



T.C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**TOPRAK MAHSULLERİ OFİSİ'NİN  
ÜRETİCİ KARARLARI ÜZERİNDEKİ  
ETKİSİ; KONYA İLİ ÇUMRA İLÇESİ  
ÖRNEĞİ**

**Serkan KARAKUŞ**

**YÜKSEK LİSANS**

**TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

**Danışman**

**Prof. Dr. Cennet OĞUZ**

**KONYA-2017**

## TEZ KABUL VE ONAYI

Serkan KARAKUŞ tarafından hazırlanan “Toprak Mahsulleri Ofisi’nin Üretici Kararları Üzerindeki Etkisi; Konya İli Çumra İlçesi Örneği” adlı tez çalışması 05/01/2017 tarihinde aşağıdaki jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı’nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

### Jüri Üyeleri

#### Başkan

Prof. Dr. Cennet OĞUZ

#### Danışman

Prof. Dr. Cennet OĞUZ

#### Üye

Doç. Dr. Yusuf ÇELİK

#### Üye

Yrd. Doç. Dr. Mustafa KAN

İmza



Yukarıdaki sonucu onaylarım.

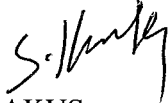
Prof. Dr. Mustafa YILMAZ  
FBE Müdürü

## TEZ BİLDİRİMİ

Bu tezdeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edildiğini ve tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

## DECLARATION PAGE

I hereby declare that all information in this document has been obtained and presented in accordance with academic rules and ethical conduct. I also declare that, as required by these rules and conduct, I have fully cited and referenced all material and results that are not original to this work.

İmza   
Serkan KARAKUŞ  
05.01.2017

## ÖZET

### YÜKSEK LİSANS TEZİ

## TOPRAK MAHSULLERİ OFİSİ'NİN ÜRETİCİ KARARLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ; KONYA İLİ ÇUMRA İLÇESİ ÖRNEĞİ

Serkan KARAKUŞ

Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü  
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Cennet OĞUZ

2017, 126

Jüri

Prof. Dr. Cennet OĞUZ

Doç. Dr. Yusuf ÇELİK

Yrd. Doç. Dr. Mustafa KAN

Bu çalışma, Toprak Mahsulleri Ofisinin (TMO) faaliyetlerini, Türkiye ekonomisi içerisindeki yeri ve önemini, Konya İli Çumra İlçesindeki hububat üreticilerinin kararları üzerindeki etkisini, TMO hakkındaki tutum ve davranışlarını belirlemek ve üretici kararlarını etkileyen faktörleri analiz etmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada, popülasyondaki farklı bölümlerin yeterince temsil edilmesini sağlamak amacıyla tabakalı örnekleme yönteminin kullanılması uygun görülmüştür. Örnek hacmi, tabakalı örnekleme yöntemlerinden Neyman Yöntemi ile hesaplanmıştır. Çalışmada örnek hacmi 90 olarak belirlenmiş ve üreticilerle görüşmeler tesadüfi olarak gönüllülük ilkesine göre yapılmıştır. Araştırmada işletmeler genişlik gruplarına göre 0-50 dekar, 51-100 dekar, 101 dekar ve üzeri araziye sahip işletme grubu olarak gruplandırılmış ve işletme ortalamaları üzerinden yorumlanmıştır.

TMO'nun üretici kararları üzerindeki etkisini belirlemek için; anket yolu ile araştırma bölgesinde toplanan "evet-hayır" gibi 2 veya daha çok cevaplı kategorik verilerin analizinde Görsel İlişki Analizlerinden (GİA) ve anket yolu ile toplanan sürekli veri niteliğinde olan verilerin analizlerinde parametrik testlerden olan Varyans Analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Ayrıca hububat üreticilerinin satış yeri olarak TMO'yu tercih etme durumlarının eğitim, yaş, satış fiyatı ve hububat ekim alanları arasında bir ilişki olup olmadığı Ki-Kare Bağımsızlık testi ile analiz edilmiştir. Ayrıca üreticilerin TMO'ya karşı görüş, düşünce, tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla 'Likert Tipi Ölçeklendirme' ve üreticilerin TMO'ya karşı olan tutumlarının işletme genişlik grupları arasında herhangi bir fark olup olmadığını belirlemek için, çoklu karşılaştırmalı testlerden olan Duncan Test İstatistiği kullanılmıştır.

Varyans Analizinde buğday satış yeri ile işletme genişliği arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki olduğu ( $p < 0,05$ ,  $H_0$ :Ret) tespit edilmiştir. Ki-Kare analizlerinde işletmelerin satış yeri tercihi ile yaş ve eğitim düzeyleri arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki ( $p > 0,05$ ,  $H_0$ :Kabul) bulunamamıştır. Fakat satış yeri tercihi ile buğday satış fiyatı, mısır satış fiyatı ve buğday ekim alanı arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki olduğu ( $p < 0,05$ ,  $H_0$ :Ret) belirlenmiştir. Ayrıca yapılan tutum ölçeğinde; hububat üreticilerinin tamamı, hububat fiyatlarının devlet tarafından desteklenmesi gerektiğine inanmakta (4.58/5) ve yine üreticilerin tamamına yakını TMO'nun destekleme alım fiyatını ekimden önce belirlemesinin daha uygun olacağını vurgulamaktadırlar (4.86/5). TMO'nun bir yıl önceden hububat alım fiyatlarını açıklaması üreticilerin üretim kararlarını olumlu yönde değiştireceği istatistikî olarak ta önemli çıkmıştır ( $p < 0,01$ ).

**Anahtar Kelimeler:** Çumra, Konya, Toprak Mahsulleri Ofisi, Üretici Kararı,

## **ABSTRACT**

### **MS THESIS**

## **IMPACT on the PRODUCER DECISIONS of THE TURKISH GRAIN BOARD; CASE STUDY of CUMRA DISTRICT in KONYA PROVINCE**

**Serkan KARAKUS**

**Selcuk University, The Graduate School of Natural and Applied Science  
Department of Agricultural Economics**

**Advisor: Prof. Dr. Cennet OĞUZ  
2017, 126**

### **Juries**

**Prof. Dr. Cennet OGUZ  
Assoc. Prof. Dr. Yusuf CELİK  
Asst.Prof. Dr. Mustafa KAN**

This study was carried out in order to determine the activities of the Turkish Grain Board's (TGB), its place and importance in Turkish economy, the effects of grain producers in Konya Province Çumra District on the decisions, the attitudes and behaviors about TGB and the factors affecting producer decisions. In the study, it was deemed appropriate to use stratified sampling to ensure that the different parts of population were adequately represented. Sample volume, calculated using the Neyman Method from layered sampling methods. The sample volume in the study was set at 90 and negotiations with producers were done randomly on the basis of volunteerism. In the research businesses according to width group 0-5 hectare, 5.1-10 hectare and 10.1 hectare and above are grouped as operating groups and interpreted over the average of the enterprises. In the research, in the examined entities, population and labor power assets, land assets, changing costs, herbal production values the opinions, thoughts, attitudes and behaviors of the producers regarding TGB were analyzed. In enterprises, characteristics such as the age of the current population, gender education status and working potential are calculated separately.

To determine the impact of TGB on producer decisions; such as "yes-no" in analysis of 2 or more responsive categorical data in Correspondence Analysis and collected by survey in the analysis of data with continuous data the Variance Analysis technique, which is a parametric test. In addition, cereal producers prefer TGB as a sales place whether there is a relationship between education, age, sales price and cereal planting areas was analyzed by the Chi-Square Independence test. In addition, the producers against TGB to determine their opinions, thoughts, attitudes and behaviors 'Likert Type Scaling' method is used and Duncan Test Statistic, which is a multiple comparative test, was used to determine whether there was any difference between the working width groups of the manufacturers' attitudes towards the TGB.

In the Variance Analysis, there was a statistically significant correlation ( $p < 0,05$ ,  $H_0$ : Refuse) between the wheat sales place and the business breadth. In the Chi-Square analysis, there was no statistically significant relationship between the preferences of the establishments, age and education levels ( $p > 0,05$ ,  $H_0$ : Accept). However, it was determined that there was a statistically significant relationship between the selling price of wheat, the selling price of corn, and the wheat cultivation area ( $p < 0.05$ ,  $H_0$ : Refuse). At the attitude scale; All cereal producers believe that cereal prices should be supported by the government (4.58/5) and It is still more appropriate to determine the purchase price of the support TGB, which is close to the producers, before the planting (4.86/5). Manufacturers do not participate in the privatization of TGB (2.15/5) and they were not satisfied with the form of payment of TGB (1.52 / 5). The fact that

TGB explained cereal purchase prices a year ago is important as the statistic that manufacturers will change production decisions positively ( $p<0,01$ ).

**Key Words:** Cumra, Konya, Producer Decision, Turkish Grain Board



## ÖNSÖZ

Çalışma boyunca ilgi ve desteğini gördüğüm, ilminden faydalandığım, insani ve ahlaki değerleri ile de örnek edindiğim, çalışma süresince göstermiş olduğu hoşgörü ve sabırdan dolayı değerli hocam Prof. Dr. Cennet OĞUZ başta olmak üzere, Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü öğretim elemanlarına, çalışmaya büyük katkılarından dolayı Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümünden Yrd. Doç. Dr. Mustafa KAN hocama, yüksek lisansa başlamamda büyük pay sahibi olan, desteğini benden hiçbir zaman esirgemeyen sevgili babama ve çalışma süresince benden yardımını ve fedakârlığını eksik etmeyen eşime teşekkürü bir borç bilirim.

Serkan KARAKUŞ  
KONYA-2017

## İÇİNDEKİLER

<b>ÖZET</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>iii</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>iv</b>
<b>ÇİZELGELER DİZİNİ</b> .....	<b>vii</b>
<b>ŞEKİLLER DİZİNİ</b> .....	<b>x</b>
<b>GRAFİKLER DİZİNİ</b> .....	<b>xi</b>
<b>SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ</b> .....	<b>xii</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1. Konunun Önemi.....	1
1.2. Konunun Amacı.....	4
<b>2. KAYNAK ARAŞTIRMASI</b> .....	<b>5</b>
<b>3. MATERYAL VE YÖNTEM</b> .....	<b>11</b>
3.1. Materyal.....	11
3.2. Yöntem.....	11
3.2.1. Örneklemeye Aşamasında Uygulanan Yöntem.....	11
3.2.2. Anket Aşamasında Uygulanan Yöntem.....	14
3.2.3. Verilerin Analizi Aşamasında Uygulanan Yöntem.....	14
3.2.4. Üretici Kararlarını Etkileyen Faktörlerin Analizinde Uygulanan Yöntem...	16
3.2.5. Tutum ve Davranışların Belirlenmesinde Kullanılan Yöntem.....	19
3.2.6. Hububat İle İlgili Yapılan Projeksiyonlarda Uygulanan Yöntem.....	22
<b>4. DÜNYA HUBUBAT (BUĞDAY, ARPA, MISIR) GENEL DURUMU</b> .....	<b>21</b>
4.1. Dünya Hububat Üretimi.....	21
4.2. Dünya Hububat Tüketimi.....	22
4.3. Dünya Hububat Stoku.....	23
4.4. Dünya Hububat Dış Ticareti.....	23



<b>5. TÜRKİYE HUBUBAT (BUĞDAY, ARPA, MISIR) DURUMU.....</b>	<b>26</b>
5.1. Türkiye Hububat Üretimi.....	26
5.2. Türkiye Hububat Tüketimi.....	27
5.3. Türkiye Hububat Stoku.....	28
5.4. Türkiye Hububat Ticareti.....	28
5.5. Türkiye Hububat Üretim, Tüketim ve Dış Ticaret Tahminleri.....	31
<b>6. TÜRKİYE’DE UYGULANAN HUBUBAT ALIM POLİTİKALARI.....</b>	<b>33</b>
<b>7. DÜNYA’DA UYGULANAN HUBUBAT ALIM POLİTİKALARI.....</b>	<b>34</b>
7.1. ABD’de Uygulanan Hububat Politikaları.....	34
7.2. AB’de Uygulanan Hububat Politikaları.....	34
7.2.1. İngiltere Örneği.....	36
7.2.2. Almanya Örneği.....	36
7.2.3 Fransa Örneği.....	36
7.2.4. Avusturya Örneği.....	37
7.2.5. AB’de Ödeme Kurumları.....	38
<b>8. TMO’NUN TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇERİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ.....</b>	<b>40</b>
<b>9. ÇALIŞMA ALANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....</b>	<b>44</b>
9.1. Nüfus Yapısı.....	44
9.2. Coğrafi Yapısı.....	44
9.3. Ekonomik Yapısı.....	45
9.4. Tarımsal Yapısı.....	45
9.5. Çumra Şeker Fabrikasının Bölgeye Sosyal ve Ekonomik Katkısı.....	47
<b>10. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA.....</b>	<b>49</b>
10.1. İşletmelerle İlgili Genel Özellikler.....	49
10.1.1. Nüfus ve Yaş Durumu.....	49
10.1.2. Eğitim Durumu.....	50
10.1.3. Arazi Mülkiyet Durumu.....	51
10.1.4. İşletmelerin Parsel Sayısı ve Parsel Büyüklüğü.....	52
10.1.5. Arazi Kullanım Durumu.....	53

10.1.6. Hububat Ekim Alanları.....	53
10.1.7. Hububat Verim Değerleri.....	54
10.2. Araştırma Alanında İncelenen İşletmelerin Yıllık Faaliyet Sonuçları.....	57
10.2.1. Bitkisel Üretim Değerleri.....	57
10.2.2. Değişen Masraflar.....	57
10.2.3. Üretim Maliyeti.....	60
10.3. Üreticilerin Tarımsal Üretim ile İlgili Görüş ve Düşünceleri.....	60
10.3.1. Tarımsal Konularda Karar Verme Davranışları.....	60
10.3.2. Ekim Kararı.....	64
10.3.3. Tohumluk Kullanımı.....	66
10.4. Araştırma Alanında İncelenen İşletmelerin TMO ile İlgili Düşünceleri.....	67
10.4.1. Satış Yerleri ve Satış Yeri Tercihini Etkileyen Faktörlerin Analizi.....	70
10.4.2. Hububat Satış Zamanı.....	74
10.4.3. TMO'nun Alım Politikasının Değişmesi Karşısında Üretici Düşünceleri....	76
10.4.4. TMO'nun Emanet Alım Uygulamaları İle Üretici Görüşleri.....	82
10.4.5. TMO'nun Uygulamaları ile İlgili Üretici Şikâyetleri.....	83
10.5. Üreticilerin TMO ile İlgili Tutumları.....	85
<b>11. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>87</b>
11.1. Sonuç.....	87
11.2. Öneriler.....	92
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>94</b>
<b>Ek-1.....</b>	<b>96</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>105</b>

## ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 1. Araştırma bölgesinde bulunan işletmelerin arazi genişlik grupları İtibariyle dağılımları ve her gruptan belirlenen örnek işletme sayıları.....	14
Çizelge 2. Nüfusun Erkek İş Gücü Birimine çevrilmesinde kullanılan katsayılar.....	15
Çizelge 3. Dünya hububat üretim, tüketim, stok ve ticaret miktarları (2005-2014).....	25
Çizelge4. Türkiye hububat üretim, tüketim, stok ve ticaret miktarları (2005-2014).....	30
Çizelge 5. TMO buğday, arpa ve mısır müdahale alım fiyatları (2005-2014).....	33
Çizelge 6. Çalışma alanının nüfus yapısı .....	44
Çizelge 7. Çumra ve Konya arazi kullanım durumu (da).....	46
Çizelge 8. Çumra ve Konya tarım alanları sulama durumu .....	46
Çizelge 9. Çumra, Konya ve Türkiye'nin üretim deseni .....	47
Çizelge 10. İncelenen işletmelerde nüfusun yaş gruplarına göre dağılımı.....	49
Çizelge 11. İncelenen işletmelerde nüfusun eğitim durumu.....	50
Çizelge 12. İncelenen işletmelerde arazi mülkiyet durumları (da).....	51
Çizelge 13. İncelenen işletmelerde parsel sayısı ve parsel büyüklüğü.....	52
Çizelge 14. İncelenen işletmelerde arazi kullanım durumları (da).....	53
Çizelge 15. İncelenen işletmelerde hububat ekim alanları (da).....	54
Çizelge 16. İncelenen işletmelerde elde edilen verim değerleri (kg/da).....	56
Çizelge 17. İncelenen işletmelerde bitkisel üretim değerleri (TL).....	57
Çizelge 18. İncelenen işletmelerde değişen masraflar (TL).....	59
Çizelge 19. İncelenen İşletmelerde hububat üretim maliyeti (TL/kg).....	60
Çizelge 20. Hububat üreticilerinin üretim planlaması kararları (%).....	61

Çizelge 21. Hububat üreticilerinin üretim planlaması kararlarına ait Görsel İlişki Analizi.....	61
Çizelge 22. Hububat üreticilerinin bilgi kaynakları (%).....	62
Çizelge 23. Hububat üreticilerinin bilgi kaynaklarına ait Görsel İlişki Analizi.....	63
Çizelge 24. Üreticilerin hububat tarımı yapma nedenleri (%) .....	64
Çizelge 25. Üreticilerin hububat tarımı yapma nedenlerine ait Görsel İlişki Analizi....	65
Çizelge 26. Hububat fiyatlarının düşmesi durumunda üretici davranışları (%).....	65
Çizelge 27. İşletmelerin sertifikalı tohumluk kullanma sıklığı ve durumu .....	66
Çizelge 28. İncelenen işletmelerde tohum temin yerleri .....	67
Çizelge 29. Üreticilere göre hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluş .....	68
Çizelge 30. Üreticilere göre hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluşlara ait Görsel İlişki Analizi.....	68
Çizelge 31. Üreticilerin destek fiyatı açıklanmadığı zamanki tutumları (%).....	69
Çizelge 32. Mevcutta hububat satış yerleri .....	70
Çizelge 33. İşletme genişliği ile buğday satış yeri arasındaki ilişki Varyans Analiz Tablosu.....	70
Çizelge 34. İşletme genişliği ile arpa satış yeri arasındaki ilişki Varyans Analiz tablosu Tablosu.....	71
Çizelge 35. İşletme genişliği ile mısır satış yeri arasındaki ilişki Varyans Analiz Tablosu.....	71
Çizelge 36. Satış yeri tercihi ile üretici yaşı arasındaki ki-kare analiz tablosu.....	72
Çizelge 37. Satış yeri tercihi ile üretici yaşı arasındaki ki-kare analiz tablosu .....	72
Çizelge 38. Buğday satış yeri tercihi ile buğday satış fiyatı arasındaki ki-kare analiz Tablosu.....	73
Çizelge 39. Mısır satış yeri tercihi ile mısır satış fiyatı arasındaki ki-kare analiz Tablosu.....	73

Çizelge 40. Buğday satış yeri tercihi ile buğday ekim alanı arasındaki ki-kare analiz	
Tablosu.....	73
Çizelge 41. Mısır satış yeri tercihi ile mısır ekim alanı arasındaki ki-kare analiz	
Tablosu.....	74
Çizelge 42. İşletme genişlik gruplarına göre hububat satış zamanı (%).....	74
Çizelge 43. Üreticilerin ürünlerini erken satma nedenleri (%).....	75
Çizelge 44. İşletmelerin depolama imkânları .....	75
Çizelge 45. Üreticilerin alım döneminin değişmesi karşısındaki etkilenme durumları .....	76
Çizelge 46. Alım dönemi değişikliğinin hububat piyasasına etkisi (%) .....	77
Çizelge 47. Üreticilere göre hububat alımını gerçekleştirmesi gereken kuruluş (%).....	78
Çizelge 48. Hububat alımını gerçekleştirmesi gereken kuruluşlara ait Görsel İlişki	
Analizi.....	78
Çizelge 49. İşletmelerin kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme durumları (%).....	79
Çizelge 50. İşletmelerin kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme biçimleri (%).....	80
Çizelge 51. Kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme biçimlerine ait Görsel İlişki	
Analizi.....	80
Çizelge 52. TMO'nun alımlara son vermesi karşısındaki üretici tutumu (%).....	81
Çizelge 53. TMO'nun alımlara son vermesi karşısındaki üretici tutumlarına ait Görsel	
İlişki Analizi.....	82
Çizelge 54. İşletmelerin emanet alım uygulamasından haberdar olma durumları .....	83
Çizelge 55. Üreticilerinin TMO'dan şikâyetçi olma durumları (%).....	84
Çizelge 56. Üreticilerinin TMO'dan şikâyetçi olma durumlarına ait Görsel İlişki	
Analizi.....	84
Çizelge 57. Üreticilerin TMO 'ile ilgili tutum ve davranışları.....	86

Çizelge 58. TMO'nun bir yıl önceki alım fiyatı üretim kararımı etkiledi tutumunun işletme grupları arasındaki farklılığa ait Duncan Testi.....	92
Çizelge 59. Randevulu alım sistemine karşı üretici tutumlarının işletme grupları arasındaki farklılığa ait Duncan Testi.....	92
Çizelge 60. TMO'nun alım sistemindeki memnuniyete ait tutumların işletme grupları arasındaki farklılığa ait Duncan Testi.....	93
Çizelge 61. Alım tarihlerinin Nisan-Ağustos olması üretim kararımı etkiler tutumunun işletme grupları arasındaki farklılığa ait Duncan Testi.....	93



## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Dünya hububat üretim, tüketim, stok ve ticaret durumu.....	24
Şekil 2. Türkiye hububat üretim, tüketim, stok ve ticaret durumu.....	29
Şekil 3. Türkiye hububat üretim projeksiyonu.....	31
Şekil 4. Türkiye hububat tüketim projeksiyonu.....	31
Şekil 5. Türkiye hububat ticaret projeksiyonu.....	32
Şekil 6. Çumra ilçe haritası.....	45



## GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 1. Hububat üreticilerinin üretim planlaması kararlarına ait Görsel İlişki Analizi.....	62
Grafik 2. Hububat üreticilerinin bilgi kaynaklarına ait Görsel İlişki Analizi.....	63
Grafik 3. Üreticilerin hububat tarımı yapma nedenlerine ait Görsel İlişki Analizi.....	65
Grafik 4. Üreticilere göre hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluşlara ait Görsel İlişki Analizi.....	69
Grafik 5. Hububat alımını gerçekleştirmesi gereken kuruluşlara ait Görsel İlişki Analizi.....	75
Grafik 6. Kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme biçimlerine ait Görsel İlişki Analizi.....	81
Grafik 7. TMO'nun alımlara son vermesi karşısındaki üretici tutumlarına ait Görsel İlişki Analizi.....	82
Grafik 8. Üreticilerinin TMO'dan şikâyetçi olma durumlarına ait Görsel İlişki Analizi.....	85



## **SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ**

<b>AB</b>	Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	Amerika Birleşik Devletleri
<b>ÇKS</b>	Çiftçi Kayıt Sistemi
<b>da</b>	Dekar
<b>DGD</b>	Doğrudan Gelir Desteği
<b>DİR</b>	Dâhili İşleme Rejimi
<b>DTÖ</b>	Dünya Ticaret Örgütü
<b>EUROSTAT</b>	Avrupa Birliği İstatistik Ofisi (Statistical Office of the European Commission)
<b>FAO</b>	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (Food and Agriculture Organization of the United Nations)
<b>FEOGA</b>	AB Tarımsal Garanti ve Yön Verme Fonu (European Agricultural Guidance and Guarantee Fund)
<b>ha</b>	Hektar
<b>IGC</b>	Uluslararası Tahıl Konseyi (International Grains Council)
<b>GİA</b>	Görsel İlişki Analizi
<b>KHK</b>	Kanun Hükmünde Kararname
<b>KİT</b>	Kamu İktisadi Teşebbüsü
<b>OECD</b>	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organization for Economic Cooperation and Development)
<b>OPD</b>	Ortak Piyasa Düzenleri
<b>OTP</b>	Ortak Tarım Politikası
<b>TEPGE</b>	Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü Müdürlüğü
<b>TİGEM</b>	Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
<b>TMO</b>	Toprak Mahsulleri Ofisi
<b>TÜİK</b>	Türkiye İstatistik Kurumu
<b>TGB</b>	Turkish Grain Board (Toprak Mahsulleri Ofisi)

# 1.GİRİŞ

## 1.1. Konunun Önemi

Dünya nüfusu son yıllarda gittikçe artan bir hızla çoğalmaktadır. Halen 7 milyarı aşan dünya nüfusunun 2050 yılında 9 milyarı geçeceği tahmin edilmektedir (Anonim., 2010). Günümüzde hızla gelişen bilim ve teknoloji, uluslararası ticaretin yaygınlaşması ile ekonominin küreselleşerek dünya ülkelerini etkisi altına alması tüm sektörlerde olduğu gibi tarım ürünlerinin üretim, tüketim ve ticaretini de etkilemiştir. Nüfus ve tarım ürünleri insanlık tarihi boyunca insanları yakından ilgilendiren konular olmuştur (Oğuz, 1991). Çağlar boyunca devam eden ekonomik ve politik dalgalanmaların temel nedeni bu iki faktör arasındaki dengesizliğe dayanır. Nitekim aynı sorun günümüzde devam etmektedir. Türkiye'nin 77 milyonu bulan nüfusunun %76,8'i kentte ve %23,2'si kırsal alanda yaşamaktadır (TÜİK, 2014). Nüfusun büyüklüğü, hızlı artışı ve yurt içindeki dengesiz dağılımı ekonomik ve sosyal gelişmemizi büyük ölçüde olumsuz yönde etkilemektedir. Nüfusun hızlı bir şekilde artması, büyük bir kısmının kentlere göç etmesi ve kırsal alandaki nüfusun azalması beraberinde, beslenmenin temelini oluşturan tarım ürünlerinin üretimini olumsuz yönde etkileyecektir. Öte andan 2050 yılında 97 milyona ulaşacağı tahmin edilen nüfusumuzun, eğer uygun tarımsal politikalar belirlenip uygulamaya konulmaz ise gıda ihtiyacının karşılanması büyük bir sorun haline geleceği ve dışa bağımlılığımızın artacağı kaçınılmazdır.

Tarım politikası, Türkiye'de verimli, çevre dostu, gıda yetersizliklerinin önüne geçmeyi ve Türkiye'nin gıda alanındaki dışa bağımlılığını ortadan kaldırmayı hedeflemelidir. Bir başka ifade ile tarım politikaları çevrenin korunması, gıda güvenliği ve kırsal kalkınma önlemlerinde ödün vermeksizin, tarım üreticisinin ekonomik durumu, sosyal hakları ve tarımsal üretimin verimliliği ile rekabet edilebilirliğinin güçlendirilmesini sağlamayı amaçlamalıdır. İnsanların temel ihtiyacı olan gıda gereksinimini temin eden bir sektör olmasından dolayı tarım, gelişme derecesi ne olursa olsun tüm ülkelerin ekonomileri ve politikaları açısından büyük önem taşımaktadır (Eraktan, 2009). Günümüzde tarım ürünlerinin beslenme ihtiyacını karşılamadaki alternatifsizliği, gıda güvenliği, ilaç, enerji ve sanayide hammadde olarak kullanımı, ekolojinin ve tarım kaynaklarının kontrol altına alınması gibi gelişmeler bu ürünlerin stratejik önemini giderek arttırmaktadır (Özmen, 2012).

Hububat sosyal ve ekonomik özellikleri açısından, Türkiye de tarımsal ürün gruplarından en önemlilerini oluşturmaktadır. Hububat, dünya da gıda maddeleri olarak önemini kaybetmemekte, özellikle gelişmekte olan ülkelerin başlıca besin ihtiyaçlarını oluşturmakta olup, bundan dolayı üretilmesi ve ticarete konu olması bakımından önemlidir. (Arısoy, 2011). Türkiye tahıl üretim kapasitesi iyi olan ülkeler arasında olup, tahıl toplam tarımsal üretim içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye’de bitkisel ürünler içerisinde hububat önemli bir ekiliş alanına sahiptir. Türkiye’de 4,1 milyon ha nadas alanı ayrı tutulduğunda 15,6 milyon ha işlenen tarla alanının 11,5 milyon ha hububata ayrılmıştır. Başka bir ifade ile ülkenin işlenen tarla alanlarının %73’ünde hububat tarımı yapılmaktadır. Türkiye’nin hububat üretimi 2013 yılında 37,5 milyon ton olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2013). Hububat ürünleri içerisinde %58,8’lik bir pay ile buğday birinci sırada yer almakta olup buğdayı %21’lik bir payla arpa ve %15,7’lik bir payla mısır takip etmektedir. Rakamlardan da görüldüğü gibi hububat sektörü nüfusun büyük çoğunluğunu ilgilendiren bir faaliyet alanıdır.

Dünya’da 1929-1930 yıllarında yaşanan ekonomik kriz sonucu ülkeler, bazı önlemlere başvurarak, stratejik öneme sahip tarımsal ürünleri destekleme programlarına almış ve bu doğrultuda günümüze kadar çeşitli politikalar üretmişlerdir. Bu yıllarda dünyada birçok ülke tarıma destek veren kanunlar çıkarmışlardır (Anonim, 2006). Türkiye’de bu dönemde tarım konusunda kayıtsız kalmamış ve 1932 yılında çıkarılan 2056 sayılı kanun ile Ziraat Bankası’na belli bir taban fiyat ile ve gerekli görülen yerlerde buğday satın alınması konusunda yetki verilmiştir. Daha sonra Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO)’nin ilk kuruluş kanunu olan 13.07.1938 tarih ve 3491 sayılı kanun ile ve son olarak çıkarılan 08.06.1984 tarih ve 233 sayılı Kanun Hükmündeki Kararname ile destekleme görevi 1938 yılından beri Toprak Mahsulleri Ofisi’ne verilmiştir. TMO, sermayesinin tamamı devlete ait olan; 08.06.1984 tarih ve 233 sayılı Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT) hakkındaki Kanun Hükmündeki Kararname (KHK) hükümlerine tabi, tüzel kişiliği ve faaliyetlerinde özerkliğe sahip, sorumluluğu sermayesi ile sınırlı bir İktisadi Devlet Teşekkülü’dür. TMO’nun amaç ve faaliyet konuları, hukuki bünyesi ve denetimine ilişkin usul ve esasları, 1984 yılında yürürlüğe giren TMO Ana Statüsü’nde yer almaktadır. TMO’nun kuruluş amaçları ve faaliyet konuları TMO Ana Statüsü’nün 4.maddesinde yer almaktadır. Buna göre “yurtta hububat fiyatları üreticiler yönünde normalin altına ve tüketiciler aleyhinde anormal

derecede yükselmesini önlemek, bu ürünlerin piyasasını düzenleyici tedbirler almak ve gerektiğinde Bakanlar Kurulu kararı ile diğer tarım ürünleri ile ilgili verilecek görevleri yürütmek, afyon ve uyuşturucu maddelere konulan devlet tekeli işletmek, bu ürünlerin alım-satımını yapmak, gerekli stokların tesisini ve muhafazasını sağlamak” şeklinde ifade edilmiştir (Anonim, 2006). TMO’nun kurulduğu 1938 yılından 1988 yılına kadar hububat alım politikasında hemen hemen hiçbir değişiklik yapılmamıştır. Bu dönemde her yıl için bir baş alım fiyatı açıklanmış ve ödemeler bu fiyatlar üzerinden peşin yapılmıştır. 1988/89 alım döneminden itibaren baş alım fiyatı yerine destekleme alım fiyatı ilan edilmiştir. Takip eden yıllarda peşin olarak ödenen ürün bedellerinde, peşin ödeme oranında değişiklikler yapılmıştır. TMO’nun 1993/94 yılından itibaren “Umumi Mağazacılık” faaliyeti başlamıştır. Bu uygulama ile TMO’nun alt yapısı üretici ve tüccar dâhil olmak üzere özel sektörün kullanımına açılmıştır. Türkiye’nin hububat politikalarının uygulayıcısı olan TMO’nun sektör pazarı ve piyasasında önemli bir rolünün olduğu açıkça görülmektedir. Bu nedenle hububat sektöründe izlenen politikalar, üretici başta olmak üzere işleyici-tüccar-tüketici konumundaki büyük bir kitleyi yakından ilgilendirmektedir (Anonim, 2010).

Türkiye’nin toplam hububat ekiliş alanları içerisinde Konya ilinin payı yaklaşık olarak %8,8 ve toplam hububat üretim miktarındaki payı ise %9,4’tür (TÜİK, 2013). Çumra ilçesi hububat ekiliş alanı olarak Konya’nın yaklaşık %7’sini ve üretim miktarı açısından ise %22’sini karşılamaktadır. Verilerden de anlaşılacağı üzere, özellikle Konya ili Çumra ilçesindeki üreticiler için hububat tarımının ve TMO’nun piyasadaki etkinliğinin ayrı bir yeri ve önemi vardır.

## 1.2. Konunun Amacı

Ülkelerin tarımsal politikalarındaki temel amaçları, insan beslenmesindeki stratejik öneme sahip tarım ürünlerinde kendine yeterlilik, dışa bağımlılıklarını ortadan kaldırmak, ulusal gıda güvencelerini teminat altına almak, kırsal kalkınmayı sağlayarak üreticilerin refah seviyelerini yükseltmek ve sürdürülebilir bir tarımsal alt yapı oluşturmaktır. Dünya ve Türkiye’de nüfus hızla artarken tarımsal üretim alanları aynı hızla artmamakta hatta çeşitli nedenlerle azalmaktadır. Bu durumda artan nüfus ve hayvancılığın besin ve yem ihtiyacını, etkili ve doğru politikalar uygulanarak tespit edilmesi gerekmektedir. Hububatın insan beslenmesindeki önemi yanında, ekiliş ve üretim miktarı bakımından da tarım ürünleri içerisinde en önemli ürün grubunu oluşturduğu bir gerçektir. Bu çalışmanın amacı;

- TMO’nun Türkiye ekonomisi içerisindeki yeri ve önemini ortaya koymak,
- TMO’nun hububat üreticilerinin kararları üzerindeki etkisini ortaya koymak,
- Üretici kararlarını etkileyen faktörleri analiz etmek,
- Hububat üreticilerinin TMO hakkındaki tutum ve davranışlarını belirlemek,
- Bu alanda konu ile ilgili daha sonra yapılacak olan çalışmalara ışık tutmaktır.

## 2. KAYNAK ARAŞTIRMASI

**Greenacre ve Hastie, (1987)**, “The Geometric İnterpretation of Correspondence Analysis” adlı çalışmada GİA’ni satır ve sütunları noktalar olarak gösterilen, negatif olmayan verilerden oluşan veri matrisini özel bir şekil haline dönüştüren, çok değişkenli keşf edici bir teknik olduğu ve psikometrik ve ekolojik literatürde farklı şekillerde ortaya çıktığı belirtilmiştir. Çalışmada GİA’nin geometrik yorumu gözden geçirilmiştir.

**Oğuz, (1991)**, “Konya İl’inde Kuru Koşullarda Tahıl+Mercimek Yetiştiren Tarım İşletmeleri ile Tahıl Yetiştiren Tarım İşletmelerinin Ekonomik Faaliyet Sonuçlarının Değerlendirilmesi” isimli çalışmada, Konya İli kuru koşullarda tahıl+mercimek yetiştiren tarım işletmeleri (T+M) ile tahıl yetiştiren tarım işletmelerinin (T) ekonomik faaliyet sonuçlarının değerlendirilmesi yapılmıştır. Sonuçta dekara bitkisel brüt karın T+M’de ortalama 53.000 TL, T’de ise 43.000 TL olduğu ve aradaki farkın istatistiki olarak 0.01 düzeyinde önemli olduğu anlaşılmıştır. T+M ile T işletmeleri, kendi içlerinde, arazi genişlik grupları itibarı ile dekara bitkisel brüt kar olarak istatistikî bakımdan önemli bir fark göstermemişlerdir.

**Yavuz, (1998)**, “Çoklu Lineer Regresyon Analizi ve 1975-1996 Yılları İçin Türkiye Tahıl Ürünleri Üretimi Üzerine Bir Uygulama” isimli çalışmanın birinci bölümünde çoklu lineer regresyon analizi üzerinde çalışılmıştır. İkinci bölümünde çoklu regresyon analizine ait faraziyeler ve bu faraziyelerin sağlanması için gerekli yöntemler verilmiştir. Son bölümde tahıl üretimi bağımlı değişkeni ile buna etki eden gübre, ekilen alan, yağış, traktör ve diğer tarımsal aletler bağımsız değişkenleri arasındaki çoklu lineer regresyonu yapılmıştır. Çalışma da esas olarak 1975-1996 yılları arasındaki yirmi iki yıl için Türkiye’ye ait tahıl olarak buğday, arpa, çavdar ve yulaf bağımlı değişkenleri alınmıştır. Daha sonra her birine ait çoklu lineer regresyon modeli kurularak bunların gerekli faraziyeleri sağlayıp sağlamadığı tespit edilmiştir. Ayrıca en iyi modeli yakalayabilmek için değişken eleme metodu kullanılmıştır.

**Kızılaslan, (2004)**, “Dünya’da ve Türkiye’de Buğday Üretimi ve Uygulanan Politikaların Karşılaştırılması” isimli çalışmada Türkiye’de ve Dünya’daki tahıl üretim durumu incelenmiştir. Araştırma konusu olarak buğday ürünü olarak seçilmiştir. Dünya’da ve Türkiye’de buğday ürününe ilişkin ekim alanı, üretim miktarı, verim, ihracat, ithalat değerlerine ve fiyat seyirlerine yer verilmiştir. Araştırmada AB ve OECD

lkeleri ile tarım politikaları açısından karşılaştırmalara yer verilerek uygulanan destekleme politikaları değerlendirilmiştir. Araştırma sonucuna göre, son yıllarda Dünya’da buğday üretiminde belirli dalgalanmalar yaşandığı grlmştir. Bunun en önemli nedeni ise Dünya buğday üretiminde ilk sıralarda yer alan ülkelerde yaşanan afetler sonucu üretim azalması ve dolayısı ile ithalata yönelmeleri olarak açıklanmıştır. Türkiye’de izlenen destekleme politikalarındaki istikrarsızlık nedeniyle üretim miktarında ve verim de istenen başarı elde edilememiştir.

**Arısoy ve Oğuz, (2005),** “Tarımsal Araştırma Enstitüleri Tarafından Yeni Geliştirilen Buğday eşitlerinin Tarım İşletmelerinde Kullanım Düzeyi ve Geleneksel eşitlerle Karşılaştırmalı Ekonomik Analizi Konya İli rneği” isimli çalışmasında incelenen işletmelerde ortalama işletme arazi genişliği 206,07 da bulunmuştur. Bu alan içerisinde buğday ekim alanının oranı %50,41’dir. İşletmelerin ortalama parsel sayısı 6,04 olarak tespit edilmiştir. İşletmeler ortalamasına göre aktif sermaye değeri dekara 826.421.000 TL bulunmuştur. Pasif sermaye içerisindeki öz sermaye oranı %84,36 olarak tespit edilmiştir. İşletmeler ortalamasına göre Gayri Safi retim Değeri (GSÜD) 30.282.935.000 TL, Saf Hâsıla (SH) 8.689.660.000 TL ve Tarımsal Gelir 10.697.879.000 TL bulunmuştur. Mali Rantabilite %5,16 ve Ekonomik Rantabilite %5,10 olarak hesaplanmıştır. Buğday rimi dekara ortalama 349 kg bulunmuş ve 1 kg buğdayın maliyeti 226.762 TL hesaplanmıştır. Araştırma bölgesinde buğday çeşitlerinin %79,60’ının geleneksel çeşit, %20,40’ının da yeni geliştirilen çeşitler olduğu saptanmıştır. Sertifikalı tohum kullanma oranı %33,33 bulunmuştur. Üreticilerin %62,75’inin yeni geliştirilen çeşitler hakkında hiçbir bilgiye sahip olmadığı saptanmıştır.

**Ciaian ve Swinnen, (2006),** “Land Market Imperfections and Agricultural Policy Impacts in The New EU Member States: A Partial Equilibrium Analysis” adlı çalışmalarında tarım politikalarının yeni AB yesi ülkelerdeki etkisini kısmi denge analizi ile ortaya koymaya çalışmışlardır. Özellikle arazi kullanımı değerlendirilmiştir. AB’ye katılan yeni doğu bloku ülkelerindeki tarımsal sübvansiyonlardan yeni destek sistemine geçişin nasıl bir etki yapacağı araştırılmıştır. Araziye yönelik destekler sonlandırıldığında arazi sahiplerinin ve küçük üreticilerin nasıl etkileneceği, hatta kiracıların durumunun ne olacağı araştırılmıştır.

**Erdal, (2006),** “Tarımsal Ürünlerde Üretim-Fiyat İlişkisinin Koyck Yaklaşımı İle Analizi (Domates Örneği)” isimli çalışmasında, Türkiye’de büyük ölçüde ticari amaç ile üretimi gerçekleştirilen domates üretiminde, üretim miktarı-fiyat ilişkisini gecikmesi dağıtılmış modellerden Koyck Modeli ile analiz etmeyi amaçlamış olup, çalışmada 1975-2004 dönemi veriler kullanılmış, domates üretim miktarı bağımlı değişken, domates fiyatı ve fiyat serisinin gecikmeli değerlerinden oluşan seriler açıklayıcı değişken olarak dikkate alınmıştır. Koyck Modeli sonuçlarına göre; domates üretimi geriye doğru en fazla 3 yılın fiyatından etkilendiği, domates fiyatlarında ortaya çıkan değişimin domates üretiminde hissedilebilir düzeyde bir etkiye neden olması için gereken zamanın 18,23 yıl olduğu belirlenmiştir. Diğer yandan incelenen dönem için, cari yılda domates fiyatlarındaki bir birimlik artış, üretimi 1.149 ton arttırırken, bir önceki dönemdeki fiyatlardaki bir birimlik artış, domates üretimini 1.089 ton arttırmaktadır. Domates fiyatlarının ikinci ve üçüncü dönem gecikmeli değerlerindeki değişimler üretim üzerinde pozitif etki yaptığı ancak bu etki giderek azalan bir seyir ortaya koyduğu belirlenmiştir.

**Küçükçongar ve ark., (2006),** “Orta Anadolu Bölgesinde Buğday Üretiminde Kullanılan Teknolojilerin Belirlenmesi” isimli çalışmada Konya, Karaman, Aksaray, Eskişehir, Ankara, Kayseri, Sivas ve Çorum illerinde çiftçilerle ve un, bisküvi ve makarna sanayicileri ile anket yapılmıştır. Anket sonuçlarına göre; Araştırma bölgesinde işletme başına toplam arazi varlığı 257,12 da, ortalama parsel büyüklüğü 31,62 da’dır. Kuru ekmeçlik buğday verimi 210 kg/da, sulu ekmeçlik buğday verimi 358 kg/da, sulu makarnalık buğday verimi 433 kg/da ve kuru makarnalık buğday verimi 189 kg/da olarak tespit edilmiştir. Bölgede sulu alana ekilen ekmeçlik buğday çeşidi Bezostaja-1, kuru ekmeçlik buğday çeşidi Gerek-79 ve makarnalık buğday çeşidi ise Kızıltan-91’dir. Un Sanayicilerinin tercih ettiği çeşitlerin dağılımına bakıldığında ilk sırayı %91.43 ile Bezostaja-1 alırken bunu %31.43 ile Gerek-79 takip etmektedir. Çiftçilerin yaklaşık %50’si Araştırma Enstitülerinin geliştirdiği buğday çeşitlerini bilmemekte ilgi göstermemektedir. Bölge çiftçisinin %35.13’ünün yeni geliştirilen buğday tohumunu ekmeç istediği halde tohum bulamadıklarından dolayı ekemedikleri tespit edilmiştir. Araştırmada bulunan bir diğer önemli sonuç ise, bölge iklim şartlarına uygun olmayan buğday tohumlarının satışı yapılmakta (Toros-3, Dariel, Ceyhan-99, v.b.) ve sonuçta çiftçi büyük risk almaktadır. Çiftçilere buğday yetiştirme tekniği



konusunda eğitim çalışmalarına ihtiyaç vardır. Araştırma sırasında çiftçi, un, bisküvi ve makarna sanayicilerinden buğday numuneleri toplanarak kalite analizi yapılmıştır. Kalite analizi sonucunda en yüksek protein oranı Bezostaja-1 olup değeri ortalama 11,43'tür. İthal buğdaylar içerisinde en yüksek protein oranı 15,15 oran ile Kanada buğdaylarıdır. Mevcut buğday çeşitleri bisküvilik un, ekmeçlik un ve makarnalık için ihtiyacı karşılamaktadır. Baklavalık-börekçik un için kaliteli buğdaya (protein oranı 14-15) ihtiyaç vardır. Ayrıca çalışmada, işletmelerin buğday satış yerlerinin belirlemedeki kriterlerini etkileyen faktörler incelenmiş ve işletmelerin %38.85'i peşin para alabilmelerinin öncelikli olduğunu tespit edilmiş, bunu yüksek fiyat (%33.24) ve TMO'nun almaması (%6.16) takip ettiği belirlenmiştir. Çalışmada özellikle Konya, Karaman ve Aksaray illerinde TMO'nun piyasada önemli bir yerinin olduğu, bundan dolayı TMO, piyasaya yeni bir çeşidin girmesinde ve bu çeşidin piyasada tutunmasında önemli bir rol aldığı tespit edilmiştir. Bunun nedeninin ise TMO'nun, üreticinin pazarlama aşamasında güvendiği en önemli kurum olmasından kaynaklandığı belirtilmiştir.

**Özçelik ve Özer, (2006),** "Koyck Modeli ile Türkiye'de Buğday Üretimi ve Fiyatı İlişkisinin Analizi" isimli çalışmada, üreticilerin üretim kararını, bir önceki yılın fiyatına göre vermesi, ürün miktarı ve fiyatıyla ilgili dalgalanmalara neden olmaktadır. Buğday üretimi de, piyasada oluşan ortamla fiyatın gecikmeli değerinden etkilenmektedir. Gecikmeli değerlerin hesaplanması için Koyck Modeli'nden yararlanmıştır. Modelde 1973-2004 yılları buğday üretimi (bağımlı) ve buğday fiyatı (bağımsız) değişkenler olarak alınmıştır. Değişkenler üzerinde kararlılık sağladığı için doğal logaritmaları alınmıştır. Modelin çözümü sonucuna göre buğday üretimi geriye doğru en fazla 3 yılın fiyatından etkilenmektedir. Ayrıca, buğday fiyatlarında meydana gelen değişimin buğday üretiminde hissedilebilir ölçüde bir etkiye neden olabilmesi için gecikmesi gereken zaman 0,8325 yıl (10 ay) olduğu hesaplanmıştır.

**Bayramoğlu, (2008),** "Buğday Üretim Faaliyetini Etkileyen Başlıca Faktörler" isimli çalışmada buğday üretim faaliyetinin üretim deseninde yer almasını etkileyen faktörler araştırılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler Konya İli Çumra İlçesinde faaliyet gösteren işletmelerden yüz yüze anket yöntemi ile elde edilmiştir. İncelenen işletmelerde ortalama arazi genişliği 151 da ve ortalama aile iş gücü varlığı 3.24 EİB olarak tespit edilmiştir. İşletmelerin sahip olduğu aktif sermayenin %90.48'ini arazi

sermayesi ve %9.52'sini işletme sermayesinin oluşturduğu belirlenmiştir. Buğday üretim faaliyeti üzerinde etkili olan faktörler ekonometrik olarak analiz edilmiştir. Ekonometri analizde yarı logaritmik matematiksel kalıp kullanılmıştır. Modelde bağımsız değişken olarak alet-makine varlığı, döner sermaye varlığı, aile işgücü varlığı ve sulanabilir arazilerin işletme arazisine oranı kullanılmıştır. Modelde yer alan bağımsız değişkenlerde meydana gelen artışların, işletme arazisi içerisinde buğdayın ekim alanını nispi olarak azalttığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak sulanabilir geniş arazilere sahip, alet-makine varlığı, döner sermaye varlığı ve aile iş gücü varlığı yüksek olan işletmeler buğday üretimine daha az yer vermektedirler. Buğday üretiminin sınırlı imkânlarla sahip işletmeler tarafından daha fazla üretildiği tespit edilmiştir.

**Erol, (2008)**, “Konya İli Çumra İlçesinde Mısır Üretimi Yapan Tarım İşletmelerinin Avrupa Birliği Tarımsal Muhasebe Veri Ağı (FADN) Sistemine Göre Sınıflandırılması ve İşletme Başarı Ölçütlerinin Karşılaştırılması” isimli çalışmada, yörede mısır üretimi yapan tarım işletmelerinden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Toplam 67 işletmeden elde edilen veriler 2007 yılı üretim verilerini kapsamıştır. İşletmelerde yetiştirilen bitkisel ürünler içerisinde standart brüt kar bakımından danelik mısır 2.sırada yer almaktadır. İncelenen işletmelerde AB-FADN sistemine göre 4 farklı ekonomik büyüklük grubu tespit edilmiştir. İşletmelerin %14,92'si çok küçük (0-<4 ESU), %14,92'si küçük (4-<8 ESU), %28,36'sı orta küçük (8-<16), %41,79'unun ise orta büyük işletme grubunda (16-<40 ESU) yer aldığı belirlenmiştir. Ekonomik büyüklük grupları itibariyle işletmelerin arazi genişlikleri; çok küçük işletmelerde 16,08 ha (%2,58), küçük işletmelerde 39,15 ha (%6,27), orta küçük işletmelerde 158,54 ha (%25,48), orta büyük işletmelerde ise 408,5 ha (65,65) olarak tespit edilmiştir.

**Tuvaç ve Dağdemir, (2009)**, “Erzurum İli Pasinler İlçesinde Silajlık Mısır Üretim Maliyetinin Tespiti Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmada Pasinler ilçesinde 12 köyde faaliyette bulunan 171 tarım işletmesine uygulanan anket çalışması sonuçlarından, yerli ve yabancı literatürler ile kamu kurum ve kuruluşlarından elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; araştırma alanındaki tarım işletmelerinde ortalama sulu tarla arazisi miktarı 86,32 da bulunmuştur. Ekilen sulu tarlar arazileri içersin de araştırma konusu olan silajlık mısır bitkisinin payı %28,9'dur. 1 kg silajlık mısır üretiminin maliyeti 0,066 TL, ortalama brüt marj 52,32 TL/da ve net gelir -20,72 TL/da olarak hesaplanmıştır. Devlet desteğini aldıktan sonra silajlık mısır

üretimi yapan işletmelerde 1 kg silajlık mısır maliyeti 0,051 TL, brüt marj 62,68 TL/da ve net gelir 55,95 TL/da olarak belirlenmiştir.

**Erdem Yılmaz, (2010)**, “Kırşehir İli Merkez İlçede Buğday Yetiştiriciliği Yapan Tarım İşletmelerinin Ekonomik Analizi” isimli çalışmasında, araştırma alanında işletmelerin yapısal özelliklerinin belirlenmesi ve işletmelerin ekonomik analiz sonuçlarının ortaya konulması amaçlanmıştır. İncelemek işletmeler Neyman Yöntemi ile belirlenmiş ve veriler 116 işletmeden direk mülakat yöntemi ile elde edilmiştir. İncelenen işletmelerde; buğdayda verim 196,88 kg/da, üretim maliyeti 84,56 TL/da, brüt üretim değeri 109,51 TL/da ve net hâsıla 6,4 TL/da olarak bulunmuştur. Buğdayın maliyeti 0,429 TL/kg olarak belirlenmiş olup satış fiyatı 500 TL/kg olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda buğday üretiminde yapılan 1 TL’lik harcamaya 1,166 TL oransal kar elde edilmiştir.

**Swanson ve Rajalahti, (2010)**, “Strengthening Agricultural Extension and Advisory Systems: Producer for Assessing, Transforming and Evaluating Extension Systems” adlı çalışmanın amacı, artan çiftlik geliri ile geniş hedefe doğru hareket eden ve kırsal geçim kaynaklarını geliştirmeye çoğulcu tarımsal yayım ve danışmanlık sistemini güçlendirmektir. Öncelikle küçük ölçekli işletmelerin hızla değişen küresel ekonomide kendi geçim kaynaklarını iyileştirmek için ihtiyaç duyacağı teknik bilgi, yönetim becerileri ve bilgi hizmetleri üzerinde çalışmalar yapmayı amaçlamaktadır. Buna ek olarak, çalışmada uzantısı iklim değişikliği de dahil olmak üzere artan doğal kaynak sorunları ile uğraşan çiftçilerin her türlü yardımı nasıl aldıkları hakkında bilgi içermektedir.

**Arısoy, (2011)**, “Türkiye’nin Avrupa Birliği Ortak Piyasa Düzenine Uyumunun İç Anadolu Bölgesi Üreticilerine Olası Yansımaları” isimli çalışmasında, Türkiye ve Avrupa Birliği tarım politikaları karşılaştırılarak, politika değişikliklerinin buğday pazarına etkileri ortaya konmuştur. Elde edilen verilere göre, Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne üye olması durumunda tüketici refahı ve sosyal refah artacak, buğday üreticilerinin refahı ise azalacaktır. Araştırma bölgesinde buğday üretim maliyeti 0.424 TL/kg ve buğday geliri 1.180 €/ha hesaplanmıştır. Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne tam üyelik durumunda birim buğday maliyeti %29, birim buğday arazi geliri ise %46

azalacaktır. Sonuçta Türkiye’deki buğday üreticilerinin refahı azalacak ve Türkiye buğday üretimini arttıracak politikalar izlemelidir.

**Karadavut ve ark., (2011),** “Konya İli Yem Bitkileri Üreticilerinin Sosyo-Ekonomik Yapıları ile Başarılı Üretimi Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi” isim çalışma Konya ilinin Karapınar, Ereğli, Çumra, Ilgın ve Altınekin ilçelerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kullanılan veriler ikili görüşmeler ve anket yöntemi ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler korelasyon, çoklu regresyon ve faktör analizine tabi tutulmuş ve sonuçlar buna göre yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda, Konya ilindeki yem bitkileri üretiminde başarıyı etkileyen en önemli faktörlerin gelir, sulama, gübreleme, eğitim seviyesi ve ailelerin geleneksel bakış açıları olduğu belirlenmiştir.



### **3. MATERYAL VE YÖNTEM**

#### **3.1. Materyal**

Toprak Mahsulleri Ofisinin üretici kararları üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmanın ana materyalini, örneğe çıkan tarım işletmelerinden anket yolu ile elde edilen birincil veriler başta olmak üzere, konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalar, çeşitli kamu kurum ve kuruluşların resmi internet sayfalarından elde edilen istatistikî veriler çalışmanın ana konusu olan Toprak Mahsulleri Ofisi'nin daha önce hazırlamış olduğu hububat sektör raporlarından elde edilen ikincil veriler oluşturmuştur. Türkiye'de tarımsal işletmelerin sosyo-ekonomik durumlarını belirlemek amacıyla Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü tarafından geliştirilen anket soru formları konunun amacına göre hazırlanıp, anket sonucu elde edilen veriler çalışmanın amacına uygun olarak düzenlenip kullanılmıştır. Çalışmada anket uygulaması işletme sahipleri ile bizzat araştırmacı tarafından görüşmek sureti ile yapılmıştır. Araştırma da toplanan veriler 2013-2014 üretim sezonuna ait olup anket uygulaması Kasım-2014 tarihinde yapılmıştır.

#### **3.2. Yöntem**

##### **3.2.1. Örneklem Aşamasında Uygulanan Yöntem**

Araştırma alanı olarak Türkiye'nin tahıl ambarı olma özelliği taşıyan Konya ilinin Çumra ilçesi seçilmiştir. Konya hububat üretiminin yaklaşık olarak %22'sini Çumra karşılamaktadır (TÜİK, 2014). Araştırma TMO alım faaliyetlerinde önemli hacme sahip olan ürünlerin (Buğday, Arpa ve Mısır) üretimini yapan tarım işletmelerinde yapılmıştır. Çalışmanın diğer bölümlerinde hububat denilince buğday, arpa ve mısır kastedilecektir. Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü, Ziraat Odası ve Muhtarlıklardan alınan bilgiler doğrultusunda doğal faktörler, üretim deseni ve üretim tekniği gibi kriterler göz önünde tutularak araştırma alanını temsil edecek 6 köy (Karkın, Okçu, İçeriçumra, Alibeyhüyüğü, Dinlendik ve Güvercinlik) gayeli olarak seçilmiştir. Araştırma alanı olarak seçilen köyler Çumra hububat üretiminin yaklaşık %80'ini oluşturmaktadır.

Örnek seçilen köylerde, Çumra Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü 2014 yılı Çiftçi Kayıt Sistemine kayıtlı bulunan, hububat üreten tarım işletmeleri çalışmanın

ana popülasyonu oluşturmuştur. Bu popülasyondan örnek işletmelerin sayısı hesaplanırken örnekleme birimi olarak işletme arazi genişliği dikkate alınmıştır. Böylece popülasyona dâhil 6010 adet işletmenin, işletme arazi büyüklükleri tespit edilerek, örnekleme çerçevesi hazırlanmıştır. İşletmelerin işletme arazisi varlıklarını ortaya koyabilmek için, söz konusu üretim döneminde işledikleri mülk, kira ve ortakçılıkla kullandıkları arazi miktarı toplamından, kira ve ortağa verdikleri arazinin genişliği düşülmüştür

Popülasyonu oluşturan 6010 adet işletmeden ekstrem genişlikteki 110 adet işletme çıkartılarak 5900 işletme üzerinden çalışma yapılmıştır. Örneklerin varyasyon bakımından karşılaştırılmalarında kullanılan varyasyon katsayısı aşağıda verilen formül yardımı ile hesaplanmıştır.

$$C.V = \frac{S}{X} 100$$

C.V = Varyasyon Katsayısı

S = Standart Sapma

X= Ortalama

Bu katsayı standart sapmanın ortalamaya bölümünün yüzdesi olarak ifade edilir (Çiçek ve Erkan, 1996). Varyasyon katsayısı bir popülasyon veya örneğe ait birimlerin değerlerinin homojen veya heterojen olup olmadığını göstermesi bakımından önemlidir. Ayrıca varyasyon katsayısı %33'ün üzerinde olan bir örneğin bir popülasyonu temsil etmesi şüphelidir (Düzgüneş ve ark., 1983). Çalışmada varyasyon katsayısı (C.V) %16,2 olarak bulunmuştur. Bu nedenle araştırmada, işletmelerden toplanacak bilgiler ile elde edilecek bulguların doğruluğunu arttırmak ve popülasyondaki farklı bölümlerin yeterince temsil edilmesini sağlamak amacıyla tabakalı örnekleme yönteminin kullanılması uygun görülmüştür. Tabakalı örneklemede temel ilke, ana kitleyi kendi içinde homojen tabakalara ayırıp varyansı azaltmaktır. Bu şekilde örnekleminin sağlık derecesi bozulmadan daha az örnekle çalışmanın olası olduğu belirtilmektedir (Güneş, 1980). Örnek hacmi, tabakalı örnekleme yöntemlerinden Neyman Yöntemi ile hesaplanmıştır. Bu yöntemin esası her tabakanın ortalaması ve varyansının ağırlıkları dikkate alınarak tabakaların tamamı için tek bir örnek hacmi belirlenir (Çiçek ve Erkan,

1996). Tarım işletmelerinde tabakalar arasında hacim ve varyasyon bakımından büyük farklılıklar varsa, Neyman Yöntemini kullanmak örneklemenin etkinliğini arttırmaktadır. Neyman Yöntemi'ne göre örnek hacminin belirlendiği eşitlik aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Yamane, 1967).

$$[\sum N_h \cdot S_h]^2$$

$$n = \frac{[\sum N_h \cdot S_h]^2}{N^2 \cdot D^2 + \sum N_h \cdot (S_h)^2}$$

**n**= Örnek Hacmi

**N<sub>h</sub>**= h'inci tabakadaki birim sayısı

**S<sub>h</sub>**= h'inci tabakanın standart sapması

**N**= Popülasyondaki birim sayısı

**d**= Ortalamadan belirli bir oranda (%5 , %10 gibi) veya mutlak bir değer büyüklüğünde (5 da, 10da, 3 hayvan vs.) sapmayı ifade etmektedir.

**Z**= t dağılım çizelgesinde (N-1) serbestlik derecesi ve belirli bir güven sınırına (%90, %95, %99 gibi ) ait t değeri (eğer birim sayısı 30'un üzerinde ise t dağılım çizelgesindeki Z değeri ). İşletme arazi genişlikleri çeşitli tabakalar düzenlenerek incelenmiş, frekans dağılımları da dikkate alınarak 3 tabaka oluşturulması uygun görülmüştür. Bu tabaka sınırları 0-50 dekar, 51-100 dekar, 101 da ve daha büyük işletmeler olmak üzere belirlenmiştir. Örnek hacmi belirlenirken %10 hata payı ve %99 güven sınırına göre değerler formülde yerine konulup hesaplamalar yapılmıştır. Buna göre araştırma bölgesinde örnek hacmini oluşturan işletme sayısı 90 olarak belirlenmiştir. Belirlenen bu işletmelerin tabaka gruplarına göre dağılımı, tabakaların birim sayısı ve standart sapma ağırlığına göre yapılmaktadır. Neyman Yöntemi 'nin uygulanmasıyla örneklerin tabakalara dağıtımını aşağıdaki formülle yapılmıştır (Yamane, 1967).

$$N_h S_h * n$$

$$n_i = \frac{N_h S_h * n}{\sum N_h S_h}$$

$n_i$ = Her bir tabakaya düşen işletme sayısı

Örneğe girecek işletmelerin seçimi ise tamamen tesadüfi olarak yapılmıştır. Sonuç olarak araştırma alanında bulunan işletmelerin arazi genişlik grupları itibarı ile dağılımları ve bunlardan araştırma için seçilen örnek işletme sayıları belirlenmiştir.

**Çizelge 1.** Araştırma bölgesinde bulunan işletmelerin arazi genişlik grubu itibariyle dağılımları ve her gruptan belirlenen örnek işletmelerin sayıları

<b>Arazi Genişlik Grupları (dekar)</b>	<b>Toplam İşletme Sayısı (adet)</b>	<b>Örnek İşletme Sayısı (adet)</b>	<b>Oran (%)</b>	<b>Varyasyon Katsayıları (C.V.)</b>
0-50	3.340	51	56,60	10,20
51-100	1.109	17	18,80	17,80
101-+	1.451	22	24,60	22,40
<b>Toplam</b>	<b>5.900</b>	<b>90</b>	<b>100,00</b>	<b>16,20</b>

### 3.2.2. Anket Aşamasında Uygulanan Yöntem

Anket formları, araştırma alanındaki tarım işletmelerinin özellikleri dikkate alınarak araştırmanın amaçlarına uygun olacak şekilde düzenlenmiştir. Örneğe giren her tarım işletmesi için bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formları, işletme sahiplerine sorulan sorulara karşılık alınan cevaplarla doldurulmuştur. Araştırmanın temel verilerini oluşturan bilgilerin elde edilmesinde olabilecek hataları en az düzeyde tutabilmek için anket formları bizzat araştırmacı tarafından doldurulmuştur. Örnek işletmelerden anket yolu ile elde edilen veriler, arazi genişlik grupları ve işletmeler ortalaması olarak hesaplanmıştır. Bu ortalamalara göre işletmelerin genel bir değerlendirilmesi yapılmıştır.

### 3.2.3. Verilerin Analizi Aşamasında Uygulanan Yöntem

İncelenen işletmelerde üreticilerle yüz yüze görüşme sonucu doldurulan anket formları ayrı ayrı gözden geçirildikten sonra, sonuçlar excel programına aktarılarak araştırmanın amacına uygun olarak gerekli hesaplamalar yapılmış elde edilen bulgular çizelgelere dökülmüş ve sonuçlara göre yorumlanmıştır. Daha sonra bu bulgular işletme



arazi büyüklük grupları ve işletmeler ortalaması itibarı ile özetlenerek, bulunan ortalama değerlere göre işletmelerin yıllık ekonomik faaliyet sonuçları belirlenmiştir. İşletmelerin yıllık ekonomik faaliyet sonuçlarının belirlenmesinde işletmeler bir bütün olarak ele alınmış olup aşağıdaki hesaplamalar kullanılmıştır.

İşletmelerde nüfus; yaş, cinsiyet ve eğitim durumlarına göre incelenmiştir. İşletmelerde bulunan mevcut erkek işgücü hesaplanırken nüfusun cinsiyet ve yaş gruplarına göre işgücü başarılarını yansıtan Çizelge.2. deki katsayılar kullanılmıştır (Açıl ve Demirci, 1984). Devamlı olarak işletme dışında olan aile bireyleri, işletme dışında çalışanlar, hastalık, askerlik ve eğitim gibi nedenlerle çalışmayanlar, işgücüne dâhil edilmemiştir. Araştırma bölgesinin doğal koşulları dikkate alınarak yılda 280 gün çalışılabileceği kabul edilmiştir. Potansiyel işgücü miktarı erkek işgücü miktarlarının 280 ile çarpılması ile bulunmuştur (Erkuş, 1979).

**Çizelge 2.** Nüfusun EİB'ne çevrilmesinde kullanılan katsayılar

Yaş Grupları	Katsayılar	
	Erkek	Kadın
0-6	-	
7-14	0,50	0,50
15-49	1,00	0,75
50-+	0,75	0,50

İşletmelerde çeşitli işlerde çalıştırılan yabancı işgücü, yaş ve cinsiyetlerine göre belirlenmiştir. Yabancı iş gücüne aynı ve nakdi ücret toplamı, ekonomik analizde işgücü masraflarının hesaplanmasında dikkate alınmıştır. Müteşebbis ailesinin işgücü ücret karşılığının hesaplanmasında ise, bunların işletmelerde çalıştıkları süre ile yörede aynı işi yapan yabancı işçiye ödenen ortalama ücret üzerinden değerlendirme yapılmıştır. İncelenen işletmelerde tarımsal üretime ait masraf unsurlarının ve işletmenin yıllık faaliyet sonuçlarının (GSÜD ve DM) belirlenmesinde; tarımsal ürünler için maliyet hesaplama metodolojisinden yararlanılmıştır. İşletmelerde gayri safi üretim değeri, tarımsal faaliyet sonucunda elde edilen bitkisel ürün miktarı ile çiftçi eline geçen ürün fiyatının çarpılması sonucu tespit edilmiştir (Açıl ve Demirci, 1984). Ayrıca işletmede

üretilip işletmede kullanılan saman ve gübre gibi yan ürünler çift sayım yapılamaması açısından GSÜD içerisinde yer almamıştır (Erkuş ve Demirci, 1995).

İşletmelerin tarımsal faaliyetleri için yaptıkları toplam işletme masrafları değişen ve özel işletme masraflarından oluşmaktadır. Değişen işletme masrafları masraf ögeleri itibariyle hesaplandığı gibi, ayrıca sadece bitkisel üretim değişen masrafları tespit edilmiştir.

Hububat üretim maliyetinin hesaplanmasında, bileşik maliyet hesaplama yöntemi kullanılmıştır. Hububat ürünlerinin yan ürün gelirleri olduğu için kalıntı yöntemi ile 1 kg. hububat maliyeti hesaplanmıştır. Bu yöntemde birim maliyetler bulunurken, ilgili faaliyet kolu için yapılan toplam üretim masraflarından yan ürün geliri çıkartılıp, geriye kalan değer, üretilen ana ürün miktarına bölünmektedir (Kiral ve ark., 1999).

$$\text{Ana Ürün Maliyeti} = \frac{\text{Toplam Üretim Masrafları (TL)} - \text{Yan Ürün Geliri (TL)}}{\text{Ana Ürün Miktarı (kg)}}$$

Hububat üretim maliyetinin hesaplanmasında değişen masraflar toplamının %3'ü kadar genel idare giderleri olarak hesaplanmıştır. Döner sermaye faizi, değişen bir masraf olup üretim faaliyetine yatırılan sermayenin fırsat maliyetini temsil etmektedir. Bu amaçla incelenen üretim dönemi için T.C. Ziraat Bankası'nın 2014 yılı için bitkisel üretim kredi faiz oranlarının yarısı (%2,5) uygulanmıştır (Anonim, 2014). üretim masraflarının üretim dönemlerine yayılmış olduğu ve tarımsal sermayenin bağlı kaldığı süre dikkate alınarak kullanılmıştır (Güneş, 1980).

#### **3.2.4. Üretici Kararlarını Etkileyen Faktörlerin Analizinde Uygulanan Yöntem**

Araştırma alanında üretici kararlarına TMO'nun etkisini ortaya koyabilmek için, anket yolu ile araştırma bölgesinde toplanan "evet-hayır" gibi 2 veya daha çok cevaplı kategorik verilerin analizinde Görsel İlişki Analizlerinden (GİA) ve anket yolu ile toplanan sürekli veri niteliğinde olan verilerin analizlerinde parametrik testlerden olan Varyans Analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Ayrıca hububat üreticilerinin satış yeri olarak TMO'yu tercih etme durumlarının eğitim, yaş, satış fiyatı ve hububat ekim alanları arasında bir ilişki olup olmadığı Ki-Kare Bağımsızlık testi ile analiz edilmiştir.

GİA, satır ve sütunları noktalar olarak gösterilen, negatif olmayan verilerden oluşan veri matrisini özel bir şekil haline dönüştüren, çok değişkenli keşif edici bir tekniktir (Greenacre ve Hastie, 1987). Bu teknikle metrik olmayan veri ve doğrusal olmayan ilişkiler kolaylıkla ilişkilendirilebilir. GİA'nın amacı, geometrik olarak az boyutlu uzayda verinin portresinin çıkarılmasıdır. Teknik Ki-Kare, mesafeler matrisinin tekil değerlerinin ayrıştırılmasına dayanır. Ayrıştırma, satır ve sütun mesafeler matrisine uygulanan öz değer (eigenvalue) ve öz vektörleri (eigenvector) yaratır. Bu döngü haritalama için noktalar arası mesafeleri üretir. Algoritma, satır ve sütun kategorileri arasındaki noktalar arası mesafeleri üretir. Böylelikle sayısal değerler bunlar arasındaki ilişkileri maksimize eder. Düzenleyici (compositional) teknikler arasında GİA, faktör analizine e çok benzeyendir (Yavas ve Shemwell, 1996).

Diğer çok değişkenli ölçekleme teknikleriyle karşılaştırıldığında, GİA'nın en önemli avantajı kategorik verilerle uygulanabilir olmasıdır. Özellikle konumlama ve imaj çalışmalarında sıklıkla kullanılan GİA'nde araştırmacılar markalar arası, özellikler arası ve markalar ve özellikler arası ilişkileri ortaya çıkarmayı amaçlar. Stratejik anlamda, pazarlama araştırmacıları (1) rakip markaları, (2) önemli özellikleri, (3) önemli özelliklerinin nasıl kümelendiğini, (4) bir markanın rekabetçi güçlülüğünü, (5) markanın rekabetçi konumunun geliştirilmesi için fikirleri belirlemeye çalışırlar (Whitlark ve Smith, 2001).

(Garson, 2007), GİA için kabul edilen varsayımları dokuz madde halinde açıklamıştır.

1. GİA, anlamlılık testi desteği yoktur. Bu yüzden, sürekli olmayan verilere uygun olan log-linear ya da lojistik regresyon gibi bir analiz ile kontrol edilmelidir. GİA böyle bir testin yapıp, uygunluğunun varlığını varsayar; GİA, faktör analizi gibi doğrulayıcı değil keşfedici bir tekniktir.
2. GİA, noktalar arası (kategori değerleri) "Ki-Kare" mesafelerinin ölçüm değerlerini, değişkenler arası korelasyon gibi varsayar. Bu varsayımı sağlamak üzere, çapraz tablo verisindeki iki değişkenin ilişkisini göstermek için Ki-Kare anlamlılığının gösterilmesi önerilir. Gİ tablosundaki model (toplam eylemsizlikle gösterilen) sadece varyansın küçük bir oranını açıklasa da Gİ haritası noktaları bir birine yakın gösterebilir.

3. Satır değişkenlerinin kategorileri boyunca, sütun değişkenlerinin homojen olduğu varsayılır; aksi takdirde satır değişkeni noktaları arasındaki ölçüm mesafesi yanıltıcı olabilir.
4. Faktör analizinin diğer biçimlerinde olduğu gibi, Gİ boyutlarının anlamı, yüklerden (noktaların boyutlara olan katkısından) etkilenir ve daha sonradan boyutların etiketlenmesi insan sağduyusuna, yargısına ve hatasına bağlı olur.
5. GİA'de boyutların kesin yargılara varılarak yorumlanabilmesi zordur. Genel olarak iki veya üç değişkeni daha sağlıklı olarak analiz eder.
6. Faktör analizinden farklı olarak, GİA hiçbir dağılım varsayımı yapmayan parametrik olmayan bir tekniktir.
7. GİA, genelde birçok kategoriden oluşan süreksiz verilerle kullanılır. Sadece iki veya üç kategori ile GİA yöntemiyle hesaplanan boyutlar genellikle bilgilendirici değildir. Az kategorili değişkenler için, GİA yerine log-lineer analiz tercih edilebilir.
8. GİA her düzeydeki veri ile kullanılabilmesine rağmen, eğer sürekli veri kullanılırsa, bu verilerin kategorileştirilmesi gerekir. Bu işlem sonuçların yorumlanmasına anlamlı etkisi olabilecek veri kaybına neden olabilir.
9. Gözlem değerleri negatif olamaz.

Çalışmada anket yolu ile toplanan ve sürekli veri niteliğinde olan verilerin analizlerinde parametrik testlerden olan Varyans Analizi tekniğinden, parametrik testlerinden uygun olmadığı alanlarda ise parametrik olmayan testlerden yararlanılmıştır. Varyans Analizi, ölçü ile belirtilen popülasyonlarda normal dağılım gösteren iki veya daha fazla sayıdaki gruplar arasında fark olup olmadığını, bu farkın önemini ve bu farkı oluşturan nedenleri kontrol için kullanılan bir istatistikî metottur (Kabukçu, 1998).

Ki-Kare Testi, gözlenen frekanslar ile beklenen frekanslar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı esasına dayanmaktadır. Başka bir deyişle Ki-Kare Testi, gerçek bir dağılım ile teorik bir dağılım arasındaki uyumu kontrol etmeye yarar. Sayımla belirtilen popülasyonlarda iki veya daha çok sayıda gruplar arası farkın önemi Ki-Kare Testi ile yapılır. Ki-Kare değeri aşağıdaki formül kullanılarak bulunur. Formüldeki  $f$ , gözlenen frekans;  $f^e$  de beklenen frekans demektir (Kabukçu, 1998).

$$\chi^2 = \sum \frac{(f-f')^2}{f'}$$

Ki-Kare Testinin; bağımsızlık, homojenlik ve uygunluk testleri gibi farklı uygulamaları vardır. Bu çalışmada bağımsızlık testi kullanılmıştır. Ki-Kare Bağımsızlık Testi; iki ya da daha çok sınıflı nitel değişkenler arasındaki bağımsızlık olup olmadığını incelemek için uygulanır. İncelenen iki değişken gözlenen frekansların yazıldığı yatay (sıra) ve dikey (sütun) bantlardan oluşan çift yönlü kontingens tabloları kullanılır. Çalışmada Ki-Kare Bağımsızlık Testi Uygulanırken bilgisayar paket programı kullanılmış olup, test için aşağıdaki adımlar takip edilmiştir.

1. Adım: Hipotezlerin kurulmasıdır. Sıfır hipotezinde ( $H_0$ ), üç değişkenin bağımsız olduğunu; karşıt hipotezde ( $H_1$ ) ise, üç değişken arasında ilişki olduğu ifade edilmiştir.
2. Adım: 3 değişkene ait gruplama ve kodlamalar gerçekleştirilmiş ve bu değişkenlerin ankette gözlenen frekansları tablo şeklinde Microsoft Excel Programında hazırlanmıştır. Örnek olarak hububat üreticilerinin satış yeri olarak TMO'yu tercih etme durumu ile üretici yaşı arasındaki ilişkinin Ki-Kare Testi öncesi hazırlanan kodlama ve frekans tablosu SPSS.20 paket programına aktarılmıştır.

### **3.2.5 Üreticilerin TMO'ya Karşı Tutumların Belirlenmesinde Kullanılan Yöntem**

Tutum, bireyin kendi algı dünyasının bir yönü ile motivasyon, heyecan, idrak ve öğrenme süreçlerinin devamlı bir organizasyonudur. Tutum bazı nesnelere, kavramlara ve durumlara karşı yaklaşmakla ya da uzaklaşmakla birlikte, bunlara karşı belirli bir davranış göstermeye hazır olmayı ifade eder. Başka bir ifadeyle tutum, bireyin bir nesneyi olumlu ya da olumsuz değerlendirmesidir (Kağıtçıbaşı ve Üskül, 2006).

Bu bağlamda tutumlar, en olumludan en olumsuza kadar çeşitli derecelerde olabilir. Olumsuz tutumlar, nesne ya da fikirler konusunda olumsuz inanca sahip olma, onu reddetme veya sevmeme, ona karşı hareketlerde bulunmayla kendini gösterebilir. Olumlu tutumlar ise; nesnelere ya da fikirler konusunda olumlu inanca sahip olma, onu benimseme ve sevmeye ile kendini gösterebilir (Kangalgil ve ark., 2006).

Tutum doğrudan ölçülmez, ancak dolaylı olarak davranış yoluyla ölçülebilir. Çünkü tutum davranışı tayin edici olduğundan, tutum ölçmesinde de davranıştan

hareket edilmektedir. Tutum ölçmesinde genellikle kullanılan davranış ise, sorulara cevap verme ya da fikir belirtme şeklinde sözel davranışlardır (Güllü ve Güçlü, 2009).

Tutum ölçmede çoğunlukla ölçekler kullanılmaktadır. Belli başlı kullanılan tutum ölçekleri ise; Bogardus'un Toplumsal Uzaklık Ölçeği, Thurstone'un Eşit Görünümlü Aralıklar Ölçeği, Likert'in Toplamalı Sıralama Ölçeği (Likert Tipi Ölçek), Guttman'ın Birikimli Ölçekleme Tekniği, Osgood'un Duygusal Anlam Ölçeği'dir. Ancak bu ölçekler içerisinde en kullanışlısı Likert tarafından geliştirilmiş olan ve kendi adıyla anılan ölçektir (Güllü ve Güçlü, 2009). Bu araştırma için kullanılan “ Üreticilerin Toprak Mahsulleri ile İlgili Tutum Ölçeği” Likert tipi ölçektir.

Derecelendirme sorularında, her yanıt seçeneğinin derece ortalaması hesaplanır; böylece genel olarak en çok hangi yanıt seçeneğinin tercih edildiğini belirleyebilirsiniz. En yüksek derecelendirme ortalamasına sahip yanıt seçeneği en çok tercih edilen seçenektir. Derecelendirme ortalaması şu şekilde hesaplanmıştır.

$W$  = derecelendirmenin ağırlığı  $X$  = yanıt seçeneğinin yanıt sayısı

$X1.W1+X2.W2+.....+Xn.Wn/Toplam$

Araştırmada ölçek için 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Derecelendirme biçimi “ Kesinlikle Katılıyorum (5), Katılıyorum (4), Kararsızım (3), Katılmıyorum (2) ve Kesinlikle Katılmıyorum (1) “ şeklindedir.

Üreticilerin TMO'ya karşı olan tutumlarının işletme genişlik grupları arasında herhangi bir fark olup olmadığını belirlemek için, çoklu karşılaştırmalı testlerden olan Duncan Test İstatistiği tekniği kullanılmıştır. Gruplar arası küçük farklılıkları bile önemli bulan bir test olduğu için bu yöntem kullanılmıştır. 1951 yılında Duncan tarafından geliştirilen bu çoklu karşılaştırmalar test yönteminin de her bir grup (muamele) ortalaması diğer tüm grup ortalamaları ile ayrı ayrı ve farklı  $D_n$  test değerleri ile karşılaştırılır. Bu  $D_n$  değeri;

$D_n = R_n \cdot S_x$  eşitliğinden elde edilir.

$S_x$  değeri varyans analiz tablosundaki hata kareler ortalamasından hesaplanır.

$S_x = \sqrt{HKO/T}$

**T** = Tekerrür Sayısı

**HKO**= Hata Karelerinin Ortalaması

**R<sub>n</sub>** değeri ise yapılacak karşılaştırma sayısına bağlı olarak her karşılaştırma için tüm istatistik kitapları eklerinde yer alan Duncan test tablolarından kolaylıkla bulunabilir. Böylece her ikili karşılaştırma için ayrı bir test kriteri hesaplanmış olmaktadır (Açıkgöz, 2001).

### **3.2.6. Hububat İle İlgili Yapılan Projeksiyonlarda Uygulanan Esaslar**

Dünya’da ve Türkiye’de hububat üretim, tüketim, dış ticaret (ithalat-ihracat) ve stok miktarlarına ait mevcut durum geçmişten günümüze yıllar itibariyle verilmiştir. Mevcut veriler ışığında Türkiye için hububat üretim, tüketim, dış ticaret (ithalat-ihracat) ve stok miktarlarında gelecek yıllardaki durumunu ortaya koyacak tahminler yapılmıştır. Bilgisayar ortamında SPSS 11.0 paket programı ile veri girişi yapılmış ve uygun model seçilmiştir. Uygun modelin seçiminde, bağımlı değişkendeki değişimin yüzde kaçının bağımsız değişkenlerdeki değişimlerle açıklanabileceğini gösteren determinasyon katsayısından ( $R^2$ ) yararlanılmıştır. Modeller arasında determinasyon katsayısı bire en yakın olan “Cubic Model”in seçilmesi uygun görülmüştür (Arısoy, 2005). Model seçildikten sonra hububat üretim, tüketim, dış ticaret (ithalat-ihracat) ve stok miktarlarına ait 2023 yılına kadar olan projeksiyonlar bilgisayar ortamında Microsoft Excel paket programı kullanılarak grafik şeklinde verilmiştir.

## 4. DÜNYADA HUBUBATIN (BUĞDAY, ARPA VE MISIR) GENEL DURUMU

### 4.1. Dünya Hububat Üretimi

Dünya hububat üretim miktarı, son 10 yılda 1.450-1.820 milyon ton arasında değişmiştir. Ancak 2014 yılında küresel iklim değişikliklerinden kaynaklanan kuraklığın etkisiyle dünya hububat üretim miktarı bir önceki üretim sezonuna göre %2'lik bir düşüşle 1.782 milyon ton düzeyinde gerçekleşmiştir (IGC, 2014).

ABD ve Hindistan'daki düşüslere rağmen 2013 yılında AB, Karadeniz Bölgesi, Kanada Güney Amerika, Çin ve Avustralya'daki artışlarla birlikte buğday üretimi bir önceki üretim sezonuna göre %8'lik bir artışla 709 milyon ton rekor seviyesine ulaşmıştır. Ancak 2014 üretim sezonunda ise kuraklığında etkisi ile 2013 üretim sezonuna göre %2'lik bir düşüşle 697 milyon ton seviyesinde gerçekleşmiştir. Arpa üretim miktarı Rusya, Kazakistan, Kuzey Afrika ve Avustralya başta olmak üzere verimliliğin yükselmesine bağlı olarak bir önceki üretim sezonuna göre %12'lik bir üretim artışıyla son dört yılın en yüksek seviyesinde 145 milyon ton seviyesinde gerçekleşmiştir. 2014 yılı üretim sezonunda ise kuraklığın etkisi ile bir önceki üretim sezonuna göre %7'lik bir üretim azalışıyla 135 milyon ton seviyesinde gerçekleşmiştir (IGC, 2014). Mısır üretim miktarı ise Arjantin ve Brezilya gibi Güney Yarım Küre ülkelerindeki üretim düşüşüne rağmen, başta ABD olmak üzere AB, Rusya, Ukrayna ve Çin gibi Kuzey Yarım ülkelerindeki güçlü üretim artışlarına bağlı olarak bir önceki üretim sezonuna göre %12'lik bir üretim artışıyla 950 milyon ton rekor seviyesine ulaşmıştır (Anonim, 2013).

2014 üretim sezonunda meydana gelen küresel kuraklık üretim miktarındaki azalmayı desteklemiştir. Bunun yanı sıra son yıllarda dünyada yaşanan bir takım siyasi ve ekonomik gelişmelerde üretimin azalmasına neden olmuş ve beraberinde bir gıda krizini tetiklemiştir. Bunun yanı sıra üretim miktarında meydana gelen azalışa bağlı olarak arzın talebi karşılayamamasından dolayı hububat fiyatları uluslararası piyasalarda yükseliş trendine geçmiştir (Anonim, 2013).



## 4.2. Dünya Hububat Tüketimi

Dünya hububat tüketim miktarı, son on yılda (2005-2014) sürekli olarak artış göstermiştir. Bunun başlıca nedenleri; dünya nüfusunun sürekli olarak artması, hububatın hayvan yemi olarak kullanılması ve teknoloji gelişimine bağlı olarak hububatın bioetanol üretiminde kullanılmasının yaygınlaşması gösterilebilir. Son yıllarda diyet değişiklikleri nedeni ile hububatın gıda olarak kullanımında ki yükselmenin nisbi olarak azalmasına rağmen, iyileşen küresel ekonomik büyüme et tüketimini teşvik ettiğinden hububatın hayvan yemi olarak kullanılmasını arttırmıştır. Son yıllarda hububat tüketimin üretimden fazla olması hububat stoklarının erimesine ve fiyatların yükselmesine neden olmuştur (Anonim, 2013).

Dünya hububat tüketim miktarı 2014 yılında bir önceki yıla göre %1'lik bir artış göstererek 1783 milyon ton olarak rekor seviyede gerçekleşmiştir.. Meydana gelen 17,8 milyon tonluk tüketim artışının 10,3 milyon tonu buğday, 2,5 milyon tonu arpa ve 5 milyon tonu mısır tüketiminden kaynaklanmaktadır (IGC, 2014).

2013 yılında; küresel buğday tüketimi, yemlik talebi diğer hububat çeşitlerine kıyasla yüksek fiyatı nedeni ile bir miktar azalırken gıdalık talebinin %2 oranında artması ile 690,7 milyon ton düzeyinde gerçekleşmiştir. 2014 yılında ise tüketimdeki artışın devam etmesi nedeni ile %1,5 artış ile 701 milyon ton rekor seviyeye yükselmiştir. Küresel arpa tüketimi, düşük fiyatların ve yüksek miktardaki arzın yemlik kullanımı arttırması ve artan bira talebinin endüstriyel kullanımı arttırması neticesinde bir önceki yıla göre %5,2 artış ile 140,2 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılında ise bir önceki yıla göre %1,8 azalış ile 137,7 milyon ton seviyesine gerilemiştir. Küresel mısır tüketimi ise özellikle yemlik ve endüstriyel kullanımının artması ile bir önceki yıla göre %8 artış göstererek 935 milyon tona yükselmiştir. 2014 yılında ise arzın düşmesine rağmen bir önceki yıla göre %1 artış göstererek 945 milyon ton rekor seviyeye yükselmiştir (IGC, 2014). Son yıllarda tüketimin üretimden fazla olması hububat stoklarının erimesi ve fiyatların yükselmesine neden olmuştur.

### **4.3. Dünya Hububat Stoku**

Dünya hububat stok miktarı, yıllar itibariyle çizelge-3'te verilmiştir. Hububat sezonu ülkelere göre farklılık gösterdiğinden dolayı çizelgedeki stok miktarları sezon kapanış miktarlarına göre verilmiştir. 2014 yılı dünya hububat stok miktarı, bir önceki yıla göre %0,26'lık bir azalışla 374,3 milyon ton olarak gerçekleşmiştir (IGC, 2014).

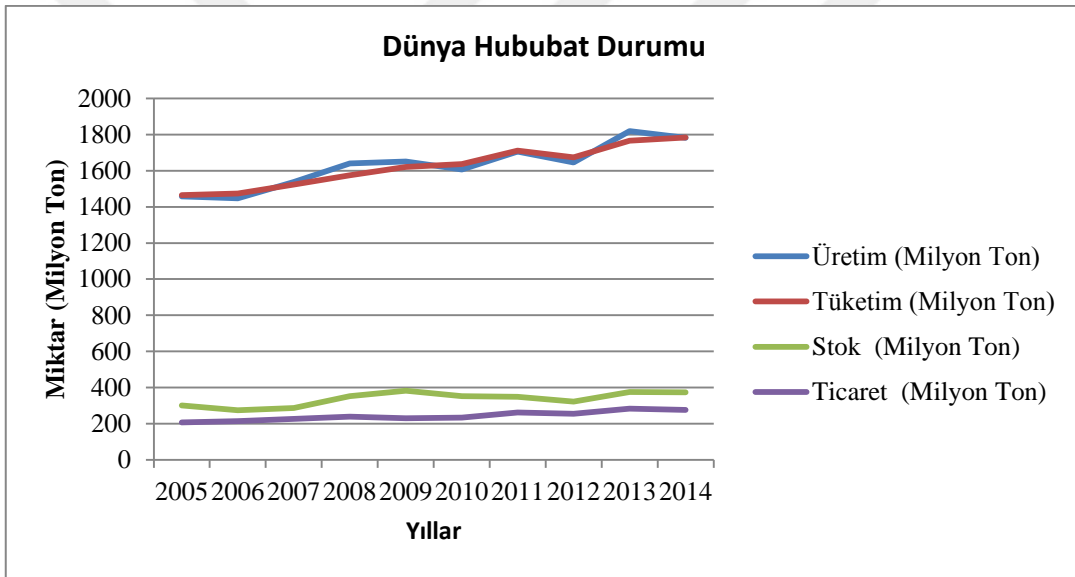
2013 yılında; küresel buğday stoku tüketimdeki artışa rağmen üretimdeki artış nedeni ile bir önceki yıla göre %2,5 artış göstererek 190,2 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılı dönem stoku ise başlangıç stoklarındaki artışa rağmen üretimdeki düşüş ve tüketimdeki artışa bağlı olarak %1,6 azalış göstererek 186,6 milyon ton seviyesine düşmüştür. Küresel arpa stoku tüketimdeki artışa rağmen üretimdeki artış nedeni ile %20,7 artış göstererek 27,4 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılında ise küresel kuraklığa bağlı olarak üretimin düşmesi nedeni ile %9,5 azalış göstererek 24,8 milyon ton düzeyine gerilemiştir. Küresel mısır stoku ise artan tüketime rağmen rekor üretim ile birlikte bir önceki yıla göre %24 artış göstererek 157,7 milyon ton ile son 10 yılın en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 2014 yılında ise üretimin düşmesi ve tüketimin artmasına rağmen %3 artış göstererek 162,9 milyon ton rekor seviyede gerçekleşmiştir (IGC, 2014). 2009 yılından itibaren hububat stoklarında bir azalma meydana geldiği görülmektedir. Bu durum üretim miktarındaki dalgalanmalara karşılık tüketimin sürekli olarak artış göstermesi ve stok maliyetinden kurtulmak isteyen ülkelerin uyguladıkları politikalardan kaynaklanmaktadır (Anonim, 2013).

### **4.4. Dünya Hububat Dış Ticareti**

Dünyada üretilen hububatın yaklaşık olarak 1/6'sı ticarete konu olmaktadır. Dünya hububat ticaret miktarı 2005 yılında 207 milyon seviyesinde iken geçen on yıl içerisinde sürekli olarak artarak (yaklaşık %33 oranında) 276,7 milyon tona ulaşmıştır. Küresel buğday ticareti, 2013 yılında Çin başta olmak üzere ABD, Mısır, İran ve Suudi Arabistan'ın artan ithalat talebine bağlı olarak bir önceki sezona göre %8 artış göstererek 150,9 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Çin, ABD ve İran'ın ithalat taleplerinin 2014 yılında azalması ile bir önceki yıla göre %4,5 azalış göstererek 144 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Küresel arpa ticareti; en büyük arpa ithalatçısı olan Suudi Arabistan'ın büyüyen küçükbaş hayvancılık sektörünün yemlik talebi ve ikinci büyük arpa ithalatçısı Çin'in sezon üretiminin zayıf olması nedeni ile bir önceki yıla

göre %4,6 artış göstererek 20,4 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Küresel arpa ticareti miktarı 2014 yılındaki küresel kuraklığa rağmen bir önceki yıla göre değişmemiştir. Küresel mısır ticareti ise, yüksek arz nedeni ile fiyatların düşmesinden dolayı hem yemlik hem de endüstriyel talebi güçlendirmesi ile önceki yıla göre %18 artış göstererek 375,3 milyon ton olan rekor seviyeye yükselmiştir. Bir önceki yıla göre 2014 yılında r %0,35 azalış göstererek 374,3 milyon ton düzeyine düşmüştür (Anonim, 2013).

Tarımsal üretimin iklim koşullarına bağlı olmasından dolayı yıllar itibariyle üretim miktarlarında meydana gelen dalgalanmalar, hububatın uluslararası ticarete konu olmasının en büyük nedeni olarak gösterilebilir. Dünya hububat üretim, tüketim, stok ve ticaret miktarları Çizelge 3 ve Şekil 1’de verilmiştir.



**Şekil 1.** Dünya hububat üretim, tüketim, stok ve ticaret durumu (milyon ton)

**Çizelge 3.** Dünya hububat üretim, tüketim, stok ve ticaret miktarları (milyon ton)

Yıllar	Ürün	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Üretim	Buğday	620,7	597,5	607,4	685	679	652,9	695,4	654,9	709	697
Tüketim		623,2	601,5	609,2	645,6	652,4	656,5	698,3	675,4	690,7	701
Stok		138,7	134,6	132,7	172,1	198,7	195,2	192,3	171,9	190,2	186,6
Ticaret		110	110,8	110,5	136,9	128,1	125,7	144,8	140,5	150,9	144
Üretim	Arpa	138,4	137,9	133,4	154,8	149,7	122,4	134,2	130,2	144,9	135,2
Tüketim		141,2	143,9	135,7	142,4	144,6	135,9	135,5	133,3	140,2	137,7
Stok		31,3	25,3	23	35,5	40,7	27,1	25,9	22,7	27,4	24,8
Ticaret		17,7	15,9	15,5	19,5	16,9	14,7	20,3	19,5	20,4	20,4
Üretim	Mısır	697,8	711	797	799,9	821,3	830,6	876,6	861,1	965,2	950,2
Tüketim		701,2	728,2	779,1	786,6	822,9	844	876,4	864,5	935	945
Stok		131,5	114,3	132,2	145,7	144,1	130,7	130,8	127,5	157,7	162,9
Ticaret		79,3	87,3	100,9	83,6	86,3	93,3	96,9	96,1	113	112,3
<b>Toplam Üretim</b>		<b>1456,9</b>	<b>1446,4</b>	<b>1537,8</b>	<b>1639,7</b>	<b>1650</b>	<b>1605,9</b>	<b>1706,2</b>	<b>1646,2</b>	<b>1819,1</b>	<b>1782,4</b>
<b>Toplam Tüketim</b>		<b>1465,6</b>	<b>1473,6</b>	<b>1524</b>	<b>1574,6</b>	<b>1619,9</b>	<b>1636,4</b>	<b>1710,2</b>	<b>1673,2</b>	<b>1765,9</b>	<b>1783,7</b>
<b>Toplam Stok</b>		<b>301,5</b>	<b>274,2</b>	<b>287,9</b>	<b>353,3</b>	<b>383,5</b>	<b>353</b>	<b>349</b>	<b>322,1</b>	<b>375,3</b>	<b>374,3</b>
<b>Toplam Ticaret</b>		<b>207</b>	<b>214</b>	<b>226,9</b>	<b>240</b>	<b>231,3</b>	<b>233,7</b>	<b>262</b>	<b>256,1</b>	<b>284,3</b>	<b>276,7</b>

**Kaynak:** (IGC, 2014)

## 5. TÜRKİYE HUBUBAT (BUĞDAY, ARPA VE MISIR) GENEL DURUMU

### 5.1. Türkiye Hububat Üretimi

Türkiye hububat üretimi 2013 yılında bir önceki yıla göre %13 artışla 35,9 milyon ton olan rekor seviyede gerçekleşmiştir. 2014 yılında küresel kuraklığın etkisi ile bir önceki yıla göre %13,1 azalışla 31,2 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Türkiye hububat üretiminin (buğday, arpa ve mısır) %61'i buğday, %21'i arpa ve %18'i mısır üretiminden oluşmaktadır (IGC, 2014).

Türkiye'de buğday hemen hemen her bölgede yetiştirilmektedir. Özellikle İç Anadolu Bölgesi üretim miktarındaki %36'lık bir pay ile birinci sırada yer alırken %15 ile Marmara Bölgesi ikinci sırada ve %14 ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi üçüncü sırada yer almaktadır. Üretimde en az pay %7 ile Doğu Anadolu ve Ege Bölgelerine aittir (Anonim, 2013). Türkiye'de buğday tarla ürünleri içerisinde ekiliş alanı ve üretim miktarı bakımından ilk sırada yer almaktadır. Son 10 yılda buğday üretimi 17,2-22,1 milyon ton arasında değişmiştir. 2013 yılında 22,1 milyon ton olan buğday üretimi 2014 yılında yaşanan küresel kuraklıktan dolayı bir önceki yıla göre %14 azalışla 19 milyon ton seviyesine düşmüştür (IGC, 2014).

Türkiye'de her bölgede üretimi yapılan arpa, tarla ürünleri içerisinde ekiliş alanı ve üretim miktarı bakımından buğdaydan sonra ikinci sırada yer almaktadır. İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri arpa üretiminde önemli iki bölgedir. Son 10 yıla bakıldığında iklimsel koşullardan ve ekiliş alanlarında meydana gelen değişikliklerden dolayı arpa üretim miktarı dalgalanmalar göstererek 5,9-9,5 milyon ton arasında değiştiği görülmektedir. 2013 yılında, 7,9 milyon ton olarak gerçekleşen arpa üretimi 2014 yılında meydana gelen kuraklıklardan dolayı %12,6 azalışla 6,3 milyon ton olarak gerçekleşmiştir (Anonim, 2013).

Mısır; yem, nişasta, glikoz, yağ ve son yıllarda biyoetanol üretiminde kullanılmaktadır. Türkiye'de daha çok Çukurova, Amik Ovası ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yetiştirilen mısır son yıllarda İç Anadolu Bölgesinde de üretimi artmıştır. Mısır bitkisi başta pamuk olmak üzere buğday ve yağlı tohumlarla münavebeli olarak yetiştirilen bir üründür. Bu nedenle alternatif ürün fiyatları ve bu ürünlere verilen desteklere bakarak ikame ürünler veya mısır arasında tercih yapılabilmektedir. Bu da

zaman zaman mısır üretim miktarında dalgalanmalara neden olmaktadır. Türkiye’de mısır tarla ürünleri içerisinde ekiliş alanı ve üretim miktarı bakımından buğday ve arpadan sonra üçüncü sırada yer almaktadır. Son 10 yılda mısır üretimi 3,5-5,9 milyon ton arasında değişmiştir. 2013 yılında 5,9 milyon ton olan mısır üretimi 2014 yılında ekim alanının bir önceki yıla göre düşmesi ve yaşanan küresel kuraklığa rağmen birim alandan elde edilen verimin yükselmesine bağlı olarak bir önceki yıla göre %0,85’lik bir artışla 5,95 milyon ton seviyesinde gerçekleşmiştir (Anonim, 2013).

## **5.2. Türkiye Hububat Tüketimi**

Türkiye’de hububat tüketim miktarı son 10 yıla (2005-2014) bakıldığında sürekli olarak artış göstermiştir. Bu artışın başlıca sebepleri nüfusun sürekli olarak artmasının yanında (özellikle dışarıdan göç alarak) hayvan yemi olarak kullanımının artması ve gelişen teknolojiye paralel olarak hububatın enerji sektöründe ham madde olarak kullanımının yaygınlaşması olarak gösterilebilir (Anonim, 2013).

Türkiye hububat tüketim miktarı 2014 yılında bir önceki yıla göre 2,6’lık bir azalış göstererek 30,2 milyon ton düzeyinde gerçekleşmiştir. Meydana gelen 0,8 milyon tonluk değişimin 0,2 milyon tonu buğday, 1,2 milyon tonu arpa tüketiminde meydana gelen azalıştan ve mısır tüketiminde ise 0,6 milyon tonluk bir artıştan kaynaklanmıştır (IGC, 2014).

Türkiye’de artan nüfusa paralel olarak buğday talebi de sürekli artış göstermiştir. Ekmek, bulgur, bisküvi, nişasta ve diğer buğdaya dayalı unlu mamuller tüketimi dikkate alındığında 2013 yılında 18,7 milyon ton olan buğday tüketimimiz 2014 yılında bir önceki yıla göre % 1,08’lik bir azalış göstererek 18,5 milyon ton düzeyine gerilemiştir. Türkiye’de mısır ve diğer yem bitkilerinin hayvan beslenmesinde kullanımının yaygınlaşması arpa tüketimini azalma eğilimi gösteren dalgalanmalara neden olmuştur. 2013 yılında 7,3 milyon ton olan arpa tüketim miktarı 2014 yılında bir önceki yıla göre % 16,5’lik bir azalışla 6,1 milyon ton düzeyine gerilemiştir. Yem sanayi başta olmak üzere nişasta bazlı şekerler, bitkisel yağ ve gıda sektörü gibi çeşitli kullanım alanına sahip olan mısır son yıllarda alternatif kullanım alanı olarak biyoyakıt üretiminde de kullanımı artmaktadır. Türkiye’de 2013 yılında 5 milyon ton olan mısır tüketim miktarı 2014 yılında bir önceki yıla göre %12’lik bir artışla 5,6 milyon ton seviyesine yükselmiştir (Anonim, 2013).

### **5.3. Türkiye Hububat Stoku**

Türkiye’de toplam buğday stok miktarını gösterir bilgiler elde etmek oldukça güçtür. Bu nedenle Türkiye’de özel sektörün ve üreticilerin elindeki hububat miktarının sürekli olarak sabit kaldığı varsayılarak, stok miktarı olarak Toprak Mahsulleri Ofisi’nin depolarında stoklu bulunan hububat miktarları verilmektedir. Çizelge-4’te verilen stok miktarları yılsonu itibariyle alınmıştır. Türkiye’nin 2013 yılında 3,4 milyon ton olan hububat stok miktarı 2014 yılında bir önceki yıla göre %35,2’lik bir azalış göstererek 2,2 milyon ton düzeyine gerilemiştir. Meydana gelen 1,2 milyon tonluk stok azalışının 0,6 milyon tonu buğday, 0,4 milyon tonu arpa ve 0,2 milyon tonu mısır stokunda meydana gelen azalmadan kaynaklanmaktadır. 2014 yılında meydana gelen küresel kuraklığın üretim miktarını olumsuz yönde etkilemesi stok miktarlarının azalmasına neden olmuştur (IGC, 2014).

Türkiye’de 2013 yılında; 1,9 milyon ton olan buğday stoku 2014 yılında bir önceki yıla göre %31,5’lik bir azalışla 1,3 milyon tona, 0,9 milyon ton olan arpa stoku %44,4’lük bir azalışla 0,5 milyon tona ve 0,6 milyon ton olan mısır stoku da %33,3’lük bir azalışla 0,2 milyon ton düzeyine gerilemiştir (Anonim, 2013).

### **5.4. Türkiye Hububat Dış Ticareti**

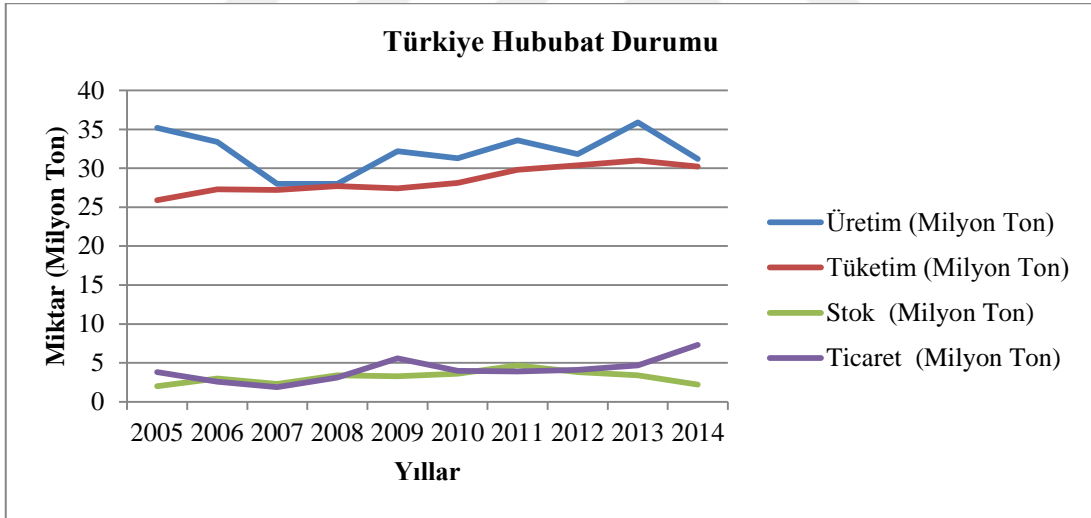
Türkiye’de 2013 yılında 4,7 milyon ton hububat ticarete konu olmuşken 2014 yılında bir önceki yıla göre küresel kuraklığında etkisiyle üretim miktarında meydana gelen azalmaya bağlı olarak % 55,31’lik bir azalışla 7,3 milyon ton hububat ticarete konu olmuştur. Meydan gelen 2,6 milyon tonluk değişimin 1,6 milyon tonu buğday ve 1 milyon tonu mısırdan kaynaklanmaktadır. 2008 yılından sonra gümrük vergisi oranının % 130 dan % 0 a indirilmesi de hububat ticaret miktarlarının yükselmesine neden olmuştur (IGC, 2014).

Buğday üretimi konusunda kendine yeterliliği oldukça yüksek düzeyde olan Türkiye, bazı yıllar olumsuz iklim koşullarına bağlı olarak üretim miktarı ve kalitede yaşanan sorunlardan dolayı talep karşılanamamakta ve ithalat yapılmaktadır. Dünya buğday fiyatları, uygulanan gümrük vergisi oranı ve DİR (Dâhilde İşleme Rejimi) kapsamında belgelerin kullanımı da Türkiye buğday ticaret miktarını da önemli oranda etkilemektedir (Anonim, 2013). TMO buğday üretiminde arz fazlası olduğu dönemlerde

ihracat, arz açığı olduğu dönemlerde ise ithalat yapma görevini üstlenmiştir. 2013 yılında Türkiye’de 3,6 milyon ton buğday ticarete konu olmuşken 2014 yılında bir önceki yıla göre % 44,4’lük bir artışla 5,2 milyon tona yükselmiştir (IGC, 2014).

Türkiye’de arpa ticaret miktarı; üretim miktarına, yurtiçi kullanım miktarına, uygulanan gümrük vergisi oranına Dâhilde İşleme Rejimi kapsamında kullanılan belge sayısına bağlı olarak yıllar itibariyle değişiklik göstermektedir. 2013 yılında 0,7 milyon ton arpa ticarete konu olmuşken 2014 yılında bir önceki yıla paralel olarak 0,7 milyon ton düzeyinde kalmıştır (IGC, 2014).

Türkiye mısır üretimi yeterlilik derecesi, 2013 yılında %77,5 oranında olup, yurtiçi kullanım ve üretim miktarına bağlı olarak oluşan arz talep dengesizliği ithalat yoluyla giderilmektedir (Anonim, 2013). 2013 yılında 0,4 milyon ton olan mısır ticareti 2014 yılında bir önceki yıla göre % 250 artarak 1,4 milyon ton düzeyine yükselmiştir. Yıllar itibariyle Türkiye’nin hububat üretimi tüketim, stok ve ticaret (ithalat-ihracat) miktarları Çizelge 4 ve Şekil 2’de verilmiştir (Anonim, 2013).



**Şekil 2.** Türkiye hububat üretim, tüketim, stok ve ticaret durumu (milyon ton)



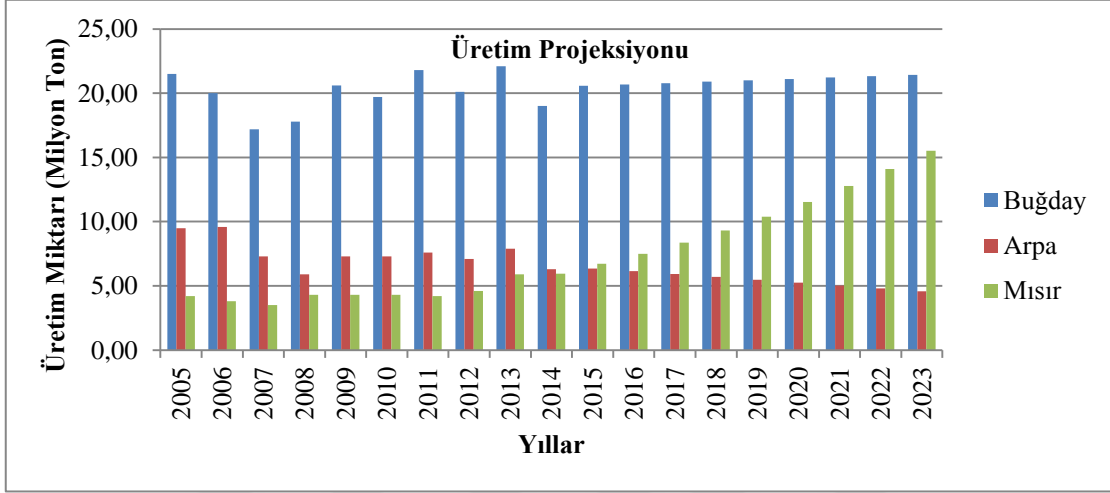
**Çizelge 4.** Türkiye hububat üretim, tüketim, stok ve ticaret miktarları ( milyon ton)

Yıllar	Ürün	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Üretim	Buğday	21,5	20,0	17,2	17,8	20,6	19,7	21,8	20,1	22,1	19,0
Tüketim		15,2	16,40	16,9	17,8	17,4	17,9	18,7	18,6	18,7	18,5
Stok		1,0	1,90	1,2	1,8	1,8	2,2	3,2	2,3	1,9	1,3
Ticaret		3,0	2,0	1,5	2,2	4,3	2,7	3,4	3,1	3,6	5,2
Üretim	Arpa	9,5	9,6	7,3	5,9	7,3	7,3	7,6	7,1	7,9	6,3
Tüketim		7,2	7,2	6,2	5,7	5,9	6,0	6,7	5,9	7,3	6,1
Stok		0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,9	0,8	0,9	0,5
Ticaret		0,5	0,4	0,2	0,3	0,8	0,6	0,1	0,5	0,7	0,7
Üretim	Mısır	4,2	3,8	3,5	4,3	4,3	4,3	4,2	4,6	5,9	5,95
Tüketim		3,5	3,7	4,1	4,2	4,1	4,2	4,4	5,9	5,0	5,6
Stok		0,4	0,5	0,5	0,9	0,8	0,7	0,6	0,7	0,6	0,4
Ticaret		0,3	0,2	0,2	0,6	0,5	0,7	0,4	0,5	0,4	1,4
<b>Toplam Üretim</b>		<b>35,2</b>	<b>33,4</b>	<b>28,0</b>	<b>28,0</b>	<b>32,2</b>	<b>31,3</b>	<b>33,6</b>	<b>31,8</b>	<b>35,9</b>	<b>31,2</b>
<b>Toplam Tüketim</b>		<b>25,9</b>	<b>27,3</b>	<b>27,2</b>	<b>27,7</b>	<b>27,4</b>	<b>28,1</b>	<b>29,8</b>	<b>30,4</b>	<b>31,0</b>	<b>30,2</b>
<b>Toplam Stok</b>		<b>2,0</b>	<b>3,0</b>	<b>2,3</b>	<b>3,4</b>	<b>3,3</b>	<b>3,6</b>	<b>4,7</b>	<b>3,8</b>	<b>3,4</b>	<b>2,2</b>
<b>Toplam Ticaret</b>		<b>3,8</b>	<b>2,6</b>	<b>1,9</b>	<b>3,1</b>	<b>5,6</b>	<b>4,0</b>	<b>3,9</b>	<b>4,1</b>	<b>4,7</b>	<b>7,3</b>

**Kaynak:** (IGC, 2014)

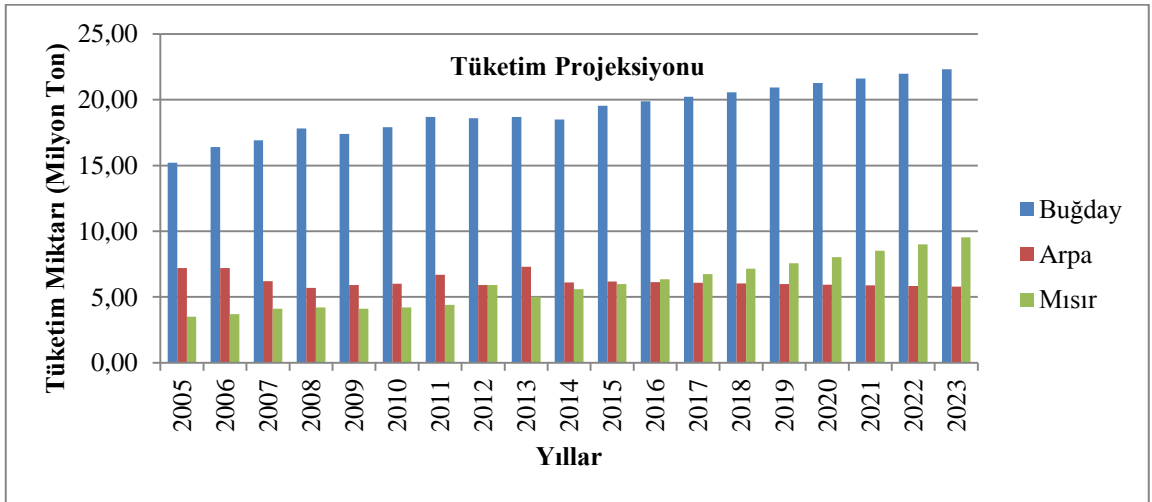
## 5.5. Türkiye Hububat Üretim, Tüketim ve Dış Ticaret Tahminleri

Türkiye'nin hububat üretimi, tüketimi ve ticareti 2005-2023 yılları arasındaki dönem için tahmin edilmiştir. Türkiye'nin hububat üretimi artacağı ön görülmektedir. Buğday üretimi sabit kalırken hububat üretim artışında mısır üretiminin artacağı görülmektedir. Arpa üretiminin ise önümüzdeki yıllarda azalacağı tahmin edilmektedir. Hububat üretim projeksiyonu Şekil 3'te verilmiştir (Anonim, 2013).



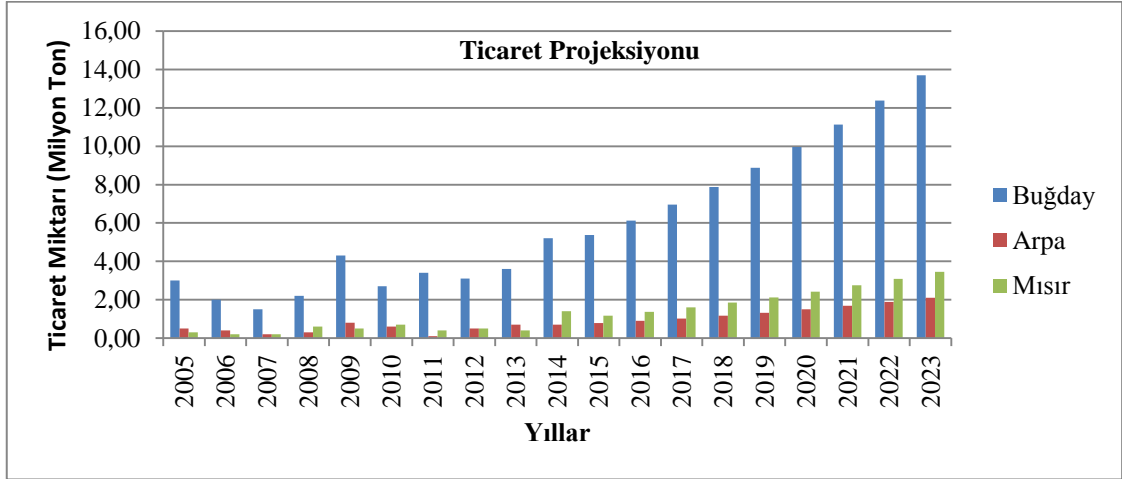
Şekil 3. Türkiye hububat üretim projeksiyonu (2005-2023)

Yapılan tüketim projeksiyonunda önümüzdeki yıllarda Türkiye'nin hububat tüketiminin artacağı ön görülmektedir. Buğday ve mısır tüketimi artarken arpa tüketiminin azalacağı tahmin edilmektedir. Hububat tüketim projeksiyonu Şekil 4'te verilmiştir.



Şekil 4. Türkiye hububat tüketim projeksiyonu (2005-2023)

Türkiye’de ticarete (ithalat-ihracat) konu olan hububat miktarının önümüzdeki yıllarda artacağı yapılan projeksiyonlarda ön görülmektedir. Hububat ticaretinde buğday ve mısır miktarı artarken arpa miktarının azalacağı tahmin edilmektedir. Türkiye’nin hububat ticaret projeksiyonu Şekil 5’te verilmiştir.



Şekil 5. Türkiye hububat dış ticaret projeksiyonu (2005-2023)

## 6. TÜRKİYE'DE UYGULANAN HUBUBAT ALIM POLİTİKALARI

Hububat fiyatları, üretim, stok durumu, kalite, üretici ve tüketici ülkelerin taleplerine göre değişmektedir. Türkiye'de 1938 yılından 2002 yılına kadar devlet destekleme alımları kapsamında olan buğday, arpa ve mısır taban fiyatları Bakanlar Kurulu tarafından belirlenip Resmi Gazete 'de ilan edilmekteydi. Ancak 2002 yılından sonra buğday, arpa ve mısır ve gerektiğinde diğer hububat fiyatlarını belirlemek üzere TMO görevlendirilmiştir. Bu çalışmada buğday, arpa ve mısır için 2005-2014 döneminde gerçekleşen alım fiyatları Çizelge 5'te verilmiştir.

Çizelge 5'te dikkati çeken en önemli durum, hububat fiyatlarının incelenen dönemde düzenli bir şekilde artışıdır. Bu artışın sebebi yıldan yıla giderek büyüyen enflasyonun etkisi önemli bir faktördür. 2005 yılında baz alınan hububat fiyat indeksleri 100 olarak kabul edilmiş, yıllar itibariyle her üç ürün için gerçekleşen fiyatlar indeks olarak hesaplanmak suretiyle meydana gelen fiyat artışları belirlenmiştir. Bu şekilde elde edilen indeks değerleri incelendiğinde; başlangıç yılına göre, bir sonraki yılda buğday ve arpa fiyatları 1.07 katına yükselmiş, mısır fiyatı ise üreticiler lehine yüksek olduğu için TMO fiyat müdahale alım fiyatı açıklamamıştır. Bu fiyat artışı 6.yılında buğdayda 1.56, arpada 1.60 ve mısırdaki 1.88 katına yükselmiştir. Araştırma yılı olan 2014 te ise buğday ve arpa müdahale alım fiyatı üretici lehine açıklanmamış olup mısır fiyatı ise başlangıç yılına göre 2.60 katına yükselmiştir.

**Çizelge 5.** TMO Buğday, Arpa ve Mısır müdahale alım fiyatları (2005-2014)

Yıllar	Buğday				Arpa		Mısır	
	Ekmeklik		Makarnalık		TL/kg	İndeks	TL/kg	İndeks
	TL/kg	İndeks	TL/kg	İndeks				
2005	0.350	100	0.360	100	0.248	100	0.260	100
2006	0.375	107	0.385	107	0.265	107	Fiyat Açıklanmamış	
2007	0.425	121	0.440	122	0.320	129	Fiyat Açıklanmamış	
2008	Fiyat Açıklanmamış		Fiyat Açıklanmamış		Fiyat Açıklanmamış		0.430	165
2009	0.500	142	0.525	146	0.375	151	0.450	173
2010	0.550	156	0.575	160	0.415	167	0.490	188
2011	0.605	171	0.640	178	0.455	183	0.540	207
2012	0.665	188	0.705	176	Fiyat Açıklanmamış		0.595	228
2013	0.720	206	0.765	191	Fiyat Açıklanmamış		0.640	245
2014	Fiyat Açıklanmamış		Fiyat Açıklanmamış		Fiyat Açıklanmamış		0.680	260

**Kaynak:** (TMO, 2014)

## **7. DÜNYADA UYGULANAN HUBUBAT POLİTİKALARI**

### **7.1. ABD’de Uygulanan Hububat Politikaları**

ABD’nin buğday, arpa ve mısır için dünya piyasalarındaki yeri önemlidir. ABD'nin tarım sektörüne yönelik destekleme programları, beş yıllık programlar dahilinde, kamu politikalarının önemli bir aracı olarak uygulanmaktadır. ABD’de yasalar gereği Başkan’ın gelecek on bir yıllık mali dönemi ele alan bütçeyi hazırlaması gerekmektedir. ABD tarım politikaları, her beş yılda bir Kongre tarafından kabul edilerek yürürlüğe konulan, “Tarım Kanunları” ile belirlenmekte olup, halen 2010-2021 tarım kanunu yürürlükte bulunmaktadır. Bu kanun kapsamında üreticilere pazarlama (rehin) kredisi, hedef fiyat, sabit doğrudan gelir desteği ve fark giderici doğrudan gelir desteği verilmektedir. ABD tarım politikasında müdahale alımları bulunmayıp, ülkede serbest piyasa koşulları hâkimdir (GTHB, 2014).

### **7.2. AB’de Uygulanan Hububat Politikaları**

Avrupa Birliği (AB) tarım politikaları, Ortak Tarım Politikası (OTP) ile belirlenen ilkeler doğrultusunda yürütülmektedir. OTP altında, ürünler ve ürün grupları ile ilgili olarak belirlenen Ortak Piyasa Düzenleri (OPD) ve OPD kapsamındaki ürünlerle ilgili detaylı düzenlemeler vardır. Tarım Politikaların finansmanı ise, Avrupa Tarımsal Garanti ve Yön Verme Fonu (FEOGA) tarafından karşılanmaktadır. Nisan 1962’de çıkarılan 25 numaralı Tüzük ile oluşturulan FEOGA, Garanti ve Yön Verme Bölümleri olmak üzere 2 bölümden oluşmaktadır. FEOGA’nın Garanti Bölümü, fiyat destekleri dâhil olmak üzere OTP’nin işleyiş mekanizmaları ile kalkınmada öncelikli yöreler dışındaki kırsal kalkınma önlemleri, bazı verimlilik ve tarımsal yayım harcamalarını kapsar. Yön Verme Bölümü ise Garanti Bölümüne kapsanmayan Kırsal Kalkınma Önlemleri ve yapısal tedbirlere ilişkin harcamaları düzenlemektedir (Anonim, 2006).

Topluluk 1960 yılından itibaren; “Topluluk Tercih”, “Tek Pazar” ve “Ortak Mali Sorumluluk” ilkeleri çerçevesinde, her ürün grubu için bir OPD oluşturmuş ve söz konusu bu düzenler (OPD) çerçevesinde, tarımsal ürünlerin üretimleri, desteklenmeleri, depolanmaları ve ürünlerin ticareti de dâhil olmak üzere diğer tüm işlemler belirli kurallara ve politikalara bağlanmıştır (Anonim, 2006). AB tarım politikalarının belirlenmesinde ve uygulanmasında rol alan başlıca kurum ve kuruluşlar olarak AB Konseyini, Komisyonu, Tarım Komitesini, Ülkelerdeki tarımdan sorumlu Bakanlıkları,

müdahale kurumlarını, ödeme kurumlarını, üretici birliklerini, lisanslı depoları, akredite laboratuvarları ve bazı özel şirketleri sayabiliriz. Bu kurum ve kuruluşlar, OPD'ler ile belirlenen ilke ve kurallar uyarınca iş ve işlemlerini gerçekleştirmektedirler. Sistemin yürütülmesinde anahtar rolü ise, ödeme ve müdahale kuruluşlarının oynadığı söylenebilir. Müdahale Kurumları, AB Ortak Tarım Politikası çerçevesi içerisinde, tarımsal ürünlerin fiyat düzenlemeleri, üretim ve pazarlama aşamalarında verilen sübvansiyonlar, müdahale alımları, kalite kriterleri, fiyatlardaki aylık artışlar, depolama, iç ve dış satışlar gibi tüm faaliyetlerden sorumlu kurumlar olup tüm AB üyesi ülkelerin tümünde müdahale kurumu bulunmaktadır. Bununla beraber, ülkelerin sahip oldukları müdahale kurumlarının hem sayısı hem de organizasyon yapıları önemli farklılıklar göstermektedir (Anonim, 2006/a).

Ödeme kurumları, FEOGA Fonu tarafından karşılanan tarım politikaları ödemelerinin uygulanmasından sorumludurlar. Bu bağlamda ödeme kurumları ödemeye konu olacak faaliyetlerin piyasa düzenlerine uygunluğunu, ödemelerin doğru olarak yapılıp yapılmadığını, muhasebe kurallarına ve belge düzenine tam olarak uyulup uyulmadığını kontrol eder. Ödeme kurumları AB üyesi ülkelerde, genellikle Tarım Bakanlığı bünyesinde görev yapan ve AB kurallarına göre ödeme kurumu olarak belirlenmiş kuruluşlardır. Bu kurumlar, üye ülkelerde Ortak Tarım Politikasının yürütülmesi için ayrılan finansmanın kullanılmasını da sağlar (Anonim, 2006).

Ödeme kurumları; doğrudan gelir ödemeleri, ihracat geri ödemeleri ve müdahale alımları gibi ödemeleri yerine getirirler. Üye devletler OTP finansmanının karşılanmasına ilişkin tüm uygulamalarda ulusal kanunlara göre hareket ettiklerinden, ödeme kurumlarının idari yapıları ve uygulamaları ülkeden ülkeye göre farklılık göstermektedir. Ancak bu ödeme kurumlarının AB kurallarına uygun işleyip işlemediği çeşitli AB kurumları tarafından kontrol edilmektedir. AB'de müdahale kurumları için belirli bir sayı kısıtı yoktur. Örneğin, Fransa'da birden çok müdahale kurumu varken, Belçika'da yalnızca bir müdahale kurumu vardır. Ancak komisyon, koordinasyonun sağlıklı olması için bir kurum bulunmasını tavsiye etmektedir. Ne kadar çok müdahale kurumu olursa, bürokratik işlemler o kadar uzayacak ve müdahale kurumuyla komisyon arasındaki işlemler de o kadar çok gecikecektir. İletişimin daha sağlıklı kurulabilmesi için tek bir müdahale kurumu bulunması daha faydalıdır. Bazı ülkelerdeki müdahale kurumları kendi başlarına ayrı bir kuruluş statüsündedir. Bazı ülkelerde ise müdahale

kurumları, ödeme kurumlarının içinde yer almakta veya ödeme kurumunun bir yan birimi olarak faaliyet göstermektedir. Buna örnek olarak Finlandiya Müdahale Biriminin Finlandiya Ödeme Kurumu'nun bir yan birimi olarak faaliyet göstermesi verilebilir. Finlandiya Müdahale Birimi (interventio), OTP çerçevesinde tarım piyasalarında istikrarı sağlamak amacı ile destekleme mekanizmalarının uygulanmasından sorumlu olup Finlandiya Tarım ve Orman Bakanlığı bünyesinde yer alır ve Finlandiya Ödeme Kurumu'nun bir yan birimidir (Anonim, 2006/a).

### **7.2.1. İngiltere Örneği**

1973 yılından beri İngiliz Tarım, Balıkçılık ve Gıda Bakanlığı'na bağlı olarak görevlerini yerine getiren Müdahale Kurumu (IB: Intervention Board), "Tarım, Balıkçılık ve Gıda Bakanlığı'nın tüm görev ve yetkileriyle birlikte ve bir yeniden yapılanma çerçevesinde Çevre, Gıda ve Kırsal Kalkınma Bölümüne (DEFRE: Department for Environment, Food and Rural Affairs)" dönüşmesi sonunda (2001 yılı) oluşturulan Kırsal Ödeme Kurumu (RPA: Rural Payment Agency) içerisinde yer almıştır. DEFRA bünyesinde bulunan RPA, tüm Birleşik Krallık için hem ödeme kurumu hem de bir müdahale kurumu olarak görev yapmaktadır (Anonim, 2006/a).

### **7.2.2. Almanya Örneği**

Federal Tarım ve Gıda Kurumu (BLE), Almanya'nın tümünde OTP'nin uygulanmasından sorumlu bir müdahale kurumudur. BLE, Ortak Tarım Politikasının finansmanında Merkez Bankasından daha öncü bir kurum olarak görevini yerine getirmekle birlikte, uygulama sorumluluğuna sahip değildir (Anonim, 2006/a).

### **7.2.3. Fransa Örneği**

Ulusal Hububat Müdahale Ofisi (ONIC), Fransız Tarım Bakanlığı ve Maliye Bakanlığı'nın (Fransa da, Maliye Bakanlığı; Ekonomi, Finans ve Sanayi Bakanlıklarının bir araya gelmesi ile organize olmuştur) gözetim ve denetiminde hububat destekleme fiyatında ve piyasanın idaresinde önemli bir role sahip müdahale kuruluşudur. ONIC, Fransa bünyesinde OTP'nin hububat sektöründe yürütülmesinden sorumludur. Kamu Müdahale Kurumu olan ONIC'in diğer sorumlulukları arasında, hububat piyasasını düzenlemek amacı ile depolama faaliyetinde bulunması, üreticilerin güvenliğinin sağlanması amacı ile fiyat yükselişlerinde hububat alımının yapılması, şartlar uygun

olduğunda dünya ve Avrupa pazarlarında satış yapılması, ihracat sertifikasının verilmesi, hububat ve işlenmiş ürün ihracatında ihracat geri ödemelerinin yapılması, hububat sektörünün arz ve talebi doğrultusunda istatistiki verilerin hazırlanması, sektörün izlenmesi, üretim ve tüketim politikalarının oluşturulması ile OTP kapsamında hububat yağlı ve proteinli tohum üreticilerine tazminat ödenmesi sayılabilir (Anonim, 2006/a).

#### **7.2.4. Avusturya Örneği**

Avusturya Müdahale Kurumu (AMA); Tarım, Orman, Çevre ve Su İşleri Bakanlığı'nın denetimine tabi olup tarımsal pazarlamadan ve AB piyasa düzenine uyumdan sorumlu kurum olarak görev yapmaktadır. AMA, piyasa düzenlerinin uygulanması, teşvik önlemlerinin yürütülmesi, piyasa ve fiyatlara ilişkin rapor sunulması, kalitenin yükseltilmesine yönelik önlemler, tarımsal pazarlamanın teşvik edilmesi ve Avusturyalı çiftçilere telafi edici ödemelerin verilmesi gibi görevleri yerine getirir. AMA tarımsal pazarlamayı teşvik etmekle yükümlü kılınmış olup, bu görevi bağlı şirketi Agrarmarkt Austria Marketing vasıtasıyla yerine getirmektedir. Bu şirketin görevi ise; kalitenin yükseltilmesine yönelik önlemler, özellikle tarımsal ürünler ve bunlardan imal edilen ürünler için kalite yönetmeliklerinin geliştirilmesi ve uygulanması ile tarımsal pazarlamanın teşvik edilmesinden ibarettir (Anonim, 2006/a).

Görüldüğü üzere üye ülkeler için belli bir katkı payı yoktur. Her ülkenin kendi içinde bulunduğu koşullara ve sahip oldukları ilgili kurumlara göre bir yapılanmaya gidilebilmektedir. AB üye ülkelere sadece, organizasyonunda ve denetiminde kolaylık sağlaması açısından, ülke çapında yalnız bir müdahale kurumu oluşturmalarını ve akredite etmelerini istemektedir.

AB üyesi ülkelerde bulunan müdahale kurumları birbirinden farklı özellikler gösterebilmektedir. AB, tüzükleri, bu konuda genel ilkeleri belirlerken, ilkelere uygun olmak koşulu ile uygulama konusunda üye ülkelere serbesti tanımaktadır. Diğer bir deyişle üye ülkeler kendi ülkelerinin sosyo-ekonomik koşullarını dikkate alarak müdahale kurumlarını yapılandırmaktadırlar. Bu çerçevede kimi ülkelerde müdahale kurumlarının yönetimleri özel sektör ve kamunun temsilcilerinden oluşurken, kimi ülkelerde ise müdahale kurumları Tarım Bakanlıklarının altında örgütlenmekte, kimi ülkelerde ise birden fazla bakanlığın gözetim ve denetimi altında çalışmaktadırlar. AB



üyesi ülkelerde bulunan müdahale kurumları aynı zamanda ülkelerin ekolojik özelliklerine göre tarımsal ürünlerin tümü ya da bir kısmı için de faaliyette bulunmaktadır. Bu ürün gruplarını ihtisaslarına göre paylaşarak faaliyetlerini sürdürmektedirler (Anonim, 2006/a).

AB ortak piyasa düzenlerinin (OPD) önemli bir ayağını oluşturan müdahale sisteminin yürüyebilmesi, önceden oluşturularak ilan edilen fiyat setleri ile mümkün olabilmektedir. Bu bağlamda, AB’de uygulanan fiyat setleri şöyledir: Hedef (ya da gösterge) fiyatlar (target or indicative prices), eşik fiyat (threshold prices), değişebilir ithalat vergileri (variable import levies), değişebilir ihracat geri ödemeleri (variable export refunds), ihracat vergileri (export tax), müdahale (ya da destek) fiyatlar (intervention or support prices), telafi edici ödemeler (compensatory payments), ve zorunlu koruma alanı ödemeleri (set aside payments) (Anonim, 2006/a).

AB sisteminde genel olarak, belirli bir müdahale fiyatı açıklanmakta ve piyasa fiyat düzeyi müdahale fiyatı düzeyinden yüksek olduğu sürece piyasaya müdahale edilmemektedir. Ters durumda, müdahale alımı yapılarak fiyat dengesi sağlanmakta, bu şekilde oluşturulan stoklar ise zaman içerisinde ihaleler yolu ile satışa konu olmaktadır. Tüm bu sistemin organizasyonundan sorumlu olan müdahale kurumları, müdahale stoku tutabilmek için ya kendi depolarını kullanmakta ya da sözleşme ile özel sektör depolarından yararlanmaktadırlar (Anonim, 2006/a).

#### **7.2.5. AB’de Ödeme Kurumları**

AB üyesi ülkelerde ödeme kurumları temel olarak:

- Ödeme taleplerinin kabul edilebilirliğini,
- Söz konusu ödeme yapılmadan önce ödemeye konu olacak faaliyetlerin topluluk kurallarına uygunluğunu,
- Ödemelerin doğru olarak yapılıp, muhasebe kayıtlarına tam olarak geçirilip geçirilmediğini,
- Gerekli belgelerin zamanında ve AB normlarına uygun şekilde teslim edilip edilmediğini kontrol eder.

7 Temmuz 1995 tarih ve 1663/95 sayılı Komisyon Tüzüğü’ne göre, üye devletler tarafından akredite edilen Ödeme Kurumlarının sayıları Komisyon’a danışıldıktan sonra

üye devletler tarafından belirlenir. Komisyon üye devletlere, bu sayının Tüzükte belirtilen koşullara uygun olup olmadığı, Fon'un işleyiş kurallarındaki bazı şeffaflık kurallarına uyulup uyulmadığı konusunda uyarılarda bulunabilir. Akreditasyon sürecinin uzun zaman alması ve zor olması nedeniyle aday ülkelerin tek bir ödeme kurumu oluşturmaları önerilmektedir. Her üye bünyesinde ödeme kurumları ile ilgili olarak yetkili bir otorite vardır veya oluşturulur. Yetkili otorite; Üye Devletin, Ödeme Kurumlarının akreditasyonunu vermek, izlemek ve gerektiğinde geri almaktan ve akreditasyon için bir veya daha fazla koşul yerine getirmiyor ise gerekli düzenlemelerin yapılması için gerekli zaman sınırını belirlemekten sorumlu bir organdır (Anonim, 2006).

Üye ülkelerden Ödeme Kurumu kurulabilmesi için gerekli olan yapılardan birisi de Sertifikasyon Birimidir. Sertifikasyon Birimi, yıl içerisinde gerçekleştirilen denetleme işlerine dayalı olarak Ödeme Kurumlarının, FEOGA'ya ilişkin yıllık hesaplarını sertifikalandırmakla sorumlu olan bir birim olup, Ödeme Kurumları ve Koordinatör Kurumdan bağımsız bir kurum hüviyetindedir. Tüm Üye Devletler, Komisyona yıllık hesaplarını sunarken, Sertifikasyon Birimi tarafından hesapların tam, doğru ve gerçek olduğunu onaylan bir sertifikayı da birlikte sunması gerekmektedir. Herhangi bir sebepten dolayı Sertifikasyon Birimi, Ödeme Kurumunun yıllık hesaplarını sertifikalandırmazsa, bu durumda Yetkili Otorite, akreditasyonun geri çekilmesini isteyebilir (Anonim, 2006/a).

Birden fazla Ödeme Kurumu Olması durumunda, AB'ye sunulacak tüm verileri ülke çapında toplamakla sorumlu bir Koordinatör Kurum (Coordination Body) oluşturulması gerekmektedir. Üye Devletler, ödeme yapmakla görevlendirdiği kurumlar hakkında ayrıntılı bilgileri, AB'ye sunulacak tüm verileri ülke çapında toplamakla sorumlu olan Koordinatör Kuruma verirler. Koordinatör Kurumda bu bilgileri Komisyona iletmekle yükümlüdür (Anonim, 2006).

## 8. TMO'NUN TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇERİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Birinci Dünya Savaşı sonrasında sanayi tesislerinin büyük ölçüde yok olması dünyanın pek çok ülkesinde tarıma yönelmeyi zorunlu kılmış, buna bağlı olarak tarımsal üretimin hızla artması sonucu üretici ülkelerde bilhassa buğday stokları büyük ölçüde çoğalmıştır. Buğday stoklarındaki bu artış dış piyasada rekabete, fiyatların düşmesine ve bunlardan kaynaklanan büyük krizlere neden olmuş, özellikle 1928 sonrasında birçok ülkede buğday fiyatları hızla düşmeye başlamıştır (Anonim, 2013).

Bu gelişmeler üzerine hükümet 10.07.1932 tarihinde yürürlüğe giren 2056 sayılı Kanunla Ziraat Bankasını buğday alımıyla görevlendirmiştir. Ziraat bankası, depo ihtiyacını karşılamak üzere silo ve ambar inşası hakkında 11.06.1933 tarihli ve 2303 Sayılı Kanunla hububat muhafazası tesisleri kurma görevi de verilmiştir. Ziraat Bankası 1932/1933 yıllarında çoğu Orta Anadolu'da olmak üzere alım merkezleri açmıştır (Anonim, 2013).

Buğday üretiminin artması yanında İkinci Dünya Savaşı belirtilerinin gittikçe fazlaşması Ziraat Bankasında Buğday Masası Şefliği adı altında yürütülen işlerin, oluşturulacak başka bir kuruluşa devredilmesini zorunlu kılmıştır. Bu ihtiyaçtan hareketle 13.07.1938 tarihli Resmi Gazetede yayınlanan 24.06.1938 tarihli 3491 Sayılı Kanunla iktisadi devlet teşekkülü niteliğinde ve buğday işleri ile iştiğal etmek üzere Toprak Mahsulleri Ofisi kurulmuştur (Anonim, 2013).

Sözü edilen kanunla Toprak Mahsulleri Ofisine; buğday fiyatlarının üreticiler bakımından normalin altına düşmesinin ve tüketici halk aleyhine yükselmesinin engellenmesi, buğday piyasasının korunması ve düzenlenmesi, gerektiğinde buğday ithalat ve ihracatı yapması, dünya buğday üretimini ve hareketlerini takip etmesi, gerekli görülecek yerlerde un ve ekmek fabrikaları kurması, uyuşturucu maddelerle ilgili devlet tekeli yürütmesi ve benzeri görevler verilmiştir. TMO'ya 27.09.1939 tarihinde arpa ve yulaf, 28.11.1940 tarihinde çavdar, 25.04.1941 tarihinde mısır, 13.08.1941 tarihinde de başta pirinç olmak üzere; bitkisel ve hayvansal yağlar, et ve balık, yonca tohumu ve bakliyat alımı görevleri verilmiştir. İkinci Dünya Savaşının hüküm sürdüğü yıllarda ve sonrasında TMO, benzin, otomobil lastiği, et kavurması, margarin ve kahve gibi maddelerin tedarik ve dağıtımını yürütmüş, 03.08.1943 tarihinde nohut, akdarı, fasulye, mercimek, bakla ve börülce, 31.10.1947 tarihinde ise susam

alımını ile görevlendirilmiştir. Günümüzde, TMO, Türkiye'nin her bölgesinde, limanlar ve yoğun üretim alanları dikkate alınarak çeşitli cins ve tonajlarda depolar yapmış ve toplam depo kapasitesi 4,5 milyon tona ulaşmıştır. TMO'nun Bolvadin'de Afyon Alkaloidleri Fabrikası İşletme Müdürlüğü bulunmaktadır. Taşra teşkilatında ise, şube müdürlükleri ve bunlara bağlı olan ajans amirlikleri şeklinde bir örgüt yapısına sahiptir. Ayrıca ülkenin her bölgesinde bulunan tesisli ekipleri ve yoğun alım dönemlerinde faaliyete geçirilen geçici alım merkezleriyle tarım sektörüne hizmet vermektedir (Anonim, 2013).

TMO, lisanslı depoculuk uygulamalarına öncülük etmek üzere TOBB ile yürüttüğü çalışmalar sonucu 26.02.2010 tarihinde kurulan TMO-TOBB Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Sanayi ve Ticaret A.Ş.'de %48 hisse ile iştirak etmektedir. Diğer yandan 28.08.2006 tarihli 10865 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla fındık alımıyla görevlendirilmiş, bu kararın 14.07.2009 tarihli 15202 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla yürürlükten kaldırılması ile TMO'nun fındık alımı görevi sona ermiştir (TMO, 2014). TMO, 08.06.1984 tarih ve 233 sayılı Kamu İktisadi Teşebbüsleri hakkında KHK uyarınca hazırlanan TMO Ana Statüsü çerçevesinde faaliyetlerini sürdürmektedir. Kuruluşun görev ve faaliyetleri ile ilgili olarak TMO Ana Statüsünün 4.maddesinde "Yurtta hububat fiyatlarının üreticiler yönünden normalin altına düşmesini ve tüketici halk aleyhine anormal derecede yükselmesini önlemek, bu ürünlerin piyasasını düzenleyici tedbirler almak ve gerektiğinde Bakanlar Kurulu kararı ile hububat dışındaki diğer tarım ürünleri ile ilgili verilecek görevleri yürütmek, afyon ve uyuşturucu maddelere konu olan devlet tekeli işlettirmek" şeklinde tanımlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak faaliyet konuları ve görevleri ise şöyledir;

- TMO kuruluş amacının gerçekleşmesi için, faaliyet alanına giren ürünlerin, her yıl cins, nevi ve mahallerine göre tespit olunacak fiyatlarla, alım ve satışını yapmak, gerekli stok tesisini ve muhafazasını sağlamak suretiyle, bu ürünlerin piyasalarında istikrar sağlamak,
- Gerek görülen durumlarda faaliyet konularına giren ürünleri ve bu ürünlerin mamullerini ithal etmek,
- Yurt içinde üreticilerden satın aldığı ürünlerin ve bu ürünlerin mamullerinin dış piyasalarda hareketini sağlamak için her türlü iş ve işlemleri yapmak, gerekirse bunları yurt dışına ihraç etmek (TMO, 2014).

- Hububat ürünlerini, Bakanlar Kurulu tarafından verilen görev çerçevesinde, önceden belirlenmiş olan kalite gruplarına göre ilan edilen fiyatlarla üreticilerden satın almak.
- Üreticilerden satın aldığı ürünlerin, muhafaza, kurutma, fümigasyon ve sınıflandırma işlemlerini yapmak,
- Umumi Mağazacılık faaliyetlerinde bulunmak,
- Mevcut ve yeni yapılacak silo veya diğer depolama tesislerini işletmek,
- Faaliyet konuları ile ilgili yatırım, etüt, araştırma, fizibilite ve projeler ile gerektiğinde mühendislik ve müşavirlik hizmetlerini yapmak ve/veya yaptırmak,
- Gerektiğinde faaliyet konularına giren ürünlerin ve bunlardan elde edilecek mamulleri depolamak üzere depolama tesisleri kurmak,
- Tesislerin bakım ve onarım için gerekli olan yedek parça, araç ve makinaları bulundurmak, gerekirse bu amaçla atölyeler kurmak ve imalatı yapmak veya bunlar için gerekli makine ve donatımın yurt içinden veya dışından alımını yapmak,
- Kurulan tesisler ile mevcut malzeme, makine ve cihazların artık kapasitelerini değerlendirmek,
- Faaliyet konuları ile ilgili olmak üzere, yurt içinde ve yurt dışında her türlü alım, satım, nakliyat, imalat depolama ve muhafaza işleri için şirket ve kooperatifler kurmak veya bu amaçla kurulan ortaklıklara katılmak,
- Dünya hububat üretim hareketlerini ve fiyatlarını izlemek, değerlendirmek, faaliyet konuları ile ilgili her türlü yayını yapmak,
- Faaliyet konuları ile ilgili olmak üzere, yurt içinde ve dışında teşkilat ve tesisler kurmak, işletmek, satın almak, satmak, kiraya vermek veya kiralamak,
- İstihdamı geliştirme çalıştırmaları kapsamında düzenlenen beceri kazandırma programlarının uygulanmasını sağlamak,
- Her yıl Bakanlar Kurulu tarafından kararlaştırılan yerlerde, haşhaş ekimi yapacak olanlara izin belgesi vermek, haşhaş ekimi, afyon ve kapsül üretimini kontrol etmek ve Bakanlar Kurulu tarafından belirlenecek olan fiyattan bu ürünleri satın almak,
- Haşhaş kapsülü, afyon ve tıbbi bitkilerden alkaloidler ve uyuşturucu maddeler ile türevlerini imal edecek fabrikalar ve bunlarla ilgili entegre tesisler kurmak ve kurulmuş olan fabrikaları işletmek,

- Uyuşturucu maddelerin yurt içi ve yurt dışı pazarlamasını yapmak, bilimsel tıbbi amaçlı uyuşturucuları ithal etmek,

Haşhaş eşitlerinin tohum, afyon ve kapsülün ihtiva ettiği morfin ve alkaloidler açısından ıslah çalışmaları yapmak ve araştırma izni verilen diğer kuruluşların bu konuda yapacakları çalışmalara katılmak şeklinde belirlenmiştir (Anonim, 2013).



## 9. ÇALIŞMA ALANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER

### 9.1. Nüfus Yapısı

Konya ilinin 2014 yılı itibariyle toplam nüfusu 2.108.808 olup, bu nüfusun %74.44'ü kentsel alanda %25.66'sı kırsal alanda yaşamaktadır. Kentsel alanda yaşayan nüfusun oranı 2010 yılında %73.82 ve 2005 yılında %60.88 iken 2014 yılında bir artış göstermiştir. Bu artış Türkiye genelinde de söz konusu olup, 2008 yılı itibariyle toplam nüfusun %76.26'sı kentsel alanda %23.74'ü ise kırsal alanda yaşamaktadır. Buna paralel olarak kırsal alanda yaşayan nüfusun azalması ile köyden kente göçün özellikle son 4 yılda önemli oranda arttığı görülmektedir (TÜİK, 2014).

**Çizelge 6.** Çalışma alanının nüfus yapısı

Yaşama Alanı	Cinsiyet	Çumra	Toplam Nüfusa Oranı (%)	Çumra Nüfusunun Konya Nüfusuna Oranı (%)	Konya	Türkiye
Kırsal Alan	Erkek	15.382	49.14	2,01	767.054	29.308.856
	Kadın	15.918	50.86	2,06	772.150	28.533.500
	<b>Toplam</b>	<b>31.300</b>	<b>100.00</b>	<b>2,03</b>	<b>1.539.204</b>	<b>57.842.356</b>
Kentsel Alan	Erkek	16.623	49.24	5,88	282.518	9.924.326
	Kadın	17.131	50.76	5,97	287.086	9.929.222
	<b>Toplam</b>	<b>33.754</b>	<b>100.00</b>	<b>5,93</b>	<b>569.604</b>	<b>19.853.548</b>
<b>Toplam</b>	Erkek	32.005	50.81	3,05	1.049.572	39.233.182
	Kadın	33.049	49.19	3,12	1.059.236	38.462.722
	<b>Toplam</b>	<b>65.054</b>	<b>100.00</b>	<b>3,08</b>	<b>2.108.808</b>	<b>77.695.904</b>

**Kaynak:** (TÜİK, 2014)

Çumra nüfusunun 2014 yılı nüfusu 65.054 olup, %48,11'i ilçe merkezinde %52,89'u ise kırsal alanda yaşamaktadır. Çumra ilçesi toplam nüfusu, Konya il nüfusunun %3,08'ini oluştururken kırsal nüfusu, Konya kırsal alan nüfusunun %5,92'sini oluşturmaktadır. Çumra nüfusunun cinsiyete göre dağılımına bakıldığında hem kentsel alanda hem de kırsal alanda Konya ve Türkiye genelinde olduğu gibi yaklaşık olarak eşit oranlarda dağıldığı görülmektedir (TÜİK, 2014).

### 9.2. Coğrafi Yapısı

Konya ili Çumra ilçesi, 2,295 km<sup>2</sup> alana sahip olup, Konya'nın 41 km güneydoğusunda Konya-Karaman demiryolu güzergâhında kurulmuştur. İlçe

bünyesinde merkeze bağlı 52 mahalle bulunmaktadır. İlçe kuzeyinde Karatay, doğusunda Karapınar, batısında Akören, Meram, Güneybatısında Bozkır, Güneysınır ilçeleri ve güneydoğusunda da Karaman ili ile sınırlı olup, 37-38 doğu meridyenleri ile 33-34 kuzey enlemleri arasında yer almaktadır. İlçe'nin denizden yüksekliği 1013 m'dir (Çumra, 2014). Çumra ilçe merkezinin yüz ölçümü yaklaşık 25 km<sup>2</sup>'dir. İlçe ova üzerine kurulmuş olup, güneybatısında Kel Dağı, Çökek Dağı, güneyinde Kabakbaşı, Karaburun Dağları, doğusunda ise Çumra ile Karaman hududunu birbirinden ayıran Karadağ bulunmaktadır.



Şekil 6. Çumra ilçesi haritası

### 9.3. Ekonomik Yapısı

İlçe ekonomisi büyük oranda tarım, hayvancılık ve tarıma dayalı sanayiye dayanmaktadır. Demircilik, marangozluk ve mobilyacılık gibi farklı faaliyet alanlarında çalışanların dışında nüfus kendi tarım işletmesinde çalışmakta ya da tarım işçisi olarak çalışmaktadır. İşgücü yetersizliğinden dolayı ilçe dışından mevsimlik tarım işçileri de gelmektedir. İlçe de bulunan sanayi kuruluşları da ilçe ekonomisine katkı sağlamanın yanı sıra önemli oranda istihdam olanağı da sağlamaktadır (Çumra, 2014).

### 9.4. Tarımsal Yapısı

Çumra ilçesi karasal iklime sahip olup, bu iklime uygun olan her türlü tarımsal ürünün yetiştirildiği ve her türlü tarımsal teknolojik gelişmelerin takip edildiği bir



potansiyeye sahiptir. Çumra ve Konya'nın tarımsal yapısı ile ilgili bilgiler aşağıda Çizelge 7'de verilmiştir.

**Çizelge 7.** Çumra ve Konya arazi kullanım durumu (da)

Tarımsal Yapı	Çumra			Konya		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Tarla Alanı	1.080.012	1.126.085	1.260.624	14.380.524	13.968.015	13.726.016
Nadas	281.448	226.083	120.265	5.860.560	6.265.089	6.040.268
Sebze	56.321	48.056	26.085	242.165	263.024	248.065
Meyve	5.268	5.428	6.237	356.026	361.025	356.028
<b>Toplam Alan</b>	<b>1.423.049</b>	<b>1.405.652</b>	<b>1.413.211</b>	<b>20.839.275</b>	<b>20.857.153</b>	<b>20.370.377</b>

**Kaynak:** (TÜİK, 2014)

Çumra da toplam tarım alanı 2014 Çiftçi Kayıt Sistemi bilgilerine göre 1.413.211 da olup, bu alanın yaklaşık %85'i n de tarla tarımı yapılmaktadır. İklimsel özelliklerden dolayı sebze ve meyve üretimi ekonomik anlamda fazla yapılamadığı halde 2014 yılında meyve üretim alanı yaklaşık %15 oranında bir artış göstermiştir. Meyve üretim alanındaki artış paralel olarak Konya genelinde de görülmektedir. Yıllar itibariyle tarım alanlarındaki azalış dikkat çekmektedir. Bunun temel nedeni insanların tarımsal üretimden vazgeçmesi ve tarım arazilerinin imara açılması olarak değerlendirilebilir. Konya'da 16.445.400 da sulanabilir tarım alanı olduğu halde 4.691.297 da alan sulanmaktadır. Konya toplam sulanabilir tarım arazilerinin yaklaşık %26,42'ini Çumra'da sulanabilen tarım arazileri oluşturmakta olup, diğer ilçelere oranla en fazla sulanan alana sahiptir. Çumra ve Konya tarım alanlarının sulama durumları aşağıda Çizelge 8'de verilmiştir.

**Çizelge 8.** Çumra ve Konya tarım alanlarının sulama durumu

Sulama Durumu	Çumra Sulama Durumu		Konya Sulama Durumu		Çumra Arazisi / Konya Arazisi
	Miktar (da)	Oran (%)	Miktar (da)	Oran (%)	Oran (%)
Sulu Arazi	1.239.527	87,70	4.691.297	29,92	26,42
Kuru Arazi	173.684	12,30	15.679.080	70,08	1,10
<b>Toplam</b>	<b>1.413.211</b>	<b>100,00</b>	<b>20.370.377</b>	<b>100,00</b>	<b>27,52</b>

**Kaynak:** (DSİ, 2014)

Çumra tarım arazileri sulama şebekesi Türkiye'nin ilk planlı sulama şebekesidir. Sulanan alanın yaklaşık %60'ı Apa Barajı'ndan %40'ı ise ilçede bulunan 28 adet sulama kooperatifleri tarafından işletilen yer altı kuyuları ile sulanmaktadır. Çumra'da sulu tarım arazileri bulunduğundan dolayı üretim deseni tarla ürünleri açısından çeşitlilik göstermektedir. Araştırma bölgesinde yaygın olarak yetiştirilmekte olan ürünlerin ekim alanları ve üretim miktarları Konya ve Türkiye değerleri ile birlikte verilerek değerlendirme yapılmıştır. Çumra'da en fazla ekim alanına sahip ürünler sırasıyla buğday, şeker pancarı, arpa ve mısırdır. Çumra, Konya ve Türkiye'nin üretim deseni aşağıdaki Çizelge 9'da gösterilmiştir.

**Çizelge 9.** Çumra, Konya ve Türkiye'nin üretim deseni

Ürün	Çumra		Konya		Türkiye	
	Alan(da)	Üretim(ton)	Alan(da)	Üretim(ton)	Alan(da)	Üretim(ton)
Buğday	409.993	177.778	7.240.144	1.905.300	79.192.084	19.000.000
Şeker Pancarı	134.294	963.427	727.542	4.684.882	2.887.851	16.742.968
Mısır(dane)	87.895	85.164	381.002	382.099	6.586.450	5.950.000
Arpa	124.994	56.884	2.403.777	650.101	26.075.982	5.819.000
Fasulye	75.000	30.535	164.897	61.158	911.103	215.000
Nohut	19.000	2.474	217.285	29.093	3.385.175	450.000
Patates	10.000	44.995	121.257	509.188	1.297.032	4.166.000
Yulaf	245	49	45.859	9.267	938.621	210.000
Ayçiçeği	75.875	36.211	594.846	263.581	5.524.651	1.480.000

**Kaynak:** (TÜİK, 2014)

### 9.5. Çumra Şeker Fabrikası'nın Bölgeye Sosyal ve Ekonomik Katkısı

Çumra Şeker Fabrikası, 16.500 ton/gün şeker pancarı işleme kapasitesi ile Türkiye'nin en büyük şeker fabrikasıdır. Fabrika, Çumra ilçesi 5.sınıf tarım arazisi üzerinde 2.600.000 m<sup>2</sup>'lik bir alan üzerine kurulmuştur. Sıvı Şeker Tesisi, diğer şekerli mamulleri üreten ilave tesisleri, bisküvi tesisleri, yem üretim tesisi ve biyoetanol fabrikası ile birlikte toplam 340 milyon \$ yatırım maliyetine sahip olan Çumra Şeker Entegre Tesisleri, yılda 221.000 ton kristal şeker, 10.000 ton küp şeker, 140.000 ton sıvı şeker, 2.000 ton çikolata, 2.160 ton sert şeker, 84 milyon litre biyoetanol, 50.000 ton melas, 360.000 ton karma yem üretebilmektedir. Bu üretimlerin yanı sıra Şeker Yem, Arı Yemi, Damla Sulama, Buharlı Küspe Kurutma, Tohum İşleme, Dana Bank, Dondurulmuş Parmak Patates gibi projeleri uygulamaktadır. Şeker Fabrikasının yanında kurulan seralarda, şeker üretiminde ortaya çıkan 'Kondanse Suyun' üretim sürecinde

tekrar kullanılabilmesi için soğutulması amaçlanmaktadır. Sera için gerekli ısıyı sağlarken soğuyan su, fabrikaya tekrar geri dönmektedir. Yani şeker fabrikasında 55 C<sup>0</sup> sıcak su soğutma kulelerine gönderilirken seralardan geçirilerek hem soğutmada kullanılan enerjiden tasarruf sağlanmakta, hem de seralarda kullanılarak üretim maliyetini yükselten enerjide sıfır maliyetle elde edilmektedir (DSİ, 2014).

Çumra'da doğrudan ya da dolaylı olarak geçimini şeker pancarından sağlayan üreticiler yer almaktadır. Çumra Şeker Fabrikasına ürün veren üreticiler, tarımsal desteklemeler kapsamında verilen gübre, mazot, tohum gibi desteklerin yanı sıra fabrika tarafından verilen nakdi avans, kömür ve şeker gibi desteklerden yararlanmaktadır. Fabrika kurulduğu bölgede istihdam olanağı sağlayarak, bölge ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Fabrikanın kurulması ile yörenin şeker pancarı üretim kotası artmıştır. Şeker pancarının fazla emek gerektiren bir ürün olmasından dolayı tarım işletmesi bünyesinde de istihdam oranı artmıştır. Ayrıca fabrika, yem üretimi için bölge üreticisinden arpa ve mısır alımı yaparak hububat piyasasında da önemli rol oynamaktadır.

## 10. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

### 10.1. Araştırma Alanında İncelenen İşletmelerle İlgili Genel Özellikler

#### 10.1.1. Nüfus ve Yaş Durumu

Her işletme bir aile kabul edilerek aile nüfusu, yaş gruplarına ve cinsiyete göre ayrı ayrı incelenmiştir. Tarımsal faaliyetleri sevk ve idare eden işletme nüfusunun sosyal ve ekonomik yönleri ile ortaya konulması önem taşır. Çünkü bu nitelikleri ile nüfus, tarımsal bünye üzerinde büyük ölçüde etkili olmaktadır (Erkuş ve Demirci, 1995). İncelenen işletmelerde, işletme birimine düşen nüfus sayısı, tüm işletmeler ortalamasında 4,38 olup, bunun % 57.45'ini erkek nüfus, %42.55'ini kadın nüfus oluşturmuştur. Yaş gruplarına göre nüfusun % 0.50'sini 0-6 yaş grubu, %3.56'sını 7-14 yaş grubu, %67,34'ünü 15-49 yaş grubu ve %28.60'mı da 50 yaş ve daha yukarı yaş grubunu oluşturmuştur. Yaş gruplarına göre incelersek her işletme büyüklüğü için, gerek erkek gerekse de kadın olarak nüfusun çoğunluğunu 15-49 yaş grubundakiler oluşturmuştur.

Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda işletmelerin ortalama aile genişliğini Oğuz ve Mülayim (1997) 7,38, Arısoy (2011) 4,89, Arısoy ve Oğuz (2005) 5,23 olarak tespit etmişlerdir. İşletmelerin nüfus durumu Çizelge 10'da verilmiştir.

**Çizelge 10.** İncelenen işletmelerde nüfusun yaş gruplarına göre dağılımı

İşletme Genişlik Grupları(da)	Yaş Grupları								Toplam		
	0 - 6		7 - 14		15 - 49		50 - +				
	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E + K
0 - 50	0,00	0,00	0,08	0,10	1,61	1,33	0,61	0,45	2,30	1,88	4,18
51 -100	0,18	0,00	0,24	0,06	1,76	1,35	0,65	0,53	2,83	1,94	4,77
101 - +	0,00	0,00	0,00	0,00	1,90	0,96	0,96	0,82	2,86	1,78	4,64
<b>İşletmeler Ortalaması</b>	<b>0,02</b>	<b>0,00</b>	<b>0,09</b>	<b>0,07</b>	<b>1,71</b>	<b>1,24</b>	<b>0,70</b>	<b>0,55</b>	<b>2,52</b>	<b>1,86</b>	<b>4,38</b>
<b>Toplam Nüfusa Oranı (%)</b>	<b>0,50</b>	<b>0,00</b>	<b>2,02</b>	<b>1,55</b>	<b>38,98</b>	<b>28,35</b>	<b>15,95</b>	<b>12,65</b>	<b>57,45</b>	<b>42,55</b>	<b>100,00</b>
<b>Yaş Gruplarının Toplam Nüfusa Oranı (%)</b>	<b>0,50</b>		<b>3,56</b>		<b>67,34</b>		<b>28,60</b>		-	-	<b>100,00</b>

Kalabalık ailelerin en yoğun bulunduğu işletme grubu 51-100 dekadır. Küçük işletmelerde nüfusun daha az olması beklenir. Erkuş (1979) tarafından yapılan çalışmada, küçük işletmelerde ortalama nüfusun daha az oluşunun başlıca nedeni, arazi yeter büyüklükte olmadığından aile fertlerinden bir kısmının şehirde iş bularak yerleşmesi olarak belirlenmiştir. Anket sonuçları ile bu düşünce bir biriyle örtüşmekte olup şehirlerde iş olanaklarının devam ettiği ortaya konmaktadır.

### 10.1.2. Eğitim Durumu

İncelenen işletmelerde işletme sahiplerinin eğitim düzeyi, Çizelge 11’de verilmiştir. Türk tarımının genelinde olduğu gibi araştırma bölgesinde de tarımsal faaliyet yapan üreticilerin eğitim düzeyi oldukça düşük bulunmuştur. Nüfusun eğitim durumu 6 yaşından yukarı nüfusa göre incelenmiştir. Araştırma yapılan işletmelerdeki nüfusun %58,71’i ilköğretimde okuyan veya mezun olan, %37,17’i Ortaöğretimde okuyan veya mezun olan ve %4,12’si ise üniversite okuyan veya mezundur. İşletme genişliği arttıkça eğitim düzeyinin de yükseldiği görülmektedir.

Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda Oğuz ve Mülâyim (1997), Konya ilindeki çalışmasında işletmeler ortalaması nüfusun %3,96’sı okuma-yazma bilmeyen, %72,87’si ilkokulda okuyan veya mezun, %20,53’ü ortaokul ve lisede okuyan veya mezun %0,68’i de yüksekokulda okuyan veya mezun olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre araştırma bölgesinde eğitim düzeyinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır. İncelenen işletmelerde nüfusun eğitim durumu Çizelge 11’de verilmiştir.

**Çizelge 11.** İncelenen işletmelerde nüfusun eğitim durumu

İşletme Genişlik Grupları (da)	1		2		3		İşletmeler Ort.	
	Frekans (kişi)	Oran (%)	Frekans (kişi)	Oran (%)	Frekans (kişi)	Oran (%)	Frekans (kişi)	Oran (%)
0 - 50	123	57,61	82	38,57	8	3,82	2,37	100
51 - 100	50	62,28	26	33,33	4	4,39	0,88	100
101 - +	59	57,84	38	37,25	5	4,91	1,13	100
<b>İşletmeler Ort.</b>	<b>2,57</b>	<b>58,73</b>	<b>1,62</b>	<b>23,30</b>	<b>0,18</b>	<b>4,12</b>	<b>4,38</b>	<b>100</b>
1- İlköğretimde okuyan veya mezun olan								
2- Ortaöğretim (lise) okuyan veya mezun olan								
3- Üniversite okuyan veya mezun olan								

### 10.1.3. Arazi Mülkiyet Durumu

Üretim faktörleri içerisinde arazi, diğer üretim araçlarından farklı bir yapıya sahip olup mutlaka tarımsal üretimde kullanılması gerekmektedir. Dünya nüfusunun hızla artmasına karşılık, tarımsal amaçlı kullanılan arazi miktarı sınırlıdır(Oğuz ve Mülayim, 1997). İncelenen işletmelerde arazi mülkiyet durumu Çizelge.12’de verilmiştir. Arazi kullanım durumu mülk arazi ve kiraya tutulan arazi ve genişlikleri ele alınmış olup ortağa tutulan arazi yoktur.

Tüm işletmeler için işletme arazisi genişliği 77,94 da hesaplanmıştır. Bunun %93,66’sını mülk arazi ve %6,34’ünü kiraya tutulan arazi oluşturmuştur. İşletme büyüklük gruplarına göre işletme arazisi içerisinde mülk arazinin payı %98,45 ile %83,87 arasında değişmektedir. Kiraya tutulan araziye en fazla 51-100 da arası işletmelerde rastlanılmış bunun oranı da %16,13 ile %1,55 arasında belirlenmiştir. Türkiye’de başkasının arazisini kullanmayan işletmelerin oranı %92,70, kiracılık ve ortakçılık yapan işletmelerin oranı %7,30’dur (Oğuz ve Mülayim, 1997). İşletme arazisi işlenen mülk arazi ve kiraya tutulan arazi miktarından oluşmaktadır. İşletmeler, işletme arazi genişliği grubuna göre 3 büyüklük grubuna ayrılarak incelenmiştir. Bu gruptaki ortalama işletme büyüklüğü sırasıyla 37,98 da, 74,41 ve 173,32 da’dır. Bu çalışmada ortalama işletme büyüklüğü 77,94 da olarak bulunmuştur.

Konya ilinde konu ile ilgili yapılan çalışmalarda Oğuz (1991), 263,53 da Oğuz ve Mülayim (1997) ortalama işletme genişliğini 201,95 da, Arısoy ve Oğuz (2005), 206,07 da ve Arısoy (2011), 334,71 da olarak tespit etmişlerdir.

**Çizelge 12.** İncelenen işletmelerde arazi mülkiyet durumları

İşletme Genişlik Grupları (da)	Mülk Arazi		Kiraya Tutulan Arazi		Toplam İşletme Arazisi	
	Alan (da)	Oran (%)	Alan (da)	Oran (%)	Alan (da)	Oran (%)
0 - 50	37,39	98,45	0,59	1,55	37,98	100,00
51 - 100	62,41	83,87	12,00	16,13	74,41	100,00
100 - +	163,77	94,49	9,55	5,51	173,32	100,00
<b>İşletmeler Ortalaması</b>	<b>73,01</b>	<b>93,66</b>	<b>4,93</b>	<b>6,34</b>	<b>77,94</b>	<b>100,00</b>

(Bayaner, 1995), tarafından yapılan çalışmada işletme arazisinin %79,01'i mülk arazi, %20,99'u kiraya ve/veya ortağa tutulan arazilerden oluşmaktadır. Oğuz (1991) tarafından Konya ilinde yapılan çalışmada 253,63 da olan ortalama işletme arazi genişliğinin %95,32'si mülk arazi ve %4.32'si kiraya ve/veya ortağa tutulan arazilerden oluşmuştur. Arazi mülkiyet durumu ile ilgili sonuçlar birbirine paraleldir ve Türkiye'deki üreticiler için toprağın önemini göstermektedir. Türkiye'de toprak hareketliliği oldukça sınırlıdır (Arısoy, 2011).

#### 10.1.4. İşletmelerin Parsel Sayısı ve Parsel Büyüklüğü

Tarım işletmelerinde tarlaların işletmeye olan uzaklığı, parsel sayısı ve parsel genişliği, işgücünün iyi değerlendirilmesi ve tarımsal mekanizasyon açısından büyük önem taşımaktadır. Arazinin fazla parçalı ve dağınık oluşu, işgücü verimliliğinin düşmesine sebep olarak işletme başarısı üzerinde olumsuz etki yapmaktadır (Erkuş ve Demirci, 1995).

İncelenen işletmelerde ortalama 2,53 ve ortalama parsel genişliği 30,76 da bulunmuştur. Ortalama parsel genişliğinin ve parsel sayısının işletme gruplarının genişliği ile orantılı olarak arttığı görülmektedir. İşletme arazilerine ait parsel sayıları üç grupta incelenmiştir. İşletmelerin %64,44'ünün arazisi 1-2 arası parselden oluşmaktadır. İşletme arazisi 5 ve üzerinde parselden oluşan işletmelerin oranı ise %18,90'dır. İşletme parsel sayısı ve büyüklüğü Çizelge 13'te verilmiştir.

**Çizelge 13.** İncelenen işletmelerde parsel sayısı ve parsel büyüklüğü

İşletme Genişlik Grupları (da)	Parçalılık Oranı (%)			Ortalama Parsel Sayısı (adet)	Ortalama Parsel Büyüklüğü (da)
	1 - 2	3 - 4	5 - +		
0 - 50	98,04	1,96	0,00	1,92	19,76
51 - 100	47,05	52,95	0,00	2,58	28,75
101 - +	0,00	81,81	18,19	3,90	44,33
<b>İşletmeler Ortalaması</b>	<b>64,42</b>	<b>31,10</b>	<b>4,48</b>	<b>2,53</b>	<b>30,76</b>

İşletme başına düşen parsel sayısı Oğuz ve Mülayim (1997), tarafından yapılan çalışmada 8,37, Arısoy ve Oğuz (2005) 6,04 ve Arısoy (2011) 6,39 olarak bulunmuştur. Türkiye’de ortalama parsel sayısı 5,45 ve ortalama parsel büyüklüğü 10,85 dekadır (Anonim, 13). Bu çalışmalarda elde edilen sonuçlar Türkiye ortalamasının üzerinde iken bu çalışmada ortalama işletme başına düşen parsel sayısı Türkiye ortalamasının altında bulunmuştur. İşletme başına düşen ortalama parsel sayısının düşük olmasının nedeni olarak, araştırma bölgesinde arazi toplulaştırılmasının yapılmasıdır.

#### 10.1.5. İşletmelerin Arazi Kullanım Durumları

Türkiye’de işletme arazilerinin %21’inde sulu tarım, %60’ında kuru tarım yapılmaktadır. Arazilerin yaklaşık olarak %19’u nadasa bırakılmaktadır (TÜİK, 2014). İncelenen işletme arazilerinde %95,79’unda sulu tarım ve %4,21’inde kuru tarım yapıldığı belirlenmiştir. İşletme genişliği arttıkça sulu tarımın payının arttığı görülmektedir. İncelenen işletmelerde arazi kullanım durumu Çizelge 14’te verilmiştir.

**Çizelge 14.** İncelenen işletmelerde arazi kullanım durumları

İşletme Genişlik Grupları (da)	Sulu Arazi		Kuru Arazi		Toplam Arazi	
	(da)	(%)	(da)	(%)	(da)	(%)
0 - 50	35,17	92,62	2,81	7,38	37,98	100,00
51 - 100	72,65	97,63	1,76	2,37	74,41	100,00
101 - +	167,73	96,78	5,59	3,22	173,32	100,00
<b>İşletmeler Ortalaması</b>	<b>74,65</b>	<b>95,79</b>	<b>3,29</b>	<b>4,21</b>	<b>77,94</b>	<b>100,00</b>

#### 10.1.6. Hububat (Buğday, Arpa ve Mısır) Ekim Alanları

İncelenen işletme gruplarında ortalama buğday ekim alanı %38,81, arpa ekim alanı %8,8 ve mısır ekim alanı %52,51 olarak belirlenmiştir. İşletme başına düşen; buğday ekim alanı 0-50 dekar işletme grubunda %72,02, 51-100 dekar işletme grubunda %31,46 ve 101 dekar üzeri işletme grubunda ise %24,39, arpa ekim alanı 0-50 dekar işletme grubunda %11,05, 51-100 dekar işletme grubunda %8,62 ve 101 dekar üzeri işletme grubunda %7,47, mısır ekim alanı ise 0-50 dekar işletme grubunda %16,93, 51-100 dekar işletme grubunda %59,92 ve 101 dekar üzeri işletme grubunda %68,14 olarak



belirlenmiştir. İşletmelerin genişlik gruplarına göre hububat ekim alanları Çizelge 15’te verilmiştir. Araştırma bölgesinde işletme genişlik grubu arttıkça buğday ve arpa ekim alanlarında azalma meydana gelirken mısır ekim alanlarının arttığı tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak mısırın buğday ve arpaya göre daha az uğraş gerektirmesine karşılık verimin ve birim alanda elde edilen gelirin yüksek olmasıdır.

**Çizelge 15.** İncelenen işletmelerde hububat ekim alanları (da)

İşletme Genişlik Grupları (da)	Hububat Ekim Alanı						Toplam İşletme Arazisi	
	Buğday (da)		Arpa (da)		Mısır (da)		Alan (da)	Oran (%)
	Alan (da)	Oran (%)	Alan (da)	Oran (%)	Alan (da)	Oran (%)		
0 - 50	27,35	72,02	4,20	11,05	6,43	16,93	37,98	100,00
51 - 100	23,41	31,46	6,41	8,62	44,59	59,92	74,41	100,00
101 - +	42,27	24,39	12,95	7,47	118,10	68,14	173,32	100,00
<b>İşletmeler Ortalaması</b>	<b>30,25</b>	<b>31,25</b>	<b>32,25</b>	<b>33,25</b>	<b>34,25</b>	<b>35,25</b>	<b>77,94</b>	<b>100,00</b>

Araştırma bölgesinde mısır ekim alanı 2004 yılında 31.940 dekar iken 2014 yılında 87.895 dekara yükselmiştir. 2004-2014 yılları arasında mısır ekim alanı %175 oranında artış göstermiştir (TÜİK, 2014). Ekim alanındaki artışın önümüzdeki yıllarda da artacağı ve mısır ekim alanı artarken buğday ve arpa ekim alanlarında daralma meydana geleceği tahmin edilmektedir.

#### 10.1.7. Hububat (Buğday, Arpa ve Mısır) Verim Değerleri

Araştırma bölgesindeki işletme gruplarında sulu tarım yapılan işletmelerde ortalama buğday verimi 443,99 kg/da, arpa verimi 324,62 kg/da ve mısır verimi 1.159,44 kg/da, kuru tarım yapılan işletmelerde ortalama buğday verimi 310 kg/da ve arpa verimi ise 306,06 kg/da olarak belirlenmiştir.

Sulu tarım yapılan işletmelerde işletme başına düşen buğday verimi 1-50 dekar işletme grubunda 430,74 kg/da, 51-100 dekar işletme grubunda 430,70 kg/da ve 101 dekar üzeri işletme grubunda ise 469,20 kg/da, arpa verimi 0-50 dekar işletme grubunda 360,10 kg/da, 51-100 dekar işletme grubunda 355,18 kg/da ve 101 dekar üzeri işletme grubunda ise 329,96 kg/da, mısır verimi ise 0-50 dekar işletme grubunda

1.027,13 kg/da, 51-100 dekar işletme grubunda 1.112,67 kg/da ve 101 dekar üzeri işletme grubunda 1.196,72 kg/da bulunmuştur. İşletme genişlik grubu arttıkça buğday ve arpalarda verim düşerken mısırdaki ise aksi bir durum söz konusudur.

Kuru tarım yapılan işletmelerde işletme başına düşen buğday verimi 0-50 dekar işletme grubunda 310 kg/da iken arpada ise 0-50 dekar işletme grubunda 301,07 kg/da, 51-100 dekar işletme grubunda 290 kg/da ve 101 dekar üzeri işletme grubunda 314,87 kg/da olarak bulunmuştur. İncelenen işletmelerde elde edilen verim değerleri Çizelge 16'da verilmiştir.



**Çizelge 16.** İncelenen işletmelerde elde edilen verim değerleri (kg/da)

İşletme Genişlik Grupları (da)	Sulu Alan						Kuru Alan				Toplam İşletme Arazisi (da)			
	Buğday		Arpa		Mısır		Buğday		Arpa					
	Alan (da)	Verim (kg)	Alan (da)	Verim (kg)	Alan (da)	Verim (kg)	Alan (da)	Verim (kg)	Alan (da)	Verim (kg)	Buğday (da)	Arpa (da)	Mısır (da)	Toplam (da)
0 - 50	26,92	430,74	1,82	360,10	6,43	1027,13	0,43	310,00	2,38	301,07	27,35	4,20	6,43	37,98
51 - 100	23,41	430,70	4,65	355,18	44,58	1112,67	0,00	0,00	1,76	290,00	23,41	6,41	44,58	74,40
101 - +	42,27	469,20	7,36	329,96	118,10	1196,72	0,00	0,00	5,59	314,87	42,27	12,95	118,10	173,32
<b>İşletmeler Ortalaması</b>	<b>30,01</b>	<b>443,99</b>	<b>3,72</b>	<b>324,62</b>	<b>40,93</b>	<b>1159,44</b>	<b>0,24</b>	<b>310,00</b>	<b>3,04</b>	<b>306,06</b>	<b>30,25</b>	<b>6,76</b>	<b>40,93</b>	<b>77,94</b>

## 10.2. Araştırma Alanında İncelenen İşletmelerin Yıllık Faaliyet Sonuçları

### 10.2.1. Bitkisel Üretim Değeri

Bitkisel üretim değeri, işletmede yetiştirilen ürünlerin miktarları ile çiftlik avlusu birim fiyatlarının çarpılması sonucu elde edilen değer, bu ürünlerin sap, saman gibi yan ürünlerinden işletmede yakacak olarak kullanılan ve satılanların değerleri ilave edilerek bulunmuştur. Bitkisel üretim değeri işletme büyüklüğü arttıkça doğal olarak artmaktadır (Oguz ve Mülayim, 1997). Bitkisel üretim değeri 0-50 dekar işletme grubunda 787.750 TL, 51-100 dekar işletme grubunda 745.013 TL, 101 dekar üzeri işletme grubunda 2.512.942 TL ve bütün işletmeler ortalaması 51.907 TL olarak bulunmuştur. Bu değer %25,07'sini buğday, %3,25'ini arpa ve %71,68'ini mısır oluşturmuştur. İşletme genişlik grubu arttıkça mısırın bitkisel üretim değerindeki oranında arttığı görülmektedir. İşletme genişlik gruplarına göre bitkisel üretim değeri Çizelge 17'de verilmiştir.

**Çizelge 17.** İncelenen işletmelerde bitkisel üretim değerleri (TL)

İşletme Genişlik Grupları (da)	Buğday	Arpa	Mısır	Toplam Bitkisel Üretim Değeri
0 - 50	502.523	44.181	241.046	787.750
51 - 100	146.624	23.527	574.862	745.013
101 - +	364.952	63.982	2.084.008	2.512.942
<b>İşletme Ortalaması (TL)</b>	<b>13.011</b>	<b>1.689</b>	<b>37.207</b>	<b>51.907</b>
<b>Dekara Üretim Değeri (TL)</b>	144,56	18,77	413,38	576,710
<b>Oran (%)</b>	25,07	3,25	71,68	100,00

### 10.2.2. Değişen Masraflar

Değişen masraflar işletme brüt kârın hesaplanmasında kullanılmaktadır. İncelenen işletmelerde değişen masraflar bitkisel üretimde değişen masraflar olarak incelenmiştir. Bitkisel üretimde değişen masraflar yakıt, geçici işçilik, tohumluk, gübre, ilaç, yakıt, su bedeli, hasat, hasat-pazarlama ve sermaye faizi masraflarına göre

incelenmiştir. Bu masrafların unsurlarına göre dağılımı %10,22 yakıt, %2,94 işçilik, %21,82 tohumluk, %22,40 gübre, %1,67 ilaç, %25,49 su bedeli, %10,23 hasat-pazarlama ve %4,69'u sermaye faizi masraflarından oluşmaktadır.

Bitkisel üretimde değişen masraflar içinde büyüklük sırasına göre su bedeli, gübre, tohumluk, hasat-pazarlama, yakıt, sermaye faizi, işçilik ve ilaç gelmektedir. İncelenen işletmelerde su bedeli 6.487 TL ile oldukça yüksek bulunmuştur. Bunun nedeni araştırma bölgesindeki işletmelerin yaklaşık olarak %96'sının sulanabilir olmasından kaynaklanmaktadır. Buna karşılık ilaç masrafı 427 TL ile en düşük değere sahiptir. Bu sonuca göre, hububat tarla zararlı ve hastalıklarının bölgede yaygın olmamasından kaynaklanmaktadır. Dekara değişen masraflar, işletmeler ortalamasına göre 25.457 TL'dir. İşletme gruplarına göre, 0-50 dekar işletme grubunda 407.248 TL, 51-100 dekar işletme grubunda 371.858 TL ve 101 dekar ve üzeri işletme grubunda ise 1.205.055 TL'dir.

Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda Oğuz ve Mülâyim (1997), Konya ilinde sözleşmeli şeker pancarı yetiştiren işletmelerde değişen masrafların %82,66'sını bitkisel üretim, %17,34'ünü hayvansal üretim için yapıldığını tespit etmiştir. Bitkisel üretimde en fazla akaryakıt (%23,75), geçici işçilik (%15,82), gübre (%13,50), su bedeli (%9,45), hasat-harman (%7,60), tohumluk (%6,45), ilaç (%2,83), pazarlama (%2,47) ve % makine kirası (%0,79) olarak belirlemiştir. Araştırmamızda tespit edilen değerlere göre yakıt, işçilik ve ilaç masrafları Oğuz ve Mülâyim (1997)'nin değerlerine göre düşük, tohumluk su bedeli ve hasat-pazarlama değerleri ise yüksek bulunmuştur. İşletme genişlik gruplarına göre değişen masraflar Çizelge 18'de verilmiştir.

**Çizelge 18.** İncelenen işletmelerde değişen masraflar ve dekara miktarı (TL)

<b>İşletme Genişlik Grupları (da)</b>	<b>Yakıt</b>	<b>Geçici İşçilik</b>	<b>Tohum</b>	<b>Gübre</b>	<b>İlaç</b>	<b>Su Bedeli</b>	<b>Hasat- Pazarlama</b>	<b>Sermaye Faizi (%2,5)</b>	<b>Bitkisel Üretimde Toplam Değişen Masraflar</b>
0 - 50	48.890	22.082	66.523	92.429	13.543	97.786	46.774	19.221	407.248
51 - 100	38.243	9.680	86.708	84.539	5.363	93.716	37.272	16.337	371.858
101 - +	115.702	26.539	279.662	278.268	14.317	314.125	119.059	57.383	1.205.055
<b>İşletme Ortalaması</b>	<b>2.603</b>	<b>748</b>	<b>5.554</b>	<b>5.840</b>	<b>427</b>	<b>6.487</b>	<b>2.606</b>	<b>1.192</b>	<b>25.457</b>
<b>Dekara Ortalama</b>	28,91	8,31	61,70	64,89	4,73	72,08	28,95	13,25	282,82
<b>Oran (%)</b>	10,22	2,94	21,82	22,94	1,67	25,49	10,23	4,69	100,00

### 10.2.3. Üretim (buğday, arpa ve mısır) Maliyeti

Araştırma alanındaki işletmelerde 1 kg hububat maliyeti hesaplanmıştır. Hububat üretim maliyetinin hesaplanmasında, bileşik maliyet hesaplama yöntemi kullanılmıştır. Hububat ürünlerinin yan ürün gelirleri olduğu için kalıntı yöntemi ile 1 kg. hububat maliyeti hesaplanmıştır. Buna göre; 0-50 da işletme grubundaki işletmeler 1 kg buğdayı 0.510 TL, 1 kg arpayı 0.410 TL ve 1 kg mısırı ise 0.494 TL, 51-100 da işletme grubundaki işletmeler 1 kg buğdayı 0.504 TL, 1 kg arpayı 0.519 ve 1 kg mısırı 0.481 TL ve 101 da ve üzeri işletmeler ise 1 kg buğdayı 0.498 TL, 1 kg arpayı 0.453 TL ve 1 kg mısırı 0.508 TL'ye ürettikleri tespit edilmiştir. İncelenen işletmelerin ortalama 1 kg buğdayı 0.505 TL, 1 kg arpayı 0.453 TL ve 1 kg mısırı 0.497 TL'ye ürettikleri belirlenmiştir. 1 kg buğday üretim maliyetinin işletme büyüklüğü ile ters orantılı olduğu belirlenmiştir. Hububat üretim maliyeti Çizelge 19'da verilmiştir.

**Çizelge 19.** İncelenen işletmelerde hububat üretim maliyeti (TL/kg)

İşletme Genişlik Grupları (da)	Buğday Maliyeti (TL/kg)	Arpa Maliyeti (TL/kg)	Mısır Maliyeti (TL/kg)
0 - 50	0.510	0.410	0.494
51 - 100	0.504	0.519	0.481
101 - +	0.498	0.476	0.508
<b>İşletme Ortalaması (TL/Kg)</b>	0.505	0.453	0.497

### 10.3. Üreticilerinin Tarımsal Üretim İle İlgili Görüş ve Düşünceleri

#### 10.3.1. Tarımsal Konularda Karar Verme Davranışları

Araştırma yapılan işletmelerin tamamı Çiftçi Kayıt Sistemine (ÇKS) kayıtlıdır. Üreticiler bir yıl sonraki ürün planlamasını nasıl yaptıkları, hangi üründen kaç dekar üretim yapacaklarını neye göre karar verdikleri araştırılmıştır. Üreticilerin %46,17'si üretim planlaması olmaksızın alışkanlıklar doğrultusunda, %37,37'si piyasa fiyatına göre ve %16,16'sı TMO yeni yıl fiyat açıklamalarına göre üretim planlaması yaptıkları tespit edilmiştir.

İşletme genişlik gruplarına göre, 0-50 dekar işletme grubundaki üreticilerin %22,64'ünün piyasa fiyatına göre, %5,66'sının TMO yeni yıl fiyat açıklamalarına göre ve

%71,71'inin üretim planlaması olmaksızın alışkanlıklar doğrultusunda, 51-100 dekar işletme grubundaki üreticilerin %57,59'unun piyasa fiyatına göre %26,32'sinin TMO'nun yeni yıl fiyat açıklamalarına göre, %15,79'unun üretim planlaması olmaksızın alışkanlıklar doğrultusunda, 101 dekar ve üzeri işletmelerde ise üreticilerin %51,85'inin piyasa fiyatına göre, %29,63'ünün TMO yeni yıl fiyat açıklamalarına göre %18,52'sinin üretim planlaması olmaksızın alışkanlıklar doğrultusunda hareket ettikleri tespit edilmiştir. İşletme genişlik gruplarına göre üreticilerin üretim planlaması ile ilgili kararları Çizelge 20'de verilmiştir.

**Çizelge 20.** Hububat üreticilerinin üretim planlaması kararları (%)

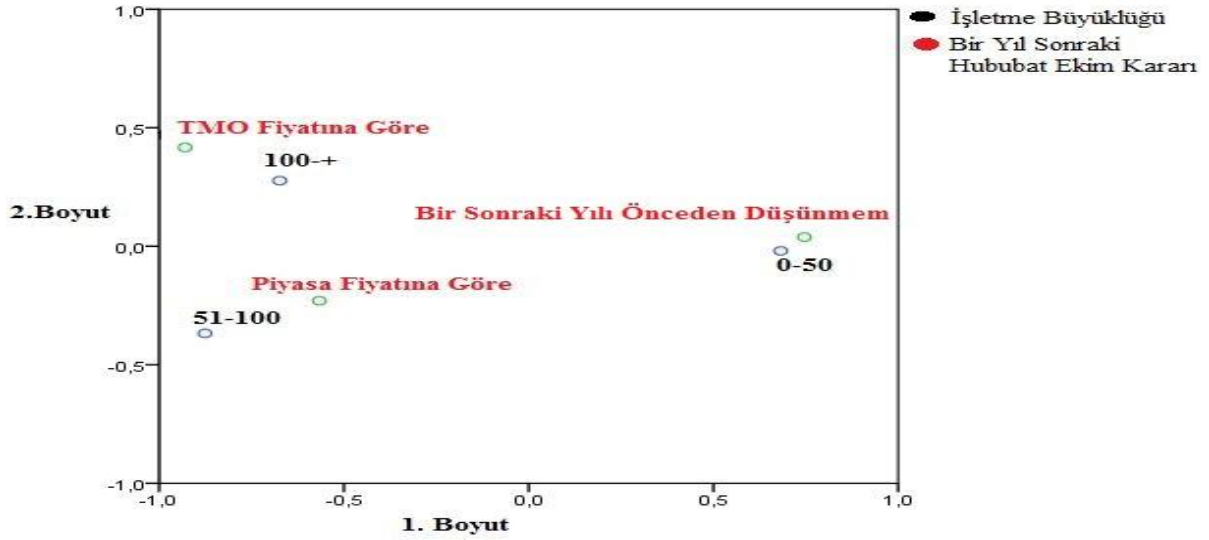
Karar Verme Davranışı	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Bir önceki yılın piyasa fiyatına göre	22,64	57,89	51,85	37,37
TMO'nun bir yıl önceki taban fiyat açıklamalarına göre	5,66	26,32	29,63	16,16
Bir sonraki yılı önceden düşünmem	71,70	15,79	18,52	46,47
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Görsel İlişki Analizi yapılarak işletme büyüklükleri ile üretim planlaması yaparken karar verme davranışı arasındaki ilişki incelenmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletmelerin bir sonraki yılı önceden düşünmediği, 51-100 da arasındaki işletme grubu piyasa fiyatına göre ve 101 da ve üzeri işletme grubu ise TMO fiyat açıklamalarına göre üretim kararı verdiği görsel ilişki analizi grafiğinden görülmektedir. Çizelge 20 de görüldüğü gibi Üreticilerin TMO'nun yeni yıl fiyat açıklamalarına göre üretim planlaması yapma eğilimlerinin işletme genişliği arttıkça yükseldiği görülmektedir.

**Çizelge 21.** Hububat üreticilerinin üretim planlaması kararlarına ait Görsel İlişki Analizi

Boyutlar	Tekil Değer	Eylemsizlik (Inertia)	Ki-Kare	Anlamlılık	Eylemsizliğin Oranı	
					Hesaplanan	Kümülatif
1	0,519	0,269			0,992	0,992
2	0,048	0,002			0,008	1,000
<b>Toplam</b>		<b>0,270</b>	<b>27,439</b>	<b>0,000</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>





**Grafik 1.** Hububat üreticilerinin üretim planlaması kararları Görsel İlişki Analizi

Üreticilerin tarımsal konularda karar alırken kimlerin görüşüne başvurup, kimlerden yardım istediği araştırılmıştır. İncelenen işletmelerde üreticilerin %66,41'inin aile bireyleri ile birlikte, %3,73'ünün Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü'nden, %3,73'ünün Ziraat Odalarından, %0,74'ünün TMO'dan, %7,46'sının üyesi olduğu kooperatif veya üretici birliklerinden ve %17,93'ünün diğer üreticilerin görüşünü alarak hareket ettiği tespit edilmiştir. Üreticilerin tarımsal konularla ilgili karar almada yararlanan bilgi kaynağı Çizelge 22'de verilmiştir.

**Çizelge 22.** Hububat üreticilerinin bilgi kaynakları (%)

Yararlanan Bilgi Kaynağı	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Aile bireyleri ile birlikte	73,52	54,83	62,85	66,41
Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü	1,47	0,00	11,42	3,73
Ziraat Odaları	1,47	6,45	5,71	3,73
Toprak Mahsulleri Ofisi	0,00	3,22	0,00	0,74
Üyesi Olduğum Kooperatif veya Birlik	0,00	19,35	11,42	7,46
Diğer Üreticiler	23,54	16,15	8,60	17,93
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

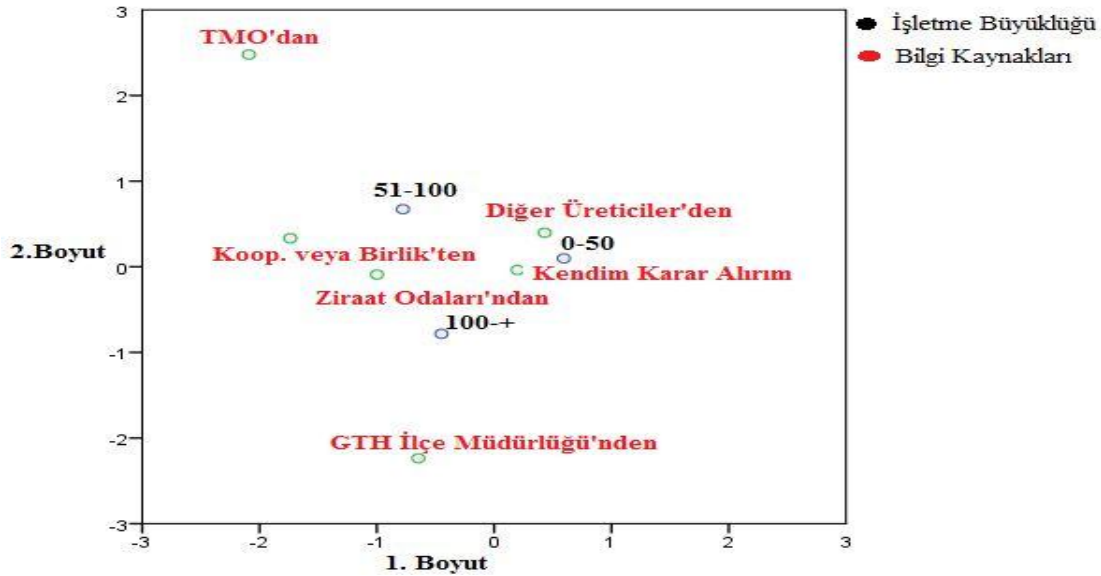
İşletme genişlik gruplarına göre bilgi kaynağı, 0-50 dekar işletme grubunda üreticilerin %73,42'sinin aile bireyleri ile birlikte, %1,47'sinin Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü'nden, %1,47'sinin Ziraat Odalarından, %23'ünün diğer üreticilerden, 51-100 dekar işletme grubunda üreticilerin %54,83'ünün aile bireyleri ile

birlikte, %6,45'inin Ziraat Odalarından, %3,22'sinin TMO'dan, %19,35'inin üyesi olduğu kooperatif veya üretici birliğinden, %16,15'sinin diğer üreticilerden, 101 dekar ve üzeri işletmelerde ise üreticilerin %62,85'inin aile bireyleri ile birlikte, %11,42'sinin Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğünden, %5,71'inin Ziraat Odalarından, %11,42'sinin üyesi olduğu kooperatif veya üretici birliğinden ve %8,60'nın diğer üreticilerin görüşlerine önem verdikleri tespit edilmiştir.

Görsel İlişki Analizi yapılarak işletme büyüklükleri ile üreticilerin üretim sürecinde yararlandığı bilgi kaynakları arasındaki ilişki incelenmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletmelerin kendi kararı veya diğer üreticilerden, 51-100 da arasındaki işletme grubu diğer üreticiler ve üyesi olduğu kooperatif veya birlikten ve 101 da ve üzeri işletme grubu ise Ziraat Odalarından veya kendileri karar aldığı görsel ilişki analizi grafiğinden görülmektedir.

**Çizelge 23.** Hububat üreticilerinin bilgi kaynaklarına ait Görsel İlişki Analizi

Boyutlar	Tekil Değer	Eylemsizlik (Inertia)	Ki-Kare	Anlamlılık	Eylemsizliğin Oranı	
					Hesaplanan	Kümülatif
1	0,372	0,138			0,653	0,653
2	0,271	0,174			0,347	1,000
<b>Toplam</b>		<b>0,212</b>	<b>28,169</b>	<b>0,002</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>



**Grafik 2.** Hububat üreticilerinin bilgi kaynaklarına ait Görsel İlişki Analizi

### 10.3.2. Ekim Kararı

İncelenen işletmelerde üreticilerin %5,26'sının arazisinin hububat yetiştirmeye uygun olduğu, %27,06'sının gelirinin iyi olduğu, %54,88'inin satış sorununun olmaması ve %12,80'inin geleneksel olduğu için hububat tarımı yaptıklarını belirtmişlerdir.

İşletme genişlik gruplarına göre hububat tarımı yapma nedenleri ise işletme genişlik gruplarına göre; 0-50 dekar işletme grubunda %7,46'sının arazisinin hububat yetiştirmeye uygun olduğu, %11,94'ünün gelirinin iyi olduğu, %58,22'sinin satış sorunu olmadığı ve %22,38'inin geleneksel olduğu, 51-100 dekar işletme grubunda ise %4'ünün arazisinin hububat yetiştirmeye uygun olduğu, %36'sının gelirinin iyi olduğu, %56'sının satış sorununun olmadığı ve %4'ünün geleneksel olduğu, 101 dekar ve üzeri işletme grubunda ise üreticilerin %2,43'ünün arazisinin hububat yetiştirmeye uygun olduğu, %46,34'ünün gelirinin iyi olduğu, %48,78'inin satış sorununun olmadığı ve %2,45'inin geleneksel olduğu için hububat tarımı yaptıklarını belirtmişlerdir. İncelenen işletmelerde üreticilerin hububat tarımı yapma nedenleri Çizelge 24'te verilmiştir.

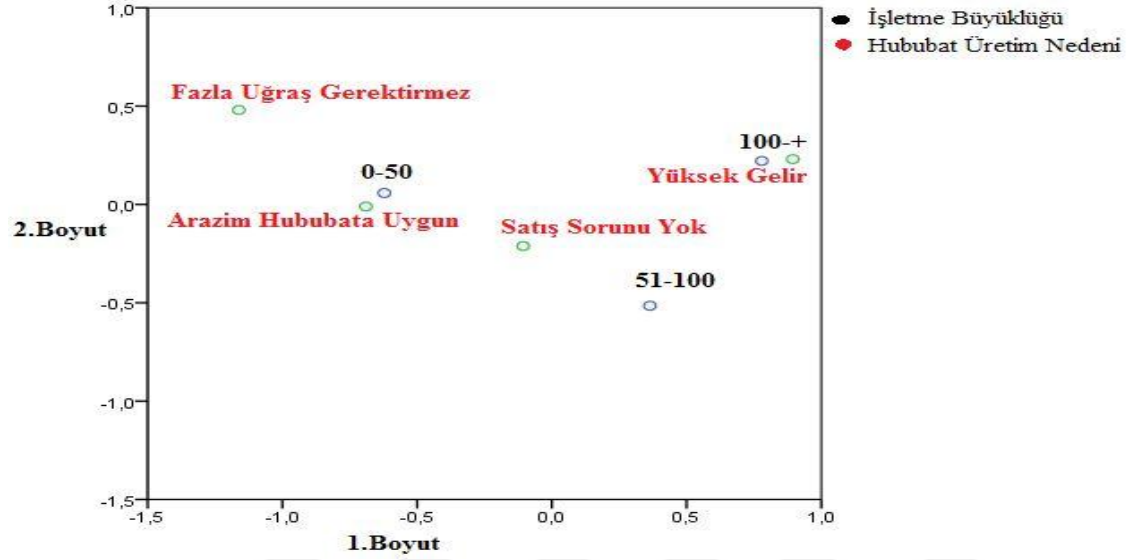
**Çizelge 24.** Üreticilerin hububat tarımı yapma nedenleri (%)

Nedenler	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Arazinin hububat yetiştirmeye uygun olması	7,46	4,00	2,43	5,26
Gelirinin iyi olması	11,94	36,00	46,34	27,06
Satış sorununun olmaması	58,22	56,00	48,78	54,88
Geleneksel olması	22,38	4,00	2,45	12,80
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Görsel İlişki Analizi yapılarak işletme büyüklükleri ile hububat tarımı yapma nedenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletme grubu arazisinin hububat tarımına uygun olduğu, 51-100 da arasındaki işletme grubu satış sorunu olmadığı ve 101 da ve üzeri işletme grubu ise yüksek gelir getirdiği için hububat üretimi yaptıkları görsel ilişki analizi grafiğinden görülmektedir. GİA grafiği sonucu Çizelge 24'te verilen üreticilerin hububat tarımı yapma nedenleri ile ilgili sonuçlarla paralel çıkmıştır.

**Çizelge 25.** Üreticilerin hububat tarımı yapma nedenlerine ait Görsel İlişki Analizi

Boyutlar	Tekil Değer	Eylemsizlik (Inertia)	Ki-Kare	Anlamlılık	Eylemsizliğin Oranı	
					Hesaplanan	Kümülatif
1	0,407	0,166			0,974	0,974
2	0,067	0,005			0,026	1,000
<b>Toplam</b>		<b>0,170</b>	<b>22,472</b>	<b>0,001</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>



**Grafik 3.** Üreticilerin hububat tarımı yapma nedenlerine ait Görsel İlişki Analizi

Türkiye’de önümüzdeki yıllarda herhangi bir sebeple hububat fiyatları düşecek olursa, üreticilerin bu durum karşısındaki tutum ve davranışlarının ne olacağı araştırılmıştır. İncelenen işletmelerde hububat üreticilerinin %38,14’ünün satış garantisi olmayacağı için alternatif ürün yetiştireceğini, %45,36’sı aracı kuruluşların etkisinin artacağını ve %16,50’si ise durumlarında herhangi bir değişiklik olmayacağını belirtmişlerdir. İşletme genişlik grubu arttıkça aracı kuruluşların etkisinin artacağı düşüncesi azalmaktadır. İncelenen işletmelerde hububat fiyatları düşecek olursa, üreticilerin bu durum karşısındaki tutum ve davranışlarının ne olacağı Çizelge 26’da verilmiştir.

**Çizelge 26.** Hububat fiyatlarının düşmesi durumunda üretici davranışları (%)

Davranışlar	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Herhangi bir değişiklik olmaz	11,32	27,77	19,23	16,50
Aracı kuruluşların etkisi artar	50,94	38,88	28,46	45,36
Alternatif Ürün Yetiştiririm	37,74	33,35	52,31	38,14
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

İşletme genişlik gruplarına göre, 0-50 dekar işletme grubunda üreticilerin %11,32'si herhangi bir değişiklik olmayacağı, %50,94'ünün aracı kuruluşların etkisinin artacağı düşüncesinin olduğunu, %37,71'ünün satış garantisi olmayacağı için alternatif ürün yetiştirecekleri, 51-100 dekar işletme grubunda üreticilerin %27,77'si herhangi bir değişiklik olmayacağı, %38,88'inin aracı kuruluşların etkisinin artacağı düşüncesinin olduğunu, %33,35'inin satış garantisi olmayacağı için alternatif ürün yetiştirecekleri, 101 dekar ve üzeri işletme grubunda ise üreticilerin %19,23'ü herhangi bir değişiklik olmayacağını, %28,46'sının aracı kuruluşların etkisinin artacağı düşüncesinin olduğunu ve %52,31'i satış garantisi olmayacağı için alternatif ürün yetiştireceklerini belirtmişlerdir.

### 10.3.3. Tohumluk Kullanımı (Buğday ve Arpa)

İncelenen işletmelerde üreticilerin %86,66'sı sertifikalı tohum kullanmaktadır. Sertifikalı tohum kullananların ise sertifikalı tohum kullanım sıklığı ortalama 2,4 yıl olarak tespit edilmiştir. Sertifikalı tohumluk kullanım sıklığı işletme genişlik grubu ile ters orantılıdır. İşletme genişlik gruplarına göre sertifikalı tohumluk kullanma durumu ve sıklığı Çizelge 27'de verilmiştir.

**Çizelge 27.** İşletmelerin sertifikalı tohumluk kullanma sıklığı ve durumu

İşletme Genişlik Grubu (da)	Kullanım Sıklığı (yıl)	Evet (kullanıyorum)		Hayır (kullanmıyorum)		Toplam	
		Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)
0 - 50	2,8	13	25,49	38	74,51	51	100,00
51 - 100	2,2	8	47,05	9	52,95	17	100,00
101 - +	1,6	5	22,72	17	77,28	22	100,00
<b>İşletmeler Ortalaması</b>	<b>2,4</b>	<b>26</b>	<b>28,88</b>	<b>64</b>	<b>71,12</b>	<b>90</b>	<b>100,00</b>

İncelenen işletmelerde işletmelerin %53,53'ünün tohum ihtiyacını tohum bayilerinden, %28'28'inin TİGEM'den ve %18,19'unun TKK'dan temin ettikleri belirlenmiştir. İşletme genişlik grupları ayrı ayrı incelendiğinde ise 0-50 dekar işletme grubunda işletmelerin %54,90'ı tohum temin yeri olarak tohum bayilerini, %35,'29'u TİGEM, %9,81'i TKK, 51-100 dekar işletme grubunda işletmelerin tohum temin yeri olarak %58,82'si tohum bayilerden, %23,52'si TİGEM, %17,66'sı TKK'dan, 101 dekar üzeri

İşletme grubunda ise işletmelerin tohum temin yeri olarak %45,45'i tohum bayilerinden, %28,28'i TİGEM ve %18,19'u TKK olduğu tespit edilmiştir. İşletme genişlik gruplarına göre tohum temin yerleri Çizelge 28'de verilmiştir.

**Çizelge 28.** İncelenen işletmelerde tohum temin yerleri

İşletme Genişlik Grubu (da)	Tohum Temin Yeri						Genel Ortalama	
	Tohum Bayii		TİGEM		TKK			
	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)
0 - 50	28	54,90	18	35,29	5	9,81	51	100,00
51 - 100	10	58,82	4	23,52	3	17,66	17	100,00
101 - +	10	45,45	4	18,19	8	36,36	220	100,00
<b>Toplam</b>	<b>48</b>	<b>53,53</b>	<b>26</b>	<b>28,28</b>	<b>16</b>	<b>18,19</b>	<b>90</b>	<b>100,00</b>

Bitkisel üretimin en temel girdisi tohumluktur. Tohumluk, verim üzerinde doğrudan etki yapmaktadır. Bu nedenle araziye uygun çeşit seçimi, sertifikalı tohumluk kullanımı ve tohumluk temin yeri gibi konular işletmeler açısından oldukça önemlidir (Arısoy, 2011). Araştırma bölgesindeki üreticilerin ve tarım teşkilatlarının (Ziraat Odaları, TMO, GTH İlçe Müdürlüğü, Kooperatifler, Üretici Birlikleri vb.) verime doğrudan etki yapan bu konulara daha duyarlı bir şekilde yaklaşmaları ve üreticileri uygun çeşitleri kullanmalarına yönelik yayım faaliyetlerinin yürütülmesi gerekmektedir.

#### 10.4. Araştırma Alanında İncelenen İşletmelerin TMO İle İlgili Düşünceleri

İncelenen işletmelerin %65,55'i devletin hububat fiyat desteklemesine devam etmesi gerektiğini düşünmektedirler. Devletin fiyat desteklemesine devam etmesi gerektiğini düşünen üreticiler, devletin desteğinin olmaması durumunda, tüccarların insafına mahkûm olacaklarını ve çok zor durumda kalacaklarını belirtmişlerdir. Üreticiler arasındaki ortak düşünce piyasanın güvensiz oluşudur. Bu nedenle üreticiler devlet tarafından yapılan fiyat desteklemesini satış ve geçim garantisi olarak görmektedirler (Arısoy, 2011).

Hububat fiyatlarını hangi kuruluş belirlemeli konusundaki üretici görüşleri araştırılmıştır. Üreticilerin %6,18'i Ticaret Borsaları, %65,65'i TMO, %11,66'sı üretici birlikleri veya kooperatifler ve %16,51'i piyasada belirlenmesi gerektiğini belirtmişlerdir. İşletme genişlik gruplarına göre hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluşlar Çizelge 29'da verilmiştir.

**Çizelge 29.** Üreticilere göre hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluş (%)

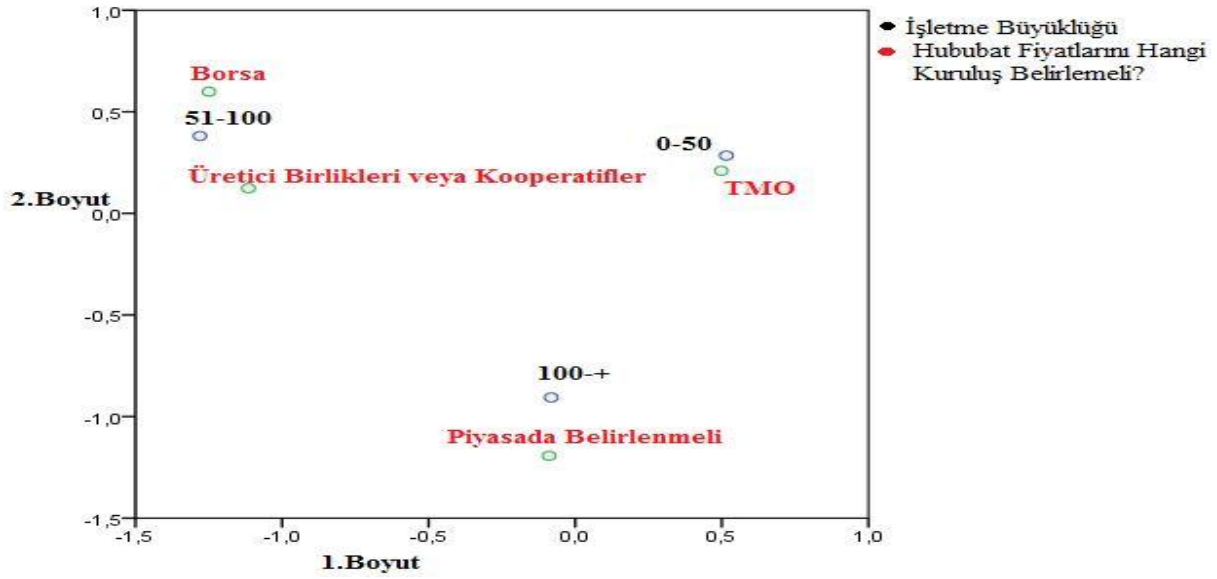
Kuruluşlar	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Ticaret Borsaları	3,85	14,29	4,15	6,18
Toprak Mahsulleri Ofisi	78,85	47,60	45,83	65,65
Üretici Birlik veya Kooperatifleri	7,70	23,81	16,67	11,66
Serbest piyasa	9,60	14,30	33,35	16,51
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

İşletme genişlik gruplarına göre hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluşlar 0-50 dekar işletme grubunda üreticilerin %3,85'i ticaret borsaları, %78,85'i TMO, %7,70'i üretici birlikleri veya kooperatifleri, %9,60'ı piyasada, 51-100 dekar işletme grubunda üreticilerin %14,29'u ticaret borsaları, %47,76'sı TMO, %23,65'i üretici birlikleri veya kooperatifler, %14,30'u piyasada, 101 dekar ve üzeri işletme grubunda üreticilerin ise %4,15'i ticaret borsaları %45,83'ü TMO, %16,67'si üretici birlikleri veya kooperatifler ve %33,35'i piyasada belirlenmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Görsel İlişki Analizi yapılarak işletme büyüklükleri ile hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluş ile ilgili düşünceleri arasındaki ilişki incelenmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletme grubuna göre TMO, 51-100 da arasındaki işletme grubuna göre Borsa veya Üretici Birlikleri/Kooperatifler ve 101 da ve üzeri işletme grubuna göre ise hububat fiyatlarının piyasada belirlenmesi gerektiği görsel ilişki analizi grafiğinden görülmektedir. GİA grafiği sonucu, üreticilerin hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluş hakkındaki görüşlerini gösteren Çizelge 28'deki sonuçlarla paralel çıkmıştır.

**Çizelge 30.** Üreticilere göre hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluşa ait Görsel İlişki Analizi

Boyutlar	Tekil Değer	Eylemsizlik (Inertia)	Ki-Kare	Anlamlılık	Eylemsizliğin Oranı	
					Hesaplanan	Kümülatif
1	0,533	0,284			0,999	0,999
2	0,02	0,000			0,001	1,000
<b>Toplam</b>		<b>0,056</b>	<b>23,6</b>	<b>0,001</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>



**Grafik 4.** Üreticilere göre hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluşuna ait Görsel İlişki Analizi

Devletin hububat destek fiyatı açıklamadığı zaman üreticilerin bu durum karşısındaki davranışları araştırılmıştır. Buna göre üreticilerin % 43,43'ü ticaret borsasında, %53,35'i tüccara satacağını ve %3,35'i stok yapacağını belirtmişlerdir. İşletme genişlik gruplarına göre destek fiyatı açıklanmadığı zamanki durum karşısındaki davranışlarının işletme grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı olup olmadığı ki-kare bağımsızlık testi ile belirlenmiştir. Bununla ilgili kurulan hipotezler;  $H_0$ : Üreticilerin destek fiyatı açıklanmadığı durumlardaki davranışları arasında işletme grupları açısından istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.  $H_1$ : Üreticilerin destek fiyatı açıklanmadığı durumlardaki davranışları arasında işletme grupları açısından istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır. Buna göre; İşletme genişlik grubu, stok yapma ve borsada satma oranı ile doğru orantılı iken tüccara satma oranı ile ters orantılıdır. İşletme genişlik gruplarına göre destek fiyatı açıklanmadığı zamanki durum karşısındaki davranışları Çizelge 31'de verilmiştir.

**Çizelge 31.** Üreticilerin destek fiyatı açıklanmadığı durumundaki davranışları.

Tutumlar	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Borsada değerlendiririm	24.53	54	63.2	43.3
Tüccara satarım	75.47	42.1	28	53.35
Stok yaparım	0	3.9	8.8	3.35
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
$X^2 = 17,643$ S.D=2 P=0,000 $H_0=Ret$				



İşletme genişlik gruplarına göre 0-50 dekar işletme grubundaki üreticilerin %24,53'ü borsada satacağını ve %75,47'si tüccara satacağını, 51-100 dekar işletme grubundaki üreticilerin %54,00'ü borsada satacaklarını, %42,10'u tüccara satacaklarını, %3,90'ı stok yapacağını, 101 dekar ve üzeri işletme grubundaki üreticilerin ise %63,20'si borsada satacağını, %28,00'i tüccara satacaklarını ve %8,80'i stok yapacaklarını belirmişlerdir.

#### 10.4.1. Hububat Satış Yerleri ve Satış Yeri Tercihini Etkileyen Faktörlerin Analizi

Hububat üreticileri, hububat satışını TMO, Ticaret Borsaları ve tüccarlara yapmaktadırlar. Her üretici kendi ekonomik durumu, ürün fiyatı, pazarlama olanağı, depolama imkânı gibi nedenler göz önüne alarak ürünü çeşitli partiler halinde satmaktadır. Üreticiler genellikle ürünün büyük bir kısmını hasattan hemen sonra satmaktadırlar. Birinci parti satışlarda üreticilerin ilk tercihi tüccar iken ikinci satışlarda üreticilerin ilk tercihi TMO'dur. Araştırma bölgesinde tüccar faaliyeti oldukça yoğundur. Borsa satış fiyat avantajı fazla olmasına rağmen nakliye ücretinin ek bir masraf oluşturmasından dolayı üreticiler daha çok tüccarları tercih etmektedir. İşletme genişlik gruplarına göre hububat satış yerleri Çizelge 32'de verilmiştir.

**Çizelge 32.** Hububat satış yerleri

İşletme Genişlik Grubu (da)	Hububat Satış Yeri (%)					
	Birinci parti			İkinci parti		
	TMO	Tüccar	Borsa	TMO	Tüccar	Borsa
0 - 50	49,27	37,68	13,05	30,76	61,52	7,72
51 - 100	23,08	38,46	38,46	28,57	42,86	28,57
101 - +	19,56	39,13	41,44	62,50	18,75	18,72
<b>İşletmeler Ortalaması</b>	<b>34,75</b>	<b>38,30</b>	<b>26,95</b>	<b>44,44</b>	<b>38,88</b>	<b>16,68</b>

İşletme genişlik gruplarına göre birinci parti ürün satış yeri olarak işletmelerin %34,75'inin TMO'ya, %38,30'unun tüccara ve %26,95'inin borsaya ürünlerini sattıkları tespit edilmiştir. İkinci parti ürün satışlarında ise işletmelerin %44,44'ünün TMO'ya, %38,88'inin tüccara ve %16,68'inin borsayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. İşletme genişliği ile hububat (buğday, arpa ve mısır) satış yeri arasındaki istatistiksel açıdan bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla Varyans Analizi yapılmıştır. Buna göre kurulan hipotezler;  $H_0$ : İşletme genişliği ile buğday satış yeri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.

H<sub>1</sub>:İşletme genişliği ile buğday satış yeri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır şeklindedir. İşletme genişliği ile buğday satış yeri arasındaki ilişki Çizelge 33'te verilmiştir.

**Çizelge 33.** İşletme genişliği ile buğday satış yeri arasındaki ilişki Varyans Analiz tablosu

İşletme No	BUĞDAY					
	TMO		Tüccar		Borsa	
	Satış Miktarı (kg)	Satış Fiyatı (TL/kg)	Satış Miktarı (kg)	Satış Fiyatı (TL/kg)	Satış Miktarı (kg)	Satış Fiyatı (TL/kg)
0 - 50	417.720	0,835	108.640	0,847	71.860	0,864
5 1 - 00	93.300	0,828	31.240	0,873	46.880	0,890
100 - +	211.400	0,835	92.720	0,846	132.240	0,826
<b>Toplam</b>	<b>722.420</b>	<b>0,834</b>	<b>232.600</b>	<b>0,851</b>	<b>250.980</b>	<b>0,855</b>
F <sub>Satış Fiyatı</sub> (tabaka*satış yeri)=3,175 p=0,018 H <sub>0</sub> =Ret						

Yapılan Varyans Analizi sonucunda ise işletme genişlik gruplarına göre hububat satış yerleri arasında %95 güven sınırında buğdayda önemli bir ilişki bulunmuş olup, arpa ve mısırdaki bulunamamıştır.

**Çizelge.34.** İşletme genişliği ile arpa satış yeri arasındaki ilişki Varyans Analiz tablosu

İşletme No	ARPA					
	TMO		Tüccar		Borsa	
	Satış Miktarı (kg)	Satış Fiyatı (TL/kg)	Satış Miktarı (kg)	Satış Fiyatı (TL/kg)	Satış Miktarı (kg)	Satış Fiyatı (TL/kg)
0 - 50	Satış Yok	-	69.920	0,632	Satış Yok	-
5 1 - 00	Satış Yok	-	29.560	0,640	7.200	0,640
100 - +	Satış Yok	-	64.390	0,628	38.000	0,615
<b>Toplam</b>	<b>Satış Yok</b>	<b>-</b>	<b>163.870</b>	<b>0,632</b>	<b>45.200</b>	<b>0,623</b>
F <sub>Satış Fiyatı</sub> (tabaka*satış yeri) = 0,348 p=0,561 H <sub>0</sub> =Kabul						

**Çizelge.35.** İşletme genişliği ile mısır satış yeri arasındaki ilişki Varyans Analiz tablosu

İşletme No	MISIR					
	TMO		Tüccar		Borsa	
	Satış Miktarı (kg)	Satış Fiyatı (TL/kg)	Satış Miktarı (kg)	Satış Fiyatı (TL/kg)	Satış Miktarı (kg)	Satış Fiyatı (TL/kg)
0 - 50	30.800	0,680	165.000	0,680	159.100	0,678
5 1 - 00	52.000	0,680	414.600	0,684	479.400	0,682
100 - +	743.600	0,672	1.572.000	0,679	1.655.100	0,678
<b>Toplam</b>	<b>826.400</b>	<b>0,674</b>	<b>2.151.600</b>	<b>0,681</b>	<b>2.293.600</b>	<b>0,679</b>
F <sub>Satış Fiyatı</sub> (tabaka*satış yeri) = 0,358 p=0,838 H <sub>0</sub> =Kabul						

İncelenen işletmelerde hububat satış yeri tercihi ile üretici yaşı arasında bir ilişki olup olmadığı yapılan Ki-Kare testi ile bulunmuştur. Bu amaçla kurulan hipotezler; H<sub>0</sub>: satış yeri

tercihi ile üretici yaşı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ve  $H_1$ : satış yeri tercihi ile üretici yaşı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır, şeklindedir. Yapılan Ki-Kare analizine göre hububat satış yeri tercihi ile üretici yaşının arasındaki ilişki %95 güven sınırında önemli bulunmamıştır. Bu sonuca göre hububat satış tercihi ile üretici yaşı arasında istatistiksel olarak bir ilişki bulunmamaktadır. Yapılan Ki-Kare analizi Çizelge 36'da verilmiştir.

**Çizelge 36.** Satış yeri tercihi ile üretici yaşı arasındaki Ki-Kare analiz tablosu

Üretici Yaşı (Yıl)	SATIŞ YERLERİ						TOPLAM	
	TMO		Diğer		Diğer+TMO			
	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)
38 - 48	7	7,78	4	4,44	8	8,89	19	21,11
49 - 57	13	14,44	18	20,00	20	22,22	51	56,67
58 - +	6	6,67	6	6,67	8	8,89	20	22,22
<b>Toplam</b>	<b>26</b>	<b>28,89</b>	<b>28</b>	<b>31,11</b>	<b>36</b>	<b>40,00</b>	<b>90</b>	<b>100,00</b>
$X^2 = 55,750$ S.D= 52 P=0,336 $H_0$ =Kabul								

İncelenen işletmelerde hububat satış yeri tercihi ile üretici eğitim düzeyi arasında bir ilişki olup olmadığı yapılan Ki-Kare testi ile bulunmuştur. Bu amaçla kurulan hipotezler;  $H_0$ : satış yeri tercihi ile eğitim düzeyleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ve  $H_1$ : satış yeri tercihi ile eğitim düzeyleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır, şeklindedir. Yapılan Ki-Kare analizine göre hububat satış yeri tercihi ile üretici eğitim düzeyi arasındaki ilişki %95 güven sınırında önemli bulunmamıştır. Bu sonuca göre hububat satış tercihi ile üretici eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak bir ilişki bulunmamaktadır. Yapılan Ki-Kare analizi Çizelge 37'de verilmiştir.

**Çizelge 37.** Satış yeri tercihi ile üretici eğitim düzeyi arasındaki Ki-Kare analiz tablosu

Üretici Eğitim Seviyesi	SATIŞ YERLERİ						TOPLAM	
	TMO		Diğer		Diğer+TMO			
	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)
İlköğretimde Okuyan veya Mezun Olan	21	23,33	21	23,33	28	31,11	70	77,77
Ortaöğretimde Okuyan veya Mezun Olan	5	5,58	6	6,66	8	8,88	19	21,12
Üniversite Okuyan veya Mezun Olan	0	0,00	1	1,11	0	0,00	1	1,11
<b>Toplam</b>	<b>26</b>	<b>28,91</b>	<b>28</b>	<b>31,11</b>	<b>36</b>	<b>39,99</b>	<b>90</b>	<b>100,00</b>
$X^2 = 2,283$ S.D= 4 P=0,684 $H_0$ =Kabul								

İncelenen işletmelerde hububat satış yeri tercihi ile ürün satış fiyatları arasında bir ilişki olup olmadığı yapılan Ki-Kare testi ile bulunmuştur. Bu amaçla kurulan hipotezler;  $H_0$ : satış yeri tercihi ile buğday satış fiyatı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ve  $H_1$ : satış yeri tercihi ile buğday satış fiyatı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır, şeklindedir. Yapılan Ki-Kare analizine göre hububat satış yeri tercihi ile satış fiyatları arasındaki ilişki %95 güven sınırında önemli bulunmuştur. Bu sonuca göre hububat satış yeri tercihi ile ürün satış fiyatları arasında istatistiksel olarak bir ilişki bulunmaktadır. Çizelgelerde açıkça görüldüğü gibi satış fiyatı arttıkça TMO'ya ürün satmayı tercih eden üreticilerin oranı artmaktadır. Yapılan Ki-Kare analizi sonucu beklentiler doğrultusunda çıkmış olup TMO'nun üreticileri piyasa dalgalanmalarına karşı koruduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan Ki-Kare tabloları buğday için çizelge.38'de mısır için Çizelge 39'da ayrı ayrı verilmiştir.

**Çizelge 38.** Buğday satış yeri tercihi ile buğday satış fiyatı arasındaki Ki-Kare analiz tablosu

Buğday Satış Fiyatı (TL/Ton)	Satış Yerleri						TOPLAM	
	TMO		Diğer		Diğer+TMO			
	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)
800 - 830	17	23,28	6	8,22	20	27,4	43	58,9
831 - 860	3	4,10	3	4,1	7	9,61	13	17,81
861 - +	6	8,22	5	6,85	6	8,22	17	23,29
<b>Toplam</b>	<b>26</b>	<b>35,6</b>	<b>14</b>	<b>19,17</b>	<b>33</b>	<b>45,23</b>	<b>73</b>	<b>100</b>
$X^2 = 74,167$ S.D= 40 P=0,001 $H_0=Ret$								

**Çizelge 39.** Mısır satış yeri tercihi ile mısır satış fiyatı arasındaki Ki-Kare analiz tablosu

Mısır Satış Fiyatı (TL/Ton)	Satış Yerleri						TOPLAM	
	TMO		Diğer		Diğer+TMO			
	Frekan s	Oran (%)	Frekan s	Oran (%)	Frekan s	Oran (%)	Frekan s	Oran (%)
550-610	0	0,00	8	17,77	5	11,11	13	28,88
611-670	1	2,22	13	28,88	12	26,7	26	57,8
670-+	2	4,44	1	2,22	3	6,66	6	13,32
<b>Toplam</b>	<b>3</b>	<b>6,66</b>	<b>22</b>	<b>48,87</b>	<b>20</b>	<b>44,47</b>	<b>45</b>	<b>100,00</b>
$X^2 = 59,860$ S.D= 40 P=0,023 $H_0=Ret$								

İncelenen işletmelerde hububat satış yeri tercihi ile buğday ekilen arazi miktarı arasında bir ilişki olup olmadığı yapılan Ki-Kare testi ile bulunmuştur.  $H_0$ : satış yeri tercihi ile buğday ekilen alan arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ve  $H_1$ : satış yeri tercihi ile buğday ekilen alan arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır, şeklindedir. Yapılan Ki-Kare analizine göre hububat satış yeri tercihi ile buğday ekilen arazi miktarı arasındaki ilişki %95 güven sınırında önemli bulunmuştur. Bu sonuca göre hububat satış tercihi ile

buğday ekilen arazi miktarı arasında istatistiksel olarak bir ilişki bulunmaktadır. Çizelge de açıkça görüldüğü gibi buğday ekilen arazi miktarı arttıkça TMO'ya ürün satmayı tercih eden üreticilerin oranı azalmaktadır. Yapılan Ki-Kare tablosu Çizelge 40'da verilmiştir.

**Çizelge 40.** Buğday satış yeri tercihi ile buğday ekim alanı arasındaki Ki-Kare analiz tablosu

Buğday Arazi Miktarı (da)	Satış Yerleri						TOPLAM	
	TMO		Diğer		Diğer+TMO			
	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)
15-45	22	30,56	7	9,72	20	27,78	49	68,06
46-76	2	2,78	5	6,94	7	9,72	14	19,44
77+	1	1,39	2	2,78	6	8,33	9	12,50
<b>Toplam</b>	<b>25</b>	<b>34,72</b>	<b>14</b>	<b>19,44</b>	<b>33</b>	<b>45,83</b>	<b>72</b>	<b>100,00</b>
$X^2 = 92,375$ S.D=64 P=0,012 $H_0=Ret$								

İncelenen işletmelerde hububat satış yeri tercihi ile mısır ekilen arazi miktarı arasında bir ilişki olup olmadığı yapılan Ki-Kare testi ile bulunmuştur.  $H_0$ : satış yeri tercihi ile mısır ekilen alan arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ve  $H_1$ : satış yeri tercihi ile mısır ekilen alan arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır, şeklindedir. Yapılan Ki-Kare analizine göre hububat satış yeri tercihi ile mısır ekilen arazi miktarı arasındaki ilişki %95 güven sınırında önemli bulunmamıştır. Bu sonuca göre hububat satış tercihi ile mısır ekilen arazi miktarı arasında istatistiksel olarak bir ilişki bulunmamaktadır. Yapılan Ki-Kare tablosu Çizelge 41'de verilmiştir.

**Çizelge 41.** Mısır satış yeri tercihi ile mısır ekim alanı arasındaki Ki-Kare analiz tablosu

Mısır Arazi Miktarı (da)	Satış Yerleri						TOPLAM	
	TMO		Diğer		Diğer+TMO			
	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)	Frekans	Oran (%)
20-60	3	6,82	9	20,45	6	13,64	18	40,91
61 - 100	0	0,00	6	13,64	3	6,82	9	20,45
101 - +	0	0,00	7	15,91	10	22,73	17	38,64
<b>Toplam</b>	<b>3</b>	<b>6,82</b>	<b>22</b>	<b>50,00</b>	<b>19</b>	<b>43,18</b>	<b>44</b>	<b>100,00</b>
$X^2 = 74,996$ S.D=62 P=0,124 $H_0=Kabul$								

#### 10.4.2. Satış Zamanı

İncelenen işletmelerde hububat satışlarının hasat sonrası döneme yoğunlaştığı belirlenmiştir. Üreticilerin %90'ı hububatı hasat eder etmez satma eğilimi içerisinde. İşletme genişlik grupları arasında hububat satış zamanı açısından istatistiki olarak bir fark

olup olmadığı Ki-Kare bağımsızlık testi ile belirlenmiştir. Bununla ilgili kurulan hipotezler;  $H_0$ : Hububat satış zamanının işletme grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.  $H_1$ : Hububat satış zamanının işletme grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır. İşletme genişliği ile hububat satış zamanı bir birleriyle ters ortalı olarak bulunmuştur. İşletme genişlik gruplarına göre üreticilerin hububat satış zamanı Çizelge 42’de verilmiştir.

**Çizelge 42.** İşletme genişlik gruplarına göre hububat satış zamanı

İşletme Genişlik Grubu (da)	Evet, (hasat zamanı satıyorum)		Hayır, (hasattan belli bir süre sonra satıyorum)		Genel Toplam	
	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)
0 - 50	50	98.04	1	1.96	51	100
51 - 100	15	88.24	2	11.76	17	100
101 - +	16	72.73	6	27.27	22	100
<b>Toplam</b>	<b>81</b>	<b>90</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
$X^2 = 10,798$ S.D=2 P=0,005 $H_0=Ret$						

İşletme genişlik gruplarına göre hububat satış zamanı, 0-50 dekar işletme grubundaki üreticilerin %98,04’ü hasat zamanı, %1,96’sı hasattan sonra, 51-100 dekar işletme grubundaki üreticilerin %88,24’ü hasat zamanı, %11,76’sı hasattan sonra ve 101 dekar üzeri işletme grubundaki üreticilerin ise %72,23’ü hasat zamanı ve %27,27’si hasattan sonra ürünlerini sattıklarını belirtmişlerdir.

İncelenen işletmelerde ürünlerini hasat eder etmez satma eğilimi içerisinde olan üreticiler bu tutumun gerekçesini %72,64’ü nakit ihtiyacı, %2,83’ü fiyat düşme ihtimalinin olması ve %24,53’ü depolama problemi yüzünden ürünlerini hasattan hemen sonra sattıkları tespit edilmiştir. İşletme genişlik grupları arasında üreticilerin ürünlerini erken satma nedenleri açısından istatistiki olarak bir fark olup olmadığı Ki-Kare bağımsızlık testi ile belirlenmiştir. Bununla ilgili kurulan hipotezler;  $H_0$ : Üreticilerin ürünlerini erken satma nedenleri ile işletme grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.  $H_1$ : Üreticilerin ürünlerini erken satma nedenleri ile işletme grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır, şeklindedir. Üreticiler borçları nedeni ve depolama imkânının olmamasıyla ürün satışını zamana yaymak gibi bir olanaktan mahrumdurlar. İşletme genişlik gruplarına göre ürünleri erken satış nedenleri Çizelge 43’te verilmiştir.

**Çizelge 43.** Üreticilerin ürünlerini erken satma nedenleri (%)

Erken Satış Nedenleri	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Nakit ihtiyacı	73.44	75	68.18	72.64
Fiyatların düşme ihtimali	1.56	10	0	2.83
Depolama imkânının olmaması	25	15	31.82	24.53
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
$X^2 = 5,923$ S.D=4 P=0,205 $H_0$ =Kabul				

İşletme genişlik gruplarına göre 0-50 dekar işletme grubunda üreticilerin %73,44'ü nakit ihtiyacı, %1,56'sı fiyat düşme endişesi, %25'i depolama imkânının olmaması, 51-100 dekar işletme grubunda üreticilerin %75'i nakit ihtiyacı, %10'u fiyat düşme endişesi, %15'i depolama imkânının olmaması, 101 dekar ve üzeri işletme grubunda ise üreticilerin %68,18'i nakit ihtiyacı ve 31,82'i depolama imkânının olmaması nedeni ile ürünlerini hasattan hemen sonra sattıklarını belirtmişlerdir. Üreticilerin %9'u ise ürünlerini hasattan sonra bekletme eğilimi içerisinde oldukları belirlenmiştir. Bekletme eğilimi içerisinde olan üreticilerin ortak düşüncesi ürünü daha yüksek fiyattan satabilme beklentisidir.

İncelenen işletmelerin ürünlerini depolama koşulları araştırılmış olup, işletmelerin %70'unun depolama imkânının olmadığı belirlenmiştir. İşletme genişlik grupları arasında depolama imkânları açısından istatistiki olarak bir fark olup olmadığı Ki-Kare bağımsızlık testi ile belirlenmiştir. Bununla ilgili kurulan hipotezler;  $H_0$ : depolama imkânları açısından işletme grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur.  $H_1$ : depolama imkânları açısından işletme grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır, şeklindedir. Depolama imkânının olmaması üreticilerin ürünlerini fiyatlar yükseldiği zaman satma olanağını ortadan kaldırmaktadır. İşletme genişlik gruplarına göre depolama koşulları Çizelge 44'de verilmiştir.

**Çizelge 44.** İşletmelerin depolama imkânları

İşletme Genişlik Grubu (da)	Evet (depolama imkânım var)		Hayır (depolama imkânım yok)		Genel Toplam	
	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)
0-50	4	7.85	47	92.15	51	100
51 - 100	10	52.82	7	47.18	17	100
101 - +	13	59.1	90	40.9	22	100
<b>Toplam</b>	<b>27</b>	<b>30</b>	<b>63</b>	<b>70</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
$X^2 = 27,514$ S.D=2 P=0,000 $H_0$ =Ret						

İşletme genişlik gruplarına göre 0-50 dekar grubundaki işletmelerin % 7,85'inin, 51-100 dekar işletme grubunda işletmelerin %52,82'sinin, 101 dekar ve üzeri işletme grubunda ise işletmelerin %59,10'unun depolama imkânlarının olduğu tespit edilmiştir. Depolama imkânı işletme genişlik grubuyla doğru orantılı olarak bulunmuştur. İncelenen işletmelerin %28,88'inde açıkta depolama yapılmaktadır. Açıkta depolama yapan üreticilerin ürününde ortalama %1,6 ürün kaybı olduğu tespit edilmiştir.

#### 10.4.3. TMO'nun Alım Politikasının Değişmesi Karşısında Üretici Düşünceleri

Türkiye AB uyum çalışmaları kapsamında, hububat alım dönemi konusunda bazı değişiklikler yapılabilir. AB ile uyum sağlanması amacıyla TMO tarafından hububat alımı 1 Kasım-31 Mayıs tarihleri arasında yapılması işletmecilerin üretim kararını nasıl etkileyeceği araştırılmıştır. AB'ye uyum çalışmaları kapsamında alım döneminin değişmesi durumunda, işlemcilerin %63,33'ünün üretim kararını etkileyeceğini, %15,55'i etkilemeyeceğini ve %21,12'sinin üretim kararında bir değişiklik olmayacağı tespit edilmiştir. İşletme genişlik grupları ile alım döneminin değişmesinden üreticilerin etkilenme durumları arasında istatistiki anlamda bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-Kare testi yapılmıştır. Buna ilgili kurulan hipotezler;  $H_0$ : İşletme genişlik grupları ile alım döneminin değişmesinden üreticilerin etkilenme durumları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ve  $H_1$ : İşletme genişlik grupları ile alım döneminin değişmesinden üreticilerin etkilenme durumları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır, şeklindedir. AB'ye uyum çalışmaları kapsamında alım döneminin değişmesi durumunda üretim kararlarını nasıl etkileyeceği Çizelge 45'te verilmiştir.

**Çizelge 45.** Üreticilerin alım döneminin değişmesi karşısındaki etkilenme durumları

İşletme Genişlik Grubu (da)	Evet		Hayır		Fark Etmez		Genel Toplam	
	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)
0 - 50	24	47,05	12	23,53	15	29,42	51	100
51 - 100	15	88,26	0	0	2	11,74	17	100
101 - +	18	81,82	2	9,09	2	9,09	22	100
<b>Toplam</b>	<b>57</b>	<b>63,33</b>	<b>14</b>	<b>15,55</b>	<b>19</b>	<b>21,12</b>	<b>90</b>	<b>100</b>
$X^2 = 14,843$ S.D=6 P=0,022 $H_0=Ret$								

İşletme genişlik gruplarına göre, 0-50 dekar işletme grubunda işletmelerin %47,05'i üretim kararını etkileyeceğini, %23,53'ü değişmeyeceğini, %29,42'si herhangi bir değişiklik



olmayacağını, 51-100 dekar işletme grubunda işletmelerin %88,26'sı üretim kararını etkileyeceğini, %11,74'ü herhangi bir değişiklik olmayacağını, 101 dekar ve üzeri işletme grubunda ise işletmelerin %81,82'si üretim kararını etkileyeceğini, %9,09'u etkilemeyeceğini ve %9,09'u da herhangi bir değişiklik olmayacağını belirtmişlerdir.

AB uyum çalışmaları kapsamında TMO'nun hububat alım döneminin değişmesi durumunda, üreticiler açısından hububat piyasasında ne gibi değişiklikler meydana geleceği araştırılmıştır. Buna göre işletmelerin, %24,35'i ürünlerini stoklayıp fiyatlar yükseldiği zaman satma şanslarının olacağını, %51,30'u ürün garanti satış aralığının artacağını ve %24,35'i de piyasada TMO'nun ağırlığı sayesinde aracı kuruluşların ürünlerine istediği fiyatı veremeyeceklerini belirtmişlerdir. İşletme genişlik gruplarına göre üreticiler açısından ne gibi değişiklikler meydana geleceği Çizelge 46'da verilmiştir.

İşletme genişlik gruplarına göre, 0-50 dekar işletme grubundaki işletmelerin %3,70'i stoklayıp fiyatlar yükseldiği zaman ürünlerini satma şansları olacağını, %59,26'sı ürünün satış garanti aralığının artacağını ve %37,04'u piyasada TMO sayesinde aracı kuruluşların ürünlerine istedikleri fiyatı veremeyeceklerini belirtmişlerdir.

**Çizelge 46.** Alım dönemi değişikliğinin hububat piyasasına etkisi (%)

Üreticilerin Düşüncesi	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Stoklayıp ürünü bekletme şansı	3,70	30,43	39,29	24,35
Ürünün satış garanti aralığı artar	59,26	47,83	46,43	51,30
Aracı kuruluşların etkinliği azalır (TMO sayesinde)	37,04	21,74	14,28	24,35
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
$X^2 = 11,169$ S.D=4 P=0,025 $H_0=Ret$				

51-100 dekar işletme grubundaki işletmelerin %30,43'ü ürünlerini stoklayıp fiyatlar yükseldiği zaman satma şanslarının olacağını, %47,83'ü ürünün satış garanti aralığının artacağını ve 21,74'ü piyasada TMO'nun ağırlığı sayesinde aracı kuruluşların ürünlerine istediği fiyatı veremeyeceklerini belirtmişlerdir. 101 dekar ve üzeri işletme grubunda işletmelerin %39,29'u stoklayıp fiyatlar yükseldiği zaman satma şanslarının olacağını, %46,43'ü ürünün satış garanti aralığının artacağını ve %14,28'inin piyasada TMO sayesinde tüccarların istediği fiyatı veremeyeceklerini belirtmişlerdir. İşletme genişlik grubuyla

‘ürünleri stoklayıp fiyatları satma şansı düşüncesi’ ile doğru orantılı, ‘ürün satış garanti aralığı artar’ ve ‘aracı kuruluşların ürünlerine istediği fiyatı veremeyecekleri düşüncesi’ ile de ters orantılıdır.

İncelenen işletmelerde hububat alımını gerçekleştirmesi gereken kurumun hangisi olması gerektiği araştırılmıştır. Buna göre işletmelerin %67,04’ü TMO’nun, %30,76’sı ticaret borsalarının ve %2,02’si de aracı kuruluşların alım yapması gerektiğini belirtmişlerdir. Beklendiği gibi üreticilerin büyük bir çoğunluğu hububat alımının devlet tarafından yapılması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu da devlete olan güvenden kaynaklanmaktadır. İşletme genişlik gruplarına göre, işletmelerin hububat alımının hangi kuruluşça gerçekleşmesi gerektiği Çizelge 47’de verilmiştir.

İşletme genişlik gruplarına göre, 0-50 dekar işletme grubundaki işletmelerin %78,82’si TMO’nun, %17,30’u ticaret borsalarının, %3,85’i aracı kuruluşların, 51-100 dekar işletme grubunda işletmelerin %47,05’i TMO’nun, %52,95’i ticaret borsalarının, 101 dekar ve üzeri işletme grubunda ise işletmelerin %54,55’i TMO’nun ve %45,45’i ticaret borsalarının alım yapması gerektiğini belirtmişlerdir.

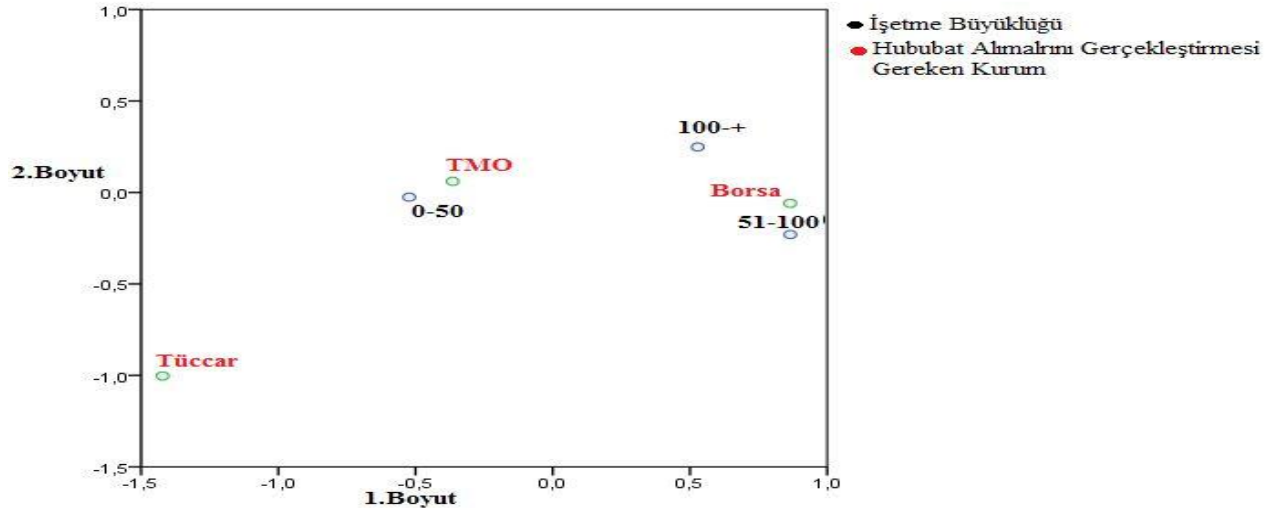
**Çizelge 47.** Üreticilere göre hububat alımını gerçekleştirmesi gereken kuruluş (%)

Kuruluş	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
TMO	78,85	47,05	54,55	67,04
Ticaret Borsaları	17,30	52,95	45,45	30,76
Aracı kuruluşlar	3,85	0,00	0,00	2,20
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Görsel İlişki Analizi yapılarak işletme büyüklükleri ile hububat alımlarını gerçekleştirmesi gereken kuruluşla ilgili üretici düşünceleri arasındaki ilişki incelenmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletme grubuna göre TMO, 51-100 ve 101 da ve üzeri işletme gruplarına göre ise hububat alımlarının borsada yapılması gerektiği görsel ilişki analizi grafiğinden görülmektedir. 101 da ve üzeri işletmelerin hububat alımını gerçekleştirmesi gereken kuruluş olarak ticaret borsalarının yapması gerektiği düşüncesi ile hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluşlarla ilgili düşünceleri bir birine paralel çıkmıştır.

**Çizelge 48.** Hububat alımını gerçekleştirmesi gereken kuruluşa ait Görsel İlişki Analizi

Boyutlar	Tekil Değer	Eylemsizlik (Inertia)	Ki-Kare	Anlamlılık	Eylemsizliğin Oranı	
					Hesaplanan	Kümülatif
1	0,368	0,135			0,995	0,995
2	0,025	0,001			0,005	1,000
<b>Toplam</b>		<b>0,136</b>	<b>12,514</b>	<b>0,014</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>



**Grafik 5.** Hububat alımını gerçekleştirmesi gereken kuruluşa ait Görsel İlişki Analizi

AB'ye uyum çalışmaları kapsamında 2011 yılından itibaren TMO proteine dayalı alım sistemine geçmiştir. Bu yeni alım sisteminde hububat ürünlerinde kalite kriterleri olan protein, hektolitre, rutubet, yaş gluten vb. değerler tespit edilmekte ve ürün fiyatı fiziksel analizlerle birlikte bu şekilde oluşmaktadır. 2011 yılında başlayan kaliteye dayalı alım sistemi üreticiler açısından araştırılmıştır. Buna göre; kaliteye dayalı alım sistemi üreticilerin %81,10'unu etkilemiş ve %18,90'm da herhangi bir etki yapmamıştır. İşletme genişlik gruplarına göre kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme durumu Çizelge 49'da verilmiştir.

**Çizelge 49.** İşletmelerin kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme durumları

İşletme Genişlik Grubu (da)	Evet		Hayır		Toplam	
	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)
0 - 50	41	80,40	10	19,60	51	100,00
51 - 100	14	82,35	3	17,65	17	100,00
101 - +	18	81,80	4	18,20	22	100,00
<b>Toplam</b>	<b>73</b>	<b>81,10</b>	<b>17</b>	<b>18,90</b>	<b>90</b>	<b>100,00</b>

Kaliteye dayalı üretim sisteminin işletmeler üzerinde nasıl bir etki yaptığı araştırılmıştır. İşletmelerin %44,87'si asgari protein sınırına uyma zorunluluğunun kendilerini aracı kuruluşlara mahkûm ettiğini, %32,05'i proteinin yüksek olmasının ürün fiyatını da yükselttiğini ve %23,08'i bilinçli üretim alışkanlığına teşvik ettiğini düşünmektedir. İşletme genişliği 'asgari protein sınırına uyma zorunluluğunun' kendilerini aracı kuruluşlara mahkûm ettiği düşüncesi ile ters 'proteinin yüksek olması fiyatı da yükseltiyor' ve 'bilinçli üretim alışkanlığına teşvik' düşüncesi ile doğru orantılıdır. İşletme genişlik gruplarına göre kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme durumu Çizelge 50'de verilmiştir.

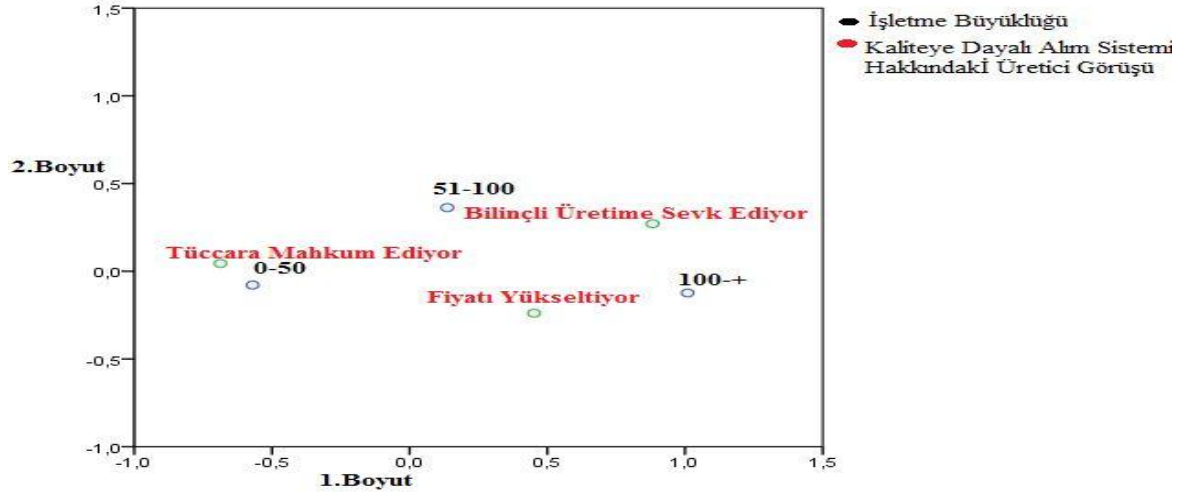
**Çizelge 50.** İşletmelerin kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme biçimleri (%)

Etkileme Biçimi	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Asgari protein sınırına uyma zorunluluğu	65,85	31,25	14,30	44,87
Proteinin yüksek / yüksek gelir	24,40	31,25	47,60	32,05
Bilinçli üretim alışkanlığı	9,75	37,50	38,10	23,08
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Görsel İlişki Analizi yapılarak işletme büyüklükleri ile kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme biçimleri arasındaki ilişki incelenmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletme grubuna göre kaliteye dayalı alım sistemi kendilerini aracılar mahkûm ettiğini, 51-100 da işletme grubuna göre daha çok kazanç için bilinçli üretime sevk ettiğini ve 101 da ve üzeri işletme gruplarına göre ise proteinin yüksek olması fiyatı yükselttiği düşüncesi görsel ilişki analizi grafiğinden görülmektedir.

**Çizelge 51.** Kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme biçimlerine ait Görsel İlişki Analizi

Boyutlar	Tekil Değer	Eylemsizlik (Inertia)	Ki-Kare	Anlamlılık	Eylemsizliğin Oranı	
					Hesaplanan	Kümülatif
1	0,449	0,202			0,994	0,994
2	0,034	0,001			0,006	1,000
<b>Toplam</b>		<b>0,203</b>	<b>15,819</b>	<b>0,003</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>



**Grafik 6.** Kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme biçimlerine ait Görsel İlişki Analizi

İşletme genişlik gruplarına göre üreticilerin, alım sisteminin değişmesi ve TMO'nun alımlara son vermesi karşısında tutumlarının ne olacağı araştırılmıştır. İşletmelerin %27,37'si hububat üretiminden vazgeçebileceğini, %33,01'i tüccara satacağını ve %39,62'si de borsada satacağını belirtmişlerdir. TMO'nun alımlara son vermesi durumundaki üretici tutumları Çizelge 52'de verilmiştir.

**Çizelge 52.** TMO'nun alımlara son vermesi karşısındaki üretici tutumu (%)

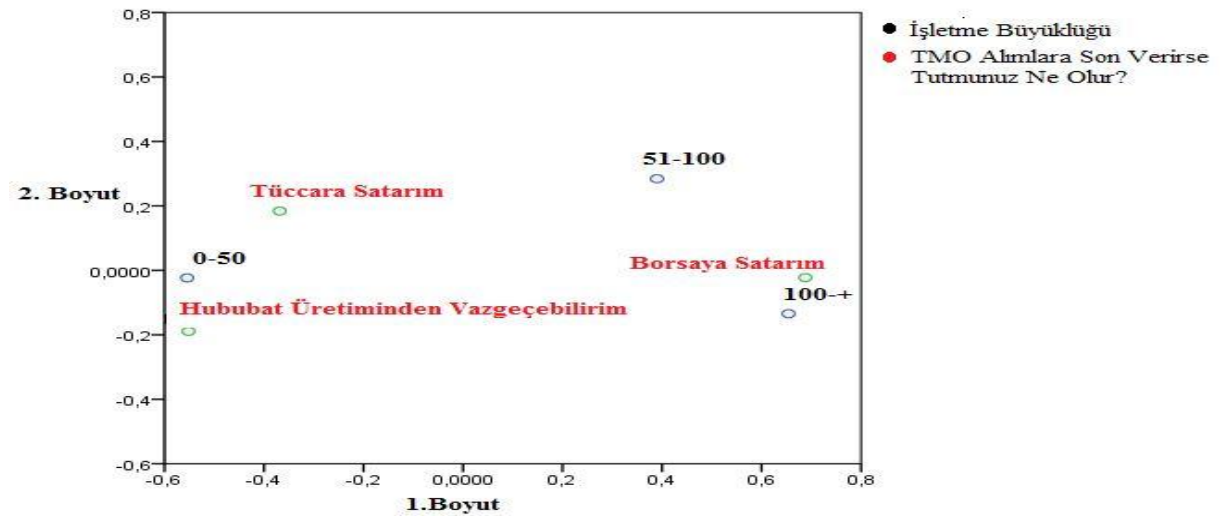
Üretici Tutum ve Davranışı	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Tüccara Satarım	39,62	30,00	24,24	33,01
Borsada Satarım	24,52	50,00	57,57	39,62
Hububat üretiminden Vazgeçebilirim	35,86	20,00	18,19	27,37
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

İşletme genişlik gruplarına göre, 0-50 dekar işletme grubundaki işletmelerin %24,52'si ürünlerini borsaya satacağını, %35,86'sının hububat üretiminden vazgeçebileceğini ve %39,62'si tüccara satacağını, 51-100 dekar işletme grubundaki işletmelerin %20'si hububat üretiminden vazgeçebileceğini, %30'u tüccara satacağını ve 101 dekar ve üzeri işletme grubundaki işletmelerin %18,19'u hububat üretiminden vazgeçebileceği, %24,24'ü tüccara satacağı ve %57,57'si borsaya satacağını belirtmişlerdir. İşletme genişliği hububat üretiminden vazgeçme ve tüccara satma tutumu ile ters orantılı borsada satma tutumu ile doğru orantılıdır.

Görsel İlişki Analizi yapılarak işletme büyüklükleri ile TMO'nun alımlara son vermesi karşısındaki üretici tutumları arasındaki ilişki incelenmiştir. 0-50 dekar genişliğindeki işletme grubunun hububat üretiminden vazgeçebileceği, 51-100 dekar genişliğindeki işletme grubunun tüccar veya borsaya satacağı ve 101 dekar ve üzeri genişliğindeki işletme grubunun ise borsaya satacağı görsel ilişki analizi grafiğinden görülmektedir

**Çizelge 53.** TMO'nun alımlara son vermesi karşısındaki üretici tutumlarına ait Görsel İlişki Analizi

Boyutlar	Tekil Değer	Eylemsizlik (Inertia)	Ki-Kare	Anlamlılık	Eylemsizliğin Oranı	
					Hesaplanan	Kümülatif
1	0,316	0,100			0,996	0,996
2	0,021	0,000			0,004	1,000
<b>Toplam</b>		<b>0,100</b>	<b>10,609</b>	<b>0,031</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>



**Grafik 7.** TMO'nun alımlara son vermesi karşısındaki üretici tutumlarına ait Görsel İlişki Analizi

#### 10.4.4. TMO'nun Emanet Alım Uygulamaları İle İlgili Üretici Görüşleri

TMO 1993 yılından itibaren 2699 sayılı Umumi Mağazacılık Kanunu hükümleri ve Ana Statüsünün 5. Maddesi gereğince makbuz senedi düzenleyerek emanet alımı yapmaktadır. Bu uygulama ile yeterli depolama imkânı olmayan üretici ve tüccar ve sanayicilere depolama imkânı sağlayarak, ürünlerini hasat dönemi dışında pazarlama fırsatı sunmaktadır. Ayrıca makbuz senedi karşılığı finans sağlanmasına da imkân tanımaktadır. TMO tüm hububat ürünlerinde emanet alım uygulaması ile emanet alımları teşvik ederek, ürün arzının hasat

dönemi dışına ötelenmesini, ürünü daha yüksek fiyattan pazarlanmasını ve lisanslı depoculuğu geliştirmesine öncülük etmeyi amaçlamaktadır. TMO tarafından Umumi Mağazacılık faaliyetleri kapsamında çıkarılan makbuz senetleri, gerek TMO'nun gerekse diğer piyasa aktörlerinin piyasalarda kredi temin etmesinde son derece yararlı bir finansal enstrüman niteliği kazanmıştır (Arısoy, 2011).

İncelenen işletmelerde TMO'nun uyguladığı makbuz senedi düzenleyerek emanet alım uygulamasından haberdar olan üreticilerin oranı %43,35 olarak bulunmuştur. Bu uygulamadan haberdar olan üreticilerin, uygulama konusundaki düşünceleri olumludur. Bu uygulamanın borcu olmayan ve stok yapabilecek durumda olan büyük üreticiler, tüccarlar ve sanayiciler için uygulanabilir konusunda düşünce birliği mevcuttur. İşletme genişlik grubu ile emanet alım uygulamasından haberdar olma durumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olup olmadığı Ki-Kare bağımsızlık testi ile tespit edilmiştir. Buna göre;  $H_0$ : İşletme genişlik grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ve  $H_1$ : İşletme genişlik grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır, şeklinde hipotez kurulmuştur.. İşletme genişlik gruplarına göre emanet alım uygulaması ile ilgili haberdar olma durumları Çizelge 54'te verilmiştir.

**Çizelge 54.** İşletmelerin emanet alım uygulamasından haberdar olma durumları

İşletme Geni Grubu (da)	Evet, (emanet alım sisteminden haberim var)		Hayır, (emanet alım sisteminden haberim yok)		Toplam	
	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)	Frekans (adet)	Oran (%)
0 - 50	9	17,65	42	82,35	51	100,00
51 - 100	11	64,70	6	35,30	17	100,00
101 - +	19	86,35	3	13,65	22	100,00
<b>Toplam</b>	<b>39</b>	<b>43,35</b>	<b>51</b>	<b>56,65</b>	<b>90</b>	<b>100,00</b>
$X^2 = 33,435$ S.D=2 P=0,000 $H_0=Ret$						

İşletme genişlik gruplarına göre, 0-50 dekar işletme grubundaki işletmelerin %17,65'i, 51-100 dekar işletme grubundaki işletmelerin %64,70'i ve 101 dekar ve üzeri işletme grubundaki işletmelerin ise %86,35'inin makbuz senedi düzenleyerek emanet alım uygulamasından haberdar oldukları tespit edilmiştir.

#### 10.4.5. TMO'nun Uygulamaları İle İlgili Üretici Şikâyetleri

İncelenen işletmelerde üreticilerin büyük çoğunluğu TMO'nun hububat fiyatlarını açıklama ve hububat alımlarını gerçekleştirmekle yetkili olmasından yanadır. Buna rağmen üreticilerin %76,65'i, bazı konularda TMO uygulamalarından şikâyetçi oldukları tespit edilmiştir. Buna göre şikâyeti olan işletmelerin %72,2'si ödemelerdeki gecikmeden, %14,85'i ürün satışındaki bürokratik engellerden ve %12,69'u ürünün kalitesine göre fiyatlandırmasından şikâyetçi oldukları belirlenmiştir. İşletme genişlik gruplarına göre TMO ile ilgili şikâyet durumları Çizelge 55'te verilmiştir.

**Çizelge.55.** Üreticilerinin TMO'dan şikâyetçi olma durumları (%)

Şikâyet Nedeni	İşletme Genişlik Grubu			Genel Ortalama
	0- 50	51 - 100	101 - +	
Ödemelerde gecikme	66,65	73,68	78,26	72,46
Ürün satışındaki bürokratik engeller	5,90	21,05	17,40	14,85
Ürün kalitesine göre fiyat indirimine gidilmemeli	27,45	5,27	4,34	12,69
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

İşletme genişlik gruplarına göre, 0-50 dekar işletme grubundaki işletmelerin %66,65'i ödemelerdeki gecikmeden, %5,90'u ürün satışındaki bürokratik engellerden ve %27,45'i ürün kalitesine göre fiyat indirimine gidilmesinden şikâyetçi olduklarını belirtmişlerdir. 51-100 dekar işletme grubundaki işletmelerin %73,68'i ödemelerdeki gecikmeden, %21,05'i ürün satışındaki bürokratik engellerden ve %5,27'si ürün kalitesine göre fiyat indirimine gidilmesinden şikâyetçi olduklarını belirtmişlerdir. 101 dekar ve üzeri işletme gruplarında ise işletmelerin 78,26'sı ödemelerdeki gecikmeden, %17,40'ı ürün satışındaki bürokratik engellerden ve 4,34'ü ürün kalitesine göre fiyat indirimine gidilmesinden şikâyetçi olduklarını belirtmişlerdir. İşletme genişliği 'ödemelerde gecikme' ile doğru 'ürün kalitesine göre indirime gidilmemeli' ile de ters orantılıdır.

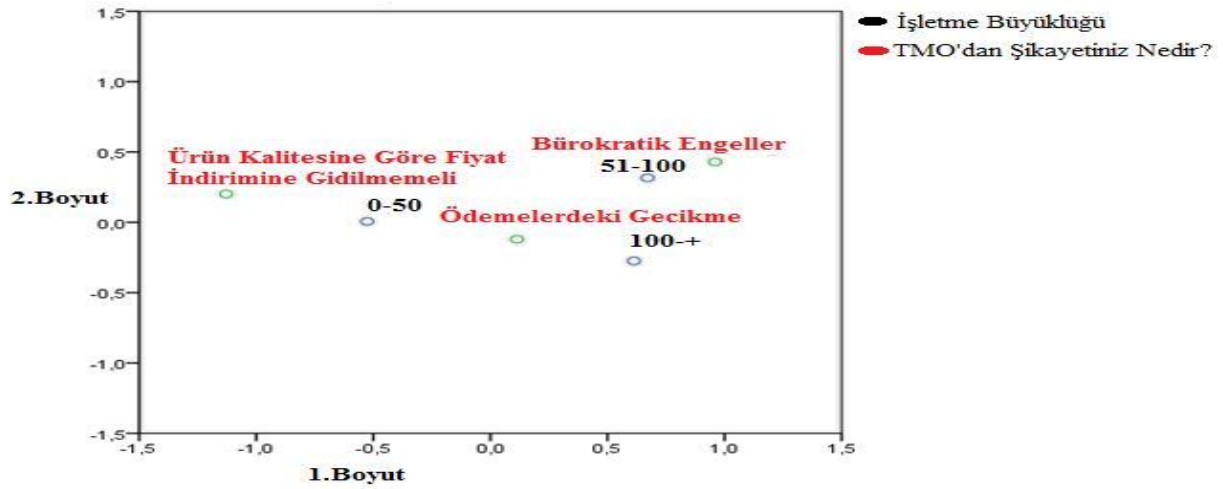
Görsel İlişki Analizi yapılarak işletme büyüklükleri üreticilerin TMO ile ilgili şikâyetlerinin ne olduğu arasındaki ilişki incelenmiştir. 0-50 dekar genişliğindeki işletme grubunun kaliteye göre fiyat indirimine gidilmemesi ve ödemelerdeki gecikmeden, 51-100 dekar genişliğindeki işletme grubunun bürokratik engellerden ve 101 dekar ve üzeri



genişliğindeki işletme grubunun ise ödemelerdeki gecikmelerden şikâyetçi olduğu görsel ilişki analizi grafiğinden görülmektedir

**Çizelge 56.** Üreticilerinin TMO'dan şikâyetçi olma durumlarına ait Görsel İlişki Analizi

Boyutlar	Tekil Değer	Eylemsizlik (Inertia)	Ki-Kare	Anlamlılık	Eylemsizliğin Oranı	
					Hesaplanan	Kümülatif
1	0,337	0,114			0,987	0,987
2	0,039	0,002			0,013	1,000
<b>Toplam</b>		<b>0,115</b>	<b>10,715</b>	<b>0,030</b>	<b>1,000</b>	<b>1,000</b>



**Grafik 8.** Üreticilerinin TMO'dan şikâyetçi olma durumlarına ait Görsel İlişki Analizi

### 10.5. Üreticilerin TMO İle İlgili Tutum ve Davranışları

Hububat üreticilerinin TMO ile ilgili tutum ve davranışlarının belirlenmesi için, 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. 5'li likert ölçeğinde dereceleme biçimi, kesinlikle katılıyorum(5), katılıyorum (4), kararsızım (3), katılmıyorum (2) ve kesinlikle katılmıyorum (1) şeklindedir. İncelenen işletmelerde hububat üreticilerinin tamamı, hububat fiyatlarının devlet tarafından desteklenmesi gerektiğine inanmakta (4,58/5) ve yine üreticilerin tamamına yakını TMO'nun destekleme alım fiyatını ekimden önce belirlemesinin daha uygun olacağını vurgulamaktadırlar (4,86/5). Üreticilerin randevulu alım sisteminden memnun oldukları (4/5) ancak ödeme şekline memnun olmadıkları (1,52/5) tespit edilmiştir. Üreticilerin TMO'nun özelleştirilmesine katılmamaktadırlar (2,15/5). Kaliteye dayalı alım sisteminin üretim kararını etkilediği (3,62/5) ve alım döneminin Mayıs-Kasım olarak değişmesinin üretim kararını etkileyeceğini düşünmektedirler (3,62/5). TMO'nun bir yıl önceki destekleme alım fiyatının üretici kararlarını etkileme konusunda kararsız oldukları (2,95/5), üreticilerin TMO'nun alım

sisteminden (3,37/5) ve TMO'dan aldığı hizmet konusunda memnuniyetleri konusunda kararsız oldukları (3,30/5) tespit edilmiştir. Üreticilerin TMO'ya karşı tutumlarının işletme genişlik grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı çoklu karşılaştırma tekniklerinden olan Duncan testinden yararlanılmıştır.  $H_0$ : Üreticilerin TMO'ya karşı olan tutumlarında işletme genişlik grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ve  $H_1$ : Üreticilerin TMO'ya karşı olan tutumlarında işletme genişlik grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır, şeklindedir. Buna göre yapılan Duncan testi sonuçlarına göre; TMO'nun bir yıl önceden hububat alım fiyatlarını açıklaması üreticilerin üretim kararlarını olumlu yönde değiştirecek olup sonuçlar istatistiki olarak ta önemli çıkmıştır ( $p<0,01$ ). Yine üreticilerin ofisin randevulu alım sisteminden memnun oldukları istatistiki olarak ta önemli bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Ofisin hububat alım tarihlerini Nisan-Ağustos olarak değiştirmesi durumunda üreticilerin üretim kararlarında önemli değişiklik olmaktadır ( $p<0,05$ ). Üreticilerin TMO ile ilgili davranış değişiklikleri test sonuçları çizelge 57'de verilmiştir.

**Çizelge 57. Üreticilerin TMO 'ile ilgili tutumları**

<b>Sorular</b>	<b>0 - 50</b>	<b>51 - 100</b>	<b>101 - +</b>	<b>İşletmeler Ortalaması</b>	<b>F Değerleri</b>
1-Devlet Hububat Desteklemesine Devam Etmeli	4,65	4,35	4,60	4,58	1,284
2-TMO'nun Bir Yıl Önceki Fiyatı Üretim Kararımı Etkiledi	2,33 a	3,70 b	3,82 b	2,95	21,112**
3-TMO Destekleme Alım Fiyatını Alımdan Önce Belirlemeli	4,86	4,76	4,95	4,86	0,685
4-Kaliteye Dayalı Alım Sistemi Üretim Kararımı Etkiledi	3,52	4,17	3,41	3,62	1,49
5-Randevulu Alım Sisteminden Memnunum	3,90 a	3,71 a	4,45 b	4,00	4,457*
6-TMO'nun Alım Sisteminden Memnunum	3,28	3,24	3,68	3,37	2,261
7-TMO'nun Ödeme Şeklinden Memnunum	1,54	1,32	1,63	1,52	0,616
8-Alım Tarihi Nisan-Ağustos Olması Üretim Kararımı Etkiler	3,34 a	4,17 ab	3,86 b	3,62	4,400*
9-Genellikle Aldığım Hizmetten Memnunum	3,24	3,12	3,56	3,30	2,307
10- TMO Özelleşmelidir	2,15	2,29	2,05	2,15	0,890
5- Kesinlikle Katılıyorum					
4- Katılıyorum					
3- Kararsızım					
2- Katılmıyorum					
1- Kesinlikle Katılmıyorum					

\* %95 Güven Sınırında Önemli (p<0,05)

\*\* %99 Güven Sınırında Önemli (p<0,01)

## 11. SONUÇ VE ÖNERİLER

### 11.1. Sonuç

Bu çalışma TMO'nun Konya ili Çumra ilçesinde Hububat (buğday, arpa ve mısır) üretimi yapan üreticilerin, üretim kararları üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla yapılmıştır.

Araştırma bölgesinde 3 ayrı işletme genişlik grubunda toplam 90 işletme ile gönüllük esasına bağlı olarak anket yapılmıştır. İşletmelerde ortalama arazi genişliği 77,91 da, ortalama parsel sayısı 2,53 ve ortalama parsel genişliği 30,79 da bulunmuştur. İşletmelerde nüfus 4,38'dir.

İncelenen işletme arazilerinin %95,79'unda sulu tarım, %4,21'inde kuru tarım yapılırken nadasa arazi bırakılmadığı tespit edilmiştir.

İncelenen işletme arazilerinde ortalama buğday ekim alanı %38,81, arpa ekim alanı %8,8 ve mısır ekim alanı %52,51 olarak belirlenmiştir. İşletme genişliği arttıkça buğday ve arpa ekim alanlarında azalma meydana gelirken mısır ekim alanlarının arttığı tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak mısırın buğday ve arpaya göre daha az uğraş gerektirmesine karşılık verimin ve birim alandan elde edilen gelirin yüksek olmasıdır.

İşletmelerin %86,66'sı sertifikalı tohum kullanırken %13,34'ü sertifikalı tohum kullanmamaktadır. Sertifikalı tohum kullananların ise sertifikalı tohum kullanma sıklığı ortalama 2,2 yıldır. Sertifikalı tohum kullanım sıklığı işletme genişlik grubu ile ters orantılıdır. İşletmelerin % 53,53'ü tohum ihtiyacını tohum bayilerinden, %28,28'i TİGEM'den ve %18,19'u TKK'dan karşılamaktadır.

İncelenen işletmelerde, sulu tarım yapan işletmelerde ortalama buğday verimi 443,99 kg/da, arpa verimi 324,62 kg/da ve mısır verimi 1.159,44 kg/da, kuru tarım yapan işletmelerde ise ortalama buğday verimi 310 kg/da ve arpa verimi de 306,06 kg/da olarak tespit edilmiştir. İşletme genişlik grubu arttıkça buğday ve arpa verimi düşerken mısırdaki ise aksi bir durumun söz konusu olduğu belirlenmiştir.

İncelenen işletmelerde bitkisel üretim değeri ürün bazında incelenmiş, dekara üretim değeri 576,710 TL ile mısır ilk sırayı almaktadır. Bunu sırasıyla 144,56 TL ile buğday ve 18,77 TL ile arpa takip etmektedir.

Hububat yetiştiren tarım işletmelerinde değişen masraflar ortalaması 25.487 TL'dir. Değişen masraflar içerisinde %25,49 ile su bedeli ilk sırayı yer almaktadır. Bunu sırasıyla %22,94 ile gübre ve %21,82 ile tohum masrafı takip etmektedir. Değişen masrafların %70,35'ini su, gübre ve tohum masrafları oluşturmaktadır.

İşletme genişlik gruplarına göre, işletmelerin üretim planlaması yaparken hangi kriterlere göre yaptıkları araştırılmış ve işletmelerin %46,47'sinin bir üretim planı olmaksızın eski alışkanlıklar doğrultusunda hareket ettikleri tespit edilmiştir. İşletmelerin %37,37'si piyasa fiyatına göre ve %16,16'sı da TMO yeni yıl fiyat açıklamalarına göre üretim planlaması yaptıkları ve bu doğrultuda hareket ettikleri belirlenmiştir. Üreticileri, TMO'nun yeni yıl fiyat açıklamalarına göre üretim planlaması yapma eğilimleri işletme genişliği arttıkça yükseldiği görülmüştür.

İşletme genişlik gruplarına göre, üreticilerin tarımsal üretim faaliyetleri ile ilgili karar almada yararlandıkları bilgi kaynakları araştırılmıştır. İşletmecilerin %66,41'i kendi kararları doğrultusunda hareket ederken, %17,93'u diğer üretici görüşlerinden, %7,46'sı üyesi olduğu kooperatif veya üretici birliğinden, %3,73'ü gıda tarım ve ilçe müdürlüğünden, %3,73'ü ziraat odalarından ve %0,74'ü TMO'dan aldıkları bilgiler doğrultusunda hareket ettikleri belirlenmiştir.

İşletme genişlik gruplarına göre, üreticilerin neden hububat üretimi yaptıkları incelenmiştir. Üreticilerin %54,88'i satış sorunu olmadığı, %27,06'sı yüksek gelir, %12,80'i fazla uğraş gerektirmediği, %5,26'sı da arazisinin başka ürün yetiştirmeye uygun olmadığı için hububat tarımı yaptıkları belirlenmiştir.

Türkiye'de önümüzdeki yıllarda herhangi bir sebeple hububat fiyatları düşecek olursa, üreticilerin bu durum karşısındaki tutum ve davranışlarının ne olacağı araştırılmıştır. Üreticilerin %45,36'sının tüccarların insafına kalacağını düşünürken, %38,14'ünün satış garantisi olmayacağı için başka ürün yetiştireceğini belirtirken ve %16,50'sinin durumlarında herhangi bir değişiklik olmayacağı tespit edilmiştir.

Hububat fiyatlarını hangi kuruluş belirlemeli konusundaki üretici görüşleri araştırılmıştır. Üreticilerin %65,65'i TMO, %16,51'i piyasada, %11,66'sı ticaret borsaları ve %6,18'i tüccarların hububat fiyatlarını belirlemede tekili olması gerektiği düşüncesinde oldukları tespit edilmiştir.

Devletin hububat fiyatları piyasada üreticiler lehine olduğu zaman, fiyat açıklamadığı dönemlerde üretici davranışları araştırılmıştır. Üreticilerin %53,53'ünün tüccara satacağı, %43,30'unun borsada satacağı ve %3,35'inin stok yapacağı tespit edilmiştir.

İşletmelerin ürün satışı ile ilgili davranışları incelenmiş olup, üreticiler ürünlerinin büyük bir kısmını hasattan hemen sonra sattıkları ve birinci parti ürün satışlarında tüccar tercih edilirken ikinci parti ürün satışlarında ise TMO'nun tercih edildiği tespit edilmiştir. Araştırma bölgesinde tüccar faaliyetinin oldukça yoğun olduğu ve fiyat avantajı olmasına rağmen nakliye ücretinin ek bir masraf oluşturmasından dolayı borsanın pek tercih edilmediği tespit edilmiştir.

İncelenen işletmelerde üreticilerin %90'ı ürünlerini hasattan hemen sonra satma eğiliminde oldukları belirlenmiştir. Hasattan hemen sonra ürünlerini satma eğilimi içerisinde olanların %72,64'ü nakit paraya olan ihtiyaçlarından, %24,53'ü depolama imkânının olmadığından ve %2,83'ü ilerde fiyatların düşme ihtimali nedeniyle ürünlerini hemen sattıkları tespit edilmiştir.

İşletmelerin %30'unun depolama imkânı olduğu, depolama imkânı olan işletmelerin %28,88'inin açıkta depolama yaptığı ve açıkta depolama yapan işletmelerde ortalama %1,6 kıymet kaybı meydana geldiği tespit edilmiştir.

AB'ye uyum çalışmaları kapsamında, TMO 2011 yılından itibaren kaliteye dayalı alım sistemine geçmiştir. Araştırma bölgesinde yeni alım sistemi üreticilerin %81,10'unu etkilemiştir. Bu etkinin nasıl olduğu araştırılmış ve üreticilerin %44,87'si asgari protein uygulamasının kendilerini tüccara mahkûm ettiğini, %32,05'i proteinin yüksek olması fiyatı da yükselttiğini ve %23,08'i daha çok kazanmak için bilinçli üretime sevk ettiğini düşündükleri tespit edilmiştir.

Görsel İlişki Analizi yapılarak işletme büyüklükleri ile üretim planlaması yaparken karar verme davranışı, üreticilerin üretim sürecinde yararlandığı bilgi kaynakları, hububat tarımı yapma nedenleri, hububat fiyatlarını belirlemesi gereken kuruluş, hububat alımlarını

gerçekleştirmesi gereken kuruluş, kaliteye dayalı alım sisteminden etkilenme biçimleri, TMO'nun alımlara son vermesi karşısındaki üretici tutumları ve TMO ile ilgili üretici şikâyetlerinin neler olduğu arasındaki ilişki incelenmiştir. Buna göre; 0-50 da büyüklüğündeki işletmelerin üretim planlaması yaparken bir sonraki yılı önceden düşünmediği, 51-100 da arasındaki işletme grubunun piyasa fiyatına göre ve 101 da ve üzeri işletme grubu ise TMO fiyat açıklamalarına göre üretim planlaması kararı verdiği belirlenmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletmelerin üretim sürecinde yararlandığı bilgi kaynağı olarak; kendi ve aile bireylerinin kararları veya diğer üreticilerden, 51-100 da arasındaki işletme grubu diğer üreticiler ve üyesi olduğu kooperatif veya birlikten ve 101 da ve üzeri işletme grubu ise Ziraat Odalarından veya kendi ve aile bireylerinin kararları doğrultusunda hareket ettikleri belirlenmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletme grubu arazisinin hububat tarımına uygun olduğu, 51-100 da arasındaki işletme grubu satış sorunu olmadığı ve 101 da ve üzeri işletme grubu ise yüksek gelir getirdiği için hububat üretimi yaptıkları tespit edilmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletme grubuna göre hububat fiyatlarını TMO, 51-100 da arasındaki işletme grubuna göre Borsa veya Üretici Birlikleri/Kooperatifler ve 101 da ve üzeri işletme grubuna göre ise piyasada belirlenmesi gerektiği belirlenmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletme grubuna göre hububat alımlarını TMO, 51-100 da ve 101 da ve üzeri işletme gruplarına göre ise borsada yapılması gerektiği belirlenmiştir. 0-50 da büyüklüğündeki işletme grubuna göre kaliteye dayalı alım sistemi kendilerini aracılara mahkûm ettiğini, 51-100 da işletme grubuna göre daha çok kazanç için bilinçli üretime sevk ettiğini ve 101 da ve üzeri işletme gruplarına göre ise proteinin yüksek olması fiyatı yükselttiği düşüncesinin hâkim olduğu belirlenmiştir. 0-50 dekar genişliğindeki işletme grubu TMO'nun alımlara son vermesi durumunda hububat üretiminden vazgeçebileceği, 51-100 da genişliğindeki işletme grubunun aracı veya borsaya satacağı ve 101 da ve üzeri genişliğindeki işletme grubunun ise borsayı tercih edeceği belirlenmiştir. 0-50 da genişliğindeki işletme grubunun kaliteye göre fiyat indirimine gidilmemesi ve ödemelerdeki gecikmeden, 51-100 da genişliğindeki işletme grubunun bürokratik engellerden ve 101 da ve üzeri genişliğindeki işletme grubunun ise ödemelerdeki gecikmelerden dolayı TMO'dan şikâyetçi oldukları belirlenmiştir.

Yapılan Varyans Analizi sonucuna göre; işletme genişlik gruplarına ile hububat satış yerleri arasında %95 güven sınırında buğdayda önemli bir ilişki bulunmuştur ( $p=0,018$ ). İşletme genişliği ile hububat satış yeri arasında istatistiksel olarak bir ilişki olduğu belirlenmiştir. İşletme genişliği arttıkça satış yeri olarak TMO'yu tercih etme eğiliminin

azaldı tespit edilmiştir. Araştırma bölgesinde 1993 yılından itibaren TMO'nun Umumi Mağazacılık Kanunu hükümleri gereği emanet makbuzu sendi düzenleyerek emanet alım uygulamasından üreticilerin %43,35'inin haberdar olduğu tespit edilmiştir. Uygulamadan haberdar olan üreticilerin, uygulama konusunda görüşleri olumlu olup, uygulamanın borcu olmayan ve stok yapabilecek durumda olan büyük üreticiler, tüccarlar ve sanayiciler için daha uygun olduğu düşüncesinin hâkim olduğu belirlenmiştir.

İncelenen işletmelerin büyük çoğunluğu TMO'nun hububat fiyatlarını açıklama ve hububat alımlarını gerçekleştirmede yetkili olmasından yanadır. Buna rağmen üreticilerin %76,65'i TMO'nun bazı uygulamalarından şikâyetçi olduğu tespit edilmiştir. Bu şikâyetlerin başında %72,46'sı ödemelerdeki gecikme, %14,85'i ürün satışındaki bürokratik engeller ve %12,69'u ürün kalitesinden dolayı fiyata gidilmesi şeklinde belirlenmiştir.

İncelenen işletmelerde hububat satış yeri tercihi ile üretici yaşı, eğitim düzeyi, ürün satış fiyatları ve hububat ekilen arazi miktarları arasında bir ilişki olup olmadığı yapılan kare-kare testleri ile bulunmuştur. Hububat satış yeri tercihi ile üretici yaşı, eğitim düzeyi ve mısır ekim alanı ile arasındaki ilişki %95 güven sınırında önemli bulunmamıştır. Bu sonuca göre hububat satış tercihi ile üretici yaşı, eğitim düzeyi ve mısır ekim alanı arasında istatistiksel olarak bir ilişki bulunmamaktadır. Hububat satış yeri tercihi ile ürün satış fiyatı ve buğday ekilen alan arasında bir ilişki %95 güven sınırında önemli bulunmuştur. Bu sonuca göre ürün satış fiyatı ve buğday ekilen alanı arasında istatistiksel olarak bir ilişki bulunmuştur. Ürün satış fiyatı ve buğday ekim alanı arttıkça üreticilerin satış yeri olarak TMO'yu tercih etme eğilimlerinin arttığı belirlenmiştir.

Yapılan tutum ölçeğinde; hububat üreticilerinin tamamı, hububat fiyatlarının devlet tarafından desteklenmesi gerektiğine inanmakta (4,58/5) ve yine üreticilerin tamamına yakını TMO'nun destekleme alım fiyatını ekimden önce belirlemesinin daha uygun olacağını vurgulamaktadırlar (4,86/5). Üreticilerin randevulu alım sisteminden memnun oldukları (4/5) ancak ödeme şekline memnun olmadıkları (1,52/5) tespit edilmiştir. Üreticilerin TMO'nun özelleştirilmesine katılmamaktadırlar (2,15/5). Kaliteye dayalı alım sisteminin üretim kararını etkilediği (3,62/5) ve alım döneminin Mayıs-Kasım olarak değişmesinin üretim kararlarını etkileyeceğini düşünmektedirler (3,62/5). TMO'nun bir yıl önceki destekleme alım fiyatının üretici kararlarını etkileme konusunda kararsız oldukları (2,95/5), üreticilerin TMO'nun alım sisteminden (3,37/5) ve TMO'dan aldığı hizmet konusunda memnuniyetleri konusunda



kararsız oldukları (3,30/5) belirlenmiştir. Nitekim TMO'nun bir yıl önceden hububat alım fiyatlarını açıklaması üreticilerin üretim kararlarını olumlu yönde değiştirecek olup sonuçlar istatistiki olarak ta önemli çıkmıştır ( $p<0,01$ ). Yine üreticilerin ofisin randevulu alım sisteminden memnun oldukları önemli bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Ofisin hububat alım tarihlerini Nisan-Ağustos olarak değiştirmesi durumunda üreticilerin üretim kararlarında önemli değişiklik yapacakları analiz edilmiştir ( $p<0,05$ ).

## 11.2. Öneriler

Hububat üreticilerinin gelirin yükseltecek önlemler alınmalı ve hububat tarımından vazgeçilmesinin önü kesilmelidir. Alınacak tedbirle daha çok maliyet düşürücü ve verimliliği artırıcı olmalıdır. Ayrıca hububat üretiminde kullanılan gübre, mazot ve sulamada kullanılan elektrikte sübvansiyon uygulanmalıdır. Verimliliğin artırılması için arazi toplulaştırılmasına gidilmeli, sulama imkânları artırılmalı, teknolojinin takip edilerek üretim sürecinde kullanılmasının ve tarımsal yayımın yaygınlaştırılarak sertifikalı tohum kullanım oranının artırılması gerekmektedir.

Hububat destekleme alım fiyatları TMO tarafından hasat döneminde açıklanmaktadır. Böyle bir uygulama üreticilerin üretim planlaması yapmasını zorlaştırmaktadır. Hububat destek fiyatları AB'ye verilen taahhütler çerçevesinde ekim döneminden önce açıklanmalıdır. Böyle bir uygulama üreticilerin üretim kararlarını etkileyerek üretim faktörlerinin daha doğru ve etkin kullanımını arttıracaktır. Bu durumun önemi yapılan araştırma ile de ortaya konulmuştur. Hububat ithalatının nedenlerinden biriside özellikle gıda sanayinin kaliteli buğday ihtiyacıdır. Kaliteli üretimi teşvik etmek için, TMO 2011 yılından beri kaliteye dayalı alım sistemine geçmiştir. Yüksek kaliteye yüksek fiyat politikasının izlenmesi iyi bir uygulama olup yetersizdir. Kaliteli buğday üretimini özendirici alım politikasının yaygınlaştırılması gerekmektedir.

TMO destekleme alımlarını Çiftçi Kayıt Sisteminde kayıtlı üretim miktarı kadar yapmaktadır. Türkiye'de ortalama işletme genişliği oldukça küçüktür. TMO'nun destekleme alımlarında üretim miktarının yanında işletme büyüklüğünü de kriter olarak baz alması ortalama işletme genişliğinin artmasına katkı sağlayacaktır.

Üreticilerin depolama imkânları sınırlıdır. Depolama imkânının olmayışı üreticilerin hasattan hemen sonra ürünlerini satmalarına neden olmakta ve bazı dönemlerde gelir kaybına sebebiyet vermektedir. Bu nedenle TMO'nun veya tarım teşkilatlarının, TMO'nun emanet

alım uygulaması ve Lisanslı Depoculuk hakkında üreticileri bilgilendirecek yayım ve eğitim faaliyeti yürütmesi gerekmektedir. Böylece üreticiler, ihtiyaç fazlası ürünlerini TMO depoları veya Lisanslı Depolara bırakarak fiyatlar yükseldiği zaman satma imkânı bularak gelirlerini yükseltebileceklerdir.

TMO 2013 yılından itibaren tam randevulu alım sistemine geçmiştir. Bu uygulama maliyeti arttıran nakliye ücretini azaltmıştır. Uygulama üreticiler tarafından kısa bir süre içerisinde benimsenmiştir. Randevulu alım sisteminden bütün üreticilerin eşit şartlarda faydalanması için siyasi ve politik nedenlerden arındırılmış bir şekilde işlemeli ve sisteme insan müdahalesi en az seviyeye getirilmelidir. Böyle bir uygulama üreticilerin devlete olan güvenini arttıracaktır.

Sonuç olarak, TMO'nun hububat piyasasında kalması ve daha etkin bir müdahale kuruluşu yapısı kazanması gerektiği ortaya konulmuş bulunmaktadır. Bu da devletin TMO'nun finansman yapısını güçlendirmesi ve zaman zaman üreticilerin görüşlerine de yer vermesi ile sağlanabilecektir.

## KAYNAKLAR

- Açıl, A. F. ve Demirci, R., 1984, Tarım Ekonomisi Dersleri, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları.
- Açıkgöz, N. ve Açıkgöz, N., 200, Tarımsal Araştırmaların İstatistikî Değerlendirilmesinde Yapılan Bazı Hataları, I.Tek Faktörlü Denemeler, Anadolu Ege Tarımsal Araştırma Enstitüsü Dergisi 11.1, 2001. İzmir.
- Anonim, 2006, Hububat ve Çeltik Ortak Piyasa Düzeni, T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ortak Piyasa Düzenleri Alt Çalışma Grup Raporları,, Cilt No: 3.
- Anonim, 2006/a, Hububat ve Çeltik Ortak Piyasa Düzeni, T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.
- Anonim, 2014, 2014 Yılı Hububat Raporu, Toprak Mahsulleri Ofisi.
- Anonim, 2013, 2013 Yılı Hububat Raporu, Toprak Mahsulleri Ofisi.
- Anonim., 2010, 2010 Yılı Hububat Raporu, Toprak Mahsulleri Ofisi,.
- Arısoy, H. ve Oğuz, C., 2005, Tarımsal Araştırma Enstitüleri Tarafından Yeni Geliştirilen Buğday Çeşitlerinin Tarım İşletmelerinde Kullanım Düzeyi ve Geleneksel Çeşitler İle Karşılaştırmalı Ekonomik Analizi-Konya İli Örneği, TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarımsal Ekonomik Araştırma Enstitüsü Yayınları, Yayın (130).
- Arısoy, H., 2011, Türkiye'nin Avrupa Birliği Buğday Ortak Piyasa Düzenine Uyumunun İç Anadolu Bölgesi Üreticilerine Olası Yansımaları, TEAE Yayınları, Yayın No:184.
- Bayaner, A., 1995, Konya İli Buğday Yetiştiren Tarım İşletmelerinin Ekonomik Analizi ve Bu İşletmelerde Buğday Üretiminde Gübre Kullanımının Fonksiyonel Olarak Araştırılması, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.
- Bayramoğlu, Z., 2008, Buğday Üretim Faaliyetini Etkileyen Başlıca Faktörler, Ülkesel Tahıl Sempozyumu, Yayın No:1703852.
- Ciaian, P. ve Swinnen, J. F., 2006, Land market imperfections and agricultural policy impacts in the new EU member states: a partial equilibrium analysis, American journal of agricultural economics, 88 (4), 799-815.
- Çiçek, A. ve Erkan, O., 1996, Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklemeye Yöntemleri.
- Çumra, K., 2014, , <http://www.cumra.gov.tr> Çumra Kaymakamlığı, [01 Ocak 2015]. Genel Bilgiler.
- DSİ, 2014, <http://www.dsi.gov.tr>, DSİ, [15 Şubat 2015]. DSİ 4.Bölge Faaliyet Raporu.
- Düzgüneş, O., Kesici, T., Kavuncu, O. ve Gürbüz, F. A., 1983, Deneme Metodları (İstatistik Metodları-II), AÜ Ziraat Fak. Yayın (1021).
- Eraktan, G. v. O., E., 2009, Türkiye'nin Avrupa Birliğine Uyumu Sürecinde Olası Gelişmelerin Önemli Tarım Ürünleri Üzerine Ekonomik Etkilerinin Analizi, Buğday ve Arpa, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Projesi, Ankara.
- Erdal, G., 2006, Tarımsal Ürünlerde Üretim-Fiyat İlişkisinin Koyck Yaklaşımı İle Analizi (Domates Örneği).
- Erdem Yılmaz, R., 2010, Kırşehir ili Merkez ilçede buğday yetiştiriciliği yapan tarım işletmelerinin ekonomik analizi.
- Erkuş, A., 1979, Ankara İli Yenimahalle İlçesinde Kontrollü Kredi Uygulaması Yapılan Tarım İşletmelerinin Planlanması Üzerine Bir Araştırma, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, 709.
- Erkuş, A. ve Demirci, R., 1995, Tarımsal işletmecilik ve planlama, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi, p.
- Erol, S., 2008, Konya İli Çumra İlçesinde Mısır Üretimi Yapan Tarım İşletmelerinin Avrupa Birliği Tarımsal Muhasebe Veri Ağı (FADN) Sistemine Göre Sınıflandırılması ve İşletme Başarı Ölçütlerinin Karşılaştırılması, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Garson, G., 2007, Correspondence analysis, from Statnotes: Topics in Multivariate Analysis.
- Greenacre, M. ve Hastie, T., 1987, The geometric interpretation of correspondence analysis, Journal of the American statistical association, 82 (398), 437-447.
- GTHB, 2014, <http://www.tarim.gov.tr> [03 Mart 2015]. Strateji Geliştirme Başkanlığı Çalıştay Raporları.
- Güllü, M. ve Güçlü, M., 2009, Ortaöğretim öğrencileri için beden eğitimi dersi tutum ölçeği geliştirilmesi, Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 3 (2).
- Güneş, T., 1980, Tarım Ekonomisi İstatistiği, AÜ Ziraat Fakültesi Yayınları, sy:85-92, Ankara, 1980.
- IGC, 2014, <http://www.igc.int/en/Default.aspx>, İGC, [05 Şubat 2015].
- Kabukçu, M. A., 1998, Sağlık sosyal ve fen bilimlerinde uygulamalı istatistik, OfsetYayınları, sy: 175-185, Konya, 1998.
- Kağıtçıbaşı, Ç. ve Üskül, A., 2006, Yeni insan ve insanlar: Sosyal psikolojiye giriş, Evrim Yayınevi, p.
- Kangalgil, M., Hünük, D. ve Demirhan, G., 2006, İlköğretim, Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Beden Eğitimi ve Spora İlişkin Tutumlarının Karşılaştırılması, Spor Bilimleri Dergisi, 17 (2), 48-57.
- Karadavut, U., Genç, A., Palta, Ç., Çarkacı, D. A. ve Kökten, K., 2011, Konya ili yem bitkileri üreticilerinin sosyo-ekonomik yapıları ile başarılı üretimi etkileyen faktörlerin belirlenmesi, Bingöl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Kıral, T., Kasnakoglu, H., Tatlıdil, F., Fidan, H. ve Gundogmus, E., 1999, Database guide and income and cost calculation methodology for agricultural products, Publications of Agricultural Economics Research Institute (37).
- Kızılaslan, H., 2004, Dünya’da ve Türkiye’de Buğday Üretimi ve Uygulanan Politikaların Karşılaştırılması, Gazi Osman Paşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi (2), sy:23-38, 2004, Tokat.
- Küçükçongar, M., Kan, M. 2007, Orta Anadolu Bölgesinde Buğday Üretiminde Kullanılan Teknolojilerin Belirlenmesi, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Konya, 2006.
- Oğuz, C., 1991, Konya İlinde Kuru Şartlarda Tahıl, Mercimek Yetiştiren Tarım İşletmeleri İle Tahıl Yetiştiren Tarım İşletmelerinin Ekonomik Faaliyet Sonuçlarının Değerlendirilmesi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Adana.
- Oğuz, C. ve Mülâyim, Ü., 1997, Konya’da Sözleşmeli Şeker Pancarı Yetiştiren Tarım İşletmelerinin Ekonomik Durumu, SS Konya Pancar Ekicileri Eğitim ve Sağlık Vakfı Yayınları, Yayın (4).
- Özçelik, A. ve Özer, O., 2006, Koyck Modeliyle Türkiye’de Buğday Üretimi ve Fiyatı İlişkisinin Analizi, Tarım Bilimleri Dergisi, 12 (4), 333-339.
- Özmen, R., 2012, Mısır Silajının Metabolik Enerji İçeriğini Tahmin Etmek İçin En Uygun Regresyon Eşitliğinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Swanson, E. ve Rajalahti, R., 2010, Strengthening Agricultural Extension and Advisory Systems: Procedures for Assessing, Transforming, and Evaluating Extension Systems, Agriculture and Rural Development, World Bank, p.
- TMO, 2014, , <http://www.tmo.gov.tr>, TMO, [04 Nisan 2015]. Hububat Alım ve Stok Miktarları.
- Tuvaç, İ. A. ve Dağdemir, V., 2009, Erzurum İli Pasinler İlçesinde Silajlık Mısır Üretim Maliyetinin Tespiti Üzerine Bir Araştırma, Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi, 40 (1), 61-69.
- TÜİK, 2013, <http://www.tuik.gov.tr>, TÜİK, [15 Aralık 2014]. Bitkisel Üretim İstatistikleri.
- TÜİK, 2014, <http://www.tuik.gov.tr> TÜİK, [02 Nisan 2015]. Bitkisel Üretim İstatistikleri.
- Whitlark, D. B. ve Smith, S. M., 2001, Using correspondence analysis to map relationships, Marketing Research, 13 (3), 22.
- Yamane, T., 1967, Elementary sampling theory.
- Yavas, U. ve Shemwell, D. J., 1996, Bank image: exposition and illustration of correspondence analysis, International Journal of Bank Marketing, 14 (1), 15-21.
- Yavuz, S., 1998, Çoklu Lineer Regresyon Analizi ve 1975-1996 Yılları İçin Türkiye Tahıl Ürünleri Üretimi Üzerine Bir Uygulama, Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas.

**Ek-1**

**S.Ü.**

**Ziraat Fakültesi**

**Tarım Ekonomisi Bölümü**

**TOPRAK MAHSULLERİ OFİSİNİN ÜRETİCİ KARARLARI ÜZERİNDEKİ  
ETKİSİ; KONYA İLİ ÇUMRA İLÇESİ ÖRNEĞİ**

**ANKET FORMU**

**Anketin Yapıldığı İl:**

**İlçe :**

**Köy :**

**KONYA**

**2014**

### 1- İşletmeci ve Hane Halkının Durumu

No	Cinsiyet (E/K)	Yaş	Eğitim	Aile İşgücünün Çalışma Durumu		
				İşletmede (Gün)	İşletme Dışı Tarımda (Gün ve Gelir)	Tarım Dışında (Gün ve Geliri)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						

### 2-Arazi Varlığı ve Mülkiyet Durumu

Arazi Nevi	Mülk (da)	Ortağa Aldığı (da)	Kiraladığı (da)	Ortağa Verdiği (da)	Kiraya Verdiği (da)	Toplam İşletme Genişliği (da)
Tarla - Sulu						
Tarla -Kuru						
Bahçe						
Nadas						

### 3.Arazi Kullanım Durumu

Parsel	Genişlik (da)	Yetiştirilen Ürün	Sulu (s) Kuru (k)	Verim kg/da)	Birim Satış Fiyatı (TL/kg)	Yan Ürün Geliri (kg*fiyat)
1						
2						
3						
4						
5						

#### 4- Hububat Satış Çizelgesi

Ürün Çeşidi	Satış Yeri	Satış Zamanı	Ödeme Zamanı	Satış Miktarı (Ton)	Satış Fiyatı (TL/kg)
<b>Buğday</b>					
1.Satış					
2.Satış					
3.Satış					
<b>Arpa</b>					
1.Satış					
2.Satış					
3.Satış					
<b>Mısır</b>					
1.Satış					
2.Satış					
3.Satış					

## 5- 2013-2014 Hububat Üretim Maliyet Çizelgesi

Üretim İşlemleri	İşlem Tarihi ve Sırası	Kullanılan İş Gücü ve Çeki Gücü				Kullanılan Ekipmanlar	Kullanılan Materyal			Masraflar Toplamı (TL)
		İş Gücü		Çekici Gücü			Cinsi	Miktarı (kg ve adet)	Tutarı (TL)	
		Saat	Tutar (TL)	Saat	Tutar (TL)					
<b>1.TOPRAK HAZIRLIĞI</b>										
a. Birinci sürüm										
b. İkinci sürüm										
c. Üçüncü sürüm										
d. Dördüncü sürüm										
e. Ekim (+Gübreleme)										
<b>2. BAKIM</b>										
a. Gübreleme										
b. Sulama										
c. İlaçlama										
<b>3. HASAT HARMAN</b>										
a. Hasat - Harman										
b. Pazara Taşıma										
<b>TARLA KİRASI (TL/da)</b>										
<b>YAN ÜRÜN GELİRİ</b>										
<b>ÜRETİM MİKTARI (kg/da)</b>										



**6- Çiftçi Kayıt Sistemine kayıtlı mısınız?**

1- Evet                      2- Hayır

**7-Sertifikalı Tohum kullanıyor musunuz?**

1-Evet                      2-Hayır

**8- Sertifikalı Toh. verilen destekler, Sertifikalık Tohum kullanımınızı arttırdı mı?**

1-Evet (% ..... arttı)                      2-Hayır

**9- Neden hububat tarımı tapıyorsunuz?**

1-Arazim başka ürün yetiştirmeye uygun değil

2- Yüksek gelir

3-Satış sorunu yok

4-Fazla uğraş gerektirmez

**10- Hububat faaliyeti ile ilgili kararlar alırken kimlerden yardım istersiniz?**

1-Kendim karar alırım

2-Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü'nden

3-Ziraat Odalarından

4-TMO'dan

5-Üyesi Olduğum Kooperatif veya Birlikten

6-Diğer Üreticilerden

**11- Bir yıl sonra ne kadar hububat üreteceğinizi neye göre karar verirsiniz?**

1-Piyasa fiyatına göre

2-TMO yeni yıl fiyat açıklamalarına göre

3-İşletme nüfusunun ihtiyacına göre

4-Bir sonraki yılı önceden düşünmem

**12- Hasattan hemen sonra ürününüzü hemen satıyor musunuz?**

1-Evet                      2-Hayır

**13- Cevabınız evet ise neden satıyorsunuz?**

- 1-Nakit ihtiyacım var
- 2-Fiyat düşebilir ilerde
- 3- Depolama imkânım yok

**14- Hayır ise neden satmıyorsunuz?**

- 1-Fiyatlar artabilir ilerde
- 2-Satacak yer bulamıyorum
- 3-Kalite problemi yüzünden

**15- Hasattan sonra elinizdeki ürünü belli bir süre sonra satmak istediğiniz de, ürünü stoklama imkânınız var mı?**

- 1-Evet (Nerede.....) 2-Hayır (Neden.....)

**16- Açıkta depolama yapıyor musunuz?**

- 1-Evet (Bundan Dolay Üründe %.....Kıymet Kaybı Meydana Geliyor)
- 2-Hayır

**17- TMO, Avrupa Birliği Uyum Çalışmaları kapsamında alım tarihini 1 Ağustos-30 Nisan olarak değiştirdiğinde bu dönem sizin hububat ekim kararınızı etkiler mi?**

- 1-Evet 2-Hayır 3-Fark etmez

**18- Cevabınız evet ise nasıl etkiler?**

- 1-Stoklayıp fiyatlar yükseldiği zaman ürünü satma şansımız olur.
- 2- Ürünün satış garanti aralığı artar.
- 3- Tüccarlar ürüne istediği fiyatı vermez. (Piyasa da TMO'nun ağırlığı sayesinde)

**19- Eğer devlet hububat fiyatlarını açıklamayıp piyasadan çekilirse bu durum sizi nasıl etkiler?**

- 1-Herhangi bir değişiklik olmaz
- 2-Tüccarların eline kalırız
- 3-Satış garantisi olmayacağı için başka ürün yetiştiririm

**20- Hububat fiyatlarını hangi kuruluş belirlemeli?**

- 1-Borsalar
- 2-TMO
- 3-Üretici Birlikleri veya Kooperatifler
- 4-Piyasada belirlenmeli

**21- Hububat alımı hangi kuruluşça gerçekleştirilmeli?**

- 1-Ticaret Borsaları
- 2-Tüccar
- 3-TMO
- 4-Diğer.....

**22- TMO'nun; piyasada hububat fiyatları üretici lehine belli bir düzeyin üzerine çıktığında destekleme alım fiyatı açıklamadığı zamanlarda söz konusu ürününüzü nasıl değerlendirirsiniz?**

- 1-Borsada satarım
- 2-Tüccara satarım
- 3- Stok yaparım
- 4-Diğer

**23- AB'de asgari alım uygulaması ekmeklik buğdayda 80 ton makarnalık buğdayda 10 tondur. TMO AB'ye uyum çalışmaları kapsamında asgari alım uygulamasına kademeli olarak geçecektir. Tutumunuz ne olur?**

- 1-Yeteri kadar ürün yetiştirebilirim sorun olmaz
- 2-Asgari alım limitlerinin altında kalacağım için tüccara ucuza satmak zorunda kalırım.
- 3-Diğer üreticilerle birleşerek asgari limite ulaştıktan sonra ürün satabiliriz.

**24- TMO'nun kaliteye (Protein Analizi) dayalı alım sistemine geçmesi ve bu şekilde hububat fiyatlarının belirlenmesi sizi etkiledi mi?**

- 1-Evet
- 2-Hayır

**25- Cevabınız evet ise nasıl etkiledi?**

- 1- Asgari protein sınırı bizleri tüccara mahkum ediyor.
- 2- Proteinin yüksek olması fiyatı da yükseltiyor bu yüzden iyi bir uygulama
- 3- Daha çok kazanmak için daha bilinçli üretime sevk ediyor.

**26- Eğer alım sistemi değişir ve TMO destekleme alımlarına son verirse ürün satış konusunda tutumunuz nasıl olur?**

- 1-Tüccara satarım
- 2-Borsada satarım
- 3-Hububat üretiminden vazgeçebilirim.

**27- Makbuz Senedi düzenleyerek Emanet Alım Uygulamasını duydunuz mu?**

- 1-Evet
- 2-Hayır

**28- Cevabınız evet ise nasıl bir uygulama?**

- 1- Emanete bırakarak fiyat yükseldiği zaman satma imkanımız oluyor.
- 2- Emanet makbuz senetleri finansman açısından iyi bir uygulama.
- 3- Kira bedelleri çok yüksek.
- 4- Daha çok tüccarlara yönelik bir uygulama.
- 5- Emanete bırakma süresi çok kısıtlı (30 Nisan son gün)

**29- TMO'nun Alım Uygulamaları ile İlgili Şikayetiniz Var Mı?**

- 1-Evet
- 2-Hayır

**30- Cevabınız evet ise şikayetiniz ve beklentiniz nedir?**

- 1-Ödemelerde gecikme
- 2-Ürün satışındaki bürokratik engeller
- 3-Ürün kalitesine göre fiyat indirimine gidilmemeli
- 4-Diğer.....

### 31- Üreticilerin TMO ile ilgili Tutum ve Davranışları

Sıra	Sorular	1	2	3	4	5
1	Devlet hububat fiyat destekleme alımlarına devam etmelidir.					
2	TMO'nun bir önceki yıl belirlemiş olduğu fiyat üretim kararımı etkiler.					
3	TMO destekleme alım fiyatlarını ekimden önce belirlemeli.					
4	Kaliteye dayalı alım sistemi üretim kararımı etkiledi.					
5	TMO'nun randevulu alım sisteminden memnunum.					
6	TMO'nun alım sisteminden memnunum.					
7	TMO'nun ödeme şeklinden memnunum.					
8	TMO'nun alım tarihleri Mayıs-Kasım tarihleri arasında olması üretim kararımı etkiler					
9	Genellikle aldığım hizmetten memnunum					
10	TMO özelleşmelidir.					

- 5-Kesinlikle katılıyorum  
4-Katılıyorum  
3-Kararsızım  
2-Katılmıyorum  
1-Kesinlikle Katılmıyorum

## ÖZGEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

**Adı Soyadı** : Serkan KARAKUŞ  
**Uyruğu** : T.C.  
**Doğum Yeri ve Tarihi:** Eleşkirt/ 18.09.1987  
**Telefon** : 0542 653 69 04  
**Faks** : 0332 447 56 19  
**e-mail** : serkan.karakus@tmo.gov.tr

### EĞİTİM

Derece	Adı, İlçe, İl	Bitirme Yılı
Lise	: Geyve Lisesi, Geyve, SAKARYA	2005
Üniversite	: Selçuk Üniversitesi, Selçuklu, KONYA	2011
Yüksek Lisans	: Selçuk Üniversitesi, Selçuklu, KONYA	2017

### İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görev
2011-2012	Verda lab Toprak Analiz Laboratuvarı	Mühendis
2012-	Toprak Mahsulleri Ofisi	Eksper (Mühendis)

### YAYINLAR

#### A. Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitabında (proceedings) basılan bildiriler

1. Oğuz, C. ve Karakuş, S., “The Factors Affecting on Adaption of Agriculture Innovations; Case Study in Yunak County of Konya Province” Young Scholars Union, İnternational Multidisciplinary Congress of EURASIA, 2016, Ukraine.