

**T.C
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS

**SÜS BİTKİLERİ POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ: ŞANLIURFA İLİ
ÖRNEĞİ**

Necla YILDIZOĞULLARI

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

**ŞANLIURFA
2020**

T.C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Doç. Dr. Mustafa Hakkı AYDOĞDU danışmanlığında, Necla YILDIZOĞULLARI'nın hazırladığı “Süs Bitkileri Potansiyelinin Belirlenmesi: Şanlıurfa İli Örneği” konulu bu çalışma 16/07/2020 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

İmza

Danışman : Doç. Dr. Mustafa Hakkı AYDOĞDU


uslak-imzalıdır

Üye : Prof. Dr. Turan BİNİCİ

e-imzalıdır

Üye : Prof. Dr. Bahri KARLI

e-imzalıdır

Bu Tezin Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında Yapıldığını ve Enstitümüz Kurallarına Göre Düzenlendiğini Onaylarım.

Doç.Dr. İsmail HİLALİ
Enstitü Müdürü

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

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
ÇİZELGELER DİZİNİ	iv
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ	v
1. GİRİŞ	1
1.1. Süs Bitkileri ve Çeşitleri	3
1.1.1. İç mekân (saksılı) süs bitkileri	3
1.1.2. Dış mekân süs (tasarım) bitkileri	3
1.1.3. Doğal çiçek soğanları	3
1.2. Süs Bitkisi Yetiştiriciliği	4
1.2.1. Dünyada süs bitkisi yetiştiriciliği	6
1.2.2. Türkiye’de süs bitkisi yetiştiriciliği	9
1.3. Çalışma Bölgesi Özellikleri	12
1.3.1. Güneydoğu Anadolu Projesi	12
1.3.2. Şanlıurfa	12
1.3.3. Karaali kaplıcaları	13
1.4. Çalışma Bölgesinde Süs Bitkisi Yetiştiriciliği	14
1.4.1. GAP ve Şanlıurfa’da süs bitkileri	14
1.4.2. Karaali kaplıcalarında seracılık	15
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR	17
3. MATERYAL ve YÖNTEM	21
3.1. Materyal	21
3.1.1. Araştırma evreni	21
3.1.2. Örneklem	22
3.2. Yöntem	22
3.2.1. Veri toplama aracı ve verilerin toplanması	22
3.2.2. Verilerin analizinde kullanılan yöntem	23
4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA	24
4.1. Süs Bitkisi Tüketicileri	24
4.1.1. Demografik özellikler	24
4.1.2. Süs bitkisi tercihleri	27
4.1.3. Süs bitkisi görüşleri	28
4.1.4. Süs bitkisi regresyon analiz sonuçları	33
4.1.4.1. Süs bitkisi/çiçek satın alma sıklığınız nedir?	33
4.1.4.2. Alınan çiçek sayısı	35
4.1.4.3. Verilen çiçek sayısı	36
4.1.4.4. Çiçek harcaması	37
4.2. Süs Bitkisi Üreticileri	37
4.2.1. Demografik özellikler	37
4.2.2. Süs bitkisi üretme tercihleri	39
4.3. Aracı-Çiçekçiler	46
4.3.1. Demografik özellikler	46
4.3.2. Süs bitkisiyle ilgili görüşleri	51
4.4. Tartışma	52
5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER	58
KAYNAKLAR	60
ÖZGEÇMİŞ	62

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

SÜS BİTKİLERİ POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ: ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ

Necla YILDIZOĞULLARI

**Harran Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı**

**Danışman: Doç. Dr. Mustafa Hakkı AYDOĞDU
Yıl:2020, Sayfa:62**

Süs bitkileri üretimi, özellikle kentleşmenin yoğun olduğu bölgelerde vatandaşların doğaya karşı olan özlemlerini giderme, insan psikolojisine sağladığı katkı dolayısıyla önemi sürekli artan, ticari bir sektör haline gelmiştir. Gıda üretiminin yanı sıra, ilaç sektöründe tarım ürünlerinden fazlasıyla yararlanılmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı Şanlıurfa ilinde süs bitkileri sektörünün potansiyelinin belirlenmesi, pazarlama yapısı incelenmesi ve bu doğrultuda önerilerin oluşturulmasıdır. Bu araştırmanın evreni, Şanlıurfa İlinde bulunan süs bitkisi tüketicileri, üreticileri ve aracılardan oluşturmaktadır. Bu araştırma içerisinde tüketiciler, üreticiler ve aracılar olmak üzere üç tür katılımcı bulunmaktadır. Anketler 2020 yılında yapılmıştır. Tüketici anketleri, örneklem hacmi %95 güven sınırında, %5 hata payı ile üreticiler ve aracılar ise tam sayım kapsamında belirlenmiştir. Ankete katılan tüketici sayısı 391, üretici sayısı 17 ve aracı sayısı ise 22'dir. Anketler yoluyla elde edilen verilerin analizinde frekans analizi, betimsel analizler ANOVA testi ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Veriler bir istatistik programıyla analize tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgulara göre tüketicilerin, ortalama olarak yıllık 125 TL harcadığı, öğretmenler günü gibi özel günlerde daha çok satın alma gerçekleştirdiği ve iç mekân bitkilerinin daha çok tercih edildiği ortaya çıkmıştır. Bu çalışmaya katılan kadın ve erkeklerin çiçek ve süs bitkisi alma davranışlarını yansıtan anket ortalamalarının birbirine yakın olduğu bulunmuştur. Katılımcıların süs bitkisi ve çiçekler için harcadıkları ortalama para ile medeni durumları arasında bir ilişki olmadığı anlaşılmıştır. Ancak katılımcıların eğitim durumlarına göre bakıldığında gruplar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir. Tüketicilerin çalışma durumlarının süs bitkileri için harcadıkları ortalama para incelendiğinde gruplar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir. Aynı şekilde aylık gelir dağılımına göre gruplar arasında anlamlı fark bulunmuştur. Tüketicilerin geliri arttıkça "sadece özel günlerde" çiçek alma olasılığı artmaktadır. Ayrıca kadınların erkeklerden daha fazla çiçek aldığı sonucu ortaya çıkmıştır. Üreticiler ile ilgili elde edilen bulgulara göre ise kooperatif eksiliğinden dolayı pazar oluşturma, markalaşma veya fiyat belirlemede problemler yaşandığı anlaşılmıştır. Aracılar ile yapılan ankette ise Şanlıurfa'daki mevcut üretimin tüketimi karşılamadığı, arz eksikliğinin dışardan karşılandığı ortaya çıkmıştır.

ANAHTAR KELİMELELER: Süs bitkisi, çiçekçilik, tarım ekonomisi, Şanlıurfa

ABSTRACT

MSc Thesis

DETERMINATION OF ORNAMENTAL PLANTS POTENTIAL: SAMPLING OF ŞANLIURFA CITY

Necla YILDIZOĞULLARI

**Harran University
Graduate School of Natural and Applied Science
Department of Agriculture Economy**

**Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Mustafa Hakkı AYDOĞDU
Year: 2020, Page:62**

The production of ornamental plants has become a commercial sector, whose importance has been increasing continuously due to its contribution to human psychology, especially in areas where urbanization is intense. In addition to food production, agricultural products are used to a great extent in the pharmaceutical industry. The main purpose of this study is to determine the potential of the ornamental plant's sector in Şanlıurfa province, to examine the marketing structure and to create suggestions in this direction. The universe of this research is composed of ornamental plant consumers, producers, and intermediaries in Şanlıurfa. There are three types of participants in this research: consumers, manufacturers, and intermediaries. Surveys were conducted in 2020. Consumer surveys were determined within the scope of the full count, with the sample volume within the 95% confidence limit, with a 5% margin of error. The number of consumers participating in the survey is 391, the number of manufacturers is 17, and the number of intermediaries is 22. Frequency analysis, descriptive analysis, ANOVA test, and regression analysis were used to analyze the data obtained through surveys. The data were analyzed with a statistical program. According to the findings, it has been revealed that consumers spend an average of 125 TL per year, make more purchases on special days such as teachers' day and indoor plants are preferred more. It was found that the average of the questionnaire reflecting the flower and ornamental plant buying behaviors of men and women participating in this study is close to each other. It was understood that there was no relationship between the average money spent by the participants for ornamental plants and flowers and their marital status. However, when the participants were examined according to their educational status, there was a significant difference between the groups. When the average money spent by the consumers' working status for ornamental plants is examined, a significant difference was found between the groups. Similarly, a significant difference was found between the groups according to the monthly income distribution. As the income of the consumers' increases, the probability of buying flowers only on special days' increases. Besides, it is concluded that women buy more flowers than men. According to the findings about the producers, it is understood that there are problems in creating market, branding, or price determination due to cooperative deficiency. In the survey conducted with the intermediaries, it was found that the current production in Şanlıurfa does not meet the consumption and the supply shortage is met from the outside.

KEY WORDS: Ornamental plant, floristry, agricultural economy, Şanlıurfa

TEŞEKKÜR

Bu tezin oluşmasında bana büyük katkısı olan danışmanım Sayın Doç. Dr. Mustafa Hakkı AYDOĞDU Hocama; en kıymetli varlıkları olan zamanlarını bize ayırdıkları ve değerli fikirleri ile anketi doldurup akademik çalışmalara katkıda bulundukları için tüketicilere, üreticilere, aracılara; her zaman ve her koşulda desteğini benden esirgemeyen eşime teşekkürü bir borç bilirim.



ÇİZELGELER DİZİNİ

Sayfa No

Çizelge 1.1. Dünya kesme çiçek ve saksılı bitkiler üretim alanları (2018)	7
Çizelge 1.2. Ürün grubuna göre dünya süs bitkileri ihracatı	7
Çizelge 1.3. Ülkelere göre dünya süs bitkileri ihracatçıları.....	8
Çizelge 1.4. 2014-2018 yılları arası süs bitkileri üretim miktarları (adet)	10
Çizelge 1.5. Canlı Ağaçlar ve Diğer Bitkiler, Yumrular, Kökler ve Benzerleri, Kesme Çiçekler ve Süs Yaprakları İthalat-İhracat Rakamları (Bin USD).....	10
Çizelge 1.6. Türkiye süs bitkileri üretim alanları (da).....	11
Çizelge 3.1. Seçilen evren büyüklüğüne göre örneklem büyüklüklerinin belirlenmesi	22
Çizelge 4.1. Katılımcıların yaş ve aylık süs bitkisi için harcanan para ortalamaları	24
Çizelge 4.2. Katılımcıların cinsiyete göre farklı demografik değişkenlere göre dağılımı incelenmiştir.	25
Çizelge 4.3. Katılımcıların süs bitkisi alımlarındaki durumları ve tercihleri	26
Çizelge 4.4. Tüketicilerin en önemli tercihleri	27
Çizelge 4.5. Tüketici anketi.....	29
Çizelge 4.6. Tüketici Anketi Cronbach's Alpha Analizi	31
Çizelge 4.7. Cinsiyete göre tüketicilerin ölçek ortalamaları	31
Çizelge 4.8 Tüketicilerin harcanan ortalama paralarının medeni durumları, eğitim durumları, çalışma durumları ve aylık gelir arasındaki ilişki	32
Çizelge 4.9. Tüketicilerin ölçek puanlarının medeni durumları, eğitim durumları, çalışma durumları ve aylık gelir arasındaki ilişki	33
Çizelge 4.10. Çiçek alım sıklığı	34
Çizelge 4.11. Multi nomial probit (Bağımlı değişken: Satın alma sıklığı).....	34
Çizelge 4.12. Marjinal Etkiler	35
Çizelge 4.13 Negatif binomial regresyon tahmin sonuçları (Bağımlı değişken: Alınan çiçek sayısı) .	36
Çizelge 4. 14. Negatif binomial regresyon tahmin sonuçları (bağımlı değişken: alınan çiçek sayısı) .	36
Çizelge 4.15. Tobit model tahmin sonuçları (bağımlı değişken: çiçek harcaması)	37
Çizelge 4.16. Üreticilerin demografik özellikleri.....	38
Çizelge 4.17. Üreticilerin yaş ve bu işte çalışma yılı ortalamaları	38
Çizelge 4.18. Üreticilerin tercih sıralamaları	39
Çizelge 4.19. Üreticilerin çalıştırılan personel sayısı, kullanılan arazi ve gelir miktarı	40
Çizelge 4.20. Üreticilerin iş gücü kaynağı, Suriyeli çalıştırma, kursa katılma ve yıllık üretim plan durumları	41
Çizelge 4.21. Üreticilerin alanları ile konularda tercih sıralamaları.....	42
Çizelge 4.22. Üretici tanıtıcı bilgileri	43
Çizelge 4.23. Üretici görüş anketi	46
Çizelge 4.24. Aracıların demografik bilgileri.....	47
Çizelge 4.25. Aracıların işleri ile ilgili tanıtıcı bilgiler.....	48
Çizelge 4.26. Aracılara ait yaş, bu işi yapma süresi ve çalıştırılan personel sayıları	49
Çizelge 4.27. Aracıların işleri ile ilgili tercih sıralamaları	50
Çizelge 4.28. Aracıların görüş anketi	51

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

GAP	Güneydoğu Anadolu Projesi
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UN	United Nations (Birleşmiş Milletler)



1. GİRİŞ

Günümüzde kentleşme nedeniyle, bireyler doğadan uzakta yaşamakta olup, yeşil çevre özlemi giderek artmaktadır. Süs bitkileri sektörü, özellikle kentleşmenin yoğun olduğu bölgelerde, vatandaşların doğaya karşı olan özlemlerini giderme, insan psikolojisine sağladığı katkı nedeniyle önemi sürekli artan bir ticari sektör haline gelmiştir. Tarımın ve bitkisel üretimin bir dalı olan süs bitkileri üretimi, insanlarımızın gıda gereksinimi yerine ruhsal ve görsel gereksinimlerini karşılayan, yatıştırıcı, dinlendirici, neşe ve mutluluk kazandırıcı sonuçları ile diğer tarım ürünlerinden ayrıcalık gösterir (Onay, 2008). Modern tarıma geçilmesi ve şehirleşme ile birlikte insanların doğadan yoksun kalmasına neden olmuştur. Bununla birlikte insanoğlunun doğaya olan ilgisi ve özlemi artmıştır. İnsanlar bu özlemini bir nebze giderebilmek için yetiştirilen süs bitkileri ve çiçekleri hediye veya dekor eşyası olarak kullanmaktadır.

Süs bitkileri diğer tarım ürünleri gibi bitkiler olmasına rağmen kullanımı ve yetiştirilmesi farklılık göstermektedir. Süs bitkileri dekorasyon ve gösteri amacıyla kullanılmakta olup, genelde çiçek veya yaprakları için yetiştirilen ve bulundukları mekânın ekolojik özelliklerine göre farklılık gösteren bitkilerdir (Ünlü, 2014). Süs bitkilerinin, saksı gibi küçük toprak alanlarında da yetiştirilebilme olanağının olması bu bitkilerin insanın olduğu her mekânda tercih edilmesini sağlamaktadır.

Süs bitkileri, farklı yöntemler kullanılarak estetik, fonksiyonel ve ekonomik amaçlarla üretilen, çoğaltılan ve büyütülen bitki olarak tanımlanmaktadır (Ünlü, 2014). Kesme çiçekler de süs bitkileri sınıfında yer almaktadır. Dünya süs bitkileri ticaretinin yarısını, kesme çiçekler oluşturmaktadır. Süs bitkileri sektörü, bitkisel üretim içinde önemli bir yere sahip olan ve ekonomiye büyük katma değer sağlayan etkili bir sektör olarak kabul edilmektedir. Ekolojik özelliklere bağlı olarak, iklim ve toprak özellikleri bakımından süs bitkileri yetiştiriciliğine uygun olan alanlarda hem istihdam hem de ticaret açısından önemli bir gelir kaynağıdır. Açık mekânlarda yetiştirilmesi ile birlikte, seralarda da mevsimsel etkilerden uzak üretimi mümkündür. Şanlıurfa, mevsimsel özellikler nedeniyle süs bitkisi yetiştiriciliği açısından yüksek potansiyele sahiptir. Sıcak iklim koşullarına dayanaklı olan, bölgeye has çeşitler

olduğu gibi Karaali bölgesindeki jeotermal alanlarda, kapalı alanlarda ve seralarda üretiminin yapılması mümkündür. Hâlihazırda Karaali bölgesinde yer alan seralarında 50 çeşit süs bitkisi üretilmekte olup, yurtiçi ve yurt dışı satışları yapılmaktadır. Başta Hollanda, Almanya ve İngiltere olmak üzere, ağırlıklı olarak Avrupa Birliği ülkelerine ihraç edilmektedir. Ayrıca, Dünya’da sadece Şanlıurfa’da yetişen endemik süs bitkileri de vardır. Peygamber çiçeği, Mezopotamya sümbülü, Karacadağ çiğdemi, kırmızı kantaron, Halfeti’de yetişen siyah gül ve Birecik’te yetişen baş kızan, bunlardan birkaçıdır.

Şanlıurfa, sahip olduğu tarihi ve turistik değerler dışında, doğal yapısıyla da tabiat turizmi açısından da önemli bir ilimizdir. Bu anlamda süs bitkileri Şanlıurfa’da bireysel ve toplumsal refahın artırılmasında kullanılabilecek bir değer olarak ortaya çıkmaktadır.

Tarımın insanlık tarihinden beri önemi devam etmektedir. Gıda üretiminin yanında tıbbi amaçlarla da tarım ürünlerinden fazlasıyla yararlanılmaktadır. Süs bitkileri de diğer tarım ürünleri gibi sağlık alanında kullanımının yanında, dekorasyon ve törenlerin vazgeçilmezidir.

Belirlenen problem durumu ışığında süs bitkilerinin Şanlıurfa ilindeki durumunun incelenmesi ilin ekonomisi ve tarımı için önem teşkil etmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmanın temel amacı Şanlıurfa ilinde süs bitkileri sektörü potansiyelinin hem üretim hem tüketim hem de araçlar bakımından belirlenmesidir. Aynı zamanda süs bitkilerinin pazarlama yapısı incelenmiş ve öneriler getirilmiştir.

Süs bitkileri sadece gelişmişlik ifade eden, süs ifadesiyle ile kullanılsa da bu bitkilerin ilaç sektöründe ve bazı gıda sektörlerinde de kullanılması önemini ortaya koymaktadır. Süs bitkilerinin ancak belirli iklim koşullarında ve toprak yapılarında yetiştirilebiliyor olması, bu bitkileri önemli kılmaktadır. Gelişen teknolojiye bağlı olarak ilaç sanayinde süs bitkilerinden yoğun bir şekilde yararlanılmaktadır. Bu bağlamda süs bitkilerin yetiştirilmesi ve çeşitlendirilmesi bölge ekonomisinin yanında, ülke ekonomisine de önemli katkılar sağlayacaktır. Bu potansiyelin belirlenmesi,

üreticilerin sorunların anlaşılması, bu ürünleri pazarlayan aracılarn, tüketicilerin tercihlerinin ve taleplerinin anlaşılması önem arz etmektedir.

1.1. Süs Bitkileri ve Çeşitleri

Bu araştırmada kavramlar aşağıda ifade edilen anlamlarıyla kullanılmıştır. Tarım kapsamında kullanılan süs bitkileri ifadesi kapsayıcı bir terim olup, kesme çiçekler, saksılı salon bitkileri, dış mekân süs bitkileri ve doğal çiçek soğanları olmak üzere dört alt grupta incelenmektedir. Süs bitkileri arasında kesme çiçek yetiştiriciliği %50'lik pay ile en çok yetiştirilen türdür (Özkan, 2009).

Kesme Çiçekler: Bu sınıf kesme çiçek amaçlı yetiştiricilik ve yetiştirilen türleri içermektedir.

1.1.1. İç mekân (saksılı) süs bitkileri

İç mekânda kullanılmak üzere saksı ve kaplarda yetiştirilerek pazarlanan bitki tür ve çeşitlerini kapsamaktadır.

1.1.2. Dış mekân süs (tasarım) bitkileri

Dış mekânda peyzaj uygulamalarında kullanılmak üzere üretilip pazarlanan tür ve çeşitleri içermekte, süs ağaç ve ağaççıkları, mevsimlik tek ve çok yıllık çiçekler, yer örtücü olarak kullanılan diğer türler ve süs çimleri bu sınıf içinde değerlendirilmektedir.

1.1.3. Doğal çiçek soğanları

Bu sınıf ülkemiz gerçeklerinden doğmuş, ihraç edilmek üzere tabiattan toplanan ve/veya kültür koşullarında üretimi yapılan doğal soğanlı, yumrulu ve rizomlu bitki türlerini (geofitleri) kapsamaktadır.

1.2. Süs Bitkisi Yetiştiriciliği

Süs bitkisi sektörü, bazı faaliyet alanlarında birçok farklılık gösterse de uluslararası kaynaklarda süs bitkileri iki temel yaklaşımla sınıflandırılmaktadır. Bu yaklaşımda süs bitkileri, kullanım amaçları ve yetiştirilen bitkilerin özellikleri başlıkları ile ifade edilmektedir (Yazıcı, 2015).

Süs bitkileri bulunduğu yere ve kente, birçok işlevsel ve estetik katkılar sunmaktadır. Süs bitkilerinin çevre oluşumu ve kent bütünlüğü içindeki işlevsel katkıları aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Kentlerde mimari yapılarıdaki keskin yüzeyler ve sert çizgiler üzerinde yumuşatıcı etki yapmak,
- Diğer bitkiler gibi karbondioksit alıp oksijen üreterek, tozları tutup ve gazları emerek çevre sağlığına olumlu katkı sağlamak,
- Yazın güneş ışınlarını emerek ya da yansıtarak ısınmayı engellemek, ışınların bir kısmını fotosentezde kullanarak sıcaklığın düşmesini sağlamak,
- İstenmeyen ses, gürültü, görüntü ve toz gibi faktörlere karşı perdeleme yaparak yalıtımı sağlamak,
- İnsan ve çevre sistemi arasında süregelen karşılıklı etkileşimin dengede kalmasına yardımcı olmak (Ünlü, 2014),
- Yaya ve taşıt trafiğini düzenlemeye katkı sağlamak,
- Kent ortamında doğaya yabancılaşmış olan insana tabiatı tanıma, mevsimsel değişimleri gözlemleyerek doğayla bütünleşme imkânı sağlamak (Temel, 2011).

Benzer şekilde süs bitkilerinin estetik olarak kente ve bulundukları mekânlara şu katkıları olmaktadır:

- Tek tek veya gruplar halinde kullanılan bitkilerin mimari öğelere renk, canlılık ve hareket getirerek mekândaki monotonluğu gidermesi,

- Kentlerin taşlaşmış ve betonlaşmış yapı kitleleri arasında ortaya çıkan açık, yeşil alanlar ve onların baskın elemanı olan ağaçlar ile ahenk katması (Ünlü, 2014),
- Bitkilerin ölçü, biçim, renk ve doku özellikleriyle kentlerde görsel açıdan ilgi çekici mekânlar oluşturmaları, bu özelliklerinden yararlanılarak bitkilerle hareket kontrolü, yönlendirme, sınırlama, görüş açısını değiştirme, belirli objeleri vurgulama sağlanabilmesi,
- Vurgu etkisi oluşturarak dikkatin belirli noktalara çekilmesi,
- Bitkilerin mimari öğelerle birlikte kullanıldığında fon etkisi oluşturmaları,
- Görsel bitki karakteristiklerinden yararlanılarak mekânın özelliklerini güçlendirmesi olarak özetlenebilmektedir (Temel, 2011).

Süs bitkileri ve üretimi, insanların gıda ihtiyacı yerine, ruhsal ve görsel ihtiyaçlarını karşılayan; yatıştırıcı, dinlendirici, neşe ve mutluluk veren sonuçları ile diğer tarım ürünlerinden ayrıcalık gösterir. Günümüzde beton alanların çoğalması ile birlikte süs bitkileri toplumlar için vazgeçilmez materyal haline gelmiştir. Bu bitkiler, varlıklarına duyulan maddi ve ruhsal ihtiyaç nedeniyle yılın her mevsiminde tüketim potansiyeline sahiptir (Yazıcı, 2015).

Topluma ve kente olan katkıları nedeniyle süs bitkileri, diğer kavramlar ve olgular içinde önemini giderek daha çok hissettirmektedir. Kentlerin ruhunu şekillendiren belediyeler için süs bitkileri vazgeçilmez araçlar haline gelmiştir. Bunun yanında tarihi mekânlar veya kumsal alanları ile turist cezbeden kentler için de süs bitkileri önem kazanmış ve bir görsel gereklilik olmuştur. Turizmin gelişmesine paralel olarak turistik tesislerin çevre düzenlemelerine daha çok önem verilmesi, ekonomik olanakların artmasıyla villa tipi yerleşimlerin çoğalması ve özellikle belediyelerin ulaşım yolları ile parkları güzelleştirme çabaları, dış mekân süs bitkileri talebinde meydana gelen artışın nedenleri arasında sayılabilir (Kıymaz Kıvraklar, 2017).

Bu anlamda, süs bitkileri toplumun daha huzurlu, daha estetik, daha modern ve daha pozitif ortamlarda yaşamasına imkân sağlamaktadır. Belediyeciliğin en önemli

işlevlerinden olan park ve bahçelerin tasarımında, yol kenarlarında, otellerde, malikânelerde, üniversite kampüslerinde ve hatta hastane bahçelerinde dahi dış mekân süs bitkileri kullanılmaktadır (Kıymaz Kıvraklar, 2017). Bu ve benzeri nedenlerle belediyeler bu konudaki harcamalarını artırmış ve toplumun içinde yaşadığı çevreyi güzelleştirecek yatırımlara yönelmişlerdir. Dolayısıyla da tarım ekonomisinde dış mekân süs bitkilerine olan talep hızlı bir şekilde artmıştır. Bunun sonucu olarak ta süs bitkileri üretiminde önemli bir yere sahip olan fidanlıkların ülkemizdeki önemi ve sayıları da giderek artmaya başlamıştır (Kıymaz Kıvraklar, 2017). Tüm bu gerekçelerden dolayı, süs bitkilerine olan talep günden güne artış göstermiş olup, gelecekte de bu artışın devam etmesi beklenmektedir. Süs bitkileri işletme sektörü, sürekli artan kapasitesi ve ürettiği katma değer ile dış ticarete, başta Avrupa ülkeleri olmak üzere, önemli yere sahiptir.

1.2.1. Dünyada süs bitkisi yetiştiriciliği

Süs bitkilerinin tarihi net olarak bilinmemekle birlikte, bazı bitkilerin insanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahip olduğu düşünülmektedir. Süs bitkilerinin, modern tarım ile ıslah edilmeden önce birçok alanda var olduğu bilinmektedir. Süs bitkilerinin ticarileşmesi ancak 1800’lü yılların sonlarında ilk kez İngiltere’de gerçekleşmiştir. Günümüzdeki yapısıyla kullanımı ile süs bitkileri işletmeciliği üretimi özellikle 20. yüzyıl başlarından itibaren önem kazanmaya başlamıştır. Küreselleşme ve bunun gelire olan etkisine bağlı olarak, dünya üzerinde birçok ülkede kişi başına düşen süs bitkisi tüketimi ve buna bağlı olarak da üretimi giderek artış göstermiştir. Dünya’da kesme çiçeklerin ıslah edilmesi çok eski tarihlere dayanmasına karşın, sınırlı olan ticari ilişkiler tamamıyla gelişmiş batı ülkelerinde, merkez şehirlerle bunlara komşu şehirlerarasındaki faaliyetlerle sınırlı kalmıştır (Gençer, 2014).

Özellikle ikinci Dünya savaşından sonra ulaştırma alanında yaşanan teknolojik gelişmeler, ürünlerin kısa zamanda uzak mesafelere taşınmasına olanak sağlamıştır. Bu gelişmeden en çok faydalanan sektörlerden bir tanesi de süs bitkisi yetiştiriciliği sektörü olmuştur. Sektörün gelişmeye başladığı zamandan günümüze kadar dış ticaret hacmi özellikle son on yılda artış göstermiştir. Gelişmelerin yakın döneme kadar olmamasında, teknolojik ve yapısal yatırımların yeterli düzeye ulaşamaması, bilimsel

çalışmaların eksikliği ile özel sektör tecrübesindeki yetersiz bilgi birikimi, süs bitkileri sektörünün gelişimini olumsuz etkileyen temel faktörler olmuştur (Kızılkın, 2016). Ulaştırma alanında ve tarımda önemli çalışmalar yapan ABD, Hollanda, Japonya gibi ülkeler sektörde teknolojik üstünlüğü ve bilgi birikimi sayesinde uzmanlaşmada ön plana çıkmıştır. Günümüzde dünya üzerinde 145'ten fazla ülkede geniş anlamda süs bitkileri üretimi yapıldığı bilinmektedir (Çiçekdemir, 2010; Genç, 2014).

Süs bitkilerinin yetiştirilmesinde kullanılan alan bakımından Asya-Pasifik ülkeleri (Çizelge 1.1), satış değeri bakımından ise Avrupa ülkeleri lider olarak kabul edilmektedir (Çiçekdemir, 2010).

Çizelge 1.1. Dünya kesme çiçek ve saksılı bitkiler üretim alanları (2018)

Üretim Ülkeleri	Alan (hektar)
Asya/Pasifik	480.000
Avrupa	60.000
Orta/Güney Amerika	49.000
Kuzey Amerika	30.200
Afrika	18.000
Orta Doğu	6.200
Toplam	650.000

Kaynak: AIPH Statistical Yearbook 2018 (akt. Yılmaz, 2019)

2017 yılı dünya toplam süs bitkileri ihracatı 20 milyar 802 milyon dolardır. Dünya süs bitkileri ihracatının mal gruplarına göre dağılımı aşağıdaki Çizelge 1.2'de yer almaktadır. En fazla ihracat yapılan ürün grubu kesme çiçekler ve canlı bitkilerdir.

Çizelge 1.2. Ürün grubuna göre dünya süs bitkileri ihracatı

Ürün Grubu	2014	2015	2016	2017	2018
Canlı Bitkiler	9.387.847	8.033.284	8.436.513	9.140.593	9.006.581
Kesme Çiçekler	9.321.614	7.969.832	8.344.615	8.639.837	10.116.162
Çiçek Soğanları	1.989.811	1.654.360	1.720.214	1.775.782	1.795.454
Yosun ve Ağaç Dalları	1.172.421	1.094.277	1.154.100	1.245.693	1.323.318
Toplam	21.871.693	18.751.753	19.655.442	20.801.905	22.331.015

(Değer: 1.000 USD) Kaynak: UN COMTRADE /ITC (akt. Yılmaz, 2019)

Dünya üzerindeki en önemli ihracatçı ülkeler sırasıyla, Hollanda, Kolombiya ve Almanya'dır. Türkiye dünya ihracatçıları içinde 25. sırada yer almaktadır (Çizelge 1.3).

Çizelge 1.3. Ülkelere göre dünya süs bitkileri ihracatçıları

	İhracatçı ülkeler	2017 ihracat değeri (1.000 USD)	2018 ihracat değeri (1.000 USD)	Değişim
1	Hollanda	10.137.050	10.697.334	5,53%%
2	Kolombiya	1.417.127	1.477.877	4,29%
3	Almanya	1.026.951	1.135.374	10,56%
4	İtalya	942.484	1.047.220	11,11%
5	Ekvador	890.537	858.623	-3,58%
6	Belçika	605.973	706.056	16,52%
7	Kenya	595.627	625.784	5,06%
8	Danimarka	485.424	496.509	2,28%
9	İspanya	409.098	480.799	17,53%
10	Abd	447.219	460.216	2,91%
11	Kanada	389.587	423.506	8,71%
12	Çin	338.468	379.741	12,19%
13	Etiyopya	221.928	267.291	20,44%
14	Polonya	141.191	225.611	59,79%
15	Tayvan	203.840	217.554	6,73%
16	Fransa	162.753	197.711	21,48%
17	İsrail	147.824	152.136	2,92%
18	Litvanya	143.184	145.839	1,85%
19	Malezya	139.809	144.680	3,48%
20	Tayland	123.848	134.630	8,71%
21	Kosta Rika	132.019	130.321	-1,29%
22	Japonya	123.519	121.357	-1,75%
23	İngiltere	107.080	106.986	-0,09%
24	Portekiz	89.392	105.296	17,79%
25	Türkiye	85.512	99.296	16,12%
	Diğerleri	1.368.351	1.493.268	9,13%
	Toplam	20.801.905	22.331.015	6,97%

Kaynak: UN COMTRADE /ITC ve SÜSBİR, 2020

Dünya süs bitkileri ithalatçısı olan ilk 35 ülke arasında en önemli ithalatçı ülkeler Almanya, Hollanda, ABD, İngiltere ve Fransa'dır.

Süs bitkisi yetiştiriciliğinde öncü olan ülkelerin yanı sıra, son yıllarda Latin Amerika ve Afrika'da da süs bitkileri üretimi gelişmeye başlamıştır. Ayrıca Kolombiya, Ekvador ve Kenya gibi ülkeler süs bitkisi üretiminde ekolojik koşullar ve ucuz işgücü gibi avantajlara sahip olduğundan, dünyanın önemli süs bitkileri üreticisi ve ihracatçısı olmaya başlamışlardır (Gençer, 2014).

1.2.2. Türkiye’de süs bitkisi yetiştiriciliği

Dünya’da süs bitkisinin gelişimine, potansiyeline ve ekonomik değerine bağlı olarak, Türkiye’de de süs bitkileri sektörüne olan ilgi artmıştır. Bir tarım ülkesi olan Türkiye aynı zamanda binlerce çeşit farklı endemik bitki ve süs bitkisi için uygun topraklara ve iklim koşullarına sahiptir. Özel olarak yetiştirilen süs bitkilerinin yanında doğada kendi kendine yetişen birçok bitki türü de süs bitkisi olarak kullanılmak üzere kültüre alınıp üretimi yapılabilir. Türkiye bitki çeşitliliği yönünden Avrupa’dan daha zengindir. Türkiye bitki çeşitliliğinde olduğu gibi endemizm oranı (%34) bakımından da dünyada önemli bir yere sahiptir. Ülkemiz bu doğal floristik zenginliğin yanı sıra değişik habitat özellikleri nedeniyle, çok değişik süs bitkisi gruplarının yetişmesine olanak sağlamaktadır (Akduman Hoşer, 2014). Tabiatın zengin bitki türleri daha çok dış mekân süs bitkisi, kesme çiçek ve saksı çiçeği olarak kullanmakta olup bunların üretim aşaması daha kolaydır (Çiçekdemir, 2010). Türkiye’nin çok önemli bir potansiyele sahip olmasına rağmen, süs bitkileri konusunda yapılan akademik çalışmaların ise son derece sınırlı olduğu dikkati çekmektedir (Akduman Hoşer, 2014).

Ülkemizde özellikle büyük kentlerimizde görülen sürekli genişleme, endüstrileşme, aşırı nüfus artışı, açık ve yeşil alan rezervlerinin giderek azalması, doğaya ve doğal değerlere duyulan özlemin artmasına neden olmakta; bahçe, balkon ve salonların dekorasyonunda kesme çiçekler, saksı bitkileri ile birlikte daha fazla önem ve değer kazanmaktadır (Gençer, 2014).

Ege Bölgesinde üretilen süs bitkileri üretimi genellikle iç pazara yöneliktir. Türkiye süs bitkileri üretiminin %48’ini kesme çiçek, %47’sini dış mekân bitkileri, %3’ünü iç mekân bitkileri, %2’sini ise çiçek soğanları oluşturmaktadır. Ülkemizde kesme çiçek üretimi Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerinde yer alan mikro klima özelliğine sahip alanlarda yoğunlaşmaktadır. Ayrıca kıyı bölgelerinin iç kısımlarında, yayla kesimlerinde yaz aylarında çoğunlukla yüksek kaliteli karanfil üretimi yapılmaktadır (Gençer, 2014). Türkiye’nin kesme çiçek ihracatında görülen artışın en önemli nedeni dış pazarda yapılan tanıtım faaliyetleridir (Çiçekdemir, 2010). Türkiye’de seracılık özellikle kıyı bölgelerinde gelişme göstermiştir. Antalya Bölgesinde ise çoğunluğu seralarda olmak üzere, yüksek kaliteli ve ihracata yönelik

üretim yapılmaktadır. Sakarya, Yalova, İstanbul, Adana, Osmaniye illeri iç ve dış mekân bitkileri üretiminde önemli bir yere sahiptir (Onay, 2008). Son yıllarda özellikle dış mekân süs bitkilerine olan talebin artması ile birlikte, birim alandan elde edilen ürün fazlalığı ve pazarlanabilir fiyatların yüksek olması gibi nedenlerle, özellikle büyük şehirlere yakın alanlarda, süs bitkileri yetiştiriciliğine dayalı, yeni bir tarım sektörü gelişmeye başlamıştır (Özkan, 2009).

Daha sonraki yıllara ait (2014-2018) süs bitkisi üretim miktarları Çizelge 1.5’de detaylı bir şekilde yansıtılmıştır. Bu tabloya göre yıllara göre düşüşler olduğu gibi 2017 ve 2018 yıllarında önemli artışlar da olmuştur.

Çizelge 1.4. 2014-2018 yılları arası süs bitkileri üretim miktarları (adet)

Yıllar	İç Mekân	Dış Mekân	Kesme Çiçek	Çiçek Soğanı
2014	41.448.776	456 026 600	1 553 025 200	30 059 530
2015	40.810.719	451 142 538	1 555 300 960	27 200 330
2016	38.150.927	412 227 915	1 513 712 547	25 337 330
2017	56.049.000	490.559.000	1.050.584.000	21.833.000
2018	60.150.000	507.183.000	1.055.784.000	88.657.000

Kaynak: Kıymaz Kıvraklar, 2017., SÜSBİR, 2020., TUIK.

Çizelge 1.5. Canlı Ağaçlar ve Diğer Bitkiler, Yumrular, Kökler ve Benzerleri, Kesme Çiçekler ve Süs Yaprakları İthalat-İhracat Rakamları (Bin USD)

Yıllar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
İhracat	73.028	76.989	82.969	77.429	81.614	855.124	99.295	106.840
İthalat	67.716	92.501	92.890	81.385	87.244	83.018	60.491	42.856

Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2016., Akt. Kıymaz Kıvraklar, 2017., SÜSBİR, 2020., TUIK

Çizelge 1.6’ya göre, yıllara bağlı olarak ihracat miktarları artış göstermiştir. Türkiye, 2003 yılında dünya süs bitkileri ihracatında 24. sırada yer alırken, 2015 yılında ise beşinci sırada yer almaktadır (Çiçekdemir, 2010; Kıymaz Kıvraklar, 2017). Diğer taraftan, Türkiye’de üretilen süs bitkilerinin; tohum, fide, fidan gibi bitki materyali ihtiyacı çok büyük bir çoğunlukla ithalat yoluyla karşılanmaktadır (Cebeci, 2010). Dünya genelinde, süs bitkisi sektöründe olduğu gibi dış mekân süs bitkisi grubunda Türkiye’nin ihracat rakamlarının yıldan yıla artış gösterdiği görülmektedir. Türkiye, iğne yapraklı ve çok yıllık bitki ihracatında dünyada üçüncü sırada yer almaktadır (Kıymaz Kıvraklar, 2017).

İhracatın yapıldığı bölgeler 2015 yılı için incelendiğinde Türkiye'nin süs bitkileri ihracatının %65'i Antalya'dan yapılmaktadır. Antalya'dan sonra sırasıyla İstanbul (%10), Yalova (%8) ve İzmir (%7) süs bitkileri ihracatında önemli illerimizdir. Isparta, Burdur ve Korkuteli bölgelerinde yapılan yayla üretimi nedeniyle ihracat sezonu 7 aydan 10 aya çıkmıştır (Kıymaz Kıvraklar, 2017).

Ancak 2017 yılına ait veriler incelendiğinde Türkiye'de süs bitkileri üretiminin en fazla yapıldığı iller sırasıyla İzmir, Sakarya, Antalya, Yalova ve Bursa'dır (Çizelge 1.7).

Çizelge 1.6. Türkiye süs bitkileri üretim alanları (da)

	İzmir	Sakarya	Antalya	Yalova	Burs	Edirne	Diğer	Toplam
2017	15.458	10.995	5.577	3.275	2.891	2.500	7.905	50.089
2018	16.251	10.806	5.959	3.560	2.989	554	11.682	51.803

Kaynak: TÜİK (akt. Yılmaz, 2019)

Sakarya, Yalova, İstanbul, Adana, Osmaniye iç ve dış mekân bitkileri üretiminde önemli yere sahiptir. Özellikle Sakarya merkez olmak üzere Arifiye, Sapanca, Pamukova ilçelerinde yoğun üretim alanları görülmektedir (Yılmaz, 2019).

Antalya ve İzmir kesme çiçek üretiminde en önemli illerdir. Marmara ve Ege Bölgesinde (İstanbul, Yalova, İzmir, Aydın) yapılan kesme çiçek üretimi genellikle iç pazara yöneliktir. Antalya bölgesinde ise çoğunluğu seralarda olmak üzere yüksek kaliteli ve ihracata yönelik üretim yapılmaktadır.

Türkiye'den bugün yaklaşık 50 ülkeye süs bitkileri ihracatı yapılmaktadır. Süs bitkileri ihracatında en önemli pazarlarımız İngiltere, Hollanda, Almanya, Rusya Federasyonu ve Ukrayna'dır. Toplam süs bitkileri ihracatının %58'ini kesme çiçekler, %19'unu canlı bitkiler (iç ve dış mekân bitkileri), %16'sını yosunlar ve ağaç dalları ve %7'sini ise çiçek soğanları oluşturmaktadır (Yılmaz, 2019)

1.3. Çalışma Bölgesi Özellikleri

Bu araştırma Şanlıurfa İli kapsamında gerçekleştirilmiştir. Bu ilin bulunduğu Güney Doğu Anadolu Bölgesi içerisinde bulunan GAP projesi özet şekilde anlatılmıştır. Ayrıca Süs bitkilerinin ilde yetiştirilmesinde önemli yere sahip olan Karacaali kaplıcaları hakkında da bilgi verilmiştir.

1.3.1. Güneydoğu Anadolu Projesi

Şanlıurfa ilini de kapsayan Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP), Cumhuriyet tarihimizin en kapsamlı ve maliyetli projesi olup, bugüne kadar hazırlanan bölgesel kalkınma plan ve programları arasında en etkin olarak uygulananıdır. Bu projenin hedefleri; Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin sahip olduğu kaynakları değerlendirerek, yöre halkının gelir düzeyini ve yaşam kalitesini yükseltmek, bu Bölge ile diğer bölgeler arasındaki gelişmişlik farkını gidermek, kırsal alandaki verimliliği ve istihdam olanaklarını artırarak ulusal düzeyde ekonomik gelişme ve sosyal istikrar hedeflerine katkıda bulunmaktır.

GAP, 1989 yılında hazırlanan Master Plan ile tarım, sanayi, ulaştırma, eğitim, sağlık, kırsal ve kentsel altyapı yatırımlarını da içine alan bir bölgesel kalkınma projesine dönüşmüştür. Proje, gelecek kuşaklar için kendilerini geliştirebilecekleri bir ortam yaratılmasını amaçlayan sürdürülebilir insani kalkınma felsefesi üzerine kurulmuştur; kalkınmada adalet, katılımcılık, çevre korunması, istihdam, mekânsal planlama, alt yapı geliştirilmesi, yatırım uygulamalarında kamu-özel sektör ve halk katılımının sağlanması GAP'ın temel stratejileridir (Anonim, 2020).

1.3.2. Şanlıurfa

Şanlıurfa; Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yer alan, doğuda Mardin, batıda Gaziantep, kuzeyde Adıyaman, kuzeybatıda Diyarbakır illeri ve güneyde Suriye sınırı ile çevrelenmiş bir sınır ilidir. Şanlıurfa ili Güneydoğu Torosların orta kısmının güney etekleri üzerindedir. Şanlıurfa'da karasal iklim ve özelliği ağır basmaktadır (Ünlü, 2014). Bu özellik sıcaklık ve yağış bakımından kendisini göstermektedir. Şanlıurfa'da

günlük ve yıllık sıcaklık farkları yüksektir. Gece ile gündüz ve yaz ile kış ortalama sıcaklıkları arasında büyük farklar vardır. Yazları çok kurak ve sıcak, kışları yağışlı, nispeten ılıman geçmektedir. Meteorolojik ölçümlere göre son 40 yılda Şanlıurfa İli için Temmuz ayı yılın en sıcak ayı olarak geçmektedir (ortalama 32.2 °C) ve İldeki en soğuk ay ise Ocak ayı olarak kaydedilmiştir (5.9 °C) (Anonim, 2020).

Şanlıurfa İli nüfus artışında dikkate değer bir yükseliş göstermektedir. Şanlıurfa nüfusu 2019 yılında bir önceki yıla göre 37.805 artmıştır (%1,86 artış) ve son nüfusu 2.073.614'dir. Bu nüfus, 1.045.964 (%50,44) erkek ve 1.027.650 (%49,56) kadından oluşmaktadır (Anonim, 2020).

Şanlıurfa, barındırdığı tarihi yapılar ile turistik cazibe merkezi olmasının yanında bir sınır kentidir. Kent, Güneydoğu Anadolu bölgesinde GAP'ın merkezinde yer almaktadır. Suriye ile en uzun sınırı bulunan ildir. Mezopotamya'nın en eski yerleşim yerlerinden biri olan Şanlıurfa akarsulara yakın olması ve ticaret yollarının kesiştiği noktada yer almasından ötürü tarihi boyunca stratejik bir öneme sahip olmuştur (Ünlü, 2014).

1.3.3. Karaali kaplıcaları

Şanlıurfa'nın 40 km güneydoğusunda bulunan Karaali Köyü'ndeki sıcak su kaplıcası, pamuk sulama amacıyla yapılan sondaj esnasında tesadüfen bulunmuştur. Bu su kuyularından 45-50 °C de sıcak su çıkmaktadır. Kalkerin geniş alanlar boyunca yüzeye çıktığı yerlerde derinlere doğru sızan yağış suları yüksek jeotermal gradyan ve olası mağmatik sokulmaların etkisiyle ısınarak sıcak suları oluşturmaktadır. Bu jeotermal saha; Miosen ve sonrasında oluşan tektonizmanın bir ürünüdür (Güzel, Çiftçi ve Atay, 2013). Sondaj kuyularından elde edilen sıcak sular yöredeki kaplıca ve seralarda kullanılmaktadır. Yapılan etütler sonucunda bölgede 90.000 dekarlık bir alanın sıcak su rezervini kapsadığı tespit edilmiştir. Suyun debisi 50-60lt/sn' dir. İstanbul Üniversitesi Tıbbi Ekoloji ve Hidro-Klimatoloji Araştırma ve Uygulama Merkezi Hidroloji ve Biyoloji Laboratuvarlarında yapılan kimyasal ve biyolojik incelemelere göre; su hipertermal (49.1), akrototermal (Toplam mineralizasyon

1gr/lt'nin altında), kükürtlü (eşik değeri üstünde 1.58ppm hidrojen sülfür) bir su özelliğini taşımakta olduğu tespit edilmiştir (Ünlü, 2014).

Jeotermal suyun kaplıca özelliği taşıdığı bölgede, seracılığın yanı sıra sağlık turizmi de gelişmektedir. Karaali kaplıcalarında su sıcaklığı 60-70 derecelere kadar çıkmaktadır. Öte taraftan Dünya standartlarına göre termal turizm olabilmesi için su sıcaklığının 40 derece, seracılık için de 40-48 derece arasında olması gerekmektedir. Bu bağlamda bu termal önemli bir sağlık ve tarım merkezi potansiyeli taşımaktadır (Fidan, 2018)

1.4. Çalışma Bölgesinde Süs Bitkisi Yetiştiriciliği

1.4.1. GAP ve Şanlıurfa'da süs bitkileri

Şanlıurfa'da karasal iklim özelliği gösteren bir bölgede bulunmaktadır. Bu iklim özelliğinde gece ile gündüz ve yaz ile kış ortalama sıcaklıkları arasında büyük farklar bulunur. Şanlıurfa merkezde yıllık sıcaklık farkı 40 dereceyi aşabilmektedir. Bu ilde en sıcak ay temmuz ayı olup sıcaklık 40 derece üstünde olurken, en soğuk ay olan şubat ta ise sıcaklığın sıfırın altına düştüğü görülebilmektedir. Bu sebepten dolayı ilin konumu ve iklim şartları ile çok seçici bir süs bitkisi varlığına sahip bir kenttir. Öte taraftan sıcaklık nedeniyle bitkiler olumsuz etkilenmekte sıcaklığa bağlı olarak yanmalar ve yaprak dökülmeleri meydana gelmektedir (Ünlü, 2014).

Şanlıurfa taşıdığı tarihi ve turistik değerler dışında zengin bitki örtüsü ve endemik bitkileriyle bitki alanında literatüre girmiştir. Özellikle son yıllarda keşfedilen endemik bitkilerin sayısı çoktur. Bu endemik bitkilerden bazıları şunlardır: Dünyada yalnızca Şanlıurfa'da yetişen ve yöresel adı Urfa Peygamber çiçeği olan bitki mayıs ayında çiçeklenir. Dünyada yalnızca Türkiye'nin güneydoğusunda yetişen yabani bir çiğdem türü olan Karacadağ çiğdemi (Mardin çiğdemi) olan bitki Şanlıurfa Karacadağ bölgesinde mart-nisan aylarında çiçeklenir (Anonim, 2019).

Bu çiçek türleri gibi onlarca tür bitki sadece bu bölgede yetişmektedir. Bu bitkilerin yanında süs bitkisi olarak yaygınlaşan birçok bitki türü de Şanlıurfa'da

yetişebilme ortamına sahiptir. Bununla birlikte, Onay (2008) tarafından yapılan çalışmada Şanlıurfa ilinde kapalı alanda yapılan süs bitkisi üreticiliği 10.000 m² ile sınırlı kalmış ve açık alanda hiç üretim olmadığı kayıt altına alınmıştır. Yapılan bu üretimlerden 239.400 adet İç Mekân üretimi olarak gerçekleşmiştir (Onay, 2008). Bu çalışmada bazı değerlerin sıfır olarak kayıt edilmesi bu üretimin yapılmadığı anlamına gelmemekle beraber yapılan üretimin kayıt altına alınmadığı anlamına da gelebilir.

Şanlıurfa kentinde kullanılan bitkiler incelendiğinde birçok çeşide rastlanmaktadır. İlin çok sıcak olduğu ve bu nedenle parklarda gölge yapıcı, kuraklığa ve dış etkenlere dayanıklı süs bitkileri tercih edildiği görülmüştür. Özellikle kurumların bahçelerinde tercih edilen bazı süs bitki türleri şu şekilde sıralanabilir; *Platanusorientalis* L., *Robiniapseudoacacia* L., *Morusalba* L., *Meliaazedarach* L. ve *Pinuspinea* L. dir. Kent içerisinde bulunan refüjlerde ise genellikle devamlı yeşil ve budamaya dayanıklı bitki türleri kullanıldığı fark edilmiştir. Bunlardan bazıları ise; *Thujaorientalis* L., *Ligustrumjaponicum*Thunb., *Washingtoniafilifera*H.Wendl ve *Robiniapseudoacacia* L. *Umbraculifera*'dır. Şanlıurfa kentinin toprak yapısı ve iklim koşulları ele alınarak yapılan gözlemlerde daha sıcak ve nemli olan şehir merkezinde *Washingtoniafilifera* H. Wendl. *Washingtoniarobusta* Wendl, *Phoenix canariensis* Chabaud., *Phoenix dactylifera* L. *Cercissiliquastrum* L., *Lagerstroemiaindica* (L.) Pers gibi bitkilerin rahatlıkla yetiştiği gözlemlenmiştir (Ünlü, 2014).

Şanlıurfa Belediyesi diğer bölgelerden alınan ve kent içinde mevcut olmayan farklı türleri dikip gelişimini en az 2 yıl gözlemleyerek bölgede yetişen türleri artırma çalışmaları yapmıştır. Bu bitkilerden bölgede tespit edilen ve gelişmeye uygun bitkiler şu şekilde sıralanabilir; *Acer campestre* L., *Amorphafruticosa* L., *Gleditsiatriacanthos* L., *Catalpabignonioides*, *Fraxinusangustifolia*Vahl, *Gauralindheimeri*Engelm. & A. Gray, *Liquidambar orientalis* Mill., *Liriodendron tulipifera* L., *Juniperusscopulorum* Sarg'dir (Ünlü, 2014).

1.4.2. Karaali kaplıcalarında seracılık

Karaali jeotermal seralarında yapılan "topraksız tarım" sayesinde başta salkım domates olmak üzere, sebze ve iç mekân süs bitkileri yetiştirilirken, bu durum

istihdama da katkı sağlamaktadır. Bölgedeki seralarda üretilen salkım domates, yurt içinde ve yurt dışında ilgi görmektedir. Jeotermal sera çalışmalarıyla bölgede en büyük sorun olan istihdamı artırmak, ekonomik kalkınmayı sağlamak, bölgeyi cazibe merkezi haline getirmek planlanmaktadır (Fidan, 2018).

Karaali kaplıcaları bölgesinde bulunan doğal bitki örtüsü bölgede az rastlanan eko turizm bakımından önem taşımaktadır. Bu bölge yakınında bulunan Tektek Platosu üzerindeki Tektek Dağları Milli Parkı ve yakın çevresi Menengiç, Bıttım ve bunların aşılması sonucu meydana gelen Antep fıstığı yoğun olarak görülmektedir (Güzel ve ark., 2013).

Karaali ve çevresinde intrazonal toprakların hâkim olduğu mera alanlarını, güzellikleriyle süsleyen rengârenk geofitler yetişmektedir. Bunlardan *Biarumcorduorum* (Gadri, yılanıyastığı güzçiğdemi), zambakgiller ailesinden soluk, leylak ve mor renkli *Colchicumpercisum* (acı çiğdem)'dir. Ayrıca bu bölgede *liliaceae* (soğan) türlerinden Harput soğanı, şark soğanı, yabani soğan, taş sarımsağı, *Ranunculaceae* (düğün çiçekgillerden) dağ sümbülü, yılanıyastığı, hasır otu, kar çiğdemi de görülmektedir (Akan vd. 2005:225: akt. Güzel ve ark., 2013).

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Cengiz ve arkadaşları (2017) tarafından İstanbul Eyüp ilçesinde peyzaj ile ilgili yapılan bir çalışmada, Türkiye'nin bitki tür çeşitliliği sayısı itibarıyla yüksek bir potansiyele sahip olduğu ifade edilmiştir. Ancak, bu potansiyelin incelenen fidanlık işletmelerine yeterince yansımadağı da bu çalışma ile ortaya konulmuştur. Araştırmacılara göre, fidanlıkların mevcut potansiyellerinin artırılması doğrultusunda modern çözümler üzerinde araştırmaların yapılması gerekmekte ve doğal çeşitlerin pazarlanması ve üretilmesi konusundaki faaliyetlere önem verilmesi gerekmektedir (Cengiz vd., 2017). Türkiye'de mevcut çeşitlerin haricinde diğer bitki çeşitlerinin de satışının yapılabilmesi için bu konuda yeni politikalar geliştirilmesi ve bu tür bitkilerin üretimi ve satışının sürdürülebilirliğinin sağlanması için çözümler geliştirilmelidir (Cengiz vd., 2017).

Modern süs bitkisi üreticisi bir ülke olmanın ilk aşaması üreticilerin bir arada ve kurumsal normalar çerçevesinde hareket etmesidir. Bu bağlamda süs bitkileri üreticilerinin oluşturduğu Süs Bitkileri Üreticileri Alt Birliği (SÜSBİR), Nisan 2008'de faaliyete başlamıştır. SÜSBİR Türkiye Tohumcular Birliği çatısı altında kurulmuştur. SÜSBİR sektörün tamamını kapsamamakta ancak sektörün tüm paydaşları ile sektör sorunları için çözümlerin üretilmesi ve sektörün gelişmesi için bir yapı oluşturmayı hedeflemektedir. Süs bitkisi yetiştiriciliğinin bir sanayi işletmesi gibi çalışabilmesi için, Türkiye'nin ilk süs bitkileri Organize Tarım Bölgesi Sakarya'nın Yazlık Bölgesi'nde kurulmuştur (Eroğlu, 2016).

Ayrıca, Türkiye'de süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren firmaların kurumsallaşma oranı da çok düşüktür. Süs bitkisi işletmelerin çoğunluğu küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Birçok sektörde olduğu gibi bu sektörde de kayıt dışı olan üreticiler bulunmaktadır. Mevcut üretim miktarı ile satış değerlerinde kayıt dışılık ile yetersiz veri tabanı göze çarpmaktadır. Süs bitkileri sektörünün gelişim gösterdiği AB ülkelerinde, yapılan üretim miktarı ve niteliğiyle orantılı olarak, yüksek katma değer oranıyla tarımsal ürünler içerisinde önemli bir yere sahiptir. Bitkisel ürünler içerisinde

üretim alanı büyüklüğü ve ekonomik getirisi bakımından birim alanda çok verimli bir alt sektördür (Kızılkın, 2016).

Dünya üretimine paralel olarak Türkiye’de de gelişen süs bitkisi yetiştiriciliği zaman içerisinde birçok bölgeye yayılmıştır. Türkiye’nin birçok ilinde irili ufaklı işletmeler olsa da 28 ilde süs bitkileri üretimi yaygın olarak yapılmaktadır. Üretimin en fazla yapıldığı iller sırasıyla İzmir, Antalya, Yalova ve İstanbul’dur (Onay, 2008). Marmara Bölgesinde bulunan Yalova ilinin ekolojik açıdan uygunluğu ve büyük metropollere yakınlığı, pazarlama sorununun az olması nedeniyle, süs bitkileri üretiminin en yoğun olduğu yerler arasındadır. Marmara bölgesindeki seralar genel olarak süs bitkileri yetiştiriciliğinde kullanılırken, Ege ve Akdeniz bölgelerinde kurulu seralarda sebze üretimi ağırlık kazanmaktadır (Gençer, 2014).

Türkiye’de süs bitkileri konusunda yapılan ihracat ve ithalatlara yıllara göre değişimler göstermektedir. İlginç bir şekilde hem ihracat hem de ithalat miktarları yıllara göre artış göstermektedir. Bunun gerekçesi olarak son yıllarda süs bitkileri sektöründe üretim materyali sorunu ve üretim niteliğinin istenilen seviyeye ulaşamamış olması, sektörü büyük ölçüde ithalata yöneltmiştir. İthalatta en büyük payı ise dış mekân süs bitkileri almaktadır. Bunun nedeni ise yerel yönetimlerin ve tüketicinin tercihinin daha çok, boylu bitki üzerinde yoğunlaşmasıdır (Onay, 2008).

Türkiye’de tarım alanında farklı teşvik ve öncelikler sunulmaktadır. Süs bitkileri sektörü son yıllarda kaydetmiş olduğu gelişme ile tarımsal alanda kendine yer edinmeye başlamıştır (Baloğlu, 2009). Bu alanda da yapılacak olan istihdam alanları ülke gelişmesine katkı sağlayacaktır. Bu sektörün mevcut durumunun ortaya konulabilmesi sektörün sorunlarını ortaya çıkarabilmek ve bu sorunlara sürdürülebilir çözümler getirebilmek açısından oldukça önemlidir. Türkiye’de süs bitkileri sektörü marjinal alanların değerlendirilmesi, istihdama katkı, aile işgücü ile her yaş grubunun işgücünden yararlanma, ekolojik avantajları yakalama, artan talebin karşılanması, çevre, kentleşme ve dış ticaret açığını kapatılması açısından önemli bir faaliyet kolu olarak dikkati çekmektedir (Temel, 2011). Ancak tarımın diğer kollarında olduğu gibi süs bitkilerinde de veri ve istatistiksel bilgi eksikliği sektörün mevcut durumunun ortaya konulabilmesini oldukça zorlaştırmaktadır (Onay, 2008).

Türkiye, süs bitkileri yetiştiriciliğinde uygun iklimsel ve coğrafi koşulları, pazar ülkelere yakınlığı ve ucuz işgücüne sahip olması gibi nedenlerle önemli avantajlara sahiptir (Gençer, 2014). Türkiye’de süs bitkisi yetiştiriciliğini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Fuar katılımları, alım heyetleri ve reklam gibi çeşitli diğer etkinliklerle Türkiye’de üretilen süs bitkileri tanınmaya ve yeni alıcılara ulaşmaya başlamıştır (Çiçekdemir, 2010). Bunun yanında süs bitkisi tüketiminin toplumumuzda halen lüks tüketim olarak algılanması, pazarlama ve ulaşım sorunu, tüketicilerin yeterli bilgiye sahip olmaması ve süs bitkisi tüketimi için yapılan tanıtım faaliyetlerinin istenen seviyede olmaması gibi nedenler süs bitkisi üretim ve pazarlama işletmelerinin ülkemizde belirli alanlar üzerinde yoğunlaşmasına yol açmıştır (Onay, 2008).

Süs bitkisinin yetiştirilmesi ve üreticiler ile ilgili yapılan akademik çalışmalarda birkaç olgu dikkat çekmektedir. Özercan (2012) tarafından İzmir İlinde 48 üreticiyle gerçekleştirilen akademik çalışmada üreticilerden 40 kişi iyi tarım uygulamalarından ve avantajlarından haberdar olmadıklarını belirtmişler.

Bir başka çalışmada ise, süs bitkileri 4 grup altında incelenmiş ve bu gruptaki ortak sorunlar; yetişmiş eleman gücünün ve spesifik eğitim kurumlarının yetersizliği, pazar sisteminin yapısal bozukluğu ve mevcut sisteminin ihtiyacı karşılayacak bir organizasyona sahip olmaması gerektiği ortaya çıkmıştır (Titiz ve ark., 2000).

Çelik ve ark., (2010) tarafından yapılan çalışmada ise kent yaşamının süs bitkilerine olan ilgiyi arttırdığı ve bunun sonucu olarak sanayisi gelişmiş, sorunlu yaşama sahip ve nüfusu yoğun olan kentlerdeki kişilerin, süs bitkilerine daha merak duydukları ifade edilmiştir.

Subaşı ve ark., (2010) tarafından yapılan araştırmada süs bitkisi işletmecilerin genellikle eğitilmiş oldukları ancak ara eleman bulmada sıkıntı çektikleri ifade edilmiş ve süs bitkileri konusunda eğitilmiş genç nüfusun farklı alanlara kaymasının ve sektöre uzak durmasının da bir engel oluşturduğu belirtilmiştir. İşletme sermayesi için herhangi bir destek ve teşvik olmamasının sektör finansmanı konusunda sıkıntılara yol açtığı da vurgulanmış ve bu nedenle işletmelerin çoğunlukla kendi öz sermayeleri ile kurulduğu belirtilmiştir.

Süs bitkisi üretimi konusunda en önemli etkenlerden olan maliyet sistemi oluşturmak, diğer çok yıllık bitkilere ve meyve veren ağaçlara göre daha detaylı bir çalışma gerektirdiği dile getirmektedir. Süs bitkisi fidanlarının narin olmaları nedeniyle daha çok bakım maliyetine katlanılması gerekmektedir. Oysaki süs bitkilerinin artan önemine karşın bu konuda yapılan çalışmalar oldukça azdır ve maliyet yönetimine olanak verecek düzeyde bilgi içermemektedir (Kıymaz Kıvraklar, 2017).

Akademik olarak süs bitkisi yetiştirilmesi ile ilgili ondan fazla yüksek lisans tezine ulaşmak mümkündür. Ancak gerçekleştirilen araştırmaların büyük çoğunluğu, üretim ve dış ticaretteki payının fazlalığı nedeniyle, kesme çiçekler üzerine yoğunlaşmıştır. Türkiye’de süs bitkileri sektörü ile ilgili genel olarak yapılmış ve bu sektörün ekonomik yönünün incelendiği çalışma sayısı ise oldukça sınırlıdır (Cebeci, 2010). Özellikle Şanlıurfa İlinde süs bitkileri yetiştiriciliği yapan işletmelerin ekonomik durumunu ortaya koyan, işletme düzeyinde etkinliğin ölçüldüğü, tüketicilerin satın alma davranışlarının bulunduğu bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır.

Bu bağlamda bu çalışmanın amacı; GAP’ın başkenti konumundaki Şanlıurfa’da, süs bitkileri yetiştiriciliğinin potansiyeli, kentin ve bölgenin refahına sağlayacağı katkıyı belirlemektir.

3. MATERYAL ve YÖNTEM

3.1. Materyal

Bu araştırmanın esas materyalini Şanlıurfa’da yer alan süs bitkileri üreticileri, aracılar ve tüketiciler ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Üreticiler (16) ve aracılar (22) tam sayım kapsamında, tüketiciler ise basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir.

Araştırma, bu sektörün üç temel paydaşı olan üreticiler, aracılar ve tüketiciler ile yapılan görüşmelere dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacının gerçekleştirilmesi için nicel araştırma yöntemlerinden olan tarama modeli ile bu çalışma hazırlanmıştır. Tarama modeli akademik çalışmalarda en yoğun olarak kullanılan yöntemlerden bir tanesidir. Tarama modeli kapsamında anket yöntemi kullanılarak araştırma katılımcıların görüşleri birincil veri olarak elde edilmiştir.

3.1.1. Araştırma evreni

Bu araştırma, Şanlıurfa ile sınırlı olduğundan evren, Şanlıurfa’da bulunan süs bitkisi ve çiçekçilerin üreticileri, aracıları ve tüketicilerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme, bu evreni temsil edecek ve genelleştirildiği zaman evreni yansıtacak katılımcılardan olmuştur.

Bu çalışmada belirlenen evreni temsil edecek olan örneklemin seçimi daha önce yapılan benzer çalışmalar göz önünde bulundurularak belirlenmiştir. Bir diğer ifade ile tüm evreni çalışmaya dâhil etmek zaman ve ekonomik olarak mümkün olmadığı için bu evreni temsil edecek örneklemin seçimi ve örneklem büyüklüğünün ne kadar olması gerektiği araştırmacılar tarafından belirlenmiştir. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından yapılan çalışmada 100 bin ve üzeri bir evren için olması gereken minimum örneklem sayısı olarak 384’tür. Evren büyüklüğü ve istenen anlamlılık değerine bağlı olarak gerekli olan örneklem büyüklüğünün ne kadar olması gerektiği Çizelge 3.1’de sunulmuştur.

Çizelge 3.1. Seçilen evren büyüklüğüne göre örneklem büyüklüklerinin belirlenmesi

Evren Büyüklüğü	± 0.03 örnekleme hatası (d)			± 0.05 örnekleme hatası(d)			± 0.10 örnekleme hatası(d)		
	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3
	q=0.5	q=0.2	q=0.7	q=0.5	q=0.2	q=0.7	q=0.5	q=0.2	q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

3.1.2. Örneklem

Bu araştırmanın evrenini oluşturan Şanlıurfa İlinin 2019 yılına ait son nüfusu 2.073.614 olarak hesaplanmıştır (Anonim, 2020). Bu durumda, örneklem hacmi minimum 384 olmakla beraber güvenli tarafta kalmak amacıyla, bu araştırmaya dâhil olan 391 tüketici sayısı ile belirlenen evren için gerekli olan örneklem büyüklüğü sağlanmış bulunmaktadır.

Bu çalışmada süs bitkisi alanında üretim yapan firmalar, aracı firmalar ve tüketiciler ile ayrı ayrı anketler düzenlenmiştir. Anketler 2019 yılında yapılmıştır. Tüketici örneklem hacmi %95 güven sınırında, %5 hata payı ile üreticiler ve aracılar ise tam sayım kapsamında belirlenmiştir.

3.2. Yöntem

3.2.1. Veri toplama aracı ve verilerin toplanması

Bu çalışmada tarama modeli kullanıldığı için verilerin elde edilmesi için anket kullanılmıştır. Araştırma kapsamında anketin kullanılması verilerin hızlıca toplanmasını sağlamıştır. Anket aracılığıyla tüketicilerin baskı altına girmeden istedikleri gibi cevap vermesi sağlanmıştır. Aynı şekilde araştırmaya dâhil olan üreticilerin ve aracılardan da fikirleri aynı şekilde anket yolu ile elde edilmiştir.

Bu çalışma kapsamında, tüketici anketi, üretici anketi olarak 3 farklı anket uygulanmıştır. Tüketici anketi için başta demografik bilgiler olmak üzere süs bitkisi tercih nedenleri, tercihleri ve tercih zamanları olmak üzere 16 maddeden oluşan ilk kısım ve 16 maddeden oluşan Likert ölçeği ile hazırlanmış iki bölümden oluşan bir anket uygulanmıştır. Likert tipi ölçekler beş farklı seçenekler ile sıralanır bu seçenekler; Kesinlikle Katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Bilmiyorum (3), Katılıyorum (4) ve Kesinlikle Katılıyorum (5) verilen sayılar ile kullanılmıştır.

Benzer şekilde üretici anketi hazırlanmıştır. Üretici anketinde 38 genel tanıtıcı ve 13 maddeli Likert ölçeği kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde üreticilerin sahip olduğu imkânlar, kullandıkları arazi, kredi kullanma durumları gibi birçok türde işleri ile ilgili geniş bilgi verecek tanıtıcı sorular sorulmuştur. Bu ankette kullanılan Likert tipi ölçekte de aynı şekilde 5 seviyede kesinlikle katılıyorum-kesinlikle katılmıyorum arasında tercih etmeleri istenmiştir. Süs bitkisi ve çiçeklerin üreticilere ulaştırmasını sağlayan araçlar ile anket uygulanmıştır. Demografik bilgiler yanında araçların işlerini yapmasıyla ilgili detaylı bir şekilde 21 maddelik soru sorulmuş ve ayrıca 15 maddeden oluşan Likert tipi ölçekte uygulanmıştır. Her üç anketin hazırlanmasında Aydın Şakir ve arkadaşları (2014) tarafından hazırlanan anketlerden yararlanılmıştır.

3.2.2. Verilerin analizinde kullanılan yöntem

Bu araştırmanın amacı ve çerçevesi kapsamında uygulanan anketlerden elde edilen veriler bir istatistik programıyla analiz edilmiştir. Araştırma sorularına bağlı olarak öncelikle frekans analizleri yapılmıştır. Katılımcıların yaş veya gelirleri gibi sayısal verilerin ortalaması ve dağılım aralığı hesaplanmıştır. Değişkenler arasında anlamlı farklılık olup olmadığının incelenmesi için ANOVA testi uygulanmıştır. ANOVA istatistiksel test ile bir sayısal değişken en az 3 grupta karşılaştırılmak istendiğinde kullanılır ve gruplardan en az birinin diğerlerinden farklı olup olmadığı test edilir. Tüketicileri çiçek almada ayıran özellikleri belirlemek üzere çok durumlu (multinomial) probit analizi yapılmıştır. Tüketicilerin yıl boyunca aldığı çiçek sayısı, negatif binomial sayma veri regresyonu ile analiz edilmiştir. Tüketicilerin yıl boyunca verdiği çiçek sayısı da yine negatif binomial sayma veri regresyonu ile analiz edilmiştir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA

Örnekleme hacmi minimum 384 olmakla birlikte sahada 391 anket yapılmıştır. Katılımcılar bazı soruları yanıtlamamışlardır. Bundan dolayı ana kitle sayısı analizlerde farklılık gösterebilmektedir.

4.1. Süs Bitkisi Tüketicileri

4.1.1. Demografik özellikler

Katılımcıların yaş ortalamaları ve süs bitkileri için ortalama olarak ne kadar para harcadıkları betimsel ve ortalama değer olarak incelenmiştir.

Çizelge 4.1. Katılımcıların yaş ve aylık süs bitkisi için harcanan para ortalamaları

	N	Min.	Max.	Ortalama	Std Sapma
Yaş	390	18	70	28,44	9,526
Ortalama harcanan para	390	0	3500	125,68	249,507

Elde edilen verilere göre katılımcıların yaş aralığının 18 ile 70 arası olduğu görülmüştür. Katılımcıların yaş ortalaması 28,44 ve standart sapma değeri 9,526 olarak hesaplanmıştır. Süs bitkisi/çiçek satın almada yıllık olarak ortalama ne kadar para harcadıkları incelendiğinde 3.500 TL'ye kadar çıkabilmektedir. Katılımcıların ortalama harcaması ise 125,68 TL olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 4.2. Katılımcıların cinsiyete göre farklı demografik değişkenlere göre dağılımı incelenmiştir.

		Cinsiyet	
		Kadın Sayı	Erkek Sayı
Medeni durum	Bekâr	147	60
	Evli	110	45
	Dul-boşanmış	16	12
Eğitim durumu	Okur-yazar	20	6
	İlkokul	22	5
	Ortaokul	38	8
	Lise	92	40
	Üniversite	101	58
	Master-doktora	0	0
Çalışma durumu	Çalışmıyor	119	21
	Kamu çalışanı	38	27
	Özel sektör	43	26
	Serbest meslek sahibi	9	18
	Öğrenci	64	25
Yıllık ortalama gelir durumu (TL)	<1500	146	32
	1501-3000	53	26
	3001-5000	37	28
	5001-7500	24	20
	>7501	13	11

Elde edilen verilere göre araştırmaya katılan tüketicilerin 273'ü kadın ve 117'si erkektir. Örneklem hacminde kadın sayısının fazla çıkmasının sebebi, erkek katılımcıların araştırma konusuna olan isteksizliğinden kaynaklanmıştır. Bu katılımcılardan bekâr olanlardan 147'si kadın ve 60'ı erkektir. Evli olanlarının ise 110'u kadın, 45'i ise erkektir. Boşanmış veya dul olanlar incelendiğinde ise 16'sı kadın, 11'i erkektir. Tüketicilerin eğitim durumları cinsiyete göre incelendiğinde ise okur-yazar olanların 20'si kadın, 6'sı erkektir. İlkokul mezunları olanların 22'si kadın, 5'i erkektir. Ortaokul mezunu olanlardan ise 38'i kadın ve 8'i erkektir. Lise mezunu olanların 92'si kadın, 40'ı erkektir. Katılımcılar arasında en yüksek oranda olan eğitim durumu ise üniversite mezunu olanlardır. Bu grupta olanların 101'i kadın, 58'i erkektir. Tüketiciler arasında lisansüstü eğitim alan bulunmamaktadır.

Katılımcı olan tüketicilerin çalışma durumları incelendiğinde ise 119 kadın ve 21 erkeğin çalışmadığı anlaşılmıştır. Kamu çalışanı olanların 38'i kadın ve 27'si erkektir. Özel sektörde çalışanların ise 43'ü kadın ve 26'sı erkektir. Serbest meslek sahibi olanlardan 9'u kadın 18'i erkektir. Çalışmaya katılanlardan 64 kadın, 25 erkek öğrenci bulunmaktadır.

Çalışanların aylık gelirleri kategorik olarak incelenmiştir. Buna göre, 1.500 TL altında maaş alanların 146'sı kadın, 32'si erkektir. Diğer gelir durumları incelendiğinde 7.500 TL üzerinde geliri olanların sayısında ise 13'ü kadın, 11'i erkektir. Katılımcıların süs bitkisi alımlarındaki durumları ve tercihleri incelenmiştir.

Çizelge 4.3. Katılımcıların süs bitkisi alımlarındaki durumları ve tercihleri

		Cinsiyet	
		Kadın Sayı	Erkek Sayı
Süs bitkisi alma durumu	Sadece özel günlerde	154	59
	Düzenli olarak	20	15
	Mevsimsel olarak	34	14
	Diğer	65	29
Aradığını bulma	Hayır	41	10
	Evet	112	59
	Genellikle	120	48
Süs bitkileri pahalı mı?	Hayır	13	9
	Evet	130	69
	Normal	130	39
En çok alma nedeni	Kendimi iyi hissetmek için	88	31
	Hatırladığımı göstermek için	30	18
	Kutlamalar için	69	18
	Mecburiyetten	29	33
	Diğer	57	17

Tüketicilerin süs bitkisi alma durumları incelendiğinde sadece özel günlerde alanların 154'ü kadın 59'u erkektir. Düzenli olarak süs bitkisi alanlarında ise 20'si kadın 15'i erkektir. Mevsimsel olarak alanların 34'ü kadın, 14'ü erkektir. Tüketicilerden 'diğer' zamanlarda süs bitkisi alanların 65'i kadın, 29'u erkektir. Tüketicilere istedikleri tür süs bitkisini bulup bulmama durumları sorulduğunda hayır diyenlerin 41'i kadın ve 10'u erkektir aynı şekilde evet diyenlerin 112'si kadın, 59'u erkektir. Tüketicilerden 120 kadın ve 48 erkek ise istedikleri süs bitkilerini genellikle bulduklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcılara süs bitkilerin pahalı olup olmadığı sorulduğunda, çoğunluğu (130 kadın ve 69 erkek) pahalı demiştir. Normal görenlerin ise 130'u kadın ve 39'u erkektir. Katılımcıların süs bitkisi alırken en çok hangi nedenden dolayı aldıkları incelenmiştir. Buna göre 'kendimi iyi hissetmek için' seçeneğini tercih edenlerin 88'i kadın ve 31'i erkektir. Katılımcılardan 'hatırladığımı göstermek için' 30'u kadın ve 18'i erkektir. Kutlamalar için alanların 69'u kadın ve 18'i erkektir. Mecburiyetten alanların 29'u kadın ve 33'ü erkektir. Diğer nedenler ile alanların 57'si kadın ve 17'si erkektir.

4.1.2. Süs bitkisi tercihleri

Bu çalışmaya katılan tüketicilerin bazı konulardaki tercih sırası hesaplanarak her bir seçenek için ayrı ayrı yazılmıştır. En çok hangi çeşit süs bitkisi alırsınız? En önemlisine 5 vererek, 1'e doğru sınıflandırılması Çizelge 4.4'de yer almaktadır.

Çizelge 4.4. Tüketicilerin en önemli tercihleri

Sorular	Tercih sırası Ort.
En çok satın alınan süs bitkisi çeşidi	1-5 aralığında
Dış mekân süs bitkisi	3,2
İç mekân süs bitkisi	3,8
Buket ve aranjman çiçekler	3,6
Araç ve mekân süsleme	2,5
Diğer	2,0
Süs bitkisi/çiçek alma zamanları	1-7 aralığında
Öğretmenler günü	5,4
Anneler günü	6,2
Babalar günü	5,0
Sevgililer günü	4,5
Dini ve milli bayramlarda	3,1
Yılbaşında	2,6
Diğer	2,5
Süs bitkisi/çiçek almada etkili olan seçenekler	1-5 aralığında
Bitki türü ve dayanıklılığı	3,7
Fiyatı	3,5
Görünüşü ve algılanan anlamı	3,9
Rengi ve kokusu	3,8
Diğer	2,3
Satın alma yeri tercihleri	1-5 aralığında
Çiçekçi dükkânlarından	4,1
İnternet üzerinden	3,4
Sokak satıcılarından	3,1
Doğrudan üreticilerden	2,5
Diğer	1,8

Tüketicilere en çok hangi çeşit süs bitkisi aldıklarını verilen 5 seçenek arasında her bir seçenek için 1 ile 5 arasında değerlendirme yapmaları istenmiştir. Katılımcıların verdikleri puanlar her bir seçenek için ortalama değerler hesaplanmıştır. Buna göre iç mekân süs bitkisi 5 üzerinden 3,8 ile en yüksek ortalama ile tercih edilmiştir. Buket ve aranjman çiçekler ise 3,6 ortalama ile ikinci en çok tercih edilen süs bitkisi olmuştur. Dış mekân süs bitkisi ise 3,2 ortalama ile üçüncü sırada yer almıştır. Araç ve mekân süsleme 2,5 ortalama ile tercih edilirken 'diğer' seçeneği 2,0 ortalama ile en az tercih edilen seçenek olmuştur.

Katılımcıların süs bitkisi veya çiçek alma zamanları verilen 1 ile 7 seçenekleri arasında ne kadar yoğun olduğu incelenmiştir. Buna göre tüketicilerin cevaplarına göre anneler gününde 6,2 ortalama ile en yüksek tercih edilen seçenek olmuştur. Öğretmenler günü 5,4 ortalama ile ikinci sırada ve babalar günü 5,0 ile üçüncü sırada yer almıştır. Sevgililer gününün tercih edilme ortalaması 4,5, onu takip eden dini ve milli günlerin tercih edilme ortalaması 3,1 olarak hesaplanmıştır. Yılbaşında satın alanların tercih ortalaması 2,6 iken en sonda gelen ‘diğer’ seçeneğinin ortalaması 2,5 olarak hesaplanmıştır.

Tüketicilere ayrıca süs bitkisi/çiçek satın almada hangi seçeneğin kendileri için en önemlisi olduğu sorulup verilen seçenekleri 1 ile 5 arasında puanlamaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre Görünüşü ve algılanan anlamı seçeneği 3,9 ile en çok tercih edilen seçenek olmuştur. Daha sonra gelen Rengi ve kokusu seçeneği ise 3,8 ortalama ile tercih edilmiştir. Bitki türü ve dayanıklılığı (3,7), fiyatı (3,5) ve Diğer (2,3) seçenekleri tercih edilmiştir.

Katılımcıların süs bitkisini/çiçeği en çok nereden temin ettikleri verilen 5 seçenek arasında 1 ile 5 arasında puanlamaları istenmiştir. Verilen cevaplara göre Çiçekçi dükkânlarından seçeneği 4,1 ortalama ile en yüksek tercih edilmiştir. İlginç bir şekilde İnternet üzerinden seçeneği 3,4 ortalama ile ikinci en yüksek tercih edilen seçenek olmuştur. Sokak satıcılarından (3,1), Doğrudan üreticilerden (2,5) ve diğer (1,8) seçenekleri sırasıyla tercih edilmiştir.

4.1.3. Süs bitkisi görüşleri

Katılımcıların verilen ankette her bir anket maddesi için şu şekilde puanlandırma yapması istenmiştir: (5) Kesinlikle Katılıyorum (4) Katılıyorum (3) Bilmiyorum (2) Katılmıyorum (1) Kesinlikle Katılmıyorum. Bu puanlandırma daha sonra ortalama değerler hesaplanarak cinsiyete göre aşağıdaki tabloda yansıtılmıştır (Çizelge 4.5).

Çizelge 4.5. Tüketici anketi

		Cinsiyet	
		Kadın Sayı	Erkek Sayı
Çiçeğin insan yaşamındaki önemi yüksektir	0	2	0
	1	11	2
	2	7	2
	3	15	9
	4	51	26
	5	187	78
İnsanların moral ve motivasyonunda süs bitkileri ve çiçekler etkilidir	0	1	0
	1	7	7
	2	15	6
	3	20	20
	4	88	41
	5	142	43
Süs bitkisi ve çiçek çeşitleri yeterlidir	0	1	0
	1	12	6
	2	30	23
	3	63	19
	4	91	36
	5	76	33
Süs bitkisi ve çiçek alma alışkanlığı yaşam tarzı ile ilgilidir.	0	1	0
	1	23	8
	2	32	17
	3	41	16
	4	74	36
	5	102	40
Birileri bana süs bitkisi ve/veya çiçekler, çoğunlukla samimiyetten değil zorunluluktan getirilmekte veya gönderilmektedir.	0	1	0
	1	17	7
	2	15	18
	3	22	19
	4	69	32
	5	149	41
Aylık gelir çiçek alımını etkiler	0	1	0
	1	75	20
	2	65	20
	3	49	16
	4	34	30
	5	49	31
Yaş, süs bitkisi ve çiçek alımını etkiler	0	1	0
	1	39	9
	2	52	17
	3	50	20
	4	66	26
	5	65	45
Eğitim seviyesi çiçek alımını etkiler	0	1	0
	1	25	9
	2	32	9
	3	49	24
	4	77	28
	5	89	47
Medeni durum çiçek alımını etkiler	0	1	0
	1	53	10
	2	50	7
	3	36	18

Çizelge 4.5. (devam)

		Cinsiyet	
		Kadın Sayı	Erkek Sayı
Çiçek rengi çiçek alımını etkiler	0	1	0
	1	35	15
	2	36	14
	3	47	23
	4	75	29
	5	79	36
Çiçek tazeliği ve kalitesi çiçek alımını etkiler.	0	1	0
	1	22	10
	2	30	15
	3	35	20
	4	67	33
	5	118	39
Basın ilanlarında sıkça ifade edilen özel günlerde (düğün, cenaze) çelenk göndermek yerine vakıflar vb. 'ne bağış yapılması daha iyidir.	0	1	0
	1	23	6
	2	26	8
	3	35	19
	4	71	39
	5	117	45
Son yıllarda çiçekçi dükkânlarında canlı çiçek yerine yapma çiçeklerin ağırlıklı olarak yer almasını destekliyorum	0	1	0
	1	25	9
	2	35	20
	3	35	21
	4	69	31
	5	108	36
Kesme çiçek sizce pahalıdır	0	1	0
	1	57	13
	2	43	17
	3	34	15
	4	42	27
	5	96	45
Kendim için süs bitkisi ve çiçek alırım	0	1	0
	1	27	13
	2	25	15
	3	86	41
	4	49	22
	5	85	26
Süs bitkisi ve çiçeklerin doğal ortamlarında olması daha iyidir	0	1	0
	1	54	16
	2	41	28
	3	24	14
	4	66	34
	5	87	25
Anket Toplam	0	1	0
	1	17	26
	2	16	8
	3	28	9
	4	47	24
	5	164	50

Uygulanan ölçekteki ilk madde olan ‘Çiçeğin insan yaşamındaki önemi yüksektir’ ‘kesinlikle katılıyorum’ hem kadınlar arasında (187) hem de erkekler (78) arasında en çok tercih edilen seçenek olmuştur. Daha sonra gelen ‘İnsanların moral ve motivasyonunda süs bitkileri ve çiçekler etkilidir’ ölçek maddesi içinde ‘kesinlikle katılıyorum’ seçeneği aynı şekilde kadınlar (142) ve erkekler (43) tarafından en çok tercih edilen seçenek olmuştur. Daha sonra gelen ‘Süs bitkisi ve çiçek çeşitleri yeterlidir’ seçeneği ise ‘katılıyorum’ seçeneği hem kadınlar tarafından hem de erkekler tarafından en çok tercih edilmiştir. Ölçek maddeleri arasında ‘Aylık gelir çiçek alımını etkiler’ ve ‘Kendim için süs bitkisi ve çiçek alırım’ maddesinde ‘bilmiyorum’ seçeneği en çok tercih edilen seçenekler olmuştur. Diğer ölçek maddelerin hepsinde ‘kesinlikle katılıyorum’ seçeneği her iki cinsiyet içinde en yüksek tercih edilen seçenek olmuştur. Katılımcıların anketin toplam puanlaması olarak değerlendirildiğinde ise aynı şekilde ‘kesinlikle katılıyorum’ seçeneği her iki cinsiyet içinde en yüksek tercih edilen seçenek olmuştur.

Kullanılan bu anketin Cronbach's Alpha analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz sonucunda elde edilen Cronbach's Alpha değeri 0,636 bulunmuştur. Bu durumda değer 0,6'dan yüksek çıktığı için ölçek güvenirlik açısından kabul edilebilir olarak görülmüştür.

Çizelge 4.6. Tüketici Anketi Cronbach's Alpha Analizi

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,636	0,644	16

Bu anket için katılımcıların ölçek ortalama değerleri hesaplanmıştır. El edilen hesaplara göre kadınların bu ölçek için ortalamaları 3,65 ve erkeklerin ortalamaları 3,66 olarak bulunmuştur.

Çizelge 4.7. Cinsiyete göre tüketicilerin ölçek ortalamaları

	Cinsiyet	
	Kadın Ortalama	Erkek Ortalama
Toplam ortalama	3,65	3,66

Katılımcıların ortalama olarak süs bitkileri ve çiçekler için harcadıkları paralar ve ölçek puanlarının katılımcıların medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin anlaşılması için ANOVA testi uygulanmıştır.

Çizelge 4.8 Tüketicilerin harcanan ortalama paralarının medeni durumları, eğitim durumları, çalışma durumları ve aylık gelir arasındaki ilişki

		N	Ort	Std. Sapma	F	p
Harcanan Ort. Para	Bekâr	207	123,32	208,612	0,171	0,843
	Evli	155	124,03	307,841		
	Dul-Boşanmış	28	152,25	153,540		
	Toplam	390	125,68	249,507		
Eğitim Durumu	Okur-Yazar	26	56,54	111,111	2,407	0,049
	İlkokul	27	124,56	210,225		
	Ortaokul	46	90,07	99,433		
	Lise	132	98,62	106,853		
	Üniversite	159	169,94	357,803		
	Total	390	125,68	249,507		
Çalışma Durumu	Çalışmıyor	140	84,55	127,377	3,080	0,016
	Kamu Çalışanı	65	162,72	229,385		
	Özel Sektör	69	199,78	480,023		
	Serbest Meslek Sahibi	27	133,74	136,932		
	Öğrenci	89	103,42	138,455		
	Total	390	125,68	249,507		
Aylık Gelir(TL)	<1500	178	87,71	98,282	4,065	0,003
	1501-3000	79	132,97	152,345		
	3001-5000	65	144,65	271,650		
	5001-7500	44	146,48	217,808		
	>7501	24	293,75	750,442		
	Total	390	125,68	249,507		

Yapılan ANOVA testine göre tüketicilerin yıllık olarak harcadıkları ortalama paranın medeni durumları arasında bir fark oluşturup oluşturmadığı incelenmiştir. Yapılan analizde bu fark anlamlı bulunmamıştır ($p < 0,05$ için). Katılımcıların eğitim durumlarına göre bakıldığında gruplar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir ($F=2,407$, $p=0,049$). Tüketicilerin çalışma durumlarının süs bitkileri için harcadıkları ortalama para incelendiğinde gruplar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir ($F=3,080$, $p=0,016$). Aynı şekilde aylık gelir dağılımına göre gruplar arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F=4,065$, $p=0,003$).

Aşağıdaki tabloda ise katılımcılara uygulanan ölçek puanlarının medeni durum, eğitim durumu, çalışma durumu ve aylık gelir bağlamında farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

Çizelge 4.9. Tüketicilerin ölçek puanlarının medeni durumları, eğitim durumları, çalışma durumları ve aylık gelir arasındaki ilişki

		N	Ort	Std. Sapma	F	p
Medeni Durumu	Bekâr	207	3,6198	0,54036	1,147	0,319
	Evli	155	3,7000	0,50530		
	Dul-Boşanmış	28	3,6107	0,42976		
	Toplam	390	3,6510	0,51973		
Eğitim Durumu	Okur-Yazar	26	3,7000	0,91477	0,094	0,984
	İlkokul	27	3,6593	0,52423		
	Ortaokul	46	3,6239	0,45323		
	Lise	132	3,6545	0,51354		
	Üniversite	159	3,6465	0,45781		
	Total	390	3,6510	0,51973		
Çalışma Durumu	Çalışmıyor	140	3,6357	0,61657	1,012	0,401
	Kamu Çalışanı	65	3,6477	0,42943		
	Özel Sektör	69	3,6710	0,48389		
	Serbest Meslek Sahibi	27	3,4889	0,46021		
	Öğrenci	89	3,7112	0,45112		
	Total	390	3,6510	0,51973		
Aylık Gelir(TL)	<1500	178	3,5399	0,58119	4,873	0,001
	1501-3000	79	3,7190	0,44724		
	3001-5000	65	3,7231	0,40380		
	5001-7500	44	3,8727	0,42937		
	>7501	24	3,6500	0,52170		
	Total	390	3,6510	0,51973		

Tüketicilerin uygulanan ölçek puanları ile medeni durumları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı incelendiğinde bu farkında anlamlı olmadığı ortaya çıkmıştır ($p < 0,05$ için). Tüketicilerin eğitim durumları içinde ölçek puanları için anlamlı bir fark oluşturmamaktadır. Tüketicilerin çalışma durumları için incelendiğinde aynı şekilde gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ancak katılımcıların aylık gelirlerine göre incelendiğinde ise gruplar arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F=4,873$, $p=0,001$).

4.1.4. Süs bitkisi regresyon analiz sonuçları

4.1.4.1. Süs bitkisi/çiçek satın alma sıklığınız nedir?

Tüketiciler özel günlerde, düzenli olarak, mevsimsel olarak ve diğer nedenlerle çiçek almaktadır. Aşağıdaki tablodan görüleceği üzere, en fazla özel günlerde çiçek alınmaktadır. Düzenli olarak çiçek alan sadece %9'luk bir kesim vardır.

Çizelge 4.10. Çiçek alım sıklığı

Sıklık	Frekans	%
Sadece özel günlerde	213	54,6
Düzenli olarak	35	9,0
Mevsimsel olarak	48	12,3
Diğer	94	24,1
Genel	390	100,0

Tüketicilerin bu açılardan ayıran özellikleri belirlemek üzere çok durumlu (multinomial) probit analizi yapılmıştır. Referans kategori, diğer nedenlerdir:

Çizelge 4.11. Multi nomial probit (Bağımlı değişken: Satın alma sıklığı)

Sadece özel günlerde	Değişken	Katsayı	StHata	t	p
Düzenli olarak	Yas	0.006217	0.011618	0.54	0.593
	Evli	0.24683	0.22422	1.1	0.271
	Kadın	0.100582	0.226898	0.44	0.658
	Çalışmıyor	-0.44574**	0.217892	-2.05	0.041
	Gelir	-0.21645***	0.081045	-2.67	0.008
	Sabit	0.936262	0.397963	2.35	0.019
Mevsimsel olarak	Yaş	0.013395	0.015053	0.89	0.374
	Evli	0.052466	0.293036	0.18	0.858
	Kadın	-0.14616	0.288534	-0.51	0.612
	Çalışmıyor	-0.6105**	0.306604	-1.99	0.046
	Gelir	-0.00767	0.10235	-0.07	0.940
	Sabit	-0.75833	0.514241	-1.47	0.140

Wald ki kare (15)= 23.59, Loglikelihood = -434.84773, p= 0.0724

Çok durumlu probit model tahmin sonuçları, diğer nedenlerle çiçek almaya göre:

- Çalışanların “sadece özel günlerde” çiçek alma olasılığı artmaktadır
- Gelir arttıkça “sadece özel günlerde” çiçek alma olasılığı artmaktadır
- Çalışanların “düzenli olarak” çiçek alma olasılığı artmaktadır

Marjinal etkileri dikkate aldığımızda:

- Çalışanların çalışmayanlara göre sadece özel günlerde çiçek alma olasılığı %10.4 daha fazladır.
- Çalışmayanların çalışanlara göre mevsimsel olarak çiçek alma olasılığı %6.8 daha fazladır.
- Çalışmayanların çalışanlara göre diğer nedenlerle çiçek alma olasılığı %8.6 daha fazladır.
- Gelir 1 birim arttığında sadece özel günlerde çiçek alma olasılığı %6.3 azalmaktadır.
- Gelir 1 birim arttığında sadece diğer nedenlerle çiçek alma olasılığı %3.5 artmaktadır.

Çizelge 4.12. Marjinal Etkiler

Değişken	Sadece özel günlerde	Düzenli olarak	Mevsimsel olarak	Diğer
Yaş	0.000	0.001	0.002	-0.002
Evli	0.054	-0.014	0.01	-0.05
Kadın	0.039	-0.025	-0.004	-0.01
Çalışmıyor	-0.104*	-0.05	0.068*	0.086*
Gelir	-0.063***	0.014	0.013	0.035**

4.1.4.2. Alınan çiçek sayısı

Tüketicilerin yıl boyunca aldığı çiçek sayısı, negatif binomial sayma veri regresyonu ile analiz edilmiştir. Alfa testi, Poisson regresyon kullanımı yerine negatif binomial regresyon kullanılması gerektiğini doğrulamaktadır. Alınan çiçek sayısının, kadınlarda erkeklere göre daha fazla, çalışmayanlarda çalışanlara göre daha az ve evli olanlarda evli olmayanlara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Yaş, eğitim durumu ve gelir düzeyi alınan çiçek sayısını etkilememektedir.

Çizelge 4.13 Negatif binomial regresyon tahmin sonuçları (Bağımlı değişken: Alınan çiçek sayısı)

Değişken	Katsayı	StdHata	t	p	Marjinal etki
Yaş	-0.01096	0.006963	-1.57	0.115	-0.0390685
Eğitimidurumu	-0.0441	0.054033	-0.82	0.414	-0.1571822
Gelir	0.043754	0.053289	0.82	0.412	0.1559676
Kadın	0.398642	0.137064	2.91	0.004	1.321226
Çalışmıyor	-0.63979	0.131522	-4.86	0.000	-2.117342
Evli	0.315144	0.129026	2.44	0.015	1.164704
_cons	1.488746	0.331726	4.49	0.000	
/lnalpha	0.04898	0.091881			
alpha	1.050199	0.096494			

LR test of alpha=0: chibar2(01) = 1133.40 Prob>= chibar2 = 0.000

Marjinal etki değerlerine göre:

- Kadın erkekten 0.39 daha fazla çiçek almaktadır.
- Çalışan çalışmayandan 0.64 daha az çiçek almaktadır.
- Evliler evli olmayanlardan 0.39 daha fazla çiçek almaktadır.

4.1.4.3. Verilen çiçek sayısı

Tüketicilerin yıl boyunca verdiği çiçek sayısı da yine negatif binomial sayma veri regresyonu ile analiz edilmiştir. Alfa testi bu kez de negatif binomial regresyon kullanılması gerektiği sonucunu vermiştir. Verilen çiçek sayısı, kadınlarda erkeklere göre daha az, evli olanlarda evli olmayanlara göre daha fazla, çalışmayanlarda çalışanlara göre daha azdır. Yaş, eğitim durumu ve gelir düzeyi açısından verilen çiçek sayısı farklılık göstermemektedir.

Çizelge 4. 14. Negatif binomial regresyon tahmin sonuçları (bağımlı değişken: alınan çiçek sayısı)

Değişken	Katsayı	StdHata	t	p	Marjinal etki
Yaş	-0.00854	0.007475	-1.14	0.253	-0.0085429
Eğitim durumu	0.009947	0.056078	0.18	0.859	0.0099469
Gelir	0.082996	0.052858	1.57	0.116	0.0829955
Kadın	-0.16336	0.134669	-1.21	0.225	-0.1633629
Çalışmıyor	-0.63311	0.136186	-4.65	0.000	-0.6331074
Evli	0.293222	0.134053	2.19	0.029	0.2932222
Sabit	1.62603	0.345427	4.71	0.000	1.62603
/lnalpha	0.129022	0.086675			
alpha	1.137715	0.098611			

LR test of alpha=0: chibar2(01) = 1485.12

Prob>= chibar2 = 0.000

Marjinal etki değerlerine göre:

- Kadınlar erkeklerden 0.16 daha az çiçek vermektedir.
- Çalışan çalışmayandan 0.63 daha az çiçek vermektedir.
- Evliler evli olmayanlardan 0.29 daha fazla çiçek vermektedir.

4.1.4.4. Çiçek harcaması

Yıllık çiçek harcamasını belirleyen tüketici özelliklerini belirlemek üzere Tobit modelden yararlanılmıştır. Çiçek harcaması sıfır olan tüketiciler doğrusal regresyonun “tahmincilerin yansızlığı” koşulunun sağlanmasını engellemektedir. Bu nedenle bağımlı değişkenin 0 değerini de alabildiği durumlara uygun bir model olan Tobit modelden yararlanılmıştır. Tobit model tahmin sonuçlarına göre, gelir ve eğitim düzeyi arttıkça çiçek harcaması artmaktadır. Marjinal etki değerlerine göre, gelir kategorisi 1 kademe yükseldiğinde çiçek harcaması yıllık 29.93 TL, eğitim kategorisi 1 kademe yükseldiğinde ise 17 TL artmaktadır.

Çizelge 4.15. Tobit model tahmin sonuçları (bağımlı değişken: çiçek harcaması)

Değişken	Katsayı	StHata	t	p	Marjinal etki
Sabit	-74.9356	79.6677	-0.9406	0.3469	
Yaş	1.13181	1.59777	0.7084	0.4787	0.73997
Gelir	30.4797***	11.4958	2.651	0.0080	19.927
Evli	21.1025	31.1717	0.6770	0.4984	13.860
Kadın	-17.8489	31.1998	-0.5721	0.5673	-12.072
Çalışmıyor	-46.6962	30.5238	-1.530	0.1261	-30.571
Eğitim durumu	26.0066**	12.6644	2.054	0.0400	17.003
Sigma	262.343	10.0887			

4.2. Süs Bitkisi Üreticileri

4.2.1. Demografik özellikler

Bu çalışma kapsamında süs bitkisi ve çiçek üretimi yapan üreticiler ile anket çalışması yapılmıştır. Bu anket çalışmasında genel demografik bilgilerin yanında farklı ölçekler de kullanılmıştır.

Çizelge 4.16. Üreticilerin demografik özellikleri

	Sayı	%
Cinsiyetiniz		
Erkek	16	100
Kadın	0	0
Medeni durumu		
Bekâr	2	12,5
Evli	14	87,5
Dul-Boşanmış	0	0
Eğitim durumu		
Okur-yazar değil	0	0
Okur-yazar	1	6,25
İlkokul	5	31,25
Ortaokul	4	25
Lise	2	12,5
Yüksekokul	4	25

Bu çalışmaya katılanlara sorulan demografik sorulara cevap veren katılımcıların tümünün erkek olduğu anlaşılmıştır. Üreticilerin medeni durumları incelendiğinde ise 2'sinin (%12,5) bekâr olduğu diğer 14'ünün (%87,5) ise evli olduğu anlaşılmıştır.

Üreticilerin eğitim durumu incelendiğinde ise 1'sinin (%6,25) okuryazar olmadığı, 5'inin ilkokul mezunu olduğu, 4'ünün ortaokul mezunu olduğu, 2'sinin lise mezunu olduğu ve 4'ünün yüksekokul mezunu olduğu anlaşılmıştır.

Katılımcıların yaş ortalamalarına ve süs bitkiliği ve çiçekçilik alanında ne kadar süredir çalıştıkları incelenmiştir.

Çizelge 4.17. Üreticilerin yaş ve bu işte çalışma yılı ortalamaları

	Ortalama	Minimum	Maksimum
Yaş	40,5	23	59
Bu işte çalışma yılı	14,56	1	25

Elde edilen verilere göre katılımcıların yaşlarının 23-59 arasında ve yaş ortalamalarının ise 40,5 olarak tespit edilmiştir. Üreticilerin bu meslek alanında kaç yıldır çalıştıklarına bakıldığında ise en az süreli çalışanın 1 yıl ve en uzun çalışanın 25 yıldır çalıştığı ve tüm katılımcıların çalışma süresinin ortalamasının ise 14,56 yıl olduğu ortaya çıkmıştır.

4.2.2. Süs bitkisi üretme tercihleri

Yapılan ankette üreticilere neden süs bitkisi ve çiçek üretimi işi yaptıkları sorulmuştur. Katılımcılardan 1'i 'başka iş yok', 4'ü 'geliri fazla', 3'ü 'yapabileceğim bir iş', 2'si 'aile mesleği' ve 6'sı ise 'diğer' seçeneğini tercih etmiştir. Katılımcılara ayrıca arazinin kullanım durumu ne olduğu sorulmuştur. Katılımcılardan mülk arazi olanlar %25, kiralanan arazi %25, ortaklık arazi %30 ve bunlardan birkaçı olanlar ise %20 olarak belirlenmiştir.

Çizelge 4.18. Üreticilerin tercih sıralamaları

	Sayı	%
Bu işi yapma nedeni		
Başka iş yok	1	6,25
Geliri fazla	4	25
Yapabileceğim bir iş	3	18,75
Aile mesleği	2	12,5
Diğer	6	56,25
Arazinin kullanım durumu		
Mülk arazi (kendi)	4	25
Kiralanan arazi	4	25
Ortaklık arazi	5	30
Bunlardan birkaçı	3	20
En çok üretilen çeşit		
Meyve	11	68,75
Süs bitkileri	2	12,5
Ağaç-Çalı	2	12,5
Bunlarda birkaçı	1	6,25
Yeteri para kazanma durumu		
Hayır	0	0
Evet	7	43,75
İdare eder, geçimimizi sağlıyor	9	56,25
Üretim için kredi kullanma durumu		
Hayır	11	68,75
Evet	2	12,5
Zaman zaman	3	18,75

Üreticilere en çok hangi çeşitleri ürettikleri sorulmuştur. Alınan cevaplara göre 11'i meyve, 2'si süs bitkileri, 2'si ağaç-çalı ve 1'i bunlardan birkaçını yaptıklarını ifade etmişlerdir. Üreticilere yeteri kadar para kazanıp kazanmadığı sorulmuştur. Alınan cevaplara göre 7'si evet ve 9'u idare eder, geçimimizi sağlıyor şeklinde cevap

vermiş ve hayır diyen olmamıştır. Üreticilere üretim için kredi veya borç kullanıp kullanmadığı sorulmuştur. Buna göre 11'i hayır 2'si evet ve 3'ü zaman zaman cevabını vermiştir.

Bu çalışmaya katılan üreticilerin çalışan personel sayısı, kullanılan alan miktarı ve yıllık ortalama gelir miktarı incelenmiştir.

Çizelge 4.19. Üreticilerin çalıştırılan personel sayısı, kullanılan arazi ve gelir miktarı

	Ortalama	Minimum	Maksimum
Çalışan personel sayısı	2,9375	0	8
Fidancılık/Süs bitkisi üretimi yapılan arazi kaç dekar	35,72	10	250
Bu işten elde edilen yıllık ortalama net gelir ne	48375	10	300

Bu çalışmaya katılan üreticilerin kendileri hariç çalıştırdıkları personel sayısı incelendiğinde bazı firmaların hiç kimseyi çalıştırmadığı en fazla çalıştıran firma ise 8 kişi çalıştırmaktadır. Çalıştırılan ortalama personel sayısı 2,9 olarak hesaplanmıştır. Fidancılık/Süs bitkisi üretimi yapılan arazinin kaç dekar olduğu incelendiğinde ortalama olarak 35,72 dekar olarak hesaplanmıştır (en düşük: 10 da en yüksek: 250 da). Üreticilerin bu işten elde ettiği yıllık ortalama net gelir tüm 48.375TL/yıl olarak hesaplanmış (en düşük:10 TL en yüksek: 300 TL).

Araştırma kapsamında üreticilerin iş gücü kaynağının kimler olduğu, Suriyeli çalıştırma durumları, kursa katılım durumları ve yıllık fidan veya süs bitkisi planlama durumu incelenmiştir.

Çizelge 4.20. Üreticilerin iş gücü kaynağı, Suriyeli çalıştırma, kursa katılma ve yıllık üretim plan durumları

	Sayı	%
İş gücü kaynağı		
Aile içi ücretsiz işçiler	10	62,5
Ücretli işçi	2	12,5
Her ikisi de	4	25
Suriyeli işçi çalıştırıyor mu?		
Hayır	15	93,75
Evet	1	6,25
Bazen	0	0
İşle ilgili herhangi bir kursa katılma durumu		
Hayır	12	75
Evet	4	25
Yıllık fidan/süs bitkisi üretme planı		
Hayır	9	55,25
Evet	7	44,75

Çalışma kapsamında üreticilere iş gücü kaynaklarının kimler olduğu incelenmiştir. Elde edilen cevaplara göre 10'u aile içi ücretsiz işçiler, 2'si ücretli işçi ve 4'ü her ikisi şeklinde cevaplandırmıştır. Üreticilerin Suriyeli işçi çalıştırıp çalıştırmadığı sorulmuş ve 15'i hayır ve sadece 1'i evet demiştir. Şimdiye kadar yaptığınız işle ilgili herhangi bir kursa katılıp katılmadıkları sorulduğunda 4'ü evet ve 12'si hayır demiştir. Üreticilerin her yıl ne kadar fidan/süs bitkisi ürettiklerini planlayıp planlamadıkları sorulmuştur. Verilen cevaplara göre 7'si evet ve 9'u hayır şeklinde cevaplar verdikleri görülmüştür.

Üreticilere verilen ankette her yıl ne kadar yetiştireceğine karar verirken etkili olan faktörlerin neler olduğunu, üretim tekniği ile ilgili sorunlardan en çok hangisiyle karşılaştıkları, hangi çeşitleri ve nasıl üreteceğinize neye göre karar verdikleri ve sektörün en önemli problemlerinin neler olduğu incelenmiştir.

Çizelge 4.21. Üreticilerin alanları ile konularda tercih sıralamaları

Tercihler	Ortalama
Her yıl ne kadar yetiştireceğine karar verirken etkili olan faktörler	
Finansman durumu	4,81
Arazi durumu	5,72
Anaç durumu	5,09
Piyasa fiyatları ve karlılık durumu	6,18
İşgücü durumu	3,72
Piyasa talebi durumu	5,45
Tarımsal destek durumu	3,18
Diğer	1,81
Üretim tekniği ile ilgili sorunlardan en çok hangisiyle karşılaştıkları	
Anaç temini	3,5
Kalem temini	3,7
İlaçlı mücadele, bakım ve yetiştirme, aşının tutmaması vb.	6,7
Sulama imkânı	5,6
Teknik bilgi eksikliği	3,6
İklim ve mevsim koşulları	5,7
Kalifiye işgücü yetersizliği	3,6
Diğer	2,7
Hangi çeşitleri ve nasıl üreteceğine neye göre karar verdikleri	
Kendi tecrübesine göre	6,4
Komşu, arkadaş ve diğer üreticilerin tavsiyesine göre	3,9
Kamu kurum ve kuruluşlarındaki uzmanların tavsiyesine göre	5,0
Girdi ve üretim maliyetlerine göre	5,6
Üretim yapılan yerin özelliklerine göre	4,2
İşletmenin finansal yapısı ve nakit durumuna göre	4,1
Aracı ve satıcıların tavsiyesi ve taleplerine göre	4,7
Diğer	2,1
Bu sektörün en önemli problemleri	
Üretim zorluğu	6,13
Pazar ve pazarlama sorunu	5,68
Kalifiye eleman sorunu	3,56
İklim ve mevsim şartları	4,5
Teknik bilgiye ulaşma sorunu	3,13
Yeteri kadar kazanç olmaması-fiyatlar	5,18
Üretici birliği/kooperatiflerinin olmaması	5,25
Diğer	2,5

Bu çalışmaya katılan üreticilere verilen her yıl ne kadar yetiştireceğine karar verirken etkili olan faktörlerin neler olduğu sorulmuş ve katılımcıların verilene seçenekleri 1 ile 8 arasında bir sayı ile puanlandırmaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre ‘Piyasa fiyatları ve karlılık durumu’ 6,18 ortalama puan ile en yüksek çıkmış ve ‘diğer’ seçeneği ise 1,81 ile en düşük ortalamaya sahiptir. Katılımcıların üretim tekniği ile ilgili sorunlardan en çok hangisiyle karşılaştıkları sorulduğunda

verilen 8 seçenek arasında ‘İlaçlı mücadele, bakım ve yetiştirme, aşının tutmaması vb.’ seneği 6,7 ile en yüksek ‘diğer’ seçeneği 2,7 ile en düşük ortalamaya sahip çıkmıştır.

Üreticilerin hangi çeşitleri ve nasıl üreteceğine ve neye göre karar verdikleri verilen 8 seçenek arasında puanlandırmaları istenmiştir. Puanlamalara göre ‘Kendi tecrübesine göre’ seçeneği 6,4 ortalama ile en yüksek ve ‘diğer’ seçeneği ise 2,1 ortalama ile en düşük tercih edilen seçenek olmuştur.

Katılımcılara çalışılan sektör ile ilgili olarak en önemli problemlerin neler olduğu verilen 8 seçenek arasında sıralama yapmaları istenmiştir. Üreticilerin yanıtlarına göre ‘Üretim zorluğu’ 6,13 ortalama ile en yüksek ve ‘diğer’ seçeneği 2,5 ortalama ile en düşük tercih edilen seçenek olmuştur.

Üreticilerin ürünlerini en çok hangi şekilde pazarladıkları, pazarlama şekilleri, satış şekli, ürünlerini etiketleme durumu, nereye satış yapıldığı, ihrac yapma durumu, pazar bulma durumu, ürün satış durumu, satış fiyatları belirleme ve pazarlamada yardım alıp almadığı gibi konuda incelenmiştir.

Çizelge 4.22. Üretici tanıtıcı bilgileri

	Sayı	%
Ürünlerinizi en çok ne şekilde pazarlıyor		
Fidanlıkta	14	87,5
Pazar yerinde	1	6,25
İhale yoluyla	0	0
Bunlardan birkaçı	1	6,25
Ürünlerinizi pazarlama şekli nasıldır?		
Toptan	9	56,25
Perakende satış	3	18,75
Her ikisi de	4	25
Ürünlerin en fazla satış şekli nasıldır?		
Peşin	15	93,75
Vadeli	0	0
Her ikisi de	1	6,25
Ürünleriniz etiketleniyor mu? /Markanız var mı?		
Evet	3	18,75
Hayır	13	81,25
En çok satışlarınız nereye olur?		
İl içi satışlar	7	43,75
Civar iller ve Bölge	9	56,25
Türkiye	0	0
Yurt dışı	0	0
İhracatçılara satıyor musunuz?		
Evet	3	100

Çizelge 4.22. (devam)

Hayır	0	
Pazar bulmada zorlanıyor musunuz?		
Evet	2	12,50
Hayır	14	87,50
Ürün satış fiyatları nasıl belirleniyor?		
Maliyetine göre biz belirliyoruz	6	37,50
Piyasa şartları belirliyor	8	50
Satıcı-alıcı anlaşmasına göre belirleniyor	1	6,25
İhale şartları belirliyor	1	6,25
Satış fiyatlarından memnun musunuz?		
Evet	6	37,25
Hayır	2	12,50
İdare eder-Normal	8	50
Ürünlerinizin tamamını satabiliyor musunuz?		
Evet	12	75
Hayır	4	25
Pazarlama konusunda yardım alıyor musunuz?		
Hayır	0	0
Evet	1	6,25
Bazen	2	12,50
Herhangi bir kooperatife üye misiniz?		
Evet	1	6,25
Hayır	15	93,75
Sektörde ortaya çıkan yeni gelişmeleri üretim, pazarlama, piyasa durumu vb. takip ediyorum		
Evet	8	50
Hayır	2	12,50
Ara sıra, bazen, düzenli değil	6	37,50
Üretici olmaktan memnun musunuz?		
Hayır	0	0
Evet	16	100

Katılımcılara ürünlerinizi en çok nasıl veya nerede pazarladıkları sorulmuştur. Katılımcıların 14'ü fidanlıkta, 1'i pazar yerinde, 1'i ihale yoluyla ve 1'i bunlardan birkaçıyla yaptığını ifade etmiştir. Üreticilerin ürünlerini pazarlama şeklinin nasıl olduğu incelendiğinde 9'u toptan, 3'ü perakende satış ve 4'ü her ikisi de demiştir. Ürünlerin en fazla satış şekli nasıldır şeklindeki bir soruya ise katılımcıların 15'i peşin ve 1'ihem peşin hem de vadeli şeklinde cevap vermiştir.

Ürünleriniz etiketleniyor mu veya markanız var mı şeklinde sorulduğunda ise katılımcıların 3'ü evet ve 13'ü hayır cevabı vermiştir. Üreticilerin en çok satışlarını nereye olduğu incelendiğinde ise 7'si il içi satışlar, 9'u civar iller ve bölge şeklinde cevap vermiştir. İhracatçılara satıyor musunuz şeklindeki soruya ise 3'ü evet demiştir. Pazar bulmada zorlanıyor musunuz şeklindeki bir soruya ise 2'si evet ve 14'ü hayır demiştir.

Üreticilere ürün satış fiyatları nasıl belirledikleri sorulmuştur. Verilen cevaplara göre 6'sı maliyetine göre biz belirliyor, 8'i piyasa şartları belirliyor ve 1'i satıcı-alıcı anlaşmasına göre belirleniyor demiştir. Satış fiyatlarından memnun musunuz şeklindeki bir soruya ise 6'sı evet, 2'si hayır ve 8'i idare eder-normal demiştir.

Üreticilerin ürünlerinin tamamını satıp satamadığı sorulduğunda 12'i evet ve 4'ü hayır cevabı vermiştir. Pazarlama konusunda yardım alıyor musunuz şeklindeki soruya ise 1'i evet ve 2'si bazen demiştir.

Üreticilerin bir kooperatife üye olup olmadığı sorulmuş ve sadece biri evet demiş diğerleri hayır demiştir. Sektörde ortaya çıkan yeni gelişmeleri üretim, pazarlama, piyasa durumu vb. takip ediyor musunuz şeklindeki bir soruya 8'i, evet, 2'si hayır ve 6'sı ara sıra, bazen, düzenli değil şeklinde cevap vermiştir. Üretici olmaktan memnun musunuz şeklindeki soruya katılımcıların tümü evet demiştir.

Üreticilere en fazla üretimini yaptığı süs bitkilerinin isimlerini sıralamaları istendiğinde çoktan aza doğru şu şekilde sıralanmıştır; badem, zeytin, elma, fıstık, şeftali, kayısı, erik ve çam.

Bu çalışmaya dâhil olan bitki üreticilerinin uygulanan ankette ortalama her ölçek maddesi verdikleri cevaplar hesaplanmıştır. Ölçekteki her madde için (5) Kesinlikle Katılıyorum (4) Katılıyorum (3) Bilmiyorum (2) Katılmıyorum (1) Kesinlikle Katılmıyorum şeklinde puanlama yapılmıştır.

Çizelge 4.23. Üretici görüş anketi

Ölçek maddesi	Ort
Süs bitkisi ve çiçek üretimi çok pahalıdır	3,4
Özel günler satışlarımızı olumlu etkilemektedir	3,63
Tüm süs bitkisi ve çiçek türleri yetiştiriciliği için gerekli malzemeleri bulmakta zorlanıyoruz.	3,5
Hastanelerde süs bitkisi ve çiçek yasağı yanlış bir uygulamadır	3,06
Cenazelere çiçek göndermek yerine bağış yapmak yanlıştır	2,9
Süpermarketlerde çiçek satışı yasaklanmalıdır	3,26
Çiçekçi, çiçek yetiştirme ve bakım konusunda eğitilmiş olmalıdır	2,75
Şehrimizde çiçek alma alışkanlığı yoktur	3,06
Müşteri satın alacağı çiçek türüne karar vermiş olarak gelir	3
Müşteri satın alacağı çiçeği fiyatına göre seçmektedir	3
Müşteriler fiyatları genelde pahalı bulmaktadır	2,68
Tüm süs bitkisi ve çiçek üreticileri bir meslek örgütü çatısı altında bulunmalıdır	2,68
Süs bitkilerinin üretimi zordur	3,33

Yapılan ankete göre ‘Süs bitkisi ve çiçek üretimi çok pahalıdır’ maddesi 3,4 ortalamaya sahiptir. Bu anket içerisinde ‘Özel günler satışlarımızı olumlu etkilemektedir’ maddesi 3,63 ortalama ile en yüksek ortalama olmuştur. Anket içerisinde bulunan ‘Müşteriler fiyatları genelde pahalı bulmaktadır’ ve ‘Tüm süs bitkisi ve çiçek üreticileri bir meslek örgütü çatısı altında bulunmalıdır’ maddeleri 2,68 ortalama ile en düşük ortalamaya sahip ölçek maddeleri olmuştur. Bu durumda uygulanan ölçeğin tüm maddeleri ‘bilmiyorum’ veya ‘katılıyorum’ seçeneğine yakın çıkmıştır.

4.3. Aracı-Çiçekçiler

4.3.1. Demografik özellikler

Bu çalışma kapsamında süs bitkisi ve çiçek üreticilerin yanında bunların tüketicilere ulaştırmasını sağlayan aracıları veya toplumda bilinen adı ile çiçekçilerin yapısı ve genel özellikleri incelenmiştir.

Çizelge 4.24. Aracıların demografik bilgileri

Demografik Özellikler	Sayı	(%)
Cinsiyetiniz		
Erkek	21	95,55
Kadın	1	4,55
Eğitimdurumu		
İlkokul	4	18,2
Ortaokul	3	13,65
Lise	10	45,5
Yüksekokul	5	22,75
Neden bu işi yapıyorsunuz?		
Başka iş yok	2	9,1
Geliri fazla	1	4,55
Yapabileceğim bir iş	12	54,6
Aile mesleği	6	27,3
Diğer	1	4,55
Bu işten yeteri kadar kazanç elde ediyor musunuz?		
Hayır	2	9,1
Evet	7	31,85
İdare eder	13	59,15
Aylık bazda, aylık ortalama satış miktarınız ne kadar?		
2000 TL ve altı	1	4,55
2001-3500 TL	8	36,4
3501-5000 TL	3	13,65
5001 TL ve üzeri	10	45,5

Bu bölümde süs bitkisi ve çiçeklerin halka ulaşmasını sağlayan araçların cinsiyetleri incelenmiştir. Buna göre araçların 21'i erkek ve 1'i kadındır. Araçların eğitim durumuna bakıldığında 4'ü ilkokul, 3'ü ortaokul, 10'u lise ve 5'i yüksekokul mezunu olduğu anlaşılmıştır. Araçlara neden bu işi yapıyorsunuz şeklinde sorulduğunda 2'si 'başka iş yok', 1'i 'geliri fazla', 12'si 'yapabileceğim bir iş', 6'sı 'aile mesleği' ve 1'i 'diğer' seçeneğini tercih etmiştir. Katılımcıların bu işten yeteri kadar kazanç elde ediyor musunuz şeklindeki soruya 2'si hayır, 7'si evet ve 13'ü idare eder demiştir. Araçların aylık bazda, aylık ortalama satış miktarınız ne kadardır şeklindeki soruya 1'i 2000 TL ve altı, 8'si 2.001-3.500 TL, 3'ü 3501-5000 TL ve 10'u 5.001 TL ve üzeri olarak tercih etmiştir.

Çizelge 4.25. Aracıların işleri ile ilgili tanıcı bilgiler

Tanııcı özellikler	Sayı	%
Yaptığınız iş konusunda herhangi bir kursa katıldınız mı?		
Evet	3	13,60
Hayır	19	86,40
Ürünlerinizi ne şekilde pazarlıyorsunuz?		
Dükkânda	22	100
Pazar yerinde	0	0
İhale yoluyla	0	0
Sokakta	0	0
Ürünlerinizi pazarlama şekli nasıldır?		
Toptan	0	0
Perakende satış	21	95,50
Her ikisi de	1	4,50
Ürünlerinizin satış şekli nasıldır?		
Peşin	19	86,40
Vadeli	0	0
Her ikisi de	3	13,60
En çok nerelerden satış için ürün alırsınız?		0
İl içi	3	13,60
Civar iller ve Bölge	2	9,1
Türkiye	12	54,6
Yurt dışı	3	13,60
Bunlardan birkaçı	1	4,55
Diğer	6	27,3
Bu işi yapıyor olmaktan memnun musunuz?		
Hayır	1	4,55
Evet	20	95,45

Süs bitkisi ve çiçekçilikte aracı olanlara yaptığınız iş konusunda herhangi bir kursa katıldınız mı şeklinde sorulmuş ve 3'ü evet ve 19'u hayır demiştir. Ürünlerinizi ne şekilde pazarlıyorsunuz şeklinde sorulan soruya ise aracılarn tümü dükkânda seçeneğini tercih etmiştir. Üreticilerin ürünlerini pazarlama şekli nasıldır şeklindeki sorularına 21'i perakende satış ve 1'i her ikisi de demiştir. Aracıların ürünlerinin satış şekli nasıl olduğu sorulduğunda 19'u peşin ve 3'u her ikisi de demiştir. En çok nerelerden satış için ürün alırsınız şeklindeki soruya 3'ü il içi, 2'si civar iller ve bölge, 12'si Türkiye, 3'ü yurt dışı, 1'i bunlardan birkaçı ve 6'sı diğer seçeneğini tercih etmiştir. Aracılara en çok satışlarınız nereye olur şeklindeki soruya 21'i il içi satışlar ve 1'i Türkiye demiştir. Aracıların bu işi yapmadan memnun olup olmadığı sorulmuş sadece 1'i hayır ve 20'si evet demiştir.

Süs bitkisi ve çiçeklerin satımında aracı olanların yaşı, bu işi yapma süresi ve çalıştırılan personel sayısı incelenmiştir.

Çizelge 4.26. Aracılara ait yaş, bu işi yapma süresi ve çalıştırılan personel sayıları

Özellikler	Ortalama	Minimum	Maximum
Yaş	39,2	25	58
Bu işi yapma süresi	14,0	1	25
Çalıştırılan personel	2,1	0	4

Aracıların yaşları incelenmiştir. Yapılan ankete göre üreticilerin 25-58 yaş aralığında olduğu ve ortalamaları 39,2 hesaplanmıştır. Aracıların kaç yıldır bu işi yaptığı incelendiğinde 1 ile 25 yıl arası değiştiği ve tüm aracılarn ortalama çalışma süresi ise 14 olarak hesaplanmıştır. Aracıların iş yerlerinde kendilerinden başka çalıştırdıkları personel sayısına bakıldığında bazıları başka kimse çalıştırmazken en fazla çalıştırılan personel sayısı 4'tür. Ortalama çalıştırılan personel sayısı 2,1 olarak hesaplanmıştır.

Aracıların verilerinden, sektörün en önemli sorunları, en çok neleri sattıkları, en çok kimlere sattıkları ve en çok hangi günlerde satış yaptıkları incelenmiştir. Bunun için her soruda ayrıca seçenekler verilmiş ve bu seçeneklerin derecelendirmeleri istenmiştir. Yapılan bu derecelendirmelerin ortalamaları hesaplanmıştır.

Çizelge 4.27. Aracıların işleri ile ilgili tercih sıralamaları

Sektörünüzün en önemli sorunları	Ort.
Kaliteli ve düzenli ürün temini	3,8
Pazar ve pazarlama sorunu	3,0
Satışta kalifiye eleman sorunu	2,7
Yeteri kadar kazanç olmaması-fiyatlar	3,5
Satıcı birliği/kooperatiflerinin olmaması	4,7
Diğer	3,4
En çok neleri satmakta	
Dış mekân süs bitkisi	1,5
İç mekân süs bitkisi	3,4
Buket ve aranjman çiçekler	4,8
Araç ve mekân süsleme	3,3
Diğer	2,0
Kimlere satış yapıldığı	
Gençler-Öğrenciler	4,6
Orta yaşlılar	4,3
Yaşlılar	2,4
Kurum ve kuruluşlar	1,6
Diğer	2,1
Satış yapılan günler	
Öğretmenler günü	3,9
Anneler günü	5,2
Babalar günü	2,2
Sevgililer günü	7,0
Dini ve milli bayramlarda	1,8
Yılbaşında	3,6
Diğer	4,2

Aracılara sektörün en önemli sorunlarının neler olduğu sorulmuş ve verilen 6 seçenek arasında derecelendirme yapmaları istenmiştir. Bu derecelendirmeye göre ‘Satıcı birliği/kooperatiflerinin olmaması’ seçeneği 4,7 ortalama ile en yüksek tercih edilen seçenek olmuştur. Aracılara göre ‘Satışta kalifiye eleman sorunu’ seçeneği en az tercih edilen seçenek olmuştur. Aracılara en çok nerelere satış yapıldığı incelenmiştir. Verilen cevaplara göre ‘Buket ve aranjman çiçekler’ seçeneği 4,8 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahip olmuştur. En düşük ise 1,5 ortalama ile ‘Dış mekân süs bitkisi’ seçeneği olmuştur. Katılımcılara en çok kimlere satış yaptıkları sorulmuş ve 1 ile 5 arasında değerlendirmeleri istenmiştir. Verilen cevaplara göre ‘Gençler-Öğrenciler’ seçeneği 4,6 ortalama ile en yüksek ortalama ve ‘Kurum ve kuruluşlar’ ise 1,6 ile en düşük ortalama ile tercih edilen seçenek olmuştur.

Aracılara, hangi günlerde satış yaptıkları sorulmuştur. Ankette 7 seçenekli seçenek verilmiştir. Katılımcıların cevaplarına göre ‘Sevgililer günü’ 7,0 ortalama ile

en yüksek tercih edilen seçenek olmuştur. Katılımcılara göre ‘Dini ve milli bayramlarda’ ise 1,8 ortalama ile en düşük tercih edilen seçenek olmuştur.

Aracılara, satışı en çok yapılan 10 adet süs bitkisinin sırasıyla listelenmesi istenmiştir. Verilen cevapların genel olarak değerlendirilmesi sonucunda şu şekilde bir sıralama oluşmuştur; gül, papatya, karanfil, kazablanka, şebboy, orkide, kauçuk, zambak ve ayçiçeği.

4.3.2. Süs bitkisiyle ilgili görüşleri

Aracıların yaptıkları satışlar ile ilgili olarak bir anket uygulanmış ve bu ankette her bir madde için katılımcıların Likert ölçeği ile belirlenmiş 5 seçenekli cevaplar verilmiş ve bu seçeneklerden bir tanesi seçmesi istenmiştir.

Bu seçenekler kesinlikle katılıyorum (5), katılıyorum (4), bilmiyorum (3), katılmıyorum (2) ve kesinlikle katılmıyorum (1) olarak sıralanmıştır.

Çizelge 4.28. Aracıların görüş anketi

Ölçek Maddeleri	1	2	3	4	5	Ort
Süs bitkisi ve çiçek üretici fiyatları çok pahalıdır	0	5	0	16	1	3,591
Özel günler satışlarımızı olumlu etkilemektedir	0	0	0	6	16	4,727
Tüm süs bitkisi ve çiçek türlerini her zaman bulmak mümkün değildir	0	16	0	6	0	2,545
Kaliteli süs bitkisi ve çiçek bulmak her zaman mümkün değildir	1	14	1	6	0	2,545
Hastanelerde süs bitkisi ve çiçek yasağı yanlış bir uygulamadır	0	3	1	17	1	3,727
Perakendecilerin çiçek satın alma kanalı sadece mezar olmalıdır	1	3	1	14	3	3,682
Cenazelere çiçek göndermek yerine bağış yapmak yanlıştır	0	6	2	12	2	3,455
Seyyar satıcılar satışlarımızı olumsuz etkilemektedir	0	2	0	12	8	4,182
Süpermarketlerde çiçek satışı yasaklanmalıdır	0	1	0	2	19	4,773
Çiçekçi, çiçek yetiştirme ve bakım konusunda eğitilmiş olmalıdır	0	2	0	16	4	4
Şehrimizde çiçek alma alışkanlığı yoktur	0	5	1	10	6	3,773
Müşteri satın alacağı çiçek türüne karar vermiş olarak gelir	0	8	0	13	1	3,318
Müşteri satın alacağı çiçeği fiyatına göre seçmektedir	0	0	1	19	2	4,045
Müşteriler fiyatları genelde pahalı bulmaktadır	0	3	0	17	2	3,818
Çiçekçiler, oda vb., bir meslek örgütü çatısı altında bulunmalıdır	0	2	0	8	12	4,364
Çiçekçiler satışı artırmaya yönelik faaliyetler yürütmelidir	0	0	0	4	18	4,818

Uygulanan ankette verilen cevaplar her bir ölçek maddesi için incelenmiştir. Yapılan hesaplamalara göre ‘Çiçekçiler satışı artırmaya yönelik faaliyetler yürütmelidir’ maddesi 4,8 ortalama ile en yüksek tercih edilen seçenek olmuştur. Bu maddeden sonra ‘Süpermarketlerde çiçek satışı yasaklanmalıdır’ ve ‘Özel günler satışlarımızı olumlu etkilemektedir’ maddeleri 4,7 ile en yüksek bir diğer ortalamalar olmuştur. Bunun yanında ‘Kaliteli süs bitkisi ve çiçek bulmak her zaman mümkün değildir’ ve ‘Tüm süs bitkisi ve çiçek türlerini her zaman bulmak mümkün değildir’ maddeleri 2,5 ile en düşük ortalama sahip maddeler olmuştur.

4.4. Tartışma

Gerçekleştirilen bu çalışma ile Şanlıurfa İlinde süs bitkileri ve çiçekçilik sektörünün potansiyelinin belirlenmesi, pazarlama yapısı incelenmesi ve bu doğrultuda ve önerilerin oluşturulması amaçlanmıştır. Bu amacın gerçekleştirilmesi amacıyla tüketici, aracı ve üretici olmak üzere bu alanın üç temel paydaşının görüşüne başvurulmuştur. Anket yolu ile elde edilen veriler istatistiksel analizler ile değerlendirilmiş ve değerlendirmeler bulgular bölümünde detaylı olarak yansıtılmış, elde edilen bulguların mevcut literatür bağlamında değerlendirilmesi ve elde edilen bulguların akademik, ekonomik, tarımsal ve sosyal yansımaların değerlendirilmesi yapılmıştır.

Bu çalışma kapsamına alınan tüketiciler 18 ile 70 arasını teşkil eden ve ortalaması 28,4 olan bir örneklemden oluşmaktadır. Bu örneklem ilin genelini yansıtmaktadır (2019 verilerine göre Şanlıurfa’nın yaş ortalaması 20,7 olarak hesaplanmıştır) (Anonim, 2019). Bu örneklemin ortalama olarak süs bitkisi ve çiçekler ile ilgili yıllık harcamaları sorulduğunda bazılarının hiç harcamadığı bazılarının ise 3.500 TL gibi yüksek paralar harcadığı gözlemlenmiştir. Ancak katılımcıların ortalama harcamaları yıllık 125,68 TL’de kalmıştır.

Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde üniversite de okuyanların en büyük oranı oluşturduğu anlaşılmıştır. Katılımcılar arasında meslek olarak çalışmayanların çoğunluğu oluşturduğu bu durumda Şanlıurfa’daki işsizlik oranına yakın olduğu (Şanlıurfa’da 2019 yılına ait 23,4 ve tarım dışı işsizlik oranı 30,4)

(Anonim, 2020) ve bu bulgunun süs bitkisi ve çiçekçilik alanın bu işsizliği gidermek içinde bir gereklilik olduğunu ortaya çıkarmıştır. Katılımcıların aylık ortalama gelirleri incelendiğinde ise katılımcıların çoğunluğunun aylık gelirinin 1.500 TL veya altında olduğu anlaşılmıştır. Şanlıurfa İline ait 2018 yılına ait ortalama gelir 858,3 TL olarak hesaplanmıştır (Anonim, 2018). Ancak bu maddi gelir kamu tarafından belirlenen asgari ücretten bile daha düşüktür.

Katılımcıların cinsiyete göre süs bitkisi alma ve davranışları incelendiğinde ise hem kadınların hem de erkeklerin yoğun olarak süs bitkisi veya çiçekleri sadece özel günlerde aldıkları anlaşılmıştır. Katılımcıların aradıklarını bulma konusunda ise hem erkeklerin hem de kadınların genelde bulduklarını ifade etmiştir. Ancak aynı şekilde katılımcıların süs bitkilerini pahalı buldukları anlaşılmıştır. Katılımcılara neden süs bitkisi veya çiçek aldıkları ile ilgili sorulduğunda da tüm seçeneklerde kadınlar erkeklerden daha fazla olmasına rağmen, kadından daha fazla erkeğin ‘mecburiyetten’ seçeneğini tercih ettiği ortaya çıkmıştır. Bu bulgu kadın ve erkekler arasında çiçek alma davranışlarına ışık tutmaktadır. İleriki çalışmalarda bu mecburiyetin gerekçesi ve cinsiyet bağlamında daha detaylı çiçek alma davranışın incelenmesine yol göstermektedir.

Tüketicilerin bazı tercihlerinin sıralamaları nasıl olduğunun anlaşılması için verilen seçenekleri en çok hangisini tercih ettiğinin sıralanması istenmiş ve detaylı bulgular bir önceki bölümde listelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre bu çalışmaya katılan tüketicilerin en çok iç mekân süs bitkisi satın aldıkları anlaşılmıştır. Bu bulgu Temel (2011) tarafından ifade edildiği gibi kent yaşamında olanların bu bitkiler ile doğayı tanıma aracı olarak gördükleri anlaşılmıştır. Yazıcı (2015) tarafından da belirtildiği gibi bu bitkilerin yılın her mevsiminde yetiştirilebilmesi de bunların tercih sebepleri arasındadır. Bu bulgu ayrıca yaşam tarzı ve apartman yaşamının sonucu olabilir. Bu katılımcıların en çok anneler gününde çiçek satın aldığı anlaşılmıştır. Katılımcıların genelde genç olması ve bekâr olanların sayısının fazla olması bu sonucun bir sebebi olabilir. Katılımcıların öğretmen gününde de yoğun bir şekilde (2. Sırada) satın alma gerçekleştirilmesi bu alanda satış yapanlar için önemli bir yol göstericidir. Katılımcıların satın almada etkili olan tercihlerde en yüksek ortalama ile görünüşü ve algılanan anlamı çıkmıştır. Bu bulgu Ünlü (2014) tarafından süs bitkilerinin

gösteriş amacının olduğu sonucu ile paralellik göstermektedir. Bu bulgu ayrıca süs bitkisi ve çiçeğin toplumsal anlamı ile ilgili bir algı olduğu ve üretim ve satış yapanların bu konuda daha dikkat etmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Tüketicilerin en çok çiçekçi dükkânlarından alım gerçekleştirdiği anlaşılmakla beraber, internet üzerinden satışın bundan hemen sonra gelmesi önemli bir bulgudur. Üreticilerin ve aracılardan internet potansiyeline daha çok önem vermesi gerektiğini göstermektedir.

Bu çalışmaya katılan tüketicilerin çiçek ve süs bitkisi alma davranışlarını yansıtan ankette verilen ifadelerle katılıp katılmadığı incelenmiştir. Yapılan betimsel hesaplamalara göre bu anket için kadınların (3,65) ve erkeklerin (3,66) ortalamalarının birbirine çok yakın olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç ayrıca tüketim davranışlarında cinsiyet farklılığının bazı alanlarda ortak olduğu anlaşılmıştır. Katılımcıların süs bitkisi ve çiçekler için harcadıkları ortalama para ile medeni durumları arasında bir ilişki olmadığı anlaşılmıştır. Ancak katılımcıların eğitim durumlarına göre bakıldığında gruplar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir. Tüketicilerin çalışma durumlarının süs bitkileri için harcadıkları ortalama para incelendiğinde gruplar arasında anlamlı fark tespit edilmiştir. Aynı şekilde aylık gelir dağılımına göre gruplar arasında anlamlı fark bulunmuştur.

Yapılan ANOVA testine göre tüketicilerin yıllık ölçek puanlarının medeni durumları farklı olan gruplar arasında bir fark oluşturmamaktadır. Tüketicilerin eğitim durumları içinde ölçek puanları için anlamlı bir fark oluşturmamaktadır. Tüketicilerin çalışma durumları için incelendiğinde aynı şekilde gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Ancak katılımcıların aylık gelirlerine göre incelendiğinde ise gruplar arasında anlamlı fark bulunmuştur.

Süs bitkisi ve çiçek üretimi yapan üreticiler ile ayrıca araştırma yapılmıştır. Yapılan çalışmada tüm katılımcıların erkek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bulgu bazı mesleklerdeki cinsiyet farklılıklarını göstermektedir. Katılımcıların farklı eğitim seviyesinde olduğu görülmektedir. Üniversite mezunu olanların sadece %25 oranında olması bu alanın uzmanlaşmadan yoksun olduğunun bir göstergesidir. Bu işi yapanların 23 ile 59 yaş aralığında olduğu ve ortalamaların 40,5 olduğu görülmüştür. Bu işi 1 ile 25 yıl arası yaptıkları ve ortalama olarak 14,56 yıl yapıldığı görülmektedir.

Üreticilerin bu işi yapma nedenleri farklılık göstermektedir. Geliri fazla diyenlerin %25 seviyesinde ama bazılarının ise yapabilecek başka iş bulmadığı için yaptığı anlaşılmıştır. Üreticilerin kullandıkları arazinin sadece %25'i şahsi arazidir.

Üreticilerin çoğunluğunun meyve üretimi yaptığı görülmüş ve süs bitkisi veya çiçek üretiminin sadece %12,5 seviyesinde kaldığı görülmüştür. Üreticiler genel olarak yaptıkları işlerden yeteri kadar para kazandığını düşünmektedir. Katılımcıların çoğunluğun üretim için kredi kullanmadığı görülmüştür. Bu durum tarımın bu alanı için yeterli kredi imkânlarının olmamasının bir sebebi olarak düşünülebilir.

Üreticilerin işyerlerinde çalıştırdıkları personele bakıldığında bazılarının hiç çalıştırmadığı bazılarının da en fazla 8 personel çalıştırdığı, ortalama olarak ise bu değer 2,9 olduğu görülmüştür. Üreticilerin ortalama olarak yıllık 48.375 TL kazanç elde ettiği ve bununda aylık 4.000 lira civarında olduğu görülmektedir. Bu kazanç oranı personel giderleri ile hesaplandığında düşük bir kazanç ortaya çıkmaktadır. Ayrıca katılımcıların yoğun olarak aile içi personel çalıştırdığı ortaya çıkmıştır.

Üreticilerin %75'nin alanı ile ilgili hiçbir kursa katılmadığı anlaşılmıştır. Bu durumda uzmanlık isteyen bu sektörün geride kalmasının bir nedeni olarak yetersiz eğitim görülebilir. Kızılkın (2016), tarafından da belirtildiği gibi bu sektörde yeterli bilimsel çalışmanın yapılmaması ve bilgi birikimin yetersiz olması bu sektörün en önemli sorunudur.

Üreticilerin her yıl ne kadar yetiştireceğine karar verirken en önemli faktör olarak 'Piyasa fiyatları ve karlılık durumu' seçeneğini tercih etmeleri üretim planlanması ile ilgili kooperatiflerin olmaması veya ülke genelinde üretim politikalarının net olmaması olabilir. Üreticilerin üretim tekniği ile ilgili sorunlardan en çok "İlaçlı mücadele, bakım ve yetiştirme, aşının tutmaması" seçeneği ile karşılaştıkları anlaşılmıştır. Bu seçeneğin problem olarak görülmesi yeterli olarak uzman desteğinin alınmadığını göstermektedir. Bu sektör için tarım İl ve ilçe müdürlüklerinde destek ve eğitimlerin artırılması varsa da bunun bu sektöre iletilmesi için çalışmaların yapılması gerekmektedir. Aynı durum üretecekleri çeşitleri belirlemede de yaşanmakta ve üreticiler yoğun olarak kendi tecrübelerinden

yararlanarak karar verdiklerini ifade etmektedir. Katılımcılar üretim zorluğunun bu sektör için en büyük problem olduğunu ifade etmiştir.

Üreticilerin ürünleri en fazla fidanlıklarında pazarladıkları görülmüştür. Bu durum bu sektör için pazar yerinin olmaması, borsasının olmaması veya fuarlarının yeteri kadar düzenlenmiyor olmasının sebebi olabilir. Bu sebeple üreticilerin çoğu Pazar yeri bulmada problem yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Üreticilerin tümüne yakını satışlarını peşin olarak yapmaktalar. Genel bir koordinasyonun olmaması sebebiyle olsa gerek üreticilerin çoğunluğu satış fiyatlarını kendilerinin belirlediğini ifade etmiştir.

Üreticilerin tümüne yakının etiketlemediği veya markalaşmadığı anlaşılmıştır. Bu durum sektörde profesyonelleşme eksiklerinin bir sonucudur. Bu durumda üreticilerin markalaşması için yerelde ve ülke bazında düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Bu çalışmaya katılan üreticilerin tümü satışlarını ya il içi ya da civar illere yapmaktadır. Türkiye'nin başka bir yerine veya ihracat yapan hiçbir firma bulunmamaktadır. Katılımcıların tümü üretici olmaktan memnun olduğunu belirtmektedir.

Üreticiler ile yapılan görüş bildirme anketine göre üreticilerin ölçeğin birçok maddesi için 3 ve civarı değerler ortaya çıkmıştır. Bu durum katılımcıların katılıyorum ve katılmıyorum arasında değerler tercih ettiği anlaşılmaktadır.

Süs bitkisi ve çiçek üreticileri gibi üretilen bu bitkilerin tüketicilere ulaştırılmasını sağlayan araçlar veya çiçekler ile anket düzenlenmiştir. Bu işi yapanların tümüne yakınında yine sadece erkeklerden oluştuğu anlaşılmıştır. Ayrıca bu araçların eğitim durumlarının lise ve altı ağırlıklı olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda bu işi yapanlarında ziraat, işletme veya tarım ekonomisi gibi tarım veya pazarlama alanlarında resmi eğitimlerinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Katılımcıların çoğunun da işleri ile ilgili bir kursa katılmadığı anlaşılmaktadır.

Çalışanların bu işi yapabildikleri bir iş olarak gördükleri için tercih ettiğini ifade etmiştir. Katılımcıların çoğunun yaptıkları işten memnun oldukları görülmüştür.

Katılımcıların bu işteki kazancından da memnun olduğu ortaya çıkmıştır. Aylık gelir dağılımının da 5.000 TL ve üstü olduğu ve bu gelirinde üreticilerin gelirinden daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda aracılardan üreticilerden daha fazla kazandığı anlaşılmaktadır. Aracıların ürünlerini pazarlarken tek kullandıkları yer dükkânları olmuştur. Üreticiler gibi aracılardan da internet satış platformlarından yararlanmadıkları görülmektedir.

Aracıların ürünlerinin çoğunluğunu yaşadıkları ilden değil başka yerlerden tedarik ettiği ortaya çıkmıştır. Bu durumda il içi Pazar talebini il içi üretimin karşılamadığı anlaşılmaktadır. Ancak Akduman Hoşer (2014), tarafından belirtildiği üzere ülkemizde birçok alan farklı bitkilerin yetiştirilmesine olanak sağlamaktadır. Aracı firmalar 0 ile 4 arasındaki sayıda personel çalıştırmaktadır. Burada bulunan sıfır değeri iş yeri sahibi satış yapmakta ve başka kimse çalıştırmadığını göstermektedir. İş yerlerin bu işi yapma süreleri ortalama olarak 14 yıl olarak hesaplanmıştır.

Aracılara göre sektörün en önemli sorunu ‘Satıcı birliği/kooperatiflerinin olmaması’ olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum üreticiler içinde geçerli olmuştur. Üreticilerden farklı olarak aracılardan en çok buket ve aranjman çiçekler sattığı ortaya çıkmıştır. Aracılar en çok satış gençlere ve öğrencilere yaptığını ifade etmiştir. Satış yapılan günler incelendiğinde ise aracılardan en çok sevgililer gününde satış yaptığı not edilmiştir.

Aracılar ile yapılan görüş bildirim anketinde de ‘Seyyar satıcılar satışlarımızı olumsuz etkilemektedir’ ve ‘Süpermarketlerde çiçek satışı yasaklanmalıdır’ maddeleri yüksek oranda kabul görmüştür. Aracıların sektördeki problemleri irdelenirken bu konularında çözülmesi gerekmektedir. Birçok alanda uzmanının dışındakilere satış yapma kısıtlaması olduğu gibi bu alanda da öncelikli olarak aracılardan yetiştirilmesi ve satışın uzmanlar ile sınırlı olması gerekmektedir. Cengiz ve arkadaşlarının (2017) belirttiği gibi bu ürünlerin pazarlanması ve üretilmesi konusundaki faaliyetlere daha çok önem verilmelidir.

5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

GAP'ın merkezinde bulunan Şanlıurfa, verimli toprağı ve 12 ay sulama sağlayan baraj sistemi ile modern tarım için elverişli bir toprak parçasıdır. Son yıllarda tarım içerisinde önem kazanmaya başlayan süs bitkilerinin yetiştirilmesinde Şanlıurfa önemli bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyel verimli bir şekilde kullanıldığında başta Şanlıurfa olmak üzere bölge ve ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayacaktır.

Yapılan akademik çalışmalarda süs bitkisi işletmelerinde mevsimlik, süreli iş sözleşmesiyle çalışanlar, daimi işçiler, bu işçiler içerisinde dikkate değer kadın nüfusuyla beraber yoğun emek iş gücünü oluştururken; ziraat mühendisleri, peyzaj mimarları, dış ticaret uzmanları, pazarlamacılar, işletmeciler, kimya mühendisleri vb. meslek disiplini kapsamında yükseköğretim lisans mezunu kişilere iş imkânı sağlayarak çeşitli meslek disiplinleri ile çalışmalara dayanan kapsamlı bir sektör olduğu ortaya çıkmıştır (Kızılkın, 2016). Şanlıurfa gibi genç nüfusun yoğun olduğu bir kentte bu sektörde yatırımların yapılması ve teşvik edilmesi bölgenin ve ülkenin ekonomisi kaçınılmazdır.

Diğer taraftan, tarım sektörü risk ve belirsizlik içeren bir sektördür. Bu riskin en büyük gerekçesi ise sanayideki gibi doğal ortamların etkilerinden nispeten “yalıtılmış” olamaması, biyolojik etmenlerden etkilenmesi, depolama ortam ve sürelerinin kısıtlı bir sektör olmasıdır (Baloğlu, 2009). Bu bağlamda Şanlıurfa’da yapılan veya yapılacak olan süs bitkisi yetiştiriciliğinde bu risklerin göz önüne alınması şarttır.

Şanlıurfa kentinde süs bitkisi yetiştiriciliği potansiyeli bulunması rağmen bu alanda yeterince gelişim gösterememiştir. Bunun birçok nedeni bulunmaktadır. Yapılan akademik çalışmalarda üreticilerin süs bitkileri ihtiyaçlarını karşılayan fidanlık sayısı çok az olduğu saptanmıştır (Ünlü, 2014). Bu sebeple yeni uygulanan yeşil alanlardaki bitki çeşitliliği fidanlıktaki bitkilerle sınırlıdır. Özel üretim yapan fidanlıkların tamamında fidan üretimi yapılmamıştır. Bitki üretmek yerine fide şeklinde bölge dışından alınıp ve maksimum 2 yıl geliştikten sonra satılmaktadır. Bitkilerin alındığı yerler genel olarak Sapanca, Yalova ve Adana civarındaki

fidanlıklardır. Çoğu zaman getirilen bitkilerin üretildikleri doğal ortamdaki sıcaklık koşulları ile getirildikleri ortamdaki yüksek sıcaklık koşulları nedeniyle olumsuz sonuçlar alınmıştır. Bu nedenle mevcut fidanlıkların kendi bölgeleri içinde üretim yapabilmeleri için ekonomik destek ve bilinçlendirme çalışmaları yapmak gerekmektedir (Ünlü, 2014).

Sonuç olarak, bu çalışmanın bir parçası olan tüketiciler ile ilgili yapılan çalışmada katılımcıların süs bitkisi ve çiçek alma davranışları yansıtılmıştır. Bu davranış durumlarının bu alanda üretim ve satış yapan üreticilere yol göstermesi beklenmektedir. Aynı şekilde bu alanda akademik çalışma yapacaklar için yol gösterici olması beklenmektedir. Ayrıca üreticiler ile ilgili yapılan çalışmada bu sektörde çalışanların gerekli eğitimden yoksun olduğu anlaşılmıştır. Üreticilerin ürünlerini pazarlamada ve markalaşmada bilgi sahibi olmadığı anlaşılmıştır. Benzer durum araçlar için geçerlidir. Bu durumda tarım ile ilgili yapılacak olan akademik çalışmalarda veya politika düzenlemelerinde bu sorunların ele alınması ve çözülmesi gerekmektedir. Şanlıurfa özelinde ise bu sektör için gerekli kooperatif çalışmalarının olmamasının eksiklerinin hem üreticilerde hem de araçlarda yansımaları görülmektedir. Yetkililerin veya bu işi yapanların bir araya gelip bu konuda da çözüm bulması bu sektörün bu bölgede gelişmesi önemlidir.

KAYNAKLAR

- AKAN, H., EKER, İ., ve BALOS, M., 2005. Şanlıurfa'nın Nadide Çiçekleri-Geofitler. The Rare Plants of Şanlıurfa-Geophytes. Şanlıurfa: Demircioğlu Matbaacılık.
- AKDUMAN HOŞER, S., 2014. İzmit'teki Park ve Bahçelerde Yetiştirilen Süs Bitkileri. Kocaeli Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli, 372s.
- ANONİM, 2018. <https://www.urfanatik.com/haber/3470329/turkiyenin-en-yuksek-geliri-istanbulda-en-dusuk-geliri-sanliurfada> Erişim Tarihi 09.05.2020
- ANONİM, 2020. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=21-¶m2=0&sitcrev=0&isicrev=0&sayac=5802> Erişim Tarihi 09.05.2020
- ANONİM, 2019. <https://www.memurlar.net/haber/824357/turkiye-nin-en-genc-ili-sanliurfa.html> Erişim Tarihi 09.05.2020
- ANONİM, 2019. <http://www.sanliurfa.gov.tr/doga-turizmi> Erişim Tarihi 12.09.2019
- ANONİM, 2020. <http://www.gap.gov.tr/> Erişim Tarihi 23.04.2020
- ANONİM, 2020. <https://mgm.gov.tr/> Erişim Tarihi 09.05.2020
- ANONİM, 2020. <https://www.nufusu.com/ilceleri-sanliurfa-ilceleri-nufusu/> Erişim Tarihi 09.05.2020
- ANONİM, 2020. <https://www.urfanatik.com/haber/4080074/urfanın-issizlik-oranlari-aciklandi>. Erişim Tarihi 01.05.2020
- BALOĞLU, G.H., 2009. Türkiye'deki Tarımsal İşletmelerin Finansman Kaynakları ve Antalya'daki Süs Bitkileri Üreticilerinin Finansman Tercihleri. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya, 91s.
- CEBECİ, T., 2010. Samsun İlinde Süs Bitkileri Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerde Üretim Etkinliği, Karlılık Durumu ve Pazarlama Yapısı. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Samsun, 102s.
- CENGİZ, B. KEÇECİOĞLU DAĞLI, P. ve YİĞİTTEKİN, S. 2017. Peyzaj ekonomisi açısından peyzaj ve süs bitkileri fidanlık işletmelerine yönelik sektörel bir analiz. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 19(2): 50-62.
- ÇELİK, A., TORUN, E., ve BOBAT, A., 2010. Süs bitkilerine ilgi gösteren kişilerin genel profilin belirlenmesi. IV. Süs Bitkileri Kongresi Bildiriler, 339-347.
- ÇİÇEKDEMİR, D., 2010. Türkiye'deki Süs Bitkileri Pazar Payının Araştırılması: Bursa İli Örneğinde. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ, 68s.
- EROĞLU, A., 2016. Yalova İlinde Dış Mekân Süs Bitkilerinin Mevcut Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tokat, 78s.
- FİDAN, H., 2018. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/gapta-jeotermalhamlesi/1320122-> Erişim Tarihi 16.09.2019
- GENÇER, B., 2014. Dünya'da ve Türkiye'de Kesme Çiçek Sektörü Pazarlama Organizasyonları ve Tüketici Eğilimleri. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Tekirdağ, 148s.
- GÜZEL, A., ÇİFTÇİ, C., ve ATAY, Y., 2013. Kaplıca turizmi potansiyeli açısından Şanlıurfa Karaali Kaplıcası. International Journal Of Social Science 6(7): 513-535.

- KIZILKAN, İ., 2016. Türkiye'de Süs Bitkileri retim ve Pazarlama Sektörünün Sorunları ve çözüm nerileri Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 131s.
- KIYMAZ KIVRAKLAR, M.,2017. Dış Mekân Süs Bitkileri retim İşletmelerinde Maliyetleme ve Raporlama. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Sakarya, 219s.
- ONAY, H.A.,2008. Türkiye’de Süs Bitkileri Sektörünün retim ve Yapısal Sorunları ve neriler. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara, 185s.
- ÖZERCAN, E.,2012. İzmir İli Süs Bitkileri Yetiştiriciliğinde İyi Tarım Uygulamaları Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi İzmir, 165s.
- ÖZKAN, İ., 2009.Süs Bitkileri Yetiştiriciliğinde Damla Sulama Uygulamalarında Karşılaşılan Sorunlar ve çözüm nerileri. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ, 100s.
- SUBAŞI, O. S., HOCAGİL, M.M., ve SÖĖÜT, Z., 2010. Dış mekân süs bitkileri sektöründe swot/sor analizi ile strateji belirlenmesi üzerine bir alışma. IV. Süs Bitkileri Kongresi Bildiriler, 365-368.
- SÜSBİR, 2020. Süs Bitkileri ve Mamulleri Raporu, 2020, <http://www.susbitkileri.org.tr/images/d/library/354b3de7-2257-4c30-b60d-998ecc546d7b.pdf>. Erişim Tarihi: 15.04.2020.
- TEMEL, M., 2011. Yalova’da Süs Bitkileri İşletmelerinin Yapısı, retim Olanakları, Sorunları ve çözüm nerileri. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ,100s.
- TİTİZ S., ÇAKIROĖLU N., BİRİŐCİ YILDIRIM T., ve ÇAKMAK, S., 2000. Süs Bitkileri retim ve Ticaretindeki Gelişmeler. www.zmo.org (12.09.2019).
- ÜNLÜ, İ.H., 2014.şanlıurfa Kent Dokusuna Uygun Karasal İklim Koşullarına Dayanıklı ok Yıllık Ss Bitkilerinin Belirlenmesi. Mustafa Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Hatay, 104s.
- YAZICI, K.,2015. Tokat İli Ekolojik Koşullarında Dış Mekân Süs Bitkileri Sektör Analizi ve Uygun retim Alanlarının CBS ile Belirlenmesi. Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir, 178s.
- YILMAZ, İ., 2019. Süs Bitkileri ve Mamulleri Sektör Raporu. Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçılar Birliği.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Necla YILDIZOĞULLARI
Uyruğu : T.C.
Doğum Yeri ve Tarihi : Şanlıurfa / 02.07.1993
e-Mail : neclahulagu00@gmail.com

EĞİTİM

Derece	Adı, İlçe, İl	Bitirme Yılı
Lise	: Yenişehir Lisesi, Haliliye/ Şanlıurfa	2013
Lisans	: Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi	2017
Yüksek Lisans	: Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı	2020

Yabancı Dil : İngilizce

Yayınları:

Hulagü,N. and M.H.Aydoğdu. (2019). An Evaluation on the Importance of Ornamental Plants for Şanlıurfa 1st International Göbeklitepe Agriculture Congress, November 25-27,2019, Şanlıurfa,13-18.