

KOOPERATİFÇİLİK

SAYI: NUMBER: 76
NİSAN-MAYIS-HAZİRAN
1987
APRIL-MAY-JUNE-1987



TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

THE TURKISH CO-OPERATIVE ASSOCIATION was founded at İstanbul University in the year 1931, under the name of the Turkish Co-operative Society (Türk Kooperatifçilik Cemiyeti).

Its headquarters was moved to Ankara in late 1933, and at the beginning of 1934 amended its Statutes in conformance with the conditions prevailing at that date.

The Society changed its name into the «Turkish Co-operative Association» in 1948, and modified its Statutes in conformance with the Law No. 3512. or Associations.

The General Assembly of the Association convened on 30 th May, 1964 and resolved that in the light of its 33 years of experience and in accordance with the requirements of the planned economy era, the Statutes of the Association should be re-written. The new Statutes drawn up accordingly were reviewed and adopted by the General Assembly at its meeting on 27th June, 1965.

The Government declared it as an association serving public interest in 1946. The subject with which the Association is concerned, is theoretical and practical co-operative work. Its object is to propagate co-operative ideas in theoretical and practical fields, to promote the co-operative spirit and ideas, and to support activities in this direction.

In order to achieve the objectives outlined in its Statutes, the Association engages in the following activities :

a. Conduct or cause to be conducted research on the subject of co-operative movement, commission its members or other scholars, experts and authors to write articles and books and prepare summaries of articles and books on subjects pertaining to co-operative movement and publish them.

b. Prepare or cause to be prepared standard states for the various types of co-operatives.

c. Make contacts nationally or internationally among all types of public and private agencies, organizations, associations and persons on the subjects related to co-operative movement, legislation and applications, and express its opinion on these subject either directly or on request.

d. Convene academic meetings and arrange co-operative weeks, festivals and general co-operative conventions.

e. Conduct lectures, courses, seminars and general knowledge competitions in different parts of the country on the subject of co-operatives.

f. Join as member those international organization and associations whose objects are similar to its own.

g. Set up a library in the headquarters of the Association, closely connected with the co-operative movement concept, legislation and application and composed of books, periodicals and brochures in Turkish and foreign languages.

h. Participate in the conversions of international co-operative organizations, attend conferences to be arranged by such organizations and make the Turkish co-operative movement commonly known.

j. Make endeavours to ensure that the concept and application of the co-operative movement is widely diffused, that it develops and takes root, that it is included in the curricula of vocational schools, that chairs on the co-operative movement are instituted in the universities, academies, schools and that institutes specializing in the co-operative movement are founded.

k. Support and sustain the activities and enterprises of existing co-operatives not as guide to them in every respect, and at the request of the member co-operatives in solving their management problems.

KOOPERATİFÇİLİK

ÜÇ AYLIK KOOPERATİF İNCELEMELER DERGİSİ

SAYI: 76

NİSAN - MAYIS - HAZİRAN 1987

Türk Kooperatifçilik Kurumu Tarafından
Üç Ayda Bir Yayınlanır.
Fiyatı: 750 TL.
Yıllık Abone: 1200 TL.
Yurtdışı: 3000 TL.

Yazışma Adresi: Türk Kooperatifçilik Kurumu
Mithatpaşa Caddesi 38/A Yenişehir - ANKARA
Tel: 131 61 25 — 131 61 26

*

Türk Kooperatifçilik Kurumu adına sahibi
Hüsni POYRAZ

Yazı İşleri Müdürü
Prof. Dr. Rasih DEMİRCİ

*

Yayın Komitesi

Başkan: Doç. Dr. Orhan ARSLAN
Raportör: İ. Ünever NASRATTINOĞLU
Üye: Halil BİLİCİ
Üye: İsa KAYACAN
Üye: Alâaddin KORKMAZ

Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir.

İÇİNDEKİLER

Başyazı: Kooperatifçilik Araştırmaları KOOPERATİFÇİLİK	3
Türkiye'de Kooperatiflerin Tarımsal Pazarlarının Düzenlenmesine Etkileri (Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması Örneği Prof. Dr. Turan GÜNEŞ	15
Konut Kooperatiflerinin Sorunları ve Çözüm Yolları Arş. Gör. Hatice DEMİR	25
Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğünce Görülen Hizmetler Figen ESEN	35
Türkiye'de Şeker Pancarı Üretimini Etkileyen Faktörler Doç. Dr. Rauf ARIKAN	47

CO-OPERATION

A QUARTERLY PUBLICATION ON COOPERATIVE WORKS

NUMBER: 76

APRIL - MAY - JUNE 1987

Quarterly Published by the Turkish Co-operative Association

Correspondence Address:
Türk Kooperatifçilik Kurumu
Mithatpaşa Caddesi 38/A Yenışehir - ANKARA
Tel: 131 61 25 — 131 61 26

Proprietor on behalf of the Turkish Co-operative Association
Responsible Editor
Hüsnü POYRAZ

(The opinions expressed in the articles belong to the authors)

CONTENTS

<i>Cooperative Researches</i>	
KOOPERATİFÇİLİK	3
The Effects of Cooperatives on the Arrangement of Agricultural Marketing in Turkey	
Prof. Dr. Turan GÜNEŞ	15
Problems of Housing Cooperatives and Solutions	
Hatice DEMİR	25
Services Conducted by the General Directorate of Organization and Support	
Figen ESEN	45
Factors Associated with Sugar Beet Production in Turkey	
Assoc. Prof. Rauf ARIKAN	47

Dizgi ve Baskı
SİSTEM OFSET
Tel: 229 18 81 229 63 97

Başyazı

KOOPERATİFÇİLİK ARAŞTIRMALARI

Yapılan ekonomik hesaplar şunu göstermiştir ki, dünya üzerindeki en kârlı yatırım insana ve araştırmaya yapılan yatırımdır. Nitekim günümüzde gelişmiş ülkelerin tamamında, başta araştırma olmak üzere eğitim sahasında yapılan yatırımlar çok büyük meblağlara ulaşmaktadır. Öncelikle devlet, araştırma faaliyetlerinde yol gösterici ve en büyük destekleyici olarak görev yapmaktadır. Gerek devletin actığı yoldan, gerekse modern çağın teknolojik ihtiyaçlarına cevap verebilecek yeni bilgiler üretmek üzere pek çok firma ve kuruluş, astronomik bütçelerle araştırma çalışmalarını büyük bir hızla yürütmektedir. Gerek kendi sahalarında, gerekse bilimin her dalında dünyanın önde gelen devleri, âdetâ bir araştırmaya yarışına girmiş gözükmektedirler. Günümüzde mesela bir Max Plank Enstitüsü kadar otomotiv sanayiinde faaliyet gösteren firması da bilim ve teknolojinin hemen her safhasında araştırmaya yönelik çalışmalarda bulunmakta ve dünyanın her tarafından kabiliyetli gençlere burslar vererek desteklemektedirler. Neticede de, elde edilen ilmi çalışmanın patentini satarak yaptığı harcamının yüzlerce katını kazanmakta ve ayrıca parayla ölçülemeyecek boyutta reklam ve propaganda yamışı olmaktadır. Türkiye'mizde ise, bütün sahalarda olduğu gibi Kooperatfçilik sahasında da maalesef umulanın çok altında araştırma çalışmaları vardır. Dünya değişmekte, şartlar değişmekte ve dolaşısıyla insanın muhatap olduğu meselelerin çözümüne yarayacak yollar da değişmektedir. Artık bulduğuyla yetinen insan tipi yerini, olması gerekeni arzulayan ve çoğu zaman da elde eden insan tipine bırakmıştır. Demode olmuş fikir ve uygulamalar revaç bulmamakta, böyle metodlarla çalışan kurumlar giderek ya yok olmakta veyahut da, kendisini günün şartlarına uydurmaya mecbur hissetmektedir.

Ülkemiz ekonomisinde kooperatf ve kooperatfler büyük bir ağırlık kazan-

mak zorundadır. Kanatimizce kooperatçilik biraz da günümüz sıkıntısından bunalan 20. asır insanının, hemcinsleriyle birlikte, hem ekonomik, hemde sosyal faaliyete bulunmalarına vesile olabilecek çok yönlü bir faaliyettir. Madalyonun bu yüzünden bakıldığında, insanımızı "Kooperatif" fayda ve nimetinden mahrum bırakmamak, bir nevi vebal olarak gözükmektedir. İşte esas mesele, günümüz insanının maddi ve manevi pek çok problemine çözüm getirecek kooperatleşme hadisesinin, çağımızın icaplarına uygun olarak yeniden realize edilmesi için kooperatçilik araştırmalarına hız ve ağırlık verilmesidir.

Ancak, bu bir devlet politikası gerektirecek kadar büyük çaplı bir hareket olduğundan fayda sağlayacaktır. Özellikle, başta son yılların en yoğun kooperatçilik faaliyeti olan konut kooperatçiliği olmak üzere, turizm, tüketim vb. konularda bir araya gelecek insanımız, hem ekonomik olarak menfaat sağlayacak, hem de diğer insanlarla kader birliği yapmanın güven, zevk ve heyecanını yaşayacaktır.

Türk Kooperatifçilik Kurumu olarak bizler meselenin önemini iade ediyor ve ilgililere konuyu bir defa daha hatırlatmak istiyoruz. Ayrıca "karınca kararınca" ve gücümüz ölçüsünde araştırmalarda bulunmakta istiyor ve verilecek her türlü göreve hazır olduğumuzu ifade ediyoruz.

Kooperatifçi selamlarımızla. . .

KOOPERATİFÇİLİK

TÜRKİYE'DE KOOPERATİFLERİN TARIMSAL PAZARLAMANIN DÜZENLENMESİNE ETKİLERİ (YAŞ MEYVE VE SEBZE PAZARLAMASI ÖRNEĞİ)

Prof.Dr. Turan Güneş

GİRİŞ

Kooperatifler tarımsal pazarlamanın çeşitli kademelerinde yer alarak tüm pazarlama kanallarının ve hizmetlerinin düzenlenmesinde etkin rol oynayabilmektedir. Kooperatiflerin tarımsal pazarlamanın düzenlenmesindeki bu etkin rolleri en iyi şekilde örnek ürün veya ürün grupları ele alınarak ve saha üzerinde araştırma yapılarak ortaya konulabilmektedir.

Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumunun desteği ile yürütücülüğünü yaptığım yaş meyve ve Sebze pazarlamanın düzenlenmesi ve masrafların düşürülmesi konulu bir araştırma (1) projesinin çeşitli bulgular, arasında, Türkiye'de kooperatiflerin tarımsal pazarlamanın düzenlenmesindeki etkilerini de ortaya konulmuştur. Bu yazıda, belirtilen araştırmaya dayanarak, yaş meyve ve sebze pazarlaması örneği ile Türkiye'de kooperatiflerin tarımsal pazarlamanın düzenlenmesine etkileri açıklanacaktır.

Önce kooperatiflerin pazarlamanın düzenlenmesindeki genel rolleri açıklanacak, Türkiye'de yaş meyve ve sebze pazarlamanın genel yapısı özlüce belirtilecek, sonra ürünlerin pazara hazırlanmasında ve pazarlama kanallarındaki ve kuruluşlar arasındaki yeri açıklanacak, daha sonra pazarlamanın düzenlenmesinde kooperatiflerin etkinliği ve masraflarının düşürülmesi üzerine tesirleri üzerinde durulacaktır. Bu açıklamalara yaş meyve ve sebze pazarlaması örneği ile yapılacaktır.

(1) Turan Güneş Rauf Arkadaşları, Adana ve İçel İllerinde -retilen ve Ankara ya Gönderilen Nemli Yaş Meyve ve Sebzelerin Pazarlamanın Düzenlenmesi ve Masrafların düşürülmesi Araştırması TÜBİTAK-TOAĞ Proje No: 550, Ankara 1986.

I- KOOPERATİFLERİN GENEL OLARAK PAZARLAMANIN DÜZENLENMESİNDEKİ ROLLERİ

Pazarlamada yer alan kooperatifler, pazarlamanın çeşitli hizmetlerini yerine getirirler. Tarım ürünlerinin üreticiden tüketiciye ulaşımında pazarlama hizmetlerinin yerine getirilmesi için üreticilerin bir arada ve toplu hareket etmeleri pazarlama kooperatifi içinde olmaktadır. Pazarlama kooperatifi ürünleri üreticiden tüketiciye ulaştırılmasında bir kısım hizmetleri tamamlamaktadır. Mesela bir pazarlama kooperatifi olarak meyve yetiştiricileri kooperatifi, ortaklarının yetiştirdikleri meyveleri, şehirdeki toptancı pazarında satışını yapacak olan aracıya kadar intikal ettirir ve bu aradaki bütün pazarlama hizmetlerini yapar. Toptancı pazardaki malı alan aracı ise, bu meyveleri parti parti ve toplu olarak Perakendeciye satar. Perakendeci de son tüketiciye ulaştırır.

Genel olarak bütün ülkelerde çiftçinin yetiştirdiği ürününü perakende pazarda, son tüketiciye bizzat ulaştırması imkanı bulunmaktadır. Perakendecilik, genellikle bir tek mal için değil, fakat çok çeşitli mallar için yapılmaktadır. Mesela Amasya Elması yetiştirenler, yetiştirdikleri elmalarının bir çok perakendeci dükkanlarında satılması halinde, ancak yetiştirme faaliyetinde devam edebilirler. Bir çok perakendeciler buna talep duyarsa, yetiştiriciler, bu çeşidi yetiştirmekte cesaretlendirilirler. Bunun ifade ettiği mana; elmanın, diğer bir çok malları birden satan perakendeci vasıtası ile satılmasının icap ettiği.

Böylece pazarlama kooperatifi, ürünün pazarlanmasında toptancıya kadar giden bütün hizmetlerin kooperatif yolu ile yapıldığını ifade etmektedir. Pazarlama kooperatifi veya pazarlamanın Kooperatif yoluyla yapılması; üreticilerin, ürünlerin toplanması derecelere ayrılması, standardizasyonu, ambalajlanması, depolanması, işlenmesi, nakledilmesi, mali işlerin halledilmesi, toptancı seviyesinde dağıtılması yahut satılması, veya bu hizmetlerden herhangi bir kaçının beraberce yapılmasında birlik halinde çalışılması demektir. Pazarlamanın son amacı ürün satılmasında başarı sağlamaktır. Pakat satışın başarılı şekilde yapılması gereklidir.

Bir tarımsal pazarlama organizasyonunun kooperatif bir kuruluş olarak kabul edilebilmesi için iki şartın yerine getirilmesi lazımdır:

- 1- Organizasyonun kontrolü ürünü pazarlanan çiftçinin elinde olmalıdır.
- 2- Kooperatife pazarlama için fazla miktarda ürün veren ortaklar, ona daha çok sermaye verenlerden daha fazla miktarda, işletme fazlasından pay almalıdırlar.

Bunlara ilaveten pazarlama kooperatifi üreticilere, tasarruf yapma ve ekonomik faaliyetini geliştirme fikri vermelidir. Bunun aksi olarak, bu teşek-

kül, ortaklarına pazarlamada kar sağlıyan ayrı bir kuruluş olduğu fikrini vermemelidir. Pazarlama kooperatifinin tüketicilerini memnun eden ürün veren kuruluş olduğu inancı ortaklarada yerleştirilmelidir.

Çiftçilerin kooperatif kurmalarının sebebi; mal sahibi ve-sermaye sahibi olarak kendilerine bir yarar sağlamakdan çok bir işletmeci olarak kendi menfaatlerini korumayı istemeleridir. Çiftçiler, pazarlama faaliyetlerinin, kendi menfaatlerine cereyan etmesini isterler. Aracılar pazarlama kanalı boyunca devamlı olarak pazarlama işlerini yaparlar. Kooperatif bu yapılan işleri azaltır. Çiftçiler, kurdukları kooperatif vasıtasıyla bu işlerin bir kısmını bizzat kendileri yapmış olurlar.

Çiftçilerin kooperatif kurumları sebepleri üzerinde çeşitli tartışmalar yapılmaktadır. Buna göre çiftçilerin kooperatif kurumları başlıca üç sebebe dayanmaktadır:

- a- Pazarlama kârının ürünün yetiştiricisine yönltilmesi,
 - b- Pazarlama masraflarının azaltılması,
 - c- Pazarlama hizmetlerinin ıslah edilmesi.
- Bunlar üzerinde kısaca durulacaktır.

a- Çiftçilerin alım-satım kooperatifi kurumalarının esas sebebi; ardaki aracıları elimine etmek değil, fakat kendilerine daha çok kar temin etmektedir. Çiftçiler bunu bir yandan girdikelri daha ucuza satın alarak, diğer yandan ürettikleri ürünlerine daha fazla net gelir sağlıyarak elde etmek isterler.

Kooperatifin gayelerinden biri ürünün pazarlama masraflarını aracı yerine ve üretici adına bizzat kooperatifin yapmasıdır. O halde tarımsal kooperatiflerin gayesi; aracı karlarını elimine etmek değil, fakat bu kârı ortaklara yönetmektedir. Bu hal, çiftçilere pazarlama hizmetleri masraflarını kendilerinin yapmalarını sağlamaktadır.

Bu gaye, genellikle aracı kârlarının ortak çiftçilere yönelmesi ile sınırlanmaktadır. Tarımsal kooperatif liderlerinin büyük çoğunluğu, kooperatifin, dağıtıcıların ve üretici kârlarının ortak tüketicilere çevrilmesi gayesini güttüğünü benimsemişlerdir.

Tam yarışmalı ekonomide kâr, devamlı olarak sıfıra doğru meyillidir. Bu şartlarda kârı azaltmakta kooperatifin yerine yetireceği hizmet küçük olabilir. Fakat kooperatifin esas gayesi, pazarlama hizmetlerinin, yapılabilecek asgari masraflara kadar indirmek ve o masrafları da kooperatif ile yaparak pazarlamayı elinde tutmaktır.

Kooperatiflerin pazarı düzenlemede değerli bir kuruluş olmasının başka sebebi, ekonomik sistemin, hiç bir yerde, tam yarışmalı bir sistem olmasıdır. Tam yarışma olmayınca bazı firmalar pazar paylarını ve kârlarını artırır. Bu şartlarda pazarda yer alan kooperatif faydalı bir yol oynar ve pazarı düzenler. Diğer taraftan bir çok hallerde pazarın genişliğine göre, rantabl çalışabilecek bir işletmenin çok büyük olması gerekebilir. Bu takdirde pazarın işleri etkili bir şekilde çalışabilen bir kaç işletmede toplanabilir. Bu durumda atomistik yarışma kanunu iyi çalışmasansına malik değildir. Bu sistemde pazarlama payları üretim masraflarının çok üstüne çıkar. Bu koşullarda kooperatif hem rekabeti hızlandırmak ve hem de monopol duruma geçen işletmelerin monopollerini zayıflatmak suretiyle pazarlama payının düşmesine sebep olmaktadır.

b— Pazarlama masraflarının azaltılması

Tarım ürünlerinin satıldığı mahalli pazarlar genellikle küçüktürler. Her pazarda bir tek satıcı, satış işini daha aşağı masrafla, daha iyi yürütebilir. Pazarda bir tek ürün toplayıcısının çalışması, birkaç alıcının birden işi paylaşması suretiyle çalışmasından daha verimlidir. Pazarda bir tek ürün toplayıcısı bir monopol kontrolüne sahip olur ve düşük bir marj elde etmeyerine, verimliliği ve kâr elde etmek kabiliyetini artırır. Böylece alıcı kendi hizmetleri için, diğer birkaç alıcının koyduğu masraf kadar, belki de fazla masraf yapar.

Böyle hallerde çiftçiler pazarda birden fazla satıcının olmasını isterler. Çünkü böylece yarışma kısmen temin edilmiş olur. Alıcıların adetleri az olduğu zaman, hakiki bir yarışma yoksa "yaşa ve yaşamaya müsaade et" politikası yürütülür. Diğer taraftan alıcıların adetleri fazla ise, herbiri alıcının iş hacmi, küçülür ve iş yüksek masrafa sebep olur. Hatta çoğu zaman birçok alıcılar diğerlerini elimine etmek için yapacakları gayretlerle daha fazla masraf ortaya koyarlar.

Böyle durumlarda en iyi hal çaresi, çiftçilerin kendilerinin olan pazarlama kuruluşunu kurmaları, yapılacak masraf nisbetlerini tayin etmeleri ve geliri fazlasını ortaklarına rısturn olarak geri vermeleridir. Böylece pazarlama hizmetleri az masrafla yapılır. O halde kooperatifin sağladığı en büyük üstünlük, kârın yükünü dağıtmak değil, fakat masrafları azaltmaktır.

Birçok hallerde pazarlamada yapılan faaliyetin sonunda elde edilen kârlar küçüktürler. Buna karşılık masraflar ise büyüktürler. Üreticiden tüketiciye uza-

nan zincirde kârlar, tüketicinin ödediğinin % 5-10 u civarında iken, masraflar % 50 civarındadır. O halde kooperatifin masrafları azaltmadaki hizmeti büyük olacaktır.

Genel olarak kooperatifler için büyük imkanlar, küçük kâr sahalarında değil, fakat büyük masraf sahalarındadır. Masraflarda mesela % 10 bir azalma, aracı kârının büyük bir kısmının elimine edilmesi demektir.

c — Pazarlama hizmetlerinin ıslah edilmesi

Pazarlama sistemi içinde çiftçi aleyhine olan pek çok işleri vardır. Satıcılar fazla para kazanmak için bunlara süratli olarak devam ettirirler. Örnek olarak satıcıların yumurtayı üreticiden boylarına göre ayırmaksızın satılmaları ve boyluyarak satmaktadırlar. Böylece satıcılar fazla para kazanmak suretiyle yarar temin ederler. Bu durum toplayıcı bakımından karlıdır. Halbuki bu uygulamada çiftçi, kendisinin yüksek kaliteli ürününün daha fazla para edeceği fikri ile beslenmemektedir. Bunun sonucu olarak çiftçi daha iyi kalite yetiştirmeye gayreti göstermez ve bu suretle tarımsal faaliyet gelişmez. Aynı durum hububat ve diğer ürün neveleri için de doğrudur. Bu ürünler için kooperatiflerin kurulmuş olması ile, ürünler kalitelerine göre karşılığını alırlar.

O halde kooperatif, monopolistik durumun mevcut olduğu hallerde hükümet müdahaleleri olmaksızın çiftçiyi koruyan ve monopiliyi zayıflatan, masrafları düşüren ve ticarettte, şartları kötü kullanıcıları kontrol eden tesirli tek ve basit bir yoldur.

Pazarlama ve alım kooperatifleri kuran çiftçiler bu faaliyetleri ile, kendi ürünlerinin çiftlikteki faaliyetlerine pazarlama hizmetlerini de ilave etmiş olmaktadır. Bu hal tıpkı sanayide büyük işletmelerin kendi mallarını kendilerinin satmalarına benzemektedir. Mesala Ford Firması, otomobil ve aksamını dünya pazarlarında satmak için birçok memleketlerde satış şubeleri kurmaktadır. Ford işletmesi, bir tek şahıs işletmesi gibi hareket eder. Çünkü işletme bu şekilde hareket edebilecek kapasitededir. Halbuki çiftçilerin kâr temin edecek bir büyüklükte pazarlama organizasyonu meydana getirmeleri için kendi aralarında işbirliği yapmaları gerekmektedir. Aile ziraat işletmelerinin büyüklükleri, üretim için belki rantabl çalışabilecek kadar olabilir, fakat ürünlerin pazarlanması için her bir işletme rantabl çalışma büyüklüğünde değildir. Özel şahıs pazarlama işletmeleri, ticareti yapabilmek için kafi büyüklüğe malik olabilmektedir. Bunlar çiftçi bakımından vazifelerini yapıyorlarsa, çiftçilerin bu sahaya girmelerine lüzum yoktur. Fakat bunlar çiftçi bakımından iyi çalışmıyorlar ve onları istismar ediyorlarsa, çiftçilerin kendi ürünlerinin pazarlamasını yapmak için kooperatif şekli ile kafi büyüklükte geniş ticaret ünitesi kurmaları, kendi menfaatlerini temin bakımından zaruridir.

II- TÜRKİYEDE YAŞ MEYVE VE SEBZE PAZARLAMASININ GENEL YAPISI

İnsan beslenmesinde son derece önemli olan yaş meyve ve sebzeler Türkiye'de üretildikleri bölgelerden tüketim bölgelerine akarken büyük ölçüde zayıflama ile karşılaşmakta ve elden ele geçme ile büyük masraflara konu olmaktadır. Tüketicinin ödediği paranın önemli bir bölümü pazarlama kanalında kalmakta , üreticiye bunun ancak küçük bir bölümü dönmektedir. Yetiştiricilikte maliyetin yüksekliği ile başlayan, ilk pazara satıştan itibaren, toptan satış pazarlarında, paketleme ve ambalajlamada, depolamada ve taşımada, merkezi pazarların satış ve dağıtım yerlerinde çeşitli sorunlar belirmektedir. Merkezi toptancı Halleri yaş meyve ve sebze akımında yıllık ve mevsimlik büyük mevsimlik dalgalanmalar olmaktadır. Bu durum geniş fiyat dalgalanmaları yaratmaktadır.

Türkiye'de arz ve fiyatlar büyük dalgalanmalar gösteren ve istikrarsız bulunan yaş meyve ve sebze pazar bünyesinin özelliklerinin ve sorunların ortaya çıkarılması, bunlara uygun önlemlerin araştırmalar ile bulunması, düzenlemede kooperatiflerin etkinliklerinin belirlenmesi önem taşımaktadır.

III – ÜRÜNLERİN PAZARA HAZIRLANMASINDA KOOPERRATİFLERİN YERİ

Yaş meyve ve sebzelerin pazara hazırlanması hasat edilmesi ve toplanması ile başlanmaktadır.

Meyve ve sebzelerin, yaralanmadan ve ezilmeden, en az zayıflama ile taşımaya ve toplamaya uygun gelecek şekilde hasatlarının yapılması gerekmektedir.

Yaş meyve ve sebzeler hasat edildikten sonra, iç ve dış piyasalara gönderilirken, bir dizi işleme tabi tutulmaktadır. Bazı meyve ve sebzeler hasat edildikten sonra, daha bahçede, doğrudan doğruya pazara arz edilecek şekilde hazırlanmaktadır. Bunların miktarları genel olarak azdır. Meyve ve sebzelerin büyük kısmı, tüketici taleplerine uygun şekilde arzı sağlayacak olanakların bulunduğu merkezi bir yere taşıyıp orada pazara hazırlanmaktadır.

Yaş meyve ve sebzelerin üretim mahallinde pazara hazırlanması işlemleri, ya bizzat üretici tarafından veya ürünü bahçede ve tarlada satın alınan mahalli toplayıcı, komisyoncu veya dış satımcı gibi dağıtım kanalı üyeleri tarafından yapılmaktadır.

Meyve ve sebze hasad şekli bölgede ürünün bahçede satılıp satılmadığına göre değişmektedir. Komisyoncu tarafından ürün satın alınmış ise hasat işçilere yaptırılır. Diğer hallerde üretici kendi aile fertleri ile hasat yapmaktadır. Her iki halde de hasat şekline özen gösterilmekle beraber, bu konudaki teknik bilgi yayına yeterli değildir.

Ürünlerini alivre usulle satan üreticiler, genelde hasat dahil, hiç bir pazara hazırlama işlemi ile uğraşmamaktadırlar. Böyle durumlarda bahçede ürünü pazara hazırlamanın tüm işleri, ürünü satın alan pazarlayıcılar tarafından yapılmaktadır. Bu pazarlayıcılar bahçedeki pazara hazırlama işlemlerini, mahalli ölçülere ve pazar isteklerine göre yerine getirmektedirler. Bu konuda kooperatiflerin çalışmaları sınırlıdır.

IV – PAZARLAMA KANALLARINDA VE ÇEŞİTLİ SATIŞ YERLERİNDE KOOPERATİFLERİN YERİ

Ürün çeşitlerinin doğrudan tüketiciye işleme sanayiine, dışsatımcıya, tüccara, komisyoncuya ve kooperatife giden miktarların, toplam içindeki nisbetleri genel olarak o ürünlerin pazarlama kanallarının genişliklerini ifade etmektedir. Türkiye genelinde portakal dağıtım kanalında direkt tüketici, toplam pazarlamanın % 5 ini, işleme sanayi % 5 ini, dışsatımcı % 10 unu, tüccar % 55 ini, komisyoncu % 20 sini ve kooperatif % 5 ini pazarlamaktadır. Şeftali, erik ve çilekte bu nisbetler sırası ile % 10, % 8, % 2, % 16, ve % 19 dur. Domateste ise pazarlama kanalına pazarcılar da girmekte ve nisbetleri % 2 direkt tüketici, % 15 işleme sanyei, % 2 dış satımcı,, % 10 pazarcı, % 50 tüccar, % 20 komisyoncu ve % 1 kooperatif olarak belirmektedir.

Yaş meyve ve sebzeler üreticiler tarafından bahçede satılmadığı durumlarda ürünün önemli bir bölümü, satış için getirildiği toptancı Hal'lerinde pazarlanmaktadır. Yaş meyve ve sebzeyi bahçeden satın alan alıcı tüccarlar ve komisyoncular da, onların satılması için önemli bir bölümünü önce Toptancı Hal'lerine getirmektedirler.

Üreticiler, ürünlerini Hal'de daha ileri bir pazara sattıkları zaman üretici, satıcı, veya, üretici komisyoncu durumunu almaktadırlar. Bu şekilde ürün satan üreticiler, bu faaliyetlerinde genellikle dernek şeklinde birleşme ihtiyacı duymaktadırlar. Örneğin Ankara'da üreticiler, Müstahsiller Derneğinde, 600 kayıtlı üyesi ve 75 satış yeri ile, bir birleşme hali göstermektedirler.

Üreticilerin kooperatif halinde birleşerek kooperatifin Hal'de yar alması durumu da mevcuttur. Ancak bu birleşme, kooperatif hizmetlerini tam gerçekleştirecek şekilde olmamıştır.

Üretici bölgesi Hal'lerinde satış yerleri olarak komisyoncu ve tüccar komisyoncular daha ağırlıklı bulunmaktadır. Üreticilerin satış yerleri ise daha sınırlıdır. Mesela Adana Yaş meyve ve Sebze Toptancı Hal'inde 125 adet komisyoncu dükkanına karşılık, 75 adet üretici dükkanı bulunmaktadır. Üretici dükkanları genelde 2-3 ortaklıdır.

Sevkiyatı tüccarlar kendi aralarında kurdukları derneklerde birleşme gösterirler. Örnek olarak 1976 da kurulan Mersin Sevkiyatı Tüccarlar Derneğinin 580 üyesi olduğu verilebilir.

Üretim bölgelerinden yaş meyve ve sebze dağıtımını yapan sevkiyatçı tüccarların bağlantılı oldukları belirli illeri bulunmaktadır. Her sevkiyatçı tüccar yalnız kendi bölgesine ve iline mal sevk etmektedir. Sevkiyatçı tüccarlar belirli bölgeye ve il'e mal göndermede kısmi bir monopol yaratmışlardır. Taşıma işinin organize olmuş firmalar ve kooperatiflerce yapılmaması, ambalaj malzemelerinde zayıf yükseltmektedir. Bu yönüyle yaş meyve ve sebze taşımacılığının organize olmuş firmalar ve taşıma kooperatiflerince yapılması yararlı görülmektedir. Bu şekilde bir düzenleme ile aynı zamanda navlun bedellerinin daha mantıklı tesbit edilebileceği ve zaman zaman meydana gelen araç bulma zorluğunun kalkacağı beklenmektedir.

Üretici bölgesi Hal'lerinde aracı olarak üreticileri temsil eden kooperatifler Adana da mevcut değildir. Mersinde ise sınırlı sayıda dükkanlıdır. Mersin Hal'inde "ÖNCÜ" ve "İÇKOBİRLİK" Kooperatifleri bulunmaktadır. "ÖNCÜ" ve kooperatifi sevkiyatçı tüccarlara ve Mersindeki perakendecilere satış yapmaktadır. Finansman gücü bulunan İÇKOBİRLİK ise, yurt içi ve yurt dışı satıcılara ürün vermektedir. Hal yasası, hal'lerde kooperatiflerin öncelikle yer almasını öngördüğü halde, uygulamada kooperatifler etkin bir şekilde yer almaktadırlar.

Ankara şehrinin yeni yaş Meyve ve Sebze Toptancı Hal'i gerek idare binaları, gerek satış yerleri ve gerekse nakil vasıtalarının hareket edebilmeleri bakımından rahatlıklar getirmiştir. Hal'de her sırada 33 dükkan bulunan 3 peron vardır. Buna göre 195 adet satış yeri bulunmaktadır. Bunun 178 adedi yaş meyve ve sebze komisyoncusu toptancıları satış yeridir. Her dükkanın Hal yönetmeliğine göre bir tek sahibi olması gerekirken, bazı dükkanlar da ortaklıklar vardır. 17 adet satış yeri ise kooperatiflere verilmiştir. Ancak bir kısım yerler de, komisyoncu dükkanları gibi çalışmaktadırlar. Hal'de gerçek üretici satış yerleri mevcut değildir.

Ankara Hal'indeki satış yerlerinin kapasiteleri komisyoncuların sermaye miktarları ve Ankara dışındaki Hal'ler ve üreticiler ile temaslarının farklı olmaları nedenleri ile birbirlerinden oldukça farklıdır. Hal'deki satış yerlerinin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için yılda en az 300 ton satış yapmak zorundadır.

lar. Bu konu ile ilgili olarak komisyoncular, ürün temini ve satışında daha rahat hareket edebilmektedirler. Kooperatifler ise, kendilerine az mal gönderilmesi sorunu ile karşılaşmaktadırlar.

Ankara Toptancı Hal'indeki komisyonculara, ürünler, üreticilerden üretici tüccarlardan ve sevkiyatçı tüccarlardan gelmektedir. Ankara Hal'inde pazarlamada en geniş yer alanlar; komisyoncular ve komisyoncu tüccarlardır. Üretici komisyoncuları ve kooperatifler ise sınırlıdır.

Ankara Toptancı Hal'inde komisyoncu ve kooperatif satış yerlerinin bir arada çalışmalarında, kooperatiflerin kapasitelerinin düşüklüğü ile yarışma şartlarında üstünlüklerini koruyamadıkları görülmektedir. Halen Ankara Sebze ve Meyve Müstahsilleri S.S. İstihsal ve Satış Kooperatifi ile MENKOBİRLİK canlı görülen kooperatiflerdir. Bunlar üye olan ve olmayanların ürünlerini satmaktadırlar. MENKOBİRLİK: kooperatif satışlarında etkili olabilmektedir. Ankara Toptancı Hal'inden, ürünün taşınmasını yapan taşımacıların 157'adedi, kooperatif halinde birleşmişlerdir. Ayrıca kooperatif üyesi bulunmayan 200 adet araç sahibi de Hal'de çalışmaktadır.

V – PAZARLAMA KURULUŞLARI VE BUNLAR ARASINDA KOOPERATİFLERİN YERİ

Yaş meyve ve sebze pazarlamasında bir kısım kuruluşlar halka açık anonim şirket şeklindedirler. Bunlar meyve ve sebze paketleme, depolama ve işleme faaliyetlerinde bulunurlar. Kâra yönelik çalışan bu kuruluşlar üreticiler ile bağlantı halinde çalışmakta, iç ve dış pazarlamayı yürütmektedirler.

Bölgede araştırma konusu ürünler için tek şahıslara ait özel teşebbis pazarlama kuruluşları da mevcuttur. Paketleme evi, işleme tesisi bulunan bu tip kuruluşlar daha çok dış pazarlar için çalışmaktadırlar.

Bölgede incelenen ürünlerin satışı ile ilgili kurulan pazarlama kooperatiflerinin bir bölümü bu faaliyetten çekilmişler üreticilerin ürünlerini kendilerinin pazarladıkları kooperatif şeklindeki kuruluşları geniş anlamda bulunmaktadır. Mevcut olanlar ise etkili değildir. Üreticiler bu durumdan yakınmakta iseler de bir araya gelerek etkili çalışan pazarlama kooperatifi kuramamaktadırlar.

Meyve ve sebze pazarlamasında önemli bir pazarlama kurulu MEPESAN'dır. Bu kuruluş, Hükümetimiz ile Dünya Bankasınca imzalanan İkinci Yaş Meyve ve Sebze Projesi çerçevesinde DPT koordinatörlüğünde T.C. Ziraat Bankasının % 30 ve Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliğinin % 10

katkısıyla, Antalya, İzmir, Bursa ve Mersinde üretici ve dış satımcıların iştiraki ile kurulmuştur. Kuruluş bir şirketler topluluğudur. Devlet desteğinde özel şirket statüsündeki bu kuruluş, dış satım için ürün işleme, ambalajlama ve kalite kontrolleri yapma ve dış satımla görevlidir. Ancak, haber ve bilgi toplayıcı merkezinin oluşmaması ve işletim sermayesi yetersizliği, üretici ve pazarlayıcının tam katkılarının ve işbirliklerinin sağlanmaması, kuruluşun kendinden beklenen görevi yerine getirmesini önlemektedir.

Pazarlama kuruluşları arasında tüketiciden ürünü topluyarak çeşitli pazarlama kademelerine kadar ulaştırılabilen pazarlama kooperatiflerinin özel bir yeri vardır. Araştırma bölgesinde önceden kurulmuş çeşitli yaş meyve ve sebze kooperatifleri, genellikle gerek finans yetersizliği ve gerek yönetimlerdeki başarısızlıklar nedeniyle, faaliyetlerini özel teşebbüs firmalarına bırakmışlardır. Bir yaş meyve sebze kooperatifi olan **İÇKOBİRLİK**, komisyoncu tüccar şeklinde çalışmaktadır. Bir kooperatif şeklinde kurulan NARKO ise, tesislerini özel teşebbüse kirya vermiştir.

Bölgede narenciye pazarlamasında çalışan bir kooperatif Birliği olan **MENKOBİRLİK** (S.S. Mersin Narenciye ve Tarım Ürünleri Kooperatifleri Birliği) mevcuttur. Birliğin 16 ortak kooperatif Adana ve Hatay illerinde faaliyet göstermektedir. Kooperatifin paketleme tesisi mevcuttur.

Ortak koöperatefleri adına ürünü toplayan ve iç ve dış piyasalara sunan **MENKOBİRLİK**, satışlardan sonra % 4 komisyonu, Birlik masrafını karşılamak üzere ayırmakta, birliğe bağlı birim kooperatiflerine ise, beher sandık narenciye'den 2 TL. sınırı komisyon olarak ödemektedir. (**MENKOBİRLİK**, merkezi bir kuruluş olarak haber toplamayı ve dağıtımını, merkezi kayıt ve muhasebe tutulmasını daha az masraflı yürütebilmektedir. Birlik ortaklara narenciye teslim taahhüdüne karşılık nakdi avans ödemesi yanında, ambalaj malzemelerini de kredili olarak vermektedir.

MENKOBİRLİĞİN 1985 de çeşitli ülkelere 13.750 ton narenciye dış satımı yanında, dış satım fazlası ürünün yurt içinde değerlendirilmesi ve ortaklara güvenli bir satış yeri temin edilmesi gayesi ile, Ankara Yeni Toptancı Hal'i ve İzmir Merkez Hal'inde satış yerleri bulunmaktadır.

Pazarlama kanallarından ürünün tüketicieye süratle, daha az masraflı ve kaliteli ürün akışına da önem veren bir yol, üretici veya üretici kooperatiflerinden, Toptancı Hal'e uğramadan, doğrudan süpermarketler yolu ile dağıtımındır. İngiltere'de yaş meyve ve sebze pazarlamasında süpermarketlerin payının % 25 civarında bir nisbetinde olduğu kabul edilmektedir. Tüketicieye doğrudan üretici ve üretici kooperatiflerinden süpermarketler yoluyla ürün akışının kaliteli mal akışına büyük ölçüde hizmet ettiği ve pazarlama masraflarını

düşürdüğü kabul edilmektedir. Ankarada yaş meyve ve sebze satışında süpermarketler, doğrudan kendi toplama halkasını oluşturmadıklarından ve toptan pazarlardan manavlar gibi ürün tedarik ettiklerinden, hem kaliteli malın akışını hızlandırmamakta ve hem de pazarlama masraflarının düşmesini sağlayamaktadırlar. Süpermarketlerin üretici ve üretici kooperatiflerden, toptancı pazarlara uğramadan kendilerinin toptancılık faaliyetleri yapacak şekilde gelişmeleri, Ankara şehrinde yaş meyve ve sebze pazarlamasının düzenlenmesine etkili olacaktır.

VI – PAZARLAMANIN DÜZENLENMESİNDE KOOPERATİFLERİN ETKENLİĞİ

Araştırma bölgesinde incelenen ürünlerin pazarlama organizasyonunda önemli aksamalar mevcuttur.

Üreticilerin maddi yönden güçsüz oluşları, özellikle meyvelerde ürünün hasattan çok önce alivresatış ile ucuz fiyatla elden çıkmasını yaratmaktadır. Ayrıca bu satışların ürün miktarı tahmini ile (kabala ifade edilmektedir) yapılması, gerçek miktarın satışını önlemektedir. Küçük üreticilerin ürünleri olgunlaşmadan, onları satışa iten bu şartların ortadan kaldırılmasında, projeye dayalı kredileme sistemi ile üreticinin içine dahil edildiği bir pazarlama sistemi kurulması geliştirilmelidir.

Önce ürünün üretici tarafından derim zamanı bahçeden ilk toplayıcılar satışında, yetiştiricinin pazar ve fiyatlar hakkında tam bilgi ile teçhiz edilmesi gereği üzerinde durulmalıdır. Bu sağlanamadığından yetiştirici, birçok hallerde ürünü, düşük fiyatla satmaktadır. Oluşan ürün fiyatlarının geniş ölçüde yayımı sistemi kurulmalıdır.

Üretici, ürünün kalitesi ile fiyatı arasındaki ilişkileri iyi kurmamaktadır. Üreticiyi bu yönde eğiten bir sistem geliştirilmemiştir. Ürün daha bahçeden ve tarladan çıkarken, hasat olgunluğunun beklemeden veya iyi bir ayıklamaya tabi tutulmadan ve kalite farkı dikkate alınmadan sandıklara konulmaktadır. Üreticiyi bu yönde eğitmek ve alıcı ile birlikte, kaliteye göre ürünü-sınıflandıracak bir organizasyon içine dahil etmek yararlı olacaktır.

Türkiye'de meyve ve sebze tarımının çok sayıda küçük aile işletmelerinde küçük kapasiteler halinde yapılması ölçek ekonomisinden yararlanmayı önliyerek pazarlama hizmetlerinde maliyeti yükseltmektedir. Pazarlamada maliyetin düşürülmesinde ve hizmetlerin düzenlenmesinde pazarlama kuruluşları büyük önem taşımaktadır.

Gerçekten, Beş Yıllık Kalkınma Planlarımız da Önceden bu konuya önem vermişler ve yaş meyve ve sebze pazarlamasında faaliyet gösteren özel ve tüzel kişileri:

- a — Üretim düzeyinde kooperatifler,
- b — Pazarlama, değerlendirme ve ihracat düzeyinde kooperatif üst örgütleri veya bordlar şeklinde organizasyon kurulumlarını ve
- c — Bu teşekküllerin, üreticiden tüketicie kadar olan bütün pazarlama faaliyetlerinden sorumlu ve yetkili bir merkezi örgüte bağlanmalarını ve orada birleşmeleri gerektiğini açıklamışlardır.

Çeşitli yaş meyve ve sebze pazarlamasının düzenlenmesinde bordların kurulması, geniş şekilde önerilmektedir. Mesala ÇAĞLAYAN: Narencie için, onun tarımından derim, ambalajlama, depolama, taşıma ve satışına kadar tüm hizmetlerin koordinasyonunu mümkün kılabilen, üretimden dış satıma kadar tüm hizmetlerin koordinasyonunu mümkün kılabilen, üretimden dış satıma kadar tüm faaliyetleri kapsıyan bir pazarlama bordu kurulmasını tavsiye etmektedir. GÜNEŞ ise, çeşitli ülkelerde özel yaş meyve ve sebzeler için bordlar kurulduğunu, İsrail ve Libya narencie bordu ise İngiltere salatalık ve domates bordu gibi kuruluşları banlara örnek olarak vermektedir.

Kalkınma Planının pazarlama kuruluşları arasında birleşmeyi öngörmesine rağmen, Türkiye'de yaş meyve ve sebze pazarlamasında, anonim şirketler, özel şahıs şirketleri ve çok sınırlı sayıdaki ve zayıf kooperatifler, ayrı ayrı organizasyonlar şeklinde çalışmaktadırlar. Bunların aralarında keskin bir rekabet de vardır. Kuruluşlar arası mevcut olan keskin rekabet, ürünün akışında ve üretici yönünden olumlu fiyatın meydana gelmesinde, önemli güçlükler yaratmaktadır. Bu kuruluşlar arasında kooperatif organizasyonunun kuvvetli olmaması üreticinin, pazarlama zincirinin içinde pazarlık gücünü çok zayıf tutmaktadır. Ayrıca çeşitli pazarlama kuruluşlarının aynı pazarlardaki yıkıcı rekabeti de, büyük ölçüde fiyat düşmeleri ve dalgalanmaları yaratmaktadır.

Araştırma yapılan üretim bölgesinde yaş meyve ve sebze üretiminin ihtiyaçlara göre planlanması yapılmadığından ve ürünün pazara akışında tüm pazarlama kuruluşları rekabet halinde çalıştıklarından, arzdaki dalgalanmalar fiyat istikarsızlıkları hasıl etmektedir. Üretici, pazarlamacı ve işleyicilerin, devletin temsilcisinin de aralarında bulunduğu bir yaş meyve ve sebze pazarlama kuruluşunda birleşerek hem üretim ve hem de kanallarında akacak ürünü kontrol altında tutmaları ve büyük fiyat dalgalanmalarını önlemeleri gereklidir. Bu sayede yaş meyve ve sebze pazarlamasında fiyat istikrarı ve bunun sonucu olarak üretici gelirlerinde istikrarın sağlanması mümkün olabilecektir.

Belirtilen amaçlara hizmet etmek gayesi ile ve yaş meyve ve sebzelerin üretiminden itibaren pazarlama zincirine kadarki hizmetleri düzenlemek için, Birinci Yaş meyve ve Sebze Projesi uygulanmış, sonra 1981 de, İkinci Yaş Meyve ve Sebze Projesinin uygulanmasına başlanmıştır. Dünya Bankası ile 40 milyon dolarlık bir anlaşma ile başlatılan ikinci projenin 20 milyon doları üretimi artırma diğer kısmı eğitim ve pazarlama çalışmaları için ayrılmıştır.

Proje ile Mersin, Antalya, İzmir ve Bursa'da kurulan dört Meyve-Sebze Pazarlama v Sanayi Şirketinin (MEPESAN) biri, araştırma bölgesinde Mersin de bulunmaktadır. Mersin MEPESAN şirketi 40 ortaklıdır. Burada üreticilerin yukarıda anlatıldığı şekilde şirkette geniş olarak temsil edilmemesi önemli bir noksanlıktır. Ayrıca halen kuruluşun kredi ihtiyacının karşılanmaması, onu hareketsiz halde tutmaktadır.

MEPESAN'a üretici katılımının olarak tam sağlanmaması, kuruluşun tek yönlü olarak ticaret kesiminin elinde bulunması, yeter kredinin elde edilmemesi ve ürün pazarlamasının teknik, idari ve ekonomik yönetiminin noksanlığı, araştırma bölgesinde onu verimli çalışmayan bir duruma getirmiştir.

Araştırmanın üretim bölgesinde Mersin'de yer alan MEPESAN iç dış pazar isteklerine göre üreticilere fidan, fide, ve tohum dağıtma sistemini geliştirmeli, meyve ve sebze yi geliştirenlere teknik bilgileri ulaştıracak sistemi kurmalı, ortak çiftçilerine teknik bilgileri dağıtılarak kaliteli ve standard üretimi sağlamalı ve tedarik hizmetini iyi işleterek, geniş miktarda toplanan ürüne uygun depolama ve paketleme işlemlerini tatbik etmelidir. Toplanan, depolanan ve paketlenen pazara hazırlanan ürünlerin düzenli olarak satışı ve dağıtımı MEPESAN'ca yapılmalıdır. Bunun için şirkette iyi yetişmiş personel çalıştırılmalı ve pazarlama hizmetlerinin aksatılmaksızın her aşaması teknik esaslara göre tamamlanmalıdır.

Bütün bunlara göre MEPESAN bir devlet şirketi olması yerine, devletin desteğinde, üreticileri ve pazarlayıcıları bir araya getiren ve onlara üretimde, pazarlamada ve pazarlar aramada hareket serbestliği veren ve devletin desteklediği bir şirket şekline dönüştürülmesi onu gerçekten işleyebilen bir kuruluş haline gelmesine yardımcı olacaktır. Bu sağlandığı takdirde MEPESAN'ın, yaş meyve ve sebze pazarının düzenleyici bir pazarlama bordu hüviyeti kazanması mümkün olabilecektir. MEPESAN'ın bir yaş meyve ve sebze pazarlama bordu hüviyetinde etkin çalışma şartlarının oluşturulması düzenlenmesinde etkili olacaktır. Bu sağlanmadığı takdirde, Türkiye yaş meyve ve sebze üretiminin en büyük bölümünün olduğu araştırma bölgesinde, Antalya'da dahil edilerek üretimden satışa kadar bütün faaliyet ve sahaları kontrol edecek bir pazarlama bordu veya borduları kurulmalıdır. Tüm bir yaş meyve sebze pazarlama bordu kurulmadığı takdirde, nar, karpuz, üzüm, taze sebze gibi ürün gurupları veya ürünler için ayrı ayrı borduların kurulması yararlı görülmektedir.

Pazarlamamanın düzenlenmesinde bard'lardan çeşitli ülkeler geniş ölçüde yararlanmaktadır. Pazarlamamanın düzenlenmesinde bard'lardan çeşitli ülkeler geniş ölçüde yararlanmaktadır. Pazarlamamanın düzenlenmesinde bard'lardan çeşitli ülkeler geniş ölçüde yararlanmaktadır. Pazarlamamanın düzenlenmesinde bard'lardan çeşitli ülkeler geniş ölçüde yararlanmaktadır. Pazarlamamanın düzenlenmesinde bard'lardan çeşitli ülkeler geniş ölçüde yararlanmaktadır.

nı kontrol etmekte, böylece toplumun çeşitli kesimleri arasında denge kurmaktadır. Pazarlama bordu hareketi, tarımsal ürün arzının, tarım ürünü fiyatının, sağladığı gelirin istikarsız olduğu yerlerde ve kooperatif kuruluşunun bu problemi çözmediği durumlarda kendini göstermektedir. Genellikle dünya ülkelerinde üreticilerin pazarlama bordu hakkındaki düzünceleri onun pazarda üreticilerin pazar güçlerini ıslah eden pratik bir vasıta olduğu şeklindedir. Meyve ve sebze pazarının düzenlenmesi için pazarlama bordları kurlaması çeşitli ülkelerde görülmektedir. Özellikle, et, süt yağ veya sebze gibi alanlarda pazarlama bordu kuruluşu, bu alanların ülkede geniş faaliyet kapsadığı, bir endüstri şeklinde geliştiği ve pazarlama kolaylıklarına ihtiyaç olduğu memleketlerde dikkati çekmektedir. Türkiye'de pazarlama bordu konusunun, yaş meyve ve sebzeden başlayarak, pazarın düzenlenmesinde önemle ele alınması gerekmektedir.

VIII – KOOPERATİFLERİN PAZARLAMA MASRAFLARININ AZALTILMASINA TESİRLERİ

Araştırma konusu yaş meyve ve sebzelerin çeşitli pazarlama kanallarından geçerken her pazarlama kademesinde bunlar için yapılan masraflar ile, ürünlerin tüketiciye satış fiyatları ve bu fiyatlarda masraf unsurlarının payları ayrı ayrı hesaplanmıştır.

Adana ve İçel illeri yaş meyve ve sebze üretim bölgesinden Ankara şehrine doğru ürün akışında genelde ürün pazarlama kanalının (çok az sayıda dört pazarlama kanalı) yaygın olduğu gözlenmiş ve hasaplar buna göre ayrı ayrı yapılmıştır.

Birinci pazarlama kanalında ilk toplayıcının marjı % 20 civarındadır. Nakliyecinin marjı narenciye için % 3 ile % 10 arasında değişmekle beraber genelde % 5-6 civarında bulunmaktadır. Ağırlığın göre hacimli ve içindeki su miktarları fazla bulunan kıvrıcık ve karpuz gibi ürünlerde nakliyecinin marjı % 17 ile % 20 seviyelerine yükselmektedir. Semt pazarcılarının marjı, altıntop dışında narenciye'de , kıvrıcıkta % 24-30 arasında oynamaktadır. Altıntopta bu nisbet % 51 e kadar yükselebilmekte, karpuzada % 14 e kadar düşebilmektedir. Nisbetin yüksekliği alıcı kütlelerinin sınırlılığı, nisbetin düşüklüğü ise, alıcı kütlelerinin gelir grupları itibariyle yaygın olduğu ile açıklanmaktadır.

İkinci pazarlama kanalı: sevkiyatçı tüccar, bölge Hal'i komisyoncusu (veya HAL'deki üretici kooperatifi), nakliyecinin firma, Ankara Toptancı Hal'i komisyoncusu ve perakendeci manav (veya semt pazarcısı) halkalarından oluşmaktadır.

İkinci pazarlama kanalının kullanılmasında üretici payı, % 11,4 ile % 45, 69 arasında değişmekle beraber, biber, üzüm ve mandarin dışında diğer ürünlerde bu nisbet % 39 un altında oluşmaktadır. Araştırma konusu ürünler için ikinci pazarlama kanalını kullanan üreticiler ortalama olarak tüketicinin ödediği paranın % 24, 44 ünü alabilmektedirler. Buna karşılık bu pazarlama kanalında tüketicinin ödediğinin % 75.56 sı pazarlama kanalında kalmaktadır.

Üçüncü pazarlama kanalı, kooperatiflerin yer aldığı kanaldır. Üretim bölgesinde, ya da tüketim bölgesinde olmak üzere bu pazarlama kanalında sisteme en az bir kademede pazarlama kooperatifi dahil olmaktadır. Üretim bölgesindeki kooperatif, nakliyeciyi firmayla Ankara Hal'indeki üretici kooperatifine mal sevketmekte, Hal'deki bu üretici kooperatifi de ürünün semt pazarcısına, ya da manava devretmektedir. Ankara Hal'indeki kooperatifin satış fiyatından yapılan tüm masraflar çıkartıldıktan sonra, kalan kısmı üreticiye ödenmektedir. Mesela bu pazarlama kanalını izleyen limon, perakende pazarda 303,12 TL/mg ma satılmıştır. Bu satış değerinin 182,96 lirası üreticiye ulaşmıştır. Limon örneğinde nihai fiyat içerisinde üreticinin % 60,36, Hal kooperatifinin % 19,64, semt pazarcısının da % 17,02 oranlarında pay aldıkları görülmektedir. Bu pazarlama kanalı üretici lehine işlenmektedir.

İncelenen ürünlerden limon, portakal, mandarin, altıntop, şeftali, erik, üzüm, domates, bibe, patlıcan, salatalık, fasulye, kıvırcık ve patatesin, diğer pazarlama kanallarına ilaveten bu üçüncü pazarlama kanalını da kullandıkları tesbit edilmiştir. Bu pazarlama kanalını da kullandıkları tesbit edilmiştir. Bu pazarlama kanalında sadece Ankara Hal'inde üretici kooperatifinin bulunması halinde, tüketicinin ödediği parada üretici payı daha yüksek olmaktadır. Aynı ürünün hem üretici bölgesinde ve hem'de Ankara halinde üretici kooperatifinden geçmesi halinde pazarlama masrafı yükselmekte ve üretici payı düşmektedir. Pazarlama kanalında iki defa kooperatifin yer alması görülen patlıcan ve domateste nisbetleri % 6,76 ve % 13,91 e düşmesi hem fazla el değirtirme yapıldığını ve hem de, kooperatiflerin işlevlerini tam olarak yerine getiremediklerini açıklamaktadır. Bununla beraber pazarlama kanalında kooperatiflerin yer aşdığı sistemde, incelenen ürünlerde, tüketicinin ödediği paranın % 35,97 sinin üreticiye gitmesi ve % 64,03 ün pazarlama kanalında bulunması, pazarlamada kooperatiflerin tesirli olabileceğini göstermektedir. Pazarlama kooperatifinin tesirliliği, onun pazarlama kanalında bir defa yer alması halinde artmaktadır.

TÜRKİYE'DE KOOPERATİFLERİN TARIMSAL PAZARLAMANIN
DÜZENLENMESİNE ETKİLERİ (YAŞ MEYVE VE SEBZE PAZARLAMA ÖRNEĞİ)

Araştırma konusu ürünlerde yalnız kabak'ta, ürünün üretici bölgesindeki Hal komisyoncusununun, Ankara'daki nakliyeciye Hal komisyoncusuna ve semt pazarcısına akan dördüncü bir pazarlama kanalına tesadüf edilmiştir. Bu pazarlama kanalını diğerlerinden ayıran en önemli fark, ilk toplayıcının ve kooperatiflerin zincirde yer almamasıdır. Orta sayıda aracının yer aldığı bu pazarlama kanalında, tüketicinin ödediği paranın % 63,36 sı pazarlama kanalında kalmakta, % 36,64 ü üreticiye ulaşmaktadır.

Araştırma ile aynı ürünün farklı pazarlama kademelerinde alım fiyatlarının farklı olduğu görülmektedir. Aynı şekilde satış fiyatları da farklı olabilmektedir. Bu farklar bunların ait oldukları dönemler ile ürünlerin kalite farklılığından ileri gelmektedir.

İncelenen patlıcan, domates, salatalık, karpuz gibi çabuk bozulabilen ve hacimleri büyük olan ürünlerde, üretici eline geçen fiyatın oranı düşük akmaktadır. Ürünün üretim bölgesinden tüketim alanına akışında, pazarlama kanalı uzadıkça ve aracı sayısı arttıkça, pazar marjı yükselmekte, üreticinin eline daha düşük oranda bir kısım kalmaktadır. Bu şekilde, pazarlama kanalının uzaması halinde üreticinin eline, tüketicinin ödediğinin % 6,76, sı ve % 14,47 si gibi düşük bir nisbet geçmektedir. Bazı istisna ürünler dışında, kooperatiflerin pazarlama kanalında bir defa yer alması, pazarlama masraflarını azaltarak ürünün tüketicie daha ucuz fiyatla ulaşmasına yol açtığı gibi, tüketicie fiyatında üreticie kalan payı da, % 60 a kadar yükselerek, diğerkanallarına göre üretici için avantajlı bir durum yaratmaktadır. Pazarlama kanalında kooperatiflerin bulunmadığı ve ürünün sadece ilk toplayıcı, nakliyeci ve perakendeci aşamaları ile tüketicie ulaştığı hallerde, yine tüketicinin ödediği parada üretici eline geçen değerleri % 56,34 e kadar yükseldebilmektedir.

Tüketicinin ödediği paranın üreticie geçen nisbetinin artırılmasında ya kooperatifler bir defa bu kanalda yer almalılar veya ürünü ilk aracı, nakliyeci ve perakendeciden oluşan üç aşamada tüketicie ulaşmalıdırlar. Ancak bu son aşamada ürün Hal'e uğrayarak yasal yolları izlemesi, bunun için Hal'deki ilk aracı yolundan nakliyeci ve perakendeci yolu ile tüketicie ulaştırılması sağlanmalıdır. Ürünlerin Toptancı Hal'ine uğramadan satışları, belirli yasal düzenlemelere kavuşturulmalı, bununla ilgili olara üretici pazarları satışları üzerinde incelemeler yapılmalıdır.

SONUÇ

Yaş meyve ve sebze pazarlaması örneği ile kooperatiflerin tarımsal pazarlamanın düzenlenmesine etkileri açık bir şekilde ortaya konulmuştur.

Ürünlerin yetiştirme alanında pazara hazırlanmasında kooperatifler geniş ölçüde yer almamakla beraber, pazarlama kanallarında ve çeşitli satış yerlerinde bulunmaları, pazarlamanın etkinliğini artırmaktadır.

İncelenen pazarlama kanallarından üçüncü pazarlama kanalı, kooperatiflerin yer aldığı kanalıdır. Ya üretim bölgesinde, ya da tüketim bölgesinde olmak üzere kooperatif en az bir kademede görülmektedir. İncelenen ürünlerin çoğunun takip ettiği bu pazarlama kanalı üretici lehine işlemektedir. Bu pazarlama kanalında sadece Ankara Hal 'inde üretici kooperatifi bulunması halinde tüketicinin ödediği paradan üretici payı daha da yüksek olmaktadır. Aynı ürünün hem üretici bölgesinde ve hem da Ankara Hal 'inde, üretici kooperatifinden geçmesinde, pazarlama masrafları yükselmekte ve üretici payı düşmektedir. Pazarlama kanalında kooperatiflerin yer aldığı sistemde tüketicinin ödediği paranın % 35,97 si üreticiye dönmekte, % 64,03 ü pazarlama kanalında kalmaktadır. Bu nisbetler etkili çalışıldığı takdirde kooperatiflerin pazarlama masraflarının düşürülmesine ve üretici payının yükseltilmesine yardımcı olacağını göstermektedir. Pazarlama kooperatifinin etkinliği, özellikle onun pazarlama kanalında bir defa yer alması halinde artmaktadır.

Dördüncü pazarlama kanalı ürünün üretim bölgesindeki Hal komisyoncusuna ve semt pazarcısına akan sistemdir. Bu pazarlama kanalını diğerlerinden ayıran en önemli fark, ilk toplayıcının ve kooperatifin zincirde yer almasıdır. Orta sayıda aracının yer aldığı bu pazarlama kanalında tüketicinin ödediği paranın % 63,36 sı pazarlama kanalında kalmakta, % 36,64 ü üreticiye ulaşmaktadır. Bu kanal yaygın bir şekilde kullanılmamaktadır.

Ürünlerin nihai pazarda satışı ile üreticinin eline geçen fiyat, ürünlerin çeşidine, satış dönemine, seçilen pazarlama kademesine göre değişiklik göstermektedir. Genel olarak domates, patlıcan, salatalık ve karpuz gibi çabuk bozulabilen ve hacimleri büyük olan ürünlerde, üretici eline geçen fiyatın oranı düşük kalmaktadır. Pazarlama kanalının uzaması ve aracı sayısının artması, bu nisbetin düşmesinde etkili olmaktadır. Bu olumsuz şartlar bir arada incelenen ürünlerin bazılarında üretici eline geçen nisbetin % 6,76 ve % 14,47 gibi düşmesi durumunu hasil etmiştir. Buna karşılık kooperatifin pazarlama kanalında bir defa yer alması hali ile kooperatif bulunmadan ürünün sadece ilk toplayıcı, nakliyeciy ve perakendeci aşamaları ile tüketicie ulaşması halinde bu pay

% 60 a doğru yükselebilmektedir.

Tüketicinin ödediği paranın üreticiye geçen nisbetinin artırılmasında ya kooperatifler bir defa bu kanalda yer almalıdırlar veya ürün; ilk aracı, nakliyeciy ve perakendeciden oluşan üç aşamada tüketiciye ulaşmalıdırlar. Ancak bu son aşamada ürünün Hal'e uğrayacak yasal yolları izlemesi, bunun için Hal'deki ilk aracı yolundan nakliyesi ve perakendeci yolu ile tüketiciye ulaştırılması sağlanmalıdır. ürünlerin Toptancı Hal'ine uğramadan satışları, belirli yasal düzenlemelere kavuşturulması, bununla ilgili olarak üretici pazarları satışları üzerinde incelenmeler yapılmalıdır.

Yaş meyve ve sebze pazarlamasında büyük fiyat dalgalanmalarını önlemek, üreticilerin geliş istikrarını sağlamak, pazarlama masraflarını düşürmek ve tüketicinin ödediği parada üretici payını yükseltmek için, pazarlama kooperatiflerinin teşvik edilmesi ve pazarlama bordunun kurulması gerekli olduğu sonucuna varılmıştır.

THE EFFECTS OF COOPERATIVES ON THE ARRANGEMENT OF AGRICULTURAL MARKETING IN TURKEY

Prof. Dr. Turan GÜNEŞ
Head of Agricultural Economy
Department Agricultural Faculty of
Ankara University

SUMMARY

Cooperatives take place in various echelons of agricultural marketing and increase the effectiveness of all the channels and services of marketing. This has been verified by the research conducted on products and productivity groups. In Turkey as a result of a research conducted in marketing of fresh vegetables and fruits, the effectiveness of cooperatives were determined as an example.

According to data obtained, products go through mainly four marketing channels, from the production area to the consumption area, among which there are cooperatives. The marketing cooperative is within the channel through which the greatest return is accomplished for the producer. In this system 35,97 % of the money paid by the consumer returns to the producer and 64,03 % remains in the marketing channel. These rates show that in case an effective work will be accomplished, then the marketing expenses of cooperatives will be lowered and the share of the producer will be increased.

The data obtained indicated that by encouraging marketing cooperatives. It will be possible to avoid price fluctuations in the marketing of fresh fruits and vegetables, to stabilize the income of producers, lower marketing expenses and increase the share of producers in the amount paid by the consumer.

LİTERATÜR

Abbott j.C., *Marketing Problems and Improvemnt Programs*,
FAO, Rome, 1966, s.141.

Abbott J.C., *Marketing Fruits and Vegetables*, Food and Agri-
culture Organization of United Nations, Rome, 1970,6,8,100.

Çağlayan L., *Türkiye'nin B. Almanya'ya Yönelik Narenciye Dış
Satımının Artırılmasında Ana Koşullar ve Sorunlar: İktisadi Kalkınma Vakfı
Yayınları, İstanbul 1982, s.154.*

Devlet Planlama Teşkilatı, *Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması ve Organizasyonu
Özel ihtisas Komisyonu Raporu DPT, IV. Beş yıllık Kalkınma Planı Ö.İ.K.R.
Ankara, 1977,s.89.*

Gill A.H., (Çevirin Nuran Bektöre) *İngiltere 'de Süpermarketler ve Yaş Meyve
ve Sebze Pazarlaması*, Atatürk Bahçe Kùltürleri Araştırma Enstitüsü, Yalova,
1985, s.34.

Güneş Turan, Arıkan Rauf, Erdem Hasan, Vural Hasan, Ergenoğ-
lu fuat, Gezeler Ömer, Kaplankıran Mustafa, Çetin Bahattin, Adana ve İçel
İllerinde Üretilen Ve Ankara'ya Gönderilen Önemli Yaş Meyve ve Sebzelerin
Pazarlanmasının Düzenlenmesi ve Masrafların Düşürülmesi Araştırması,
TÜBİTAK—TOAĞ Proje No: 550, ankara 1986.

Güneş Turan, *Tavuk Ürünleri Pazarlama Sorunlarının Çözömlen-
mesinde Pazarlama Bordrlarının Etkinliği*, Türkiye Bilimsel Tavukçulak
Derneği, Ankara 1985 s.8.

Nasrattinoğlu İ.Ü., *Menkobirlik Hızla Gelişiyor*, Karınca Koo-
peratif Postası, Sayı: 583, Temmuz 1985, s.16-19

Tünaş, *Türkiye İkinci Meyve ve Sebze Projesi Meyve ve
Sebze Alt Sektörü Ana Planı*, Devlet Planlama Teşkilatı, TUMAŞ: Ankara
1985 s.1, 2 , 5, 16, 17, 31,

Walker H.V., *Barganig Through Marketing Boards, Barganing
in Agriculture*, University of Missouri, Extension Division, June 1971, s. 40.

KONUT KOOPERATİFLERİNİN SORUNLARI ve ÇÖZÜM YOLLARI

Arş. Gör. Hatice DEMİR*

GİRİŞ

Sanayileşme ve hızlı nüfus artışının etkisiyle kırsal kesimden kentlere olan insan gücü akının Türkiye'yi büyük bir konut açığı ile karşı karşıya bırakmıştır. Düzensiz kentleşme ile içiçe geçmiş konut sorununun çözümünde konut kooperatifleri önemli görevler üstlenmişlerdir. Şu anda yıllık 300 bin birim olan konut ihtiyacını karşılamada, kazanç gayesi ile hareket etmeden, karşılıklı yardımlaşma ve dayanışma ile çalışan konut kooperatifleri hakkında bugüne kadar çok az sayıda araştırma yapıldığı görülmektedir. Konut sorununun çözümüne hem nicelik hem de nitelik yönünden önemli katkıları olan konut kooperatiflerinin yapıları ve sorunları bilinmeden daha verimli hale getirilmeleri mümkün değildir. Konut kooperatiflerinin karşılaştıkları sorunların belirlenerek, bunlara somut çözümler oluşturacak önerilerin getirilmesi bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

Konut kooperatifleri, kamu sektöründen yardım görenek veya böyle bir yardım olmaksızın, gerekli sağlık şartlarını göz önüne alarak çalışan grupları konut sahibi yapmayı amaçlayan kuruluşlar olarak tanımlanabilir (1). Amaçları, üyelerine uygun fiyata, sağlık şartlarına uygun barınma imkanı yaratmaktır. Üyelerine finansal, sosyal, teknik yararlar sunan konut kooperatifleri çeşitli türlerde olabilmektedir: Konut yapım kooperatifleri, konut kiralama kooperatifleri, konut yapımları için üyelerine borç para veren konut arttırım birlikleri, konutların mülkiyetini kooperatif tüzel kişiliğinde tutan kooperatifler, bunlara örnektir. Ülkemizde ise sadece konut yapan ve bunların mülkiyetini üyelerine devreden konut kooperatifleri görüşmektedir. Kiralama kooperatifleri konusundaki ilk adımı 1986 yılı içerisinde Kent-Koç atmıştır.

Başarısı devletin uyguladığı konut politikasına sıkı sıkıya bağlı olan konut kooperatifleri, devletin uyguladığı kredi politikasından da etkilenmektedir. Devlet denetimi ile birlikte sağlanan devlet desteği, konut kooperatiflerinin başarısını önemli ölçüde arttırmaktadır.

* Ç.U. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

19. yüzyıl başlarında gelişmeye başlayan konut kooperatifçiliği, özellikle 1. ve 2. Dünya Savaşlarındaki yıkılmalardan sonra birçok ülkenin konut politikasında önemli bir yer tutmuştur. Konut kooperatifçiliği, Avrupa ülkelerinde, İskandinav ülkelerinden Danimarka ve İsveç'te, Polanya'da, Doğu ve Batı Afrika'da, Amerika: Japonya, Kanada, Güney Amerika ülkelerinden Arjantin, Kolombiya, Peru, Şili'de Birleşik Arap Emirlikleri ve İsrail'de başarılı bir geçmişe sahiptir. (2).

1. Türkiye'de konut kooperatifçiliğinin gelişiminin kısa bir değerlendirmesi.

Türkiye'de konut kooperatifçiliği, Ankara'da 1934 yılında Bahçelievler Yapı Kooperatifi'nin kurulmasıyla gelişimine başlamıştır. 150 birimlik konut gereksinimini karşılayan bu ilk kooperatifin üyeleri daha sonra birçok kooperatifin kurulmasına öncülük yapmışlardır. (3). Türkiye'de konut kooperatifçiliğinin 1980 öncesi gelişimi içerisinde SSK ve Emlak Kredi Bankası'nın kredileri önemli bir yer tutmuştur. Ayrıca 1973'ten sonra bazı belediyeler kooperatiflerle işbirliği yaparak onların faaliyetlerini desteklemiştir. Kalkınma planlarında, sosyal konut üretiminin özendirileceği, lüks konut üretiminin kredilendirilmeyeceği, toplu konut üretimine öncelik verileceği, konut kooperatifçiliğinin özendirileceği gibi ilkelere yer verilmesine rağmen bu ilkelerin gerçekleştirilmesinde başarıya ulaşılmamıştır.

1980 sonrası gelişmede, konut kooperatifi sayısı 1980 öncesine kıyasla oldukça artmıştır. Bu sayısal artışı yaratan önemli etkenler arasında toplu konut yasaları gösterilebilir. 1980 sonrasında çok uzun olan inşaat yapım süresi kısalmıştır. 1980 sonrasında bir özelliği de kent kooperatifçiliğinin gelişmeye başlamış olmasıdır. Konut sorununu tek olarak değil, fiziki, toplumsal, kültürel çevresiyle birlikte ele alan ve kentlerde yaşayan insanları sağlıklı kentleşme olgusuna karşı kooperatif-Belediye işbirliği ile korumayı amaçlayan kent kooperatifçiliğinin ilk örneğini Kent-köp, Ankara Belediyesi ile işbirliği yaparak "Batikent" projesi ile vermiştir. Türkiye'nin ilk toplu konut yasası 1981 yılında çıkarılan 2487 sayılı Yasa'dır. Kaynağını bütçeden % 5 pay alma yoluyla oluşturmayı amaçlamış olan bu Yasa, Toplu Konut Fonu'na yeterli kaynağı yaratmadığı için başarıya ulaşamamıştır. 1984 yılında bu Yasa'nın yerini 2985 sayılı Toplu Konut Yasası almıştır. Bu Yasa birinci Yasa'dan farklı olarak, kaynağını bütçe dışından sağlamış ve Toplu Konut Fonu'na kaynak sağlamada birinci Yasaya kıyasla daha başarılı olmuştur.

Konut kooperatiflerinin çeşitli illerimizdeki gelişmeleri de farklı olmuştur. En çok geliştiği illerimiz arasında Ankara, İstanbul, İzmir, Konya, Adana, Kayseri, Kocaeli, Zonguldak, Antakya ve Antalya yer almaktadır. Hiç konut kooperatifine sahip olmayan Ağrı ilimiz bu gelişimin çok gerisinde kalmıştır. (4).

Toplu konut kooperatifçiliği yönünden değerlendirdiğimizde birinci sırayı yine Ankara almaktadır. Bu yönden Erzurum'da önemli bir gelişme göstermiştir.

2. Türkiye'de konut kooperatiflerinin karşılaştıkları sorunlar

Türkiye genelinde konut kooperatiflerinin sorunları incelendiğinde, sorunların özetle şunlar olduğu görülecektir: Finansman sorunu, Arsa temininde karşılaşılan sorunlar, konut kredilerinin inşaat malzeme fiyatlarındaki artışı karşılayamamaları, kooperatif yönetimi ve denetimi ile ilgili sorunlar, kooperatiflerin üst örgütlerini oluşturamamalarından kaynaklanan sorunlar, KDV'den kaynaklanan sorunlar ve 1163 sayılı Kooperatifler Yasası'dan kaynaklanan sorunlar'dır.

FİNANSMAN SORUNU: Dünya ölçülerine göre konut edinmede, finansman kaynaklarının en uygun paylaşımı şu şekilde kabul edilmektedir: % 30 alıcının tasarrufları, % 40 mali kurumlar, % 30 sermaye piyasası (5). Ülkemizde sermaye piyasası henüz gelişmemiş olduğu için, konut kooperatiflerinin kaynak sağlanmak için sermaye piyasasına başvurma imkanı yoktur. Bu nedenle Ülkemizde mali kurumların konut edinmedeki payı % 70'ini karşılamaktan çok uzak olduğu görülecektir. 1984 yılında yürürlüğe giren 2985 sayılı Yasa ile verilen krediler 2.000.000.TL – 3.500.000 TL arasında değişmektedir. Bu krediler konut maliyetinin en fazla % 50-60 'ını karşılamaktadır. Bu durumda kooperatif üyelerinin katılımı % 40-50'ye yükselmektedir. Bir çok konut kooperatifinin de inşaat faaliyetleri süresince üyelere sağlanan para akışı az ve yavaş inşaat müteahhidine yapılacak nakdi ödemeler fazla olduğundan finansman sıkıntısı doğmakta ve inşaat yapım sürecinde bunun devam ettiği görülmektedir. Bu durumda yöneticiler üyeleri ödemedeki bulunmak için zorlamaktadır. Bu ödeme istemleri çoğu zaman, gelir bütçesi ve genel kurul kararıyla programlanmış nakdi taahhütlerinin üzerinde olmaktadır (6).

KONUT KREDİLERİNİN İNŞAAT MALZEME FİYATLARINDAKİ ARTIŞI KARŞILAYAMAMALARI: İnşaat malzeme fiyatlarındaki hızlı artışı karşılamada krediler yetersiz kalınca , üyelerin inşaat taksit ödemeleri

ve ara ödemeleri arttırılmaktadır. Ayrıca kredilerin yetersiz oluşu inşaat süresinin uzatarak, inşaat maliyetinin yükselmesine sebep olmaktadır. 1985 yılında inşaat sektörü % 82'lik fiyat artışı ile kapatmıştır. Bu fiyat artışına karşın, 1985 yılında toplu konut kredilerinde hiçbir artış olmamıştır. 1986 yılında ise toplu konut kredilerinin daire büyüklüklerine göre artışı % 7-14 arasında değişmektedir. Bu artışın inşaat malzeme fiyatlarındaki artışı karşılamaktan çok uzak olduğu görülmektedir.

KOOPERATİF YÖNETİMİ İLE İLGİLİ SORUNLAR: Kooperatifçilik ilekelerinden olan kooperatifçilik eğitiminin geliştirilmesi ilkesi Ülkemizde en az uygulanan ilkelerden birisidir. Bu sebeple kooperatif yönetimindeki kişiler "Kooperatif Yönetimi" konusunda yeterli bilgiye sahip olmamaktadırlar. Yapılan araştırmalara göre 300 konutun yapımı için tam gün çalışacak bir yöneticiye ihtiyaç olduğu saptanmıştır (7). Ancak birçok konut kooperatifinde, kooperatif yöneticileri öbür işlerinden arta kalan zamanda kooperatif yönetimi ile ilgilenmektedirler.

Kooperatif yönetimlerindeki başarısızlık sebepleri arasında şu faktörler yer almaktadır: Kooperatif yöneticilerinin yönetim ve inşaat konusunda yeterlibilgiye sahip olmamaları, yönetim kademesindeki kişilerin yetkilerini kötüye kullanmaları, denetim kurullarının kooperatif yönetimini yeterince denetlememesi, kooperatif ortaklarının yönetimin hızına ayak uyduracak maddi güce sahip olmamaları, kooperatif yönetimi ile üyeler arasındaki diyalog eksikliği, kooperatif yönetiminin etki ve yetki alanı dışındaki gelişmeler (Genel ekonomik durum, yasa ve yönetmelikler,).

DENETİM SORUNU: Konut kooperatifleri, genel kurul tarafından oluşturulan kendi denetim kurulları ve devlet tarafından denetlenmektedirler. Kooperatiflerin devlet tarafından denetimleri hem karışık hem de yetersizdir. Kooperatiflerde devlet denetimi çeşitli safhalarda gerçekleştirilmektedir (8).

a) Kooperatif kuruluşunda, anasözleşme, Ticaret Bakanlığı tarafından incelenmekte ve onaylanmaktadır.

b) Kooperatiflerin genel kurul toplantılarında Ticaret Bakanlığından bir temsilci bulundurulmaktadır.

c) Kooperatiflerin, Koooperatif Birliklerinin, Kooperatif Merkez Birliklerinin ve Türkiye Milli Kooperatifler Birliğı'nin işlem ve hesaplarını, varlıklarını, Ticaret Bakanlığı, müfettişlerine ve kooperatif kontrolörlerine denetletirebilir.

Devlet denetiminin en iyi gerçekleştirileceği yol üçüncü yol olmasına karşın bu yol şirket hallerinde uygulandığı için kooperatif denetimleri yeterli kalmaktadır.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı 1986 yılı içerisinde 195 konut kooperatifinin denetimini planlamış, ancak eylül başına kadar bunlardan sadece 56 tanesini denetleyebilmiştir.(9).

Ayrıca kooperatiflerin üst örgüleri tarafından denetlenmeleri öngörülmektedir. Kooperatiflerin üst örgütlerini tamalamamış olmaları etkin bir denetim sağlanmamasındaki sebeplerden birisini oluşturmaktadır.

ARSA SORUNU: Arsa sorunu, konut fiyatlarını olumsuz yönde etkileyen en önemli etkenlerden birisi olmaktadır. Konut kooperatifleri tek başlarına arsa spekülâtörlerini ortadan kaldırmadıkları için, arsa için normal değerinin üzerinde ödemede bulunmaktadırlar.

KONUT KOOPERATİFLERİNİN ÜST ÖRGÜTLERİNİN TAMAMLAYAMAMIŞ OLMALARI: 1163 sayılı Kooperatifler Yasasında kooperatiflerin üst örgütlenmelerine ilişkin olarak, kooperatiflerin Merkez Birlikleri, Türkiye milli Kooperatifler Birliği şeklinde örgütlenebilecekleri belirtilmiştir. Konut kooperatifleri Yasada bu şekilde ifade edilen üst örgütlerini henüz oluşturamamışlardır.

Üst örgütlenmeye ilişkin bir başka sorun da 1163 sayılı Yasada, birim kooperatiflerde üst birlikler arasında kesin bir görev ayrımının yapılmamış olmasıdır.

1163 SAYILI KOOPERATİFLER YASASI İLE İLGİLİ SORUNLAR:

1163 SAYILI Kooperatifler Yasası ortakların sermaye olarak koyacakları alt ve üst sınırı belirlemiştir. Alt sınır, 1000 TL ve üst sınır 30.000 TL dir. Bir kooperatifin kurulabilmesi için 7 üye gerekmektedir. Bu durumda başlangıç sermayesi 7000 TL olmaktadır. Kooperatifin kuruluşunda bu sermayenin tamamının taahhüt edilmiş ve 1/4'ünün ödenmiş olması zorunludur. Başta ödenmesi gereken miktar 1750 TL dir. Bu sermaye ile kooperatifin kuruluş çalışmalarını sürdürmesi mümkün değildir. En az ve en çok sermaye miktarının günün koşullarına uygun olarak yeni den düzenlenmesi gerekmektedir.

1163 sayılı Kooperatifler Yasası, konut kooperatiflerinin sürekliliğine izin vermemektedir. Bir proje tamamlandığında kooperatif tasfiye olmak zorundadır. Konut Yapı Kooperatiflerinin örnek anasözleşmesinde, 58. maddede şöyle denilmektedir: "Kooperatif süresi dolmamış olsa dahi, amaçları tamamen yerine getirilmiş, bütün alacakları toplanmış ve borçları ödenmiş bulunursa tasfiye olur". Bir projeyi başarılı bir şekilde tamamlamış bir kooperatif ikinci bir girişim hakkı, yeni bir ünvan altında kurulursa verilmektedir. Bu da kooperatif sayısının olduğundan daha çok görünmesine neden olmaktadır.

KDV SORUNU: Konut kooperatifleri 3055 sayılı KDV Konununun 17. maddesinin 4. fıkrasına 3099 sayılı kanunla eklenen I bendi hükmü ile müteahhitlere yaptırdıkları inşaat taahhüt işlerinden 31.12.1988 tarihine kadar muaf tutulmuşlardır. Kanunda yer alan istisna hükmünde, konut kooperatifleri müteahhitlere yaptıracakları her türlü inşaat işi için KDV ödemeyecekler denilmektedir. Müteahhitler faaliyetleri sebebi ile KDV ödemektedirler. Ancak bunu kooperatiften mahsup etme imkanları yoktur. Müteahhitler bu sorunu çözüm olarak yaptıkları iş karşılığında kooperatiften en az % 10 zam istemektedirler (10).

3. Konut kooperatiflerinin kurşılaştıkları sorunların çözümü için öneriler

FİNANSMAN SORUNUNUN ÇÖZÜMÜ İÇİN ÖNERİLER: Konut kooperatiflerinin finansman sorununun çözümü için kooperatiflerin şu anda en önemli finansman kaynağına temel teşkil eden 2985 sayılı Toplu Konut Yasası'nın daha işler hale getirilmesine olanak sağlayacak şu değişikliklerin yapılması gerekmektedir:

a) Konut kooperatiflerinin en önemli yararlarından birisi de devletin izlediği kentleşme politikası ile uyumluluk göstererek düzenli kentleşmeye katkıda bulunmalarıdır. En az konut sorunu kadar önemli boyutlarda olan düzensiz kentleşme sorununun çözümünde konut kooperatiflerinden yararlanılması için 2985 sayılı Yasa ile Valiliklere önemli yetkiler verilmiştir. Yasa, toplu konut alanlarının belirlenme yetkisini Valiliklere vermiştir. Valiliklerce toplu konut alanları belirlenirken düzensiz kentleşmiş bölgelerin seçilmesi, bu sorunun çözümüne katkıda bulunacaktır.

b) Toplu konut kredilerinin, inşaat malzeme fiyatlarındaki artışlara paralel olarak arttırılması.

c) Kooperatiflere daha fazla kredi verilebilmesi için mevcut fon kaynakları dışında kaynak yaratılması.

d) Küçük konutlara daha fazla kredi verilerek, sosyal konut üretiminin özendirilmesi.

- e) İnşaatın subasmanı bitmeden zemin kredisi sağlanması.
- f) Kredi verilirken uygulanan bürokratik işlemlerin azaltılması.
- g) Kooperatiflerce, Toplu Konut Fonu'ndan alınan kredilerin yerinde kullanılmasını sağlamak amacıyla kooperatif denetimlerinin artırılması.

Ülkemizde, konut kooperatifleri sadece konut yapımının gerçekleştirilmesi işiyle uğrumaktadırlar. ihtiyaç duydukları inşaat malzemelerini üretme safhasına geçememişlerdir. Toplu konut kredilerinin kademeli olarak verilmesi, konut kooperatiflerinin peşin mal alma imkanını ortadan kaldırarak, konut kooperatiflerinin finansal durumunu daha da kötüleştirmektedir. Bu durumda kooperatiflere şu kolaylıklar sağlanmalıdır:

- Kooperatiflere devletçe belirlenecek fabrikalardan ucuz malzeme verilmesi.
- İnşaat malzemelerinin, devletin belirleyeceği bazı kuruluşlardan peşin fiyatına vadeli satılması.

ARSA SORUNUNUN ÇÖZÜMÜ İÇİN ÖNERİLER: Arsa alımı, kooperatif kurulduktan sonra karşılaşılan ilk önemli sorun olmaktadır. Bu sorunun çözümü için,

a) Belediyelerin kamulaştırma yoluyla arsa temininde kooperatiflere yardımcı olması: Toplu Konut Fonu bünyesinde oluşturulan " Destekleme—Geliştirme" Fonu'ndan belediyelerce toplu konut amacıyla arsa kamulaştırmaları için yardım imkanı yaratılmıştır.

b) Valiliklerce belirlenen toplu konut alanlarının, belediyelerce alt yapısının tamalanması gerekmektedir.

Arsa alımı aşamasında olan konut kooperatiflerinin ise şunlara dikkat etmesi gerekmektedir:

- Seçilin arsanın düşünülen inşaat projesine uygun olması.
- Arsanın imar durumunun ve tapusunun hisseli olup olmadığının araştırılması, arsa üzerinde ipotek, haciz olup olmadığının tapu kayıtlarından incelenmesi.

KOOPERATİF YÖNETİM SORUNLARININ ÇÖZÜMÜ İÇİN ÖNERİLER:

- a) Kooperatiften konut edinmenin dışında beklentisi olanların, kooperatif yönetimine getirilmemesi.
- b) Kooperatif yönetim kuruluna seçilecek kişilerin, kooperatif yönetimine gerekli zamanı verip vermeyeceklerine dikkat edilmesi.
- c) Kooperatif yöneticilerinin eğitilmesi, kooperatif yönetimi hakkında konferansların verilmesi, kursların açılması.
- d) Kooperatif yönetim kadrolarının teknik elemanlarla desteklenmesi.
- e) Kooperatif yönetimine seçilen kişilerin hizmetlerinin karşılığının ücret olarak verilmesi.

KOOPERATİF DENETİM SORUNLARININ ÇÖZÜMÜ İÇİN

ÖNERİLER: 2985 sayılı Toplu Konut Yasası'na, toplu konut girişimciliği ve konut kooperatifçiliğini destekleme ve bu desteği sağlamak için kaynak yaratma açısından bakanlığında, önceki yasalardan çok farklı olduğu ve daha iyi işlediği görülecektir. Bu Yasa ile verilen krediler, birçok müteşebüsü cezbetmektedir. Büyük tutarlarda olan bu kredilerin "yerinde" kullanılmasına sağlamak ve bankerlik olayının andıran bir "konut kooperatifçiliği" olayının yaşanmamasını sağlamak için, kooperatif denetimlerinin arttırılması gerekmektedir.

Yapı Kooperatifleri Merkez Birliği, konut kooperatiflerine olan güvensizliğin ve Toplu Konut Fonu'nda biriken paranın hayali kooperatifler yoluyla yok olmasının önlenmesi için "Şeffaf Sistem" e geçilmesinin yararlı olacağını belirtmektedir. (11).Şeffaf Sistem şu şekilde özetlenebilir: Muhasabede birisi "inşaat" diğeri "âidat fonu" hesabı olmak üzere iki ayrı hesap tutulacak, kooperatiflerin câri hercamaları sadece âidat fonu hesabından yapılacaktır. Bu sisteme göre tutulan hesapların, kooperatiflerin genel kurullarından 1 ay önce, Yapı Kooperatifleri Merkez Birliğinde oluşturulacak denetim kurulları tarafından denetlenmesi öngörülmektedir.

1163 SIYILI KOOPERATİFLER YASASI'nın yeniden gözden geçirilerek günün koşullarına uygun düzeltmelerin yapılması gerekmektedir. Eylül başlarında 1163 sayılı Yasa'da bir takım değişikliklerin öngören bir tasarı, Ticaret Bakanlığı tarafından Başbakanlığa sunulmuştur. Dileğimiz bu değişikliklerin biran önce kanunlaşarak yürürlüğe girmesidir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- (1) Orhan Erçelik, "Yapı kooperatiflerinin kooperatifçilik politikası nedir, nasıl olmalıdır?", *Türk Kooperatifçilik Kurumu Tebliğleri* (Ankara: 1979), S.13.
- (2) Hans Steiner, *Az Gelişmiş Ülkelerin Ekonomik ve Toplum Kalkınmasında Kooperatiflerin Rolü*, Çeviren: Celal Uzel ve Haluk Uzel (Ankara: Türk Kooperatifçilik Kurumu Yayını, 1977), s.29.
- (3) *Konut-81* (Ankara: Kent-Koop Yayını, 1982), s.48.
- (4) Selaman Ergüden, "Türkiye'de konut kooperatifçiliği ve konut kooperatifçiliği ve konut kooperatiflerinin yapısı", *11.Türk Kooperatifçilik Kurumu Tebliğleri* Ankara: Türk Kooperatifçilik Kurumu'Yayını, 1984), s.47.
- (5) M.Şenol İz ve Alaaddin Korkmaz, "Sosyal güvenlik kurumları ve Konut", *Karınca Dergisi* (Ankara: Aralık 1985) S.42;
- (6) M.Kazım Seçer, "Konut kooperatiflerinde nakit akışı düzensizliği", *Karınca Dergisi* Şubat 1985), s.10
- (7) Franz C. Helm, *Kooperatif İşletme Ekonomisi*, Çeviren: İlhan Cemalcalar (Eskişehir: İTİA Yayını, 1979), S.150. ;
- (8) Cemil Kıvanç, *Türkiye Ekonomisinde Tarım Amaçlı Kooperatif İşletmeleri* (Ankara: Türk Kooperatifçilik Kurumu Yayını,1982),s.152.
- (9) *Milliyet Gazetesi* (10 Eylül 1986).
- (10) Hatice Demir, "Kooperatiflerde KDV İstisnası", *Karınca Dergisi* Ankara: Eylül 1985),s.13.
- (11) *Dünya Gazetesi* (18 Ocak 1986).

TEŞKİLATLANMA VE DESTEKLEME GENEL MÜDÜRLÜĞÜNCE GÖRÜLEN HİZMETLER

Esen FİGEN

I – GİRİŞ

Çiftçiye götürülen hizmetler evvelce 9 Genel Müdürlük ve Daire Başkanlığı kanalıyla yürütülürken köye giden yatırımların aksama ve geçikmelerini önlemek, hizmetlerde bütünlük sağlayarak etkili bir şekilde götürülmesine temin etmek maksadıyla Bakanlığımız bünyesinde ana hizmet birimi olarak,

- Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü,
- Proje Ve uygulama Genel Müdürlüğü,
- Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü adı altında üç Genel Müdürlük kurulmuş bulunmaktadır.

Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü'nün bünyesinde Mülga Köy İşleri ve Kooperatifler Bakanlığının Kooperatifler Genel Müdürlüğü Mülga Ork köy Daire Başkanlığı, Tarım Orman Bakanlığı Mülga Ziraat İşleri Genel Müdürlüğünün Yayım ve Eğitim Daire Başkanlıkları, Mülga Ziraat Mücadele ve Karantina, Mülga Hayvancılığı Geliştirme Genel Müdürlükleri ile Mülga Su Ürünleri Daire Başkanlıkları bünyelerindeki Eğitim ve Yayım Birimleri yer almış bulunmaktadır.

Genel Müdürlüğümüze verilen hizmetlerin en iyi şekilde yürütülmesi yönünden Genel Müdürlüğümüz Teşkilatı şöyledir.

3 Genel Müdür Yardımcısı .

**Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü Destekleme Daire Başkanı.*

ANA HİZMET BİRİMLERİ

- 1 – Teşkilatlanma Daire Başkanlığı,
- 2– Destekleme Daire Başkanlığı,
- 3– Program ve Proje Daire Başkanlığı,
- 4– Eğitim ve Elsanatları Daire Başkanlığı,
- 5– Yayım Daire Başkanlığı,
- 6– Koordinasyon ve Değerlendirme Daire Başkanlığı,

DANIŞMA VE DENETİM BİRİMLERİ

- 1– Denetleme Daire Başkanlığı,

YARDIMCI BİRİMLER

- 1– İdari ve Mali İşler Şube Müdürlüğü,
- 2– Fonlar Saymanlığı (4 Fon Saymanı)
- 7 Daire Başkanlığına bağlı 19 Şube Müdürlüğü mevcut bulunmaktadır.

Tarım ve Orman Sektörleri ve kırsal kalkınma projeleri ile ilgili olarak üreticinin teşkilatlanması, eğitilmesi ve tarım girdilerinin ve başı temel ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla Genle Müdürlüğümüzce yürütülen görevler şunlardır.

II – HİZMETLER

1 – TEŞKİLATLANMA HİZMETLERİ

Bakanlığımıza kuruluş ve denetim yönünden evvelce 9 çeşit kooperatif bağlı iken 7.6.1987 günü ve 3223 sayılı kanun ile Tarım Kredi Kooperatifleri de Bakanlığımız görev kapsamı içerisine alınmış bulunmaktadır.

Bu kooperatiflerin sayısı, ortak sayıları şöyledir.

Kooperatifin Türü	Koop. Sayısı	Ortak Sayısı	Birlik	Merkez Birliği
1 – Köy Kalkınma Kooperatifleri	6350	685.221	79	-
2 – Tarım Kredi Kooperatifleri	2243	1.500.000	16	1
3 – Toprak Su kooperatifleri	1195	131.250	4	-
4 – Orman Köyü Kalkınma Koop	1749	97.776	3	-
5 – Hayvan Üre. Ted. Paz. Koop.	156	13.100	-	-
6 – Su Ürünleri Kooperatifleri	343	39.839	8	-
7 – Çay İstihsal ve Satış Koop.	101	119.315	7	-
8 – Pancar Ekicileri İstihsal Koop.	22	882.449	1	-
9 – Toprak ve Tarım Reformu Koop.	8	980	-	-
10– Elektrik Üretim Kooperatifleri	3	1.920	-	-
TOPLAM	12170	3.471.850	118	1

Kooperatifler daha kurulmadan evvel kuruluş etüdü yapılmaktadır. Bu etüd ile Bölgede Kooperatifin kuruluş faydalı mıdır, kurulursa ne ölçüde ortaklarına hizmet götürebileceği gibi hususlar incelenmektedir. Çalışmalarımızda kurulacak Kooperatiflerin gönüllü ve ihtiyaçtan doğması hedef alınmış bulunmaktadır. Kooperatif kurmak için müracaat eden müşebbislere Kanunların Bakanlığımıza verdiği yetki çerçevesinde kuruluş izni verilmekte veya verilmemektedir. Kurulacak Kooperatif ve Birliklere örnek anasözleşme kuruluş rehberi yardımı yapılmaktadır.

Ülkemizde Kooperatif enflasyonu dikkate alınarak bölgesel nitelikli ve çok ortaklı Kooperatiflerin kuruluş desteklenmesi ilke olarak benimsenmiş bulunmaktadır. Son dört yıl içerisinde ciddi bir tarama yapılarak ekonomik güçten yoksun hukuki geçiriliğini kaybetmiş kooperatiflerin tasfiyesi cihetine gidilmiştir.

2 – ETÜD – PROJE HİZMETLERİ

Kooperatifler kurulduktan sonra yeterli ortak sayısı ve sermayeye ulaşımlarında Bakanlık İl Müdürlüklerimize müracaat ederek kredi yardımlarına esas olmak üzere etüdlerinin yapılmasını isterler. Bakanlık İl Müdürlüklerimizce düzenlenen etüd raporları Merkeze gönderilir. Bölgesel durum yıllık ve uzun vadeli planlarla ilişki durumu dikkate alınarak Merkezde yapılan inceleme sonucunda Kooperatifin uygulamaya koyabileceği en uygun proje konusu tesbit edilir.

Yapılan etüdlere sonucu tesbit edilen proje konusu Genel Müdürlüğümüzce geliştirilen tip proje konularından birisi ise teknik yardım olarak Kooperatiflere verilmektedir.

Uygulamaya konan projeler evvelce bir veya birkaç köye hitabeden ufak çaplı projeler iken son birkaç yıl içerisinde birden fazla köyün üretimini değerlendirip pazarlamayı hedef alan ve dalayısıyla geniş bir bölgeyi kapsayan büyük ölçekli proje uygulamalarına yönelme olmuştur. Ayrıca Ortak – Kooperatif ilişkilerini sağlamayan projeler DPT'nin de tasvibi alınmak suretiyle uygulamadan kaldırılmıştır.

Son Yıllarda büyük ölçüde ihtiyaç duyulan soğuk hava depoları un fabrikaları, salça tesislerine daha fazla önem verilmiş ve tip proje halinde geliştirilerek hiçbir proje bürosuna ihtiyaç duyulmayacak şekilde Kooperatiflere ücretsiz olarak verilmektedir.

Genel Müdürlüğümüzce onaylanarak uygulamaya konan ve mali yönden desteklenen projeler, projesine uygun şekilde uygulanıp uygulanmadığı Merkezdaki Koordinasyon ve Değerlendirme Dairesi elemanlarca ile Bakanlık İl Müdürlüklerimizdeki teknik elemanlar kanalıyla kontrol edilmektedir. Diğer taraftan Kooperatif projelerinin uygulama durumları yılda 2 defa belirli zamanlarda geliştirilmiş bulunan formlar kanalıyla teklif edilmekte ve merkezce değerlendirilmektedir.

Hayvancılık ve sera projelerini kooperatifin toplu üretim tesisi olmaktan kurtararak, ortağın inhisarında ortak- kooperatif ilişkilerini sağlayacak şekilde geliştirme çalışmalarımız sonuçlanmak üzeredir.

3- MALİ DESTEK HİZMETLERİ

Tarımda çiftçi gelirlerinin düşük olmasıyanıda, 1163, sayılı Kooperatifler Kanununa göre ortakların yüklenebilecekleri ortaklık payları sınırlı olduğundan, kırsal alanda kurulan köy kooperatifleri yeterli mali güce erişememektedirler. Bu sebeple, köy kooperatifleri yalnızca kendi öz kaynakları ile ortaklarının yararına olan yatırımları gerçekleştirmekte zorluk çekmekte ve dış finansman kaynaklarına ihtiyaç duymaktadırlar. Ancak, köy kooperatiflerinin yatırım faaliyetlerini, düşük faizli ve yeterli miktarda kredilerle destekleyen bir banka da mevcut değildir.

1163 sayılı kanuna göre kırsal alanda kurulan köy kooperatiflerinin projeli faaliyetleri Genel Müdürlüğümüzce iki kaynaktan desteklenmektedir.

a - ORMAN KÖYLÜLERİ KALKINMA FONU YÖNETMENLİĞİNE GÖRE DESTEKLEME

Ormanların korunması, geliştirilmesi ve genişletilmesi hedeflerine ulaşabilmek için, ormanların içinde veya bitişiğinde yaşayan köy hakının kalkınmalarına imkan sağlamak amacıyla 1974 yılında Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı bünyesinde fon oluşturularak " Orman Köylüleri Kalkınma Fonu Yönetmenliği" uygulamaya konmuştur.

Bu yönetmenlik ile, ferdi kredi yardımları yanında, orman içi ve bitişiği köylerde kurulmuş olan köy kalkınma ve orman köyünü kalkındırma kooperatiflerinin uyguladıkları yatırım projeleri için kredi yardımları yapılmaktadır.

Orman fonundan desteklenmek üzere uygulamaya konan kooperatif projeleri genellikle orman istihsalinin, kesim, nakliye ve pazarlamasıyla ilgili olduğu gibi, tarım ve Hayvancılıkla ilgili üretimin değerlendirilip pazarlanmasıyla ilgili projeler de olabilmektedir.

Orman fonundan kredi almak isteyen kooperatifler Tarım orman ve Köy İşleri Bakanlığı Bakanlık İl Müdürlüğüne başvur maktadır. Bakanlık İl Müdür-

lg konuyu etüd ederek kredi teklifini Tekilatlanma ve Destekleme Genel Mdrlgne bildirir. Genel Müdürlükçe uygun görülenler projelerinin vize edilmesi maksadıyla DPT'na intikal ettirilir. DPT tarafından projesi vize edilen kooperatifler Orman Fonu yıllık yatırım programlarına girmiş olmaktadır.

Proje yatırım tutarının % 10'u kooperatif öz kaynağından karşılanmakta geri kalan % 90'ı nisbetinde kredi kullanılmaktadır. Kredilerin vadesi; kısa, orta ve uzun vadeli olmak üzere 1 ile 10 yıl arasında, faiz nisbeti ise vadeye göre % 1-2-3 arasında değişmektedir.

Bazı hallerde Ors Genel Mdrlg tarafından gerçekleştirilen ormancılıkla ilgili tesisler; tesisin maliyet bedelinin % 90'ı üzerinden borlandırılmak suretiyle orman köylerinde kurulmuş kooperatiflere devredilmektedir. Çiftçi aile işletmeleri Genel Mdrlgmzce geliştirilen tip projeler kanalıyla orman fonundan ferdi kredilerle desteklenmektedir.

Orman Köylüleri Kalkınma Fonundan 1974-1987 yılları arasında; (20.4.1987 tarihine göre) 34.988.000.000. TL. ferdi kredi, kooperatiflere ise 68.930.436 TL. hibe 5.150.679.000 TL. kredi kullanılmıştır. Ayrıca Ors Genel Mdrlg tarafından yaptırılarak borlandırılmak suretiyle kooperatiflere devredilecek olan 8 tesisin kredi miktarı 745.704.371 TL dir.

b – DEVLET YARDIMI YÖNETMENLİĞİNE GÖRE DESTEKLEME

Devlet Yardımı Yönetmenliğine göre yapılan destekleme hizmetleri 1967 yılından beri uygulanmaktadır. Tarımsal Amaçlı Köy Kooperatiflerinin yatırım faaliyetlerinin desteklenmesi amacıyla Tarım Orman ve Köyişleri Bakanlığı bütçesine yatırım ve transfer harcamaları faslından denek konmaktadır. Bu denekler, "Tarımsal Köy Kooperatiflerine ve st Kuruluşlarına Yapılacak Devlet Yardımının Tahsis ve Sarf Şekli Hakkında Yönetmenlik" hükümlerine göre kooperatiflere kullanılmaktadır.

Kooperatifler kurulup yeterli öz kaynağa luştıktan sonra Devlet Yardımından yararlanmak amacıyla buldukları yerlerdeki Tarım Orman ve Köyişleri Bakanlığı İl Müdürlüklerine müracaat etmektedirler. Bakanlık il Müdürlükleri tarafından kooperatifin yerleşim merkezi içindeki köyler de dikkate alınarak sosyal ve ekonomik yönden etüdleri yapılmaktadır. Yapılan etüdler Genel Müdürlükte değerlendirilerek kooperatifin uygulayacağı proje konusu tesbit

etilmektedir Kredi yardımı ile desteklenecek projelerin tarımsal üretimi artırıcı, değerlendirici ve pazarlamayla ilgili nitelikte olması gerekmektedir. Bu niteliklere uygun proje konusu olan kooperatifler Devlet Planlama Teşkilatına bildirilmektedir. Devlet Planlama Teşkilatından projesi vize edilmek suretiyle kendisine ödenek ayrılan kooperatifler yıllık yatırım programlarımıza girmiş olmaktadır. Bazı proje konuları Genel Müdürlüğümüzce tip proje halinde geliştirilerek teknik yardım olarak kooperatiflere verilmektedir. Yatırım programlarımıza giren kooperatifler; proje sabit yatırımlarının kalkınmada öncelikli yörelerde % 15'ini diğer yerlerde % 20'sini fiilen öz kaynakları ile gerçekleştirdikleri, kanun ve anasözleşmelerde belirtilen hukuki, idari ve mali şartları, yerine getirdikleri taktirde kendilerine ayrılan ödenekler mahalline tahsis edilerek İl Müdürlüklerimiz yetkisi dahilinde kontrollü bir şekilde kullanılmaktadır.

Yukarıda belirtilen yatırım ödeneklerinden ayrı olarak başlanmış ve yarım kalmış kooperatif projelerinin biran evvel bitirilmesi ve işletmeye geçenlerin işletme sermayesi ihtiyaçlarının karşılanması anaçıyla 1972 yılında n beri Maliye ve Gümrük Bakanlığınca Bakanlığımız bütçesine transfer harcamaları faslında ödenek konmaktadır.

Devlet Yardımı, proje tutarının % 60'ine kadar verilmektedir. Kredi yardımlarında faiz nisbeti % 1'dir. Bundan ayrı olarak T.C. Ziraat Bankası % 1 masraf hissesi almaktadır. açılan kredilerde vade kredi alınan proje bölümlerine göre 3 ile 12 yıl arasında değişmektedir. Kooperatifçiliğin geliştirilmesi amacıyla başlatılan hibe uygulamasından son üç yıldır vazgeçilmiştir.

Desteklenen kooperatif projelerinin 500'ü işletmeye açılarak faaliyet gösterdikleri kırsal yerleşim merkezlerinde tarımsal üretimin değerlendirilip pazarlanması yönünden Milli Ekonomimize katkıda bulunmaktadır.

1967-1987 (20.4.1987 tarihine göre) yılları arasında 1250 kooperatife 633 Milyon lira hibe, 8 Milyar 357 Milyon lira kredi olmak üzere toplam 8 Milyar 990 Milyon lira Devlet Yardımı kullanılmıştır.

4 – DENETİM HİZMETLERİ

Kooperatiflerin yasalara uygun faaliyet göstermelerini temin ve kendilerine tahsis edilen Devlet Yardımlarını maksada uygun şekilde kullanmalarını sağlamak müessit bir denetimi gerektirmektedir. Bu sebeple son yıllarda Genel

Müdürlüğümüzce Denetim Hizmetlerine oldukça büyük önem verilmiştir. Bu husus tarım kredi kooperatiflerin Bakanlığımıza bağlanması ile daha da önem kazanmış bulunmaktadır.

Çeşitli ihbarlar değerlendirilerek önemli görülen ihbar konuları mahallinde denetime tabi tutulmaktadır. Ayrıca yıllık yatırım ve transfer programlarımızda olan kooperatifler hakkında idari, mali ve hukuki durumların uygunluğuna dair denetim raporları bulunmadan devlet yardımları mahalline tahsis edilmemektedir.

5 – EĞİTİM HİZMETLERİ

– Kooperatifçiliğin gelişmesine temel olacak politika ve ilkelerin tesbit edilmesine ve gerekli düzenlemelerin yapılmasına yardımcı olacak her türlü araştırma, programlama, planlama, dökümantasyon ve eğitim hizmetlerini yapmak,

– Teknik ve pratik çiftçi, bahçevan ve teknisyen ile hayvan sağlığı elemanları yetiştirmek üzere okullar eğitim merkezleri ve kurslar açmak, açtırmak ve taşra kuruluşlarına yardımcı olmak, gibi eğitim hizmetleri Genel Müdürlüğümüze görev olarak verilmiştir.

Verilen bu görevler çerçevesinde Genel ve Teknik kooperatifçilik eğitimi programları Genel Müdürlüğümüzce düzenlendiği gibi, 32 adet tarım ve hayvan sağlık memurları, meslek ve ev ekonomisi liselerinde eğitim faaliyetleri yürütülmektedir.

6 – ELSANATLARI HİZMETLERİ

Kırsal alanlarda yaşayanların ekonomik kalkınmalarına büyük ölçüde yardım eden elsanatları hizmetlerini geliştirmek için yapılan çalışmalar arasında bulunan Eğitim Hizmeti iki şekilde yapılmaktadır.

a – ELSANATLARI EĞİTİM MERKEZLERİ

9 ay süreli ve yatılı olan Elsanatları Eğitim Merkezlerimizde öncelikle proje uygulayan ve uygulama safhasında olan kooperatiflerin ortakları veya bu kooperatiflerin ortaklarının ailelerinden 14-20 yaş arasındaki kişiler eğitilmektedir.

Elazığ (Ağın), Bilecik, İçel (Silifke), Kastamonu, Muş, Sivas, Isparta ve Kars'ta bulunan Elsanatları Eğitim Merkezlerimizde halı, kilim, battaniye, ağaç ve taş işleri branşlarında eğitim yapılmaktadır.

Elsanatları hizmetlerimizde son yıllarda büyük gelişme kaydedilmiştir. Kars ilinde açılan Elsanatları Eğitim Merkezi ile Eğitim Merkezlerimizin sayısı 8'e çıkarılmıştır. Ayrıca mevcut eğitim merkezlerimizin kapasitesi iki misli artırılmıştır.

b – ELSANATLARI GEZİCİ KÖY KURSLARI

3 ay temel, 3 ay geliştirme eğitimi şeklide olan 6 ay süreli gezici köy kursları, Bakanlık İl Müdürlüklerimiz tarafından köylerde halı, kilim, battaniye dallarında açılmaktadır.

Mezun olan kursiyerlere üretime geçmelerine teşvik amacıyla maliyet bedeli üzerinden tezgah dağıtım yapılmaktadır. Model ve desen geliştirme çalışmaları yapılarak ekonomik geçerliliği olan desenler üreticilere dağıtılmaktadır.

7 – YAYIM HİZMETLERİ

Tarımla ilgili faydalı bilgileri çiftçilere yaymak, örnek çiftçi yetiştirmek gayesi ile çiftçi çocukları ve gençleri için öngün ve yaygın eğitim program ve projeleri ulgulama, Genel müdürlüğümüze görev olarak verilmiştir. Bu masatla Tarım Orman Bakanlığının Mülga Ziraat İşleri Genel Müdürlüğünün Yayım ve Eğitim Dairesi Genel Müdürlüğümüze bağlanmış bulunmaktadır.

Proje ve Uygulama Genel Müdürlüğü ile Sıkı bir şekilde işbirliği kurularak yurtiç ve dışı kaynaklardan elde edilen modern bilgi ve tekniklerin tarım işletmelerine aktarılması ve benimsetilmesi sağlanacak ve bu konuda Bakanlık İl Müdürlüklerimize yardımcı olunacaktır. Çağımızın gerktirdiği video ile eğitim ve yayım programları düzenlenecektir.

III – MEVUAT ÇALIŞMALARI

1969 yılında yürürlüğe giren 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu bugünün ihtiyaçlarına cevap vermediği için değiştirilerek Bakanlık Makamına sunulmuştur.

1163 Sayılı Koopereleler Kanunu Değişikliği ile getirilen önemli yenilikler özet olarak aşağıda belirtilmiştir.

a – Kooperatifçiliğin; Devlet nizamını sağlamlaştırıcı, ideolojik saplantılara yönelmeyi önleyici bir tarzda gelişmesini sağlayacak değişiklikler yapılmıştır.

b – Kooperatif ve üst kuruluşlarını güçlük ve dinamik bir yapıya kavuşturulmalarına imkan vermek ve yatırım güçlerini arttırmak üzere ortaklık paylarının alt ve üst sınırları günün şartlarına göre değiştirilmiştir.

c – Ortak, kooperatif ve üst kuruluş ilişkilerini geliştirmek ve kooperatif organlarını daha çalışır hale getirmek üzere bazı değişiklikler yapılmıştır.

d – Etkin bir mali, hukuki denetim sağlamak üzere muhtelif değişiklikler yapılmıştır.

e – Kooperatiflerin gereksiz hizmet ikilemelerin yol açmaksızın daha iyi bir uyum ve güç birliği içinde teşkilatlanmalarına imkan verecek değişiklikler yapılmıştır.

f – Ugulamada doğması muhtemel tereddütleri gidermek için kooperatiflerin ve üst kuruluşların, kuruluş ve denetim yönünden hangi Bakanlıklara bağlı olacaklarına dair açıklık getirilmiştir.

g – Yapı kooperatiflerinin kuruluş işleyiş ve denetimlerine ilişkin uygulamadan gelen bazı aksaklıkların giderilmesini temin eden özel hükümler getirilmiştir.

Devlet Yardımı ve Orman Fonu Yönetmenliği ile ilgili değişiklik çalışmalarımız sürdürölmektedir.

SERVICES CONDUCTED BY THE GENERAL DIRECTORATE OF ORGANIZATION AND SUPPORT

I- INTRODUCTION

In accordance with provisions of Organization Law of the Ministry of Agriculture, Forestry and Rural Affairs dated March 6, 1985, No. 3161 three general directorates were established as major service unit in order to have unity in services taken to the villagers more effectively.

Directorate General of Organization and Support which is one of the above mentioned general directorates conducts services such as organization, support and training of producers in connection with rural and agricultural sector development project.

II- SERVICES

1. Organization Services

Formerly 9 types of cooperatives were attached to this Ministry from the point of establishment and inspection and in accordance with Law No. 3223 dated June 7, 1985 Agricultural Credit Cooperatives were also added within the scope of mission of the Ministry. By taking into consideration the cooperative inflation in this country as a principle organizing and support of regional and multi-partner cooperatives were adopted. The number of cooperatives within the scope of mission of the Ministry is 12.170. These include 118 Union and 1 Central Union. The number of partners is around 4 million.

2. STUDY AND PROJECT SERVICES

After the cooperatives are founded and have enough number of partners and capital, social and economic studies are conducted by the Provincial Directorates of the Ministry as a basis for providing assistance.

After an assessment of these studies by this General Directorate the most suitable projects to be implemented by cooperatives are determined. In case the subject of the project assigned to a cooperative is similar to the project developed by the General Directorate then it is turned over to the cooperative as technical assistance.

3. FINANCIAL SUPPORT SERVICES

Village cooperatives in rural areas face difficulties in the realization of investments which are for the good of their partners by their own capitals and feel the

requirement of outside financial resources. The investment activities of such cooperatives are supported by this General Directorate from two resources, which are:

- a. In accordance with Forest Villagers Development Fund
- b. State Development Regulation

With the help of both regulations the requirements of cooperatives for fixed investments and operational capital on projects related with production increase, evaluation and marketing in the field of agriculture, and forestry are met.

4. INSPECTION SERVICES

Since an effective inspection is necessary to have cooperatives operate in accordance with provisions of laws and have them utilize state assistance in compliance with the goals set, this General Directorate attributes great importance to the Inspection Services.

5. TRAINING SERVICES

Among the missions assigned to this General Directorate are training farmers, gardeners, and animal health technicians and conduct training services which will be a basis for developing and dissemination of cooperative work.

6. HANDICRAFT SERVICES

The work to develop handicraft services, which help on a large scale in the economic development of those living in rural areas, is accomplished in two ways as follows:

- a. Training for a period of 9 months at Handicrafts Training Centers located in 8 different locations as boarding students,
- b. Training for a period of 6 months through Mobile Village Courses conducted by Provincial Directorates of the Ministry in rug, kilim and blanket weaving.

7. PUBLICATION SERVICES

This General Directorate conducts work on the transfer and adoption of modern information and techniques related with agriculture, provided from domestic as well as foreign sources for farmers.

8. WORK ON LEGISLATURE

Since the law on cooperatives No. 1163 which became effective in 1969 does not meet the present day requirements the necessary revisions thereon were made and the text submitted to the Office of the Prime Minister.

The work on Revisions on State Assistance and Forest Fund Regulation continues

TÜRKİYE'DE ŞEKER PANCARI ÜRETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Doç. Dr. Rauf ARIKAN*

1. GİRİŞ

Türk tarımı ve ekonomisi için şeker pancarının önemi birçok sebeplerden ileri gelmekte ise de asıl neden, her yönden önemli bir besin maddesi olan şekerin ülkemizde şeker pancarından elde edilmekte oluşudur. Yılda 12 milyon ton şeker pancarı, 1,55 milyon ton kadar şeker ile diğer yan ürünler önemli bir milli gelir kaynağıdır. Pancar ziraatının ve şeker sanayinin meydana getirdiği istihdam imkânları, iç ve dış ticaretimizde şeker ve şekerli maddelerin yeri ve nihayet ülkemizde tarım tekniğinin gelişmesinde şeker sanayii organizasyonunun etkisi, konunun Türkiye için önemini açıklamaya yarayan diğer sebeplerdir (Tekell, 1965). Şeker üretiminin ve dış ticaretinin son yıllarda güncel konular arasında yer alması da dikkatleri çekmektedir. Bu durum, şeker pancarı taban fiyatları ile şeker pancarı üretimine bağlı olarak ülke içerisinde şeker fiyatlarının yükselmesinden ve dış bağlantıların gösterdiği dalgalanmalardan kaynaklanmaktadır.

Cumhuriyet döneminde Türkiye hem şeker ithalatçılığında hem de şeker ihracatçısı ülke

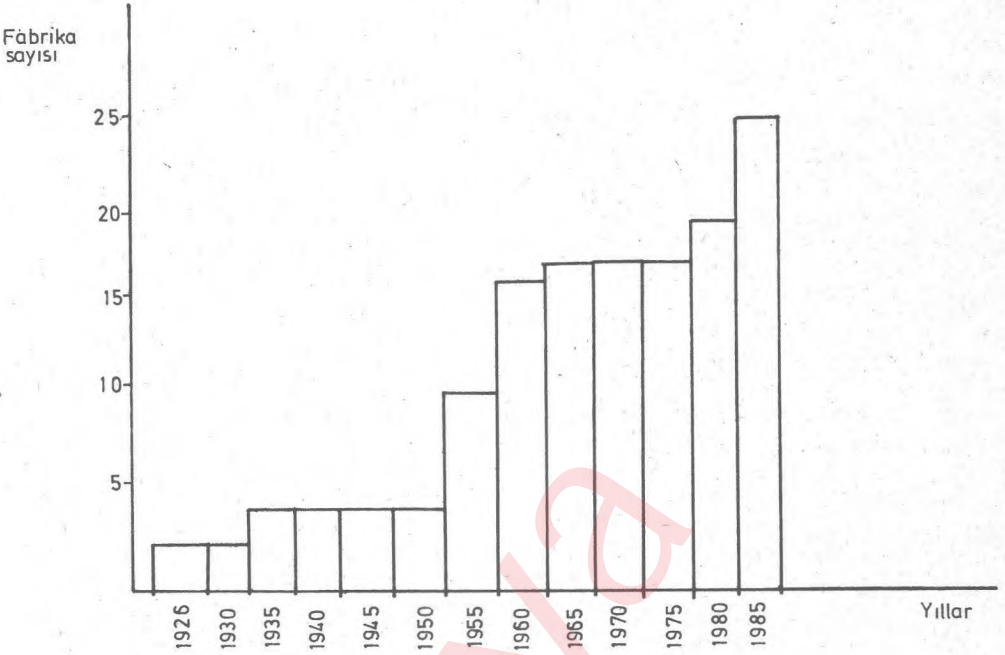
* A.Ü. Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

durumuna geçmiş, hem de kişi başına şeker tüketimini önemli şekilde yükselterek çift yönlü bir başarı sağlamıştır. Cetvel 1'de bu durumu göstermek üzere, Türkiye'de şeker dış ticareti, üretimi ve kişi başına düşen şeker miktarının yıllara göre seyri verilmiştir. Şeker sanayimizin başlangıcı olan 1926 yılında 573 ton olan şeker üretimi, 1985 yılında 1,5 milyon tona kadar yükselmiştir. 1930 larda ve ikinci Dünya Savaşı yıllarında genel olarak iç üretimle yetinilmiş, önemli sayılabilecek bir ithalat yapılmamıştır. Şeker ihracatına ilk olarak 1957 yılından itibaren başlanabilmektedir. 1984 ve 1985 yıllarında ise yarım milyon ton şeker ihracatı yapılabilir hale gelmiştir. 1975 lardan sonra genişleme gösteren şeker ithalatı arızeli sebeplerden kaynaklanmakta olup, Cetvel 1 deki veriler, Türkiye'nin şeker ihraç potansiyelinin önemli olduğunu göstermektedir. Aynı dönemde kişi başına yıllık tüketim 4,6 kg dan 27,2 kg'a kadar artmış bulunmaktadır. Şekerin nispeten ucuz bir besin maddesi olması ve ülke içerisindeki yeterli üretim nedeniyle her yerde kolayca bulunabilir hale gelmesi yanında, halkın alım gücünün (gelir seviyesinin) yükselmiş bulunması da, ülkede kişi başına düşen şeker tüketiminin hızla artmasına yol açmıştır (Uçok, 1981, s. 20). Aşağıdaki grafik 1 de görüldüğü gibi, bu gelişme, özellikle 1950 lardan sonra şeker fabrikası sayısının hızla artmasının sonucudur. 1950 yıllarına kadar 4 olan fabrika sayısı, 1960 ta 15'e, 1985 te ise 25 e yükselmiş bulunmaktadır. 5 fabrikanın da yapımı tamamlanmak üzeredir.

Cetvel 1. Türkiye'de Şeker Üretimi, Dış Ticareti ve Tüketimi

Yıllar	Yurt İçi Toplam Şeker Üretimi (Ton)	Şeker İthalatı (Ton)	Şeker İhracatı (Ton)	Yılda Kişi Başına Düşen Şeker (kg)
1926	573	62.971	—	4,6
1930	13.074	63.291	—	4,9
1935	53.827	2.179	—	3,8
1940	88.669	8.009	—	5,6
1945	89.803	—	—	4,6
1950	137.430	—	—	6,1
1955	254.703	10.862	—	8,9
1960	643.498	—	195.102	10,7
1965	521.498	—	102.047	14,6
1970	491.639	—	39.943	17,1
1975	707.240	107.032	1.900	21,1
1980	868.312	206.136	3.250	22,6
1985	1.285.850	—	308.150	27,2

Kaynak: DİE ve DPT.



Grafik 1. Fabrika sayısının yıllara göre artış seyri.

Karbonhidratlı gıda maddeleri grubuna giren şeker, beslenmede başlıca enerji kaynakları arasındadır. Orta derecede iş yapan ergin bir kişinin günde alması gereken yaklaşık 2.500 kaloringin % 60-70 kadarının karbonhidratlardan sağlanabileceği ve bunun içerisinde de şekerin önemli yeri olduğu bildirilmektedir (Baysal ve Ark,1983).

1984 yılında 430 bin, 1985 yılında ise 394 bin çiftçinin pancar teslimatında bulunduğu dikkate alınır ve buna şeker fabrikalarında çalışanlar da eklenirse, 2 milyondan fazla kişinin geçimini pancar tarımı ve şeker sanayiinden sağladığı ortaya çıkmaktadır (Anonymous, 1973,s.73).

Etkin bir şekilde teşkilatlanan ve çiftçilerle yapıcı bir diyalog içerisinde olan şeker sanayi sayesinde, ülkemizde modern tarım teknikleri yaygınlaştırılmış, özellikle besicilikte ilerlemeler sağlanmıştır: tarımsal mekanizasyon, gübre kullanımı, münavebeli ekim sistemi, tarımsal mücadele ve sertifikalı tohum kullanımı, ayçiçeği ve besicilik de dahil olmak üzere kontrollü ve sözleşmeli üretim başarılı şekilde uygulanmaktadır. Örnek olarak 1984 yılında şeker şirketinin gerçekleştirmiş olduğu 27 bin ton ayçiçeği üretimi ve 64 bin baş sığır besisini verebiliriz (Anonymous 1985 /a, s.47 vd.).

Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş. ne bağlı makina fabrikaları ve alet makina imalat atölyeleri, makina imalat sanayiine önemli katkıda bulunmaktadırlar. Şirketin Ankara ve Esikışehir makina fabrikaları ile Turhal ve Erzincan makina atölyeleri sayesinde ülkemiz yerli kaynaklarla şeker fabrikası kurabilecek duruma gelmiştir.(Anonymous, 1973,80).

Pancar tarımı ve şeker sanayii, tarımsal yayımda ve birçok sosyal çalışmalarda da başarılı örneklerin görüldüğü bir alan olmuştur.

1,2 milyon ton kadar olan yıllık şeker üretimi sayesinde milli gelire yapılan katkı yanında melas, küspè, pancar yaprağı gibi yan ürünlerin katkıları da yukarıda belirtilen önemli göstergelere eklenmelidir.

1985/86 döneminde 97 milyon ton kadar olan Dünya şeker üretiminin yaklaşık % 40 ı şeker pancarından, geri kalan % 60 ı da şeker kamışından elde edilmektedir. Şeker kamışından elde edilen şekerin daha düşük maliyetle elde edilmesi, harp yıllarında ve normal yıllarda gerek başlıca şeker üreticisi ülkelerin, gerekse Avrupa Ekonomik Topluluğunun takibetmiş olduğu politikalar, Dünya Şeker fiyatlarını etkilemekte, bu durum da Türkiye'nin şeker ihracatını belirleyici rol oynamaktadır.

Genel olarak Türkiye, şeker pancarı-şeker üretimi ve dış ticareti konusunda kendi kendine yetme politikası izlemekte, maliyetin çok altında şeker ihraç zorundakalmamak için şeker Şirketinin uyguladığı ekim alanı tahdidi ve pancar taban fiyatları yardımıyla bu amacına ulaşmaktadır. Son iki yılda şeker pancarı üretimindeki gerileme veya duruklama, pancar taban fiyatlarının nisbi olarak düşük kalmış olmasından ve pancar bedeli ödemelerinin gecikmesinden kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

Bu araştırmanın amacı, Ülkemizde şeker pancarı üretimini belirleyen faktörleri ortaya koymak ve bu faktörlerin etki derecelerini tayin etmektir. Bilindiği gibi, üretime tahsis edilen kaynakların miktarı ve kalitesi, üretim miktarını tayin etmektedir. Kullanılan üretim girdilerinin miktarı yanında ekim, çapalama, sulama, ilaçlama, gübrelenme işlemlerinin zamanında ve en uygun miktarlarda yapılması ve iklim şartlarının durumu pancar üretimi miktarını ve şeker muhteviyatını belirlemektedir (Geidel ve Ark. 1969, Martin, 1959, Özgür 1966.) Her yıl şeker pancarı ekilen alan, bu alanın sulanan kısmı, tohumluk, gübre, ilaç, makina kullanımı, işgücü istihdamı şeker pancarı üretim faktörlerini oluşturmaktadır. Bu kaynakların az veya çok kullanılması her yıl pancar üretiminin değişmesine yol açacaktır. Üretim fonksiyonu ilişkisi içerisinde incelenecek olan bu olay, söz konusu faktörlerin üretimi ne derecede etkilediğini açıklayacak, böylece her bir kaynağın kullanımındaki değişiminin üretimi ne derecede ve hangi yönde değiştireceği anlaşılacaktır. Amaç edinilen belirli bir üretim miktarının ne miktardaki kaynak bileşimi gerektirdiği de aynı şekilde belirlenebilecektir.

Diğer yandan, şeker pancarı üretiminde kullanılan bu kaynakların her yıl ne şekilde ve niçin değiştiği de açıklanmaya çalışılacaktır. Bu da sektör planlamasının ve politikalarının daha tutarlı olmasına yardımcı olacak kantitatif bilgilerin elde edilmesini sağlayacaktır. Bu politikaların esası, şeker üretiminde kendi kendine yeterli durumumuzu devam ettirmek, pancarın ilişkili olduğu ürünler arasındaki fiyat seviyelerini optimal kılıp, üreticileri makul bir kâr kalmasını sağlayarak üretimdeki istikrarı sürdürmektir.

Şeker pancarı üretimini belirleyen faktörler ve etki dereceleri bilindiği takdirde, üretimi tahmin ederek alımlarla ilgili finansman, işgücü, taşıma ve depolama ihtiyacı gibi kampanya dönemi faaliyetlerinin planlanması, ihracat veya ithalat bağlantılarına zamanında olması mümkün olacaktır.

Araştırma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci ve ikinci bölümler giriş ile materyal metod'u teşkil etmekte, üçüncü bölümde şeker pancarı üretiminin yıllara göre seyri ve bununla ilgili üretim faktörleri incelenmektedir. Bu bölüm daha çok, sektörün tarımsal ekonomik yapısı şeklindedir.

Dördüncü bölümde, ülkemizde şeker pancarı üretimini etkileyen teknik ve ekonomik faktörler ana hatları itibarıyla incelenmektedir.

Beşinci bölüm, şeker pancarı ile ilgili üretim fonksiyonu çalışmasını kapsamaktadır.

Son bölüm olan altıncı bölümde araştırmanın kısa bir özeti ile beraber elde edilen sonuçlar ve bunlara bağlı olarak yapılabilecek öneriler verilmektedir.

2. KONUYLA İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Şeker pancarı islahı ve tarım tekniği ile ilgili olarak çok sayıda araştırmaya ve yayım bulunmasına rağmen, konunun ekonomik veya ekonometrik yönünü ele alan çok sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Konu ve yöntem bakımından ilgili olan başlıca araştırmalara yayının sırasına göre aşağıda değinilmiştir.

Geidel ve ark. (1969), şeker pancarında verim tahmini için iklim değerleri ile pancar tahlil sonuçlarını ayrı ayrı ve beraber kullanarak $Y = a + bx + cx^2$ şeklindeki kuadratik bir modelle o yılın şeker pancarı verimini tahmin etmeye çalışmışlardır (denklemdaki $Y =$ verim, x ise iklim veya tahlil sonuçlarını ifade etmektedir).

Başka bir araştırmada 1918-1967 yıllarına ait zaman serileri kullanılarak

$$Y_t = B_0 + B_1 X_{1t} + \dots + B_n X_{nt} + X_{kt}^{Bk} \dots X_{nt}^{Bt} U_t$$

Şeklindeki Cobb-Douglas tipi bir modelle Yeni Zelanda buğday verimindeki değişmeler açıklanmıştır. Bu modelde y_t buğday verimi, işgücü, sermaye, arazi, hastalık indeksi, iklim faktörü, teknolojik değişme gibi unsurla izah edilmiş ve bunların bir kısmı için dummy değişkenler kullanılmıştır (Gulse, 1969).

Milli Produktivite Merkezi (MPM) tarafından yayınlanan bir araştırmada, output-input oranları ve regresyon analizleri yoluyla şeker pancarı üretiminde verimlilik ölçümü ve analizleri yapılmıştır. Output-input oranlarının fabrikalara göre çok istikarsız şekilde değiştiği gübre, ilaç ve tohum girdilerinin üretimi olumlu ve anlamlı seviyede etkilediği üretim elastikyetleri yardımıyla ortaya konulmuştur (Esen ve Pirinçcioğlu, 1976).

Yücel (1984) tarafından yapılan bir doktora tezi çalışmasında, Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde iklim elemanları ile şeker pancarı verimi arasındaki ilişki, çoklu doğrusal regresyon denklemleri yardımıyla araştırılmıştır. Muhtelif aylara ait yağış ve sıcaklık değerleri yanında, erken ekimin şeker pancarı kök verimini önemli şekilde etkilediği vurgulanmıştır.

Türkiye'de Şeker Fabrikaları Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan bir raporda, Dünya'da ve Türkiye'de şeker sanayiinin durumu incelenmiş, ülkemizde şeker tüketimi projeksiyonuna göre üretilmesi gereken şeker miktarı ve bunu verecek olan şeker pancarı miktarı basit doğrusal regresyon yöntemiyle tahmin edilmiştir (Anonymous, 1985).

Yine MPM tarafından yayınlanan başka bir çalışmada Orta Anadolu bölgesinde buğday ve şeker pancarı üretiminde emek, makina, hayvan çeki gücü ve cari girdilerin parasal miktarları ve oranları tablolar halinde verilmiştir (Çapanoğlu, 1977).

Buğday üretimini etkileyen faktörler ve teknolojinin etkisini belirlemek amacıyla yapılan ekonometrik bir çalışmada, yağış miktarı, sıcaklık ve gübre kullanımı gibi değişkenlerin buğday veriminde ve üretimindeki değişimleri önemli şekilde açıkladığı ortaya konulmuş, genellikle 1976 yılından itibaren de teknolojik gelişme unsurunun dikkate alınması gerektiği vurgulanmıştır (Mann, 1977).

Orta Anadolu'da 79 tarım işletmesinden alınan kesit verileri kullanılarak bölgenin şeker pancarı ve buğday üretiminde ekonometrik analizler yapılmış ve üretim faktörlerinin verimlilik oranları hesaplanmış, üretimin artışında istatistiksel olarak anlamlı etki gösteren girdilerin arazi, çeki gücü, gübre ve su olduğu, buna karşılık ilaç ve tohumgirdisinin açıklayıcı olmadığı, emek girdisinin de azaltılabileceği vurgulanmıştır (Çapanoğlu, 1977).

"Girdi fiyatlarının bitkisel üretim düzeyi ve bileşimi üzerine etkileri", adlı çalışmada; gübre, ilaç, alet ve makina, tohumluk, sulama ve işgücü şeklinde sıralanan girdilerin çeşitli bitkisel üretimdeki payları, fırsat maliyetleri ile girdi talep miktarları 1979 ve 1980 verileri kullanılarak hesaplanmıştır (Tekeli ve Ergün, 1983).

3.METERYAL VE METOD

Bu çalışmada kullanılan materyal, ülkemizde planlı dönemi n başladığı 1963 yılından 1985 yılına kadar olan verileri kapsamaktadır ve şeker şirketinin yıllık faaliyet raporlarından, dosyalarından ve Devlet İstatistik Enstitüsü de dahil olmak üzere ilgili yayınlardan elde edilmiştir. Sağlanan veriler iki guruptur: Birincisi 1963-1985 arasındaki "zaman serisi" verileri, ikincisi de pancar üretim bölgeleri ya da şeker fabrikalarından alınan "kesit verileri" şeklindedir. 1963 yılında mevcut olan 16 şeker fabrikası bölgesinden alınan veriler gözlem

sayısı 16 olan kesit verisi setini, ya da 1985 yılında mevcut 24 fabrika bölgesinden alınan veriler de gözlem sayısı 24 olan kesit verisi setini oluşturmaktadır. 1963-1985 yıllarına ait Türkiye toplamı şeklindeki 23 yıllık gözlemler de zaman serisi setini oluşturmaktadır. Sonuçları mukayese etmek ve irdelemek bakımından zaman serisi ve kesit serilerini bir arada ele alarak analiz etmek yararlı bulunmuştur.

Araştırmada kullanılan metod Cobb-Douglas üretim fonksiyonunu teşkil ederek bu modeli çözmek ve sonuçları istatistiki açıdan değerlendirdikten sonra gerekli yorumları yapmaktır. Ayrıca, cari yıla ait ve bir önceki yıla ait pancar taban fiyatlarının pancar ekim alanına ve üretimine etkisi istatistiki olarak korelasyon katsayısı ve klasik doğrusal regresyon yöntemiyle belirlenmeye çalışılmıştır. Bu yöntemlerin uygulama şekli, ilgili bölümlerde açıklanmıştır.

4 – TÜRKİYE'DE ŞEKER PANCARI ÜRETİMİNİN YERİ

4.1. Şeker Pancarı Ekim Alanı, Üretim ve Veriminde Gelişmeler

Ülkemizde şeker pancarı üretimi şeker sanayiinin kurulmasına paralel olarak gelişme göstermiştir. İlk şeker fabrikamız 1926 yılında Alpulu'da açıldığında, şeker pancarı üretiminin 4710 ton kadar olduğu bildirilmektedir (Tekeli, 1965). Cetvel 2 de görüldüğü gibi, şeker pancarı ekim alanı 1927 de 3990 hektardan, 1985 de 322.449 hektara yükselmiş; pancar üretimi 34 bin ton'dan bazı yıllarda 13 milyon tona çok yaklaşmış, dekara şeker pancarı verimi de 870 kg dan 3 tona ulaşmıştır. Planlı dönemin başladığı 1963 den 1985'e kadar ise şeker pancarı ekim alanı 2,4 kat, üretim 3 kat ve verim 1,3 kat kadar büyüme göstermiştir. Bu rakamlardan da anlaşılacağı üzere, şeker pancarı tarımı ve pancar üretimi sürekli gelişme eğilimini devam ettirmiştir. Ancak Cetvel 2 den çıkartılması gereken diğer bir sonuç da, gerek ekim alanı, gerek üretim ve gerekse verim düzeyi bakımından yıldın yıla önemli dalgalanmaların ve değişmelerin ortaya çıkmakta oluşudur. Cetvelde bu durum, 1963 = 100 temel yılına göre hesaplanmış endeksler ile bir önceki yıla göre zincirleme endekseldeki (+) ve (-) yöndeki değişmeler yardımıyla daha iyi anlaşılabilir. Ekim alanı, üretim ve verim değişkenlerine ait standart hataların, 1963 – 1985 döneminde kendi ortalamaları içerisindeki oranını gösteren varyasyon katsayıları da ekim alanı için $V = 39,44$, üretim için $V = 43,31$, verim için ise $V = 14,67$ hesaplanmıştır (Güneş ve Ankan, 1985). Bu varyasyonu doğuran etkenler daha sonra ele alınacaktır.

4.2. Şeker Pancarı Üretici Sayısı ve İşletmelerin Büyüklükleri

İşgücü ve arazi, şeker pancarı üretimine tahsis edilen kaynakların başında gelmektedir. Pancar eken çiftçi sayısı ve pancar işletmelerinin büyüklükleri konusundaki bilgileri Şeker Fabrikaları yıllık raporlarından ve Tarım Sayımlarından elde etmek mümkün olmaktadır. Cetvel 3 e göre 1984 yılında Türkiye'de 447 bin kadar pancar ekicisi çiftçi olduğu, çiftçi

Çetvel 2. Şeker Pancarı Ekim Alanı, Üretim ve Verimin Yıllara Göre Seyri

Yıllar	Ekim Alanı (Ha)	Pancar Üretimi (1000 Ton)	Verim (kg/La)	Endeks (1963 =100)			Bir önceki Yıla göre % Değişme		
				Ekim Alanı	Pancar Üretimi	Verim	Ekim Alanı	Pancar Üretimi	Verim
1927	3.990	34	870	2.92	1.04	36.23	-	-	-
1940	39.404	550	1.400	28.84	16.76	58.31	-	-	-
1950	50.953	855	1.680	37.29	26.06	69.97	-	-	-
1960	202.917	4.385	2.161	148.51	133.65	90.00	22.79	26.41	2.95
1961	130.344	2.877	2.207	95.40	87.69	91.92	-35.76	-34.39	2.13
1962	125.739	2.731	2.172	92.03	83.24	90.46	- 3.53	- 5.07	- 1.59
1963	136.634	3.281	2.401	100.00	100.00	100.00	8.66	20.14	10.54
1964	188.215	4.706	2.520	137.75	143.43	104.96	37.75	43.43	4.96
1965	160.690	3.421	2.169	117.61	104.27	90.24	-14.62	-27.30	-13.93
1966	153.252	4.422	2.899	112.16	134.78	120.74	- 4.63	29.26	33.66
1967	349.578	5.253	3.528	109.47	160.10	146.94	- 2.40	18.79	21.69
1968	126.527	4.715	3.782	92.60	143.71	157.52	-15.41	-10.24	7.19
1969	102.634	3.356	3.294	75.12	102.29	137.19	-18.89	-28.82	-12.90
1970	123.838	4.254	3.458	90.63	129.66	144.02	20.65	26.76	4.98
1971	159.013	5.956	3.760	116.38	181.53	156.60	28.40	40.00	6.73
1972	149.467	5.896	3.976	109.39	179.70	165.00	- 6.01	- 1.01	5.74
1973	154.119	5.095	3.326	112.80	155.29	138.53	3.11	-13.58	-16.35
1974	187.077	5.707	3.086	136.92	173.94	128.53	21.38	12.01	- 7.22
1975	214.534	6.949	3.269	157.01	211.76	136.15	14.39	21.76	5.93
1976	248.326	9.406	3.796	181.75	286.68	158.10	15.76	35.35	16.12
1977	249.566	8.995	3.613	182.65	274.15	150.48	0.49	- 4.37	- 4.82
1978	276.972	8.837	3.203	202.71	269.33	133.40	10.98	- 1.75	-11.35
1979	269.584	8.760	3.274	197.30	266.99	136.36	- 2.67	- 0.87	2.22
1980	269.358	6.766	2.569	197.14	206.22	107.00	- 0.084	-22.76	-21.53
1981	360.320	11.165	3.117	263.71	340.29	129.82	33.77	65.01	21.33
1982	372.312	12.732	3.428	272.49	388.05	142.77	3.33	14.03	9.97
1983	360.314	12.770	3.687	263.71	389.21	153.56	-3.22	0.29	7.55
1984	353.326	11.108	3.172	258.59	338.56	132.11	-1.94	-13.01	-13.97
1985	322.449	9.830	3.048	235.99	299.60	126.95	-8.73	-11.51	- 3.91

Kaynak: DİE verilerinden alınmış veya hesaplanmıştır.

Cetvel. 3. Pancar Eken Çiftçi Sayısı, Çiftçi Başına Pancar Alanı, Üretimi ve Alınan Pancar Bedeli

Yıllar	Pancar Eken Çiftçi Sayısı	İşletme Başına Ort. Pancar Alanı (Da)	İşletme Başına Ort. Pancar Üretimi (kg)	İşletme Başına Pancar Bedeli (TL)
1963	175.108	7.80	18.735	2.233
1964	223.575	8.42	21.049	2.966
1965	202.758	7,93	16.872	2.378
1966	189.016	8.11	23.395	3.297
1967	184.039	8.13	28.543	3.815
1968	200.516	6.31	23.519	3.314
1969	173.331	5.92	19.362	2.729
1970	170.286	7.27	24.981	4.998
1971	211.651	7.51	28.141	5.631
1972	215.508	6.94	27.359	5.145
1973	199.078	7.74	25.593	7.681
1974	215.474	8.68	26.486	10.819
1975	244.406	8.78	28.432	15.543
1976	276.305	8.99	34.042	22.202
1977	298.893	8.35	30.094	20.948
1978	318.259	8.70	27.767	25.887
1979	302.874	8.90	28.923	42.884
1980	311.609	8.64	21.713	71.701
1981	415.827	8.64	26.850	125.809
1982	468.827	7.94	27.157	175.229
1983	447.327	8.05	28.547	198.547
1984	447.745	7.89	24.809	231.169
1985	409.718	7.87	23.992	334.913

Kaynak: Türkiye Şeker Fab. A.Ş., Yıllık Ziraat Raporları.

başına 7,89 dekar pancar alanı bulunduğu ve ortalama olarak pancar yetiştiren bir çiftçinin 24.809 kg. üretimde bulunarak 231 169 TL pancar bedeli aldıklarını ortaya çıkmaktadır. Bu rakam, 1985 yılında 334.913 TL. olarak hesaplanmıştır. Planlı dönemi ifade eden 1963-1985 döneminde pancar eken çiftçi sayısındaki artışa karşılık, işletme başına ortalama pancar ekim alanı büyüklüğü önemli bir değişiklik göstermeden 5,92-8,99 dekar arasında kalmış aynı nedenlerle işletme başına pancar üretiminde önemli artış olmamıştır.

Cetvel 4 incelendiğinde, 1980 Genel Tarım Sayımı neticelerine göre ise, ülkemizde 182.393 adet işletmenin şeker pancarı yetiştirdiği ve bu işletmelerin ortalama büyüklüklerinin 83 dekar olduğu, bu işletmelerin % 68'inin 100 dekara kadar araziye sahip oldukları, yarısının da 50-200 dekar arasında olduğu anlaşılmaktadır (Anonymous,1980). Ortalama işletme büyüklüğü 83 dekar ve bir işletmede pancara ayrılan alan 1980 de 8,64 dekar olduğuna göre, Türkiye'de şeker pancarı üretiminin küçük aile işletmelerinde yapıldığını ve işletme arazisinin % 10,41 nin şeker pancarı tarımına tahsis edildiği ortaya çıkarmaktadır. (Cetvel 4). Cetvelden de anlaşıldığı gibi, tarım sayımı ile şeker şirketi verileri arasında önemli farklılık vardır.

Ancak bu farklılık, Tarım Sayımında işletme sayısı olarak (182.393 adet), şeker şirketinde ise pancar üreticisi halinde ayrı tanımlamadan ileri gelmektedir ve aynı işletmede, şirketle bağımsız sözleşmeli çalışan birden çok pancar üreticisi bulunabileceği açıktır.

Cetvel 4. 1980 Genel Tarım Sayımına Göre Şeker Pancarı Yetiştiren İşletmelerin Dağılımı ve Oranları

İşletme Büyüküğü (Da)	1980 Tarım Sayımı (DİE)		1980 Yılı Şeker Fabrikaları Ziraat Raporu	
	İşletme Sayısı	%	Şeker Pancarı Üreticisi Sayısı	%
10 Da. Kadar	5.106	2,80	232.343	74,56
10-19	8.104	4,44	59.276	19,02
20-49	52.049	28,54	18.836	6,05
50-99	58.939	32,31	1.064	0,34
100 den büyük	58.195	31,91	90	0,03
TOPLAM	182.393	100,00	311.609	100,00
Ortalama Büyüküğü (Da)	82,87	—	8.64 Da	—

4.3. Şeker Pancarı Üretim Masrafları, Maliyetler, Fiyatlar ve Karlılık durumu

Şeker pancarı, Mart ve Nisan aylarında ekildikten sonra Ağustos ayından itibaren sökülüne başlanan yumru köklü bir bitkidir. İşçilik masrafları ile toprak hazırlama giderleri şeker pancarı maliyetinin % 50 kadarının teşki etmektedir (Anonymous,1984). Toprak hazırlığı ve ekimden sonra yapılan seyreltme, çapalama, sulama, ilaçlama, söküm ve baş kesme gibi işlemler tamamen, işgücü ile gerçekleştirilmektedir. Bu nedenledir ki üretim mevsiminde işletmeler yeterli nakit varlığına büyük ihtiyaç duymaktadırlar. Cetvel 5 de 1984 yılında şeker pancarı üretim maliyet giderleri iki ayrı araştırma sonucuna göre mukayeseli olarak verilmiştir. Cetvelde görüldüğü gibi, maliyet araştırmasına göre dekara yapılan toplam üretim masrafları 22.520 TL, şeker şirketi kayıtlarına göre ise 25.368 TL. dir. Her iki kaynağa göre şeker pancarı üretiminde başlıca üretim giderlerini tarla kirası, tarla hazırlama, çapalama, sökme, taşıma ve gübre bedeli gibi mesraflar oluşturmaktadır. İlk araştırmaya göre 1 kg pancar maliyeti 7,10 TL, ikinci araştırmaya göre ise 7,66 TL. bulunmuştur. Pancar üretiminin artırılmasında, her yıl belirlenen alım fiyatlarının,yukarıdaki gibi hesaplanmış olan maliyet giderlerinin altında kalmaması, ondan bir miktar daha yüksek olması önemli bir faktördür. Bu itibarla, şeker pancarı alım fiyatlarının üretici giderlerini karşılayacak düzeyde belirlenmesi için, cetveldeki gibi maliyet hesaplarının her yıl düzenli olarak yapılması gerekmektedir.

Cetvel 5. Şeker Pancarı Maliyet Girdileri ve Çeşitli Giderlerin Nisbetleri (1984)

	A.Ü.Z.F. Tarım Ekonomisi Bölümü Maliyet Araştırmaları		Şeker Şirketi Ziraat Raporu	
	TL/Dekar	%	TL/Dekar	%
Tarla Kirası	4.096	18,19	6.373	25,12
Tarla Hazırlama	2.112	9,38	4.388	17,30
Ekim	510	2,26	864	3,41
Gübre Bedeli	2.238	9,94	2.484	9,79
Tekleme	1.133	5,03	750	2,96
Çapalama	2.439	10,83	3.500	13,80
Sulama	2.500	11,10	2.370	9,34
Mücadele	—	—	—	—
Sökme ve Başkesme	3.278	14,55	2.250	8,87
Taşıma	3.679	16,34	1.000	3,94
Diğer	535	2,38	1.389	5,47
TOPLAM	22.520	100,00	25.368	100,00
Dekardan Alınan Pan- car (kg)	3.172	—	3.312	—
1 kg Pancar maliyeti	7.10	—	7,66	—

Şeker pancarı üretim maliyetleri girdi fiyatlarındaki artışlara bağlı olarak her yıl düzenli artış göstermiştir. Cetvel 6'nın ikinci sütununda görüldüğü gibi, 1963 yılında 13 kuruş olan maliyet, 1984'e kadar 61 kat artarak 7.96 TL/kg'a yükselmiştir. Cetvelin birinci sütununda yer alan ortalama pancar alım fiyatlarında da yıllara göre benzer artışlar gözlenmektedir. Aynı şekilde, 1963 de 14 kuruş/kg olan ortalama alım fiyatı 1984 de 8.96 TL ye ulaşmıştır. Şeker pancarı satış ve maliyet fiyatları arasındaki farkın müsbet olması üreticiler için bir teşvik unsuru olmaktadır. Son yıllarda bu farkın 1 TL/kg kadar olduğu dikkati çekmektedir. Söz konusu edilen bu farklar, dekar başına ortalama pancar verimi ile çarpılmak suretiyle bir dekara isabet eden net gelir miktarları hesaplanmıştır, 1963-1965 döneminde sıfır veya negatif olan kâr miktarları yıllara göre artış seyri göstererek 1984 de 1 dekar şeker pancarı üretiminden elde edilen ortalama net gelir 3.167 TL ye, 1985 de ise 5.014 TL ye ulaşmıştır.

Cetvel 6 da aynı hesaplamalar buğday ve ayçiçeği için de yapılmıştır. Çünkü pancar üretim bölgelerinde münaveber en çok dahil edilen ve şeker pancarı ile rekabeti söz konusu olan ürünlerin başında buğday ve ayçiçeği gelmektedir. Cetvelde görüldüğü gibi, 1963-1985 döneminde dekar başına buğdaydan elde edilen net gelir dalgalanma içerisinde olmakla beraber genel bir artış eğilimi göstermiş, en yüksek değeri 1984 yılında 4.040 TL/Da. olmuştur.

Ayçiçeğinde dekar başına net gelir 1978 yılına kadar genel olarak buğdaydan daha yüksek seyretmiş, bu yıldan itibaren 1982 yılına kadar zaman zaman negatif net gelir (zarar) olmak üzere, buğdaydan daha az gelir sağlanmıştır. Son üç yılda durum tekrar ayçiçeği lehine dönüşmüştür. 1984 yılında ayçiçeği üretiminde dekara düşen net gelir 6.300 TL olmuş, bu değer aynı yıl pancardan elde edilen net gelire göre % 99, buğdaya göre ise % 56 daha yüksek bulunmuştur.

Cetvel 6 dan elde edilen sonuçlara göre, uzun yıllar ortalaması bakımından şeker pancarı ve buğdayın, gerek gelir seviyesi gerekse gelirdeki istikrar bakımından ayçiçeğine kıyasla daha avantajlı olduğu, şeker pancarından elde edilen net gelirin ise, diğer iki üründen daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar söz konusu ürünle arasındaki rekabet ilişkilerinden ve dolayısıyla üreticilerin değişik alternatifler arasında ulaştıkları üretim kararlarından doğmaktadır.

5. TÜRKİYE'DE ŞEKER PANCARI ÜRETİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Şeker pancarı üretim miktarı, her yıl bu ürüne tahsis edilen ekim alanı ile birim alandan elde edilen verim seviyesinin bir fonksiyonudur. Gerek ekim alanında, gerekse verim miktarında yükselme olması, üretim artışının temel nedenidir. Bu iki belirleyici değişkenin ortaya çıkan iniş ve çıkışlar, şeker pancarı üretiminde dalgalanmalara yol açmaktadır. O halde her yıl şeker pancarına ayrılan alan ve verim seviyesini belirleyici durumda olan bu etkenleri ayrı ayrı incelemek yararlı olacaktır.

Cetvel 6. Şeker Pancarı Buğday ve Ayçiçeğinde Fiyat, Maliyet ve Kârlılık Karşılaştırılması (1963 - 1985)

Yıllar	Şeker Pancarı			Buğday					Ayçiçeği					
	Şeker Pancarı Ort.Satış Fiyatı (TL/kg)	Şeker Pancarı Üretim Maliyeti (TL/kg)	Fark (TL/kg)	Dekar Başına Net Gelir (TL/Da)	Ortalama Satış Fiyatı (TL/kg)	Üretim Maliyeti (TL/kg)	Fark (TL/kg)	Verim (kg/Da)	Dekar Başına Net Gelir (TL/Da)	Ortalama Satış Fiyatı (TL/kg)	Üretim Maliyeti (TL/kg)	Fark (TL/kg)	Verim (kg/Da)	Dekar Başına Net Gelir (TL/Da)
1963	0.13	0.13	-	-	0.70	0.56	0.14	136	19.04	1.31	0.60	0.71	93	66.03
1964	0.14	0.14	-	-	0.70	0.60	0.10	134	13.40	1.35	0.65	0.70	103	72.10
1965	0.14	0.16	-0.02	-51.00	0.76	0.58	0.18	111	19.98	1.72	0.73	0.99	134	132.66
1966	0.14	0.13	0.01	22.00	0.77	0.50	0.27	153	41.31	1.68	0.72	0.96	137	131.52
1967	0.14	0.12	0.02	74.00	0.77	0.58	0.19	141	26.79	1.96	0.86	1.10	147	161.70
1968	0.14	0.12	0.02	95.00	0.78	0.69	0.09	130	11.70	1.76	0.79	0.97	156	151.32
1969	0.14	0.14	-	4.00	0.80	0.62	0.18	144	25.92	1.78	0.82	0.78	150	117.00
1970	0.20	0.15	0.05	176.00	0.85	0.71	0.14	183	25.62	2.01	1.06	0.76	136	100.64
1971	0.20	0.16	0.04	143.00	0.99	0.76	0.23	155	35.65	2.15	1.03	0.97	136	131.92
1972	0.20	0.18	0.02	86.00	0.98	0.88	0.10	157	15.70	2.20	1.45	0.75	137	102.75
1973	0.30	0.26	0.04	132.00	1.20	0.90	0.30	194	58.20	2.88	1.54	1.34	148	199.32
1974	0.41	0.35	0.06	174.00	2.12	1.21	0.91	155	141.05	4.62	2.47	2.15	123	264.45
1975	0.55	0.44	0.11	339.00	2.66	1.62	1.04	175	182.00	5.22	3.06	2.16	142	306.72
1976	0.65	0.46	0.19	719.00	2.61	2.13	0.48	194	93.12	5.77	4.20	1.57	129	202.53
1977	0.70	0.61	0.09	294.00	2.89	2.00	0.89	178	158.42	7.07	7.41	2.06	194	516.04
1978	0.90	0.88	0.02	46.00	3.18	2.85	0.33	242	79.86	6.81	6.83	1.38	139	191.82
1979	1.42	1.26	0.16	523.00	5.10	4.89	0.21	179	37.59	11.72	10.73	0.99	144	142.56
1980	3.10	3.24	-0.14	-381.00	10.48	8.87	1.61	185	297.85	18.77	22.89	-4.12	143	-589.16
1981b	4.57	3.57	1.00	3.141.00	18.02	13.17	4.85	236	1.144.60	33.35	39.61	-6.26	159	-995.34
1982	5.86	4.37	1.49	5.110.00	22.67	19.14	3.53	178	628.34	43.28	47.86	-4.58	143	-654.94
1983	6.75	4.85	1.90	6.142.00	27.14	24.73	2.41	174	419.34	59.04	54.37	4.67	147	686.49
1984	8.96	7.96	1.00	3.167.00	49.86	34.38	15.48	261	4.040.28	125.95	79.22	47.73	132	6.300.36
1985	13.96	12.33	1.63	5.013.88	62.00	56.21	5.79	251	1.453.29	148.00	106.76	41.24	130	5.361.20

Kaynak: DİE ve DPT verilerinden alınmış veya hesaplanmıştır.

5.1. Şeker Pancarı Ekim Alanını Belirleyen Etkenler

Ülkemizde şeker pancarı ekim alanını belirleyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Anonymous 1985/b, İllisulu 1986):

- Devam eden kampanya döneminde pancar alım fiyatı,
- İlgili diğer ürünlere göre pancarda kârlılık durumu veya fırsat maliyeti,
- Devam eden kampanya dönemiyle ilgili çeşitli avansların miktarları ve ödeme zamanları,
- Aynı dönemde pancar alım bedellerinin zamanında ödenmesi veya geç ödenmesi,
- Belirlenmiş olan münavebe programı ve alınmış olan ekim taahhütleri,
- Pancar ekim aylarında iklim şartlarının, toprak işleme ve ekime elverişli olma durumu.

Görüldüğü gibi bu faktörlerden ilk dördü ekonomik, diğer ikisi ise teknik mahiyettedir ve herbiri sırayla incelenecektir.

5.1.1. Pancar Taban Fiyatlarının Ekim Alanına Etkileri

Şeker şirketi tarafından ilan edilen ve taban fiyatları olarak adlandırılan pancar alım fiyatları, müteakip yılda ekilecek pancar sahasını belirleyen etkenlerin başında gelmektedir. Çünkü diğer etkenler sabit veya kısa sürede değiştirilemez kabul edildiği takdirde, pancar üretiminden sağlanacak kazancı doğrudan doğruya belirleyen faktör pancar alım fiyatlarıdır. Bu hipotezi irdelemek amacıyla, % 16 polar şeker varlığı esas alınarak her yıl ilan edilen pancar alım fiyatlarıyla ekim alanı, 1963-1985 dönemi için Cetvel 7 ve Grafik II ve ayrıca aradaki korelasyon katsayısı ve doğrusal regresyon deklemleri hesaplanmıştır.

Grafik II de görüldüğü gibi, 1963 yılında 11,92 kş/kg olan pancar taban fiyatı, 1964 de 14,08 kuruşa çıkarılınca ekim alanı 136 Bin hektardan 188 Bin hektara yükselmiştir. Ancak , 1969 yılına kadar alım fiyatlarının değiştirilmeden 14,08 kuruş seviyesinde tutulması, pancar ekim alanının 102 Bin hektara kadar düşmesine yol açmıştır. Bundan sonraki yıllardan genel olarak pancar alım fiyatlarındaki artışlara uygun şekilde ekim alanı genişlemeleri, münferit dalgalanmalar dışında devam etmiş, özellikle 1979 ve 1980 yıllarında pancar alım fiyatlarında yapılan büyük artışlar, müteakip yıllarda ekim alanının 372 bin hektara kadar yükselmesini sağlamıştır. Bu yükselme, 1983 yılından itibaren fiyatlarındaki artışlar ve ürün fiyat ilişkilerinde pancar aleyhine olan gelişmeler nedeniyle düşmeye dönüşmüş ve 1985 yılında ancak 322 bin hektar alana pancar ekimi yapılmıştır.

Diğer yandan, pancar taban fiyatlarıyla ekim alanı arasındaki korelasyon katsayısı $r = ,0,769$ olarak hesaplanmıştır ve istatistikî bakımdan önemlidir. Bu da göstermektedir ki, pancar taban fiyatlarıyla ekim alanı arasında yakın bir ilgi mevcuttur.

1963—1985 dönemine ait aynı veriler kullanılarak hesaplanan doğrusal regresyon denklemi ise $Y = 179,595 + 22,129 X$ çözümünü vermiştir ($Y =$ pancar ekim alanı 1000Ha olarak, $X =$ Pancar taban fiyatları TL/kg olarak). Buna göre, pancar taban fiyatlarında 1 TL kadar artış yapıldığında, pancar ekim alanı yaklaşık 22000 hektar genişleme gösterecektir. Bu hesaplamada ekim alanına etkili taban fiyatları dışındaki diğer faktörler ya dikkate alınmamakta veya sabit kabul edilmektedir.

Cetvel 7. Pancar Ekim Alanı İle Taban Fiyatları Arasındaki Analizler (*)

Yıllar	Ekim Alanı	Taban Fiyatı	X.Y	X ²	Y ²
	(1000 Ha) Y	(TL/kg) X			
1963	136,6	0,12	16,392	0,0144	18,659,56
1964	188,2	0,14	26,348	0,0196	35,419,24
1965	160,7	0,14	22,498	0,0196	25,824,49
1966	153,2	0,14	21,448	0,0196	23,470,24
1967	149,6	0,14	20,944	0,0196	22,380,16
1968	126,5	0,14	17,710	0,0196	16,002,25
1969	102,6	0,14	14,364	0,0196	10,526,76
1970	123,8	0,20	24,760	0,0400	15,326,44
1971	159,0	0,20	31,800	0,0400	25,281,00
1972	149,5	0,20	29,900	0,0400	22,350,25
1973	154,1	0,30	46,230	0,0900	23,746,81
1974	187,1	0,40	74,840	0,1600	35,006,41
1975	214,5	0,50	107,250	0,2500	46,010,25
1976	248,3	0,58	144,014	0,3364	61,652,89
1977	249,6	0,62	154,752	0,3844	62,300,16
1978	276,9	0,80	221,520	0,6400	76,673,61
1979	269,6	1,30	350,480	1,6900	72,648,16
1980	269,4	2,75	740,850	7,5620	72,576,36
1981	360,3	4,00	1,441,200	16,0000	129,816,09
1982	372,3	5,00	1,861,500	25,0000	138,607,29
1983	360,3	6,00	2,161,800	36,0000	129,816,09
1984	353,3	7,85	2,773,405	61,6225	124,820,89
1985	322,4	11,50	3,707,600	132,2500	103,941,76
TOPLAM	5.087,8	43,16	14.011,605	282,2373	1.292.893,16
Ort.	221,2	1,88	—	—	—

$$r_{xy} = 0,769$$

(*) Hesaplamalar ve yorumlar için bkz. T. Güneş ve R. Arkan, Tarım Ekonomisi İstatistiği, s. 223 - 239.

ALAN
(1000Ha)400
375
350
325
300
275
250
225
200
175
150
125
100
75
50
25

GRAFİK.II Pancar Ekim Alanı ve Taban Fiyatlarının Seyri

--- Ekim Alanı
— FiyatFİYAT
(KRŞ/KG)800
750
700
650
600
550
500
450
400
350
300
250
200
150
100
50

1963 1965 1967 1969 1971 1973 1975 1977 1979 1981 1983 1985 YILLAR

5.1.2. Diğer Ürünlerdeki Kârlılığın Ya da Fırsat Maliyetinin Pancar Ekim Alanına Etkileri

Şeker pancarı ekilen alanlarda yetiştirilebilen diğer bitkiler alan bakımından pancar ile rekabet etmek durumundadırlar. İşletme için hangi ürün daha kârlı ise toprağı o ürüne tahsis etmek rasyonel bir davranış olacaktır. Bu durum fırsat maliyeti (opportunity cost) kavramı yardımıyla açıklanmaktadır. Fırsat maliyeti, bir üretim faktörünün başka bir alternatifte kullanılmasından dolayı üretilmeyen ürünün değerini belirtmede kullanılan bir prensiptir ve feda edilen ürünün geliri, işletmede yer verilen ürünün maliyeti olarak düşünüldüğünden, bu olaya fırsat maliyeti prensibi adı verilmektedir (Aksöz, 1972 s. 134).

Ülkemizde şeker pancarı üretim bölgelerinde tarla ziraatı olarak buğday ve ayçiçeği, pancar rakip olan ürünlerin başında gelmektedir. Diğer şartlar sabit kabul edilirse, şeker pancarı tarımında birim alandan elde edilen net kârın azalması üretim alanının buğday, ayçiçeği v.b. ürünlere kaymasına yol açacağı, birim alandan elde edilen kârın yükselmesi de pancar ekim alanının rakip ürünlerin aleyhine olarak genişlemesi sonucunu doğuracağı teorik olarak beklenmektedir.

Ülkemizde şeker pancarı, buğday ve ayçiçeği tarımında bir dekarın elde edilen net gelirlerin yıllara göre seyri Cetvel 8 de verilmiş ve grafik III de de işaretlenmiştir. 1969 yılına kadar şeker pancarı tarımında bir dekar için sağlanan kâr çok düşük veya negatif değerler almıştır. Buna karşılık buğday ve ayçiçeğinde kâr miktarları tedrici şekilde yükselmiştir. Bu sebeptendir ki şeker pancarı ekim alanı 1969-1970 döneminde hızlı şekilde gerilemiş, buğday ve ayçiçeği ekim alanları genişleme göstermiştir. 1976, 1979, 1981 ve 1982 yıllarında, şeker pancarından sağlanan kâr diğer iki ürüne göre çok daha yüksek olduğundan, pancar ekim alanları bu yıllarda yüksek olmuştur. Kârın, diğer iki üründen az olduğu 1984 yılında ise şeker pancarı ekim alanı hızla azalmıştır.

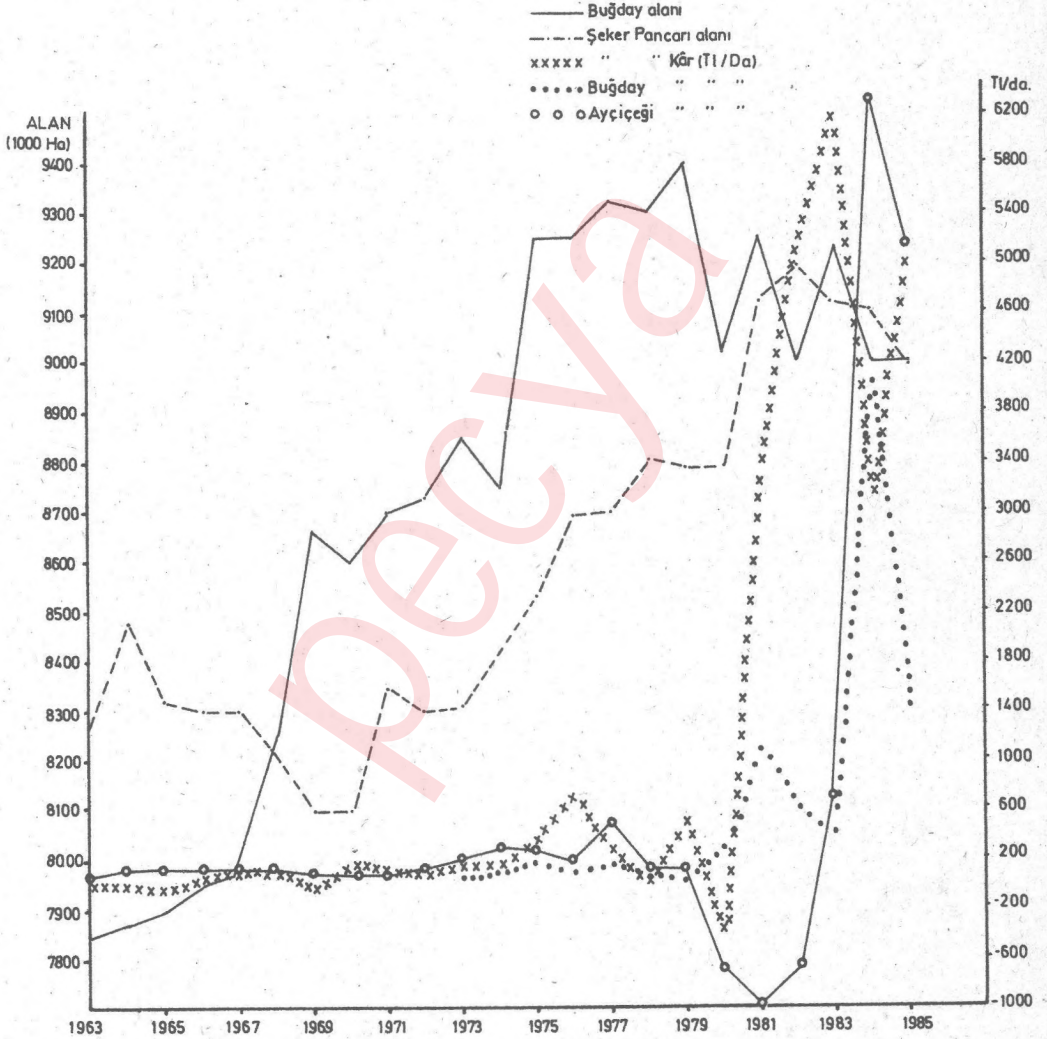
Şeker pancarı ekim alanı, şeker pancarı, buğday ve ayçiçeğinden sağlanan kâr miktarları arasındaki korelasyon matrisi Cetvel 9 da verilmiştir ve aradaki ilgileri gösteren korelasyon katsayılarının tümü % 1 yanılma seviyesinde dahi önemlidir. Şeker pancarı ekim alanı ile şeker pancarının bir dekarından sağlanan kâr miktarı arasındaki korelasyon katsayısı 0,795 bulunmuştur.

Cetvel 8. Şeker Pancarı, Buğday ve Ayçiçeğinde Bir Dekara Düşen Net Gelir Miktarlarının Yıllara Göre Seyri

Yıllar	Şeker pancarı (TL/Da)	Buğday (TL/Da)	Ayçiçeği (TL/Da)
1963	-	19,04	56,03
1964	-	13,40	72,10
1965	- 51,00	19,98	132,66
1966	22,00	41,31	131,52
1967	74,00	26,79	161,70
1968	95,00	11,70	151,32
1969	4,00	25,92	117,00
1970	176,00	25,62	100,64
1971	143,00	35,65	131,92
1972	86,00	15,70	102,75
1973	132,00	58,20	198,32
1974	174,00	141,05	264,45
1975	339,00	182,00	306,72
1976	719,00	93,12	202,53
1977	294,00	158,42	516,04
1978	46,00	79,86	191,82
1979	523,00	37,59	142,56
1980	-381,00	297,85	-589,16
1981	3.141,00	1.144,60	-995,34
1982	5.110,00	628,34	-654,94
1983	6.142,00	419,34	686,49
1984	3.167,00	4.040,28	6.300,36
1985	5.013,88	1.453,29	5.361,20

TÜRKİYE'DE ŞEKER PANCARI ÜRETİMİNİ

GRAFİK.III Şeker Pancarı, Buğday ve Ayçiçeğinde Net Gelir Miktarlarının Seyri



Cetvel: 9, Şeker Pancarı Ekim Alanı ile Şeker pancarı, Buğday ve Ayçiçeğinden Sağlanan Kâr Miktarları Arasındaki Korelasyon Matrisi.

	Ş.Pancarı Ekim Alanı (1000 Ha)	1 Dekardan Sağlanan Net Gellr (TL/Da)		
		Şeker Pancarı	Buğday	Ayçiçeği
Ş.Pancarı Ekim Alanı (1000 Ha)	1	0,795	0.588	0.345
1 Dekar Ş.Pancarından Sağlanan Net Gellr (TL/Da)		1	0.528	0.428
1 Dekar Buğdaydan Sağlanan Net Gellr (TL/Da)			1	0.817
1 Dekar Ayçiçeğinden Sağlanan Net Gellr (TL/Da)				1

(Not: Bu tabloda kullanılan kâr verleri Cetvel 8 den alınmıştır).

5.1.3. Kampanya Döneminde Şeker Pancarı ile İlgili Çeşitli Avansların Miktarları ve Ödeme zamanları

Şeker pancarı yüksek miktarda işgücü gerektiren, iklim ve toprağın müsait olmasına bağlı olarak birçok kültürel işlemlerin kısa zamanda tamamlanması icabeden entansif bir tarım ürünüdür. Bu nedenle aile işgücüne ek olarak yabancı işgücü kullanılması icabetmektedir. Bu zorunluk dolayısıyla, T.Şeker Fabrikaları A.Ş. (Şeker Şirketi), pancar üreticilerine çapa ve söküm işleri için yılda bir kaç defa avans ödemesi yapmaktadır. Verilen avansların gerek miktarı, gerekse gecikme olmadan tam ihtiyaç duyulduğu zamanda yapılması çapalama, sulama ve söküm gibi işlemlerin de aksatılmadan zamanında tamamlanmasına yardımcı olmaktadır. Cetvel 10 da şeker pancarı tarımı için üreticilere dekar başına verilen nakdi avansların yıllar itibariyle seyri verilmiştir. Cetvelde görüldüğü gibi, bazı dalgalanmalara rağmen nakdi avans miktarları her yıl artarak 1985 de 7784 TL/da a yükselmiştir. Bu rakam 1985 yılında bir dekar pancara yapılan 37.296 TL. masrafın % 20,9 u, bir dekar için yapılan işçilik giderlerinin ise sadece % 64,1 i kadardır. başka bir ifade ile, verilen avans işçilik giderlerinin 2/3 üne yakın kısmını karşılayabilmektedir (x) Diğer yandan cetvel 10 nun son sütununda da görüldüğü gibi, enflasyonun etkisi giderilerek bulunun reel avans miktarları 1963 de 57 TL/Da iken 1985 de 64 TL/da seviyesinde kalmış ve önemli bir değişme göstermemiştir. Pancar üretimini aksatmamak bakımından burada önemli olan husus sadece avans miktarı değil, bu avansların çiftçinin nakit sıkıntısı çektiği dönemlerde geciktirilmekten ödenmesidir. Şeker şirketinin sağlamış olduğu gübre, ilaç ve tohumluk gibi aynı girdi-

(x) T.Şeker Fabrikaları A.Ş. 1985 Tarım Raporundan hesaplanmıştır.

Cetvel.10.Şeker Şirketi Tarafından Üreticilere Verilen Nakdi Avansların Yıllara Göre Seyri ve Zincirleme Endeksi

Yıllar	Dekara Nakdi Avans		Genel Fiyat Endeksine (*) Göre İndirgenmiş Reel Avans (TL/Da)
	TL/Da	Zincirleme Endeks(%)	
1963	57	-	57
1964	70	122.8	69
1965	53	75.7	48
1966	47	88.7	41
1967	48	102.1	39
1968	39	81.2	30
1969	69	176.9	51
1970	112	162.3	77
1971	145	129.5	86
1972	152	104.8	76
1973	144	94.7	60
1974	179	124.3	57
1975	376	210.0	110
1976	478	127.1	121
1977	522	109.2	106
1978	663	127.0	88
1979	820	123,7	67
1980	976	119.0	38
1981	3.087	316.3	88
1982	3.752	121.5	86
1983	3.239	36.3	57
1984	5.454	168.4	63
1985	7.784	142.7	64

(*) Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığınının 1963=100 tabanlı toptan eşya fiyatları endeksidir.

leryanında, nakdi avanslarla da üreticinin desteklenmesi, pancar çiftçisinin kimseye muhtaç olmadan pancarını teslim etmesini sağlamakta, bu nedenle avansların yeterli ve ödemelerin zamanında yapılması ekim alanlarını ve üretimi genişletici etki yapmaktadır.

1986 yılında Ankara Bölgesinde başlatılan akaryakıt alımında kullanılmak üzere sağlanan aynı avans uygulamasının da üreticiler tarafından olumlu karşılandığı bildirilmektedir.

5.1.4. Pancar Alım Bedellerinin Zamanında Ödenmesinin Ekim Alanı Üzerine Etkileri

Son yıllarda şeker pancarı alım bedelleri bir defada üreticiye ödenememekte, bir kısmı peşin geriye kalan kısım ise taksitler halinde ödenmektedir. Hatta bir kampanya ile ilgili ödemeler tamalanmadan ertesi kampanya dönemine geçilmektedir. Piyasadaki para miktarını kontrol etmek, enflasyonu frenlemek veya nakit tedarikindeki zorluklar nedeniyle ortaya çıkan bu durumlar pancar üreticisini mağdur etmekte, finansman güclüğü ile karşı karşıya bırakmaktadır. Şeker Şirketinin 1984 yılı ziraat raporunda gerek taahhüt edilen ekim alanından % 9,11 oranında daha az ekim yapılması, gerekse bir yıl öncesine göre pancar ekim alanındaki azalmanın nedenleri aşağıda maddeler halinde açıklanmaktadır (Anonymous, 1985/ b):

- Bazı çiftçilerin tarlalarının gerçek yüzölçümlerini bilmemeleri,
- Rakip mahsül fiyatlarının yükselmesiyle daha az pancar ekimi yapmaları,
- Artan akaryakıt ve işçi ücretleri yanında, pancar bedellerinin geç ödenmesi,
- Hava şartları dolayısıyla ekimin geç kalması.

Burada sıralanan maddelerden ilki ve sonuncusu her yıl için geçerli bulunmaktadır. O halde, pancar bedellerinin geç ödenmesi ekim alanının düşmesine yol açan önemli faktörlerdendir. Taksitlendirilen alacaklar için aylık % 3 vade farkı şeklinde faiz ödenmesi de üreticiyi titmin etmemektedir. Başka bir ifade ile, pancar ekim alanlarının genişlemesi arzu edildiği takdirde, pancar bedellerinin geciktirilmeden zamanında ödenmesi dikkat edilecek hususlardan biridir.

5.1.5. Belirlenmiş olan Münavebe Programı ve Alınmış olan Ekim taahhütleri

Türkiye şeker sanayinin değişmez temel politikası, şeker tüketimi ile üretim arasındakine kurulması ve şeker pancarı üretiminin iç talep durumuna göre düzenlenmesidir. (Anonymous 1985/a ve DPT 1985). Münavebe programlarının yapılması ve ekim taahhütlerinin alınmasında aynı hususa dikkat edilmektedir. Geçmiş yıllarda geleneksel olarak şirket tara-

findan 4 yıllık münavebe uygulanmakta ve bunun sonucunda şeker pancarı % 25 oranında yer almaktaydı. Ancak şeker talebinin yükselmesi ve ekim alanındaki gerilemeler nedeniyle son iki yıldır bazı fabrikalarda 3 yıllık münavebe uygulama yoluna gidilmiştir. Bu uygulama şeker pancarı ekim alanını genişletmekte ve üretimi artırıcı netice vermektedir. Dört yıllık münavebede pancar alanı % 25 iken 3 yıllıkta bu oran % 33'e yükselmektedir. O halde 4 yıllık olsun ya da 3 yıllık olsun, belirlenen münavebe durumu pancar ekim alanlarını genelde belirleyici bir faktördür. Ekim taahhütlerinin de bu münavebe programına uygun olması gerekmektedir.

5.1.6. Pancar Ekim Aylarında İklim Şartlarının Uygunluğu

Yukarıda da belirtildiği üzere, özellikle Mart ve Nisan gibi pancar ekiminin yoğun şekilde tamamlandığı aylarda, iklimin toprak işlemeye ve ekime uygun olması, ekimin zamanında tamamlanmasına, aksi takdirde geç kalmasına veya hiç yapılmamasına yol açmaktadır. Günlük ekim kapasitesi sınırlı olduğundan, bahar aylarında uzun süre toprak işleme ve ekim yapılamazsa, bu durum o yıl pancar ekim alanlarında gerilemeye yol açabilmektedir.

5.2. Şeker Pancarı verimini Belirleyen Faktörler

Şeker pancarı üretimini tayin eden ikinci temel değişken, birim alandan elde edilen şeker pancarı verimidir. Şeker pancarı verimi ise aşağıdaki faktörlere bağlıdır (Üçok, 1981,s.28. İncekara, 1973, s.112):

- a — Şeker pancarının ekim ve büyüme döneminde yağış, nem ve sıcaklık gibi iklim verileri,
- b — Toprak hazırlığı, uygun ekim, çapalama ve seyreltme gibi bakım durumu,
- c — Gübre, ilaç ve sulama gibi girdilerin uygun miktarlarda ve şekillerde kullanılması durumu.
- d — Pancar tarımı yapılan yörenin yükseltisi, toprak kalitesi, eğimi gibi özellikleri,
- e — Kullanılan pancar tohumunun verim kabiliyeti ve kalitesi.

Bu şekilde ortaya konulmuş olan yıllık şeker pancarı ekim alanını ve verimini belirleyen faktörler birlikte ülkemizdeki pancar üretiminin seviyesini tayin etmiş olmaktadır. Şeker pancarı üretimi şeker üretimini amaçlamakla beraber, şeker üretimi pancardaki şeker varlığına da büyük çapta bağlı bulunmaktadır. Başka bir ifade ile pancar üretimi ile pancardaki şeker varlığı ayrı faktörlerin etkisi altındadır. Ülkemizde pancardaki şeker varlığını etkileyen faktörler aşağıda sırayla belirtilmiştir (Özgür, 1983):

— Pancar çeşidi yani pancarın genetik kabileyeti: İslâh çalışmaları ile şeker oranı yüksek çeşitler elde edilmektedir.

— Pancarın kök verimi: Kök verimi düşük pancarların şeker varlığı yüksektir.

— Bitki sıklığı: Aşırı sıklık şeker varlığını olumsuz etkilemektedir.

— Azot, fosfor ve potasyum gübirelemeleri: azotun aşırı verilmesi, fosfor ve potasyumun ise yetersiz olması halinde pancarın şeker varlığı önemli ölçüde düşmektedir.

— Ekimin erken veya geç tamalanması: Sıcaklık ve yağış gibi diğer iklim faktörleriyle beraber olumlu veya olumsuz etki yapmaktadır.

— Toprak verimlilik faktörleri: toprak strüktürü ve besin maddeleri varlığı v.b. gibi faktörler optimumdan uzaklaşırsa şeker varlığı düşer.

— İklim verimlilik faktörleri: Ülkemizde pancar tarımı için önemli olan bu faktörler ve etki yönleri şöyledir:

Yüksek Mart yağışları: olumlu yönde

Yüksek Nisan yağışları: olumsuz yönde

Yüksek Mayıs Yağışları: olumlu yönde

Yüksek Mayıs sıcaklıkları: olumsuz yönde

Yüksek Haziran sıcaklıkları: olumlu yönde

Yüksek Temmuz sıcaklıkları: olumsuz yönde

Yüksek Ağustos sıcaklıkları: olumsuz yönde

Yüksek Dolulu Günler Sayısı: olumsuz yönde

Yüksek Eylül Yağışları: olumsuz yönde

Yüksek Ekim Yağışları: olumsuz yönde

Şeker sanayiinde şeker varlığı önemli olduğundan, yukarıdakilere ek olarak, üretilen pancardaki potasyum, sodyum ve alfa amino azot varlıklarına göre de şeker oranını veren muhtelif formüller Türkiye'de ve diğer ülkelerde geliştirilmiştir (Anonymous, 1986, s.13). Taşıma, depolama ve finansman planlamasının önceden yapılabilmesi için şirketler, kooperatifler veya çiftçi teşekkülleri, hasattan önce muhtemel rekolteyi tahmin etmek istemektedirler. Bu amaçla geliştirilen yöntemlerde de iklim değerleri ve pancar numuneleri tahlil sonuçları ayrı ayrı veya birlikte dikkate alınmaktadır (Geidel ve ark.1969).

6. ŞEKER PANCARI ÜRETİM FONKSİYONU

Üretim fonksiyonu, üretime tahsis edilen faktörlerle elde edilen output arasındaki ilgiyi ortaya koyan bir tablo, bir eğri veya matematik bir eşitliktir (Ferguson, 1972, s.136-

137). Inputlarla output arasındaki transfermansyonu gösteren teknik ilişki de üretim fonksiyonu olarak adlandırılmaktadır (Goodwin and Drummond, 1982, s.182). Kullanılan pibire ile elde edilen ürün arasındaki ilişkiyi araştıran Liebig 1850 lerde ilk fiziksel üretim fonksiyonunu ortaya koyduğuna göre, üretim fonksiyonlarının tarihçesi çok eskilere gitmektedir (x). Üretim fonksiyonları çalışmalarından aşağıda sıralanan amaçlardan biri veya birkaçı beklenebilir.

- Kullanılan üretim faktörleri ile üretim arasındaki ilginin ölçüğe göre artan, sabit veya azalan durumlardan hangisine uygunluğunun test edilmesi,
- Üretimi etkileyen faktörlerin belerlenmesi,
- Bu faktörlerin önem derecelerine göre sıralanması,
- Üretim faktörlerinin üretim üzerindeki etkilerinin üretim elastikiyetleri yardımıyla ölçülmesi,
- Birbiriyle ikâme edilebilen faktörlerin ikâme durumlarının ikâme elastikiyetleri ile ölçülmesi,
- Amaca en uygun olan optimum faktör bileşiminin ve kapasitenin tayin edilmesi (karın veya outputun maksimizasyonu, masraf minimizasyonu amaç olarak alınabilir),
- Elde edilen katsayıların ileriye dönük çeşitli tahminlerde kullanılması.

Çok değişik amaçlar için yararlanabilecek olan üretim fonksiyonları makro ekonomi, mikro ekonomi, işletme yönetimi ve pazarlama açılarından yorumlanarak sonuçlara varılabilir. Ülke ekonomisi açısından genelde kaynakların en verim ve etkin şekilde kullanılmasında, işletmelerde kârı artırıcı, masrafları düşürücü üretim ve pazarlama düzenlemelerinin kararlaştırılmasında üretim fonksiyonları ışık tutabilmektedir. Üretim faktörleri dediğimiz kaynakların kullanımında, münferit özel teşebbüs veya firma için kârın maksimizasyonu amaçlanırken toplu açısından ise, ihtiyaç duyulan malların en etkili şekilde üretim ve tedarik edilmesi gereği vurgulanmaktadır. (Heady, 1962, s.21-22).

Bu araştırmada şeker pancarı üretim fonksiyonunu belirlemede zaman serileri ve kesit verileri olmak üzere iki veri grubuyla çalışılmıştır. Buna ilişkin hesaplamalar sırayla Cetvel 12,13, ve 14 de yer almaktadır.

1963-1985 dönemine ait 23 yıllık rakamlar incelendiğinde, Türkiye'de şeker pancarı üretiminde aşağıda sıralanan faktörlerin etkili olduğu anlaşılmaktadır:

(x) Üretim fonksiyonlarıyla ilgili anlam, tarihçe ve çeşitleri konusunda ayrıntılı bilgi için bakınız; Erl O. Heady ve John Dillon; Agricultural Production Functions, Iowa State University Press 1966.

- Şeker pancarı ekim alanı (ha),
- Şeker pancarı tarımında kullanılan kimyasal gübre (ton),
- Şeker pancarı tarımında kullanılan mücadele ilaçları (ton),
- Şeker pancarı tarımında mekanizasyon durumu (Bunun göstergesi olarak her yıl bu alanda kullanılan mibzer sayısı alınmıştır),
- Pancar üretim teknolojisinde gelişmeler ile zamana ilişkin diğer unsurları yansıtmak üzere trend faktörü,

Cetvel: 11. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Matrisi

	Şeker Pancarı Üretimi (Ton)	Şeker Pancarı Ekim Al. (ha)	Kullanılan Kimyasal Gübre (Ton)	Kullanılan Mücadele İlaçları (Ton)	Kullanılan Mibzer Sayısı (Adet)	Trend Faktörü
Şeker Pancarı Üretimi (ton)	1.0	—	—	—	—	—
Şeker Pancarı Ekim Alanı (ha)	0.953	1.0	—	—	—	—
Kullanılan Kimya- sal Gübre (ton)	0.900	0.936	1.0	—	—	—
Kullanılan Müca- dele İlaçları (ton)	-0.236	-0.114	-0.083	1.0	—	—
Kullanılan Mibzer Sayısı (Adet)	0.915	0.969	0.971	-0.055	1.0	—
Trend Faktörü	0.903	0.882	0.891	-0.372	0,845	1.0

Üretim fonksiyonunun tipinin belirlenmesine geçmeden önce yukarıdaki faktörlerin üretim miktarıyla ve kendi aralarındaki basit korelasyon katsayıları hesaplanmış ve Cetvel 11 de bu korelasyon matrisi verilmişti. Cetvelde dikkati çeken husus, kullanılan mücadele ilacı hariç değişkenler arasında yüksek korelasyonun bulunması ve tümünün % 99 seviyesinde istatistiki olarak önemli bulunmasıdır. Pancar üretimindeki artışa rağmen kullanılan ilaç miktarları dalgalanma göstermiş, hatta son yıllarda azalma içerisine girmiştir. Bu nedenle ilaç kullanımı ve üretim arasındaki korelasyon katsayıları negatif hesaplanmıştır, ancak bu katsayılar istatistiki olarak önemli değildir.

Cetvel 11 deki değişkenlerden 1,2,3, ... t şeklinde ifade edilebilen trend faktörü Fizisel bir input olmamakla beraber, zaman unsurunun içerdiği bazı değişimleri (teknolojik ilerleme, işletmecilik yeteneği v.s.) temsil etmektedir. Ancak bu değişken üretim fonksiyonlarına katılmamıştır.

Cetvel 12 de;

Y = yıllık pancar üretimi (Ton),

X_1 = Pancar ekim alanı (Ha),

X_2 = Pancar için şeker şirketi tarafından dağıtılan gübre (Ton),

X_3 = Pancar hastalık ve zararlılarıyla mücadele için kullanılan ilaç (Ton),

X_4 = Pancar tarımında kullanılan mibzer sayısı (Adet),

B_1, B_2, B_3, B_4 = parametreler,

$\hat{B}_1, \hat{B}_2, \hat{B}_3, \hat{B}_4$ = parametre tahminleri,

SE = Regresyon tahminiyle ilgili standart hata,

R^2 = Çoklu belirleme katsayısı (düzeltilmiş),

DW = Durbin-Watson otokorelasyon istatistiği.

Parantez içerisindeki rakamlar, ilgili tahminlerin değerleridir.

Cetvelde yer alan ilk Cobb-Douglas modelinde, regresyon tahmininin standart hatası SE yüksek olmakla beraber : R^2 ve F değerleri önemli seviyededir. Başka bir ifade ile $R^2 = 0,82$ olması, pancar üretimindeki varyansın % 82 sinin, burada yer alan değişkenler tarafından açıklanabildiğini göstermektedir. $F = 26,13$ de bunun istatistiksel bakımdan önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ancak parametre tahminleri arasında sadece $B_3 = 6235,703$ katsayısı yeterli seviyede değerine sahiptir, yani istatistiksel açıdan her seviyede güvenlidir. Modelde gerek çoklu bağlantı (Multicollinearity) ve gerekse DW = 0,015 katsayısının da ifade ettiği gibi otokorelasyon problemi olması, istatistiki test işlemlerinin önemini azaltmaktadır.

Tablo 12. Zaman Serilerinden Hesaplanan Üretim Fonksiyonları (1963-1985)

Fonksiyon Tipi	\hat{B}_0	\hat{B}_1	\hat{B}_2	\hat{B}_3	\hat{B}_4	SE	R ²	F	DW
obb - Douglas: $Y = B_0 X_1^{B_1} X_2^{B_2} X_3^{B_3} X_4^{B_4}$	7292725.0 (0.780)	259896.2 (0.464)	1.047 (0.047)	6235.703 (1.732)	-1638.411 (-0.487)	1276452	0.820	26.138	0.018
obb - Douglas: $Y = B_0 X_1^{B_1} X_2^{B_2}$	-160396.0 (-0.224)	32.639 (5.037)	0.134 (0.049)	-	-	949518	0.901	100.738	0.968
oğrusal: $Y = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4$	-4361895.- (-1.253)	-6.918 (-1.093)	-0.230 (0.044)	-1249.895 (-2.237)	2537.819 (2.673)	1172126	0.849	31.835	1.788
oğrusal: $Y = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2$	2891523.- (3.750)	0.363 (0.055)	12.761 (4.187)	-	-	1430038	0.775	38.821	0.928

Not: Bu ve müteakıf cetveller için % 5 seviyesinde $t_{\text{tablo}} = 1.71$, $F_{3,19} = 3.13$ alınacaktır.

Cetvelde yer alan ikinci fonksiyon da Cobb-Douglas tipi olup, açıklayıcı değişken olarak sadece ekim alanı ve kullanılan gübre miktarı alınmıştır. Bu modelde SE, R^2, F değerleri daha uygun ve otokorelasyon olayı olmamakla beraber üretimi etkileyen Başlıca unsurun ekim alanı olduğu ve bunun da istatistiksel açıdan önemli olduğu bulunmuştur.

Aynı cetvelde üçüncü ve dördüncü fonksiyonlar doğrusal olup R^2 ve F değerleri bakımından regresyon denklemi yeterli olmakla beraber, üçüncü fonksiyonda B_4 , dördüncü fonksiyonda da B_2 , gerek işaret, gerekse t değeri bakımından anlamlı bulunmuştur.

Aynı modeller, 24 şekar fabrikasından alınan 1985 yılı kesit verilerine uygulanarak cetvel 13 elde edilmiştir. Buradaki Cobb-Douglas modellerinde gerek R^2 ve gerekse F değerleri düşük bulunmuş, pancar üretimi üzerinde etkili olan faktörlerin ekim alanı ve kullanılan gübre miktarı olduğu açıklanmıştır. Buna karşılık, doğrusal Modellerde R^2 ve F değerleri yeterli seviyede olmuş, pancar ekim alanı ve gübre kullanımının, üretimi belirleyen ana faktörler olduğu, kesit verilerinin kullanıldığı doğrusal modellerle de kanıtlanmıştır.

Üretim fonksiyonlarıyla ilgili son cetvel, cetvel 14 olup, burada pancar yetiştiren tarım işletmelerinden elde edilen veriler kullanılmıştır. Muhtelif değişkenler ve fonksiyon tipleriyle yapılan deneme hesaplamalarından sonra en uygun olanlara cetvel 14 de yer verilmiştir. Bütün katsayılar ve istatistiksel testler itibarıyla, gerek Cobb-Douglas, gerekse doğrusal modelin tutarlı olduğu görülmektedir. Buradaki Cobb-Douglas modelinde ekim alanıyla ilgili katsayı 14.244, gübre ile ilgili katsayı ise 0,013 bulunmuştur. Bu katsayılar, ekim alanının üretim esnekliğinin çok yüksek gübreinin ise düşük olduğunu göstermektedir. Aynı katsayılar doğrusal modelde sırayla 1.039 ve 0.022 tahmin edilmiştir. Buna göre, diğer faktörler sabit bırakıldığında ekim alanında birim artış üretimde 1.039 ton artışa yol açacak aynı şekilde kullanılan gübredeki bir birim yükselme, pancar üretiminde 0.022 ton artışa yol açacak demektir.

1963-1985 dönemine atı zaman serileri, 1985 yılında 24 Şekar Fabrikasının kesit verileri ve 87 tarım işletmesinden alınan kesit verileri kullanılarak yapılan yukarıdaki üretim fonksiyonu tahminlerinde elde edilebilecek sonuçları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

a. Kesit verileriyle yapılan tahminler ve model çalışmaları verilerin "aggregate" tipte olmaları ve otokorelasyon nedeniyle başarılı sonuç vermemektedir.

b. 24 Şekar Fabrikası bölgesinden alınan verilerin "aggregate" özelliği daha az olmakla beraber, ekim alanıyla diğer üretim faktörleri arasındaki çoklu bağlantı maddelerin başarisını sınırlı kılmaktadır.

Cetvel 13. Kesit Verilerinden Hesaplanan Üretim Fonksiyonları (24 Şeker Fabrikası Bölgesinden Alınan Veriler)

Fonksiyon Tipi	\hat{B}_0	\hat{B}_1	\hat{B}_2	\hat{B}_3	\hat{B}_4	SE	R ²	F	DW
Cobb-Douglas: $Y = B_0 X_1^{B_1} X_2^{B_2} X_3^{B_3} X_4^{B_4}$	-978374.8 (-1.370)	111230.9 (2.027)	54.941 (1.221)	1.205 (0.317)	-786.572 (-0.233)	256062	0.200	1.126	0.449
Cobb-Douglas : $Y = B_0 X_1^{B_1} X_2^{B_2}$	-867789.4 (-1.461)	104187.8 (2.182)	45.009 (2.158)	-	-	244376	0.186	2.40	0.448
Doğrusal: $Y = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4$	-9523.0 (-0.247)	13.443 (1.576)	11.565 (2.309)	-0.144 (-0.491)	-245.750 (-1.024)	72287	0.922	68.983	2.891
Doğrusal : $Y = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2$	-36469.9 (-1.120)	17.054 (2.242)	7.644 (2.187)	-	-	71249	0.024	141.293	2.909

Çetvel: 14. Kesit Verilerinden Hesaplanan Üretim Fonksiyonları (Peker Pancarı Üreten 87 İşletme)^(*)

Fonksiyon Tipi	\hat{B}_0	\hat{B}_1	\hat{B}_2	SE	R ²	F	DW
Cobb-Douglas: $Y = B_0 X_1^{B_1} X_2^{B_2}$	-15.641 (-1.330)	14.244 (6.375)	0.013 (4.075)	20.057	0.492	44.069	0.594
Doğrusal $Y = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2$	2.187 (1.046)	1.039 (1.989)	0.022 (4.262)	12.759	0.794	172.901	2.191

(*) Söz konusu 87 işletmeye ilişkin veriler, Kütahya'nın Tavşanlı ilçesindeki pancar yetiştiren tarım işletmelerinden 1973 yılında Prof.Dr. Ahmet Erkuş tarafından gerçekleştirilen anket çalışmalarından, izin alınarak, elde edilmiştir.

c. 87 tarım işletmesine ait verilerin kullanıldığı modeller üretim fonksiyonunu tahmin açısından en başarılı olmuştur. bu modellerde ekim alanı ve gübre dışında kalan, sulama ve ilaçlama ile işçilik inputları da doğru şekilde tesbit edilerek modele katılırsa sonuçta daha kullanılabilir bir model elde edilecektir.

d. Gerek zaman serilerindeki, gerekse kesit verilerindeki alan, verim ve kullanılan inputları gösteren rakamların çok global olması, üretim fonksiyonu tahminlerini güçleştirmektedir. Bu nedenlerle, burada tahmin edilen üretim fonksiyonlarına dayanarak optimum kaynak kullanım durumu ve marjinal analizlere geçmek uygun bulunmamıştır.

peçya

SUMMARY

FACTORS ASSOCIATED WITH SUGAR BEET PRODUCTION IN TURKEY

In this research it was at determining and analysing the factors related to sugar beet production in Turkey. Three different data were used for this purpose:

- a. Aggregated time series data of the years 1963-1985 obtained from 24 sugar plants' regions.
- b. Cross sectional data from 24 sugar plants in year 1985.
- c. Cross sectional data collected from 87 sugar beet growing farms in Tavşanlı area (Kütahya).

In Turkey, average sugar beet growing area per farm was 0.8 ha and there has been about 400,000 farms who produce sugar beet. This indicates that small family farms are dominating in sugar beet production. Considering the sector as whole, about 2 millions of people makes living on this area. Turkey's main target in sugar production has always been self-sufficiency. Yearly per capita sugar consumption is about 27 kg, while this figure is 38.5 kg for European Economic Community and 34.5 kg for USA. This means there is still a potential demand in the country.

In the year 1985 Turkey had 322,449 ha sugar beet area and 9.8. millions of tons of sugar beet production. There has been a considerable decrease both in sugar beet area and sugar beet production in recent years. The reason for this were relative low purchase prices and delays or out of regularities in payments by the The Sugar Company to farmers. Comparisons among sugar beet, wheat and sunflower in terms of purchase prices, production costs and returns were given in Table 6.

Sugar beet production in Turkey from year to year varies considerably depending on the area and yield factors.

Sugar beet growing area each year depends mainly on the following factors:

- a. Sugar beet purchase prices announced by the government and price relations between sugar beet and wheat or sunflower. High correlation exists between purchase prices and sugar beet area ($r = 0.769$).
- b. Delays in payments to farmers for the purchased produce.
- c. Amount and time of payments in advance in order to help producers in getting some inputs and in marketing.

d. Weather conditions in seeding period.

e. Plant rotation program in sugar beet growing areas, whether four year or three year rotation program to be followed.

On the other hand, sugar beet yield per hectar depends on climatic conditions, the level of inputs used and genetic quality of sugar beet seed.

As a result of regression analysis it can be said that area enlargement and increased fertilizer use are the main factors for sugar beet production increase in the short run.

becya

KAYNAKLAR

- AKSÖZ, İ. (1972), Zirai Ekonomiye Giriş (2.Baskı), Atatürk Ü. Yayınları, No: 252/c, Erzurum.
- Anonymous (1973), Cumhuriyetin 50. Yılında şeker sanayimiz, Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş. Yayınları, No: 181, Ankara.
- Anonymous (1980) 1980 Genel Tarım Sayımı, Ankara.
- Anonymous (1984), Ankara Ü.Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü Maliyet Araştırmaları, Ankara.
- Anonymous (1985/a), Türkiye şeker Sanayii Beş Yıllık Faaliyet Programı (1986-1990), Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş. Genel Müdürlüğü.
- Anonymous (1985/b), Fabrikalar Yıllık Ziraat Raporu (1984 Yılı), T.Şeker Fb. A.Ş. Mars Matbaası, Ankara.
- Anonymous (1986), Formules experimant la valeur technologique des betteraves Sucriere Française-Janvier/ Fevrier (13-15).
- Baysal, A.,U.Günceli ,N .. Bozkurt ve S.Keçecioglu (1983). Diyet Kitabı, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, A-44, Ankara.
- Çapanoğlu, A.(1978), Orta Anadolu Yöresi Şeker Pancarı ve Buğday Üretiminde Verimlilik ölçüleri, MPM Yayınları, No:221, Ankara.
- DPT, (1985) Beşinci Baş Yıllık Kalkınma Planı 1985-1989, Yayın No: DPT: 1974, Ankara.
- Doll, John P. ve Orazem, F., (1984) Production Economics: Theory with Applications (2.nd Ed.) John Wily and Sons.
- ER, C. (1984), Nişansta ve Şeker Bitkileri, Ankara Ü.Ziraat Fak. Yayınları: 915, Ankara.
- ERKUŞ, A. (1976), Tavşanlı İlçesi Şeker Pancarı Yetiştiren Tarım İşletmelerinin Doğrusal (Linear) Programlama Metodu ile Planlanması, Türk Ziraat Yüksek Mühendisleri Birliği Yayın No: 3, Latif Matbaası, Ankara.

- ESEN, A.R. ve N. PİRİNÇÇİOĞLU (1976), PİRİNÇÇİOĞLU (1976), Türkiye'de Şeker Pancarı Üretiminde Verimlilik Ölçümü ve Analizleri, M.P.M Yayınları: 201, Ankara.
- FERGUSON, C.E. (1972), Microeconomic Theory, Third Edition, Richard D. Irwin, INC. USA.
- GEİDEL, H. ve Ark. (1969) Ernetvorousschätzung bei Zuckerrüben, "Zeitschrift für die Zuckerindustrie" 8 (44-452), Berlin.
- GOODWIN, John W. and H.Evan DRUMMOND (1982), Agricultural Economics (2 nd Edition), Reston Publishing Company, Inc. Reston, Virginia (USA).
- GUISE, John W.B. (1969), Factors Associated with Variation in the Aggregate Average Yield of New Zealand Wheat (1918 -1967), University of New England, Australia.
- GÜNEŞ T'. ve R. Arıkan (1985) Tarım Ekonomisi İstatistiği, Ankara Ü. Ziraat Fakültesi yayımları: 924, Ankara.
- HEADY Earl. O. (1952) Economics of Agricultural Production and Resource Use. Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs, N.J. (USA).
- HEADY Earl O. and John DİLLON (1966), Agricultural Production Functions, Iowa State University Press.
- İLİSULU, K. (1986) Nişasta Şeker Bitkileri ve Islahı, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, No, 960, Ankara.
- İNCEKARA, F. (1973), Endüstri Bitkileri ve Islahı, Cilt 3, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, No 83,
- MANN: C.K. (1977), Türkiye'de Buğday üretiminde Teknolojinin Etkisi, Buğday Araştırma ve Eğitim Projesi, Ankara.
- MARTİN, Leopold (1959), Vorausschätzung der Rübenernte, "Zeitschrift für die Zuckerindustrie" 5 (234-238), Berlin.

ÖZGÜR, O. (1983),

Türkiye'de Pancarın Şeker Varlığının Uzun Yıllık Gelişme Seyri 1967-1982, Türkiye Şeker Fab. A.Ş. Şeker Enstitüsü, Ankara.

ÖZGÜR O. (1986) ,

Rapor: 1986 Yılında Türkiye'de Pancarın Şeker Varlığının Düşük Olmasının Nedenleri Türkiye Şeker Fabrikaları, Şeker Enstitüsü, Ankara.

TEKELİ Sait Tahsin (1965) .

Ziraat Sanatları (Yeni Tertip Ders Kitabı), Ziraat Fak. Yayınları 237. Ders Kitabı 77, Ankara.

TEKELİ S. ve N.ERGÜN (1983),

Girdi Fiyatlarının Bitkisel Üretim Düzeyi ve Bileşimi Üzerine Etkileri, Milli Produktivite Merkezi Yayınları: 290, Ankara.

ÜÇÖK, O. (1981),

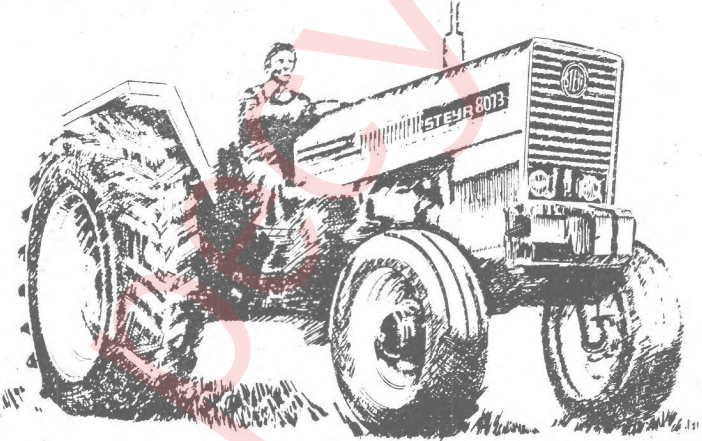
Türkiye Şeker Sanayii Raporu, Milli Produktivite Merkezi Yayınları: 251, Ankara.

YÜCEL, S. (1984).

Türkiye'nin Çeşitli Bölgelerinde Şeker pancarı Verimi ile İklim Elemanları Arasındaki İlişkilerin Araştırılması, Ankara Ü. Ziraat Fakültesi, basılmamış Doktora Tezi, Ankara.

Traktörde
dünya markası!

STEYR 



70 BEYGİR GÜCÜNDE
16 ileri, 8 geri vitesli

Bir yıl garanti
Her zaman bol yedek parça
Devamlı Servis



TÜRKİYE ZİRAİ DONATIM KURUMU
GENEL MÜDÜRLÜĞÜ - ANKARA

Telgraf Donatım Telefon 16 61 40 Telex. 422 35 / zdan tr.

25 BÖLGE 387 ŞUBE İLE
BÜTÜN TÜRKİYE'DE HİZMETİNİZDE.

T.C. ZİRAAT BANKASI'na

gelin



**tasarrufunuzla
ulusal
kalkınmaya
katılın**

“Topluma açılan kapı”

- Bugüne kadar bir milyondan fazla aileyi biz konut sahibi yaptık...
- Türkiye'nin dörtbir yanında, okulu, çarşısı, çocuk bahçesi, spor tesisi ve yeşil alanlarıyla modern mahalleleri; uydu kentleri biz kurduk...
- Ticaret Sanayi ve İhracat Sektörlerine kredilerimizle destek olduk.
- Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi'ni; Ankara Devlet Opera ve Balesi Binasını; İstanbul Atatürk Kültür Merkezi'ni biz inşa ettik.
- Sporda; Dünya, Olimpiyat ve Avrupa şampiyonlarını biz konut sahibi yaptık...

Biz, **TEKBANK**'ız!
Hem **BANKAYIZ**, hem de
SOSYAL BİR KURUMUZ.
Yaptıklarımızla gurur duyuyoruz.

 **TÜRKİYE
EMLAK KREDİ
BANKASI**

TEKBANK

“Evinize açılan kapı,,

**TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU YAYINLARI VE
KURUMDAN SAĞLANACAK KİTAPLAR**

KDV
Dahil

1- Tarımsal Kalkınmada Kooperatifçilik VI. Türk Kooperatifçilik Kongresinde verilen Tebliğ ve Tartışmalar (2 Cilt)	250.- TL.
2- 1163 Sayılı Kooperatifler Kanununun Uygulanmasında Kooperatiflerin Durumu ve Sorunları VII. Türk Kooperatifçilik Kongresinde verilen Tebliğ ve Tartışmalar	350.- TL.
3- Kooperatiflerin Ekonomik ve Sosyal Kalkınmasındaki Rolü ve VIII. Kongre Tebliğ ve Tartışmaları	350.- TL.
4- Ekonomik ve Sosyal Gelişmeler Karşısında Türkiye'de Kooperatifçilik Politikası IX. Türk Kooperatifçilik Kongresi Tebliğleri	350.- TL.
5- X. Türk Kooperatifçilik Kongresi Tebliğleri	600.- TL.
6- Az Gelişmiş Ülkelerin Ekonomik ve Toplumsal Kalkınmasında Kooperatiflerin Rolü	150.- TL.
7- Dünya Kooperatifçiliğinden Örnekler	150.- TL.
8- Çeşitli Ülkelerde Toprak Reformu Uygulamaları	150.- TL.
9- Kooperatiflerde Muhasebe	150.- TL.
10- Az Gelişmiş Ülkelerde Kooperatif ve Devlet	150.- TL.
11- Kooperatif Şirketler	100.- TL.
12- Kooperatifçilik ve İlkokul	100.- TL.
13- Kooperatifçilik Bilgisi	150.- TL.
14- Büyük Mağazacılık ve Tüketim Kooperatifçiliği	150.- TL.
15- Kooperatifçilik ve Kooperatifçilikle İlgili Yayınlar Bibliyografyası	150.- TL.
16- Türk Kooperatifçiliği Üzerine Düşünceler	150.- TL.
17- Kooperatiflerin Vergilendirilmesi ve Vergi Sorunları	200.- TL.
18- Türkiye Ekonomisinde Tarımsal Amaçlı Kooperatifçilik İşletmeleri	400.- TL.
19- Kooperatiflerin Dış Ticaret Açısından Milli Ekonomiye Katkıları	600.- TL.
20- Köy Kalkınma Kooperatiflerinde Yönetim	200.- TL.
21- Atatürk ve Kooperatifçilik	200.- TL.
22- The Co-operatives Movement In Turkey And Its Expocted Develop	250.- TL.
23- Co-operatives In Developing Countries And Turkish Experience	250.- TL.
24- A Comparative Study of Agricultural Cooperatives And Their Marketing Functions On Foreign Trade In Turkey And In The United States Of America	1200.- TL.
25- Çorlu İlçesi Seymen Köy Kalkınma Kooperatifinde Grup Tarımının Ekonomik Analizi	500.- TL.
26- Vakıflar Tüzüğü	200.- TL.
27- Karınca Dergisi Kooperatifçilikle İlgili Bibliyografya	1000.- TL.
28- XI. Türk Kooperatifçilik Kongresi (Tebliğler)	1200.- TL.
29- XI. Turkish Co-operative Congress	1200.- TL.
30- Türkiye'de Kooperatiflerin Verimli Çalışmaları Açısından Yatay ve Dikey Bütünleşme Hareketleri	1000.- TL.
31- Tarımsal Üretimde Kooperasyon ve Türk Tarımına Uygulanabilirliği	750.- TL.
32- Dünya'da Mekân, Konut Kooperatifleri Semineri	600.- TL.
33- Altı Bilezik Esn. ve Sanat. Kef. Koop. Semineri (Tebliğler)	400.- TL.

DERGİLERİMİZ

ÜÇ AYLIK KOOPERATİFÇİLİK DERGİSİ YILLIK ABONESİ	2.000.- TL.
AYLIK KARINCA DERGİSİ YILLIK ABONESİ	3.600.- TL.
ALTI AYLIK COOPERATION IN TURKEY DERGİSİ YILLIK ABONESİ	3.000.- TL.
NOT: ÖDEMELİ GÖNDERME USULÜ BAZI AKSAKLIKLAR NEDENİYLE UYGULANMAMAKTADIR.	

AYRICA: Satın alınacak kitapların bedelleri yekununa 1 adet kitap olur ise 50.- TL listedeki kitapların yarısı olduğu takdirde 500.- TL, bütün kitaplar istendiği takdirde 1.000.- TL PTT masrafını ekleyip Kurumun "T.C. Ziraat Bankası Ankara Kızılay Şubesindeki 630/4 sayılı hesabına" yatırılır ve bir mektupla Kuruma istenen kitaplar bildirilirse hemen adresinize postalanır.

ADRES: Mithatpaşa Caddesi NO: 38/A Yenışehir - ANKARA
TELEFON: 31 61 25 - 31 61 26

TÜRK YURDU

CİLT: 8 * ŞUBAT 1987 * KDV DAHİL 600 TL.



Beçya

1

Türk Ocağı Merkez Hey'eti'nin
Aylık Yayın Organıdır.

257311 numaralı
POSTA ÇEKİ hesabına
"Sakarya Cad. 30 Ankara"
adresine bilgi vererek
abone olunuz .

KOOPERATİFÇİLİK

Founded in 1931

Kooperatifçilik is the publication of the Turkish Co-operative Association, it is published four times a year. The subscription price to the review is \$ 4 a year, air mail included. Correspondance relating to the review should be sent to «Türk Kooperatifçilik Kurumu, Mithatpaşa Caddesi 38/A, Ankara - Turkey.»

The Turkish Co-operative Association assumes no responsibility for the views expressed by authors whose articles appear in Kooperatifçilik.

Proprietor on behalf of
The Turkish Co-operative Association
Hüsni POYRAZ

Editor - In - chief
Prof. Dr. Rasih Demirci

Editorial Board

Doç. Dr. Orhan ARSLAN

İrfan Ünver NASRATTINOĞLU – Halil BİLİCİ
İsa KAYACAN – Alâaddin KORKMAZ

Each issue of the review will contain some articles, research notes, communications book review, announcement and news notes on Co-operatives in English or French language. But the review is mainly issued for the Turkish readers. For that reason the contents will be mainly Turkish.

-----Managing Board-----

Hüsni POYRAZ	: President
Niyazi YÜKSEL	: Vice President
Turan TEKELİ	: Treasurer
Prof.Dr.Rasih DEMİRCİ	: Member
Dr.Mustafa DOYUK	: "
Doç.Dr.Celâl ER	: "
Dr.Şenol ERDOĞAN	: "
Aydın İMAMOĞLU	: "
Nafiz İMAMOĞLU	: "
Ayhan İNAL	: "
İrfan Ünver NASRATTINOĞLU	: "
Kâmil ÖZDEMİR	: "
Yrd.Doç.Dr. Atilla ÖZER	: "
S.Akın ŞEHİRLİOĞLU	: "
M.Nedim YILMAZ	: "

-----BOARD OR AUDITORS-----

Nail TAN	: President
Ahmet ERDOĞAN	: Member
Nizamettin ÖZDOĞAN	: "

T.C. ZİRAAT BANKASI'na

gelin



**tasarrufunuzla
ulusal
kalkınmaya
katılın**

Ziraat Bankası