



T.C.

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**HATAY İLİ DÖRTYOL İLÇESİNDE TURUNÇGİL  
ÜRETİM VE PAZARLAMASI**

**HÜSEYİN FATİH ATLI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

**KAHRAMANMARAŞ 2016**

**T.C.**

**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ**

**FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**HATAY İLİ DÖRTYOL İLÇESİNDE TURUNÇGİL  
ÜRETİM VE PAZARLAMASI**

**HÜSEYİN FATİH ATLI**

**Bu tez,**

**Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalında**

**YÜKSEK LİSANS**

**derecesi için hazırlanmıştır.**

**KAHRAMANMARAŞ 2016**

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü öğrencisi Hüseyin Fatih ATLI tarafından hazırlanan “HATAY İLİ DÖRTYOL İLÇESİNDE TURUNÇGİL ÜRETİM VE PAZARLAMASI” adlı bu tez, jürimiz tarafından 30 / 06 / 2016 tarihinde oy birliği ile Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Ahmet ŞAHİN (DANIŞMAN) .....

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Mücahit PAKSOY .....

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

Doç. Dr. Orhan GÜNDÜZ .....

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, İnönü Üniversitesi

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Mustafa ŞEKKELİ .....

Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü

## TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada, alıntı yapılan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Hüseyin Fatih ATLI



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.

# HATAY İLİ DÖRTYOL İLÇESİNDE TURUNÇGİL ÜRETİM VE PAZARLAMASI ( YÜKSEK LİSANS TEZİ )

HÜSEYİN FATİH ATLI

## ÖZET

Turunçgil üretimi, işlenmesi, iç ve dış piyasada pazarlanması ile istihdama önemli katkı sağlamaktadır. Turunçgiller taze olarak tüketilebileceği gibi aynı zamanda pazar ihtiyaçlarını karşılamak üzere işlenebilir. Bu çalışmada Hatay ili Dört Yol ilçesinde turunçgil üretiminin mevcut durumu ve pazarlanma yapısı ile sorunlarının belirlenmesi ve çözüm önerilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışma ile turunçgil üretiminde ve pazarlamada etkili olan sosyo-ekonomik faktörler, sorunlar ve çözüm önerileri belirlenmiştir. Çalışmanın ana materyalini Hatay ili Dört Yol ilçesinde turunçgil üretimi yapan 91 üretici ile yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmuştur. Araştırma sonuçlarına göre işletmelerde turunçgil arazi varlığı ortalama 47,31 da olarak belirlenmiştir. Portakal üretiminde dekara düşen ağaç sayısı 20,94 adet/da ve ortalama ağaç verimi 160,00 kg/adet olarak saptanmıştır. Portakal üretiminde ağaç başına brüt kâr 52,13 TL/adet olarak saptanmıştır. Limon üretiminde dekara düşen ağaç sayısı 21,17 adet/da ve ortalama ağaç verimi 100,00 kg/adet olarak saptanmıştır. Limon üretiminde ağaç başına brüt kâr 70,38 TL/adet olarak saptanmıştır. Mandarin üretiminde dekara düşen ağaç sayısı 21,33 adet/da ve ortalama ağaç verimi 120,00 kg/adet olarak saptanmıştır. Mandarin üretiminde ağaç başına brüt kâr 41,84 TL/adet olarak saptanmıştır. Turunçgil üretiminde değişken masraflarda en büyük payı hasat masrafları oluşturmaktadır. Hasat masrafları mandarinde % 33,88, portakalda % 31,04, limonda % 32,73 olarak belirlenmiştir. Üreticilerin % 69'unun ürünlerini depolamayı tercih ettikleri belirlenmiştir. En önemli üretim risk faktörünün % 10,67 ile üretim teknolojisi olduğu, ürün pazarlamada ise en önemli risk faktörünün % 17,31 ile fiyat belirsizliği olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak talebi aşan üretimin işlenmesi, iç piyasadaki tüketimi arttıracak çalışmalar yapılması ve yurt dışında da yeni pazarların bulunmasına ihtiyaç vardır.

**Anahtar Kelimeler:** Turunçgil, Dört Yol, Brüt Kâr, Üretim, Pazarlama

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi  
Fen Bilimleri Enstitüsü  
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Haziran 2016

Danışman: Doç. Dr. Ahmet ŞAHİN

Sayfa Sayısı: 104

**CITRUS PRODUCTION AND MARKETING IN COUNTY DÖRTYOL OF HATAY  
PROVINCE  
(MASTER'S THESIS)**

**HÜSEYİN FATİH ATLI**

**ABSTRACT**

Production, processing, launching into domestic and foreign market of citrus provide significant contribution to employment. Citrus fruits can be consumed fresh, and also processed in order to meet the market needs. This study aims to detect the problems regarding current status citrus production and marketing of it in county Dörtöyol in province Hatay, and to reveal solution offers to them. In the study, socio-economic factors, problems and solution offers that have effect on production and marketing of citrus are specified. The main material of the study is the data obtained from surveys conducted on 91 producers of citrus in county Dörtöyol in province Hatay. According to the research results, existence of citrus lands in facilities was found to be 47.31 da in average. Number of tree per decare in orange production was determined to be 20.94 pcs/da and mean yield of tree, to be 160.00 kg/pcs. Gross profit per tree in orange production was found to be 52.13 TRY/pcs. Number of tree per decare in lemon production was determined to be 21.17 pcs/da and mean yield of tree, to be 100.00 kg/pcs. Gross profit per tree in lemon production was found to be 70.38 TRY/pcs. Number of tree per decare in mandarin production was determined to be 21.33 pcs/da and mean yield of tree, to be 120.00 kg/pcs. Gross profit per tree in mandarin production was found to be 41.84 TRY/pcs. The greatest share in variable costs in citrus production is the costs of harvest. Harvest cost was found to be 33.88% for mandarin, 31.04 for orange, and 32.73% for lemon. 69% of consumers was found to prefer storing 69% of their products. The most significant factor of risk in production was found to be production technology by 10.67%, and the one in product marketing, to be uncertainty of price by 17.31%. As a result, it is needed to process the production exceeding the need, conduct studies to increase consumption in domestic market and find new markets abroad.

**Key Words:** Citrus, Dörtöyol, Gross Profit, Production, Marketing

Kahramanmaraş Sütçü İmam University  
Institute of Science  
Department of Agricultural Economy, June 2016

Consultant: Asst. Prof. Dr. Ahmet ŞAHİN

Page Numbers: 104

## TEŞEKKÜR

Yüksek lisans çalışmamın her aşamasında yardımları ile değerli katkıları için danışman hocam Doç. Dr. Ahmet ŞAHİN'e, Ziraat Mühendisi Sait UYAR ile Dörtyol İlçe Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü çalışanlarına, Öğr. Gör. Adnan ÖZDEMİR'e, anket çalışmasında katkı sağlayan değerli üreticilere, aileme ve araştırmanın başından sonuna kadar emeği geçen herkese teşekkürlerimi sunarım.



## İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖZET .....	i
ABSTRACT .....	ii
TEŞEKKÜR .....	iii
İÇİNDEKİLER .....	iv
ÇİZELGELER DİZİNİ .....	ivii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ .....	x
1. GİRİŞ .....	1
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR .....	5
3. MATERYAL VE METOT .....	10
3.1. Materyal .....	10
3.2. Yöntem .....	11
3.2.1. Örneklemede kullanılan yöntemler .....	11
3.2.2. İşletme analizinde kullanılan yöntemler .....	13
3.3. Araştırma Alanları Hakkında Genel Bilgiler .....	14
3.3.1. Hatay ili .....	14
3.3.1. Dört Yol ilçesi .....	15
4. ARAŞTIRMA BULGULARI .....	17
4.1. İşletmelerin Sosyo-ekonomik Yapıları ve İşletme Organizasyonları .....	17
4.1.1. İşletmelerde aile büyüklüğü .....	17
4.1.2. İşletmelerdeki yöneticilerin eğitim durumu .....	19
4.1.3. İşletmelerde işletme yöneticilerinin bazı özellikleri .....	20



4.2. İşletmelerde Arazi Varlığı ve Sulanma Durumu.....	21
4.3. İşletmelerde Arazi Alanları.....	22
4.3.1. İşletmelerde arazi değeri .....	22
4.3.2. İşletmelerde ağaç değeri .....	23
4.4. Alet Makine Varlığı.....	24
4.5. Turunçgil Üretim Bilgileri .....	25
4.6. Değişken Masraflar .....	28
4.7. Brüt Kâr .....	33
4.8. Turunçgil Yetiştiriciliğinin Tercih Edilmesinde Etkili Faktörler .....	37
4.9. Turunçgil Üretiminde Bilgiye Ulaşım ve Eksiklilerin Giderilmesi .....	39
4.10. Risk Kaynağı.....	41
4.11. Turunçgil Üretimini Etkileyen Faktörler .....	43
4.12. Turunçgil Üretimini Etkileyen Faktörlere Karşı Alınan Önlemler .....	44
4.13. Turunçgil Üretiminde Üretici Beklentileri .....	46
4.14. Pazarlama Yöntemleri .....	47
4.15. Ürün Alıcı Kişi ve Kuruluşlar .....	48
4.16. Turunçgil Satış Zamanları .....	49
4.17. Ürün Satışlarında Ödeme Şekilleri.....	51
4.18. Hasat Sonrası Satış Tercih Nedenleri .....	52
4.19. Toptan Satış Tercih Nedenleri .....	53
4.20. Fiyat Oluşumu Takip Yöntemleri .....	54
4.21. Ürünlerin Hasat İşlemi.....	55
4.22. Pazarlamada Depolama Tekniği .....	57

4.23. Turunçgil Pazarlama Sorunları .....	58
4.23.1. Yasal sorunlar .....	58
4.23.2. Ekonomik sorunlar .....	59
4.23.3. Sosyal sorunlar .....	61
4.23.4. Teknik sorunlar.....	63
4.24. Turunçgil Pazarlama Sorunlarına İlişkin Öneriler .....	64
5. SONUÇ VE ÖNERİLER .....	70
KAYNAKLAR.....	74
EK 1 : Anket Formu.....	77
ÖZGEÇMİŞ.....	90

## ÇİZELGELER DİZİNİ

Sayfa No

Çizelge 3.1. Anket yapılan üretim yerleri .....	12
Çizelge 3.2. İşletmelerin sınıflandırılması .....	12
Çizelge 3.3. Dört Yol ilçesi ürün dağılımı .....	16
Çizelge 4.1. İşletmelerin nüfus mevcudu .....	17
Çizelge 4.2. Yaş gruplarına göre nüfus miktarı ve dağılımı .....	18
Çizelge 4.3. İşletme yöneticilerinin yaş gruplarına göre dağılımı .....	19
Çizelge 4.4. İşletme yöneticilerin eğitim durumu .....	20
Çizelge 4.5. Üreticilerin çiftçilik tecrübesi .....	21
Çizelge 4.6. İşletmelerde turuncuğil üretim alanları.....	22
Çizelge 4.7. İşletmelerdeki arazi değeri.....	23
Çizelge 4.8. İşletmelerdeki ağaç değeri .....	24
Çizelge 4.9. Alet makine varlığı.....	24
Çizelge 4.10. Portakal üretim bilgileri .....	25
Çizelge 4.11. Limon üretim bilgileri.....	26
Çizelge 4.12. Mandarin üretim bilgileri.....	27
Çizelge 4.13. Mandarin değişken masraflar .....	28
Çizelge 4.14. Mandarin değişken masrafların oransal dağılımı .....	29
Çizelge 4.15. Portakal değişken masraflar .....	30
Çizelge 4.16. Portakal değişken masrafların oransal dağılımı .....	31
Çizelge 4.17. Limon değişken masraflar.....	32
Çizelge 4.18. Limon değişken masrafların oransal dağılımı.....	33

Çizelge 4.19. Mandarin brüt kâr.....	34
Çizelge 4.20. Portakal brüt kâr.....	35
Çizelge 4.21. Limon brüt kâr.....	36
Çizelge 4.22. Turunçgil brüt kâr değerleri.....	37
Çizelge 4.23. Turunçgil yetiştiriciliğinin tercih edilmesinde etkili faktörler.....	38
Çizelge 4.24. İşletmelerdeki yetersizlikler / bilgi eksiklikleri.....	39
Çizelge 4.25. Turunçgil üretiminde bilgi kullanımı.....	40
Çizelge 4.26. Turunçgil üretiminde bilgiye ulaşım.....	41
Çizelge 4.27. Risk kaynağı.....	42
Çizelge 4.28. Üretimi etkileyen faktörler.....	43
Çizelge 4.28. Üretimi etkileyen faktörler (devamı).....	44
Çizelge 4.29. Üretimi etkileyen faktörlere karşı alınan önlemler.....	45
Çizelge 4.30. Turunçgil yetiştiriciliğini sürdürme isteği.....	46
Çizelge 4.31. Üretim deseninde değişiklik isteği.....	47
Çizelge 4.32. Ürün pazarlama yöntemi.....	48
Çizelge 4.33. Ürünleri alıcı kişi ve kuruluşlar.....	49
Çizelge 4.34. Portakal satış zamanı.....	50
Çizelge 4.35. Limon satış zamanı.....	50
Çizelge 4.36. Mandarin satış zamanı.....	51
Çizelge 4.37. Ürün satışlarında ödeme şekilleri.....	52
Çizelge 4.38. Hasat sonrası satış tercih nedenleri.....	53
Çizelge 4.39. Toptan satışı tercih nedenleri.....	54
Çizelge 4.40. Fiyat oluşumu takip yöntemleri.....	55

Çizelge 4.41. Hasat yöntemleri.....	56
Çizelge 4.42. Hasat sonrası ortaya çıkan sorunlar .....	56
Çizelge 4.43. Hasat sonrası depolama .....	57
Çizelge 4.44. Depolama sonrası pazarlama.....	58
Çizelge 4.45. Yasal sorunlar.....	59
Çizelge 4.46. Ekonomik sorunlar .....	60
Çizelge 4.46. Ekonomik sorunlar (devamı).....	61
Çizelge 4.47. Sosyal sorunlar .....	62
Çizelge 4.48. Teknik sorunlar .....	63
Çizelge 4.49. Pazarlama sorunlarına ilişkin öneriler .....	65
Çizelge 4.49. Pazarlama sorunlarına ilişkin öneriler (devamı) .....	66
Çizelge 4.49. Pazarlama sorunlarına ilişkin öneriler (devamı) .....	67
Çizelge 4.50. Pazarlamaya aracı kuruluşlar .....	69

## SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AB	: Avrupa Birliği
BK	: Brüt Kâr
BÜD	: Brüt Üretim Değeri
CLAM	: Akdeniz Turunçgil İrtibat Komitesi
ÇKS	: Çiftçi Kayıt Sistemi
da	: Dekar
FAO	: Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
GSÜD	: Gayri Safi Üretim Değeri
Ha	: Hektar
İTU	: İyi Tarım Uygulamaları
TEPGE	: Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

## 1. GİRİŞ

Turunçgil (narenciye) dünyanın değişik yerlerinde üretiliyor olmasına rağmen Asya'nın güneydoğusu, Hindistan ve Çin coğrafyası anavatanı durumundadır. 19. Yüzyılda ABD'de modern anlamda başlayan turunçgillerin tarımı ticari bir boyut kazanmasıyla hızlı bir gelişme göstererek yayılmıştır. Turunçgillerin üretimi dünya üzerinde 40° kuzey ve 40° güney enlemleri arasındaki yerlerde yapılmaktadır. Citrus türünde bulunan turunçgiller (narenciye); mandarin (mandalina), turunç, portakal, limon, ve altıntop (greyfurt), bergamot, şadok (pomelo), ağaç kavunu, kamkat gibi türleri içermektedir. C vitamini yönünden zengin bir ürün olan turunçgiller, insan sağlığına oldukça önemli faydaları vardır. Turunçgiller taze olarak tüketilebilmektedir. Ayrıca tarıma dayalı sanayi işletmelerinde işlenerek meyve suyu, reçel, gazlı içecek, gıda ürünlerinde katkı maddesi olarak değerlendirilerek tüketicinin istifadesine sunulmaktadır. Turunçgil çeşitlerinin kabuğu kozmetik sektöründe işlenmek suretiyle esans yapımında kullanılabilir. Turunçgil çeşitlerinden bergamot parfümeri üretiminde kullanılmakta ayrıca çay sektöründe koku verici özelliğinden faydalanılmaktadır.

Turunçgil üretimi her geçen yıl sürekli artmaktadır. Taze olarak tüketimi ve alternatif kullanım alanlarının çeşitlenmesi ile dikim alanlarında da artışa neden olmaktadır. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) verilerine göre dünya turunçgil üretimi ülkeler sıralamasında Çin 3.025.000 ha üretim alanı ve 32.576.744 ton üretimi ile birinci sırada yer almaktadır. 802.862 ha üretim alanı ve 19.734.725 ton üretimi ile Brezilya ikinci sırada, 322.714 ha üretim alanı ve 10.133.246 ton üretimi ile ABD üçüncü sırada yer almakta, bu ülkeleri Hindistan, Meksika, İspanya, Mısır, Nijerya, Türkiye ve Arjantin izlemektedir (Anonim, 2013c). Türkiye 125.383 ha üretim alanı ve 3.681.158 ton üretimi ile dünya turunçgil üretiminde 9. sırada yer almaktadır (Anonim, 2013c). Dünya turunçgil üretiminin bölgelere göre dağılımında Asya bölgesi % 44,90 ile birinci sırada yer almakta, Amerika bölgesi % 34,70 ile ikinci sırada, Afrika bölgesi % 12,20 ile üçüncü sırada yer almaktadır (Anonim, 2013c).

Dünya üzerinde turunçgil üreticisi ülkelerin bir araya gelerek oluşturdukları organizasyonlar vardır. 1950 de kurulan Madrid merkezli CLAM (Liason Committee For Mediterranean Citrus) olarak bilinen Akdeniz Turunçgil İrtibat Komitesi'ne Türkiye 1989'da katılmıştır. (Hasdemir, 2007).

Türkiye dünya turunçgil üretim alanlarının en kuzey sınırında yerini almaktadır. Türkiye ekolojik koşulların elverişli olması nedeniyle turunçgil yetiştiriciliği özellikle Cumhuriyetten sonra hızla gelişmiştir. İlk dönemlerde yetiştirilen turunçgillerin önemli bir bölümü İtalya üzerinden gelmiştir. Türkiye'de turunçgil üretimi 1936 yılından itibaren devlet tarafından desteklenmesi ile başlamış olup 1950 yılında ilk ihracatımız gerçekleşmiştir (Karahocagil ve ark., 2003).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2008 yılında turunçgil bahçesi toplam alanı 1.130.614 dekar iken, 2013 yılında göre 1.273.426 dekara çıkmıştır. Turunçgil ağacı sayısında da son yıllarda belirgin bir artış olmuştur. TÜİK verilerine göre 2013 yılı toplam üretim alanı 1.273.426 dekar, toplam üretim 3.681.158 ton ve toplam turunçgil ağacı sayısının ise 36.453.864 olduğu belirtilmiştir. Türkiye'de yetiştirilen turunçgil türleri ve çeşitlerinin üretim dönemleri türlere göre farklılık göstermektedir. Türkiye'de yetiştirilen turunçgil çeşitlerinin üretim dönemleri genellikle Eylül ayında başlayıp Mayıs ayına kadar devam edebilmektedir. Türkiye'de turunçgil üretim alanları Ege ve Akdeniz bölgesinde kıyı şeridinde yoğunlaşmaktadır. Turunçgil üretim alanının % 82,7'si Akdeniz bölgesinde, % 16,38'i Ege bölgesinde, % 1,31 Marmara bölgesinde, % 0,24'ü Karadeniz bölgesinde yer almakta olup üretimin yaklaşık % 84,22'si Akdeniz bölgesinde % 14,93 Ege bölgesinde gerçekleşmektedir (Anonim, 2013b). Toplam turunçgil ağaç sayısının % 78,44'ü Akdeniz bölgesinde bulunmakta ve Akdeniz bölgesi 1.045.075 dekar turunçgil üretim alanına sahip olup 3.100.109 ton turunçgil üretilmiştir (Anonim, 2013b).



Türkiye’de turunçgil üretimi yapılan turunçgil bahçelerinin yaklaşık % 16,16’sı Hatay ilinde bulunmakta ve turunçgil üretiminin yaklaşık 17,48’i Hatay ilinde yapılmakta olup toplam turunçgil ağacının % 15,76’sı Hatay ilinde bulunmaktadır (Anonim, 2013b). Akdeniz Bölgesinde yer alan Hatay ilinde turunçgil bahçeleri Amanos Dağlarının denize bakan yamaçları boyunca yoğunlaşmaktadır. Büyük çoğunluğu Dörtyol ve Erzin çevresinde yoğunlaşmakla birlikte İskenderun, Antakya ve Samandağ ilçelerinde de turunçgil üretimi yapılmaktadır. Hatay ilinde turunçgil üretim alanının % 35,90’ı Dörtyol ilçesinde yer almakta olup turunçgil üretiminin % 38,11’i Dörtyol ilçesinde yapılmakta ve turunçgil ağaçlarının % 38,27’si Dörtyol ilçesinde bulunmaktadır (Anonim, 2013b). Dörtyol ilçesi 73.890 dekar turunçgil üretimi alanı, 245.243 ton yıllık üretim, 2.199.000 adet turunçgil ağacına sahiptir (Anonim, 2013b).

Turunçgil üretim alanında olması ve mevcut verilere göre Hatay ili ve ilçelerinde turunçgil üretiminin gelecekte de sürdürülebileceği ve ekonomik değerinin artacağını göstermektedir. Turunçgil dünya üzerinde 146’dan fazla ülkede yetiştirilmesi, ticari üretim alanlarının Akdeniz iklimi etkisindeki bölgelerde yoğunlaşması, ülkemizin de dünya üretiminde 9. sırada yer alması nedeniyle ekonomik değeri gün geçtikçe artmaktadır.

Bu çalışmanın amacı Hatay ili Dörtyol ilçesinde turunçgil üretimi ve pazarlamasını analiz etmektir. Turunçgil üretim yapısındaki değişimleri ortaya koyan Dörtyol ilçesini yansıtan bir araştırmaya ihtiyaç vardır. Bu çalışmada Türkiye’de turunçgil üretiminde 3. sırada yer alan Hatay ilinin turunçgil üretiminin yoğun olarak yapıldığı ilçelerinden biri olan Dörtyol ilçesi seçilmiştir. Çalışma kapsamında 2014 yılı Şubat, Mart ve Nisan aylarında işletmelerde anket çalışması yapılmıştır. Veriler, işletmelerin turunçgil üretimine ilişkin 2013 ve 2014 yılı faaliyetlerini kapsamaktadır. Çalışmada ülke ekonomisi ve tarım sektörü için önemli olan turunçgilin pazar payını, istihdama katkısını ve marka değerinin arttırmak amacıyla üretimi, işlenmesi, iç ve dış piyasada pazarlanması, üretimde ve pazarlamada ortaya çıkan sorunlara çözüm önerileri geliştirilmiştir. Turunçgil üretiminde ve pazarlamada etkili olan sosyo-ekonomik faktörler belirlenerek analiz edilmiştir. Üretim ve pazarlamada ortaya çıkan sorunlara çözüm önerileri geliştirerek üreticilere, sektördeki

karar vericilere, kamu kurumlarına, araştırcılara faydalı olması ve Dört Yol turunçgil ürünlerinin iç piyasada ve dış piyasada tanınması ve markalaşmasına katkı sağlanması amaçlanmıştır.



## 2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Emiroğlu (1981), Mersin ilinde turunçgil işletmelerinin ortalama arazi genişliğinin 29,5 da olduğunu belirtmiştir. İşletmelerde depolamada %40 oranla adi depo kullanmakta olduğu, %60'ında doğal depoları kullanmakta olduğunu belirtmiştir. Mersin ili merkez ilçesindeki pazarlama kuruluşlarının yapısı ve işleyişleri incelendiğinde, pazarlama kooperatiflerinin kurulmasını önermiştir.

Etkiner (1983), İçel'in Erdemli ilçesini, % 90 güvenilirlik sınırları içinde temsil eden, 78 işletmede yapılan çalışmada işletmelerin arazi genişlikleri ele alınarak elde edilen verilere göre, bölge için yeterli turunçgil işletme arazisi genişliğinin, 19 da olduğu, işletmelerde ortalama arazi genişliğinin 38,6 da olarak belirtmiştir.

Öztunç (1987), Adana ilinde turunçgil fiyatlarının aylara göre büyük değişiklik gösterdiğini belirtmiştir. Aylık portakal fiyatları geç satış döneminde yüksek olurken, mandarin ve limonda erken ve geç satış döneminde fiyatların yüksek olduğunu belirtmiştir. Üretimin bol olduğu dönemlerde satış fiyatlarının düşük olduğunu, kıt olduğu dönemlerde ise yüksek olduğunu belirtmiştir.

Akkaya ve Çelikyurt (1992), Antalya ilinde turunçgil işletmelerinin 54,5 da ortalama büyüklüğe sahip olduğunu belirtmiştir. Limonda ağaca ortalama verim 106 kg ile 115 kg arasında olduğunu dönüme ortalama verimin ise 2971 kg ile 3115 kg arasında olduğunu belirtmiştir.

Özören (1997), Turunçgil meyvelerinin üretim miktarı bakımından dünyada üretilen bütün meyveler arasında ikinci sırada yer aldığını, turunçgillerin anavatanının Güney ve Güneydoğu Asya'nın tropik ve subtropik bölgelerinin olduğunu, genellikle turunçgillerin 40° kuzey ve güney enlemleri arasında üretildiğini belirtmiştir. Ticari üretim alanlarının Akdeniz iklimi etkisindeki bölgelerde yoğunlaştığını belirtmiştir. Turunçgillerin yıllık su tüketimlerinin 800-1000 mm arasında olduğu için Doğu Karadeniz bölümü dışında kalan üretim alanlarında sulama yapılmasının zorunlu olduğunu belirtmiştir. En

çok turunçgil üretilen bölgenin Akdeniz olduğu bunu Ege ve Karadeniz bölgelerinin izlediği, üretimin %85'inden fazlasının Akdeniz, %13'ünün Ege ve %0,3'ünün Karadeniz bölgesinden sağlandığını belirtmiştir. Turunçgil üretiminin %70'inin iç piyasada tüketildiği, kişi başına ortalama tüketimin 20 kg olduğu ve yıllık iç tüketim artışının %2,2 düzeyinde olduğunu belirtmiştir.

Akkaya ve ark. (1997), Antalya ilinde işletmelerde turunçgil üreticilerinin toplamda arazi ortalamasının 137,8 dekar, narenciye üretiminde 68,1'inin değerlendirildiğini belirtmiştir.

Taşdemir ve Akkaya (2000), Ülkemizde narenciyede 80 bin ha üretim alanının üzerine çıktığını sürekli artış gösterdiğini belirtmiştir. Turunçgil işletmelerinde ortalama işletme büyüklüğünün 20 dekar dolayında olduğunu belirtmiştir.

Mutlu (2001), Çukurova bölgesinde turunçgil ihracatını etkileyen faktörlerin başında destekleme politikasıyla ilgili özelliklerin en önemli faktör olduğunu belirtmiştir. İhracatımız artması için ürün, ambalaj kalitesi gibi hususların da önemli olduğunu belirtmiştir.

Serinol (2003), Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde turunçgil üretimi yapan işletmelerin arazi varlığı ortalamasının 28,9 dekar olduğunu belirtmiştir. Pazarlamada genellikle kilo hesabı ile satış yapıldığı masrafın genellikle alıcıya yüklendiğini belirtmiştir. Üretimin tamamına yakınının pazara arz edildiğini belirtmiştir. İşletmelerde depolama, dereceleme ve satış hizmeti etkin bir şekilde yapılamadığını belirtmiştir.

Söyler (2003), Türkiye'de turunçgil üretiminin daha çok taze tüketime yönelik olarak yapılmakta olduğu ve hasatta insan işgücü kullanıldığını belirtmiştir. İşletmelerde, elle yapılan hasatlarda işçi veriminin değişken olduğunu ve bir hasat ekibinin ortalama ürün kaybının %1 ile %9,18 arasında olduğunu belirtmiştir.

Demirtaş (2005), Türkiye’de limon üretiminin yoğun olarak yapıldığı Mersin, Antalya, Adana, Hatay ve Muğla illerinde işletmelerin ortalama arazi varlığı 18,49 dekar, ağaç başına üretim 73 kg, dönüme üretim 2.088 kg, ortalama ağaç verimi 73kg olduğunu belirtmiştir. İşletmecilerin deneyimlerinin 25 yıl olduğunu, limonun üretiminde 28,9 olduğunu belirtmiştir. Fiyat düzeyi ve teknik bilginin önemli problem olduğunu belirtilmiştir.

Akgün (2006), Türkiye’de işletme büyüklüklerinin verimli bir üretim için yeterli olmadığını, İşletme başına ortalama ekim alanının 50 dekar civarında olduğunu belirtmiştir. Ülkemizde turunçgillerin dağıtım kanallarının genel itibariyle 3 şekilde gerçekleştiğini belirtmiştir.

Tok (2008), Adana ili Yüreğir ovasındaki turunçgil işletmelerinin % 31,8’i 1-50 (da), % 45,5’i 51-250 (da), % 13,6’sının 251-500 (da) ve diğerlerinin ise % 9,1’i 501 (da) ve üstü arazi varlığına sahip olduğunu belirtmiştir. Turunçgil işletmelerinde değişken masraflarda kullanılan materyaller gübre, ilaç, su, akaryakıt gibi unsurlardan oluştuğunu belirtmiştir. İşletmeler ortalaması toplam arazi varlığı 197,5 da, turunçgil üretiminde ortalama arazisi 138,6 da olduğunu belirtmiştir. Turunçgil işletmelerinde nüfus ortalaması 5,32 olduğunu belirtmiştir.

Söyler (2009), Çalışmanın yapıldığı Hatay ilinde narenciye paketleme işletmelerinin sayısının 38’e ulaştığını ve bu tesislerin istihdama ve bölge ekonomisine katkı sağladığını belirtmiştir. İşletmelerde bir saatte işlem gören mamul, portakalda 295,4 kg, altıtopda 349,3 kg ve mandarinde 172,6 kg olduğunu belirtmiştir.

Güven (2010), Adana ilinde işletmeler ortalaması toplam arazi varlığı 163,55 dekar, turunçgilde ise 87,59 dekar olarak tespit etmiştir. Arazi varlığında işletmeci mülkünde olan arazi varlığı % 84,91, kira olarak kullanılan arazi % 10,83, ortak olarak kullanılan arazinin % 4,26 olduğunu belirtmiştir. Üreticilerin % 73,02’si 31 yaşın üzerinde olduğunu, üreticilerin % 50,79’unun ilköğretim mezunu olduğunu belirtmiştir. Turunçgillerin, daha

çok kg ve toptan şekilde pazarlandığını belirtmiştir. Ürünün pazarlama masraflarının tamamının alıcı tarafından karşılandığını ifade etmiştir.

Polat (2010), Yaş olarak sebze Adana'nın üretiminin % 5,7'sine sahip olduğunu belirtmiştir. Turunçgil kişi başına yıllık ortalama tüketiminin 30 kg'dan 40 kg'a çıkartılmasının alternatif kullanım şekilleriyle mümkün olacağını belirtmiştir.

Bülbül (2011), Antalya ilinde portakal üretiminin yarısından fazlasının Finike'de olduğunu belirtmiştir. Araştırmaya katılanların % 55,5'ini kadınlar, % 44,5'ini erkekler oluşturmaktadır. Finike portakalının tanınma oranının % 76,7 olduğunu belirtmiştir. Satın alma tercihlerinde portakalın lezzetli ve sulu olmasının ilk sırada yer aldığını belirtmiştir.

Güney (2012), Çukurova bölgesinde yapılan çalışmada limon ve portakal üretiminin özel ve sosyal karlılığı ile rekabet edebilirliği analizinin yapıldığını belirtmiştir. İşletmelerde özel karlılıkların limon üretimi için düşük, portakal üretimi için ise negatif olduğunu belirtmiştir. Limon üretiminin rekabet gücünün portakala göre daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Dünyada turunçgil tüketiminde portakalın ilk sırada yer aldığını, bunun da önemli sebeplerinden birinin Avrupa kıtasında işlenmiş portakala yönelik talebin artmasının kaynaklandığını belirtmiştir.

Oral (2014), Portakal üretiminin yoğun olarak yapıldığı Adana, Antalya, Mersin ve Hatay illerinde bulunan işletmelerde portakal üreticilerinin yaş ortalamasının 51 olduğunu, eğitim ortalamasının ise 8,4 yıl olduğunu belirtmiştir. Üreticilerin % 30,3'ünde tarım dışı işlere yönelim olduğunu belirtmiştir. Portakal pazarlamasına yönelik yargılarda üründe markalaşma ve marka değerinin önemli olduğunu belirtmiştir. Portakal pazarlamasında en önemli sorunun fiyat istikrarsızlığı olduğunu belirtmiştir.

Navarro (2015), İspanya'da turunçgil üretiminin yaklaşık % 50'si taze meyve olarak ihraç edilmekte, % 20'si iç piyasada taze meyve olarak tüketilmekte, % 18'i işlenmekte olup geri kalanı da üretimden tüketim aşamasına kadar ortaya çıkan kayıplardan oluştuğunu belirtmiştir. Turunçgil üretiminde İspanya 5. üretim ülkesi

olduğunu ve dünyada ilk taze meyve ihracatını yapan ülkenin İspanya olduğunu belirtmiştir.

Aygören (2015), Teknolojide yaşanan gelişmeler ve pazarlamada ortaya çıkan gelişmelerin turunçgil üretimi ve pazarlamasına katkı sağladığını belirtmiştir. Turunçgil sektörünün günümüzde yüksek düzeyde rekabetçi küresel pazarlar yörüngesinde gelişmekte olduğunu belirtmiştir.

Roose (2015), Turunçgil tüketicilerin yıl boyunca aradıkları ürün olması nedeniyle daha fazla üretim gerektiğini belirtmiştir. Yoğun taleple karşılaşılması durumunda yeni çeşitlerin kullanılabilmesi ve geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymuş olup bu durumun üreticileri tüm yıl üretimi devam ettirecek şekilde turunçgil ıslahı için yeni aşı sürgünleri ve kökler arayışına yönelttiğini belirtmiştir.

### 3. MATERYAL VE METOT

#### 3.1. Materyal

Araştırmanın ana materyalini Hatay İli Dörtüol İlçe merkezine bağlı mahalleler de turunçgil üretimi yapan işletmelerle yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Anketler 2014 yılı Şubat, Mart ve Nisan aylarında yapılmıştır. Ana kitle belirlenmesinde Hatay İli Dörtüol Tarım İlçe Müdürlüğü Çiftçi Kayıt Sistemi verilerinden yararlanılmıştır (Anonim, 2013a).

Örnek hacim tespit edilmesinde aşağıdaki oransal örnek hacminin formülünden faydalanılmıştır (Newbold, 1995; Miran, 2002).

$$n = \frac{Np(1-p)}{(N-1)\sigma_{\hat{p}_x}^2 + p(1-p)}$$

Formülde;

$$\sigma_{\hat{p}_x}^2 = \text{Oran Varyansı}$$

n: Örnek hacim

N: Ana kitlenin birey sayısını

p: oran (p: 0.5 olarak alınmıştır).

Bu durumda %95 güven aralığıyla ve %10 hata payıyla örnek hacim 91 bulunmuştur. Örnek hacmi ilçe merkezi ve mahallelere oransal olarak dağıtılmıştır. Örneğe seçilen işletmelerin belirlenmesinde tesadüfî örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Veriler, işletmelerin turunçgil üretimine ilişkin 2013 ve 2014 yılı faaliyetlerini kapsamaktadır.



### 3.2. Yöntem

Turunçgil üreten işletmeler arazi varlığına göre; işletmeler frekans dağılımından da yararlanarak gruplandırılmıştır. 1 - 40 (da) arası arazi varlığına sahip olanlar küçük işletmeler, 41 – 50 (da) arası arazi varlığına sahip olanlar orta büyüklükte işletmeler ve 50 (da) üzeri arazi varlığına sahip olanlar ise büyük işletmeler olarak gruplandırılarak analiz edilmiştir. İşletmelerde brüt (gayri safi) üretim değeri, değişken masraf ile brüt kâr hesaplanarak karşılaştırmalar yapılmıştır. İşletmeler arası değerlendirmelerde ortalamalar ve oransal karşılaştırmalardan yararlanılmıştır.

Likert tipi sorularda; '1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili' ifade etmektedir. Tüm Likert tipi sorularda ortalamaların yorumlanmasında aşağıdaki skaladan yararlanılmıştır (Palaz ve Boz, 2008).

- 0-1.49 Kesinlikle etkisiz (KKE),
- 1.50 – 2.49 Az etkili (AE),
- 2.50 – 3.49 Orta etkili (ORE),
- 3.50 – 4.49 Oldukça etkili (OLE),
- 4.50 – 5.00 Kesinlikle etkili (KE)

#### 3.2.1. Örneklemde kullanılan yöntemler

Çizelge 3,1'de Hatay ili Dört Yol ilçesinde turunçgil üretimi yapan işletmelerle yapılan anketlerin üretim yerlerine göre dağılımı verilmiştir (Çizelge 3.1). Bu çalışma kapsamında toplam 91 işletmede anket çalışması yürütülmüştür. İşletme büyüklükleri sahip oldukları arazi varlığına göre belirlenmiştir. İşletmelerin %34,07'si küçük işletmelerden, %35,16'sı orta büyüklükteki işletmelerden ve %30,77'si ise büyük işletmelerden oluşmaktadır (Çizelge 3.2).

Çizelge 3.1. Anket yapılan üretim yerleri

Üretim yeri	Üretici Sayısı	%
Altınçağ	5	5,49
Çaylı	6	6,59
Karakese	12	13,19
Kuzuculu	3	3,30
Merkez	18	19,78
Ocaklı	12	13,19
Yeniyurt	27	29,67
Yeşilköy	8	8,79
Toplam	91	100,00

Çizelge 3.2. İşletmelerin sınıflandırılması

Arazi varlığı	Grup adı	Üretici Sayısı	%
1 – 40 (da)	1. Grup	31	34,07
41 – 50 (da)	2. Grup	32	35,16
51 ve üzeri (da)	3. Grup	28	30,77
Toplam		91	100,00

### 3.2.2. İşletme analizinde kullanılan yöntemler

İşletmelerin sosyo-ekonomik yapıları, işletmelerin demografik yapısı, işletme yöneticilerin durumu, işletme yöneticilerinin özellikleri, iş gücü varlığı ve kullanım durumu, işletmelerde arazi varlığı (TL/da), ağaç değeri (TL/adet) ve sulama durumu incelenmiştir. Turunçgil yetiştiriciliğinin tercih edilmesinde etkili olan faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan çalışmada işletmelerde toplam alet makine varlığı (adet), traktör sayısı (adet), yıllık tamir masrafı (TL), alet ve makinelerin toplam değeri (TL) incelenmiştir.

İşletmelerde turunçgil üreticilerinin turunçgil üretiminde bilgiye ulaşım ve eksikliklerin giderilmesi açısından işletmelerdeki yetersizlikler ve bilgi eksiklikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini hasat sonrası pazarlama yöntemleri ve öne çıkan pazarlama tercihleri incelenmiştir. Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini pazarlamada alıcı tercihleri kişi ve kuruluşlar açısından incelenmiştir. Ayrıca ürün satışlarında ödeme şekilleri, hasat sonrası satış tercih nedenleri, toptan satış tercih nedenleri, fiyat oluşumu takip yöntemleri, ürünlerin hasat işleminde tercih edilen yöntemler, pazarlamada tercih edilen depolama teknikleri ve turunçgil satış zamanları incelenmiştir. Turunçgil yetiştiricilerinin; sahip oldukları arazi varlığı (da), ağaç yaşı (yıl), dekadaki ağaç sayısı (adet/da), dekara elde ettikleri meyve verimi (kg/da) ve ağaç başına elde ettikleri meyve verimi (kg/ağaç adet) yönünden türlere göre incelemiştir. İşletmelerde türlere göre gayrisafi üretim değeri, dekarda değişken masraflar, ağaç başına değişken masraflar, işletme faaliyetleri sonucu ortaya çıkan dekarda brüt kâr, işletmelerde ortalama brüt kâr, ağaç başına brüt kâr toplanan verilere göre incelenmiştir.

Turunçgil yetiştiricileri ile yapılan anket çalışmasında üretim miktarını etkileyen üretim risk faktörleri, turunçgil üretimini etkileyen faktörler ve turunçgil üretimini etkileyen faktörlere karşı alınan önlemler incelenmiştir. İşletmelerde turunçgil üretiminde üreticilerin beklentileri ve turunçgil yetiştiriciliğini sürdürme ile ilgili beklentileri sorgulanmıştır.

Turunçgil üretimi sonrası pazarlamada ortaya çıkan yasal sorunlar, ekonomik sorunlar, sosyal sorunlar ve teknik sorunlar üreticiler açısından değerlendirilerek öne çıkan sorunlar ortaya konulmuştur. Pazarlamada ortaya çıkan yasal sorunlar, ekonomik sorunlar, sosyal sorunlar ve teknik sorunları çözmeye yönelik üreticilerin önerileri değerlendirilerek öne çıkan çözüm önerileri ortaya konulmuştur. Turunçgil pazarlamasında üreticilerin olmasını istedikleri pazarlamaya aracı kuruluşlar incelenmiştir. İşletmelerde turunçgil üretimi ve pazarlaması ile ilgili ortaya çıkan verilere göre sonuçlar değerlendirilerek öneriler geliştirilmiştir.

### **3.3. Araştırma Alanları Hakkında Genel Bilgiler**

#### **3.3.1. Hatay ili**

Çalışmanın yürütüldüğü ilçenin bağlı olduğu Hatay ili ülkemizin güneyinde, İskenderun körfezinin doğu kıyılarında yer alır. Batıdan Akdeniz, güney ve doğudan Suriye, kuzeybatıdan Adana, kuzeyden Osmaniye ve kuzeydoğudan Gaziantep ile çevrilidir. Hatay ilinde bitki deseni olarak buğday, sanayi bitkileri (pamuk, mısır), sebzeler, zeytinlikler, yağlı tohumlar, narenciye, meyve, tarla sebzeçiliği, yem bitkileri ikinci ürün ve ara ziraatı olmak üzere toplam 275.578 hektar ekim alanı bulunmaktadır (Anonim, 2015a). Türkiye’de turunçgil üretim alanının % 16,16’sı Hatay ilinde bulunmakta olup turunçgil üretiminin yaklaşık % 17,48’i Hatay ilinde yapılmaktadır (Anonim, 2013b). Hatay ilinde turunçgil üretim alanları Amanos Dağlarının denize bakan yamaçları boyunca yoğunlaşmaktadır. Daha çok Dört Yol ve Erzin çevresinde bulunmakla birlikte İskenderun, Antakya ve Samandağ ilçelerinde de turunçgil bahçeleri bulunmaktadır. Hatay ili 205.835 dekar turunçgil üretim alanına sahiptir (Anonim, 2013b).

### 3.3.1. Dörttyol ilçesi

Çalışmanın yürütüldüğü Hatay ili Dörttyol ilçesi Akdeniz Bölgesinin doğusunda yer almakta olup doğusunda Amanos dağları ve Hassa ilçesi, güneyinde Payas ilçesi, batısında İskenderun Körfezi, kuzeyinde ise Erzin ilçesi bulunmaktadır. İlçenin yüzölçümü 342 Km<sup>2</sup> dir. Tipik Akdeniz iklimi görülen, 70 m rakımlı Dörttyol ilçesi, ülkemizde Rize ilinden sonra en fazla yağış alan merkezlerden olup nispi nem ortalaması % 48,3 tür. (Anonim, 2016a). 2016 yılı Çiftçi kayıt sistemi (ÇKS) verilerine göre Dörttyol ilçesinde sisteme kayıtlı tarım arazilerinin % 60,60'ında turunçgil, % 13,64'ünde zeytin, % 8,74'ünde buğday tarımı yapılmaktadır (Çizelge 3.3). Dörttyol ilçesinde 3.379 büyükbaş hayvan, 33,350 kanatlı hayvan, 5.175 küçükbaş hayvan, 33.600 adet arı kovanı bulunmakta olup ilçede ayrıca 7'si tarımsal kalkınma, 3'ü sulama, 1'i su ürünleri olmak üzere 11 adet kooperatif ve 1 adet üretici birliği bulunmaktadır (Anonim, 2015b). Dörttyol ilçesinde tarım ürünleri içerisinde çoğunlukla turunçgil üretimi yapılmaktadır. Turunçgil bahçeleri Amanos Dağlarının denize bakan yamaçları boyunca yoğunlaşmaktadır. Hatay ilinde turunçgil üretim alanının % 35,90'ı Dörttyol ilçesinde yer almakta olup turunçgil üretiminin % 38,11'i Dörttyol ilçesinde yapılmakta ve turunçgil ağaçlarının % 38,27'si Dörttyol ilçesinde bulunmaktadır (Anonim, 2013b). Dörttyol ilçesi 73.890 dekar turunçgil üretimi alanı, 245.243 ton yıllık üretim, 2.199.000 adet turunçgil ağacına sahiptir (Anonim, 2013b).

Çizelge 3.3. Dörtüol ilçesi ürün dağılımı

Ürün adı	Toplam Alan (da)	Toplam Alan (%)
Turunçgiller	72.670,00	60,60
Zeytin	16.350,00	13,64
Kayısı	1.450,00	1,21
Ceviz	110,00	0,09
Buğday (Diğer)	10.480,00	8,74
Arpa (Diğer)	300,00	0,25
Soğan (Kuru)	1.800,00	1,50
Fasulye ( taze )	9.000,00	7,51
Patlıcan	2.000,00	1,67
Marul	1.600,00	1,33
Ispanak	1.000,00	0,83
Hıyar	850,00	0,71
Bezelye	600,00	0,50
Kabak	450,00	0,38
Biber	650,00	0,54
Diğer	600,00	0,50
Toplam	119.910,00	100,00

Kaynak: Çiftçi Kayıt Sistemi (Anonim, 2016b).

## 4. ARAŞTIRMA BULGULARI

### 4.1. İşletmelerin Sosyo-ekonomik Yapıları ve İşletme Organizasyonları

İşletmelerin sosyo-ekonomik yapılarının incelenmesinde, işletmelerin demografik yapısı, işletme yöneticilerin durumu, işletme yöneticilerinin özellikleri, iş gücü varlığı ve kullanım durumu, işletmelerde arazi varlığı ve sulama durumu ele alınmıştır.

#### 4.1.1. İşletmelerde aile büyüklüğü

İşletmeler ortalama 2,81 kişiden oluşmaktadır. İşletmelerde mevcut nüfusun %48,05'i kadınlar ve %51,95'i erkeklerden oluşmaktadır. Farklı gruptaki işletmelerde hane halkı sayısı ortalama 2,63 ile 2,94 arasında değişmektedir (Çizelge 4.1).

Çizelge 4.1. İşletmelerin nüfus mevcudu

İşletme Grupları		Kadın	Erkek	Toplam
1.Grup	Kişi	1,42	1,52	2,94
	%	48,28	51,57	100,00
2.Grup	Kişi	1,28	1,34	2,63
	%	48,72	51,09	100,00
3.Grup	Kişi	1,36	1,54	2,89
	%	46,96	53,14	100,00
Genel	Kişi	1,35	1,46	2,81
	%	48,05	51,95	100,00

İşletmelerde yaş grupları itibarıyla işletme başına karşılık gelen ortalama nüfus miktarı ve yüzdeleri Çizelge 4,2’de verilmiştir. İşletmelerdeki fertler yaş gruplarına göre incelendiğinde 7-14 yaş grubunun ortalama % 2,25, 15-65 yaş grubunun ortalama % 97,75 olduğu görülmektedir. İşletmelerde en az yer alan yaş gurubu ise 7-14 yaş grubudur (Çizelge 4.2 ).

Çizelge 4.2. Yaş gruplarına göre nüfus miktarı ve dağılımı

İşletme Grupları		Yaş Grupları		
		7-14	15-65	Toplam
1.Grup	Kişi	0,06	2,84	2,9
	%	2,22	97,78	100
2.Grup	Kişi	0,13	2,5	2,63
	%	4,76	95,23	100
3.Grup	Kişi	0	2,89	2,89
	%	0	100	100
Genel	Kişi	0,06	2,75	2,81
	%	2,25	97,75	100

Çizelge 4.3’ de İşletmelerde işletme yöneticilerinin yaş durumları iki gruba ayrılarak verilmiştir. İşletme ortalamasına göre 50 ve üzeri yaş grubu % 74,72 ile çoğunluğu oluşturmaktadır. 15-49 yaş grubu % 25,27’lik bir paya sahiptir (Çizelge 4.3 ).



Çizelge 4.3. İşletme yöneticilerinin yaş gruplarına göre dağılımı

İşletme Grupları		Yaş Grupları		
		15-49	50 ve üzeri	Toplam
1.Grup	Kişi	7	24	31
	%	22,58	77,41	100
2.Grup	Kişi	6	26	32
	%	18,75	81,25	100
3.Grup	Kişi	10	18	28
	%	35,71	64,28	100
Genel	Kişi	23	68	91
	%	25,27	74,72	100

Ayrıca, yapılan analiz sonuçlarına göre ailedeki kişi sayısı ortalama 2,81 olarak bulunmuş ve ailedeki birey sayısı en az 2 en fazla 5 olarak tespit edilmiştir. Yine işletmelerde toplam 91 erkek işletmecinin olduğu görülmüştür. İşletmecilerin yaş ortalaması 52,33 olarak bulunmuştur. Oral (2014) yaptığı çalışmasında portakal üreticilerinin yaş ortalamasının 51 olduğunu belirtmiştir. Tarım işletmelerindeki faaliyetlerin verimli bir şekilde yürütülmesinde, işgücünün sermaye ve toprak arasında bir denge vazifesi görmesinin etkisi büyüktür (Talim ve ark., 1990). Türkiye’de tarım sektöründe özel mülkiyete bağlı küçük aile işletmelerinin yoğunlukta olduğu bir yapı mevcuttur.

#### 4.1.2. İşletmelerdeki yöneticilerin eğitim durumu

İşletme yöneticilerinin eğitim durumuyla ilgili bilgiler incelendiği takdirde toplamda ilkokul mezunu % 39,56 olarak, ortaokul mezunu % 20,88 olarak, lise mezunları ise % 39,56 olarak tespit edilmiştir. İlkokul mezunları 2. grubun en yükseği % 50’sini oluştururken, 3. grubun ise en düşüğü % 32,14’ünü oluşturmaktadır. Ortaokul mezunları grupların tamamında en düşüğünü oluşturmaktadır. Lise mezunları 1. grubun en yükseği % 48,39’unu oluştururken, 3. grubun en yükseği % 39,29’unu oluşturmaktadır (Çizelge 4.4 ).

Güven (2010) yaptığı çalışmasında üreticilerin % 50,79'unun ilköğretim mezunu olduğunu belirtmiştir. Oral (2014) yaptığı çalışmasında eğitim ortalamasının 8,4 yıl olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.4. İşletme yöneticilerin eğitim durumu

Gruplar	1.Grup	%	2.Grup	%	3.Grup	%	Genel	%
İlkokul	11,00	35,48	16,00	50,00	9,00	32,14	36,00	39,56
Ortaokul	5,00	16,13	6,00	18,75	8,00	28,57	19,00	20,88
Lise	15,00	48,39	10,00	31,25	11,00	39,29	36,00	39,56
Toplam	31,00	100	32,00	100	28,00	100	91,00	100

#### 4.1.3. İşletmelerde işletme yöneticilerinin bazı özellikleri

İşletmecilerin çiftçilik tecrübelerinin en az 10 yıl, en fazla 40 yıl ve ortalama ise 26,51 yıl olduğu tespit edilmiştir. İşletmecilerin turunçgil yetiştiriciliği tecrübelerinin en az 10 yıl, en fazla 40 yıl ve ortalama ise 22,84 yıl olduğu tespit edilmiştir. İşletme büyüklüğüne göre çiftçilik tecrübesi ve turunçgil yetiştiriciliği tecrübesi farklılık göstermektedir (Çizelge 4.5). Demirtaş (2005) yaptığı çalışmada İşletmecilerin tecrübelerinin 25 yıl olduğunu, limonun üretiminde 28,9 olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.5. Üreticilerin çiftçilik tecrübesi (Yıl)

İşletme Grupları	Çiftçilik Tecrübesi (Yıl)			Turunçgil Yetiştiriciliği Tecrübesi (Yıl)		
	Ortalama	En Az (Min)	En Fazla (Max)	Ortalama	En Az (Min)	En Fazla (Max)
1.Grup	26,39	10	40	22,67	10	40
2.Grup	26,84	10	40	23,71	10	40
3.Grup	26,25	10	40	22,03	10	40
Genel	26,51	10	40	22,84	10	40

#### 4.2. İşletmelerde Arazi Varlığı ve Sulanma Durumu

İşletmelerde işletme sahiplerinin tamamının turunçgil üretiminde kendi öz mülk arazilerini kullandıkları, kiracılık veya ortaklığın olmadığı belirlenmiştir. İşletmelerin tamamında sulama yapılabilir. İşletmelerin büyük çoğunluğunda 88 işletmede sulama kanalı ile sulama işlemi yapılmakta, 2 işletmede artezyen kuyu, sondaj ve 1 işletmede drenaj kanalı tercih edilmektedir. Turunçgiller yıllık su gereksinimi ağacın durumuna göre değişir. Ortalama yıllık su ihtiyacı 800 – 1200 mm arasındadır. Turunçgil üretiminde iklim koşullarına bağlı olarak Mayıs ayının ortalarından başlayarak Ekim ayının ortalarına kadar sulama yapılmaktadır. Sulama aralığı hava sıcaklığının düşük olduğu ilk aylarda sulama aralığı 25 – 30 günde bir iken, hava sıcaklığının yükseldiği yaz aylarında 15 – 20 güne bir sulama yapılmaktadır (Anonim, 2016c).

### 4.3. İşletmelerde Arazi Alanları

Turunçgil işletmelerinde ortalama turunçgil üretim alanı 47,31 (da) olarak belirlenmiştir. Birinci grupta ortalama turunçgil üretim alanı 36,23 da, en küçük turunçgil üretim alanı 28 da, en büyük turunçgil üretim alanı 40 da olarak saptanmıştır. İkinci grupta ortalama turunçgil üretim alanı 46,72 da, en küçük turunçgil üretim alanı 42 da, en büyük turunçgil üretim alanı 50 da olarak saptanmıştır. Üçüncü grupta ortalama turunçgil üretim alanı 60,28 da, en küçük turunçgil üretim alanı 52 da, en büyük turunçgil üretim alanı 80 da olarak saptanmıştır. İşletmelerde en küçük turunçgil üretim alanı 28 da, en büyük turunçgil üretim alanı 80 da olarak saptanmıştır (Çizelge 4.6). Emiroğlu (1981) yaptığı çalışmada turunçgil işletmelerinin ortalama arazi genişliğinin 29,5 da olduğunu belirtmiştir. Güven (2010) yaptığı çalışmada ortalama turunçgil üretim alanını 87,59 (da) olarak bulmuştur.

Çizelge 4.6. İşletmelerde turunçgil üretim alanları (da)

İşletme Grupları	En Az (Min)	En Fazla (Max)	Ortalama
1.Grup	28	40	36,23
2.Grup	42	50	46,72
3.Grup	52	80	60,28
Genel	28	80	47,31

#### 4.3.1. İşletmelerde arazi değeri

Hatay ili Dört Yol ilçesinde yapılan çalışmada dekarda arazi fiyatlarının gruplar arası karşılaştırılmasında arazi kıymetinin; arazinin vasfına ve arazinin konut alanlarına, sanayi tesislerine, deniz kıyısı ve yola yakınlık uzaklık durumuna göre değişmekte olduğu saptanmış, gruplara göre arazi değeri çizelge 4.7'de gösterilmiştir.

Üretici beyanına göre işletmeler geneline göre arazi değeri en düşük 10.000 TL/da en yüksek 50.000 TL/da ortalama ise 24.613 TL/da olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 4.7).

Çizelge 4.7. İşletmelerdeki arazi değeri (TL/da)

İşletme Grupları	En Az (Min)	En Fazla (Max)	Ortalama
1.Grup	10.000	50.000	21.068
2.Grup	10.000	45.000	23.275
3.Grup	12.000	50.000	24.990
Genel	10.000	50.000	24.613

#### 4.3.2. İşletmelerde ağaç değeri

Üretici beyanına göre ağaç birim fiyatlarının ağacın yaşı, bakım durumu ve arazinin toprak yapısına göre değişmekte olduğu belirlenmiştir. Gruplar arası karşılaştırılmada orta büyüklükteki işletmelerde ağaç değerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Genel ortalama incelendiği takdirde ise ağaç değerinin en az 120 TL, en fazla 150 TL ortalama ise 124,37 TL olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 4.8).

Çizelge 4.8. İşletmelerdeki ağaç değeri (TL/adet)

İşletme Grupları	En Az (Min)	En Fazla (Max)	Ortalama
1.Grup	120	150	126,58
2.Grup	120	150	127,28
3.Grup	120	150	123,45
Genel	120	150	124,37

#### 4.4. Alet Makine Varlığı

Turunçgil yetiştiren işletmeler sahip oldukları tarımsal alet ve makineler durumu yönünden incelendiğinde işletme başına ortalama 1 traktöre sahip oldukları tespit edilmiştir. İşletmelerin sahip oldukları traktörlerin mevcut ortalama değeri ise 31.736,26 TL/adet olduğu görülmüştür (Çizelge 4.9).

Çizelge 4.9. Alet makine varlığı

Faktörler	İşletme Grupları			
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel
Traktör sayısı (adet)	1,00	1,00	1,00	1,00
Traktör Güncel Değeri (TL)	29.483,87	32.281,25	33.607,14	31.736,26
Yıllık Tamir Masrafı (TL)	1.219,35	1.243,75	1.103,57	1.192,31
Alet Makine Toplam Değer (TL)	1.281,82	1.295,80	2.715,64	1.764,42
Alet Makine Yıllık Masraf (TL)	333,91	358,89	459,18	384,00

#### 4.5. Turunçgil Üretim Bilgileri

İşletmelerde turunçgil yetiştiricilerinin; sahip oldukları arazi varlığı, ağaç yaşı, dekardaki ağaç sayısı, dekara elde ettikleri meyve verimi ve ağaç başına elde ettikleri meyve verimi yönünden incelenmiştir. Turunçgil alanının türlere göre dağılımında portakal alanı % 33, mandarin alanı % 60, limon alanı % 7 alana sahiptir. Turunçgil türlerinden portakal üretiminde; ağaçların ortalama yaşı 19,29, dekardaki ağaç sayısı ortalama 20,94, sahip oldukları arazi varlığı 33,96 – 43,50 (da) arasında değişmekte olup ortalama arazi varlığı ise 39,72 olarak belirlenmiştir. Ağaç başına verim ortalama 160 (kg/ağaç adet) olarak tespit edilmiştir. Ayrıca dekardan elde ettikleri portakal miktarı 2.801,49 kg/ da ve işletme başına düşen toplam üretim miktarı ortalaması ise 111.301,41 kg olarak tespit edilmiştir (Çizelge 4.10). Portakal üretiminde ağaç başına verim 160 (kg/ağaç adet) ile TÜİK verilerine göre Türkiye ortalamasının üzerinde bir değere sahiptir. TÜİK verilerine göre portakal çeşitlerinde ağaç başına verim; washington 133 (kg/ağaç adet), yafa 116 (kg/ağaç adet) ve diğerleri 130 (kg/ağaç adet) olarak gerçekleşmiştir (Anonim, 2013b).

Çizelge 4.10. Portakal üretim bilgileri

Üretim Bilgileri	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Ağaç Yaşı (Yıl)	19,62	18,81	19,54	19,29
Toplam ağaç sayısı (adet)	694,81	863,71	921,36	831,04
Dekara düşen ağaç sayısı (adet/da)	20,53	21,00	21,26	20,94
Alan (da)	33,96	41,13	43,50	39,72
Verim (kg/da)	2.810,25	2.790,97	2.805,00	2.801,49
Verim (kg/ağaç adet)	167,17	157,14	156,50	160,00
Üretim miktarı (kg)	95.611,15	114.856,45	121.935,00	111.301,41

Turunçgil türlerinden limon üretiminde; ağaçlarının ortalama yaşı 18,39, dekadaki ağaç sayısı ortalama 21,17, sahip oldukları arazi varlığı 15 – 26,15 (da) arasında değişmekte olup ortalama arazi varlığı ise 22,17 olarak belirlenmiştir. Ağaç başına verim ortalama 100 (kg/ağaç adet) olarak tespit edilmiştir. Ayrıca dekadadan elde ettikleri limon miktarı 2.745,22 kg/ da ve işletme başına düşen toplam üretim miktarı ortalaması ise 60.671,74 kg olarak tespit edilmiştir (Çizelge 4.11). Limon üretiminde ağaç başına verim 100 (kg/ağaç adet) ile TÜİK verilerine göre Türkiye ortalamasına yakın bir değere sahiptir. TÜİK verilerine göre limon üretiminde ağaç başına verim 112 (kg/ağaç adet) olarak gerçekleşmiştir (Anonim, 2013b). Üretim yerlerinin iklim ve coğrafi özelliklerine göre verimde de farklılıklar görülmektedir. Akkaya ve Çelikyurt (1992) yaptıkları çalışmada limonda ağaca ortalama verimin 106 kg ile 115 kg arasında olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.11. Limon üretim bilgileri

Üretim Bilgileri	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Ağaç Yaşı (Yıl)	20,00	18,57	17,92	18,39
Toplam ağaç sayısı (adet)	315,00	345,00	549,23	456,52
Dekara düşen ağaç sayısı (adet/da)	21,00	20,00	22,50	21,17
Alan (da)	15,00	17,86	26,15	22,17
Verim (kg/da)	2.730,00	2.600,00	2.826,92	2.745,22
Verim (kg/ağaç adet)	99,44	98,22	102,35	100,00
Üretim miktarı (kg)	40.950,00	45.300,00	73.500,00	60.671,74



Turunçgil türlerinden mandarin üretiminde; ağaçlarının ortalama yaşı 20,27, dekadaki ağaç sayısı ortalama 21,33, sahip oldukları arazi varlığı 23 – 32,50 (da) arasında değişmekte olup ortalama arazi varlığı ise 29,06 olarak belirlenmiştir. Ağaç başına verim ortalama 120 (kg/ağaç adet) olarak tespit edilmiştir. Ayrıca dekardan elde ettikleri mandarin miktarı 2.828,00 kg/ da ve işletme başına düşen toplam üretim miktarı ortalaması ise 82.273,33 kg olarak tespit edilmiştir (Çizelge 4.12). Mandarin üretiminde ağaç başına verim 120 (kg/ağaç adet) ile TÜİK verilerine göre Türkiye ortalamasının üzerinde bir değere sahiptir. TÜİK verilerine göre mandarin çeşitlerinde ağaç başına verim; satsuma 94 (kg/ağaç adet), clementin 94 (kg/ağaç adet), king 117 (kg/ağaç adet) ve diğerleri 89 (kg/ağaç adet) olarak gerçekleşmiştir (Anonim, 2013b).

Çizelge 4.12. Mandarin üretim bilgileri

Üretim Bilgileri	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Ağaç Yaşı (Yıl)	20,00	22,00	18,80	20,27
Toplam ağaç sayısı (adet)	682,50	665,00	483,00	610,17
Dekara düşen ağaç sayısı (adet/da)	20,00	21,00	23,00	21,33
Alan (da)	32,50	31,67	23,00	29,06
Verim (kg/da)	2.800,00	2.870,00	2.814,00	2.828,00
Verim (kg/ağaç adet)	118,81	121,78	119,40	120,00
Üretim miktarı (kg)	91.350,00	89.950,00	65.520,00	82.273,33

#### 4.6. Değişken Masraflar

İşletmelerde değişken masraflar; budama, toprak işleme, sulama, gübreleme, ilaçlama, hasat, taşıma masraflarından oluşmaktadır. Turunçgil türlerinden mandarin üretiminde; dekara ortalama değişken masraf 861,43 TL/da olarak saptanmıştır. Ağaç başına değişken masraf 41,02 TL/adet olarak saptanmıştır (Çizelge 4.13). Tok (2008) yaptığı çalışmasında turunçgil işletmelerinde değişken masraflar içerisinde % 72,3 paya sahip olan kullanılan materyallerin gübre, ilaç, su, akaryakıt gibi unsurlardan oluştuğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.13. Mandarin değişken masraflar (TL/da)

Değişken Masraflar	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Budama	84,84	85,45	82,19	84,02
Sulama	47,22	48,00	45,65	46,92
Gübreleme	151,38	153,80	151,85	152,06
İlaçlama	213,75	219,96	212,77	214,73
Hasat	361,89	364,50	341,42	354,86
Taşıma	70,29	71,07	72,70	71,39
Toprak İşleme	130,78	131,24	110,05	123,48
Toplam Değişken Masraf	844,05	928,81	841,84	861,43
Toplam Değişken Masraf	40,19	44,23	40,09	41,02

Turunçgil türlerinden mandarin üretiminde değişken masraflarının % 33,88'ini en yüksek oranla hasat masrafları oluşturmaktadır. İkinci sırada % 20,50 ile ilaçlama masrafları gelmektedir. Değişken masraflar içerisinde en az pay % 4,48 ile sulama masrafları oluşturmaktadır (Çizelge 4.14).

Çizelge 4.14. Mandarin değişken masrafların oransal dağılımı (%)

Değişken Masraflar	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Budama	8,00	7,96	8,08	8,02
Sulama	4,45	4,47	4,49	4,48
Gübreleme	14,28	14,32	14,94	14,52
İlaçlama	20,16	20,48	20,93	20,50
Hasat	34,14	33,94	33,58	33,88
Taşıma	6,63	6,62	7,15	6,82
Toprak İşleme	12,34	12,22	10,83	11,79
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

Turunçgil türlerinden portakal üretiminde; dekara ortalama değişken masraf 921,47 TL/da olarak saptanmıştır. Ağaç başına değişken masraf 44,54 TL/adet olarak saptanmıştır (Çizelge 4.15).

Çizelge 4.15. Portakal değişken masraflar (TL/da)

Değişken Masraflar	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Budama	88,10	86,20	85,97	86,70
Sulama	49,81	48,81	49,64	49,39
Gübreleme	156,03	153,42	154,97	154,73
İlaçlama	222,12	217,83	221,51	220,39
Hasat	317,48	323,72	321,06	321,18
Taşıma	72,65	71,00	70,00	71,22
Toprak İşleme	132,12	129,74	131,95	131,19
Toplam Değişken Masraf	873,25	920,71	967,10	921,47
Toplam Değişken Masraf	44,23	43,84	45,60	44,54

Turunçgil türlerinden Portakal üretiminde değişken masraflarının % 31,04'ünü en yüksek oranla hasat masrafları oluşturmaktadır. İkinci sırada % 21,30 ile ilaçlama masrafları gelmektedir. Değişken masraflar içerisinde en az pay % 4,77 ile sulama masrafları oluşturmaktadır (Çizelge 4.16).

Çizelge 4.16. Portakal değişken masrafların oransal dağılımı (%)

Değişken Masraflar	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Budama	8,48	8,36	8,31	8,38
Sulama	4,80	4,74	4,80	4,77
Gübreleme	15,03	14,88	14,97	14,95
İlaçlama	21,39	21,13	21,40	21,30
Hasat	30,58	31,41	31,02	31,04
Taşıma	7,00	6,89	6,76	6,88
Toprak İşleme	12,72	12,59	12,75	12,68
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

Turunçgil türlerinden limon üretiminde; dekara ortalama değişken masraf 946,84 TL/da olarak saptanmıştır. Ağaç başına değişken masraf 45,80 TL/adet olarak saptanmıştır (Çizelge 4.17).

Çizelge 4.17. Limon değişken masraflar (TL/da)

Değişken Masraflar	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Budama	22,29	23,72	37,23	31,17
Sulama	49,64	46,88	49,67	48,82
Gübreleme	154,78	140,58	154,86	150,51
İlaçlama	222,17	211,43	222,00	218,81
Hasat	272,53	295,67	334,40	315,40
Taşıma	72,58	68,99	72,65	71,64
Toprak İşleme	131,86	131,95	123,80	127,33
Toplam Değişken Masraf	925,84	867,13	994,61	946,84
Toplam Değişken Masraf	44,09	43,62	47,36	45,80

Turunçgil türlerinden limon üretiminde değişken masraflarının % 32,73'ünü en yüksek oranla hasat masrafları oluşturmaktadır. İkinci sırada % 22,71 ile ilaçlama masrafları gelmektedir. Değişken masraflar içerisinde en az pay % 3,23 ile budama masrafları oluşturmaktadır (Çizelge 4.18). Demirtaş (2005) limon üretiminde materyal masraflarının Çukurova'da % 25,93 olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.18. Limon değişken masrafların oransal dağılımı (%)

Değişken Masraflar	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Budama	2,41	2,58	3,74	3,23
Sulama	5,36	5,10	4,99	5,07
Gübreleme	16,72	15,29	15,57	15,62
İlaçlama	24,00	23,00	22,32	22,71
Hasat	29,44	32,16	33,62	32,73
Taşıma	7,84	7,51	7,30	7,43
Toprak İşleme	14,24	14,35	12,45	13,21
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

#### 4.7. Brüt Kâr

Brüt Kâr; brüt üretim değerinden değişken masrafların çıkarılması sonucu elde edilmiştir. Turunçgil türlerinden mandarin üretiminde; dekara düşen ortalama brüt kâr (BK) 878,58 TL/da olarak hesaplanmıştır. İşletme büyüklüğü ile birlikte brüt kâr bir miktar artmaktadır. Büyük işletmelerde ortalama brüt kâr 909,56 TL/da ile en yüksek, orta büyüklükteki işletmelerde 898,19 TL/da ve küçük ölçekli işletmelerde 842,95 TL/da ile en düşük düzeyde bulunmuştur (Çizelge 4.19). Mandarin üretiminde işletmelerde elde edilen toplam brüt kâr ortalama 25.415,86 TL olarak saptanmıştır. İşletmelerde ortalama ağaç başına brüt kâr 41,84 TL/adet olarak hesaplanmıştır. Buna göre işletme büyüklüğüne paralel olarak ağaç başına brüt kâr artmaktadır. En küçük işletmelerde ağaç başına brüt kâr

40,14 TL/adet, orta büyüklükteki işletmelerde 42,77 TL/adet ve büyük işletmelerde 43,31 TL/adet olarak hesaplanmıştır (Çizelge 4.19). Mandarinin erken üretim dönemlerinde çıkan çeşitlerinin olması nedeniyle üretim sezonunun sonuna kadar pazarda alıcı bulabilmektedir. İşleme sanayiinde değerlendirilmesi de tüketimin daha uzun sürelere yayılmasını sağlamaktadır.

Çizelge 4.19. Mandarin brüt kâr (TL/da)

Değişken Masraflar	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Brüt Üretim Değeri	1.687,00	1.827,00	1.751,40	1.740,00
Değişken Masraf	844,05	928,81	841,84	861,43
Brüt Kâr	842,95	898,19	909,56	878,58
İşletmede Toplam Brüt Kâr (TL)	27.311,78	27.238,13	22.047,40	25.415,86
Ağaç Başına Brüt Kâr	40,14	42,77	43,31	41,84

Turunçgil türlerinden portakal üretiminde; dekara düşen ortalama Brüt Kâr (BK) 1.076,90 TL/da olarak hesaplanmıştır. İşletme büyüklüğü ile birlikte Brüt Kâr bir miktar artmaktadır. Büyük işletmelerde ortalama Brüt Kâr 1.126,15 TL/da ile en yüksek, orta büyüklükteki işletmelerde 1.078,36 TL/da ve küçük ölçekli işletmelerde 1.022,11 TL/da ile en düşük düzeyde bulunmuştur (Çizelge 4.20).

Portakal üretiminde işletmelerde elde edilen toplam Brüt Kâr ortalama 42.721,49 TL olarak saptanmıştır. İşletmelerde ortalama ağaç başına Brüt Kâr 52,13 TL/adet olarak hesaplanmıştır. İşletme büyüklüğü ile birlikte Brüt üretim değeri de (TL/da) artmaktadır. Büyük işletmelerde brüt üretim değeri 2.093,25 (TL/da) ile en yüksek, orta büyüklükteki



işletmelerde 1.999,06 TL/da ve küçük ölçekli işletmelerde 1.895,35 TL/da ile en düşük düzeyde bulunmuştur. Değişken masraflar işletme büyüklüğü ile birlikte artmaktadır. Değişken masraflar ortalaması 921,47 (TL/da) bulunmuştur (Çizelge 4.20). Portakalda verimin yüksek olması ve satış fiyatının alternatif kullanım alanlarının da katkısıyla yüksek fiyat düzeyi nedeniyle üretici açısından oldukça önemlidir.

Çizelge 4.20. Portakal brüt kâr (TL/da)

Değişken Masraflar	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Brüt Üretim Değeri	1.895,35	1.999,06	2.093,25	1.998,37
Değişken Masraf	873,25	920,71	967,10	921,47
Brüt Kâr	1.022,11	1.078,36	1.126,15	1.076,90
İşletmede Toplam Brüt Kâr (TL)	34.981,73	43.904,37	48.598,78	42.721,49
Ağaç Başına Brüt Kâr	52,00	51,35	53,11	52,13

Turunçgil türlerinden limon üretiminde; dekara düşen ortalama Brüt Kâr (BK) 1.457,21 TL/da olarak hesaplanmıştır. Limon üretiminde işletmelerde elde edilen toplam Brüt Kâr ortalama 32.622,90 TL olarak saptanmıştır. Brüt üretim değeri ortalaması 2.404,04 (TL/da) olarak gerçekleşmiştir. İşletmelerde ortalama ağaç başına Brüt Kâr 70,38 TL/adet olarak hesaplanmıştır. Değişken masraflar ortalaması 946,84 (TL/da) bulunmuştur (Çizelge 4.21). Limon üretiminde değişken masraflar daha aşağı düzeylere çekilmesi durumunda karlılığı da arttıracaktır. Limonun kullanım alanlarının daha geniş olması ve tüketimin yıl boyunca devam etmesi nedeniyle önemi gittikçe artmaktadır.

Çizelge 4.21. Limon brüt kâr (TL/da)

Değişken Masraflar	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Brüt Üretim Değeri	2.366,00	2.160,00	2.544,23	2.404,04
Değişken Masraf	925,84	867,13	994,61	946,84
Brüt Kâr	1.440,16	1.292,87	1.549,63	1.457,21
İşletmede Toplam Brüt Kâr (TL)	21.780,63	23.430,73	40.074,58	32.622,90
Ağaç Başına Brüt Kâr	68,58	64,81	73,79	70,38

Turunçgil türleri brüt kar değerleri çizelge 4.22’de verilmiştir. Mandarin üretiminde ortalama ağaç başına brüt kâr 41,84 TL/adet olarak hesaplanmıştır. Portakal üretiminde ortalama ağaç başına brüt kâr 52,13 TL/adet olarak hesaplanmıştır. Limon üretiminde ortalama ağaç başına brüt kâr 70,38 TL/adet olarak hesaplanmıştır. Buna göre limonun ağaç başına brüt kar değerlendirmesine göre karlılık diğerlerine göre daha yüksektir. Brüt kar değerlendirmesinde ikinci sırada portakal, üçüncü sırada mandarin yer almaktadır. Brüt karda üretim yeri, masrafların değişkenliği, mevsimsel değişkenlikler etkili olmaktadır. Demirtaş (2005) brüt kâr üzerinde gayri safi üretim değeri ve değişken masraflardaki farklılıkların etkili olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.22. Turunçgil brüt kâr değerleri

	İşletme Grupları			
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel
Mandarin Brüt Kâr (TL/da)	842,95	898,19	909,56	878,58
Mandarin Ağaç Başına Brüt Kâr (TL)	40,14	42,77	43,31	41,84
Portakal Brüt Kâr (TL/da)	1.022,11	1.078,36	1.126,15	1.076,90
Portakal Ağaç Başına Brüt Kâr (TL)	52,00	51,35	53,11	52,13
Limon Brüt Kâr (TL/da)	1.440,16	1.292,87	1.549,63	1.457,21
Limon Ağaç Başına Brüt Kâr (TL)	68,58	64,81	73,79	70,38

#### 4.8. Turunçgil Yetiştiriciliğinin Tercih Edilmesinde Etkili Faktörler

Turunçgil yetiştiricilerinin turunçgil üretimini tercih etme sebepleri incelendiğinde, geleneksel üretim alışkanlığı 4,19 ortalama ile birinci tercih olarak öne çıkmakta, ikinci planda ise 4.06 ortalama ile bölgemizde rağbet görmesi önemli etken olarak öne çıkmaktadır. Getirisinin yüksek olması 3,94 ortalama ile üçüncü sırada gelen tercih olmaktadır. Tercih sebepleri gruplar arası karşılaştırıldığında ise belirgin bir fark gözlenmemiştir (Çizelge 4.23).

Çizelge 4.23. Turunçgil yetiştiriciliğinin tercih edilmesinde etkili faktörler

Faktörler	İşletme Grupları				
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Geleneksel Üretim alışkanlığı	4,23	4,06	4,29	4,19	OLE
Bölgemizde rağbet görmesi	3,88	4,06	4,21	4,06	OLE
Getirisinin yüksek olması	3,92	3,81	4,11	3,94	OLE
Ziraatının kolay olması	3,88	3,81	3,96	3,88	OLE
Ürünün depolanabilmesi	3,58	3,65	3,82	3,68	OLE
Pazarlamasının kolay olması	3,69	3,61	3,61	3,64	OLE
Başka üretim alternatifinin olmaması	3,44	3,32	3,32	3,36	ORE
Toprağa değer kazandırması	3,38	3,29	3,29	3,32	ORE
Ürün çeşitlenmesine giderek risk ve belirsizliği azaltma	3,19	3,39	3,32	3,30	ORE
Aile iş gücünü değerlendirme	2,62	2,39	2,37	2,45	AE

Likert: 1: Kesinlikle Etkisiz 2: Biraz etkili 3: Orta derecede 4: Büyük ölçüde etkili 5: Kesinlikle etkili

#### 4.9. Turunçgil Üretiminde Bilgiye Ulaşım ve Eksikliklerin Giderilmesi

Görüşülen turunçgil işletmecilerine turunçgil üretimi ile ilgili hangi konularda eksikliklerin veya yetersizliklerin olduğu sorgulanmıştır. İşletmeler ortalamasına göre üreticilerin %89,01'i depolama, %10,99'u pazarlama konusuna bağlamaktadır (Çizelge 4.24).

Çizelge 4.24. İşletmelerdeki yetersizlikler / bilgi eksiklikleri (%)

	Kişi	%
Depolama	81	89,01
Pazarlama	10	10,99

Turunçgil işletmecilerine turunçgil bahçesi ile ilgili Tarım il/ilçe müdürlükleri ile bağlantılı çalışıp çalışmadığı sorulmuş olup işletmeler ortalamasına % 80,2'si Evet, % 19,8'i Hayır yanıtı vermiştir. İşletmecilerin organik turunçgil yetiştirme ile bilgisinin olup olmadığı sorulmuş olup işletmeler ortalamasına göre % 71,4'ü Evet, % 28,6'sı Hayır yanıtı vermiştir. İşletmecilerin organik turunçgil yetiştirme isteği sorulmuş olup işletmeler ortalamasına göre % 69,23'ü Evet, % 30,77'si Hayır yanıtı vermiştir. İşletmecilerin Turunçgil bahçenizde Global GAP ve İTU ( İyi Tarım Uygulamaları ) yönelik çalışma yapıp yapmadıkları sorulmuş olup işletmeler ortalamasına göre % 1,1'i Evet, % 98,9'u Hayır yanıtı vermiştir (Çizelge 4.25).

Çizelge 4.25. Turunçgil üretiminde bilgi kullanımı

	Evet		Hayır	
	Kişi	%	Kişi	%
Turunçgil bahçeniz ile ilgili Tarım il/ilçe müdürlükleri ile bağlantılı çalışıyor musunuz?	73	80,2	18	19,8
Organik turunçgil yetiştirme ile bilginiz var mı?	65	71,4	26	28,6
Organik turunçgil yetiştirmek ister misiniz?	63	69,23	28	30,77
Turunçgil bahçenizde Global GAP ve İTU ( İyi Tarım Uygulamaları ) yönelik çalışma yapıyor musunuz?	1	1,1	90	98,9

Görüşülen turunçgil işletmecilerine turunçgil üretimi ile ilgili ihtiyaç duyulan bilgi eksikliğini nereden ve hangi kaynaklardan giderdikleri sorgulanmıştır. Turunçgil yetiştiricilerinin turunçgil üretimi ile ilgili ihtiyaç duyulan bilgi eksikliğini giderme ile ilgili tercihleri incelendiğinde, Tarım İl/İlçe Müdürlüğündeki teknik elemanlar 4,26 ortalama ile birinci tercih olarak öne çıkmakta, ikinci sırada ise 3,70 ortalama ile ilaç bayileri tercihi öne çıkmaktadır. Alıcı firmalar tercihi de 3,68 ortalama ile üçüncü sırada yer almaktadır. Tercih sebepleri gruplar arası karşılaştırıldığında ise belirgin bir fark gözlenmemiştir (Çizelge 4.26).

Çizelge 4.26. Turunçgil üretiminde bilgiye ulaşım

	İşletme Grupları				
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Tarım İl/İlçe Müdürlüğündeki teknik elemanlar	4,23	4,34	4,21	4,26	OLE
İlaç bayileri	3,65	3,75	3,71	3,70	OLE
Alıcı firmalar	3,65	3,69	3,71	3,68	OLE
Yazılı kaynaklar (kitap, dergi, gazete, broşür vb.)	3,55	3,63	3,86	3,67	OLE
İnternet	3,55	3,66	3,82	3,67	OLE
Üretici birliği	3,68	3,66	3,61	3,65	OLE
Diğer üreticiler	3,48	3,38	3,43	3,43	ORE

Likert: 1: Kesinlikle Etkisiz 2: Biraz etkili 3: Orta derecede 4: Büyük ölçüde etkili 5: Kesinlikle etkili

#### 4.10. Risk Kaynağı

Çalışma sahasındaki yetiştiricilerle yapılan görüşmeler neticesinde üretim miktarını etkileyen en önemli üretim risk faktörünün sırayla üretim teknolojisi (çeşit, gübre, ilaç vb.) % 10,67, doğa (iklim, çevre vb) koşulları % 10,05 olduğu belirtilmiştir. Ürün pazarlamada öne çıkan risk ise % 17,31 ile fiyat belirsizliği ve % 11,25 ile satış riskidir (Çizelge 4.27).

Çizelge 4.27. Risk kaynağı (%)

Risk Kaynakları	İşletme Grupları			Genel
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
Fiyat	16,61	16,58	18,85	17,31
Satış Riski	11,12	11,60	11,01	11,25
Üretim Teknolojisi (çeşit, gübre, ilaç vb.)	10,13	10,57	11,35	10,67
Depolama (Ürün zayıyatı)	10,62	9,76	10,56	10,30
Doğa (iklim , çevre vb)	10,56	10,16	9,38	10,05
Nakliye (Pazara uzaklık)	9,89	8,56	9,88	9,43
Hastalık Zararlı	8,89	8,80	9,58	9,08
Hava kirliliği	5,61	8,56	8,18	7,44
İnsan Kaynaklı Risk	8,73	8,56	4,67	7,39
Finansman Riski (faiz oranı, ödeme gücü vb)	7,85	6,85	6,54	7,09
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00



#### 4.11. Turunçgil Üretimini Etkileyen Faktörler

Turunçgil yetiştiricilerinin turunçgil tarımına yönelmesinde; ürünü pazarlama olanağı ve satış garantisi, üretim tekniği hakkında bilgi sahibi olma, çeşit ve doğal koşullar (arazi-iklim) gibi faktörler öne çıkmıştır. Üretimi olumsuz yönde etkileyen faktörler; girdi maliyetlerindeki değişiklikler, ürün fiyatlarındaki değişiklikler, ürünün satış zamanı, hastalık ve zararlıların verimi düşürmesi, ülkenin ekonomik durumundaki değişiklik, ürün fiyatı, ürünlerin verimindeki değişiklikler, arazi fiyatlarındaki değişiklikler, üreticileri olumsuz yönde etkileyen faktörlerin başında gelmektedir (Çizelge 4.28).

Çizelge 4.28. Üretimi etkileyen faktörler

Etmenler	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Girdi maliyetlerindeki değişiklikler	4,48	4,78	4,82	4,69	KE
Ürün fiyatlarındaki değişiklikler	4,35	4,47	4,75	4,52	KE
Ürünün satış zamanı	4,19	4,13	4,64	4,31	OLE
Hastalık ve zararlıların verimi düşürmesi	4,19	4,22	4,50	4,30	OLE
Ülkenin ekonomik durumundaki değişiklik	4,19	4,28	4,25	4,24	OLE
Ürünü Pazarlama Olanağı-Satış garantisi	4,19	4,19	4,32	4,23	OLE
Ürün Fiyatı	4,32	4,13	4,21	4,22	OLE
Ürünlerin verimindeki değişiklikler	4,06	4,16	4,14	4,12	OLE
Arazi fiyatlarındaki değişiklikler	4,10	3,97	4,25	4,10	OLE
Üretim tekniği hakkında bilgi sahibi olma	4,06	4,03	4,18	4,09	OLE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Az etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

Çizelge 4.28. Üretimi etkileyen faktörler (devamı)

Etmenler	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Çeşit	4,06	3,78	4,18	4,00	OLE
Doğal Koşullar (arazi-iklim)	4,03	3,69	4,07	3,92	OLE
Firmaların ve tüccarların önerisi	3,77	3,75	3,96	3,82	OLE
İşgücünün sınırlılığı	3,90	3,72	3,82	3,81	OLE
Ziraat Müh./Tek. önerisi	3,74	3,69	3,93	3,78	OLE
Hava kirliliği	3,68	3,63	3,82	3,70	OLE
Çevredeki çiftçilerin yetiştirdiği ürün	3,68	3,72	3,68	3,69	OLE
Kredi/borç alma kolaylığı	3,32	3,41	3,61	3,44	ORE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

#### 4.12. Turunçgil Üretimini Etkileyen Faktörlere Karşı Alınan Önlemler

Üreticilerle yapılan anketlerde üretimi olumsuz yönde etkileyen faktörlere karşı alınması gereken önlemler incelendiğinde; işletme dışı yatırım yapmak 4,44 ortalama ile birinci tercih olarak öne çıkmaktadır. Ürünün satılacağı pazar hakkında bilgilenmek 4,36 ortalama ile ikinci tercih, ürünleri depolayarak farklı zamanlarda ürün satışı yapmak 4,00 ortalama ile üçüncü tercih olduğu görülmektedir. Diğer çiftçilerle ortak hareket etme (kooperatifleşme), ürünü satın alan kişi hakkında bilgi edinmek, borçlanmayı azaltmak, vadeli satış yapmak öne çıkan faktörler arasında yer almaktadır (Çizelge 4.29).

Çizelge 4.29. Üretimi etkileyen faktörlere karşı alınan önlemler

Faktörler	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
İşletme dışı yatırım yapmak	4,35	4,34	4,64	4,44	OLE
Ürünün satılacağı pazar hakkında bilgilenmek	4,29	4,16	4,68	4,36	OLE
Ürünleri depolayarak farklı zamanlarda ürün satışı yapmak	3,74	3,91	4,39	4,00	OLE
Diğer çiftçilerle ortak hareket etme (kooperatifleşme)	3,94	3,97	3,89	3,93	OLE
Ürünü satın alan kişi hakkında bilgi edinmek	3,77	3,91	4,04	3,90	OLE
Borçlanmayı azaltmak	3,71	3,84	3,89	3,81	OLE
Vadeli satış yapmak	3,81	3,91	3,68	3,80	OLE
Mevcut kaynakların kullanımının planlanması	3,74	3,78	3,86	3,79	OLE
Uygun fiyattan girdileri önceden depolamak	3,61	3,75	3,86	3,74	OLE
İşletmede birden çok ürüne yer verilmesi (üretimin çeşitlendirilmesi)	3,45	3,63	4,07	3,70	OLE
Ürün sigortası yaptırmak	3,74	3,69	3,61	3,68	OLE
Ürünü mamul haline getirip işleyerek satmak	3,52	3,69	3,71	3,64	OLE
Sözleşmeli üretim yapmak	3,61	3,63	3,64	3,63	OLE
Yoğun girdi kullanımı (ilaçlama vb)	3,61	3,47	3,57	3,55	OLE
Yeni üretim teknikleri kullanmak	3,65	3,53	3,46	3,55	OLE
Aile bireylerinin işletme dışında çalışması	3,35	3,44	3,32	3,37	ORE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

Tarımsal faaliyetler sonucu elde edilecek gelirin garanti olmaması veya işletmecinin ve ailesinin geçimini sağlayacak düzeyde olmaması gibi sebeplerden dolayı üreticiler

işletme dışı yatırım yapmaya yönelmektedir. Turunçgil üretiminin sürekliliği turunçgil üreticilerinin yeterli ve istikrarlı bir gelir elde etmeleri ile mümkün olacaktır.

#### 4.13. Turunçgil Üretiminde Üretici Beklentileri

Turunçgil yetiştiricilerinin turunçgil yetiştiriciliğine devam etme isteği incelenmiş ve üreticilerin önemli bir kısmının % 73,6 ile üretime devam etmek istedikleri görülmektedir. Kararsızların oranı % 25,3, üretime devam etmek istemeyenlerin oranı ise % 1,1 olduğu görülmektedir (Çizelge 4.30).

Çizelge 4.30. Turunçgil yetiştiriciliğini sürdürme isteği

Tercih	Sayı	%
Evet	67	73,60
Kararsız	23	25,30
Hayır	1	1,10
Toplam	91	100,00

Turunçgil yetiştiricilerinin turunçgil üretim deseninde değişiklik isteği incelenmiş ve üreticilerin % 58,2'sinin üretim deseninde değişiklik yapmak istedikleri görülmektedir. Kararsızların oranı % 17,6, üretim deseninde değişiklik yapmak istemeyenlerin oranı ise % 24,2 olduğu görülmektedir (Çizelge 4.31). Üretim deseninde değişiklik yapma isteği iç ve dış pazarda talebe yönelik türlerin yetiştirilmesinin gerekliliğinden kaynaklanmaktadır.

Çizelge 4.31. Üretim deseninde değişiklik isteği

Tercih	Sayı	%
"Evet"	53	58,20
"Hayır"	22	24,20
"Kararsızım"	16	17,60
Toplam	91	100,00

#### 4.14. Pazarlama Yöntemleri

Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini pazarlama biçimi incelendiğinde, meyve döneminde (dalında) kabala satış 3,71 ortalama ile birinci grupta birinci tercih olarak öne çıkmaktadır. Hasat sonrası (kilo hesabı) toptan satış 3,66 ortalama ile ikinci grupta birinci tercih olarak öne çıkmaktadır. Hasat sonrası perakende satış 3,96 ortalama ile üçüncü grupta birinci tercih olarak öne çıkmaktadır (Çizelge 4.32).

Çizelge 4.32. Ürün pazarlama yöntemi

	İşletme Grupları				
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Hasat sonrası perakende satış	3,61	3,65	3,96	3,74	OLE
Hasat sonrası (kilo hesabı) toptan	3,45	3,66	3,64	3,58	OLE
Ürünü depolayarak daha sonra satıyorum	3,32	3,38	3,89	3,52	OLE
Meyve döneminde (dalında) kabala	3,71	3,56	3,18	3,49	ORE
Çiçeklenme döneminde kabala	1,42	1,31	1,25	1,33	KKE
Çiçeklenme dönemi öncesi kabala	1,42	1,31	1,14	1,30	KKE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

#### 4.15. Ürün Alıcı Kişi ve Kuruluşlar

Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini pazarlamada alıcı tercihleri incelendiğinde, tüketici 4,41 ortalama ile birinci tercih, tüccar 3,95 ortalama ile ikinci tercih, perakendeci 3,80 ortalama ile üçüncü tercih olarak öne çıkmaktadır (Çizelge 4.33). Serinol yaptığı çalışmasında (2003) pazarlamada genellikle kilo hesabı ile satış yapıldığı masrafın genellikle alıcıya yüklendiğini belirtmiştir.

Çizelge 4.33. Ürünleri alıcı kişi ve kuruluşlar

	İşletme Grupları				
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Tüketici	4,23	4,47	4,54	4,41	OLE
Tüccar	3,87	3,93	4,04	3,95	OLE
Perakendeci	3,67	3,94	3,79	3,80	OLE
Paketleme tesisleri	3,68	3,91	3,78	3,79	OLE
Komisyoncu	3,61	3,81	3,89	3,77	OLE
İşleme Sanayii	3,66	3,84	3,64	3,72	OLE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

#### 4.16. Turunçgil Satış Zamanları

Turunçgil türlerinden portakal satış zamanı miktara göre oransal olarak incelendiğinde; işletme ortalamasına göre satışların % 63,34'ü Eylül-Ekim-Kasım döneminde, % 36,66'sı ise Aralık-Ocak-Şubat döneminde olduğu görülmektedir. İşletme büyüklüğü ile birlikte Aralık-Ocak-Şubat dönemi satış oranında artış görülmektedir (Çizelge 4.34).

Çizelge 4.34. Portakal satış zamanı

Satış Zamanı	İşletme Grupları %			Genel %
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
(Eylül-Ekim-Kasım)	68,69	63,57	60,79	63,34
(Aralık-Ocak-Şubat)	31,31	36,43	39,21	36,66
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

Turunçgil türlerinden limon satış zamanı miktara göre oransal olarak incelendiğinde; işletme ortalamasına göre satışların % 79,79'u Eylül-Ekim-Kasım döneminde, % 20,21'i ise Aralık-Ocak-Şubat döneminde olduğu görülmektedir. Birinci ve ikinci grup işletmelerde satışların tamamı Eylül-Ekim-Kasım döneminde gerçekleştiği görülmektedir (Çizelge 4.35).

Çizelge 4.35. Limon satış zamanı

Satış Zamanı	İşletme Grupları %			Genel %
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
(Eylül-Ekim-Kasım)	100,00	73,94	100,00	79,79
(Aralık-Ocak-Şubat)	0,00	26,06	0,00	20,21
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00



Turunçgil türlerinden mandarin satış zamanı miktara göre oransal olarak incelendiğinde; işletme ortalamasına göre satışların % 73,47'si Eylül-Ekim-Kasım döneminde, % 26,53'ü ise Aralık-Ocak-Şubat döneminde olduğu görülmektedir. Birinci ve ikinci grup işletmelerde satışların tamamı Eylül-Ekim-Kasım döneminde gerçekleştiği görülmektedir (Çizelge 4.36).

Çizelge 4.36. Mandarin satış zamanı

Satış Zamanı	İşletme Grupları %			Genel %
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	
(Eylül-Ekim-Kasım)	100,00	100,00	67,48	73,47
(Aralık-Ocak-Şubat)	0,00	0,00	32,52	26,53
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

Turunçgil ürünleri hasattan sonra depolanarak daha sonraki dönemlerde satışa sunulmasının üreticiye karlılık açısından olumlu katkısı vardır. Üretim döneminde ürünlerin talebi aşacak düzeyde pazara sunulması satış fiyatını düşürmekte olup üretici gelirlerini azaltmaktadır. Ürünlerin depolanarak daha sonra satışa sunulması pazara ürün arzının az olduğu dönemlerde satış fiyatının artması ile üretici gelirlerini de arttırmaktadır.

#### 4.17. Ürün Satışlarında Ödeme Şekilleri

Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini pazarlamada tercih ettikleri ödeme şekilleri incelendiğinde, peşin ödeme 4,95 ortalama ile birinci tercih, vadeli ödeme 3,86 ortalama ile ikinci tercih, senetle ödeme 3,07 ortalama ile üçüncü tercih olarak öne çıkmaktadır. İşletme ortalamasına en çok tercih edilen ödeme şeklinin peşin ödeme olduğu görülmektedir (Çizelge 4.37).

Çizelge 4.37. Ürün satışlarında ödeme şekilleri

	İşletme Grupları				Yorum
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	
Peşin	4,90	4,94	5,00	4,95	KE
Vadeli	3,81	3,78	4,00	3,86	OLE
Senet	2,90	3,03	3,29	3,07	ORE
Yazılı Sözleşme	2,77	2,88	3,07	2,90	ORE
Çek	2,13	2,31	2,46	2,30	AE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

#### 4.18. Hasat Sonrası Satış Tercih Nedenleri

Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini pazarlamada hasadı kendisi yapıp satış yapmayı neden tercih ettikleri incelenmiştir. Ürünün tam değerinde satılması 4,07 ortalama ile birinci tercih, kabala satışta çok fazla kaybın olması 3,73 ortalama ile ikinci tercih, kaliteli ürün yetiştirmesi 3,52 ortalama ile üçüncü tercih olarak öne çıkmaktadır (Çizelge 4.38).

Çizelge 4.38. Hasat sonrası satış tercih nedenleri

	İşletme Grupları				Yorum
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	
Ürünüm tam değerinde satıldığı için	3,68	4,00	4,57	4,07	OLE
Kabala satışta çok fazla kaybım olduğu için	3,39	3,59	4,25	3,73	OLE
Kaliteli ürün yetiştirdiğim için	3,19	3,44	3,96	3,52	OLE
Pazarda kolaylıkla alıcı bulduğum için	3,16	3,38	3,79	3,43	ORE
Bahçeme zarar verilmediği için	3,19	3,44	3,68	3,43	ORE
Alıcı kuruluş bu şekilde aldığı için	2,84	3,03	3,21	3,02	ORE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

#### 4.19. Toptan Satış Tercih Nedenleri

Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini pazarlamada toptan (kabala) satışı tercih etme nedenleri incelenmiştir. Satış sonunda sorumluluk, satın alan kişi ya da kuruluşlara geçtiği için tercihi 3,27 ortalama ile birinci tercih olarak ilk sırada yer almaktadır. Kilo ile pazarlamak daha zor olduğu için tercihi 3,14 ortalama ile ikinci tercih, depolama ve nakliye masrafları çok olduğu için tercihi 3,12 ortalama ile üçüncü tercih olarak öne çıkmaktadır (Çizelge 4.39).

Çizelge 4.39. Toptan satışı tercih nedenleri

	İşletme Grupları				
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Satış sonunda sorumluluk, satın alan kişi ya da kuruluşlara geçtiği için	3,52	3,19	3,11	3,27	ORE
Kilo ile pazarlamak daha zor olduğu için	3,29	3,06	3,07	3,14	ORE
Depolama ve nakliye masrafları çok olduğu için	3,23	3,06	3,07	3,12	ORE
Ürün kaybını en aza indirmek için	3,10	3,00	3,00	3,03	ORE
Hasat için yeterli işçi bulunamadığı için	2,87	2,69	2,93	2,82	ORE
İklime bağlı olarak çeşitli problemler çıktığı için	2,61	2,47	2,32	2,47	AE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

#### 4.20. Fiyat Oluşumu Takip Yöntemleri

Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini pazarlamada fiyat oluşumunu takip etme yöntemleri incelenmiştir. Hiçbirine bakmayıp teklif edilen fiyat uygunsa satıyorum tercihi 4,34 ortalama ile birinci tercih olarak ilk sırada yer almaktadır. Ülkedeki turunçgil fiyatlarını takip ederek karar veriyorum tercihi 4,05 ortalama ile ikinci tercih, alıcı firmaların teklif ettikleri fiyatları mukayese ederek karar veriyorum tercihi 3,98 ortalama ile üçüncü tercih olarak öne çıkmaktadır (Çizelge 4.40). Öztunç (1987) yaptığı çalışmasında turunçgil fiyatlarının aylara göre büyük değişiklik göstermekte olduğunu, üretimin bol olduğu dönemlerde satış fiyatlarının düşük olduğunu, kıt olduğu dönemlerde ise yüksek olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.40. Fiyat oluşumu takip yöntemleri

	İşletme Grupları				
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Hiçbirine bakmayıp teklif edilen fiyat uygunsu satıyorum.	4,32	4,25	4,46	4,34	OLE
Ülkedeki turunçgil fiyatlarını takip ederek karar veriyorum.	4,00	4,16	4,00	4,05	OLE
Alıcı firmaların teklif ettikleri fiyatları mukayese ederek karar veriyorum.	4,03	3,91	4,00	3,98	OLE
Üretici birliklerinin açıkladıkları taban fiyatlarına göre satıyorum.	3,61	3,78	3,82	3,74	OLE
Bölgemizdeki turunçgil komisyoncuları ile görüşerek karar veriyorum.	3,48	3,53	3,32	3,45	ORE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

#### 4.21. Ürünlerin Hasat İşlemi

Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini hasat işleminde tercih ettikleri yöntemleri incelenmiştir. Portakal hasadında bahçe sahibi tercihi % 69,41 ile birinci sırada yer alırken, limon hasadında bahçe sahibi tercihi % 91,67 ile birinci sırada yer almaktadır. Mandarin hasadında ise alıcı kuruluş tercihi % 60 ile birinci sırada yer almaktadır (Çizelge 4.41).

Çizelge 4.41. Hasat yöntemleri

Ürün	Hasadı Yapan %		
	Alicı Kuruluş	Bahçe Sahibi	Toplam
Portakal	30,59	69,41	100,00
Limon	8,33	91,67	100,00
Mandarin	60,00	40,00	100,00

Turunçgillerin, çabuk bozulabilir özelliği nedeniyle tüketicinin istediği şekilde koruma tedbirleri alınarak tüketiciye ulaştırılır. Turunçgil üreticileri üretime ağırlık verdikleri için pazarlamaya gereken zamanı ayıramamaktadırlar. Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerinin hasat işlemini kendileri yapmamaları durumunda ortaya çıkan sorunlar değerlendirilmiştir. Geç hasat sırasında kalite nedeniyle kayıplar oluşmaktadır faktörü % 49,5 ile birinci, geç hasat sonunda gelecek yılın ürününde azalma olmaktadır faktörü % 37,4 ile ikinci sırada yer almaktadır (Çizelge 4.42).

Çizelge 4.42. Hasat sonrası ortaya çıkan sorunlar

	%
Geç hasat sırasında kalite nedeniyle kayıplar oluşmaktadır	49,50
Geç hasat sonunda gelecek yılın ürününde azalma olmaktadır	37,40
Hasat sırasında ağaca zarar verilmektedir	6,70
Erken hasat sırasında kilo kaybı oluşmaktadır	6,40
	100

#### 4.22. Pazarlamada Depolama Tekniği

Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini hasat sonrası depolama yapıp yapmadıkları incelenmiştir. İşletme ortalamasına göre üreticilerin % 69'u depolamayı tercih ettikleri görülmektedir. Birinci grup işletmelerin % 55'i, ikinci grup işletmelerin % 69'u, üçüncü grup işletmelerin % 86'sı depolamayı tercih etmektedir. Depolamada kuru depolama yapıldığı gözlemlenmiştir. İşletme büyüklüğü arttıkça depolama tercihinin de oransal olarak arttığı görülmektedir (Çizelge 4.43). Emiroğlu (1981) yaptığı çalışmasında işletmelerde depolamada %40 oranla adi depo kullanmakta olduğu, %60'ında doğal depoları kullanmakta olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.43. Hasat sonrası depolama

	1.Grup	%	2.Grup	%	3.Grup	%	Genel	%
Evet	17	55	22	69	24	86	63	69
Hayır	14	45	10	31	4	14	28	31
Toplam	31	100	32	100	28	100	91	100

Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini depolama sonrası pazarlamada tercih ettikleri yöntemleri incelenmiştir. Perakende satış yapıyorum tercihi 4,00 ortalama ile birinci tercih olarak ilk sırada yer almaktadır. İhracatçı kuruluşlara pazarlıyorum tercihi 3,89 ortalama ile ikinci tercih, tüccara pazarlıyorum tercihi 3,56 ortalama ile üçüncü tercih olarak öne çıkmaktadır (Çizelge 4.44).

Çizelge 4.44. Depolama sonrası pazarlama

	İşletme Grupları				Yorum
	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	
Perakende satış yapıyorum.	3,77	3,88	4,39	4,00	OLE
İhracatçı kuruluşlara pazarlıyorum.	3,68	3,78	4,25	3,89	OLE
Tüccara pazarlıyorum.	3,35	3,59	3,75	3,56	OLE
İşleme sanayiine satıyorum.	2,81	3,03	3,25	3,02	ORE

Likert: 1: Kesinlikle Etkisiz 2: Biraz etkili 3: Orta derecede 4: Büyük ölçüde etkili 5: Kesinlikle etkili

## 4.23. Turunçgil Pazarlama Sorunları

### 4.23.1. Yasal sorunlar

Turunçgil pazarlamasında ortaya çıkan yasal sorunlar incelendiğinde; öne çıkan yasal sorunlar şunlardır. Turunçgil pazarlanmasında dışsatımı özendirecek ihracat teşvik primleri ile destekler yetersizdir. Tarım alanlarının yasal güvence altına alınmamış olması, sanayileşmenin etkisiyle fabrika arazisine dönüşme riskini ortaya çıkarmaktadır. Üretim ve pazarlama amaçlı üretici örgütleri yetersiz ve az sayıda olup var olanlar da yasalardaki eksikliklerden dolayı işlevlerini yerine getirememektedir (Çizelge 4.45).



Çizelge 4.45. Yasal sorunlar

	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Turunçgil pazarlamasında dışsatımı özendirecek ihracat teşvik primleri ile destekler yetersizdir, ayrıca üreticileri kapsamamaktadır.	4,58	4,50	4,71	4,59	KE
Tarım alanlarının yasal güvence altına alınmamış olması, sanayileşmenin etkisiyle fabrika arazisine dönüşme riskini ortaya çıkarmaktadır.	4,42	4,25	4,54	4,40	OLE
Üretim ve pazarlama amaçlı üretici örgütleri yetersiz ve az sayıda olup var olanlar da yasalardaki eksikliklerden dolayı işlevlerini yerine getirememektedir.	4,29	4,47	4,29	4,35	OLE
Turunçgil yetiştiriciliği ve pazarlaması konusunda ülkemizde uzun yıllar istikrarlı bir şekilde izlenen bir ürün politikası bulunmamaktadır.	4,29	4,16	4,11	4,19	OLE
Toptancı halleri yasası kooperatif gibi önemli bir aracın pazarlamada pratik olarak kullanılamamasına neden olmaktadır.	4,06	4,16	4,18	4,13	OLE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

#### 4.23.2. Ekonomik sorunlar

Turunçgil pazarlamasında ortaya çıkan ekonomik sorunlar incelendiğinde; öne çıkan ekonomik sorunlar şunlardır. Girdi maliyetleri her geçen yıl artmaktadır. gübre ilaç, sulama, mazot gibi temel girdilere yeterli desteklemeler yapılmamaktadır. Turunçgil üretimi ile işleme sanayi arasındaki koordinasyon zayıftır. Turunçgilin standardizasyon, paketleme, konserve, meyve suyu ve konsantre gibi işleme oranı oldukça düşüktür. Tüketici fiyatlarının üretici eline geçen fiyatlarından 5-6 kat kadar daha yüksek olması talebi olumsuz etkilemektedir. Binlerce üreticinin ürettiği aynı tür meyvenin bir anda pazara sunulması ve talebe göre arz fazlalığı nedeni ile fiyatın düşük düzeyde oluşmasına sebep olmaktadır (Çizelge 4.46).

Çizelge 4.46. Ekonomik sorunlar

	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Girdi maliyetleri her geçen yıl artmaktadır. Gübre, ilaç, sulama, mazot gibi temel girdilere yeterli desteklemeler yapılmamaktadır.	4,71	4,88	4,89	4,82	KE
Turunçgil üretimi ile işleme sanayi arasındaki koordinasyon zayıftır.	4,68	4,78	4,79	4,75	KE
Turunçgilin standardizasyon, paketlenme, konserve, meyve suyu ve konsantresi gibi işleme oranı oldukça düşüktür.	4,55	4,66	4,75	4,65	KE
Tüketici fiyatlarının üretici eline geçen fiyatlarından 5-6 kat kadar daha yüksek olması talebi olumsuz etkilemektedir.	4,55	4,50	4,79	4,60	KE
Binlerce üreticinin ürettiği aynı tür meyvenin bir anda pazara sunulması ve talebe göre arz fazlalığı nedeni ile fiyatın düşük düzeyde oluşmasına sebep olmaktadır.	4,29	4,50	4,50	4,43	OLE
Gelir dağılımı dengesizliği üreticiyi olumsuz etkilemektedir.	4,13	4,31	4,21	4,22	OLE

Likert: 1: Kesinlikle Etkisiz 2: Biraz etkili 3: Orta derecede 4: Büyük ölçüde etkili 5: Kesinlikle etkili

Çizelge 4.46. Ekonomik sorunlar (devamı)

	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Pazar değeri yüksek, tüketici isteklerine yönelik sağlıklı ve ucuz fidan yeterli ölçüde bulunmamaktadır.	4,03	4,28	4,07	4,13	OLE
Turunçgil fiyatlarındaki reel gerilemenin önemli nedenlerinden biri yurt içi talebin yetersiz olması dolayısıyla pazarlamayı olumsuz etkilemektedir.	4,16	4,03	4,18	4,12	OLE
Ödemenin zamanında yapılmaması	4,06	4,09	4,07	4,08	OLE
Alıcılara güven duyulmaması	4,03	4,09	4,07	4,07	OLE
Alıcı sayısının az olması	3,90	3,94	4,00	3,95	OLE
Kimyasal kalıntı, kalite standardı, insan sağlığına uygunluk gibi tarife dışı engeller pazarlamayı olumsuz etkilemektedir.	3,90	3,97	3,82	3,90	OLE
Üretimi desteklemeye yönelik etkin ve üreticiler tarafından ulaşılabilir bir kredi ve finansman sistemi yoktur.	3,68	3,63	3,43	3,58	OLE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

#### 4.23.3. Sosyal sorunlar

Turunçgil pazarlamasında ortaya çıkan sosyal sorunlar incelendiğinde; öne çıkan sosyal sorunlar şunlardır. Turunçgil tüketim alışkanlığının istenilen düzeyde olmaması yurt içi talebin yetersiz olmasına neden olmaktadır. Etkin, iyi işleyen bir pazarlama

organizasyonu yoktur. Pazar değeri yüksek, yeni çeşitlerin geliştirilmesine yönelik araştırma-geliştirme ve yayım çalışmaları yetersizdir. Verim kaybına ve pazarlama şansının düşmesine neden olan, hastalık ve zararlılarla mücadelede araştırma ve yayım gibi kamu hizmetleri yetersiz kalmaktadır (Çizelge 4.47).

Çizelge 4.47. Sosyal sorunlar

	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Turunçgil tüketim alışkanlığının istenilen düzeyde olmaması yurt içi talebin yetersiz olmasına neden olmaktadır.	4,74	4,75	4,86	4,78	KE
Etkin, iyi işleyen bir pazarlama organizasyonu yoktur.	4,68	4,59	4,68	4,65	KE
Pazar değeri yüksek, yeni çeşitlerin geliştirilmesine yönelik araştırma-geliştirme ve yayım çalışmaları yetersizdir.	4,16	4,34	4,21	4,24	OLE
Verim kaybına ve pazarlama şansının düşmesine neden olan, hastalık ve zararlılarla mücadelede araştırma ve yayım gibi kamu hizmetleri yetersiz kalmaktadır.	4,23	4,28	4,07	4,20	OLE
Üreticiler genellikle iş güçlerini üretime yönlendirdikleri için pazarlama fonksiyonuna yeterli zaman ayıramamaktadırlar.	4,19	4,16	4,18	4,18	OLE
Üretici örgütlülüğü yetersizdir.	4,32	4,09	4,07	4,16	OLE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

#### 4.23.4. Teknik sorunlar

Turunçgil pazarlamasında ortaya çıkan teknik sorunlar incelendiğinde; öne çıkan teknik sorunlar şunlardır. Dört Yol turunçgil ürünleri markalaşamamıştır. Ürünün ambalajlanmasında/paketlenmesinde standartlara ulaşamamış olmasıdır. Sanayileşme nedeniyle çevre kirliliği tarım alanlarını tehdit etmektedir (Çizelge 4.48).

Çizelge 4.48. Teknik sorunlar

	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Dört Yol turunçgil ürünleri markalaşamamıştır.	4,97	4,81	4,89	4,89	KE
Ürünün ambalajlanmasında / paketlenmesinde standartlara ulaşamaması,	4,55	4,69	4,54	4,59	KE
Sanayileşme nedeniyle çevre kirliliği tarım alanlarını tehdit etmektedir.	4,29	4,28	4,14	4,24	OLE
Organik tarım uygulamaları yaygın değildir.	4,19	4,19	4,11	4,16	OLE
Gerek fiyat gerekse üretim risklerine karşı üreticiyi koruyacak yararlanılabilir, ucuz ve yaygın bir sigorta sistemi yoktur.	4,13	4,03	4,04	4,07	OLE
Sözleşmeli tarım uygulanmamaktadır.	4,06	4,03	4,11	4,07	OLE
Ülkemizde işletme büyüklükleri verimli bir üretim için yeterli değildir.	4,19	3,97	4,04	4,07	OLE

Likert: 1: Kesinlikle Etkisiz 2: Biraz etkili 3: Orta derecede 4: Büyük ölçüde etkili 5: Kesinlikle etkili

#### 4.24. Turunçgil Pazarlama Sorunlarına İlişkin Öneriler

Turunçgil pazarlamasında ortaya çıkan sorunlara ilişkin üreticilerin görüş ve önerileri incelendiğinde; öne çıkan başlıca öneriler şunlardır. Paketleme evleri sayısının artırılması sağlanmalıdır. Tüketici fiyatlarının üretici eline geçen fiyatlarından 5-6 kat kadar daha yüksek olmasının önüne geçilmelidir. Üretici ile alıcı arasında satış ve ödemede aracı bir kurum olmalıdır. İhracatçıya verilen teşvikler yetiştiricilere de verilmelidir. Üretici yetiştirme ve pazarlama konusunda daha çok eğitilmelidir. Turunçgil üretimi ile işleme sanayi arasındaki koordinasyon artırılmalıdır. Temel girdiler desteklenmelidir. Yerel yönetimler örnek paketleme tesisleri ve işleme sanayii tesisleri kurarak üreticiye destek olmalıdır. Üretimde sofralık ve sanayilik üretim dengesi kurulmalıdır. Bölgede işleme sanayii tesisleri kurulmalıdır. Yerel yönetimler fuar, festival ve benzeri etkinliklerle Dört Yol turunçgillerinin tanıtımını sağlanmalıdır. Turunçgil satışının artırılması için üretimin kalitesi artırılmalıdır. Çevre kirliliğinin tarım alanlarına etkisi en aza indirilmelidir.

Marka oluşturulmasında üreticiler teşvik edilmelidir. Turunçgil bahçelerinin miras ve benzeri yollarla bölünmesinin önüne geçilmelidir. Tarım arazileri üzerinde yapılaşmaya yasal olarak engel olunmalıdır. Turunçgil üreticilerinin üretimlerini sürdürebilmeleri için yeterli bir geliri istikrarlı bir şekilde elde etmeleri için yeni yöntemler geliştirilmelidir (Çizelge 4.49).

Çizelge 4.49. Pazarlama sorunlarına ilişkin öneriler

		1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
1	Paketleme evleri sayısının artırılması sağlanmalıdır.	4,74	4,66	4,71	4,70	KE
2	Tüketici fiyatlarının üretici eline geçen fiyatlarından 5-6 kat kadar daha yüksek olmasının önüne geçilmelidir.	4,68	4,56	4,79	4,67	KE
3	Üretici ile alıcı arasında satış ve ödemede aracı bir kurum olmalıdır.	4,58	4,66	4,71	4,65	KE
4	İhracatçıya verilen teşvikler yetiştiricilere de verilmelidir.	4,52	4,59	4,75	4,62	KE
5	Üretici yetiştirme ve pazarlama konusunda daha çok eğitilmelidir.	4,61	4,56	4,57	4,58	KE
6	Turunçgil üretimi ile işleme sanayi arasındaki entegrasyon artırılmalıdır.	4,58	4,53	4,54	4,55	KE
7	Temel girdiler desteklenmelidir.	4,55	4,34	4,64	4,51	KE
8	Yerel yönetimler örnek paketleme tesisleri ve işleme sanayii tesisleri kurarak üreticiye destek olmalıdır.	4,55	4,44	4,50	4,49	OLE
9	Üretimde sofralık ve sanayilik üretim dengesi kurulmalıdır.	4,48	4,47	4,50	4,48	OLE
10	Bölgede işleme sanayii tesisleri kurulmalıdır.	4,48	4,31	4,54	4,44	OLE
11	Turunçgil satışının artırılması için üretimin kalitesi artırılmalıdır.	4,42	4,41	4,39	4,41	OLE
12	Yerel yönetimler fuar, festival vb... etkinliklerle Dört Yol Turunçgillerinin tanıtımı sağlanmalıdır.	4,42	4,28	4,54	4,41	OLE

Likert: 1: Kesinlikle Etkisiz 2: Biraz etkili 3: Orta derecede 4: Büyük ölçüde etkili 5: Kesinlikle etkili

Çizelge 4.49. Pazarlama sorunlarına ilişkin öneriler (devamı)

		1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
13	Çevre kirliliğinin tarım alanlarına etkisi en aza indirilmelidir.	4,29	4,38	4,43	4,36	OLE
14	Marka oluşturulmasında üreticiler teşvik edilmelidir.	4,35	4,38	4,32	4,35	OLE
15	Turunçgil üreticilerinin üretimlerini sürdürebilmeleri için yeterli bir geliri istikrarlı bir şekilde elde etmeleri için yeni yöntemler geliştirilmelidir.	4,32	4,41	4,29	4,34	OLE
16	Turunçgil bahçelerinin miras vb yollarla bölünmesinin önüne geçilmelidir.	4,39	4,19	4,46	4,34	OLE
17	Tarım arazileri üzerinde yapılaşmaya yasal olarak engel olunmalıdır.	4,42	4,34	4,25	4,34	OLE
18	Kooperatiflerin pazarlama olanağının önündeki engeller kaldırılmalıdır.	4,42	4,31	4,25	4,33	OLE
19	Hal sistemi üretici lehine yeniden düzenlenmelidir.	4,26	4,38	4,32	4,32	OLE
20	Sözleşmeli tarım hakkında üretici bilgilendirilmeli ve alıcı kuruluşlar teşvik edilmelidir.	4,32	4,38	4,25	4,32	OLE
21	Devlet üretim ve pazarlamada daha fazla yardımcı olmalıdır.	4,29	4,34	4,21	4,29	OLE
22	Ürün standartlarının geliştirilmesi için üretici eğitilmelidir.	4,32	4,31	4,21	4,29	OLE
23	Tanıtım ve reklam çalışmaları kamu kaynakları ile desteklenmelidir.	4,23	4,22	4,39	4,27	OLE
24	Çiftçilerin kurduğu kooperatiflerin pazarlamada etkin olması sağlanmalıdır.	4,26	4,22	4,32	4,26	OLE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili



Çizelge 4.49. Pazarlama sorunlarına ilişkin öneriler (devamı)

		1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
25	Devlet Turunçgil yetiştiricilerine ucuz kredi vermelidir.	4,45	4,22	4,07	4,25	OLE
26	Yeni çeşitlerin geliştirilmesi için araştırmalar yapılmalıdır.	4,26	4,28	4,18	4,24	OLE
27	Verimlilik ve kalite artırıcı araştırmalar teşvik edilmelidir.	4,23	4,06	4,43	4,23	OLE
28	Gerek üretim gerekse de pazarlama için etkin kolay ve ucuz bir finansman organizasyonu sağlanmalıdır.	4,23	4,28	4,14	4,22	OLE
29	Üretim, pazar isteklerine ve tüketici talebine yönelik planlanmalıdır.	4,16	4,19	4,29	4,21	OLE
30	İyi tarım uygulamaları geliştirilmeli, üreticilerin bunları benimsemesi özendirilmeli ve desteklenmelidir.	4,23	4,19	4,21	4,21	OLE
31	İhracatımızda çok önemli bir sorun olan Akdeniz Meyve Sineği'nin kontrolü için acil önlemler alınmalıdır.	4,29	4,16	4,18	4,21	OLE
32	Virüsten arı sertifikalı fidan üretimi ve bu fidanlarla kurulan bahçelerin artırılmasına özel bir önem verilmelidir.	4,23	4,16	4,07	4,15	OLE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

Turunçgil pazarlamasında arzın fazla olduğu dönemler de dikkate alınarak iç piyasadaki tüketimin artırılması gerekmektedir. Polat (2010) yaptığı çalışmada turunçgilin kişi başına yıllık tüketimin 30 kg'dan 40 kg'a çıkartılmasının alternatif kullanım şekilleriyle mümkün olacağını belirtmiştir. İç tüketimin artırılmasında markalaşmanın da önemi büyüktür. Bülbül (2011) yaptığı çalışmada Finike portakalının tanınma oranının % 76,7 olduğunu, satın alma tercihlerinde portakalın lezzetli ve sulu olmasının önemli bir etken olduğunu belirtmiştir.

Turunçgil pazarlamasında satışa ve ödemeye aracı bir kuruluşun garantör olmasını ister misiniz, sorusuna üreticilerin tamamı evet yanıtı vermiştir. Turunçgil üreticilerinin satışa ve ödemeye aracı olmasını istedikleri öne çıkan kuruluşlar belirtilmiştir (Çizelge 4.50). Turunçgil üreticilerinin satışa ve ödemeye aracı olarak görmek istedikleri kuruluşlar arasında satış kooperatifi 4,73 ortalama ile birinci sırada yer almaktadır. İkinci sırada 4,60 ortalama ile üretici birliği yer almaktadır. Tarım il/ilçe müdürlükleri ise turunçgil üreticilerinin satışa ve ödemeye aracı olarak görmek istedikleri kuruluşlar arasında 4,19 ortalama ile üçüncü sırada yer almaktadır. Tarımın ülke ekonomisine, istihdama ve diğer sektörlerle katkısı değerlendirildiğinde turunçgil üreticilerinin satışa ve ödemeye aracı olarak görmek istedikleri kuruluşlar arasında İhracatçı birlikleri, Ticaret ve Sanayii Odaları, İl Özel İdareleri, Belediyeler, Toprak Mahsülleri Ofisi, Ziraat odaları, Ziraat borsası gibi kuruluşlarda yer almaktadır.

Çizelge 4.50. Pazarlamaya aracı kuruluşlar

Kuruluşlar	1.Grup	2.Grup	3.Grup	Genel	Yorum
Satış Kooperatifi	4,61	4,59	5,00	4,73	KE
Üretici birliği	4,52	4,47	4,86	4,60	KE
Tarım il/ilçe müdürlükleri	4,13	4,31	4,11	4,19	OLE
İhracatçı birlikleri	4,23	4,00	4,25	4,15	OLE
Ticaret ve Sanayii Odaları	3,94	3,91	4,04	3,96	OLE
İl Özel İdareleri	3,94	3,84	4,04	3,93	OLE
Belediyeler	3,87	3,78	4,00	3,88	OLE
Toprak Mahsülleri Ofisi	3,61	3,50	3,68	3,59	OLE
Ziraat odaları	3,45	3,56	3,46	3,49	ORE
Ziraat borsası	3,32	3,31	3,21	3,29	ORE

Likert: 1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Hatay ili Dörtyol ilçesindeki turunçgil üreticilerinin sosyo-ekonomik yapıları incelenmiş turunçgil üreticilerinin sosyal ve ekonomik yapılarına ilişkin veriler toplanmıştır. Hatay ili Dörtyol ilçesindeki turunçgil üreticilerinden tesadüfî örnekleme yöntemi ile toplam kitleyi temsil edecek şekilde 91 yetiştirici ile anket çalışması yapılmıştır.

Üreticilerin hane halkı sayısı ortalaması 2,81 olarak belirlenmiştir. İşletmelerde mevcut nüfusun %48,05'i kadınlar ve %51,95'i erkeklerden oluşmaktadır. İşletmecilerin yaş ortalaması 52,33 olarak belirlenmiştir. İşletme yöneticilerinin eğitim durumuyla ilgili bilgiler incelendiği takdirde toplamda ilkokul mezunu % 39,56 olarak, ortaokul mezunu % 20,88 olarak, lise mezunları ise % 39,56 olarak belirlenmiştir. İşletmecilerin turunçgil yetiştiriciliği tecrübelerinin en az 10 yıl, en fazla 40 yıl ve ortalama ise 22,84 yıl olduğu belirlenmiştir. Turunçgil yetiştiricilerinin turunçgil üretimini tercih etme sebeplerine bakıldığında, en önemlisinin geleneksel üretim alışkanlığı olduğu, daha sonra ise bölgede rağbet görmesi ve getirisinin yüksek olması tercih sebeplerinden öne çıkan nedenlerdir.

Turunçgil işletmelerinin sahip olduğu ortalama turunçgil üretim alanı 47,31 da olarak belirlenmiştir. İşletmelerde en küçük turunçgil üretim alanı 28 da, en büyük turunçgil üretim alanı 80 da olarak belirlenmiştir. Turunçgil türlerinden portakal üretiminde; dekadaki ağaç sayısı ortalama 20,94, ağaç başına verim ortalama 160,00 (kg/ağaç adet), dekadandan elde ettikleri portakal miktarı 2.801,49 (kg/ da) olarak belirlenmiştir. Turunçgil türlerinden limon üretiminde; dekadaki ağaç sayısı ortalama 21,17, ağaç başına verim ortalama 100,00 (kg/ağaç adet), dekadandan elde ettikleri limon miktarı 2.745,22 (kg/ da) olarak belirlenmiştir. Turunçgil türlerinden mandarin üretiminde; dekadaki ağaç sayısı ortalama 21,33, ağaç başına verim ortalama 120,00 (kg/ağaç adet), dekadandan elde ettikleri mandarin miktarı 2.828,00 kg/ da olarak belirlenmiştir.

Yapılan çalışmada mandarin üretiminde; dekara ortalama değişken masraf 861,43 (TL/da), ağaç başına değişken masraf 41,02 (TL/adet) olarak belirlenmiştir. Portakal üretiminde; dekara ortalama değişken masraf 921,47 (TL/da), ağaç başına değişken masraf 44,54 (TL/adet) olarak belirlenmiştir. Limon üretiminde; dekara ortalama değişken masraf 946,84 (TL/da), ağaç başına değişken masraf 45,80 (TL/adet) olarak belirlenmiştir. Mandarin, portakal ve limon üretiminde değişken masraflarında hasat masrafları ilk sırada gelmektedir.

Turunçgil yetiştiricilerinin ürünlerini pazarlama biçimi sorgulanmış bu konuda elde edilen bulgulara göre küçük işletmelerde meyve döneminde (dalında) kabala satışın, orta büyüklükte işletmelerde hasat sonrası (kilo hesabı) toptan satışın, büyük işletmelerde ise daha çok hasat sonrası perakende satışın tercih edildiği ortaya konulmuştur. Bu sonuç işletmeler büyüdükçe pazarlama şekillerinin değiştiği anlaşılmaktadır. Küçük işletmeler hasat sonrası durumu kestiremedikleri veya riski göze alamadıkları için hasat sonrası pazarlamaya sıcak bakmamaktadır. Ekonomik koşullar iyileştikçe üreticinin pazarlık gücünün de artacağı sonucu çıkarılabilir. Üreticilerin kendi imkânları ile perakende satışı gerçekleştirebilmelerinin önündeki en büyük engellerden birisi ihracattaki dalgalanmalardır. Küresel riskler özellikle Ortadoğu bağlamında dış politikadaki gelişmeler, komşu ülkelerdeki iç karışıklıklar, ihracatımızı da olumsuz yönde etkilemektedir. İhracattaki daralma ihracat yapan üreticilerin ve firmaların iç piyasaya yönelmesine neden olmaktadır. İç piyasada zorluklarla mücadele eden üretici diğer firmaların da iç piyasaya yönelmesiyle ürettiği ürünü pazara çıkaramamakta veya istediği fiyattan ürününü satamamaktadır. İhracattaki daralmanın devam etmesi durumunda tarım ürünlerinin arzı da olumsuz yönde etkilenecektir. Üreticinin üretim maliyetlerinin sürekli artması ve kar edebileceği fiyattan ürününü satamaması üretimden kaçınması sonucunu ortaya çıkaracaktır.

Turunçgil üreticileri üretim miktarını etkileyen en önemli üretim risk faktörünün sırayla üretim teknolojisi (çeşit, gübre, ilaç vb.) % 10,67, doğa (iklim, çevre vb) koşulları % 10,05 olduğu belirtilmiştir. Ürün pazarlamada öne çıkan risk ise % 17,31 ile fiyat

belirsizliğidir. Buna göre üreticilerin en önemli risk faktörü olarak gördükleri fiyat belirsizliğinin ortadan kaldırılabilmesi için çalışmaların yapılması gerekmektedir. Üreticilerin fiyat belirsizliği ve fiyat dalgalanmalarının önüne geçebilmeleri tek başlarına mümkün görünmemektedir.

Tarım rnleri içerisinde hasat sonrası çabuk bozulabilme özelliği olan turunçgil üretim döneminde talebe göre arz fazlasının depolama veya işleme sanayii yoluyla değerlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca turunçgil tüketiminin yaygın olmadığı ya da tüketim alışkanlığının olmadığı yerler de dikkate alınarak i tüketimi arttıracak çalışmalar yapılması gerekmektedir.

Üreticilerin turunçgil yetiştiriciliğine yönelmesini olumsuz yönde etkileyen faktörler ise girdi maliyetlerindeki değeriklikler, ürün fiyatlarındaki değeriklikler, ürünün satış zamanı, hastalık ve zararlıların verimi düşürmesi, ülkenin ekonomik durumundaki değeriklik, ürün fiyatı, ürünlerin verimindeki değeriklikler, arazi fiyatlarındaki değeriklikler, üreticileri olumsuz yönde etkileyen önemli faktörlerdir.

reticileri retim konusunda olumsuz yönde etkileyen faktörlere karşı alınması gereken önlemler değerlendirildiğinde, işletme dışı yatırım yapmak, ürünün satılacağı pazar hakkında bilgilenmek ve ürünleri depolayarak farklı zamanlarda ürün satışı yapmak gibi önlemler ne çıkmaktadır. Gelecek kaygısı üreticileri tarımsal gelir dışındaki gelir unsurlarına yöneltmektedir. Tarımsal faaliyetler sonucu elde edilecek gelirin garanti olmaması veya işletmecinin ve ailesinin geçimini sağlayacak düzeyde olmaması gibi sebeplerden dolayı tarım dışı geliri zorunlu hale getirebilmektedir. Turunçgil üretiminin sürekliliğinin sağlanabilmesi için turunçgil üreticilerinin yeterli düzeyde ve sürekli bir gelir elde etmeleri gerekmektedir.

Turunçgilin hasat sonrası arzın talebi aşması ve çabuk bozulma durumu nedeniyle tüketim alternatiflerinin geliştirilmesi oldukça önemlidir. Ar-ge faaliyetleri ile turunçgilin nihai tüketiciler tarafından meyve olarak tüketicilerinin dışında üniversitelerin ilgili birimleri, kamu kurum ve kuruluşlarının ortak çalışmaları ile yeni tüketim alternatiflerinin

geliştirilmesi sağlanabilir. Ayrıca yeni turunçgil üretim alanları oluşturulurken ürünün pazardaki talep durumu, ürünün dayanıklılık süresi, kullanım alanlarının çokluğu ya da azlığı dikkate alınarak pazar odaklı üretim gerçekleştirilebilir. Ayrıca bu konuda ülkede ve dünyadaki gelişmelerde takip edilmelidir. Turunçgil üretiminde ekonomik getirinin de yüksek olabilmesi için üretim teknolojilerindeki gelişmelerinde takip edilmesi gerekmektedir. Turunçgil üreticilerinin dünyadaki gelişmelere ve rekabete uyum sağlayabilmesi için bazı ürünlere uygulanan taban fiyat uygulaması, ürün koruma ve destekleme uygulamalarının rekabet imkânı yüksek olan turunçgil ürünlerine de yapılması gerekmektedir.

Turunçgil ihracatında yeni pazarların bulunması, pazarda tanıtım faaliyetlerinin yapılması, ihracatı özendirici teşvikler üreticiyi olumlu yönde etkileyecektir. Dünya üzerinde üretici ülkeler arasında üst sıralarda yer almak ve ilk sıralarda yerimizi koruyabilmek için ihracatımızı artıracak çalışmaların yapılması gerekmektedir. Ülkemizin turunçgil üreticisi ülkelerle rekabet edebilmesi için diğer büyük üretici ülkelerdeki sektörün işleyişinin de incelenmesi gerekmektedir.

Turunçgil üreticilerini bir araya getirerek pazarlama kooperatiflerinin oluşturulması, var olanların günün koşullarına göre iyileştirilerek üreticilerin tüketicilere tek aracı olan pazarlama kooperatifleri ile ulaşması sağlanmalıdır. Üretici birlikleri, üretici kooperatifleri ve pazarlama kooperatiflerinin ürünlerinin bir arada bulunduğu çiftçi market (üretici market) ile tüketiciye ulaşarak satış fiyatlarının daha aşağı düzeylere çekilmesi sağlanabilir. Üreticiyi tüketiciyle buluşturan pazarlama kooperatiflerinin yaygınlaşması alınan vergilerde tarım sektörünün payında gerçek rakamlara ulaşılmasını sağlayacaktır. Bu şekilde tarım sektöründen elde edilen gelirlerin büyük çoğunlukla kayıt altına alınması ile kayıt dışı ekonominin önüne geçilmiş olacaktır.

## KAYNAKLAR

- Akgün, C., 2006. Turunçgil Sektör Profili. Dış Ticaret Şubesi Uygulama Servisi.
- Akkaya, F., Çelikyurt, M. A., 1992. Antalya İli Turunçgil İşletmelerinde Ekonomik Faaliyetlerin Değerlendirilmesi Üzerinde Bir Araştırma. Narenciye Araştırma Enstitüsü, Antalya, 34s.
- Akkaya, F., Çelikyurt, M.A., Özkan, B., 1997. Turunçgil Yetiştiriciliğinin Ekonomik Yönden Değerlendirilmesi. Derim Dergisi 14(3): 98-124, Antalya.
- Anonim, 2013a. Dört Yol Tarım İlçe Müdürlüğü Çiftçi Kayıt Sistemi, Dört Yol.
- Anonim, 2013b. TÜİK. (Erişim Tarihi : 27/05/2016). <https://biruni.tuik.gov.tr>
- Anonim, 2013c. FAO. (Erişim Tarihi : 26/05/2016). <http://faostat3.fao.org/home/E>
- Anonim, 2015a. Brifing Dosyası Ocak 2015. Hatay İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Hatay.
- Anonim, 2015b. Rakamlarla Hatay Tarım Kimliği 2015. Hatay İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Hatay.
- Anonim, 2016a. Dört Yol Kaymakamlığı, <http://www.dortyol.gov.tr>
- Anonim, 2016b. Dört Yol Tarım İlçe Müdürlüğü Çiftçi Kayıt Sistemi, Dört Yol.
- Anonim, 2016c. Turunçgil Yetiştiriciliği, Hastalık ve Zararlıları 2014. Adana İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Adana.
- Auber, B., 1999. Present Status Of The Citrus Nursery Industry In Brazil. Proceeding Of The 5th World Congress Of The International Society Of Citrus Nurserymen. Montpellier, France, 5-8 March 1997. P169-176.
- Aygören, E., 2015. Turunçgiller Durum Ve Tahmin: 2014/2015. TEPGE. Yayın No: 261, Ankara.
- Bülbül, C., 2011. Finike Portakalının Sürdürülebilir Rekabetinin Araştırılması: Değer Zinciri Analizi. Akdeniz Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Demirtaş, B., 2005. Türkiye’de Limon Üretim Ekonomisi ve Pazar Yapısı. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Adana.



- Emiroğlu, Z. M., 1981. Mersin Merkez İlçesi Turunçgil İşletmeleri ve Pazarlaması Üzerinde Bir Araştırma. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi, Ziraat Ekonomisi Bölümü, Doktora Tezi (Yayınlanmamış), Adana,130s.
- Etkiner, O., 1983. Erdemli İlçesi Narenciye İşletmelerinin Ekonomik Analizi Bahçe Kùltürleri Araştırma ve Eğitim Merkezi, Yayın No:45, Proje Kod No:VII-020-3-331, Erdemli, Mersin, 88s.
- Güney, İ.G., 2012. Dünya Tarım Ticaretindeki Gelişmelerin Türk Turunçgil Sektörü İhracat Rekabeti Açısından Değerlendirilmesi. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Adana.
- Güven, N., 2010. Adana İlinde Turunçgillerin Pazar Yapısı Ve Sorunları. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Hasdemir, M., 2007. Turunçgiller. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü. Sayı: 9 Nüsha: 10.
- Miran, B., 2002. Temel İstatistik, Ege Üni. Basımevi, İzmir, S.288
- Mutlu, S., 2001. Çukurova Bölgesinde Turunçgil İhracat Sektör Yapısı. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Navarro, L., (2015). The Spanish Citrus Industry. Acta Hort. 1065, 41-48 Doı: 10.17660/Actahortic.2015.1065.1. Xıı International Citrus Congress - International Society Of Citriculture. Valencia, Spain.
- Newbold, P., 1995. Statistics For Business And Economics, Prentice-Hall International, New Jersey, 867p.
- Oral, M., 2014. Türkiye’de Portakal Pazarlaması Etkinlik Analizi. Akdeniz Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Antalya.
- Özçelik, A., Fidan, H., Albayrak, M., Güneş, E., Tanrıvermiş, H., Gülçubuk, B., 2013. Tarım Ekonomisi, Anadolu Üniversitesi Yayın No; 2226, Eskişehir.
- Özören, S., 1997. Türkiye’de Turunçgil Alanları. Ankara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora, Ankara.
- Öztunç, U., 1987. Adana İli, Turunçgil Toptan Fiyatlarının Analizi. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Palaz, S., Boz, I., 2008. Üniversite Mezunu Yetişkinlerin Farklı Organizasyonlarda Gönüllü Hizmet Vermesini Etkileyen Faktörler, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11 (19): 95-106.

- Polat, Ö., 2010. Adana İli Yaş Sebze ve Meyve Fiyatlarının Analizi. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Roose, M. L., 2015. New Genetic And Genomic Tools For Citrus Breeding. Acta Hortic. 1065, 63-65 Doi: 10.17660/Actahortic.2015.1065.5.
- Serinol, E., 2003. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Turunçgillerin Pazarlama Yapısı. Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Söyler, O., 2003. Turunçgil Hasadının Teknik ve Ekonomik Başarılarının Belirlenmesi Üzerine Çalışmalar. Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Makineleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Söyler, O., 2009. Hatay Bölgesindeki Turunçgil Paketleme Tesislerinin Teknik Özelliklerinin Tespiti, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Yollarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Makineleri Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Adana.
- Talim, M., Saner, G., Ardiç, E. 1990. Türk Tarımında Yapısal Sorunlar Ve Yapının İyileştirilmesi. Türkiye Ziraat Mühendisliği 3.Teknik Kongresi., Ankara.
- Taşdemir, H.A., Akkaya, F., 2000. Turunçgiller Raporu. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu, Meyvecilik Alt Komisyonu, Dpt:2649-Öik:657, Ankara, 661s.
- Tok, N., 2008. Adana İli Yüreğir Ovasındaki Değişik İşletme Tiplerinde Verimlilik Analizi. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Adana.

**EK 1 : Anket Formu**

Anket No:.....

**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ**  
Ziraat Fakültesi  
Tarım Ekonomisi Bölümü

**HATAY İLİ DÖRTYOL İLÇESİ TURUNÇGİL ÜRETİM VE PAZARLAMASI**  
**ANKET FORMU**



K <sub>1</sub> İlçe:	K <sub>2</sub> Köyü :	K <sub>3</sub> Tarih :
----------------------	-----------------------	------------------------

#### A.1. İşletmeci ve Ailesinin Özellikleri

K <sub>4</sub> Adı Soyadı :	K <sub>5</sub> Çiftçilik tecrübesi :
K <sub>6</sub> Ailedeki kişi sayısı :	K <sub>7</sub> Turunçgil Yetiştiriciliği Deneyimi
K <sub>8</sub> Medeni durumunuz? 1>Evli 2>Bekar 3>Boşanmış	K <sub>9</sub> Aylık Geliriniz?
K <sub>10</sub> Tarım dışı geliriniz var mı? 1>Evet, 2>Hayır	
K <sub>11</sub> Herhangi bir tarımsal kuruluşa üyeliğiniz var mı? 1>Evet, 2>Hayır	
K <sub>12</sub> Üye olduğunuz tarımsal kuruluşlar?1> Tarımsal Kalkınma Kooperatifi , 2> Üretici birliği, 3> Satış kooperatifi, 4> Ziraat Odası, 5>Diğer.....	
K <sub>13</sub> Tarımsal faaliyetiniz nedir? 1>Bitkisel üretim, 2>Hayvansal üretim 3> Her ikisi de	

#### A.2. Nüfus Ve Aile İşgücü Varlığı

	Çiftçi	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Cinsiyet (E=1, K=0)	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20	K21	K22	K23	K24
Yaş (yıl)	K25	K26	K27	K28	K29	K30	K31	K32	K33	K34	K35
Eğitim (Yıl)	K36	K37	K38	K39	K40	K41	K42	K43	K44	K45	K46
İşletmede Çalıştığı Gün	K47	K48	K49	K50	K51	K52	K53	K54	K55	K56	K57
İşletme dışında çalıştığı gün	K58	K59	K60	K61	K62	K63	K64	K65	K66	K67	K68

#### B. GENEL İŞLETME BİLGİLERİ

##### 1. Arazi Varlığı ve Arazi Tasarruf Şekli

Ürünler	Alan (da)	Tasarruf Şekli*	Sulama Durumu**	Değeri TL/da	Ağaç Değeri TL/adet
Portakal	K69	K70	K71	K72	K73
Limon	K74	K75	K76	K77	K78
Mandarin	K79	K80	K81	K82	K83
Altıntop	K84	K85	K86	K87	K88
Buğday	K89	K90	K91	K92	K93
Yer	K94	K95	K96	K97	K98
Mısır	K99	K100	K101	K102	K103
Pamuk	K104	K105	K106	K107	K108
Zeytin	K109	K110	K111	K112	K113
Nar	K114	K115	K116	K117	K118
Biber	K119	K120	K121	K122	K123
Domates	K124	K125	K126	K127	K128

\* 1) Mülk, 2) Kira, 3) Ortakçılık

\*\*1)Kurak, 2)Artezyen kuyu, sondaj, 3) Devlet sulama kanalı, 4)Drenaj Kanalı, 5)Dere, 6)Diğer [ .....],

2. Araziden sağlanan gelir

	TL/da	Alan (da)
Başkasına kiraya verilen mülk araziden sağlanan gelir	K129	K130
Başkasına ortakçıya verilen mülk araziden sağlanan gelir	K131	K132
Ödenen toplam arazi kirası	K133	K134
Ortakçıya ödenen toplam ortakçı payı	K135	K136

3. Alet Makine Varlığı

Cinsi	Sayısı	Bugünkü Değeri(TL)	Yıllık Tamir Masrafı (TL)
Traktör	K137	K138	K139
Alet-Makine Toplam	K140	K141	K142

4. Kasa Mevcudu, Borç Ve Alacak Durumu

	Değeri (TL)	Faiz Oranı (%)	Vadesi (Ay)	Hangi amaçla alındı?	Geri ödeme durumu (% kaçını ödedi)
<b>Borçlar</b>	K143	K144	K145	K146	K147
TC Ziraat Bankası	K148	K149	K150	K151	K152
Tarım Kredi Kooperatifi	K153	K154	K155	K156	K157
Diğer Bankalar	K158	K159	K160	K161	K162
Tüccar	K163	K164	K165	K166	K167
Akraba	K168	K169	K170	K171	K172
Komşu	K173	K174	K175	K176	K177
Diğer	K178	K179	K180	K181	K182
<b>Toplam Borçlar</b>	K183	K184	K185	K186	K187
<b>Kasa /Evdeki Para</b>	K188	K189	K190	K191	K192
<b>Bankadaki Para</b>	K193	K194	K195	K196	K197
<b>Alacaklar</b>	K198	K199	K200	K201	K202
<b>Turunçgil Satışı Alacak Durumu</b>					
Portakal	K203	K204	K205	K206	K207
Limon	K208	K209	K210	K211	K212
Mandarin	K213	K214	K215	K216	K217
Altıntop	K218	K219	K220	K221	K222
Diğer Alacaklar	K223	K224	K225	K226	K227
<b>Toplam Alacaklar</b>	K228	K229	K230	K231	K232

### C. TURUNÇGİL ÜRETİM BİLGİLERİ

#### 1. Neden turunçgil üretiyorsunuz?

(1-Hiç etkilemez 2-Az etkili 3-Orta etkili 4-Çok fazla etkili 5-Tamamen etkili)

	Portakal	Mandarin	Limon	Altıntop
Ürün çeşitlemesine giderek risk ve belirsizliği azaltma	K233	K234	K235	K236
Aile iş gücünü değerlendirme	K237	K238	K239	K240
Bölgemizde rağbet görmesi	K241	K242	K243	K244
Ürünün depolanabilmesi	K245	K246	K247	K248
Geleneksel Üretim alışkanlığı	K249	K250	K251	K252
Getirisinin yüksek olması	K253	K254	K255	K256
Ziraatının kolay olması	K257	K258	K259	K260
Pazarlamasının kolay olması	K261	K262	K263	K264
Toprağa değer kazandırması	K265	K266	K267	K268
Başka üretim alternatifinin olmaması	K269	K270	K271	K272
Diğer...	K273	K274	K275	K276

#### 2.1 Turunçgil Üretimi

Çeşidi	Ağaç Sayısı (adet)	Ağaç yaşı	Dikim aralığı	Alanı (da)	Verim (kg/ağaç)	Üretim Miktarı (kg)	Satış zamanı1		Satış zamanı2		Satış zamanı3	
							Miktar	T L	Miktar	T L	Miktar	T L
Portakal	K277	K278	K279	K280	K281	K282	K283	K284	K285	K286	K287	K288
Limon	K289	K290	K291	K292	K293	K294	K295	K296	K297	K298	K299	K300
Mandarin	K301	K302	K303	K304	K305	K306	K307	K308	K309	K310	K311	K312
Altıntop	K313	K314	K315	K316	K317	K318	K319	K320	K321	K322	K323	K324

Satış Zamanı1(Eylül-Kasım), Satış Zamanı2(Aralık-Şubat), Satış Zamanı3(Mart-Mayıs)

#### 2.2. İşletmenin turunçgil üretim miktarları

Tür	2009 Yılı	2010 Yılı	2011 Yılı	2012 Yılı	2013 Yılı
Portakal	K325	K326	K327	K328	K329
Mandarin	K330	K331	K332	K333	K334
Altıntop	K335	K336	K337	K338	K339
Limon	K340	K341	K342	K343	K344
Toplam	K345	K346	K347	K348	K349

### 3. Masraflar (İşçilik, Alet-Makine kirası, akaryakıt)

#### 3.1. Mandarin Üretim Masrafları

MANDARİN	Parsel (da):	Materyal Miktarı	Değer TL	İŞ GÜCÜ(Kişi-Saat)				Yevmiye TL	ÇEKİ GÜCÜ		
	İşlemler			Geçici İşgücü		Aile İşgücü			Süre (saat)	Kira TL	Mazot (lt)
		Kadın	Erkek	Kadın	Erkek						
	Budama	K350	K351	K352	K353	K354	K355	K356	K357	K358	K359
	Sulama	K360	K361	K362	K363	K364	K365	K366	K367	K368	K369
	Gübreleme	K370	K371	K372	K373	K374	K375	K376	K377	K378	K379
	İlaçlama	K380	K381	K382	K383	K384	K385	K386	K387	K388	K389
	Hasat	K390	K391	K392	K393	K394	K395	K396	K397	K398	K399
	Taşıma	K400	K401	K402	K403	K404	K405	K406	K407	K408	K409
	Depolama	K410	K411	K412	K413	K414	K415	K416	K417	K418	K419
	Elektrik	K420	K421	K422	K423	K424	K425	K426	K427	K428	K429
	Diğer	K430	K431	K432	K433	K434	K435	K436	K437	K438	K439

#### 3.2. Portakal Üretim Masrafları

PORTAKAL	Parsel (da):	Materyal Miktarı	Değer TL	İŞ GÜCÜ(Kişi-Saat)				Yevmiye TL	ÇEKİ GÜCÜ		
	İşlemler			Geçici İşgücü		Aile İşgücü			Süre (saat)	Kira TL	Mazot (lt)
		Kadın	Erkek	Kadın	Erkek						
	Budama	K440	K441	K442	K443	K444	K445	K446	K447	K448	K449
	Sulama	K450	K451	K452	K453	K454	K455	K456	K457	K458	K459
	Gübreleme	K460	K461	K462	K463	K464	K465	K466	K467	K468	K469
	İlaçlama	K470	K471	K472	K473	K474	K475	K476	K477	K478	K479
	Hasat	K480	K481	K482	K483	K484	K485	K486	K487	K488	K489
	Taşıma	K490	K491	K492	K493	K494	K495	K496	K497	K498	K499
	Depolama	K500	K501	K502	K503	K504	K505	K506	K507	K508	K509
	Elektrik	K510	K511	K512	K513	K514	K515	K516	K517	K518	K519
	Diğer	K520	K521	K522	K523	K524	K525	K526	K527	K528	K529

#### 3.3. Limon Üretim Masrafları

LİMON	Parsel (da):	Materyal Miktarı	Değer TL	İŞ GÜCÜ(Kişi-Saat)				Yevmiye TL	ÇEKİ GÜCÜ		
	İşlemler			Geçici İşgücü		Aile İşgücü			Süre (saat)	Kira TL	Mazot (lt)
		Kadın	Erkek	Kadın	Erkek						
	Budama	K530	K531	K532	K533	K534	K535	K536	K537	K538	K539
	Sulama	K540	K541	K542	K543	K544	K545	K546	K547	K548	K549
	Gübreleme	K550	K551	K552	K553	K554	K555	K556	K557	K558	K559
	İlaçlama	K560	K561	K562	K563	K564	K565	K566	K567	K568	K569
	Hasat	K570	K571	K572	K573	K574	K575	K576	K577	K578	K579
	Taşıma	K580	K581	K582	K583	K584	K585	K586	K587	K588	K589
	Depolama	K590	K591	K592	K593	K594	K595	K596	K597	K598	K599
	Elektrik	K600	K601	K602	K603	K604	K605	K606	K607	K608	K609
	Diğer	K610	K611	K612	K613	K614	K615	K616	K617	K618	K619

### 3.4. Altıntop Üretim Masrafları

ALTINTOP	Parsel (da):	Materyal Miktarı	Değer TL	İŞ GÜCÜ(Kişi-Saat)				Yevmiye TL	ÇEKİ GÜCÜ		
	İşlemler			Geçici İşgücü		Aile İşgücü			Süre (saat)	Kira TL	Mazot (lt)
				Kadın	Erkek	Kadın	Erkek				
Budama	K620	K621	K622	K623	K624	K625	K626	K627	K628	K629	
Sulama	K630	K631	K632	K633	K634	K635	K636	K637	K638	K639	
Gübreleme	K640	K641	K642	K643	K644	K645	K646	K647	K648	K649	
İlaçlama	K650	K651	K652	K653	K654	K655	K656	K657	K658	K659	
Hasat	K660	K661	K662	K663	K664	K665	K666	K667	K668	K669	
Taşıma	K670	K671	K672	K673	K674	K675	K676	K677	K678	K679	
Depolama	K680	K681	K682	K683	K684	K685	K686	K687	K688	K689	
Elektrik	K690	K691	K692	K693	K694	K695	K696	K697	K698	K699	
Diğer	K700	K701	K702	K703	K704	K705	K706	K707	K708	K709	

### 4. Turunçgil bahçesi ve üretimle ilgili bilgiler

1. Turunçgil bahçeniz ile ilgili Tarım il/ilçe müdürlükleri ile bağlantılı çalışıyor musunuz? 1>Evet, 2>Hayır	K710
2. Organik turunçgil yetiştirme ile bilginiz var mı? 1> Evet, 2>Hayır	K711
3. Organik turunçgil yetiştirmek istermisiniz? 1> Evet, 2>Hayır	K712
4. Turunçgil bahçenizde Global GAP ve İTU ( İyi Tarım Uygulamaları ) yönelik çalışma yapıyor musunuz? 1>Evet / Global GAP sertifikam var, 2>Evet / İTU sertifikam var, 3>Hayır	K713
5. Turunçgil üretimi ile ilgili hangi konularda eksiklik hissediyorsunuz? 1>Gübreleme, 2>İlaçlama, 3>Hasat, 4>Depolama, 5>Pazarlama	K714

### 6. Turunçgil konusunda bilgi eksikliğini nasıl gideriyorsunuz?

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derecede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Tarım İl/İlçe Müdürlüğündeki teknik elemanlar	K715
Diğer üreticiler	K716
Yazılı kaynaklar (kitap, dergi, gazete, broşür vb.)	K717
İnternet	K718
İlaç bayileri	K719
Üretici birliği	K720
Alıcı firmalar	K721
Diğer...	K722

### 7. Turunçgil ürününüzü kim hasat ediyor?

Ürün	1>Alıcı kuruluşlar, 2>Bahçe sahibi, 3>Beraber
Portakal	K723
Limon	K724
Mandarin	K725
Altıntop	K726



8. Hasadı kendiniz yapmamanız durumunda ne gibi sorunlar çıkmaktadır? 1>Hasat sırasında ağaca zarar verilmektedir. 2>Erken hasat sırasında kilo kaybı oluşmaktadır. 3>Geç hasat sırasında kalite nedeniyle kayıplar oluşmaktadır. 4>Geç hasat sonunda gelecek yılın ürününde azalma olmaktadır. 5>Diğer nedenler.	K727
9. Ürün sigortası yatırıyor musunuz? 1>Evet, 2>Hayır	K728
10. Turunçgil yetiştiriciliğine devam etmeyi düşünüyor musunuz? 1>Kesinlikle hayır, 2>Hayır, 3>Kararsızım, 4>Evet, 5>Kesinlikle evet	K729
11. Var olan turunçgil üretim deseninizde değişiklik düşünüyor musunuz? 1>Kesinlikle hayır, 2>Hayır, 3>Kararsızım, 4>Evet, 5>Kesinlikle evet	K730

#### D. TURUNÇGİL PAZARLAMA BİLGİLERİ.

1. Ürününüzü kimlere veya hangi kuruluşlara pazarlıyorsunuz?

(1.Kesinlikle satmam, 2.Satmam, 3.Kararsızım, 4.Satarım, 5.Kesinlikle satarım)

Tüketici	K731
Komisyoncu	K732
Tüccar	K733
Perakendeci	K734
Paketleme tesisleri	K735
İşleme Sanayii	K736
Diğer...	K737

2. Yukarıda belirtilen kişi veya kuruluşlara ürününüzü ne zaman satıyorsunuz?

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derecede katılıyorum, 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Çiçeklenme dönemi öncesi kabala	K738
Çiçeklenme döneminde kabala	K739
Meyve döneminde (dalında) kabala	K740
Hasat sonrası (kilo hesabı) toptan	K741
Hasat sonrası perakende satış	K742
Ürünü depolayarak daha sonra satıyorum	K743
Diğer .....	K744

3. Hasadı kendiniz yapıp satış yapmayı neden tercih ediyorsunuz?

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derecede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Ürünüm tam değerinde satıldığı için	K745
Kaliteli ürün yetiştirdiğim için	K746
Alıcı kuruluş bu şekilde aldığı için	K747
Kabala satışta çok fazla kaybım olduğu için	K748
Pazarda kolaylıkla alıcı bulduğum için	K749
Bahçeme zarar verilmediği için	K750

4. Kabala satışı neden tercih ediyorsunuz?

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derecede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Satış sonunda sorumluluk, satın alan kişi ya da kuruluşlara geçtiği için.	K751
Kilo ile pazarlamak daha zor olduğu için.	K752
Ürün kaybını en aza indirmek için.	K753
İklime bağlı olarak çeşitli problemler çıktığı için.	K754
Depolama ve nakliye masrafları çok olduğu için	K755
Hasat için yeterli işçi bulunamadığı için	K756

5. Ürün satışlarında hangi ödeme şekillerini kullanıyorsunuz?

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derecede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Peşin	K757
Vadeli	K758
Çek	K759
Senet	K760
Yazılı Sözleşme	K761
Diğer	K762

6. Ürünüze depolama yapıyor musunuz?

1>Evet, 2>Hayır

K763

7. Depolamayı ne şekilde yapıyorsunuz?

1>Kuru depolarda, 2>Donanımlı soğuk hava depolarında,  
3>Doğal mağaralarda, 4>Diğer .....

K764

8. Depolamanın fiyat avantajı varmı?

1>Evet, 2>Hayır

K765

9. Turunçgil gelirinizde yıldan yıla farklılık varmı?

1>Evet, 2>Hayır

K766

10. Ürünü satarken fiyat oluşumunu nasıl takip edip karar veriyorsunuz?

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derecede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Bölgemizdeki turunçgil komisyoncuları ile görüşerek karar veriyorum.	K767
Alıcı firmaların teklif ettikleri fiyatları mukayese ederek karar veriyorum.	K768
Ülkedeki turunçgil fiyatlarını takip ederek karar veriyorum.	K769
Hiçbirine bakmayıp teklif edilen fiyat uygunsa satıyorum.	K770
Üretici birliklerinin açıkladıkları taban fiyatlarına göre satıyorum.	K771

11. Depolama sonunda pazarlamayı nasıl yapıyorsunuz?

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derecede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Tüccara pazarlıyorum.	K772
Perakende satış yapıyorum.	K773
İhracatçı kuruluşlara pazarlıyorum.	K774
İşleme sanayiine satıyorum.	K775
Diğer...	K776

## E. TURUNÇGİL PAZARLAMA SORUNLARI.

### 1.1. Yasal Sorunlar

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Turunçgil yetiştiriciliği ve pazarlaması konusunda ülkemizde uzun yıllar istikrarlı bir şekilde izlenen bir ürün politikası bulunmamaktadır.	K777
Toptancı halleri yasası kooperatif gibi önemli bir aracın pazarlamada pratik olarak kullanılmamasına neden olmaktadır.	K778
Turunçgilde dışsatımı özendirerek ihracat teşvik primleri ile destekler yetersizdir, ayrıca üreticileri kapsamamaktadır.	K779
Üretim ve pazarlama amaçlı üretici örgütleri yetersiz ve az sayıda olup var olanlar da yasalardaki eksikliklerden dolayı işlevlerini yerine getirememektedir.	K780
Tarım alanlarının yasal güvence altına alınmamış olması , sanayileşmenin etkisiyle fabrika arazisine dönüşme riskini ortaya çıkarmaktadır.	K781

### 1.2. Ekonomik Sorunlar

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Girdi maliyetleri her geçen yıl artmaktadır. gübre ilaç, sulama, mazot gibi temel girdilere yeterli desteklemeler yapılmamaktadır.	K782
Pazar değeri yüksek, tüketici isteklerine yönelik sağlıklı ve ucuz fidan yeterli ölçüde bulunmamaktadır.	K783
Üretimi desteklemeye yönelik etkin ve üreticiler tarafından ulaşılabilir bir kredi ve finansman sistemi yoktur.	K784
Kimyasal kalıntı, kalite standardı, insan sağlığına uygunluk gibi tarife dışı engeller pazarlamayı olumsuz etkilemektedir.	K785
Turunçgil fiyatlarındaki reel gerilemenin önemli nedenlerinden biri yurt içi talebin yetersiz olması dolayısıyla pazarlamayı olumsuz etkilemektedir.	K786
Tüketici fiyatlarının üretici eline geçen fiyatlarından 5-6 kat kadar daha yüksek olması talebi olumsuz etkilemektedir.	K787
Turunçgil üretimi ile işleme sanayi arasındaki entegrasyon zayıftır.	K788
Turunçgilin standardizasyon, paketleme, konserve, meyve suyu ve konsantresi gibi işleme oranı oldukça düşüktür.	K789
Binlerce üreticinin ürettiği aynı tür meyvenin bir anda pazara sunulması ve talebe göre arz fazlalığı nedeni ile fiyatın düşük düzeyde oluşmasına sebep olmaktadır.	K790
Gelir dağılımı dengesizliği üreticiyi olumsuz etkilemektedir.	K791
Alıcılara güven duyulmaması.	K792
Alıcı sayısının azlığı.	K793
Ödemenin zamanında yapılmaması	K794

### 1.3. Sosyal Sorunlar

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Verim kaybına ve pazarlama şansının düşmesine neden olan, hastalık ve zararlılarla mücadelede araştırma ve yayım gibi kamu hizmetleri yetersiz kalmaktadır.	K795
Üretici örgütlülüğü yetersizdir.	K796
Etkin, iyi işleyen bir pazarlama organizasyonu yoktur.	K797
Turunçgil tüketim alışkanlığının istenilen düzeyde olmaması yurt içi talebin yetersiz olmasına neden olmaktadır.	K798
Pazar değeri yüksek, yeni çeşitlerin geliştirilmesine yönelik araştırma-geliştirme ve yayım çalışmaları yetersizdir.	K799
Üreticiler genellikle iş güçlerini üretime yönlendirdikleri için pazarlama fonksiyonuna yeterli zaman ayıramamaktadırlar.	K800

### 1.4. Teknik Sorunlar

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5,Tamamen katılıyorum)

Dörtüyl turunçgil ürünleri markalaşamamıştır.	K801
Sanayileşme nedeniyle çevre kirliliği tarım alanlarını tehdit etmektedir.	K802
Gerek fiyat gerekse üretim risklerine karşı üreticiyi koruyacak yararlanılabilir, ucuz ve yaygın bir sigorta sistemi yoktur.	K803
Sözleşmeli tarım uygulanmamaktadır.	K804
Organik tarım uygulamaları yaygın değildir.	K805
Ürünün ambalajlanmasında / paketlenmesinde standartlara ulaşamaması,	K806
Ülkemizde işletme büyüklükleri verimli bir üretim için yeterli değildir.	K807

2.Turunçgil pazarlama sorunlarını ortadan kaldırma veya en aza indirmek için neler yapılmalıdır?  
(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3 .Orta derecede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5.Tamamen katılıyorum)

Devlet üretim ve pazarlamada daha fazla yardımcı olmalıdır.	K808
Devlet Turunçgil yetiştiricilerine ucuz kredi vermelidir.	K809
İhracatçıya verilen teşvikler yetiştiricilere de verilmelidir.	K810
Paketleme evleri sayısının artırılması sağlanmalıdır.	K811
Üretici yetiştirme ve pazarlama konusunda daha çok eğitilmelidir.	K812
Üretici ile alıcı arasında satış ve ödemede aracı bir kurum olmalıdır.	K813
Hal sistemi üretici lehine yeniden düzenlenmelidir.	K814
Kooperatiflerin pazarlama olanağının önündeki engeller kaldırılmalıdır.	K815
Ürün standartlarının geliştirilmesi için üretici eğitilmelidir.	K816
Üretimde sofralık ve sanayilik üretim dengesi kurulmalıdır.	K817
Turunçgil satışının artırılması için üretimin kalitesi artırılmalıdır.	K818
Tüketici fiyatlarının üretici eline geçen fiyatlarından 5-6 kat kadar daha yüksek olmasının önüne geçilmelidir.	K819
Turunçgil üretimi ile işleme sanayi arasındaki entegrasyon artırılmalıdır.	K820
Yeni çeşitlerin geliştirilmesi için araştırmalar yapılmalıdır.	K821
Turunçgil üreticilerinin üretimlerini sürdürebilmeleri için yeterli bir geliri istikrarlı bir şekilde elde etmeleri için yeni yöntemler geliştirilmelidir.	K822
Temel girdiler desteklenmelidir.	K823
Verimlilik ve kalite artırıcı araştırmalar teşvik edilmelidir.	K824
Üretim, pazar isteklerine ve tüketici talebine yönelik planlanmalıdır.	K825
Gerek üretim gerekse de pazarlama için etkin kolay ve ucuz bir finansman organizasyonu sağlanmalıdır.	K826
İyi tarım uygulamaları geliştirilmeli, üreticilerin bunları benimsemesi özendirilmeli ve desteklenmelidir.	K827
Tanıtım ve reklam çalışmaları kamu kaynakları ile desteklenmelidir.	K828
Çiftçilerin kurduğu kooperatiflerin pazarlamada etkin olması sağlanmalıdır.	K829
Bölgede işleme sanayii tesisleri kurulmalıdır.	K830
Çevre kirliliğinin tarım alanlarına etkisi en aza indirilmelidir.	K831
Turunçgil bahçelerinin miras vb yollarla bölünmesinin önüne geçilmelidir.	K832
Tarım arazileri üzerinde yapılaşmaya yasal olarak engel olunmalıdır.	K833
Sözleşmeli tarım hakkında üretici bilgilendirilmeli ve alıcı kuruluşlar teşvik edilmelidir.	K834
Yerel yönetimler fuar, festival vb... etkinliklerle Dörtüyl Turunçgillerinin tanıtımı sağlanmalıdır.	K835
Yerel yönetimler örnek paketleme tesisleri ve işleme sanayii tesisleri kurarak üreticiye destek olmalıdır.	K836
Marka oluşturulmasında üreticiler teşvik edilmelidir.	K837
İhracatımızda çok önemli bir sorun olan Akdeniz Meyve Sineği'nin kontrolü için acil önlemler alınmalıdır.	K838
Virüsten arı sertifikalı fidan üretimi ve bu fidanlarla kurulan bahçelerin artırılmasına özel bir önem verilmelidir.	K839

3.Turunçgil pazarlamasında satışa ve ödemeye aracı bir özerk kuruluşun garantör olmasını ister misiniz?

1>Evet,	2>Hayır	K840
---------	---------	------

4. Turunçgil satışında ödemeye aracı olarak hangi kuruluşun garantör olmasını istersiniz?

(1.Hiç katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3.Orta derecede katılıyorum 4.Katılıyorum, 5.Tamamen katılıyorum)

Satış Kooperatifi	K841
Üretici birliği	K842
Tarım il/ilçe müdürlükleri	K843
Ziraat odaları	K844
Ziraat borsası	K845
Toprak Mahsülleri Ofisi	K846
Ticaret ve Sanayii Odaları	K847
İhracatçı birlikleri	K848
İl Özel İdareleri	K849
Belediyeler	K850
Diğer(Belirtiniz).....	K851

F. RİSK KAYNAĞI. Aşağıdaki risk kaynaklarını % üzerinden derecelendiriniz.

Risk Kaynakları	%
Üretim Riski	K852
1. Hastalık Zararlı	K853
2. Doğa (iklim , çevre vb)	K854
3. Üretim Teknolojisi (çeşit, gübre, ilaç vb.)	K855
Pazarlama Riski	K856
4. Fiyat	K857
5. Satış Riski	K858
6. Hava kirliliği	K859
7. Finansman Riski (faiz oranı, ödeme gücü vb)	K860
8. İnsan Kaynaklı Risk	K861
9. Nakliye (Pazara uzaklık)	K862
10. Depolama (Ürün zayıflığı)	K863

G. AŞAĞIDAKİ FAKTÖRLER ÜRETİMİNİZİ NE ÖLÇÜDE ETKİLER?

(1-Hiç etkilemez 2-Az etkiler 3-Orta derecede etkiler 4-Etkiler 5-Tamamıyla etkiler)

1.Ülkenin ekonomik durumundaki değişiklik	K864
2.Girdi maliyetlerindeki değişiklikler	K865
3.Ürün fiyatlarındaki değişiklikler	K866
4.Ürünün satış zamanı	K867
5. Çeşit	K868
6.Ürünlerin verimindeki değişiklikler	K869
7. Ürün Fiyatı	K870
7.Üretim tekniği hakkında bilgi sahibi olma	K871
8.Hastalık ve zararlıların verimi düşürmesi	K872
9.Arazi fiyatlarındaki değişiklikler	K873
10.İşgücünün sınırlılığı	K874
11.Ürünü Pazarlama Olanakları-Satış garantisi	K875
12.Doğal Koşullar (arazi-iklim)	K876
13.Çevredeki çiftçilerin yetiştirdiği ürün	K877
14.Kredi/borç alma kolaylığı	K878
15.Ziraat Müh./Tek. önerisi	K879
16.Firmaların ve tüccarların önerisi	K880
17. Hava kirliliği	K881

H. TARIMSAL ÜRETİMİNİZİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERE KARŞI ALDIĞINIZ ÖNLEMLERİ DEĞERLENDİRİNİZ

(1-Hiç etkilemez 2-Az etkili 3-orta derecede etkili 4-etkili 5-Tamamıyla etkili)

1-İşletmede birden çok ürüne yer verilmesi (üretim çeşitlendirilmesi)	K882
2-Ürünleri depolayarak farklı zamanlarda ürün satışı yapmak	K883
3-Ürünün satılacağı pazar hakkında bilgilenecek	K884
4-İşletme dışı yatırım yapmak	K885
5-Aile bireylerinin işletme dışında çalışması	K886
6-Mevcut kaynakların kullanımının planlanması	K887
7-Borçlanmayı azaltmak	K888
8-Vadeli satış yapmak	K889
9-Ürün sigortası yaptırmak	K890
10-Ürünü mamul haline getirip işleyerek satmak	K891
11-Sözleşmeli üretim yapmak	K892
12-Yoğun girdi kullanımı (ilaçlama vb)	K893
13-Yeni üretim teknikleri kullanmak	K894
14-Diğer çiftçilerle ortak hareket etme (kooperatifleşme)	K895
15-Uygun fiyattan girdileri önceden depolamak	K896
16-Ürünü satın alan kişi hakkında bilgi edinmek	K897

ANKET SONA ERMİŞTİR, KATKILARINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİZ.

- Turunçgil üretiminin daha iyi olması için önerileriniz nelerdir?

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı, Soyadı : Hüseyin Fatih ATLI  
Uyruğu : T.C.  
Doğum Tarihi ve yeri: 02.08.1981 - Sütçüler / ISPARTA  
Medeni Hali : Evli  
Telefon : 0 (326) 618 29 36  
e-posta : [hfatli@hotmail.com](mailto:hfatli@hotmail.com)

### Eğitim

<b>Derece</b>	<b>Eğitim Birimi</b>	<b>Mezuniyet Tarihi</b>
Yüksek Lisans	Tarım Ekonomisi / Fen Bilimleri Enstitüsü Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	2016
Lisans	İşletme / İşletme Fakültesi / Anadolu Üniversitesi	2006
Ön lisans	Muhasebe / Kocaeli Üniversitesi	2004
Lise	Muhasebe / Yalvaç Çok Programlı Lisesi	2000

### İş Denevimi

<b>Yıl</b>	<b>Kurum</b>	<b>Görev</b>
2005 – 2007	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	Memur
2007 – 2012	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi	Bilgisayar İşletmeni
2012 – 2015	Mustafa Kemal Üniversitesi	Öğretim Görevlisi
2015 -	İskenderun Teknik Üniversitesi	Öğretim Görevlisi

### Yabancı Dil

İngilizce