci, daha kısa bir ifade ile proje takvimi net olmalı

-Kurum tanıtım faaliyetleri arttırılmalı

-Kurum daha sık proje çağrısına çıkmalı ve destek verilen sektör ve alanları genişletmeli

-Avans ödemesi yaygınlaştırılmalı ve kolaylaştırılmalı

Katipoğlu (2019), ‘Tarımda Ekonomik, Beşeri ve Sosyal Sermayenin Kırsal Kalkınmada Önemi’ adlı tezinde; Kırsal kalkınmanın sağlanabilmesi için ekonomik yatırımların tek başına yeterli olmadığı, sermayenin farklı boyutlarının da ele alınması gerektiğini belirtmiş. Bu amaçla kırsal kalkınma sosyal boyutuyla incelemiş. Sermayeyi ise ekonomik, sosyal ve beşeri yönü ile değerlendirmiş. Ekonomik sermaye için brüt kar, beşeri sermaye için eğitim, tarımsal deneyim, nüfus ve göç eğilimi, sosyal sermaye ölçümü için ise sosyal sermaye ölçeğini kullanmış. İstenilen kalkınmanın sağlanması için ise birlikte hareket etmeyi sağlayacak, üreticinin bilincini arttırarak iletişimini güçlendirecek yayım faaliyetlerine yer verilmesini, altyapının geliştirilmesini, eğitim, sağlık gibi hizmetlerin arttırılmasını, kırdan kente göçü önleyecek tarım dışı iş olanaklarının oluşturulmasını, tavsiye etmiştir.

Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu(TKDK) (2019), ‘2019-2023 Stratejik Planı “ ile;

- Misyonunu; ulusal kalkınma plan ve stratejilerinde öngörülen ilke ve hedefler çerçevesinde, kırsal kalkınma programlarını etkin bir şekilde uygulayarak, ülke genelinde sürdürülebilir kırsal kalkınmaya katkı sağlamak,

- Vizyonunu; Türkiye’nin kırsal kalkınmasında öncü, güçlü kurumsal kapasitesiyle yenilikçi, ulusal ve uluslararası alanda saygın ve güvenilir bir ödeme ajansı olmak,

- Temel değerlerini; güvenilirlik, tarafsızlık, şeffaflık, kalite, paydaş odaklılık, yönlendiricilik ve öncülük, yenilikçilik olarak belirlemiştir.

Ulusal ve uluslararası kaynaklardan sağlanan kırsal kalkınma fonlarının sürdürülebilirlik kriterleri ve AB standartları çerçevesinde etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını sağlamak

amacıyla; proje başvuru sürecini zamanında, etkin ve verimli olarak gerçekleştirmek, sözleşme öncesi ve uygulama sonrası yerinde kontrol süreçlerini zamanında, etkin ve verimli olarak gerçekleştirmek, ödeme öncesi idari ve yerinde kontrol süreçlerini zamanında ve etkin olarak gerçekleştirerek hatasız fon kullanımını sağlamak, ödeme sürecini zamanında ve hatasız olarak gerçekleştirmek hedeflerini,

Kurumsal tanınırlığı artırmak amacıyla; kırsal kalkınma programlarını, sektör özelliklerini göz önünde bulundurarak uygun tanıtım araçlarıyla doğru hedef kitleye tanıtmak, kurum paydaşları ile işbirliği ve koordinasyonu artırmak, uluslararası kurum ve kuruluşlarla iletişim ve işbirliğini artırmak hedeflerini,

Hızlı, etkin ve güvenilir hizmet sunmak için kurumsal kapasiteyi güçlendirmek amacıyla; kurumsal hizmetlerin kalitesini artıracak etkin, hızlı ve güvenli bir bilişim sistemi sağlamak, kurumsal amaçlara ulaşmayı hedefleyen ve çalışan memnuniyetini gözetten bir insan kaynakları yönetimi anlayışı geliştirmek hedeflerini ortaya koymuştur.

Avşar (2019), ‘Türkiye’de Kırsal Kalkınma Politikaları (1923-2016)’ adlı tezinde; Türkiye’de Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren uygulanan kırsal kalkınma politikalarını incelemiştir. Dünya ve Avrupa Birliği ekseninde oluşturulan ve uygulanmakta olan politikalardan bahsetmiştir. Kırsal alanların mevcut durumlarının analiz etmiş ve Avrupa Birliği uyum sürecinde oluşturulan beş yıllık kalkınma planları doğrultusunda geline son nokta üzerinde çalışmıştır. Sonuç olarak kırsal kalkınma için güçlü yönler olarak doğal zenginlikleri ve büyüyen ekonomisini, zayıf yönler olarak işsizlik, düşük eğitim seviyesi olduğunu söylemiştir. Ayrıca birtakım tehditler olmasına rağmen eldeki güçlü yönler ve fırsatlar ile bu kötü yönler ve tehditler ile başa çıkmanın da doğru ve etkin kullanılabilecek kırsal kalkınma politikaları ile mümkün olduğunu belirtmiştir.

Özkan (2007), ‘Türkiye’de Kırsal Kalkınma Politikaları ve Kırsal Turizm’ adlı tezinde; kırsal kalkınma politikalarını incelemiştir, kırsal kalkınma yaklaşımlarını değerlendirip son yıllarda kırsal kalkınmada daha da önemli hale gelen kırsal turizmin rolünü belirlemek amacıyla incelemeler yapmıştır. Kırsal turizmin kırsal kalkınmada daha etkili ve doğru kullanımı için; ayrıntılı turizm envanterleri çıkarılmalı, alternatif turizm ürünlerine yönelik yeni turizm alanları ilan edilmeli ve bu alanların mekânsal planları sürdürülebilirlik ilkesi ile hazırlanmalı, turizm işletmeleri özendirilmeli, yurtdışında tanıtımlar yapılmalı, turizm yapılacak bölgelerdeki halkın bilinçlendirilmesi için eğitimler verilmeli gibi önerilerde bulunmuştur.

Şahin (2021), ‘Türkiye’de Kırsal Kalkınma Politikaları ve Projelerinin Yönetim Sorunsalı’ adlı tezinde; kırsal kalkınmaya yönelik politikaları, yerel, ulusal ve uluslararası desteklenen projeleri, kırsal kalkınma yönetiminin Türkiye’de nasıl olduğunu, Devlet Planlama Teşkilatının kapanıncaya kadar kırsal kalkınmaya etkilerini, kuruluştan günümüze kadar gelecek şekilde incelemiştir. Türkiye’de kırsal kalkınmaya ilişkin çalışan birçok kurum ve kuruluşu olmasının bir yönetim karmaşasına neden olduğunu söylemiştir. Ayrıca görüşme yaptığı kişilerin kırsal alan tanımlamalarının büyük oranda birbirinde farklı olduğu sonucuna varmıştır. Yaptığı alan

araştırmasında elde ettiği kırsal kalkınma yönetiminde bir karmaşa olduğunu düşünen katılımcı oranını %83,1 olarak bulması bu sorunu daha da belirgin hale getirmiştir. Bu problemler sonucunda yapılan ve yapılmaya çalışılan kırsal kalkınma politikaların ve projelerin beklenen faydayı tam olarak sağlayamadığını söylemiştir. Bu sorunların çözülmesine yönelik uygulayıcılara ve araştırmacılara önerilerden bulunmuştur.

Terzi (2020), 'Türkiye'nin Yerel Kırsal Kalkınma Strateji İçerisinde Rekabet Edilebilir Bir Tarım Sektörü İçin Finansal Kaynakların Planlanması Üzerine Bir Araştırma' adlı tezinde; tarım sektörünün finans politikalarının oluşturulmasında izlenmesi gereken yolları ve planlamasının nasıl yapılması gerektiğine dair dikkat edilmesi gereken unsurları incelemiştir. Üreticiler ile görüşmeler yaparak gelir durumları, finansman kullanım alışkanlıkları ve sektöre karşı davranış ve tercihlerini ortaya koymuş. Bunların sonucunda da yaşanan sıkıntıların giderilmesi için aşağıdaki eylemlerin yapılmasının faydalı olacağını söylemiştir;

- BDDK ya da T.C. Merkez Bankası içerisinde Tarımsal Finansman Dairesi ya da bölümü kurulmalıdır. Bu bölüm bu alandaki tüm arge faaliyetlerini, regülasyonları ve öngörülerini hazırlayarak tüm sektöre ışık tutmalıdır.
- Tarım ve Orman Bakanlığı içerisinde strateji geliştirme ekipleri içerisinde tüm finansman kuruluşları ile ortak çalışan ve ihtiyaç tespitlerini devamlı olarak güncel tutan ekip üyeleri alınmalı
- Çiftçilerde finansal okuryazarlık seviyesinin artırılması için Tarım ve Orman Bakanlığı ile T.C Merkez Bankası ortak çalışarak profesyonel bir ekiple bu eğitimlerin verilmesini sağlamalı
- Her 3 ayda bir tarım kredileri ya da tarımsal finansman beklenti anketleri hazırlanarak sektörün gidişatı, tahsilat beklentisi ve kredi talebi sorularına rasyonel cevaplar verilebilmelidir.

Topbaş (2019), 'Yerel ve Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaret: Zile Pekmezi Araştırması' adlı tezinde; Tokat ilinde, üzüm üreticileri ve tüketicilerinin coğrafi işaret kavramına ilişkin bilinç düzeylerini, tutum ve tercihlerini ölçmek, coğrafi işarete sahip üzüm pekmezi üreten işletmelerin sosyo-ekonomik durumlarını ortaya çıkarmak ve bu işletmelerin yörenin kırsal kalkınmasındaki etkilerinin araştırmak amaçlı çalışmalar yapmıştır. Üreticilerin yaklaşık %39,58' i coğrafi işaret kavramını bildiklerini, %42,71'i üzüm üretiminde artış olduğunu düşündüklerini tespit etmiştir. İşletmelerin ise coğrafi işaret tescili sonrasında ürünün daha çok tanındığını ve bu sayede pazar payının arttığını düşündüğünü tespit etmiştir. Üreticiler de üretimi arttırarak gelirlerini çoğalttıklarını ve bunun da kırsal kalkınmayı sürdürülebilirlik açısından olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir. Ayrıca coğrafi işaret tescilinin üretici, tüketici ve sanayici açısından olumlu gelişmelere yol açtığını belirtmiştir.

2.2. Tarımsal Pazarlama İle İlgili Literatür Özeti

Hellaç (2019), ‘Çiğ Süt Pazarlama Kanalları Ve Pazarlama Bilgi Sistemleri: Trabzon İli Tonya İlçesi Örneği’ adlı tezinde; Trabzon ili Tonya İlçesinde yer alan çiğ süt üreticilerinin işgücü paylaşımlarını, üretim ve pazarlama kanallarını tespit edip karar vericileri ve pazarlama sistemlerinin belirlemek amacıyla araştırmalar yapmıştır. Üretim ve pazarlama kısmında kadın rolünün daha fazla olmasına rağmen kooperatif ve Çiftçi Kayıt Sistemi üyeliklerinde erkeklerin sayısının daha fazla olduğunu belirlemiştir. Bölgede ürünlerini sattıkları kooperatif ve özel işletmelerin istenilen seviyede fayda sağlamamasına rağmen alternatif olmadığı için buralara sattıklarını belirtmiştir. Bazı üreticilerin ise (%12,9 luk bir kısım) kooperatif ve özel işletmeleri kullanmadan ürünlerini alıcıya daha yüksek fiyattan sattıklarını bu sayede de daha yüksek gelir sağladıklarını belirlemiştir. Üreticilerin büyük bir kısmının (%81,9) tarımsal desteklemelerden faydalandıklarını belirtmiş ve üretim ve pazarlamanın önündeki engellerden kurtulmak için girdi fiyatlarının düşmesi ve desteklemelerin artması gerektiğini söylediklerini belirtmiştir.

Adanacioğlu (2009), ‘Organik Ve Konvansiyonel Pamukta Pazarlama Kanallarının Etkinliğinin Belirlenmesi Ve Çiftçi Açısından En Uygun Pazarlama Modelinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma’ adlı tezinde; organik ürünlerde pazarlama kanallarını ve bu kanalların etkinlik düzeylerini, organik ve konvansiyonel ürünlerin pazarlama kanallarının etkinliklerinin karşılaştırılmasını, pazarlama kanallarının etkinlik ölçümünü, yapısal özelliklerini, üretim tekniklerini, verim ve maliyetlerini, kanal üyelerinin yaşadığı sorunları, beklentileri ortaya koymak için çalışmalar ve araştırmalar yapmış. İncelenen kanalların daha etkin ve verimli hale gelebilmesi için potansiyel iyileştirme değerleri yardımıyla önerilerde bulunmuştur.

Şapaloğlu (2015), ‘Pirinç Üretim - Tüketim Zincirinde Pazarlama Kanallarının Yapısı Ve Pirinç Pazarlama Marjları: Edirne İli Örneği’ adlı tezinde; Dünyada ve ülkemizde beslenme açısından çok önemli bir yere sahip olan pirincin, sofraya gelinceye kadar geçtiği üretim, işleme ve pazarlama aşamalarını incelemiştir. Ülkemizde üretilen pirincin tohumdan sofraya gelene kadar geçtiği aşamaları fiyat-maliyet-kar bazında takip ederek Edirne ili örneğiyle açıklamaya çalışmıştır. Bunun için de Çeltik üreticileri, çeltik işletmecileri ve diğer aktörler ile görüşüp pirincin ekonomik durumu, ticareti, tarımı ve pirince dayalı sanayi sektörünün yapısını inceleyip sektörün sorunlarını ortaya koyup düzeltilmesi gerekenler ile ilgili bir takım önerilerde bulunmuş. Ayrıca pirinç için pazarlama kanallarının yapısını inceleyip bu kanalların pirinç üzerindeki kar paylarını ortaya koymuş. Araştırmalarının sonucunda pirinç için şu pazarlama kanallarını tespit etmiştir. Bunlar: · Üreticiler · Aracılar · TMO · Çeltik İşleme Fabrikaları · Toptancılar – Paketçiler · Perakendeciler’dir.

Dere (2006), ‘Tarımsal Pazarlama Sorunları Ve Sultandağı Kirazı Üzerine Bir Araştırma’ adlı tezinde; Türkiye’de tarımsal pazarlamanın sorunlarını tespit etmek için Afyonkarahisar’a bağlı Sultandağı ilçesinde anket ve mülakat yöntemiyle araştırmalar yapmış. Kiraz pazarlamasında bir takım önemli sorunlar tespit etmiş ve ilçedeki kurum ve üreticilerin bu sorunları çözmede yetersiz

kaldıklarını belirtmiştir. Üreticilerin en önemli sorunlarından biri olarak sattıkları kirazların bedelini alamama olarak belirlemiş ve bunun sebeplerini ortaya koymuş. Üreticilerin bir diğer problemi olarak ise o bölgede üretilen napolyon türü kirazların dünyanın başka bölgelerinde de üretilmeye başlanması sebebiyle pazar daralması olduğunu söylemiş. Pazarlama sorunlarının çözümü için ise; pazarlama stratejilerinin daha etkin bir biçimde oluşturulması ve pazarlama konusunda uzman kişilerden yardım alınması şeklinde öneriler sunmuştur.

Güven (2010), 'Adana İlinde Turunçgillerin Pazarlama Yapısı Ve Sorunları' adlı tezinde; Türkiye turunçgil üretiminin yaklaşık %29'luk kısmını üreten Adana ilinin bu üretimi nasıl pazarladığını ve bu süreçte yaşadığı sorunları incelemiştir. Büyük ölçekli üreticilerin kilo ile küçük ölçekli üreticilerin ise götürü usulü ile satış yaptıklarını, hasadın alıcı tarafından yapıldığını, mal teslimatının bahçede ve ödemenin ise vadeli olarak gerçekleştiğini belirtmiş. Üretilen ürünün yüksek kalitede olması sebebiyle büyük kısmının ihraç edildiğini ve pazarlama masraflarının alıcı tarafından ödendiğini belirtmiş. Üretimin yüksek olmasına rağmen paketleme ve soğuk hava deposu eksikliklerinin fiyat belirlemede alıcı lehine bir durumun oluşturduğunu ve bunun da üretici birlikleri kurulup üreticinin korunması ve devlet teşvikleriyle üreticinin desteklenmesiyle önlenebileceğini belirtmiştir.

Emeksiz (1994), 'Adana İlinde Yerfıstığı Pazarlama Organizasyonu ve Etkinliğinin Değerlendirilmesi' adlı makalesinde; Adana ilinde yerfıstığı pazarlama organizasyonunu incelemek ve bulduğu yetersizliklere çözüm önerileri getirmek amacıyla üretici ve tüccarlardan anket yoluyla bilgiler toplamıştır. Anket uyguladığı üreticileri ve tüccarları tesadüfi olarak seçmiştir. Araştırdığı bölgedeki yerfıstığı pazarlama hizmetlerinin yapılış şekli ve pazarlamanın en önemli unsurları olan pazarlama marjı, pazar saydamlığı ve rekabeti incelemiştir. Çalışmalardan elde ettiği sonuçlar ise; işleme, paketleme, depolama ve dereceleme hizmetlerinin yetersiz yapıldığı, perakendeci marjının yüksek olduğu, pazarın saydam olmadığı ve üreticilerin pazar gücünün yetersiz olduğudur.

Yurdakul, Emeksiz, Şengül ve Çökmez, 'Tarım Ürünleri İç ve Dış Pazarlaması' adlı makalelerinde; Ülkemizdeki tarımsal ürünlerin iç ve dış pazar koşullarını inceleyerek, bunların yurt dışı pazarlarına sunulması için gerekli koşulları incelemişler. 1980-1997 yılları arasında küçük dalgalanmalar yaşanmasına rağmen sürekli artan tarımsal ürün ihracatının 1997 yılında 543 milyar dolar olduğunu ve bu yıl çıkan Asya Krizi sebebiyle 1998 yılında %17,2 azalarak 450 milyar dolar olduğunu belirtmişler. Tarımsal ürünler ihracatı içinde en önemli payın gıda maddelerinde olduğunu, 1980 yılında %74,8 olan payın 1998 yılında %81,4'e çıktığını belirtmişler. Aynı yıllarda Türkiye'nin tarımsal ürün ihracatında payının ise %0,6'dan %1,1'e çıktığını söylemişler. Fakat bu tarihlerden itibaren tarımsal ürün ticaret hacminin birtakım sebeplerden dolayı daralmaya gittiğini belirtmişler. Buna rağmen Türkiye'nin dünya pazarına daha fazla ve daha kaliteli ürünler satması ve satışlarını hammaddelerden işlenmiş ürünlere doğru kaydırıp pazardaki payını büyütmesi gerektiğini belirtmişler ve bunların nasıl olabileceği ile ilgili birtakım önerilerde bulunmuşlar.

2.3. Kiraz İle İlgili Literatür Özeti

İşleyen (2019), ‘Ankara İli Ayaş İlçesinde Kiraz Yetiştiriciliği Yapan Tarım İşletmelerinde Ürün Maliyetinin Ve Karlılık Düzeyinin Belirlenmesi’ adlı tezinde; Ankara ili Ayaş ilçesinde, Basit Tesadüfî Örneklem Yöntemi ile tespit edilen arazilerde kiraz yetiştirmek için kullanılan girdi miktarları ve maliyetleri belirleyip kiraz maliyet ve karlılığını ortaya koymuştur. Çalışmasında bir kilogram kirazın maliyeti 2,4 TL, gayrisafı üretim değeri 7907,55 TL/da, brüt kar 4797,23TL/da, net kar 3617,7 TL/da ve nispi kar 1,84 olarak hesaplamıştır. Karlılık düzeyinin yüksek çıkmasını da maliyetin düşük, büyük bir pazara yakınlık, yüksek verim, kaliteli ve marka değeri yüksek bir ürün olmasına bağlamıştır. Bunun daha da geliştirilmesi için de üreticilerin örgütlenmesi, zirai ilaç kullanımının azaltılması ile ürünün bu yönünün vurgulanıp pazarlanması, verimin az olduğu bahçelerde uzman ekiplerin çalışıp çözüm üretmesini, hasat döneminin uzatılarak arz fazlası nedeniyle fiyatların üreticiler üzerinde olumsuz etkilerinin azaltılması, ekim alanlarının artırılması, genç üreticilerin teşvik edilmesi, gibi önerilerde bulunmuştur.

Sayılı ve Özbek (2016), ‘Amasya İli Suluova İlçesinde Kiraz Üretimi Yapan İşletmelerin Üretim ve Pazarlama Sorunları’ adlı makalelerinde; Amasya ili Suluova ilçesinde kiraz üreten tarım işletmelerin üretim ve pazarlama sorunları incelemişler. Kiraz üretiminin tercih edilmesinde sebep olarak yüksek karlılık olduğunu söylemişler. En önemli problem olarak ise hastalık ve zararlılar tespit etmişler. Olumlu olarak; üreticilerin kiraz yetiştirme konusunda yeterli bilgiye sahip olduklarını ve bölge kirazının dış pazarda rekabet edebilecek seviyede olduğunu olumsuz olarak da üretim ve pazarlama alanında ürün kayıpları, zayıf örgütlenme ve girdi yetersizliklerinden bahsetmişler.

Kan (2011), ‘Yerel Düzeyde Ekonomik Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Kullanımı Ve Etkisi: Akşehir Kirazı Araştırması’ adlı tezinde; Akşehir Kirazının yerel düzeyde ekonomik kalkınma aracı olarak kullanılabilme imkânını incelemiş bunun için de ürünün paydaşları olan üreticiler, firmalar, kamu ve özel kuruluşlar ve komisyoncular ile görüşmüş. Bu görüşmelerde yaptığı anket ve mülakatları da SWOT analiz yöntemiyle derleyerek bir takım sonuçlara ulaşmış ve bazı çözüm önerileri getirmiş. Bölgedeki en önemli problemin rekabet ve denetim eksikliği yüzünden pazarlama olduğunu belirtmiş bunun çözümünün ise bölgede hal sisteminin oluşturulması ve aracı firmaların kayıt altına alınarak ürün giriş çıkışlarını kontrol ederek devlet tarafından yapılması gerektiğini öne sürmüştür. Bir diğer problem olarak pahalı ve bilinçsiz girdi kullanımı olduğunu belirtmiş ve çözüm önerisi olarak tarımsal yayım sisteminin geliştirilmesini ve tarımsal kuruluşlar arası işbirliğinin artırılması olduğunu söylemiştir.

Özaydın (2017), ‘Türkiye’de Potansiyel Soğuklama Süre ve Birimlerinin Özdeş Alanları’ konulu yüksek lisans çalışmasında Akdeniz Bölgesi’nde ölçümler yapmış ve bölgenin soğuklama haritasını çıkarmıştır. Buna göre Standart Soğuklama Süresi toplamaları tahmin haritası incelendiğinde düşük soğuklama birimlerinin sahil kesimlerinde yüksek değerlerin ise rakımın yüksek olduğu alanlarda olduğu görülmektedir. Ayrıca güney enlemlerden kuzey enlemlere

gidildikçe soğuklama biriminin arttığı görülmektedir.

Ceyhanlı (2020), 'Bazı Kiraz Çeşitlerinin Çukurova Subtropik İklim Koşullarında Yetiştirilme Olanakları Üzerinde Araştırmalar' adlı tezinde; Adana ve Ceyhan'da 10 kiraz çeşidini 2016-2020 yılları arasında incelemiş ve bunların soğuklama süreleri ve soğuklama gereksinimlerini saptamıştır. Buna göre Adana'nın soğuklama süresi 652 ve 168 saat, 121-288 Soğuk Birimi arasında bulmuştur. Ayrıca kiraz çeşitlerinin dinlenmeden çıkış zamanları arasında 10-20 günlük bir süre olduğunu belirtmiş. Bu araştırmalardan elde ettiği en önemli sonucu ise birçok araştırmacının aksi yönde düşünmesine rağmen Adana ilinde pamuk, turuncgiller ve sebze yetiştiriciliği yanında kirazda da karlı bir şekilde yapılabileceğini ortaya koymuştur.

Chakan (2021), 'Batı Trakya Bölgesinde İyi Tarım Uygulamaları İle Kiraz Üreten İşletmelerin Ekonomik Analizi' adlı tezinde; Batı Trakya bölgesinde yer alan İyi Tarım Uygulamaları ile kiraz üreten işletmelerden anket yolu ile veriler toplayıp, bu veriler ışığında işletmelerin ekonomik yapılarını incelemiştir. Kirazın bölge üreticisi için önemli olduğunu ve bölgenin de kiraz yetiştirmek için son derece elverişli olduğunu belirtmiştir. İyi Tarım Uygulamaları ile üreticilerin ve ürünün sağladığı faydalardan da bahsetmiştir.

Altunoğlu (2017), '0900 Ziraat Kiraz Çeşidi Polinasyonunda Bal Arısı (*Apis mellifera* L.) Kullanımının Meyve Kalitesi Ve Verimine Olan Etkisinin Belirlenmesi' adlı tezinde; ülkemize önemli miktarda döviz getirisi olan 0900 Ziraat kiraz çeşidinin kalite ve pazarlanabilirliğini arttırmak amacıyla polinasyonunda bal arısı kullanımının fiziksel ve kimyasal kalite özelliklerine etkilerini araştırmıştır. Bu sayede birim alandan daha çok ve daha kaliteli ürün alarak gelirin artacağını belirtmiş. Bunun da meyve kalite kriterlerinden; irilik, ağırlık, şekil ve sertliği sağlamayı amaçlamış. Ayrıca sap renginin daha uzun süre korunması, lezzetinin daha iyi olması, renginin istenilen hale gelmesi, kuru madde ve asit içeriğinin yeterli seviyede olmasının da mümkün olacağını belirtmiş. Yürüttüğü çalışmada çiçeklenme süresinde polinatörlerin çiçek ziyaret sıklığında %91,23'ünü bal arılarının, %8,77'sinin ise diğer polinatörler tarafından yapıldığını belirlemiş. Elde ettiği sonuçlarla ilgili daha sağlıklı bir karar verilebilmesi için ise bu çalışmaların daha fazla tekrar edilerek en az 2 yıl süre ile yapılması gerektiğini belirtmiştir.

Sarısu (2012), '0900 Ziraat Kiraz Çeşidi Ve Seçilmiş Bazı Klonlarında Görülen Verimsizlik Üzerine Biyolojik Çalışmalar' adlı tezinde; Eğridir-Isparta koşullarında Gisela 5 ve Kuşkirazı anaçları üzerinde yetişen farklı kodlu kiraz klonları ve 0900 Ziraat çeşidinin embriyo kesesi ve tohum taslağı gelişimleri üzerine anacın ve beslenme durumlarının etkilerini araştırmak amacıyla çalışmalar yapmıştır.

Tosun (2005), '0900 Ziraat Çeşidine Uygun Tozlayıcıların Ve Polen Performanslarının Belirlenmesi' adlı tezinde; 0900 Ziraat kiraz çeşidine uygun dölleyici çeşitlerini tespit etmek amacıyla, çiçek tozlarının in vitro koşullarda kalite (canlılık ve çimlenme yeteneği) ve üretim miktarının etkilerini belirleyen çalışmalar yapmıştır. Üzerinde çalıştığı kiraz çeşitlerinin çiçeklenme süresinde bölgesel farklılıklar tespit etmiştir.

Aydın (2019), ‘Anaç Adayı Kiraz, Vişne Ve Mahlep Genotiplerinin Doku Kültürü Yöntemiyle Çoğaltılması’ adlı tezinde; Karadeniz bölgesi doğal florasından toplanan kiraz anacı olma potansiyeli olan kiraz, vişne ve mahlep genotiplerinin in vitro koşullarda farklı BAP ve IBA dozları uygulayarak çoğaltılabilme performanslarını belirlemek amacıyla çalışmalar yapmış. Bu çalışma rasgele belirlenen alanlarda iki yıl süreli ve her tekrara 20 eksplant yapılarak 3 tekrar şeklinde planlanmıştır. IBA dozlarını artması ile genotiplerin kallus oranı, köklenme oranı, kök sayısı ve kök çapı, BAP dozunu artması ile ise genotiplerin sürgün sayılarında artış belirlemiştir. Ayrıca kiraz için yaygın olarak çöğür ağaçların kullanıldığını, henüz yerli kiraz klon anacımızın bulunmadığını ve kiraz anaç ıslahı konusunda yapılan çalışmaların yeterli olmadığını belirtmiştir.

Ağlar (2013), ‘Farklı Anaç Ve Terbiye Sistemi Kombinasyonlarının 0900 Ziraat Kiraz Çeşidinin Performansı Üzerine Etkileri’ adlı tezinde; Gisela5, Gisela6, MaxMa14 ve SL64 anaçlarının ve İspanyol Çalısı, Steep lider ve Vogel merkezi lider terbiye sistemlerinin 0900 Ziraat kiraz çeşidinin performansını nasıl etkilediğine dair araştırmalar yapmıştır. Çalışmalarının sonucunda ağaçların vegetatif gelişimleri üzerine anaç ve terbiye sistemlerinin etkilerinin önemli olduğunu tespit etmiştir. SL64 ve MaxMa14 anacı üzerinde ağaçların Gisela5 ve Gisela6 anaçları üzerindeki ağaçlardan daha kuvvetli olduklarını belirlemiştir. Steep lider sistemi ile terbiye edilen ağaçlarda vegetatif gelişme diğerlerinden daha güçlü olarak görülmüş. Terbiye sistemlerinin verim yaşı ve ağaç başına verim üzerine çok önemli etkilerinin olmadığını belirtmiştir.

Göksel (2011), ‘Bazı Ön İşlemlerin Kirazın Depolama Ömrü Üzerine Etkileri’ adlı tezinde; 0900 Ziraat, Sweetheart ve Regina kiraz çeşitlerini bir takım ön uygulamalara tabi tutarak belirli süreler içerisinde oluşan değişiklikleri belirlemek amacıyla yapılan fiziksel, kimyasal ve mikrobiyolojik analizlerin etkilerini incelemiştir. Bu sayede kirazın kalite kayıplarının ana nedenleri olan; ağırlık kaybı, meyve ve sapta yaşanan renk değişimleri, meyve sertliği, yüzey yapısı, çürük miktarı, maya ve küf gelişimleri bakımından değerlendirme imkânı oluşturmuş. Bu çalışmalar ile depolama süresinin arttığını, küf ve maya gelişiminin %70-98 oranında azaldığını, ağırlık kaybı, çürüme ve meyvedeki yumuşamanın yavaşladığını, renklerin daha uzun süre korunduğunu tespit etmiştir.

Duran (2014), ‘Farklı Kiraz Çeşitlerine Uygulanan Bazı Büyümeyi Düzenleyici Maddelerin Çiçeklenme Ve Meyve Tutumu Üzerine Etkileri’ adlı tezinde; Ma ve Ma 14 anacı üzerinde aşılı Summit, 0900 Ziraat ve Regina kiraz çeşitlerine ağaçların çiçeklenme ve tomurcukların kabardığı dönemde bitki büyüme düzenleyicisi (Brassinostroid (BR) ve Gibberellik asit (GA3)) kullanıp etkileri üzerine çalışmalar yapmıştır. Araştırmaların sonucunda GA3 ve BR uygulamalarının tomurcuk sayısına etkilerinin yeterli seviyede olmadığını, değişimin sadece ilk yılda olduğunu ve bunun da %29 seviyesinde kaldığını belirlemiştir.

Savaş (2021), ‘Hasat Öncesi Farklı Konsantrasyonlarda Gibberellik Asit (Ga3) Uygulamalarının Early Burlat, Van, 0900 Ziraat Kiraz Çeşitlerinin Meyve Kalitesine Etkileri Ve Uçucu Aroma Bileşenlerinin Belirlenmesi’ adlı tezinde; çalıştığı bölgedeki kiraz ağaçlarına

hasattan bir ay önce farklı dozlarda GA3 uygulaması sonucunda yaşanan pomolojik ve uçucu aroma özelliklerindeki değişimleri incelemiştir. Çalışma sonucunda elde edilen kirazların ağırlık, en ve boy, sap uzunluk ve kalınlığı, meyve eti sertliği, meyve kabuk ve et rengi, pH değeri ve titre edilebilir asitlik değerleri arasında önemli seviyede pomolojik farklar olduğu tespit edilmiştir. Uçucu aroma özelliklerinde ise alkol grubu bileşenlerinde düşüş, aldehitler, ester, keton bileşik grupları ve terpen oranlarında artış gibi olumlu sonuçlar alındığı belirlenmiştir.

Öz ve Bal (2016), 'İhracatçı Açısından Isparta İli Kiraz İhracatının Analizi' adlı makalelerinde; Isparta ilinden kiraz alıp ihraç eden 37 adet ihracatçı firma ile anket yöntemiyle elde ettikleri verileri inceleyerek Isparta ilinin kiraz ihracatını incelemişler. Araştırma sonuçlarına göre yetiştirilen kirazın Türkiye'nin toplam kiraz üretimi payı içerisinde düşük bir seviyede (2015'te %2.57) olmasına rağmen kalitesinin yüksek olması sebebiyle ihraçlık bir ürün olduğunu belirtmişler. Fakat sektörde önemli sorunların olduğunu ve bunları aşmak için devlet-özel sektör-üretici işbirliğinin sağlanması gerektiğini belirlemişlerdir.

Öztürk (2010), 'Isparta İlinde Kiraz İşletmelerinde Yeniliklerin Benimsenme Ve Etki Değerlemesi' adlı tezinde; Isparta ilinde Ar-Ge çalışmaları sonucu ortaya çıkan yeniliklerin işletmeler tarafından ne seviyede kabul gördüğü, bu yeniliklere hangi kanallar vasıtası ile ulaşıldığı ve nasıl kullanıldığını incelemiştir. Araştırılan işletmeleri bu yenilikleri uygulamaları durumlarına göre puanlandırmış ve 69 işletme yüksek, 6 işletme ise düşük puanlı grupta yer almışlar. İşletmecilerin ortalama yaşı 50,63, işletmecilerin eğitim süreleri ortalama 7,72, işletmelerde çalışan aile birey sayıları ortalamaları 3,87, işletmeler ortalama kiraz yetiştiriciliği deneyimleri 20,8 yıl olarak bulunmuştur.

Demircan, Hatırlı ve Aktaş (2004), 'Isparta İlinde Kirazın Pazarlama Yapısı Ve Sorunları' adlı makalelerinde; Isparta ilinde kirazın pazarlama yapısı ve sorunlarını belirlemek, bu sorunlara çözüm önerileri getirmek amacıyla 2002-2003 yılları arasında 92 kiraz üreticisi ile anket yaparak veriler elde etmişler. Bu verilerin sonuçlarına göre bölgedeki kirazın büyük çoğunluğunun ihraç edilebilecek kalitede olduğunu ve üretilen kirazların %80,49'unun ihracatçılara, %9,51'inin ise tüccarlara satıldığını belirlemişler. Fiyatların istikrarsız olması, hasat için yeterli sayı ve kalitede işgücünün olmaması, ambalajların zamanında temin edilememesi ve kiraz alım merkezlerinin düzensiz olması gibi sorunlarında üreticilerin karşılaştıkları başlıca pazarlama sorunları olduğunu belirtmişler. Bunların giderilmesi için de bazı önerilerde bulunmuşlardır.

Demircan, Hatırlı ve Aktaş (2004), 'Isparta İlinde Kirazın Üretim Girdileri ve Maliyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma' adlı makalelerinde; Isparta ilindeki kirazın tesis ve üretim dönemlerinde girdileri, maliyeti ve karlılık durumlarını belirlemek amacıyla 2002-2003 yılları arasında 92 kiraz üreticisi ile anket yaparak veriler elde etmişler. Araştırma sonuçlarına göre tesis döneminde dekara toplam işgücü isteği 62.39 saat, makine çekigücü desteği 7.91 saat olarak saptamışlar. Üretim döneminde ise dekara ortalama olarak 133.49 saat işgücü ve 2.31 saat çekigücü kullanıldığını saptamışlar. İşgücü isteğinde ilk sırayı hasadın, çekigücü desteğinde ise ilaçlamanın

aldığını belirtmişler. İncelenen işletmelerde dekara toplam tesis masraflarını 1.267.687.507 TL, üretim masraflarını 647.194.233 TL ve net karı 993.855.684 TL olarak belirlemişlerdir.

Kuru (2016), 'Kahramanmaraş-Andırın İlçesi Çiğşar Kiraz Bölgesi Topraklarının Fiziksel Ve Kimyasal Özelliklerinin Değerlendirilmesi' adlı tezinde; Bölgeden rastgele seçilen 24 farklı noktanın 0-30 ve 30-60 cm toprak derinliğinden aldığı toprak örneklerini standart analiz yöntemleri kullanarak bazı fiziksel ve kimyasal testler yapmıştır. Çıkan sonuçlara alınan toprakların tınlı ve killi tınlı olduğunu belirlenmiş. Ayrıca topraklardaki yüksek pH ve kireç oranlarının kirazın beslenmesini ve verimini olumsuz yönde etkilediğini, bunun da bu bölgelere organik madde, humik asit ve kükürt uygulanarak azaltılacağını söylemiştir.

Sarıaltın (2019), 'Karaman İli Ermenek İlçesinde Kiraz Üretimi Yapan İşletmelerin Ekonomik Analizi' adlı tezinde; Bölgede kiraz üretimi yapan işletmelerin ekonomik analizlerini yapmak amacıyla tesadüfi örnekleme yöntemiyle belirlenen 61 kiraz üreticisiyle yüz yüze yapılan anketler yapmış. Anket yapılan işletmeler arazi büyüklüklerine göre klasik geç çeşit kiraz üreten ve klasik erkenci çeşit kiraz üreten olarak gruplandırılmış ve analizler karşılaştırılmış. Tarım işletmelerinde tek yıllık ürün üretiminde tercih edilen ürün istenilen sonucu vermemesi durumunda bunun düzeltilmesinin çok yıllık ürünlere göre daha kolay olduğunu belirterek, seçilen ürünün verimlilik ve karlılık analizlerinin iyi yapılması gerektiğini söylemiş. Bu bulgulara göre farklı kiraz çeşitlerinin ekonomik analizlerini yapmış. Klasik geç çeşit kiraz üreten işletmelerin dekara brüt kar, saf hâsıla, tarımsal gelirlerinin sırasıyla; 2.117,60, 1.626,24, 1.808,70 TL ve ekonomik rantabilite oranını ise %15,82 olarak bulmuş. Klasik erkenci çeşit kiraz üreten işletmelerin ise yine aynı sırayla; 1.732,37, 1.315,76, 1.485,95 TL ve ekonomik rantabilite oranı ise %21,57 olmuş. Ayrıca su kaynaklarının yetersizliği, girdi fiyatlarının yüksek olması, meyve halinin olmaması gibi başka sorunların da olduğunu tespit etmiştir.

Kantaroglu (2020), 'Kiraz Üretimindeki Kayıplar Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Kemalpaşa İlçesi Örneği' adlı tezinde; kiraz üretim aşamasında ortaya çıkan kayıpları tespit etmek için; kayıpları etkileyen teknik ve ekonomik özellikler ile üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri birlikte ele alınıp, ürün kaybı yaşayan 79 ve ürün kaybı yaşamayan 23 işletmeciyile anket yapmıştır. Üretimde ortaya çıkan kayıpları etkileyen teknik ve ekonomik faktörleri belirlemek için ise Sıralı Lojistik Regresyon Analizi yöntemini kullanmış. En önemli teknik sorunun ilaçlama, en önemli ekonomik sorunun yüksek girdi fiyatları ve en önemli pazarlama sorununun ise üreticinin fiyat belirlemede etkisiz oluşu olduğunu belirlemiş. Ayrıca deneyim arttıkça kayıp yaşama eğiliminin azaldığını ve soğuk hava deposu eksikliği ile ortaya çıkan kayıpların, hastalık ve zararlılardan oluşan kayıplara göre daha az olduğunu belirlemiştir.

Hasdemir (2011), 'Kiraz Yetiştiriciliğinde İyi Tarım Uygulamalarının Benimsenmesini Etkileyen Faktörlerin Analizi' adlı tezinde; Afyonkarahisar ilinde kiraz üretimi yapan üreticiler arasından tabakalı yöntemi ile belirlediği 136 üreticiye bir takım testler ve anketler yaparak iyi tarım uygulamalarının(İTU) etkilerini ve bu yöntemi tercih etmelerinde etkili olan faktörleri

incelemiştir. Elde ettiği sonuçlara göre; toplam geliri içerisinde kiraz gelirinin payı %50'den fazla olan üreticiler, %50'den az olan üreticilere göre İTU'yu 5,21 kat, işletme binası olanların İTU yapma olasılığı olmayanlara göre 6,06 kat, ihracatçılar aracılığıyla haberdar olanların İTU yapma olasılığı olmayanlara göre 5,71 kat, gübreleme bilgi kaynağı olarak formal bilgi kaynağını seçenlerin ise informal bilgi kaynağını seçenlere göre İTU yapma olasılığı 2,09 kat daha fazla olmuş. Ayrıca üreticilerin tarımsal amaçlı katıldıkları her kurs ise İTU yapma olasılıklarını 2,91 kat arttırmış. Araştırma yapılan üreticilerin İTU'yu reddetme sebepleri ise; işletmelerin küçük ölçekli olması(%54,41), uygulamayı bilmemeleri(%47,06), sertifika maliyetlerinin yüksek olması(%44,12) olarak tespit edilmiştir.

Çelik (2020), 'Kirazda Meyve Kalitesi Üzerine Lokasyonların Etkisi' adlı tezinde; 0900 Ziraat çeşidinin kalite parametreleri üzerine lokasyonların etkisini belirlemek için İzmir'in Kemalpaşa ilçesindeki farklı lokasyonlardan seçtiği ürünlere birtakım fiziksel ve kimyasal analizler yapmış. Kirazlarda farklı lokasyonların ortalama meyve ağırlığı, meyve eni, meyve eti sertliği, ortalama meyve sap kopma direnci, meyve renk değerleri, suda çözünenilir kuru madde, titre edilebilir asitlik, açılardan önemli olduğunu belirlemiştir.

Okur (2011), 'Kiraz Hasadına Yönelik Özelliklerin Saptanması Üzerine Bir Araştırma' adlı tezinde; Kiraz Meyvesinin fiziksel, biyolojik ve mekanik özelliklerini saptayarak hasadın mekanize edilmesi için gerekli verileri toplamak amacıyla çalışmalar yapmış. Çalışmalar sonucunda araştırma yaptığı kiraz çeşitlerinin; meyve sapından kopma kuvveti, ağırlık, kalınlık, genişlik, yükseklik, küresellik, yüzey alanı, hacim, yoğunluk, net meyve eti ağırlığı, çekirdek ağırlığı, gibi özelliklerini tespit etmiş. Mekanik hasat için en uygun kirazın 0900 Ziraat çeşidi olduğunu belirlemiştir.

Çölgeçen (2014), 'Kirazın Raf Ömrünün Arttırılmasında Klordioksit Uygulamasının Etkinliği' adlı tezinde; farklı miktarlarda (4, 8, 12, 16, 20 ve 25 ppm) ve farklı durumlarda sıvı klordioksitin (ClO₂) kiraz kalitesine etkisini incelemiştir. Çalışmalar sonucunda 16 ve 20 ppm ClO₂ karışımlarının kirazın kalitesini korumada daha etkili olduğunu belirlemiştir.

Selçuk (2021), 'Organik Ve Geleneksel Olarak Yetiştirilen '0900 Ziraat' Kiraz Çeşidinde Soğukta Depolama Süresince Kalite Özelliklerinde Meydana Gelen Değişimlerin Belirlenmesi' adlı tezinde; Konya ili Hadim ilçesinde organik ve geleneksel olarak hasat edilen 0900 Ziraat kiraz çeşidinin hasat sonrası hiçbir uygulama yapılmadan 7 günlük raf ömrü ve Modifiye Atmosfer Paketlerinde 35günlük soğukta depolama süresince kalite özelliklerindeki değişimleri incelemiştir. Bu sürede belirli aralıklarla meyvelerin fiziksel ve biyokimyasal özelliklerini((ağırlık kaybı, meyve eti sertliği, meyve kabuk rengi, suda çözünmüş kuru madde, titre edilebilir asitlik, toplam fenolik madde miktarı ve toplam antioksidan aktivite miktarı) analiz etmiştir. Elde ettiği sonuçlara göre soğukta depolama süresince kalite özelliklerinin korunmasında devamlılığı sağlanması gerektiğini belirtmiştir.

İskenderoğlu (2015), 'Mardin İli Ömerli İlçesinde Yetiştirilen Bazı Kiraz Çeşitlerinin Verim, Kalite Ve Soğuklama Gereksinimlerinin Saptanması' adlı tezinde; bölgede üretilen 0900-Ziraat, Starks Gold, Erkenci (yerli), Novari (yerli) kiraz çeşitlerinin soğuklama gereksinimlerini, büyüme derece saatleri toplamını belirlemiştir. Bölgenin kiraz yetiştiriciliği açısından önemli olduğunu ve ileriye dönük kiraz yetiştiriciliği için teşvik edilmesi gerektiğini söylemiştir.

Doğan (2016), 'Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programı Kapsamında Kiraz İşletmelerinin Yatırımlardan Yararlanma Düzeyi Ve İşletmelerin Yatırım Eğilimlerinin Belirlenmesi: Kemalpaşa İlçesi Örneği' adlı tezinde; KKYDP kapsamında, İzmir ili Kemalpaşa ilçesinde uygulanmış olan Makine ve Ekipman Alımlarının Desteklenmesi Programının(MEADP) yöredeki kiraz işletmelerine olan etkisini değerlendirmiş, sorunlar ve olası çözüm önerileri ortaya koymuştur.

Sevilmiş (2018), 'Kirazda Bazı Kimyasal Uygulamaların Meyve Kalitesi Üzerine Etkileri' adlı tezinde; Iğdır bölgesinde yetiştirilen 0900 Ziraat kiraz çeşidinin tam çiçeklenme döneminde tek doz halinde uygulanan bazı kimyasalların meyvenin kalite özelliklerine etkilerini belirlemek için çalışmalar yapmış. Uygulanan kimyasallardan balık yağının meyvenin ağırlığı, meyve eni, meyve boyu, et/çekirdek oranı, suda çözünen kuru madde oranı ve şeker miktarını olumlu yönde etkilediği, GA3 kimyasalının ise meyvenin sertlik değerini arttırdığını belirlemiştir. Kimyasal uygulamanın başarılı olabilmesi için, kimyasal maddenin tipi, uygulama dozu ve zamanının çok iyi belirlenmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır.

Altuntaş (2019), 'Potasyumlu Gübrelemenin Kirazda Meyve Kalitesine Etkisi' adlı tezinde; diğer tüm koşulları sabit tutarak potasyum dozlarının meyvenin kalite özelliklerine etkilerini incelemiştir. Elde ettiği verilerin analizi sonucunda topraktan uygulanan farklı potasyum dozlarının ağırlık, en, boy, sertlik, titre edilebilir asitlik, pH ve antioksidan aktivitesini istatistiksel olarak %1, toplam fenol miktarı ve renk tonu özelliklerindeki etkisini %5 düzeyinde önemli bulmuştur. Renk parametreleri, suda çözünür kuru madde miktarı ve saptan kopma kuvveti özellikleri üzerinde ise önemli bir etkisinin olmadığını belirlemiştir.

Kutlu (2021), 'Ticari Dezenfektan, Ultraviyole Işık Ve Yüksek Yoğunluklu Vurgulu Işık Uygulamalarıyla Dondurulmuş Kirazın Dekontaminasyonu' adlı tezinde; dondurulmuş kiraz örneklerine uygulanan yenilikçi ışık teknolojilerinin meyve kalite özelliklerine etkisini inceleyip sonuçlarını ticari dezenfektan uygulaması olan klorlu yıkama uygulaması ile karşılaştırmıştır. Işık uygulamalarının pH, suda çözünür kuru madde, titre edilebilir asitlik, renk, tekstür gibi kalite özelliklerine önemli bir etkisinin olmadığını, enerji dozuna bağlı olarak toplam monomerik antosiyanin ve toplam fenolik madde miktarını arttırdığını belirlemiştir.

Ediz (2019), 'Türkiye Kiraz İhracatının Pazar Gücü' adlı tezinde; kirazın yetiştirme alanı geniş olmasına rağmen ticari olarak Türkiye, ABD, Şili, Özbekistan, İspanya, Kanada gibi ülkelere üretiminin yapıldığını belirtir. ABD, Almanya, İtalya, SSCB, Fransa gibi ülkelerin 1961-1980 yılları arasında üretim ve sınırlı da olsa ticaretinde ön planda olduklarını 1980'li yıllardan sonra

kiraz yetiştiriciliğindeki ilerlemeler ve dış ticaretteki gelişmeler ile birlikte Türkiye, Şili, ABD, Kanada, Özbekistan ve İspanya gibi ülkelerin üretim ve rekabette üstünlük sağladıklarını belirtir. Coğrafi yapısı ve iklim şartları itibarıyla avantajlı bir ülke olan Türkiye'nin yıllara ve mevsim şartlarına bağlı değişimler olmasına rağmen açık ara lider olduğunu söylemiş. 2017 yılı itibarıyla dünyadaki kiraz üretiminin %25 ini karşılayan Türkiye'nin ihracatta ise %5'lik bir payı olduğunu ve üretilen kirazların %8-15'lik kısmını ihraç ettiğini söyler. Yaptığı çalışmalar sonucunda ise Türkiye'nin kiraz ihracat piyasasındaki pazar gücü katsayısını 0,18, kiraz ihracat fiyat esnekliğini 0,65, kiraz üretim miktarının esneklik katsayısını 1,90, kiraz üretici fiyatları değişkeninin esneklik değerini 0,56 olarak hesaplamıştır.

Uzer (2012), 'Türkiye Kiraz Üretiminin Arz-Talep Ve İhracatının Belirleyicileri' adlı tezinde; Türkiye geneli kiraz üretim ve ihracatı, 1980-2010 arası arz verilerini temel alarak arz-talep ve ihracatın temel belirleyicilerini ortaya koymak amacıyla çalışmalar yapmıştır. 2010 yılı verilerine göre kiraz bahçelerinin bulunduğu araziler toplamının 670.459 hektar(yaş meyve alanının %38'i), kiraz ağaçları toplamının 22.149.565(14.740.131 adet meyve veren ve 7.409.434 adet meyve vermeyen olmak üzere) olduğunu söylemiş. 1990'lı yıllardan 2010 yılına kadar kiraz ağaç sayısı artışının %178 olduğunu ve bunun temel sebebinin ise ekolojik sistemin kiraz üretimine ve bu üretimin ihracata uygun olması sebebiyle gelirinin iyi olması olduğunu belirtir. Bu sebeple de kiraz üretimi, ihracatı, tüketimi, toplam ağaç sayısı ve dikim alanlarının düzenli arttığını söyler.

İlhan (2021), 'Türkiye'de Farklı Lokasyonlarda Yetiştirilen Kirazların (*Prunus avium* L.) Karakterizasyonu Ve Sınıflandırılması' adlı tezinde; Konya iline bağlı Akşehir ilçesi, İzmir iline bağlı Kemalpaşa ilçesi, Manisa iline bağlı Salihli ilçesi, Malatya ili Yeşilyurt ilçesi, Isparta ili Uluborlu ilçelerinde yetiştirilmiş kirazların 2018 ve 2019 yıllarında fiziksel, kimyasal ve duysal özellikleri ile aroma bileşenlerini incelemiş ve bunları karşılaştırmış. Meyve eni, ağırlığı ve suda çözünür kuru madde açısından Salihli lokasyonunda, renk değerleri açısından Yeşilyurt lokasyonunda, toplam asitlik açısından Kemalpaşa lokasyonunda bulunan değerlerin diğerlerinden istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olduğunu belirtmiş. Kirazların yetiştirildiği bölgelerin çeşitli kalite özellikleri üzerinde yüksek düzeyde etkisi olduğunu belirtip bu çalışmaların arttırmanın kiraz meyvesinin karakterizasyonunu sağlamada faydalı olacağını belirtmiştir.

Çelik ve Sarıaltın (2019), 'Türkiye'de Kiraz Üretiminin Yapısal Analizi' adlı makalelerinde; Dünya'da ve Türkiye'de kiraz üretimi ve ticaretinin mevcut durumunu incelemişler ve Türkiye'deki kiraz sektörünün SWOT analizini yapmışlar. 2017 FAO verilerine göre kiraz üretiminde ilk sırada yer alan Türkiye'nin, pazarlama stratejilerindeki hatalar nedeniyle ihracatta üçüncü sırada yer aldığını belirtmişler. Türkiye'nin ekolojik ve çeşitlilik açısından avantajlı, işletmelerin yapısal sorunları ve üretici örgütlenmesi yetersizlikleri olmasını dezavantaj olarak belirtmişler. Ayrıca Türkiye'nin Avrupa Birliği ve Rusya gibi ithalat oranları yüksek olan ülkelere yakın ve işbirliği içinde olmasını fırsat, iklim değişikliği kaynaklı üretim ve fiyat istikrarsızlığını ise tehdit olarak görmüşlerdir.

Başkaya, ‘Türkiye’de Kiraz Tarımının Coğrafi Esasları’ adlı makalesinde; Türkiye’deki kiraz üretim alanları ve üretimindeki gelişmeleri, üretimin bölge ve illere göre dağılımını, üretim ve ihracatının diğer ülkelerle fark ve ilişkilerini incelemiştir. Altyapı eksikliklerini, üretim ve pazarlamadaki kişi ve kurumların örgütlenememesini, etkin bir tarım planının olmamasını, bilgi yetersizliğini, finans ve nakliye sorunlarını önemli bulmuş ve üretim ve ihracatın artmasının bu sorunların giderilmesi ile mümkün olabileceğini belirtmiştir. Bu sorunların giderilmesi için çiftçilere uzun vadeli ve düşük faizli krediler verilmeli, fidan ve gübre desteği yapılmalı, üretim konusunda çiftçiler seminer ve kurslarla eğitilmeli, gibi birtakım önerilerde bulunmuştur.

Emeksiz (1999), 'Orta Toroslarda Kiraz Üretim ve İhracatını Geliştirme Olanakları' adlı makalesinde; Ekolojik koşulları dolayısıyla ihracata yönelik kiraz üretimi için potansiyeli yüksek olan Orta Toroslarda kiraz üretim ve ihracatının yapısını inceleyip bunları geliştirmenin koşullarını araştırmıştır. Çalışma metodu olarak üretici ve tüccarlardan anket yoluyla elde ettiği verileri SWOT analizi yöntemiyle değerlendirmiştir. Buna göre zayıf noktalar; verim düzeyi, işletme yapısı, fidan kalitesi, kredilendirme sistemi, üretici örgütlenmesi, soğutma ve paketlenme, standardizasyon, kuvvetli noktalar; ürün kalitesi, hasat zamanı, pazar pozisyonu ve potansiyel pazara yakınlık, fırsatlar; üretim potansiyeli, pazar büyümesi, uluslararası ticaretin serbestleşmesi, tehditler; uluslararası rekabet, artan pazar istekleri, AB'nin genişlemesi olmuş. Bunların daha etkin ve verimli bir şekilde kullanılıp düzeltilmesi için ise üretim ve pazarlamayla ilgili birtakım önerilerde bulunmuştur.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Araştırmanın ana materyalini, Adana İli Saimbeyli İlçesindeki kiraz üreticileri ve kiraz pazarlamasında faaliyet gösteren aracılarda yapılan bireysel görüşmeler sonucunda elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Bireysel görüşmelerde kullanılan anket formları, araştırmanın amacına uygun olarak daha önce benzer konularda yapılmış çalışmalardan faydalanılarak ve uzman kişilerin görüşleri alınarak hazırlanmıştır. Hazırlanan anketlerin, araştırma alanında pilot anket çalışması ile uygunluğu ve yeterliliği test edilmiş, gerekli düzeltmeler yapılarak anketlere son hali verilmiştir. Üreticilerle ve aracılarda, hasat döneminin en yoğun olduğu zamanın ortasına denk gelecek şekilde 25 Haziran - 6 Temmuz 2018 tarihleri arasında görüşmeler yapılmıştır. Üreticilerin ve aracılarda tamamının ürünlerin başında olduğu, hasat ve pazarlama faaliyetlerinin en yoğun yapıldığı dönemde yapılan anket çalışması ve araştırmanın gözlemleri sonucunda; araştırmanın amacına uygun verilere ulaşılmıştır.

Anket formları, üreticiler ve aracılarda (tüccar,ihracatçı) için ayrı ayrı hazırlanmıştır. Üretici anket formlarında; üreticilerin üretim desenlerini, kiraz üretim tekniklerini (fide temini, gübreleme, ilaçlama, sulama, vb.), bölgedeki pazarlama yapılarını (ürünün satış şekli, ürünün pazarlandığı yerler, satış fiyatı, vb.), üretim ve pazarlama aşamasında yaşadıkları sorunlarını ve gelecek yıllarda kiraz üretimiyle ilgili fikirlerini ve beklentilerini öğrenmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Aracı tüccar ve ihracatçılarda yapılan görüşmelerde aracılarda ürün alım ve satım faaliyetlerinin yanısıra diğer pazarlama faaliyetlerine ilişkin bilgilerin toplanması hedeflenmiştir.

Araştırma, konuyla ilgisi olan resmi ve gayri resmi kurum ve kuruluşlardan temin edilen ikincil verilerle de desteklenmiştir. Bu amaçla, Adana İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Saimbeyli İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Akdeniz İhracatçılar Birliği (AKİB), Uludağ İhracatçılar Birliği (UİB), Tarımsal Üretim ve Geliştirme Müdürlüğü (TÜGEM) ve Food and Agriculture Organization (FAO) istatistiksel verilerinden faydalanılmıştır. Konuyla ilgili daha önce yapılan çalışmalarda da yararlanılmıştır.

3.2. Yöntem

3.2.1. Örnek Seçiminde Kullanılan Yöntem

Tarım İşletmelerinde Örneklem

Araştırma alanı olarak, Adana ili kiraz dikim alanının %54'ünü, kiraz üretiminin %41'ini (2015-2016 yılları ortalamasına göre) sağlayan Adana İli Saimbeyli İlçesi seçilmiştir (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2017). Örnek kapsamına alınacak işletmelerin seçimi, ağaç sayıları ve üretim miktarları dikkate alınarak “Gayeli Örneklem Yöntemi” ile yapılmıştır. Saimbeyli İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü'nden alınan bilgilere göre 2018 yılında ilçede yaklaşık 260 kadar kiraz

üreticisi bulunmaktadır. Saimbeyli İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün sineklere karşı sirke dağıttığı liste de ise 192 üretici bulunmaktadır. Bunlardan 175 üreticinin Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS) belgesi mevcuttur. Ayrıca Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği'ne üye 175 Kiraz üreticisi bulunmaktadır. Bu araştırma ÇKS'ye kayıtlı üreticiler üzerinden yürütülmüş ve ÇKS'ye kayıtlı üreticiler arasından 115 üretici ile bireysel görüşmeler yapılmıştır. Ancak veri girişi ve analiz aşamasında 12 işletmeden elde edilen bilgilerin yetersiz olması nedeniyle 103 işletmeden elde edilen veriler değerlendirmeye alınmıştır. Hasat döneminin ortasına denk gelen zaman periyodunda yapılan alan çalışmasında, o dönemde bölgede faaliyet gösteren 1 yerel tüccar, 2 komisyoncu aracı ve 1 adet de ihracatçı olmak üzere toplam 4 aracı ile bireysel görüşmeler yapılmıştır.

Örnek kapsamına alınan üreticiler, ticari amaçlı üretim yapan, üretim ve pazarlama açısından bölgeyi temsil eden ve bilgi vermeye gönüllü üreticiler arasından seçilmiştir. Yeterli büyüklükte kiraz üretim alanına sahip (1 dekar ile 68 dekar) arazisi olan üreticiler dikkate alınarak, üretim ve pazarlama açısından bölgeyi temsil edecek şekilde seçilmiştir. Anket yapılan 103 kiraz üreticisinin kiraz üretim alanı ortalaması 14,22 dekardır. Buna göre anket çalışması yapılan üreticilerin işletme büyüklüğü ortalaması ise 21,04 dekardır. Örnek işletmelerin işletme arazisi ve kiraz arazisi dağılımına ilişkin bilgiler Çizelge 3.1'de verilmektedir.

Çizelge 3.1. Örnek İşletmelerin Kiraz Ve İşletme Arazisi Büyüklük Dağılımı (da)

	Örnek	Minimum (da)	Maksimum (da)	Ortalama (da)
Kiraz alanı (da)	103	1	68	14,22
İşletme alanı (da)	103	3	204	21,04

Anket yapılan kiraz üreticilerinin tamamı Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS) belgesi olanlar içinden seçilmiştir. Kiraz dikim alanlarının yoğun olduğu ilçe merkezi ve 4 köy olmak üzere toplam 5 yerleşim birimi, GTHB Saimbeyli İlçe Tarım Müdürlüğü'nün öneriler ve yapılan gözlemlere bağlı olarak tespit edilmiş ve seçilen yerleşim birimlerinde bulunan kiraz üreticileri ile görüşmeler yapılmıştır.

Anketlerin, yerleşim birimlerine dağılımı kiraz dikim alanlarındaki payları dikkate alınarak yapılmıştır. Bu kapsamda, Saimbeyli merkez ilçede 51, Kalesekisi Mevkiinde 7, Gürleşen köyünde 21, Yardibi köyünde 17 ve Tülü köyünde 7 anket olmak üzere toplam 103 anket yapılmıştır.

Aracılarda Örneklem

Kiraz pazarlama kanallarında faaliyet gösteren aracılarda faaliyet şekillerini ortaya koymak amacıyla, aracı kişilerle bireysel görüşmeler yapılarak veri elde edilmiş ve değerlendirilerek

yorumlanmıştır. Hasat dönemi sırasında bölgede faaliyet gösteren toplam 4 aracının tamamı ile görüşülmüştür. Bunlar 1 yerli tüccar, 2 komisyoncu ve 1 adet ihracatçı olup, tamamı son yıllarda araştırma bölgesinde her yıl düzenli olarak faaliyette bulunan aracılardır.

3.2.2. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntem

Pazarlama Organizasyonunun Etkinliğinin Değerlendirilmesinde Kullanılan Yöntem

Üreticiler ve araçlarla yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda elde edilen veriler paket programlar vasıtasıyla değerlendirilmiş, frekanslar ve yüzdelere hesaplanarak sonuçlar irdelenmiştir.

Adana İli Saimbeyli İlçesinde kiraz pazarlamasında etkinliğin değerlendirilmesi amacıyla pazarlama hizmetlerinin yerine getirilmesi ile pazarlama unsurlarından pazar saydamlığı ve rekabet incelenmiştir. Pazarlama hizmetlerinin etkinliğini ölçmek amacıyla fonksiyonel yaklaşımdan faydalanılmıştır.

Pazarlamada fonksiyonel yaklaşım, tarım ürünlerinin üreticiden tüketiciye akışı sırasında yapılan hizmetlere göre pazarlama organizasyonunun incelenmesidir. Pazarlama hizmetlerini 3 grupta toplamak mümkündür (İnan, 2006).

- Değişim ile ilgili fonksiyonlar; satın alma ve satış gibi faaliyetlerdir. Satın alma ve satış fonksiyonları pazarlamanın yerine getirmesi beklenen en önemli faaliyetler olarak düşünülmektedir.
- Fiziksel fonksiyonlar; işleme, depolama ve taşıma gibi teknik hizmetlerdir. Pazarlamanın etkin bir şekilde yerine getirilmesi için bu hizmetlere önem vermek gerekmektedir.
- Pazarlamayı kolaylaştırıcı fonksiyonlar; finansman, dereceleme ve standardizasyon ile reklam hizmetleridir. Bu hizmetlerin yerine getirilmesi pazarlamanın etkinliğini yükseltmektedir.

Araştırma yapılan Adana İli Saimbeyli ilçesinde ele alınan kiraz ürününün;

- Komisyoncu, tüccar, ihracatçı gibi pazarlama aşamasında yer alan araçların faaliyette bulunma şekilleri,
- Toplama, işleme, dağıtım, paketleme ve ambalajlama, taşıma, depolama, dereceleme ve standardizasyon gibi önemli pazarlama hizmetleri,
- Pazar saydamlığı ve rekabet gibi pazarlama unsurları incelenerek, kiraz pazarlama organizasyonundaki pazarlama etkinliği ortaya konulmuştur.

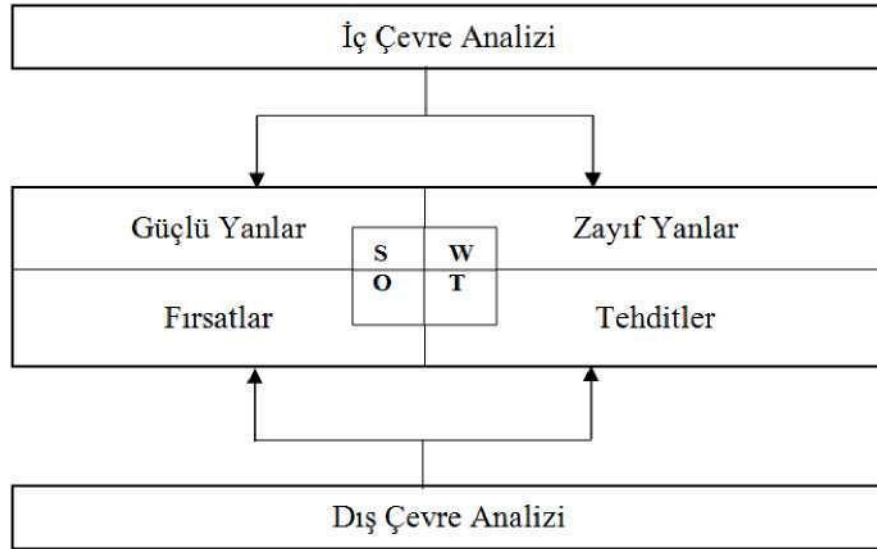
SWOT Analizi

Bölgede kirazcılık sektörünün gelişme olanaklarının belirlenmesine yönelik plan ve stratejilerin ortaya konulmasında SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) analizinden faydalanılmıştır.

Pazarlama çalışmalarında SWOT analizi; bir ülkenin, bölgenin veya kurumun iç ve dış durum analizini içeren ve analize konu olan faktörlerin derinlemesine araştırılmasına olanak sağlayan bir analiz tekniğidir (Aktan, 2007). Bu analiz tekniği; ülkenin, bölgenin veya kurumun kendi yapısal durumu ile piyasadaki rakiplerin ve piyasanın durumunun ayrıntılı şekilde ortaya konulduğu, rekabet gücünün ölçüldüğü ve analiz sonucunda ortaya çıkan sonuca göre stratejilerin belirlendiği bir yöntemdir (Emeksiz, 1999).

SWOT analizinde kullanılan güçlü ve zayıf yönler “içsel”, fırsatlar ve tehditler ise “dışsal” faktörler olarak ifade edilmektedir (Bakker, 2010). İçsel ve dışsal faktörlerin sistematik bir şekilde değerlendirilmesi; pazarlamada daha iyi bir etkinliğe ulaşmak amacıyla bölgenin sahip olduğu potansiyel ile dışsal faktörler arasındaki uyumu optimize etmek isteyen işletme sahipleri için rehber niteliği taşımaktadır (Mili, 2006).

SWOT analizinde ilk olarak, güçlü ve zayıf yönler ile fırsatlar ve tehditlerin her biri için ayrı bölüm olacak şekilde bir tablo hazırlanmaktadır (Şekil 3.1). Daha sonra elde edilen verilerden yola çıkarak araştırma bölgesinde sektörün güçlü ve zayıf yönleri ile karşılaşılan fırsatlar ve tehditler ilgili başlıkların altında listelenmektedir. Son olarak, tabloda yer alan veriler bir bütünlük içerisinde ve neden-sonuç ilişkisi de göz önünde bulundurularak değerlendirilmektedir.



Şekil 3.1. SWOT Analizi Tablosu (Çelik ve Murat, 2008.)

- S** (Strengths) : **Güçlü Yönler**
W (Weaknesses) : **Zayıf Yönler**
O (Opportunities) : **Fırsatlar**
T (Threats) : **Tehditler**

Bu alışmada, SWOT analizine kaynak oluşturan veriler, kiraz üreticileri ve kirazın pazarlama aşamasında faaliyette bulunan aracılar ile yapılan görüşmeler ve daha önce yapılmış çalışmalardan faydalanılarak elde edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen veriler geleceğe yönelik beklentiler de göz önüne alınarak güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler başlıkları altında toplanmıştır. Son olarak kirazcılık sektörü, bu faktörler arasındaki neden - sonuç ilişkisi de dikkate alınarak değerlendirilmiştir.





4. ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Dünyada ve Türkiye’de Kiraz Üretiminde Gelişmeler

Kiraz dünyada talebi çok olan sevilen bir meyvedir. Talebi yüksek olduğu için üreticiler ve araçlar açısından getirisi yüksek bir tarım ürünüdür. Dünyada elverişli iklime ve coğrafi şartlara sahip geniş bir üretim alanında yetiştirilebilmektedir. Dünyada kişi başına gelirin artmasına paralel kiraza olan talep de artmaktadır. Artan talebi karşılamak ve elde edilen geliri artırmak amacıyla hem kiraz dikim alanı hem de üretim yıllar itibariyle artmaktadır. Ayrıca yeni tekniklerin gelişmesiyle verim artışı da sözkonusudur.

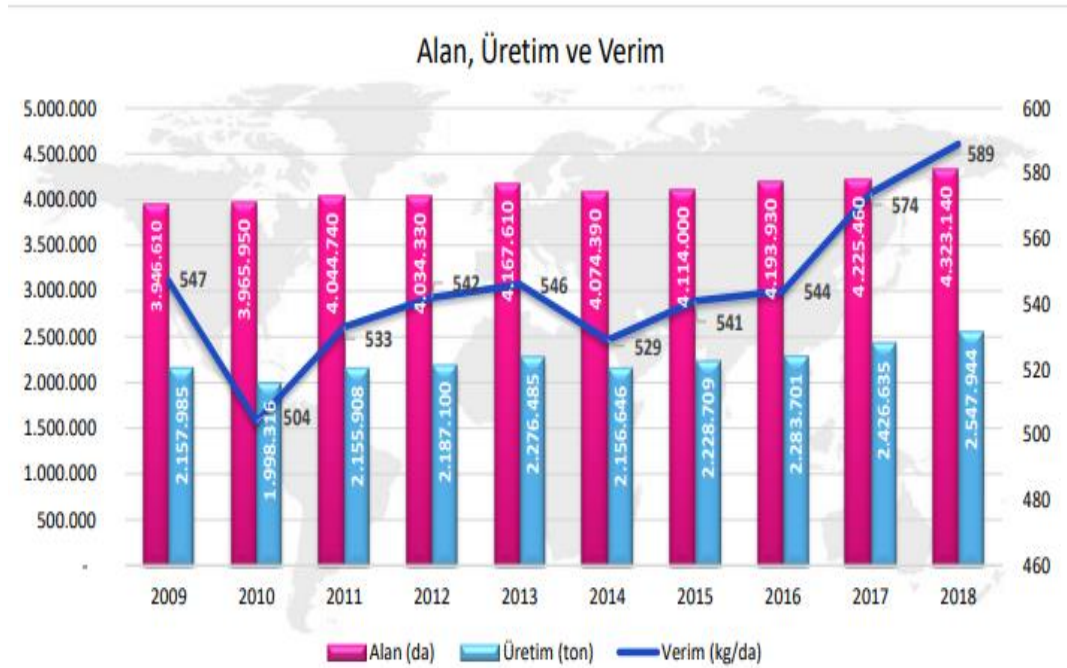
Dünyada artan iletişim imkanları, ulaşım ve lojistikte yaşanan gelişmeler sonucunda kiraz daha fazla dış ticarete konu olmaktadır. Eski pazarlara daha hızlı ve kaliteli ürün ulaştırmanın yanında, teknolojik ve lojistik gelişmelerin yardımıyla yeni pazarlar bulmak ve bu pazarlara ürün pazarlamak daha kolay hale gelmiştir.

Bu nedenlerden dolayı, kiraz üretilen alanlar artmakta, daha kaliteli ürünler yetiştirilmekte, bahçelerden daha verimli ürün alınmakta, kiraz pazarlara daha kolay ulaştırılmakta ve kirazın uluslararası ticarete konu olan miktar ve hasıla değeri daha yüksek miktarda gerçekleşmektedir. Özetle dünyada talebi gittikçe artan kiraz, iklimi uygun tüm ülkelerde yetiştirilmeye başlanmış ve günümüzde çok geniş bir üretim alanına ulaşmıştır.

4.2. Dünya’da Kiraz Üretimi, Dış Ticareti ve Fiyatları

4.2.1. Üretim

Dünyada son 10 yılda (2009-2018) kiraz dikim alanı, verimi ve üretimindeki gelişmeler Şekil 4.1’de verilmiştir..

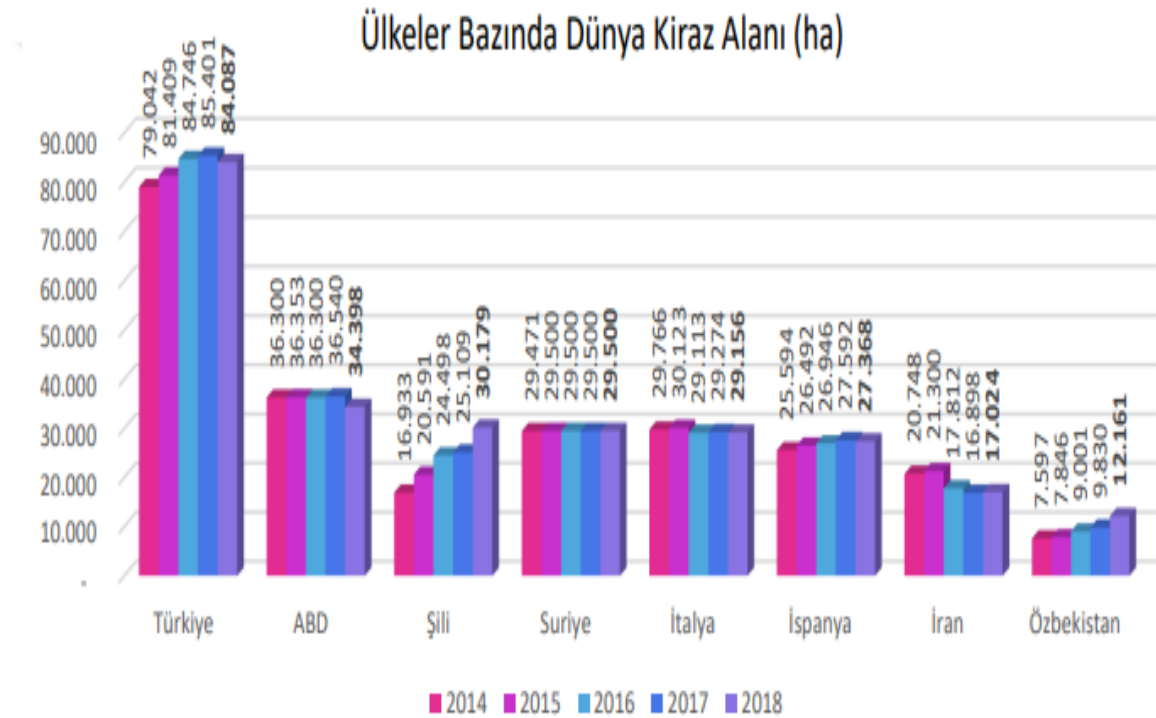


Şekil 4.1. Dünyada Kiraz Dikim Alanı, Üretimi ve Verimi (FAO,2020)

Dünya kiraz dikim alanı son 20 içerisinde % 37 artarak 326 bin hektardan 2020 yılında 445 bin hektar seviyesine ulaşmıştır. Dikim alanında sürekli ve düzenli bir artış görülmektedir.

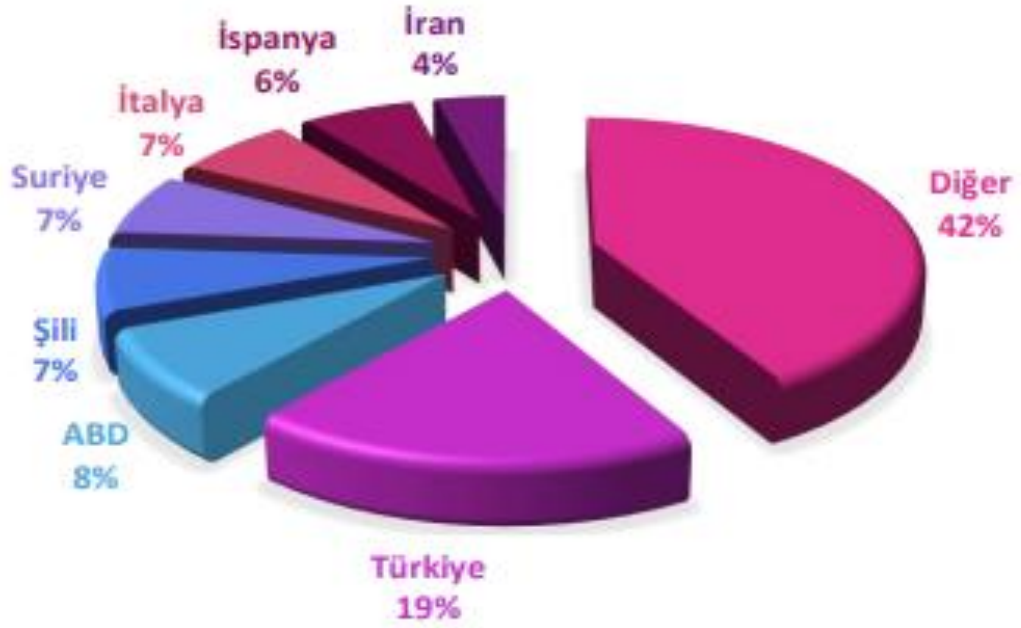
2014–2018 yılları dünyada kiraz üretilen alanları incelendiğinde Türkiye’nin 1. sırada yer aldığı, ülkemizi sırasıyla ABD, Şili, Suriye, İtalya, İspanya, İran ve Özbekistan’ın izlediği görülmektedir (Şekil 4.2).

2014-2018 yılları arasında üretim alanını en çok artıran ülke Şili olup, son 5 yılda üretim alanını % 78 artırmıştır. Üretim alanı artışında Şili’yi; Özbekistan %60, Yunanistan %21, İspanya %7 ve Türkiye %6 artış ile izlemiştir. ABD, İran ve İtalya’da ise dikim alanlarında azalma gözlemlenmiştir.



Şekil 4.2. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz Dikim Alanı Gelişimi (FAO,2020)

2018 yılında Türkiye 84.087 ha (%19) ile kiraz dikim alanında dünya lideridir. Ülkemizi sırasıyla %8 ile ABD, %7 ile Şili, %7 ile Suriye, %7 ile İtalya, %6 ile İspanya takip etmektedir (Şekil 4.3).



Şekil 4.3. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz Dikim Alanı Oransal Dağılımı (%) (FAO,2020)

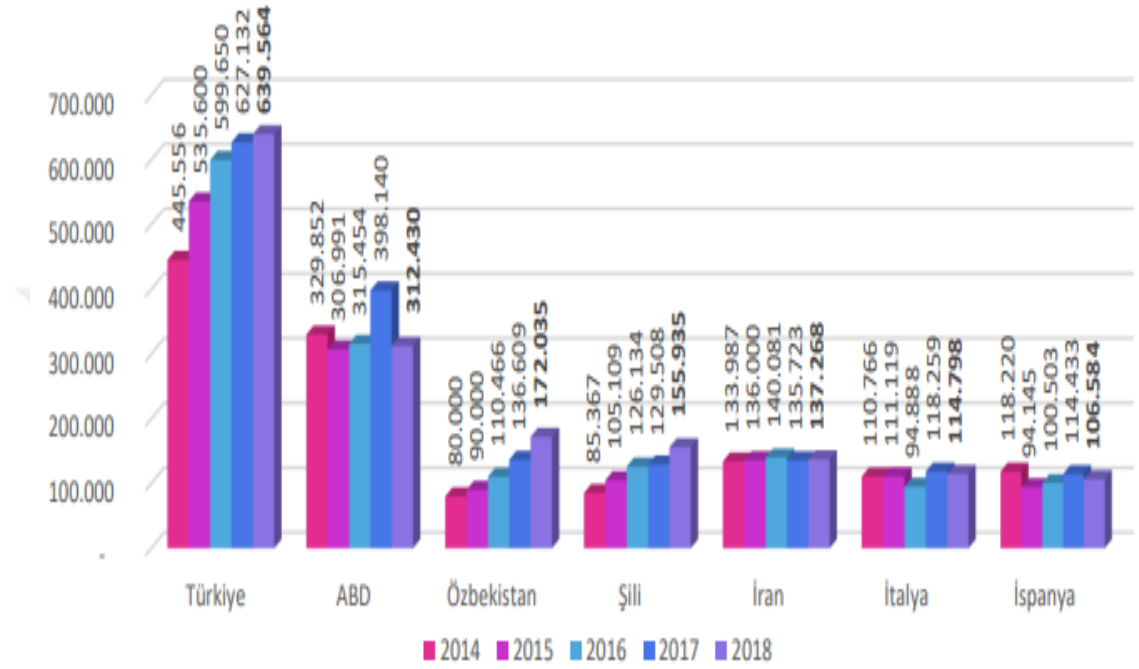
İncelenen dönemde dünya Kiraz dikim alanları içerisinde özellikle Şili ve Özbekistan'ın oransal olarak üretim alanlarını son yıllarda önemli miktarda artırdıkları görülmektedir. Bu ülkelerde gelecek yıllarda, dikim alanının artmasıyla, üretim artışı ve ihracat miktarlarında bariz artışlar beklenmektedir. Suriye'nin üretim alanı sabit kalmıştır.

Dünyada kiraz verimi bazı yıllar iklim şartları nedeniyle inişler yaşasa da sürekli yükselmektedir. 2010 yılında dekara verim 504 kg civarında iken 2018 yılında dekara verim % 17 oranında artarak 589 kg olarak gerçekleşmiştir. İklim sorunları kirazda ortak bir sorun olup yıllara göre verimin dolayısıyla da üretimin büyük ölçüde değişim göstermesine sebep olmaktadır. Verim miktarı ülkeler arasında önemli farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıkları doğuran temel nedenler ise iklim koşulları (aşırı yağışlar, kuraklık, mevsimsel iklim düzensizlikleri), tercih edilen çeşitler ve yerel uygulamalardaki (çeşit seçimi, budama, gübreleme, sulama, hasat ve döllemenin tekniğine uygun yapılmaması, yetersiz bakım yapılması gibi...) farklılıklardır.

Dünya Kiraz üretimi son yıllarda artarak yıllık 2.548 bin ton civarına ulaşmıştır (2018 yılı). Dikim alanındaki artışlara ve verimdeki gelişmelere bağlı olarak üretim son 10 yılda (dönem başı ve dönem sonu ortalamaları itibariyle) %18 oranında artmıştır.

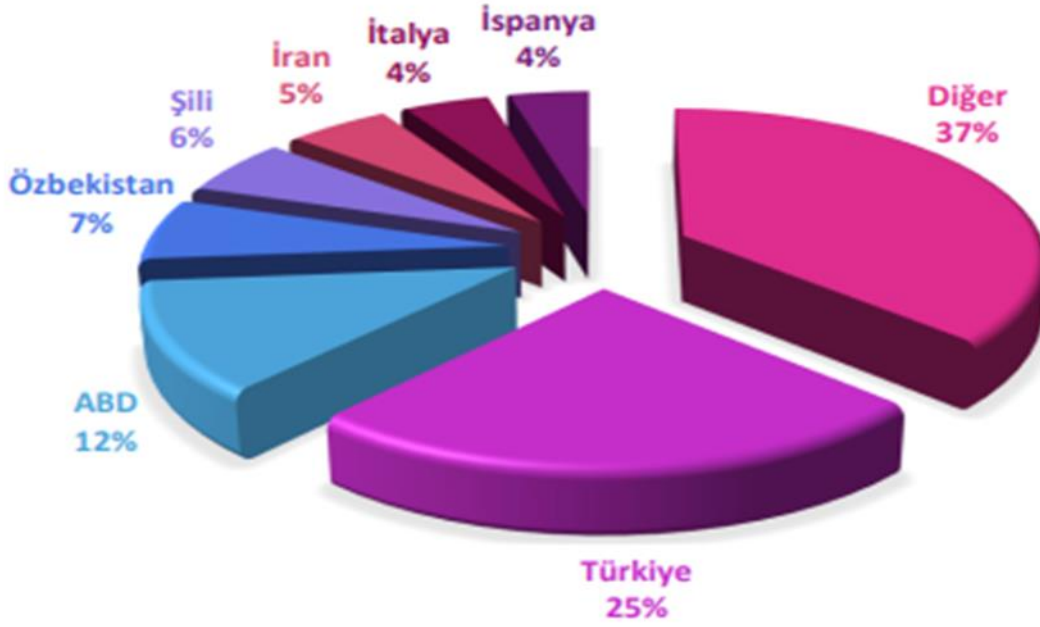
Dikim alanındaki % 17 lik büyümeye karşı üretim miktarındaki % 18 lik artışın; üretim artışının daha çok dikim alanındaki gelişmeden kaynaklandığı, verimin etkisinin nispeten az olduğu anlamına geldiği söylenebilir.

Türkiye, son 5 yıl (2014-2018) yılları ortalamasına bakıldığında 570 bin ton yıllık ortalama üretim ve 2018 yılı 640 bin ton üretim ile dünyada 1.sırada bulunmaktadır. ABD ise son yıllar yaklaşık 333 bin ton üretim miktarı ile 2.sırada yer almaktadır. Diğer önemli üretici ülkeler sırasıyla Özbekistan, Şili, İran, İtalya ve İspanya olarak sıralanmaktadır. Geriye kalan çok sayıda ülkelerin payı ise %37'dir (Şekil 4.4).



Şekil 4.4. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz Üretim Miktarının Gelişimi (FAO,2020)

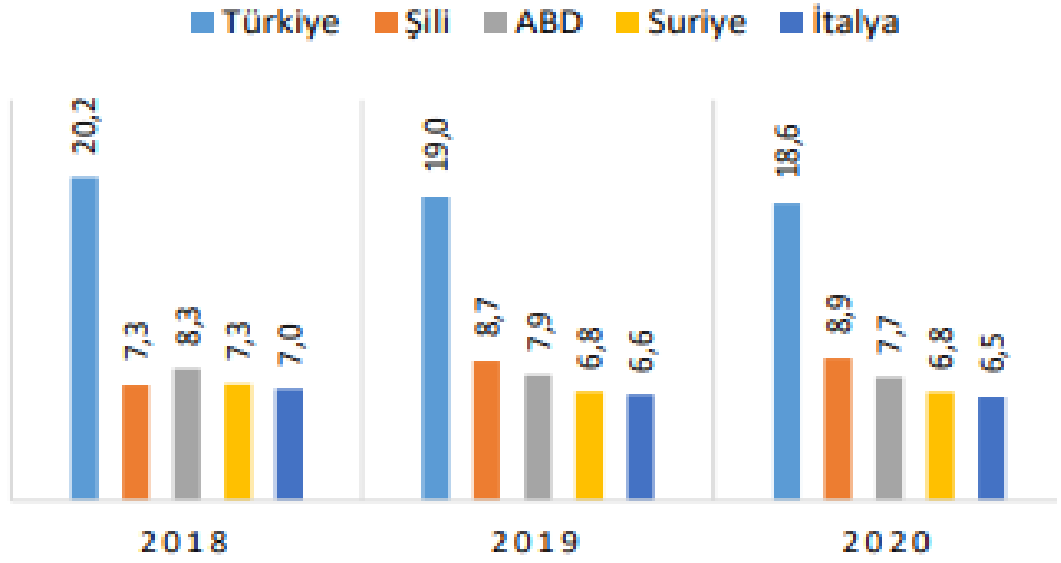
2018 yılında Türkiye 640 bin ton (%25) ile kiraz üretiminde dünya lideridir. Ülkemizi sırasıyla %12 ile ABD, %7 ile Özbekistan, %6 ile Şili, %5 ile İran, %4 ile İtalya ve İspanya takip etmektedir (Şekil 4.5).



Şekil 4 5. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz Üretiminin Oransal Dağılımı (%) (FAO,2020)

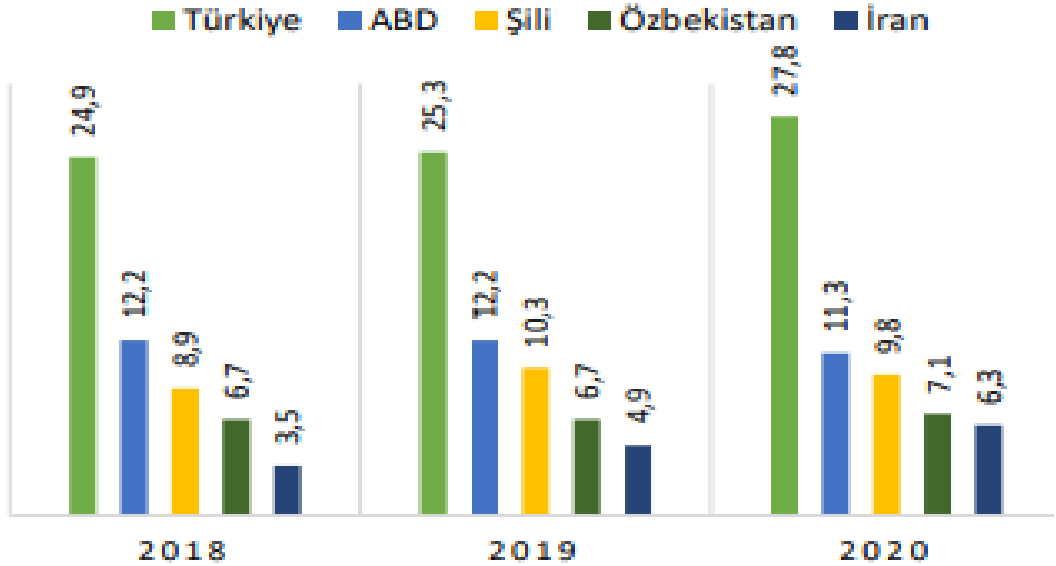
İncelenen dönemde (2009-2018), kiraz üretiminde genel bir artış eğiliminin olduğu, bu 10 yıl içerisinde %18 lik bir artışın olduğu görülmektedir. Dünya kiraz üretiminde meydana gelen artışın sebebi özellikle Şili (%78), Özbekistan (%60), Yunanistan (%21), İspanya (%7) ve Türkiye’de (%4) meydana gelen artışlardır. Şili, Özbekistan ve Türkiye gibi ülkelerdeki dikim alanlarında meydana gelen artış eğilimi ve dünya genelinde verim artırıcı uygulamaları artırma çabaları dikkate alındığında dünya kiraz üretiminin önümüzdeki yıllarda önemli derecede artacağı tahmin edilmektedir

FAO verilerine göre son yıllarda dünya kiraz üretim alanı 445 bin ha civarındadır (2020 yılı). 2020 yılı verilerine göre kiraz üretim alanında 827 bin da ve % 18,6 oran ile Türkiye ilk sırada yer almaktadır. Ülkemizi izleyen diğer 4 önemli kiraz üretim alanine sahip ülkeler, Şili (%8,9), ABD (%7,7), Suriye (%6,8) ve İtalya (%6,5) dır (Şekil 4.10).



Şekil 4.6. Dünyada Kiraz Dikim Alanında Önemli Ülkeler (%) (FAO,2021)

FAO verilerine göre dünya kiraz üretimi 2.609 bin ton civarındadır (2020 yılı). 2020 yılı verilerine göre kiraz üretiminde 725 bin ton üretim ve % 27,8 oran ile Türkiye ilk sırada yer almaktadır. Ülkemizi izleyen diğer 4 önemli kiraz üreticisi ülkeler, ABD (%11,3), Şili (%9,8), Özbekistan (%7,1) ve İran (%6,3)dır (Şekil 4.11).



Şekil 4.7. Dünyada Kiraz Üretim Miktarında Önemli Ülkeler (%) (FAO,2021)

4.2.2. İhracat

Dünyada kiraza olan talep arttıkça ihracat da, hem miktar olarak hem de değer olarak artmaktadır.

2015 – 2019 yılları kıyaslandığında dünya kiraz ihracat miktarı %52 ve ihracat değeri %88 artmıştır (Çizelge 4.1).

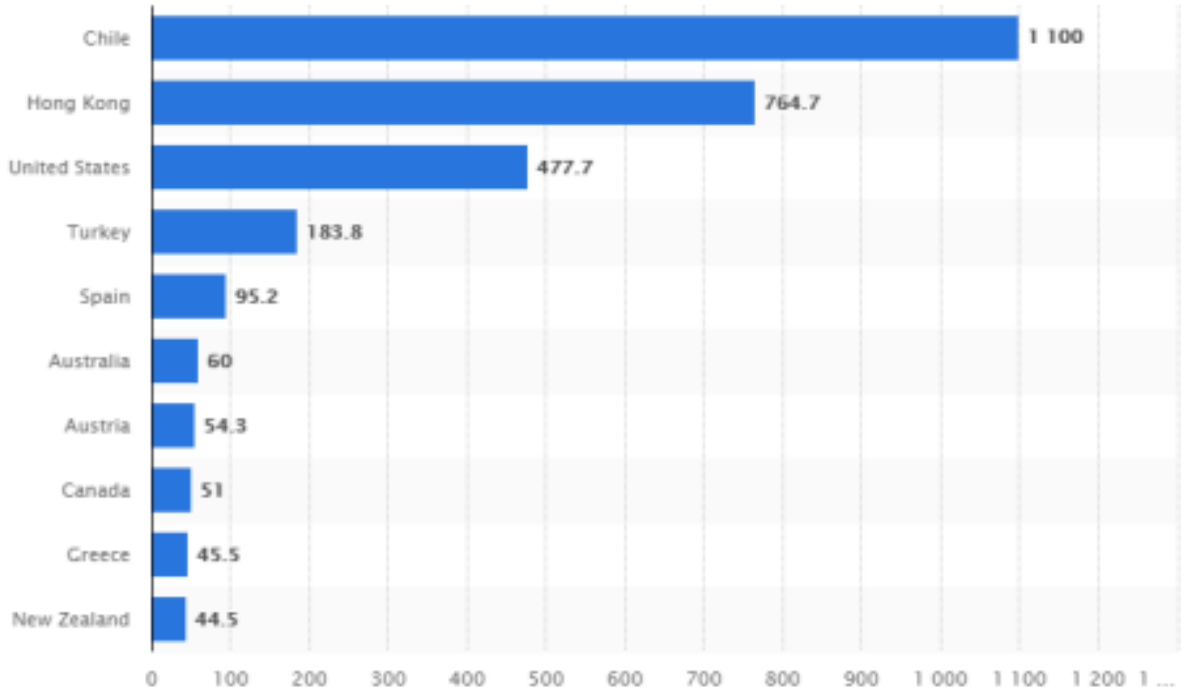
Çizelge 4.1. Dünya Kiraz İhracatı

	2015		2016		2017		2018		2019	
Ülke Adı	İhracat Miktarı (ton)	İhracat Değeri (bin \$)	İhracat Miktarı (ton)	İhracat Değeri (bin \$)	İhracat Miktarı (ton)	İhracat Değeri (bin \$)	İhracat Miktarı (ton)	İhracat Değeri (bin \$)	İhracat Miktarı (ton)	İhracat Değeri (bin \$)
Şili	97.778	393.731	139.602	544.553	95.846	358.736	216.755	805.824	259.886	1.073.208
Hong Kong	51.422	181.812	81.627	347.643	69.321	301.736	138.312	647.801	167.756	764.728
ABD	74.216	427.256	72.380	455.120	106.656	604.094	83.972	500.458	81.153	477.744
Türkiye	68.569	122.668	79.789	182.535	60.121	159.042	75.304	161.674	80.508	183.839
İspanya	22.181	65.778	21.308	66.735	27.746	80.579	31.560	73.830	26.701	93.454
Azerbaycan	11.990	19.673	14.993	22.935	14.439	23.155	23.320	37.988	26.516	42.200
Yunanistan	24.921	46.517	16.171	34.841	15.515	31.617	16.909	31.043	20.826	45.483
Özbekistan	-	-	-	-	30.609	67.026	33.811	141.044	16.882	52.320
Avusturya	16.218	55.266	26.109	97.293	17.886	69.883	14.784	54.550	15.216	54.320
Moldova	13.737	15.435	3.856	1.864	8.376	4.166	11.652	6.528	8.336*	12.504*
Kanada	12.404	63.016	9.489	59.140	10.107	55.543	10.852	69.945	8.209	50.963
Diğer Ülkeler	113.544	263.419	108.760	313.129	55.236	297.749	84.514	268.441	62.872	264.400
Toplam	507.406	1.650.908	573.405	2.122.526	553.467	2.033.554	740.105	2.791.862	772.230	3.116.946

Kaynak: Trademap, 2020

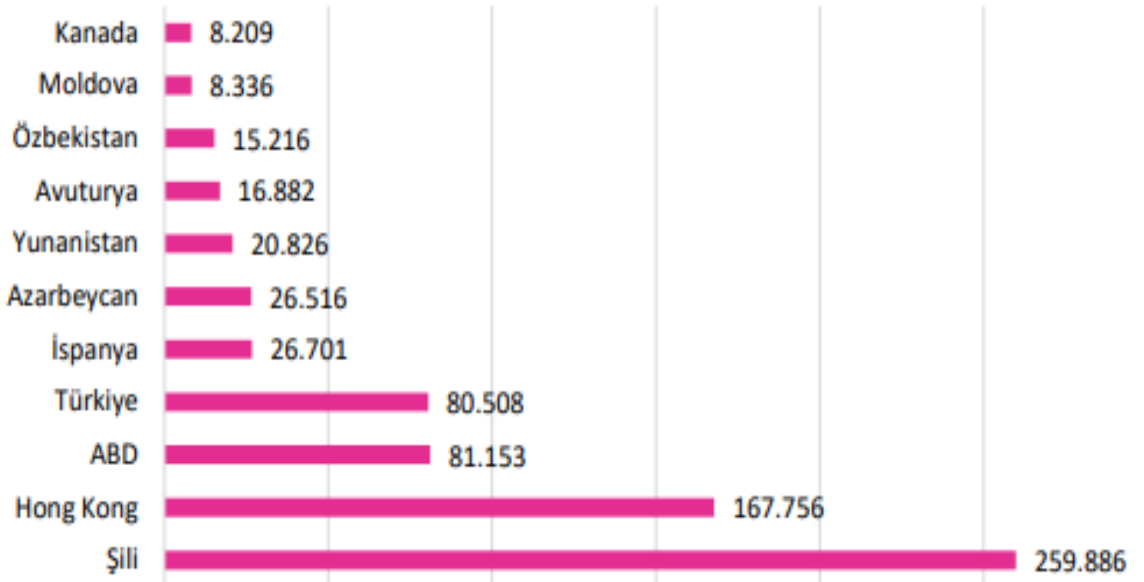
Ülkeler itibariyle 2019 yılı verileri incelendiğinde dünya kiraz ihracatında ilk üç ülke Şili, Hong Kong ve ABD'dir. Türkiye ise 184 milyon dolar ve 81 bin ton ile 4.sırada yer almaktadır.

2019 yılı ihracat değerleri itibariyle başlıca ihracatçı ülkeler sıralaması; Şili (%34), Hong Kong (%25), ABD (%15), Türkiye (%6) ve diğer ülkeler (%20) şeklindedir (Şekil 4.8). 2019 yılında Şili 1.1 milyar dolar ihracat değeriyle dünyanın en büyük kiraz ihracatçısıdır. Hong kong ise ülkede kiraz üretimi olmadığı halde, önce ithal edip sonra ihraç eden (reexport), 764,7 milyon USD ile dünya kiraz ihracatında ikinci ülkedir.



Şekil 4.8. Dünyada İhracat Değeri Bakımından Önemli Ülkeler (2019, Milyon USD)(Statista,2020)

2019 yılı verileriyle önemli ülkeler bazında dünya kiraz ihracat miktar sıralaması; Şili (%34), Hong Kong (%28), ABD (%11), Türkiye (%10) ve diğer ülkeler (%17) şeklindedir (Şekil 4.9).



Şekil 4.9. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz İhracat Miktarı (2019, Ton) (tarımorman.gov.tr)

4.2.3. İthalat

Dünyada kiraza olan talep arttıkça ithalat da, hem miktar olarak hem de değer olarak artmaktadır. Dolayısıyla ülkeler arasında uluslararası kiraz rekabet de artmaktadır.

2015 – 2019 yılları kıyaslandığında 5 yıl içerisinde dünya kiraz ithalat miktarı %44 ve ithalat değeri %77 oranında artmıştır (Çizelge 4.2).

Çizelge 4.2. Dünya Kiraz İthalatı

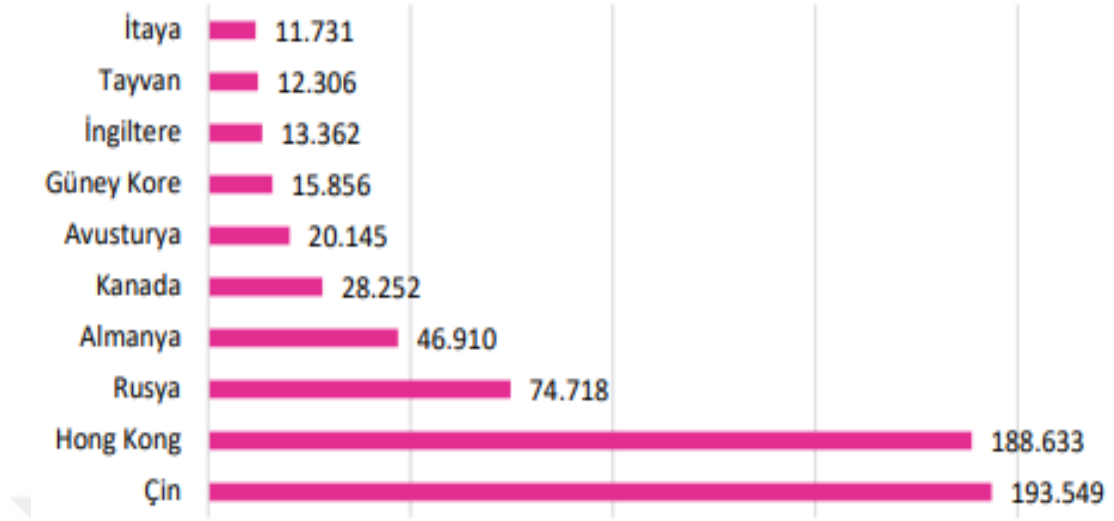
	2015		2016		2017		2018		2019	
Ülke Adı	İthalat Miktarı (ton)	İthalat Değeri (bin \$)	İthalat Miktarı (ton)	İthalat Değeri (bin \$)	İthalat Miktarı (ton)	İthalat Değeri (bin \$)	İthalat Miktarı (ton)	İthalat Değeri (bin \$)	İthalat Miktarı (ton)	İthalat Değeri (bin \$)
Çin	91.502	671.756	109.030	794.040	101.885	771.032	186.263	1.303.422	193.549	1.398.666
Hong Kong	63.006	333.855	99.496	535.114	80.478	441.915	158.430	835.167	188.633	989.897
Rusya	62.423	71.021	57.517	85.386	61.586	94.517	82.024	116.805	74.718	129.323
Almanya	36.984	113.082	45.427	162.688	51.469	194.749	44.751	160.733	46.910	161.418
Kanada	24.210	111.120	23.575	107.366	32.631	139.130	27.609	124.054	28.252	125.197
Avusturya	18.348	63.310	29.243	89.939	19.789	109.904	17.586	104.879	20.145	100.636
Güney Kore	12.578	125.801	13.805	124.976	17.648	160.405	18.067	163.096	15.856	136.758
İngiltere	18.350	61.287	17.019	59.446	16.044	51.274	15.155	51.215	13.362	48.744
Tayvan	9.252	74.968	10.908	89.839	13.414	109.904	12.920	104.879	12.306	100.636
İtalya	7.529	20.089	10.888	32.761	6.198	18.421	8.865	23.255	11.731	38.991
Diğer Ülkeler	162.816	428.570	142.620	474.979	145.532	499.330	156.595	498.917	126.796	431.466
Toplam	505.808	2.071.192	559.566	2.553.204	546.702	2.534.279	726.875	3.480.380	730.575	3.663.617

Kaynak : Trademap, 2020.

2019 yılında Çin 1.4 milyar dolar ithalat değeriyle dünyanın en büyük kiraz ithalatçısıdır. Hong Kong ise kiraz ihracat kaleminde olduğu gibi, 989 milyon dolar ile dünya kiraz ithalatında ikinci ülkedir. Türkiye'nin en çok kiraz ihraç ettiği ülkelerden Rusya 129 milyon dolar ile 3.sırada ve Almanya 161 milyon dolar ile 4.sırada yer almaktadır.

2019 yılı verileriyle önemli ülkeler bazında dünya kiraz ithalat miktar sıralaması; Çin (%27), Hong Kong (%26), Rusya (%10), Almanya (%6) ve diğer ülkeler (%31) şeklindedir (Şekil 4.10).

2019 Yılı Ülkelere Göre Dünya İthalat Miktarı (ton)



Şekil 4.10. Dünyada Ülkeler Bazında Kiraz İthalat Miktarı (Ton, 2019)(tarımorman.gov.tr)

4.2.4. Fiyatlar

Dünyada kiraza olan talep arttıkça ithalat ve ihracat değerleri hem miktar hem de değer olarak artmaktadır. Dolayısıyla talebi artan kirazın fiyatının da yıllar itibariyle dalgalanmalara rağmen arttığı görülmektedir (Çizelge 4.3). Nitekim en büyük ihracatçı ülke olan Şili’de, 2000-2017 döneminde birim ihracat fiyatı 811 dolardan 2.430 dolara yükselmiştir.

Çizelge 4.3. Başlıca Kiraz Üreticisi Ülkelerin Yurtiçi Fiyat Değişimi (USD/ton)

YILLAR	ABD	ŞİLİ	İSPANYA	TÜRKİYE
2000	1.477	811	1.244	703
2005	2.194	720	2.165	1.317
2010	2.568	1.352	1.926	1.481
2011	2.789	1.146	1.869	1.949
2012	2.227	1.844	1.803	1.705
2013	2.877	2.765	2.037	1.688
2014	2.359	1.291	1.774	1.612
2015	-	-	1.618	1.232
2016	2.480	2.280	2.009	1.168
2017	-	2.430	1.644	1.112

Kaynak: FAO, 2019.

Önemli kiraz ihracatçısı ülkelerin yaptıkları ihracattan ton başına elde ettikleri fiyatlar, ülkeden ülkeye önemli farklılıklar göstermektedir (Çizelge 4.4). Avusturalya ton başına 11.530 dolar ve Yeni Zelanda ton başına 13.728 dolar ile oldukça yüksek fiyattan ihracat yapmaktadırlar. İhracatta ton başına dünya ortalama fiyatı 4.036 dolardır. Türkiye ton başına 2.283 dolar ile fiyat

ile en düşük ülkelerden birisi olup, dünya ihracat fiyat ortalamasının yaklaşık yarısı fiyattan ihracat yapmaktadır.

Kiraz birim fiyatlarının ülkeler bazında çok farklı olması; ülkelerin ekolojik, ticari ve ekonomik yapılarına bağlıdır. Özellikle Şili gibi güney yarımkürede bulunan ülkeler hem ihracat miktarlarını hem de ton başına ihracat gelirlerini artırmaktadırlar. Kiraz meyvesinin uzun süre saklanamaması nedeniyle kiraz arzının düşük olduğu mevsimlerde ürünlerini dış pazarlara sunmakta ve arz azlığına bağlı fiyat artışından ekstra kazanç elde etmektedirler.

Kiraz ürününün pazarlamasında kuzey yarımkürede olması ve potansiyeli açısından en büyük rakibimiz Amerika Birleşik Devletleri'dir. Amerika Birleşik Devletleri, Mayıs ayında dünya piyasasına kiraz satışına başlayarak erkenci kirazın fiyat avantajından yararlanmaktadır. Türkiye ise dünyada kirazın en yoğun olduğu Haziran ve Temmuz aylarında piyasaya kiraz satışı yapmasından dolayı düşük fiyatın dezavantajına katlanmaktadır. Pazardan daha fazla pay almak ve daha fazla getiri elde etmek için, Nisan ve Mayıs aylarında üretimi yapılabilecek erkenci çeşitlere veya Ağustos ayında üretim yapılabilecek geç olgunlaşan kiraz çeşitlerine odaklanmak önemli bir konudur.

Çizelge 4.4. Başlıca Ülkelerin İhracat Birim Fiyatları (2019)

İhracatçı Ülkeler	İhracat Değeri (Bin USD)	İhracat Miktarı (Ton)	Birim Fiyat (USD/Ton)
Dünya	3.116.949	772.253	4.036
Şili	1.073.208	259.886	4.130
Hong Kong	764.728	167.756	4.559
ABD	477.744	81.153	5.887
Türkiye	183.839	80.508	2.283
İspanya	95.195	26.763	3.557
Avusturalya	59.954	5.200	11.530
Avusturya	54.320	15.216	3.570
Özbekistan	52.959	16.882	3.137
Kanada	50.963	8.209	6.208
Yunanistan	45.483	20.826	2.184
Yeni Zelanda	44.492	3.241	13.728

Kaynak: Trademap, 2020

Önemli kiraz ithalatçısı ülkelerin yaptıkları ithalatla ton başına ödedikleri fiyatlar, ülkeden ülkeye önemli farklılıklar göstermektedir (Çizelge 4.4). Güney Kore ton başına 8.625 dolar ve Tayvan ton başına 8.178 dolar ile en yüksek fiyatlardan ithalat yapmaktadırlar. İthalatta ton başına

dünya ortalama fiyatı 5.015 dolardır. Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk 2 ülkeden Rusya ton başına 1.731 dolar ve Almanya ton başına 3.441 dolar fiyattan en düşük bedelli ithalat yapmaktadır.

Çizelge 4.5. Başlıca Ülkelerin İthalat Birim Fiyatları (2019)

İthalatçı Ülkeler	İthalat Değeri (Bin USD)	İthalat Miktarı (Ton)	Birim Fiyat (USD/Ton)
Dünya	3.663.885	730.652	5.015
Çin	1.398.666	193.549	7.226
Hong Kong	989.897	188.653	5.247
Almanya	161.418	46.910	3.441
Güney Kore	136.758	15.856	8.625
Rusya	129.323	74.718	1.731
Kanada	125.197	28.252	4.431
Tayvan	100.636	12.306	8.178
Avusturya	73.466	20.145	3.647
ABD	67.359	10.138	6.644
İngiltere	48.744	13.362	3.648

Kaynak: Trademap, 2020

4.3. Türkiye’de Kiraz Üretimi, Tüketimi, Dış Ticareti ve Fiyatları

Kiraz Türkiye’nin her bölgesinde yetiştirilebilen ve Türkiye’de yaklaşık 50 çeşidi olan bir meyvedir. Yıllar itibariyle artan bir üretim potansiyeline sahiptir. Ticari potansiyeli açısından ise; İzmir (Kemalpaşa, Kiraz), Manisa (Demirci, Şehzadeler), Bursa (Keleş, İnegöl), Denizli (Honaz), Amasya, Çanakkale (Bayramiç, Lapseki) ve Konya (Hadim, Akşehir) gibi bazı iller ön plana çıkmaktadır. Bu illere son yıllarda Niğde (Ulukışla-Darboğaz bölgesi) de katılmıştır. Bu bölgelerde yetiştirilen kiraz meyvesi özellikle ihracat ürünü olması nedeniyle daha dikkatli ve modern ziraat teknikleri ile yetiştirilmektedir.

Türkiye’nin farklı bölgelerinin farklı coğrafi özelliklerinin avantajıyla, aynı çeşit kiraz çeşidi, özellikle yurtdışında “Türk Kirazı”olarak bilinen napolyon adı verilen 0900 Ziraat çeşidi, uzun bir üretim periyoduna sahiptir. Nisan ayının ortalarında Manisa ve İzmir bölgelerinde ilk kirazı hasadı yapılmakta, Temmuz ayının sonlarında ise Konya, Niğde ve Kahramanmaraş bölgelerinde son hasatlar gerçekleşmektedir.

Türkiye’de kiraz üretiminin önemli bir kısmı, dünyanın en önemli kiraz çeşitleri arasında gösterilen 0900 Ziraat kiraz çeşidinden oluşmaktadır. Son yıllarda Türkiye’de uzun yıllar yapılan Ar-Ge çalışmaları sonucunda yine yüksek ticari potansiyele sahip Davraz, Burak ve Aldamla

çeşitleri de ıslah edilmiştir.

0900 Ziraat çeşidinin temel özellikleri; meyvelerinin çok iri ve kalp şeklinde olması, parlak, sert, sulu olması, meyve etinin pembemsi kırmızı, çok ir ve kaliteli olması, meyvenin çatlama yapmaması ve önemli özelliklerinden birisi de uzun yol taşımacılığına uygun olmasıdır. Yeni ıslah edilen Davraz, Aldamla ve Burak çeşitleri de yine meyvesi iri ve meyve eti rengi koyu kırmızı özelliktedir. Bu yeni çeşitlerin pazarlara girmesi Türkiye'nin dünya kiraz ticaretinde avantaj sağlamasına katkıda bulunacaktır. Türkiye farklı özelliklere sahip farklı ekolojik bölgeleri sayesinde, dış kiraz pazarlarına daha erken veya daha geç ve daha kaliteli ürünler sunabilecek kapasitededir. Yerli kiraz çeşitlerinin yanında son yıllarda ticari potansiyele sahip yurtdışı menşeli yeni kiraz çeşitleri de kiraz tarımına konu olmaktadır. Erkeni bölgelerde Early Burlat ve Starks Gold yetiştirilmeye başlanmıştır. Kiraz tarımına konu olan diğer çeşitler ise; Bing, Lambert, Van, Stella, Starks Gold, Merton Late, Sweet Heart, Celeste, kordia, Regina, Sunburst ve Summit gibi kiraz çeşitleridir.

Türkiye'de 5 yıllık kiraz üretimi ve kullanımıyla ilgili genel veriler Çizelge 4.6'da topluca gösterilmiştir. İlerleyen bölümlerde bu veriler ayrıntılı olarak incelenecektir.

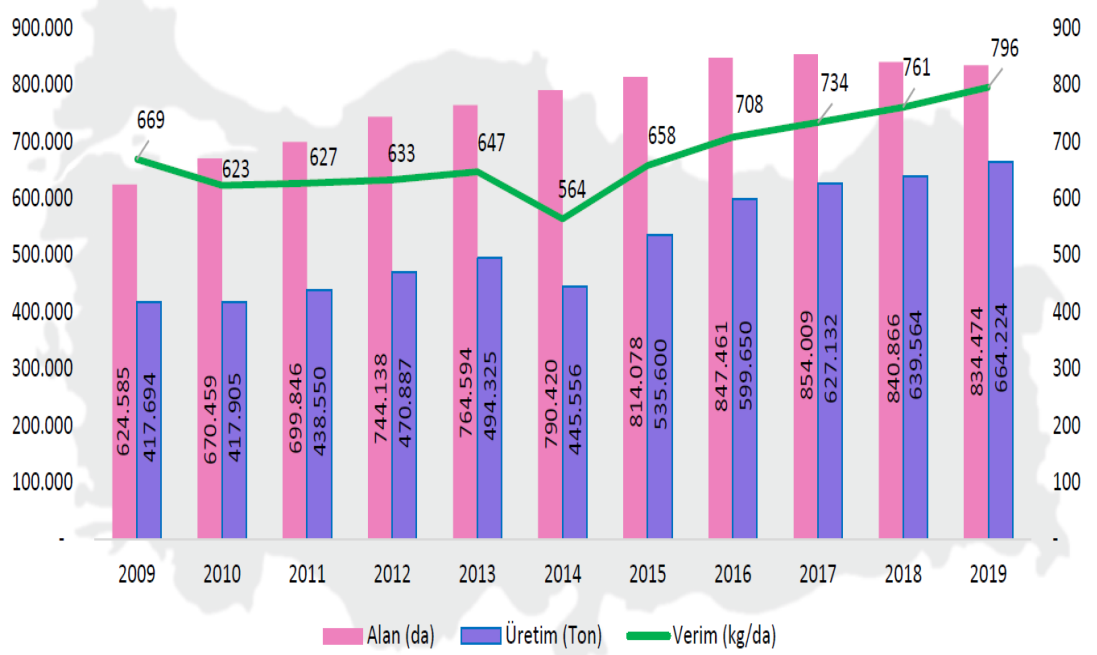
Çizelge 4.6. Türkiye'de Genel Kiraz Verileri

Türkiye Kiraz Verileri (Ton)	2015	2016	2017	2018	2019
Alan (Bin da)	814	847	854	840	834
Verim (Kg/meyve veren ağaç)	28	29	31	31	33
Üretim (Bin Ton)	536	600	627	640	664
Yurt içi kullanım (Bin Ton)	422	479	512	530	513
İhracat (Bin Ton)	88	91	84	79	89
İthalat (Ton)	31	143	422	366	167
Kişi Başına Yıllık Tüketim (Kg/Yıl)	4,9	5,5	5,8	5,9	6,0
Kendine Yeterlilik (%)	120,8	119,0	116,4	114,8	116,4

Kaynak: TÜİK, 2020

4.3.1. Üretim

Son yıllarda satış potansiyeli nedeniyle kirazın dikim alanı, üretim miktarı ve verimi artmaktadır(Şekil 4.11).



Şekil 4.11. Türkiye’de Kiraz Üretim Alanı, Üretimi ve Verimi (TÜİK, 2020)

Artan dikim alanları nedeniyle üretim potansiyelinde artış beklenmektedir. İzmir, Manisa, Amasya, Denizli, Çanakkale, Bursa, Isparta, Konya illeri ticari açıdan ön plana çıkmaktadır. Türkiye’nin avantajı, farklı bölge ve iklim özelliklerine sahip olması nedeniyle aynı çeşit kiraz üretiminde bile uzun üretim periyoduna sahip olmasıdır. Ülkemizde ilk hasat İzmir(Kemalpaşa) ve Manisa(Şehzadeler) illerinde Nisan ayı ortalarında başlamakta, son hasat ise yüksek rakımlı bölgeler olan Konya(Hadim), Niğde(Ulukışla), Adana(Saimbeyli) ve Kahramanmaraş(Çığışar) bölgelerinde Temmuz ayının son günlerinde gerçekleşmektedir.

Kirazın dikim alanı, zaman içerisinde (2009-2019 yılları) % 34 oranında artarak, 624 bin dekadadan 834 bin dekara ulaşmış, oldukça önemli bir gelişme göstermiştir. 2017 yılı içerisinde 854 bin dekar dikim alanına ulaşarak zirveyi görmüştür. Ancak sonraki 2 yıl kısmi azalarak 2019 yılında dikim alanı 834 bin dekar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye’de kiraz ağaç sayısı 2005 yılında toplam 13.8 milyon adet iken 2019 yılında % 96 oranında artarak 27 milyon adete ulaşmıştır (Çizelge 4.10). İncelenen dönemde meyve vermeyen ağaç sayısında % 21 oranında artış meydana gelirken, meyve veren ağaç sayısında % 136 artış gerçekleşmiştir. 2005-2012 yılları arasında meyve vermeyen ağaç sayısının meyve veren ağaç sayısına oranı yaklaşık % 50 iken, 2012 yılından itibaren bu oran düzenli bir şekilde azalarak 2019 yılında %28 oranına ulaşmıştır. Bunun anlamı 2005-2012 yılları arasında yoğun bir şekilde kiraz meyve fidanı dikildiğidir. 2005 yılında kiraz ağaç varlığının %68’i meyve veren ağaçlardan oluşurken, 2019 yılında bu oran %78’e ulaşmıştır. Bu oranlar, yeni dikimlerin yavaşladığını açık

şekilde ortaya koymaktadır.

Çizelge 4.7. Türkiye’de Kiraz Ağacı Mevcudu

Yıllar	Meyve Veren Yaşta Ağaç Sayısı		Meyve Vermeyen Yaşta Ağaç Sayısı		Toplam Kiraz Ağacı Sayısı	
	(1.000 adet)	Endeks	(1.000 adet)	Endeks	(1.000 adet)	Endeks
2005	9.385	100	4.447	100	13.832	100
2006	10.616	113	5.237	118	15.853	115
2007	12.048	128	6.434	145	18.482	134
2008	12.542	134	7.002	157	19.544	141
2009	13.284	142	6.935	156	20.219	146
2010	14.740	157	7.409	167	22.149	160
2011	15.836	169	7.553	170	23.389	169
2012	16.917	180	7.264	163	24.181	175
2013	17.922	191	7.236	163	25.158	182
2014	19.087	203	7.232	163	26.319	190
2015	20.616	220	6.614	149	27.230	197
2016	21.314	227	6.447	145	27.761	201
2017	21.587	230	6.332	142	27.919	202
2018	20.880	222	6.060	136	26.940	195
2019	21.115	225	5.917	133	27.032	195

Kaynak: TÜİK, 2020

Türkiye’de 2005 yılında 430 bin dekar olan kiraz toplu meyvelik alanı 2019 yılında %94 artışla 834 bin dekar olmuştur (Çizelge 4.8).

Çizelge 4.8. Türkiye’de Toplu Kiraz Meyvelik Alanı Gelişimi

Yıllar	Toplu Kiraz Meyvelik Alanı	
	(Dekar)	Endeks
2005	430.000	100
2006	488.604	114
2007	555.111	129
2008	597.510	139
2009	624.585	145
2010	670.459	156
2011	699.846	163
2012	744.138	173
2013	764.594	178
2014	790.420	184
2015	814.078	189
2016	847.461	197
2017	854.009	199
2018	840.866	196
2019	834.474	194

Kaynak: TÜİK, 2020

İller itibariyle kiraz alanları incelendiğinde (2019 yılı), 119.920 dekar alan ve %14 oranla İzmir ilinin en çok dikim alanına sahip il olduğu görülür. İzmir ili Kemalpaşa ilçesi erkenci ve aynı zamanda kaliteli kirazı ile ünlüdür. Kemalpaşa kirazının büyük kısmı ihraç edilir. İzmir alan bakımından 1. sırada olsa da, üretim miktarı açısından Konya'dan sonra gelmektedir. Dikim alanı bakımından İzmir'den sonra %12 lik pay ile Manisa, %8 pay ile Konya ve %7 pay ile Bursa gelmektedir(Çizelge 4.11).

Türkiye'de kiraz verimi olması gerekenden düşük seviyede gerçekleşmektedir. Türkiye'nin 2005-2019 yılları verim ortalaması meyve veren ağaç başına 29 kg olup, 2019 yılında verim 31 kg olarak gerçekleşmiştir(Çizelge 4.9).

Türkiye'de kiraz verimi yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlemektedir. Nitekim bazı yıllarda kiraz veriminin meyve veren ağaç başına 23 kg a kadar düştüğü (2014 yılı), bazı yıllarda ise verimin meyve veren ağaç başına 33 kg a kadar yükseldiği (2007 yılı) görülmektedir. Son yıllarda kiraz dikim alanlarında kısmi azalma olmasına rağmen Türkiye genelinde uygun bakım işlemleri (bakım, hasat ve sulama) ve girdi kullanımı konularında yapılan çalışmalar sonucunda kiraz veriminde artış görülmüştür.

Çizelge 4.9. Türkiye'de Kiraz Veriminin Gelişimi

Yıllar	Verim	
	(Kg/Meyve Veren Ağaç)	Endeks
2005	30	100
2006	29	97
2007	33	110
2008	27	90
2009	31	103
2010	28	93
2011	28	93
2012	28	93
2013	28	93
2014	23	77
2015	26	87
2016	28	93
2017	29	97
2018	31	103
2019	31	103

Kaynak: TÜİK, 2020

Türkiye'de en çok kiraz üretimi yapılan iller arasında verim açısından ciddi farklılıklar bulunmaktadır. TÜİK (2017) verilerine göre; meyve veren ağaç başına verim sıralamasında 62 kg ile Afyonkarahisar ilk sırada yer almakta, onu 45 kg ile Niğde, 44 kg ile Amasya, 37 kg ile Bursa ve 35 kg ile Konya illeri takip etmektedir. En çok kiraz üretilen 2.il olan İzmir'de verim 19 kg'dır.

Bu kadar farklılık olmasının temelinde henüz tam verim çağına ulaşmamış yeni bahçelerin toplam içerisinde oranı ile, o yılki bölgeler(iller) arası iklim olayları da etkili olmuş olabilir.

Türkiye’de son yıllarda dikim alanı ve verimdeki artışlar sonucunda üretimde de gelişmeler yaşanmıştır. 2009 yılında 418 bin ton civarında olan yıllık üretim, %59 oranında artış göstererek 2019 yılında 664 bin tona yükselmiştir (Şekil 4.13).

Türkiye’de dikim alanlarında %34, ağaç sayısında %99 artış olduğu dikkate alındığında, üretimdeki artışın verimden ziyade dikim alanlarındaki, özellikle meyve veren ağaç sayısındaki artıştan kaynaklandığı söylenebilir.

Çizelge 4.10. Türkiye’de Kiraz Üretim Miktarının Gelişimi

Yıllar	Kiraz Üretim Miktarı	
	(Ton)	Endeks
2005	280.000	100
2006	310.254	111
2007	398.141	142
2008	338.361	121
2009	417.694	149
2010	417.905	149
2011	438.550	157
2012	470.887	168
2013	494.325	177
2014	445.556	159
2015	535.600	191
2016	599.650	214
2017	627.132	224
2018	639.564	228
2019	664.224	237

Kaynak: TÜİK, 2020

Kiraz meyvesinin iklim koşullarından kolay etkilenen yapısından dolayı kiraz üretimi dalgalı bir seyir izlemektedir. Çiçeklenme ve meyve aşamasında aşırı yağışların veya aşırı kuraklıkların olması meyve verimini olumsuz etkilemektedir. Böyle ekstrem hava koşulları hariç yeni kiraz fidanlarının dikimi ve üreticinin kiraz üretimine önem vermesiyle birlikte verim artırıcı uygulamalarla (uygun fidan, bakım, sulama konularına yönelik çalışmalar) görülen iyileşmelerden dolayı kiraz üretiminde düzenli artış görülmektedir.

Özellikle Batı Akdeniz, Ege ve Marmara bölgelerinde kiraz üretiminde gözle görülür artışlar olmuştur. Bu bölgelerdeki illerle birlikte, Konya, Amasya ve Niğde dahil 10 ilimiz, son 5 yıllık (2015-2019) ortalamalarına göre Türkiye’nin kiraz üretim alanının ve üretim miktarının %65’ine sahiptir (Çizelge 4.11).

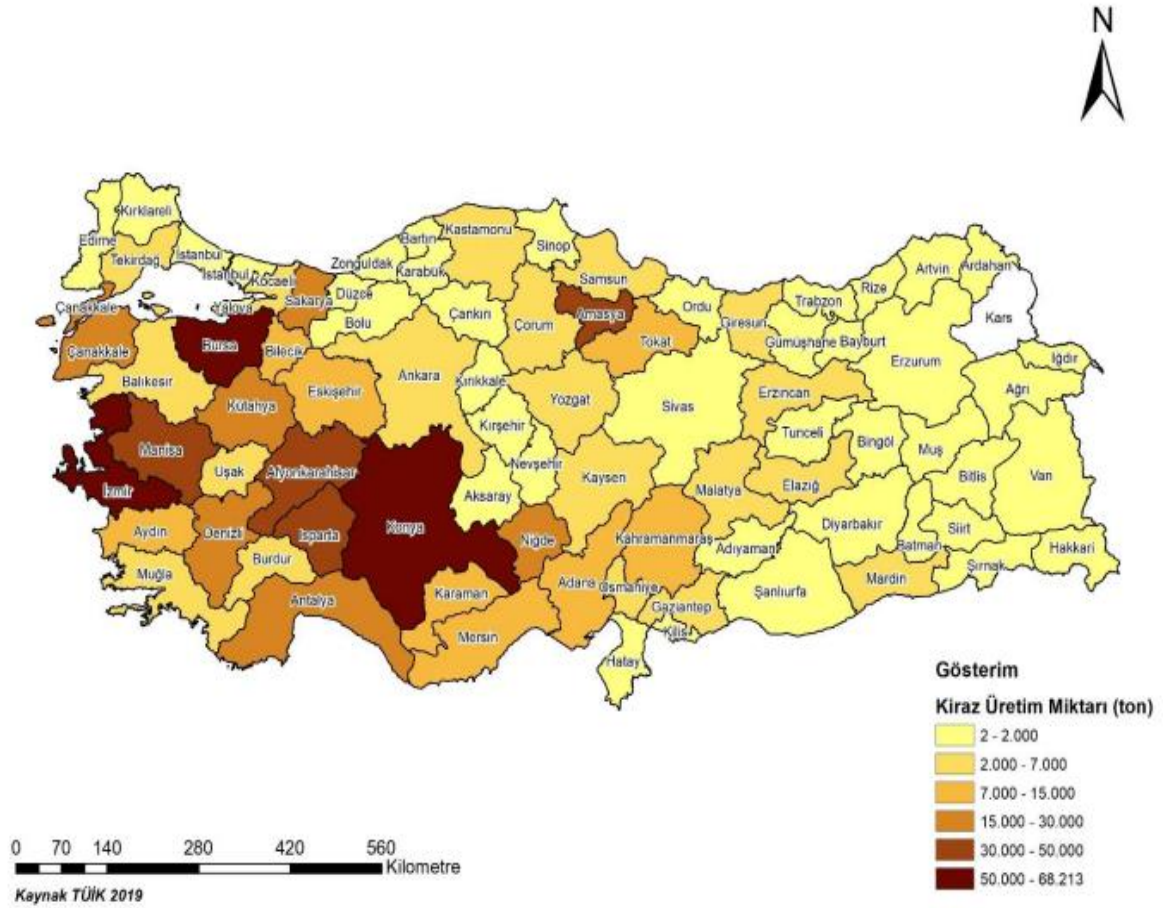
Çizelge 4.11. Türkiye’de Kiraz Üreten Başlıca İller

İller	2015		2016		2017		2018		2019		2019 Yılı % Üretim
	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)	Alan (da)	Üretim (ton)	
Konya	66.672	44.085	66.635	55.426	67.044	56.294	70.987	68.204	70.543	68.213	10
İzmir	118.649	68.376	120.974	46.574	120.845	68.509	119.865	57.892	119.920	66.136	10
Bursa	60.115	28.470	62.496	32.468	60.786	34.524	60.109	52.235	59.880	60.854	9
Manisa	96.482	39.713	98.855	46.648	98.770	43.638	96.533	47.348	96.004	48.465	7
Amasya	23.149	34.390	25.291	25.008	25.921	39.694	25.751	36.444	25.841	38.542	6
Afyonkarahisar	35.768	28.246	42.152	40.387	42.043	35.818	43.493	41.043	43.743	37.282	6
Isparta	53.762	13.768	54.268	55.657	55.330	33.353	53.319	36.275	51.330	36.533	6
Niğde	23.580	18.439	25.190	23.386	25.610	23.660	26.190	27.012	26.140	28.458	4
Denizli	37.815	8.095	37.871	22.695	38.501	21.803	35.439	24.868	31.408	24.505	4
Çanakkale	16.528	17.475	16.705	13.542	16.954	19.722	16.952	20.906	17.453	21.953	3
Diğer İller	281.558	234.543	297.024	237.859	302.205	250.117	292.228	227.337	292.212	233.283	35
Toplam	814.078	535.600	847.461	599.650	854.009	627.132	840.866	639.564	834.474	664.224	100

Kaynak: TÜİK, 2020

Türkiye kiraz üretiminde en önemli iller Konya(%10), İzmir(%10) ve Bursa(%9)dur. Bu illeri önem sırasıyla Manisa, Amasya, Afyonkarahisar, Isparta, Niğde, Denizli ve Çanakkale izlemektedir. Bu 10 il Türkiye toplam üretiminin yaklaşık 2/3’ünü gerçekleştirmektedir. İncelenen dönemde (2015 ile 2019 yılları arası) söz konusu illerin üretim sahası ve miktarı içerisinde aldıkları paylarda önemli değişiklikler olmamıştır. Konya, Bursa ve Denizli illerinde üretilen kiraz miktarındaki verim ve oransal artış dikkat çekicidir.

Miktar olarak dilimlenmiş kiraz üretimi, iller bazında Şekil 4.10 da gösterilmiştir.



Şekil 4.12. Türkiye’de İllere ve Dilimlere Göre Kiraz Üretim Miktarı Haritası(Ton)

Haritadan da görüleceği üzere, kiraz üretimi Batı Akdeniz, Ege ve Marmara bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Bu bölgelere ek olarak Konya ve Amasya illerinde de yoğun kiraz üretim yapılmaktadır.

Türkiye’de, 2019 yılı itibarıyla kiraz üretimi yoğun olarak Konya (%10), İzmir (%10), Bursa (%9), Manisa (%7), Amasya (%6), Afyonkarahisar (%6) ve Isparta (%6) illerinde yapılmaktadır (TUİK, 2020). Yoğun olarak kiraz üretim yapılan illerimizde, özellikle Konya, Bursa, Manisa, Niğde, Denizli ve Çanakkale illerinin kiraz üretim miktarları yıllar itibarıyla düzenli artış göstermektedir. İzmir, Amasya ve Isparta illerinin kiraz üretiminde ise dalgalanmalar gözükmemektedir.

4.3.2. Tüketim

Türkiye’de kiraz üretiminin yaklaşık %15’i dışarıya gitmekte ve büyük bölümü(%85) yurtiçinde tüketilmektedir. Yurtiçi tüketim miktarı 2019 yılında 543 bin ton olarak gerçekleşmiştir(Çizelge 4.12). Yurtiçi tüketim miktarı son 20 yılda düzenli bir şekilde artarak yaklaşık 3 katına çıkmıştır.

Kişi başı yıllık kiraz tüketimi 2000’li yılların başında ortalama 3 kg dan son yıllarda 5,5-6 kg ortalamaya ulaşmıştır. Üretilen kirazın yaklaşık %13’ü ihraç yoluyla yurtdışı ülkelere gönderilirken, % 9 civarında kayıp yoluyla kullanılamamaktadır. İhraç edilen kirazın yurtiçi tüketilen kiraza oranı %16 civarındadır. Geriye kalan kiraz yurtiçi kullanım yoluyla tüketilmektedir (Çizelge 4.12).

Çizelge 4.12. Türkiye’de Kiraz Tüketimi

Yıl	Yurt içi kullanım (Ton)	Yeterlilik derecesi (%)	Kişi başı tüketim (Kg)
2000	188 979	115,7	2,6
2001	210 801	112,8	2,9
2002	176 861	112,9	2,4
2003	191 705	131,5	2,5
2004	191 461	121,7	2,5
2005	221 742	120,1	*
2006	228 074	129,4	*
2007	312 602	121,1	4,1
2008	289 255	111,2	3,7
2009	338 093	117,5	4,3
2010	329 522	120,6	4,1
2011	360 733	115,6	4,4
2012	383 085	116,9	4,7
2013	406 969	115,5	4,9
2014	367 176	115,4	4,3
2015	421 609	120,8	4,9
2016	479 342	119	5,5
2017	512 466	116,4	5,8
2018	530 004	114,8	5,9
2019	542 517	116,4	6

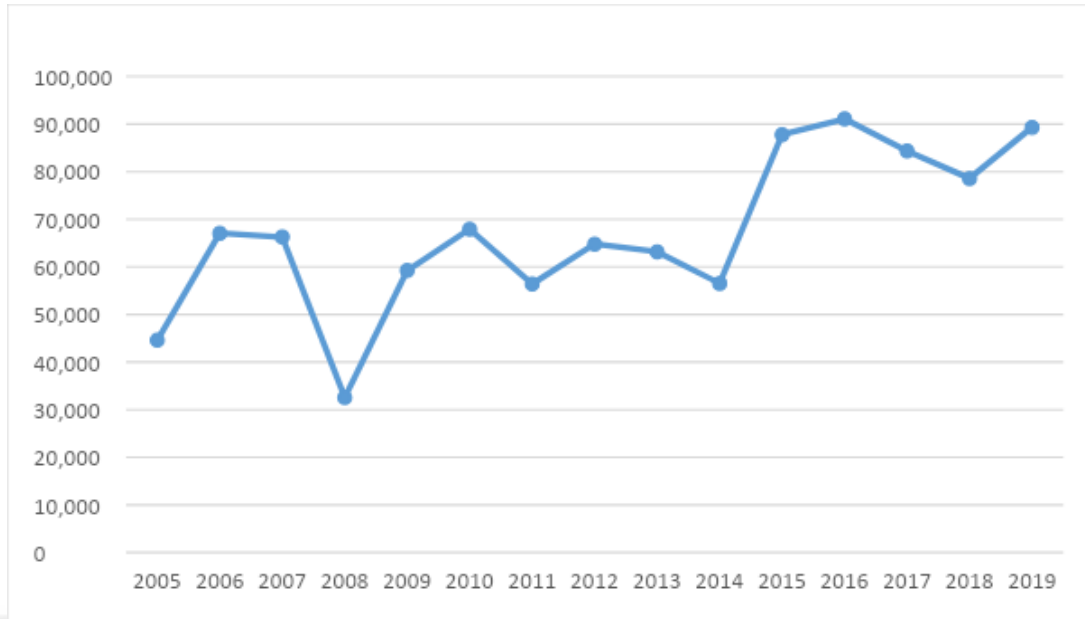
Kaynak: TÜİK,2020

* Bilgi elde edilememiştir.

4.3.3. Dış Ticaret

Türkiye dünyanın en büyük kiraz üreticisi ve önemli ihracatçı ülkelerden birisidir. Kiraz ithalatı önemszenmeyecek düzeydedir. 2019 yılında sadece 167 ton kiraz ithalatı gerçekleşmiştir.

Son yıllarda gerçekleşen üretim miktarındaki artış ihracata da yansımış ve 2005 yılında 44 bin ton civarında olan ihracat miktarı 2019 yılında 89 bin tona ulaşmıştır (Şekil 4.13).



Şekil 4.13. Türkiye Kiraz İhracatının Gelişimi (Ton) (TÜİK,2020)

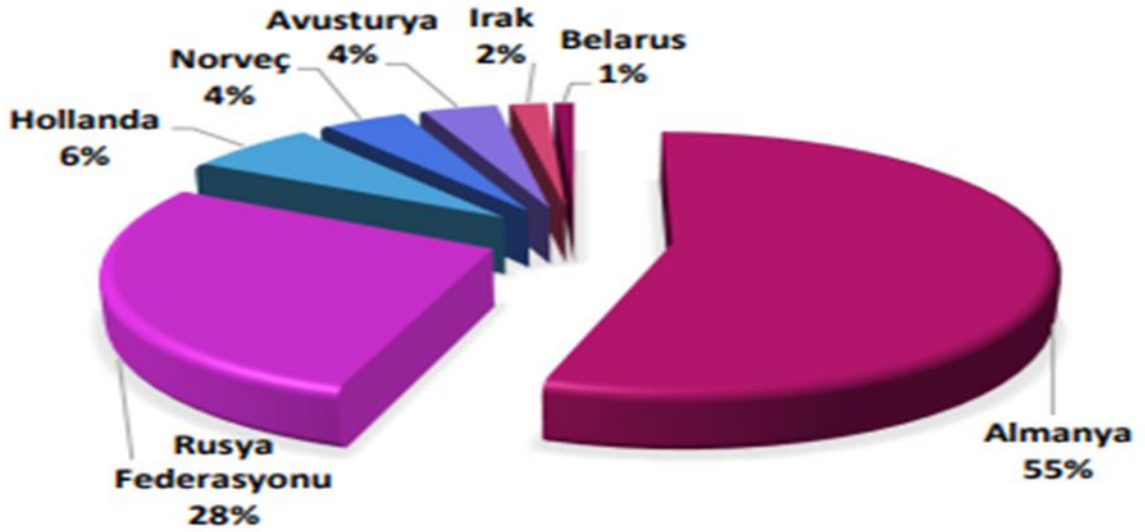
Dünyanın en büyük kiraz üreticisi olan Türkiye, net ihracatçı bir ülkedir. Türkiye'nin 2019 yılı kiraz ihracat değeri 184 milyon dolar civarında gerçekleşmiştir (Çizelge 4.13).

Çizelge 4.13. Türkiye'nin Kiraz İhracatı Yaptığı Başlıca Ülkeler (2019)

Ülkeler	Miktar (ton)	Değer (\$)
Almanya	27.180	86.897.515
Rusya	25.388	43.463.959
Diğer Ülkeler	13.751	16.576.276
Hollanda	2.546	10.124.723
Norveç	1.392	6.544.332
Avusturya	1.961	5.845.468
Irak	10.281	2.812.649
Belarus	1.284	1.530.108
Toplam	80.508	183.839.040

Kaynak: TÜİK,2020

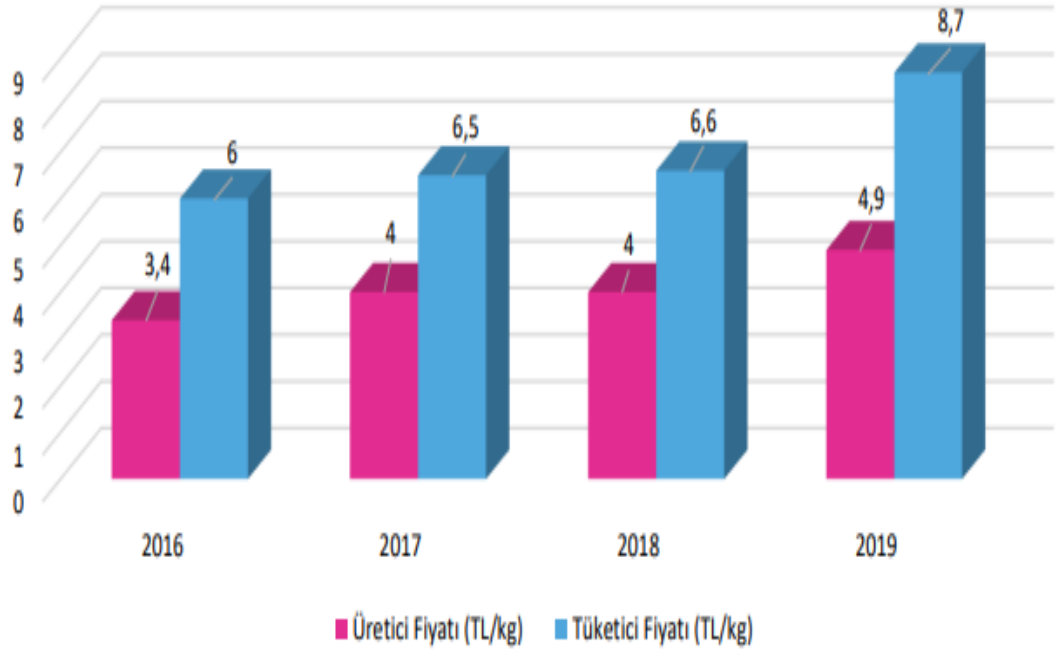
2019 yılı verilerine göre Türkiye'nin en fazla kiraz ihraç ettiği ülkeler Almanya, Rusya, Hollanda, Avusturya ve Norveç olmuştur. İhracat değeri bakımından %55 ile Almanya ilk sırada yer almakta, ardından Rusya (%28), Hollanda (%6), Norveç (%4) ve Avusturya (%4) gelmektedir (Şekil 4.14).



Şekil 4.14. Türkiye'nin Kiraz İhraç Ettiği Başlıca Ülkelerin Payları (%) (TÜİK,2020)

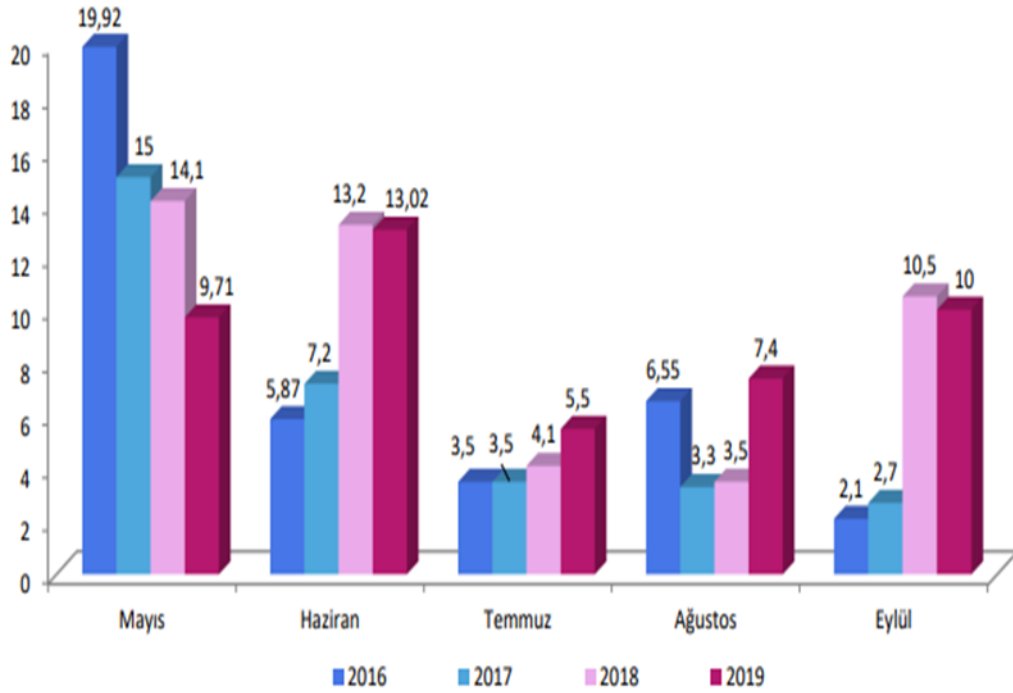
4.3.4. Fiyatlar

Türkiye'de kiraz üretimi Haziran ve Temmuz aylarında yoğun olarak yapılmaktadır. Türkiye'de kiraz üretimi ve tüketici fiyatlarının 2016-2019 yılları arasında düşük enflasyonist ortamda düzenli ve yavaş bir şekilde yükseldiği görülmektedir (Şekil 4.15). Nitekim inceleme dönemi üretici fiyatı 3,4 TL'den 4,9 TL'ye; tüketici fiyatı ise 6,0 TL'den 8,7 TL'ye yükselmiştir. 2019 yılında kirazın üreticinin eline geçen fiyatı (Haziran, Temmuz, Ağustos ayları ortalaması) 4,9 TL iken, tüketicinin ödediği fiyat (Haziran, Temmuz, Ağustos ayları ortalaması) ise 8,7 TL olmuştur. Dolayısıyla, tüketicinin ödediği fiyatın %56'sı üreticiye dönerken, %44'ü pazarlama marjı olarak gerçekleşmiştir. Bu oranlarda incelenen dönemde önemli bir farklılık gerçekleşmemiştir.



Şekil 4.15. Türkiye’de Kiraz Üretici ve Tüketici Fiyatı (TÜİK,2020)

İzmir Ticaret Borsası’nın aylık tescil bülteni verilerine göre, kirazın işlem gördüğü ayların ortalaması ise TÜİK verilerine yansıyan Türkiye geneli fiyatlarından daha yüksektir (Şekil 4.16).



Şekil 4.16. İzmir Ticaret Borsası Aylık Kiraz Borsa Fiyatı (TL/Kg) (İzmir Ticaret Borsası Aylık Tescil Bülteni)

Kiraz fiyatlarının aylara göre değişimi Şekil 4.16’da gösterilmiştir. Şekilde de görüleceği üzere, hasat başlangıç (Mayıs) ve hasat bitiş (Eylül) aylarında fiyatlar, hasadın yoğun olduğu Temmuz ve Ağustos aylarına göre daha yüksek gerçekleşmiştir.

4.3.5. Türkiye’de Kiraz Üretimiyle İlgili Tarımsal Destekler

Türkiye’de tarım politikaları kapsamında; bitkisel üretim destekleri, hayvansal üretim destekleri, altyapı geliştirme destekleri, kırsal kalkınma amaçlı destekler gibi çeşitli desteklemeler yapılmaktadır. Örneğin, Tarım sigortalarında (TARSİM), devletin %50 prim desteği, risk yönetimi ve üreticinin gelirinin istikrarı amaçlı önemli bir destekleme aracıdır.

Tarım ve Orman Bakanlığının kiraz üretimine yönelik özel bir destekleme politikası bulunmamaktadır. Diğer tüm ürünlerde olduğu gibi kiraz üretiminde de sertifikalı fidan kullanımı, organik tarım, iyi tarım uygulamaları gibi destekler mevcuttur (Çizelge 4.14).

Çizelge 4.14. Türkiye’de Tarımsal Destekleme Miktarları (2019)

Mazot	15 TL/da	İYİ TARIM UYGULAMALARI		
Gübre	4TL/da			
Katı Organamineral Gübre	10 TL/da			
Toprak Analizi	40 TL/da			
		Bireysel sertifika	40 (TL/da)	
		Grup Sertifikası	20 (TL/da)	
2019 YILI TARIMSAL DESTEKLEME MİKTARLARI				
ORGANİK TARIM		SERTİFİKALI FİDAN KULLANIMI		
Bireysel Sertifika	70 (TL/da)			Standart Fidan
Grup Sertifikası	35 (TL/da)	Sertifikalı Fidan	280 (TL/da)	
		Bodur ve Yarı Bodur Çeşitler	400 (TL/da)	

Kaynak: Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020.

Kiraz üreticileri ile yapılan görüşmelerde üreticiler; devletin kirazcılığa başlama noktasından kirazın son tüketiciye ulaşmasına kadar hemen hemen hiçbir aşamada kendilerini desteklemediğini, tüm süreci kendilerinin yürüttüklerini belirtmişlerdir. Özellikle pazarlama aşamasında, taban fiyat şeklinde fiyat belirleme, düşük fiyatlı zamanlarda üreticiye telafi edici fiyat farkı desteği gibi özel destekleri beklediklerini beyan etmişlerdir.

4.4. Adana İli Saimbeyli İlçesinde Kiraz Yetiştirilen İşletmelere İlişkin Bulgular

4.4.1. İşletme Büyüklükleri, Parsel Sayıları ve Parsel Büyüklükleri

Araştırma kapsamında incelenen işletmelerde, ortalama toplam işletme arazi genişliği 21,04 da, ortalama kiraz arazisi ise 14,22 dekar'dır (Çizelge 4.15). İşletmelerde kiraz arazisinin işletme arazisi içerisindeki payı ortalama % 67,6 olarak hesaplanmıştır.

İncelenen işletmelerde kiraz alanı büyüklükleri 1 dekar ile 68 dekar arasında değişmektedir. İşletmelerin toplam tarım alanı büyüklükleri ise 3 dekar ile 204 dekar arasında değişmektedir. Toplam işletme arazisi içerisinde kiraz arazisi dışında kalan yerlerin çoğunluğu ise; küçük sebzelikler ile üzüm, ceviz, elma yetiştirilen küçük bahçeler dışında kuru tarım yapılan, arpa ve buğday yetiştirilen tarlalar olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.15. İncelenen İşletmelerde İşletme Arazisi ve Kiraz Arazisi Büyüklüğü

İşletme Arazisi	Örnek	Minimum (da)	Maksimum (da)	Ortalama (da)
Kiraz alanı (da)	103	1	68	14,22
Toplam İşletme alanı (da)	103	3	204	21,04

İncelenen işletmelerde işletme alanı büyüklüklerinin, % 68,9' unun 20 dekar altında olduğu, yoğunlaşmanın 1-10 dekar arasında olduğu görülmektedir (Çizelge 4.16). 31 dekar üzerinde arazisi bulunan 14 adet büyük işletmenin payı ise % 13,6' dır.

Çizelge 4.16. İncelenen İşletmelerde İşletme Arazisi Büyüklükleri

Arazi Büyüklükleri	Sayı	(%)
0-10 da	41	39,8
11-20 da	30	29,1
21-30 da	18	17,5
31 da +	14	13,6
Toplam	103	100,0

İncelenen işletmelerde kiraz alanı büyüklüklerinin, % 79,6'sının 20 dekar altında olduğu (Çizelge 4.17), yoğunlaşmanın % 52,4 ile 1-10 dekar arasında olduğu görülmektedir. 31 dekar üzerinde arazisi bulunan 8 adet büyük işletmenin payı ise % 7,8' dir.

Çizelge 4.17. İncelenen İşletmelerde Kiraz Alanı Büyüklükleri

Kiraz Alanı Parsel Büyüklüğü	Adet	Oran (%)
0-10 da	54	52,4
11-20 da	28	27,2
21-30 da	13	12,6
31 da +	8	7,8
Toplam	103	100,0

İncelenen kiraz işletmelerinde ortalama parsel sayısı Çizelge 4.18’de verilmiştir. İncelenen işletmelerde ortalama parsel sayısı 1,77 adet ve ortalama parsel genişliği 14.22 dekar olarak belirlenmiştir. Kiraz işletmelerinin % 80,6’sının 1 – 2 parselde bulunduğu tespit edilmiştir. Kiraz arazileri dikkate alındığında, ortalama parsel sayısının 1,77 adet ve ortalama parsel genişliğinin 14,22 dekar olması; bahçelerin nispeten toplu olduğunu ve yörenin arazi yapısına göre büyük bahçelerde kiraz üretimi yapıldığını göstermektedir.

Çizelge 4.18. İncelenen İşletmelerde Kiraz Alanı Parsel Sayısı

Parsel sayı	Adet	Oran
1	56	54,4
2	27	26,2
3	11	10,7
4	6	5,8
5	3	2,9
Toplam	103	100,0

İncelenen işletmelerde işletme başına ortalama 431 adet ağaç, dekar başına ortalama 30 adet ağaç saptanmıştır. Meyve veren ağaçların yaşları da 4 yıl ile 46 yıl arasında değişmekte olup, bölgedeki ortalama ağaç yaşı 20 dir(Çizelge 4.19).. İncelenen işletmelerdeki kiraz ağaçları, 2 metre x 3 metre ile 7 metre x 7 metre arasında çok çeşitli dikim aralıklarına sahip olup; eski bahçeler ile yeni bahçeler veya küçük bahçeler ile büyük bahçeler arasında dikim aralıkları açısından anlamlı bir sıralama veya bağlantı kurulamamıştır.

Çizelge 4.19. İncelenen İşletmelerde Kiraz Ağacı ile İlgili Veriler

Kiraz Ağacı Sayısı ve Yaşı	Adet	Minimum	Maksimum	Ortalama
Kiraz ağacı sayısı (Adet)	103	10	2.500	430,78
Kiraz ağacı yaşı (Yıl)	103	4	46	20,43

Kiraz ağaçlarının en genci 4 yaşında olup, hiç bir üretici son 4 yıl içerisinde yeni ağaç dikmemiştir. Kiraz ağaç mevcudunun % 7,8'i 4- 10 yaş aralığında, % 48,5'i 11-20 yaş aralığında, % 37,9'u 21-30 yaş aralığında ve %5,8' i 31 yaş üzerindedir.

4.4.2. Arazi Mülkiyet Durumu

Tarımsal işletmelerde işletme arazisi; mülk araziye, ortakçılık ve kiracılık yoluyla işlenen araziler eklenerek ve bu miktardan işletmeden dışarı ortak ve kira şeklinde verilen arazilerin çıkarılmasıyla belirlenir. İncelenen işletmelerde kira veya ortak şeklinde işletme dışına verilen araziye rastlanmamıştır. Bu nedenle mülk araziye kiracılık ve ortakçılık şeklinde yapılan araziler eklenerek işletme arazisi belirlenmiştir.

İncelenen kiraz işletmelerinde %98,1'i kendi arazisinde kirazcılık faaliyetinde bulunmakta olup, sadece 2 kişi kira arazide faaliyette bulunmaktadır (Çizelge 4.20).

Çizelge 4. 20. İncelenen İşletmelerde Kiraz Arazisi Mülkiyet Durumu

Kiraz Arazisi Mülkiyet Durumu	Adet	Oran
Mülk arazi	101	98,06
Şahıstan kira arazi	1	0,97
Devletten kira arazi	1	0,97
Toplam	103	100,0

Kendilerine ait mülk arazi üzerinde kiraz üreten 101 işletmeden; 3 tanesi ayrıca devlete ait arazileri kiralayarak ve 12 tanesi de ayrıca şahıslardan arazi kiralayarak üretim yapmaktadırlar. Bölgede ortakçılık şeklinde üretim yapan işletmeye rastlanmamıştır. Kiraz işletmelerinde devletten kira yoluyla işletilen arazi miktarı 70 dekar olup, toplam içindeki payı % 4,3'tür. İşletmelerde şahıslardan kira yoluyla işletilen arazi miktarı 155 dekar olup, toplam içindeki payı % 10,6'dır.

4.4.3. Üreticilerin Kirazcılık Dışı Tarımsal Faaliyetleri ve Tarım Dışı Gelir Durumu

İncelenen kiraz işletmelerinin % 8,7'si ayrıca pazara yönelik hayvansal üretim de yapmaktadır (Çizelge 4.21).

Çizelge 4.21. İncelenen İşletmelerde Hayvansal Üretim Durumu

Hayvansal Üretim Durumu	İşletme Sayısı	Oran(%)
Hayvansal üretim yapıyor	9	8,7
Hayvansal üretim yapmıyor	94	91,3
Toplam	103	100,0

İncelenen kiraz işletmecilerinin % 60,2'si (62 kişi) ayrıca tarım dışı aylık düzenli gelire (emekli ve çalışan) sahiptir. Üreticilerin % 39,8'inin (41 kişi) ise tek gelir kaynağı kiraz üretim faaliyetidir (Çizelge 4.22).

Çizelge 4.22. İncelenen İşletmelerde Kiraz Gelirinin Toplam Gelir İçindeki Payı

Kiraz Gelirinin Toplam Gelir İçindeki Payı	İşletme Sayısı	Oran(%)
% 1-33	26	25,3
% 34-66	19	18,4
% 67-99	17	16,5
% 100	41	39,8
Toplam	103	100,0

4.4.4. Üreticilerin Yaş, Deneyim ve Eğitim Durumu

Araştırma alanındaki işletme sahiplerinin ortalama yaşları 59.07 yıl (Çizelge 4.23) olup; tarımsal uğraşı yılı ortalaması 36,04 yıl ve kiraz yetiştiriciliğinde deneyim süreleri ise ortalama 23.47 yıldır. Araştırma alanında görüşülen en geç kiraz yetiştiricisinin yaşı 32 olması, son yıllarda gençlerin kiraz yetiştiriciliğine yönelmediğini göstermektedir. Üreticilerin ortalama tarımsal faaliyet süresi 36,04 yıl; kiraz yetiştiriciliğinde deneyim süreleri ise ortalama 23,47 yıl olarak bulunmuştur.

Çizelge 4.23. İncelenen İşletmelerde Kiraz Üreticilerinin Yaş Durumu

Üretici Yaşı	Adet	Minimum	Maximum	Ortalama
Üretici yaşı (Yıl)	103	32	88	59,07

Araştırma kapsamında görüşme yapılan işletmecilerin eğitim durumlarına ilişkin bilgiler Çizelge 4.24’de verilmiştir. Elde edilen verilere göre, işletmecilerin % 1,9’u okuma yazması bulunmamakta, %40,8’i ilkokul mezunu, %15,5’i ortaokul, %26,2’si lise mezunu ve %15,5’i ise üniversite eğitime sahiptir.

Çizelge 4.24. İncelenen İşletmelerde Kiraz Üreticisinin Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Adet	Oran (%)
Okuma yazması yok	2	1,9
İlkokul	42	40,8
Ortaokul	16	15,5
Lise	27	26,2
Üniversite	16	15,5
Toplam	103	100,0

İncelenen işletme sahiplerinin iletişim açısından ulaşılabilirlik durumlarını gösterir bilgiler çizelge 4.25’de gösterilmiştir. Üreticilerin % 97,1’inin cep telefonu kullandığı tespit edilmiş olup, kırsal alanda ve kısa süren hasat zamanında, gelişmelerden daha kısa zamanda haberdar olabilmek ve her an ulaşılabilir olma imkanına sahiptirler.

Çizelge 4.25. İncelenen İşletmecilerin Cep Telefonu Sahiplik Durumu

Cep Telefonu Kullanma Durumu	Adet	Oran (%)
Evet	100	97,1
Hayır	3	2,9
Toplam	103	100,0

4.4.5. Üretim Yerinin Ulaşım ve Pazara Uzaklık Durumu

İncelenen işletmelerde, üretim yerlerinin (kiraz bahçesi) ulaşım imkanının % 65,1'inin asfalt yol olduğu, kalan %34,9'unun ise stabilize veya toprak yol olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 4.26).

Çizelge 4.26. İncelenen İşletmelerde Bahçenin Ulaşım Durumu

Ulaşım Durumu	Adet	Oran (%)
Asfalt	67	65,1
Stabilize	10	9,7
Toprak	26	25,2
Toplam	103	100,0

İncelenen işletmelerde, üretim yerleri (kiraz bahçesi) nin pazara, teslim noktasına uzaklıklarını gösterir bilgiler Çizelge 4.27'de verilmiştir. İncelenen işletme bahçelerinin %55,3'ünün kiraz teslim noktasına veya pazara uzaklığının 5 km den daha kısa olduğu gözükmemektedir. Yüksek rakımlarda yetişen özellikle geçici kiraz çeşitlerinin ise pazara uzaklığı 15 km üzerindedir. Yerel bölgede kiraz fiyatlarını beğenmeyen bazı üreticiler ise ilçe dışı Kayseri, Adana, Kozan, Kadirli gibi pazarlara kirazlarını kendileri götürmektedirler. Bölgede bir üretici her yıl düzenli olarak Adana ve Mersin'de şubeleri bulunan zincir marketlere kiraz götürdüğünü beyan etmiştir.

Çizelge 4.27. İncelenen İşletmelerde Bahçenin Pazara Uzaklık Durumu

Pazara Uzaklık	Adet	Oran (%)
0 – 5 km	57	55,3
6 – 15 km	34	33,0
16 – 30 km	8	7,8
31 + km	4	3,9
Toplam	103	100,0

.4.6. İşletmelerde Kiraz Üretimi İle İlgili Bulgular

Üretilen Yıllık Kiraz Miktarı ve Değerlendirilmesi

Araştırma bölgesindeki kiraz işletmelerinde yıllık ve son 5 yıllık üretim ile kullanım şekillerini gösterir bilgiler Çizelge 4.28’de gösterilmiştir. Son yıl üretim ile 5 yıllık ortalama üretim miktarlarında bariz bir farklılık bulunmamaktadır. İşletmelerde üretim 1 ton ile 40 ton arasında değişmektedir. İncelenen işletmelerde ortalama yıllık 6,5 ton civarında üretim yapılmaktadır. İncelenen işletmelerde ortalama yıllık satış miktarı 5,15 ton civarındadır. İncelenen işletmelerin ortalama hediye v.b. satış dışı kullanım ortalaması ise 360 kg’dır. Dikkat çeken bir husus ise; işletmelerdeki maksimum üretim miktarı 40 tona ulaşırken, satış miktarının maksimum 20 tonda kalmasıdır. Bunun sebebi ise büyük işletmelerde, kirazın hasat sezonunun kısa sürmesi nedeniyle kirazın toplanması aşamasında süre ve özellikle toplayıcı kısıtı nedeniyle tüm kirazların uygun zamanda toplanamamasıdır. Küçük işletmelerde aile ve akraba bireyleri hasatı yetiştirebilirken, büyük işletmelerde toplayıcı, ücretli mevsimlik işgücü teminindeki kısıtlar hasatı olumsuz etkilemektedir.

Bölgede satış amaçlı yetiştirilen tüm kiraz ağaçlarının çeşidi 0900 Ziraat olup, beyaz kiraz gibi diğer bazı çeşitler ise dölleyici cins olarak veya öztüketim ihtiyaçlar (reçellik v.s.) amacıyla yetiştirilmektedir.

Çizelge 4.28. İncelenen İşletmelerde Yıllık Kiraz Miktarı ile İlgili Veriler

Miktar	Adet	Minimum	Maksimum	Ortalama (Ton)
Üretim miktar (5 yıllık ort.)	103	1	40	6,37
Üretim miktarı (2018)	103	1	40	6,69
Satış miktarı (2018)	103	1	20	5,15
Hediye v.b. diğer kullanım	103	0	2	0,36

Araştırma bölgesinde üretilen kirazın üretim miktarına göre sınıflandırılması Çizelge 4.29’da gösterilmiştir. İncelenen işletmelerin %55,3’ünün 5 ton altında üretim yaptığı ve en yoğun grubu oluşturduğu gözükmemektedir. İşletmelerin % 36,9’unun ise 6–15 ton arasında üretim gerçekleştirdiği, % 7,8’inin ise 15 ton üzerinde üretim gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir.

Çizelge 4.29. İncelenen İşletmelerde Kiraz Üretim Miktarları

Miktar Aralığı	İşletme Sayısı	Oran (%)
1 - 5 ton	57	55,3
6 - 10 ton	27	26,2
10-15 ton	11	10,7
16 +	8	7,8
Toplam	103	100,0

Kiraz Üretimiyle İlgili Teknik Uygulamalar

Fidan Temini

Araştırma bölgesinde işletmelerin tamamına yakını yüksek verime ve satış kapasitesine sahip 0900 Ziraat kiraz çeşidi yetiştirmektedir. 0900 Ziraat fidanının temin şekli Çizelge 4.30'da gösterilmiştir. Üreticilerin çoğunluğu bölgede yetişen mahlep ve idris adıyla bilinen ağaçlar üzerine aşılama yapılmak suretiyle 0900 Ziraat fidanına sahip olmaktadır. Mahlep ağacının tercih edilme nedenlerinden birisi de susuzluğa dayanıklı olmasıdır. Görüşme yapılan işletmelerin bazıları başka bölgelerdeki fidancı firmalardan ve bazıları da ilçe tarım müdürlüğünden fidanlarını temin etmiştir. İlçe tarım müdürlüğünden fidan temininin az olmasının nedeni; dikilen fidanın gerçekten 0900 Ziraat olup olmadığı konusunda duyulan şüphe dir. Özel fidan firmalarından fidan temini ise maliyetinin yüksekliği nedeniyle az tercih edilmektedir.

Çizelge 4.30. İncelenen İşletmelerde Fidan Temini

Fidan Temini	Adet	Oran (%)
Mahlep/İdris üzerine aşılama	64	63,1
İlçe Tarım Müdürlüğü	12	11,7
Bölge Dışı Fidan Firmaları	8	7,8
Yerel Fidan Üreticisi	7	6,8
Diğer	12	10,6
Toplam	103	100,0

İncelenen işletmelerin fidan temin yeri veya fidan elde etme yöntemi sorulduğunda;

- %63,1'i bölgede yaygın mahlep/idris ağaçları üzerine kendileri veya bilenler tarafından aşılama yaparak fidan temin ettiklerini,
- %11,7'si İlçe Tarım Müdürlüğü'nden fidan temin ettiklerini,
- %7,8'i bölge dışından fidan firmalarından fidan satın aldıklarını,
- %6,8'i yerel üreticiden fidan temin ettiklerini,
- %10,6'sı ise karma bir şekilde bazın firmadan, bazen yerel üreticiden, bazen de aşılama yaparak kiraz bahçelerini oluşturduklarını, bazıları da bahçeyi hazır satın aldıklarını,

belirtmişlerdir.

Fidanlarını ilçe tarım müdürlüğünden temin eden işletmelerin çoğunluğu, fidanların kötü çıktığını, hatta fidanların ürün vermeye başladığında yanlış fidan olduğunun anlaşıldığını belirtmişlerdir.

Araştırma bölgesinde işletmelerin kullandığı dölleyici çeşitler Çizelge 4.31'de gösterilmiştir. İşletmelerin en çok kullandığı dölleyici çeşit %71,8 ile beyaz kirazdır. Diğer çeşitler, adları genellikle birbirinin yerine kullanılan; lambert, kısa saplı, napolyon, sultani kiraz v.b. kiraz çeşitleridir. Bu dölleyici çeşitler hem dölleyici olarak kullanılmakta, hem de 0900 Ziraat kirazına alternatif daha ekonomik satışa konu olmaktadır.

Çizelge 4.31. İncelenen İşletmelerde Kullanılan Dölleyici Çeşitler

Dölleyici Çeşitler	Adet	Oran (%)
beyaz kiraz	74	71,8
lambert	12	11,7
kısa saplı	10	9,7
sultani kiraz	1	1,0
napolyon	6	5,8
Toplam	103	100,0

Gübreleme

Araştırma bölgesinde işletmelerin gübresi kullanım durumları Çizelge 4.32'da gösterilmiştir. İşletmelerin %92,2'si (95 kişi) toprak gübresi kullanmaktadırlar. İşletmelerin

%86,4'ü (89 kişi) yaprak gübresi kullanmaktadırlar. Toprak gübresi kullanımı ile yaprak gübresi kullanımı paralellik göstermektedir. Toprak gübresi kullananlar aynı zamanda büyük oranda yaprak gübresi de kullanmaktadır

Çizelge 4.32. İncelenen İşletmelerde Gübre Kullanım Durumu

Gübre Kullanımı	Toprak Gübresi		Yaprak Gübresi		Hayvan Gübresi	
	Adet	Oran(%)	Adet	Oran(%)	Adet	Oran(%)
Evet	95	92.2	89	86.4	37	35.9
Hayır	8	7.8	8	7.8	46	44.7
Beyan yok	-	-	6	5.8	20	19.4
Toplam	103	100	103	100	103	100

Araştırma bölgesinde işletmelerin %35,9'u (37 kişi) bahçelerinde hayvan gübresi kullanmakta, %44,7'si ise kullanmamaktadır. %19,4'ü ise kullanıp kullanmadıklarını beyan etmemişlerdir. Hayvan gübresi kullanımının az olma nedenlerinden bazıları; toprak ve yaprak gübrelerinin yeterli olduğunun düşünülmesi, hayvan gübresinin edinilmesinin ve kullanımının güç olması, bazı üreticilere göre de kiraz ağacı için zararı olabilecek içeriklere sahip olduğunun düşünülmesidir.

Toprak ve Yaprak Analizi

Araştırma bölgesinde işletmelerin toprak ve yaprak analizi yaptırma durumları Çizelge 4.33'de gösterilmiştir. İşletmelerin %35,9'u hiç toprak analizi yaptırmamışlardır. Görüşülen işletmelerin %64,1'i ise toprak analizi yaptırmışlardır. İşletmelerin % 35'0'ı son 3 yıl içerisinde, %15,5'i son 4 - 6 yıl içerisinde ve %13,6'sı ise 7 yıl ve daha eski zamanlarda toprak analizi yaptırmışlardır.

Çizelge 4.33. İncelenen İşletmelerde Toprak ve Yaprak Analizi Yaptırma Durumu

Analiz Yaptırma	Toprak Analizi		Yaprak Analizi	
	Adet	Oran(%)	Adet	Oran(%)
Evet	66	64,1	23	22.3
Hayır	37	35,9	80	77,7
Toplam	103	100	103	100

Araştırma bölgesinde işletmelerin %22,3'ü yaprak analizi yaptırmışlardır. Yaprak analizi yaptıranların tamamı son 3 yıl içerisinde bu analizi yaptırmışlardır. İşletmelerin %77,7'si hiç yaprak analizi yaptırmamışlardır. Yaprak analizi yaptırma oranının düşük olmasının temel nedeni; yaprak analizinin en yakın Mersin ilinde yapılması, yani kiraz bahçesi ile analiz yapılacak mesafenin uzak olmasıdır.

Büyüme Düzenleyici Madde (Hormon) Kullanımı

Araştırma bölgesinde işletmelerin hormon kullanım durumları Çizelge 4.34'de gösterilmiştir. İşletmelerin %10,7'si hormon (büyüme düzenleyici madde) kullanmaktadır. Genellikle biogib, ciberilik asit, potasyum, deniz yosunu, mbor-5 gibi büyüme düzenleyici maddeleri kullanmaktadır. Hormon kullanımının amacı; ürünün irileştirmesi, ürüne parlaklık ve besin desteği sağlamaktır.

Çizelge 4.34. İncelenen İşletmelerde Hormon Kullanımı Durumu

Hormon Kullanımı Durumu	Adet	Oran (%)
Evet	11	10,7
Hayır	92	89,3
Toplam	103	100,0

Feromon Tuzağı Kullanımı

Araştırma bölgesinde işletmelerin feromon tuzağı kullanma durumları Çizelge 4.35'de gösterilmiştir. İşletmelerin %84,5'i feromon tuzağı kullanmaktadır. İşletmelerin %15,5'i ise feromon tuzağı kullanmamaktadır.

Dişi böcekler erkek böcekler tarafından kolay bulunabilmek ve çiftleşmek için vücutlarından bir koku salgılar. Bu kokuya “feromon” denir. Feromon kokusu yapay olarak üretilip “yayıcı” denen ve genellikle polietilenden üretilen araçların(cezbetecilerin) içine doldurulur. Feromonların biyoteknik yöntemler içerisinde önemli bir yeri vardır. Ülkemizde zararlılarla mücadelede popülasyon yoğunluğunu saptamada veya ilaçlamaya karar vermede dolaylı olarak yararlanılır. Saimbeyli ilçesinde üreticiler, feromon tuzağı maliyetini belediyenin finanse ettiğini, ilçe tarım müdürlüğünün de tuzakları temin ettiğini belirtmektedirler.

Çizelge 4.35. İncelenen İşletmelerde Feromon Tuzağı Kullanma Durumu

Feromon Tuzağı Kullanma Durumu	Adet	Oran (%)
Evet	87	84,5
Hayır	16	15,5
Toplam	103	100,0

Feromon tuzağı kullanan işletmelere feromon tuzağı hakkındaki görüşleri sorulduğunda; %39,1'i (34 kişi) sineği (akdeniz meyve sineği-kiraz sineği) azalttığını, %29,9'su(26 kişi) ilçe tarım müdürlüğü dağıttığı için kullandıklarını, %23,0'ı (20 kişi) sineğin azaltılmasına faydasının olmadığını, %3,4'ü (3 kişi) sineği ve yoğunluğunu tespit ettiğini, %4,8'i (4 kişi) ise kararsız veya fikirleri olmadığını belirtmişlerdir.

İlaçlama

Araştırma bölgesinde işletmelerdeki ağaçların yıllık ilaçlama durumları Çizelge 4.36'da gösterilmiştir. İşletmelerin tamamı en az yılda 3 kez ilaçlama yaptırmaktadır. Üreticilerin %90,2'si her yıl ağaçları 4 ile 8 kez arasında ilaçlatmaktadır. İncelenen bölgede kiraz üretiminde ilaçlama gerektiren başlıca zararlılar, özellikle son yıllarda etkisini artıran akdeniz meyve sineği ve kiraz sineğidir. Çok sayıda ilaçlama yapan üreticilerin çoğu bu iki zararlının riski arttıkça ilaçlama sayısını artırdıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 4.36. İncelenen İşletmelerde Ağaçların İlaçlanma Durumu

Ağaçların İlaçlanma Durumu	Adet	Oran (%)
Yılda 3 kez	3	2,9
Yılda 4 kez	17	16,5
Yılda 5 kez	19	18,4
Yılda 6 kez	25	24,3
Yılda 7 kez	9	8,7
Yılda 8 kez	23	22,3
Yılda 9 kez	2	1,9
Yılda 10 kez	5	4,9
Toplam	103	100,0

Sulama

İncelenen işletmelerin % 35.9'u susuz, %64.1'i sulu olarak kiraz üretimi yapmaktadır (Çizelge 4.37). Susuz kiraz üretimi yapan işletmelerin bazıları mevsim yağışlarının kiraz için yeterli olduğunu söylese de, çoğunluğu sulama imkanı olmadığı için susuz kiraz üretimi yapmaktadır.

Çizelge 4.37. İncelenen İşletmelerde Sulama Durumu

Sulama Durumu	Adet	Oran (%)
Hiç sulamıyor	37	35,9
Yılda 1 – 5 kez	30	29,2
Yılda 6 - 10 kez	26	25,2
Yılda 11 ve yukarı	10	9,7
Toplam	103	100,0

Sulama yoluyla kiraz üretimi yapan işletmeler içerisinde en yaygın yöntem, mikro sulama da denilen % 68,0 ile damlama yöntemidir. Daha sonra %16,7 ile yüzey sulama (salma) yöntemidir(Çizelge 4.38). Daha sonra sırasıyla hortum (%10,7), karık (%3,0) ve tava (%1,6) yöntemleri gelmektedir.

Çizelge 4.38. İncelenen İşletmelerde Sulama Yöntemi Durumu

Sulama Yöntemi Durumu	Adet	Oran (%)
Damlama	45	68,1
Salma	11	16,6
Hortum	7	10,7
Karık	2	3,0
Tava	1	1,6
Toplam	66	100,0

Budama

Araştırma bölgesinde işletmelerin kiraz ağaçlarını budama durumları Çizelge 4.39'de gösterilmiştir. İşletmelerin %97,1'i (100 kişi) her yıl budama yaptıklarını, %2,9'u (3 kişi) ise ara sıra budama yapsalar da her yıl budama yapmadıklarını belirtmişlerdir. Her yıl budama yapan 100 işletmenin %63'ü (63 kişi) sonbahar ayında, %26's (26 kişi) ilkbahar ayında, %11'i (11 kişi) ise budama işlemini hem ilkbahar hem de sonbahar aylarında yapmaktadır.

Çizelge 4.39. İncelenen İşletmelerde Ağaçların Budanma Durumu

Ağaçların Her Yıl Budanma Durumu	Adet	Oran (%)
Evet	100	97,1
Hayır	3	2,9
Toplam	103	100,0

Toprak İşleme

Araştırma bölgesinde işletmelerin kiraz bahçelerinde toprağın yıllık işlenme durumları Çizelge 4.40’de gösterilmiştir. İşletmelerin %10,7’si her yıl toprağı işleyemediklerini, arasıra işlediklerini belirtmişlerdir. İşletmelerin %89,3’ü imkanlar ölçüsünde 1-2-3 kez toprağı işleme yapmaktadır. İşletmeler toprağın işlenme sıklığı arttıkça ürün kalitesinin ve veriminin arttığını, özellikle sulama imkanı olmayan veya kısıtlı olan bahçelerde kiraz ağaçlarının mevsimsel yağışlardan daha fazla fayda elde ettiklerini belirtmişlerdir.

Çizelge 4.40. İncelenen İşletmelerde Toprağın İşlenme Durumu

Toprağın İşlenmesi Durumu	Adet	Oran (%)
Ara sıra işleme	11	10,7
Yılda 1 kez işleme	65	63,1
Yılda 2 kez işleme	21	20,4
Yılda 3 kez işleme	6	5,8
Toplam	103	100,0

Ağaçların Döllenmesi

Araştırma bölgesinde işletmelerdeki ağaçların döllenmesi durumu Çizelge 4.41’de gösterilmiştir. İşletmelerin %2,8’i (3 kişi)sadece arılar ile ağaçları döllenmektedir. İşletmelerin %48,6’sı (50 kişi)kiraz ağaçlarının döllenme işini dölleyici diğer kiraz kiraz çeşitleri ile yapmaktadır. İşletmelerin %48,6’sı (50 kişi)ise bahçedeki ağaçlarını hem arılar hem de diğer dölleyici kiraz çeşitleri ile döllenmektedirler.

Çizelge 4.41. İncelenen İşletmelerde Ağaçların Döllemesi Durumu

Ağaçların Döllemesi Durumu	Adet	Oran (%)
Arılar ile	3	2,92
Dölleyici çeşitler ile	50	48,54
Arılar ve dölleyici çeşitler birlikte	50	48,54
Toplam	103	100,0

Kirazın Hasat Edilmesi

İncelenen işletmelerde üreticilerin %98,1'i ürün hasadını kendi imkanlarıyla, aile bireyleri ve gerektiğinde ücretli toplayıcılar ile gerçekleştirmektedirler (Çizelge 4.42). İşletmelerin % 1,9'unda ise hasadı, ürünü ağaç üzerinde satın alan aracı tüccar/ihracatçının ayarladığı ücretli toplayıcılar gerçekleştirmektedir.

Kiraz meyvesi hassas bir ürün olduğu için sadece el ile toplanmaktadır. Kiraz danesinin toplanma aşamasından son tüketiciye ulaşana kadar darbelere maruz kalmaması gerekmektedir. Bu durum toplama, paketlenme, depolama ve taşıma aşamalarının tamamını önemli hale getirmektedir.

Çizelge 4.42. İncelenen İşletmelerde Kiraz Hasadını Yapan Kişiler

Hasat Şekli	Adet	Oran (%)
İşletmecinin kendisi tarafından	101	98,1
Tüccar aracılığıyla	2	1,9
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin kirazın hasat aşamasında sınıflandırma yapma durumu Çizelge 4.43'de gösterilmiştir. Üreticilerin %86,4'ü kiraz hasadında sınıflandırma yapmaktadır. Genel kabul gören 26 kalibre üzeri ve 26 kalibre altıdır. İhraçlık kirazda 28 kalibre üzeri ve altı olarak sınıflandırma yapılmaktadır. Üreticilerin %13,6'sı ise sınıflandırma yapmadan, sıyırma usulü hasat yapmaktadır.

Çizelge 4.43. İncelenen İşletmelerde Kirazın Sınıflandırma Durumu

Sınıflandırma Yapma Durumu	Adet	Oran (%)
Sınıflandırma yapıyor	89	86,4
Sınıflandırma yapmıyor	14	13,6
Toplam	103	100,0

Üretim Aşamasında Dış Kaynakla Finansman

Araştırma bölgesinde işletmelerin alıcı tüccar/ihracatçıdan avans alma durumları Çizelge 4.44'te gösterilmiştir. İşletmelerin %8,7'si alıcı tüccardan veya ihracatçıdan satış öncesi avans aldıklarını belirtmişlerdir. Üreticilerin %91,3'ü ise, alıcı tüccar veya ihracatçıdan avans almamaktadır. Satış öncesi avans alan üreticilerin avans almalarının nedenleri; budama, ilaçlama gibi bakım masraflarının karşılanması yanısıra satış zamanı alıcı tüccarın veya ihracatçının kendi ürününü almasını garantiye almaya çalışmaktır.

Çizelge 4.44. İncelenen İşletmelerde Tüccardan Avans Alma Durumu

Tüccardan avans alma durumu	Adet	Oran (%)
Evet	9	8,7
Hayır	94	91,3
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin tarımsal kredi kullanma durumları Çizelge 4.45'de gösterilmiştir. İşletmelerin %27,2'si son 5 yıl içerisinde tarımsal kredi kullanırken, %72,8'i ise son 5 yıl içerisinde herhangi bir tarımsal kredi kullanmamıştır.

Çizelge 4.45. İncelenen İşletmelerde Tarımsal Kredi Kullanma Durumu (son 5 yıl)

Tarımsal kredi kullanma durumu	Adet	Oran (%)
Evet	28	27,2
Hayır	75	72,8
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin tarımsal kredi kullanma amacı Çizelge 4.46’da gösterilmiştir. İşletmelerin %85,6’sı son 5 yıl içerisinde kiraz üretimi için tarımsal kredi kullanmıştır. Üreticilerin %7,2’si ise, son 5 yıl içerisinde hayvansal konularda tarım kredisi kullanmıştır. Son 5 yıl içerisinde tarım kredisi kullanan 28 kişiden 1 kişi kiraz dışı damlama sulama kredisi ve 1 kişide ceviz üretimi ile ilgili tarım kredisi kullanmıştır.

Çizelge 4.46. İncelenen İşletmelerde Tarımsal Kredi Kullanım Amacı

Kullanım amacı	Adet	Oran (%)
Kiraz üretimi	24	85,6
Hayvansal üretim	2	7,2
Damlama sulama	1	3,6
Ceviz üretimi	1	3,6
Toplam	28	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin hangi kaynaklardan tarımsal kredi kullandıkları Çizelge 4.47’de gösterilmiştir. İşletmelerin %92,8’i T.C.Ziraat Bankası’ndan tarımsal kredi kullanmaktadır. Üreticilerin %7,2’si ise, ilçe tarım kredi kooperatifinden tarımsal kredi kullanmıştır.

Çizelge 4.47. İncelenen İşletmelerde Kullanılan Tarımsal Kredinin Kaynağı

Kullanılan tarım kredisinin kaynağı	Adet	Oran (%)
T.C.Ziraat Bankası	26	92,8
Tarım Kredi Kooperatifi	2	7,2
Toplam	28	100,0

T.C. Ziraat Bankası’ndan tarımsal kredi kullanan 26 üreticiye Bankanın tarımsal kredileri hakkındaki fikirleri sorulmuştur. Bankadan tarımsal kredi kullanan üreticilerin %68,23’ü (18 kişi) kullandıkları kredinin yeterli olduğunu, %30,77’si yetersiz olduğunu, %76,92’si kullandıkları kredi faizinin düşük ve uygun olduğunu, %23,08’i tarımsal kredi faizinin yüksek olduğunu, %42,31’i (11 kişi) ise tarımsal kredilerin formalitesinin çok olduğunu beyan etmişlerdir.

Üreticilerin Kooperatifleşme ve Birlikleşme Durumları

Araştırma alanında işletmelerin tarımsal kooperatif üyelikleri Çizelge 4.48’de gösterilmiştir. İşletmelerin %27,2’si tarımsal kooperatife üyedir. İlçede tarım kredi kooperatifi bulunmamakta olup, 38 km mesafedeki Tufanbeyli ilçesindeki tarım kredi kooperatifi haftanın bir günü Saimbeyli ilçesinde faaliyette bulunmakta olup, diğer günler üyeler işlemlerini yapmak için Tufanbeyli ilçesine gitmesi gerekmektedir. Üreticilerin %72,8’i ise, herhangi bir tarımsal kooperatife üye değildir.

Tarımsal kooperatif üyelerine tarım kooperatifinin hizmetleri ve faydaları sorulduğunda; %25,0’i (7 kişi) iyi tarım uygulamalarına kaydolmak için üye olduklarını, %42,9’u (12 kişi) uygun fiyatlı ilaç ve gübre temin ettiklerini, %32,1’i ise tarım kooperatiflerinin üyelere herhangi bir hizmeti veya faydasının olmadığını belirtmişlerdir.

Çizelge 4.48. İncelenen İşletmecilerin Tarımsal Kooperatif Üyeliği

Tarımsal kooperatif üyeliği	Adet	Oran (%)
Evet	28	27,2
Hayır	75	72,8
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği’ne üyelikleri Çizelge 4.49’da gösterilmiştir. İşletmelerin %52,4’ü ilçedeki Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği’ne üye iken, %47,6’sı ise üye değildir.

Çizelge 4.49. İncelenen İşletmecilerin Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği’ne Üyeliği

Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliğine üyelik	Adet	Oran (%)
Evet	54	52,4
Hayır	49	47,6
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği’ne üye işletmelerin birlik hakkındaki düşünceleri Çizelge 4.50’de gösterilmiştir. Üye işletmelerin %79,7’si üye oldukları Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği hakkında olumsuz görüşe sahip olup, birliğin aktif çalışmadığını, faaliyetinin olmadığını veya üyelerine faydasının olmadığını düşünmektedir. Üyelerin %16,7’si ise, Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği’nin tüccar getirdiğini, iyi tarım

uygulamaları konusunda faydası olduğunu ve kirazın satış fiyatı ve eksikleri de olsa soğuk hava deposunun ilçeye kazandırılması konusunda faydaları olduğunu belirtmektedirler.

Çizelge 4.50. İncelenen İşletmecilerin Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği Hakkındaki Düşünceleri

Üyelerin Birlik hakkındaki düşünceleri	Adet	Oran (%)
Faydası yok	43	79,63
Faydası var	9	16,67
Fikri yok	2	3,70
Toplam	54	100,0

Araştırma bölgesinde üreticilerin Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği'ne üye olmama nedenleri Çizelge 4.51'de gösterilmiştir. Üye olmayan işletmelerin %6,1'i köy kalkınma kooperatifi üyesi olduklarından Kiraz Üreticileri Birliği'ne üye olmadıklarını belirtmişlerdir. Üye olmayan işletmelerin %93,9'ı ise Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği'nin; satışa katkısı olmadığını, bölgeye alıcı tüccar getirmediğini, hizmetinin ve faydasının olmadığını, hatta bunların içinde %22,4'lük üretici ise birliğe ihtiyaç olmadığını düşünmektedir.

Çizelge 4.51. İncelenen İşletmecilerin Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği'ne Üye Olmama Nedenleri

Üye Olmama Nedenleri	Adet	Oran (%)
Faaliyeti yok	18	36,8
İhtiyaç yok	11	22,4
Satışa katkısı yok	9	18,4
Faydası yok	6	12,2
Köy kalkınma koop.üyesi	3	6,1
Tüccar getirmiyor	2	4,1
Toplam	49	100

Üreticilerin Tarımla Ve Kiraz Üretimiyle Uğraşma Süreleri

Araştırma bölgesinde işletmelerin tarım üretim deneyim süreleri Çizelge 4.52’de gösterilmiştir. İncelenen işletmelerin tarımla uğraşma süreleri 4 yıl ile 74 yıl arasında olup, ortalaması 36 yıldır. Ortalama 36 yılı dikkate alırsak, işletmelerin geçim konusunda ana uğraşılarının tarım olduğunu görebiliriz. İncelenen işletmelerin %81,50’sinin 20 yıl ve üzerinde tarım alanında çalıştığı gözükmemektedir.

Çizelge 4.52. İncelenen İşletmecilerin Tarımsal Üretim Deneyim Süreleri Dağılımı

Tarımsal Üretim Deneyim Süreleri	Adet	Oran
0 - 10 yıl	6	5,90
11 – 20 yıl	13	12,60
21 – 30 yıl	26	25,20
31 – 40 yıl	23	22,30
41 + yıl	35	34,00
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin kiraz üretimiyle uğraşma süreleri Çizelge 4.53’de gösterilmiştir. İncelenen işletmelerin kiraz üretimiyle uğraşma süreleri 4 yıl ile 50 yıl arasında olup, ortalaması 23 yıldır. Ortalama 23 yılı dikkate alırsak, kiraz üretiminin işletmelerin geçim konusunda uzun yıllardır ana uğraşlarından olduğunu görebiliriz. İncelenen işletmelerin son 10 yıl içerisinde kiraz üretimine başlayanların oranı %5,9’dur. Bölgedeki üreticilerin kiraz üretiminde uğraşma yılları ağırlıklı olarak, % 73,8 oran ile 10 yıl ile 30 yıl arasındadır. Uzun yıllar ana tarımsal geçim kaynağı olarak kiraz üretimi yapılan bölgede, son yıllarda yeni üreticiler ve yeni kiraz bahçeleri kurulumunda durgunluk gözlemlenmektedir.

Çizelge 4.53. İncelenen İşletmecilerin Kiraz Üretimi Deneyim Süreleri Dağılımı

Kiraz Üretimi Deneyim Süreleri	Adet	Oran
0 - 10 yıl	6	5,9
11 – 20 yıl	37	35,9
21 – 30 yıl	39	37,9
31 – 40 yıl	16	15,5
41 + yıl	4	3,9
Toplam	103	100,0

Kiraz Hasadında İşgücü Kullanımı

Araştırma bölgesinde işletmelerin kiraz hasadında çalışan kişi sayısı Çizelge 4.54’da gösterilmiştir. İşletmelerde kiraz hasadında aileden ve tanıdıklardan, ücret ödenmeksizin 1 ila 15 kişi arasında, ortalama 3,35 kişi çalışmaktadır. Ücretli, kiralık yabancı işgücü olarak ise 1 ila 30 kişi arasında, ortalama 8,88 kişi çalışmaktadır.

Görüşmelerin yapıldığı 2018 yılı verilerine göre aileden biri günde ortalama 100 Kg kiraz toplarken, yabancı kiralık işgücü ortalama 60 Kg toplamaktadır. Üreticiler 2018 yılı hasat döneminde kirazın kg maliyetinin 2-2,5 TL¹ civarında olduğunu beyan etmişlerdir.

Çizelge 4.54. İncelenen İşletmelerin Kiraz Hasadının Yapılması

Kiraz Hasadının Yapılması	Adet	Oran (%)
Sadece aile bireyleri	14	13,6
Sadece ücretli toplayıcılar	3	2,9
Her ikisi birlikte	86	83,5
Toplam	103	100,0

İncelenen işletmelerde toplam işgücünün %27,0’ı (344 kişi) aile bireylerinden, %73’0’ı (908 kişi) ise ücretli kişilerden oluşmaktadır.

¹Temmuz 2018 ayı TCMB döviz satış kuru ortalaması 1 USD 4,7071 TL’dir.

Üreticilerin Kiraz Üretimi Yapmalarının Tercih Nedenleri

Araştırma bölgesinde işletmelerin kiraz üretimi yapmalarının ana nedenleri Çizelge 4.55'te gösterilmiştir. İşletmelerin kiraz üretimi yapmalarının ana nedenleri; kirazın getirisinin yüksek olması, ailenin temel üretim faaliyeti olması ve arazi yapısının kiraz üretimine uygun olmasıdır.

Çizelge 4.55. İncelenen İşletmecilerin Kiraz Üretimi Yapmasının Ana Nedenleri

Kiraz Üretimi tercih Nedenleri	Adet	Oran (%)
Kiraz Getirisi Yüksek	67	65,0
Ailenin Üretim Faaliyeti Olması	13	12,6
Arazi Yapısının Uygunluğu	12	11,70
Kiraz Üretiminin Kolay Olması	5	4,90
Diğer	6	5,8
Toplam	103	100,0

Tarım Sigortası (TARSİM) ile Sigortalama

Araştırma bölgesinde işletmelerde kirazın tarımsal sigorta (TARSİM) ile sigortalanma durumu Çizelge 4.56'da gösterilmiştir. İşletmelerin yarısından fazlası kiraz bahçelerini tarımsal ürün sigortası TARSİM ile sigortalamaktadırlar.

Çizelge 4.56. İncelenen İşletmelerde Tarımsal Sigorta(TARSİM) Durumu

Tarımsal Sigorta(TARSİM) Durumu	Adet	Oran (%)
Evet	53	51,5
Hayır	50	48,5
Toplam	103	100,0

İncelenen işletmelerde tarım sigortası(TARSİM) yaptırmayanların en yoğun gerekçeleri; kiraz bahçelerinin olduğu araziye dolu yağmaması ve maliyetlerin yüksek olmasıdır. Tarım sigortası yaptırmamanın diğer nedenleri ise; tapunun kendi adlarına olmaması, kirazın son yıllarda para kazandırmadığı düşüncesi, kadercilik düşüncesi, ağaçların yeni dikilmiş olması, geçmiş

yıllarda hasarın ödenmemesi şeklinde sıralanmaktadır.

Üreticilerin Kiraz Üretimi İle İlgili Eğitim Durumu

Araştırma bölgesinde üreticilerin kiraz üretimiyle ilgili eğitime/kursa katılmış olması durumu Çizelge 4.57’de gösterilmiştir. İşletmelerin yarısından fazlası (% 58,3), kiraz üretimiyle ilgili bir eğitime ve/veya kursa gitmişlerdir.

Kiraz üretimi ile ilgili bir eğitime veya kursa katılan üreticilerin % 85,0’ı (51 kişi) Saimbeyli İlçe Tarım Müdürlüğü’nün hazırlamış olduğu eğitimlere veya kurslara gitmişlerdir. Ayrıca üreticilerin %3,4’ü (2 kişi) iyi tarım üyesi olmak için kurslar ve eğitimler aldıklarını, %3,4’ü (2 kişi) Yaygın Çiftçi Eğitim Projesi (YAYÇEP) sertifikası almak için eğitim aldıklarını, %8,2’si (5 kişi) ise biraraya gelerek kiraladıkları uzmandan eğitim aldıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 4.57. İncelenen İşletmecilerin Kirazla İlgili Eğitim Alma Durumu

Eğitim Alma Durumu	Adet	Oran (%)
Evet	60	58,3
Hayır	43	41,7
Toplam	103	100,0

Üreticilerin Kirazı Alternatif Tarım Ürünleriyle Karşılaştırması

Araştırma bölgesinde üreticilerin gözünde, kirazın diğer tarım ürünlerine karşı üstünlüğünün var olduğu düşüncesi durumu Çizelge 4.58’de gösterilmiştir.

İşletmelerin % 69,9’u (72 kişi) kirazın bölgedeki diğer tarım ürünlerine karşı üstünlüğünün olduğunu belirtmişlerdir. Bu konuda olumlu düşünen üreticilerin çoğunluğu, kirazın getirisinin yüksek olduğunu ve/veya kaliteli ürünün para ettiğini vurgulamışlardır. Diğer vurgulanan konular ise satış ve pazarlamasının kolaylığı ile ilgilidir.

Çizelge 4.58. İncelenen İşletmecilerin Kirazın Üretimi Hakkındaki Olumlu Düşünceleri

Kiraz Üretimi Hakkında Olumlu Düşünceler	Adet	Oran (%)
Getirisi yüksek	27	37,5
Kaliteli ürün para ediyor	17	23,6
Alternatif getirisi daha yüksek ürün yok	8	11,1
Marka değeri var	5	6,9
Satışı kolay	4	5,6
Toptan ve peşin satılan tek ürün	2	2,8
Pazarı olan tek ürün	1	1,4
Diğer (Arazi uygun, aroması farklı, katma değeri yüksek...v.b.)	8	11,1
Toplam	72	100,0

Araştırma bölgesinde üreticilerin gözünde, kirazın diğer tarım ürünlerine karşı üstünlüğünün yok olduğu düşüncesi durumu Çizelge 4.59’de gösterilmiştir.

İşletmelerin % 30,1’i (31 kişi) kirazın bölgedeki diğer tarım ürünlerine karşı üstünlüğünün olmadığını veya üstünlüğünün kalmadığını belirtmişlerdir. Konuya olumsuz bakanların yoğunlaştıkları durum; son yıllarda maliyetlerin artması ve kirazın fiyatının yıllar itibariyle düşük ve sabit kalması, dolayısıyla zamanla değer kaybetmesidir.

Çizelge 4.59. İncelenen İşletmecilerin Kirazın Üretimi Hakkındaki Olumsuz Düşünceleri

Kiraz Üretimi Hakkında Olumsuz Düşünceler	Adet	Oran (%)
Son yıllar fiyat düşük, maliyet yüksek	20	64,5
En dayanıksız tarım ürünü	4	12,9
Kiraz artık her yerde yetişiyor, aynı anda yetişiyor	4	12,9
Ceviz, Üzüm ve Bademe karşı üstünlüğü yok	3	9,7
Toplam	31	100,0

Üreticilerin Gelecekte Kiraz Üretimine Yönelik Düşünceleri

Araştırma bölgesinde işletmelerin gelecekte kiraz üretim alanlarını genişletme konusundaki düşünceleri Çizelge 4.60'da gösterilmiştir. İşletmelerin %28,2'si kiraza alternatif ürün olmadığından ve getirisi yüksek olduğundan imkanları olduğunda kiraz üretim alanlarını genişleteceklerini belirtmişlerdir. İşletmelerin %62,1'i son yıllarda kirazın karlı olmadığını, hasılatın maliyetleri bile karşılayamadığını, imkanları olduğunda kiraz üretim alanlarını azaltacaklarını söylemişlerdir. Üreticilerin %9,7'si ise, özellikle yaşı ilerlemiş üreticiler, imkanları olsa bile kiraz üretim alanlarını aynı bırakacaklarını, ancak bu kadar üretim alanına güçlerinin yettiğini belirtmişlerdir.

Çizelge 4.60. İncelenen İşletmecilerin Kiraz Üretim Alanında Değişiklik Düşüncesi

Kiraz Üretim Alanında Değişiklik Düşüncesi	Adet	Oran (%)
Genişletirim	29	28,2
Azaltırım	64	62,1
Aynı bırakırım	10	9,7
Toplam	103	100,0

İncelenen işletmelerin gelecekte kiraz üretim alanlarını genişletmek isteyen 29 kişiden; %62,1'i (18 kişi) kirazın getirisinin yüksek olduğunu, %27,6'sı (8 kişi) kirazın engebeli kırsal alanda en iyi yatırım olduğunu ve kaliteli ürünün alternatifi olmadığını, %6,9'u (2 kişi) birim alandan en yüksek getirinin kirazdan elde edildiğini, %3,4'ü (1 kişi) ise daha önce susuz olan arazilerin yapılan sulama göleti nedeniyle sulama imkanına kavuşacağını neden olarak belirtmiştir. Üretim alanını genişleteceğini belirten üreticilerin %86,2'si (25 kişi) kiraz çeşidi olarak 0900 Ziraat çeşidi, %10,4'ü (3 kişi) erkenci kiraz çeşidi ve %3,4'ü (1 kişi) ise vişne cinsi ağaç dikeceklerini belirtmişlerdir.

İncelenen işletmelerde gelecekte kiraz üretim alanlarını azaltmak isteyen 64 kişiden; %67,2'si (43 kişi) hasat zamanı yaşanan satış ve pazarlama sorunlarını, %21,9'u (14 kişi) üretim aşamalarında yaşanan üretim sorunlarını, özellikle değişen iklim koşulları ve önlenemeyen akdeniz sineği gibi hastalıkları, %6,3'ü (4 kişi) kirazın emek yoğun getirisi az ürün olduğunu, sürekli düşük fiyat nedeniyle zarar etme halini, %3,1'i (2 kişi) ihtiyarladığını ve ailede işletmeyi devam ettirecek kişi olmadığını, %1,6'sı (1 kişi) ise satışta süre kısıtının verdiği gerilim durumunu neden olarak belirtmiştir.

Kiraz üretim alanlarını azaltmak isteyen işletme sahiplerine kiraza alternatif olarak ne üretmek istedikleri sorulduğunda; %45,3'ü ceviz üretmek istediklerini, %21,9'u (14 kişi) fındık, badem, zeytin ve sumak türlerinden bir veya birkaçını üretmek istediklerini, %20,3'ü (13 kişi)

ceviz ve üzümü birlikte üretmek östediklerini, %12,5'i (8 kişi) ise üzüm üretmek istediklerini belirtmiştir.

Üreticilerin Üretim Aşamasındaki Sorunları

Araştırma alanındaki işletmelerde üretim aşamasındaki en önemli sorunlar Çizelge 4.61'de gösterilmiştir. İşletmelerin %59,2'si (61 kişi) üretim aşamasındaki önemli sorunlar arasında hastalıklarla yapılan mücadelenin etkisizliğini ve yetersizliğini belirtmiştir. Bunların %29,1'i (30 kişi) ise hastalıklarla etkisiz mücadeleyi üretim aşamasındaki en önemli sorun olarak görmektedir.

İncelenen işletmelerin %30,1'i (31 kişi) üretim aşamasındaki önemli sorunlar arasında maliyetlerin yüksekliğini belirtmiştir. Bunlardan %19,4'ü (20 kişi) ise üretim aşamasındaki en önemli sorun olarak maliyetlerin yüksekliğini görmektedir.

İncelenen işletmelerin %22,4'ü (23 kişi) üretim aşamasındaki önemli sorunlar arasında işçi bulamama sorununu belirtmiştir. Bu işletmelerin %13,6'ı (14 kişi) ise üretim aşamasındaki en önemli sorun olarak işçi bulamama sorununu görmektedir.

İşletmelerin %29,1'i (30 kişi) üretim aşamasındaki önemli sorunlar arasında son yıllarda yaşanan iklim değişikliği ve çiçek ve meyve zamanı gerçekleşen aşırı yağışları belirtmektedir. Bu işletmelerin %8,7'si (9 kişi) iklim koşullarındaki değişiklikleri üretim aşamasındaki en önemli sorun olarak belirtmiştir.

Çizelge 4.61. İncelenen İşletmelerde Üretim Aşamasındaki En Önemli Sorunlar

Sorunlar	Adet	Oran (%)
Hastalıklarla etkisiz mücadele	30	29,1
Maliyetlerin yüksekliği	20	19,4
İşçi bulamama	14	13,6
İklim değişikliği, aşırı yağışlar	9	8,7
Bilinçsiz üretim, danışman eksikliği	8	7,8
Üretimde sıkıntı yok	8	7,8
Kalitesiz ürün	4	3,9
İhracata uygun çeşit eksikliği	4	3,9
Sulama sıkıntısı	3	2,9
Etkisiz ilaçlar	2	1,9
Devlet desteği eksikliği	1	1,0
Toplam	103	100,0

İnceleme alanındaki işletmelerin %21,4'ü (22 kişi), üretim aşamasındaki diğer önemli sorunları; bilinçsiz üretim ve uzman danışman eksikliği, etkisiz ilaçlar, kalitesiz üretim ve ürün, sulama sıkıntısı, ihracata uygun çeşit yetersizliği, rekolte azlığının verdiği yetersizlik ve ilgisizlik olarak belirtmişlerdir.

İncelenen işletmelerin % 7,8'i (8 kişi) kirazın üretim aşamasında herhangi bir sorun olmadığını belirtmiştir.

4.5. Adana İli Saimbeyli İlçesinde Kiraz Pazarlama Organizasyonu

4.5.1. Kirazın Değerlendirilmesi

Araştırma alanında incelenen işletmelerde üretilen toplam 690 ton kirazın %77'sinin (531 ton) satıldığı, %5'inin (37 ton) hediye v.b. diğer şekillerde değerlendirildiği görülmüştür. Üretilen kirazın ortalama % 18'lik kısmının (122 ton) ise değerlendirilemediği ve satış kaybı olduğu tespit edilmiştir. Kirazın kaybının bu kadar yüksek oranda olmasının temel nedeni; yetişmiş, hasata hazır kirazın zamanında ve uygun koşullarda toplanıp aracıya, tüccara teslim edilememesi ve tüketiciye ulaştırılamamasıdır. Özellikle kiraz meyvesinin aynı anda yetiştiği büyük işletmelerde, toplayıcı ücretli işgücü bulmakta yaşanan sıkıntı, büyük miktarlarda üretim ve hasılat kaybına yol açmaktadır. Bölgede yaşanan çalışacak işgücü eksikliği sıkıntısı; aynı zamanda kirazların ilaçlanması, budanması gibi hayati önemdeki aşamalarda da ortaya çıkmakta ve bu durum, yetersiz ve zamansız ilaçlama gibi sebeplerle ürün kalitesini ve rekoltesini azaltmakta, bu da doğrudan gelir kaybına yol açmaktadır.

4.5.2. Kiraz Satılan Aracılar ve Teslim Yerleri

Araştırma bölgesinde satılan kirazın araçılara göre sınıflandırılması Çizelge 4.62'de gösterilmiştir. İncelenen işletmelerin %15,5'inin kirazını kendisinin, %51,5'inin yerel iç tüccara ve %33'ünün ihracatçıya sattığı tespit edilmiştir. 2010 yılından önceki yıllarda bölgeye 10'un üzerinde aracı/tüccar/ihracatçı gelirken, son yıllarda kiraz hasat döneminde bölgeye gelen aracı sayısı 3-4 civarındadır. Bölgedeki üreticiler, gelen aracı sayısının azalmasının temel nedenlerinin; yıllar içerisinde Türkiye genelinde kiraz üretiminin artması ve aynı zamanda kiraz hasadının başlaması ile son yıllarda kiraz fiyatlarının aynı düzeyde kalması ve maliyetlerin sürekli artışı nedeniyle kar marjının düşmesi ve hatta zararına üretimin üreticiler üzerinde yarattığı psikolojik yük nedeniyle üretime gereken özenin azalmasından kaynaklı kalite düşüklüğü olduğunu belirtmişlerdir.

Çizelge 4.62. İncelenen İşletmelerde Satılan Kirazın Aracılara Göre Dağılımı

	Adet	Oran (%)
Kendi satıyor	16	15,5
Tüccara satıyor	53	51,5
İhracatçıya satıyor	34	33,0
Toplam	103	100,0

Tüccarlar: Araştırma yapılan bölgede yerel tüccarlar ve yabancı tüccarlar olarak iki tip tüccar bulunmaktadır. Yerel tüccarlar üreticiden aldıkları kirazları bazen yine bölgeye yore dışından gelen tüccarlara veya bölge dışındaki dış pazarlarda kurdukları bağlantılar yoluyla satmaktadır. Dışardan gelen yabancı tüccarlar ise satın aldıkları kirazı Adana, Mersin, Hatay gibi yore dışındaki pazarlara göndermektedir.

İhracatçılar: Araştırma yapılan bölgede yerel ve yabancı tüccarların yanında yurtdışına kiraz gönderen firmaların adına kiraz satın alıp, İzmir ve Mersin gibi limanlara gönderen aracılar da bulunmaktadır. İhracatçılar özellikle yüksek montanlı üretim ve daha yoğun bakım yapan üreticilerin kirazları ile tüccarların satın aldığı ürünlerden kaliteli olanları satın almaktadırlar. Hassas biri ürün olan kirazın toplanmasından itibaren en kısa sürede soğuk hava koşullarına kavuşturulması önem arz etmektedir. Bu açıdan ihracatçı; hem soğuk hava depoları, hem de soğuk zincir özelliği olan tır v.b. ulaşım araçları imkanına sahip olma konusunda avantajlı konumdadır.

Perakendeciler: Yurtdışına gönderilen ürünler haricinde kirazın nihai satışı; üreticinin kendisi, süpermarketler, manavlar, seyyar satıcılar gibi perakendeci satıcılar tarafından yapılmaktadır.

Araştırma bölgesinde satılan kirazın üreticilerin elinden çıktığı yerler Çizelge 4.63’da gösterilmiştir. İncelenen işletmelerin; %1’inin kiraz hasata döneminde her gün açık olan ilçe yerel pazarında, %2,9’unun hasat döneminde yoğun araç trafiği olan Adana-Kayseri yolu üzerinde, %10,7’sinin kendi imkanlarıyla taşıma yaparak Adana, Kayseri, Kozan, Kadirli, Tufanbeyli gibi bölge dışı pazarlarda, %27,2’sinin kiraz ağaçlarının bulunduğu bahçede ve %58,3’ünün ise 2018 yılında sadece soğutma bölümü çalışan, ayrıştırma ve paketlenme bölümü henüz çalışmayan, aracı/tüccar/ihracatçı ile üreticilerin buluşma yeri olan soğuk hava deposunda, kirazlarını teslim ettikleri görülmüştür. 2018 yılında anketlerin yapıldığı hasat döneminin 12 günlük bölümünde, 1 ihracatçı aracı ile 2 yerel/bölgesel tüccar alım yapmaktaydı. 1 tüccar ise kiraz hasadının başladığı Kahramanmaraş ili Andırın ilçesi Çığış bölgesine gitmek üzere ayrılmıştı.

Görüldüğü gibi kiraz satışının %85,5’i bahçede veya soğuk hava deposunda aracı (tüccar/ihracatçı) ya yapılmaktadır. İmkani olan %14,5’lik üretici ise kirazını yerel pazar, yol kenarı ve dış pazarlarda kendi imkanlarıyla daha yüksek fiyattan satmaktadırlar.

Çizelge 4.63. İncelenen İşletmelerde Kirazın Satışının Yapıldığı Yer Dağılımı

Kirazın elden çıktığı yer	Adet	Oran (%)
Soğuk hava deposu önü	60	58,3
Bahçe	28	27,2
Bölge dışı pazar	11	10,7
Yol kenarı	3	2,9
Toplam	103	100,0

İncelenen işletmelerde kirazın satış veya aracıya teslim noktasına taşınma durumu Çizelge 4.64’de gösterilmiştir. Üreticilerin %37,8’i kendilerine veya akrabalarına ait araçlarla kirazı taşımaktadırlar. Üreticilerin %28,2’si ise kirazı taşıma için araç kiralamaktadır. Kirazın %34,0’ını ise aracı (tüccar/ihracatçı) kendi araçlarıyla kiraz toplama noktalarına taşımaktadır.

Çizelge 4.64. İncelenen İşletmelerde Kirazın Taşınması Durumu

Ürünün taşınması	Adet	Oran (%)
Aracı (tüccar/ihracatçı)	35	34,0
Üretici	68	66,0
Toplam	103	100,0

İncelenen işletmelerde kirazın aracıya teslim veya tüketiciye ulaştırma mesafeleri değişiklik göstermektedir. Bazı üreticiler ürünlerini bahçede aracıya teslim etmekte, bazıları ise aracıya satış yerine Adana ve Kayyseri gibi yakın illere kendi imkanlarıyla kirazı götürüp, daha yüksek fiyatlarla ürünü satmaktadırlar. Araştırma bölgesinde incelenen işletmelerin kirazlarını teslim ettiği bahçeler ile kirazı kendilerinin götürdüğü en uzak mesafe 200 km olup, sattığı noktalar ortalama uzaklık 11,11 km’dir.

4.5.3. Satışta Kirazın Tartılması ve Tartının Kontrol Edilmesi

Araştırma bölgesinde işletmelerin sattığı kirazın tartıldığı yer Çizelge 4.65’te gösterilmiştir. İncelenen işletmelerin %89,3’ü sattığı kirazı alıcı/tüccar kantarında ve %10,7’si ise kendi kantarında tartmaktadır.

Çizelge 4.65. İncelenen İşletmelerde Satılan Ürünün Tartıldığı Yer

Satılan kirazın tartıldığı yer	Adet	Oran (%)
Tüccar Kantarı	92	89,3
Kendi Kantarı	11	10,7
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin ürününü sattığı sırada tartıyı kontrol etme durumu Çizelge 4.66’da gösterilmiştir. İncelenen işletmelerin %56,3’ü kirazı sattığı anda tartıyı kontrol ettiğini, %43,7’si ise ürünün satıldığı anda tartıyı kontrol etmediğini belirtmektedir. Tartıyı kontrol etmeyenlerin tamamına yakını, tartıya bakmasının tüccara güvenmeyeceği anlamına geleceğini, tüccar tarafından yanlış anlamının olabileceğini düşündükleri için tartıyı ve tartılan ürünü kontrol etmediklerini belirtmişlerdir. Üreticiler alıcının her kasada 1-2 kg fire düşmesinin genel kabul görmüş bir durum olduğunu belirtmektedirler.

Çizelge 4.66. İncelenen İşletmelerde Ürünün Satış Anında Tartıyı Kontrol Etme Durumu

Tartıyı kontrol etme durumu	Adet	Oran (%)
Evet	58	56,3
Hayır	45	43,7
Toplam	103	100,0

4.5.4. Satışta Alıcı ile Satıcının Buluşması (Piyasanın Oluşumu)

Araştırma bölgesinde işletmeler ile alıcıların buluşması Çizelge 4.67’de gösterilmiştir. İncelenen işletmelerde son yıllarda işletmelere 6 alıcıya kadar aracı tüccar veya ihracatçı gelmektedir. İşletmeler de ürünlerini satmak için bölge dışı alıcılar dahil 8 e kadar aracı tüccar veya ihracatçı ile görüşme yapmaktadırlar. Özellikle erkenci kiraz üretenlerde görüşme yapılan alıcılar ve alıcılarla yapılan görüşme sayıları artmaktadır.

Çizelge 4.67. İncelenen İşletmelerde Üreticiler İle Alıcıların Buluşması Durumu

Aracı gelme, aracıya gitme durumu	Adet	Minimum	Maksimum	Ortalama
Üreticiye yılda kaç alıcı gelir	103	0	6	1,92
Üretici yılda kaç alıcıya gider	103	0	8	1,19
Toplam	103			

4.5.5. Satışta Kiraz Fiyatının Oluşumu

Araştırma bölgesinde 2018 yılı fiyatları 2 TL ile 6 TL arasında değişmektedir. Satış fiyatı ortalaması ise 2,96 tl dir. Ortalamanın düşük olmasının nedeni; üreticinin kiraz satışının % 85'ini aracı tüccar/ihracatçıya satmasıdır. Aracı tüccar ve ihracatçıya satılan kirazın fiyatı 2 tl ile 4 tl arasında değişmektedir. Üreticinin kendi imkanlarıyla sattığı % 15'lik kısım fiyatları 4 tl ile 6 tl arasında değişmektedir. Görüşülen üreticilerin tamamı, son 5 yıl içerisinde maliyetler her yıl düzenli artmasına rağmen kiraz fiyatlarının aynı kaldığını belirtmektedirler.

Araştırma bölgesinde kiraz satışının tamamına yakını (%97,1) peşin satılmaktadır. %2,9'luk kısım ise vadeli yapılmaktadır. Peşin satış oranının yüksek olmasının nedeni, geçmiş yıllarda vadeli satımlarda ürünü satın alan aracının ödemede tamamen veya kısmen üreticiyi mağdur etmesi nedeniyle daha düşük fiyatla da olsa ürün bedelinin satış anında tahsil edilmesi isteğidir.

Araştırma bölgesinde işletmelerin kirazın satış fiyatının belirlenmesi durumu Çizelge 4.68'de gösterilmiştir. Üreticilerin %76,7'si kiraz satış fiyatının doğrudan alıcı tarafından belirlendiğini, alıcı tüccar ve/veya ihracatçının belirlediği fiyata kirazlarını satmak zorunda olduklarını belirtmişlerdir. Alıcının belirlediği fiyata satmak zorunda olmalarının bir nedeni olgunlaşmış kirazın bekletilme imkanının olmaması iken, diğer nedeni ise bölgeye gelen alıcı tüccar ve ihracatçı sayısının azlığıdır. İşletmelerin %20,4'ü pazarlık usulü satış fiyatını belirlediklerini belirtmişlerdir. Ancak alıcı sayısının azlığı, üreticinin satış fiyatındaki pazarlık gücünü azaltmaktadır. İşletmelerin %2,9'u ise ürünlerini tüketiciye kendileri sattıkları için fiyatı kendilerinin belirlediğini belirtmişlerdir.

Çizelge 4.68. İncelenen İşletmelerde Satış Fiyatının Belirlenmesi

Satış Fiyatının Belirlenmesi	Adet	Oran (%)
Tüccarın belirlediği fiyat	79	76,7
Pazarlık fiyatı	21	20,4
Perakende fiyatı	3	2,9
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin kirazın iç pazar fiyatının öğrenilmesi durumu Çizelge 4.69'da gösterilmiştir. İşletmelerin %90,3'ü kirazın iç pazar fiyatını alıcı aracı/tüccar/ihracatçıdan öğrenmektedir. Üreticilerin %3,9'u kirazın iç Pazar fiyatını ilçedeki esnaf ve tanıdıklardan öğrenmektedir. İşletmelerin %5,8'i ise iç Pazar fiyatını, üyesi oldukları Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği'nden öğrenmektedirler.

Çizelge 4.69. İncelenen İşletmelerde Yurtiçi Pazar Fiyatının Öğrenilmesi

İç pazar fiyatının kimden öğrenildiği	Adet	Oran (%)
Aracı/ tüccar	93	90,3
Kiraz Üretici Birliği	6	5,8
İlçe esnafı, tanıdık v.b.	4	3,9
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin kirazın dış pazar fiyatının öğrenilmesi durumu Çizelge 4.70’te gösterilmiştir. İşletmelerin %84,5’i kirazın dış pazar fiyatını alıcı tüccardan öğrenmektedir. Üreticilerin %10,7’si kirazın dış pazar fiyatını aracı ihracatçıdan öğrenmektedir. İşletmelerin %1’i ise dış pazar fiyatını, üyesi oldukları Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği’nden öğrenmektedirler. Üreticilerin %3,9’u ise kirazın dış pazar fiyatını internet ve sosyal ağlar üzerinden araştırma yaparak öğrenmektedir.

Çizelge 4.70. İncelenen İşletmelerde Dış Pazar Fiyatının Öğrenilmesi

Dış pazar fiyatının kimden öğrenildiği	Adet	Oran (%)
Tüccar	87	84,5
İhracatçı	11	10,7
İnternet, sosyal medya v.b.	4	3,9
Kiraz Üretici Birliği	1	1,0
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin kiraz fiyatını yetersiz bulması durumundaki davranış biçimleri Çizelge 4.71’de gösterilmiştir. İşletmelerin %79,6’sı fiyata düşük de bulsalar kirazın muhafaza edilememesi nedeniyle ürünü satmak zorunda olduklarını belirtmektedirler. İstedikleri fiyatı bulamayan işletmelerin %12,6’sı bu durumda ürünü kendileri pazarda veya yol kenarlarında kendileri sattıklarını, %1,9’u ise kirazı ilçe dışı pazarlara götürdüklerini belirtmişlerdir. Üreticilerin %5,8’i ise ürünün satış fiyatını beğenmedikleri durumda ürünü toplamayarak ağaç başında bırakmaktadırlar.

Çizelge 4.71. İncelenen İşletmelerde Fiyatın Yetersiz Görülmesi Durumunda Davranış Biçimi

Fiyatın yetersiz bulunması halinde	Adet	Oran (%)
Mecburen satış	82	79,6
Perakende satış	13	12,6
Kirazın toplanmaması	6	5,8
Bölge dışı pazara götürme	2	1,9
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin kirazın fiyatının belirlenmesi konusunda üretimle ilgili önemli faktörler konusundaki düşünceleri Çizelge 4.72’de gösterilmiştir. İşletmelerin %97,1’i kirazın ürün kalitesinin satış fiyatını etkileyen en önemli unsur olduğunu belirtmişlerdir. İşletmelerin %45,6’sı bölgedeki kiraz üretim miktarının, kirazın satış fiyatının oluşmasında önemli bir faktör olduğunu belirtmişlerdir. İşletmelerin %17,5’i ödeme zamanının, özellikle üretim ve bakım aşamasında alınan avansların ürünün kalite ve miktarını artırması nedeniyle önemli bir faktör olduğunu belirtmişlerdir. Üreticilerin %4,9’u ise işletmenin rakımının fiyat oluşumunda etkili olduğunu, kiraz hasat mevsiminin başlarında düşük rakımlarda erkenci kirazın ve kiraz hasat mevsiminin sonlarında yüksek rakımlarda geçici kirazın fiyatlarının mevsim ortalamalarının üzerinde olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca üreticiler erkenci ve geçici kirazlarda alıcı tüccar ve ihracatçı ile pazarlık yapabildiklerini belirtmişlerdir. Üreticiler 900 metre rakım ile 1.400 metre rakımlar arasında kirazın hasat zamanının 20 gün farklı olabileceğini belirtmişlerdir.

Çizelge 4.72. İncelenen İşletmelerde Kiraz Fiyatını Etkileyen Önemli Faktörler

Kiraz fiyatını etkileyen faktörler	Adet	Oran (%)
Ürün kalitesi	100	97,1
Ürün miktarı	47	45,6
Ödeme zamanı	18	17,5
İşletmenin yeri, konumu	5	4,9
Toplam	170 *	

- Birden fazla cevap hakkı verilmiştir.

Araştırma bölgesinde son 5 yıl içerisinde işletmelerin %23’ü Saimbeyli ilçesi sınırları dışına satış amaçlı kiraz götürdüklerini belirtmişlerdir. Ancak görüşmelerin yapıldığı 2018 yılı hasat döneminde sadece 2 işletmeci (%1,94) bölge dışına satış amaçlı kiraz götürmüştür. Bögedeki düşük fiyatlara alternatif arayan üreticiler bölge dışı pazarlarda satış yapmaya çalışmışlar, ancak

kirazın muhafaza sorunu, ülke genelinde kiraz üretiminin yaygınlaşması, nakliye v.b. giderlerin maliyetlerinin yüksekliği açısından bölge dışı satışlarını azaltmışlardır.

Araştırma bölgesinde işletmelerin kirazın satışı ve pazarlaması konusundaki düşünceleri Çizelge 4.73’de gösterilmiştir. İşletmelerin %85,4’ü kirazın satış ve pazarlamasında sorun olduğunu belirtmişlerdir. İşletmelerin %14,6’si ise kirazın satışında sorun yaşamadığını belirtmişlerdir. Özellikle erkenci ve geçici kiraz yetiştiren üreticiler pazarlamada ve fiyatta sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 4.73. İncelenen İşletmelerde Kirazın Pazarlamasıyla İlgili Düşünceler

Kiraz pazarlamasında sorun	Adet	Oran (%)
Kiraz satışında sorun var	88	85,4
Kiraz satışında sorun yok	15	14,6
Toplam	103	100,0

4.5.6. Üreticilerin Pazarlama Kooperatifi Kurulması Hakkındaki Görüşleri

Araştırma bölgesinde üreticilerin pazarlama/satış kooperatifi kurulmasının sorunları çözme konusundaki görüşleri Çizelge 4.74’de gösterilmiştir. İşletmelerin %87,4’ü bölgede bir pazarlama/satış kooperatifi kurulmasının, kirazın satışında yaşanan sorunları çözeceğini düşünmektedir. Üreticilerin %12,6’sı ise, bir pazarlama/satış kooperatifi kurulsay bile bölgedeki satış sorununun çözülmeyeceğini belirtmektedir.

Çizelge 4.74. İncelenen İşletmecilerin Pazarlama Kooperatifi Konusundaki Düşünceleri

Pazarlama kooperatifi sorunları çözer mi ?	Adet	Oran (%)
Evet	90	87,4
Hayır	13	12,6
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesindeki üreticilere pazarlama/satış kooperatifi kurulmasının önündeki engeller sorulduğunda işletmecilerin; %39,9’u (41 kişi) ise üreticiler arasında birliktelik ve birlikte hareket etme bilincinin olmamasını, bireyselliğin ön planda olmasını, güvensizlik duygusunun son derece yüksek olmasını, %21,4’ü (22 kişi) kooperatiflerin yaptırım gücü ve maddi güç yoksunluğunu, %20,4’ü (21 kişi) akıllı ve bilgili yönetici eksikliğini, %10,7’si (11 kişi) bilinçsiz üreticiyi ve kalitesiz ürünü, %3,9’u (4 kişi) konusunda uzman ziraatçi eksikliğini,

%3,9'u (4 kişi) devletin üretim ve satış aşamalarına karışmamasını, nedenlerini pazarlama/satış kooperatifi kurulmasının ve hatta kurulsu bile etkili ve verimli bir şekilde çalışmasının önündeki engeller olarak belirtmektedir.

4.5.7. Üreticilerin Örgütlenme Olmadan Aracılar Karşısında Pazarlık Gücünün Artırılıp Artırılmayacağı Hakkındaki Görüşleri

Araştırma bölgesinde incelenen işletmelerin örgütlenmeden alıcı karşısında pazarlık güçlerinin artırılıp artırılmayacağı konusundaki görüşleri Çizelge 4.75'te gösterilmiştir. İşletmelerin %36,9'u örgütlenmeden birlikte davranarak üreticilerin alıcı tüccar karşısında pazarlık güçlerini artırmakla ilgili belirtmişlerdir. Özellikle bilinçli üreticiler ürün kalitesinin ve rekolte artışının pazarlıkta üreticinin elini güçlendireceğini belirtmektedir. Üreticilerin %63,1'i ise, kurumsal bir örgütlenme olmadan, alıcı tüccar/ihracatçı karşısında pazarlık gücünü artırmanın mümkün olmadığını belirtmektedir.

Çizelge 4.75. İncelenen İşletmecilerin Örgütlenmeden Pazarlama Güçlerini Artırma Hakkındaki Görüşleri

Örgütlenmeden pazarlama gücünün artırılması mümkün mü?	Adet	Oran (%)
Evet	38	36,9
Hayır	65	63,1
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde incelenen işletmelerin alıcı aracı/tüccar/ihracatçı karşısında pazarlık güçlerini artırma konusundaki görüşleri sorulduğunda üreticiler; %46,6'sı (48 kişi) üreticilerin bireysel, benmerkezci davranışlarının azaltılarak toplu, birlikte hareket tarzının geliştirilmesi, bilinç düzeyinin artırılması, %22,3'ü (23 kişi) bilinçli merkezi ve yerel yöneticilerin olması, devlet desteği ve devletin yönlendirmesinin olması gerektiği, örgütlü satışın ve rekolte artışının zorunlu olduğunu, %3,9'u (4 kişi) üreticinin bilinçlenmesi gerektiğini, %2,9'u (3 kişi) Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği'ne sahip çıkılması ve mali yapısının güçlendirilmesi gerektiği, %2,9'u (3 kişi) alıcı sayısının artırılması, %2,9'u (3 kişi) dağınık yerleşim nedeniyle oluşan iletişim kopukluğunun giderilmesi, gerektiğini belirtmişlerdir.

1993 yılında Saimbeyli İlçe Kaymakamlığı önderliğinde satışı yapılan kiraz iyi para ettiği için tüm ilçe yoğun bir şekilde kiraza dönmüştür. Devletin özellikle pazarlamada tüccar bulma, bölgeye tüccar getirme ve satış fiyatının oluşumunda önderlik etmesi, kiraz yetiştiriciliğinin artmasında en büyük etken olmuştur. 2002 yılında Köylere Hizmet Götürme Birliği kirazı ihracatçıya kilosu 3,5 tl'den satmıştır. 2018 yılında ise ortalama kiraz satış fiyatı 2,96 tl ve

ihracatçıya ortalama satış fiyatı ise 5,5- 6 tl'dir.

Bölgede son 5 yıl kiraz rekoltesi ortalama 3.500 – 4.000 ton arasındadır. Bilinçli üreticiler bu miktarın yetersiz olduğunu, Türkiye’de kiraz üretimi yaygınlaştıkça bu miktarın yıllar itibariyle göreceli olarak azaldığını, talebin azaldığını ve bölgeye gelen alıcı tüccar/ihracatçı sayısının azalmasının ana nedenlerinden birisi olduğunu belirtmektedirler.

Üreticilerin %18,5’i (19 kişi) ise pazarlık güçlerini nasıl artıracakları konusunda fikir beyan etmemişlerdir.

4.5.8. Üreticilerin Pazarlama Sisteminin Geliştirilmesi Hakkındaki Görüşleri

Araştırma bölgesinde üreticilerin ideal bir pazarlama sistemi konusunda belirttiği en önemli faktörler Çizelge 4.76’de gösterilmiştir. İşletmelerin %31,1’i merkezi ve yerel yönetimler ile kiraz üretici birliğinin üretimden başlayarak nihai tüketiciye satışa kadar sürece öncülük yapmaları gerektiğini belirtmektedir. Özellikle alıcı sayısının ve üreticinin alıcı karşısındaki pazarlık gücünün artırılması gerektiğini tüm işletmeler belirtmiştir. İşletmelerin %8,7’si daha yüksek kazanç için yurtdışı pazarın hedeflenerek ihraçlık ürünün ve bölgeye gelen ihracatçı sayısının artırılması gerektiğini belirtmektedir. Üreticilerin %3,9’u bölge kirazının tanıtım ve pazarlama sisteminin kurulması gerektiğini, %10,7’si ürün kalitesinin artması gerektiğini, %7,8’i satış ve pazarlama kooperatifi kurulmasını. %1,9’u ise rekoltenin artırılması gerektiğini belirtmişlerdir. İşletmelerin %6,8’i özellikle mali ve idari altyapısının yeniden düzenlenmesiyle güçlü kiraz üretici birliğini, %1,9’u ise kiraz üretici birliğinin pazarlamayı üstlenmesi gerektiğini belirtmektedir. İşletmelerin %6,8’i kirazın muhafazası sorunun çözmek için soğuk hava deposunun aktif çalışmasını, depolama yanında sınıflandırma ve paketlenme bölümlerinin, hatta kiraz işleme tesisinin kurulması gerektiğini belirtmektedir. İşletmelerin %3,9’u ise, bölgede kırsal alanda en önemli gelir kaynağı olan kiraz üretimine devlet desteği ve teşvik olması gerektiğini belirtmektedir.

Çizelge 4.76. İncelenen İşletmelerde Pazarlama Sisteminin Geliştirilmesi Hakkındaki Düşünceler

Pazarlama Sisteminin Geliştirilmesi Hakkındaki Düşünceler	Adet	Oran (%)
Resmi kurumların ve Kiraz üretici birliğinin öncülüğü lazım	32	31,1
Ürün kalitesinde artış	11	10,7
İhracatçının ve ihracılık ürünün artması	9	8,7
Akıllı yönetimler olmalı	8	7,8
Satış kooperatifi kurulmalı	8	7,8
Güçlü kiraz üretici birliği	7	6,8
Soğuk hava deposu aktif çalışmalı	5	4,9
Bilinç düzeyi artırılmalı	5	4,9
Tanıtım ve pazarlama sistemi kurulmalı	4	3,9
Devlet desteği / teşvik olmalı	4	3,9
Uzman ziraatçi olmalı	2	1,9
Rekolte artmalı	2	1,9
Kiraz üretici birliği pazarlamayı üstlenmeli	2	1,9
Sözleşmeli üretim olmalı	2	1,9
Kiraz işleme tesisi kurulmalı	2	1,9
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde incelenen işletmelerin nasıl bir pazarlama sistemi olması gerektiği konusundaki en önemli faktörlere ilaveten önemli bulunan faktörler; aracılardan azaltılarak, doğrudan satış yöntemine geçilmesi ve kiraz üreticileri birliğine ödenmeyen aidatların düzenli olması ve birliğin bütçesinin olması gerektiğidir.

4.5.9. Üreticilerin Pazarlama Aşamasındaki Sorunları

Araştırma bölgesinde işletmelerde satış ve pazarlama aşamasındaki en önemli sorunlar Çizelge 4.77’de gösterilmiştir.

İşletmelerin %91,2'si (94 kişi) satış ve pazarlama aşamasındaki önemli sorunlar arasında alıcı (aracı/tüccar) yetersizliğini belirtmiştir. Bu işletmecilerin %52,4'ü (54 kişi) ise satış ve pazarlama aşamasındaki en önemli sorun olarak bu sorunu belirtmiştir.

İncelenen işletmelerin %16,4'ü (17 kişi) satış ve pazarlama aşamasındaki önemli sorunlar arasında bilinçsiz üretim ve kalitesiz ürünü belirtmiştir. Bu işletmelerin %8,7'i (9 kişi) ise satış ve pazarlama aşamasındaki en önemli sorun olarak kalitesiz ürün ve bilinçsiz üretimi görmektedir.

İşletmelerin %19,4'ü (20 kişi) satış ve pazarlama aşamasındaki önemli sorunlar arasında tüccarların fiyat konusunda anlaşmasını ve tüccar hakimiyetini belirtmektedir. İşletmelerin %1,9'u (2 kişi) bu konuyu satış ve pazarlama aşamasındaki en önemli sorun olarak belirtmiştir.

İncelenen işletmelerin %15,5'i (16 kişi) satış ve pazarlama aşamasındaki önemli sorunlar arasında pazarlama, tanıtım ve reklam eksikliğini belirtmiştir. Bu işletmelerin %8,7'i (9 kişi) ise reklam, pazarlama ve tanıtım eksikliğini satış ve pazarlama aşamasındaki en önemli sorun olarak belirtmektedir.

Görüşme yapılan işletmeler, satış ve pazarlama aşamasındaki diğer konular; pazarlara uzaklık, nakliye sorunu, tüccarın geç gelmesi ve rekolte azlığını, fiyat düşüklüğünü, Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği'nin iyi çalışmamasını, ilçedeki mevcut soğuk hava deposunun aktif çalışmamasını, bölgeden yapılan ihracatın yetersizliğini, satış aşamasında devlet desteği olmamasını, hassas ürün olan kirazın hasat ve satış süresinin kısıllığını, önemli sorunlar olarak belirtmişlerdir.

Çizelge 4.77. İncelenen İşletmelerde Pazarlama Aşamasındaki Önemli Sorunlar

Pazarlama aşamasındaki önemli sorunlar	Adet	Oran (%)
Alıcı, aracı, tüccar azlığı	54	52,4
Pazarlara uzaklık, tüccarın geç gelmesi, satış koop. eksikliği	11	10,7
Pazarlama, tanıtım ve reklam eksikliği	9	8,7
Kalitesiz ürün, bilinçsiz üretim	9	8,7
Fiyat düşüklüğü	6	5,8
İhracat eksikliği	4	3,9
Tüccar hakimiyeti, tüccarların anlaşması	2	1,9
Soğuk hava deposunun aktif çalışmaması	2	1,9
Kiraz üretim birliğinin iyi çalışmaması	2	1,9
Devlet desteği eksikliği	2	1,9
Satış ve pazarlamada sorun yok	2	1,9
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin kirazın pazarlaması konusundaki en önemli sorunları konusundaki düşünceleri Çizelge 4.78’de gösterilmiştir. İşletmelerin %72,9’u (75 kişi) kirazın satış ve pazarlamasında en önemli sorunun talep azlığı olduğunu belirtmişlerdir. Zaten yetersiz olan bölgeye gelen alıcı tüccar ve ihracatçı sayısının özellikle son yıllarda giderek azaldığı vurgulanmıştır. İşletmelerin %11,7’si kirazın satışında en önemli sorunun ürünün depolama ve muhafaza sorunu olduğunu belirtmektedir. Üreticilerin %9,7’si ise gelen alıcıların fiyatta anlaştıklarını, fiyatı belirlediklerini ve üreticiye pazarlık şansı bırakmadıklarını belirtmişlerdir. İncelenen işletmelerin %4,9’u pazarlamada en önemli sorunun nakliye güçlüğü olduğunu, %1’i ise ödeme düzensizliğini belirtmişlerdir. Belirtilen en önemli sorunlara ek olarak üreticiler; tanıtım ve pazarlama eksikliğini, rekoltenin az oluşunu, zaten yüksek olan maliyetlerin sürekli yükselmesini, sürekli yükselen maliyetlere karşın fiyatların uzun yıllardır sabit olması gibi faktörleri de satış ve pazarlamada önemli sorunlar olarak görmektedirler.

Çizelge 4.78. İncelenen İşletmelerde Kirazın Pazarlamasıyla İlgili En Önemli Sorunlar

Pazarlamada en önemli sorunlar	Adet	Oran (%)
Talep (alıcı) yetersizliği	75	72,9
Kirazın depolama ve muhafaza sorunu	12	11,7
Tüccarların anlaşması, fiyatı belirlemesi	10	9,7
Nakliye güçlüğü	5	4,9
Ödeme düzensizliği	1	1
Toplam	103	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin kirazın pazarlaması konusunda talep (alıcı) azlığı sorununun önem sırası Çizelge 4.79’da gösterilmiştir. Görüşülen 103 kişiden 96 kişi alıcı (talep) azlığını sorun olarak görmüştür. İşletmelerin %78,1’i kirazın pazarlamasında talep azlığını birinci (en önemli) sorun olarak görmektedir. Talep azlığını ve bölgeye gelen alıcı/aracı/tüccar/ihracatçı sayısının azlığını; ikincil önemde gören işletmelerin oranı %17,7’dir. İncelenen işletmelerin %93,2’si değişen önem oranlarında, kirazın pazarlamasında talep azlığını, bölgeye gelen alıcı sayısını önemli bir sorun görmektedir.

Çizelge 4.79. İncelenen İşletmelerde Pazarlamada Talep (Alıcı) Azlığı Sorunu Önem Sırası

Pazarlamada talep (alıcı) azlığı sorunu	Adet	Oran (%)
Birincil önemde	75	78,1
İkincil önemde	17	17,7
Üçüncül önemde	3	3,1
Dördüncül önemde	1	1,1
Toplam	96	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin kirazın depolanması ve muhafazası sorununun önem sırası Çizelge 4.80’de gösterilmiştir. Görüşülen 103 kişiden 70 kişi depolamayı bir sorun olarak görmüştür. İşletmelerin %11,7’si (12 kişi) kirazın muhafazası sorununu birincil önemde görmektedir. Kirazın depolanması ve muhafazası sorununu ikincil önemde gören işletmelerin oranı %31,1 ve 3.l önemde gören işletmelerin oranı %19,4’tür.

Çizelge 4.80. İncelenen İşletmelerde Pazarlamada Kirazın Depolanması ve Muhafazası Sorunu Önem Sırası

Kirazın muhafazası sorunu	Adet	Oran (%)
Birincil önemde	12	17,1
İkincil önemde	32	45,7
Üçüncül önemde	20	28,6
Dördüncül önemde	6	8,6
Toplam	70	100

İncelenen işletmelerde en önemli sorunlardan biri olarak bahsedilen tüccarların anlaşması ve ortak fiyat belirlemesi sorunu da aslında talep yetersizliği ve alıcı/aracı sayısının azlığıyla doğrudan ilişkilidir. Üreticiler bölgeye gelen alıcı sayısının artırılabilmesi durumunda alternatif fiyatların artacağını ve üreticilerin pazarlık güçlerinin yükseleceğini belirtmektedirler.

Araştırma bölgesinde işletmelerin kirazın nakliyesi sorununun önem sırası Çizelge 4.81’de gösterilmiştir. Görüşülen 103 kişiden 32 kişi nakliyeyi bir sorun olarak görmüştür. İncelenen işletmelerin %31,1’i değişen önem oranlarında kirazın nakliyesini, kirazın satış ve pazarlamasında önemli bir sorun olarak görmektedir.

Çizelge 4.81. İncelenen İşletmelerde Pazarlamada Kirazın Nakliyesi Sorunu Önem Sırası

Kirazın nakliyesi sorunu	Adet	Oran (%)
Birincil önemde	5	15,6
İkincil önemde	15	46,9
Üçüncül önemde	12	37,5
Toplam	32	100,0

Araştırma bölgesinde işletmelerin kiraz bedelinin ödenmesi sorununun önem sırası Çizelge 4.82’de gösterilmiştir. Görüşülen 103 kişiden 21 kişi ücretin ödenmesi konusunu bir sorun olarak görmüştür. İncelenen işletmelerin %21,4’ü değişen önem oranlarında kiraz bedelinin ödenmesini, kirazın satış ve pazarlamasında önemli bir sorun olarak görmektedir.

Çizelge 4.82. İncelenen İşletmelerde Pazarlamada Kiraz Bedelinin Ödenmesi Sorunu Önem Sırası

Kiraz bedelinin ödenmesi sorunu	Adet	Oran (%)
Birincil önemde	1	4,8
İkincil önemde	6	28,6
Üçüncül önemde	9	42,9
Dördüncül önemde	5	23,8
Toplam	21	100,0

4.6. Adana İli Saimbeyli İlçesinde Kiraz ve Alternatif Ürünlerin Gelir Karşılaştırması

Araştırma bölgesinde kiraz üretiminin üretici gelirlerine etkisini ölçmek amacıyla, 1 dekardan elde edilen kiraz geliri ile bölgede iklim koşulları açısından yetiştirilme imkanı bulunan ve bazıları yetiştirilen alternatif tarım ürünlerinin bir dekardan elde edilen gelirleri karşılaştırılmıştır. Adana İl Tarım ve Orman Müdürlüğünden alınan verilerle dekar başına gelirleri, Çizelge 4.83 ve Çizelge 4.84’de verilmiştir.

Çizelgede belirtilen ürünlerden kiraz bölgede en yaygın yetiştirilen meyvedir. Bölgede ceviz, armut, erik ve badem yetiştiriciliği de yaygınlaşmaya başlamıştır. Kirazdan yıllar itibariyle elde edilen gelir yüksek ve istikrarlı bir seyir izlemektedir. Bölgede geçmiş yıllarda yaygın yetiştirilen üzüm tekrar yetiştirilmeye başlanmış olup, dekar başına elde edilen geliri nispeten daha düşük düzeylerde dir. Kiraz üretiminden vazgeçen veya kiraz ile birlikte üreticiliğine başlanan diğer bir meyve olan cevizde ise yıllar itibariyle dekar başına gelird e yüksek bir miktar gözlemlenmektedir.

Çizelge 4.83. Adana İli Dekar Başına Ürün Maliyet Ve Gelir Ortalaması (2019 Yılı)

Ürün Adı	Ürün Birimi	Verim (kg/da)	Fiyat (TL/kg)	Toplam Üretim Değeri (TL/da)	Toplam Üretim Masrafları (TL/da)	Net Gelir (TL/da)	Ürün Maliyeti (TL/kg)
Kiraz	kg	918	4,10	3.759,21	2.597,98	1.161,23	2,83
Armut	kg	3.000	2,50	7.500,00	815,73	6.684,27	0,27
Badem	kg	236	14,93	3.523,11	1.394,37	2.128,74	5,91
Ceviz	kg	274	21,41	5.874,69	1.546,79	4.327,90	5,64
Elma (Amasya)	kg	1.700	2,00	3.400,00	2.352,47	1.047,53	1,38
Elma (Golden)	kg	1.967	1,20	2.359,78	1.982,89	376,89	1,01
Elma (Starking)	kg	755	1,08	814,49	2.015,81	-1.201,31	2,67
Erik	kg	2.500	2,44	6.105,83	3.847,78	2.258,05	1,54
Kayısı	kg	2.246	3,16	7.101,30	2.806,86	4.294,44	1,25
Nar	kg	3.390	1,64	5.545,03	3.305,69	2.239,34	0,98
Şeftali (Diğer)	kg	2.558	1,87	4.773,26	2.935,89	1.837,36	1,15
Şeftali (Nektarin)	kg	3.000	2,50	7.500,00	4.873,76	2.626,24	1,62
Üzüm (Sofralık) (Çekirdekli)	kg	1.077	1,86	2.000,26	1.420,37	579,88	1,32

Kaynak: Adana İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2020.

Çizelge 4.84. Adana İli Dekar Başına Ürün Maliyet Ve Gelir Ortalaması (2020 Yılı)

Ürün Adı	Ürün Birimi	Verim (kg/da)	Fiyat (TL/kg)	Toplam Üretim Değeri (TL/da)	Toplam Üretim Masrafları (TL/da)	Net Gelir (TL/da)	Ürün Maliyeti (TL/kg)
Kiraz	kg	941	4,36	4.102,44	2.767,24	1.335,20	2,94
Armut	kg	1.940	2,22	4.306,88	2.601,51	1.705,38	1,34
Badem	kg	284	14,92	4.239,60	2.027,55	2.212,05	7,13
Ceviz	kg	569	22,67	12.893,06	1.473,63	11.419,43	2,59
Elma (Amasya)	kg	1.700	2,00	3.400,00	2.592,57	807,43	1,53
Elma (Golden)	kg	1.967	1,35	2.654,98	2.188,33	466,65	1,11
Elma (Starking)	kg	1.246	1,54	1.918,86	2.218,76	-299,90	1,78
Erik	kg	2.776	2,23	6.198,51	4.479,46	1.719,05	1,61
Kayısı	kg	2.453	3,00	7.353,97	4.518,52	2.835,45	1,84
Nar	kg	4.140	2,04	8.463,86	3.479,06	4.984,80	0,84
Şeftali (Diğer)	kg	2.724	2,83	7.714,31	4.220,09	3.494,23	1,55
Şeftali (Nektarin)	kg	3.376	2,48	8.365,63	5.038,03	3.327,60	1,49
Üzüm (Sofralık) (Çekirdekli)	kg	711	3,20	2.273,01	1.353,67	919,34	1,90

Kaynak: Adana İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2021.

Anketlerin yapıldığı 2018 yılı yaz aylarında gözlemlenen satış fiyatları ile Adana İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün 2019-2020 yıllarına ait verileri birlikte dikkate alındığında; dekar başına gelirden bölgenin temel geçim kaynağı olan kirazın istikrarlı bir gelire sahip olduğu görülmektedir. Yeni denenen bazı ürünler olan ceviz, badem, şeftali gibi meyvelerin dekar başına gelirlerinin daha yüksek olduğu, tekrar yaygınlaştırılmaya çalışılan üzümün ve elmanın gelirinin kirazdan daha

düşük olduğu görülmektedir. Bu nedenle kirazdan daha çok verim gelir elde edilen ceviz, badem, armut ve şeftali meyvelerinin yetiştirme koşullarının, yetiştirme şartlarının ve pazarlama imkanlarının detaylı bir şekilde incelenerek kiraz ile birlikte yetiştirilmesi veya kiraza alternatif ürün olarak yetiştirilme imkanlarının araştırılması gerekmektedir. Gelir imkanlarının kısıtlı olduğu kırsal bölgelerde bir ürüne bağlı olmanın getirdiği gelir kısıtlarından ve sıkıntılardan mümkün olduğunca kaçınmak için yeni ve alternatif gelir imkanlarını yaratacak ürünlerin yetiştirme imkanlarının araştırılması gerekmektedir. Böylece tek ürünün üretiminin ve satışının sıkıntıya girdiği durumlarda ve zamanlarda sürdürebilir düzenli ve yüksek gelir yaratmak imkanı olacaktır.

Aracılarla yapılan görüşmelerden elde edilen bulgularda; kirazın hem iç piyasada hem dış piyasada yüksek fiyattan alıcı bulduğu, ticari değerinin ve özellikle Türk kirazının yurtdışı piyasalarındaki bilinliliğinin yüksek olması nedeniyle ihracat potansiyelinin yüksek olduğu, iyi tarım uygulamaları kapsamında sertifikalı üretim yapılması, önemli bir ihraç ürünü olması nedeniyle kaliteli ürünün ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. Bölgeye gelen araçlar; ihracatçı, tüccar, yerel tüccar ve komisyoncu+tüccar alıcılardır. Bölgeye gelen araçlar tedariklerinin tamamını (%100) üreticiden sağlamaktadır. İncelenen araçlar ürünlerin yarısını (%50) bahçede, yarısını (%50) da soğuk hava deposu önünde üreticiden teslim almaktadır. Ödemenin tamamını peşin yapmaktadırlar. Teslim alınan ürünler, soğuk hava deposunun soğutma bölümünün aktif olmaması nedeniyle hemen Hatay, İskenderun ve Mersin gibi toptancı hallerinin veya aktif soğuk hava depolarının olduğu yerlere gönderilmektedir. Araştırma döneminde bireysel görüşme yapılan 4 aracıdan sadece ihracatçının depolama yaptığı, diğer 3 aracının ise bölgeden topladığı kirazların % 50'sini meyve sebze hallerinde komisyonculara, % 50'sini de depolama imkanı olan ihracatçı firmalara teslim ettiği görülmüştür. Araçların üreticiden aldığı kirazların yaklaşık %30'u kalite kaybı nedeniyle fire vermektedir. Bunu temel nedeni ise soğuk hava deposunun aktif çalışmaması ve hemen yola çıkan ürünün uzun taşıma mesafesi sırasında kendini bırakmasıdır. Araçlar alacakları ürünün öncelikle kalibresinin büyük olmasını, parlak olmasını ve üründe hastalık olmamasını istemektedir. Kirazın piyasa fiyatını arz talep durumunun belirlediğini, dış ticarete talep yüksekse fiyatın yükseldiğini, dış ticarete sorun olan dönemlerde yüksek arz nedeniyle fiyatların düştüğünü belirtmiştir. Normal şartlar altında en önemli konunun ürün kalitesi olduğunu, kaliteli ürünün mutlaka alıcısının olduğunu, bölge açısından rekolte azlığının yeni alıcıların bölgeye gelmesini engellediğini, üreticiden teslim alınan ürünün soğuk zincire hemen dahil edilememesinin de hassas ürün olan kiraz da kalite kaybına neden olması nedeniyle önemli bir sorun olduğunu vurgulamaktadır. Araçların devletten beklediği önemli konular; devletin yeni yurtdışı pazarlar ve bağlantılar bulması, aşırı fiyat düşüşlerinde üreticiye gelir kaybını telafi edici desteklerde bulunması ve kırsal alanda yaşayan üreticinin ilaçlama, gübreleme, budama v.b. zamanlarda desteklenmesidir. Bireysel görüşmelerin yapıldığı 2018 yılında araçlar; ihracatçıya teslim edeceği 1.kalite kirazları ortalama 3-3,5 tl den almakta ve Ege bölgesinde ortalama 10 tl den ihracatçıya teslim etmektedir. Aynı yıl 2.kalite kirazları ise ortalama 1,5-2 tl den almış ve komisyoncuya veya zincir markete ortalama 2-

2,5 tl den vermiştir².

Saimbeyli İlçe Tarım Müdürlüğünden temin edilen bilgilere göre; Saimbeyli’de kiraz üretiminin çok önemli bir geçim ve gelir kaynağı olduğu, engebeli arazilerde yaygın olarak yapıldığı, ancak sulama koşullarının yetersiz, ilaçlama, gübreleme gibi teknik konuların bilinçsiz ve etkisiz yapıldığı, ağaçların yaşlı ve bakımsız, verimin düşük olduğu, ürün istenen beklenen fiyattan bakılmadığı için bakıma önem verilmediği v.b. tespitler yapılmıştır. Özellikle ürün kalitesinin artması gerektiği vurgulanmıştır.

4.7. Adana ili Saimbeyli ilçesinde Kirazcılık Sektörünün SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

Araştırmaların sonucunda bu bölümde, Adana İli Saimbeyli İlçesi’nde kirazcılık sektörü, SWOT analizi kullanılarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmede, araştırma bölgesine özgü unsurların yanında, Türkiye’de kiraz üreten diğer üretici bölgeler için de geçerli olabilecek unsurlara yer verilmiştir(Çizelge 4.85).

Çizelge 4.85. Adana İli Saimbeyli İlçesi’nde Kirazcılık Sektörünün SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
1. Saimbeyli ilçesinde yetiştirilen kirazın tamamına yakınının 0900 Ziraat çeşidi olması ve uluslararası piyasalarda tercih edilen bir çeşit olması, 2. Bölgede yetiştirilen kirazın Saimbeyli Kirazı adıyla bilinir olması, marka değeri olması, 3. Saimbeyli kirazının yurtiçi ve yurtdışı talebinin olması, 4. İlçenin farklı rakımlara sahip yerlerinde yetiştirilen kirazın uzun bir üretim periyoduna sahip olması, 5. İlçenin özellikle yüksek rakımlı bölgelerinde aroması daha zengin, daha az hastalıklı ve geççi kiraz çeşitlerinin yetiştirilebilmesi ve daha yüksek gelir elde edilebilmesi imkanı. 6. Ailede kuşaklar boyunca kirazcılık yapılması, kiraz üreticiliğinde tecrübe sahibi olma,	1. Potansiyel pazarlara uzaklık. 2. Üretim bölgesinden pazarlara ulaşımında güçlükler. 3. Üreticilerin eğitim düzeyinin yetersiz olması, 4. Geleneksel üretim yapısının hakim olması, 5. Son yıllarda kiraz fiyatlarındaki durgunluk nedeniyle kiraz ağaçlarının sökülmeğe başlanması, 6. Kiraz ağacı bakım işlemlerindeki yetersizlikler, 7. Üreticilerin teknik bilgilere ulaşımındaki zorluklar, 8. Sulama suyunun kıt olması, 9. Yıllar itibariyle maliyetlerin sürekli artışı, 10. Üretimin tamamına yakınının küçük aile işletmeleri tarafından yapılması, 11. Coğrafi işaretleme ile ilgili girişimlerin yetersizliği, 12. Tarımsal eğitim ve yayım hizmetlerinin yetersiz olması,

² Temmuz 2018 ayı TCMB döviz satış kuru ortalaması 1 USD 4,7071 TL’dir.

	13. Ağaç başına kiraz veriminin genel olarak düşük olması, 14. Üreticilerin üretim ve pazarlama aşamasındaki örgütlenme yetersizlikleri, 15. Depolama olanaklarının yetersizliği, 16. Paketleme (pazara hazırlama) tesislerinin yetersizliği. 17. İşleme tesislerinin yetersizliği, 18. Zararlılarla mücadelede yetersizlik ve etkinsizlik,
Fırsatlar	Tehditler
1. Dünyada ve Türkiye'de tüketici gelirlerinin artması ve dolayısıyla kiraz talebinin artma ihtimali, 2. Reklamların, tanıtımın ve sosyal medya kullanımının artması ile kiraz üretim bölgelerinde kırsal turizmin gelişme ihtimali, 3. Kiraz üretiminde iyi tarım ve organik tarım uygulamalarının artmasıyla birlikte daha bilinçli bir tarım işletmeciliğinin yapılması, 4. Bölgede yetiştirilen kirazın marka değerinin artırılması ile ihracat potansiyelinin artma ihtimalinin bulunması, 5. Dünyada gıda fiyatlarında artış eğilimi, 6. Mevcut ve potansiyel pazarlara yakınlık ve artan lojistik imkanların yeni pazarları yakın hale getirmesi, 7. Bölgede yetiştirilen kirazın AB standartlarına uyumlu olması,	1. İklimsel değişimler nedeniyle arzda istikrarsızlık, 2. Dış pazarlarda artan korumacılık, 3. Girdi fiyatlarında hızlı artış, 4. İhracatta fiyat istikrarsızlığı, 5. Uluslararası ticaretin giderek daha da serbest hale gelmesi neticesinde yeni rakiplerin ortaya çıkması, 6. Küresel ısınma nedeniyle yer altı su kaynaklarının giderek azalması, 7. Kırsal alanlardan kentsel alanlara göç eğiliminin devam etmesi, 8. Kiraz üreten rakip ülkelerin ürettikleri kiraz miktarının artması, 9. Üretici yaş ortalamasının sürekli yükselmesi nedeniyle özellikle kiraz üretiminde oluşan motivasyon kaybı

Güçlü Yönler

1. Saimbeyli ilçesinde yetiştirilen kirazın tamamına yakınının 0900 Ziraat çeşidi olması: Adana ili Saimbeyli ilçesinde geçmişten günümüze yetiştirilen kirazın tamamına yakını 0900 Ziraat çeşididir. Bu tür tat, aroma ve sertlik açısından uluslararası piyasalarda sevilen, yola dayanıklı bir çeşittir. Bölgede yeni kurulan bahçeler ve yenilenen fidanlar da büyük ölçüde sertifikalı fidanlarla ve mahlep üzerine 0900 Ziraat aşlarıyla yetiştirilmiş fidanlarla tesis edilmektedir. Yeni kurulan bahçelerde bakım işlemleri daha bilinçli şekilde yapılmakta ve verimde artış olduğu gözlenmektedir. Bölgede yetiştirilen kirazın kendine has, aromatik, kalitesi yüksek, iç ve dış pazarlarda talep edilen bir durumu vardır. Bu karakteristik özellikleri nedeniyle düzenli ve sürekli talebi bulunmaktadır. Bir ürünün sürekli talebinin olması o ürünün satış kabiliyetini artıracaktır.
2. Bölgede yetiştirilen kirazın Saimbeyli Kirazı adıyla bilinir olması, marka değeri olması: Araştırma bölgesinde yetiştirilen kirazların piyasalarda özellikle yurtiçi piyasalarda Saimbeyli Kirazı adıyla bilinir olması önemlidir. Yurt dışına satış yapan ihracatçı temsilcileri ile yurt içine satış amaçlı alım yapan aracı tüccarlar bölgedeki kirazı Saimbeyli Kirazı adıyla pazarlamaktadır. Özellikle iç piyasalarda Saimbeyli Kirazı yaygın bir bilinirliğe sahiptir. Bölgede yetiştirilen kirazların marka değerinin olması satışta üreticilere ve kirazı satın alan aracı tüccarlara satım kolaylığı sağlamaktadır.
3. Saimbeyli kirazının yurtiçi ve yurtdışı talebinin olması: Yıllar süren üretimin ve bölgede yetiştirilen kirazların kendine has aromatik bir tada, kaliteye ve büyüklüğe sahip olması sonucu, Saimbeyli kirazına hem yurtiçinde hem de yurtdışında düzenli ve sürekli bir talep bulunmaktadır. Ailelerde kuşaklar boyunca üretimi yapılan bir ürün haline gelen kirazın, uzun yıllar boyunca süregelen talebinin devam etmesi üreticilere satım kolaylığı sağlamaktadır.
4. İlçenin farklı rakımlara sahip yerlerinde yetiştirilen kirazın kesintisiz veya uzun bir üretim periyoduna sahip olması: Saimbeyli ilçesinde kiraz 800 metre ile 1.450 metre rakımları arasında çeşitli kesimlerinde ticari olarak kiraz yetiştirilmektedir. Bu da yaklaşık olarak, kirazın ilk satışının başladığı gün ile tüccara son olarak teslim edildiği gün arasında 25-30 günlük bir süreyi kapsamaktadır. Bu da kırsal alanda, kısa satım süresi bulunan aynı cins kirazın farklı rakımlardan kaynaklı toplama ve teslim etme

sürelerini uzatmaktadır. Satış ve teslim süresinin uzaması, satılan kiraz miktarını ve dolayısıyla elde edilen gelir miktarını artıracaktır.

5. İlçenin özellikle yüksek rakımlı bölgelerinde aroması daha zengin, daha az hastalıklı ve geççi kiraz çeşitlerinin yetiştirilebilmesi ve daha yüksek gelir elde edilebilmesi imkanı: Bölgenin özellikle kiraz hasat döneminin sonlarına yakın zamanında ürünleri satışa hazır hale gelen ortalama 1.400 metre yüksek rakımlı kesimlerinde yetiştirilen kirazların aromaları daha belirgin, kaliteleri daha yüksek, daha az hastalıklara maruz kalmış ve hasat döneminin bitmesine yakın olması nedeniyle daha yüksek fiyattan alıcı bulmaları nedeniyle daha yüksek gelir imkanına sahip olmaktadır.
6. Ailede kuşaklar boyunca kirazcılık yapılması, kiraz üreticiliğinde tecrübe sahibi olunması: Araştırma bölgesinde ailelerin ana geçim kaynaklarından biri olan kirazcılık, kuşaklar boyunca sürmektedir. Kırsal alanda kalan aile bireyleri bildikleri ve gelir elde ettikleri işi, yani kirazcılığı devam ettirmektedirler. Yıllar boyunca kirazcılık işini yapan aile bireyleri, bu işte uzmanlaşmakta ve yıllar geçtikçe daha iyi daha kaliteli üretim yapma imkanına sahip olmaktadır.

Zayıf Yönler

1. Potansiyel pazarlara uzaklık: Saimbeyli ilçesinin kiraz alım-satımının yapıldığı ana merkezler olan Adana'ya 157 km, Mersin'e 237 km, İskenderun'a 230 km ve Hatay'a 295 km uzaklıktadır. Saimbeyli ilçesinde üretilen kirazın meyve sebzelerin bölgedeki ana toplanma ve dağıtım merkezlerine, hallere ve limanlara ulaşım mesafesinin uzaklığı satışları olumsuz etkilemektedir. Kirazın toplama ve taşıma süresinin kısa ve hassas olması, kiraz pazarlamasındaki temel handikaplardan biridir.
2. Üretim bölgesinden pazarlara ulaşımında güçlükler: Araştırma bölgesinde nakliye imkanları ve ulaşım açısından olumsuz, dar, kıvrımlı ve bakımsız yollar sözkonusudur. Adana - Sivas yolu üzerinde bulunan Saimbeyli ilçesinin anapazarları olan Adana, Mersin, Hatay v e Kayseri illerine ulaşım yolu üzerinde nakliye araçlarının kullanmakta zorlandıkları kesitleri bulunmaktadır. Özellikle Kozan - Saimbeyli ilçeleri arasında 80 km uzunluğundaki yollar tek gidiş - geliş özellikli olup, yolların baz kesimleri aşırı dar, bazı kesimleri bakımsız, bazı kesimleri de aşırı kıvrımlı olup, nakliyede zorluklar yaratmaktadır,

3. Üreticilerin eğitim düzeyinin yetersiz olması: Aileler boyunca kiraz üretimi yapılan Saimbeyli ilçesinde kırsal alanda ana geçim kaynağı kirazcılıktır. Kirazcılık geçmişten geleceğe eskilerden nasıl görüldüyse o şekilde yapılmaya devam etmektedir. Bölgede yaşayan insanlar yüksek eğitim aldıkları zaman bölgeden ayrılarak yeni işlerini aramaktadır. Bölgede kalan insanlar da eski usullerle üretime devam etmektedirler. Üreticilik konusunda ilçe tarım veya başka kanallarla imkan bulduklarında eğitim almaya çalışsalar da , eğitim yetersiz kalmaktadır.
4. Geleneksel üretim yapısının hakim olması: Saimbeyli ilçesinde okuma imkanı olanlar okuyup geçim kaynaklarını kentlerde aramaktadırlar. Bölgede kalan insanlar da yeni üretim tekniklerinden habersiz, geçmişten kalma üretim modelleri ile üretim yapmaktadırlar. Örneğin, damlama sulama imkanları olanlar bile salma sulama, karıkla sulama yöntemlerini kullanmaya devam etmektedirler.
5. Son yıllarda kiraz fiyatlarındaki durgunluk nedeniyle kiraz ağaçlarının sökülmeye başlanması: Araştırma yapılan 2018 yılı ve öncesindeki son 4-5 yıl içerisinde Saimbeyli ilçesinde ve Türkiye genelinde kiraz fiyatlarının neredeyse sabit kalması, çok küçük bir ivme ile artması, ancak kiraz üretim maliyetlerinin düzenli ve sürekli bir şekilde artması nedeniyle kirazcılık sektöründe gelirler göreceli olarak sürekli azalmıştır. Bu nedenle Kiraz üreticilerinin bazıları kirazlarını sökmeye ve kesmeye başlamıştır. Yerlerine ceviz, üzüm, badem gibi gelir getireceğini düşündükleri ürünler ekmektedir. Halbuki bölgeye daha çok tüccarın ve aracının gelmesi için rekoltenin artması gerekmektedir. Üretilen kiraz miktarının azalmasına yol açacak olaylar bölgeye gelen tüccar sayısını daha da azaltacak ve kiraza verilen fiyat da düşecektir. Kiraza verilen fiyatın düşmesi de, kırsal alanda yaşayan üreticinin gelirini bariz bir şekilde azaltacaktır.
6. Kiraz ağacı bakım işlemlerindeki yetersizlikler: Üretim aşamasında yeterli bakım yapılamaması nedeniyle kirazların yurt dışı pazar talebine uygun olmaması sonucunu doğuran eksiklikler gözlemlenmiştir. Bölgede gözlemlenen en önemli eksikliklerin başında kiraz bakım aşamasındaki yapılması gereken bakımların yeterli düzeyde yapılamaması gelmektedir. Uygun şekilde budamayı, yeterli sulamayı ve ilaçlamayı zamanında yapmayan üreticiler, kiraz üretiminde kaliteyi ve verimi düşürmekte ve dolayısıyla elde edilen gelir de gözle görülür şekilde düşmektedir. Ayrıca bölgede üretilen kirazın marka değeri de zarar görmektedir. Araştırma yapılan 2018 yılları ve

öncesinde kiraz fiyatlarındaki düşüklük ve fiyat artışının olmaması nedeniyle üreticiler üretim aşamasına yeterince dikkat etmemektedirler. Kirazların bakım, budama, ilaçlama gibi bakım işlemleri zamanında ve yeterli şekilde yapılmamaktadır. Bunun sonucunda üretilen kiraz kalitesi ve miktarında düşüşler olmaktadır. Kalite ve miktar düşüşü sonucunda ise aracı tüccarlar kirazları almamakta veya daha düşük fiyatla alım yapmaktadır. Bakım kalitesinin düşmesi kirazın ihracata değil de iç piyasaya gitmesine yol açmakta, bu da bölgede fiyat düşüklüğü nedeniyle büyük gelir kaybına yol açmaktadır.

7. Üreticilerin teknik bilgilere ulaşımındaki zorluklar: Araştırma bölgesinin ana pazar merkezlerinden uzaklığı ve kırsal alan olması nedeniyle işletmelerde teknik eleman eksikliği söz konusudur. Ayrıca üreticilerin danışmanlık hizmetlerinden yararlanma imkanı bulunmamaktadır. Nadiren İlçe Tarım Müdürlüğü veya Kiraz Üreticileri Birliği tarafından ilçeye davet edilen uzman veya teknik elemanlar, yönlendirme ve danışmanlık hizmeti eksikliğini kısmen gidermeye çalışmaktadırlar. Ancak araştırma bölgesinde sürekli bir teknik eleman ve danışman eksikliği bulunmaktadır. Bu da üretim ve üretilen ürün kalitesini düşürmektedir.
8. Sulama suyunun kıt olması: Araştırma bölgesinde kiraz üretimi dağınık, engebeli ve kurak arazide yapılmaktadır. Mümkün olduğunca su göletlerinin oluşturulması gerekmektedir. Sulama suyunun ve sulama imkanının yetersiz olması ürün miktarını ve kalitesini doğrudan etkilemekte, bu da üreticinin eline geçen geliri belirgin bir şekilde azaltmaktadır.
9. Yıllar itibariyle maliyetlerin sürekli artışı: satış fiyatlarının yıllar itibariyle sabite yakın kalmasına karşın girdi maliyetleri yıllar itibariyle sürekli artmıştır. Maliyetlerin sürekli artışı sonrasında üreticinin elde ettiği gelir görece olarak sürekli düşmüştür. Araştırma yapılan 2018 yılı ve öncesindeki 5-6 yıl boyunca kiraz fiyatları çok küçük miktarlarda artmıştır. Buna karşın girdi maliyetlerinin düzenli ve sürekli miktarda artmasına paralel olarak dekar başına elde edilen gelir miktarı göreceli bir şekilde azalmıştır. Bunun sonucunda üreticilerin büyük bölümü ya maliyetlerden kaçınmak için bakımı azaltmış veya kiraz üretimine gerekli özeni göstermemişlerdir.
10. Üretimin tamamına yakınının küçük aile İşletmeleri tarafından yapılması: Araştırma bölgesinde kiraz üretiminin tamamına yakını küçük aile işletmeleri tarafından yapılmaktadır. Bunun sonucunda ölçek ekonomisinin avantajlarından yararlanma

imkanı azalmaktadır. Küçük aile işletmeleri tarafından yapılan üretimin bir diğer sakıncası ise profesyonel üretimden uzaklaşmadır. Araştırma bölgesinde kirazcılık küçük aile İşletmeleri şeklinde küçük ve çok parçalı engebeli araziler üzerinde yapılmaktadır. Bu da büyük ölçekli ticari kiraz üreticiliğini engellemektedir. Daha büyük ölçekli ve daha büyük alanlarda yapılan kiraz üreticiliğinin daha çok gelir getireceği aşikardır.

11. Coğrafi işaretleme ile ilgili girişimlerin yetersizliği: Adana ili Saimbeyli ilçesinde üretilen kiraz özellikle bölge genelinde, hatta Türkiye'de bilinen bir üründür. Ancak şu ana kadar Saimbeyli Kirazı olarak bilinen ürünün coğrafi işaretleme ile ilgili bir girişimi bulunmamıştır veya sonuçlanmamıştır.
12. Tarımsal eğitim ve yayım hizmetlerinin yetersiz olması: Araştırma bölgesinde görüşmeler yapılan kiraz üreticilerinin kısa süreli bilgilendirme eğitimleri dışında herhangi bir tarımsal eğitimi bulunmamaktadır. Bölgede kiraz üretimi ile ilgili yayım hizmeti de yetersizdir. Kiraz üretimi konusunda güncel bilgilerin verilmesi için eğitim ve yayım hizmetlerinin artırılması gerekmektedir.
13. Ağaç başına kiraz veriminin genel olarak düşük olması: Araştırma bölgesinde uzun yıllar kiraz üreticiliği yapılmasına rağmen yapılan tespitler sonucunda ağaç başına kiraz veriminin düşük olduğu görülmüştür. Bunun temel sebebinin araştırma dönemi ve öncesinde uzun yıllar itibarıyla kiraz fiyatlarının artmadan sabit kalması nedeniyle üreticilerin kiraz üretimini askıya almaları, bakım faaliyetlerini yeterli düzeyde yapmamaları sonucunda kiraz üretiminde ve kalitesinde yaşanan gerilemedir.
14. Üreticilerin üretim ve pazarlama aşamasındaki örgütlenme yetersizlikleri: Araştırma bölgesinde üreticiler üretim kooperatifi veya pazarlama Kooperatifi şeklinde bir örgütlenmeye sahip değildir. Bölgede bulunan Kiraz Üreticileri Birliği ise yeterli düzeyde üyeye sahip değildir. Ayrıca Kiraz Üreticileri Birliği'nin güçlü olması için gereken aidatların tahsilinde büyük sıkıntı yaşanmaktadır. Özellikle pazarlama aşamasında yeterli düzeyde örgütlenemeyen üreticiler bölgede alıma gelen araçlar ve tüccarlar karşısında fiyat pazarlığı yapamamaktadır. Bunun sonucunda üreticiler aracı ve tüccarlar tarafından belirlenen fiyatları kabul etmek zorunda kalmakta ve gelir kaybına uğramaktadırlar.
15. Soğuk hava deposunun ve depolama olanaklarının yetersizliği: Çok kısa hasat dönemine sahip olan kiraz ürününün uygun koşullarda kısa zamanda toplanması ve

serin koşullarda ön soğutma, depolama ve taşıma hizmetlerine kavuşması gerekmektedir. Soğutmalı taşıma araçlarının yetersizliği veya eksikliği, kirazın kalitesinde kısa sürede bozulmalara neden olmaktadır. Ayrıca bölgede toplanan kirazın hemen yola çıkmayacağı durumlarda, bölgeye yeni kurulmuş olan soğuk hava deposunun tam kapasite ile çalışmaması, üründe kalite ve miktar kayıplarına yol açmaktadır. Deponun sadece küçük bir bölümünde sadece kısa süreli soğutma işlemi gerçekleştirilebilmektedir.

16. Paketleme (pazara hazırlama) tesislerinin yetersizliği: Kirazın toplanması, depolanması, standartlaştırılması, paketlenmesi ve depolarda saklanması ile ilgili tesisleşmenin yetersizliği gözlemlenmiştir. Bölgedeki soğuk hava deposunun: depoya gelen kirazın büyüklüklerine göre ayrıştırılarak standartlaştırma, standartlara ayrıştırılan ürünün paketlenmesi ve nakliye işlemine kadar uygun koşullarda depoda saklanması işlemlerinde sorun gözlemlenmiştir. Standartlaştırma, paketleme ve ön soğutma işlemlerini yapan alet ve makinalarda eksiklikler veya arıza nedeniyle makinanın atıl durumda olması tespit edilmiştir.
17. İşleme tesislerinin bulunmaması: Saimbeyli ilçesinde kiraz ile ilgili tüm faaliyet ve düşünce, hasat aşamasına gelen kirazın hemen toplanması ve hemen satılarak ilçeden hallere, pazarlara ve ihracat öncesi dış ticaret depolarına gönderilmesi üzerine kuruludur. Yeterli miktarda üretim olmasına rağmen gıda sanayinde kullanılmak üzere kirazın işlenmesi, reçel , marmelat, jöle v.b. formlara dönüştürülmesi düşüncesi ve bu konuda herhangi bir tesis bulunmamaktadır. Halbuki böyle bir tesisleşme hem kirazın bölgeye kattığı katma değeri, istihdamı artıracak, hem de kirazın acil elden çıkarılma kaygısı nedeniyle düşük fiyattan satış eğilimini engelleyebilecektir. Böylece birim başına gelir imkanı artacaktır. Ancak yoğun kiraz yetiştirilen araştırma bölgesi Saimbeyli ve Konya-Akşehir ile Afyon-Sultandağı bölgelerinde öncelikle kirazlar dış pazarlara, sonrasında kalan kiraz iç pazarlara satıldığından işleme sanayine ayrılacak miktarda ürünün kalmadığı gözlemlenmiştir. Yurtdışı ve yurtiçi pazarlara sunma imkanlarının kısıtlı olabileceği durumlarda kirazın işlenmesinin dikkate alınabileceği kanaati oluşmuştur.
18. Zararlılarla mücadelede yetersizlik ve etkinsizlik: Bölgede son yıllarda ortaya çıkan , özellikle akdeniz sineği, sirke sineği olarak adlandırılan zararlılarla etkin ve yeterli bir mücadele yapılamamaktadır. Bu tür zararlılarla yapılan mücadele; maliyeti yüksek, yetersiz, etkin olmayan ve sonucunda tam anlamıyla başarılı olmayan bir mücadeledir. Bu durum ürün kalitesini, rekoltesini ve gelir potansiyelini doğrudan olumsuz etkileyen bir olgudur.

Fırsatlar

1. Dünyada ve Türkiye'de tüketici gelirlerinin artması ve dolayısıyla kiraz talebinin artma ihtimali: Tüketicilerin yıllar itibariyle satınalma güçlerinin arttığı gözlemlenmektedir ve bu artışın gelecekte de devam edeceği beklenmektedir. Bu durum hem yurtdışı hem de yurt içi pazarlarda kiraza olan talebin artarak devam edeceği anlamına gelir.
2. Reklamların ve tanıtımın artması ile kiraz üretim bölgelerinde kırsal turizmin gelişme ihtimali: Medya ve iletişim imkanlarının artması, özellikle sosyal medya kanallarının aktif şekilde toplumun tüm kesimlerinde kullanılmasıyla kırsal bölgelerdeki kiraz yetiştiriciliğinin ilgi çekmesi ve bunun kırsal turizmin gelişmesine yönlendirilmesiyle yörenin tanıtımına ve gelirlerin artırımına katkı sağlaması beklenmektedir.
3. Kiraz üretiminde iyi tarım uygulamaları ve organik tarım ile birlikte daha bilinçli bir tarım işletmeciliğinin yapılması: İletişim ve ulaşım kanallarının artmasıyla daha bilinçli üretim yapan üreticinin, iyi tarım ve organik tarım uygulamaları sonucunda üreteceği ürünün pazarlama imkanının artacağı ve daha yüksek gelir elde edeceği doğal bir sonuçtur.
4. Bölgede yetiştirilen kirazın marka değerinin artırılması ile ihracat potansiyelinin artma ihtimalinin bulunması: Ülkemizde artan coğrafi işaret ve tescil etme işlemlerinin, bölgede üretilen ürünün çevre illerde ve bölgelerde bilinen Saimbeyli kirazı imajını ve marka değerini artırarak ihracat potansiyelini artıracaktır.
5. Dünyada gıda fiyatlarında artış eğilimi: Dünyada ve Türkiye’de artan talep neticesinde gıda fiyatlarındaki artış, kiraz üreticisinin gelirinde artış anlamına gelmektedir.
6. Mevcut ve potansiyel pazarlara yakınlık ve artan lojistik imkanların yeni pazarları yakın hale getirmesi: Yüksek alım gücüne ve potansiyeline sahip Avrupa ülkeleri ve Rusya’ya yakınlığın yanında, ulaşım ve ulaştırma imkanlarının gelişmesi ve artmasıyla yoğun şekilde açılmaya başladığımız yeni pazarlar olan Asya ülkeleri ve özellikle Çin, lojistik imkanların değerlendirilmesi ile satışların ve gelirlerin artması imkanı olan pazarlardır.
7. Bölgede yetiştirilen kirazın AB standartlarına uyumlu olması: Bölgede yetiştirilen Z0900 kirazının özelliklerinin, en büyük alıcısı olan Avrupa Birliği standartlarına tam olarak uygun olması satış potansiyeli ve gelir açısından önemli bir özelliktir.

Tehditler

1. İklimsel değişimler nedeniyle arzda istikrarsızlık: İklim değişiklikleri nedeniyle son yıllarda, özellikle çiçeklenme sırasında ve sonrasında meyve aşamasında yaşanan sürekli yağışlar sonucu ürün kalitesinde düşme ve aşırı yağışlara bağlı olarak arz edilen ürün miktarında azalma ve istikrarsızlık yaşanmaktadır.
2. AB ve yeni pazarlara açılma sürecinde ortaya çıkabilecek rekabet zorlukları: Ülkelerin iç piyasalarını koruma güdöleri, bu amaçla ithalat kısıtlamaları, ithal ürünlerde şekil şartlarının ağırlaştırılması gibi rekabet zorlukları, ihracata gidecek ürünleri bekleyen ve aşılması gereken zorluklardır. ,
3. İç piyasada fiyat artışlarının maliyet artışlarından sürekli geri kalması: İç piyasada tarım ürünlerinin maliyet artışlarının yıllar itibariyle fiyat artışlarından sürekli fazla olması, üreticilerinin gelirlerini göreceli olarak sürekli azaltmaktadır. Bu durumda geliri sürekli azalan üretici, üretimini gözden geçirmekte; bazen maliyetini bazen üretimini düşürmekte, bazen de üretimden vazgeçebilmektedir. Bu durum bölgenin toplam gelirinde azalmaya yol açmaktadır.
4. İhracatta fiyat istikrarının sağlanamaması: Tarımsal ürünün arzında ve talebinde yaşanan durumlar neticesinde tarımsal ürünün fiyatında istikrarsızlık yaşanabilmektedir. Talebi azalan ürünün fiyatı da doğrudan azalmakta, talebi artan üründe de fiyatlar bariz şekilde yükselebilmektedir. Bu durumlar fiyat istikrarsızlığına sebep olabilmektedir.
5. Uluslararası ticaretin giderek daha da serbest hale gelmesi: Dünya ticaret Örgütü'nün kuralları çerçevesinde uluslararası ticaret serbest bir şekilde yapılabilmektedir. Bunun yanında, artan iletişim ve lojistik imkanlar uluslararası ticaretin de daha kolay hale gelmesine yol açmaktadır. Bu durum yeni pazarlara ulaşma anlamında avantaj getirirse de, yüksek satış yaptığımız Avrupa Birliği ölkeleri gibi pazarlarda yeni satıcıların pazara giriş imkanlarını artırması ve rekabetin artması nedeniyle satış imkanlarının azalmasına ve satış gelirlerinin azalmasına yol açabilecektir.
6. Küresel ısınma nedeniyle yer altı su kaynaklarının giderek azalması: Küresel ısınma ve iklim değişikliği sonucunda, tüm dünyada ve ölkemizde yeraltı su kaynaklarında azalma gözlemlenmektedir. Bu durum üretimin ve gıda talebinin arttığı bir durumda, üretimde sıkıntılara yol açmaktadır.
7. Kırsal alanlardan kentsel alanlara özellikle gençlerin göç eğiliminin artarak devam etmesi: Daha iyi bir yaşam ve daha yüksek gelir elde etmek amacıyla, kırsal alanlardan kentsel alanlara göç yoğun bir şekilde devam etmektedir. Bunun sonucunda kırsal alanlarda üretimi yapanlar azalmakta, yaşanan kesimin yerine yeni üreticiler gelmemesi durumunda üretimden vazgeçilmektedir. Artan gıda talebini karşılamak

için üretim ve rekoltenin de artması gerekirken, bir bölgenin kısmen veya bariz Şekilde retim artmaması, hatta azalması, o bölgenin o tarım ürününden elde edeceği geliri azaltmaktadır. Hatta rekoltenin azalması bölgeye gelen aracı tüccar sayısını da azaltacağından, talep azalması nedeniyle üreticinin gelirini de azaltacaktır.

8. Kiraz üreten rakip ülkelerin ürettikleri kiraz miktarının artması: Dünyada yüksek talep gören tarım ürünlerinden olan kirazın, getirisinin yüksek olması nedeniyle son yıllarda üreten ülke sayısı ve ürettikleri kiraz miktarı da artmıştır. Özellikle Şili, Özbekistan, İspanya gibi ülkeler hem kiraz dikim alanlarını, hem de kiraz üretim miktarlarını gözle görülür Şekilde artırmıŐlardır.
9. Üretici yaş ortalamasının sürekli yükselmesi nedeniyle özellikle kiraz üretiminde oluşan motivasyon kaybı: Artan retici yaşı ve gençlerin kentlerde düzenli gelir peŐinde koŐmaları nedeniyle üretime verilen zen azalmaya, motivasyon kaybı ortaya çıkmaktadır. Bu da üretimi ve verimi düşürme potansiyeli taşımaktadır.



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye, dünya kiraz üretimi ve dış ticaretinde çok önemli bir yere sahiptir. Özellikle, son yıllarda uluslararası standartlara ve dış ticarete uyumlu üretim ve daha kaliteli ve çeşitli ürünlerle dış pazarda daha büyük pay alma çabaları bu üretim ve kalitede artış sağlamıştır. Yurtiçi kişi başı kiraz tüketimi yıllar itibariyle ılımlı bir artış trendi gösterse de, Dünyada artan gelir ve kişi başı tüketim trendi diğer üretici ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye’den yurtdışına ihracatın oldukça düşük seviyede olması gelecekte arz fazlasına neden olacak ve bu arz fazlasının ürün fiyatını düşürme yoluyla toplam hasılatı düşürmesini önlemek amacıyla yeni ihracat olanakları yaratılması gerekecektir. Ancak dış ticaret yoluyla ülke ve bölge gelirinin artma potansiyelinin yüksekliğine karşı, üretimde, pazarlamada ve ihracatta sorunlarla (kalite düşüklüğü, maliyetlerin yüksekliği, ulaştırma sorunları, reklam ve markalaşma eksikliği ve yoksunluğu vb.) karşılaşılmakta ve istenen üretim ve satış miktarına ulaşmada gelişme sağlanamamaktadır.

Türkiye’nin hemen her bölgesinde kiraz üretilebilmektedir. Türkiye’nin sahip olduğu ekolojik çeşitlilik birçok bölgesinde kiraz üretiminin yapılması ve Ziraat 0900 Türk kirazı adıyla bilinen kendine özgü kiraz çeşidinin bulunması önemli bir avantajdır. Bu çeşide alternatif olarak geliştirilen koyu meyve eti renkli iri Burak, Davraz, Aldamla gibi kiraz çeşitlerinin reklamlarının yapılarak pazara sunulması avantaj sağlayacaktır. Uluslararası piyasalarda sahip olunan avantajlı yönlerin ön plana çıkarılarak, pazara uygun ve dayanıklı çeşitlerin artırılarak dünya pazarlarına düzenli ve sürekli şekilde sunulması halinde, uluslararası piyasalarda ve ihracatta daha iyi seviyelere gelinmesi mümkündür.

Adana ili Saimbeyli ilçesi sahip olduğu ekolojik koşullar nedeniyle Türkiye’nin kiraz üretilebilen önemli merkezlerinden olma potansiyeline sahiptir. Araştırma bölgesinde kiraz üretiminin karlı bir tarımsal faaliyet olduğu söylenebilir. Üreticilerin bilinçlendirilmesi ve pazarlama alanlarında iyileştirmelerle kirazcılığın bölgenin ve ülkenin ekonomisine katkısını artırmak mümkündür.

Kirazda hastalıklara ve zararlılara karşı üreticiler tarafından topyekün mücadele yapılmasının sağlanması önem arz etmektedir. Ayrıca teknik talimatlar doğrultusunda tüm mücadele tedbirlerinin alınması amacıyla Tarım ve Orman Bakanlığı ile İl ve İlçe müdürlükleri, Belediye, Muhtarlıklar, Kiraz Üretici Birliği, Ziraat Odası gibi tüm paydaşların koordineli çalışmalar yürütmesi fayda sağlayacaktır.

Bölgede kirazcılık sektörünün geliştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülen öneriler, kiraz üretimine ile kirazın pazarlanmasına yönelik olarak iki ana başlık ve kırsal kalkınma açısından bölgedeki kirazcılık faaliyetinin ve gelir kapasitesinin incelenmesi üçüncü başlık altında sunulmuştur.

5.1. Kiraz Üretimiyle İlgili Sonuçlar ve Çözüm Önerileri

1. Üreticilerin bilgi düzeylerinin düşük olması, üretimin eski usullerle yapılmaya çalışılması, budama bakım işlemlerinin yetersiz düzeyde gerçekleştirilmesi üretimi negatif etkileyerek ürün ve kalite kayıplarına sebep olmaktadır. Bakım işlemleriyle ilgili sorunların giderilmesi için gerekli çalışmalar, öncelikler de dikkate alınarak planlanmalı ve programlar çerçevesinde ıslah işlemleri yapılmalıdır.
2. Modern üretim tekniklerinin bölgeye getirilmesi, sözleşmeli üretimin yaygınlaştırılması, bilinçli ilaç kullanımının yaygınlaştırılması ve zirai mücadelenin toplu bir şekilde yapılması için üreticilerin eğitim ve denetim çalışmalarının artırılması önemli bir konudur. Sözleşmeli üretimde alıcı araçlar ihtiyaçları olan ürünü daha önceden belirlenen fiyattan almayı garanti ederken, üreticiler de pazar garantisini altında üretim yapma şansına sahip olabileceklerdir.
3. Kiraz hasadı ürün kalitesini ve verimini etkileyen en önemli unsurlardan birisidir.. Hasat edilen kirazın dikkatsiz toplanması ve bekletilmesi kiraz kalitesini olumsuz etkilemektedir. Bu aşamada, kirazın en hızlı şekilde toplama tesisine veya merkezine yetiştirilmesi, gelen ürünün de en hızlı şekilde soğutma işlemlerinin başlatılarak taşıma aracıyla bir sonraki noktaya veya soğuk hava deposunda uygun ve yeterli bekletme koşullarına kavuşturulması gerekmektedir.
4. Türkiye'nin kiraz ihracatı yapmaya başladığı büyük potansiyele sahip yeni pazarlar olan Çin ve Uzak Doğu'ya yapılacak ihracatlarda uzun taşıma süreci nedeniyle yola dayanıklı çeşitlerin üretilmeye başlanması ve ihracat sezonunun uzatılmasına yönelik Ziraat 0900 çeşidine alternatif çok erkenci ve çok geççi kaliteli yeni çeşitlerin de bölgede yetiştirilmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi önemli bir konudur.
5. Uluslararası ticarete tüketicilerin artan sağlıklı ürün talebi ve değişen tüketici tercihleri nedeniyle İngiliz perakentecilerin talep ettiği BRC(British Retail Consortium), Alman ve Fransız ithalatçıların talep ettiği IFS(İnternational Food Standart), GLOBALG.A.P, NACCP, ISO 9001:2000 gibi standartlar ve sertifikalar

aranmaktadır. 2005 yılından itibaren ithal ettiği tarım ürünlerinde önce Eurepgap, daha sonra GLOBALG.A.P sertifikasının tercih edilmesinden dolayı, bölgeden özellikle Avrupa ülkelerine giden kirazlar için GLOBALG.A.P sertifikasının olmasının önemi nedeniyle üreticilerin bu standartlara uygun üretim yapmaya özen göstermeleri gerekmektedir. İhracata yönelik üretim yapmayı ilke edinen üreticinin ürünlerini daha kolay ve daha yüksek fiyattan pazarlayabilmeleri için üreticilerin bireysel veya kooperatif yoluyla sertifika almaları faydalı bir davranış olacaktır.

6. Uygulamada karşılaşılan sorunlar göz önünde bulundurulduğunda Kiraz üreticilerinin yoğun bir şekilde eğitime ihtiyaçları olmaktadır. Yapılacak eğitim çalışmalarının aşağıdaki sorunların çözümüne yönelik olması gerekmektedir;
 - bölgedeki teknik elemanların eğitilmesi,
 - bölgedeki üreticilerin eğitilmesi,
 - mevcut bahçelerin ıslahına yönelik eğitim faaliyetleri,
 - yeni kurulacak bahçelerin tesisine yönelik çalışmalar,
 - doğru fidan temini,
 - budama, gübreleme, sulama sorunları,
 - hastalık ve zararlılarla mücadele,
 - kirazın hasadı, taşınması ve depolanması,
 - üreticilerin sözleşmeli üretim uygulamaları ve örgütlenme sorunları.
7. Kiraz ağacının çok yıllık bir bitki olması sebebiyle bahçe kurarken daha planlı ve programlı olunmalıdır. İhracata yönelik çeşitlerin yetiştirilmesi teşvik edilmelidir. Diğer bölgelerle karşılaştırıldığında Kiraz veriminin önemli düzeyde düşük olduğu görülmektedir. Verim ve kalite artışı sağlamak amacıyla hastalık ve zararlılara dayanıklı, verimi yüksek ve bölgeye uygun fidan seçilmesi önemlidir.
8. Kiraz üreticilerinin örgütlenmesi teşvik edilmeli ve özellikle işlevsel birliklerinin, kooperatiflerinin kurulması sağlanmalıdır.
9. Kiraz üreticilerinin deneyimleri çok göçükse de eğitim düzeylerinin düşük olması nedeniyle amaca uygun üretimi gerçekleştirecek teknik hizmete ulaşabilmeleri sağlanmalıdır. İyi tarım, organik tarım, sözleşmeli tarım uygulamaları hakkında firmalar ile devletin merkezi ve yerel birimleri, üreticileri sürekli 10-20 kişilik veya daha büyük gruplar halinde eğitime ve teknik hizmet almaya yönlendirmesi ve dolayısıyla alt yapılarını güçlendirmeye teşvik etmelidir.

5.2. Kiraz Pazarlamasıyla İlgili Sonuçlar ve Çözüm Önerileri

1. Adana ili Saimbeyli ilçesinde kiraz üreticilerinin en önemli sorunları pazarlama aşamasında ortaya çıkmaktadır. Bu sorunun kaynağının ise bölgede, kirazın pazarlanmasında etkin olarak faaliyet gösteren üretici örgütü veya kooperatiflerin yeterli düzeyde olmamasıdır. Üreticiler örgütlenme eksikliğinden dolayı kiraz fiyatının belirlenmesinde etkili rol oynayamamakta ve piyasadaki fiyatları aracılar ve komisyoncular belirlemektedir. Böyle organizasyonların bulunmaması, pazarlama hizmetlerinin etkinliğini azaltmakta ve üreticilerin alıcılar karşısında pazar pozisyonunu zayıflatmaktadır. Kiraz yetiştiriciliği yapan üreticilerin birlik, kooperatif gibi yapılar altında birleşip örgütlü hareket etmeleri hem üretim hem de satış aşamasında üreticilere büyük avantaj sağlayacaktır. Kiraz Üreticileri Birliği'nin daha aktif hale getirilmesi yanında, özellikle pazarlama alanında yeni bir üretici örgütlenmesi bölgeye daha fazla ekonomik katkı (yeni aracı ve alıcıların bölgeye girmesi, reklam ve tanıtım hizmetlerinin artması, fiyatlamada üretici lehine pazarlık gücünün oluşturulabilmesi v.b.) sağlayacaktır. Kirazın pazarlanmasında ve fiyatının belirlenmesinde etkinliği olan örgütlenmeler, pazarlamadan kaynaklanan sorunları azaltabilecek ve pazarlama hizmetlerinin daha etkin bir şekilde yerine getirilmesi sağlanacaktır.
2. Saimbeyli kirazı Doğu Akdeniz bölgesinde bilinir bir üründür. Ancak Türkiye ve Dünya genelinde de markalaşmaya ve bölge imajının oluşturulmasına önem verilmelidir. Bölgedeki işletmelerin dağınık ve küçük ölçekli yapısı göz önüne alındığında, üreticiler ortak bir ticari marka oluşturulması ve yönetilmesi konularında bilinçlendirilmeli, özendirilmeli ve desteklenmelidir. Bölgenin ortak bir markasının oluşturulması, coğrafi işaret tescilinin alınması, hem ürünün kalitesinin artırılmasına hem de pazarlama hizmetlerinin daha etkin şekilde yerine getirilmesine katkı sağlayacaktır. Coğrafi işaretleme Saimbeyli kirazının ulusal ve uluslararası pazarlardaki değerinin artmasına ve yerel bölge ürünü imajının oluşmasına katkıda bulunacaktır.
3. Adana ili Saimbeyli ilçesinde 2006 yılında Kiraz Üreticileri Birliği kurulmuştur. Günümüzde 159 üyeye sahiptir. Ancak birlikteki örgütlenmenin yeterli düzeyde olmaması üreticilerin pazarlama kanalı tercihindeki etkinliğini azaltmaktadır. Üreticilerin üretim aşamasında birlik oluşturması ve sonrasında ürünün

pazarlanmasında toptancı hallerinde ve aracı firmalarda, üretici kooperatifine ve birliğine sağlanan önceliklerden yararlanması teşvik edilmelidir.

4. Kiraz pazarlamasında yüksek gelir elde etmek, satışlarda sürekliliği sağlamak ve pazar paylarını korumak ve artırmak için iki temel unsur önemlidir; kaliteli üretim yapmak ve elde edilen kaliteli ürünü son tüketiciye ulaşana kadar muhafaza etmek. Hasattan itibaren su kaybeden kiraz meyvesinin sertliği ve parlaklığı kaybulmakta, bu da ürünün değerinde ani kayıplara yol açmaktadır. Bunun mümkün olduğunca engellenmesinin yolu; meyvenin zamanında toplanması, hızla soğutulması ve soğuk zincire gecikmeden dahil edilmesidir. Araştırma bölgesindeki sistemin temel yetersizliği soğuk zincirin üretim bölgesinde değil de, taşınma sonrasında Adana, Hatay ve Mersin’de paketlenme yerlerinde başlamasıdır. Soğutucusuz araçlarla bu yerlere kadar kiraz meyvesinde ön soğutma ve diğer işlemlere buradan başlamaktadır. Bu süreçte geçen süre meyve kalitesi olumsuz etkilenmektedir. Bölgedeki soğuk hava deposunun etkin hale getirilmesi yoluyla ön soğutma işleminin erken başlaması; pazar değerlerini koruyan kirazın daha yüksek fiyatla satılabilmesini sağlayacaktır. Ayrıca soğutuculu kamyonlarla taşınan kiraz meyvesinde değer kaybı minimuma inecektir. Adana ili Saimbeyli ilçesinde mevcut soğuk hava deposunun kapasitesinin artırılarak, yeterli entegre depolama, tasnifleme ve paketlenme ünitelerinin aktif şekilde çalıştırılması sağlanmalıdır
5. Pazarlamanın her aşamasındaki elemanların eğitilerek, alanında uzman eleman eksikliği giderilmelidir.
6. Saimbeyli kirazı uluslararası pazarlarda rekabet edebilecek düzeydedir. Üreticiler kiraz yetiştirme konusunda yeterli bilgi birikimine sahiptir. Ancak üreticilerin özellikle pazarlama alanında yeni bilgilere ve yeni tekniklere ihtiyaçları bulunmaktadır.
7. Yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda kiraz üreten ve satan bölgelere düzenli aralıklarla araştırma gezileri ve ziyaretleri yapılarak, özellikle pazarlama aksiyonları gözlemlenmeli ve araştırma bölgesi için uygulanabilir aksiyonlar üzerinde çalışılmalıdır.
8. Üreticilerin pazarlama konusunda en büyük eksikliği organizasyon eksikliğidir. Pazar pozisyonlarını güçlendirmek ve ulusal ve uluslararası pazarlarla entegrasyonu sağlayacak kooperatif, birlik veya şirket şeklinde örgütlenme sağlanmalıdır.

9. Yeni pazarlar keşfetmek veya mevcut pazar paylarını artırmak için, merkezi ve yerel idareler ile özel sektör işbirliği sağlanmalıdır. Bu işbirliği kapsamlı pazar araştırmaları yapılması şeklinde sürekli güncellenmelidir. Hem üretim aşamasında hem de pazarlama aşamasında yalnız, kararsız ve zayıf kalan üreticinin; kamu veya özel sektörde konusuna göre muhatabını kolayca bulabilmesi gerekir. Aradığı konuda muhatabını bulan üretici daha dikkatli üretim yapacak; bu da ürün miktarını, ürün kalitesini artırarak üreticinin gelirini artıracaktır.
10. Pazar saydamlığı açısından yetersizlikler bulunmaktadır. Arza ve talep hakkındaki bilgiler belirsizdir. Üreticinin pazarlar hakkındaki bilgilerinin güncel ve doğru olması gerekir. Yurtiçi ve yurtdışı pazar bilgilerinin toplanması, sürekli güncellenmesi, üreticilerin bu bilgilere kolayca ulaşabilmeleri için etkin bir haberleşme ve enformasyon ağı oluşturulmalıdır. Özellikle günümüzde sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşmasıyla, üreticilere ulaşmak, bilgileri ulaştırmak ve taleplerini toplamak kolayca mümkün olabilecektir.
11. Türkiye kiraz üretiminde ilk sırada yer almasına rağmen ihracatta aynı etkinliğe sahip değildir. Dünyada kiraz üretiminin artış göstermesi, uluslararası pazarları da daraltmaktadır. Hatta Türk kirazı olarak bilinen 0900 Ziraat çeşidinin üretiminde Türkiye'ye rakip olmuşlardır. Bu sorunun çözümü ise etkili pazarlamadır. Kiraz, etkin pazarlama teknikleri ile mevcut pazarlara ek olarak potansiyeli olan yeni pazarlara da pazarlanmalıdır. Reklam çalışmaları artırılarak yeni ihracat organizasyonları geliştirilmelidir.
12. Bölgede çok sayıda küçük işletmeden kaynaklı olumsuzları çözebilecek, küçük birimleri birleştirecek yatay ve dikey yapıda entegrasyonlara ihtiyacı vardır. Daha büyük yapıda organizasyonlar pazarlamadan kaynaklı sorunların azalmasına katkıda bulunacaktır.
13. Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliği'nin Piyasada etkinliğini tam olarak sağlayamamasının en önemli nedenlerinden birisi finansal sıkıntılardır. Bu nedenle Birlik üyelerinin ürünlerini değerlendirememekte ve üyelerine yeterli düzeyde katkı sağlayamamaktadır. Dolayısıyla üyelerin birliğe maddi ve manevi destekleri yetersiz kalmakta veya bu durum diğer üreticilerin birliğe üye olma isteğini azaltmaktadır. Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliğinin kendi üyelerinin ürünlerini doğrudan firmalarla, yurt dışı alıcılarla bağlantı kurarak pazarlayabilmesi durumu, bu etkinsizliğin

çözümünde en iyi yol olarak gözükmektedir.

14. İç ve dış pazarlarda artan tüketici talepleri doğrultusunda yeterli ürünü zamanında pazara sunabilmek için, üretici-aracı-dışsatımcı işbirliğinin mutlaka yapılması gerekmektedir.
15. Hasat edilen ürünlerin satışı Haziran ve Temmuz aylarında yapılmaktadır. Bu dönem kirazın Türkiye’de ve bölgede en bol ve fiyatın göreceli olarak en düşük olduğu dönemdir. Erkenci ve geçici çeşitlerde özellikle firmalar ürün bulmakta zorlanmaktadır. Erkenci ve geçici çeşitlerle piyasaya ürün arz etmek, daha yüksek fiyat avantajından yararlanmak ve hasat sezonunu uzatmak için önemlidir.
16. Öncelikle hedef pazarlar belirlenmeli ve satış stratejileri bu hedef pazarlar dikkate alınarak geliştirilmelidir. Hedef pazar olarak öncelikle yüksek fiyatlarla satış imkanının olduğu yurtdışı pazarlar seçilmeli, sonra ise tüketicimin düşük olduğu diğer yurtiçi pazarlar göz önünde bulundurulmalıdır. Yurtiçi piyasalardan elde edilen tecrübelerden ders alınarak, uluslararası pazarlara ürün sunulmalı, mevcut (AB üyesi bazı ülkeler, Rusya) pazarlara ek olarak, gelecekte satış potansiyeli bulunan ve tüketim artışı beklenen (Çin, Hong Kong gibi) yurtdışı pazarlarda pazar araştırmaları yapılmalıdır.
17. Bölgede üreticiler ve aracılar, komisyoncular ortak bir karar doğrultusunda değil de, günübirlik kararlar alarak kendi başlarına hareket etmektedirler. Üreticiler ve alımcılar, üretim sürecinin başından pazarlama faaliyetlerinin sonuna kadar tüm süreci uzun vadeli planlamalıdır. Bu şekilde iç ve dış pazarlarda süreklilik ve güvenilirlik sağlamaları gerekmektedir.
18. Coğrafi işaretleme, bölge ürününün ulusal ve uluslararası pazarda değerini artıracak ve bölge ürünü imajının oluşmasına katkıda bulunacaktır. Ancak, Saimbeyli kirazı her ne kadar Doğu Akdeniz bölgesinde bilinirliği yüksek olsa da coğrafi işaret tescili bulunmamaktadır. Bölgede yetiştirilen kirazda coğrafi işaret tescil çalışmalarına ağırlık verilebilir.
19. Özellikle yurtdışına kiraz satışı yapan firma temsilcileri olmak üzere alımcılar, kirazın kalitesinin öneminin farkındadırlar. Ürünün satış fiyatının oluşmasında kalitenin ilk sırada olduğunu belirtmektedirler. Kirazın dikim, budama, sulama, gübreleme, ilaçlama gibi bakım aşamalarına yeterli özenin gösterilmesi ürünün kalitesinin artmasının olmazsa olmaz temel şartıdır.

20. Adana ili Saimbeyli ilçesinde yapılan araştırma, kiraz üreticilerinin bilgi kaynaklarına, teknik hizmetlere ulaşma konusunda yeterli seviyede olmadığını göstermiştir. Eğitim faaliyetlerinin artırılması, özellikle teknolojik gelişmelerden de yararlanarak sosyal medya kanallarının her üreticiye ulaşabilmesi sorunların çözümü açısından etkili bir yöntem olabilir.
21. Kiraz üretiminde ve pazarlamasında kalitenin, verimin, etkinliğin artması ve tanıtım için, üretici-alıcı-devlet işbirliğinin geliştirilmesi önemli bir konudur. Devletin merkezi ve yerel birimlerinin üretim ve pazarlama aşamalarına daha aktif katılımı zorunludur.
22. Saklama süresi kısa bir ürün olan kirazın ihracatında tüketiciye en kısa zamanda ulaşması için, soğuk hava depolu araçların ve kargo uçaklarının kullanımının artırılması, ürünün deforme olmadan tüketiciye ulaşmasını sağlayacaktır. Bu da ihracatlık üründe talep artışı sağlayarak, hasılatı artıracaktır.
23. Bölgede yetişen kirazın bilinirliğinin artırılması amacıyla düzenlenen Saimbeyli Kiraz Festivalinin devamlılığının sağlanması, hatta ulaşım ve iletişim imkanlarının arttığı günümüzde festivalin uluslararası boyuta taşınabilmesi, Türkiye genelinde ve dünyada tanınmasına yardımcı olacaktır.
24. Saimbeyli ilçesinde yetiştirilen kirazın büyük bölümü ihracat kalitesindedir. Ancak gözlemlenen, yıllarca süren maliyetlerin fiyat artışlarından daha yüksek oranda artış trendi nedeniyle üretimde gönülsüzlük kaynaklı potansiyeline göre yetersiz bir ihracat üretimi durumudur. Dış pazar taleplerine uygun ürünlerin artışı için, üreticiye yeterli teknik destek ve sürekli bilgi akışı sağlanmalıdır.
25. Pazar saydamlığı açısından yetersizlikler mevcuttur. Kirazın bilinçli satışının yapılabilmesi için piyasada arz ve talep edilen ürün miktarı açısından bilginin toplanması ve yayılmasında önemli sorunlar bulunmaktadır. Yurtiçi ve yurtdışı pazar bilgilerini toplayıp, özellikle üreticilere zamanında paylaşacak etkin bir haberleşme ağı oluşturulmalıdır.
26. Soğuk hava deposunun etkinleştirilmesi ve aktifleştirilmesi konusu haricinde kiraz işleme tesislerinin kurulması konusu da incelenmiştir. Araştırma bölgesindeki yaklaşık % 70 oranında 1.kalite kirazların yurtdışı pazarlara gittiği, kalan 2.kalite kirazların tamamının iç pazarlara taze olarak gittiği ve işleme sanayine gidecek ürün kalmadığı görülmüştür. Bu nedenle kiraz işleme tesisi verimli bulunmadığından herhangi bir

ticari teşebbüse konu olmamaktadır. Ayrıca yoğun kiraz yetiştirilen bölgelerden Konya – Akşehir ve Afyon – Sultandağı bölgelerine hasat zamanı 2024 yılında yapılan ziyarette de; kirazın % 80 oranında ihracata gittiği, % 20 oranında da iç pazarlara gittiği, işleme amaçlı kiraz meyvesi kalmadığı ve işleme tesislerinin olmadığı görülmüştür.

27. Bölgedeki mevcut soğuk hava deposunun eksiklerinin giderilerek etkin ve daha aktif hale getirilmesi sonrası, kaliteli ürünün daha uzun süre muhafaza edilebilmesi ve daha uzak pazarlara değer kaybı minimuma indirilerek ulaştırılabilmesi durumunda;
- Bölgedeki üreticilerin tarımsal gelirlerinde artış olacaktır,
 - Bölgede istihdam imkanı (kiraz toplam işçiliği, paketleme ve muhafaza işçiliği, taşımacılık, teknik eleman v.b.) olacaktır,
 - Ürünün kalitesindeki artış nedeniyle bölgenin ve dolayısıyla ülkenin kiraz dışsatım geliri artacaktır.

Saimbeyli ilçesinde üretim aşamasından pazarlamanın son aşamasına kadar yapılacak iyileştirmelerle kirazın bölge ekonomisine kattığı katma değer artırılması imkanı bulunmaktadır. Şöyle ki;

- Üretimde bir artış, üretime girdi tedarik eden ilaç, gübre v.b. ticaret sektörünün büyümesine ve bu sektörde faaliyet gösterenlerin gelir artışına katkı sağlayacaktır.
- Kiraz hasadı emek yoğun bir işlem olduğundan, artacak üretimle birlikte hasat döneminde işgücü talebi de artacak ve ilave istihdam yaratılacaktır.
- Hasat zamanı olduğu gibi hasat sonrası pazara hazırlama işlemleri de (özellikle ihracat pazarlamasında) emek yoğun işlemler olduğundan işgücüne talep yaratacaktır. İşgücüne talebin artması istihdamın artması imkanını sağlayacaktır.
- Gerek hasat gerekse pazara hazırlama işlemlerinde genellikle kadın işgücü kullanıldığından, özellikle kadın istihdamına katkı sağlanması söz konusu olacaktır.
- Artan üretici gelirleri ve işgücü gelirleri yörede başta hizmet sektörü olmak üzere ekonomik faaliyetlerin gelişmesine ve bölgenin kalkınmasına doğrudan veya dolaylı olarak katkı sağlayacaktır.

Araştırma alanında yapılan inceleme, araçların bölgenin ekonomisinde hayati rolünü ortaya koymaktadır. Şöyle ki; kiraz üretilmekte, bölgedeki 4 alıcı alınacak kiraz miktarını, fiyatını, dolaylı olarak ele geçecek toplam geliri v.b. belirlemektedir. Alıcı sayısının azlığı ve kirazın meyve sebze halleri, ihracatçı depoları gibi teslim noktalarına uzaklığı nedeniyle satış aşamasında fiyat

belirlemede üreticinin eli zayıflamaktadır. Erken satış baskısı altında üreticiler genellikle bireysel davranmakta ve ürünü bir an evvel ellerinden çıkarmak için daha düşük fiyatlara razı olmaktadır. Üreticiler toplu hareket edemedikleri için bölgenin kiraz üretiminden elde ettiği gelir de potansiyelin altında kalmaktadır. Bölgeye daha fazla aracı, özellikle ihracatçı gelmesini sağlamak için gerekli çalışmalar yapılmalıdır.

Kirazın üretiminden pazarlanmasına kadar her aşamada karşılaşılan sorunların tespiti oldukça önemlidir. Kiraz üreticisinin üretirken karşılaştığı temel sorunları; iklim değişikliği, yaz yağışları, üretim girdilerindeki aşırı artışlar, üreticinin bilgi eksikliği, tarımla ilgili kuruluşların etkin olmaması, sulama imkanlarındaki eksiklikler, ağaçların ıslahı v.b. sıralayabiliriz. Kiraz üreticisinin satıştaki temel sorunlarını; fiyat düşüklüğü ve dalgalanmaları, kalite düşüklüğü, kirazın muhafazası sorunu, bölgede alıcı sayısının azlığı v.b. sıralayabiliriz. Kirazın bölge geçimindeki başat etkisinin durumunu koruması ve artması için, üretim miktarının ve ürün kalitesinin artması gerekmektedir. Mevcut durumda ve önümüzdeki yıllarda, kiraz arzında meydana gelecek artışın gerek yurtiçinde gerek yurtdışında etkin bir şekilde pazarlanması, mevcut sorunların çözümü ve sektörde geleceğe yönelik iyileştirmeler yapılması ile mümkün olabilir.

Saimbeyli ilçesinde yapılan araştırma sonuçları, bölgede kirazcılığın ekonomik olarak yapılabildiğini göstermiştir. Tarıma ve meyveciliğe dayalı gelir elde etmek isteyen girişimciler için kuvvetli ve bilinen iyi bir alternatiftir. Ancak kiraz üretiminde ve pazarlama hizmetlerinin etkin şekilde yerine getirilmesinde bir takım sorunlar mevcuttur. Üretim sonucunda elde edilen ürünün hem bölgesel, hem de Türkiye, hem de uluslararası düzeyde etkin ve verimli bir şekilde pazarlanması ancak; kiraz ağacının dikimi süreciyle başlayıp iç ve dış piyasalardaki nihai tüketiciye ulaşmasıyla sonlanan sürecin tamamında bulunan mevcut sorunlara sistematik ve kalıcı çözümler getirilmesi ve ileriye dönük pazarlama stratejilerinin oluşturulmasıyla mümkün olacaktır. Böylece bölgede kirazcılık sektörü bir bütün olarak gelişecek, üretim, verim ve gelir artışı ile bölgesel ve ulusal düzeyde katma değer artışı sağlanabilecektir.

KAYNAKLAR

- Acar, M.S., 2019. Tarım Politikaları Çerçevesinde Kırsal Kalkınma Kavramı Ve Kırsal Yoksulluğun Önlenmesi: Türkiye Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 157s.
- Adanacioğlu, H., 2009. Organik Ve Konvansiyonel Pamukta Pazarlama Kanallarının Etkinliğinin Belirlenmesi Ve Çiftçi Açısından En Uygun Pazarlama Modelinin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 668s.
- Ağlar, E., 2013. Farklı Anaç Ve Terbiye Sistemi Kombinasyonlarının 0900 Ziraat Kiraz Çeşidinin Performansı Üzerine Etkileri. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 144s.
- Altunoğlu, E., 2017. 0900 Ziraat Kiraz Çeşidi Polinasyonunda Bal Arısı (*Apis mellifera* L.) Kullanımının Meyve Kalitesi Ve Verimine Olan Etkisinin Belirlenmesi. Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 78s.
- Altuntaş, Ö., 2019. Potasyumlu Gübrelemenin Kirazda Meyve Kalitesine Etkisi. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 92s.
- Avşar, M., 2019. Türkiye'de Kırsal Kalkınma Politikaları (1923-2016). Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 79s.
- Ayanoğlu, İ., 2008. Kırsal Kalkınma ve Türkiye İçin Bir Kırsal Kalkınma Modeli. T.C. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Kentleşme Ve Çevre Sorunları Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 215s.
- Aydin, E., 2019. Anaç Adayı Kiraz, Vişne Ve Mahlep Genotiplerinin Doku Kültürü Yöntemiyle Çoğaltılması. Ordu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 118s.
- Bakirci, M., Avrupa Birliği Üyelik Öncesi Destek Fonu'nun (Ipa*) Kırsal Kalkınma Bileşeni (Ipard**), Türkiye'nin Durumu Ve Muhtemel Etkileri. Doğu Coğrafya Dergisi 21. Araştırma Makalesi. 26s.
- Başaran, D., 2016. Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Etkisi: Gaziantep Ve Siirt İlleri Örneği. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 166s.
- Başkaya, Z., Türkiye'de Kiraz Tarımının Coğrafi Esasları. Doğu Coğrafya Dergisi - 26. Araştırma Makalesi. 28s.
- Bulut, A., 2013. Coğrafi İşaretler ve Kırsal Kalkınma: Ezine Peyniri Örneği. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 180s.
- Çelik, Y. ve ark. ,2019. Türkiye'de Kiraz Üretiminin Yapısal Analizi. Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi 6(4): 596-607, 2019. Araştırma Makalesi. 13s.
- Çelik, Z., 2020. Kirazda Meyve Kalitesi Üzerine Lokasyonların Etkisi. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 75s.

- Çerçinli Öz, F. ve ark. , 2016. İhracatçı Açısından Isparta İli Kiraz İhracatının Analizi. Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. Araştırma Makalesi. 12s.
- Çerçinli Öz, F., 2016. Isparta İli Kiraz İhracatının Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 105s.
- Ceyhanlı, B., 2020. Bazı Kiraz Çeşitlerinin Çukurova Subtropik İklim Koşullarında Yetiştirilme Olanakları Üzerinde Araştırmalar. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 70s.
- Chakan, A., 2021. Batı Trakya Bölgesinde İyi Tarım Uygulamaları İle Kiraz Üreten İşletmelerin Ekonomik Analizi. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 96s.
- Çölgeçen, İ., 2014. Kirazın Raf Ömrünün Arttırılmasında Klordioksit Uygulamasının Etkinliği. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 73s.
- Demircan, V. ve ark. , 2004. Isparta İlinde Kirazın Pazarlama Yapısı Ve Sorunları. Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü. Araştırma Makalesi. 16s.
- Demircan, V. ve ark. , 2004. Isparta İlinde Kirazın Üretim Girdileri ve Maliyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü. ARAŞTIRMA Makalesi. 11s.
- Dere, H.E., 2006. Tarımsal Pazarlama Sorunları Ve Sultandağı Kirazı Üzerine Bir Araştırma. Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 118s.
- Doğan, B., 2016. Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programı Kapsamında Kiraz İşletmelerinin Yatırımlardan Yararlanma Düzeyi Ve İşletmelerin Yatırım Eğilimlerinin Belirlenmesi: Kemalpaşa İlçesi Örneği. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 150s.
- Ediz, Y., 2019. Türkiye Kiraz İhracatının Pazar Gücü. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 154s.
- Emeksiz, F. ve ark. Tarım Ürünleri İç ve Dış Pazarlaması. Araştırma Makalesi. 25s.
- Emeksiz, F., 1994. Adana İlinde Yerfıstığı Pazarlama Organizasyonu ve Etkinliğinin Değerlendirilmesi. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. Araştırma Makalesi. 16s.
- Emeksiz, F., 1999. Orta Toroslarda Kiraz Üretim ve İhracatını Geliştirme Olanakları. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. Araştırma Makalesi. 10s.
- Emeksiz, F., 1994. Adana İlinde Yerfıstığı Pazarlama Organizasyonu ve Etkinliğinin Değerlendirilmesi, Ç.Ü.Z.F. Dergisi, 9(1): s. 195-210.
- Emeksiz, F., 1999. Orta Toroslarda Kiraz Üretim ve İhracatını Geliştirme Olanakları, Ç.Ü.Z.F. Dergisi, 14(4): s. 37-46.
- Ertaş, N., 2019. Kırsal Kalkınmanın Aracı Olarak Van'da Hayvancılık Faaliyetleri. Van Yüzüncü

- Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı Beşeri Ve Ekonomik Coğrafya Bilim Dalı. Doktora Tezi. 409s.
- FAO, 2020. Food and Agriculture Organization of the United Nations. www.fao.org (Son erişim tarihi: 14 Ağustos 2020)
- Göksel, Z., 2011. Bazı Ön İşlemlerin Kirazın Depolama Ömrü Üzerine Etkileri. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 233s.
- Gülbuçuk, B., 1997. Kırsal Kalkınma Çalışmalarında (TKV) Türkiye Kalkınma Vakfı'nın Yeri ve İşlevi –Bu Kuruluşun Uzunyayla Uygulaması-. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 255s.
- Güven, N., 2010. Adana İlinde Turunçgillerin Pazarlama Yapısı Ve Sorunları. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 119s.
- Hasdemir, M., 2011. Kiraz Yetiştiriciliğinde İyi Tarım Uygulamalarının Benimsenmesini Etkileyen Faktörlerin Analizi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 223s.
- Hellaç, A., 2019. Çiğ Süt Pazarlama Kanalları Ve Pazarlama Bilgi Sistemleri: Trabzon İli Tonya İlçesi Örneği. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 87s.
- İlhan, Ö., 2021. Türkiye’de Farklı Lokasyonlarda Yetiştirilen Kirazların (*Prunus Avium* L.) Karakterizasyonu Ve Sınıflandırılması. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 92s.
- İskenderoğlu, H., 2015. Mardin İli Ömerli İlçesinde Yetiştirilen Bazı Kiraz Çeşitlerinin Verim, Kalite Ve Soğuklama Gereksinimlerinin Saptanması. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 60s.
- İşleyen, M., 2019. Ankara İli Ayaş İlçesinde Kiraz Yetiştiriciliği Yapan Tarım İşletmelerinde Ürün Maliyetinin ve Karlılık Düzeyinin Belirlenmesi. Ankara Üniversitesi / Fen Bilimleri Enstitüsü / Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 109 s.
- Kan, M., 2011. Yerel Düzeyde Ekonomik Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Kullanımı Ve Etkisi: Akşehir Kirazı Araştırması. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 378s.
- Kantaroglu, M., 2020. Kiraz Üretimindeki Kayıplar Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Kemalpaşa İlçesi Örneği. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 140s.
- Katipoğlu, P., 2019. Tarımda Ekonomik, Beşeri Ve Sosyal Sermayenin Kırsal Kalkınmada Önemi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 117s.
- Kuru, M., 2016. Kahramanmaraş-Andırın İlçesi Çiğşar Kiraz Bölgesi Topraklarının Fiziksel Ve Kimyasal Özelliklerinin Değerlendirilmesi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 45s.

- Kutlu, B., 2021. Ticari Dezenfektan, Ultraviyole Işık Ve Yüksek Yoğunluklu Vurgulu Işık Uygulamalarıyla Dondurulmuş Kirazın Dekontaminasyonu. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 191s.
- Metin, N., 1995. Çok Amaçlı Tarım Kooperatiflerinin Kırsal Kalkınmadaki Rolü: Tekirdağ Örneği. Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı. Yüksek lisans Tezi. 115 s.
- Nazlı, A.R., 2020. Bingöl Ve Malatya İllerinde Elma Seleksiyonu Ve Yörenin Kırsal Kalkınması Üzerine Etkilerinin Belirlenmesi. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Bahçe Bitkileri Anabilim Dalı. Doktora Tezi. 232s.
- Okur, E., 2011. Kiraz Hasadına Yönelik Özelliklerin Saptanması Üzerine Bir Araştırma. . Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 69s.
- Oruç, S., 2019. Tarım Ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu Desteklerinin Kırsal Kalkınmaya Etkisi: Çanakkale İli Örneği. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 125s.
- Özden, F., 2019. Kırsal Kalkınmaya Etki Eden Başlıca Sosyo-Ekonomik Ve Mekansal Faktörlerin Analizi Ve Uygun Kırsal Kalkınma Seçeneklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 179s.
- Özaydın, K.A., 2017. Türkiye’de Potansiyel Soğuklama Süre ve Birimlerinin Özdeş Alanları. Süleyman Demirel Üniversitesi Bahçe Bitkileri Bölümü. Yüksek lisans tezi. 112 s.
- Özkan, E., 2007. Türkiye’de Kırsal Kalkınma Politikaları Ve Kırsal Turizm. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ve Siyaset Bilimi (Kent Ve Çevre Bilimleri) Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 150s.
- Öztürk, F.P., 2010. Isparta İlinde Kiraz İşletmelerinde Yeniliklerin Benimsenme Ve Etki Değerlemesi. Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 118s.
- Şahin, M.S., 2021. Türkiye’de Kırsal Kalkınma Politikaları Ve Projelerinin Yönetim Sorunsalı. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi. 399s.
- Şapaloğlu, A., 2015. Pirinç Üretim - Tüketim Zincirinde Pazarlama Kanallarının Yapısı ve Pirinç Pazarlama Marjları: Edirne İli Örneği. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 178s.
- Sarıaltın, H.K., 2019. Karaman İli Ermenek İlçesinde Kiraz Üretimi Yapan İşletmelerin Ekonomik Analizi. Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 143s.
- Sarısu, H.C., 2012. 0900 Ziraat Kiraz Çeşidi Ve Seçilmiş Bazı Klonlarında Görülen Verimsizlik Üzerine Biyolojik Çalışmalar. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 143s.
- Savaş, E., 2021. Hasat Öncesi Farklı Konsantrasyonlarda Gibberellik Asit (Ga3) Uygulamalarının Early Burlat, Van, 0900 Ziraat Kiraz Çeşitlerinin Meyve Kalitesine Etkileri Ve Uçucu Aroma Bileşenlerinin Belirlenmesi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Fen Bilimleri

- Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 78s.
- Sayılı, M., Özbek, K., 2016. Amasya İli Suluova İlçesinde Kiraz Üretimi Yapan İşletmelerin Üretim ve Pazarlama Sorunları. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. Araştırma Makalesi. 14s.
- Selçuk, E.G., 2021. Organik Ve Geleneksel Olarak Yetiştirilen ‘0900 Ziraat’ Kiraz Çeşidinde Soğukta Depolama Süresince Kalite Özelliklerinde Meydana Gelen Değişimlerin Belirlenmesi. Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 65s.
- Statista. 2020. The Statistics Portal for Market Data. www.statista.com (Son erişim tarihi: 14 Ağustos 2020)
- Şener, T., 2019. Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma Politikaları: Türkiye Örneği. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 143s.
- Sevilmiş, E., 2018. Kirazlarda Bazı Kimyasal Uygulamaların Meyve Kalitesi Üzerine Etkileri. Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 51s.
- T.C.M.B., 2020. https://www.tcmb.gov.tr/kurlar/kurlar_tr.html (Son erişim tarihi: 14 Ağustos 2020)
- Trademap, 2020. Trade Statistics for International Business Development. www.trademap.org (Son erişim tarihi: 14 Ağustos 2020)
- Terzi, O., 2020. Türkiye'nin Yerel Kırsal Kalkınma Strateji İçerisinde Rekabet Edilebilir Bir Tarım Sektörü İçin Finansal Kaynakların Planlanması Üzerine Bir Araştırma. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. 198s.
- Topbaş, N.T., 2019. Yerel Ve Kırsal Kalkınmada Coğrafi İşaret: Zile Pekmezi Araştırması. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. 115s.
- Tosun, S.F., 2005. 0900 Ziraat Kiraz Çeşidine Uygun Tozlayıcıların Ve Polen Performanslarının Belirlenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesin Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 72s.
- TÜİK, 2020. Türkiye İstatistik Kurumu. www.tuik.gov.tr (Son erişim tarihi: 14 Ağustos 2020)
- Uslu, D.F., 2014. Farklı Kiraz Çeşitlerine Uygulanan Bazı Büyüme Düzenleyici Maddelerin Çiçeklenme Ve Meyve Tutumu Üzerine Etkileri. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. 74s.
- Uz, M., 2017. Köylerin Alt Yapısını Destekleme (Köydes) Projesi Ve Köydes Projelerinin Kırsal Kalkınmaya Olan Katkıları. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi. Yüksek Lisans Tezi. 111s.
- Uzer, Y., 2012. Türkiye Kiraz Üretiminin Arz-Talep Ve İhracatının Belirleyicileri. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı. Doktora Tezi. 152s.



ÖZGEÇMİŞ

Ahmet POLAT. İlk, orta ve lise eğitimimi Kahramanmaraş'ta tamamladı. Lisans eğitimini 1993-1998 yılları arasında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Kamu Yönetimi bölümünde tamamladı. 2007 yılında Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bankacılık ve Borsa bölümünde yüksek lisansını tamamladı. 2014 yılında Çukurova Üniversitesi Tarım Ekonomisi Anabilim dalında doktora eğitimine başladı.





EKLER



**EK 1: ADANA İLİ SAİMBEYLİ İLÇESİNDE KIRSAL KALKINMA AÇISINDAN KİRAZ
ÜRETİMİNİ VE PAZARLAMASINI GELİŞTİRME OLANAKLARININ
ARAŞTIRILMASI**

ÜRETİCİ ANKET FORMU

Köy Adı :	Tarih :
Üretici Adı :	Anketör :

1. İşletmenin arazi varlığı ve ürün deseni

Ürün	Ekilen Alan (da)
Toplam	

2. Kiraz tarımı yapılan arazinin

a) Parsel sayısı : adet

b) Mülkiyet durumu : - Mülk arazi : da

- Kiralık tutulan arazi : da

- Ortakçılıkla işlenen arazi : da

• Ortakçılık koşulları ;

3. Pazara yönelik hayvansal üretim var mı ? () Evet () Hayır

Cevap Evet ise ;

Tür

Adet

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Kiraz gelirinin toplam gelir içindeki payı (%) :

5. KİRAZ ÜRETİMİ :

	Kiraz Çeşidi		
Alan (Dekar)			
Ağaç Sayısı (Adet)			
Ağaçların Yaşı			
Dikim Aralığı (..... x)			
Üretim Miktarı (Ton) 2017 yılı			
Üretim Miktarı (Son 5 yıllık ortalama)			
Satılan Miktar (Ton)			
Diğer Kullanım Miktarı (1*)(Ton)			
Satın Alan (2*)			
Teslim Yeri (3*)			
Hasat Tarihi			
Hasatı Kim yapıyor (4*)			
Satış Fiyatı Ortalaması (TL / Kg)			
Ürün Bedeli Ödenme Şekli			
Kullanılan Anaç			
Dölleyici Çeşit			
Açıklama :			

- 1*) Aile tüketimi, satılamayan v.b. belirtilecek
 2*) İhracatçı, tüccar, komisyoncu,.. v.b.
 3*) Dalında, bahçede (toplanmış), yerel Pazar yeri v.b.
 4*) Üreticinin kendisi, alıcı

6. Ürüne satıştan önce sınıflandırma (dereceleme) yapıyor musunuz?
 () Hayır
 () Evet

Evet ise ; hangi kriterlere göre yapılıyor ve kaç sınıfa ayrılıyor ?

.....

7. Nakliyyede/taşımada kullanılan aracın (ürünü işletme dışında satan üreticiye sorulacak),

a) Cinsi ; () Traktör, () Kamyon, (Diğer)

b) Kime ait : () Kendisinin, () Değil (.....)

c) Pazarın uzaklığı ; Km.

8. Satış fiyatınızı nasıl belirliyorsunuz?

- () Alıcının teklifini kabul etmek zorundayım.
 () Önce pazardaki fiyatı öğrenirim, sonra en yüksek fiyatı veren alıcıya satarım.
 () Alıcı ile pazarlık ederim.
 () Diğer

9. Satış döneminde İç ve Dış Pazar fiyatını hangi kaynaktan öğreniyorsunuz?

İç Pazar	Dış Pazar
() Düzenli olarak pazara (ilçeye) giderek	() Tüccardan (alıcıdan)
() Arkadaş ve tanıdıklardan	() İhracatçıdan (alıcıdan)
() Tüccardan (alıcıdan)	() Kiraz Üreticileri Birliğinden
() Diğer	() Diğer

10. Fiyat belirlenmesinde hangi faktörler rol oynar (Önemine göre numaralandırınız)?

- () Ürün miktarı
 () Ürün kalitesi
 () Ödeme zamanı
 () İşletmenin yeri (konumu)
 () Diğer

11. Üretim bölgesi dışına (Örneğin, İstanbul gibi...) kendiniz ürün gönderiyor musunuz?

- () Hayır () Evet Evet ise ; Nereye Hangi sıklıkta

12. Pazarlama (satış) sorunuz var mı?

- () Hayır () Evet

Evet ise, son 5 yılda hangi pazarlama sorunlarıyla karşılaştınız (Önem sırasına göre belirleyiniz)

- () Talep yetersiz
 () Ödemeler düzensiz
 () Nakliye güçlüğü
 () Kirazın depolama ve muhafazası sorunu
 () Diğer

13. Satıştığınız ürününüz nerede tartılıyor?

Tartıyı kontrol ediyor musunuz? () Evet () Hayır
Cevap hayır ise, neden?

.....
.....

14. Satış döneminde ;

- Kaç alıcı size gelir? kişi
- Siz kaç alıcıya gidersiniz? kişi

15. Alıcının önerdiği fiyatı yetersiz bulursanız ne yapıyorsunuz?

.....
.....

16. Tüccardan (alıcıdan) avans alıyor musunuz? () Hayır () Evet

Cevap Evet ise;

- a) Neden?
b) Hangi sıklıkta? () Her yıl () Sıkça () Çok seyrek
c) Koşulları?

.....
.....

17. Son 3 yılda tarımsal kredi kullandınız mı?

() Hayır () Evet

Evet ise, hangi ürün için? () Kiraz () Diğer ürünler :

18. Hangi kaynaktan kredi veya borç para alıyorsunuz (Önem sırasına göre belirtiniz)?

- () Ziraat Bankası
() Tarım Kredi Kooperatifi
() Tüccar
() Tefeci
() Diğer

19. Ziraat Bankası tarımsal kredileri hakkındaki görüşünüz nedir?

- () Yeterli
() Yetersiz
() Faiz oranı yüksek
() Faiz oranı düşük
() Formalitesi (işlemleri) çok
() Bilmediğim için almıyorum
() Diğer

20. Herhangi bir tarımsal kooperatife üye misiniz?

() Hayır () Evet

Evet ise; kiraz üretim ve pazarlaması ile ilgili hangi hizmetlerinden faydalaniyorsunuz?

.....
.....

21. Saimbeyli Kiraz Üreticileri Birliğine üye misiniz?

() Hayır () Evet

Cevap EVET ise; kiraz üretim ve pazarlaması ile ilgili hangi hizmetlerinden faydalanıyorsunuz?

.....
.....

Cevap HAYIR ise; neden üye değilsiniz?

.....
.....

22. Bir pazarlama kooperatifi satış sorunlarınızı çözer mi?

() Hayır () Evet

Cevap EVET ise; böyle bir kooperatifin kurulması için engel ve güçlükler nelerdir ?

.....
.....

Cevap HAYIR ise; neden?

.....
.....
.....

23. Kooperatif veya üretici birliği gibi bir örgütlenme olmadan, üreticiler alıcı (tüccar/ihracatçı) karşısında birlikte davranarak pazarlık güçlerini artırabilirler mi? Bu konudaki görüşleriniz nelerdir?

.....
.....
.....
.....

24. Kirazda satış sorunlarınızı ortadan ortadan kaldırmak için sizce nasıl bir pazarlama sistemi olmalıdır ?

.....
.....
.....
.....

25. Üretim alanınızı genişletme veya üretim deseninizi değiştirme olanağınız olsa, kiraz alanınızda nasıl bir değişiklik yaparsınız ?

() Genişletirim Neden ?

Hangi çeşit ?

() Azaltırım Neden ? () Pazarlama/satış sorunlarından

() Üretim sorunlarından

() Diğer

Ne üretmek istersiniz?

.....

() Değiştirmem

26. Kiraz fidanını nereden temin ettiniz?

.....
.....
27. Budama yapıyor musunuz?

()Hayır ()Evet

Cevap evet ise, hangi dönemde veya hangi sıklıkla ?
.....
.....

28. Toprağı işleme (yılda) kez

29. Sulama (yılda) kez

Sulama yöntemi : ()Karık, ()Tava,()Damlama,()Diğer
.....

30. İlaçlama (yılda) kez

	Tarih	Neye karşı/ Ne tür ilaçlama yapılıyor ?
1.İlaçlama		
2.İlaçlama		
3.İlaçlama		
4.Diğer...		

31. Feromon tuzağı kullanıyor musunuz? ()Evet ()Hayır

Açıklama :
.....

32. Gübreleme ;

	Türü	Kullanılan miktar
() Toprak Gübresi		
() Yaprak Gübresi		
() Hayvan Gübresi		

33. Toprak analizi yaptırdınız mı? ()Evet ()Hayır

Cevap evet ise, en son ne zaman yaptırdınız?

34. Yaprak analiz yaptırdınız mı? ()Evet ()Hayır

Cevap evet ise, en son ne zaman yaptırdınız?

35. Büyüme düzenleyici madde (hormon) kullanıyor musunuz?

()Hayır ()Evet

Cevap evet ise, Maddenin adı

Kullanım sıklığı

Kullanım amacı

36. Dölleme işlemini nasıl gerçekleştiriyorsunuz?

()Arılar ile (kendi veya başkasının)

()Dölleyici çeşitler ile

() Her ikisi birlikte

37. Üretim ile ilgili en önemli sorunlarınız nelerdir? (Önem sırasıyla belirtiniz)

- 1)
2)
3)
4)
5)
38. Satış ile ilgili en önemli sorunlarınız nelerdir? (Önem sırasıyla belirtiniz)
1)
2)
3)
4)
5)
39. Kaç yıldır tarımla uğraşıyorsunuz? yıl
40. Kaç yıldır kiraz yetiştiriyorsunuz? Yıl
41. Kiraz hasadında çalışan: (%.....) Aile işgücü (%.....) Yabancı işgücü
42. Kiraz üretimi yapmanızın nedenlerini önem sırasına göre sıralayınız.
() Üretiminin kolay olması
() Pazarlamasının kolay olması
() Aileden kalma bir üretim faaliyeti olması
() Diğer ürünlerden getirisi daha yüksek olması
() Arazi yapısının uygun olması
() Diğer
43. Kiraz ağaçlarıyla ilgili tarım sigortası yaptırıyor musunuz?
Evet ise kaç yıldır ?
Hayır ise neden ?
44. Daha önce kiraz üretim teknikleri ile ilgili (hastalık,ilaçlama,budama,yeni çeşitler..v.b.) herhangi bir eğitime (seminer, kurs v.b.) katıldınız mı?
() Evet () Hayır
Evet ise belirtiniz ;
45. Kirazın bölgedeki diğer tarım ürünlerine karşı üstünlükleri var mıdır?
Evet ise belirtiniz
Hayır ise neden?
46. İşletmecinin yaşı ;
47. İşletmecinin eğitim durumu ;
48. Köy genel bilgileri ;
a) Pazara uzaklık ; Km.
b) Yol durumu (Asfalt v.b.);
c) Telefon iletişimi ağırlıklı (Cep / sabit) ;

**EK 2: ADANA İLİ SAİMBEYLİ İLÇESİNDE KIRSAL KALKINMA AÇISINDAN
KİRAZ ÜRETİMİNİ VE PAZARLAMASINI GELİŞTİRME OLANAKLARININ
ARAŞTIRILMASI**

ARACI ANKET FORMU

İlçe Adı :	Tarih :
Aracı (Tüccar) Adı :	Anketör :

1. Faaliyet şekliniz nedir?
() Toplayıcı (yerel) tüccar
() Toptancı tüccar
() Komisyoncu
() Komisyoncu + Tüccar
() İhracatçı
() Diğer ;
2. Faaliyet alanınıza giren tarım ürünleri hangileridir? (Önem sırasına göre yazınız)
1-
2-
3-
4-
3. Ürün tedarikini kimden yapıyorsunuz?
() Üreticiden (%)
() Toplayıcı (yerel) tüccardan (%)
() Diğer (%)
4. Satın aldığınız ürünü nerede teslim alıyorsunuz?
() Üreticinin İşletmesinde (bahçede) (%)
() Kendi işletmemde (%)
() Yerel pazarda (%)
5. Ürünü bahçede teslim alıyorsanız,
a) Taşımayı kendi aracınızla mı yapıyorsunuz?
() Evet. Aracın türü :
() Hayır. Aracın türü :
b) Alım için gittiğiniz en uzak köyün uzaklığı : Km.
Alım için gittiğiniz en yakın köyün uzaklığı : Km.
6. Ödemeyi nasıl yapıyorsunuz?
() Tamamı peşin (%)
() Vadeli (%.....)
Vadeli ise, ödeme koşulları ;
.....
7. Üreticiye avans veriyor musunuz? () Hayır () Evet
Cevap EVET ise, koşulları nelerdir?
.....
.....

8. Satın aldığınız ürüne hangi işlemleri yapıyorsunuz? (Ayıklama, derecelendirme, sınıflandırma, depolama, paketleme ...v.b.)

.....
.....
.....
.....
.....

9. Ürün satışlarınızı kime ve nasıl yapıyorsunuz?

ALICI KİM	ALICININ FAALİYET YERİ	ÜRÜN TESLİM ŞEKLİ	ÜRÜN TESLİM YERİ	TOPLAM SATIŞTAKİ PAYI (%)

10. Ürün alım satım tarihleri

ALIM BAŞLANGIÇ TARİHİ		SATIM BAŞLANGIÇ TARİHİ	
ALIM BİTİŞ TARİHİ		SATIM BİTİŞ TARİHİ	
ALIMIN EN YOĞUN OLDUĞU DÖNEM		ALIMIN EN YOĞUN OLDUĞU DÖNEM	

11. Depolama yapıyor musunuz?

()Hayır (cevap hayır ise 16.soruya geçiniz)
()Evet

12. Her yıl düzenli depolama yapıyor musunuz?

()Evet
()Hayır

Cevap HAYIR ise, hangi yıllarda ?
.....
.....

13. Depolama süresi ne kadardır?

Neye göre belirliyorsunuz?
.....
.....

14. Deponun a) Mülkiyeti ()kendisine ait ()kira

b)Yapı malzemesi

c)Teknik donanım

d)Kapasitesi ton

e)mülkiyeti kendine ait ise, 1-Günlük masrafı:-TL

2-Yıllık masrafı :-TL

f)depo kira ise, 1-Günlük kira masrafı:-TL

2-Yıllık kira masrafı :-TL

15. Depolama aşamasında ne tür kayıplar oluşur? Kayıp oranı (%) ne kadardır?
.....
.....
.....
16. Ticarethanenin fiziki durumu
() Sadece büro büro alanı : m2
() Büro ve Depo toplam alanı : m2
17. Kaç yıldır kiraz ticareti yapıyorsunuz? yıl.
18. Satın aldığınız üründe, alım ve satım zamanı arasında, ne oranda kayıplar oluşur? Bu kaybın kaynakları/nedenleri nelerdir? (kalite kaybı varsa belirtiniz)
Kayıp oranı : %
Nedenleri :
.....
.....
19. Satın alacağınız ürünün kalitesini nasıl belirliyorsunuz?
.....
.....
20. Ürünü alırken fiyatı belirleyen faktörler nelerdir? (Önem sırasına göre belirtiniz)
.....
.....
21. Ürünü satarken fiyatı belirleyen faktörler nelerdir? (Önem sırasına göre belirtiniz)
.....
.....
22. Piyasadaki fiyatları nereden, hangi kaynaktan öğreniyorsunuz?
Bölge içi kaynakları :
Bölge dışı kaynakları :
Yeterli oluyor mu?
.....
23. Ürün alımında ve satımında diğer tüccarların rekabeti oluyor mu?
() Hayır () Kısmen () Şiddetli
24. Size daha fazla müşteri gelmesini sağlamak (rekabet gücünü artırmak) için yaptığınız 3 uygulamayı önem sırasına göre belirtiniz.
a- Ürün alımında :
.....
.....
b- Ürün satışında :
.....
.....
25. Kiraz pazarlaması (tedarik ve satış) ile ilgili sorunlar nelerdir?
.....
.....
.....
.....
.....

26. Bu sorunların çözümü için kim ne yapmalıdır?

.....
.....
.....
.....
.....

27. Kiraz fiyatlarıyla ilgili olarak ;

	Çeşit / Kalite	Çeşit / Kalite	Çeşit / Kalite
Ağırlıklı alım fiyatınız nedir? (TL / Kg)			
Ağırlıklı satış fiyatınız nedir? (TL / Kg)			

28. Kiraz pazarlaması masrafları nelerdir? (TL/Kg veya TL/ton)

Yükleme işçiliği :
Nakliye (pazara taşıma) :
Tartı ücreti :
İndirme işçiliği :
Ayıklama işçiliği :
Paketleme işçiliği :
Paketleme malzemesi :
Depolama masrafları :
Komisyon masrafı :
Vergi ve harçlar :
Diğer :
Diğer :

29. Ortalama son 5 yıldır kiraz ticaretiniz ne kadardır? ton

30. Eğitim durumunuz nedir?

31. Kaç yaşındasınız?

EK 3: SAİMBEYLİ İLÇE TARIM MÜDÜRLÜĞÜ TARIMSAL ÜRETİM VERİLERİ

Toplam tarım alanı	
Sulanan tarım alanı	
Arazi kullanım durumu	
- Tarla	
- Meyve	
- Bağ	
- Sebze	
- Diğer	
Meyvelik arazi	
Kiraz alanı	
Kiraz ekilen önemli köyler	
Kiraz ağacı sayısı	
- Meyve veren	
- Meyve vermeyen	
Kiraz potansiyeli (önemli köyler..)	
Kiraz üretim alanını genişletme olanakları	
- Arazi	
- Sulama	
- Ekonomik koşullar	
Kiraz verimini artırma olanakları	
- Kiraz çeşidi	
- Sulama	
- İlaçlama, gübreleme	
Mevcut çeşitler (oransal önemleri)	
1 -	
2 -	
3 -	
Verim düzeyi (kg/ağaç ; kg/ da)	
- Mevcut durum	
- Olması gereken	
Dikim sıklığı	
Anaç tipi (bodur v.s...)	
Teknik koşulların yerine getirilmesi	
- Gübreleme	
- Budama	
- Bakım	
- Tozlayıcı	
- Diğer	

Hasat tarihi (Başlangıç - bitiş)	
İşletme büyüklükleri (da)	
* 0 -5 da arası	
** 5 -10 da arası	
*** 10 da üzeri büyüklük	
Kiraz alanı parsel sayısı	
Hasat organizasyonu	
Taşıma	
Alıcılar kimler	
Alıcılar arası rekabet durumu	
Ürün bedeli ödeme	
Satış fiyatı (ihraçlık / iç Pazar)	
- 2017 yılı ortalama	
- 2018 yılı ortalama	
Sorunlar	
- Üretim	
- Pazarlama ve satış	
Öneriler	
- Üretim	
- Pazarlama ve satış	

EK 4: ADANA İLİ TARIMSAL ÜRETİM VERİLERİ (2019 YILI)

Ürün Adı	Ürün Birimi	Verim (kg/da)	Fiyat (TL/kg)	Toplam Üretim Değeri (TL/da)	Toplam Üretim Masrafları (TL/da)	Net Gelir (TL/da)	Ürün Maliyeti (TL/kg)
Kiraz	kg	918	4,10	3.759,21	2.597,98	1.161,23	2,83
Armut	kg	3.000	2,50	7.500,00	815,73	6.684,27	0,27
Badem	kg	236	14,93	3.523,11	1.394,37	2.128,74	5,91
Ceviz	kg	274	21,41	5.874,69	1.546,79	4.327,90	5,64
Elma (Amasya)	kg	1.700	2,00	3.400,00	2.352,47	1.047,53	1,38
Elma (Diğer)	kg	1.300	2,00	2.600,00	2.046,65	553,35	1,57
Elma (Golden)	kg	1.967	1,20	2.359,78	1.982,89	376,89	1,01
Elma (Starking)	kg	755	1,08	814,49	2.015,81	-1.201,31	2,67
Erik	kg	2.500	2,44	6.105,83	3.847,78	2.258,05	1,54
Greyfurt (Altıntop)	kg	5.534	1,07	5.900,76	3.720,55	2.180,21	0,67
Kayısı	kg	2.246	3,16	7.101,30	2.806,86	4.294,44	1,25
Limon	kg	4.533	1,75	7.939,28	3.817,75	4.121,53	0,84
Mandalina (Clementine)	kg	4.044	0,71	2.870,11	2.201,25	668,85	0,54
Mandalina (Diğer)	kg	4.395	1,57	6.902,07	3.765,69	3.136,39	0,86
Muz	kg	6.901	4,11	28.385,31	18.937,03	9.448,29	2,74
Nar	kg	3.390	1,64	5.545,03	3.305,69	2.239,34	0,98
Portakal (Diğer)	kg	5.279	1,04	5.515,36	3.089,75	2.425,61	0,59
Portakal (Washington)	kg	4.961	0,90	4.471,83	2.204,84	2.267,00	0,44
Şeftali (Diğer)	kg	2.558	1,87	4.773,26	2.935,89	1.837,36	1,15
Şeftali (Nektarin)	kg	3.000	2,50	7.500,00	4.873,76	2.626,24	1,62
Trabzon Hurması	kg	2.000	2,00	4.000,00	1.660,32	2.339,68	0,83
Üzüm (Kurutmalık) (Çekirdekli)	kg	850	1,50	1.275,00	2.186,31	-911,31	2,57
Üzüm (Sofralık) (Çekirdekli)	kg	1.077	1,86	2.000,26	1.420,37	579,88	1,32
Zeytin (Sofralık)	kg	650	5,86	3.810,39	1.467,00	2.343,39	2,26
Zeytin (Yağlık)	kg	658	4,62	3.038,80	1.975,86	1.062,94	3,00
Arpa (Diğer)	kg	344	1,22	486,35	382,07	104,27	0,91
Ayçiçeği (Yağlık)	kg	319	2,31	736,22	525,33	210,89	1,65
Bakla (Taze)	kg	1.500	2,89	4.335,00	1.619,51	2.715,49	1,08
Bezelye (Kuru)	kg	1.300	2,50	3.250,00	1.894,46	1.355,54	1,46
Bezelye (Taze)	kg	900	3,00	2.700,00	1.021,44	1.678,56	1,13
Biber (Salçalık) (Kıyık)	kg	2.947	2,04	5.999,96	3.220,57	2.779,39	1,09
Biber (Sivri)	kg	1.200	1,72	2.062,50	1.896,84	165,66	1,58
Buğday (Diğer)	kg	476	1,27	667,93	533,36	134,56	0,99
Buğday (Durum)	kg	220	1,20	324,00	362,56	-38,56	1,38
Çavdar (Dane)	kg	230	1,00	380,00	322,00	58,00	0,75
Çilek	kg	3.110	4,46	13.876,96	7.095,74	6.781,22	2,28
Domates (Sofralık)	kg	5.354	1,03	5.507,80	2.881,47	2.626,33	0,54
Fasulye (Kuru)	kg	125	9,59	1.196,82	953,75	243,07	7,64
Fasulye (Taze)	kg	500	3,00	1.500,00	981,97	518,03	1,96
Fiğ (Adi) (Yeşil Ot)	kg	787	0,55	433,53	322,90	110,63	0,41
Hıyar (Sofralık)	kg	4.550	1,09	4.975,25	3.591,21	1.384,04	0,79
İspanak	kg	1.178	1,14	1.347,36	1.121,06	226,30	0,95

Kabak (Sakız)	kg	3.800	1,20	4.560,00	3.276,52	1.283,48	0,86
Karnıbahar	kg	2.500	1,22	3.050,00	1.770,59	1.279,41	0,71
Karpuz	kg	6.466	0,68	4.374,63	3.004,97	1.369,66	0,46
Kavun	kg	4.364	0,72	3.161,09	2.632,60	528,49	0,60
Korunga (Yeşil Ot)	kg	1.000	0,45	450,00	373,37	76,63	0,37
Lahana (Beyaz)	kg	4.073	1,39	5.648,25	1.773,98	3.874,27	0,44
Lahana (Kırmızı)	kg	3.500	1,25	4.375,00	2.835,36	1.539,64	0,81
Marul (Aysberg)	kg	4.000	1,00	4.000,00	1.810,71	2.189,29	0,45
Marul (Göbekli)	kg	2.203	1,17	2.587,53	1.472,95	1.114,59	0,67
Marul (Kıvırcık)	kg	3.000	1,00	3.000,00	1.810,71	1.189,29	0,60
Maydonoz	kg	900	4,97	4.473,00	2.446,35	2.026,65	2,72
Mısır (Dane)	kg	1.424	1,18	1.686,77	1.333,14	353,63	0,94
Mısır Silajlık	kg	4.640	0,49	2.283,95	1.241,96	1.041,99	0,27
Nane	kg	950	4,97	4.721,50	2.209,72	2.511,78	2,33
Nohut	kg	128	4,26	545,61	460,80	84,81	3,59
Pamuk (Kütlü)	kg	542	3,13	1.697,92	1.749,82	-51,90	3,23
Patates (Diğer)	kg	3.891	1,79	6.952,33	3.867,36	3.084,97	0,99
Patlıcan	kg	5.982	0,89	5.324,20	6.027,08	-702,88	1,01
Soğan (Kuru)	kg	4.731	1,30	6.143,36	2.480,56	3.662,81	0,52
Soya	kg	453	2,16	977,60	893,91	83,69	1,97
Susam	kg	105	12,17	1.274,16	941,75	332,41	8,99
Şeker Pancarı	kg	5.100	0,30	1.530,00	1.462,11	67,89	0,29
Tritikale (Dane)	kg	250	1,05	402,50	320,92	81,58	0,72
Turp (Kırmızı)	kg	2.500	0,50	1.250,00	670,31	579,69	0,27
Yerfıstığı	kg	425	7,54	3.206,90	2.004,01	1.202,90	4,71
Yonca (Yeşil Ot)	kg	2.489	0,73	2.117,05	1.096,84	1.020,21	0,32

EK 5: ADANA İLİ TARIMSAL ÜRETİM VERİLERİ (2020 YILI)

Ürün Adı	Ürün Biri mi	Verim (kg/da)	Fiyat (TL/kg)	Toplam Üretim Değeri (TL/da)	Toplam Üretim Masrafları (TL/da)	Net Gelir (TL/da)	Ürün Maliyeti (TL/kg)
Kiraz	kg	941	4,36	4.102,44	2.767,24	1.335,20	2,94
Armut	kg	1.940	2,22	4.306,88	2.601,51	1.705,38	1,34
Badem	kg	284	14,92	4.239,60	2.027,55	2.212,05	7,13
Ceviz	kg	569	22,67	12.893,06	1.473,63	11.419,43	2,59
Elma (Amasya)	kg	1.700	2,00	3.400,00	2.592,57	807,43	1,53
Elma (Diğer)	kg	2.243	2,67	5.978,57	3.800,00	2.178,57	1,69
Elma (Golden)	kg	1.967	1,35	2.654,98	2.188,33	466,65	1,11
Elma (Starking)	kg	1.246	1,54	1.918,86	2.218,76	-299,90	1,78
Erik	kg	2.776	2,23	6.198,51	4.479,46	1.719,05	1,61
Greyfurt (Altıntop)	kg	4.653	2,21	10.270,12	4.226,65	6.043,48	0,91
İncir(Yaş)	kg	800	6,00	4.800,00	2.248,76	2.551,24	2,81
Kayısı	kg	2.453	3,00	7.353,97	4.518,52	2.835,45	1,84
Limon	kg	4.438	1,80	7.979,73	4.462,40	3.517,33	1,01
Mandalina (Clementine)	kg	3.437	1,41	4.862,38	3.621,71	1.240,67	1,05
Mandalina (Diğer)	kg	4.036	2,56	10.332,50	4.013,49	6.319,01	0,99
Mandalina (Satsuma)	kg	4.435	1,24	5.478,04	4.652,41	825,63	1,05
Muz	kg	6.595	5,14	33.887,72	18.709,94	15.177,77	2,84
Nar	kg	4.140	2,04	8.463,86	3.479,06	4.984,80	0,84
Portakal (Diğer)	kg	3.519	2,02	7.124,38	3.897,35	3.227,03	1,11
Portakal (Washington)	kg	3.726	1,75	6.502,33	3.413,66	3.088,67	0,92
Portakal (Yafa)	kg	4.250	1,80	7.650,00	5.374,60	2.275,40	1,26
Şeftali (Diğer)	kg	2.724	2,83	7.714,31	4.220,09	3.494,23	1,55
Şeftali (Nektarin)	kg	3.376	2,48	8.365,63	5.038,03	3.327,60	1,49
Trabzon Hurması	kg	2.081	2,19	4.552,45	2.544,11	2.008,33	1,22
Üzüm (Kurutmalık) (Çekirdekli)	kg	750	1,75	1.312,50	2.515,08	-1.202,58	3,35
Üzüm (Sofralık) (Çekirdekli)	kg	711	3,20	2.273,01	1.353,67	919,34	1,90
Yenidünya	kg	1.512	3,00	4.536,00	3.801,67	734,33	2,51
Zeytin (Sofralık)	kg	625	5,32	3.327,35	1.916,75	1.410,60	3,07
Zeytin (Yağlık)	kg	603	5,23	3.151,27	2.430,13	721,15	4,03
Arpa (Diğer)	kg	333	1,42	562,93	451,66	111,27	1,09
Ayçiçeği (Yağlık)	kg	309	2,98	921,29	598,60	322,69	1,93
Bakla (Taze)	kg	1.000	2,49	2.489,13	1.716,60	772,54	1,72
Bamya	kg	1.000	6,00	6.000,00	4.280,56	1.719,44	4,28
Bezelye (Taze)	kg	1.190	2,78	3.310,34	1.544,27	1.766,07	1,30
Biber (Salçalık) (Kıyık)	kg	6.748	1,22	8.264,55	5.703,76	2.560,79	0,85
Biber (Sivri)	kg	3.368	1,99	6.688,11	5.039,48	1.648,63	1,50
Böğürtlen	kg	1.500	32,00	48.000,00	34.091,70	13.908,30	22,73
Brokoli	kg	2.000	2,00	4.000,00	2.195,98	1.804,02	1,10
Buğday (Diğer)	kg	473	1,62	848,99	656,88	192,12	1,22

Buğday (Durum)	kg	170	1,80	366,00	588,05	-222,05	3,11
Çavdar (Dane)	kg	220	1,25	395,00	383,91	11,09	1,20
Çilek	kg	2.798	6,07	16.973,28	4.517,92	12.455,36	1,61
Dış Mekan Süs Bitkileri	Adet	49.629	0,96	47.784,65	40.124,69	7.659,96	0,81
Domates (Sofralık)	kg	5.028	1,25	6.290,95	1.903,08	4.387,87	0,38
Enginar	kg	2.000	3,20	6.400,00	3.436,01	2.963,99	1,72
Fasulye (Kuru)	kg	131	10,00	1.305,99	1.138,11	167,88	8,71
Fasulye (Taze)	kg	685	2,50	1.712,96	1.493,09	219,87	2,18
Fiğ (Adi) (Yeşil Ot)	kg	854	0,70	594,61	335,17	259,45	0,39
Gül (Kesme)	Adet	60.000	0,42	25.378,05	18.440,55	6.937,50	0,31
Hıyar (Sofralık)	kg	4.413	1,33	5.869,10	3.957,78	1.911,33	0,90
Ispanak	kg	1.594	1,36	2.168,09	1.976,94	191,15	1,24
İç Mekan Süs Bitkileri	Adet	48.675	1,70	82.560,24	74.467,88	8.092,36	1,53
Kabak (Sakız)	kg	4.339	1,48	6.422,98	5.843,50	579,48	1,35
Karnıbahar	kg	2.500	1,50	3.750,00	2.751,76	998,24	1,10
Karpuz	kg	6.502	0,88	5.730,13	3.828,73	1.901,40	0,59
Kavun	kg	4.314	1,52	6.543,54	3.700,65	2.842,90	0,86
Korunga (Yeşil Ot)	kg	700	0,75	525,00	372,55	152,45	0,53
Lahana (Beyaz)	kg	3.857	0,83	3.214,29	2.072,03	1.142,26	0,54
Lahana (Kırmızı)	kg	3.314	1,07	3.545,34	2.864,48	680,86	0,86
Lavanta	kg	200	20,00	4.000,00	3.442,39	557,61	17,21
Marul (Aysberg)	kg	4.000	1,15	4.609,14	3.409,32	1.199,82	0,85
Marul (Göbekli)	kg	2.835	1,27	3.608,08	2.724,45	883,63	0,96
Marul (Kıvrıkcık)	kg	3.000	1,36	4.078,47	2.886,93	1.191,54	0,96
Maydonoz	kg	1.500	3,75	5.625,00	4.502,54	1.122,46	3,00
Mısır (Dane)	kg	1.451	1,37	1.989,81	1.419,21	570,61	0,98
Mısır Silajlık	kg	4.742	0,62	2.921,90	2.065,07	856,83	0,44
Nane	kg	1.500	4,25	6.375,00	4.094,32	2.280,68	2,73
Nohut	kg	114	3,49	398,12	465,18	-67,06	4,08
Pamuk (Kütlü)	kg	496	4,77	2.367,48	1.933,79	433,70	3,90
Patates (Diğer)	kg	3.802	1,31	4.970,33	4.114,33	856,00	1,08
Patlıcan	kg	7.658	1,01	7.697,37	5.839,05	1.858,32	0,76
Roka	kg	1.500	3,75	5.625,00	2.795,28	2.829,72	1,86
Soğan (Kuru)	kg	5.294	0,82	4.340,82	2.541,01	1.799,81	0,48
Soğan (Taze)	kg	2.500	3,10	7.750,00	5.647,91	2.102,09	2,26
Sorgum (Yeşil Ot)	kg	5.500	0,35	1.925,00	999,15	925,85	0,18
Soya	kg	459	3,51	1.611,60	1.069,23	542,37	2,33
Susam	kg	88	14,04	1.229,59	804,97	424,62	9,19
Şeker Pancarı	kg	5.500	0,30	1.650,00	1.422,12	227,88	0,26
Tere	kg	1.200	3,75	4.500,00	2.794,20	1.705,80	2,33
Tritikale (Dane)	kg	250	1,30	445,00	383,58	61,42	1,05
Turp (Kırmızı)	kg	3.000	0,50	1.500,00	801,57	698,44	0,27
Yerfıstığı	kg	422	9,77	4.158,42	2.503,17	1.655,25	5,85
Yonca (Kuru Ot)	kg	2.000	1,00	2.000,00	1.432,66	567,34	0,72
Yonca (Yeşil Ot)	kg	3.019	0,90	2.712,90	1.060,61	1.652,30	0,35